

Εκθέσεις 78

Ρ. ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗ
Α. ΚΩΤΣΗ
Ε. ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ
Ε. Ι. ΝΙΤΣΗ
Ι. ΧΟΛΕΖΑΣ

**ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΩΝ ΔΙΑΡΘΡΩΤΙΚΩΝ
ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΕΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ
ΣΤΟΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥΣ
ΣΕ ΒΑΣΙΚΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ**



ΑΘΗΝΑ 2017

**ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΩΝ ΔΙΑΡΘΡΩΤΙΚΩΝ
ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΕΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ
ΣΤΟΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥΣ
ΣΕ ΒΑΣΙΚΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ**

Εκθέσεις 78

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΩΝ ΔΙΑΡΘΡΩΤΙΚΩΝ ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΕΩΝ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΣΤΟΝ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΟΥΣ ΣΕ ΒΑΣΙΚΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΜΕΓΕΘΗ

Μελετητική Ομάδα ΚΕΠΕ

Συντονίστριες

Ρωξάνη Καραγιάννη

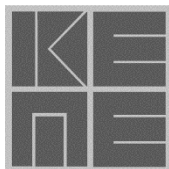
Αγάπη Κώτση

Μέλη

Έρση Αθανασίου

Ελισάβετ Ι. Νίτση

Ιωάννης Χολέζας



Copyright 2017
του Κέντρου Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών
Αμερικής 11, 106 72 Αθήνα

ISBN: 978-960-341-119-2

ISSN: 1108-5797

Οι γνώμες και κρίσεις που περιέχει η εργασία αυτή
είναι των συγγραφέων και δεν αντιπροσωπεύουν αναγκαία
γνώμες ή κρίσεις του Κέντρου Προγραμματισμού
και Οικονομικών Ερευνών.

ΚΕΝΤΡΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

Το Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών (ΚΕΠΕ) είναι το μεγαλύτερο ερευνητικό ίδρυμα για την οικονομική επιστήμη στη χώρα μας. Ιδρύθηκε το 1959 ως μία μικρή ερευνητική μονάδα με την επωνυμία «Κέντρον Οικονομικών Ερευνών», με βασικό σκοπό την επιστημονική μελέτη των οικονομικών προβλημάτων της Ελλάδος, την ενθάρρυνση των οικονομικών ερευνών και τη συνεργασία με άλλα επιστημονικά ιδρύματα.

Το 1964 το ΚΕΠΕ πήρε τη σημερινή του ονομασία. Τότε του ανατέθηκαν οι εξής πρόσθετες αρμοδιότητες: πρώτον, η κατάρτιση σχεδίων για βραχυχρόνια, μεσοχρόνια και μακροχρόνια προγράμματα ανάπτυξης, η εκπόνηση σχεδίων προγραμμάτων περιφερειακής και χωροταξικής ανάπτυξης, καθώς και προγραμμάτων δημοσίων επενδύσεων, σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές της Κυβέρνησης· δεύτερον, η παρακολούθηση και ανάλυση της βραχυπρόθεσμης και μεσοπρόθεσμης εξέλιξης της ελληνικής οικονομίας, καθώς και η διαμόρφωση προτάσεων για τη λήψη των κατάλληλων μέτρων· και τρίτον, η επιμόρφωση νέων οικονομολόγων, ιδιαίτερα σε θέματα προγραμματισμού και οικονομικής ανάπτυξης.

Σήμερα το ΚΕΠΕ επικεντρώνεται στη διεξαγωγή εφαρμοσμένων οικονομικών ερευνών που ενδιαφέρουν την ελληνική οικονομία και, με την ιδιότητα του συμβουλευτικού οργάνου της Κυβέρνησης, παρέχει τεχνικές υπηρεσίες σε θέματα οικονομικής και κοινωνικής πολιτικής.

Στο πλαίσιο των δραστηριοτήτων αυτών εντάσσεται και η δημοσίευση των σειρών: (α) Μελέτες, που είναι επιστημονικές μονογραφίες, (β) Εκθέσεις, που είναι κείμενα εφαρμοσμένης ανάλυσης με προτάσεις πολιτικής σε επίπεδο κλάδων, περιφερειών και άλλων οικονομικών θεμάτων, (γ) Εργασίες για Συζήτηση, που είναι σχέδια εργασιών σε προχωρημένο στάδιο προσκεκλημένων επιστημόνων ή μελών του ερευνητικού προσωπικού του Ιδρύματος. Οι εκδόσεις του ΚΕΠΕ από την ίδρυσή του έως σήμερα υπερβαίνουν τις 650. Το ΚΕΠΕ εκδίδει επίσης την τετραμηνιαία περιοδική έκδοση Οικονομικές Εξελίξεις, με σκοπό να συμβάλλει στη συστηματική παρακολούθηση και ανάλυση της ελληνικής οικονομικής συγκυρίας, καθώς και στο πεδίο διαμόρφωσης της οικονομικής πολιτικής, αναλύοντας τις συνέπειες εναλλακτικών προσεγγίσεων σε επίκαιρα θέματα.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η παρούσα έκθεση βασίζεται σε μια εργασία με τίτλο «Εκτίμηση των επιπτώσεων επιλεγμένων μεταρρυθμίσεων που αφορούν τον ανταγωνισμό», η οποία ανατέθηκε στο ΚΕΠΕ από το Υπουργείο Οικονομίας και Ανάπτυξης στο πλαίσιο των μνημονιακών δεσμεύσεων της χώρας μας και με αντικείμενο την εκ των υστέρων αποτίμηση των επιπτώσεων συγκεκριμένων μεταρρυθμίσεων που κατά τους θεσμούς θα οδηγούσαν σε «βελτίωση του ανταγωνισμού» με θετικά για την οικονομία αποτελέσματα. Το Υπουργείο, σε συνεργασία με τους θεσμούς, έθεσε συγκεκριμένα κριτήρια για την επιλογή των οικονομικών δραστηριοτήτων και των αντίστοιχων μεταρρυθμίσεων που πραγματεύεται η συγκεκριμένη έκθεση. Τελικά, ως αποτέλεσμα αυτής της συνεννόησης, αποφασίστηκε να μελετηθούν: (α) η αγορά άρτου, (β) η αγορά βρεφικού γάλακτος και συμπληρωμάτων διατροφής-βιταμινών, προϊόντων με ιδιαίτερη σημασία για τον καταναλωτή, (γ) οι προσφορές και εκπτώσεις που αφορούν ένα εύρος διαφορετικών προϊόντων και (δ) η διακίνηση του τσιμέντου, ενός προϊόντος που αποτελεί βασική εισροή στην οικονομική δραστηριότητα των κατασκευών. Η έκθεση ολοκληρώθηκε και παραδόθηκε στο Υπουργείο τον Μάιο του 2016.

Στη συνέχεια το ΚΕΠΕ, θεωρώντας ότι η δημοσιοποίηση των ευρημάτων της εργασίας θα συμβάλει στον δημόσιο διάλογο γύρω από την επίπτωση των μεταρρυθμίσεων στην ανάπτυξη της οικονομίας, ζήτησε από τον Υπουργό Οικονομίας και Ανάπτυξης κ. Γιώργο Σταθάκη να επιτρέψει τη δημοσίευση της έκθεσης. Πράγματι, με επιστολή του ο Υπουργός υποστήριξε ένθερμα, στην ουσία παρότρυνε, τη δημοσίευση της έκθεσης. Οι εσωτερικοί κανονισμοί του ΚΕΠΕ επιβάλλουν πριν από τη δημοσίευση οποιασδήποτε μελέτης ή έκθεσης να κριθεί πρώτα από ανεξάρτητους κριτές, ώστε να ληφθούν υπ' όψιν σχόλια και παρατηρήσεις. Η ανά χειράς έκθεση δημοσιεύεται ύστερα από επικαιροποίηση των στοιχείων και ενσωμάτωση των σχολίων των κριτών, χωρίς αυτό να διαφοροποιεί την ουσία του αρχικού κείμενου που υποβλήθηκε στο Υπουργείο.

Σημαντικό πρόβλημα που δυσχέρανε το έργο των ερευνητών ήταν το εξαιρετικά δυσμενές οικονομικό κλίμα, λόγω της ύφεσης που πλήττει την ελληνική οικονομία τα τελευταία χρόνια, και η συνεπαγόμενη δυσκολία να διαχωριστούν οι επιπτώσεις που οφείλονται στην ύφεση από εκείνες που οφείλονται στην εφαρμογή των μεταρρυθμίσεων. Ήταν η πτώση της ζήτησης ή η απελευθέρωση του πλαισίου της αγοράς που οδήγησαν τελικά στη μείωση των τιμών ή/και στην αλλαγή της δομής της αγοράς των προϊόντων; Ένα δεύτερο πρόβλημα που είχαν να αντιμετωπίσουν οι ερευνητές ήταν ότι όλες οι μεταρρυθμίσεις χρειάζονται χρόνο για να φανούν τα αποτελέσματά τους. Το χρονικό διάστημα εφαρμογής των υπό εξέταση μεταρρυθμίσεων μέχρι την αποτίμησή τους ήταν περιορισμένο.

Οι ερευνητές, προκειμένου να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα αυτά, υπήρξαν εξαιρετικά προσεκτικοί αλλά και ευρηματικοί στη μεθοδολογία που ακολούθησαν. Στην έκθεση γίνεται μία πολύ καλή τεκμηρίωση του πλαισίου των μεταρρυθμίσεων. Αυτό από μόνο του αποτελεί σημαντική συνεισφορά. Υποχρέωση της ελληνικής πολιτείας ήταν να διερευνήσει την εφαρμογή των μέτρων που προέκυψαν από την υιοθέτηση της εργαλειοθήκης του ΟΟΣΑ και η έκθεση θα μπορούσε να είχε ολοκληρωθεί εκεί. Ωστόσο οι ερευνητές δεν περιορίστηκαν στην εφαρμογή αυτής της μεθοδολογίας, αλλά ανέπτυξαν μια πιο συστηματική προσέγγιση. Για τον υπολογισμό των επιπτώσεων των μεταρρυθμιστικών παρεμβάσεων στις τιμές, στην απασχόληση καθώς και στη δομή των αντίστοιχων αγορών, οι ερευνητές αξιοποίησαν κάθε διαθέσιμο στοιχείο ή πηγή, προσαρμόζοντας τη μεθοδολογία στις ιδιαιτερότητες των επιμέρους εξεταζόμενων μεταρρυθμίσεων και τομέων. Αυτή η πολυσυλλεκτική μεθοδολογία αποτελεί αξιοσημείωτο στοιχείο της έκθεσης που δεν πρέπει να περάσει απαρατήρητο. Κατά την προσωπική μου άποψη, η μεθοδολογία αυτή θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ευρύτερα ως βέλτιστη πρακτική για την αποτίμηση των επιπτώσεων (*impact assessment*) σε μελέτες του ΟΟΣΑ και άλλων οργανισμών.

Δεν μπορούμε να πούμε ότι η έκθεση κατέληξε σε σαφή συμπεράσματα σε όλες τις περιπτώσεις. Εξάλλου, οποιαδήποτε γενίκευση θα ήταν παραπλανητική. Στην οικονομική επιστήμη δεν υφίστανται γενικοί κανόνες για το τι συνιστά μια «αποτελεσματική» μεταρρύθμιση. Οι οικονομολόγοι χρησιμοποιούν τα διαθέσιμα εργαλεία της

επιστήμης τους και τα εφαρμόζουν *in concreto* για να βγάλουν συμπεράσματα. Στη διαδικασία αυτή θα πρέπει να λάβουν υπόψη τους τις συγκεκριμένες συνθήκες που διέπουν την αγορά των προϊόντων. Γενικεύσεις του τύπου «κάθε απελευθέρωση κάθε αγοράς είναι θετική για την οικονομία» προδίδουν τον ιδεολόγο και όχι τον οικονομολόγο. Στην πραγματικότητα η αλληλεξάρτηση των αγορών δυσχεραίνει τη μελέτη της επίπτωσης ενός μέτρου απομονωμένα, πέρα από τα προβλήματα της απομόνωσης της επίπτωσης του μακροοικονομικού περιβάλλοντος και της χρονικής υστέρησης. Οι μεταρρυθμίσεις δεν μπορούν να λειτουργήσουν πάντοτε από μόνες τους, εάν δεν συνυπάρξουν με ανάλογες διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις σε άλλους τομείς της οικονομίας. Ούτε είναι βέβαιο ότι η απελευθέρωση της αγοράς οδηγεί αναγκαστικά σε πλέον ανταγωνιστικές αγορές. Μπορεί, αντίθετα, να οδηγήσει σε ατελή ανταγωνισμό, ή σε διαφορετικού τύπου ατελή ανταγωνισμό, φέρ' ειπείν από μονοπωλιακό ανταγωνισμό σε ολιγοπώλιο. Συχνά, επίσης, οι οικονομικοί δρώντες δεν χρησιμοποιούν την «ελευθερία» που τους παρέχει ένα μέτρο και παραμένει ανενεργό. Για παράδειγμα, στην αγορά του βρεφικού γάλακτος, παρά την απελευθέρωση του δικτύου διανομής, αρκετές επιχειρήσεις δεν έκαναν χρήση αυτής της δυνατότητας και επέλεξαν για λόγους μάρκετινγκ να διατηρήσουν τα φαρμακεία ως το αποκλειστικό δίκτυο διανομής του βρεφικού γάλακτος. Σε άλλες περιπτώσεις, όπως στην αγορά του άρτου, από την ανάλυση προέκυψαν σαφείς προτάσεις για αναθεώρηση επιμέρους παρεμβάσεων, οι οποίες υιοθετήθηκαν στη συνέχεια με κατάλληλες νομοθετικές ρυθμίσεις.

Παρά την αρτιότητα της ανά χείρας έκθεσης, η απομόνωση των επιπτώσεων των μεταρρυθμίσεων είναι εξαιρετικά δυσχερής. Είναι, πιστεύω, αδύνατο να συναχθούν συμπεράσματα για το κατά πόσον οι μεταρρυθμίσεις αυτές –αν γίνουν σε ευρεία κλίμακα– μπορούν να οδηγήσουν την ελληνική οικονομία σε ανάπτυξη. Η επίπτωση της οικονομικής ύφεσης στην ελληνική οικονομία είναι τόσο καταλυτική που δεν μας επιτρέπει να βασίσουμε τις ελπίδες επανεκκίνησης της ελληνικής οικονομίας σε ένα πρόγραμμα που θα αποτελείται αποκλειστικά από διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις στον τομέα της απελευθέρωσης των αγορών. Κατά την άποψή μου η θετική επίπτωση των μεταρρυθμίσεων θα γίνει αισθητή μόνον όταν λυθεί το μείζον μακρο-

οικονομικό πρόβλημα της ελληνικής οικονομίας και της ενεργού ζήτησης. Αν η οικονομία αρχίσει να κινείται ανοδικά, τότε μόνο οι μεταρρυθμίσεις θα συνεισφέρουν στην ανάπτυξη και θα την επιταχύνουν.

Ένα ερώτημα, που δεν έχει λυθεί, είναι σε ποιο βαθμό η εμπειρική διερεύνηση του *ex post impact assessment* θα μπορούσε να χρησιμεύσει στη δημιουργία ενός μεθοδολογικού πλαισίου για μία *ex ante* αξιολόγηση, έτσι ώστε, προτού προταθούν οι μεταρρυθμίσεις, να μπορούμε να έχουμε κάποιο κριτήριο επιλογής για την εφαρμογή τους ή μη. Το μεγάλο αυτό ζητούμενο, που ενδιαφέρει κάθε χώρα και όχι μόνο την Ελλάδα, είναι δύσκολο να επιτευχθεί. Αυτό που πρέπει να κάνουμε είναι να απαλλαγούμε από τις ιδεοληψίες εκείνες, οι οποίες αποδίδουν, από τη μία πλευρά, μαγικές ιδιότητες στις μεταρρυθμίσεις ή, από την άλλη, τις καταδικάζουν εξ αρχής ως αλυσιτελείς και, λειτουργώντας στο πλαίσιο της επιστήμης, να δούμε πού και πώς μπορούν να λειτουργήσουν χωρίς να τις μετατρέψουμε σε φετίχ. Πιστεύω ότι η προσεκτική ανάλυση των ερευνητών του ΚΕΠΕ οδηγεί σε αυτήν την κατεύθυνση.

ΝΙΚΟΣ ΘΕΟΧΑΡΑΚΗΣ
Πρόεδρος του Δ.Σ. και
Επιστημονικός Διευθυντής

ΚΕΝΤΡΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ
ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ
Δεκέμβριος 2017

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών πραγματοποιήθηκαν στην Ελλάδα σημαντικές μεταρρυθμίσεις στην κατεύθυνση της απελευθέρωσης σε πολλούς τομείς και επιμέρους αγορές ή δραστηριότητες, στο πλαίσιο της προσπάθειας της χώρας μας να ανταποκριθεί στην ανάγκη εκσυγχρονισμού και βελτίωσης του ρυθμιστικού πλαισίου λειτουργίας των αγορών, στις υποχρεώσεις προσαρμογής της στις ευρωπαϊκές/διεθνείς κατευθύνσεις πολιτικής για την άρση αδικαιολόγητων περιορισμών στη λειτουργία των αγορών, στη διασφάλιση συνθηκών ανταγωνισμού και στην αντιμετώπιση εγγενών αδυναμιών. Η παρούσα έκθεση επικεντρώθηκε στην αξιολόγηση της πορείας υλοποίησης επιλεγμένων μεταρρυθμίσεων στον τομέα της επεξεργασίας τροφίμων (αρτοποιεία και πρατήρια άρτου), στον τομέα του λιανικού εμπορίου (προσφορές και εκπτώσεις, εμπορία βρεφικού γάλακτος, εμπορία συμπληρωμάτων διατροφής και βιταμινών) και στον τομέα των οικοδομικών υλικών (διακίνηση τσιμέντου). Παράλληλα διερευνήθηκαν οι επιπτώσεις των υπό εξέταση νομοθετικών παρεμβάσεων σε βασικά οικονομικά μεγέθη όπως οι τιμές, η απασχόληση και ο αριθμός νεοεισερχόμενων επιχειρήσεων στην αγορά.

Ευχαριστούμε θερμά τα στελέχη του Υπουργείου Οικονομίας και Ανάπτυξης, της Ευρωπαϊκής Ένωσης, του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου, της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, του Ευρωπαϊκού Μηχανισμού Σταθερότητας και του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης για τη συμβολή τους στην ολοκλήρωση του έργου της μελετητικής ομάδας. Ευχαριστούμε, επίσης, το προσωπικό της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής, του Παρατηρητηρίου Τιμών της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου, της Διεύθυνσης Υποστήριξης Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών της Γενικής Γραμματείας Δημοσίων Εσόδων, της Διεύθυνσης Δημόσιας Υγείας και Ποιότητας Ζωής του Υπουργείου Υγείας και της Διεύθυνσης Αξιολόγησης Προϊόντων του Εθνικού Οργανισμού Φαρμάκων για την παροχή πληροφόρησης και στατιστικών στοιχείων. Ευχαριστίες εκφράζονται στα στελέχη της Επιτροπής Ανταγωνισμού καθώς και των Επιτροπών Ανταγωνισμού άλ-

λων κρατών μελών της Ε.Ε. για την παροχή χρήσιμων πληροφοριακών στοιχείων. Ευχαριστίες εκφράζονται, επίσης, στον Πρόεδρο και τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου της Ομοσπονδίας Αρτοποιιών Ελλάδος και του American Hellenic Chamber of Commerce, στα στελέχη του Ινστιτούτου Εμπορίου και Υπηρεσιών της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ελληνικού Εμπορίου (ΙΝΕΜΥ-ΕΣΕΕ), της βιομηχανίας τσιμέντου και των κατασκευαστικών εταιρειών για την παροχή πληροφόρησης και στοιχείων καθώς και σε όλους τους ανώνυμους επαγγελματίες που συμμετείχαν στην έρευνα αγοράς. Επίσης, ευχαριστούμε τη φιλόλογο κ. Ελένη Σουλτανάκη για την επιμέλεια του κειμένου της έκδοσης και την υπεύθυνη εκδόσεων του ΚΕΠΕ κ. Σταυρούλα Δαφνιά. Τέλος, ευχαριστούμε θερμά τους κριτές για τα εποικοδομητικά σχόλια και παρατηρήσεις που συνέβαλαν ουσιαστικά στη βελτίωση της έκθεσης.

Την ευθύνη για τυχόν λάθη ή παραλείψεις έχουν αποκλειστικά οι συγγραφείς.

Οι συντονίστριες της Μελετητικής Ομάδας
ΡΩΞΑΝΗ ΚΑΡΑΓΙΑΝΝΗ
ΑΓΑΠΗ ΚΩΤΣΗ

Δεκέμβριος 2017

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|-------------------------|----|
| ΣΥΝΟΨΗ | 19 |
| EXECUTIVE SUMMARY | 29 |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ | 37 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ- ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΠΕΛΕΥΘΕΡΩΣΗ ΤΩΝ ΑΓΟΡΩΝ- ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

| | |
|--|----|
| 1.1. Συνθήκες ανταγωνισμού και επιδράσεις των μεταρρυθμίσεων | 43 |
| 1.2. Μεθοδολογία..... | 48 |
| 1.2.1. Αξιολόγηση των συνθηκών ανταγωνισμού βάσει του Οδηγού του ΟΟΣΑ | 50 |
| 1.2.2. Αποτίμηση των επιπτώσεων στον αριθμό των επιχειρήσεων και την απασχόληση | 52 |
| 1.2.3. Προσδιορισμός των επιπτώσεων στις τιμές | 54 |
| Βιβλιογραφία | 60 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ΑΡΤΟΠΟΙΕΙΑ ΚΑΙ ΠΡΑΤΗΡΙΑ ΑΡΤΟΥ

| | |
|--|-----|
| 2.1. Γενικά | 63 |
| 2.2. Επισκόπηση θεσμικού πλαισίου | 64 |
| 2.3. Εξελίξεις βασικών μεγεθών | 68 |
| 2.4. Αξιολόγηση των συνθηκών ανταγωνισμού βάσει του Οδηγού του ΟΟΣΑ | 73 |
| 2.5. Επιπτώσεις στον αριθμό των επιχειρήσεων | 85 |
| 2.6. Επιπτώσεις στον αριθμό των απασχολουμένων | 91 |
| 2.7. Επιπτώσεις στις τιμές | 93 |
| 2.8. Διαπιστώσεις - Συμπεράσματα | 101 |
| Βιβλιογραφία | 105 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3
ΕΜΠΟΡΙΑ ΒΡΕΦΙΚΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ
ΠΡΩΤΗΣ ΚΑΙ ΔΕΥΤΕΡΗΣ ΒΡΕΦΙΚΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ

| | |
|--|-----|
| 3.1. Γενικά | 106 |
| 3.2. Επισκόπηση θεσμικού πλαισίου | 107 |
| 3.3. Εξελίξεις βασικών μεγεθών | 112 |
| 3.4. Αξιολόγηση των συνθηκών ανταγωνισμού βάσει του Οδηγού του ΟΟΣΑ | 120 |
| 3.5. Επιπτώσεις στις τιμές | 125 |
| 3.6. Διαπιστώσεις - Συμπεράσματα | 146 |
| Βιβλιογραφία | 150 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4
ΕΜΠΟΡΙΑ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΙ ΒΙΤΑΜΙΝΩΝ

| | |
|--|-----|
| 4.1. Γενικά | 151 |
| 4.2. Επισκόπηση θεσμικού πλαισίου | 152 |
| 4.3. Εξελίξεις βασικών μεγεθών | 159 |
| 4.4. Αξιολόγηση των συνθηκών ανταγωνισμού βάσει του Οδηγού του ΟΟΣΑ | 169 |
| 4.5. Επιπτώσεις στις τιμές | 176 |
| 4.6. Διαπιστώσεις - Συμπεράσματα | 184 |
| Βιβλιογραφία | 186 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5
ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ

| | |
|--|-----|
| 5.1. Γενικά | 187 |
| 5.2. Επισκόπηση θεσμικού πλαισίου | 189 |
| 5.3. Εξελίξεις βασικών μεγεθών | 196 |
| 5.4. Αξιολόγηση των συνθηκών ανταγωνισμού βάσει του Οδηγού του ΟΟΣΑ | 216 |
| 5.5. Επιπτώσεις στον αριθμό των απασχολούμενων | 231 |
| 5.6. Επιπτώσεις στις τιμές, στον κύκλο εργασιών και στον όγκο πωλήσεων των εμπορικών επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου | 235 |

| | |
|--|-----|
| 5.7. Διαπιστώσεις - Συμπεράσματα | 245 |
| Βιβλιογραφία | 247 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6
ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΤΣΙΜΕΝΤΟΥ

| | |
|--|-----|
| 6.1. Γενικά | 249 |
| 6.2. Επισκόπηση θεσμικού πλαισίου | 250 |
| 6.3. Εξελίξεις βασικών μεγεθών | 255 |
| 6.4. Αξιολόγηση των συνθηκών ανταγωνισμού βάσει του Οδηγού του ΟΟΣΑ | 263 |
| 6.5. Επιπτώσεις στον αριθμό των επιχειρήσεων | 270 |
| 6.6. Επιπτώσεις στην απασχόληση | 273 |
| 6.7. Επιπτώσεις στις τιμές εισροών-εκροών | 275 |
| 6.8. Διαπιστώσεις - Συμπεράσματα | 278 |
| Βιβλιογραφία | 280 |
| ΕΠΙΛΟΓΟΣ..... | 281 |

ΣΥΝΟΨΗ

Στην παρούσα έκθεση αξιολογείται η διαδικασία θεσμοθέτησης και εφαρμογής συγκεκριμένων διαρθρωτικών παρεμβάσεων που αφορούν στον ανταγωνισμό, οι αλλαγές που προέκυψαν στον τρόπο λειτουργίας των επιμέρους αγορών και, στον βαθμό που είναι εφικτό, αποτιμώνται οι επιπτώσεις σε βασικά οικονομικά μεγέθη (τιμές, απασχόληση, νεοεισερχόμενοι). Οι νομοθετικές παρεμβάσεις που εξετάζονται αποτέλεσαν μέρος των μεταρρυθμιστικών προγραμμάτων της χώρας και δεσμεύσεις στο πλαίσιο των Μνημονίων Συνεργασίας. Πραγματοποιήθηκαν, ως επί το πλείστον, κατόπιν συστάσεων του ΟΟΣΑ, και αφορούν στους κλάδους της επεξεργασίας τροφίμων (αρτοποιεία και πρατήρια άρτου), του λιανικού εμπορίου (εμπορία βρεφικού γάλακτος, εμπορία συμπληρωμάτων διατροφής και βιταμινών, προσφορές και εκπτώσεις) και των οικοδομικών υλικών (διακίνηση τσιμέντου).

Η έκθεση διαρθρώνεται σε πέντε αυτοτελείς μελέτες περίπτωσης (case studies), μία για καθεμία από τις υπό εξέταση οικονομικές δραστηριότητες. Η επιλογή τους στηρίχθηκε σε κριτήρια όπως η σημασία των προϊόντων για τον καταναλωτή ή για συγκεκριμένες πληθυσμιακές ομάδες και για επιμέρους επιχειρηματικές δραστηριότητες, η συνεισφορά τους στη διαμόρφωση των καταναλωτικών δαπανών και του γενικού επιπέδου τιμών, καθώς και οι πιθανές επιδράσεις τους στην απασχόληση, στον αριθμό των νεοεισερχόμενων επιχειρήσεων και στην οικονομική δραστηριότητα.

Η μεθοδολογία που υιοθετήθηκε διακρίνεται σε τέσσερα στάδια: την επισκόπηση του θεσμικού πλαισίου πριν και μετά την ψήφιση των σχετικών νομοθετικών ρυθμίσεων, την αποτίμηση των νομοθετικών ρυθμίσεων με τη χρήση του Οδηγού αξιολόγησης (toolkit) του ΟΟΣΑ, την κατάρτιση πινάκων που αποτυπώνουν τις προϋπάρχουσες ρυθμίσεις, καθώς και τις μεταβολές που επήλθαν από τις νομοθετικές παρεμβάσεις και την αποτίμηση των επιπτώσεων σε σχέση με την είσοδο και έξοδο επιχειρήσεων από τον κλάδο, τη

δημιουργία ή απώλεια θέσεων απασχόλησης και τις τιμές των σχετικών προϊόντων. Όσον αφορά στον προσδιορισμό των επιδράσεων χρησιμοποιήθηκαν διαφορετικές μεθοδολογικές προσεγγίσεις, οι οποίες επιλέχθηκαν με γνώμονα τις διαφορετικού τύπου παρεμβάσεις που αξιολογήθηκαν, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των επιμέρους εξεταζόμενων αγορών καθώς και τη διαθεσιμότητα των στατιστικών στοιχείων και πληροφοριών.

Τα κύρια συμπεράσματα και οι διαπιστώσεις της έκθεσης συνοψίζονται ως εξής:

Αρτοποιεία και πρατήρια άρτου

Το θεσμικό πλαίσιο που όριζε ο Νόμος-Πλαίσιο 3526/2007 αναφορικά με την παραγωγή και διάθεση προϊόντων αρτοποιίας τροποποιήθηκε σημαντικά κατά την περίοδο 2014-2015, σε εφαρμογή όλων των σχετικών συστάσεων της Έκθεσης του ΟΟΣΑ (συστάσεις 1, 2, 4, 5, 6, 8, 10, 11, 12, 14, και 18). Συγκεκριμένα, με βάση τις θεσμικές παρεμβάσεις που υιοθετήθηκαν, επιτράπηκε η χρήση των όρων/διακριτικών τίτλων «αρτοποιός», «αρτοποιείο» και «φούρνος» και στις επιχειρήσεις *bake-off* και καταργήθηκαν μία σειρά από διατάξεις που αφορούσαν στις εξαιρέσεις για την πώληση προϊόντων αρτοποιίας από τα καταστήματα τροφίμων και ποτών, στις συγκεκριμένες κατηγορίες βάρους για τον άρτο και τα αρτοπαρασκευάσματα, στις ρυθμίσεις αναφορικά με τα αποθέματα των αρτοποιιών, στις ελάχιστες διαστάσεις για τα *bake-off* και τα πρατήρια άρτου, στις μεταβατικές διατάξεις σύμφωνα με τις οποίες εξαιρούνταν από τις διατάξεις του Ν. 3526/2007 οι επιχειρήσεις που λειτουργούσαν νόμιμα κατά τη δημοσίευσή του, στην υποχρεωτική εισφορά υπέρ του Ταμείου Επικουρικής Ασφάλισης Αρτοποιιών, καθώς και στην προβλεπόμενη κατώτατη ελάχιστη δυναμικότητα για την ίδρυση αρτοποιείου στις μεγάλες πόλεις. Από την ανάλυση του νομοθετικού πλαισίου με βάση τον Οδηγό αξιολόγησης συνθηκών ανταγωνισμού του ΟΟΣΑ, η πλειονότητα των συγκεκριμένων μεταρρυθμίσεων φαίνεται να παρουσιάζει δυνητικά οφέλη για τον ανταγωνισμό. Ωστόσο εντοπίζονται δύο περιπτώσεις στις οποίες οι ρυθμίσεις που υιοθετήθηκαν συνεπάγονταν κάποια προβλήματα: η πρώτη περίπτωση αφορά στη χρήση των όρων/διακριτικών τίτλων «αρτοποιός», «αρτοποιείο» και «φούρνος» από τις επιχειρήσεις *bake-*

off, και η δεύτερη περίπτωση αφορά στην προσαρμογή παλαιότερων αρτοποιειών στις ρυθμίσεις του Ν. 3526/2007.

Αναφορικά με τις πιθανές επιπτώσεις των νομοθετικών ρυθμίσεων στον αριθμό των επιχειρήσεων, τα μέχρι στιγμής διαθέσιμα στοιχεία από τις Στατιστικές Διάρθρωσης Επιχειρήσεων και την ΓΓΠΣ δεν οδηγούν σε ασφαλή συμπεράσματα. Σε σχέση με τις πιθανές επιδράσεις των ρυθμίσεων στην απασχόληση, τα στοιχεία της Έρευνας Εργατικού Δυναμικού για τον κλάδο της παραγωγής προϊόντων αρτοποιίας και αλευρωδών προϊόντων καταδεικνύουν ταχεία άνοδο της απασχόλησης κατά την περίοδο μετά την εφαρμογή των νομοθετικών ρυθμίσεων, και, επομένως, παραπέμπουν σε μία πιθανή θετική επίδραση των νομοθετικών ρυθμίσεων στην απασχόληση. Ωστόσο, βέβαιο συμπέρασμα για μία τέτοια επίδραση δεν μπορεί να προκύψει με βάση τα συγκεκριμένα στοιχεία, διότι η θετική μεταστροφή της απασχόλησης στον κλάδο φαίνεται να ξεκίνησε περίπου ένα έτος πριν την εφαρμογή των νομοθετικών ρυθμίσεων. Αναφορικά με τις τιμές, οι επιδράσεις των αυξήσεων του ΦΠΑ και των εξελίξεων στις τιμές του σίτου στις τιμές του άρτου και των άλλων προϊόντων αρτοποιίας, σε συνδυασμό με τις γενικότερες αρνητικές πιέσεις που άσκησε η κρίση στον ΔΤΚ, δυσχεραίνουν σημαντικά τον διαχωρισμό των επιπτώσεων εκείνων που θα μπορούσαν να αποδοθούν στις νομοθετικές ρυθμίσεις. Για την αντιμετώπιση του προβλήματος αυτού, στην εργασία έγινε χρήση μίας παραλλαγής της μεθοδολογίας μετατόπισης κατανομής (shift-share), με βάση την οποία συγκρίθηκε η πραγματική εξέλιξη (actual evolution) της τιμής του άρτου μετά τις νομοθετικές ρυθμίσεις, με ένα αντιπαράδειγμα (counterfactual evolution), το οποίο αντικατοπτρίζει την εξέλιξη που θα προέκυπτε αν η τιμή του άρτου ακολουθούσε τον ρυθμό μεταβολής της τιμής ενός συναφούς προϊόντος (ζυμαρικά). Η ανάλυση αυτή παρείχε ενδείξεις μίας θετικής επίδρασης των νομοθετικών ρυθμίσεων, υπό την έννοια της συγκράτησης της τιμής του ψωμιού.

Εμπορία βρεφικού γάλακτος

Η αγορά του βρεφικού γάλακτος ρυθμίζεται από ένα πλαίσιο κανόνων εθνικού και ενωσιακού δικαίου, οι οποίοι έχουν ως στόχο την εξασφάλιση της μέγιστης προστασίας της υγείας των βρεφών

καθώς και την προστασία και προαγωγή της αξίας του μητρικού θηλασμού. Το εθνικό δίκαιο εναρμονίζεται με το ενωσιακό, το οποίο εστιάζει στη θέσπιση αυστηρών προϋποθέσεων αναφορικά με τη σύνθεση των προϊόντων μέσω κριτηρίων, τον έλεγχο της καταλληλότητας του παρασκευάσματος, της κυκλοφορίας, της επισήμανσης, της διαφήμισης, καθώς και της πληροφόρησης των καταναλωτών. Αρμόδια αρχή για τη διαδικασία γνωστοποίησης και τον έλεγχο είναι ο ΕΟΦ. Μέχρι το 2012 το εθνικό δίκαιο καθόριζε την αποκλειστική διάθεση των παρασκευασμάτων για βρέφη από τα φαρμακεία, στοχεύοντας στην καθοδήγηση του καταναλωτή από τον φαρμακοποιό για την ορθή επιλογή των προϊόντων, αλλά και την προστασία της υγείας των βρεφών. Με την υπουργική απόφαση Υ1/ΓΠ.οικ. 236/2012, η διάθεση των παρασκευασμάτων για βρέφη απελευθερώθηκε. Τα σχετικά προϊόντα διατίθενται από τα φαρμακεία, τα ηλεκτρονικά φαρμακεία και από τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης.

Η απελευθέρωση του δικτύου διάθεσης θα μπορούσε να συμβάλει στη βελτίωση του ανταγωνισμού, κυρίως σε επίπεδο τιμών, με αντίστοιχη ωφέλεια των καταναλωτών. Για την εκτίμηση των επιπτώσεων από την εφαρμογή της μεταρρύθμισης στη λιανική τιμή του γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας διεξήχθη έρευνα αγοράς για ένα δείγμα 98 προϊόντων πρώτης και δεύτερης βρεφικής ηλικίας και ειδικού εξειδικευμένου βρεφικού γάλακτος, ενώ συμπληρωματικά αξιοποιήθηκαν μηνιαία στοιχεία του Δείκτη Τιμών Καταναλωτή, του Παρατηρητηρίου Τιμών της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου και ετήσια στοιχεία της Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών.

Μετά την εφαρμογή της νομοθετικής ρύθμισης, οι καταναλωτές μπορούν να προμηθεύονται γάλα πρώτης βρεφικής ηλικίας από τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης, σε ελαφρά χαμηλότερες τιμές συγκριτικά με τα φαρμακεία και τα ηλεκτρονικά φαρμακεία. Οι επιλογές, όμως, των καταναλωτών περιορίζονται σε μικρό αριθμό προϊόντων συγκριτικά με την πληθώρα των σκευασμάτων που κυκλοφορούν στην αγορά του βρεφικού γάλακτος. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε έναν συνδυασμό παραγόντων εκτός της απελευθέρωσης του δικτύου διάθεσης. Πρώτον, η μείωση των γεννήσεων είχε ως αποτέλεσμα τη μείωση στην αξία και τον όγκο των πωλήσεων του βρεφικού γάλακτος. Δεύτερον, η μέση μηνιαία

δαπάνη των νοικοκυριών για βρεφικό γάλα αυξήθηκε, σε αντίθεση με τις παιδικές τροφές, υποδηλώνοντας ότι η ζήτηση του βρεφικού γάλακτος παραμένει ανελαστική κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης. Τρίτον, τα φαρμακεία συνεχίζουν να αποτελούν το κύριο δίκτυο διάθεσης των παρασκευασμάτων μετά την εφαρμογή της μεταρρύθμισης συγκριτικά με τα καταστήματα τροφίμων. Αυτό οφείλεται στην επιλογή ορισμένων εταιρειών να διατηρήσουν τα φαρμακεία ως αποκλειστικό δίκτυο διάθεσης των προϊόντων τους, θεωρώντας ότι ο φαρμακοποιός αποτελεί τον καταλληλότερο επαγγελματία για την προώθηση ενός προϊόντος σημαντικού για την υγεία των βρεφών. Μόνο τέσσερις από τις δεκαπέντε εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην εγχώρια αγορά διαθέτουν προϊόντα βρεφικού γάλακτος στα καταστήματα τροφίμων. Οι εταιρείες αυτές συνεργάζονταν ήδη με τα καταστήματα τροφίμων μέσω της διάθεσης άλλων προϊόντων, συμπεριλαμβανομένων και των παιδικών τροφών. Τέταρτον, οι τιμές του βρεφικού γάλακτος που διατίθενται από τα φαρμακεία παρουσιάζουν αύξηση συγκριτικά με το 2010, η οποία μπορεί να οφείλεται εν μέρει στις αυξήσεις του ΦΠΑ.

Εμπορία συμπληρωμάτων διατροφής και βιταμινών

Η εμπορία των συμπληρωμάτων διατροφής διέπεται από μία σειρά εθνικών και διεθνών νόμων ή/και κανόνων, που αποσκοπούν στην προστασία της υγείας του καταναλωτή και στη διασφάλιση της ποιότητας των συγκεκριμένων παρασκευασμάτων. Το εθνικό δίκαιο εναρμονίζεται με το ενωσιακό ως προς τη σύνθεση, την ονομασία του προϊόντος, την επισήμανση, την παρουσίαση, τη διαφήμιση και τους προειδοποιητικούς ισχυρισμούς διατροφής και υγείας.

Με τη θέσπιση της υπουργικής απόφασης Υ.Α. ΓΠ οικ.103499/2013 και τον Ν. 4254/2014 (βασίζεται στη σύσταση 192 της έκθεσης του ΟΕCD (2014) για την ενίσχυση του ανταγωνισμού), το δίκτυο διάθεσης των συμπληρωμάτων διατροφής-βιταμινών και διαιτητικών προϊόντων απελευθερώθηκε. Τα προϊόντα μπορούν να πωλούνται από τα φαρμακεία, τα καταστήματα που πωλούν τυποποιημένα τρόφιμα καθώς και εξ αποστάσεως, σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις.

Η άρση της αποκλειστικής διάθεσης των παρασκευασμάτων από τα φαρμακεία θα μπορούσε να συμβάλει στην ενίσχυση του

ανταγωνισμού μεταξύ των προμηθευτών με ανάλογα οφέλη για τον καταναλωτή ως προς τις δυνατότητες επιλογής με ανταγωνιστικότερες τιμές. Η εκτίμηση των επιπτώσεων από την εφαρμογή της μεταρρύθμισης στη λιανική τιμή των συμπληρωμάτων διατροφής-βιταμινών βασίζεται σε έρευνα αγοράς σε καταστήματα τροφίμων, φαρμακεία και ηλεκτρονικά φαρμακεία για ένα δείγμα 38 συμπληρωμάτων διατροφής-διαιτητικών προϊόντων και 17 βιταμινών.

Η έρευνα αγοράς κατέδειξε ότι, μετά την εφαρμογή της μεταρρύθμισης, τα περισσότερα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης δεν έχουν εντάξει στον κατάλογο των προϊόντων τους τα συμπληρώματα διατροφής-βιταμίνες και τα διαιτητικά προϊόντα. Σε μικρό αριθμό καταστημάτων τροφίμων η επιλογή των καταναλωτών περιορίζεται σε μία μόνο επώνυμη εταιρεία εισαγωγής σχετικών παρασκευασμάτων, η οποία καλύπτει όμως όλο το εύρος τωνσκευασμάτων. Σε καταστήματα συναφούς εμπορικής δραστηριότητας, όπως εμπορίας ειδών ομορφιάς ή καλλυντικών, οι καταναλωτές μπορούν να επιλέξουν μεταξύ 2-3 επώνυμων προϊόντων. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τα φαρμακεία να συνεχίζουν να αποτελούν το κύριο δίκτυο διάθεσης των συμπληρωμάτων διατροφής και μετά την εφαρμογή της μεταρρύθμισης, εφόσον οι εταιρείες διανομής των σχετικών παρασκευασμάτων θεωρούν ότι οι φαρμακοποιοί είναι οι καταλληλότεροι για να συμβουλέψουν τους καταναλωτές σχετικά με την καταλληλότητα των προϊόντων.

Σε ό,τι αφορά στα οφέλη των καταναλωτών, αυτοί μπορούν να προμηθεύονται τα συμπληρώματα διατροφής από τα καταστήματα τροφίμων σε χαμηλότερες τιμές συγκριτικά με τα φαρμακεία και τα ηλεκτρονικά φαρμακεία, όμως η επιλογή τους είναι περιορισμένη και συνήθως οι ανάγκες τους δεν ικανοποιούνται από το κατάστημα τροφίμων της γειτονιάς τους. Σε ό,τι αφορά στις βιταμίνες, οι καταναλωτές μπορούν να τις προμηθεύονται σε χαμηλότερες τιμές μέσω των ηλεκτρονικών φαρμακείων.

Οι τιμές των συμπληρωμάτων διατροφής και των διαιτητικών προϊόντων μειώθηκαν συγκριτικά με το 2010, ενώ των βιταμινών αυξήθηκαν. Το μέγεθος των τιμών των σχετικών παρασκευασμάτων επηρεάζεται και από άλλους παράγοντες, εκτός από την απελευθέρωση του δικτύου διάθεσης, που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη. Πρώτον, η ένταξη των σχετικώνσκευασμάτων στο καθημερινό διαι-

τολόγιο των καταναλωτών είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση στον όγκο των πωλήσεων τα τελευταία χρόνια. Δεύτερον, η έντονη διαφήμιση, η συνεχής εξειδίκευση των σκευασμάτων και ο εμπλουτισμός της σύνθεσής τους συμβάλλει θετικά στην προσέλκυση νέων καταναλωτών. Τρίτον, οι αυξήσεις στον συντελεστή του ΦΠΑ μπορεί να επηρέασαν το ύψος της λιανικής τιμής πώλησης των προϊόντων.

Προσφορές και εκπτώσεις

Στην προσπάθεια αύξησης της αποτελεσματικότητας της ελληνικής οικονομίας ο κλάδος του λιανικού εμπορίου, που απασχολεί πάνω από 13% του συνόλου των απασχολούμενων το δεύτερο τρίμηνο του 2015 και είχε προστιθέμενη αξία περίπου 3% του ΑΕΠ το 2014, δεν θα μπορούσε να μείνει εκτός του σχεδιασμού παρεμβάσεων. Στην έκθεση του ΟΟΣΑ το 2014 διατυπώθηκαν συνολικά εννέα συστάσεις, οι οποίες αφορούν στο πεδίο των εκπτώσεων και προσφορών και στοχεύουν στην αύξηση του ανταγωνισμού και τη μείωση των τιμών προς όφελος των καταναλωτών και της οικονομίας γενικά. Στόχος της παρούσας έκθεσης είναι να αξιολογήσει τον βαθμό συμμόρφωσης των θεσμικών παρεμβάσεων με τις συστάσεις του ΟΟΣΑ χρησιμοποιώντας τη σχετική εργαλειοθήκη και να αξιολογήσει τις επιπτώσεις τους σε μια σειρά από μεταβλητές κλειδιά στον χώρο του λιανικού εμπορίου, όπως είναι η απασχόληση, οι τιμές, ο κύκλος εργασιών, και ο όγκος του λιανικού εμπορίου. Προκειμένου να το πετύχει αυτό, αξιοποιεί τις διαθέσιμες, για επιλεγμένους κλάδους του λιανικού εμπορίου, πηγές στοιχείων από την ΕΛΣΤΑΤ (Έρευνα Διάρθρωσης των Επιχειρήσεων, Έρευνα Εργατικού Δυναμικού, Δείκτη Τιμών Καταναλωτή, Δείκτη Κύκλου Εργασιών και Δείκτη Όγκου) ή άλλες πηγές (ΙΚΑ, ΕΣΣΕ) και χρησιμοποιεί οικονομετρικές μεθόδους με στόχο την απομόνωση των επιδράσεων των επιμέρους μεταβλητών ενδιαφέροντος, όπως είναι ψευδομεταβλητές για τα έτη, τον μήνα ή το τρίμηνο (ανάλογα με τη διαθεσιμότητα των στοιχείων).

Το θεσμικό πλαίσιο, μετά τις νομοθετικές παρεμβάσεις των τελευταίων ετών, αξιολογείται ως επαρκώς απελευθερωμένο. Από το σύνολο των εννέα συστάσεων του ΟΟΣΑ οι έξι υιοθετήθηκαν πλήρως, οι δύο τροποποιήθηκαν στο πνεύμα των συστάσεων και μόνο

μία σύσταση δεν υιοθετήθηκε. Οι εναπομείναντες περιορισμοί πιθανόν να επιφέρουν κόστος για τις επιχειρήσεις (π.χ. πώληση και μεμονωμένου προϊόντος, όταν πωλείται σε πολυσυσκευασία), αλλά συνολικά η έκταση και ένταση των περιορισμών μειώθηκε αισθητά τα τελευταία δύο έτη και, συγκεκριμένα, από την ψήφιση του Ν. 4254/2014 και τη θεσμοθέτηση του Κώδικα Δεοντολογίας (Υ.Α. 56885/2014). Επιπρόσθετα, θα ήταν σκόπιμο περαιτέρω παρεμβάσεις, όπως π.χ. η πλήρης απελευθέρωση των εκπτώσεων, να στηριχτούν σε προσεκτική εκτίμηση των επιπτώσεων, ώστε να είναι απολύτως σαφής η χρησιμότητα και η σκοπιμότητά τους.

Αναφορικά με τις επιπτώσεις των θεσμικών αλλαγών σε επιλεγμένα μεγέθη της αγοράς, διαπιστώθηκαν τα εξής. Οι επιπτώσεις στην απασχόληση στο λιανικό εμπόριο είναι σχεδόν ανύπαρκτες, ενώ στους υποκλάδους που καταγράφεται κάποια επίδραση, αυτή είναι αρνητική. Επιπλέον, οι θεσμικές αλλαγές φαίνεται πως άσκησαν καθοδικές πιέσεις στις τιμές των προϊόντων που εξετάστηκαν (επιλέχθηκαν με γνώμονα την υψηλότερη διακύμανση των τιμών στη διάρκεια του έτους) και, μάλιστα, καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και όχι μόνο τους μήνες των εκπτώσεων. Αυτό σημαίνει ότι οι καταναλωτές μάλλον επωφελήθηκαν. Από την άλλη πλευρά, οι ενδιάμεσες εκπτώσεις είχαν παρόμοια, αλλά ασθενέστερη επίδραση στις τιμές.

Περαιτέρω, οι θεσμικές αλλαγές φαίνεται να έχουν θετική επίπτωση στον κύκλο εργασιών στο λιανικό εμπόριο, όμως δεν ισχύει το ίδιο για τους μήνες των τακτικών εκπτώσεων. Εξαίρεση αποτελεί ο Αύγουστος, ο οποίος συνοδεύεται από μειωμένο κύκλο εργασιών, ειδικά όταν λαμβάνονται υπόψη οι θεσμικές αλλαγές, και ο Ιανουάριος, ο οποίος έχει στατιστικά σημαντική και θετική επίπτωση στον κύκλο εργασιών, μόνο όμως την περίοδο μετά τις θεσμικές αλλαγές. Τέλος, οι τελευταίες φαίνεται να ενίσχυσαν τον όγκο πωλήσεων στο λιανικό εμπόριο, όμως αυτό δεν σημαίνει ότι λειτούργησαν προς όφελος των εμπόρων απαραίτητα. Από την άλλη πλευρά, μόνο οι χειμερινοί μήνες εκπτώσεων συμβάλλουν στην αύξηση του όγκου πωλήσεων, ενώ οι θεσμικές αλλαγές δεν μετέβαλαν την επίδρασή τους.

Το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετώπισε η έκθεση σχετίζεται με την έλλειψη επαρκών στοιχείων. Ειδικά στο πεδίο του αριθμού των επιχειρήσεων, τα τελευταία στοιχεία από την Έρευνα Διάρ-

θρωσης Επιχειρήσεων της ΕΛΣΤΑΤ είναι διαθέσιμα ως το 2013. Επομένως, υπάρχει ανάγκη τουλάχιστον ταχύτερης επεξεργασίας των σχετικών δεδομένων. Τέλος, συστήνεται τα αποτελέσματα της έκθεσης να αντιμετωπιστούν με επιφυλακτικότητα, δεδομένης της έλλειψης ικανοποιητικών δεδομένων για τη διενέργεια επαρκούς ανάλυσης και του μικρού χρονικού διαστήματος που μεσολαβεί από την υλοποίηση των παρεμβάσεων.

Διακίνηση τσιμέντου

Το θεσμικό πλαίσιο που ρύθμιζε τη διακίνηση τσιμέντου, χύδην και σφραγισμένου σε μεγασάκους (big bags), τροποποιήθηκε σημαντικά με την υιοθέτηση όλων των σχετικών συστάσεων της Έκθεσης του ΟΟΣΑ (συστάσεις 1, 2, 3, 4, 5 και 40) που αφορούν στην άρση των εμποδίων στον ανταγωνισμό στον τομέα της διακίνησης τσιμέντου. Συγκεκριμένα με τον Ν. 4254/2014 (ΦΕΚ Α' 85) καταργήθηκε η απαίτηση για κέντρο διανομής στις περιπτώσεις που: (α) η διακίνηση χύδην τσιμέντου γίνεται μέσω σφραγισμένων μεταφορικών μέσων, προέρχονται από κράτος-μέλος της Ε.Ε. ανεξάρτητα από τον διακινητή και προορίζονται για ίδια χρήση, και (β) η διακίνηση γίνεται με μεγασάκους (big bags), στις περιπτώσεις που οι μεγάσακοι είναι σφραγισμένοι, είναι για ίδια χρήση ή για εμπορικούς σκοπούς, χωρίς να αποσυσκευάζονται και επανασυσκευάζονται. Επιπλέον, δεν έγινε καμία αλλαγή στη χωρητικότητα των κέντρων διανομής, ενώ καταργήθηκε η επιβολή του τέλους 2% επί της τιμής πώλησης του τσιμέντου υπέρ του επικουρικού ταμείου ασφάλισης του προσωπικού εταιρειών τσιμέντου. Η κατάργηση της απαίτησης για διακίνηση μέσω κέντρων διανομής στις προαναφερθείσες περιπτώσεις δυνητικά καθιστά τον ανταγωνισμό αποδοτικότερο, τόσο σε επίπεδο εισόδου επιχειρήσεων στην αγορά όσο και σε επίπεδο τιμών, με αντίστοιχη ωφέλεια των τελικών χρηστών. Επίσης, η κατάργηση του τέλους αναμένεται να μειώσει τόσο την τιμή διάθεσης του τσιμέντου, όσο και το κόστος των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν το τσιμέντο ως πρώτη ύλη. Επιπλέον, παύουν οι τελικοί χρήστες να επιδοτούν το επικουρικό ασφαλιστικό ταμείο του προσωπικού των εταιρειών τσιμέντου.

Δεδομένου ότι η χώρα διέρχεται μια σημαντική οικονομική κρίση από το 2010, με σημαντικές επιπτώσεις στην οικονομική δρα-

στηριότητα (25% μείωση του ΑΕΠ) και πολύ μεγάλη μείωση της κατασκευαστικής δραστηριότητας (περισσότερο από 75%) και, αντίστοιχα, της παραγωγής τσιμέντου (κατά 70% περίπου), είναι ιδιαίτερα δύσκολο να αξιολογηθούν οι επιπτώσεις της μεταρρύθμισης στη διακίνηση του τσιμέντου και να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα. Από τα μέχρι στιγμής διαθέσιμα στοιχεία από την ΓΓΠΣ για την έναρξη δραστηριότητας και το πλήθος των δραστηριοποιούμενων στους σχετικούς Κωδικούς Αριθμούς Δραστηριότητας (Κ.Α.Δ.) διαφαίνεται ότι η μεταρρύθμιση δεν έδωσε τα αναμενόμενα αποτελέσματα, που ήταν η αναθέρμανση του κλάδου και η είσοδος νέων δραστηριοποιούμενων, αλλά επικράτησε η γενική τάση μείωσης του αριθμού των δραστηριοποιούμενων και επιχειρήσεων, λόγω της σημαντικής κρίσης της κατασκευαστικής αγοράς. Όσον αφορά στην απασχόληση στον κλάδο του τσιμέντου, τα στοιχεία από την Έρευνα Εργατικού Δυναμικού δείχνουν ότι η μείωση των απασχολούμενων δεν μπορεί να αποδοθεί στη μεταρρύθμιση, καθώς φαίνεται να είναι αποτέλεσμα της γενικότερης οικονομικής κρίσης. Αναφορικά με την επίπτωση της νομοθετικής ρύθμισης στις τιμές, τόσο ο δείκτης εισροών όσο και ο δείκτης εκροών των κατασκευών δείχνουν ότι οι τιμές συνεχίζουν την πτωτική τάση των ετών της κρίσης, με μειούμενο όμως ρυθμό. Αυτό δίνει μια ένδειξη ότι η εν λόγω μεταρρύθμιση δεν έχει επιδράσει στη διαμόρφωση των τιμών, όπως αναμενόταν.

EXECUTIVE SUMMARY

ASSESSMENT OF SELECTED STRUCTURAL REFORMS REGARDING COMPETITION AND THEIR ECONOMIC IMPACT

The present report evaluates the process of enactment and implementation of specific structural reforms relating to competition, examines the resulting changes in the operation of the relevant markets, and assesses, to the extent possible, the effects on key economic aggregates (prices, employment, new entries). The legislative interventions considered in the study were part of Greece's reform programme and represented commitments of the country in the framework of the Memorandums of Economic and Financial Policies. The reforms were pursued, mostly, following recommendations of the OECD, and refer to the sectors of food processing (bakeries), retail trade (retail trade of baby milk, retail trade of dietary supplements and vitamins, and retail sales and offers) and building materials (distribution of cement/dispatching centres).

The report consists of five independent case studies, one for each of the economic activities examined. The selection of these activities was based on criteria such as the importance of the relevant products for consumers, specific population groups, and different business activities; their contribution to consumer expenditure and the general price level; and their potential impact on employment, economic activity and the number of entries in the market.

The methodology adopted includes four stages: the review of the legal framework before and after the adoption of the relevant legislative reforms; the assessment of the reforms by use of the OECD competition assessment toolkit; the compilation of tables recording the prior status of regulations as well as the changes resulting from the legislative reforms; and the assessment of the impact with respect to the entry and exit of businesses from the relevant sectors, the creation or loss of jobs, and the prices of the relevant products. With

respect to the impact assessment, the methodological approaches employed in the case studies varied, and were selected on the basis of the different types of reforms evaluated, the particular characteristics of the individual markets examined, as well as the availability of statistical data and information.

The main conclusions of the study are as follows:

Bakeries

The legislative framework defined by the omnibus Law 3526/2007 for bakeries was revised substantially during the period 2014-2015, to conform with recommendations 1, 2, 4, 5, 6, 8, 10, 11, 12, 14 and 18 of the OECD Competition Assessment Review. More particularly, the legislative reforms granted permission to bake-off businesses for the use of the terms/discretionary titles “baker”, “bakery”, or “oven”, and abolished a series of provisions concerning the restrictions on the sale of bread by food and beverage stores, the regulations on specified weights for bread and baked goods, the regulations concerning the stocks of bakery businesses, the regulations for the minimum dimensions of bake-off businesses and bread points of sale, certain grandfather clauses exempting old businesses from the provisions of Law 3526/2007, the compulsory levy in favour of the Bakers’ Supplementary Insurance Fund, and the regulations concerning the minimum capacity of bakeries in large cities. From the analysis of the legislative framework on the basis of the OECD competition assessment toolkit, the majority of these particular reforms appear to present potential benefits for competition. However, the analysis also identified two cases in which the provisions adopted induced problems: the first such case concerns the use of the terms/discretionary titles “baker”, “bakery”, or “oven” by bake-off businesses, and the second case refers to the adjustment of old bakers to certain provisions of Law 3526/2007, following the abolition of the relevant grandfather clauses.

With respect to the impact of the legislative reforms on the number of businesses, the data thus far available from the Structural Business Statistics and the Ministry of Finance are inconclusive. Regarding the possible effects of the reforms on employment, labour force survey data for the sector of manufacture of bakery and farina-

ceous products exhibit a rapid increase in employment during the period after the implementation of the reforms, thus pointing to a possible positive impact of the reforms on employment. However, a conclusion on such an impact cannot be safely drawn on the basis of these data, because the recovery of employment started approximately one year before the implementation of the reforms. With respect to prices, the impact on the price of bread and bakery products due to increases in the VAT and developments in wheat prices, combined with the negative pressures on the CPI due to the crisis, renders the isolation of price-effects that can be attributed to the reforms very difficult. To address this issue, the present report employs a variation of the shift-share methodology, to compare the actual evolution of the price of bread after the reforms, with a counterfactual evolution which follows the rate of change of a similar product (pasta). This analysis provided an indication of a positive impact of the reforms, in the sense of retention of the price of bread.

Retail trade of baby milk

Infant and follow-on milk formulas are products designed to satisfy the specific nutritional requirements of healthy infants (children under the age of 12 months). These products are regulated by national and EU legislation in order to ensure a high level of protection for infants' health.

The national law is harmonized with European Directives that lay down the requirements for the composition, labeling, minimum and maximum levels of ingredients, advertising and parental advisories. The National Organization of Medicines (EOF) is authorized for the notification and audit procedure. Until 2012, the exclusive supply of infant milk was through pharmacies. The supply channel of infant milk was liberalized after the implementation of ministerial decision Y1/ΓΠ.οικ.236 in 2012. After the reform, infant milk has been placed in pharmacies, on-line pharmacies and grocery retail stores.

The abolition of the exclusive supply of infant milk by pharmacies is expected to strengthen competition among suppliers with a direct positive impact on consumer welfare due to lower prices. The impact assessment on the retail price of infant milk from the implementation of the reform is based on market research for a sample of 16 infant,

16 follow-on and 66 special baby milk products in grocery retail stores, pharmacies and on-line pharmacies. Additionally, we used monthly data of the Consumer Price Index and annual data of the Family Budget Survey (ELSTAT) as an approximation of retail price and household expenditures for baby milk and baby food products and the Price Observatory database of the General Secretariat of Trade to compare the level of retail prices of follow-on milk products.

After the implementation of the reform, grocery retail stores sell infant milk at slightly lower prices relative to pharmacies and on-line pharmacies. However, consumer choice is limited to a few brand-name products compared to a large number of brand-name products provided in the baby milk market. This conclusion could be due to a combination of factors other than the supply channel liberalization. Firstly, sales of baby milk in terms of value and volume declined due to the reduction of birth rates in Greece. Secondly, the average household expenditure per month for baby milk increased, in contrast with baby food, indicating that the demand for baby milk remains inelastic during the financial crisis. Third, pharmacies still remain the key supply channel of baby milk after the implementation of the reform relative to grocery retail stores. This results from the decision of the best performing pharmaceutical companies to retain pharmacies as the exclusive supply channel for their products. Only four of the fifteen companies that operate in the domestic baby milk market distributed their products through grocery retail stores. These companies collaborated with the grocery retail network before the implementation of the reform through the provision of various products including baby food. Fourth, the retail price of infant milk products sold by pharmacies increased relative to 2010 partly due to the increased level of VAT.

Retail trade of dietary supplements and vitamins

The market of dietary supplements and vitamins is legislated by national and EU laws and/or rules in order to ensure a high level of protection for consumers' health and the high quality of products. The national legislation is harmonized with the European Directive with reference to the notification of supplements, list of ingredients, purity criteria, labeling, presentation, advertising, maximum amount

of vitamins and minerals per daily recommended dose and nutrition and health warnings.

The supply channel of dietary supplements and vitamins liberalized after the implementation of ministerial decision ΓΠ/οικ.103499/2013 and Law 4254/2014 (based on recommendation no. 192 of the OECD Competition Assessment report, 2014). After the implementation of the reform, the dietary supplements and vitamins have been supplied by pharmacies, on-line pharmacies, grocery retail hypermarkets, beauty specialist retailers and department stores.

The abolition of the exclusive supply of dietary supplements and vitamins through pharmacies is expected to strengthen competition among suppliers with a direct impact on consumer welfare due to a better combination of lower prices and more consumer choices. The impact assessment of the implementation of the reform on the retail price of dietary supplements is based on market research for a sample of 38 dietary supplements and 17 vitamin products in retail stores, pharmacies and on-line pharmacies.

The market research indicates that the majority of supermarkets do not offer dietary supplements and vitamins after the implementation of the reform. Consumer choices are limited to only one brand-name product in certain grocery retail stores and 2 or 3 brand-name products in beauty or cosmetics specialist retail stores. Thus, the pharmacies still remain the key distribution channel of dietary supplements and vitamins. The companies providing dietary supplements and vitamins believe that the pharmacists are the most appropriate professionals to support consumer choice decisions. Consumers can buy the dietary supplements from retail stores at lower prices compared to pharmacies and on-line pharmacies although their choices are limited. On the other hand, consumers can buy their vitamins from on-line pharmacies at lower prices. The retail price of dietary supplements decreased relative to 2010 while the retail price of vitamins increased. The level of retail prices is influenced by various factors other than supply channel liberalization. Firstly, the inclusion of dietary supplements and vitamins in the daily nutrition of consumers has resulted in the rise in sales volume. Secondly, the systematic advertisement of dietary supplements and vitamins, and the continuous improvement and specialization of products have

operated positively to the direction of new clients. Thirdly, the rise in the value of VAT could influence the level of retail prices.

Sales and offers

In order to increase the efficiency of the Greek economy, retail trade, which employed more than 13% of the total employed in the second quarter of 2015 and had an added value of approximately 3% of GDP in 2014, could not have been neglected. In 2014, an OECD report suggested nine interventions regarding retail trade and, in particular, sales and promotions aiming at increasing competition and reducing prices to benefit consumers and the economy in general. The current study attempts to evaluate the degree of compliance of institutional interventions with the OECD's recommendations and to further assess their impact on a number of key variables in the field of retail trade, such as employment, prices, turnover and retail trade volume. In order to achieve this, the report relies on limited available data for selected retail trade sub-industries that come from ELSTAT (Structural Businesses Survey, Labour Force Survey, Consumer Price Index, Turnover Index and Volume Index) or other sources (IKA-ETAM, ESEE) and uses econometric techniques to isolate the effect of specific variables of interest, such as pseudo-dummies for the year, month or quarter (depending on data availability).

Following the legislative interventions of the past years, the institutional framework is considered adequately deregulated. Out of the nine OECD's recommendations, six were fully implemented, two were used as bases for reforms and only one was not adopted. The remaining restrictions probably increase the operating cost of firms (e.g. in multi-package items, the firm has to sell the single item separately as well), but all-in-all the extent and volume of those restrictions has been severely limited over the past two years and, in particular, since the implementation of Law 4254/2014 and the introduction of the Code of Contact (M.D. 56885/ 2014). Moreover, it would probably be wiser to base any additional interventions in the future, for example regarding the full deregulation of seasonal sales, on a thorough impact assessment, in order to make clear to relevant stakeholders their usefulness and necessity.

Regarding the impact of institutional interventions on selected variables of the market, the following conclusions can be drawn. First, the consequences on employment in retail trade are almost non-existent so far, while in those sub-industries where a statistically significant impact is found, this is negative. Moreover, institutional changes seem to have exerted downward pressures on the prices of products examined (which were selected based on the larger variance their prices exhibited throughout the year) and, in particular, the entire year, not just during seasonal sales. This means that consumers are probably better off. On the other hand, sales in May and November had a similar, although weaker, effect on prices.

Furthermore, institutional changes seem to have a positive impact on turnover in retail trade, but the same does not hold during seasonal sales. August is an exception as it is characterised by a lower turnover, especially when institutional changes are accounted for, together with January, which has a statistically significant and positive impact on turnover, but only after the introduction of institutional interventions. Lastly, the latter seem to have boosted the volume of sales in retail trade, thus they may have favoured merchants, under certain assumptions. On the other hand, only winter seasonal sales increase sales volume, while institutional changes did not alter their effect.

To conclude, the most important drawback of this report is the lack of adequate data. Especially with respect to the number of firms, the most recent data from the Structural Businesses Survey refer to 2013. Therefore, there is an obvious need for a quicker process of data collection. Last, but not least, it should be pointed out that the results of this report must be treated with caution, given the lack of suitable data for performing in-depth analysis and the short time since the implementation of the interventions.

Distribution of cement/Dispatching centres

The institutional framework regulating the transfer of bulk cement or big bags, was significantly amended adopting all of the OECD report recommendations (recommendations 1, 2, 3, 4, 5 and 40) relating to the removal of any obstacle that harms competition in handling cement. Specifically, Law 4254/2014 (GG A' 85) abolished the requirement for a dispatching centre in cases where (a) the bulk ce-

ment is transferred through a sealed means of transport, it originates from a member state, irrespectively of the dispatcher and whether the product is destined for own use, and (b) the transfer is in big bags in cases where the big bag is sealed, it is destined for own use or for further supply, without being unpackaged and repackaged. Moreover, there was no legislative act with regard to the capacity of the dispatching centres, while the imposition of a fee of 2% of the sale price of cement in favour of the Subsidiary Pension Fund of the Employees in the cement industry was abolished. The abolition of the requirement for transferring cement through a dispatching centre, in the abovementioned cases, potentially increases competition efficiency, both by eliminating the entry barriers for new suppliers, as well as by lowering the price level, with corresponding benefits for the end users. Finally, the abolition of the fee reduces both the cement sale price, as well as the cost of those using cement as a raw material. Moreover, the end users no longer subsidize the Subsidiary Pension Fund of the Employees in the cement industry.

Given that the country has been going through a major economic crisis since 2010, with a significant impact on economic activity (25% reduction of GDP), where the construction sector has been particularly affected (with a drop in construction activities by more than 75%) while cement production has decreased by 70%, it is particularly difficult to assess the impact of the reform in the distribution of cement and draw firm conclusions. The currently available data from the GSIS on the start-up of activity and the number of active participants in the relevant Code Number Activity (C.N.A.) suggest that the reform has not yielded the expected results, which was the revival of the construction sector and the entry of new active participants, but the number of active participants and businesses followed the overall downward trend of the crisis period. Regarding employment in the cement industry, data from the Labour Force Survey indicate that the reduction of employees cannot be attributed to the legislation, but it appears to be the result of the economic crisis. In regard to the impact on cement prices, both the Input Index and the Output Index of the construction sector show that prices continue the downward trend of the years in crisis, but with a decreasing rate. This gives an indication that the reform did not affect prices, as expected.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Από το 2008 και ύστερα, η Ελλάδα διέρχεται μία βαθιά οικονομική κρίση, με σημαντική μείωση του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ), μεγάλη αύξηση της ανεργίας και σοβαρές κοινωνικές επιπτώσεις. Η κατάσταση αυτή έφερε στο προσκήνιο μια σειρά ζητημάτων που άπτονται της λειτουργίας των αγορών και αποτελούσαν πάγια χαρακτηριστικά της ελληνικής οικονομίας και, πιθανόν, ευθύνονταν σε έναν βαθμό για τα σημαντικά προβλήματα που αντιμετωπίζει η χώρα σήμερα.

Η Ελλάδα κατατάσσεται στις χώρες-μέλη του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) με υψηλό βαθμό γραφειοκρατίας. Παράλληλα, στη χώρα καταγράφονται σημαντικά εμπόδια και περιορισμοί στη λειτουργία πολλών αγορών, όπου απαρχαιωμένες, ευκαιριακές ή αποσπασματικές νομοθετικές ρυθμίσεις έχουν διαμορφώσει ένα θεσμικό πλαίσιο που περιορίζει τον ανταγωνισμό, με σημαντικές επιπτώσεις σε βάρος τόσο των επιχειρηματιών όσο και των καταναλωτών και κατ' επέκταση της ίδιας της οικονομίας.

Στο πλαίσιο αυτό ο ΟΟΣΑ εξουσιοδοτήθηκε από την ελληνική κυβέρνηση να εκπονήσει έκθεση για τον εντοπισμό των κανονιστικών εμποδίων στον ανταγωνισμό σε συγκεκριμένους τομείς της ελληνικής οικονομίας και τη διαμόρφωση προτάσεων για την άρση τους (OECD, 2014a). Η έκθεση περιλάμβανε τέσσερις τομείς: την επεξεργασία τροφίμων, τα οικοδομικά υλικά, το λιανικό εμπόριο και τον τουρισμό. Συνολικά οι τομείς αυτοί θεωρούνται πολύ σημαντικοί για την οικονομική ανάπτυξη καθώς παρήγαγαν το 21% του ΑΕΠ και απασχολούσαν το 27% των εργαζομένων το 2013. Η έκθεση κατέγραψε 555 περιορισμούς, οι οποίοι χαρακτηρίστηκαν προβληματικοί και διατύπωσε 329 συστάσεις για νομοθετικές παρεμβάσεις, ενώ εντόπισε 40 ρυθμίσεις που αποτελούσαν θεσμικά εμπόδια για την επιχειρηματικότητα. Ταυτόχρονα, στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε.) καταβάλλεται συντονισμένη προσπάθεια για την άρση αδικαιολόγητων περιορισμών στη λειτουργία των αγορών στα κράτη-μέλη, τη διαμόρφωση ενός λιγότερο περιοριστικού πε-

ριβάλλοντος και τη διασφάλιση βέλτιστων συνθηκών ανταγωνισμού, στοιχεία που κρίνονται απαραίτητα για την αντιμετώπιση της κρίσης, την αύξηση της ανταγωνιστικότητας, την ανάκαμψη των οικονομικών και την επιστροφή σε θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης.

Στην παρούσα έκθεση γίνεται προσπάθεια να αξιολογηθούν η διαδικασία θεσμοθέτησης και εφαρμογής συγκεκριμένων παρεμβάσεων βελτίωσης των συνθηκών ανταγωνισμού και οι αλλαγές που προέκυψαν στον τρόπο λειτουργίας των επιμέρους αγορών σε τρεις από τους τέσσερις τομείς που αναλύθηκαν στη σχετική έκθεση του ΟΟΣΑ (OECD, 2014a). Επιπλέον, στον βαθμό που είναι εφικτό, στην έκθεση αποτιμώνται οι επιπτώσεις σε βασικά οικονομικά μεγέθη, όπως οι τιμές, η απασχόληση και ο αριθμός των νεοεισερχόμενων. Η έκθεση στηρίζεται σε σχετική εργασία που ανατέθηκε στο ΚΕΠΕ από τον Υπουργό Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού κ. Γ. Σταθάκη και αφορούσε στην αξιολόγηση των επιπτώσεων μεταρρυθμίσεων που θεσπίστηκαν, ως επί το πλείστον, κατόπιν συστάσεων της προαναφερθείσας έκθεσης του ΟΟΣΑ. Οι μεταρρυθμίσεις αυτές αποτελούσαν δεσμεύσεις της χώρας στο πλαίσιο των μνημονιακών υποχρεώσεων της και μέρος της αξιολόγησης του υλοποιούμενου προγράμματος.

Συγκεκριμένα, στην έκθεση εξετάζονται, με βάση την πρωτογενή και δευτερογενή νομοθεσία και τις παράγωγες διοικητικές πράξεις, οι ακόλουθες μεταρρυθμίσεις:

- Στον τομέα της επεξεργασίας τροφίμων, η μεταρρύθμιση σχετικά με τα αρτοποιεία και τα πρατήρια άρτου (συστάσεις 1, 2, 4, 5, 6, 8, 10, 11, 12, 14, 18 της έκθεσης του ΟΟΣΑ).
- Στον τομέα του λιανικού εμπορίου, η μεταρρύθμιση σχετικά με την εμπορία του βρεφικού γάλακτος, των συμπληρωμάτων διατροφής-βιταμινών (συστάσεις 172, 185 και 192 της έκθεσης του ΟΟΣΑ) και η μεταρρύθμιση σχετικά με τις προσφορές και εκπτώσεις (συστάσεις 152-159 και 162 της έκθεσης του ΟΟΣΑ).
- Στον τομέα των οικοδομικών υλικών, η μεταρρύθμιση περί διακίνησης τιμμέντου (συστάσεις 1 έως 5 και 40 της έκθεσης του ΟΟΣΑ).

Η επιλογή των υπό εξέταση μεταρρυθμίσεων στηρίχτηκε σε συγκεκριμένα κριτήρια. Καταρχάς, καλύπτει διαφορετικού τύπου παρεμβάσεις που αφορούν: (α) στην αγορά προϊόντων που η κατα-

νάλωσή τους έχει ιδιαίτερη σημασία για τον καταναλωτή, όπως είναι ο άρτος, ή αφορά σε συγκεκριμένες πληθυσμιακές ομάδες με ιδιαίτερη σημασία για την προστασία της υγείας τους, όπως το βρεφικό γάλα και η κατανάλωση συμπληρωμάτων διατροφής-βιταμινών, (β) μία οριζόντια παρέμβαση, όπως οι προσφορές και εκπτώσεις, ενός εύρους διαφορετικών προϊόντων (είδη ένδυσης, υπόδησης, ηλεκτρικές συσκευές, έπιπλα κ.ά.) στο λιανικό εμπόριο που απορροφούν σημαντικό μέρος των καταναλωτικών δαπανών των πολιτών, επηρεάζουν αποφασιστικά τη διαμόρφωση του Γενικού Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΓΔΤΚ) και δύναται να συμβάλλουν στην αύξηση της απασχόλησης και των νεοεισερχόμενων επιχειρήσεων και (γ) στην αγορά συγκεκριμένου προϊόντος, όπως το τσιμέντο, που αποτελεί βασική εισροή στην οικονομική δραστηριότητα των κατασκευών. Δεύτερον, έγινε προσπάθεια να συμπεριληφθούν νομοθετικές ρυθμίσεις για τις οποίες ο χρόνος που έχει παρέλθει από την ψήφισή τους είναι επαρκής, ώστε να είναι εφικτή η αξιολόγηση των επιπτώσεων. Τρίτον, η επιλογή των παρεμβάσεων αφορά σε καταναλωτές που δύναται να ανήκουν σε ομάδες με διαφορετικά χαρακτηριστικά. Τέσσερις από τις εξεταζόμενες αγορές αφορούν προϊόντα τα οποία απευθύνονται σε ιδιώτες καταναλωτές, ενώ μια αφορά υλικό το οποίο χρησιμοποιείται ως εισροή στην παραγωγική διαδικασία από κατασκευαστικές εταιρείες και εταιρείες παραγωγής σκυροδέματος.

Η αξιολόγηση των θεσμικών παρεμβάσεων είναι ιδιαίτερα σημαντική για την επίτευξη των στόχων οποιασδήποτε μεταρρυθμιστικής προσπάθειας, καθώς δίνει τη δυνατότητα στους ασκούντες πολιτική να παρακολουθήσουν την πορεία εφαρμογής και να προβούν εγκαίρως σε κατάλληλες διορθωτικές κινήσεις. Με τον τρόπο αυτό διευκολύνεται η αντιμετώπιση τυχόν αστοχιών και εμποδίων που πιθανόν να οφείλονται σε ανεπαρκή διαχείριση από τη δημόσια διοίκηση ή σε ηθελημένες ενέργειες ομάδων συμφερόντων που αγγίζει η εκάστοτε προωθούμενη αλλαγή. Στην κατεύθυνση αυτή κινήθηκαν αντίστοιχες προσεγγίσεις που έχουν γίνει στην Ελλάδα για την αξιολόγηση μεταρρυθμιστικών παρεμβάσεων απελευθέρωσης της έναρξης και λειτουργίας μεγάλου αριθμού επαγγελματιών και οικονομικών δραστηριοτήτων από το 2012 και ύστερα (Κώτση κ.ά., 2012, 2013, 2015, 2016· Athanassiou *et al.*, 2015). Στην παρούσα έκθεση η αξιολόγηση κινείται κυρίως σε 3 κατευθύνσεις:

α) *Αξιολόγηση εφαρμογής θεσμικών παρεμβάσεων/εντοπισμός καθυστερήσεων/προτάσεις:* Είναι συχνό φαινόμενο η ίδια η θεσμική ρύθμιση να προβλέπει ορισμένες επόμενες νομοθετικές πράξεις για να ξεκινήσει η υλοποίησή της ή η ενεργοποίησή της να απαιτεί τέτοιου είδους ενέργειες (δευτερογενή νομοθεσία ή παράγωγες διοικητικές πράξεις). Αστοχίες στην ολοκλήρωση της διαδικασίας αυτής οδηγούν στη μη εφαρμογή της μεταρρύθμισης για αρκετό χρονικό διάστημα ή, σε κάποιες περιπτώσεις, στην ακύρωση της ίδιας της μεταρρύθμισης με προφανείς επιπτώσεις στην αποτελεσματικότητά της. Επιπλέον, ο χρόνος εφαρμογής των σχετικών νομοθετικών ρυθμίσεων είναι κρίσιμος για την αποτύπωση των επιπτώσεων των μεταρρυθμίσεων, ιδιαίτερα στην περίπτωση που είτε αφορούν ρυθμίσεις οι οποίες επηρεάζουν ευρύτερα τη λειτουργία των αγορών και όχι αποκλειστικά κάποια συγκεκριμένη αγορά ή δραστηριότητα, είτε συνδέονται με άλλες δραστηριότητες ή τομείς και, επομένως, δεν ενεργοποιούνται τα αναμενόμενα πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα. Είναι σημαντικό να εντοπιστούν εγκαίρως πιθανές παρεμβάσεις που απαιτούνται για να επιταχυνθούν οι διαδικασίες εφαρμογής και υλοποίησης των ρυθμίσεων ή πιθανές απαιτούμενες συμπληρωματικές παρεμβάσεις για την ενίσχυση του ανταγωνισμού στην άσκηση των οικονομικών δραστηριοτήτων και τη μεγιστοποίηση της αποδοτικότητας των μέτρων που έχουν ληφθεί.

β) *Αξιολόγηση συνθηκών ανταγωνισμού της αγοράς σήμερα/προτάσεις:* Οι υπό εξέταση νομοθετικές παρεμβάσεις αναμένεται να διαμορφώσουν ανταγωνιστικές συνθήκες στη λειτουργία των αγορών και ένα επιχειρηματικό περιβάλλον με φιλικά για την επιχειρηματική δράση χαρακτηριστικά, αντίστοιχα των χωρών που έχουν υιοθετήσει καλές πρακτικές και παρουσιάζουν υψηλές επιδόσεις. Η άρση των υφιστάμενων περιορισμών και η αποκατάσταση της ομαλής λειτουργίας των αγορών αναμένεται να βελτιώσει τους σχετικούς δείκτες ρύθμισης στις αγορές προϊόντων και να διαμορφώσει τις απαραίτητες συνθήκες για την ανάπτυξη. Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να εντοπιστούν ρυθμίσεις που εξακολουθούν να δημιουργούν εμπόδια στον ανταγωνισμό, που προέκυψαν κατά την εφαρμογή των νέων νομοθετικών παρεμβάσεων και κρίνεται απαραίτητο να αντιμετωπιστούν.

γ) *Αξιολόγηση των επιπτώσεων σε βασικά οικονομικά μεγέθη:* Οι επιπτώσεις των υπό εξέταση νομοθετικών παρεμβάσεων σε βασικά οικονομικά μεγέθη εξαρτώνται σε μεγάλο βαθμό από το είδος και την έκταση της παρέμβασης. Επομένως, είναι αυτονόητο ότι, κατά την αξιολόγηση των επιπτώσεων των θεσμικών ρυθμίσεων, εξετάζονται οι επιδράσεις σε οικονομικά μεγέθη, όπως για παράδειγμα στις τιμές, που προκύπτουν από όλες τις παρεμβάσεις, ή σε διαφορετικά, κατά περίπτωση, επιμέρους οικονομικά μεγέθη, ανάλογα με το είδος των ρυθμίσεων. Βεβαίως, όπως προαναφέρθηκε, τα περιθώρια αξιολόγησης της επίπτωσης των μεταρρυθμίσεων των οικονομικών δραστηριοτήτων που επελέγησαν εξαρτώνται από τον χρόνο και τον βαθμό ολοκλήρωσης της μεταρρύθμισης, καθώς, επίσης, και από το οικονομικό μέγεθος που διερευνάται. Είναι σημαντικό να εξεταστεί, αν οι συγκεκριμένες παρεμβάσεις λειτουργούν αποτελεσματικά στην ελληνική αγορά, αν κάποιες ειδικές συνθήκες εμποδίζουν την αποδοτικότητα των ρυθμίσεων (ύφεση στην ελληνική οικονομία, διαφορετική επίδρασή της σε επιμέρους κλάδους) ή αν απαιτούνται κάποιες πρόσθετες ενέργειες που θα βελτίωναν την αποτελεσματικότητά τους. Επιπλέον, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι τα αποτελέσματα σε ορισμένες οικονομικές μεταβλητές, όπως π.χ. στην απασχόληση, εμφανίζονται με κάποια χρονική υστέρηση και επομένως οι επιπτώσεις οποιασδήποτε πολιτικής μπορεί να φανούν στο μέλλον. Η εκ των υστέρων αποτίμηση των επιπτώσεων δυσχεραίνεται από την έλλειψη επαρκών στοιχείων είτε λόγω διαθεσιμότητας είτε λόγω χρονικής υστέρησης καθώς εξετάζεται η απελευθέρωση του ρυθμιστικού πλαισίου του βρεφικού γάλακτος από το 2012, των συμπληρωμάτων διατροφής-βιταμινών από το 2013, των αρτοποιείων-πρατηρίων άρτου, των προσφορών-εκπτώσεων και της διακίνησης τσιμέντου από το 2014 (μετά τη δημοσίευση της έκθεσης του ΟΟΣΑ και των αντίστοιχων συστάσεων). Μέσα σε αυτό το χρονικό πλαίσιο η εφαρμογή των παρεμβάσεων για ορισμένες αγορές δεν έχει ακόμα ολοκληρωθεί ή το χρονικό διάστημα που μεσολάβησε από τη μεταρρύθμιση είναι πολύ μικρό.

Η έκθεση περιλαμβάνει, εκτός από την Εισαγωγή και τον Επίλογο, έξι Κεφάλαια. Ειδικότερα:

Στο *Κεφάλαιο 1* γίνεται συνοπτική αναφορά στο γενικό πλαίσιο εντός του οποίου λαμβάνουν χώρα οι υπό εξέταση μεταρρυθμί-

σεις, αποτυπώνεται η θέση της χώρας μας σε σχέση με το επίπεδο ρύθμισης των αγορών προϊόντων και περιγράφονται οι επιδράσεις της αύξησης του ανταγωνισμού στις τιμές και την απασχόληση, με βάση τη σχετική βιβλιογραφία. Επίσης, περιγράφεται η μεθοδολογία που υιοθετήθηκε στην παρούσα έκθεση, για την ποιοτική αποτύπωση των επιπτώσεων του ισχύοντος ρυθμιστικού πλαισίου στον ανταγωνισμό και για την αξιολόγηση του βαθμού και της έκτασης ενσωμάτωσης των συστάσεων του ΟΟΣΑ στην ελληνική νομοθεσία. Παράλληλα, περιγράφονται οι κατάλληλες κατά περίπτωση μέθοδοι για την αποτίμηση των επιπτώσεων σε σχέση με την είσοδο και έξοδο επιχειρήσεων από τον κλάδο, τη δημιουργία ή απώλεια θέσεων απασχόλησης και τις τιμές των σχετικών προϊόντων.

Τα πέντε κεφάλαια που ακολουθούν αποτελούν πέντε αυτοτελείς μελέτες περίπτωσης (case studies), μία για καθεμία από τις υπό εξέταση οικονομικές δραστηριότητες. Κάθε μελέτη περίπτωσης περιλαμβάνει δύο μέρη: την αξιολόγηση των συνθηκών ανταγωνισμού με βάση τον Οδηγό αξιολόγησης συνθηκών ανταγωνισμού του ΟΟΣΑ, και την αποτίμηση των επιπτώσεων σε βασικά οικονομικά μεγέθη. Όσον αφορά στον προσδιορισμό των επιδράσεων στις τιμές, την απασχόληση και τον αριθμό των επιχειρήσεων, οι διαφορετικού τύπου παρεμβάσεις που αξιολογούνται και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των επιμέρους εξεταζόμενων αγορών δικαιολογούν τη χρήση διαφορετικών μεθοδολογικών προσεγγίσεων ανάλογα με τις ιδιομορφίες της κάθε αγοράς και τη διαθεσιμότητα των στατιστικών στοιχείων και των πληροφοριών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ-ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΠΕΛΕΥΘΕΡΩΣΗ ΤΩΝ ΑΓΟΡΩΝ-ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

1.1. Συνθήκες ανταγωνισμού και επιδράσεις των μεταρρυθμίσεων

Κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών, η Ελλάδα έχει προχωρήσει σε σημαντικές μεταρρυθμίσεις σε πολλούς τομείς και επιμέρους αγορές ή δραστηριότητες, στο πλαίσιο της προσπάθειάς της να ανταποκριθεί στην ανάγκη εκσυγχρονισμού και βελτίωσης του ρυθμιστικού πλαισίου λειτουργίας των αγορών, στις υποχρεώσεις προσαρμογής της στις ευρωπαϊκές/διεθνείς κατευθύνσεις πολιτικής για την άρση αδικαιολόγητων περιορισμών στη λειτουργία των αγορών, στη διασφάλιση συνθηκών ανταγωνισμού και στην αντιμετώπιση εγγενών αδυναμιών.

Στην ίδια κατεύθυνση κινήθηκαν και οι προσπάθειες στο σύνολο των χωρών του ΟΟΣΑ, κατά τη διάρκεια των τριών τελευταίων δεκαετιών. Το ρυθμιστικό περιβάλλον των αγορών στις χώρες του ΟΟΣΑ, σύμφωνα με τη μελέτη των Nicoletti και Scarpetta (2003) εμφανιζόταν αρκετά ανόμοιο, η κάθε χώρα ξεκίνησε από διαφορετική αφετηρία τη μεταρρυθμιστική της προσπάθεια, σημειώθηκαν διαφορετικές ταχύτητες στην υλοποίηση των μεταρρυθμίσεων, ωστόσο η γενική τάση ήταν προς την κατεύθυνση της απελευθέρωσης των αγορών. Ο χρόνος και η έκταση των αλλαγών διαφοροποιείται μεταξύ των χωρών (Schiantarelli, 2016). Οι Ηνωμένες Πολιτείες ξεκίνησαν από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 και από χαμηλό επίπεδο ρυθμίσεων και ακολούθησαν το Ηνωμένο Βασίλειο, ο Καναδάς, η Νέα Ζηλανδία και ορισμένες σκανδιναβικές χώρες από τα μέσα και προς το τέλος της δεκαετίας του 1980. Στις περισσότερες από τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης και στην Αυστραλία οι μεταρρυθμίσεις ξεκίνησαν αργότερα (από τα μέσα της δεκαετίας του 1990) και ήταν λιγότερο αποφασιστικές σε χώρες όπως η Γαλλία, η Ιταλία και η Ελλάδα.

Όσον αφορά στην Ελλάδα, η βιβλιογραφία έχει εντοπίσει παλαιότερα αλλά και πιο πρόσφατα σημαντικές αποκλίσεις της λειτουργίας της αγοράς από το θεωρητικό ανταγωνιστικό υπόδειγμα, τόσο σε συνολικό επίπεδο, όσο και σε επιμέρους κλάδους ή αγορές προϊόντων. Οι υπάρχουσες ρυθμίσεις σε επιμέρους κλάδους ή στις αγορές των προϊόντων έχουν λάβει στην περίπτωση της Ελλάδας διάφορες μορφές και επηρεάζουν τη λειτουργία των επιχειρήσεων με διαφορετικό τρόπο, με άμεσες ή έμμεσες επιδράσεις στην ευκολία εισόδου νέων επιχειρήσεων, στον χρόνο και το κόστος που απαιτείται, στις επιχειρηματικές επιλογές σε σχέση με τις εισροές, την προσφορά των προϊόντων ή τις τιμές, στη γεωγραφική κατανομή των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και ευρύτερες επιπτώσεις στα μακροοικονομικά μεγέθη (Αθανασίου κ.ά., 2001· ΚΕΠΕ, 2005).

Συγκεκριμένα, σύμφωνα με στοιχεία του ΟΟΣΑ (OECD, 2016· Koske *et al.*, 2015), η χώρα μας, παρά τις εντατικές προσπάθειες, εξακολουθεί να κατατάσσεται μεταξύ των χωρών με υψηλό δείκτη ρύθμισης στις αγορές προϊόντων (Product Market Regulation - PMR). Το 2013, ο συνολικός δείκτης ανήλθε στις 1,74 μονάδες (έναντι 2,21 το 2008), σε κλίμακα από 0 έως 6 από τις λιγότερο ρυθμισμένες αγορές στις πολύ ρυθμισμένες (OECD, 2014b). Ωστόσο, η Ελλάδα, κατά την περίοδο 2008-2013, έκανε σημαντικά βήματα και σημείωσε τη μεγαλύτερη πρόοδο μεταξύ των χωρών του ΟΟΣΑ, καθώς μείωσε τον συνολικό δείκτη κατά 0,47 μονάδες, ακολουθούμενη από την Πορτογαλία (-0,40), την Πολωνία (-0,40) και τη Σλοβακία (-0,33) ενώ, αντίστοιχα, στις χώρες του ΟΟΣΑ ο σχετικός δείκτης μειώθηκε κατά 0,12 μονάδες κατά μέσο όρο. Σημειώνεται ότι, κατά την περίοδο 1998-2013, οι χώρες του ΟΟΣΑ κατά μέσο όρο απελευθέρωσαν σημαντικά τις αγορές των προϊόντων, αλλά ο σχετικός δείκτης μειώθηκε με φθίνοντα ρυθμό (κατά 0,43 την περίοδο 1998-2003 και κατά 0,19 την περίοδο 2003-2008), ενώ στην Ελλάδα με αυξανόμενο ρυθμό (κατά 0,24 και 0,30, αντίστοιχα). Παρόμοια εξέλιξη παρουσιάζει και ο δείκτης ρύθμισης στο λιανικό εμπόριο, ο οποίος εξακολουθεί να διαμορφώνεται υψηλότερα από τον μέσο όρο των χωρών του ΟΟΣΑ, παρά τη σημαντική μείωση που σημείωσε σε σχέση με το 2008.

Αντίστοιχα, ο σχετικός δείκτης για τη μέτρηση των περιορισμών στην αγορά των υπηρεσιών (Internal Market Restrictiveness Index in

Services) και ειδικότερα στο χονδρικό και λιανικό εμπόριο και τις υπηρεσίες πληροφορικής και λογιστικής της Copenhagen Economics (2004) καταδεικνύει ότι η Ελλάδα, μαζί με το Βέλγιο, τη Γαλλία, την Ισπανία, την Ιταλία και την Αυστρία, συγκαταλεγόταν στις χώρες με σχετικά υψηλά εμπόδια σε όλους τους τομείς. Επίσης, υψηλή ένταση περιορισμών έχει καταγραφεί σε τομείς των υπηρεσιών στην Ελλάδα και συγκεκριμένα στις αερομεταφορές, στα ταχυδρομεία-επικοινωνίες και στο λιανικό εμπόριο, με βάση τους κλαδικούς δείκτες μέτρησης των περιορισμών που έχουν υπολογίσει οι Nicoletti-Scarpetta (2003) και ο ΟΟΣΑ (OECD, 2005).

Σειρά μελετών επιβεβαιώνει τις θετικές επιδράσεις από την αύξηση του ανταγωνισμού στην παραγωγικότητα, την ανάπτυξη, την καινοτομία, την απασχόληση και τη μείωση της ανισότητας για όλες τις χώρες (OECD, 2014b). Οι καταναλωτές έχουν τη δυνατότητα να επωφεληθούν από τη διεύρυνση των επιλογών τους και τη μείωση του κόστους των αγαθών και υπηρεσιών, ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων ωθεί τις ίδιες τις επιχειρήσεις να βελτιώνουν τις επιδόσεις τους, καθώς οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε ανταγωνιστικές αγορές εμφανίζουν υψηλότερη αύξηση της παραγωγικότητας από τις επιχειρήσεις που λειτουργούν σε λιγότερο ανταγωνιστικό περιβάλλον, και η ίδια η οικονομία ως σύνολο καθίσταται περισσότερο αποδοτική. Επίσης, η αύξηση του ανταγωνισμού συντελεί σε μία πιο αποδοτική και ευέλικτη αγορά, διευκολύνοντας τη διαδικασία προσαρμογής και την ανθεκτικότητα της οικονομίας σε περιόδους κρίσης.

Εστιάζοντας στους τομείς δραστηριότητας (αγορές προϊόντων και λιανικό εμπόριο) καθώς και στα οικονομικά μεγέθη στα οποία επικεντρώνεται η παρούσα έκθεση (τιμές, απασχόληση), τα ευρήματα της βιβλιογραφίας επιβεβαιώνουν τις θετικές επιδράσεις από την αύξηση του ανταγωνισμού.

Ειδικότερα, η υπάρχουσα βιβλιογραφία καταλήγει στο συμπέρασμα ότι η βελτίωση των συνθηκών ανταγωνισμού είναι σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει τις εξελίξεις στις τιμές ασκώντας σε αυτές πιέσεις προς τα κάτω και μειώνοντας την ακαμψία τους. Έχει διαπιστωθεί ότι οι τιμές στις υπηρεσίες είναι, γενικώς, πιο άκαμπτες σε σχέση με τη μεταποίηση και ότι οι επιχειρήσεις που λειτουργούν σε περισσότερο ανταγωνιστικές συνθήκες προσαρμόζουν τις τιμές

τους πιο συχνά σε ανταπόκριση παραγόντων κόστους και ζήτησης (European Central Bank, 2007· Fabiani *et al.*, 2005· Lunnemann & Matha, 2005). Επίσης, εμπειρικές μελέτες, που διεξήχθησαν στο πλαίσιο του Eurosystem Inflation Persistence Network, δείχνουν ότι οι υπηρεσίες χαρακτηρίζονται από λιγότερο συχνές, αλλά μεγαλύτερες και συνήθως ανοδικές μεταβολές των τιμών (European Central Bank, 2007). Η εξέλιξη των τιμών στις επιμέρους κατηγορίες υπηρεσιών παρουσιάζει ετερογένεια, ενώ οι σχετικές αυξήσεις στο χονδρικό και λιανικό εμπόριο στην Ευρωζώνη ακολουθούν παρόμοια πορεία με το σύνολο των υπηρεσιών. Η αύξηση του ανταγωνισμού στις αγορές υπηρεσιών θα μπορούσε να συνεισφέρει στη μείωση της ακαμψίας των τιμών των υπηρεσιών και της συνολικής ακαμψίας των τιμών και του πληθωρισμού, να ενισχύσει τη σταθερότητά τους και να αυξήσει την ανθεκτικότητα σε οικονομικές κρίσεις.

Αντίστοιχα, σειρά ερευνητικών εργασιών υποστηρίζουν ότι, παρά το γεγονός ότι η αύξηση της παραγωγικότητας εξαιτίας της βελτίωσης των συνθηκών ανταγωνισμού μπορεί να οδηγήσει σε απολύσεις, αυτό σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να αυξήσει την ανεργία συνολικά περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη τεχνολογική πρόοδο (OECD, 2014b). Επιπλέον, οι περιορισμοί στον ανταγωνισμό συνήθως μειώνουν το παραγόμενο προϊόν και την απασχόληση.

Σχετικές μελέτες επιβεβαιώνουν τις θετικές επιπτώσεις στην απασχόληση από την απελευθέρωση της αγοράς προϊόντων. Η μελέτη του Nicoletti (2005) υποστηρίζει ότι οι αυστηροί περιορισμοί έχουν αναχαιτίσει τους ρυθμούς απασχόλησης σε χώρες που δεν έχουν εφαρμόσει μεταρρυθμίσεις στην αγορά προϊόντων και οι επιπτώσεις μεγεθύνονται όταν συνδυάζονται με περιορισμούς στην αγορά εργασίας. Επομένως, όλες οι χώρες μπορούν να επωφεληθούν αυξάνοντας την απασχόληση από την εφαρμογή μεταρρυθμίσεων, περισσότερο δε αυτές που έχουν άκαμπτη αγορά εργασίας. Σύμφωνα με τους Griffith *et al.* (2007) η απελευθέρωση της αγοράς προϊόντων μειώνει την ανεργία και τα αποτελέσματα είναι περισσότερο έντονα στις χώρες όπου τα εργατικά σωματεία είναι ισχυρά. Παρόμοια είναι τα ευρήματα αντίστοιχης μελέτης των Fiori *et al.* (2012) που υποστηρίζει ότι, όταν η αγορά εργασίας είναι πολύ ρυθμισμένη, τα θετικά αποτελέσματα της απελευθέρωσης της αγο-

ράς προϊόντων στην απασχόληση είναι αρκετά σημαντικά (1,07% άμεσα και 3,52% μακροχρόνια), ενώ η απελευθέρωση της αγοράς προϊόντων ενθαρρύνει και τις μεταρρυθμίσεις στην αγορά εργασίας. Η διαφοροποίηση των αποτελεσμάτων ανάλογα με τον βαθμό ρύθμισης της αγοράς εργασίας γίνεται εμφανής, καθώς μια μείωση κατά μια τυπική απόκλιση στο μέτρο ρύθμισης της αγοράς προϊόντων δημιουργεί μακροχρόνιο όφελος στο επίπεδο απασχόλησης κατά 1,1% στη Γαλλία (πολύ ρυθμισμένη αγορά εργασίας) έναντι 0,6% της Ιρλανδίας (χαμηλά ρυθμισμένη αγορά εργασίας). Οι Berger & Danninger (2007) υποστηρίζουν ότι χαμηλότερα επίπεδα περιορισμών στην αγορά προϊόντων και στην αγορά εργασίας ενισχύουν την αύξηση της απασχόλησης και αξιολογούν τις στρατηγικές απελευθέρωσης σε συνδυασμό με το κόστος υιοθέτησης των μεταρρυθμίσεων. Επίσης, σύμφωνα με τον Schiantarelli (2016) οι μεταρρυθμίσεις στην αγορά προϊόντων που εφαρμόστηκαν κατά την τελευταία δεκαετία στις χώρες του ΟΟΣΑ, στο σύνολό τους, οδήγησαν σε αύξηση των επενδύσεων και της απασχόλησης. Τα αποτελέσματα αυτά επιβεβαιώνονται αν μεσολαβήσει επαρκής χρόνος από την υιοθέτηση της μεταρρύθμισης, ενώ οι επιπτώσεις στη απασχόληση είναι περισσότερο εμφανείς όταν η αγορά εργασίας είναι άκαμπτη.

Στην ίδια κατεύθυνση κινούνται τα αποτελέσματα αντίστοιχων μελετών για την αγορά των υπηρεσιών, και ειδικότερα για το λιανικό εμπόριο. Πιο συγκεκριμένα, ρυθμίσεις διαφόρων μορφών που περιορίζουν τον ανταγωνισμό στο λιανικό εμπόριο, όπως για παράδειγμα οι σχετικές με τη χωροθέτηση (κυρίως μεγάλων εμπορικών καταστημάτων), με το ωράριο λειτουργίας, τον καθορισμό των τιμών κλπ., έχουν μελετηθεί σε διάφορες χώρες. Ο Burda (2000), στη σχετική με τους περιορισμούς στο ωράριο λειτουργίας των καταστημάτων λιανικού εμπορίου έρευνά του για τη Γερμανία, την Ολλανδία και τις Ηνωμένες Πολιτείες, κατέληξε ότι τέτοιου είδους περιορισμοί επηρεάζουν αρνητικά την απασχόληση και το προϊόν. Οι Bertrand & Kramatz, (2002) εξέτασαν τις επιπτώσεις γεωγραφικών περιορισμών (zoning) στην απασχόληση στο λιανικό εμπόριο στη Γαλλία και κατέληξαν ότι αυτοί μείωσαν την απασχόληση, η οποία θα μπορούσε να είναι κατά 10% υψηλότερη χωρίς τους περιορισμούς. Ομοίως, η Sadum (2008) εξετάζοντας τους περιορι-

σμούς για την είσοδο μεγάλων εμπορικών καταστημάτων, που συνήθως τίθενται σε πολλές χώρες για την προστασία των μικρότερων μονάδων, στο Ηνωμένο Βασίλειο, έδειξε ότι αυτοί οδηγούν σε μεγαλύτερη μείωση της απασχόλησης στα μικρά καταστήματα. Επίσης, σχετική έρευνα για τους περιορισμούς στο άνοιγμα μεγάλων εμπορικών καταστημάτων στην Ιταλία, το οποίο ρυθμίζεται σε περιφερειακό επίπεδο, έδειξε ότι η υψηλή ρύθμιση στην είσοδο έχει αρνητική επίπτωση στην αύξηση της απασχόλησης, ενώ ο εντονότερος ανταγωνισμός ενθαρρύνει την ανάπτυξη αποτελεσματικότερων μικρών εμπορικών καταστημάτων (Viviano, 2008· Schivardi & Viviano, 2011). Επίσης, σε περιφέρειες με αυστηρούς περιορισμούς η χαμηλή παραγωγικότητα, σε συνδυασμό με υψηλότερα περιθώρια κέρδους, οδηγούν σε υψηλότερες για τον καταναλωτή τιμές.

Επομένως, θα ήταν εύλογο να αναμένει κανείς ότι η βελτίωση των συνθηκών ανταγωνισμού στις αγορές επηρεάζονται από τις συγκεκριμένες παρεμβάσεις, οι οποίες εξετάζονται στην παρούσα έκθεση και οι οποίες σε μεγάλο βαθμό αφορούν στο λιανικό εμπόριο, θα οδηγούσε σε αντίστοιχα αποτελέσματα και στην ελληνική οικονομία. Οι αναμενόμενες επιδράσεις αφορούν τόσο άμεσα στις τιμές των συγκεκριμένων προϊόντων όσο και έμμεσα επηρεάζοντας και τις τιμές των προϊόντων που χρησιμοποιούνται ως εισροές, με αντίστοιχες επιπτώσεις στον πληθωρισμό συνολικά. Επιπλέον θετικές επιδράσεις αναμένονται στην απασχόληση.

1.2. Μεθοδολογία

Για την εκ των υστέρων αξιολόγηση των επιπτώσεων των μεταρρυθμίσεων έχουν υιοθετηθεί διάφορες ποιοτικές και ποσοτικές μέθοδοι, ανάλογα με τον επιδιωκόμενο σκοπό και τη φύση τους και τη διαθεσιμότητα στατιστικών δεδομένων (Australian Productivity Commission, 2011). Στόχοι των προσεγγίσεων είναι αφενός μεν να επιβεβαιωθεί ότι οι μεταρρυθμίσεις έχουν εφαρμοστεί και αφετέρου να αποτυπώσουν τις επιπτώσεις στα διάφορα οικονομικά μεγέθη και τις ενδιαφερόμενες ομάδες. Στον βαθμό που είναι εφικτό, οι ποσοτικές προσεγγίσεις, έστω και μερικές, είναι επιθυμητές, ωστόσο συχνά χρησιμοποιούνται μόνο ποιοτικές προσεγγίσεις. Οι τεχνικές που ακολουθούνται ποικίλλουν σε πολυπλοκότητα ανάλογα με

τη φύση και την έκταση των μεταρρυθμίσεων. Με την αποτύπωση των αποτελεσμάτων ελέγχεται αν οι μεταρρυθμίσεις κινούνται στην ορθή κατεύθυνση ή αν έπρεπε να ακολουθηθεί κάποια άλλη πολιτική, ενώ προσδιορίζονται ανεπιθύμητες επιδράσεις που απαιτούν προσαρμογή των ληφθεισών αποφάσεων.

Η μεθοδολογία που υιοθετήθηκε διακρίνεται στα εξής τέσσερα στάδια:

(α) Επισκόπηση του θεσμικού πλαισίου πριν και μετά την ψηφίωση των σχετικών νομοθετικών ρυθμίσεων. Αναλύεται η πρωτογενής και δευτερογενής νομοθεσία και οι παράγωγες διοικητικές πράξεις (νόμοι, υπουργικές αποφάσεις, εγκύκλιοι), ώστε να καταγραφεί το πλαίσιο λειτουργίας της οικονομικής δραστηριότητας, να προσδιοριστεί ο χρόνος θέσπισης νομοθετικών παρεμβάσεων και να εντοπιστούν τυχόν αποκλίσεις από τις προτεινόμενες στην έκθεση του ΟΟΣΑ μεταρρυθμίσεις (OECD, 2014a).

(β) Αποτίμηση των νομοθετικών ρυθμίσεων με τη χρήση του Οδηγού αξιολόγησης (Toolkit) του ΟΟΣΑ (OECD, 2010a, 2010b), ο οποίος αποτελεί ένα εργαλείο για την ποιοτική αποτύπωση των επιπτώσεων των αλλαγών του ρυθμιστικού πλαισίου στον ανταγωνισμό. Με τη βοήθεια του εργαλείου αξιολογείται ο βαθμός εφαρμογής των νομοθετικών ρυθμίσεων και εντοπίζονται τυχόν επιδράσεις στην ανταγωνιστική δομή της αγοράς της συγκεκριμένης οικονομικής δραστηριότητας, μέσω της αξιοποίησης της εμπειρίας ή/και των καλών πρακτικών άλλων χωρών. Επιπλέον, όπου κρίνεται αναγκαίο, προτείνονται δράσεις για τη βελτίωση των συνθηκών ανταγωνισμού.

(γ) Κατάρτιση πινάκων που αποτυπώνουν τις προϋπάρχουσες ρυθμίσεις, καθώς και τις μεταβολές που επήλθαν από τις νομοθετικές ρυθμίσεις. Οι πίνακες κωδικοποιούν τα ευρήματα του πρώτου σταδίου και παρέχουν μία συνοπτική απεικόνιση των μεταρρυθμιστικών παρεμβάσεων.

(δ) Αποτίμηση των επιπτώσεων σε σχέση με την είσοδο και έξοδο επιχειρήσεων από τον κλάδο, τη δημιουργία ή απώλεια θέσεων απασχόλησης και τις τιμές των σχετικών προϊόντων, με αναφορά σε διαφορετικές κατηγορίες ατόμων ή φορέων, π.χ., καταναλωτές, εργαζόμενοι και επιχειρήσεις. Προηγείται αποτύπωση των

χαρακτηριστικών και των εξελίξεων στα βασικά μεγέθη των οικονομικών δραστηριοτήτων.

1.2.1. Αξιολόγηση των συνθηκών ανταγωνισμού βάσει του Οδηγού του ΟΟΣΑ

Ο «Οδηγός αξιολόγησης συνθηκών ανταγωνισμού» του ΟΟΣΑ (OECD, 2010a, 2010b) σχεδιάστηκε για να παρέχει ένα γενικό πλαίσιο αξιολόγησης των επιπτώσεων διαφόρων νομοθετικών και κανονιστικών ρυθμίσεων στον ανταγωνισμό. Αποτελεί μία γενική μεθοδολογία για τον εντοπισμό των μη απαραίτητων φραγμών και την υλοποίηση εναλλακτικών πολιτικών που μπορούν να επιτύχουν τους κυβερνητικούς στόχους. Μπορεί να χρησιμοποιηθεί από τις κυβερνήσεις ως μεθοδολογία αξιολόγησης της υπάρχουσας νομοθεσίας, των σχεδίων νόμων και ρυθμίσεων, καθώς και στην αναθεώρηση των πολιτικών μετά την αξιολόγηση των επιπτώσεων που επιφέρουν διάφορες ρυθμίσεις.

Η αξιολόγηση αυτή μπορεί να επικεντρώνεται, πρώτον, στην εξέταση των επιπτώσεων στην είσοδο νέων επιχειρήσεων, στις τιμές, στην παραγωγή και στην ποιότητα των αγαθών και υπηρεσιών καθώς και στην ανάπτυξη της αγοράς, δεύτερον, στην παροχή πρόσθετων γνώσεων για την κατανόηση της λειτουργίας της αγοράς και, τρίτον, στο «άνοιγμα» των αγορών και στη ροή αγαθών, υπηρεσιών και κεφαλαίων. Τα μακροπρόθεσμα οφέλη τέτοιων αξιολογήσεων μπορεί να είναι σημαντικά σε ό,τι αφορά στην καλύτερη κατανομή των πόρων, στις χαμηλότερες τιμές, στη βελτιωμένη ανταγωνιστική θέση έναντι των εμπορικών εταίρων, καθώς και στην υψηλότερη οικονομική ανάπτυξη και ευημερία.

Βασικό εργαλείο της μεθοδολογίας του Οδηγού του ΟΟΣΑ αποτελεί η «Λίστα Ελέγχου του Ανταγωνισμού», η οποία παρουσιάζεται στον Πίνακα 1.1. Η Λίστα Ελέγχου θέτει απλά ερωτήματα για τον έλεγχο της πιθανότητας ύπαρξης αδικαιολόγητου περιορισμού του ανταγωνισμού από νόμους και ρυθμίσεις και επισημαίνει πότε οι προτεινόμενοι ή/και υφιστάμενοι νόμοι ή οι ρυθμίσεις ενδέχεται να επιβαρύνουν σημαντικά τον ανταγωνισμό. Πιο συγκεκριμένα, εστιάζει σε τέσσερις κύριες ομάδες ερωτημάτων που εξετάζουν:

ΠΙΝΑΚΑΣ 1.1
Λίστα Ελέγχου του Ανταγωνισμού

Στην περίπτωση που η ρυθμιστική πρόταση έχει κάποια από τις τέσσερις ακόλουθες επιπτώσεις πρέπει να διεξαχθεί περαιτέρω αξιολόγηση των συνθηκών ανταγωνισμού:

(Α) Περιορισμός του αριθμού ή του εύρους των προμηθευτών

Αυτό πιθανόν ισχύει εάν η ρύθμιση:

1. Χορηγεί αποκλειστικά δικαιώματα σε έναν προμηθευτή για την παροχή αγαθών ή υπηρεσιών.
2. Θεσπίζει διαδικασία αδειοδότησης ή εξουσιοδότησης ως προϋπόθεση λειτουργίας.
3. Περιορίζει τη δυνατότητα ορισμένων προμηθευτών να παρέχουν αγαθά ή υπηρεσίες.
4. Αυξάνει σημαντικά το κόστος εισόδου ή εξόδου ενός προμηθευτή από την αγορά.
5. Δημιουργεί γεωγραφικούς φραγμούς αναφορικά με τη δυνατότητα των εταιρειών να παρέχουν αγαθά, υπηρεσίες ή εργατικό δυναμικό και να επενδύουν κεφάλαια.

(Β) Περιορισμός της ικανότητας των προμηθευτών να ανταγωνίζονται μεταξύ τους

Αυτό πιθανόν ισχύει εάν η ρύθμιση:

1. Περιορίζει τη δυνατότητα των πωλητών να καθορίζουν τις τιμές για αγαθά ή υπηρεσίες.
2. Περιορίζει την ελευθερία των προμηθευτών να διαφημίζουν ή να εμπορεύονται τα αγαθά και τις υπηρεσίες τους.
3. Θέτει πρότυπα για την ποιότητα των προϊόντων, τα οποία παρέχουν πλεονέκτημα σε ορισμένους προμηθευτές έναντι άλλων, ή τα οποία είναι πάνω από το όριο που θα επέλεγαν ορισμένοι καλά ενημερωμένοι πελάτες/καταναλωτές.
4. Αυξάνει ουσιαστικά τα έξοδα παραγωγής για ορισμένους προμηθευτές συγκριτικά με άλλους (ιδίως αντιμετωπίζοντας με διαφορετικό τρόπο τις υφιστάμενες επιχειρήσεις από τις νεοεισερχόμενες).

(Γ) Μείωση του ανταγωνιστικού κινήτρου των προμηθευτών

Αυτό πιθανόν ισχύει εάν η ρύθμιση:

1. Δημιουργεί καθεστώς αυτορρύθμισης ή συν-ρύθμισης.
2. Απαιτεί ή ενθαρρύνει τη δημοσιοποίηση πληροφοριών σχετικά με τα παραγωγικά αποτελέσματα, τις τιμές, τις πωλήσεις ή τα έξοδα του προμηθευτή.
3. Απαλλάσσει τη δραστηριότητα συγκεκριμένου κλάδου ή ομάδας προμηθευτών από την εφαρμογή της γενικής νομοθεσίας περί ανταγωνισμού.

(Δ) Περιορισμός των διαθέσιμων επιλογών και πληροφοριών στους πελάτες/καταναλωτές

Αυτό πιθανόν ισχύει εάν η ρύθμιση:

1. Περιορίζει τη δυνατότητα των καταναλωτών να αποφασίζουν από ποιον να αγοράζουν (αγαθά ή υπηρεσίες).
2. Μειώνει την κινητικότητα των πελατών μεταξύ προμηθευτών αγαθών ή υπηρεσιών μέσω της αύξησης των άμεσων ή έμμεσων εξόδων από την αλλαγή προμηθευτών.
3. Αλλάζει με θεμελιώδη τρόπο την πληροφόρηση που χρειάζονται οι αγοραστές/πελάτες/καταναλωτές προκειμένου να προβούν σε αποτελεσματικές αγορές.

Πηγή: Greek Version OECD, (2010a), Competition Assessment Toolkit, Competition Law and Policy, Volume I, p. 9.

(α) την ύπαρξη περιορισμών στον αριθμό ή το εύρος των προμηθευτών, (β) την ύπαρξη περιορισμών στην ικανότητα των προμηθευτών να ανταγωνίζονται μεταξύ τους, (γ) τη μείωση των ανταγω-

νιστικών κινήτρων των προμηθευτών και (δ) την ύπαρξη περιορισμών στις επιλογές και πληροφορίες που είναι διαθέσιμες στους καταναλωτές.

Οι ερωτήσεις της Λίστας Ελέγχου του Ανταγωνισμού παρέχουν μία αξιόπιστη βάση για τον εντοπισμό των ρυθμίσεων εκείνων που ενδέχεται να διαμορφώσουν ένα περιβάλλον περιορισμένου ανταγωνισμού. Σε περίπτωση καταφατικής απάντησης, ο εντοπισμός των ρυθμίσεων, που ενδεχομένως ζημιώνουν αδικαιολόγητα τον ανταγωνισμό, είναι ένα σημαντικό πρώτο βήμα για τη βελτίωση της ποιότητας του κανονιστικού πλαισίου.

1.2.2. Αποτίμηση των επιπτώσεων στον αριθμό των επιχειρήσεων και την απασχόληση

Η αποτύπωση του αριθμού των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε κάθε εξεταζόμενη οικονομική δραστηριότητα, των χαρακτηριστικών και των εξελίξεων των μεγεθών πριν και κατά τη διάρκεια της ύφεσης, πριν και μετά την εφαρμογή των νομοθετικών ρυθμίσεων καθώς και η αποτίμηση των επιπτώσεων σε σχέση με τη δημιουργία ή απώλεια θέσεων απασχόλησης ανά μέγεθος επιχείρησης αποτελούν έναν από τους στόχους της παρούσας έκθεσης. Λόγω της διαφορετικής φύσης των παρεμβάσεων, η προσέγγιση που επιλέγεται σε κάθε περίπτωση εξαρτάται από τη διαθεσιμότητα των στοιχείων σε αναλυτικό επίπεδο και στηρίζεται σε πληροφόρηση και στατιστικά στοιχεία από όλες τις διαθέσιμες πηγές.

Ειδικότερα, για την αποτίμηση των επιπτώσεων των νομοθετικών ρυθμίσεων στον αριθμό των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και διακίνηση προϊόντων αρτοποιίας χρησιμοποιούνται τα ετήσια στοιχεία που παρέχουν οι Στατιστικές Διάρθρωσης Επιχειρήσεων της Eurostat (Structural Business Statistics). Τα στοιχεία αυτά είναι διαθέσιμα σε τριψήφιο επίπεδο στατιστικής ταξινόμησης για τα έτη 2008-2014 και σε τετραψήφιο επίπεδο ταξινόμησης για τα έτη 2008-2013.

Οι επιπτώσεις στον αριθμό των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου εκτιμώνται με βάση τα στοιχεία από τις Ετήσιες Εκθέσεις Ελληνικού Εμπορίου του INEMY-ΕΣΕΕ, που αξιοποιούν στοιχεία του ΙΚΑ και δειγματοληπτικά στοιχεία από τη βάση δεδομένων της ICAP, που όμως αφορούν στον ευρύτερο κλάδο του λιανικού εμπο-

ρίου. Επιπλέον, αξιοποιούνται τα στοιχεία της Έρευνας Διάρθρωσης Επιχειρήσεων της ΕΛΣΤΑΤ, τα οποία όμως είναι διαθέσιμα ως το 2013, έτος κατά το οποίο οι παρεμβάσεις στο θεσμικό πλαίσιο δεν είχαν ακόμη πραγματοποιηθεί. Ωστόσο, μπορούν να δώσουν μια εικόνα της εξέλιξης των μεγεθών.

Επιπλέον των ανωτέρω, για τις περιπτώσεις των αρτοποιείων και του τιμέντου χρησιμοποιούνται, για την προσέγγιση των εξελίξεων στον αριθμό των επιχειρήσεων και στοιχεία που προέρχονται από τη Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων (ΓΓΠΣ) και χορηγήθηκαν από τη Γενική Γραμματεία Δημοσίων Εσόδων (Διεύθυνση Υποστήριξης Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών) του Υπουργείου Οικονομικών. Τα στοιχεία αυτά αφορούν στις δηλώσεις έναρξης και μεταβολής δραστηριότητας και στο πλήθος των δραστηριοποιούμενων στους σχετικούς Κωδικούς Αριθμούς Δραστηριότητας (Κ.Α.Δ.).

Για την αποτύπωση του αριθμού των απασχολούμενων, των χαρακτηριστικών και των εξελίξεων της απασχόλησης στις οικονομικές δραστηριότητες αξιοποιούνται στατιστικά στοιχεία από όλες τις διαθέσιμες πηγές. Πιο συγκεκριμένα: α) εθνικολογιστικά στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ) για την απασχόληση, β) αναλυτικά στοιχεία της Έρευνας Εργατικού Δυναμικού της ΕΛΣΤΑΤ για την απασχόληση στην παραγωγή προϊόντων αρτοποιίας (κλάδος 10.7-Παραγωγή προϊόντων αρτοποιίας και αλευρωδών προϊόντων) και για όλους τους υποκλάδους του λιανικού εμπορίου (τριμηνιαία στοιχεία μέχρι και το δεύτερο τρίμηνο του 2015), γ) στοιχεία από τις Στατιστικές Διάρθρωσης Επιχειρήσεων της Eurostat (διαθέσιμα μέχρι και το έτος 2013).

Επισημαίνεται ότι ο προσδιορισμός των επιπτώσεων των πρόσφατων μεταρρυθμίσεων στην είσοδο και έξοδο επιχειρήσεων στον κλάδο, όπως και στην απασχόληση, δυσχεραίνεται καθώς: α) Η ύφεση που παρατηρείται στην ελληνική οικονομία έχει οδηγήσει σε αύξηση της ανεργίας και έχει επηρεάσει την απασχόληση του συνόλου των οικονομικών δραστηριοτήτων. Η απελευθέρωση των αγορών περιλαμβάνεται μεταξύ των πολιτικών που έχουν εφαρμοστεί με στόχο τη μείωση των επιπτώσεων της κρίσης και τη διευκόλυνση της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων ή θέσεων εργασίας. Προκειμένου να υπολογιστεί η επίδραση των μεταρρυθμιστικών μέτρων στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων και στην απασχόληση πρέπει να

διαχωριστούν οι επιπτώσεις που οφείλονται στην ύφεση από τις αλλαγές που προέρχονται από την εφαρμογή των νομοθετικών ρυθμίσεων που εξετάζονται στην παρούσα έκθεση. Κάτι τέτοιο, βεβαίως δεν είναι εύκολο, λόγω και της περιορισμένης διαθεσιμότητας στοιχείων. β) Η ύφεση έχει επηρεάσει κατά τρόπο μη ομοιόμορφο τις διάφορες οικονομικές δραστηριότητες και, επομένως, πρέπει να ληφθούν υπόψη οι επιμέρους εξελίξεις στις συγκεκριμένες οικονομικές δραστηριότητες. γ) Η συνολική απασχόληση, πιθανόν, να συνεχίζει να μειώνεται ανεξάρτητα από τις νομοθετικές ρυθμίσεις απελευθέρωσης στις συγκεκριμένες αγορές. δ) Η άρση περιορισμών στη λειτουργία των αγορών μπορεί να αυξήσει την απασχόληση σε ορισμένους τομείς ή σε συγκεκριμένου είδους επιχειρήσεις (bake-off έναντι αρτοποιειών, μεγάλες έναντι μικρών επιχειρήσεων), προκαλώντας αναδιάρθρωση των αγορών χωρίς καμία επίδραση στη συνολική απασχόληση. ε) Δεν έχει ολοκληρωθεί η εφαρμογή των νομοθετικών παρεμβάσεων απελευθέρωσης σε όλες τις περιπτώσεις ή το χρονικό διάστημα που μεσολαβεί από την εφαρμογή τους είναι μικρό ή δεν υπάρχουν διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία για το χρονικό διάστημα μετά την εφαρμογή του και, επομένως, η εκ των υστέρων αποτίμηση των επιπτώσεων δεν είναι εφικτή. Η έλλειψη πρόσφατων στατιστικών στοιχείων σε αναλυτικό επίπεδο, κατάλληλων για την αποτίμηση των επιδράσεων των επιμέρους παρεμβάσεων στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων και την απασχόληση είναι ένα γενικότερο θέμα που δυσκολεύει την οποιαδήποτε προσπάθεια εκτίμησης των επιπτώσεων. Επιπλέον, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι το κύριο χαρακτηριστικό της απασχόλησης είναι ότι πρόκειται για δείκτη με χρονική υστέρηση (lagging indicator) και, συνεπώς, οι επιπτώσεις οποιασδήποτε πολιτικής ενδέχεται να χρειάζονται περισσότερο χρόνο για να εμφανιστούν.

1.2.3. Προσδιορισμός των επιπτώσεων στις τιμές

Οι νομοθετικές ρυθμίσεις που εξετάζονται στην παρούσα έκθεση αναφέρονται, κυρίως, στην άρση ή μείωση των περιορισμών στη λειτουργία των αγορών που αναμένεται να αυξήσουν τον ανταγωνισμό, ο οποίος είναι κρίσιμος παράγοντας για τη μεταβολή των τιμών. Άμεσες παρεμβάσεις για πλήρη ή μερική άρση ρυθμίσεων που αφορούν στις τιμές στις αγορές άρτου, βρεφικού γάλακτος,

βιταμινών και συμπληρωμάτων διατροφής και τιμέντου δεν προβλέπονται από τις πρόσφατες ρυθμίσεις. Αντίθετα, η οριζόντια ρύθμιση που αναφέρεται στις προσφορές και τις εκπτώσεις επηρεάζει άμεσα τις τιμές πολλών προϊόντων, όπως τα είδη ένδυσης και υπόδησης, οι ηλεκτρικές συσκευές, τα έπιπλα, κλπ.

Η πληροφόρηση σχετικά με τις τιμές για συγκεκριμένα προϊόντα είναι αρκετά περιορισμένη στην Ελλάδα. Επομένως, για τις ανάγκες της παρούσας έκθεσης, γίνεται προσπάθεια αξιοποίησης όλων των διαθέσιμων πηγών. Καταρχάς, για τον προσδιορισμό των εξελίξεων και των επιπτώσεων στις τιμές χρησιμοποιούνται τα στοιχεία από τον Γενικό Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΓΔΤΚ) που καταρτίζει η ΕΛΣΤΑΤ για όσα προϊόντα συμμετέχουν στη διαμόρφωση του δείκτη (ψωμί, βρεφικά γάλατα), ενώ για τις τιμές των προϊόντων που δεν περιλαμβάνονται στο ΓΔΤΚ (βιταμίνες και συμπληρώματα διατροφής) χρησιμοποιούνται εναλλακτικές πηγές πληροφόρησης. Συγκεκριμένα:

Για την εκτίμηση της επίδρασης των μεταρρυθμίσεων στις τιμές του άρτου και των προϊόντων αρτοποιίας χρησιμοποιούνται στοιχεία των σχετικών ειδών του ΓΔΤΚ. Από πλευράς μεθοδολογίας, καθώς είναι σκόπιμο να διαχωριστούν, στο μέτρο του δυνατού, οι αρνητικές επιδράσεις της ύφεσης στις τιμές από τις επιπτώσεις που οφείλονται στην απελευθέρωση των αγορών, χρησιμοποιείται μία παραλλαγή της μεθοδολογίας μετατόπισης-κατανομής (*shift-share*), η οποία εφαρμόστηκε σε πρόσφατη μελέτη των επιπτώσεων από τις μεταρρυθμίσεις σε επιλεγμένα επαγγέλματα του τομέα των υπηρεσιών (Athanassiou *et al.*, 2015). Ειδικότερα, η συγκεκριμένη μεθοδολογία εφαρμόζεται για την αγορά του άρτου, συγκρίνοντας την πραγματική εξέλιξη (*actual evolution*) της τιμής του άρτου με ένα αντιπαράδειγμα (*counterfactual evolution*), το οποίο αντικατοπτρίζει την εξέλιξη που θα προέκυπτε αν η τιμή του άρτου ακολουθούσε τον ρυθμό μεταβολής της τιμής ενός συναφούς προϊόντος (ζυμαρικά) για το οποίο δεν υπήρξαν μεταρρυθμιστικές παρεμβάσεις. Καθώς συγκρίνονται δύο συναφή προϊόντα, οι τιμές των οποίων πιθανόν επηρεάζονται με παρόμοιο τρόπο από την κρίση, είναι λογικό να υποθέσει κανείς ότι οποιαδήποτε διαφορά στην εξέλιξη των τιμών μετά τις θεσμικές παρεμβάσεις μπορεί να οφείλεται στην επίδραση των μεταρρυθμίσεων, οι οποίες επη-

ρέασαν μόνον την αγορά του άρτου. Με άλλα λόγια, στην περίπτωση που προκύπτει διαφορά μεταξύ της εξέλιξης της τιμής του αντιπαραδείγματος και της πραγματικής τιμής του άρτου κατά την περίοδο μετά τις θεσμικές παρεμβάσεις, μπορεί να υποστηριχτεί ότι η μεταρρύθμιση επηρέασε την τιμή του άρτου.

Η εκτίμηση των επιπτώσεων στη λιανική τιμή πώλησης του γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας βασίζεται στη διεξαγωγή έρευνας αγοράς, λόγω της μη διαθεσιμότητας στοιχείων για το συγκεκριμένο είδος βρεφικού γάλακτος. Τα διαθέσιμα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ αφορούν στο «γάλα σε σκόνη», όπου συμπεριλαμβάνονται όλα τα είδη του γάλακτος για βρέφη. Η τιμοληψία του Παρατηρητηρίου Τιμών της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου του Υπουργείου Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού εστιάζει στο γάλα δεύτερης και τρίτης βρεφικής ηλικίας. Για τον λόγο αυτό, για τις ανάγκες της παρούσας έκθεσης, διεξήχθη έρευνα αγοράς στα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης, στα φαρμακεία και στα ηλεκτρονικά φαρμακεία κατά τους μήνες Μάρτιο-Απρίλιο του 2016 για την εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με τη διαμόρφωση της τιμής των προϊόντων γάλακτος πρώτης, δεύτερης και τρίτης βρεφικής ηλικίας, καθώς και του ειδικού-θεραπευτικού εξειδικευμένου γάλακτος που πωλείται αποκλειστικά από τα φαρμακεία. Συμπληρωματικά, αναλύονται μηνιαία στοιχεία του ΓΔΤΚ, για τις υποομάδες «γάλα σε σκόνη» και «παιδικές τροφές» για την περίοδο από τον Ιανουάριο 2000 έως τον Φεβρουάριο 2016. Από τη βάση δεδομένων του Παρατηρητηρίου Τιμών της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου χρησιμοποιούνται μηνιαία στοιχεία λιανικής τιμής τεσσάρων προϊόντων γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας, η τιμοληψία των οποίων αφορά στα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης σε όλη την ελληνική επικράτεια για την περίοδο Ιανουαρίου 2012 έως τον Μάρτιο 2016. Επίσης, αναλύονται ετήσια στοιχεία της Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών της ΕΛΣΤΑΤ, για τη μέση μηνιαία δαπάνη αγορών των νοικοκυριών σε «γάλα σε σκόνη για βρέφη» και «ομογενοποιημένες παιδικές τροφές ανεξάρτητα από τη σύνθεσή τους» για την περίοδο 2002-2014. Οι παιδικές τροφές αποτελούν συναφή προϊόντα με το βρεφικό γάλα, αφορούν στην ίδια κατηγορία καταναλωτών (βρέφη και νήπια) και οι περισσότερες εταιρείες δραστηριοποιούνται ταυτόχρονα στην εμπορία του βρε-

φικού γάλακτος και των παιδικών τροφών. Επίσης, διατίθενται χωρίς περιοριστικές ρυθμίσεις από τα φαρμακεία και τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης. Η συγκριτική ανάλυση των δύο προϊόντων μπορεί να συμβάλει σημαντικά στην εξαγωγή συμπερασμάτων σχετικά με τις επιπτώσεις της απελευθέρωσης του δικτύου διάθεσης βρεφικού γάλακτος, αλλά και της οικονομικής κρίσης στη διαμόρφωση της τιμής του γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας. Για τη συγκριτική απεικόνιση και την εξαγωγή συμπερασμάτων σε ό,τι αφορά στη διαμόρφωση των τιμών πώλησης των σχετικών προϊόντων πριν και μετά την εφαρμογή της παρέμβασης το 2012 χρησιμοποιήθηκαν δεδομένα από τον τιμοκατάλογο παραφαρμακευτικών προϊόντων του Οκτωβρίου 2010, που δημοσιεύει ο όμιλος εμπορίας και διανομής φαρμακευτικών και παραφαρμακευτικών προϊόντων και υπηρεσιών στην ελληνική αγορά ΠΡΟΣΥΦΑΠΕ (Προμηθευτικός Συνεταιρισμός Φαρμακοποιών Αττικής).

Η ανάλυση της εκτίμησης των επιπτώσεων στη λιανική τιμή πώλησης των συμπληρωμάτων διατροφής-βιταμινών δυσχεραίνεται από τη μη δημοσίευση στοιχείων από την Ελληνική Στατιστική Αρχή και το Παρατηρητήριο Τιμών της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου σχετικά με τη διαμόρφωση των τιμών των σχετικών παρασκευασμάτων ή για το ύψος των μηνιαίων αγορών των νοικοκυριών. Η μόνη δυνατότητα ανάλυσης των επιπτώσεων της απελευθέρωσης του δικτύου διάθεσης στις τιμές των προϊόντων είναι μέσω της διεξαγωγής έρευνας αγοράς, η οποία διεξήχθη κατά τους μήνες Μάρτιο και Απρίλιο 2016 σε φαρμακεία, σε ηλεκτρονικά φαρμακεία και σε καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης (π.χ. σούπερ μάρκετ) πανελλαδικής εμβέλειας. Λόγω της πληθώρας των σχετικώνσκευασμάτων που κυκλοφορούν στην ελληνικά αγορά επιλέχθηκε ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα 38 συμπληρωμάτων διατροφής-διαιτητικών προϊόντων και 17 βιταμινών. Τα προϊόντα του δείγματος καλύπτουν όλες τις κατηγορίες όπως ομορφιά, οστά, πεπτικό, ενέργεια, υγεία ματιών, υγεία καρδιάς, ανοσοποιητικό, ευεξία, μνήμη, βιταμίνη C και D, πολυβιταμίνες και αφορούν όλες τις ηλικίες, άνδρες, γυναίκες, εφήβους, ηλικιωμένους και εγκυμονούσες. Για τη συγκριτική απεικόνιση και την εξαγωγή συμπερασμάτων σε ό,τι αφορά στη διαμόρφωση των τιμών πώλησης των σχετικών προϊόντων πριν και μετά την εφαρμογή της παρέμβασης το 2013 και το 2014 χρησι-

μποιήθηκαν δεδομένα από τον τιμοκατάλογο παραφαρμακευτικών προϊόντων του Οκτωβρίου 2010, που δημοσιεύει ο όμιλος εμπορίας και διανομής φαρμακευτικών, παραφαρμακευτικών προϊόντων και υπηρεσιών στην ελληνική αγορά ΠΡΟΣΥΦΑΠΕ.

Επιπλέον, για την εξέταση των επιδράσεων των νομοθετικών παρεμβάσεων στις προσφορές και τις εκπτώσεις επιχειρείται διάκριση ανάμεσα στις επιπτώσεις στους καταναλωτές και στις επιχειρήσεις. Στην πρώτη περίπτωση, οι επιπτώσεις θα διερευνηθούν με τη βοήθεια του ΓΔΤΚ για συγκεκριμένες κατηγορίες ειδών, στα οποία συνήθως γίνονται προσφορές και εκπτώσεις κατά τις ήδη υφιστάμενες περιόδους προσφορών και εκπτώσεων. Οι κατηγορίες που εξετάζονται επελέγησαν με τη μέθοδο της Τυπικής Απόκλισης (ΤΑ) του ΔΤΚ στη διάρκεια του έτους. Οι υποκλάδοι που εμφανίζουν σημαντικά υψηλότερη τυπική απόκλιση από τον μέσο όρο, δηλαδή έχουν εποχική διακύμανση στις τιμές, είναι αυτοί που αφορούν κυρίως στις τακτικές εκπτώσεις, ενώ σε δεύτερο στάδιο, γίνονται συγκρίσεις της τυπικής απόκλισης πριν και μετά τις αλλαγές στο θεσμικό πλαίσιο, δηλαδή πριν και μετά το 2014. Στη δεύτερη περίπτωση η διερεύνηση βασίζεται στην αξιοποίηση των δεικτών κύκλου εργασιών και όγκου της ΕΛΣΤΑΤ, καθώς επίσης, σε δημοσιευμένες έρευνες του ΙΝΕΜΥ της ΕΣΣΕ που πραγματοποιούνται σε τακτά χρονικά διαστήματα και παρέχουν πληροφόρηση σχετικά με τις επιπτώσεις των εκπτώσεων και προσφορών στις επιχειρήσεις που συμμετέχουν. Η χρήση κατάλληλων οικονομετρικών τεχνικών επιτρέπει την απομόνωση των επιδράσεων των επιπλέον μεταβλητών, άρα τον προσδιορισμό των επιπτώσεων των θεσμικών παρεμβάσεων ανεξάρτητα από την κρίση.

Τέλος, για τον προσδιορισμό των επιπτώσεων στις τιμές του τσιμέντου χρησιμοποιούνται στοιχεία από τον Δείκτη Τιμών Υλικών Κατασκευής Νέων Κτιρίων Κατοικιών της ΕΛΣΤΑΤ για την περίοδο Ιανουαρίου 2005-Φεβρουαρίου 2016. Ο δείκτης αυτός αναφέρεται στις τιμές που καταβάλλονται από τους κατασκευαστές νέων κτιρίων κατοικιών για την αγορά υλικών (δείκτης εισροών). Στην υποκατηγορία «Κονίες και έτοιμο σκυρόδεμα», η οποία συμμετέχει κατά 16,81% στη σύνθεση του γενικού δείκτη, περιλαμβάνονται ως επιμέρους κατηγορίες το τσιμέντο, αλλά και το έτοιμο σκυρόδεμα, στο οποίο το τσιμέντο αποτελεί βασικό υλικό. Επίσης, χρησιμοποι-

ούνται στοιχεία από τον Δείκτη Τιμών Κατηγοριών Έργων Κατασκευής Νέων Κτιρίων (δείκτης εκκρώων), που εκφράζει τη μεταβολή των τιμών που καταβάλλονται στους κατασκευαστές-εργολήπτες των διαφόρων επιμέρους τμημάτων κατασκευής νέων κτιρίων κατοικιών κατά την ανάθεση των έργων. Στον δείκτη αυτό περιλαμβάνεται η κατηγορία «Οπλισμένα και μη σκυροδέματα», στην οποία το τσιμέντο αποτελεί πρώτη ύλη.

Τα στοιχεία από την παραπάνω ανάλυση χρησιμοποιούνται για να σκιαγραφηθούν οι εξελίξεις στις τιμές των συγκεκριμένων προϊόντων, πριν και μετά την ύφεση, πριν και μετά την εφαρμογή των νομοθετικών ρυθμίσεων και με αναφορά στις διαφορετικές κατηγορίες ατόμων ή φορέων (καταναλωτές, επιχειρήσεις) που υφίστανται τις επιπτώσεις. Συγκρίσεις, στον βαθμό που είναι εφικτό, γίνονται με ευρύτερες κατηγορίες συναφών προϊόντων ή με τις εξελίξεις στον ΓΔΤΚ.

Σημαντικό στοιχείο για την αποτύπωση των εξελίξεων στις τιμές αποτελεί ο χρόνος έναρξης της εφαρμογής των νομοθετικών ρυθμίσεων για κάθε αγορά, καθώς σε ορισμένες περιπτώσεις στην ουσία ο χρόνος είναι περιορισμένος και πιθανόν να μην έχουν εκδηλωθεί οι επιδράσεις στις τιμές τους. Επιπλέον, η μείωση της ζήτησης για συγκεκριμένα προϊόντα, ως συνέπεια της ύφεσης, έχει ήδη συμπιέσει τις τιμές και, επομένως, δυσχεραίνεται ο διαχωρισμός των επιπτώσεων στις τιμές που αποδίδονται στους παράγοντες αυτούς από τις αλλαγές που προέρχονται από τις νομοθετικές παρεμβάσεις.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αθανασίου, Λ., Ιωάννου, Χ., Κώτση, Α., Πούπος, Η., Τερροβίτης, Θ., & Χειμωνίτη-Τερροβίτη, Σ., 2001. *Φραγμοί στην ελεύθερη λειτουργία των επαγγελματιών και στην πραγματοποίηση επιχειρηματικών πρωτοβουλιών και ανταγωνιστικότητα*. Αθήνα: ΚΕΠΕ.
- Κώτση, Α., Αθανασίου, Ε., Κανελλόπουλος, Ν., Καραγιάννη, Ρ., & Κατσελίδης, Ι., 2016. *Αποτίμηση της απελευθέρωσης σε είκοσι επιλεγμένα επαγγέλματα*. Έκθεση Νο 73. Αθήνα: ΚΕΠΕ.
- Κώτση, Α., Αθανασίου, Ε., Κανελλόπουλος, Ν., Καραγιάννη, Ρ., Παπαϊωάννου, Σ., & Κατσελίδης, Ι., 2015. *Βαθμός απελευθέρωσης των επαγγελματιών και αναμενόμενες επιπτώσεις*. Έκθεση Νο 71. Αθήνα: ΚΕΠΕ.
- Κώτση, Α., Αθανασίου, Ε., Κανελλόπουλος, Ν., Καραγιάννη, Ρ. & Κατσελίδης, Ι., 2013. *Αξιολόγηση των αποτελεσμάτων απελευθέρωσης επαγγελματιών τα οποία έχουν σημαντική συνεισφορά στην ελληνική οικονομία*. Αθήνα: Υπουργείο Οικονομικών/ΚΕΠΕ.
- Κώτση, Α., Αθανασίου, Ε., Κανελλόπουλος, Ν., Καραγιάννη, Ρ., Κασμάτη, Ε., Παπαϊωάννου, Σ., & Κατσελίδης, Ι., 2012. *Αποτελέσματα Εφαρμογής του Νόμου 3919/2011: «Αρχή της επαγγελματικής ελευθερίας, κατάργηση αδικαιολόγητων περιορισμών στην πρόσβαση και άσκηση επαγγελματιών» και οι Επιπτώσεις στην Οικονομία της Ελλάδας*. Αθήνα: Υπουργείο Οικονομικών/ΚΕΠΕ.
- ΚΕΠΕ, 2005. *Οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις για την Ελλάδα της υπό συζήτηση Οδηγίας για την απελευθέρωση του τομέα των υπηρεσιών στην Ενιαία Ευρωπαϊκή Αγορά*. Αθήνα: ΚΕΠΕ.
- Athanassiou, E., Kanellopoulos, N., Karagiannis, R., & Kotsi, A., 2015. *Assessment of the liberalization of specific professions in Greece*. DG Internal Market and Services, European Commission, Centre of Planning and Economic Research (KEPE).
- Australian Productivity Commission, 2011. *Identifying and Evaluating Regulation Reforms*. Research Report. Canberra: Australian Productivity Commission.
- Berger, H., & Danninger, S., 2007. The Employment Effects of Labor and Product Market Deregulation and Their Implications for Structural Reform. *IMF Staff Papers*, Vol. 54 (3).
- Bertrand, M., & Kramatz, F., 2002. Does Entry Regulation Hinder Job Creation? Evidence from French Retail Industry. *The Quarterly Journal of Economics*, November, 1369-1413.

- Burda, M.C., 2000. Product market regulation and labor market outcomes: How can deregulation create jobs? *CESifo Working Paper Series*, No 230.
- Copenhagen Economics, 2004. *Economic assessment of the barriers to the internal market for services*. Denmark: Copenhagen Economics.
- European Central Bank, 2007. *Competition and Economic Performance of the Euro Area Services Sector*. Monthly Bulletin, May.
- European Central Bank, 2006. Competition, Productivity and Prices in the Euro Area Services Sector. *Occasional Paper Series*, No 44.
- Fabiani, S., Druant, M., Hernando, I. *et al.*, 2005. The pricing behavior of firms in the euro area: new survey evidence. *European Central Bank, Working Papers Series*, No 535.
- Fiori, G., Nicoletti, G., Scarpetta, S., & Schiantarelli, F., 2012. Employment effects of product and labour market reforms: Are there synergies? *The Economic Journal*, 122 (558), F79- F104.
- Griffith, R., Harrison, R., and Macartney, G., 2007. Product market reforms, labour market institutions and unemployment. *The Economic Journal*, 117 (519), C142-C166.
- Koske, I., Wanner, I., Bitetti, R. & Barbiero, O., 2015. The 2013 update of the OECD's database on product market regulation: Policy insights for OECD and non-OECD countries. *OECD Economics Department Working Papers*, No 1200. Paris: OECD.
- Lunnemann, P. and T.Y. Matha (2005). Regulated and services' prices and inflation persistence, *ECB Working Paper*, No 466.
- Nicoletti, G., 2005. Product Market Reforms and Employment in OECD Countries. *OECD Economics Department Working Paper*, No. 472. Paris: OECD.
- Nicoletti, G. & Scarpetta, S., 2003. Regulation, productivity, and growth. *The World Bank Human Development Network, Policy Research Working Paper* no. 2944.
- OECD, 2016. *OECD Economic Surveys: Greece 2016*. Paris: OECD.
- OECD, 2014a. *Competition Assessment Reviews, Greece*. Paris: OECD.
- OECD, 2014b. *Factsheet on how competition policy affects macro-economic outcomes*. Paris: OECD.
- OECD, 2010a. *Competition Assessment Toolkit: Competition assessment principles*, Vol. 1, Greek version. Competition Law and Policy. Paris: OECD.
- OECD, 2010b. *Competition Assessment Toolkit: Competition assessment guidance*, Vol. 2, Greek version, Competition Law and Policy. Paris: OECD.
- OECD, 2005. *Product Market regulation and Productivity Growth*. Working Party No1 on Macroeconomic and Structural Policy Analysis, October. Paris: OECD.

- Sadum, R., 2008. Does planning regulation protect independent retailers? *CEP Discussion Paper*, No 888.
- Schiantarelli, F., 2016. *Do product market reforms stimulate employment, investment, and innovation?* IZA World of Labor.
- Schivardi, F., & Viviano, E., 2011. Entry barriers in retail trade. *The Economic Journal*, 121(551), pp. 145-170.
- Viviano, E., 2008. Entry regulations and labor market outcomes: evidence from the Italian retail trade sector. *Labour Economics*, vol. 15(6), pp. 1200-1222.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΑΡΤΟΠΟΙΕΙΑ ΚΑΙ ΠΡΑΤΗΡΙΑ ΑΡΤΟΥ

2.1. Γενικά

Η αγορά των προϊόντων αρτοποιίας περιλαμβάνει την παραγωγή και διάθεση του άρτου, των αρτοσκευασμάτων και των αρτοπαρασκευασμάτων. Ο άρτος (ψωμί) αποτελεί βασικό είδος διατροφής και παρασκευάζεται με έψηση μέσα σε ειδικούς κλιβάνους, υπό καθορισμένες συνθήκες μάζας, η οποία αποτελείται από αλεύρι σίτου, νερό, ζύμη και μικρή ποσότητα αλατιού. Τα αρτοσκευάσματα είναι προϊόντα αρτοποιίας τα οποία παρασκευάζονται κατά τρόπο ανάλογο με τον άρτο, αλλά διαφέρουν από τον άρτο σε υφή και οργανοληπτικούς χαρακτήρες (π.χ. φρυγανιές, κουλούρια, παξιμάδια, διπυρίτης άρτος, πίτες για σουβλάκια, βουτήματα ζαχαροπλαστικής). Τα αρτοπαρασκευάσματα είναι προϊόντα αρτοποιίας που παρασκευάζονται από άλευρα ενός ή περισσότερων δημητριακών, με τρόπο παρασκευής διαφορετικό από εκείνον του άρτου (π.χ. λαγάνα Καθαράς Δευτέρας).

Η δομή της παραγωγής και διάθεσης προϊόντων αρτοποιίας διαφέρει σημαντικά από χώρα σε χώρα. Μία βασική διάκριση που χρησιμοποιείται σε μελέτες της συγκεκριμένης αγοράς είναι εκείνη μεταξύ των βιομηχανικών αρτοποιείων (industrial ή plant bakeries) και των βιοτεχνικών αρτοποιείων (craft ή artisanal bakeries), με τη δεύτερη κατηγορία να περιλαμβάνει στην περίπτωση της Ελλάδας τους παραδοσιακούς «φούρνους». Επιπλέον της βασικής αυτής κατηγοριοποίησης, διακρίνονται ανάλογα με την αγορά και άλλες επιμέρους κατηγορίες επιχειρήσεων αρτοποιίας, όπως π.χ. τα πρατήρια άρτου, τα οποία δραστηριοποιούνται στην πώληση έτοιμων προϊόντων αρτοποιίας, και οι εγκαταστάσεις περάτωσης έψησης (bake-off), οι οποίες δραστηριοποιούνται στην έψηση ενδιάμεσων προϊόντων αρτοποιίας ή την ολοκλήρωση της έψησης μερικώς ψη-

μένου-κατεψυγμένου άρτου και κατεψυγμένων ή με άλλη μέθοδο συντηρημένων προϊόντων αρτοποιίας.

Το παρόν κεφάλαιο εστιάζει στην αξιολόγηση των πρόσφατων θεσμικών παρεμβάσεων και των σχετικών οικονομικών επιπτώσεων που αφορούν στη βιοτεχνική αρτοποιία, τις εγκαταστάσεις *bake-off* και τα πρατήρια άρτου στην Ελλάδα.

2.2. Επισκόπηση θεσμικού πλαισίου

Η άσκηση των δραστηριοτήτων των αρτοποιείων και των πρατηρίων άρτου διέπεται από τον Νόμο-πλαίσιο 3526/2007, όπως αυτός τροποποιήθηκε μεταγενέστερα με βάση και τις συστάσεις της Έκθεσης του ΟΟΣΑ (Πίνακας 2.1). Στον Ν. 3526/2007 περιλαμβάνονται οι βασικοί ορισμοί των εννοιών που σχετίζονται με την παραγωγή και διάθεση προϊόντων αρτοποιίας, οι προϋποθέσεις για την ίδρυση και λειτουργία επιχειρήσεων αρτοποιίας, οι κανόνες για τη διάθεση/πώληση προϊόντων αρτοποιίας, καθώς και άλλες ρυθμίσεις.

Στην αρχική του μορφή ο Ν. 3526/2007 επέτρεπε τη χρήση του όρου «αρτοποιός» και των διακριτικών τίτλων «αρτοποιός», «αρτοποιείο» ή «φούρνος» μόνο στα φυσικά ή νομικά πρόσωπα που επιμελούνταν άμεσα τη συνολική διαδικασία παραγωγής άρτου (από την επιλογή των πρώτων υλών, το ζύμωμα και την εξέλιξη και πλήρη μορφοποίηση της ζύμης, μέχρι την έψηση του άρτου στον τόπο πώλησης προς τον καταναλωτή). Η συγκεκριμένη διάταξη τροποποιήθηκε με τον Ν. 4336/2015, ώστε να επιτρέπεται η χρήση των συγκεκριμένων όρων και διακριτικών τίτλων και στα πρόσωπα που επιμελούνται μόνο το τελικό στάδιο της έψησης του άρτου (*bake-off*) στον τόπο πώλησής του στον τελικό καταναλωτή.

Όσον αφορά στη διάθεση των προϊόντων αρτοποιίας, ο Ν. 3526/2007 όριζε αρχικά συγκεκριμένες κατηγορίες βάρους στις οποίες μπορούσαν να παρασκευαστούν και να διατεθούν ο άρτος και τα αρτοπαρασκευάσματα. Ειδικότερα, ανεξαρτήτως του σχήματος και της μορφής τους, οι κατηγορίες αυτές ορίζονταν για τον άρτο στα 500, 1.000, 1.500 ή 2.000 γρ., για τα αρτοπαρασκευάσματα στα 250, 350, 500, 750 ή 1.000 γρ. και για τα κουλούρια τουλάχιστον στα 40 γρ. Επιπλέον, οι αρχικές διατάξεις του Ν. 3526/2007 επέτρεπαν την

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1
Βασικό θεσμικό πλαίσιο για αρτοποιεία και πρατήρια άρτου

| | |
|--|--|
| <p>Πριν (έως 31/12/2013)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Ν.Δ. 296/1969 (ΦΕΚ 194 τ. Α΄ 25/9/1969): «Περί κατώτατου ορίου 24ώρου δυναμικότητας των εφεξής ιδρυσόμενων αρτοποιείων». • Υ.Α. αριθμ. 131/3/1780 (ΦΕΚ 1088 τ. Β΄ 26/10/1974): «Περί καθορισμού της υπέρ του Ταμείου Επικουρικής Ασφαλίσεως Αρτοποιών Εισφοράς, του τρόπου εισπράξεως ταύτης, κ.λ.π.». • Ν. 3526/2007 (ΦΕΚ 24 τ. Α΄ 9/2/2007): «Παραγωγή και διάθεση προϊόντων αρτοποιίας και συναφείς διατάξεις». • Υ.Α. αριθμ. Φ.20134/6015/287 (ΦΕΚ 526 τ. Β΄ 12/4/2007): «Αύξηση υπέρ του Ταμείου Επικουρικής Ασφάλισης Αρτοποιών Εισφοράς». • Υ.Α. αριθμ. οικ: 12709/859/Φ17.1 (ΦΕΚ 1026 τ. Β΄ 22/6/2007): «Καθορισμός δικαιολογητικών και διαδικασίας για τη χορήγηση αδειών ίδρυσης και λειτουργίας πρατηρίων άρτου». • Υ.Α. αριθμ. οικ: 4730/209/Φ.17.1 (ΦΕΚ 1519 τ. Β΄ 1/8/2008): «Καθορισμός δυναμικότητας παραγωγής κλιβάνων παραγωγής προϊόντων αρτοποιίας και διαδικασίας αδειοδότησης σε εφαρμογή της παρ. 3 του αρ. 2 και της παρ. 11 του αρ. 20 του Ν. 3526/2007». • Ν. 3853/2010 (ΦΕΚ 90 τ. Α΄ 17/6/2010): «Απλοποίηση διαδικασιών σύστασης προσωπικών και κεφαλαιουχικών εταιριών και άλλες διατάξεις». Άρθρο 15: Τροποποίηση διατάξεων του Ν. 3526/2007 (ΦΕΚ 24 Α΄). • Ν. 4072/2012 (ΦΕΚ 86 τ. Α΄ 11/4/2012): «Βελτίωση επιχειρηματικού περιβάλλοντος-Νέα εταιρική μορφή-Σήματα-Μεσίτες Ακινήτων-Ρυθμίσεις θεμάτων ναυτιλίας, λιμένων και αλιείας και άλλες διατάξεις». Άρθρο 231: Τροποποίηση διατάξεων για την εγκατάσταση περάτωσης έψησης. • Υ.Α. αριθμ. Υ1γ/Γ.Π./οικ. 96967 (ΦΕΚ 2718 τ. Β΄ 8/10/2012): «Υγειονομικοί όροι και προϋποθέσεις λειτουργίας επιχειρήσεων τροφίμων και ποτών και άλλες διατάξεις». Άρθρα 3, 10, 11, 13, 15. • Ν. 4152/2013 (ΦΕΚ 107 τ. Α΄ 9/5/2013): «Επείγοντα μέτρα εφαρμογής των νόμων 4046/2012, 4093/2012 και 4127/2013». Παρ. Η΄: Λοιπές διατάξεις αρμοδιότητας Υπουργείου Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων, Υποπαρ. Η.1.: Τροποποίηση του Ν. 3526/2007 (Α΄ 24). |
| <p>Μετά (από 1/1/2014 και ύστερα)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Ν. 4254/2014 (ΦΕΚ 85, τ. Α΄ 7/4/2014): «Μέτρα στήριξης και ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας στο πλαίσιο εφαρμογής του ν.4046/2012 και άλλες διατάξεις». Άρθρο 1, Υποπαρ. ΣΤ.6: Άρση εμποδίων στον ανταγωνισμό στον κλάδο της επεξεργασίας τροφίμων - Αρτοποιητική νομοθεσία. • Ν. 4314/2014 (ΦΕΚ 265, τ. Α΄ 23/12/2014): Α) «Για τη διαχείριση, τον έλεγχο και την εφαρμογή αναπτυξιακών παρεμβάσεων για την προγραμματική περίοδο 2014-2020, Β) Ενσωμάτωση της Οδηγίας 2012/17 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 13^{ης} Ιουνίου 2012 (ΕΕ L 156/16.6.2012) |

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1 (συνέχεια)

| | |
|--|--|
| | <p>στο ελληνικό δίκαιο, τροποποίηση του Ν. 3419/2005 (Α 297) και άλλες διατάξεις». Άρθρο 103.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ν. 4336/2015 (ΦΕΚ 94, τ. Α' 14/8/2015): «Συνταξιοδοτικές διατάξεις-Κύρωση του Σχεδίου Σύμβασης Οικονομικής Ενίσχυσης από τον Ευρωπαϊκό Μηχανισμό Σταθερότητας και ρυθμίσεις για την υλοποίηση της Συμφωνίας Χρηματοδότησης». Άρθρο 2, Παρ. Α.: Ρυθμίσεις θεμάτων αρμοδιότητας Υπουργείου Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας και Τουρισμού, Υποπαρ. Α.3: Ρύθμιση διαφόρων θεμάτων. |
|--|--|

πώληση προϊόντων αρτοποιίας μόνο από τα αρτοποιεία, τα πρατήρια άρτου, και πολύ συγκεκριμένες κατηγορίες καταστημάτων τροφίμων (ζαχαροπλαστεία, γαλακτοπωλεία, καταστήματα τροφίμων και ζαχαρωδών προϊόντων, μεικτά καταστήματα τροφίμων και υπεραγορές τροφίμων), κατόπιν άδειας πρατηρίου άρτου. Στη συνέχεια, με τροποποίηση που εισήχθη με τον Ν. 4152/2013, δόθηκε η δυνατότητα ίδρυσης πρατηρίου άρτου σε καταστήματα της ευρύτερης κατηγορίας των τροφίμων και ποτών, με σημαντικές, όμως, εξαιρέσεις στο είδος των καταστημάτων αυτών (αποκλείονταν τα κρεοπωλεία, πτηνοπωλεία, ιχθυοπωλεία, περίπτερα και καταστήματα ψιλικών).

Σημαντικές διαφοροποιήσεις στο ως άνω καθεστώς διάθεσης των προϊόντων αρτοποιίας επήλθαν με την ψήφιση των Ν. 4254/2014, Ν. 4314/2014 και Ν. 4336/2015. Ειδικότερα, ο Ν. 4254/2014 ακύρωσε την εξαίρεση πώλησης προϊόντων αρτοποιίας από τα καταστήματα ψιλικών, ενώ κατήργησε και τη διάταξη που αφορούσε στις συγκεκριμένες κατηγορίες βάρους, προβλέποντας εφεξής την αναγραφή της τιμής/κιλό για τον άρτο και τα αρτοπαρασκευάσματα, το υποχρεωτικό ζύγισμα όλων των προϊόντων ενώπιον του καταναλωτή και, συμπληρωματικά, την αναγραφή της τιμής/τεμάχιο για τα προϊόντα που πωλούνται συνήθως ανά τεμάχιο. Στη συνέχεια ο Ν. 4314/2014 ακύρωσε τη διάταξη για το υποχρεωτικό ζύγισμα των προϊόντων και προέβλεψε ότι τα προϊόντα μπορούν να προζυγίζονται και να πωλούνται με ευκρινή αναγραφή του βάρους και της τιμής τους ανά τεμάχιο, και να ζυγίζονται εκ νέου ενώπιον του καταναλωτή, εφόσον αυτό ζητηθεί από τον ίδιο. Ακολούθως ο Ν. 4336/2015 κατήργησε όλες τις εξαιρέσεις όσον αφορά στην πώ-

ληση προϊόντων αρτοποιίας από τα καταστήματα τροφίμων και ποτών, επιτρέποντας την ίδρυση πρατηρίου άρτου σε όλα τα καταστήματα αυτού του είδους, σε χώρο σαφώς διαχωρισμένο και τηρουμένων των σχετικών υγειονομικών διατάξεων.

Επιπλέον των ανωτέρω, ο Ν. 3526/2007 περιείχε αρχικά και ρυθμίσεις αναφορικά με τα αποθέματα πρώτων και βοηθητικών υλών των αρτοποιιών, αλλά και τους χώρους και τις διαστάσεις των αρτοποιείων, των εγκαταστάσεων περάτωσης έψησης και των πρατηρίων. Συγκεκριμένα, υποχρέωνε τις επιχειρήσεις αρτοποιίας να διατηρούν στον χώρο τους αποθέματα αλεύρων, καύσιμης ύλης και αλατιού σε ποσότητες που να καλύπτουν τις ανάγκες παρασκευής άρτου για τρεις ημέρες κατά την περίοδο από 15 Ιουνίου έως 15 Σεπτεμβρίου και για μία εβδομάδα κατά την περίοδο από 16 Σεπτεμβρίου έως 14 Ιουνίου. Επιπλέον, ο Ν. 3526/2007 προέβλεπε ειδικά διαμερίσματα/χώρους για τα αρτοποιεία (ζυμωτήριο, πρατήριο, χώρος εκκλιβάνισης, αποθήκες κλπ.), και τις εγκαταστάσεις περάτωσης έψησης, καθώς και ελάχιστες διαστάσεις για την επιφάνεια των πρατηρίων άρτου και τους επιμέρους χώρους των αρτοποιείων και των εγκαταστάσεων περάτωσης έψησης. Σε ό,τι αφορά στη διατήρηση αποθεμάτων, οι σχετικές ρυθμίσεις καταργήθηκαν πλήρως με τον Ν. 4254/2014. Επιπλέον, με τροποποιήσεις του Ν. 3526/2007, καταργήθηκαν και οι ελάχιστες διαστάσεις για τις εγκαταστάσεις έψησης (Ν. 4072/2012) και τα πρατήρια άρτου (Ν. 4152/2013), ενώ εξακολουθούν να ισχύουν οι σχετικές ρυθμίσεις για τα αρτοποιεία.

Τέλος, στις ρυθμίσεις του Ν. 3526/2007, περιλαμβάνονταν αρχικά και ορισμένες μεταβατικές διατάξεις, σύμφωνα με τις οποίες εξαιρούνταν από τις διατάξεις του νόμου οι επιχειρήσεις που λειτουργούσαν νόμιμα κατά τη δημοσίευσή του. Οι εξαιρέσεις αυτές, άρθηκαν με τον Ν. 4254/2014, με τον οποίο καταργήθηκαν επιπροσθέτως τόσο η υποχρεωτική με βάση την Υ.Α. 131/3/1780/1974 εισφορά υπέρ του Ταμείου Επικουρικής Ασφάλισης Αρτοποιιών, όσο και η προβλεπόμενη από το Ν.Δ. 296/1967 κατώτατη ελάχιστη δυναμικότητα 5.000 κιλών άρτου ανά 24ωρο για την ίδρυση αρτοποιείου στην ευρύτερη περιοχή των Αθηνών, τη Θεσσαλονίκη, την Πάτρα και τις πόλεις με πληθυσμό άνω των 40.000 κατοίκων. Ανα-

φορικά με την εισφορά υπέρ του Ταμείου Επικουρικής Ασφάλισης Αρτοποιιών, με βάση την αύξηση που είχε επέλθει με την Υ.Α. Φ.20134/6015/ 287/2007, το ύψος της αναλογούσε σε 0,40€ για κάθε 25 κιλά αλεύρων, ανεξαρτήτως τύπου.

2.3. Εξελίξεις βασικών μεγεθών

Η Ελλάδα χαρακτηρίζεται από υψηλή ετήσια κατά κεφαλήν κατανάλωση ψωμιού συγκριτικά με τις περισσότερες χώρες της Ε.Ε. (ICAP, 2014). Σύμφωνα με τα πλέον πρόσφατα στοιχεία Οικογενειακών Προϋπολογισμών της ΕΛΣΤΑΤ, ο μέσος όρος μηνιαίων ποσοτήτων κατανάλωσης ψωμιού και άλλων ειδών αρτοποιίας έφτανε το 2014 στα 10,7 κιλά ανά νοικοκυριό, με τη μέση κατανάλωση στις αγροτικές περιοχές να εμφανίζεται υψηλότερη σε σχέση με τις αστικές περιοχές (12,2 κιλά, έναντι 10,3 κιλών ανά νοικοκυριό, αντίστοιχα). Στη σύνθεση της μέσης μηνιαίας ποσότητας κατανάλωσης προϊόντων αρτοποιίας, την πρώτη θέση με διαφορά κατέχει σύμφωνα με την ίδια πηγή το άσπρο ψωμί, ενώ ακολουθούν το μαύρο ψωμί, το ψωμί για τoστ και χάμπουργκερ, και τα άγλυκα προϊόντα αρτοποιίας.

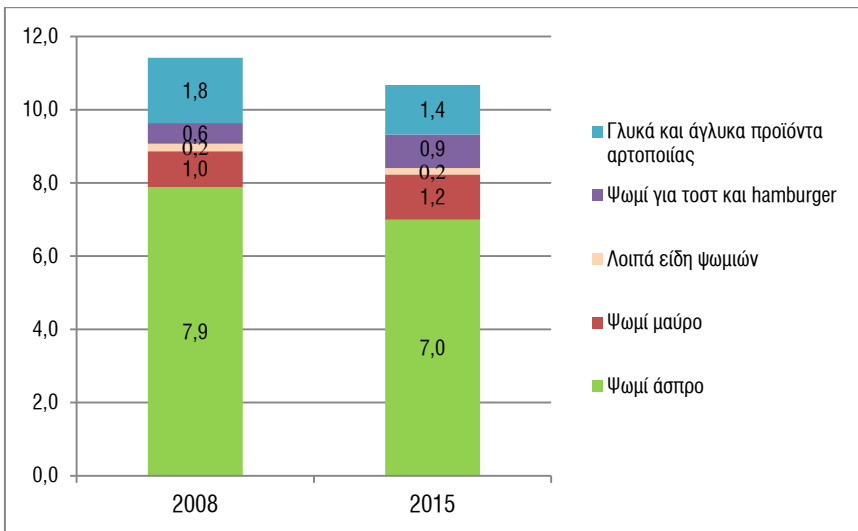
Η ζήτηση για προϊόντα αρτοποιίας, και ιδιαίτερα για το ψωμί, χαρακτηρίζεται από χαμηλή εισοδηματική ελαστικότητα, καθώς τα συγκεκριμένα προϊόντα συγκαταλέγονται στα βασικότερα είδη διατροφής¹. Ωστόσο, η μεγάλη κάμψη του εισοδήματος των νοικοκυριών στην Ελλάδα κατά την περίοδο της κρίσης είχε, αναπόφευκτα, σημαντικές δυσμενείς επιπτώσεις στη ζήτηση για τις περισσότερες κατηγορίες ειδών αρτοποιίας. Εξετάζοντας την εξέλιξη του μέσου όρου μηνιαίων ποσοτήτων κατανάλωσης ψωμιού και άλλων ειδών αρτοποιίας μεταξύ των ετών 2008 και 2015 με βάση τα στοιχεία Οικογενειακών Προϋπολογισμών της ΕΛΣΤΑΤ (Διάγραμμα 2.1), προκύπτουν μεταβολές της τάξεως του -6,5% για το σύνολο του ψωμιού και των προϊόντων αρτοποιίας, -11,3% για το άσπρο ψωμί, -6,8% για τα γλυκά προϊόντα αρτοποιίας και -36,6% για τα άγλυκα προϊόντα αρτοποιίας. Ωστόσο, παρατηρείται επίσης σημαντική αύξηση στην κατανάλωση μαύρου ψωμιού (26,4%), η οποία πιθανόν να συνδέεται με

¹ Βλέπε π.χ. Lipsey and Chrystal (2011).

μεταβολές στις διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών, αλλά και αξιοσημείωτη αύξηση της κατανάλωσης ψωμιού για τoστ και χάμπουργκερ (62,1%), η οποία πιθανότατα να αντανακλά μία κάποια ενίσχυση της θέσης της βιομηχανικής αρτοποιίας στην αγορά.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.1

Μέσος όρος μηνιαίων ποσοτήτων κατανάλωσης ψωμιού και άλλων ειδών αρτοποιίας ανά νοικοκυριό (κιλά), 2008 και 2015

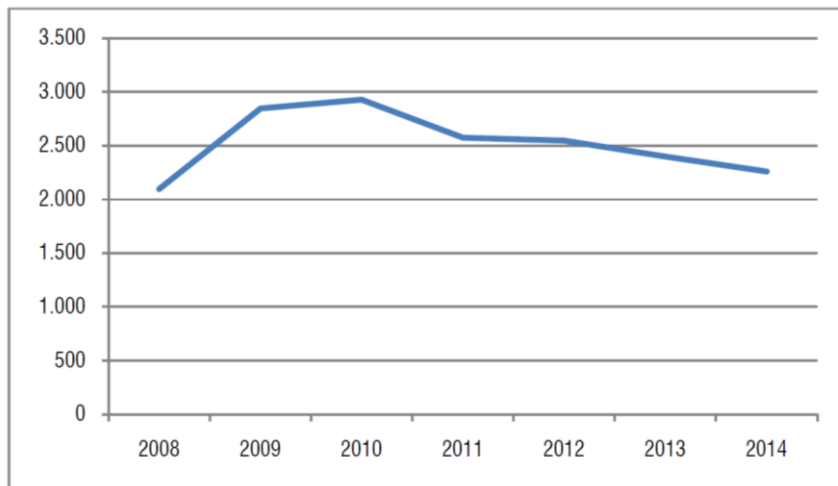


Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Οικογενειακοί Προϋπολογισμοί.

Η κάμψη της κατανάλωσης προϊόντων αρτοποιίας στην πορεία της οικονομικής κρίσης καταγράφεται και στα στοιχεία των Στατιστικών Διάρθρωσης Επιχειρήσεων, σύμφωνα με τα οποία από το 2011 έως το 2014 παρατηρήθηκε συνεχής μείωση της αξίας παραγωγής στον κλάδο των προϊόντων αρτοποιίας και αλευρωδών προϊόντων (Διάγραμμα 2.2).

Ως προς τη δομή της παραγωγής και διάθεσης προϊόντων αρτοποιίας, η Ελλάδα συγκαταλέγεται μεταξύ των χωρών της Ε.Ε. με τα υψηλότερα μερίδια βιοτεχνικής αρτοποιίας στο σύνολο της σχετικής αγοράς (ICAP, 2014). Συγκεκριμένα, σύμφωνα με στοιχεία έρευνας που διεξήχθη το 2014 στο λεκανοπέδιο της Αττικής (MARC,

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.2
Αξία παραγωγής στον κλάδο της παραγωγής
προϊόντων αρτοποιίας και αλευρωδών προϊόντων, εκατ. ευρώ



Πηγή: Eurostat, Στατιστικές Διάρθρωσης Επιχειρήσεων, 2016.

2014), το 86,5% των καταναλωτών προμηθεύονταν το ψωμί τους από τον φούρνο της γειτονιάς, με τα αντίστοιχα ποσοστά για τα πρατήρια άρτου, τα σούπερ μάρκετ και άλλα καταστήματα να ανέρχονται σε 7,9%, 5,2% και 0,4%. Σε σύγκριση με τα αποτελέσματα της ίδιας έρευνας για το έτος 2011 (MARC, 2011), οι αποκλίσεις στα σχετικά μερίδια είναι μικρές, και αντανακλούν μικρή μείωση των ποσοστών των φούρνων και των σούπερ μάρκετ μεταξύ των ετών 2011-2014, προς όφελος των πρατηρίων άρτου.

Το μεγάλο μερίδιο της βιοτεχνικής αρτοποιίας στο σύνολο της σχετικής αγοράς συνεπάγεται μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων και σημαντικά μεγέθη απασχόλησης στον κλάδο. Σύμφωνα με την πρόσφατη μελέτη της Stochasis (2014), ο αριθμός των αρτοποιείων στην Ελλάδα προσεγγίζει τις 14.000, ενώ σύμφωνα με πληροφορίες της αγοράς ο συνολικός αριθμός σημείων πώλησης άρτου στη χώρα πλησιάζει τις 60.000. Επιπλέον, σύμφωνα με τα πλέον πρόσφατα δεδομένα της Έρευνας Εργατικού Δυναμικού, η συνολική απασχό-

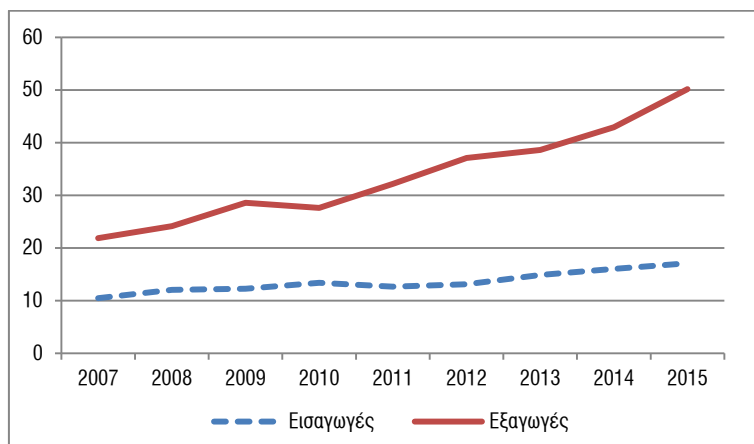
ληση στον κλάδο της παραγωγής προϊόντων αρτοποιίας και αλευρωδών προϊόντων ανερχόταν κατά το δεύτερο τρίμηνο του 2015 στους 55.465 απασχολούμενους.

Το μεγάλο μέγεθος της βιοτεχνικής αρτοποιίας στην Ελλάδα και η διασπορά της σε μικρές παραγωγικές μονάδες ανά τη χώρα έχουν ως αποτέλεσμα τη στήριξη ενός ευρύτατου δικτύου εγχώριων τοπικών επιχειρήσεων που προμηθεύουν τα αρτοποιεία (κυλινδρόμυλοι, βιομηχανίες κατασκευής μηχανημάτων και αρτοποιίας, επιχειρήσεις που παράγουν ή εμπορεύονται πρώτες ύλες αρτοποιίας, όπως μαγιά, λάδι, βούτυρο, ξηρούς καρπούς, χαρτί κ.ά.). Παράλληλα, η εγχώρια βιοτεχνική αρτοποιία απορροφά σημαντικό μερίδιο της εγχώριας παραγωγής σίτου. Επομένως η σημασία της αρτοποιίας για την παραγωγή και την απασχόληση στην ελληνική οικονομία εκτείνεται πολύ πέραν των στενών ορίων του συγκεκριμένου κλάδου, ενώ ο ρόλος της αρτοποιίας καθίσταται ιδιαίτερα σημαντικός για τις τοπικές κοινωνίες.

Αναφορικά με το εξωτερικό εμπόριο προϊόντων αρτοποιίας και ζυμαριών για την παρασκευή τους, όπως φαίνεται στα Διαγράμματα 2.3 και 2.4 η Ελλάδα παρουσιάζει πλεόνασμα στο ισοζύγιο που αφορά στα *Μείγματα και ζυμάρια για την παρασκευή προϊόντων αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής ή μπισκοτοποιίας* (κλάδος 190120), και έλλειμμα στο ισοζύγιο που αφορά στα *Προϊόντα αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής ή μπισκοτοποιίας, κ.ά.* (κλάδος 1905). Επιπλέον, αξιoσημείωτη είναι η ανοδική τάση που παρατηρείται τα τελευταία χρόνια στις εισαγωγές αλλά πολύ περισσότερο στις εξαγωγές στον κλάδο των μειγμάτων και ζυμαριών, εξέλιξη η οποία πιθανόν να υποδηλώνει ότι η ανάπτυξη των δραστηριοτήτων bake-off στην Ελλάδα έχει οδηγήσει όχι μόνον στην αύξηση των εισαγωγών ζυμαριών, αλλά και στη δραστηριοποίηση εγχώριων επιχειρήσεων στον συγκεκριμένο τομέα.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.3

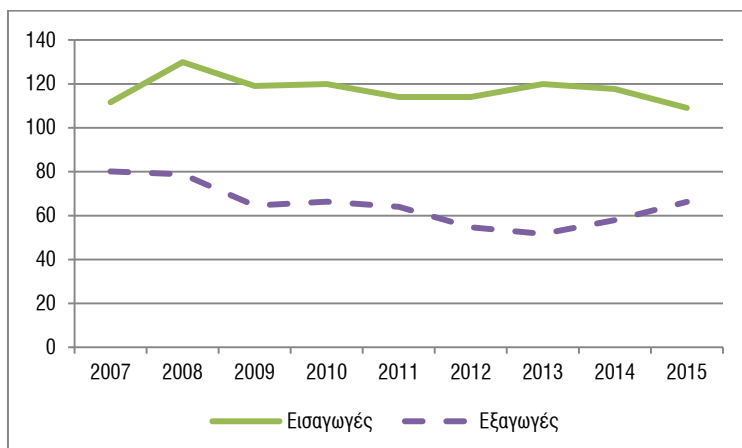
Εισαγωγές και εξαγωγές μειγμάτων και ζυμαριών για την παρασκευή προϊόντων αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής ή μπισκοτοποιίας (κωδικός 190120), εκατ. ευρώ



Πηγή: UN Comtrade. Υπολογισμοί των συγγραφέων.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.4

Εισαγωγές και εξαγωγές προϊόντων αρτοποιίας, ζαχαροπλαστικής ή μπισκοτοποιίας, κ.ά. (κωδικός 1905), εκατ. ευρώ



Πηγή: UN Comtrade. Υπολογισμοί των συγγραφέων.

2.4. Αξιολόγηση των συνθηκών ανταγωνισμού βάσει του Οδηγού του ΟΟΣΑ

Το θεσμικό πλαίσιο που αφορά στην παραγωγή και διάθεση προϊόντων αρτοποιίας ορίζει τις βασικές έννοιες που αφορούν στη συγκεκριμένη δραστηριότητα, προσδιορίζει τα πρόσωπα που δικαιούνται να κάνουν χρήση του όρου «αρτοποιός» και των διακριτικών τίτλων «αρτοποιός», «αρτοποιείο» ή «φούρνος», καθορίζει τις προϋποθέσεις για την ίδρυση και λειτουργία επιχειρήσεων αρτοποιίας, θέτει κανόνες για τη διάθεση/πώληση προϊόντων αρτοποιίας, και ρυθμίζει μία σειρά από άλλα σχετικά θέματα. Η αξιολόγηση του πλαισίου αυτού και των συνθηκών ανταγωνισμού με βάση και τις νεότερες νομοθετικές ρυθμίσεις απεικονίζεται συνοπτικά στον Πίνακα 2.2.

Πριν τις πρόσφατες θεσμικές παρεμβάσεις ο Νόμος-Πλαίσιο 3526/2007 επέτρεπε τη χρήση του όρου «αρτοποιός» και των διακριτικών τίτλων «αρτοποιός», «αρτοποιείο» ή «φούρνος» αποκλειστικά στα φυσικά ή νομικά πρόσωπα που επιμελούνταν άμεσα τη συνολική διαδικασία παραγωγής άρτου. Με βάση τη συγκεκριμένη ρύθμιση, αποκλείονταν από τη χρήση των συγκεκριμένων όρων και διακριτικών τίτλων, αφενός, τα πρατήρια άρτου, τα οποία ούτως ή άλλως δεν εμπλέκονται στη διαδικασία παραγωγής προϊόντων αρτοποιίας, και, αφετέρου, οι επιχειρήσεις που επιμελούνται μόνο το τελικό στάδιο της έψησης του άρτου (bake-off) στον τόπο πώλησής του στον τελικό καταναλωτή. Σκοπός της ρύθμισης ήταν, σύμφωνα με το σχετικό άρθρο του νόμου, η αποφυγή πρόκλησης σύγχυσης στον καταναλωτή σχετικά με τον τόπο παραγωγής του άρτου.

Παρόμοιοι περιορισμοί στη χρήση του όρου «αρτοποιός» ή/και της εμπορικής επωνυμίας «αρτοποιείο» εφαρμόζονται και σε ορισμένες άλλες ευρωπαϊκές χώρες, όπως η Γαλλία και η Ιταλία (ICAP, 2014). Ωστόσο, στην έκθεση του ΟΟΣΑ διατυπώθηκε το επιχείρημα ότι οι περιορισμοί αυτοί θέτουν στην πράξη εμπόδια στον ανταγωνισμό, παρέχοντας ένα είδος πλεονεκτήματος στους παραδοσιακούς φούρνους μέσω της παρεμπόδισης των ανταγωνιστών τους να διαφημίζονται ή να εμπορεύονται τα προϊόντα άρτου με τη χρήση των συγκεκριμένων όρων/διακριτικών τίτλων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2
Αξιολόγηση βαθμού απελευθέρωσης: Αρτοποιεία και πρατήρια άρτου

| Περιγραφή της ρύθμισης (πριν από 31/12/2013) | Σύσταση | Μεταβολές (από 1/1/2014 και μετά) | Νόμος/Υ.Α. κ.ά. Χρόνος θέσπισης | Χρόνος εφαρμογής | Αποκλίσεις | Προτάσεις |
|---|--|---|---------------------------------|------------------|--------------------|---|
| Το Ν.Δ. 296/1969 προέβλεπε ελάχιστη δυναμικότητα 5.000 κλά ανά 24ωρο για την ίδρυση αρτοποιείου στην ευρύτερη περιοχή των Αθηνών, τη Θεσσαλονίκη, την Πάτρα και τις πόλεις με πληθυσμό άνω των 40.000 κατοίκων. | Σύσταση 1: Ρητή κατάργηση της σχετικής ρύθμισης. | Κατάργηση της σχετικής ρύθμισης | N. 4254/2014 | 7/4/2014 | Πλήρης συμμόρφωση. | Δεν απαιτείται καμία επιπλέον παρέμβαση. |
| Σύμφωνα με τον Ν. 3526/2007 η χρήση του όρου «αρτοποιός» και των διακριτικών τίτλων «αρτοποιός», «αρτοποιός» ή «φούρνος» επιτρεπτόταν μόνον σε πρόσωπα που επιμελούνταν άμεσα τη συνολική διαδικασία παραγωγής (από την επιλογή πρώτων υλών, μέχρι την έμφυση του άρτου στον τόπο πώλησής προς τον καταναλωτή). | Σύσταση 2: Κατάργηση των συγκεκριμένων ορισμών, ώστε να περιλαμβάνονται στις σχετικές έννοιες και τα πρόσωπα που επιμελούνται μόνο το τελικό στάδιο της έμφυσης του άρτου στον τόπο πώλησής του στον τελικό καταναλωτή. | Κατάργηση των ορισμών και υιοθέτηση νέων που διευρύνουν τη χρήση των σχετικών όρων και διακριτικών τίτλων στα φυσικά ή νομικά πρόσωπα που επιμελούνται άμεσα μόνο το τελικό στάδιο της έμφυσης του άρτου στον τόπο πώλησής του στον καταναλωτή. | N. 4336/2015 | 14/8/2015 | Πλήρης συμμόρφωση. | Είναι ενδεχόμενος να επανεξεταστεί το ζήτημα ή να διασφαλιστεί η ευκρινής σημείωση των προϊόντων, ώστε να περιορισθεί το ενδεχόμενο ασυμμετρικής πληροφοροφόρησης των καταναλωτών.* |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|------------------------|---|--|
| Σύμφωνα με τον Ν. 3526/2007 ο άρτος και τα αρτοποιασκευάσματα διατίθεντο μόνον σε συγκεκριμένες κατηγορίες βάρους (500, 1000, 1500 ή 2000 γρ. για τον άρτο, 250, 350, 500, 750 ή 1000 γρ. για τα αρτοποιασκευάσματα και 40 γρ. τουλάχιστον για τα κουλούρια). | Σύσταση 4: Αντικατάσταση των περιορισμών στο βάρος με την αναγραφή της τιμής/kg. Για τα προϊόντα που πωλούνται συνήθως ανά τεμάχιο, πρόσθετη επιλογή για αναγραφή και της τιμής/τεμάχιο. | Αντικατάσταση των περιορισμών με την αναγραφή της τιμής/kg και υποχρεωτικό ζύγισμα ενώπιον του καταναλωτή, αναπληρωματικά, αναγραφή της τιμής/τεμάχιο για τα προϊόντα που πωλούνται συνήθως ανά τεμάχιο. Ζύγισμα των προϊόντων ενώπιον του καταναλωτή, εφόσον ζητηθεί. | Ν. 4254/2014 Ν. 4314/2014 | 7/4/2014 23/12/2014 | Πλήρης συμμόρφωση. | Δεν απαιτείται καμία επιπλέον παρέμβαση. |
| Ο Ν. 3526/2007 επέτρεπε αρχικά την πώληση προϊόντων αρτοποιίας μόνο από τα αρτοποιεία, τα πρατήρια άρτου, και πολύ συγκεκριμένες κατηγορίες καταστημάτων τροφίμων, κατόπιν άδειας Πρατηρίου άρτου. Ο Ν. 4152/2013, επέτρεψε την ίδρυση πρατηρίου άρτου σε καταστήματα της ευρύτερης κατηγορίας των τροφίμων και ποτών, με σημαντικές, όμως, εξαιρέσεις. | Σύσταση 5: Βλέπε Σύσταση 14. | Βλέπε παρεμβάσεις με βάση τη Σύσταση 14. | Βλέπε παρεμβάσεις με βάση τη Σύσταση 14 | | Βλέπε μικρή απόκλιση σε σχέση με τη Σύσταση 14. | Δεν υπάρχει ανάγκη επιπλέον παρεμβάσεων. Ο αριθμός των καταστημάτων που πωλούν προϊόντα αρτοποιίας είναι ήδη πολύ μεγάλος, διασφαλίζοντας τον ανταγωνισμό. |

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2 (συνέχεια)

| Περιγραφή της ρύθμισης (πριν από 31/12/2013) | Σύσταση | Μεταβολές (από 1/1/2014 και μετά) | Νόμος/Υ.Α. κ.ά. Χρόνος θέσπισης | Χρόνος εφαρμογής | Αποκλίσεις | Προτάσεις |
|---|---|---|---|---|--|---|
| Σύμφωνα με τον Ν. 3526/2007, οι επιχειρήσεις αρτοποιίας υποχρεώνονται να διατηρούν στον χώρο τους αποθέματα αλεύρων, καύσιμης ύλης και αλάτων σε ποσότητες που να καλύπτουν τις ανάγκες παρασκευής άρτου για τρεις ή επτά ημέρες, ανάλογα με την περίοδο του έτους. | Σύσταση δ: Κατάργηση της σχετικής ρύθμισης. | Κατάργηση της σχετικής ρύθμισης. | Ν. 4254/2014 | 7/4/2014 | Πλήρης συμμόρφωση. | Δεν απαιτείται καμία επιπλέον παρέμβαση. |
| Σύμφωνα με τον Ν. 3526/2007, προβλέπονταν ειδικά διαμερίσματα/χώροι για τα αρτοποιεία (ζυμωτήριο, πρατήριο, χώρος εκκλιβάνισης, αποθήκες κλπ.), καθώς και ειδικές διαστάσεις για τους χώρους αυτούς. | Σύσταση δ: Δεν προκύπτει σαφής σύσταση/απολογικό για τροποποίηση ή την κατάργηση της σχετικής ρύθμισης για τα αρτοποιεία. | Δεν έχει γίνει παρέμβαση για τα αρτοποιεία. | Δεν έχει γίνει παρέμβαση για τα αρτοποιεία. | Δεν έχει γίνει παρέμβαση για τα αρτοποιεία. | Δεν υφίσταται απόκλιση, διότι δεν υπάρχει σαφής κατάσταση. | Δεν προτείνεται κατάργηση της σχετικής ρύθμισης. Στα αρτοποιεία παρασκευάζεται εξολοκλήρου ένα βασικό προϊόν διατροφής και θα πρέπει επομένως να υπάρχουν ελάχιστες προδιαγραφές για τη διασφάλιση της δημόσιας υγείας. |

| | | | | | | |
|--|--|--|---|---|--|--|
| <p>Σύμφωνα με τον Ν. 3526/2007, τα πραπίρια άρτου που λειτουργούσαν νομίμα κατά τη δημοσίευση του νόμου αυτού, εξακολουθούσαν να διέπονται από τις προϋπάρχουσες διατάξεις (βάσει των οποίων εκδόθηκε η άδεια λειτουργίας τους).</p> | <p>Σύσταση 10: Κατάρτιση της σχετικής εξαιρέσης.</p> | <p>Κατάρτιση της σχετικής εξαιρέσης, με διετή προθεσμία για τη συμμόρφωση των αρτοποιειών.</p> <p>Παράταση της προθεσμίας συμμόρφωσης έως τις 31 Μαρτίου 2017, λόγω αδυναμίας προσαρμογής μεγάλης μερίδας των αρτοποιειών.</p> | <p>N. 4254/2014</p> <p>N. 4403/2016</p> | <p>Παράταση προθεσμίας συμμόρφωσης έως τις 31 Μαρτίου 2017.</p> | <p>Πλήρης συμμόρφωση, με παράταση της σχετικής προθεσμίας.</p> | <p>Έλεγχος νομοθεσίας για προσδιορισμό αντιφωσών με-ταξύ των προδιαγραφών του Ν. 3526/2007 και προγενέστερων διατάξεων.</p> <p>Διαβούλευση για τη διευκρίνιση της δυνατότητας κατάρτισης ενισίων προδιαγραφών για παλαιά και νέα αρτοποιεία.</p> |
| <p>Σύμφωνα με τον Ν. 3526/2007, για τον μηχανολογικό εξοπλισμό αρτοποιειών, βιομηχανικών αρτοποιίας, και επαγγελματικών εργαστηρίων παραγωγής ζύμης και ενδιάμεσων προϊόντων αρτοποιίας, εξακολουθούσαν να εφαρμόζονται οι προϋπάρχουσες διατάξεις.</p> | <p>Σύσταση 11: Κατάρτιση της σχετικής εξαιρέσης.</p> | | | | | |
| <p>Σύμφωνα με τον Ν. 3526/2007, εξακολουθούσαν να ισχύουν οι άδειες που είχαν εκδοθεί πριν τη δημοσίευση του νόμου για την εγκατάσταση αρτοποιειών, βιομηχανικών-βιοτεχνικών εγκαταστάσεων αρτοποιίας, και επαγγελματικών εργαστηρίων παραγωγής ζύμης και ενδιάμεσων προϊόντων αρτοποιίας.</p> | <p>Σύσταση 12: Κατάρτιση της σχετικής εξαιρέσης.</p> | | | | | |

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2 (συνέχεια)

| Περιγραφή της ρύθμισης (πριν από 31/12/2013) | Σύσταση | Μεταβολές (από 1/1/2014 και μετά) | Νόμος/ΥΑ κ.ά. Χρόνος θέσπισης | Χρόνος εφαρμογής | Αποκλίσεις | Προτάσεις |
|---|---|--|----------------------------------|---------------------------|--|--|
| Σύμφωνα με τον Ν. 3526/2007, όπως τροποποιήθηκε με τον Ν. 4152/2013, η ίδρυση πρατηρίου άρτου επιτρεπόταν εντός καταστημάτων τροφίμων και ποτών, σε χώρο σαφώς διαχωρισμένο, και με αρκετές εξαφάνσεις (αποκλείονταν τα κρεσπώλεια, πηνησιωλεια, ιχθυοσιωλεια, περιπτερα και καταστήματα ψλικών). | Σύσταση 14: Κατάρτιση των περιορισμών και εξαφάνσεων. Εξασφάλιση της ασφαλείας τροφίμων με τήρηση των υγειονομικών διατάξεων. Δυνατότητα πώλησης ψωμιού και από καταστήματα εκτός τροφίμων. | Καταργήθηκε αρχικά η εξαίρεση για τα καταστήματα ψλικών. Καταργήθηκαν όλες οι εξαφάνσεις για τα καταστήματα τροφίμων και ποτών. Η ίδρυση πρατηρίου άρτου επιτρέπεται σε όλα τα καταστήματα τροφίμων και ποτών, σε χώρο σαφώς διαχωρισμένο και προοιωνών των σχετικών υγειονομικών διατάξεων. | Ν. 4254/2014 Ν. 4336/2015 | 7/4/2014 14/8/2015 | Συμμόρφωση κατά το μεγαλύτερο μέρος. Δεν έχει προβλεφθεί δυνατότητα πώλησης ψωμιού και από καταστήματα εκτός τροφίμων. | Δεν υπάρχει ανάγκη επιπλέον παρέμβασης καθώς το εύρος αλλά και ο αριθμός των καταστημάτων που μπορούν να πωλούν προϊόντα ασοποιίας είναι ήδη πολύ μεγάλος, διαφραλίζοντας τον ανταγωνισμό. |
| Σύμφωνα με την Υ.Α. 131/3/1780/1974 οι αρτοποιοί βαρουνταν με υποχρεωτική εισφορά από το Ταμείου Επικουρικής Αφφάλισης Αρτοποιών. Βάσει της Υ.Α. Φ.20134/6015/287/2007, η εισφορά καθορίστηκε σε 0,40€ για κάθε 25kg αλεύρων, ανεξαρτήτως τύπου. | Σύσταση 18: Κατάρτιση της εισφοράς | Καταργήθηκε η εισφορά. | Ν. 4254/2014 | 1/1/2015 | Πλήρης συμμόρφωση. | Δεν απαιτείται καμία επιπλέον παρέμβαση. |

* Η πρόταση έχει υιοθετηθεί (βλέπε υποσημείωση 3 παρακάτω)

Συνεπώς, στη βάση της ανάλογης σύστασης 2 της έκθεσης του ΟΟΣΑ, το σχετικό καθεστώς τροποποιήθηκε με τον Ν. 4336/ 2015, ώστε να επιτρέπεται η χρήση των συγκεκριμένων όρων και διακριτικών τίτλων και στα πρόσωπα που επιμελούνται μόνο το τελικό στάδιο της έψησης του άρτου (bake-off) στον τόπο πώλησής του στον τελικό καταναλωτή. Παράλληλα, με τον Ν. 4336/2015 δεν άρθηκε ο σχετικός περιορισμός για την περίπτωση των πρατηρίων άρτου.

Αν και είναι σαφές ότι με την εφαρμογή του Ν. 4336/2015 υιοθετήθηκε πλήρως η σύσταση 2 της έκθεσης του ΟΟΣΑ, δεν φαίνεται ότι το καθεστώς που ισχύει έκτοτε διασφαλίζει επαρκώς την ορθή πληροφόρηση των καταναλωτών στην Ελλάδα αναφορικά με την προέλευση και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του άρτου που καταναλώνουν. Στην ελληνική γλώσσα, η λέξη «αρτοποιείο» (ή η συνώνυμη λέξη «φούρνος») σημαίνει «κατάστημα στο οποίο παρασκευάζεται και πωλείται ψωμί» ή αλλιώς «εργαστήριο στο οποίο παρασκευάζεται ψωμί»². Επιπλέον, στην Ελλάδα η έννοια του αρτοποιείου/φούρνου ήταν ανέκαθεν συνυφασμένη με την παρασκευή φρέσκου ψωμιού στον τόπο πώλησής του στον καταναλωτή. Για τους λόγους αυτούς, αλλά και δεδομένου ότι το φρέσκο ψωμί και το φρεσκοψημένο ψωμί από κατεψυγμένη ζύμη διαφέρουν ως προς την προέλευση και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους, η συγκεκριμένη νομοθετική ρύθμιση πιθανόν να έχει ως συνέπεια την ασύμμετρη πληροφόρηση μερίδας των καταναλωτών στην περίπτωση της Ελλάδας. Σημειώνεται ότι, για την αντιμετώπιση του προβλήματος αυτού, πιθανόν να μην επαρκεί η χρήση επιλογών μάρκετινγκ (marketing choices), όπως προτείνεται στη σχετική έκθεση του ΟΟΣΑ. Αν και σε συμφωνία με την πρόταση αυτή, τα βιοτεχνικά αρτοποιεία επιχειρούν να προβάλλουν στον καταναλωτή τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των προϊόντων τους, π.χ. μέσω της σήμανσης «εδώ ζυμώνεται, εδώ ψήνεται» στα καταστήματά τους, μία μερίδα των καταναλωτών ενδέχεται να μην διακρίνει τη διαφορά μεταξύ της συγκεκριμένης σήμανσης και της αντίστοιχης προβολής των χαρακτηριστικών των προϊόντων bake-off, π.χ. με τη σήμανση «φρεσκοψημένο». Παράλληλα, από πλευράς των βιοτεχνικών αρτοποιείων, οι δυνατότητες χρήσης κάποιων επιλογών μάρκετινγκ, όπως π.χ. η διαφήμιση

² Γ. Μπαμπινιώτης, *Λεξικό της Νέας Ελληνικής Γλώσσας*.

στα μέσα μαζικής επικοινωνίας, είναι ιδιαίτερα περιορισμένες λόγω του πολύ μικρού μεγέθους των συγκεκριμένων μονάδων και του υψηλού κόστους που συνεπάγονται τέτοιες δράσεις.

Με βάση τις παραπάνω παρατηρήσεις, αλλά και με δεδομένη την αντίστοιχη πρακτική ευρωπαϊκών χωρών με παράδοση στη βιοτεχνική αρτοποιία, όπως η Γαλλία και η Ιταλία, είναι ενδεχομένως σκόπιμο να επανεξεταστεί η εφαρμογή της παραπάνω ρύθμισης, με κριτήριο τη διασφάλιση τόσο της σωστής ενημέρωσης των καταναλωτών, όσο και του θεμιτού ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων αρτοποιίας³.

Όσον αφορά στη διάθεση των προϊόντων αρτοποιίας, εμπόδια στον ανταγωνισμό φαίνεται να προέκυπταν με βάση τις διατάξεις του Ν. 3526/2007 σύμφωνα με τις οποίες οριζόνταν συγκεκριμένες κατηγορίες βάρους στις οποίες μπορούσαν να παρασκευαστούν και να διατεθούν ο άρτος και τα αρτοπαρασκευάσματα. Ειδικότερα, εμπόδια στον ανταγωνισμό λόγω του συγκεκριμένου περιορισμού προέκυπταν κατ' αρχάς για τους προμηθευτές προϊόντων αρτοποιίας, οι οποίοι περιορίζονταν ως προς τη δυνατότητα να επιλέξουν ελεύθερα το καταλληλότερο με βάση τις συνθήκες της αγοράς βάρος για κάθε προϊόν τους. Επιπλέον, περιορισμένες επιλογές λόγω της συγκεκριμένης ρύθμισης προέκυπταν και για τους καταναλωτές, οι οποίοι στερούνταν τη δυνατότητα αγοράς μικρότερης ποσότητας άρτου από την ελάχιστη προκαθορισμένη. Με βάση πρόσφατη έρευνα της αγοράς (MARC, 2014), η μέση ημερήσια κατανάλωση άρτου ανά νοικοκυριό στο λεκανοπέδιο της Αθήνας ανερχόταν το 2014 στα 586 γρ., γεγονός που υποδηλώνει ότι σε αρκετά νοικοκυριά οι ημερήσιες ανάγκες θα μπορούσαν να κα-

³ Στο διάστημα κατά το οποίο βρισκόταν σε εξέλιξη η διαδικασία έκδοσης της παρούσας έκθεσης, η συγκεκριμένη σύσταση του ΚΕΠΕ υιοθετήθηκε με το άρθρο 18 του Ν.4441/2016 (ΦΕΚ 227 τ. Α' 6/12/2016), σύμφωνα με το οποίο εισάγονται οι όροι «παραδοσιακός άρτος», «παραδοσιακός φούρνος» και «παραδοσιακός αρτοποιός». Η χρήση των όρων αυτών επιτρέπεται αποκλειστικά στα αρτοποιεία που παράγουν και διαθέτουν άρτο στο πλαίσιο μίας ενιαίας και συνεχούς διαδικασίας παραγωγής, η οποία περιλαμβάνει τα εξής στάδια: α) την επιλογή των πρώτων υλών, β) το ζύμωμα της ζύμης, η οποία δεν έχει προηγουμένως υποβληθεί σε κατάψυξη, ταχεία κατάψυξη ή ανάλογη διαδικασία συντήρησης, γ) την εξέλιξη της ζύμης μέχρι την πλήρη μορφοποίησή της και δ) την έψηση του άρτου.

λυφθούν με την αγορά άρτου βάρους κάτω των 500 γρ.

Ανάλογοι περιορισμοί στο βάρος του άρτου ίσχυαν μέχρι σχε-
τικά πρόσφατα και στο Ηνωμένο Βασίλειο, όπου με βάση νομοθε-
σία που αναγόταν στα έτη 1822 και 1836, οι αρτοποιοί ήταν υπο-
χρεωμένοι να πωλούν τον μη συσκευασμένο άρτο στις κατηγορίες
βάρους των 400 γρ. ή πολλαπλασίων αυτού. Η άρση του συγκεκρι-
μένου περιορισμού έλαβε χώρα το 2010, κατόπιν αξιολόγησης της
σχετικής νομοθεσίας και εκτίμησης των επιπτώσεων, και με το σκε-
πτικό ότι θα επέτρεπε στις επιχειρήσεις αρτοποιίας να καινοτομή-
σουν, παράγοντας νέα προϊόντα και μεγέθη άρτου τα οποία να
ανταποκρίνονται καλύτερα στις ανάγκες των καταναλωτών.

Για την αντιμετώπιση των σχετικών στρεβλώσεων από την επι-
βολή περιορισμών βάρους στην περίπτωση της Ελλάδας, και στη
βάση της ανωτέρω διεθνούς εμπειρίας και της σύστασης 4 της έκ-
θεσης του ΟΟΣΑ, ο Ν. 4254/2014 κατήργησε τη διάταξη που αφο-
ρούσε στις συγκεκριμένες κατηγορίες βάρους, ενώ έλαβε μέτρα για
την πληροφόρηση και την προστασία των καταναλωτών, προβλέπο-
ντας εφεξής την αναγραφή της τιμής/κιλό για τον άρτο και τα αρτο-
παρασκευάσματα, το υποχρεωτικό ζύγισμα όλων των προϊόντων
ενώπιον του καταναλωτή και, συμπληρωματικά, την αναγραφή της
τιμής/τεμάχιο για τα προϊόντα που πωλούνται συνήθως ανά τεμά-
χιο. Στη συνέχεια με τον Ν. 4314/2014 καταργήθηκε η διάταξη για
το υποχρεωτικό ζύγισμα των προϊόντων, και προβλέφθηκε ότι τα
προϊόντα μπορούν να προζυγίζονται και να πωλούνται με ευκρινή
αναγραφή του βάρους και της τιμής τους ανά τεμάχιο, και να ζυγί-
ζονται εκ νέου ενώπιον του καταναλωτή, εφόσον αυτό ζητηθεί από
τον ίδιο. Με τις θεσμικές αυτές αλλαγές παρέχεται ευελιξία στους
προμηθευτές για την ανταπόκρισή τους στις συνθήκες ζήτησης,
ενώ παράλληλα δίνεται η δυνατότητα στους καταναλωτές να αγο-
ράσουν ακριβώς την ποσότητα άρτου που επιθυμούν, εξοικονομώ-
ντας χρήματα και περιορίζοντας τη σπατάλη. Όσον αφορά το ζύγι-
σμα, θα πρέπει να επισημανθεί ότι, σύμφωνα με πληροφορίες της
αγοράς, στην πράξη τα περισσότερα σημεία πώλησης επιλέγουν
να προσφέρουν ζύγισμα των προϊόντων που πωλούνται ανά τεμάχιο
μόνον εφόσον το ζητήσει ο καταναλωτής. Στον βαθμό που στην
πλειονότητά τους οι καταναλωτές δεν ζητούν ζύγισμα, είτε από συ-

νήθεια είτε για να αποφύγουν την πιθανότητα να πληρώσουν ακριβότερα το τεμάχιο που αγοράζουν, τα αποτελέσματα της ρύθμισης που αφορά στο ζύγισμα φαίνεται να είναι προς το παρόν μάλλον περιορισμένα.

Πέραν των ανωτέρω, εμπόδια στον ανταγωνισμό όσον αφορά στη διάθεση των προϊόντων αρτοποιίας φαίνεται να έθεταν και οι αρχικές διατάξεις του Ν. 3526/2007, σύμφωνα με τις οποίες η πώληση προϊόντων αρτοποιίας επιτρεπόταν μόνο από τα αρτοποιεία, τα πρατήρια άρτου, και πολύ συγκεκριμένες κατηγορίες καταστημάτων τροφίμων, κατόπιν άδειας πρατηρίου άρτου. Η τροποποίηση που εισήχθη με τον Ν. 4152/2013 έδωσε τη δυνατότητα ίδρυσης πρατηρίου άρτου σε καταστήματα της ευρύτερης κατηγορίας των τροφίμων και ποτών, με σημαντικές, όμως, εξαιρέσεις (αποκλείονταν τα κρεοπωλεία, πτηνοπωλεία, ιχθυοπωλεία, περίπτερα και καταστήματα ψιλικών). Είναι σαφές ότι με το αρχικό καθεστώς του Ν. 3526/2007 προέκυπταν εμπόδια στον ανταγωνισμό, υπό τη μορφή του περιορισμού του εύρους και, συνεπώς, και του αριθμού των προμηθευτών προϊόντων αρτοποιίας. Η άρση των εμποδίων αυτών με την τροποποίηση στη βάση του Ν. 4152/2013 ήταν σημαντική αλλά όχι πλήρης, με τις εξαιρέσεις που παρέμειναν να περιορίζουν τις δυνατότητες για δραστηριοποίηση νέων μορφών μεικτών καταστημάτων τροφίμων.

Η επιβολή περιορισμών στο είδος των καταστημάτων τροφίμων που μπορούν να λειτουργούν ως πρατήρια άρτου δεν αποτελεί κοινή πρακτική στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ενώ η μέριμνα για την ασφάλεια των καταναλωτών σε άλλες χώρες-μέλη αφορά στην εφαρμογή των αναγκαίων υγειονομικών κανονισμών (π.χ. ξεχωριστός χώρος εργασίας για τα προϊόντα άρτου εντός των μεικτών καταστημάτων τροφίμων).

Με δεδομένα τα παραπάνω, και στη βάση των συστάσεων 5 και 14 της έκθεσης του ΟΟΣΑ, ο Ν. 4254/2014 ακύρωσε την εξαίρεση πώλησης προϊόντων αρτοποιίας από τα καταστήματα ψιλικών, ενώ στη συνέχεια ο Ν. 4336/2015 κατήργησε όλες τις εξαιρέσεις όσον αφορά στην πώληση προϊόντων αρτοποιίας από τα καταστήματα τροφίμων και ποτών. Στη βάση των θεσμικών αυτών μεταβολών, οι περιορισμοί στο εύρος των προμηθευτών προϊόντων άρτου αίρονται κατά το μεγαλύτερο μέρος, χωρίς όμως να προ-

βλέπεται η δυνατότητα πώλησης ψωμιού και από καταστήματα εκτός τροφίμων. Η μικρή αυτή απόκλιση από τη σύσταση 14 της έκθεσης του ΟΟΣΑ δεν μπορεί να θεωρηθεί ότι συνιστά εμπόδιο στον ανταγωνισμό, καθώς το εύρος αλλά και ο αριθμός των καταστημάτων που μπορούν να πωλούν προϊόντα αρτοποιίας είναι ήδη στην περίπτωση της Ελλάδας πολύ μεγάλος.

Πρόσθετα ζητήματα για την αγορά προϊόντων αρτοποιίας, με βάση τις αρχικές διατάξεις του Ν. 3526/2007, προέκυπταν λόγω των ρυθμίσεων αναφορικά με τα υποχρεωτικά αποθέματα πρώτων και βοηθητικών υλών των αρτοποιιών, αλλά και τις προδιαγραφές για τους χώρους και τις ελάχιστες διαστάσεις των εγκαταστάσεων περάτωσης έψησης και των πρατηρίων άρτου. Η ρύθμιση για τα αποθέματα, αν και συχνά δεν εφαρμοζόταν στην πράξη, ενδέχεται να δημιουργούσε σύγχυση στις νέες επιχειρήσεις ως προς την ανάγκη τήρησής της, και πρόσθετο κόστος λειτουργίας για τις επιχειρήσεις που συμμορφώνονταν με αυτήν. Επιπλέον, οι ρυθμίσεις για ειδικά διαμερίσματα/χώρους και διαστάσεις πιθανόν να λειτουργούσαν σε κάποιες περιπτώσεις ως εμπόδια στον ανταγωνισμό, κυρίως υπό τη μορφή αύξησης του κόστους εισόδου για τις νέες επιχειρήσεις. Σε συνέχεια της σύστασης 6 της έκθεσης του ΟΟΣΑ, η άρση των ρυθμίσεων για τα αποθέματα με τον Ν. 4254/ 2014 διευθετεί πλήρως τα σχετικά ζητήματα. Επιπλέον, η κατάργηση των ελάχιστων διαστάσεων για τις εγκαταστάσεις έψησης (Ν. 4072/2012) και τα πρατήρια άρτου (Ν. 4152/2013) είχε αντιμετωπίσει ήδη πλήρως τα σχετικά πιθανά εμπόδια στον ανταγωνισμό για τις συγκεκριμένες κατηγορίες επιχειρήσεων. Όσον αφορά στις προδιαγραφές του Ν. 3526/2007 για τους χώρους και τις ελάχιστες διαστάσεις των αρτοποιείων, από την σύσταση 8 της έκθεσης του ΟΟΣΑ δεν προκύπτει σαφής παρότρυνση και αιτιολογικό για την κατάργησή τους. Με δεδομένο ότι στα αρτοποιεία παρασκευάζεται εξολοκλήρου ένα βασικό προϊόν διατροφής, κρίνεται λογικό να εφαρμόζονται ελάχιστες προδιαγραφές για τις εγκαταστάσεις, έτσι ώστε να διασφαλίζεται η δημόσια υγεία.

Ανατρέχοντας σε πρόσθετα εμπόδια στον ανταγωνισμό στη βάση παλαιότερων νομοθετημάτων, σημαντικά ζητήματα ανέκυπταν τόσο από την υποχρεωτική με βάση την Υ.Α. 131/3/1780/1974 εισφορά υπέρ του Ταμείου Επικουρικής Ασφάλισης Αρτοποιιών, όσο και από την προβλεπόμενη από το Ν.Δ. 296/1967 κατώτατη ελάχιστη

δυναμικότητα 5.000 κιλών άρτου ανά 24ωρο για την ίδρυση αρτοποιείου στην ευρύτερη περιοχή των Αθηνών, τη Θεσσαλονίκη, την Πάτρα και τις πόλεις με πληθυσμό άνω των 40.000 κατοίκων. Η ελάχιστη δυναμικότητα αποτελούσε εμφανές εμπόδιο εισόδου στην αγορά. Από την άλλη πλευρά, η υποχρεωτική εισφορά προκαλούσε πολλαπλές στρεβλώσεις στην αγορά προϊόντων αρτοποιίας, αυξάνοντας το κόστος της πρώτης ύλης για ορισμένους προμηθευτές συγκριτικά με άλλους (π.χ. αυξάνοντας το κόστος για τα αρτοποιεία αλλά όχι για τα ζαχαροπλαστεία που διέθεταν προϊόντα αρτοποιίας), μετακυλίνοντας μέρος του αυξημένου κόστους στους καταναλωτές υπό τη μορφή υψηλότερων τιμών, αλλά και περιορίζοντας εν τέλει την παραγωγή και την απασχόληση λόγω του υψηλότερου κόστους. Επιπλέον, η εισφορά λειτουργούσε κατά κάποιο τρόπο και εις βάρος των εγχώριων αλευρόμυλων, οι οποίοι υποχρεούνταν σε ρόλο εισπράκτορα της εισφοράς, χωρίς να είναι εύκολος ο έλεγχος της τήρησης της συγκεκριμένης υποχρέωσης από αλευρόμυλους του εξωτερικού που προμηθεύουν απευθείας εγχώριους παραγωγούς. Όλα τα συγκεκριμένα ζητήματα αντιμετωπίστηκαν πλήρως με τον Ν. 4254/2014, ο οποίος στη βάση των σχετικών συστάσεων 1 και 18 της έκθεσης του ΟΟΣΑ κατήργησε τόσο την υποχρέωση καταβολής της εισφοράς, όσο και την προβλεπόμενη ελάχιστη δυναμικότητα για την ίδρυση αρτοποιείου.

Επιπλέον των ανωτέρω, εμπόδια στον ανταγωνισμό επισημαίνονταν με βάση την έκθεση του ΟΟΣΑ σε σχέση με ορισμένες από τις μεταβατικές διατάξεις του Ν. 3526/2007, σύμφωνα με τις οποίες εξαιρούνταν από τις ρυθμίσεις του νόμου οι επιχειρήσεις που λειτουργούσαν νόμιμα κατά τη δημοσίευσή του. Επί της αρχής, οι μεταβατικές διατάξεις ενός νόμου στοχεύουν στην ομαλότερη εφαρμογή του. Παρά ταύτα, στην περίπτωση των αρτοποιείων, η έκθεση του ΟΟΣΑ έκρινε ότι οι συγκεκριμένες εξαιρέσεις, οι οποίες αφορούσαν στον μηχανολογικό εξοπλισμό και τις προϋποθέσεις ισχύος της άδειας εγκατάστασης και λειτουργίας, ισοδυναμούσαν με διαφορετική αντιμετώπιση των υφιστάμενων επιχειρήσεων σε σχέση με τις νεοεισερχόμενες, και πιθανόν να μεταφράζονταν εν τέλει σε υψηλότερο κόστος για τις νέες επιχειρήσεις, λειτουργώντας έτσι ως εμπόδιο εισόδου. Συνεπώς, με τον Ν. 4254/2014 αποφασίστηκε η άρση των συγκεκριμένων μεταβατικών διατάξεων κατόπιν των σχε-

τικών συστάσεων 10, 11 και 12 της έκθεσης του ΟΟΣΑ, με διαιτη μεταβατική περίοδο για τη συμμόρφωση των αρτοποιιών. Ωστόσο, η προσαρμογή παλαιότερων αρτοποιειών στις ρυθμίσεις του Ν. 3526/2007 δεν κατέστη δυνατό να πραγματοποιηθεί κατά τη μεταβατική περίοδο, ενδεχομένως λόγω αντιφάσεων μεταξύ των προδιαγραφών του συγκεκριμένου νόμου και προγενέστερων διατάξεων⁴ με βάση τις οποίες είχαν κατά το παρελθόν αδειοδοτηθεί (π.χ. αναφορικά με τις διαστάσεις και τα κριτήρια προσδιορισμού τους, τους αποθηκευτικούς χώρους, κ.ά.). Για την προσωρινή αντιμετώπιση του προβλήματος αυτού, ο Ν. 4403/2016 προβλέπει παράταση της προθεσμίας συμμόρφωσης με τον Ν. 3526/2007 έως τις 31 Μαρτίου του 2017. Ωστόσο, οι σημαντικές διαφορές στις προδιαγραφές μερίδας των παλαιών αρτοποιειών σε σχέση με τα προβλεπόμενα από τον Ν. 3526/2007 συνεπάγεται κατ' αρχάς την ανάγκη διερεύνησης της δυνατότητας κατάρτισης ενιαίων προδιαγραφών για παλαιά και νέα αρτοποιεία. Για να εξακριβωθεί το κατά πόσον υπάρχει τέτοια δυνατότητα, απαιτείται λεπτομερής έλεγχος της σχετικής νομοθεσίας και των μεταβολών της στον χρόνο, αλλά και διαβούλευση με τους εμπλεκόμενους φορείς, ώστε να διασφαλιστεί ότι η όποια λύση αφενός δεν θα δημιουργεί σημαντικά προβλήματα προσαρμογής στα υφιστάμενα αρτοποιεία και αφετέρου θα διασφαλίζει επαρκώς τη δημόσια υγεία.

2.5. Επιπτώσεις στον αριθμό των επιχειρήσεων

Για την αποτίμηση των επιπτώσεων των νομοθετικών ρυθμίσεων στον αριθμό των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και διακίνηση προϊόντων αρτοποιίας, χρησιμοποιήθηκαν τα ετήσια στοιχεία που παρέχουν οι Στατιστικές Διάρθρωσης Επιχειρήσεων της Eurostat (Structural Business Statistics). Τα στοιχεία αυτά

⁴ Οι προδιαγραφές αδειοδότησης αρτοποιειών ως προς τις διαστάσεις των χώρων και άλλες παραμέτρους έχουν υποστεί σημαντικές μεταβολές στην πορεία του χρόνου (βλέπε π.χ. Π.Δ. 25.8.1934, Ν. 726/1977, Π.Δ. 369/1992, Υ.Α. 390/1993 και Υγ. Διάταξη Α1β8577 του 1983). Στις μεταβολές αυτές περιλαμβάνονται μεταξύ άλλων και αλλαγές στα κριτήρια προσδιορισμού των διαστάσεων των αρτοποιειών (π.χ. παλαιότερα κριτήριο προσδιορισμού των διαστάσεων αποτελούσε ο πληθυσμός, ενώ με βάση τον Ν. 3526/2007 κριτήριο για τις διαστάσεις αποτελεί η δυναμικότητα του κλιβάνου).

είναι διαθέσιμα σε τριψήφιο και τετραψήφιο επίπεδο στατιστικής ταξινόμησης για τα έτη 2008-2014. Επομένως, τα διαθέσιμα δεδομένα για την περίοδο μετά την εφαρμογή των νομοθετικών ρυθμίσεων καλύπτουν ένα χρονικό διάστημα μόλις μερικών μηνών (από τον Απρίλιο του 2014 έως και το τέλος του συγκεκριμένου έτους).

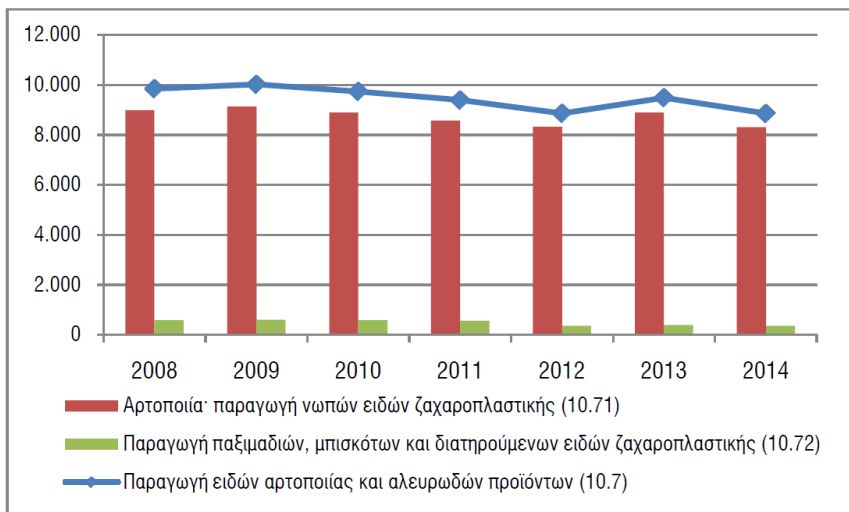
Σε τετραψήφιο επίπεδο οι κλάδοι που σχετίζονται με την παραγωγή προϊόντων αρτοποιίας είναι ο υπ' αριθμ. 10.71-*Αρτοποιία· Παραγωγή νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής* και ο υπ' αριθμ. 10.72-*Παραγωγή παξιμαδιών και μπισκότων· Παραγωγή διατηρούμενων ειδών ζαχαροπλαστικής*, ενώ ο κλάδος που σχετίζεται με την πώληση προϊόντων αρτοποιίας στους καταναλωτές είναι ο υπ' αριθμ. 47.24-*Λιανικό εμπόριο ψωμιού, αρτοσκευασμάτων και λοιπών ειδών αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής σε ειδικευμένα καταστήματα*. Θα πρέπει να διευκρινιστεί ότι οι συγκεκριμένοι κλάδοι περιλαμβάνουν εκτός της αρτοποιίας και τη ζαχαροπλαστική, και επομένως σε απόλυτους όρους τα μεγέθη τους δεν απεικονίζουν αμιγώς τις δραστηριότητες που εξετάζονται στην παρούσα έκθεση. Εντούτοις, οι γενικές τάσεις στους κλάδους αυτούς πιθανότατα αντανακλούν σε μεγάλο βαθμό τις εξελίξεις στην παραγωγή και διακίνηση προϊόντων αρτοποιίας, διότι οι συγκεκριμένες δραστηριότητες συνιστούν το μεγαλύτερο τμήμα των εν λόγω κλάδων.

Σε τριψήφιο επίπεδο, ο κλάδος που ενσωματώνει την παραγωγή προϊόντων αρτοποιίας είναι ο υπ' αριθμ 10.7-*Παραγωγή προϊόντων αρτοποιίας και αλευρωδών προϊόντων*. Ο κλάδος αυτός περιλαμβάνει, εκτός των προαναφερόμενων κλάδων 10.71 και 10.72, και τον κλάδο 10.73-*Παραγωγή μακαρονιών, λαζανιών, κουσκούς και παρόμοιων αλευρωδών προϊόντων*. Ωστόσο, τα μεγέθη του τελευταίου αυτού κλάδου είναι μικρά σε σύγκριση με αυτά των δύο προηγούμενων, και επομένως οι τάσεις στον κλάδο 10.7 αντανακλούν επίσης σε μεγάλο βαθμό τις εξελίξεις στην παραγωγή προϊόντων αρτοποιίας.

Στο Διάγραμμα 2.5 απεικονίζονται οι εξελίξεις στους προαναφερόμενους κλάδους που περιλαμβάνουν την παραγωγή προϊόντων αρτοποιίας. Σε σχέση με τον κλάδο της αρτοποιίας και παραγωγής νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής, η τάση που αποτυπώνεται στα στοιχεία είναι ανοδική το έτος 2009, πτωτική κατά το διάστημα 2010-2012, ενώ κατά το έτος 2013 παρατηρείται σημαντική άνοδος

της τάξεως του 7%. Παράλληλα, παρόμοιες τάσεις καταγράφονται κατά την ίδια περίοδο τόσο στον κλάδο της παραγωγής παξιμαδιών, μπισκότων και διατηρούμενων ειδών ζαχαροπλαστικής, ο οποίος όμως υπέστη συγκριτικά πολύ μεγαλύτερη ποσοστιαία μείωση του αριθμού επιχειρήσεων, όσο και στον ευρύτερο κλάδο της παραγωγής προϊόντων αρτοποιίας και αλευρωδών προϊόντων. Σε ό,τι αφορά το έτος 2014, οι εξελίξεις εμφανίζονται αμιγώς αρνητικές, με τον αριθμό των επιχειρήσεων να σημειώνει κάμψη της τάξεως του -6,6% σε τριψήφιο και τετραψήφιο επίπεδο. Για την αξιολόγηση των εξελίξεων αυτών, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη το γεγονός ότι τα συγκεκριμένα στοιχεία αφορούν στον αριθμό επιχειρήσεων και, συνεπώς, πιθανόν να μην αντανακλούν επαρκώς τις τάσεις στον αριθμό των καταστημάτων, αφού κάποιες επιχειρήσεις διαθέτουν περισσότερα από ένα καταστήματα/σημεία πώλησης.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.5
Εξέλιξη αριθμού επιχειρήσεων σε κλάδους που περιλαμβάνουν την παραγωγή άρτου και αρτοσκευασμάτων, 2008-2014

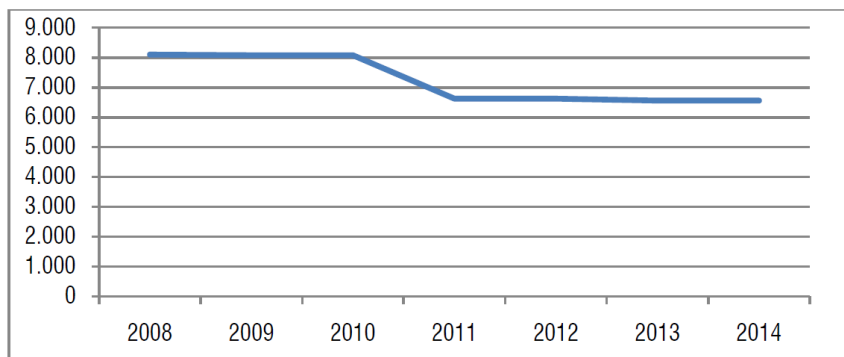


Πηγή: Eurostat, Στατιστικές Διάρθρωσης Επιχειρήσεων, 2016.

Στο Διάγραμμα 2.6 απεικονίζονται οι εξελίξεις στον κλάδο του λιανικού εμπορίου ψωμιού, αρτοσκευασμάτων και λοιπών ειδών αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής. Όπως φαίνεται, ο αριθμός επιχει-

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.6

Εξέλιξη αριθμού επιχειρήσεων στο λιανικό εμπόριο ψωμιού, αρτοσκευασμάτων και λοιπών ειδών αρτοποιίας και ζαχαροπλαστικής σε ειδικευμένα καταστήματα



Πηγή: Eurostat, Στατιστικές Διάρθρωσης Επιχειρήσεων, 2016.

ρήσεων στον συγκεκριμένο κλάδο παρέμεινε σχετικά σταθερός κατά την περίοδο 2008-2011, καταγράφοντας στη συνέχεια σημαντική κάμψη το έτος 2011 και σχετική στασιμότητα κατά το διάστημα 2012-2014.

Με βάση τα παραπάνω στοιχεία, είναι εμφανείς οι δυσμενείς συνέπειες της οικονομικής κρίσης στον αριθμό των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και διακίνηση προϊόντων αρτοποιίας. Επιπλέον, είναι επίσης αξιοσημείωτο ότι οι συνέπειες αυτές ήταν ηπιότερες στις δραστηριότητες που περιλαμβάνουν την παραγωγή άρτου και εντονότερες στις δραστηριότητες που περιλαμβάνουν την παραγωγή αρτοποιημάτων και το λιανικό εμπόριο άρτου και αρτοποιημάτων. Σε ό,τι αφορά στις πιθανές επιπτώσεις από την εφαρμογή των νέων νομοθετικών ρυθμίσεων, οι μεταβολές που παρατηρούνται το 2014 στον αριθμό των επιχειρήσεων παραγωγής ειδών αρτοποιίας και αλευρωδών προϊόντων είναι αρνητικές, αλλά δεν μπορούν να ερμηνευθούν ευθέως ως απόρροια των ρυθμίσεων αυτών λόγω των γενικότερων συνθηκών στην οικονομία.

Πρόσθετες ενδείξεις αναφορικά με την εξέλιξη του αριθμού των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και διακίνηση προϊόντων αρτοποιίας προκύπτουν στη βάση των στοιχείων

της ΓΓΠΣ για την έναρξη δραστηριότητας και το πλήθος των δραστηριοποιούμενων στους σχετικούς Κωδικούς Αριθμούς Δραστηριότητας (Κ.Α.Δ.). Αναφορικά με την ερμηνεία των συγκεκριμένων στοιχείων, επισημαίνεται ότι οι ενάρξεις με βάση τα στοιχεία αυτά δεν ισοδυναμούν πάντα με τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, καθώς μία υφιστάμενη επιχείρηση μπορεί να αποκτήσει μία νέα δραστηριότητα και να εγγραφεί επομένως στον σχετικό Κ.Α.Δ, παράλληλα με άλλον ή άλλους Κ.Α.Δ. στους οποίους μπορεί ήδη να είναι εγγεγραμμένη.

Στον Πίνακα 2.3 παρατίθενται στοιχεία που αφορούν την περίοδο από το 2009 έως και το πρώτο τετράμηνο του έτους 2016 και αναφέρονται στο άθροισμα δραστηριοτήτων σχετικών με την παραγωγή φρέσκου ψωμιού και την παραγωγή ξηρών ή διατηρούμενων ειδών αρτοποιίας (Κ.Α.Δ. 10.71.11, 10.72.11, 10.72.12 και 10.72.19). Από τα στοιχεία του πίνακα διακρίνεται μία σημαντική αύξηση των ενάρξεων δραστηριότητας κατά τα έτη 2011-2013, καθώς και μία αξιοσημείωτη κάμψη των ενάρξεων κατά τα έτη 2014 και 2015. Στη συνέχεια, κατά το πρώτο τετράμηνο του 2016, η εξέλιξη των ενάρξεων σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους ήταν θετική. Συνολικά, με βάση τα στοιχεία αυτά, και δεδομένων των παράλληλων εξελίξεων στις διακοπές δραστηριότητας, ο αριθμός των εγγεγραμμένων στις συγκεκριμένες δραστηριότητες φαίνεται να κινήθηκε ανοδικά σε όλη τη διάρκεια της περιόδου 2009-2015, με κάμψη του ρυθμού αύξησης κατά τα έτη 2014-2015.

Στον Πίνακα 2.4 παρατίθενται τα αντίστοιχα στοιχεία της ΓΓΠΣ για τις ενάρξεις δραστηριότητας και ο αριθμός των δραστηριοποιούμενων στο λιανικό εμπόριο προϊόντων αρτοποιίας (Κ.Α.Δ. 47. 24.16). Τα συγκεκριμένα στοιχεία παραπέμπουν σε κάμψη των ενάρξεων δραστηριότητας κατά την εξεταζόμενη περίοδο, με εξαίρεση το έτος 2013 κατά το οποίο καταγράφηκε σημαντική αύξηση των ενάρξεων. Παράλληλα, τα στοιχεία αυτά αντανakλούν μία αύξηση του αριθμού των δραστηριοποιούμενων κατά την ίδια περίοδο, με εξαίρεση το έτος 2012 και το πρώτο τετράμηνο του έτους 2016.

Η κάμψη των ενάρξεων κατά τα έτη 2014 και 2015 είναι σαφές ότι δεν συνιστά ένδειξη θετικών επιδράσεων των νομοθετικών ρυθμίσεων ως προς την είσοδο σε δραστηριότητες παραγωγής και εμπορίας προϊόντων αρτοποιίας. Ωστόσο, με βάση τα σχετικά μεγέ-

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.3

Ενάρξεις δραστηριότητας και πλήθος δραστηριοποιούμενων με βάση τον ΚΑΔ: Επιλεγμένες κατηγορίες σχετικές με την παραγωγή φρέσκου ψωμιού και την παραγωγή ξηρών ή διατηρούμενων ειδών αρτοποιίας, 2009-4/2016

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 1-4/2016 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|
| <i>Ενάρξεις δραστηριότητας</i> | | | | | | | | |
| Φυσικά πρόσωπα | 917 | 820 | 894 | 994 | 1.151 | 943 | 776 | 340 |
| Νομικά πρόσωπα | 369 | 373 | 393 | 419 | 445 | 385 | 306 | 121 |
| Σύνολο ενάρξεων | 1.286 | 1.193 | 1.287 | 1.413 | 1.596 | 1.328 | 1.082 | 461 |
| <i>Συνολική δραστηριότητα</i> | | | | | | | | |
| Αριθμός εγγεγραμμένων | 14.612 | 15.026 | 15.398 | 15.823 | 16.439 | 16.772 | 16.896 | 16.192 |
| <i>Ποσοστό επί της συνολικής δραστηριότητας (%)</i> | | | | | | | | |
| Ενάρξεις | 8,8 | 7,9 | 8,4 | 8,9 | 9,7 | 7,9 | 6,4 | - |
| <i>Ετήσιες μεταβολές ως προς την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους (%)</i> | | | | | | | | |
| Ενάρξεις | | -7,2 | 7,9 | 9,8 | 13,0 | -16,8 | -18,5 | 8,5 |
| Αριθμός εγγεγραμμένων | | 2,8 | 2,5 | 2,8 | 3,9 | 2,0 | 0,7 | -4,2 |

Πηγή: ΓΓΠΣ, 2016. Ίδιοι υπολογισμοί.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.4

Ενάρξεις δραστηριότητας και πλήθος δραστηριοποιούμενων με βάση τον ΚΑΔ: Λιανικό εμπόριο προϊόντων αρτοποιίας, 2009-4/2016

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 1-4/2016 |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|----------|
| <i>Ενάρξεις δραστηριότητας</i> | | | | | | | | |
| Φυσικά πρόσωπα | 1.816 | 1.782 | 1.536 | 1.576 | 2.028 | 1.711 | 1.509 | 496 |
| Νομικά πρόσωπα | 401 | 381 | 409 | 334 | 368 | 310 | 295 | 103 |
| Σύνολο ενάρξεων | 2.217 | 2.163 | 1.945 | 1.910 | 2.396 | 2.021 | 1.804 | 599 |
| <i>Συνολική δραστηριότητα</i> | | | | | | | | |
| Αριθμός εγγεγραμμένων | 19.198 | 19.703 | 19.727 | 19.700 | 20.265 | 20.573 | 2.0611 | |
| <i>Ποσοστό επί της συνολικής δραστηριότητας (%)</i> | | | | | | | | |
| Ενάρξεις | 11,5 | 11,0 | 9,9 | 9,7 | 11,8 | 9,8 | 8,8 | |
| <i>Ετήσιες μεταβολές (%)</i> | | | | | | | | |
| Ενάρξεις | | -2,4 | -10,1 | -1,8 | 25,4 | -15,7 | -10,7 | -5,8 |
| Αριθμός εγγεγραμμένων | | 2,6 | 0,1 | -0,1 | 2,9 | 1,5 | 0,2 | -6,2 |

Πηγή: ΓΓΠΣ, 2016. Ίδιοι υπολογισμοί.

θη για το πλήθος των εγγεγραμμένων, δεν διαφαίνεται παράλληλα κάποια σαφής αρνητική επίδραση των νομοθετικών ρυθμίσεων ως προς το σύνολο των δραστηριοποιούμενων στην αγορά, καθώς το σύνολο αυτό αυξήθηκε ελαφρά κατά τα έτη 2014 και 2015.

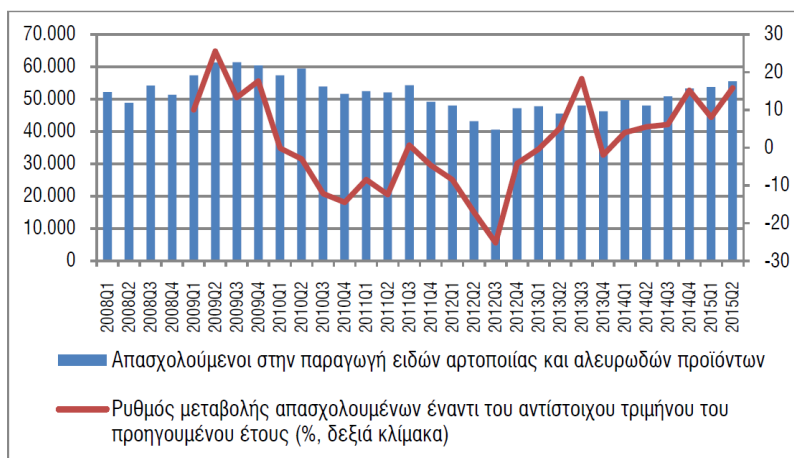
2.6. Επιπτώσεις στον αριθμό των απασχολούμενων

Η Έρευνα Εργατικού Δυναμικού περιλαμβάνει δεδομένα σε τριψήφιο επίπεδο ταξινόμησης. Επομένως, με βάση τα στοιχεία της συγκεκριμένης Έρευνας, οι επιπτώσεις των νομοθετικών ρυθμίσεων για την απασχόληση στην παραγωγή προϊόντων αρτοποιίας μπορούν να προσεγγιστούν μέσω των τάσεων που καταγράφονται στον τριψήφιο κλάδο υπ' αριθμ. 10.7-*Παραγωγή προϊόντων αρτοποιίας και αλευρωδών προϊόντων*. Τα συγκεκριμένα στοιχεία παρέχονται σε τριμηνιαία συχνότητα και ήταν κατά τη συγγραφή της παρούσας εργασίας διαθέσιμα για την περίοδο μέχρι και το δεύτερο τρίμηνο του 2015.

Στο Διάγραμμα 2.7 απεικονίζεται η εξέλιξη της απασχόλησης στον κλάδο της παραγωγής προϊόντων αρτοποιίας και αλευρωδών προϊόντων σε απόλυτους όρους και σε ποσοστιαίους ρυθμούς μεταβολής έναντι της αντίστοιχης περιόδου του προηγούμενου έτους. Όπως φαίνεται στο διάγραμμα, η απασχόληση παρουσίασε αύξηση το 2009, και κάμψη από το πρώτο τρίμηνο του 2010 έως και το πρώτο τρίμηνο του 2013. Στη συνέχεια παρατηρήθηκε άνοδος της απασχόλησης από το δεύτερο τρίμηνο του 2013 έως και το δεύτερο τρίμηνο του 2015, με εξαίρεση το τέταρτο τρίμηνο του 2013 κατά το οποίο σημειώθηκε μικρή υποχώρηση. Όσον αφορά ειδικότερα στην περίοδο μετά την εφαρμογή των νομοθετικών ρυθμίσεων, και συγκεκριμένα την περίοδο από το δεύτερο τρίμηνο του 2014 και ύστερα, η παρατηρούμενη άνοδος της απασχόλησης ήταν ταχεία, με τους σχετικούς ρυθμούς μεταβολής να κυμαίνονται μεταξύ του 5,5% και του 15,7% και να ακολουθούν ανοδική τάση. Οι συγκεκριμένες εξελίξεις στην απασχόληση συνάδουν με την παρατηρούμενη αύξηση του αριθμού επιχειρήσεων στον κλάδο κατά τα έτη 2013 και 2014 (βλέπε ενότητα 2.4), και είναι αρκετά έντονες ώστε να παραπέμπουν σε μία πιθανή θετική επίδραση των νομοθε-

τικών ρυθμίσεων στην απασχόληση. Ωστόσο, θα πρέπει να σημειωθεί ότι βέβαιο συμπέρασμα για μία τέτοια επίδραση δεν μπορεί να προκύψει με βάση τα συγκεκριμένα στοιχεία, διότι η θετική μεταστροφή της απασχόλησης στον κλάδο φαίνεται να ξεκίνησε περίπου ένα έτος πριν την εφαρμογή των νομοθετικών ρυθμίσεων.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.7
Εξέλιξη της απασχόλησης στον κλάδο της παραγωγής προϊόντων αρτοποιίας και αλευρωδών προϊόντων



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνα Εργατικού Δυναμικού, 2016.

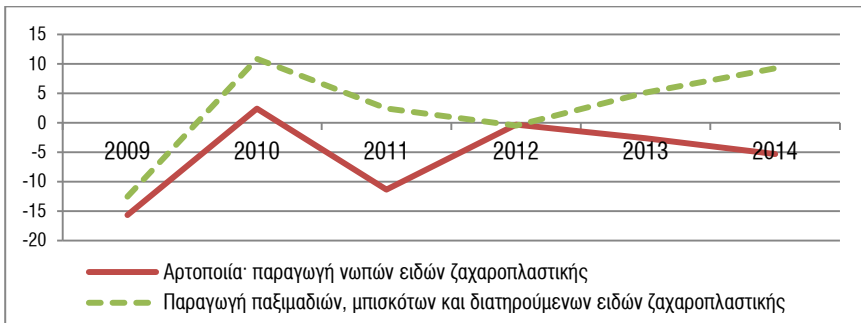
Εκτός των ανωτέρω δεδομένων από την Έρευνα Εργατικού Δυναμικού, στοιχεία για την απασχόληση περιλαμβάνονται και στις Στατιστικές Διάρθρωσης Επιχειρήσεων. Όπως και τα δεδομένα για τον αριθμό των επιχειρήσεων, έτσι και τα στοιχεία που παρέχονται από τη συγκεκριμένη πηγή για την απασχόληση φθάνουν έως και το τετραψήφιο επίπεδο ταξινόμησης, αλλά είναι διαθέσιμα στο επίπεδο αυτό μόνο μέχρι και το έτος 2014.

Στο Διάγραμμα 2.8 απεικονίζονται οι ρυθμοί μεταβολής του αριθμού των απασχολούμενων στους τετραψήφιους κλάδους 10.71-Αρτοποιία· Παραγωγή νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής και 10.72- Παραγωγή παξιμαδιών και μπισκότων· Παραγωγή διατηρούμενων ειδών ζαχαροπλαστικής για την περίοδο 2009-2014. Όπως προκύπτει, οι εξελίξεις στην απασχόληση κατά την περίοδο της κρίσης φαίνεται

να ήταν παρατεταμένα δυσμενείς για τον κλάδο της αρτοποιίας και παραγωγής νωπών ειδών ζαχαροπλαστικής, ενώ στον κλάδο της παραγωγής παξιμαδιών, μπισκότων και διατηρούμενων ειδών ζαχαροπλαστικής σημαντική κάμψη της απασχόλησης παρατηρήθηκε μόνο κατά το έτος 2009, με τις εξελίξεις από το 2010 έως το 2014 να είναι ως επί το πλείστον θετικές. Αν και είναι σαφές ότι τα συγκεκριμένα δεδομένα των Στατιστικών Διάρθρωσης Επιχειρήσεων δεν μπορούν να χρησιμεύσουν επί του παρόντος για την αποτίμηση των επιπτώσεων των νομοθετικών ρυθμίσεων στην απασχόληση, καθώς είναι διαθέσιμα για ένα διάστημα λίγων μηνών μετά την εφαρμογή τους, είναι σημαντικό να επισημανθεί ότι η συγκεκριμένη πηγή στοιχείων μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε αντίστοιχες μελλοντικές μελέτες επιπτώσεων, όταν θα υπάρχει διαθεσιμότητα στοιχείων για μεταγενέστερα έτη.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.8

Ποσοστιαίοι ρυθμοί μεταβολής του αριθμού απασχολούμενων σε κλάδους που περιλαμβάνουν την παραγωγή άρτου και αρτοσκευασμάτων, 2009-2014



Πηγή: Eurostat, Στατιστικές Διάρθρωσης Επιχειρήσεων.

2.7. Επιπτώσεις στις τιμές

Για την αποτίμηση των επιπτώσεων των νομοθετικών ρυθμίσεων στις τιμές του άρτου και των προϊόντων αρτοποιίας μπορούν να χρησιμοποιηθούν τα στοιχεία των σχετικών ειδών του Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (ΔΤΚ). Τα στοιχεία αυτά είναι διαθέσιμα σε επταψήφιο επίπεδο ταξινόμησης και, επομένως, επιτρέπουν τη λεπτο-

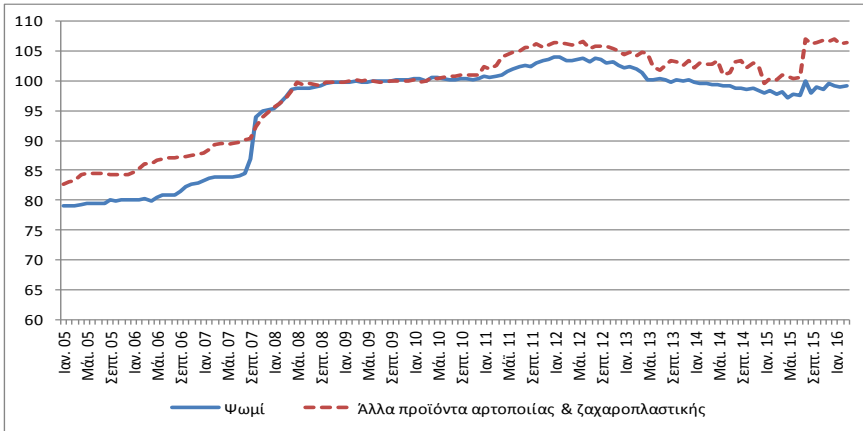
μερέστερη δυνατή απεικόνιση των εξελίξεων στις τιμές των υπό εξέταση προϊόντων. Επιπλέον, τα συγκεκριμένα στοιχεία είναι διαθέσιμα σε μηνιαία βάση μέχρι και τον Μάρτιο του 2016, καλύπτοντας έτσι μία περίοδο δύο περίπου ετών μετά τις νομοθετικές ρυθμίσεις που επήλθαν με τον Ν. 4254/2014 και μία περίοδο επτά περίπου μηνών μετά τη ρύθμιση που εισήχθη με τον Ν. 4336/2015.

Στο Διάγραμμα 2.9 αποτυπώνεται η εξέλιξη του ΔΤΚ για το *Ψωμί* και για τα *Άλλα προϊόντα αρτοποιίας & ζαχαροπλαστικής*. Όσον αφορά στην περίοδο που απεικονίζεται στο Διάγραμμα 2.9, αυτή εκτείνεται από τον Ιανουάριο του 2005 και ύστερα, έτσι ώστε να καθίστανται διακριτές και οι σημαντικές εξελίξεις που σημειώθηκαν στις τιμές των προϊόντων αρτοποιίας στα έτη αμέσως πριν την οικονομική κρίση. Σημειώνεται ότι ειδικά για την περίοδο μέχρι και τον Δεκέμβριο του 2014, ο δείκτης για τα *Άλλα προϊόντα αρτοποιίας & ζαχαροπλαστικής* έχει υπολογιστεί για τους σκοπούς της παρούσας εργασίας στη βάση των δεικτών των ειδών *Φρυγανιές-παξιμάδια* και *Άλλα προϊόντα αρτοποιίας & ζαχαροπλαστικής*, με χρήση των σταθμίσεων που χρησιμοποιούνται για την κατασκευή του ΔΤΚ και προέρχονται από τις σχετικές Έρευνες Οικογενειακών Προϋπολογισμών (ΕΟΠ). Όπως φαίνεται στο διάγραμμα, οι τάσεις που ακολούθησαν οι τιμές του ψωμιού και των άλλων προϊόντων αρτοποιίας & ζαχαροπλαστικής κατά την εξεταζόμενη περίοδο ήταν σε γενικές γραμμές παρόμοιες, με εξαίρεση τους πιο πρόσφατους μήνες κατά τους οποίους σημειώθηκε σημαντική απόκλιση λόγω μεταβολών στο καθεστώς ΦΠΑ.

Ειδικότερα, οι τιμές και στα δύο είδη ακολούθησαν ανοδική τάση από τις αρχές του 2005 έως και το καλοκαίρι του 2007, ενώ το φθινόπωρο του 2007 παρουσίασαν απότομη αύξηση, η οποία συνδέεται άμεσα με τη μεγάλη άνοδο που σημειώθηκε κατά την περίοδο εκείνη στην τιμή του σίτου. Μετά την εξέλιξη αυτή και μέχρι τα τέλη του 2010, οι τιμές τόσο στο ψωμί όσο και στα άλλα προϊόντα αρτοποιίας & ζαχαροπλαστικής παρέμειναν σχετικά σταθερές, ενώ στη συνέχεια οι τιμές σημείωσαν για τα δύο είδη ανοδική τάση, η οποία διήρκησε περίπου μέχρι τις αρχές του 2012. Στη συνέχεια, ακολούθησε μία περίοδος σταθεροποίησης των τιμών, και κατόπιν μία παρατεταμένη περίοδος πτωτικών τάσεων, η οποία διήρκησε πε-

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.9

Εξέλιξη ΔΤΚ στο ψωμί και στα άλλα προϊόντα αρτοποιίας & ζαχαροπλαστικής (2009=100), Ιανουάριος 2005-Μάρτιος 2016



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2016. Υπολογισμοί των συγγραφέων.

ρίπου από τα τέλη του 2012 έως και τον Μάιο του 2015. Τέλος, τον Αύγουστο του 2015 οι τιμές των άλλων προϊόντων αρτοποιίας & ζαχαροπλαστικής σημείωσαν μεγάλη αύξηση λόγω της μεταφοράς τους από τον συντελεστή ΦΠΑ 13% στον υψηλό συντελεστή ΦΠΑ 23%. Η συγκεκριμένη μεταβολή στον ΦΠΑ επηρέασε επίσης, αν και σε σημαντικά μικρότερο βαθμό, και τις τιμές του ψωμιού, καθώς, ενώ το σκέτο ψωμί, το σύμμικτο ψωμί και το ψωμί ολικής άλεσης παρέμειναν στον συντελεστή ΦΠΑ 13%, άλλες ειδικές κατηγορίες ψωμιού (π.χ. πολύσπορο) μεταφέρθηκαν στον υψηλό συντελεστή.

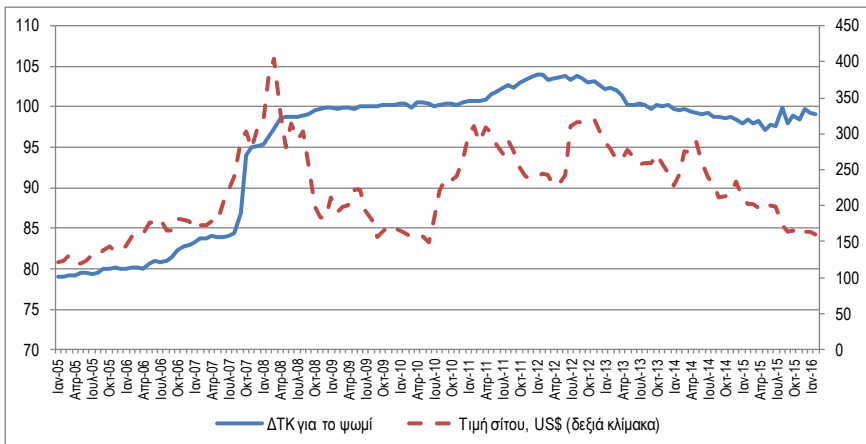
Για τη λεπτομερέστερη απεικόνιση των εξελίξεων στις τιμές του ψωμιού και των άλλων προϊόντων αρτοποιίας, στο Διάγραμμα 2.10 παρατίθεται η εξέλιξη των τιμών στις επιμέρους κατηγορίες άρτου (ψωμί χωριάτικο, πολυτελείας, ολικής άλεσης, σικάλεως, σάντουιτς), ενώ στο Διάγραμμα 2.11 παρατίθεται η εξέλιξη των τιμών συγκεκριμένων κατηγοριών αρτοποιημάτων (φρυγανιές κοινές, φρυγανιές σικάλεως, παξιμάδια). Από το Διάγραμμα 2.10 διαφαίνεται μία σχετική σταθερότητα των τιμών του χωριάτικου ψωμιού στα πρόσφατα έτη, ενώ στις υπόλοιπες κατηγορίες άρτου παρατηρούνται συγκριτικά μεγαλύτερες διακυμάνσεις.

Με βάση τις παραπάνω εξελίξεις, διαφαίνεται ότι μέρος των μεταβολών στην τιμή του άρτου και των υπολοίπων προϊόντων αρτοποιίας κατά την εξεταζόμενη περίοδο συνδέεται αφενός με τις εξελίξεις στην τιμή του σίτου, ο οποίος συνιστά τη βασική πρώτη ύλη της αρτοποιίας, και αφετέρου με τις μεταβολές που έλαβαν χώρα κατά τα πρόσφατα έτη στο σχετικό καθεστώς ΦΠΑ.

Αναφορικά με τις τιμές του σίτου, στο Διάγραμμα 2.12 αντιπαραβάλλεται η εξέλιξη της διεθνούς τιμής του σκληρού σίτου, με την πορεία του ΔΤΚ για το ψωμί κατά την περίοδο από τον Ιανουάριο του 2005 έως τον Φεβρουάριο του 2016. Από το διάγραμμα, είναι εμφανής η άμεση επίδραση της αύξησης της τιμής του σίτου στην τιμή του ψωμιού από το φθινόπωρο του 2007 έως και την άνοιξη του 2008, αλλά διακρίνεται επίσης και μία συσχέτιση μεταξύ της αποκλιμάκωσης της τιμής του σίτου και της κάμψης της τιμής του ψωμιού από τα τέλη του 2012 έως και τα μέσα του 2015. Ωστόσο, όπως φαίνεται, η διακύμανση των τιμών του ψωμιού είναι διαχρονικά σαφώς ηπιότερη σε σχέση με την τιμή του σκληρού σίτου. Το γεγονός αυτό οφείλεται στην απορρόφηση μέρους των διακυμάνσεων στην τιμή του σίτου από τις επιχειρήσεις αρτο-

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.12

Μηνιαίος ΔΤΚ για το ψωμί (2009=100) και μηνιαία τιμή σκληρού σίτου (ευρώ ανά τόνο), Ιανουάριος 2005-Φεβρουάριος 2016



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2016 και Διεθνές Νομισματικό Ταμείο.

ποιίας, αλλά και στο ότι στην αρτοποιία χρησιμοποιούνται και άλλες εισροές εκτός από τον σκληρό σίτο (μαλακός σίτος, μαγιά, σουσάμι, αλάτι, υλικά συσκευασίας κ.ά.).

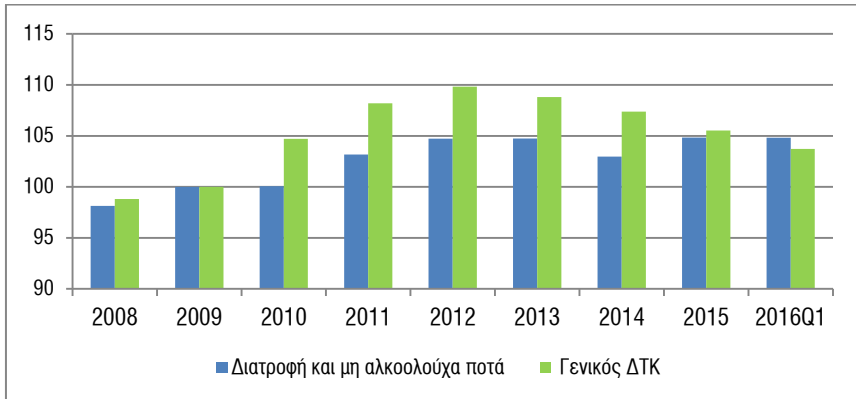
Αναφορικά με τον ΦΠΑ, επισημαίνεται ότι, εκτός από την προαναφερόμενη σημαντική μεταβολή που έλαβε χώρα τον Αύγουστο του 2015, είχαν προηγηθεί μία αύξηση συντελεστή για τον άρτο και τα υπόλοιπα προϊόντα αρτοποιίας από το 10% στο 11% τον Ιούλιο του 2010, καθώς και μία επόμενη αύξηση συντελεστή από το 11% στο 13% τον Ιανουάριο του 2011. Η πρώτη από τις δύο αυτές αυξήσεις δεν φαίνεται να είχε σημαντική επίπτωση στις τιμές, καθώς ήταν περιορισμένη και μάλλον απορροφήθηκε σε μεγάλο βαθμό από τα αρτοποιεία, ενώ στην περίπτωση της δεύτερης αύξησης υπήρξε διακριτή επίπτωση από τη μετακύλισή της στις τιμές του άρτου και των αρτοποιημάτων.

Εκτός βεβαίως από την τιμή του σίτου και τις αυξήσεις του ΦΠΑ, επιδράσεις στις τιμές του άρτου και των υπόλοιπων προϊόντων αρτοποιίας είχε κατά την εξεταζόμενη περίοδο και η οικονομική κρίση, μέσω των αρνητικών της πιέσεων στη ζήτηση. Η συμπίεση των τιμών λόγω της οικονομικής κρίσης αποτελεί γενικότερο φαινόμενο στην Ελλάδα κατά τα πρόσφατα έτη. Συγκεκριμένα, όπως απεικονίζεται στο Διάγραμμα 2.13, από το 2013 και ύστερα παρατηρήθηκε συνεχής μείωση του Γενικού ΔTK στη χώρα, ενώ κάμψη σημειώθηκε το 2013 και στον ΔTK της υποομάδας *Διατροφή και μη αλκοολούχα ποτά*, στην οποία ανήκουν και οι δείκτες που αφορούν στο ψωμί και τα αρτοποιήματα.

Γίνεται κατανοητό ότι οι επιδράσεις των αυξήσεων του ΦΠΑ και των τιμών του σίτου στις τιμές του άρτου και των άλλων προϊόντων αρτοποιίας, σε συνδυασμό με τις γενικότερες αρνητικές πιέσεις που άσκησε η κρίση στον ΔTK, δυσχεραίνουν σημαντικά τον διαχωρισμό των επιπτώσεων εκείνων που θα μπορούσαν να αποδοθούν στις νομοθετικές ρυθμίσεις. Για την αντιμετώπιση του προβλήματος αυτού, μπορούμε να χρησιμοποιήσουμε μία παραλλαγή της μεθοδολογίας μετατόπισης-κατανομής (shift-share)⁵, η οποία

⁵ Η κλασική εκδοχή της μεθοδολογίας shift-share χρησιμοποιείται ευρέως στη βιβλιογραφία για την αποτίμηση των αποτελεσμάτων των δομικών αλλαγών

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.13
Εξέλιξη Γενικού ΔΤΚ και δείκτη για την υποομάδα Διατροφή και μη αλκοολούχα ποτά (2009= 100), 2005-πρώτο τρίμηνο 2016



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2016.

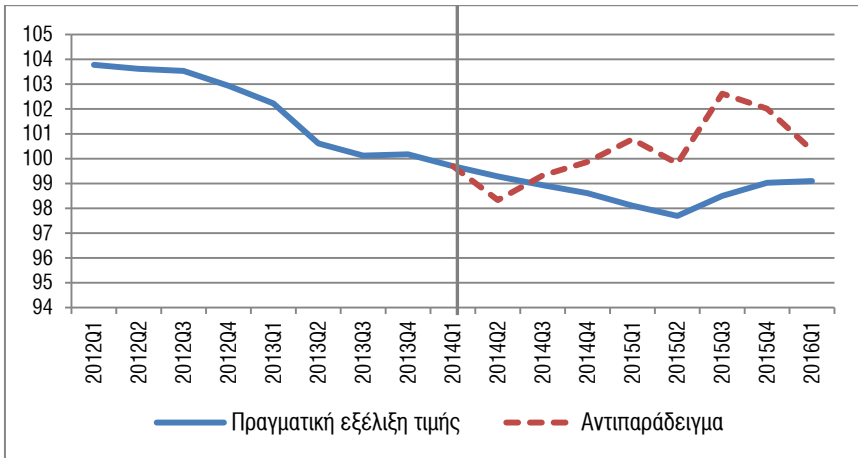
εφαρμόστηκε σε πρόσφατη μελέτη των επιπτώσεων από τις μεταρρυθμίσεις σε επιλεγμένα επαγγέλματα του τομέα των υπηρεσιών (Athanassiou, *et al.*, 2015). Πιο συγκεκριμένα, μπορούμε να συγκρίνουμε την πραγματική εξέλιξη (actual evolution) της τιμής του άρτου μετά τις νομοθετικές ρυθμίσεις, με ένα αντιπαράδειγμα (counterfactual evolution) το οποίο αντικατοπτρίζει την εξέλιξη που θα προέκυπτε αν η τιμή του άρτου ακολουθούσε τον ρυθμό μεταβολής της τιμής ενός συναφούς προϊόντος. Το συναφές προϊόν που μπορούμε να επιλέξουμε στη συγκεκριμένη περίπτωση είναι τα ζυμαρικά, ένα σημαντικό, προσιτό σε τιμή είδος διατροφής, με παρόμοια βασική πρώτη ύλη και τον ίδιο συντελεστή ΦΠΑ με το ψωμί. Εφόσον το ψωμί και τα ζυμαρικά μπορούν να θεωρηθούν συναφή προϊόντα, και οι τιμές τους πιθανόν επηρεάζονται με παρόμοιο τρόπο από την κρίση, αλλά τα δύο αυτά προϊόντα διαφέρουν ως προς το ότι μόνο το ψωμί επηρεάστηκε από τις θεσμικές παρεμβάσεις, είναι λογικό να υποθέσει κανείς ότι η όποια διαφορά στην εξέλιξη μεταξύ της πραγματικής τιμής του ψωμιού και του αντιπαράδειγματος με βάση την τιμή των ζυμαρικών, μπορεί να οφείλεται κυρίως στην επίδραση της μεταρρύθμισης. Για παράδειγμα, αν η τιμή του αντι-

και μεταρρυθμίσεων σε σημαντικά οικονομικά μεγέθη και κυρίως στην παραγωγικότητα (βλέπε π.χ. OECD, 2002· McMillan and Rodrik, 2011· Dabla-Norris *et al.*, 2013).

παραδείγματος φθάσει να υπερβαίνει την πραγματική τιμή του άρτου στο διάστημα μετά τις μεταρρυθμίσεις, μπορεί να συναχθεί το συμπέρασμα ότι οι νομοθετικές ρυθμίσεις συνέβαλαν θετικά υπό την έννοια της συγκράτησης της τιμής του άρτου. Αντίθετα, αν δεν εμφανίζεται διαφορά στην εξέλιξη των μεγεθών, τότε προκύπτουν ενδείξεις ότι η μεταρρύθμιση δεν έχει επηρεάσει τις τιμές.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2.14

Πραγματική εξέλιξη του τριμηνιαίου ΔΤΚ για το ψωμί και αντιπαράδειγμα με βάση την εξέλιξη της τιμής των ζυμαρικών μετά τις νομοθετικές ρυθμίσεις (2009=100), Ιανουάριος 2012-Φεβρουάριος 2016



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2016. Υπολογισμοί των συγγραφέων.

Η διαφορά μεταξύ πραγματικής τιμής του άρτου και του αντιπαραδείγματος εκφράζεται ως:

$$P_{\psi t} = P_{\psi t}^A - P_{\psi t}^{\Pi} = \left[P_{\psi t-1}^{\Pi} \left(\frac{P_{Zt}^{\Pi}}{P_{Zt-1}^{\Pi}} \right) \right] - P_{\psi t}^{\Pi}$$

όπου $P_{\psi t}^{\Pi}$ και $P_{\psi t}^A$ είναι η πραγματική τιμή του ψωμιού και το αντιπάρδειγμα, αντίστοιχα, κατά τον χρόνο t , $P_{\psi t-1}^{\Pi}$ είναι η πραγματική τιμή του ψωμιού ένα τρίμηνο νωρίτερα, και P_{Zt}^{Π} και P_{Zt-1}^{Π} είναι η

πραγματική τιμή των ζυμαρικών κατά τον χρόνο t και ένα τρίμηνο νωρίτερα, αντίστοιχα.

Στο Διάγραμμα 2.14 απεικονίζεται η πραγματική τριμηνιαία εξέλιξη του ΔΤΚ για το ψωμί, καθώς και το αντιπαράδειγμα στη βάση της αντίστοιχης εξέλιξης της τιμής των ζυμαρικών μετά την ψήφιση του Ν. 4254/2014. Όπως προκύπτει, από το τρίτο τρίμηνο του 2014 έως και το τρίτο τρίμηνο του 2015 παρατηρείται μία διευρυνόμενη διαφορά μεταξύ της τιμής του αντιπαραδείγματος και της πραγματικής τιμής του ψωμιού, με την πρώτη να υπερβαίνει την δεύτερη κατά 4,1 μονάδες στο τρίτο τρίμηνο του 2015. Στη συνέχεια, η διαφορά μεταξύ του αντιπαραδείγματος και της πραγματικής τιμής περιορίστηκε αλλά παρέμεινε σημαντικά θετική. Η εικόνα αυτή μπορεί να θεωρηθεί ως ένδειξη μίας θετικής επίδρασης των νομοθετικών ρυθμίσεων, υπό την έννοια της συγκράτησης της τιμής του ψωμιού, καθώς, αν η τιμή αυτή είχε ακολουθήσει την εξέλιξη της τιμής των ζυμαρικών μετά τις νομοθετικές ρυθμίσεις, το ψωμί θα κόστιζε στο τέλος του πρώτου τριμήνου του 2016 ακριβότερα.

2.8. Διαπιστώσεις - Συμπεράσματα

Το θεσμικό πλαίσιο που όριζε ο Νόμος-Πλαίσιο 3526/2007 αναφορικά με την παραγωγή και διάθεση προϊόντων αρτοποιίας τροποποιήθηκε σημαντικά κατά την περίοδο 2014-2015, σε εφαρμογή των σχετικών συστάσεων της Έκθεσης του ΟΟΣΑ (συστάσεις 1, 2, 4, 5, 6, 8, 10, 11, 12, 14, και 18).

Συγκεκριμένα, με βάση τις θεσμικές παρεμβάσεις που υιοθετήθηκαν σε συνέχεια και των συστάσεων του ΟΟΣΑ: (α) επιτράπηκε η χρήση του όρου «αρτοποιός» και των διακριτικών τίτλων «αρτοποιός», «αρτοποιείο» ή «φούρνος» και στα πρόσωπα που επιμελούνται μόνο το τελικό στάδιο της έψησης του άρτου (bake-off) στον τόπο πώλησής του στον τελικό καταναλωτή, (β) καταργήθηκαν όλες οι εξαιρέσεις όσον αφορά την πώληση προϊόντων αρτοποιίας από τα καταστήματα τροφίμων και ποτών, (γ) καταργήθηκαν οι συγκεκριμένες κατηγορίες βάρους για τον άρτο και τα αρτοπαρασκευάσματα, (δ) καταργήθηκαν οι ρυθμίσεις αναφορικά με τα αποθέματα

πρώτων και βοηθητικών υλών των αρτοποιιών, (ε) καταργήθηκαν οι ελάχιστες διαστάσεις για τις εγκαταστάσεις έψησης και τα πρατήρια άρτου, (στ) άρθηκαν ορισμένες μεταβατικές διατάξεις σύμφωνα με τις οποίες εξαιρούνταν από τις διατάξεις του Ν. 3526/2007 οι επιχειρήσεις που λειτουργούσαν νόμιμα κατά τη δημοσίευσή του, με πρόβλεψη διετούς μεταβατικής περιόδου και με παράταση της περιόδου αυτής μέχρι τις 31 Μαρτίου του 2017, (ζ) καταργήθηκε η υποχρεωτική εισφορά υπέρ του Ταμείου Επικουρικής Ασφάλισης Αρτοποιιών και (η) καταργήθηκε η προβλεπόμενη κατώτατη ελάχιστη δυναμικότητα για την ίδρυση αρτοποιείου στις μεγάλες πόλεις.

Από την ανάλυση του προϋπάρχοντος νομοθετικού πλαισίου και των πρόσφατων νομοθετικών παρεμβάσεων με βάση τον Οδηγό αξιολόγησης συνθηκών ανταγωνισμού του ΟΟΣΑ, η πλειονότητα των πρόσφατων μεταρρυθμίσεων στην αγορά των προϊόντων αρτοποιίας φαίνεται να παρουσιάζει δυνητικά οφέλη για τον ανταγωνισμό.

Ωστόσο εντοπίζονται δύο περιπτώσεις στις οποίες οι ρυθμίσεις που υιοθετήθηκαν συνεπάγονται κάποια προβλήματα:

- Η πρώτη περίπτωση αφορά στη χρήση του όρου «αρτοποιός» και των διακριτικών τίτλων «αρτοποιός», «αρτοποιείο» ή «φούρνος» από τις επιχειρήσεις *bake-off*. Η εφαρμογή της ρύθμισης αυτής είναι ενδεχομένως σκόπιμο να επανεξεταστεί, με κριτήριο τη διασφάλιση της σωστής ενημέρωσης των καταναλωτών και του θεμιτού ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων αρτοποιίας.
- Η δεύτερη περίπτωση αφορά στην προσαρμογή παλαιότερων αρτοποιειών στις ρυθμίσεις του Ν. 3526/2007, η οποία δεν κατέστη δυνατό να πραγματοποιηθεί κατά τη μεταβατική περίοδο, ενδεχομένως λόγω αντιφάσεων μεταξύ των προδιαγραφών του συγκεκριμένου νόμου και προγενέστερων διατάξεων με βάση τις οποίες είχαν κατά το παρελθόν αδειοδοτηθεί. Προς αντιμετώπιση του προβλήματος αυτού δόθηκε παράταση της προθεσμίας εφαρμογής της συγκεκριμένης νομοθετικής ρύθμισης μέχρι τις 31 Μαρτίου του 2017.

Αναφορικά με τις πιθανές επιπτώσεις των νομοθετικών ρυθμίσεων στον αριθμό των επιχειρήσεων, οι Στατιστικές Διάρθρωσης Επιχειρήσεων καταδεικνύουν κάμψη του αριθμού των επιχειρήσεων παραγωγής ειδών αρτοποιίας και αλευρωδών προϊόντων κατά το έτος 2014, η οποία όμως δεν μπορεί να ερμηνευθεί ευθέως ως απόρροια των ρυθμίσεων αυτών, λόγω των γενικότερων συνθηκών στην οικονομία. Παράλληλα, τα στοιχεία της ΓΓΠΣ για τις ενάρξεις δραστηριότητας σε Κ.Α.Δ. σχετικούς με την παραγωγή και διακίνηση προϊόντων αρτοποιίας υποδηλώνουν κάμψη των ενάρξεων κατά τα έτη 2014 και 2015, και επομένως δεν παρέχουν ενδείξεις θετικών επιδράσεων των νομοθετικών ρυθμίσεων ως προς την είσοδο στις δραστηριότητες αυτές. Ωστόσο, τα αντίστοιχα στοιχεία της ΓΓΠΣ για το πλήθος των εγγεγραμμένων δεν υποδηλώνουν παράλληλα κάποια σαφή αρνητική επίδραση των νομοθετικών ρυθμίσεων ως προς το σύνολο των δραστηριοποιούμενων στην αγορά, καθώς ο αριθμός των εγγεγραμμένων φαίνεται να αυξήθηκε ελαφρά κατά τα έτη 2014 και 2015.

Σε σχέση με τις πιθανές επιδράσεις των νομοθετικών ρυθμίσεων στην απασχόληση, τα στοιχεία της Έρευνας Εργατικού Δυναμικού για τον κλάδο της παραγωγής προϊόντων αρτοποιίας και αλευρωδών προϊόντων καταδεικνύουν άνοδο της απασχόλησης από το δεύτερο τρίμηνο του 2013 έως και το δεύτερο τρίμηνο του 2015, με εξαίρεση το τέταρτο τρίμηνο του 2013 κατά το οποίο σημειώθηκε μικρή υποχώρηση. Όσον αφορά ειδικότερα στην περίοδο μετά την εφαρμογή των νομοθετικών ρυθμίσεων, και συγκεκριμένα την περίοδο από το δεύτερο τρίμηνο του 2014 και ύστερα, η παρατηρούμενη άνοδος της απασχόλησης ήταν ταχεία, με τους σχετικούς ρυθμούς μεταβολής να κυμαίνονται μεταξύ του 5,5% και του 15,7% και να ακολουθούν ανοδική τάση. Οι εξελίξεις αυτές συνάδουν με την παρατηρούμενη αύξηση του αριθμού επιχειρήσεων στον κλάδο κατά τα έτη 2013 και 2014, και είναι αρκετά έντονες ώστε να παραπέμπουν σε μία πιθανή θετική επίδραση των νομοθετικών ρυθμίσεων στην απασχόληση. Ωστόσο, θα πρέπει να σημειωθεί ότι βέβαιο συμπέρασμα για μία τέτοια επίδραση δεν μπορεί να προκύψει με βάση τα συγκεκριμένα στοιχεία, διότι η θετική μεταστροφή της απασχόλησης στον κλάδο φαίνεται να ξεκίνησε περίπου ένα έτος πριν την εφαρμογή των νομοθετικών ρυθμίσεων.

Αναφορικά με τις τιμές, τα στοιχεία του ΔΤΚ καταδεικνύουν κάμψη των τιμών τόσο στο ψωμί όσο και στα άλλα προϊόντα αρτοποιίας & ζαχαροπλαστικής από τα τέλη περίπου του 2012 έως και το Μάιο του 2015, τάση η οποία φαίνεται να συνδέεται αφενός με την πτωτική πορεία της τιμής του σίτου κατά τη συγκεκριμένη περίοδο, και αφετέρου με τις επιπτώσεις της κρίσης. Στη συνέχεια, τον Αύγουστο του 2015, οι τιμές των προϊόντων αρτοποιίας & ζαχαροπλαστικής σημείωσαν μεγάλη αύξηση λόγω της μεταφοράς τους από τον συντελεστή ΦΠΑ 13% στον υψηλό συντελεστή ΦΠΑ 23%. Η συγκεκριμένη μεταβολή στον ΦΠΑ επηρέασε επίσης, αν και σε σημαντικά μικρότερο βαθμό, και τις τιμές του ψωμιού, λόγω της μεταφοράς ειδικών κατηγοριών ψωμιού στον υψηλό συντελεστή.

Γενικά, οι επιδράσεις των αυξήσεων του ΦΠΑ και των εξελίξεων στις τιμές του σίτου στις τιμές του άρτου και των άλλων προϊόντων αρτοποιίας, σε συνδυασμό με τις γενικότερες αρνητικές πιέσεις που άσκησε η κρίση στον ΔΤΚ, δυσχεραίνουν σημαντικά τον διαχωρισμό των επιπτώσεων εκείνων που θα μπορούσαν να αποδοθούν στις νομοθετικές ρυθμίσεις. Για την αντιμετώπιση του προβλήματος αυτού, στην εργασία έγινε χρήση μίας παραλλαγής της μεθοδολογίας μετατόπισης κατανομής (shift-share), με βάση την οποία συγκρίθηκε η πραγματική εξέλιξη (actual evolution) της τιμής του άρτου μετά τις νομοθετικές ρυθμίσεις, με ένα αντιπαράδειγμα (counterfactual evolution) το οποίο αντικατοπτρίζει την εξέλιξη που θα προέκυπτε αν η τιμή του άρτου ακολουθούσε τον ρυθμό μεταβολής της τιμής ενός συναφούς προϊόντος (ζυμαρικά). Η ανάλυση αυτή παρείχε ενδείξεις μίας θετικής επίδρασης των νομοθετικών ρυθμίσεων, υπό την έννοια της συγκράτησης της τιμής του ψωμιού, καθώς, αν η τιμή αυτή είχε ακολουθήσει την εξέλιξη της τιμής των ζυμαρικών μετά τις νομοθετικές ρυθμίσεις, το ψωμί θα κόστιζε στο τέλος του πρώτου τριμήνου του 2016 ακριβότερα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Athanassiou, E., Kanellopoulos, N. C., Karagiannis R., Kotsi, A., 2015. *The effects of liberalization of professional requirements in Greece*. European Commission.
- Dabla-Norris, E., Ho, C., Kochhar, K., Kyobe, A., Tchaidze, R., 2013. Anchoring Growth: The Importance of Productivity-Enhancing Reforms in Emerging Market and Developing Economies, *IMF Staff Discussion Notes*, No. 13/8.
- ICAP, 2014. *Ευρωπαϊκή Αγορά Αρτοποιίας*. Αθήνα: Γενική Γραμματεία Εμπορίου, Υπουργείο Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας.
- Lipsey, R., and Chrystal, A., 2011. *Economics*, Oxford University Press.
- McMillan, M., and Rodrik, D., 2011. Globalization, Structural Change and Productivity Growth. *NBER Working Paper* No. 17143.
- MARC, 2014. *Η Αγορά του ψωμιού: Έρευνα σε καταναλωτές και αρτοποιούς*. Αθήνα: Ομοσπονδία Αρτοποιών Ελλάδος.
- OECD, 2002. Structural Change and Growth: Trends and Policy Implications. *OECD Working Paper*, Paris.
- Stochasis, 2014. *Κλαδικές Στοιχειώσεις: Βιοτεχνική Αρτοποιία*. Αθήνα: Stochasis.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΜΠΟΡΙΑ ΒΡΕΦΙΚΟΥ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΠΡΩΤΗΣ ΚΑΙ ΔΕΥΤΕΡΗΣ ΒΡΕΦΙΚΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ

3.1. Γενικά

Τα παρασκευάσματα για βρέφη⁶ και τα παρασκευάσματα δεύτερης βρεφικής ηλικίας⁷, τα οποία εάν παρασκευάζονται εξ ολοκλήρου από πρωτεΐνες γάλακτος ονομάζονται, αντίστοιχα, γάλατα για βρέφη και γάλατα δεύτερης ηλικίας, αποτελούν το μόνο μεταποιημένο είδος διατροφής σε μορφή σκόνης ή σε μορφή συμπυκνώματος, που ικανοποιεί πλήρως τις θρεπτικές ανάγκες των βρεφών κατά τους πρώτους μήνες της ζωής τους (0-12 μηνών) μέχρι την εισαγωγή των κατάλληλων συμπληρωματικών τροφών (Υ.Α. Α2γ/οικ.361/1988). Μπορούν να χρησιμοποιηθούν είτε αποκλειστικά είτε συμπληρωματικά με τον μητρικό θηλασμό έως την ηλικία των δώδεκα μηνών.

Το βρεφικό γάλα διατίθεται κυρίως σε μορφή σκόνης και διακρίνεται σε εκείνο που χορηγείται στα υγιή βρέφη μέχρι έξι μηνών με την ένδειξη γάλα πρώτης βρεφικής ηλικίας και από έξι μέχρι δώδεκα μηνών με την ένδειξη γάλα δεύτερης βρεφικής ηλικίας. Στην αγορά διατίθεται και το «ειδικό θεραπευτικό/εξειδικευμένο» γάλα για βρέφη που παρουσιάζουν διατροφικές διαταραχές ή αυξημένες διατροφι-

⁶ Παρασκευάσματα για βρέφη ορίζονται τα τρόφιμα που προορίζονται για την ειδική διατροφή των βρεφών κατά τους πρώτους μήνες της ζωής τους και τα οποία επαρκούν για τις διατροφικές τους ανάγκες μέχρι την εισαγωγή κατάλληλων συμπληρωματικών τροφών.

⁷ Παρασκευάσματα δεύτερης βρεφικής ηλικίας ορίζονται τα τρόφιμα που προορίζονται για την ειδική διατροφή των βρεφών, όταν εισάγονται στο διαιτολόγιό τους κατάλληλες συμπληρωματικές τροφές και αποτελούν το κύριο υγρό στοιχείο ενός διαφοροποιημένου προσδευτικά διαιτολογίου των βρεφών αυτών.

κές ανάγκες, το οποίο πωλείται αποκλειστικά από τα φαρμακεία κατόπιν ιατρικής συνταγής και υπόκειται σε ρυθμίσεις αντίστοιχες με αυτές περί φαρμακευτικών σκευασμάτων σύμφωνα με την Υ.Α. Υ3/3211 (ΦΕΚ 1185/Β/27.9.2000) σχετικά με τα διαιτητικά τρόφιμα που προορίζονται για ειδικούς ιατρικούς σκοπούς.

Η διάθεση παρασκευασμάτων για υγιή βρέφη κρίνεται μείζονος σημασίας, τόσο ως προς τη φύση και τη σύνθεση των σχετικών παρασκευασμάτων όσο και ως προς την αντικειμενική και πλήρη πληροφόρηση των καταναλωτών. Βασικός σκοπός είναι η προστασία του μητρικού θηλασμού αλλά και η αποφυγή κινδύνων για την υγεία των βρεφών, καθιστώντας επιτακτική τη διασφάλιση ότι τα παρασκευάσματα για βρέφη είναι τα μόνα προϊόντα που διατίθενται στο εμπόριο ως κατάλληλα για τη χρήση αυτή.

Προκειμένου να διασφαλιστεί η ύψιστη προστασία της υγείας των βρεφών, η αγορά των παρασκευασμάτων αυτών διέπεται από σειρά εθνικών και διεθνών νόμων ή/και κανόνων, που αποσκοπούν στην εξασφάλιση της ποιότητας των προϊόντων και στην προστασία του μητρικού θηλασμού. Οι κανόνες σχετικά με τη σύνθεση, την επισήμανση και τη διαφήμιση, που προβλέπονται στις Οδηγίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (91/321/ΕΟΚ, 96/4/ΕΚ, 1999/50/ΕΚ, 2003/14/ΕΚ, 2006/141/ΕΚ, 2013/46/ΕΕ), πρέπει να ανταποκρίνονται στις αρχές και τους σκοπούς που διατυπώνονται στον Διεθνή Κώδικα Εμπορίας Υποκατάστατων Μητρικού Γάλακτος, τον οποίο θέσπισε η 34η Παγκόσμια Συνέλευση Υγείας, λαμβάνοντας υπόψη τις νομικές και πραγματικές συνθήκες που διέπουν την Ευρωπαϊκή Κοινότητα.

3.2. Επισκόπηση θεσμικού πλαισίου

Η αγορά του βρεφικού γάλακτος διέπεται από τη νομοθεσία για τα παρασκευάσματα υγιών βρεφών και τα παρασκευάσματα δεύτερης βρεφικής ηλικίας και ρυθμίζεται από ένα πλαίσιο κανόνων εθνικού και ενωσιακού δικαίου, οι οποίοι έχουν ως στόχο την εξασφάλιση της μέγιστης προστασίας της υγείας των βρεφών καθώς και την προστασία και προαγωγή της αξίας του μητρικού θηλασμού σύμφωνα με τους κανόνες της Παγκόσμιας Οργάνωσης

Υγείας. Το ενωσιακό δίκαιο (Οδηγία 91/321/ΕΟΚ, όπως αυτή τροποποιήθηκε από τις 96/4/ΕΚ, 1999/50/ΕΚ, 2003/14/ΕΚ, 2006/141/ΕΚ και 2013/46/ΕΕ) εστιάζει στη θέσπιση αυστηρών προϋποθέσεων αναφορικά με τη σύνθεση των προϊόντων (χρήση υψηλής τεχνολογίας και επιστημονικής έρευνας), τον προσδιορισμό των κριτηρίων σύνθεσης, τον έλεγχο της καταλληλότητας του παρασκευάσματος, της κυκλοφορίας, της επισήμανσης και της διαφήμισης, καθώς και της πληροφόρησης των καταναλωτών. Το εθνικό δίκαιο (Πίνακας 3.1) εναρμονίζεται με τις παραπάνω Οδηγίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, ρυθμίζοντας επιπρόσθετα το δίκτυο διάθεσης των σχετικών παρασκευασμάτων και το εμπορικό κέρδος.

Η Υ.Α. Α2γ/οικ.361/1988 τροποποιήθηκε και συμπληρώθηκε κατά τρόπο ουσιαστικό από τις υπουργικές αποφάσεις Α2γ/οικ. 5992/1988, Υ3Δ/1510/1993, Υ3Ε/3452/1997, Υ3α/3203/2000, Υ1/Γ.Π. 75201/2004, Υ1/Γ.Π.47815/2008, Υ1/Γ.Π.οικ.236/2012 και Υ1/Γ.Π. 94648/2013, δίνοντας ιδιαίτερη βαρύτητα στον καθορισμό της βασικής σύνθεσης των σχετικών παρασκευασμάτων μέσω κριτηρίων και κανόνων, που θεσπίστηκαν σε κοινοτικό επίπεδο, καθώς και στην επισήμανση της ενεργειακής τους αξίας και των κυριότερων θρεπτικών συστατικών που περιέχουν. Για τη διασφάλιση της αποτελεσματικής παρακολούθησης των σχετικών παρασκευασμάτων, οι επιχειρήσεις γνωστοποιούν τη σύνθεση, την επισήμανση, τα θρεπτικά συστατικά καθώς και τις τυχόν τροποποιήσεις στην αρμόδια αρχή, η οποία ορίζεται να είναι ο Εθνικός Οργανισμός Φαρμάκου (ΕΟΦ).

Σύμφωνα με το Υπουργείο Υγείας και μέχρι τη συγγραφή του κεφαλαίου, η εναρμόνιση του εθνικού δικαίου με την τελευταία Οδηγία 2013/46/ΕΕ, σε ό,τι αφορά στη σύνθεση των παρασκευασμάτων, βρισκόταν σε εξέλιξη με αναμενόμενη ημερομηνία ολοκλήρωσης τον Ιούνιο του 2016.

Το εθνικό δίκαιο καθορίζει και τον τρόπο διαφήμισης των σχετικών παρασκευασμάτων, σύμφωνα με το οποίο η διαφήμιση πραγματοποιείται μόνο μέσω εκδόσεων που απευθύνονται σε άτομα ειδικευμένα στον τομέα της ιατρικής, της διατροφής ή της φαρμακευτικής. Δεν επιτρέπεται η διαφήμιση του τόπου πώλησης, η προσφορά δειγμάτων ή οποιοδήποτε άλλο μέσο προώθησης των πωλήσεων των σχετικών παρασκευασμάτων απευθείας στον καταναλωτή σε επίπεδο λιανικής πώλησης, όπως οι ειδικές επιδείξεις, οι

ειδικές πωλήσεις, τα κουπόνια κ.ά. Το ενωσιακό δίκαιο δίνει τη δυνατότητα στα κράτη-μέλη να περιορίσουν περισσότερο ή λιγότερο ή/και να απαγορεύσουν τη διαφήμιση.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1

Βασικό θεσμικό πλαίσιο για την εμπορία γάλακτος πρώτης και δεύτερης βρεφικής ηλικίας

| | |
|------------------------------------|--|
| Πριν (έως 31/12/2013) | <ul style="list-style-type: none">• Υ.Α. Α2γ/οικ.361 (ΦΕΚ 100/Β/25.2.1988): «Έγκριση κυκλοφορίας και εμπορίας των τροποποιημένων γαλάτων της 1ης και 2ης βρεφικής ηλικίας».• Υ.Α. Α2γ/οικ.5992 (ΦΕΚ 912/Β/21.12.1988): «Τροποποίηση και συμπλήρωση της Υ.Α. Α2γ/οικ.361/88 για την έγκριση κυκλοφορίας και εμπορία των τροποποιημένων γαλάτων της 1^{ης} και 2^{ης} βρεφικής ηλικίας».• Κ.Υ.Α. Υ3Δ 1510 (ΦΕΚ 585/Β/9.8.1993): «Εναρμόνιση της ελληνικής νομοθεσίας προς την αντίστοιχη κοινοτική ΟΔ/91/321 ΕΟΚ σχετικά με τα «παρασκευάσματα για βρέφη και τα παρασκευάσματα δεύτερης βρεφικής ηλικίας»».• Κ.Υ.Α. Υ3Ε/461 (ΦΕΚ 506/Β/30.6.1994): «Παρασκευάσματα για βρέφη και παρασκευάσματα της δεύτερης βρεφικής ηλικίας που προορίζονται για εξαγωγές σε τρίτες χώρες».• Κ.Υ.Α. Υ3Ε/3452 (ΦΕΚ 1040/Β/25.11.1997): «Τροποποίηση της υπ' αριθ. Υ3Δ/1510/93 υπουργικής απόφασεως και εναρμόνιση της ελληνικής νομοθεσίας προς τις διατάξεις της κοινοτικής οδηγίας 96/4/ΕΚ της Επιτροπής σχετικά με τα παρασκευάσματα για βρέφη και τα παρασκευάσματα της δεύτερης βρεφικής ηλικίας».• Κ.Υ.Α. Υ3α/3203 (ΦΕΚ 1183/Β/25.9.2000): «Τροποποίηση της Κ.Υ.Α. Υ3Δ/1510/93 και εναρμόνιση της ελληνικής νομοθεσίας προς τις διατάξεις της ΟΔ/1999/50/ΕΚ της Επιτροπής σχετικά με τα παρασκευάσματα για βρέφη και τα παρασκευάσματα της δεύτερης βρεφικής ηλικίας».• Κ.Υ.Α. Υ1/Γ.Π.75201 (ΦΕΚ 1623/Β/2.11.2004): «Τροποποίηση της υπ' αριθ. Υ3Δ/1510/1993 (ΦΕΚ 585 Β) Κοινής Υπουργικής Απόφασης σε συμμόρφωση προς την Οδηγία 2003/14/ΕΚ της Επιτροπής της 10^{ης} Φεβρουαρίου 2003 σχετικά με τα παρασκευάσματα για βρέφη και τα παρασκευάσματα της δεύτερης βρεφικής ηλικίας».• Κ.Υ.Α. Υ1/Γ.Π.47815 (ΦΕΚ 1478/Β/28.7.2008): «Εναρμόνιση της εθνικής νομοθεσίας προς τις διατάξεις της Οδηγίας 2006/141/ΕΚ της Επιτροπής για τα παρασκευάσματα για βρέφη και τα παρασκευάσματα της δεύτερης βρεφικής ηλικίας».• Κ.Υ.Α Α2-3391 (ΦΕΚ 1388/Β/13.7.2009), άρθρο 1 & 3: «Τροποποίηση και νέα κωδικοποίηση αγορανομικών διατάξεων, εκδοθεισών μέχρι και την 14^η Μαΐου 2009».• Κ.Υ.Α Α2-1045 (ΦΕΚ 1502/Β/22.6.2011), άρθρο 2 παρ. 1α: «Τροποποίηση και συμπλήρωση της Αγορανομικής διατάξης 7/09 σε σχέση με τους κανόνες εμπορίας νωπών οπωρολαχανικών». |
|------------------------------------|--|

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.1 (συνέχεια)

| | |
|------------------------|--|
| <p>Ενωσιακό Δίκαιο</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Αριθμός γνωμοδότησης 12/VI/2011 (ΦΕΚ 2590/Β/7.11.2011): «Σύνταξη γνωμοδότησης της Επιτροπής Ανταγωνισμού, βάσει του άρθρου 23 παρ 1 & 3 του Ν. 3959/2011 επί της διάταξης του άρθρου 2 παρ. 2 της Υ.Α. Υ1/Γ.Π.47815/2008 με τίτλο «Εναρμόνιση της εθνικής νομοθεσίας προς τις διατάξεις της Οδηγίας 2006/141/ΕΚ της Επιτροπής για τα παρασκευάσματα για βρέφη και τα παρασκευάσματα της δεύτερης βρεφικής ηλικίας»». • Κ.Υ.Α. Υ1/Γ.Π.οικ.236 (ΦΕΚ 12/Β/10.1.2012): «Τροποποίηση της υπ' αριθ. Υ1/Γ.Π.47815/2008 κοινής υπουργικής απόφασης «Εναρμόνιση της εθνικής νομοθεσίας προς τις διατάξεις της Οδηγίας 2006/141/ΕΚ της Επιτροπής για τα παρασκευάσματα για βρέφη και τα παρασκευάσματα της δεύτερης βρεφικής ηλικίας» (ΦΕΚ 1478/Β/28-7-08)». • ΣτΕ Επιτροπή Αναστολών 307 (4.7.2012): «επί της αίτησης του Πανελληνίου Φαρμακευτικού Συλλόγου σχετικά με την αναστολή εκτέλεσης της υπ' αριθ. Υ1/Γ.Π.οικ.236 (ΦΕΚ 12/Β/10.1.2012)». • Κ.Υ.Α. Υ1/Γ.Π.94648 (ΦΕΚ 3222/Β/18.12.2013): «Τροποποίηση και συμπλήρωση διατάξεων της υπουργικής απόφασης Υ1/Γ.Π.47815 (ΦΕΚ Β'1478/ 28.7.08) «Εναρμόνιση της εθνικής νομοθεσίας προς τις διατάξεις της Οδηγίας 2006/141/ΕΚ της Επιτροπής για τα παρασκευάσματα για βρέφη και τα παρασκευάσματα της δεύτερης βρεφικής ηλικίας» σε συμμόρφωση προς την Οδηγία 2013/46/ΕΕ της Επιτροπής, όσον αφορά τις απαιτήσεις πρωτεΐνης στα παρασκευάσματα για βρέφη και τα παρασκευάσματα δεύτερης βρεφικής ηλικίας». • ΣτΕ απόφαση Ολομέλειας 307 (3.4.2013): «επί της αίτησης του Πανελληνίου Φαρμακευτικού Συλλόγου σχετικά με την αναστολή εκτέλεσης της υπ' αριθ. Υ1/Γ.Π.οικ.236 (ΦΕΚ 12/Β/10.1.2012)». • Οδηγία 77/94/ΕΟΚ (αριθ. Ν.26/55, 31.1.77) του Συμβουλίου της 21^{ης} Δεκεμβρίου 1976 περί προσεγγίσεως των νομοθεσιών των Κρατών μελών σχετικά με τα τρόφιμα που προορίζονται για ειδική διατροφή. • Οδηγία 91/321/ΕΟΚ (αριθ. L.175/35, 4.7.91) της Επιτροπής της 14^{ης} Μαΐου 1991 σχετικά με τα παρασκευάσματα για βρέφη και τα παρασκευάσματα δεύτερης βρεφικής ηλικίας. • Οδηγία 96/4/ΕΚ (αριθ. L.49/12, 28.2.1996) της Επιτροπής της 16^{ης} Φεβρουαρίου 1996 που τροποποιεί την οδηγία 91/321/ΕΟΚ σχετικά με τα παρασκευάσματα για βρέφη και τα παρασκευάσματα δεύτερης βρεφικής ηλικίας. • Οδηγία 1999/50/ΕΚ (αριθ. L.139/29, 2.6.1996) της Επιτροπής της 25^{ης} Μαΐου 1999 για την τροποποίηση της οδηγίας 91/321/ΕΟΚ σχετικά με τα παρασκευάσματα για βρέφη και τα παρασκευάσματα δεύτερης βρεφικής ηλικίας. • Οδηγία 2003/14/ΕΚ (αριθ. L.41/37, 14.2.2003) της Επιτροπής της 10^{ης} Φεβρουαρίου 2003 σχετικά με τα παρασκευάσματα για βρέφη και τα παρασκευάσματα δεύτερης βρεφικής ηλικίας. • Οδηγία 2006/141/ΕΚ (αριθ. L.401/1, 30.12.2006) της Επιτροπής της 22^{ας} Δεκεμβρίου 2006 σχετικά με τα παρασκευάσματα για βρέφη και τα παρασκευάσματα δεύτερης βρεφικής ηλικίας και την τροποποίηση της οδηγίας 1999/21/ΕΚ. • Οδηγία 2013/46/ΕΕ (αριθ. L.230/16, 29.8.2013) της Επιτροπής της 28^{ης} Αυγούστου 2013 για την τροποποίηση της οδηγίας 2006/141/ΕΚ όσον αφορά τις απαιτήσεις πρωτεΐνης στα παρασκευάσματα για βρέφη και τα παρασκευάσματα δεύτερης βρεφικής ηλικίας. |
|------------------------|--|

Η αποκλειστική διάθεση του βρεφικού γάλακτος πρώτης και δεύτερης βρεφικής ηλικίας από τα φαρμακεία υιοθετήθηκε για πρώτη φορά το 1988 με το άρθρο 10 της Υ.Α. Α2γ/οικ.361, ενώ σύμφωνα με τη γνωμοδότηση 12/VI/2011 της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΕΑ) πριν την ψήφιση της παραπάνω διάταξης διανέμονταν και πωλούνταν χωρίς οποιοδήποτε σχετικό περιορισμό. Ο παραπάνω περιορισμός δεν ίσχυε στην περίπτωση Δήμων και Κοινοτήτων, στα οποία δεν λειτουργούσαν φαρμακεία. Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι δεν προβλέπεται ανάλογος περιορισμός στη σχετική ενωσιακή νομοθεσία. Η Κ.Υ.Α. Υ1/Γ.Π.47815/2008 με το άρθρο 2, παράγραφος 2 κατήργησε τη διάταξη του άρθρου 10 της Κ.Υ.Α. Α2γ/οικ.361/1988 ως προς την αποκλειστική διάθεση των παρασκευασμάτων δεύτερης βρεφικής ηλικίας, ενώ διατήρησε σε ισχύ τον περιορισμό για τα παρασκευάσματα για υγιή βρέφη (γάλα πρώτης βρεφικής ηλικίας). Το Υπουργείο Υγείας με τη διάταξη Υ1/Γ.Π. οικ.236/2012, υιοθετώντας την υπ' αριθ. 12/VI/2011 γνωμοδότηση της ΕΑ, κατήργησε την παράγραφο 2 του άρθρου 2 της Υ1/Γ.Π. 47815/2008 για την αποκλειστική διάθεση του γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας από τα φαρμακεία.

Το Συμβούλιο της Επικρατείας (ΣτΕ), μετά την προσφυγή του Πανελληνίου Συλλόγου Φαρμακοποιών και ιδιωτών, με την απόφαση 307/2012 όρισε την προσωρινή διαταγή αναστολής εκτέλεσης της Κ.Υ.Α. Υ1/Γ.Π.οικ.236/2012 σχετικά με την άρση της διάταξης της αποκλειστικής διάθεσης των παρασκευασμάτων πρώτης βρεφικής ηλικίας από τα φαρμακεία. Η απόφαση του ΣτΕ βασίστηκε στα έγγραφα του Προέδρου του ΕΟΦ (υπ' αριθ. πρωτ. 48975/6.7.2011 προς το Υπουργείο Υγείας) και της Γενικής Διεύθυνσης Δημόσιας Υγείας και Ποιότητας Ζωής του Υπουργείου Υγείας (αριθ. πρωτ. Υ1/ΔΥ/4.8.2011). Σύμφωνα με τον ΕΟΦ κρίθηκε αναγκαία η απαιτούμενη ενημέρωση και καθοδήγηση του καταναλωτή για την ορθή επιλογή ενός τόσο βασικού προϊόντος να γίνεται μόνο από επαγγελματία υγείας και εν προκειμένω από επιστήμονα φαρμακοποιό. Η Γενική Διεύθυνση Δημόσιας Υγείας και Ποιότητας Ζωής θεώρησε μεγίστης σημασίας την κατάλληλη χορήγηση των παρασκευασμάτων για βρέφη, για την οποία είναι απαραίτητη τόσο η στενή ιατρική παρακολούθηση όσο και η επιστημονική ενημέρωση και καθοδήγηση από φαρμακοποιό. Το ΣτΕ έκρινε ότι η διάθεση

παρασκευασμάτων για βρέφη εκτός φαρμακείων μπορεί να συνδέεται με αυξημένους κινδύνους ανεπανόρθωτης βλάβης της υγείας των βρεφών. Αυτό ενισχύεται ειδικότερα στην περίπτωση που η διάθεσή τους χωρίς την καθοδήγηση και εποπτεία ειδικού επιστήμονα υγείας, όπως ο φαρμακοποιός, συνδυαστεί με ακατάλληλη πρακτική σίτισης ή πλημμελή συντήρηση των εν λόγω προϊόντων, δηλαδή καταστάσεις ικανές να προκαλέσουν αύξηση της νοσηρότητας ή της θνησιμότητας των βρεφών. Επίσης, λαμβάνοντας υπόψη την γνωμοδότηση 12/2011 της ΕΑ, το ΣτΕ έκρινε ότι οι θεσπιζόμενες ρυθμίσεις από το ενωσιακό δίκαιο δεν συνιστούν εξαντλητική ρύθμιση για τον καθορισμό της μεθόδου πώλησης των συγκεκριμένων προϊόντων σε κάθε κράτος-μέλος. Στη συνέχεια η υπ' αριθ. 1344/2013 οριστική απόφαση του ΣτΕ⁸ απέρριψε την προσφυγή του Πανελληνίου Συλλόγου Φαρμακοποιών και των ιδιωτών, καθιστώντας ελεύθερη τη διάθεση των σχετικών παρασκευασμάτων και από άλλα δίκτυα διάθεσης, όπως είναι τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης.

Με την αγορανομική διάταξη (ΑΔ) Α2-1045/2011, άρθρο 2 παράγραφος 1α καταργήθηκε το επιτρεπόμενο όριο εμπορικού και βιομηχανικού κέρδους (15%) επί της λιανικής τιμής για τα παρασκευάσματα για βρέφη που καθοριζόταν από το άρθρο 1 και 3 της ΑΔ Α2-3391/2009.

3.3. Εξελίξεις βασικών μεγεθών

Η αγορά του βρεφικού γάλακτος περιλαμβάνει το γάλα πρώτης, δεύτερης και τρίτης βρεφικής ηλικίας, τα οποία διατίθενται από τα φαρμακεία και τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης, καθώς και το ειδικό θεραπευτικό (εξειδικευμένο) γάλα για βρέφη, το οποίο διατίθεται αποκλειστικά από τα φαρμακεία. Στην ανάλυση αποτυπώνεται η διαχρονική εξέλιξη των βασικών μεγεθών που αφορούν στην αγορά του βρεφικού γάλακτος όπως το μέγεθος πωλήσεων σε όγκο και αξία, το μέγεθος εισαγωγών και εξαγωγών, το μερίδιο αγοράς στο δίκτυο διάθεσης με αναφορά στο

⁸ Μέχρι τη συγγραφή του κειμένου δεν είχε δημοσιοποιηθεί η συγκεκριμένη απόφαση του ΣτΕ για περαιτέρω αιτιολόγηση.

σύνολο των κατηγοριών του βρεφικού γάλακτος, λόγω του ότι δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για τις επιμέρους κατηγορίες. Το βρεφικό γάλα εντάσσεται στην ευρύτερη κατηγορία των παιδικών τροφών και για τον λόγο αυτό επιχειρείται η συγκριτική απεικόνιση των δύο αυτών προϊόντων για την εξαγωγή συμπερασμάτων. Χρονικό σημείο σύγκρισης των βασικών οικονομικών μεγεθών αποτελεί το έτος 2012, κατά το οποίο ψηφίστηκε η απόφαση για τη διάθεση του γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας και από τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης.

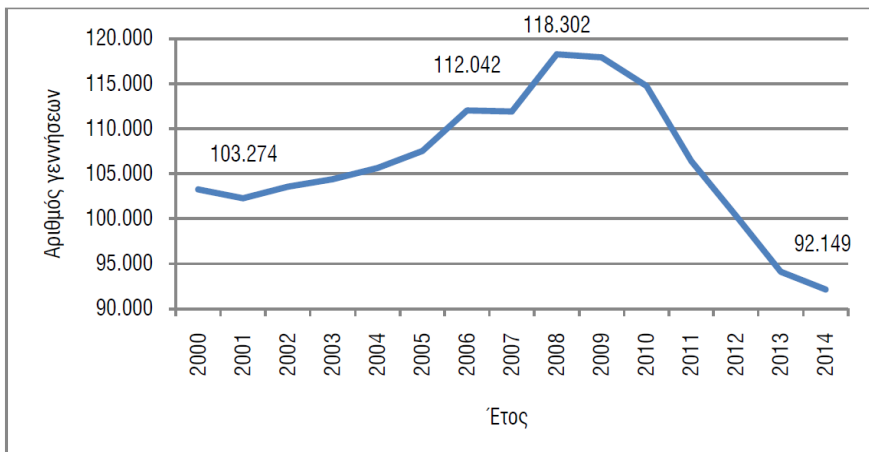
Ζήτηση του βρεφικού γάλακτος

Το επίπεδο ζήτησης των προϊόντων γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας εξαρτάται άμεσα από τον αριθμό γεννήσεων ανά έτος και από την επιλογή των μητέρων να θηλάσουν ή όχι το παιδί τους. Η επιλογή κατανάλωσης συγκεκριμένου προϊόντος διαμορφώνεται από τον παιδίατρο, ο οποίος προτείνει το είδος και τον τύπο που θεωρεί καταλληλότερο για το κάθε βρέφος, αλλά και τις τυχόν εναλλακτικές λύσεις σε περίπτωση που το βρέφος δεν αποδεχτεί το συγκεκριμένο προϊόν.

Σε ό,τι αφορά στον αριθμό των γεννήσεων παρατηρούμε ότι ανήλθε στις 92.149 γεννήσεις το 2014, το χαμηλότερο επίπεδο που καταγράφηκε τα τελευταία πενήντα έτη, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ. Ενώ από το 2000 έως το 2008 παρατηρήθηκε σταδιακή αύξηση ύψους 14%, μετά το 2008 η μείωση αγγίζει το 22% (Διάγραμμα 3.1), υποδηλώνοντας αρνητική ανάπτυξη για την αγορά του βρεφικού γάλακτος.

Από την Έρευνα του Ινστιτούτου Υγείας του Παιδιού (2009) μπορούμε να αντλήσουμε πληροφόρηση αναφορικά με τον αριθμό των μητέρων που θηλάζουν ή όχι το παιδί τους. Τα αποτελέσματα της μελέτης καταδεικνύουν το χαμηλό επίπεδο αποκλειστικού θηλασμού στην Ελλάδα: 41% των μητέρων θήλασε αποκλειστικά από την πρώτη ημέρα ζωής του βρέφους, 21% συνέχισε ως το τέλος του πρώτου μήνα, 11% στο τέλος του τρίτου μήνα και 0,8% στο τέλος του έκτου μήνα. Σε ό,τι αφορά στον θηλασμό γενικότερα, ανεξάρτητα αν αυτός είναι πλήρης ή μερικός, το 88% των μητέρων θήλασαν την πρώτη ημέρα ζωής του βρέφους. Το ποσοστό αυτό μειώθηκε στο 83% στο τέλος της πρώτης εβδομάδας, στο 60% στο πρώτο μήνα, στο 39% στον τρίτο μήνα και στο 22% στον έκτο μήνα.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.1
Αριθμός γεννήσεων, 2000-2014



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2015.

Μετά τους έξι μήνες μόνο το 9% των μητέρων διατήρησε τον θηλασμό μέχρι τους 9 μήνες και το 6% μέχρι τους 12 μήνες.

Σύμφωνα με την Έρευνα του Ινστιτούτου Υγείας του Παιδιού (2009) σχετικά με την προώθηση σκευασμάτων γάλακτος από τα δημόσια νοσοκομεία και τα ιδιωτικά μαιευτήρια, δύο στις τρεις μητέρες απάντησαν ότι έλαβαν συνταγή ή σημείωμα για κάποιο από τα παρασκευάσματα για βρέφη, ενώ περίπου μία στις τρεις έλαβε δωρεάν δείγμα γάλακτος σε σκόνη. Οι πρακτικές αυτές ήταν πιο συχνές στα ιδιωτικά μαιευτήρια και λιγότερο στα δημόσια νοσοκομεία.

Μερίδιο αγοράς

Μετά την απελευθέρωση της διάθεσης του βρεφικού γάλακτος πρώτης ηλικίας το 2012, το βρεφικό γάλα (πλην του ειδικού –θεραπευτικού) διατίθεται τόσο από τα φαρμακεία αλλά και από τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης. Λόγω της μη διαθεσιμότητας στοιχείων για το μερίδιο αγοράς του βρεφικού γάλακτος, μελετάται η διαχρονική εξέλιξη του μεριδίου αγοράς των παιδικών τροφών, η οποία αποτελεί ένδειξη για την εξέλιξη του βρεφικού

γάλακτος μεταξύ των δύο κύριων δικτύων διάθεσης: των φαρμακείων και των καταστημάτων τροφίμων λιανικής πώλησης.

Στον Πίνακα 3.2 απεικονίζεται το μερίδιο αγοράς των παιδικών τροφών ανά κατηγορία δικτύου διανομής ως ποσοστό της αξίας των πωλήσεων για την περίοδο 2010-2015. Τα φαρμακεία κατείχαν το μεγαλύτερο ποσοστό των πωλήσεων (προσεγγιστικά 62%) μέχρι το 2012, ενώ τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης μόλις το 38%. Το 2013 παρατηρείται σημαντική μεταβολή στο ποσοστό των μεριδίων αγοράς. Το ποσοστό των φαρμακείων μειώθηκε κατά 17%, ενώ των καταστημάτων τροφίμων αυξήθηκε κατά 29%. Παρ' όλη τη σημαντική αυτή μεταβολή, τα φαρμακεία συνεχίζουν να κατέχουν την πρώτη θέση (52%) στο μερίδιο αγοράς των παιδικών τροφών συγκριτικά με τα καταστήματα τροφίμων (48%), ως αποτέλεσμα της αποκλειστικής διάθεσης από τα φαρμακεία των προϊόντων βρεφικού γάλακτος αρκετών επώνυμων εταιρειών. Πρέπει να σημειώσουμε ότι μέχρι το 2012 οι καταναλωτές μπορούσαν να αγοράσουν γάλα δεύτερης και τρίτης ηλικίας από τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης και όλα τα είδη βρεφικού γάλακτος από τα φαρμακεία.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.2

Μερίδιο αγοράς των παιδικών τροφών ανά κατηγορία δικτύου διάθεσης ως ποσοστό της αξίας των πωλήσεων, 2010-2015 (% ανώτατης λιανικής τιμής προτεινόμενης από τους παραγωγούς)

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|---------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης | 38,00 | 38,00 | 37,20 | 48,00 | 47,90 | 47,60 |
| Φαρμακεία | 62,00 | 62,00 | 62,80 | 52,00 | 52,10 | 52,40 |
| Σύνολο | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 | 100,00 |

Πηγή: Euromonitor International, Αύγουστος 2015.

Στην ελληνική αγορά του βρεφικού γάλακτος ή/και των παιδικών τροφών δραστηριοποιούνται αρκετές εταιρείες όπως οι Nestle Hellas A.E., FrieslandCampina Hellas A.E (NOYNOY), Milupa – Numil Hellas A.E. (Danone), Γιώτης A.E., Pfizer Hellas A.E., Humana GmbH, Frezyderm A.B.E.E., Vianex S.A.-Novalac, Alter Farmacia S.A., Hipp

UK Ltd κ.ά. Σύμφωνα με τη μελέτη της Euromonitor International (2015), η FrieslandCampina (NOYNOY) κατέχει την πρώτη θέση στο μερίδιο αγοράς των παιδικών τροφών ως ποσοστό των πωλήσεων σε αξία (27% το 2015), ενώ η Milupa – Numil Hellas A.E. (Danone) τη δεύτερη θέση (14%). Στις δύο παραπάνω εταιρείες, ενώ διαθέτουν τα προϊόντα τους τόσο στα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης όσο και στα φαρμακεία, σημειώνεται σταδιακή μείωση στο μερίδιο αγοράς τους από το 2011 μέχρι το 2015 κατά 10% και 5%, αντίστοιχα. Σε εταιρείες που διαθέτουν τα προϊόντα τους αποκλειστικά στα φαρμακεία, όπως η Vianex S.A. – Novalac και η Frezyderm A.B.E.E, παρατηρείται αύξηση στο μερίδιο αγοράς τους κατά 2% έκαστη. Τα επώνυμα προϊόντα που διατίθενται αποκλειστικά από τα φαρμακεία φαίνεται ότι, παρά την υψηλότερη λιανική τιμή τους, κατάφεραν να αυξήσουν το μερίδιό τους ως προς το σύνολο των παιδικών τροφών. Αυτό αντικατοπτρίζει την επιθυμία των γονέων να δαπανήσουν περισσότερα χρήματα όταν πρόκειται για τα νεογέννητα παιδιά τους, παρ' όλη τη μείωση του διαθέσιμου εισοδήματός τους, λόγω της οικονομικής κρίσης.

Μέγεθος πωλήσεων σε αξία και όγκο

Στον Πίνακα 3.3 παρουσιάζεται το μέγεθος των πωλήσεων σε αξία για τις επιμέρους κατηγορίες του βρεφικού γάλακτος για τη χρονική περίοδο 2010-2015. Το γάλα τρίτης βρεφικής ηλικίας καταλαμβάνει την πρώτη θέση με πωλήσεις αξίας 69,20 εκατ. ευρώ, ενώ ακολουθεί το γάλα πρώτης βρεφικής ηλικίας με 23,10 εκατ. ευρώ το 2015. Σε όλες τις κατηγορίες του βρεφικού γάλακτος καταγράφεται διαχρονική μείωση στο μέγεθος των πωλήσεων σε αξία. Πιο αναλυτικά, οι πωλήσεις για το σύνολο της αγοράς του βρεφικού γάλακτος μειώθηκαν κατά μέσο όρο κατά 3,06% στην περίοδο 2010-2015, για το γάλα πρώτης βρεφικής ηλικίας κατά 4,56%, για το γάλα δεύτερης βρεφικής ηλικίας κατά 1,67%, για το γάλα τρίτης βρεφικής ηλικίας κατά 0,80% και για το εξειδικευμένο βρεφικό γάλα κατά 8,34%.

Παρόμοια συμπεράσματα προκύπτουν και από την ανάλυση του όγκου των πωλήσεων (συσκευασίες) για τις επιμέρους κατηγορίες του βρεφικού γάλακτος (Πίνακας 3.4). Την πρώτη θέση καταλαμβάνει το γάλα τρίτης βρεφικής ηλικίας με 11.733 τόνους το 2015, τη δεύτερη θέση το γάλα δεύτερης βρεφικής ηλικίας με 987,60 τόνους και την τρίτη θέση το γάλα πρώτης βρεφικής ηλι-

κίας με 810 τόνους. Η συνολική αγορά του βρεφικού γάλακτος παρουσιάζει μέση ετήσια μείωση κατά 2,25% στην υπό εξέταση περίοδο, το γάλα πρώτης βρεφικής ηλικίας κατά 5,91%, το γάλα δεύτερης βρεφικής ηλικίας κατά 4,69%, το γάλα τρίτης βρεφικής ηλικίας κατά 1,63% και το ειδικό θεραπευτικό βρεφικό γάλα κατά 3,85%. Τόσο η μείωση στην αξία όσο και στον όγκο των πωλήσεων συνδέονται στενά με τη μείωση στον αριθμό των γεννήσεων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.3

Αξία πωλήσεων των προϊόντων γάλακτος βρεφικής ηλικίας, 2010-2015, (σε εκατ. €)

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Γάλα 1ης βρεφικής ηλικίας | 29,30 | 28,60 | 26,50 | 23,60 | 23,20 | 23,10 |
| Γάλα 2ης βρεφικής ηλικίας | 22,20 | 21,50 | 21,40 | 21,30 | 20,80 | 20,40 |
| Γάλα 3ης βρεφικής ηλικίας | 72,10 | 73,10 | 74,30 | 72,60 | 71,30 | 69,20 |
| Ειδικό θεραπευτικό γάλα βρεφικής ηλικίας | 32,20 | 28,00 | 25,20 | 21,10 | 20,80 | 20,60 |
| Σύνολο βρεφικού γάλακτος | 155,80 | 151,20 | 147,40 | 138,60 | 136,10 | 133,30 |
| Σύνολο παιδικών τροφών | 184,40 | 178,50 | 170,70 | 160,20 | 155,50 | 151,10 |

Πηγή: Euromonitor International, Αύγουστος 2015.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.4

Όγκος πωλήσεων των προϊόντων γάλακτος βρεφικής ηλικίας, 2010-2015, (σε τόνους)

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Γάλα 1ης βρεφικής ηλικίας | 1.100,00 | 1.000,00 | 970,00 | 900,00 | 850,00 | 810,00 |
| Γάλα 2ης βρεφικής ηλικίας | 1.257,80 | 1.164,30 | 1.143,90 | 1.115,00 | 1.036,50 | 987,60 |
| Γάλα 3ης βρεφικής ηλικίας | 12.747,00 | 12.337,50 | 11.919,00 | 11.798,40 | 11.761,70 | 11.733,00 |
| Ειδικό θεραπευτικό γάλα βρεφικής ηλικίας | 737,10 | 724,30 | 702,50 | 620,90 | 603,90 | 603,00 |
| Σύνολο βρεφικού γάλακτος | 15.841,90 | 15.226,10 | 14.735,40 | 14.434,30 | 14.252,10 | 14.133,60 |
| Σύνολο παιδικών τροφών | 18.373,90 | 17.642,90 | 16.833,80 | 16.327,10 | 16.010,00 | 15.753,90 |

Πηγή: Euromonitor International, Αύγουστος 2015.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.5
Εισαγωγές προϊόντων βρεφικού γάλακτος ανά χώρα προέλευσης, 2009-2015

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015* |
|--------------|-------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | <i>Αξία σε ευρώ</i> | | | | | | |
| Γαλλία | 22.695 | | | 1.076.312 | 55.783 | 85.229 | 80.903 |
| Κάτω Χώρες | | | | | 803 | 417 | |
| Γερμανία | 4.254.866 | 3.619.370 | 2.220.014 | 1.903.805 | 2.152.705 | 1.645.187 | 1.391.098 |
| Ιταλία | | 195 | | | 545 | 1.218 | |
| Ισπανία | 672.289 | 534.498 | 105.313 | | | | |
| Πολωνία | | | | | | | 190 |
| Ην. Βασίλειο | 521 | 1.310 | 1.424 | 2.088 | 117 | 83 | |
| Δανία | | | 21.118 | | | | |
| Κύπρος | | | | 8.189 | | | |
| Βουλγαρία | | | | | 3.052 | 1.650 | |
| Σουηδία | | | | | | | 104 |
| Σύνολο | 4.950.371 | 4.155.373 | 2.347.869 | 2.990.394 | 2.213.005 | 1.733.784 | 1.472.295 |
| | <i>Ποσότητα σε κιλώ</i> | | | | | | |
| Γαλλία | 9.618 | | | 192.566 | 21.644 | 32.023 | 38.425 |
| Κάτω Χώρες | | | | | 850 | 72 | |
| Γερμανία | 2.607.503 | 2.210.973 | 1.102.904 | 784.581 | 708.702 | 565.903 | 315.369 |
| Ιταλία | | 140 | | | 310 | 730 | |
| Ισπανία | 1.650.957 | 1.941.441 | 251.448 | | | | |
| Πολωνία | | | | | | | 100 |
| Ην. Βασίλειο | 340 | 770 | 340 | 839 | 27 | 21 | |
| Δανία | | | 5.140 | | | | |
| Κύπρος | | | | 3.768 | | | |
| Βουλγαρία | | | | | 800 | 5.460 | |
| Σουηδία | | | | | | | 19 |
| Σύνολο | 4.268.418 | 4.153.324 | 1.359.832 | 981.774 | 732.333 | 604.209 | 353.913 |

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2016.

*Προσωρινά στοιχεία.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.6
Εξαγωγές προϊόντων βρεφικού γάλακτος ανά χώρα προορισμού, 2009-2015

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015* |
|--------------------------------------|---------|---------|---------|---------|-------|--------|---------|
| <i>Αξία σε ευρώ</i> | | | | | | | |
| Γερμανία | 908 | 787 | 831 | 3.703 | 2.446 | 452 | 8.167 |
| Αλβανία | 78.530 | 51.639 | 10.954 | | | 3.712 | 18.562 |
| Κύπρος | 21.745 | 75.622 | 100.711 | 61.400 | | 34.696 | 21.118 |
| Εφοδιασμός πλοίων με τρίτες χώρες | 13.914 | 13.225 | 8.480 | | | | |
| Λιβύη | | | | 183.107 | | | 260.832 |
| Βουλγαρία | | | | | | 156 | 12.388 |
| Σύνολο | 115.097 | 141.273 | 120.976 | 248.210 | 2.446 | 39.016 | 321.067 |
| <i>Ποσότητα σε κιλώ</i> | | | | | | | |
| Γερμανία | 411 | 312 | 314 | 25.013 | 1.089 | 177 | 1.286 |
| Αλβανία | 50.066 | 31.173 | 6.612 | | | 1.889 | 9.446 |
| Κύπρος | 13.172 | 41.073 | 31.907 | 27.539 | | 15.857 | 15.494 |
| Εφοδιασμός πλοίων με τρίτες χώρες | 3.315 | 3.173 | 1.631 | | | | |
| Λιβύη | | | | 126.739 | | | 207.821 |
| Βουλγαρία | | | | | | 80 | 7.341 |
| Σύνολο | 66.964 | 75.731 | 40.464 | 179.291 | 1.089 | 18.003 | 241.388 |

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2016. *Προσωρινά στοιχεία.

Μέγεθος εισαγωγών – εξαγωγών

Στον Πίνακα 3.5 πιο πάνω παρουσιάζεται το μέγεθος των εισαγωγών σε αξία και σε όγκο (συσκευασίες) για το βρεφικό γάλα⁹ για την περίοδο 2009-2015. Η αξία των εισαγωγών μειώθηκε (κατά 70,26%) στην υπό εξέταση περίοδο, αγγίζοντας τα 1.472.295 ευρώ (ή 353.913 κιλά) το 2015 έναντι 4.950.371 ευρώ (ή 4.268.418 κιλά) το 2009, με εξαίρεση το έτος 2012 οπότε παρατηρείται αύξηση. Οι κύριες χώρες προέλευσης είναι η Γερμανία καθ' όλη την υπό εξέταση περίοδο, η Γαλλία πλην των ετών 2010-2011 και η Ισπανία μέχρι το 2011. Η Γερμανία αποτελεί την κύρια χώρα προέλευσης με μερίδιο εισαγωγών 94,50% επί του συνόλου συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες.

Το μέγεθος των εξαγωγών ανά χώρα προορισμού (Πίνακας 3.6 πιο πάνω) σε αξία αυξήθηκε από 115.097 ευρώ (ή 66.964 κιλά) το 2009 σε 321.067 ευρώ (ή 241.388 κιλά) το 2015 με κύριες χώρες προορισμού κατά περίπτωση έτους τη Λιβύη, την Κύπρο, την Αλβανία και τη Βουλγαρία. Η Λιβύη αποτελεί την κύρια χώρα προορισμού για τα έτη 2012 και 2015 με μερίδιο εισαγωγών από την Ελλάδα 82% το 2015. Η Κύπρος διαχρονικά καταλαμβάνει σημαντική θέση μεταξύ των χωρών προορισμού με μερίδιο εισαγωγών από τη χώρα μας που κυμάνθηκε από 6,5% το 2015 έως 89% το 2014.

3.4. Αξιολόγηση των συνθηκών ανταγωνισμού βάσει του Οδηγού του ΟΟΣΑ

Το εθνικό δίκαιο που διέπει την αγορά του βρεφικού γάλακτος εστιάζει στον καθορισμό προϋποθέσεων για τη σύνθεση, την κυκλοφορία, την επισήμανση, τον αποτελεσματικό έλεγχο της κυκλοφορίας, τη διαφήμιση, τη διάθεση των σχετικών παρασκευασμάτων από τα δίκτυα διάθεσης καθώς και το επιτρεπόμενο όριο εμπορικών και βιομηχανικών κερδών (Πίνακας 3.7).

⁹ Γάλατα ειδικά, με την ονομασία «για βρέφη», σε δοχεία κλεισμένα στεγανά, καθαρού περιεχομένου που δεν υπερβαίνει τα 500 γραμμάρια και περιεκτικότητας κατά βάρος σε λιπαρές ουσίες που υπερβαίνει το 10%.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.7
Αξιολόγηση βαθμού απελευθέρωσης: Εμπορία βρεφικού γάλακτος
πρώτης και δεύτερης βρεφικής ηλικίας

| Περιγραφή της ρύθμισης (πριν από 31/12/2013) | Τελευταίες μεταβολές | Νόμος/Υ.Α. κ.ά. Χρόνος θέσπισης | Χρόνος εφαρμογής | Αποκλίσεις | Προτάσεις |
|---|--|--|------------------|--------------------|---|
| Προϋποθέσεις σύνθεσης, κυκλοφορίας, επισήμανσης και φρεπτικών συστατικών. | Εναρμόνιση με το ενωσιακό δίκαιο στις προϋποθέσεις σύνθεσης και επισήμανσης. | Υ1/Γ.Π.94648/2013 | 18.12.2013 | Πλήρης συμμόρφωση. | Δεν απαιτείται επιπρόσθετη ρύθμιση εφόσον η Ελλάδα εναρμονίζεται με το εκάστοτε ενωσιακό δίκαιο. |
| Γνωστοποίηση της σύνθεσης, κυκλοφορίας, τροποποίησης στον ΕΟΦ. | Εναρμόνιση με το ενωσιακό δίκαιο. | Υ1/Γ.Π.47815/2008 | 28.7.2008 | Πλήρης συμμόρφωση. | |
| Περιορισμοί στη διαφήμιση. | Εναρμόνιση με το ενωσιακό δίκαιο. | Υ1/Γ.Π.47815/2008 | 28.7.2008 | Πλήρης συμμόρφωση. | |
| Αποκλειστική διάθεση στα φαρμακεία του γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας. | Άρση του περιορισμού και διάθεση του προϊόντος και από άλλα δίκτυα διάθεσης (π.χ. καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης). | Υ1/Γ.Π.47815/2008, άρθρο 2, παρ. 2 | 28.7.2008 | Πλήρης εφαρμογή. | Το δίκτυο διάθεσης βρεφικού γάλακτος έχει απελευθερωθεί και δεν απαιτείται επιπλέον ρύθμιση. |
| Αποκλειστική διάθεση στα φαρμακεία του γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας. | Άρση του περιορισμού και διάθεση του προϊόντος και από άλλα δίκτυα διάθεσης (π.χ. καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης). Απόρριψη της αναστολής εκτέλεσης της Υ.Α. 236/2012. | Υ1/Γ.Π.οικ.236/2012 | 10.1.2012 | Πλήρης εφαρμογή. | |
| Επιτρεπόμενο όριο εμπορικών και βιομηχανικών κερδών 15% επί της λιανικής τιμής. | Κατάργηση του ορίου. | Σ.Τ.Ε 1344/2013 Α2-1045/2011, άρθρο 2 παρ. 1α | 22.6.2011 | Πλήρης εφαρμογή. | Οι τιμές καθορίζονται ελεύθερα στην αγορά με βάση τον ανταγωνισμό και δεν απαιτείται επιπλέον ρύθμιση |

Σε ό,τι αφορά στις προϋποθέσεις σύνθεσης, κυκλοφορίας και επισήμανσης των θρεπτικών συστατικών, το εθνικό δίκαιο εναρμονίζεται με τις εκάστοτε Οδηγίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, έτσι ώστε η βασική σύνθεση των σχετικών παρασκευασμάτων να ανταποκρίνεται στις θρεπτικές ανάγκες των υγιών βρεφών, όπως αυτές καθορίζονται από τα γενικά αποδεκτά επιστημονικά δεδομένα, διασφαλίζοντας ταυτόχρονα την προστασία του μητρικού θηλασμού. Ο έλεγχος των προϋποθέσεων από τον ΕΟΦ συμβάλλει στην αποτελεσματική παρακολούθηση της κυκλοφορίας των σχετικών παρασκευασμάτων και στη διασφάλιση του δημοσίου συμφέροντος. Σε ό,τι αφορά στη διαφήμιση των παρασκευασμάτων, το εθνικό δίκαιο δε φαίνεται να διαφοροποιείται ή να επιβάλλει ισχυρότερους περιορισμούς συγκριτικά με το ενωσιακό δίκαιο.

Τα τελευταία έτη βασικό σημείο συζήτησης αποτέλεσε η απελευθέρωση του δικτύου διάθεσης των σχετικών παρασκευασμάτων και ιδιαίτερα του γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας, εφόσον το δίκτυο διάθεσης για τα γάλατα δεύτερης βρεφικής ηλικίας είχε ήδη απελευθερωθεί από το 2008. Σύμφωνα με τη γνωμοδότηση της Επιτροπής Ανταγωνισμού (2011), η αποκλειστική διάθεση μπορεί να θέσει περιορισμούς τόσο ως προς το δίκτυο διανομής του βρεφικού γάλακτος όσο και ως προς την πηγή προμήθειάς του, ιδίως από τους τελικούς καταναλωτές. Πιθανόν δε να συνιστά και περιορισμό άσκησης οικονομικής δραστηριότητας.

Σύμφωνα με τη Λίστα Ελέγχου του Ανταγωνισμού (Πίνακας 1.1) του OECD (2010), η αποκλειστική διάθεση του βρεφικού γάλακτος πρώτης ηλικίας από ένα συγκεκριμένο δίκτυο διάθεσης (φαρμακεία), με ταυτόχρονο αποκλεισμό εναλλακτικών δικτύων (καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης), χορηγεί αποκλειστικά δικαιώματα σε έναν προμηθευτή, περιορίζει τον ανταγωνισμό στην αλυσίδα εμπορίας και διανομής του προϊόντος και μπορεί να οδηγήσει σε συνθήκες περιορισμένης διάθεσης του προϊόντος από την πλευρά των προμηθευτών. Από την πλευρά των καταναλωτών μπορεί να οδηγήσει σε περιορισμένη επιλογή των πηγών διάθεσης και των προϊόντων.

Πιο αναλυτικά, η αποκλειστική διάθεση του βρεφικού γάλακτος πρώτης ηλικίας από τα φαρμακεία περιορίζει τη δυνατότητα των προμηθευτών να βρουν εναλλακτικά δίκτυα διανομής και νέους πελάτες,

να επιλέξουν οι ίδιοι τον τρόπο διανομής των προϊόντων τους, ο οποίος πιθανόν να οδηγούσε σε βελτίωση της διανομής των προϊόντων, με αποτέλεσμα ο καταναλωτής να στερείται πλεονεκτημάτων που ενδεχομένως να προέκυπταν από τον συνδυασμό διανομής-τιμής.

Η αποκλειστική διάθεση του προϊόντος περιορίζει το δικαίωμα της ελεύθερης επιλογής του καταναλωτή. Ο καταναλωτής στερείται των πιθανών πλεονεκτημάτων που μπορεί να του προσφέρει ένα εναλλακτικό δίκτυο διάθεσης (π.χ. περισσότερα σημεία πώλησης), όπως ευκολότερη πρόσβαση στο προϊόν λόγω διευρυμένου ωραρίου και ημερών λειτουργίας των καταστημάτων τροφίμων λιανικής πώλησης και επιλογή μεταξύ μεγαλύτερης ποικιλίας προϊόντων, λόγω δυνατότητας αποθήκευσης περισσότερων αποθεμάτων.

Από την πλευρά των εισαγωγέων, η αποκλειστική διάθεση του προϊόντος έχει ως αποτέλεσμα η διαπραγματεύση να γίνεται με μια ομάδα πελατών με μικρή διαπραγματευτική δύναμη (όπως είναι τα φαρμακεία ή οι φαρμακαποθήκες) συγκριτικά με τις αλυσίδες καταστημάτων λιανικής πώλησης. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι εισαγωγείς να ελέγχουν αποτελεσματικότερα το επίπεδο τιμών χωρίς την πίεση άσκησης ανταγωνιστικής πολιτικής.

Σύμφωνα με έρευνα της Επιτροπής Ανταγωνισμού (2011) και πληροφόρηση από τις αντίστοιχες Επιτροπές Ανταγωνισμού των κρατών-μελών της Ε.Ε., δεν παρατηρείται σχετικός περιορισμός διάθεσης των προϊόντων γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας σε κράτη-μέλη της Ε.Ε. όπως η Γαλλία, η Ιταλία, η Γερμανία, η Αγγλία και η Ισπανία, με εξαίρεση το Βέλγιο όπου διατίθενται αποκλειστικά από τα φαρμακεία. Οι τιμές μεταξύ των χωρών διαφοροποιούνται αισθητά. Σε ορισμένα κράτη μπορεί να υπερτερεί η διακίνηση των σχετικών προϊόντων μέσω ενός δικτύου και σε κάποιες άλλες χώρες μέσω κάποιου άλλου. Αυτό δεν οφείλεται στο νομοθετικό πλαίσιο αλλά στις συνθήκες της αγοράς, τα τοπικά ήθη, τις συνήθειες των καταναλωτών και την ιστορική εξέλιξη των δικτύων διανομής.

Η δραστηριοποίηση των καταστημάτων λιανικής πώλησης τροφίμων στη διάθεση του γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας από το 2008 κατέδειξε ότι μπορούν να αποτελέσουν ένα πρόσθετο δί-

κτιο διάθεσης των σχετικών παρασκευασμάτων με οφέλη για την αγορά του προϊόντος. Οι αλυσίδες καταστημάτων λιανικής πώλησης, λόγω της αγοραστικής τους δύναμης, μπορούν να διαπραγματευθούν ευνοϊκότερους όρους προμήθειας των σχετικών προϊόντων από τις εταιρείες εισαγωγής, σε αντίθεση με το κατακερματισμένο δίκτυο των φαρμακείων, επιτυγχάνοντας έτσι μείωση των τιμών. Επίσης το μέγεθος και η οργάνωσή τους επιτρέπει την ανάπτυξη οικονομιών κλίμακας, ενώ το γεγονός ότι η λειτουργία τους δεν διέπεται από ρυθμιστικούς κανόνες, όπως τα φαρμακεία, μπορεί να συμβάλλει στη μείωση των τιμών λιανικής πώλησης. Η συνδυασμένη διάθεση των σχετικών παρασκευασμάτων από τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης και από τα φαρμακεία παρέχει καλύτερη επιλογή στον καταναλωτή ως προς το επίπεδο των τιμών, καλύπτοντας πλήρως και τα ιδιάζοντα ωράρια σίτισης του βρέφους ιδιαίτερα κατά τους πρώτους μήνες της ζωής του, όπου τα φαρμακεία ανταποκρίνονται μέσω διανυκτερευόντων/εφημερευόντων φαρμακείων στην ενδεχόμενη έκτακτη ανάγκη για αγορά του προϊόντος (Επιτροπή Ανταγωνισμού, 2011).

Η έρευνα της Επιτροπής Ανταγωνισμού (2011) στις επιχειρήσεις παραγωγής ή/και εισαγωγής των σχετικών παρασκευασμάτων συμπεραίνει ότι οι επιχειρήσεις πιστεύουν ότι δεν υπάρχει κάποια ιδιαιτερότητα στην αγορά του προϊόντος, ώστε να δικαιολογεί ή/και να επιβάλλει τον περιορισμό της διάθεσής τους μόνο από τα φαρμακεία ή κάποια διαφοροποίηση στη βασική σύνθεση των παρασκευασμάτων πρώτης ηλικίας από τα παρασκευάσματα δεύτερης βρεφικής ηλικίας, που να επιβάλλει την αποκλειστική πώληση των πρώτων μέσω των φαρμακείων. Επίσης θα πρέπει να τονιστεί ότι η επιλογή συγκεκριμένου προϊόντος από τις μητέρες διαμορφώνεται σε μεγάλο βαθμό από τον παιδίατρο, ο οποίος προτείνει το είδος και σε ορισμένες περιπτώσεις την εταιρεία που θεωρεί κατάλληλα για το κάθε βρέφος, αλλά και τις τυχόν εναλλακτικές λύσεις σε περίπτωση που το βρέφος δεν αποδεχτεί το συγκεκριμένο προϊόν. Παρ' όλα αυτά, ορισμένες επιχειρήσεις διατηρούν το φαρμακείο ως αποκλειστικό δίκτυο διάθεσης των προϊόντων τους, όπως αποτυπώνεται στην παρακάτω επιστολή της Frezyderm προς τον Πανελλήνιο Φαρμακευτικό Σύλλογο, όπου γνωστοποιεί την άποψή της ότι «...ο φαρμακοποιός λόγω της επιστημονικής του ιδιό-

τητας είναι ο καταλληλότερος για τη σωστή διαχείριση και διάθεση των προϊόντων της βρεφικής ηλικίας...». Ταυτόχρονα, όμως, συμπληρώνει ότι βρίσκεται σε διαπραγμάτευση με τον γερμανικό οίκο παραγωγής των προϊόντων, ώστε να επιτύχει μείωση των τιμών εισαγωγής και διαφοροποίηση των πιστώσεων, ενέργειες οι οποίες θα επιφέρουν την επιθυμητή μείωση της λιανικής τιμής προς όφελος του καταναλωτή αλλά και βελτίωση του ανταγωνισμού με τις πολυεθνικές εταιρείες, που έχουν τοποθετήσει τα προϊόντα τους στα ράφια των καταστημάτων τροφίμων (Επιτροπή Ανταγωνισμού, 545/VII/2012).

Σε ό,τι αφορά στο «ειδικό θεραπευτικό/εξειδικευμένο» γάλα για βρέφη που παρουσιάζουν διατροφικές διαταραχές ή αυξημένες διατροφικές ανάγκες, οι εταιρείες επισημαίνουν την ανάγκη διατήρησης πώλησης αυτής της κατηγορίας βρεφικών γαλάτων αποκλειστικά από τα φαρμακεία, λόγω των ειδικών διατροφικών σκοπών που επιτελούν και της υποχρέωσης να χρησιμοποιούνται με ιατρική παρακολούθηση.

Η άρση της αγορανομικής διάταξης για το επιτρεπόμενο όριο (15%) εμπορικού κέρδους επί της λιανικής τιμής πώλησης των σχετικών παρασκευασμάτων δύναται να συμβάλει στη μείωση του επιπέδου τιμών προς όφελος των καταναλωτών.

3.5. Επιπτώσεις στις τιμές

Η απελευθέρωση του δικτύου διάθεσης του γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας καθιστά τον ανταγωνισμό αποδοτικότερο, κυρίως σε επίπεδο τιμών, με αντίστοιχη ωφέλεια των καταναλωτών. Η άρση της αποκλειστικής διάθεσης του γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας από τα φαρμακεία το 2012 αναμένεται ότι έχει επηρεάσει, κυρίως, τη λιανική τιμή πώλησης των σχετικών παρασκευασμάτων στα φαρμακεία και στα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης. Για την εκτίμηση των επιπτώσεων χρησιμοποιήθηκαν δεδομένα από εναλλακτικές πηγές, λόγω της περιορισμένης διαθεσιμότητας στοιχείων, καθώς και συγκριτική απεικόνιση με τις παιδικές τροφές, οι οποίες διατίθενται χωρίς περιορισμούς από τα φαρμακεία και τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης. Χρονικό σημείο σύγκρισης των στοιχείων αποτελεί το έτος 2012, κατά το οποίο

ψηφίστηκε η υπουργική απόφαση για τη διάθεση των σχετικών παρασκευασμάτων και από τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης.

Συγκεκριμένα, για την ανάλυση της εκτίμησης των επιπτώσεων στη λιανική τιμή διάθεσης του βρεφικού γάλακτος πρώτης ηλικίας χρησιμοποιήθηκαν:

(α) Ετήσια στοιχεία της Έρευνας Οικογενειακών Προϋπολογισμών της ΕΛΣΤΑΤ για τον μέσο όρο μηνιαίων αγορών των νοικοκυριών σε γάλα σε σκόνη για βρέφη και ομογενοποιημένες παιδικές τροφές ανεξάρτητα από τη σύνθεσή τους για την περίοδο 2008-2014.

(β) Μηνιαία στοιχεία των υποομάδων του ΓΔΤΚ της ΕΛΣΤΑΤ για το γάλα σε σκόνη και τις παιδικές τροφές για την περίοδο Ιανουαρίου 2000-Φεβρουαρίου 2016.

(γ) Μηνιαία στοιχεία λιανικής τιμής από το Παρατηρητήριο Τιμών της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου του Υπουργείου Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού. Συγκεκριμένα χρησιμοποιήθηκε ο αριθμητικός μέσος της λιανικής τιμής πώλησης τεσσάρων (4) προϊόντων γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας από τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης (σούπερ μάρκετ) σε όλη την επικράτεια για την περίοδο Ιανουαρίου 2012-Μαρτίου 2016. Η τιμοληψία αφορά την τιμή πώλησης κατά την 5η ημέρα του κάθε μήνα. Δυστυχώς, η ανάλυση περιορίζεται μόνο στο γάλα δεύτερης βρεφικής ηλικίας, λόγω του ότι στο Παρατηρητήριο Τιμών δεν συμπεριλαμβάνονται προϊόντα γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας.

(δ) Έρευνα αγοράς για τη διαμόρφωση της λιανικής τιμής πώλησης των προϊόντων γάλακτος πρώτης και δεύτερης βρεφικής ηλικίας στα φαρμακεία, σε τέσσερα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης πανελλαδικής εμβέλειας και στα ηλεκτρονικά φαρμακεία κατά τους μήνες Μάρτιο και Απρίλιο 2016. Στην έρευνα αγοράς συμμετείχαν όλα τα προϊόντα που πωλούνται στα σχετικά δίκτυα διάθεσης.

(ε) Τιμοκατάλογος παραφαρμακευτικών προϊόντων του Οκτωβρίου 2010 για τη συγκριτική απεικόνιση και την εξαγωγή συμπερασμάτων σε ό,τι αφορά στη διαμόρφωση των λιανικών τιμών πώλησης των προϊόντων γάλακτος βρεφικής ηλικίας πριν και μετά την εφαρμογή της απελευθέρωσης του δικτύου διάθεσης το 2012.

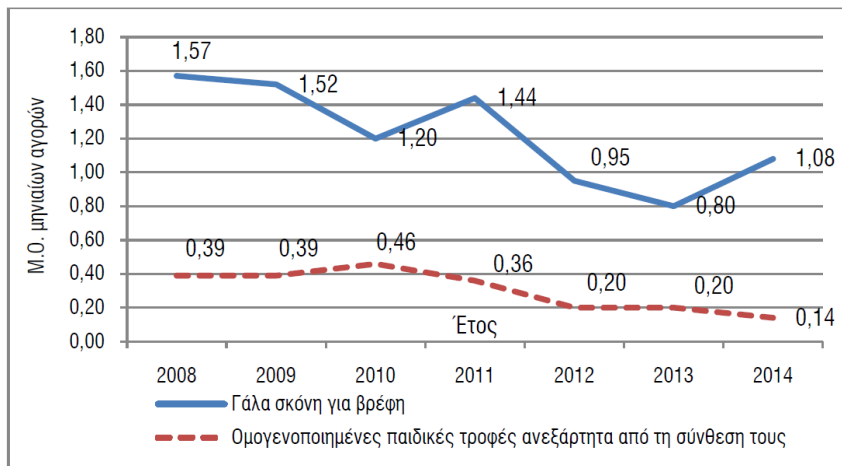
Η τιμή λιανικής πώλησης των σχετικών προϊόντων στις περιπτώσεις (γ), (δ) και (ε) ανάγεται στα 100 γραμμάρια προϊόντος για να είναι εφικτή η μεταξύ τους σύγκριση.

Ο μέσος όρος μηνιαίων αγορών των νοικοκυριών για γάλα σε σκόνη για βρέφη (περιλαμβάνει προϊόντα πρώτης, δεύτερης και τρίτης ηλικίας) μειώθηκε από €1,57 το 2008 σε €1,08 το 2014 (Διάγραμμα 3.2). Κατά την περίοδο 2008-2014, κατέγραψε σημαντικές αυξομειώσεις σε αντίθεση με τον μέσο όρο των συνολικών μηνιαίων αγορών, ο οποίος μειώθηκε σταδιακά. Πιο αναλυτικά, ο μέσος όρος των μηνιαίων αγορών για βρεφικό γάλα μειώθηκε κατά 21%, 34% και 16% το 2010, το 2012 και το 2013 αντίστοιχα, ενώ αυξήθηκε κατά 20% και 35% το 2011 και το 2014. Ταυτόχρονα, το μερίδιο των μηνιαίων αγορών γάλακτος σε σκόνη παραμένει διαχρονικά σταθερό, κατά μέσο όρο στο 0,07% των συνολικών μηνιαίων αγορών, χωρίς να επηρεάζεται σημαντικά από τη σταδιακή μείωση στο σύνολο των αγορών των νοικοκυριών.

Συγκρίνοντας το γάλα σε σκόνη για βρέφη με τις παιδικές τροφές, παρατηρούμε ότι ο μέσος όρος των μηνιαίων αγορών για παιδικές τροφές καταγράφει χαμηλότερες τιμές συγκριτικά με αυτές του γάλακτος για βρέφη. Επίσης η διαχρονική τάση είναι φθίνουσα κατά την περίοδο 2010-2014, σε αντίθεση με το γάλα για βρέφη που καταγράφει αυξομειώσεις και αυξητική τάση το 2011 και το 2014.

Ο υποδείκτης τιμών καταναλωτή για το γάλα σε σκόνη για βρέφη αντανακλά την εξέλιξη της λιανικής τιμής του προϊόντος. Κύρια πηγή τιμοληψίας αποτελούν τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης (σούπερ μάρκετ) σε όλη την επικράτεια. Στον Πίνακα 3.8 παρουσιάζονται οι τριμηνιαίοι μέσοι όροι του υποδείκτη για την περίοδο 2008-2015, ο ετήσιος μέσος όρος, η μέγιστη και η ελάχιστη τιμή, η τυπική απόκλιση καθώς και ο ετήσιος ρυθμός μεταβολής. Παρατηρούμε ότι ο μέσος όρος του υποδείκτη από 97,99 το πρώτο τρίμηνο του 2008 αυξήθηκε στο 106,47 το τέταρτο τρίμηνο του 2015. Μικρές μειώσεις καταγράφονται στο δεύτερο και τρίτο τρίμηνο του 2012, στο πρώτο και τέταρτο του 2013 και του 2014 και στο τέταρτο τρίμηνο του 2015. Ο ρυθμός μεταβολής είναι αρνητικός (-0,75%) μόνο το 2012, ενώ το 2015 φαίνεται να προσεγγίζει την αύξηση του 2009 (1,23%).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.2
Μέσος όρος μηνιαίων αγορών, 2008-2014, (σε ευρώ)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών, 2015.

Στα Διαγράμματα 3.3, 3.4 και 3.5 απεικονίζεται η διαχρονική εξέλιξη του μέσου ετήσιου γενικού δείκτη τιμών και των υποομάδων του βρεφικού γάλακτος και των παιδικών τροφών, ο ετήσιος ρυθμός μεταβολής καθώς και η διαχρονική εξέλιξη των μηνιαίων τιμών τους, αντίστοιχα. Παρατηρούμε ότι η διαχρονική εξέλιξη του μέσου ετήσιου δείκτη τιμών για τα προϊόντα του βρεφικού γάλακτος είναι αυξητική, με εξαίρεση το έτος 2012, σε αντίθεση με την πτωτική τάση των παιδικών τροφών και του ΓΔΤΚ μετά το 2012 και 2013, αντίστοιχα (Διάγραμμα 3.3). Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι ένα μέρος της αύξησης της περιόδου 2010-2011 οφείλεται στην αύξηση του ΦΠΑ από 9% σε 10% τον Μάρτιο του 2010 (ΠΟΛ. 1018/6.3.2010), σε 11% τον Ιούλιο του 2010 (ΠΟΛ. 1098/21.6.2010) και σε 13% τον Ιανουάριο του 2011 (Ν.3899/2010 και ΠΟΛ. 1160/17.7.2015).

Κατά την περίοδο 2008-2011, κατά την οποία στα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης διατίθεται μόνο γάλα δεύτερης και τρίτης βρεφικής ηλικίας, ο υποδείκτης τιμών για το βρεφικό γάλα σημείωσε μέση ετήσια αύξηση κατά 1,83% (Διάγραμμα 3.4). Η αύξηση αυτή διακόπτεται το 2012, έτος κατά το οποίο θεσπίστηκε η διάθεση του γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας και από τα καταστήματα τροφίμων. Την περίοδο αυτή ο υποδείκτης τιμών κατα-

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.8

Δείκτης τιμών καταναλωτή για το γάλα σε σκόνη για βρέφη (2009=100), 2008-2015

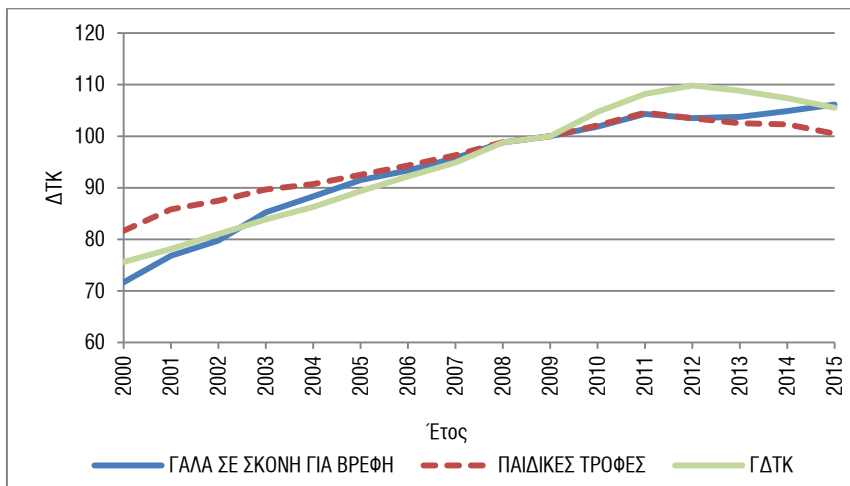
| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--------------------------------|-------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 1ο τρίμηνο | 97,99 | 99,46 | 101,24 | 103,72 | 104,64 | 102,37 | 104,06 | 105,08 |
| 2ο τρίμηνο | 98,93 | 99,77 | 101,96 | 104,22 | 104,03 | 103,95 | 105,43 | 106,43 |
| 3ο τρίμηνο | 98,96 | 100,12 | 102,08 | 104,45 | 102,66 | 104,44 | 105,17 | 106,61 |
| 4ο τρίμηνο | 99,24 | 100,65 | 102,12 | 104,81 | 102,75 | 104,30 | 104,81 | 106,47 |
| <i>Περιογραφική στατιστική</i> | | | | | | | | |
| Ετήσιος μέσος όρος | 98,78 | 100,00 | 101,85 | 104,30 | 103,52 | 103,76 | 104,87 | 106,15 |
| Ελάχιστη τιμή | 96,88 | 99,32 | 100,91 | 103,30 | 102,31 | 101,64 | 103,79 | 104,74 |
| Μέγιστη τιμή | 99,27 | 100,94 | 102,51 | 105,34 | 105,60 | 104,78 | 105,60 | 106,72 |
| Τυπική απόκλιση | 0,65 | 0,50 | 0,47 | 0,53 | 1,00 | 0,99 | 0,58 | 0,69 |
| <i>Ρυθμός μεταβολής</i> | | | | | | | | |
| | | 2008-09 | 2009-10 | 2010-11 | 2011-12 | 2012-13 | 2013-14 | 2014-15 |
| Ετήσιος ρυθμός μεταβολής (%) | | 1,23 | 1,85 | 2,40 | -0,75 | 0,24 | 1,06 | 1,22 |

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Δείκτες τιμών, 2016. Ίδιοι υπολογισμοί.

γράφει μείωση κατά 0,75% συγκριτικά με το 2011. Στα επόμενα έτη 2012-2015, όμως, ο υποδείκτης αυξήθηκε 0,84% κατά μέσο όρο, σε αντίθεση με τον υποδείκτη παιδικών τροφών και τον ΓΔΤΚ, οι οποίοι μειώθηκαν κατά 0,97% και 1,32%, αντίστοιχα.

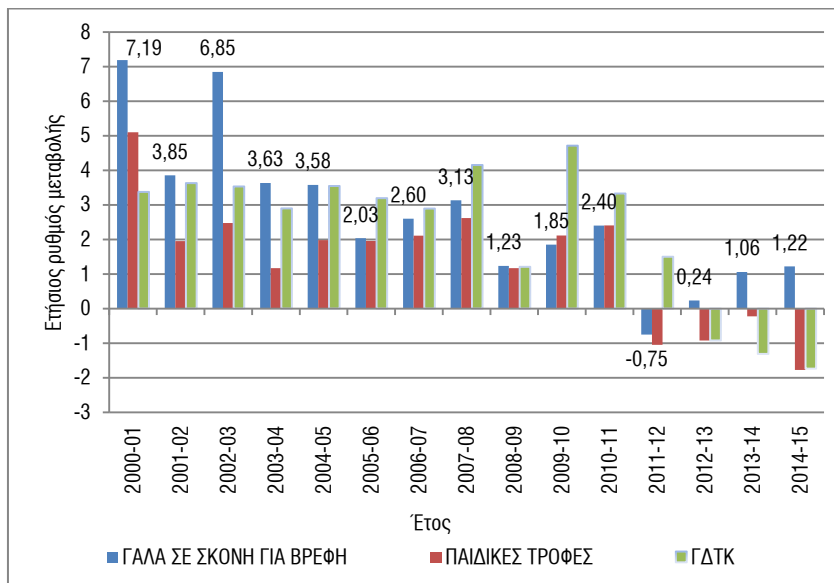
Η διαφοροποίηση στη διαχρονική εξέλιξη των τιμών μεταξύ των προϊόντων βρεφικού γάλακτος και παιδικών τροφών αποτυπώνεται με σαφήνεια στο Διάγραμμα 3.5, όπου παρουσιάζονται οι μηνιαίες τιμές των υποδεικτών. Από τον Ιανουάριο του 2008 μέχρι τον Φεβρουάριο του 2013 δεν παρατηρούνται σημαντικές αποκλίσεις μεταξύ των τιμών του βρεφικού γάλακτος και των παιδικών τροφών. Από τον Μάρτιο του 2013 και ύστερα, όμως, οι αποκλίσεις στις τιμές σταδιακά αυξήθηκαν, αγγίζοντας περίπου τις 6 ποσοστιαίες μονάδες το 2015. Η αύξηση στη λιανική τιμή πώλησης του βρεφικού γάλακτος υποδηλώνει ότι το μέγεθός της δεν επηρεάστηκε από την άρση του περιορισμού της αποκλειστικής διάθεσης από τα φαρμακεία, αλλά και ότι η ζήτηση του βρεφικού γάλακτος παραμένει ανελαστική κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.3
Μέσες ετήσιες τιμές υποομάδων του Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (2009=100), 2000-2015



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Δείκτες τιμών, 2016.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.4
Ετήσιος ρυθμός μεταβολής των υποομάδων του Δείκτη Τιμών Καταναλωτή, 2000-2015

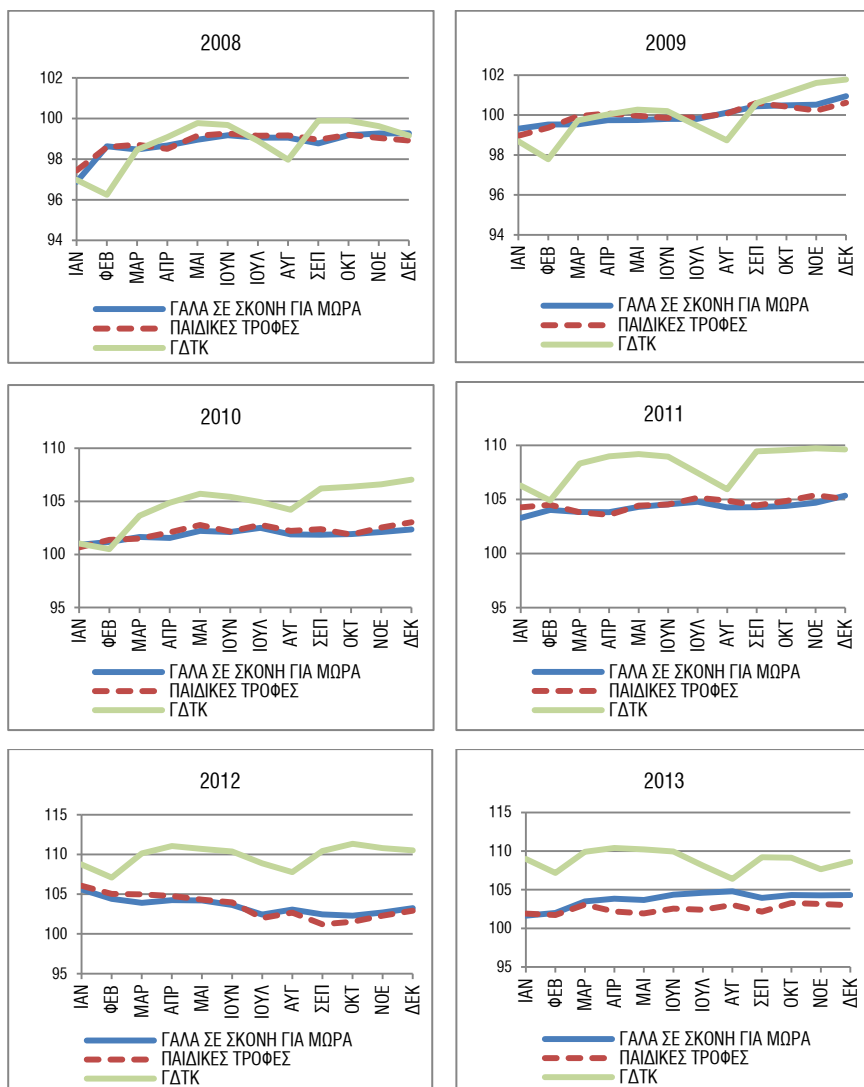


Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Δείκτες τιμών, 2016. Ίδιοι υπολογισμοί.

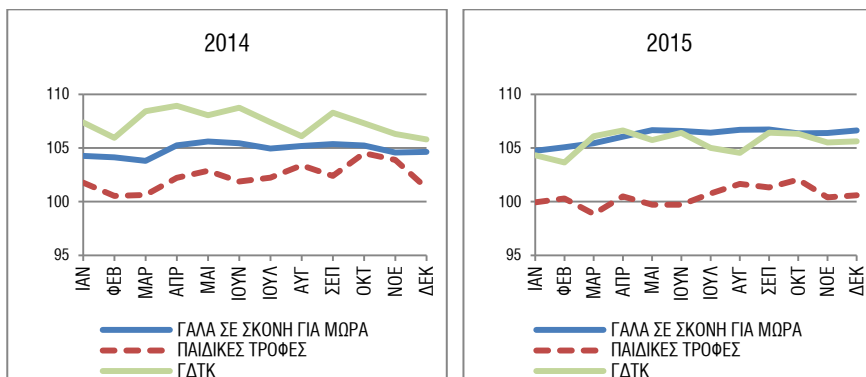
Στον Πίνακα 3.9 παρουσιάζεται ο τριμηνιαίος μέσος όρος της λιανικής τιμής πώλησης ανά 100 γραμμάρια για ένα δείγμα τεσσάρων προϊόντων γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας¹⁰ από το Παρατηρητήριο Τιμών της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου. Η τιμοληψία αφορά στις αλυσίδες καταστημάτων τροφίμων λιανικής πώλησης AB, Μασούτης, Σκλαβενίτης, Carrefour-Μαρινόπουλος, My Market, Βερόπουλος για τα έτη 2012-2016 και Market In για τα έτη 2013-2014 σε όλη την ελληνική επικράτεια. Η μέση ετήσια λιανική τιμή κυμάνθηκε από €1,78 μέχρι €1,93 το 2012, καταγράφοντας απόκλιση 0,15 λεπτών (8%) μεταξύ της ελάχιστης και της μέγιστης τιμής των τεσσάρων προϊόντων. Το πρώτο τρίμηνο του 2016, η μέση ετήσια λιανική τιμή κυμάνθηκε από €1,74 μέχρι €2,21, αυξάνο-

¹⁰ Στην τιμοληψία της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου συμμετέχουν τα προϊόντα NAN2, APTAMIL2, FRISOMEL, ALMIRON 2.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.5
Μηνιαίες τιμές υποομάδων του Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (2009=100),
2008-2015



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.5. (συνέχεια)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Δείκτες τιμών, 2016.

ντας την απόκλιση τιμών στα 0,47 λεπτά (27%). Αρνητικοί ρυθμοί μεταβολής (-1,11% και -0,34%) παρατηρούνται μόνο για το βρεφικό γάλα «Προϊόν 1» κατά την περίοδο 2012-2014. Τα υπόλοιπα τρία προϊόντα καταγράφουν θετικούς ρυθμούς μεταβολής που κυμάνθηκαν από 0,64% έως 1,92% την περίοδο 2012-2013 και από 0,26% έως 3,68% την περίοδο 2014-2015. Κατά την περίοδο 2013-2014 σημειώθηκαν οι υψηλότερες αυξήσεις στα υπό εξέταση προϊόντα. Συμπερασματικά, κατά μέσο όρο για τα προϊόντα του δείγματος, η λιανική τιμή πώλησης του γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας αυξήθηκε από €1,83 το 2012 στο €1,94 το πρώτο τρίμηνο του 2016, καταγράφοντας αύξηση 6%. Το συμπέρασμα αυτό συμφωνεί με τα προαναφερθέντα ευρήματα του Δείκτη Τιμών Καταναλωτή για το γάλα σε σκόνη, ενισχύοντας την άποψη ότι η ζήτηση του βρεφικού γάλακτος παραμένει ανελαστική.

Στο Διάγραμμα 3.6 απεικονίζεται η διαχρονική εξέλιξη της λιανικής τιμής των τεσσάρων προϊόντων του δείγματος με εμφανή την υψηλότερη τιμή για τα προϊόντα «Προϊόν 4» και «Προϊόν 3». Κατά την περίοδο 1/2012 έως 12/2013, οι λιανικές τιμές των τεσσάρων προϊόντων δεν μεταβάλλονται σημαντικά. Τον Ιανουάριο του 2014 καθώς και τον Μάρτιο του 2015 παρατηρούνται σημαντικές αυξήσεις στις τιμές των περισσότερων προϊόντων, οι οποίες διατηρούνται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

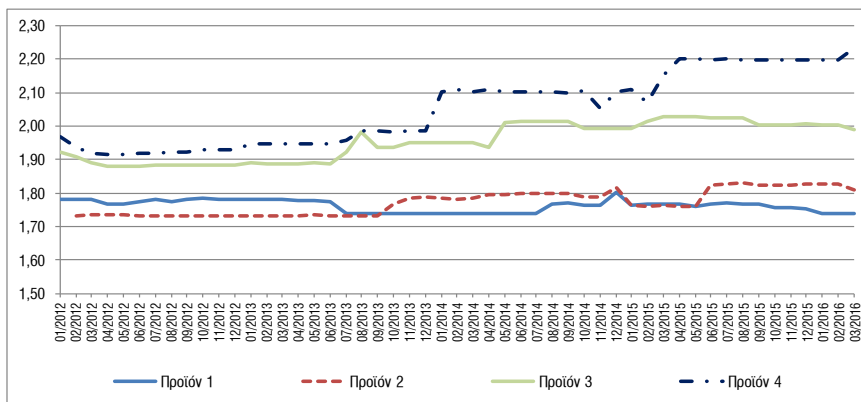
ΠΙΝΑΚΑΣ 3.9

Λιανική τιμή πώλησης γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας ανά 100 γραμμάρια στα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης (σε ευρώ), 2012-2016

| | | Προϊόν 1 | Προϊόν 2 | Προϊόν 3 | Προϊόν 4 | Μέσος όρος δειγματος |
|-------------------------------------|---------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|----------------------|
| 2012 | 1ο τρίμηνο | 1,78 | 1,73 | 1,91 | 1,94 | 1,84 |
| | 2ο τρίμηνο | 1,77 | 1,73 | 1,88 | 1,92 | 1,83 |
| | 3ο τρίμηνο | 1,78 | 1,73 | 1,88 | 1,92 | 1,83 |
| | 4ο τρίμηνο | 1,78 | 1,73 | 1,88 | 1,93 | 1,83 |
| | <i>Σύνολο έτους</i> | <i>1,78</i> | <i>1,73</i> | <i>1,89</i> | <i>1,93</i> | <i>1,83</i> |
| 2013 | 1ο τρίμηνο | 1,78 | 1,73 | 1,89 | 1,95 | 1,84 |
| | 2ο τρίμηνο | 1,78 | 1,73 | 1,89 | 1,95 | 1,84 |
| | 3ο τρίμηνο | 1,74 | 1,73 | 1,95 | 1,98 | 1,85 |
| | 4ο τρίμηνο | 1,74 | 1,78 | 1,95 | 1,99 | 1,86 |
| | <i>Σύνολο έτους</i> | <i>1,76</i> | <i>1,75</i> | <i>1,92</i> | <i>1,96</i> | <i>1,85</i> |
| 2014 | 1ο τρίμηνο | 1,74 | 1,78 | 1,95 | 2,11 | 1,89 |
| | 2ο τρίμηνο | 1,74 | 1,80 | 1,99 | 2,11 | 1,91 |
| | 3ο τρίμηνο | 1,76 | 1,80 | 2,01 | 2,10 | 1,92 |
| | 4ο τρίμηνο | 1,78 | 1,80 | 1,99 | 2,09 | 1,91 |
| | <i>Σύνολο έτους</i> | <i>1,75</i> | <i>1,79</i> | <i>1,99</i> | <i>2,10</i> | <i>1,91</i> |
| 2015 | 1ο τρίμηνο | 1,77 | 1,76 | 2,01 | 2,11 | 1,91 |
| | 2ο τρίμηνο | 1,76 | 1,78 | 2,03 | 2,20 | 1,94 |
| | 3ο τρίμηνο | 1,77 | 1,83 | 2,02 | 2,20 | 1,95 |
| | 4ο τρίμηνο | 1,76 | 1,83 | 2,01 | 2,20 | 1,95 |
| | <i>Σύνολο έτους</i> | <i>1,76</i> | <i>1,80</i> | <i>2,02</i> | <i>2,18</i> | <i>1,94</i> |
| 2016 | 1ο τρίμηνο | 1,74 | 1,82 | 2,00 | 2,21 | 1,94 |
| <i>Περιγραφική στατιστική</i> | | | | | | |
| 2012-1ο τρίμηνο 2016 | Μέσος όρος | 1,76 | 1,77 | 1,96 | 2,05 | 1,89 |
| | Ελάχιστη τιμή | 1,74 | 1,73 | 1,88 | 1,92 | 1,83 |
| | Μέγιστη τιμή | 1,80 | 1,83 | 2,03 | 2,23 | 1,96 |
| | Τυπική απόκλιση | 0,02 | 0,04 | 0,06 | 0,11 | 0,05 |
| <i>Ετήσιος ρυθμός μεταβολής (%)</i> | | | | | | |
| 2012-2013 | | -1,11 | 0,64 | 1,57 | 1,92 | 0,79 |
| 2013-2014 | | -0,34 | 2,81 | 3,58 | 6,90 | 3,35 |
| 2014-2015 | | 0,60 | 0,26 | 1,46 | 3,68 | 1,59 |

Πηγή: Γενική Γραμματεία Εμπορίου, Παρατηρητήριο Τιμών, 2016. Ίδιοι υπολογισμοί.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.6
 Διαχρονική εξέλιξη της λιανικής τιμής γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας, 2012-2016



Πηγή: Γενική Γραμματεία Εμπορίου, Παρατηρητήριο Τιμών, 2016.

Στον Πίνακα 3.10 παρατίθεται η λιανική τιμή πώλησης ανά 100 γραμμάρια των προϊόντων γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας, που διατίθενται μέσω των καταστημάτων τροφίμων λιανικής πώλησης, των φαρμακείων και των ηλεκτρονικών (on-line) φαρμακείων. Από το δείγμα των 16 προϊόντων της έρευνας αγοράς¹¹ μόνο τα 7 διατίθενται και από τα τρία δίκτυα διάθεσης. Τα 5 από τα 7 προϊόντα παράγονται ή διανέμονται από εταιρείες, οι οποίες ήδη συνεργάζονται με τα καταστήματα τροφίμων και διαθέτουν σε αυτά άλλα προϊόντα παιδικών τροφών.

Παρατηρούμε ότι η λιανική τιμή διαφοροποιείται τόσο μεταξύ των επώνυμων (brand name) προϊόντων όσο και μεταξύ των δικτύων διάθεσης. Η λιανική τιμή ανά 100 γραμμάρια στα καταστήματα τροφίμων κυμαίνεται από €1,99 έως €2,87, στα φαρμακεία από €2,07 έως €4,25 και στα ηλεκτρονικά φαρμακεία από €1,91 έως €4,25. Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι οι καταναλωτές επιβαρύνονται με €2-3 ανά συσκευασία για έξοδα μεταφοράς στις ηλεκ-

¹¹ Τα προϊόντα γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας που συμπεριλήφθηκαν στην έρευνα αγοράς είναι: Samilac 1, Frisolac 1, NAN 1, Nativa 1, Almiron 1, Guigoz 1, Nativa 1 L, Comfortis Gentle Start, S-26 Gold 1, Aptamil, Rontamil 1, Novalac 1, Nutriben 1, Frezylac Pure 1, Hipp 1 Bio Combiotic, Humana 1 optimum, biolac 1.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.10
 Λιανική τιμή πώλησης ανά 100 γραμμάρια των προϊόντων
 γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας ανά δίκτυο διάθεσης,
 Μάρτιος-Απρίλιος 2016

| Προϊόντα | Καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης | Φαρμακείο | | | Ηλεκτρονικό (on-line) φαρμακείο | | |
|-------------------------------|---------------------------------------|---------------|--------------|------------|---------------------------------|--------------|------------|
| | | Ελάχιστη τιμή | Μέγιστη τιμή | Μέσος όρος | Ελάχιστη τιμή | Μέγιστη τιμή | Μέσος όρος |
| 1 | 2,09 | | | | 2,23 | 2,45 | 2,34 |
| 2 | 2,49 | 2,75 | | | 2,29 | 2,89 | 2,59 |
| 3 | 2,48 | 2,77 | 3,47 | 3,12 | 2,42 | 3,00 | 2,71 |
| 4 | 2,16 | | | | 2,23 | 2,97 | 2,60 |
| 5 | 2,87 | 2,56 | 3,11 | 2,84 | 2,17 | 2,78 | 2,48 |
| 6 | 1,99 | 2,07 | 2,52 | 2,30 | 1,91 | 2,56 | 2,24 |
| 7 | 2,16 | 2,40 | 2,92 | 2,66 | 2,53 | | |
| 8 | | 3,68 | | | 3,10 | 3,70 | 3,40 |
| 9 | | 2,52 | 3,06 | 2,79 | 2,38 | 2,65 | 2,52 |
| 10 | | 3,91 | | | 2,73 | 3,38 | 3,06 |
| 11 | | 2,78 | 3,38 | 3,08 | 2,35 | 3,31 | 2,83 |
| 12 | | 3,40 | 3,46 | 3,43 | 2,41 | 3,58 | 3,00 |
| 13 | | 2,97 | 3,61 | 3,29 | 2,20 | 3,31 | 2,76 |
| 14 | | 2,66 | 3,45 | 3,06 | 2,17 | 2,84 | 2,51 |
| 15 | | 3,49 | 4,25 | 3,87 | 3,13 | 4,25 | 3,69 |
| 16 | | 2,56 | 3,12 | 2,84 | 2,26 | 2,70 | 2,48 |
| <i>Περιγραφική στατιστική</i> | | | | | | | |
| Μέσος όρος | 2,36 | 2,89 | 3,31 | 3,02 | 2,41 | 3,09 | 2,75 |
| Ελάχιστη τιμή | 1,99 | 2,07 | 2,52 | 2,30 | 1,91 | 2,45 | 2,24 |
| Μέγιστη τιμή | 2,87 | 3,91 | 4,25 | 3,87 | 3,13 | 4,25 | 3,69 |
| Τυπική απόκλιση | 0,31 | 0,53 | 0,44 | 0,42 | 0,33 | 0,49 | 0,40 |

Πηγή: Έρευνα αγοράς. Ίδιοι υπολογισμοί.

τρονικές αγορές¹². Επομένως, η λιανική τιμή των ηλεκτρονικών φαρμακείων δεν καταγράφει σημαντικές αποκλίσεις συγκριτικά με την ελάχιστη και μέγιστη τιμή πώλησης στο ράφι του φαρμακείου. Αντίθετα, οι τιμές στο ράφι των καταστημάτων τροφίμων είναι χαμηλότερες συγκριτικά με τις τιμές των φαρμακείων και των ηλεκτρονικών φαρμακείων. Στην περίπτωση των ηλεκτρονικών φαρμακείων εξαίρεση αποτελούν 2 προϊόντα, τα οποία πωλούνται σε χαμηλότερες τιμές από αυτές των καταστημάτων τροφίμων.

Στον Πίνακα 3.11 παρατίθεται η λιανική τιμή πώλησης ανά 100 γραμμάρια των προϊόντων γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας, τα οποία διατίθενται σε όλα τα δίκτυα διάθεσης από το 2008. Από τα 16 προϊόντα που συμμετέχουν στην έρευνα αγοράς¹³ μόνο τα 7 διατίθενται και από τα τρία δίκτυα.

Παρ' όλη την παρέλευση μεγάλου χρονικού διαστήματος από την απελευθέρωση του δικτύου διάθεσης για τη συγκεκριμένη κατηγορία βρεφικού γάλακτος, παρατηρούμε ότι τα προϊόντα που παράγονται, συσκευάζονται ή διανέμονται από αμιγώς φαρμακευτικές εταιρείες συνεχίζουν να διατίθενται αποκλειστικά από τα φαρμακεία.

Η λιανική τιμή πώλησης του γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας διαφοροποιείται τόσο μεταξύ των επώνυμων προϊόντων όσο και μεταξύ των δικτύων διάθεσης, όπως και στην περίπτωση της πρώτης βρεφικής ηλικίας. Η λιανική τιμή ανά 100 γραμμάρια στα καταστήματα τροφίμων κυμαίνεται από €1,74 έως €2,24, στα φαρμακεία από €1,85 έως €3,97 και στα ηλεκτρονικά φαρμακεία από €1,74 έως €3,49. Κατά μέσο όρο, τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης φαίνεται να πωλούν τα προϊόντα γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας φθηνότερα συγκριτικά με τα ηλεκτρονικά φαρμακεία και με τα φαρμακεία.

¹² Η συγκεκριμένη επιβάρυνση αφορά ηλεκτρονικές παραγγελίες ανά συσκευασία. Ορισμένα ηλεκτρονικά φαρμακεία προσφέρουν δωρεάν μεταφορά, όταν η παραγγελία υπερβαίνει ένα συγκεκριμένο κόστος αγοράς.

¹³ Τα προϊόντα γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας που συμπεριλήφθηκαν στην έρευνα αγοράς είναι: Samilac 2, Frisomel 2, NAN 2, Nativa 2, Almiron 2, Aptamil 2, Guigoz 2, S-26 Gold 2, Rontamil 2, Novalac 2, Nutriben 2, Frezylac Pure 2, Hipp 2 Bio, Humana 2, Biolac 2, Nativa 2 L.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.11
 Λιανική τιμή πώλησης ανά 100 γραμμάρια των προϊόντων γάλακτος
 δεύτερης βρεφικής ηλικίας ανά δίκτυο διάθεσης,
 Μάρτιος-Απρίλιος 2016

| Προϊόντα | Καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης | Φαρμακείο | | | Ηλεκτρονικό (on-line) φαρμακείο | | |
|-------------------------------|---------------------------------------|---------------|--------------|------------|---------------------------------|--------------|------------|
| | | Ελάχιστη τιμή | Μέγιστη τιμή | Μέσος όρος | Ελάχιστη τιμή | Μέγιστη τιμή | Μέσος όρος |
| 1 | 1,77 | | | | 1,98 | 2,13 | 2,06 |
| 2 | 2,00 | | | | 1,86 | 3,00 | 2,43 |
| 3 | 1,74 | 3,26 | 3,97 | 3,62 | 1,80 | 2,80 | 2,30 |
| 4 | 1,76 | 2,11 | 2,64 | 2,38 | 1,76 | 2,45 | 2,11 |
| 5 | 2,24 | 2,13 | 2,73 | 2,43 | 1,74 | 2,31 | 2,03 |
| 6 | 2,24 | 1,89 | 2,30 | 2,10 | 1,88 | 2,18 | 2,03 |
| 7 | 1,78 | 1,85 | 2,25 | 2,05 | 2,51 | 3,00 | 2,76 |
| 8 | | 2,80 | | | 2,42 | 2,62 | 2,52 |
| 9 | | 3,76 | | 3,76 | 2,60 | 3,25 | 2,93 |
| 10 | | 2,78 | 3,38 | 3,08 | 2,35 | 3,28 | 2,82 |
| 11 | | 2,78 | 3,38 | 3,08 | 2,70 | 2,93 | 2,82 |
| 12 | | 2,60 | 3,17 | 2,89 | 1,95 | 2,91 | 2,43 |
| 13 | | 2,66 | 3,46 | 3,06 | 2,17 | 2,84 | 2,51 |
| 14 | | 3,04 | 3,70 | 3,37 | 2,73 | 3,49 | 3,11 |
| 15 | | 2,49 | 3,03 | 2,76 | 2,20 | 2,63 | 2,42 |
| 16 | | 1,98 | 2,41 | 2,20 | 2,09 | | |
| <i>Περιγραφική στατιστική</i> | | | | | | | |
| Μέσος όρος | 1,93 | 2,58 | 3,04 | 2,83 | 2,17 | 2,79 | 2,48 |
| Ελάχιστη τιμή | 1,74 | 1,85 | 2,25 | 2,05 | 1,74 | 2,18 | 2,03 |
| Μέγιστη τιμή | 2,24 | 3,76 | 3,97 | 3,76 | 2,73 | 3,49 | 3,11 |
| Τυπική απόκλιση | 0,24 | 0,55 | 0,57 | 0,57 | 0,35 | 0,37 | 0,35 |

Πηγή: Έρευνα αγοράς: Ίδιοι υπολογισμοί.

Αναφορικά με τα προϊόντα ειδικού-θεραπευτικού γάλακτος¹⁴, τα οποία διατίθενται αποκλειστικά από τα φαρμακεία (Πίνακας 3.12), η λιανική τιμή πώλησης ανά 100 γραμμάρια είναι σαφώς υψηλότερη συγκριτικά με τα γάλατα πρώτης και δεύτερης βρεφικής ηλικίας. Κατά μέσο όρο, η λιανική τιμή πώλησης κυμάνθηκε από €2,29 έως €6,49 για τα φαρμακεία και από €2,23 έως €7,05 για τα ηλεκτρονικά φαρμακεία. Η διαφοροποίηση στις τιμές οφείλεται εν μέρει στη διαφορετική σύσταση των προϊόντων λόγω του ότι θεραπεύουν διαφορετικά προβλήματα στην υγεία των βρεφών και εν μέρει στην επωνυμία της εταιρείας από την οποία διανέμονται.

Στον Πίνακα 3.13 παρουσιάζονται τα συγκεντρωτικά ευρήματα της έρευνας αγοράς σε απόλυτες και σε ποσοστιαίες τιμές. Αρχικά υπολογίστηκαν οι αποκλίσεις στις λιανικές τιμές πώλησης των 7 προϊόντων ευρείας διάθεσης, δηλαδή των προϊόντων που διατίθενται και από τα τρία δίκτυα (καταστήματα τροφίμων, φαρμακεία και ηλεκτρονικά φαρμακεία), οι οποίες συγκρίνονται μεταξύ των τριών δικτύων. Επίσης υπολογίστηκαν οι αποκλίσεις στις λιανικές τιμές πώλησης των προϊόντων που διατίθενται αποκλειστικά από τα φαρμακεία και τα ηλεκτρονικά φαρμακεία, οι οποίες συγκρίνονται μεταξύ των δύο δικτύων διάθεσης.

Σε ό,τι αφορά στα προϊόντα γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας, η λιανική τιμή των καταστημάτων τροφίμων αποκλίνει από €-0,11 έως €-0,63 από την ελάχιστη και μέγιστη τιμή των φαρμακείων και από €+0,07 έως €-0,06 από τις αντίστοιχες τιμές των ηλεκτρονικών

¹⁴ Τα προϊόντα ειδικού – θεραπευτικού γάλακτος που συμπεριλήφθηκαν στην έρευνα αγοράς είναι: Samilac FL, Samilac AC, Samilac AR, Samilac HA, Frisolac AC, Frisolac Comfort, Frisolac HA, Frisolac Post Discharge, Frisolac Premature, Frisolac Comfort, NAN HA 1, NAN AR, NAN HA 2, S-26 GF, S-26 LF, S-26 PDF, S-26 HA, Almiron AR1, Almiron FL, Almiron HA NO1, Almiron Pepti MCT, Almiron Pepti NO1, Almiron Post Discharge, Almiron Premature, Almiron AR2, Almiron HA NO2, Almiron Pepti NO2, Aptamil AR, Aptamil Digestive Comfort, Aptamil FL, Aptamil Premature, Aptamil HA, Aptamil AR 2, Aptamil Digestive Comfort 2, Aptamil Plus 2, Rontamil AC, Rontamil Tr, Rontamil AR, Novalac AR, Novalac AR Digest, Novalac AC, Novalac AD, Novalac HA, Novalac Allernova, Novalac Post Discharge, Novalac IT, Novalac Premium 1, Novalac Premium 2, Nutriben IT 2, Nutriben AR, Nutriben AT, Nutriben AC, Nutriben AE, Frezylac OK, Frezylac AR, Frezylac LW, Frezylac HA, Hipp HA Combiotic, Hipp AR Anti-Reflux, Humana HA 1, Humana AR, Humana HN, Humana AC, Humana HA 2, Nativa HA, Nativa LF.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.12
 Λιανική τιμή πώλησης ανά 100 γραμμάρια των ειδικών-θεραπευτικών
 προϊόντων γάλακτος βρεφικής ηλικίας ανά δίκτυο διάθεσης,
 Μάρτιος-Απρίλιος 2016

| Προϊόντα | Φαρμακείο | | | Ηλεκτρονικό (on-line) φαρμακείο | | |
|----------|---------------|--------------|------------|---------------------------------|--------------|------------|
| | Ελάχιστη τιμή | Μέγιστη τιμή | Μέσος όρος | Ελάχιστη τιμή | Μέγιστη τιμή | Μέσος όρος |
| 1 | | | | 2,63 | 2,77 | 2,70 |
| 2 | | | | 2,58 | 2,96 | 2,77 |
| 3 | | | | 2,62 | 3,24 | 2,93 |
| 4 | | | | 2,87 | 3,07 | 2,97 |
| 5 | 3,48 | 4,57 | 4,03 | 3,09 | 3,95 | 3,52 |
| 6 | 4,03 | | | 2,67 | 3,48 | 3,08 |
| 7 | 3,24 | 4,25 | 3,75 | 2,90 | 3,68 | 3,29 |
| 8 | 3,43 | 4,18 | 3,81 | 3,17 | 3,98 | 3,58 |
| 9 | 3,50 | 4,70 | 4,10 | 3,24 | 4,28 | 3,76 |
| 10 | 3,74 | | | 2,55 | 3,59 | 3,07 |
| 11 | 3,42 | | | 3,21 | 3,77 | 3,49 |
| 12 | 3,04 | | | 3,32 | 3,94 | 3,63 |
| 13 | | | | 3,01 | 3,73 | 3,37 |
| 14 | 3,68 | 4,48 | 4,08 | 3,24 | 4,00 | 3,62 |
| 15 | 3,68 | 4,48 | 4,08 | 3,25 | 3,87 | 3,56 |
| 16 | 3,33 | 4,06 | 3,70 | 2,97 | 3,40 | 3,19 |
| 17 | 3,82 | 4,64 | 4,23 | 3,36 | 4,02 | 3,69 |
| 18 | 3,56 | 4,61 | 4,09 | 3,48 | 3,99 | 3,74 |
| 19 | 4,04 | 4,91 | 4,48 | 3,74 | 4,25 | 4,00 |
| 20 | 3,77 | 4,91 | 4,34 | 3,70 | 4,26 | 3,98 |
| 21 | 5,21 | 6,49 | 5,85 | 4,88 | 5,62 | 5,25 |
| 22 | 4,92 | 6,14 | 5,53 | 4,66 | 5,54 | 5,10 |
| 23 | 3,72 | 4,76 | 4,24 | 3,49 | 4,11 | 3,80 |
| 24 | 3,89 | 4,97 | 4,43 | 3,76 | 4,30 | 4,03 |
| 25 | 3,56 | 4,33 | 3,95 | 3,56 | 3,87 | 3,72 |
| 26 | 3,64 | 4,74 | 4,19 | 3,64 | 4,09 | 3,87 |
| 27 | 4,88 | 6,08 | 5,48 | 4,35 | 5,51 | 4,93 |
| 28 | 3,36 | 4,09 | 3,73 | 3,18 | 4,30 | 3,74 |
| 29 | 3,44 | 4,18 | 3,81 | 3,25 | 3,62 | 3,44 |
| 30 | 3,89 | 4,73 | 4,31 | 3,68 | 4,08 | 3,88 |
| 31 | 3,22 | 3,92 | 3,57 | 3,22 | 3,39 | 3,31 |
| 32 | 3,55 | 4,32 | 3,94 | 3,50 | 3,73 | 3,62 |
| 33 | | | | 3,36 | 3,53 | 3,45 |
| 34 | 3,25 | | | 3,25 | 3,62 | 3,44 |
| 35 | 2,29 | 2,79 | 2,54 | 2,23 | 2,57 | 2,40 |
| 36 | 4,77 | | | 3,36 | 4,13 | 3,75 |
| 37 | 4,81 | | | 3,40 | 4,16 | 3,78 |

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.12 (συνέχεια)

| Προϊόντα | Φαρμακείο | | | Ηλεκτρονικό (on-line) φαρμακείο | | |
|-------------------------------|---------------|--------------|------------|---------------------------------|--------------|------------|
| | Ελάχιστη τιμή | Μέγιστη τιμή | Μέσος όρος | Ελάχιστη τιμή | Μέγιστη τιμή | Μέσος όρος |
| 38 | 4,81 | | | 3,48 | 4,02 | 3,75 |
| 39 | 3,84 | 4,68 | 4,26 | 3,24 | 4,16 | 3,70 |
| 40 | 4,54 | 5,53 | 5,04 | 3,85 | 4,78 | 4,32 |
| 41 | 3,64 | 4,43 | 4,04 | 3,04 | 3,93 | 3,49 |
| 42 | 4,43 | | | 5,90 | 7,05 | 6,48 |
| 43 | 5,00 | | | 3,45 | 4,32 | 3,89 |
| 44 | 4,77 | 5,81 | 5,29 | 4,08 | 5,04 | 4,56 |
| 45 | 4,99 | | | 3,45 | 4,82 | 4,14 |
| 46 | 3,77 | 4,59 | 4,18 | 3,16 | 4,09 | 3,63 |
| 47 | 3,61 | 4,40 | 4,01 | 2,99 | 4,44 | 3,72 |
| 48 | 3,36 | 4,09 | 3,73 | 2,79 | 3,80 | 3,30 |
| 49 | 3,77 | 4,59 | 4,18 | 3,16 | 4,09 | 3,63 |
| 50 | 4,01 | 4,89 | 4,45 | 3,57 | 4,22 | 3,90 |
| 51 | 4,79 | 5,83 | 5,31 | 4,28 | 5,04 | 4,66 |
| 52 | 4,01 | 4,89 | 4,45 | 3,93 | 4,22 | 4,08 |
| 53 | 4,01 | | | 3,89 | 4,22 | 4,06 |
| 54 | 3,65 | 4,45 | 4,05 | 2,80 | 3,84 | 3,32 |
| 55 | 3,80 | 4,63 | 4,22 | 2,98 | 4,00 | 3,49 |
| 56 | 4,17 | 5,08 | 4,63 | 3,04 | 4,39 | 3,72 |
| 57 | 3,97 | 4,84 | 4,41 | 3,10 | 4,18 | 3,64 |
| 58 | 3,35 | 4,08 | 3,72 | 2,89 | 4,30 | 3,60 |
| 59 | 4,19 | 5,10 | 4,65 | 3,45 | 4,41 | 3,93 |
| 60 | 4,21 | 5,13 | 4,67 | 3,96 | 4,44 | 4,20 |
| 61 | 3,89 | 4,74 | 4,32 | 3,54 | 4,10 | 3,82 |
| 62 | 5,19 | 6,31 | 5,75 | | | |
| 63 | 4,74 | | | 3,53 | 3,89 | 3,71 |
| 64 | 4,21 | 5,13 | 4,67 | 3,76 | 4,45 | 4,11 |
| 65 | 2,93 | 3,57 | 3,25 | 3,94 | | |
| 66 | 3,06 | 3,72 | 3,39 | 3,22 | | 3,22 |
| <i>Περιγραφική στατιστική</i> | | | | | | |
| Μέσος όρος | 3,91 | 4,72 | 4,27 | 3,40 | 4,10 | 3,74 |
| Ελάχιστη τιμή | 2,29 | 2,79 | 2,54 | 2,23 | 2,57 | 2,40 |
| Μέγιστη τιμή | 5,21 | 6,49 | 5,85 | 5,90 | 7,05 | 6,48 |
| Τυπική απόκλιση | 0,62 | 0,71 | 0,64 | 0,58 | 0,69 | 0,62 |

Πηγή: Έρευνα αγοράς, Ίδιοι υπολογισμοί.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.13
Μέγεθος απόκλισης της λιανικής τιμής πώλησης ανά 100 γραμμάρια μεταξύ των δικτύων διάθεσης,
Μάρτιος - Απρίλιος 2016

| | Γάλα πρώτης βρεφικής ηλικίας | Μέγιστη τιμή | Μέσος όρος | | Γάλα δεύτερης βρεφικής ηλικίας | Μέσος όρος | Μέγιστη τιμή | Ελάχιστη τιμή | Μέσος όρος | Μέγιστη τιμή | Ειδικό θεραπευτικό γάλα |
|---|--|--------------|--------------|------------|--------------------------------|------------|--------------|---------------|------------|--------------|-------------------------|
| | | | Μέγιστη τιμή | Μέσος όρος | | | | | | | |
| <i>Απόκλιση κατά απόλυτη τιμή σε ευρώ</i> | | | | | | | | | | | |
| Προϊόντα ευρείας διάθεσης | Καταστήματα τροφίμων έναντι φαρμακείων | -0,11 | -0,63 | -0,33 | -0,30 | -0,83 | | | -0,56 | | |
| | Καταστήματα τροφίμων έναντι ηλεκτρονικών φαρμακείων | +0,07 | -0,06 | -0,71 | +0,01 | -0,60 | | | -0,31 | | |
| | Φαρμακεία έναντι ηλεκτρονικών φαρμακείων | +0,25 | +0,25 | +0,12 | +0,31 | +0,23 | +0,47 | +0,54 | +0,27 | +0,46 | |
| Σύνολο προϊόντων | Προϊόντα ευρείας διάθεσης έναντι αποκλειστικής στα φαρμακεία | -0,60 | -0,52 | -0,60 | -0,52 | -0,44 | | | -0,49 | | |
| | Προϊόντα ευρείας διάθεσης έναντι αποκλειστικής στα ηλεκτρονικά φαρμακεία | -0,27 | -0,53 | -0,44 | -0,42 | -0,45 | | | -0,38 | | |
| <i>Ποσοστιαία απόκλιση</i> | | | | | | | | | | | |
| Προϊόντα ευρείας διάθεσης | Καταστήματα τροφίμων έναντι φαρμακείων | -6 | -25 | -16 | -15 | -42 | | | -29 | | |
| | Καταστήματα τροφίμων έναντι ηλεκτρονικών φαρμακείων | +4 | -18 | -6 | +1 | -31 | | | -15 | | |
| | Φαρμακεία έναντι ηλεκτρονικών φαρμακείων | +10 | +6 | +8 | +14 | +8 | +12 | +11 | +11 | +11 | |
| Σύνολο προϊόντων | Προϊόντα ευρείας διάθεσης έναντι αποκλειστικής στα φαρμακεία | -24 | -18 | -22 | -23 | -16 | | | -19 | | |
| | Προϊόντα ευρείας διάθεσης έναντι αποκλειστικής στα ηλεκτρονικά φαρμακεία | -12 | -19 | -17 | -22 | -17 | | | -17 | | |

Πηγή: Έρευνα αγοράς, Ίδιοι υπολογισμοί.

φαρμακείων. Η λιανική τιμή των φαρμακείων είναι ακριβότερη κατά €+0,25 από την ελάχιστη και μέγιστη τιμή των ηλεκτρονικών φαρμακείων. Κατά μέσο όρο, τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης φαίνεται να διαθέτουν τα 7 προϊόντα γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας φθηνότερα από 6% έως 25% συγκριτικά με την ελάχιστη και μέγιστη τιμή, αντίστοιχα, των φαρμακείων. Από την έρευνα αγοράς επίσης διαπιστώνεται ότι τα ηλεκτρονικά φαρμακεία πωλούν τα συγκεκριμένα 7 προϊόντα φθηνότερα κατά 4% ως προς την ελάχιστη τιμή και ακριβότερα κατά 18% ως προς τη μέγιστη τιμή συγκριτικά με το ράφι των καταστημάτων τροφίμων. Τα φαρμακεία διαθέτουν τα προϊόντα αυτά ακριβότερα κατά 10% έως 6%, συγκριτικά με τα ηλεκτρονικά φαρμακεία. Τα ίδια προϊόντα πωλούνται από τα φαρμακεία και τα ηλεκτρονικά φαρμακεία φθηνότερα από 18% έως 24% και από 12% έως 19%, αντίστοιχα, συγκριτικά με τα αντίστοιχα παρασκευάσματα που οι εταιρείες επέλεξαν την αποκλειστική διάθεσή τους από τα φαρμακεία. Κατά μέσο όρο, οι καταναλωτές μπορούν να αγοράσουν τα 7 προϊόντα γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας φθηνότερα στα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης και τα 9 προϊόντα αποκλειστικής διάθεσης φθηνότερα στα ηλεκτρονικά φαρμακεία.

Για τα 5 προϊόντα γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας που διατίθενται και από τα τρία δίκτυα παρατηρείται απόκλιση της ελάχιστης και μέγιστης λιανικής τιμής μεταξύ των καταστημάτων τροφίμων και των φαρμακείων από €-0,30 έως €-0,83 και των ηλεκτρονικών φαρμακείων από €+0,01 έως €-0,60. Η λιανική τιμή των φαρμακείων είναι ακριβότερη από €+0,31 έως €+0,23 από την ελάχιστη και μέγιστη τιμή των ηλεκτρονικών φαρμακείων. Οι τιμές του γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας φαίνεται να σημειώνουν υψηλότερες αποκλίσεις συγκριτικά με την τιμή του γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας ανά δίκτυο διάθεσης. Πιο συγκεκριμένα, κατά μέσο όρο, τα καταστήματα τροφίμων φαίνεται να διαθέτουν τα 5 προϊόντα γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας φθηνότερα από 15% και έως 42% συγκριτικά με την ελάχιστη και μέγιστη τιμή, αντίστοιχα, των φαρμακείων. Τα ηλεκτρονικά φαρμακεία πωλούν τα συγκεκριμένα προϊόντα φθηνότερα κατά 1% ως προς την ελάχιστη τιμή και ακριβότερα κατά 31% ως προς τη μέγιστη τιμή συγκρι-

τικά με το ράφι των καταστημάτων τροφίμων. Τα φαρμακεία διαθέτουν τα προϊόντα αυτά ακριβότερα κατά 14% έως 8%, συγκριτικά με τα ηλεκτρονικά φαρμακεία. Τα ίδια προϊόντα πωλούνται από τα φαρμακεία και τα ηλεκτρονικά φαρμακεία φθηνότερα από 16% έως 23% και από 17% έως 22%, αντίστοιχα, συγκριτικά με τα υπόλοιπα προϊόντα που οι εταιρείες επέλεξαν να διατίθενται αποκλειστικά από τα φαρμακεία. Όπως και στην περίπτωση του βρεφικού γάλακτος πρώτης ηλικίας, οι καταναλωτές μπορούν να προμηθευθούν τα 5 προϊόντα φθηνότερα στα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης και τα 9 προϊόντα αποκλειστικής διάθεσης φθηνότερα από τα ηλεκτρονικά φαρμακεία.

Για τα προϊόντα βρεφικού γάλακτος που χρησιμοποιούνται για ειδικούς-θεραπευτικούς σκοπούς, τα οποία διατίθενται αποκλειστικά από τα φαρμακεία και τα ηλεκτρονικά φαρμακεία, παρατηρούμε ότι η λιανική τιμή πώλησης των φαρμακείων είναι ακριβότερη από €+0,47 έως €+0,54 ως προς τη μέγιστη και ελάχιστη τιμή, αντίστοιχα, συγκριτικά με τα ηλεκτρονικά φαρμακεία. Κατά μέσο όρο, τα ηλεκτρονικά φαρμακεία διαθέτουν τα συγκεκριμένα προϊόντα φθηνότερα κατά 11%.

Για την εξαγωγή συμπερασμάτων σε ό,τι αφορά στη διαμόρφωση της λιανικής τιμής πώλησης των προϊόντων γάλακτος βρεφικής ηλικίας πριν και μετά την εφαρμογή της απελευθέρωσης του δικτύου διάθεσης το 2012 χρησιμοποιήθηκαν στοιχεία από τον Τιμοκατάλογο παραφαρμακευτικών προϊόντων του Οκτωβρίου 2010, που δημοσιεύει ο όμιλος εμπορίας και διανομής φαρμακευτικών, παραφαρμακευτικών προϊόντων και υπηρεσιών στην ελληνική αγορά ΠΡΟΣΥΦΑΠΕ. Στον Πίνακα 3.14 παρουσιάζεται η λιανική τιμή των προϊόντων βρεφικού γάλακτος για το 2010, που προκύπτει από τον Τιμοκατάλογο και η ελάχιστη και μέγιστη τιμή για το 2016 από την έρευνα αγοράς. Τα διαθέσιμα στοιχεία αφορούν στην πώληση ενός δείγματος προϊόντων μόνο από τα φαρμακεία, εφόσον δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για τις τιμές πώλησης των προϊόντων γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας από τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 3.14
Λιανική τιμή πώλησης ανά 100 γραμμάρια των προϊόντων
βρεφικού γάλακτος στα φαρμακεία, 2010, 2016

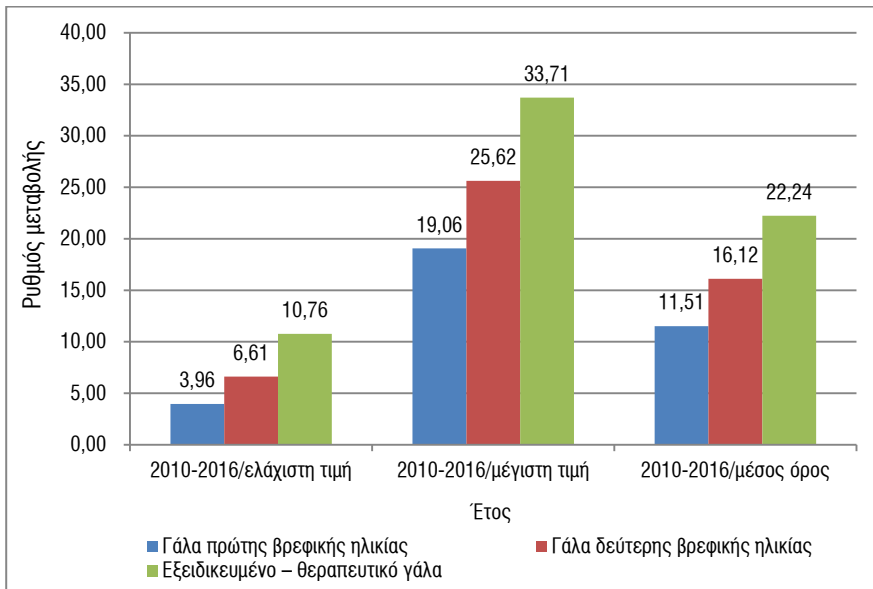
| | 2010 | 2016 | | |
|---------------------------------------|------|---------------|--------------|------------|
| | | Ελάχιστη τιμή | Μέγιστη τιμή | Μέσος όρος |
| <i>Γάλα πρώτης βρεφικής ηλικίας</i> | | | | |
| Μέσος όρος | 2,78 | 2,89 | 3,31 | 3,02 |
| Ελάχιστη τιμή | 2,01 | 2,07 | 2,52 | 2,30 |
| Μέγιστη τιμή | 3,42 | 3,91 | 4,25 | 3,87 |
| Τυπική απόκλιση | 0,47 | 0,53 | 0,44 | 0,42 |
| <i>Γάλα δεύτερης βρεφικής ηλικίας</i> | | | | |
| Μέσος όρος | 2,42 | 2,58 | 3,04 | 2,83 |
| Ελάχιστη τιμή | 1,82 | 1,85 | 2,25 | 2,05 |
| Μέγιστη τιμή | 3,50 | 3,76 | 3,97 | 3,76 |
| Τυπική απόκλιση | 0,52 | 0,55 | 0,57 | 0,57 |
| <i>Ειδικό – θεραπευτικό γάλα</i> | | | | |
| Μέσος όρος | 3,53 | 3,91 | 4,72 | 4,27 |
| Ελάχιστη τιμή | 2,51 | 2,29 | 2,79 | 2,54 |
| Μέγιστη τιμή | 5,36 | 5,21 | 6,49 | 5,85 |
| Τυπική απόκλιση | 0,62 | 0,62 | 0,71 | 0,64 |

Πηγή: Έρευνα αγοράς. Τιμοκατάλογος ΠΡΟΣΥΦΑΠΕ, 2010. Ίδιοι υπολογισμοί.

Από τον Πίνακα 3.14 παρατηρούμε ότι το 2010 η λιανική τιμή ανά 100 γραμμάρια προϊόντος γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας κυμάνθηκε από €2,01 έως €3,42, της δεύτερης βρεφικής ηλικίας από €1,82 έως €3,50 και του εξειδικευμένου γάλακτος από €2,51 έως €5,36. Το 2016 η λιανική τιμή αυξήθηκε και στις τρεις κατηγορίες βρεφικού γάλακτος συγκριτικά με το 2010. Συγκεκριμένα, η λιανική τιμή του γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας αυξήθηκε στην υπό εξέταση περίοδο από 4% ως προς την ελάχιστη τιμή και έως 19% ως προς τη μέγιστη τιμή, του γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας από 6% έως 26% και του ειδικού-θεραπευτικού γάλακτος από 11% έως 34%, αντίστοιχα (Διάγραμμα 3.7). Η συγκριτική απεικόνιση των τιμών μεταξύ των ετών 2010 και 2016 ενισχύει τα ευρήματα της ανάλυσης του υποδείκτη τιμών καταναλωτή και του Παρατηρητηρίου Τιμών, τα οποία κατέγραψαν αύξηση στη λιανική τιμή πώλησης των προϊόντων του βρεφικού γάλακτος.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3.7

Ετήσιος ρυθμός μεταβολής της λιανικής τιμής ανά 100 γραμμάρια των προϊόντων βρεφικού γάλακτος στα φαρμακεία, 2010, 2016



Πηγή: Έρευνα αγοράς. Τιμοκατάλογος ΠΡΟΣΥΦΑΠΕ, 2010. Ίδιοι υπολογισμοί.

3.6. Διαπιστώσεις - Συμπεράσματα

Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, η απελευθέρωση του δικτύου διάθεσης σε μια αγορά προϊόντων καθιστά τον ανταγωνισμό αποδοτικότερο, κυρίως σε επίπεδο τιμών, με αντίστοιχη ωφέλεια των καταναλωτών. Ένα εναλλακτικό δίκτυο διάθεσης δύναται να επιτύχει καλύτερους όρους αγοράς των προϊόντων από τους παραγωγούς ή/και τους εισαγωγείς με άμεσο όφελος του καταναλωτή σε επίπεδο τιμών αλλά και περισσότερων επιλογών.

Η ζήτηση του βρεφικού γάλακτος συνδέεται άμεσα με τον αριθμό των γεννήσεων, το ποσοστό των μητέρων που επιλέγουν μεικτό ή πλήρη αποκλειστικό θηλασμό αλλά και από τις κατευθυντήριες οδηγίες των παιδιάτρων. Η μείωση στην αξία αλλά και στον όγκο των πωλήσεων του βρεφικού γάλακτος συνδέεται στενά με τη μείωση στον αριθμό των γεννήσεων, υποδηλώνοντας αρνητική

ανάπτυξη στην αγορά του βρεφικού γάλακτος. Για την επίδραση του μητρικού θηλασμού στη ζήτηση του βρεφικού γάλακτος τα τελευταία έτη δεν δύναται να εξαχθούν σαφή συμπεράσματα λόγω του ότι τα αποτελέσματα της πιο πρόσφατα δημοσιευμένης έρευνας (Έρευνα του Ινστιτούτου Υγείας του Παιδιού, 2009) αφορούν στην προ της οικονομικής κρίσης περίοδο και την περίοδο πριν την εφαρμογή της υπό εξέταση νομοθετικής ρύθμισης. Ενδεχομένως, η οικονομική κρίση να είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση του ποσοστού των μητέρων που επιλέγουν τον μητρικό θηλασμό λόγω της μείωσης του διαθέσιμου εισοδήματος. Δυστυχώς, όμως, μέχρι τη συγγραφή της έκθεσης, δεν ήταν διαθέσιμα τα ευρήματα της έρευνας μητρικού θηλασμού για το 2015, ώστε να συσχετιστούν με το επίπεδο ζήτησης του βρεφικού γάλακτος.

Μετά τη ψήφιση της νομοθετικής ρύθμισης το 2012 παρατηρείται αύξηση στο μερίδιο αγοράς των παιδικών τροφών, όπου συμπεριλαμβάνονται τα βρεφικά γάλατα, για τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης. Παρ' όλα αυτά, τα φαρμακεία συνεχίζουν να κατέχουν το υψηλότερο μερίδιο αγοράς συγκριτικά με τα καταστήματα τροφίμων, ως αποτέλεσμα της πολιτικής ορισμένων εταιρειών να διατηρήσουν τα φαρμακεία ως αποκλειστικό δίκτυο διάθεσης των προϊόντων βρεφικού γάλακτος.

Η μέση μηνιαία δαπάνη των νοικοκυριών για βρεφικό γάλα αυξήθηκε το 2011 και το 2014, σε αντίθεση με τις παιδικές τροφές που καταγράφουν φθίνουσα πορεία τα τελευταία έτη.

Η ανάλυση του Δείκτη Τιμών Καταναλωτή καταδεικνύει αύξηση στη λιανική τιμή των προϊόντων βρεφικού γάλακτος ένα έτος μετά την εφαρμογή της νομοθετικής ρύθμισης. Η αύξηση αυτή έρχεται σε αντίθεση με τη σταδιακή μείωση της λιανικής τιμής στα προϊόντα των παιδικών τροφών, υποδηλώνοντας ότι η ζήτηση του βρεφικού γάλακτος παραμένει ανελαστική κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης. Επίσης, το ύψος της λιανικής τιμής δεν φαίνεται να επηρεάστηκε από την άρση του περιορισμού προς όφελος του καταναλωτή.

Τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης φαίνεται να διαθέτουν τα επτά προϊόντα γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας φθινότερα κατά 16% κατά μέσο όρο συγκριτικά με τα φαρμακεία και κατά 6% συγκριτικά με τα ηλεκτρονικά φαρμακεία. Επίσης, τα ίδια

προϊόντα πωλούνται στα φαρμακεία φθηνότερα κατά 22% και στα ηλεκτρονικά φαρμακεία κατά 17% συγκριτικά με τα υπόλοιπα προϊόντα γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας, που οι εταιρείες τους επέλεξαν να διατίθενται αποκλειστικά από τα φαρμακεία.

Η συγκριτική ανάλυση της λιανικής τιμής πώλησης του γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας από τα φαρμακεία μεταξύ των ετών 2010 και 2016 καταδεικνύει αύξηση στο επίπεδο των τιμών για όλες τις κατηγορίες του βρεφικού γάλακτος. Ειδικότερα για το γάλα πρώτης βρεφικής ηλικίας, η αύξηση αγγίζει το 12% κατά μέσο όρο.

Η ανάλυση των στοιχείων του Παρατηρητήριου Τιμών για ένα δείγμα τεσσάρων προϊόντων γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας καθώς και τα ευρήματα από την έρευνα αγοράς, ενισχύουν τα συμπεράσματα του Δείκτη Τιμών Καταναλωτή για σταδιακή αύξηση της λιανικής τιμής του βρεφικού γάλακτος στην υπό εξέταση περίοδο. Η λιανική τιμή του γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας δε φαίνεται να επηρεάζεται από τις νομοθετικές ρυθμίσεις στην αγορά του βρεφικού γάλακτος μετά το 2008, αλλά ούτε από την οικονομική κρίση και τη συρρίκνωση του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών. Τα καταστήματα τροφίμων φαίνεται να διαθέτουν τα επτά προϊόντα γάλακτος δεύτερης βρεφικής ηλικίας φθηνότερα 29% κατά μέσο όρο συγκριτικά με τα φαρμακεία και 15% συγκριτικά με τα ηλεκτρονικά φαρμακεία.

Τα ευρήματα της έρευνας αγοράς καταδεικνύουν ότι μόνο τέσσερις από τις δεκαπέντε εταιρείες διαθέτουν προϊόντα βρεφικού γάλακτος στα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης. Οι εταιρείες αυτές συνεργάζονταν με τα καταστήματα τροφίμων πριν από την εφαρμογή των νομοθετικών ρυθμίσεων (του 2008 και του 2012 για την απελευθέρωση του δικτύου του βρεφικού γάλακτος δεύτερης και πρώτης ηλικίας, αντίστοιχα) μέσω της διάθεσης πληθώρας προϊόντων συμπεριλαμβανομένων και των παιδικών τροφών. Τα παρασκευάσματα για βρέφη που παρασκευάζονται ή διατίθενται από αμιγώς φαρμακευτικές εταιρείες όπως οι Frezyderm, Wyeth, Rontis, Bianex, Nutriben, Humana, biolac, Hipp συνεχίζουν να πωλούνται αποκλειστικά από τα φαρμακεία. Μετά την εφαρμογή της νομοθετικής ρύθμισης για την απελευθέρωση του δικτύου διάθεσης του γάλακτος πρώτης βρεφικής ηλικίας το 2012, οι κατα-

ναλωτές μπορούν να προμηθεύονται τα σχετικά παρασκευάσματα σε ελαφρά χαμηλότερες τιμές συγκριτικά με τα φαρμακεία και τα ηλεκτρονικά φαρμακεία, αλλά η επιλογή των επώνυμων προϊόντων περιορίζεται σε μικρό αριθμό συγκριτικά με τη διαθεσιμότητα της αγοράς του βρεφικού γάλακτος. Επίσης, όσοι καταναλωτές επιλέγουν την αγορά προϊόντων βρεφικού γάλακτος αποκλειστικής διάθεσης μπορούν να προμηθεύονται τα προϊόντα αυτά σε χαμηλότερες τιμές μέσω των ηλεκτρονικών φαρμακείων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αριθμός απόφασης 545/VII/2012 επί της αυτεπάγγελτης λήψης ασφαλιστικών μέτρων στην αγορά βρεφικού γάλακτος, κατ' εφαρμογή του άρθρου 25 παράγραφος 5 του Ν. 3959/2011, κατά του Φαρμακευτικού Συλλόγου Αχαΐας και Νήσων ΣΠΕ, της εταιρείας Π.Ε. Καρούσου – Α. Ασπρογέρακα Α.Ε. Φαρμάκων και Ιατρικών Ειδών, με το διακριτό τίτλο "AKNOPHARM AE" και της εταιρείας «Αποστολάκη Ε. Ευθυμία Ο.Ε». (τεύχος Β 278/ 15.10.2012). Αθήνα: Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.
- Νόμος 3899 «Επείγοντα μέτρα εφαρμογής του προγράμματος στήριξης της ελληνικής οικονομίας». (τεύχος Α 212/ 17.12.2010). Αθήνα: Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.
- Ινστιτούτο Υγείας του Παιδιού, 2009. Εθνική μελέτη συχνότητας και προσδιοριστικών παραγόντων μητρικού θηλασμού. Αθήνα: Ινστιτούτο Υγείας του Παιδιού.
- Κοινοποίηση των διατάξεων της παραγράφου 1 του άρθρου 1 και του άρθρου 2 του ν. 4334/2015 (ΦΕΚ 80 Α /16.7.2015), που αφορά «Επείγουσες ρυθμίσεις για τη διαπραγμάτευση και σύναψη συμφωνίας με τον Ευρωπαϊκό Μηχανισμό Στήριξης (Ε.Μ.Σ.)». (ΠΟΛ. 1160/17.7.2015). Αθήνα: Υπουργείο Οικονομικών.
- Κοινοποίηση των διατάξεων του ν.3845 (ΦΕΚ 65Α/ 6.5.2010) σχετικά με την αύξηση των συντελεστών ΦΠΑ από 1.7.2010. (ΠΟΛ. 1098/21.6.2010). Αθήνα: Υπουργείο Οικονομικών.
- Κοινοποίηση των διατάξεων των άρθρων 12 και 20 του ψηφισθέντος νομοσχεδίου για την «Προστασία της εθνικής οικονομίας – Επείγοντα μέτρα για την αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης», σχετικά με την αύξηση των συντελεστών ΦΠΑ από 15 Μαρτίου 2010. (ΠΟΛ. 1018/6.3.2010). Αθήνα: Υπουργείο Οικονομικών.
- ΠΡΟΣΥΦΑΠΕ, 2010. Τιμοκατάλογος παραφαρμακευτικών προϊόντων. Αθήνα: ΠΡΟΣΥΦΑΠΕ.
- Euromonitor International, 2015. *Baby Food in Greece*. (August 2015). London: Euromonitor International.
- OECD, 2010. *Competition Assessment Toolkit, Competition Law and Policy*. Greek Version, Volume I and II. Paris: OECD.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΕΜΠΟΡΙΑ ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΩΝ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΙ ΒΙΤΑΜΙΝΩΝ

4.1. Γενικά

Συμπληρώματα διατροφής είναι τα διατροφικά προϊόντα αρμοδιότητας ΕΟΦ με σκοπό τη συμπλήρωση της συνήθους διαίτας. Περιέχουν συμπυκνωμένα ένα ή περισσότερα θρεπτικά συστατικά, ή άλλες ουσίες με θρεπτικές ή φυσιολογικές επιδράσεις (π.χ. βρώσιμα εκχυλίσματα φυτών και άλλα συστατικά φυσικής προέλευσης με θρεπτικά συστατικά όπως βιταμινούχα, μέταλλα, αμινοξέα, πρωτεΐνες, αντιοξειδωτικές ουσίες κ.ά.). Δεν ανήκουν στην κατηγορία των κοινών τροφών, δεν είναι φάρμακα σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις περί φαρμάκων, ούτε προϊόντα ειδικής διατροφής και δεν προορίζονται για ειδικές κατηγορίες ατόμων. Περιέχουν αποκλειστικά βιταμίνες, μέταλλα και ιχνοστοιχεία. Μπορεί να κυκλοφορούν σε κάψουλες, δισκία, κόκκους, σκόνη σε φακελάκια, πόσιμες φύσιγγες, σταγόνες ή πόσιμα διαλύματα κ.ά. (Υ.Α. Υ6/10170/1995, Οδηγία 2002/46/ΕΚ, Κ.Υ.Α. Υ1/Γ.Π. 127962/2004).

Στην κατηγορία των συμπληρωμάτων διατροφής συνήθως περιλαμβάνονται και τα τρόφιμα ειδικής διατροφής μειωμένων θερμίδων για απώλεια βάρους (ή επικουρικά αδυνατίσματος), τα οποία είναι τρόφιμα ειδικής σύνθεσης που, όταν χρησιμοποιούνται σύμφωνα με τις οδηγίες του παρασκευαστή, υποκαθιστούν είτε το σύνολο είτε μέρος του ημερήσιου διαιτολογίου. Η σύνθεσή τους ορίζεται από τις κείμενες διατάξεις και περιλαμβάνει πρωτεΐνες, λίπη, διαιτητικές ίνες, βιταμίνες και ανόργανες ουσίες καθώς και αμινοξέα (Κ.Υ.Α. Υ3Ε/549/1998, Οδηγία 96/8/ΕΚ).

Οι καταναλωτές λόγω του τρόπου διαβίωσής τους ή για ειδικούς λόγους μπορεί να επιλέγουν τη συμπλήρωση της διατροφής τους με την πρόσληψη ορισμένων θρεπτικών συστατικών όπως τα

συμπληρώματα διατροφής - βιταμίνες. Η διάθεση των συμπληρωμάτων διατροφής είναι μείζονος σημασίας τόσο ως προς τη φύση και τη σύνθεση των σκευασμάτων όσο και ως προς την αντικειμενική και πλήρη πληροφόρηση των καταναλωτών, με σκοπό την προστασία των καταναλωτών και την αποφυγή κινδύνων για την υγεία τους.

Προκειμένου να διασφαλιστεί η προστασία της υγείας των καταναλωτών, η αγορά των συμπληρωμάτων διατροφής διέπεται από μία σειρά εθνικών και διεθνών νόμων ή/και κανόνων που αποσκοπούν στη διασφάλιση της ποιότητας των προϊόντων. Οι κανόνες σχετικά με τη σύνθεση, την επισήμανση, την κυκλοφορία και τη διαφήμιση, που προβλέπονται στις Οδηγίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (2002/46/EK, Κανονισμός 1170/2009), πρέπει να ανταποκρίνονται στις επιστημονικές και τεχνολογικές εξελίξεις και να ελέγχονται σε τακτά χρονικά διαστήματα από την Ευρωπαϊκή Αρχή για την Ασφάλεια των Τροφίμων.

4.2. Επισκόπηση θεσμικού πλαισίου

Η αγορά των συμπληρωμάτων διατροφής ρυθμίζεται από ένα πλαίσιο κανόνων εθνικού και ενωσιακού δικαίου, οι οποίοι έχουν ως στόχο τη διασφάλιση της μέγιστης προστασίας της ανθρώπινης υγείας. Η Οδηγία 2002/46/EK, όπως αυτή συμπληρώθηκε από τον Κανονισμό 1170/2009, θέσπισε ειδικούς κανόνες για τις βιταμίνες και τα ανόργανα στοιχεία, που χρησιμοποιούνται ως συστατικά στα συμπληρώματα διατροφής. Πρότεινε τη σύσταση ειδικών θετικών καταλόγων για τις χημικές ουσίες που θα περιέχονται στα συμπληρώματα διατροφής, και οι οποίες θα ελέγχονται για την καταλληλότητά τους από την Ευρωπαϊκή Αρχή για την Ασφάλεια των Τροφίμων. Επίσης προτάθηκε η αναθεώρηση των καταλόγων αυτών, ώστε να είναι πάντα επικαιροποιημένοι, σύμφωνα με τις επιστημονικές και τεχνολογικές εξελίξεις. Καθόρισε κανόνες σχετικά με τη σύνθεση, την ονομασία πώλησης των προϊόντων, την επισήμανση, την παρουσίαση και τη διαφήμιση και τους προειδοποιητικούς ισχυρισμούς διατροφής και υγείας. Η θέσπιση ειδικών τιμών για τα μέ-

γιστα και ελάχιστα επίπεδα βιταμινών και ανόργανων στοιχείων με βάση επιστημονικά κριτήρια κρίθηκε απαραίτητη. Μέχρι όμως την έκδοση του Εγγράφου Καθοδήγησης από την ΕΕ (1.2.2010) εκκρεμούσε ο καθορισμός των κριτηρίων καθαρότητας των ουσιών που απαριθμούνται στο παράρτημα ΙΙ της Οδηγίας και οι μέγιστες ποσότητες βιταμινών και ανόργανων στοιχείων που θα πρέπει να περιέχονται στα συμπληρώματα διατροφής σε συνάρτηση με τη συνιστώμενη ημερήσια κατανάλωση (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2010). Οι πληροφορίες, όσον αφορά στην περιεκτικότητα των συμπληρωμάτων διατροφής σε θεραπευτικά συστατικά κρίθηκαν αναγκαίες, προκειμένου ο καταναλωτής που τα αγοράζει να είναι πλήρως ενημερωμένος για την επιλογή του και να μπορεί να τα χρησιμοποιήσει με τη σωστή δοσολογία και με ασφάλεια. Το εθνικό δίκαιο (Πίνακας 4.1) εναρμονίζεται με τις παραπάνω Οδηγίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, ρυθμίζοντας επιπρόσθετα το δίκτυο διάθεσης των σχετικών προϊόντων και το ύψος παραβόλου στον ΕΟΦ.

Η υπουργική απόφαση Υ6/10170/1995 με τα άρθρα 2, 5 και 6 εισήγαγε για πρώτη φορά τις προϋποθέσεις για την κυκλοφορία, επισήμανση, παρουσίαση και διαφήμιση των συμπληρωμάτων διατροφής, ύστερα από γνωστοποίηση και έγκριση της κυκλοφορίας τους από τον ΕΟΦ (ήδη με το άρθρο 1 του Ν.1965/1991 είχε οριστεί ότι τα συμπληρώματα διατροφής και τα επικουρικά προϊόντα αδυνατίσματος υπόκεινται στην αρμοδιότητα του ΕΟΦ). Η έγκριση κυκλοφορίας και τυχόν τροποποίησή της γίνεται βάσει των απαραίτητων δικαιολογητικών, που ορίστηκαν στο άρθρο 4, εντός 120 ημερών από την υποβολή των εγγράφων και έχει ισχύ για πέντε έτη.

Με την υπουργική απόφαση Υ6α/2624/2001 τροποποιήθηκε και συμπληρώθηκε η Υ6/10170/1995 ως προς την ισχύ της άδειας κυκλοφορίας, η οποία γίνεται αορίστου χρόνου και καθορίστηκαν οι όροι και οι προϋποθέσεις παράλληλης εισαγωγής συμπληρωμάτων διατροφής. Ο κάτοχος της άδειας παράλληλης κυκλοφορίας υποχρεούται να ενημερώνει τον ΕΟΦ για κάθε μεταβολή του προϊόντος.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1

Βασικό θεσμικό πλαίσιο για την εμπορία συμπληρωμάτων διατροφής και διαιτητικών προϊόντων για ειδικούς σκοπούς

| | |
|---|---|
| <p>Πριν (έως 31/12/2013)</p> <p>Συμπληρώματα διατροφής</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Ν. 3607 (ΦΕΚ 300/Α/5.9.1932): «Περί κωδικοποίησης και συμπλήρωσης της φαρμακευτικής νομοθεσίας», άρθρα 26, 30, 36, 37, 42. • Ν.Δ. 96 (ΦΕΚ 172/Α/8.8.1973): «Περί της εμπορίας εν γένει των φαρμακευτικών, διαιτητικών και καλλυντικών προϊόντων». • Ν. 1316 (ΦΕΚ 3/Α/11.1.1983): «Ίδρυση, οργάνωση και αρμοδιότητες του Εθνικού Οργανισμού Φαρμάκου (ΕΟΦ), της Εθνικής Φαρμακοβιομηχανίας (ΕΦ), της Κρατικής Φαρμακαποθήκης (ΚΦ) και τροποποίηση και συμπλήρωση της φαρμακευτικής νομοθεσίας και άλλες διατάξεις», κεφάλαιο Δ', άρθρα 29, 32. • Υ.Α. Α6/5224 (ΦΕΚ 493/Β/16.6.1989): «Κυκλοφορία σκευασμάτων που περιέχουν βιταμίνες, μέταλλα και ιχνοστοιχεία». • Υ.Α. Α6/10066 (ΦΕΚ 6/Β/11.1.1990): «Τροποποίηση απόφασης για την κυκλοφορία σκευασμάτων που περιέχουν βιταμίνες, μέταλλα & ιχνοστοιχεία». • Ν. 1965 (ΦΕΚ 146/Α/26.9.1991): «Τροποποίηση και συμπλήρωση των κείμενων διατάξεων του Εθνικού Οργανισμού Φαρμάκου (ΕΟΦ) και άλλες διατάξεις», κεφάλαιο Δ', άρθρο 1, παρ. 5 και 6. • Υ.Α. Υ6/10170 (ΦΕΚ 935/Β/13.11.1995): «Κυκλοφορία συμπληρωμάτων διατροφής». • Κ.Υ.Α. Υ6α/11094/97 (ΦΕΚ 235/Β/11.3.1998): «Καθορισμός του ύψους των τελών που προβλέπονται στο άρθρο 48 του Ν.2519/97». • Κ.Υ.Α. Υ6α/1163 (ΦΕΚ 748/Β/16.6.2000): «Τροποποίηση της Υ6α/11094/97/98 (Β/235/98) Κοινής Υπουργικής Απόφασης σχετικά με τον καθορισμό του ύψους των τελών που προβλέπονται στο άρθρο 48 του Ν.2519/97 (Α/165/97)». • Υ.Α. Υ6α/2624 (ΦΕΚ 901/Β/12.7.2001): «Τροποποίηση και συμπλήρωση της Υπουργικής Απόφασης Υ6/10170/95 (ΦΕΚ Β' 935/95) «Κυκλοφορία συμπληρωμάτων διατροφής»». • Κ.Υ.Α. Υ1/Γ.Π. 127962 (ΦΕΚ 395/Β/27.2.2004): «Εναρμόνιση της Εθνικής Νομοθεσίας προς την αντίστοιχη Κοινοτική ΟΔ/2002/46/ΕΚ «σχετικά με τα Συμπληρώματα Διατροφής»». • Κ.Υ.Α. ΔΥΓ3α/ΓΠ 139307/05 (ΦΕΚ 1098/Β/10.8.2006): «Καθορισμός του ύψους των τελών που προβλέπονται στο άρθρο 48 του ν.2519/97 (ΦΕΚ Α'165)-Καθορισμός νέων δραστηριοτήτων που προκύπτουν από την εφαρμογή της κοινοτικής νομοθεσίας στις οποίες επιβάλλεται ειδικό τέλος και ύψος των τελών κατά το άρθρο του ν. 3370/2005 (ΦΕΚ Α'176)-Κωδικοποίηση κοινής υπουργικής απόφασης». • Υ.Α. 6206 (ΦΕΚ 199/Β/6.2.2009): «Προδιαγραφές κανόνων καλής παραγωγής συμπληρωμάτων διατροφής και προϊόντων ειδικής διατροφής». |
|---|---|

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1 (συνέχεια)

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Κ.Υ.Α. Υ1/Γ.Π. οικ. 90235 (ΦΕΚ 1984/Β/7.11.2011): «Τροποποίηση της υπ' αριθμ. Κ.Υ.Α. Υ1/Γ.Π. 127962/03/2004 «Εναρμόνιση της Εθνικής Νομοθεσίας προς την αντίστοιχη Κοινοτική ΟΔ/2002/46/ΕΚ σχετικά με τα συμπληρώματα διατροφής» (ΕΚ 395Β/27.2.04)». • Κ.Υ.Α. Γ.Π. οικ.103499 (ΦΕΚ 2855/Β/11.11.2013): «Τροποποίηση της Υ1/Γ.Π. 127962/03/2004 «Εναρμόνιση της Εθνικής Νομοθεσίας προς την αντίστοιχη Κοινοτική ΟΔ/2002/46/ΕΚ σχετικά με τα συμπληρώματα διατροφής» (ΦΕΚ 395Β/ 27.2.04)». |
| Ενωσιακό δίκαιο | <ul style="list-style-type: none"> • Οδηγία 2002/46/ΕΚ (αριθ. L.183/51, 12.7.2002) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου της 10^{ης} Ιουνίου 2002 για την προσέγγιση των νομοθεσιών των κρατών μελών περί των συμπληρωμάτων διατροφής. • Κανονισμός 1170/2009 (αριθ. L.314/36, 1.12.2009) της Επιτροπής της 30^{ης} Νοεμβρίου 2009 για την τροποποίηση της οδηγίας 2002/46/ΕΚ του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου και του κανονισμού (ΕΚ) αριθμ. 1925/2006 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου όσον αφορά τους καταλόγους βιταμινών και ανόργανων συστατικών και των μορφών τους που μπορούν να προστεθούν σε τρόφιμα, συμπεριλαμβανομένων των συμπληρωμάτων διατροφής. |
| Διαιτητικά προϊόντα | <ul style="list-style-type: none"> • Κ.Υ.Α. Υ3/3211 (ΦΕΚ 1185/Β/27.9.2000): «Εναρμόνιση της Ελληνικής Νομοθεσίας με τις διατάξεις της ΟΔ/1999/21/ΕΚ της Επιτροπής (ΕΕΕΚ L 91/7.4.1999) «σχετικά με τα διαιτητικά τρόφιμα που προορίζονται για ειδικούς ιατρικούς σκοπούς»» • Υ.Α. 6206 (ΦΕΚ 199/Β/6.2.2009): «Προδιαγραφές κανόνων καλής παραγωγής συμπληρωμάτων διατροφής και προϊόντων ειδικής διατροφής». |
| Ενωσιακό δίκαιο | <ul style="list-style-type: none"> • Οδηγία 1999/21/ΕΚ (αριθ. L.91/29, 7.4.1999) της Επιτροπής της 25^{ης} Μαρτίου 1999 σχετικά με τα διαιτητικά τρόφιμα που προορίζονται για ειδικούς ιατρικούς σκοπούς. |
| Μετά (από 1/1/2014 και ύστερα) | <ul style="list-style-type: none"> • Ν. 4254 (ΦΕΚ 85/Α/7.4.2014): «Μέτρα στήριξης και ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας στο πλαίσιο εφαρμογής του ν. 4046/2012 και άλλες διατάξεις», υποπαράγραφος ΣΤ.1: άρση εμποδίων στον ανταγωνισμό στον κλάδο του λιανικού εμπορίου – ρυθμίσεις φαρμάκων και φαρμακείων. |

Η κοινή υπουργική απόφαση Γ.Π. οικ.103499/2013 τροποποίησε τις αποφάσεις Υ1/Γ.Π. 127962/2004 και Υ1/Γ.Π. οικ. 90235/2011, εναρμονίζοντας την εθνική νομοθεσία με το ενωσιακό δίκαιο και την Οδηγία 2002/46/ΕΚ. Η υπουργική απόφαση καθόρισε τις προϋποθέσεις κυκλοφορίας των σκευασμάτων ως προς τη γνωστοποίηση, τη σύνθεση και την επισήμανση. Ο παρασκευαστής ή ο θέτων

σε κυκλοφορία το σκεύασμα γνωστοποιεί στον ΕΟΦ όλα τα απαραίτητα δικαιολογητικά και καταβάλλει το παράβολο σύμφωνα με τις κείμενες διατάξεις. Η υπ' αριθ. 89970/2013 ερμηνευτική εγκύκλιος του ΕΟΦ προσδιόρισε τη διαδικασία γνωστοποίησης, η οποία είναι υποχρεωτική για όλα τα συμπληρώματα διατροφής. Η διαδικασία γνωστοποίησης διαφοροποιείται μεταξύ των προϊόντων που προέρχονται από χώρες της Ε.Ε. και τρίτες χώρες, καθώς και μεταξύ των προϊόντων που περιέχουν μόνο βιταμίνες και ανόργανα συστατικά και αυτών που περιέχουν και θρεπτικά συστατικά. Η διαδικασία απλοποιήθηκε για τα απλά συμπληρώματα διατροφής, τα οποία προέρχονται αποκλειστικά από κράτη-μέλη της Ε.Ε. και περιέχουν μόνο βιταμίνες και ιχνοστοιχεία. Στην περίπτωση αυτή το παράβολο μειώθηκε κατά 50%. Με την υπ' αριθ. 36563/2015 εγκύκλιο του ΕΟΦ, από 29/6/2015 η υποβολή της γνωστοποίησης και των απαραίτητων δικαιολογητικών για τα συμπληρώματα διατροφής γίνεται ηλεκτρονικά για την επιτάχυνση της εξέτασης των στοιχείων και της ηλεκτρονικής αρχειοθέτησης. Στην επισήμανση θα πρέπει να τονίζεται ότι ο αριθμός γνωστοποίησης στον ΕΟΦ δεν επέχει θέση αδείας κυκλοφορίας και να αναγράφεται η προειδοποίηση ότι τα συμπληρώματα διατροφής δεν προορίζονται για πρόληψη, αγωγή ή θεραπεία. Όλες οι επιχειρήσεις υποβάλλουν στον ΕΟΦ κατάλογο των προϊόντων τους, ο οποίος αναρτάται στην ιστοσελίδα του Οργανισμού και επικαιροποιείται τακτικά. Απαγορεύεται να διατίθενται στην αγορά συμπληρώματα διατροφής που δεν πληρούν τους κανόνες της Οδηγίας και ο ΕΟΦ έχει την αρμοδιότητα να αναστείλει τη λειτουργία σκευασμάτων, εάν θεωρηθεί ότι αποτελούν κίνδυνο για την ανθρώπινη υγεία.

Παράλληλα, το εθνικό δίκαιο με την υπουργική απόφαση 6206/2009 καθόρισε προδιαγραφές κανόνων καλής παραγωγής συμπληρωμάτων διατροφής ως προς το σύστημα διαχείρισης ποιότητας και τεκμηρίωσης, το προσωπικό, τις εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό, την παραγωγή, τη συσκευασία, την αποθήκευση, διανομή και αρχειοθέτηση, τον ποιοτικό έλεγχο, τα παράπονα και τις ανακλήσεις.

Για την ολοκλήρωση της γνωστοποίησης των συμπληρωμάτων διατροφής στον ΕΟΦ απαιτείται η καταβολή παραβόλου. Στον ιδρυτικό νόμο του ΕΟΦ (Ν.1316/1983, άρθρο 32, παρ. 4) ορίστηκε εισφορά 15% επί της χονδρικής τιμής των προϊόντων αρμοδιότητας του

ΕΟΦ ως έσοδο του οργανισμού. Η κοινή υπουργική απόφαση ΔΥΓ3α/ΓΠ 139307/05/2006 τροποποίησε το άρθρο 1 παρ 7β του Ν. 1965/1991 και τις αποφάσεις Υ6α/11094/97/1998, Υ6α/1163/ 2000, Υ1/Γ.Π. 127962/2004 και όρισε ότι για κάθε κατάθεση δήλωσης ή γνωστοποίησης κυκλοφορίας συμπληρώματος διατροφής ή τροφίμων ειδικής διατροφής καταβάλλεται παράβολο 600 ευρώ στον ΕΟΦ, ενώ για τροποποίηση δήλωσης ή γνωστοποίησης παράβολο 300 ευρώ. Σύμφωνα με την κοινή υπουργική απόφαση Γ.Π. οικ. 103499/2013, το παράβολο του άρθρου 13 παρ 1 της υπουργικής απόφασης ΔΥΓ3α/ΓΠ 139307/05/2006 μειώθηκε κατά 50% για τα συμπληρώματα διατροφής που προέρχονται αποκλειστικά από τις χώρες της Ε.Ε., ενώ δεν μεταβλήθηκε για τις υπόλοιπες περιπτώσεις.

Η διαφήμιση των συμπληρωμάτων διατροφής υπόκειται σε ρυθμίσεις αρμοδιότητας του ΕΟΦ. Με την Υ.Α. Υ6/10170/1995 άρθρο 6 και την υπ' αριθ. 55220/2009 εγκύκλιο του ΕΟΦ διευκρινίστηκαν θέματα που αφορούν στη διαφήμιση των συμπληρωμάτων διατροφής. Τα συμπληρώματα διατροφής είναι βιομηχανικά προϊόντα και δεν επιτρέπεται να έχουν ή να προβάλλουν προληπτικές ή θεραπευτικές ενδείξεις που προσιδιάζουν σε φάρμακα. Πρέπει να υπάρχει ευκρινής ή ευανάγνωστη επισήμανση ότι δεν υποκαθιστούν τη συνήθη δίαιτα αλλά τη συμπληρώνουν. Τα συμπληρώματα διατροφής δεν υπόκεινται σε έγκριση, δηλαδή προηγούμενη αξιολόγηση και αδειοδότηση, αλλά γνωστοποίηση και κατασταλτικό έλεγχο. Οποιαδήποτε αναφορά παρουσιάζει το προϊόν ως «εγκεκριμένο από τον ΕΟΦ» είναι μη νόμιμη και παραπλανητική. Αντίθετα, απαιτείται σε κάθε διαφήμιση η αναγραφή του αριθμού γνωστοποίησης στον ΕΟΦ. Απαγορεύεται η χρήση συμβόλων και οποιωνδήποτε άλλων σημείων που δημιουργούν την εντύπωση ότι πιστοποιούν την αποτελεσματικότητα, την ποιότητα και την ασφάλεια του προϊόντος. Απαγορεύεται κάθε παραπλανητική διαφήμιση, ενώ θα πρέπει να αναγράφονται τα πλήρη στοιχεία της επιχείρησης, που γνωστοποιήθηκε στον ΕΟΦ για το εν λόγω προϊόν.

Η αποκλειστική διάθεση των συμπληρωμάτων διατροφής από τα φαρμακεία ορίστηκε για πρώτη φορά με το άρθρο 2 παρ. 2 της Υ.Α. Υ6/10170/1995 και στη συνέχεια με το άρθρο 10α της Υ.Α. Υ1/Γ.Π.127962/2004. Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι αντίστοιχη διά-

ταξη δεν εμπεριέχεται στην Οδηγία 2002/46/EK. Με τη θέσπιση όμως της ΥΑ Γ.Π. οικ.103499/2013 η διάθεση των συμπληρωμάτων διατροφής απελευθερώθηκε και η πώλησή τους επιτρέπεται από τα φαρμακεία, καθώς και από τα καταστήματα που πωλούν τυποποιημένα τρόφιμα. Η πώληση εξ αποστάσεως επιτρεπόταν μόνο από τις παραπάνω πηγές και εφόσον πληρούνται οι κείμενες διατάξεις για τις πωλήσεις εξ αποστάσεως. Η διάθεση των προϊόντων θα πρέπει να ακολουθεί τις προδιαγραφές των παρασκευαστών ως προς τις συνθήκες αποθήκευσης και έκθεσης των προϊόντων σε ό,τι αφορά στους κανόνες υγιεινής, τη θερμοκρασία και την υγρασία του περιβάλλοντος. Η τοποθέτηση θα πρέπει να γίνεται σε ιδιαίτερο χώρο¹⁵ με ευκρινή σήμανση «Συμπληρώματα διατροφής» όπως και με προειδοποιητική πινακίδα μεγέθους 15 × 25 εκατοστών ότι «το προϊόν δεν προορίζεται για την πρόληψη, αγωγή ή θεραπεία ανθρώπινης νόσου. Συμβουλευτείτε τον γιατρό σας αν είστε έγκυος, θηλάζετε, βρίσκεστε υπό φαρμακευτική αγωγή ή αντιμετωπίζετε προβλήματα υγείας» σε κεντρικό και ευδιάκριτο σημείο της προθήκης. Με την ερμηνευτική εγκύκλιο υπ' αριθ. 89970/2013 του ΕΟΦ διευκρινίστηκε η διάθεση των συμπληρωμάτων διατροφής. Με το άρθρο 15 του Ν. 4254/2014 συμπληρώθηκε η Υ.Α. Γ.Π. οικ. 103499/2013, ορίζοντας ότι τα συμπληρώματα διατροφής μπορούν να διατίθενται εξ αποστάσεως στο κοινό μέσω διαδικτύου.

Σε ό,τι αφορά στα διαιτητικά προϊόντα, το Ν.Δ. 96/1973 άρθρο 16 επέτρεψε τη διαφήμιση στον ημερήσιο ή περιοδικό τύπο, ή οποιονδήποτε τρόπο άμεσης ή έμμεσης προβολής των διαιτητικών προϊόντων. Η διαφήμιση των διαιτητικών προϊόντων δεν πρέπει να αναφέρεται στην ταχύτητα ή έκταση της απώλειας βάρους. Επίσης, με το άρθρο 13, παράγραφος 2, απελευθερώθηκε η πώληση των εν γένει διαιτητικών προϊόντων από τα καταστήματα με εμπορική συναφή δραστηριότητα και έχοντα ιδιαίτερο τμήμα για αυτά σύμφωνα με τις αγορανομικές και υγειονομικές διατάξεις.

Η Κ.Υ.Α. Υ3/3211/2000 εναρμόνισε την ελληνική νομοθεσία με την Οδηγία 1999/21/EK σχετικά με τα διαιτητικά τρόφιμα που προορίζονται για ειδικούς ιατρικούς σκοπούς. Το άρθρο 2 καθόρισε τις

¹⁵ Ως ιδιαίτερος χώρος νοείται διακριτός χώρος σε σχέση με τα υπόλοιπα προϊόντα, που μπορεί να γίνει με χρήση ξεχωριστής προθήκης, stand και όχι ξεχωριστού δωματίου.

απαιτήσεις σχετικά με τη σύνθεση και την επισήμανση, καθώς και το ότι πρέπει να χρησιμοποιούνται με ιατρική επίβλεψη και για μερική αντικατάσταση ή συμπλήρωση του διαιτολογίου του ασθενούς. Η σύνθεσή τους θα πρέπει να βασίζεται σε ορθές ιατρικές και διατροφικές αρχές. Στη συσκευασία θα πρέπει να αναγράφεται η διαθέσιμη ενεργειακή αξία, η περιεκτικότητα σε πρωτεΐνες, υδατάνθρακες, λίπη, βιταμίνες και άλλες θεραπευτικές ύλες. Επίσης, θα πρέπει να αναγράφεται ότι το προϊόν χρησιμοποιείται υπό ιατρική επίβλεψη και ότι ενέχει κίνδυνο όταν καταναλώνεται από άτομα που δεν παρουσιάζουν ασθένειες, διαταραχές ή παθολογικές καταστάσεις. Επιπλέον, θα πρέπει να αναγράφεται η ασθένεια, η διαταραχή ή η παθολογική κατάσταση, για την οποία προορίζεται. Το άρθρο 6 όρισε τη διαδικασία γνωστοποίησης στον ΕΟΦ και την καταβολή παραβόλου. Η Κ.Υ.Α. ΔΥΓ3α/ΓΠ/139307/2006 τροποποίησε την Υ6α/ 11094/97/1998 και όρισε το παράβολο γνωστοποίησης της κυκλοφορίας προς τον ΕΟΦ στα 600 ευρώ και το παράβολο τροποποίησης στα 300 ευρώ.

Με την υπουργική απόφαση 6206/2009 καθορίστηκαν οι προδιαγραφές κανόνων καλής παραγωγής προϊόντων ειδικής διατροφής ως προς το σύστημα διαχείρισης ποιότητας και τεκμηρίωσης, το προσωπικό, τις εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό, την παραγωγή, τη συσκευασία, την αποθήκευση, διανομή και αρχειοθέτηση, τον ποιοτικό έλεγχο, τα παράπονα και τις ανακλήσεις.

Η παράγραφος 2 του άρθρου 6 της κοινής υπουργικής απόφασης Υ3/3211/2000 ρητά ορίζει ότι η διάθεση των διαιτητικών προϊόντων για ειδικούς ιατρικούς σκοπούς γίνεται αποκλειστικά μέσω φαρμακείων και για νοσοκομειακή χρήση. Ο Ν. 4254/2014, άρθρο 14 τροποποίησε την προαναφερθείσα παράγραφο, καταργώντας την αποκλειστική διάθεση των διαιτητικών προϊόντων για ειδικούς ιατρικούς σκοπούς και για νοσοκομειακή χρήση μόνο από τα φαρμακεία.

4.3. Εξελίξεις βασικών μεγεθών

Η ζήτηση για συμπληρώματα διατροφής επηρεάζεται από την ηλικία και το φύλο, τις διατροφικές συνήθειες των καταναλωτών, την ύπαρξη ή μη οργανωμένης άσκησης, τις ειδικές παθολογικές

καταστάσεις, το ιστορικό παθήσεων κ.ά. (ICAP, 2012). Σύμφωνα με την έρευνα του Κέντρου Προστασίας Καταναλωτών (2011) σχετικά με τις διατροφικές συνήθειες, το 72,16% των καταναλωτών δήλωσε ότι έχουν αλλάξει τις διατροφικές τους συνήθειες συγκριτικά με το 51,78% το 2006. Βασική αιτία της αλλαγής ήταν η κατάσταση της υγείας τους (41,76% έναντι 41,74% το 2006), ενώ η οικονομική κατάσταση επηρέασε το 19,91% των πολιτών έναντι 2,61% το 2006.

Η οικονομική κρίση φαίνεται ότι οδήγησε τους καταναλωτές να επιστρέψουν στη μεσογειακή δίαιτα, που αποτελεί παραδοσιακή διατροφή και η οποία είναι παγκοσμίως αναγνωρισμένη ως η πιο ισορροπημένη και υγιεινή. Συγκριτικά με το 2006, η διατροφή των πολιτών έχει βελτιωθεί. Το γάλα, τα γαλακτοκομικά προϊόντα, το ψωμί, τα λαχανικά και τα φρούτα, που αποτελούν τη βάση της πυραμίδας της μεσογειακής διατροφής, έχουν μπει, σχεδόν καθημερινά, στο τραπέζι των καταναλωτών (Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών, 2011). Ταυτόχρονα η αυξημένη τάση για έντονη φυσική δραστηριότητα και άθληση αλλά και οι γρήγοροι ρυθμοί ζωής οδήγησαν τους πολίτες να εντάξουν τα συμπληρώματα διατροφής στην καθημερινότητά τους. Επίσης η διαφημιστική προβολή συμβάλλει και κατευθύνει τη ζήτηση των συμπληρωμάτων διατροφής προς συγκεκριμένα εμπορικά σήματα και συντελεί στην αναγνωρισιμότητα των προϊόντων (ICAP, 2012).

Η προσφορά των συμπληρωμάτων διατροφής στην εγχώρια αγορά χαρακτηρίζεται από τη δραστηριοποίηση αρκετών επιχειρήσεων, κυρίως εισαγωγικών, οι περισσότερες των οποίων ασχολούνται και με άλλες κατηγορίες προϊόντων πέραν των εξεταζόμενων όπως φάρμακα, καλλυντικά κ.ά.. Οι εισαγωγικές επιχειρήσεις ασχολούνται μόνο ή κατά κύριο λόγο με την εισαγωγή και εμπορία ευρείας ποικιλίας συμπληρωμάτων διατροφής, τα οποία καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο μερίδιο της εξεταζόμενης αγοράς. Ο αριθμός των παραγωγικών επιχειρήσεων είναι περιορισμένος. Στις περισσότερες από αυτές η παραγωγή και η διάθεση συμπληρωμάτων διατροφής καλύπτει πολύ μικρό ποσοστό της συνολικής τους δραστηριότητας (ICAP, 2012).

Οι επιχειρήσεις διαθέτουν τα προϊόντα τους στην αγορά μέσω φαρμακείων, τα οποία αποτελούν και το κύριο δίκτυο διάθεσης των

συμπληρωμάτων διατροφής, καταστημάτων λιανικής πώλησης με συναφή εμπορική δραστηριότητα όπως βιολογικών-φυτικών προϊόντων, καλλυντικών κ.ά. καθώς και ειδών γυμναστικής.

Στην παρούσα ανάλυση αποτυπώνεται η διαχρονική εξέλιξη των βασικών μεγεθών που αφορούν στην αγορά των συμπληρωμάτων διατροφής όπως το μέγεθος πωλήσεων σε αξία, το μέγεθος εισαγωγών και εξαγωγών και το μερίδιο αγοράς στα δίκτυα διάθεσης. Χρονικό σημείο σύγκρισης των βασικών μεγεθών αποτελεί το 2013, κατά το οποίο ψηφίστηκε η υπουργική απόφαση για τη διάθεση των σχετικών προϊόντων και από τα καταστήματα λιανικής πώλησης και το 2014 κατά το οποίο απελευθερώθηκε η εξ αποστάσεως διάθεση των σχετικών προϊόντων.

Μέγεθος πωλήσεων σε αξία

Στον Πίνακα 4.2 παρουσιάζεται το ύψος των πωλήσεων σε εκατ. ευρώ για τις επιμέρους κατηγορίες των προϊόντων: βιταμίνες, συμπληρώματα διατροφής, πόσιμα διαλύματα, παιδικές βιταμίνες - συμπληρώματα διατροφής για την περίοδο 2010-2014. Οι βιταμίνες καταλαμβάνουν την πρώτη θέση με πωλήσεις ύψους 46,70 εκατ. ευρώ το 2014, ενώ ακολουθούν τα συμπληρώματα διατροφής με 28,10 εκατ. ευρώ, τα πόσιμα διαλύματα με 3,90 εκατ. ευρώ και οι παιδικές βιταμίνες - συμπληρώματα διατροφής με 2,30 εκατ. ευρώ.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2

Αξία πωλήσεων των επιμέρους κατηγοριών για τα συμπληρώματα διατροφής, 2010-2014, (εκατ. ευρώ)

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|--|-------|-------|-------|-------|-------|
| Βιταμίνες | 40,90 | 41,30 | 40,30 | 40,40 | 46,70 |
| Συμπληρώματα διατροφής | 25,80 | 26,50 | 25,70 | 25,20 | 28,10 |
| Πόσιμα διαλύματα | 3,20 | 3,30 | 3,00 | 3,40 | 3,90 |
| Παιδικές βιταμίνες - Συμπληρώματα διατροφής | 2,30 | 2,30 | 2,30 | 2,30 | 2,30 |
| Σύνολο αγοράς | 72,20 | 73,40 | 71,30 | 71,30 | 81,00 |

Πηγή: Euromonitor International, November 2015.

Πιο αναλυτικά, οι πωλήσεις για το σύνολο της αγοράς των συμπληρωμάτων διατροφής αυξήθηκαν από 72,20 εκατ. ευρώ το 2010 σε 81 εκατ. ευρώ το 2014, καταγράφοντας μέση ετήσια μεταβολή 3,10% κατά την περίοδο 2010-2014. Τη μεγαλύτερη μέση ετήσια αύξηση κατέγραψαν τα πόσιμα διαλύματα με 5,52%. Το πόσιμο κολλαγόνο έπαιξε σημαντικό ρόλο στην αύξηση των πωλήσεων των συμπληρωμάτων διατροφής. Σύμφωνα με την Euromonitor International (2015), η διαφήμιση συνέβαλε σημαντικά στον επηρεασμό των καταναλωτών, έχοντας ως αποτέλεσμα υψηλές πωλήσεις από τις πρώτες ημέρες εισόδου του προϊόντος στην αγορά.

Οι πωλήσεις των βιταμινών αυξήθηκαν 3,60% κατά μέσο όρο στην υπό εξέταση περίοδο. Οι πολυβιταμίνες κατέχουν την πρώτη θέση μεταξύ των βιταμινών το 2014, με πωλήσεις 27 εκατ. ευρώ (Euromonitor International, 2015). Αυτό οφείλεται στο ότι απευθύνονται σε ευρύτερο πλήθος καταναλωτών, οι οποίοι θεωρούν ότι είναι μία εύκολα προσβάσιμη προληπτική ή/και αποτρεπτική λύση για διάφορα καθημερινά προβλήματα υγείας. Το υψηλότερο μέγεθος πωλήσεων των βιταμινών συγκριτικά με τα συμπληρώματα διατροφής οφείλεται στην αυξημένη διαφήμιση των προϊόντων. Μεταξύ των υπόλοιπων προϊόντων, οι βιταμίνες C και D κατέγραψαν την καλύτερη απόδοση. Η βιταμίνη C σημείωσε πωλήσεις 11 εκατ. ευρώ, λόγω του ότι μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την αποτροπή γενικών προβλημάτων υγείας και για όλες τις ηλικίες. Η βιταμίνη D έτυχε ιδιαίτερης προσοχής, λόγω του ότι χρησιμοποιείται ευρέως για την πρόληψη προβλημάτων των οστών.

Τα συμπληρώματα διατροφής κατέγραψαν 2,31% μέση ετήσια αύξηση κατά την περίοδο 2010-2014. Τα προβιοτικά σκευάσματα κατέγραψαν την υψηλότερη αύξηση και ακολουθούν το ιχθυέλαιο και τα λιπαρά οξέα σε συνδυασμό με τα προϊόντα που περιέχουν γλουκοσαμίνη ή ω-3 και τα συμπληρώματα για την υγεία των ματιών. Αυτό οφείλεται στην πληροφόρηση των καταναλωτών σχετικά με τα οφέλη των σκευασμάτων, υποστηριζόμενη από τους ιατρούς, τους φαρμακοποιούς και τις διαφημιστικές εκστρατείες (Euromonitor International, 2015). Σε αντίθεση με τις προαναφερθείσες κατηγορίες προϊόντων, οι παιδικές βιταμίνες-συμπληρώματα διατροφής δεν παρουσίασαν μεταβολή στην υπό εξέταση περίοδο.

Μερίδιο αγοράς

Η βασική αλλαγή που έλαβε χώρα στην υπό εξέταση περίοδο ήταν η απελευθέρωση του δικτύου διάθεσης των συμπληρωμάτων διατροφής τον Νοέμβριο του 2013 και τον Απρίλιο του 2014. Τα προϊόντα πωλούνται σήμερα εκτός από τα φαρμακεία και από τα ηλεκτρονικά φαρμακεία καθώς και από τα καταστήματα λιανικής πώλησης όπως τα Carrefour, Hondos Center και Attica department stores. Σύμφωνα με την Euromonitor International (2015), τα φαρμακεία παραμένουν το κυριότερο δίκτυο διάθεσης των προϊόντων, δεδομένου ότι οι πολίτες συμβουλευόταν την εμπειρία και τις συστάσεις των φαρμακοποιών για τα προϊόντα που επιθυμούν να αγοράσουν.

Στην ελληνική αγορά δραστηριοποιούνται περισσότερες από 30 εταιρείες στις διάφορες κατηγορίες συμπληρωμάτων διατροφής. Ενδεικτικά αναφέρουμε τις κυριότερες με βάση το μερίδιο αγοράς τους ως προς τις πωλήσεις το 2014 (Euromonitor International, 2015): Pfizer Hellas (13%), Isoplus SA (11,3%), GR Sarantis SA (11,1%), Power Health Hellas SA (10,4%), Pharma Center SA (6%), Vian SA (4,8%), Olvos Science SA (3,7%), Elpen SA (3,4%), Douni Health Products SA (3,3%), Cana Pharmaceutical Laboratories SA (3,1%) GAP – GA Pharmaceutical SA (2,3%). Η Pfizer Hellas με την κυκλοφορία των πολυβιταμινών Centrum Men και Centrum Women (13%) έλαβε σημαντικό μερίδιο της αγοράς, καταλαμβάνοντας την πρώτη θέση. Η Isoplus SA με τα προϊόντα Solgar (7,5%) κατέχει τη δεύτερη θέση, ενώ η GR Sarantis SA με τα προϊόντα Lanes (8,5%) την τρίτη θέση. Ακολουθούν η Power Health Hellas SA με τα προϊόντα Power Health (4,8%), η Vian SA με το Tonotil (4,8%) και η Pharma Center SA με τα προϊόντα Health Aid (4,4%).

Μέγεθος εισαγωγών-εξαγωγών

Στον Πίνακα 4.3 παρουσιάζεται το μέγεθος των εισαγωγών σε αξία και σε όγκο για προβιταμίνες και βιταμίνες¹⁶, φυσικές ή αναπαραγόμενες με σύνθεση, στις οποίες περιλαμβάνονται και τα φυσικά

¹⁶ Δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία εισαγωγών-εξαγωγών για τα συμπληρώματα διατροφής.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3
Εισαγωγές προβιταμινών-βιταμινών ανά χώρα προέλευσης, 2009-2015

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015* |
|--------------|---------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | <i>Αξία σε ευρώ</i> | | | | | | |
| Γαλλία | 146.631 | 312.646 | 201.420 | 221.434 | 250.674 | 827.575 | 1.324.531 |
| Κάτω Χώρες | 9.547.640 | 8.577.692 | 6.526.433 | 5.842.718 | 6.776.769 | 6.524.360 | 5.834.855 |
| Γερμανία | 3.387.631 | 4.205.233 | 4.637.002 | 2.769.265 | 3.305.901 | 2.717.078 | 2.516.645 |
| Ιταλία | 2.566.620 | 3.031.507 | 3.194.204 | 3.562.767 | 4.253.951 | 6.080.159 | 3.405.862 |
| Ην. Βασίλειο | 4.434.836 | 4.802.671 | 5.930.506 | 5.545.912 | 6.330.187 | 8.569.463 | 9.000.202 |
| Ιρλανδία | 48.919 | 241.369 | 589.951 | 542.603 | 404.017 | 409.575 | 30.956 |
| Δανία | 262.465 | 126.261 | 129.194 | 132.429 | 144.667 | 147.374 | 133.614 |
| Πορτογαλία | 110.852 | 3.225 | 312.425 | 1.105.455 | 798.851 | 978.738 | 669.567 |
| Ισπανία | 1.637.855 | 507.590 | 252.179 | 519.525 | 569.432 | 338.642 | 265.374 |
| Βέλγιο | 380.246 | 253.513 | 152.944 | 197.834 | 1.003.022 | 1.317.003 | 1.775.963 |
| Λουξεμβούργο | 574.467 | 926.927 | 1.044.156 | 669.131 | 372.198 | 2.190 | 17.251 |
| Σουηδία | 17.156 | 30.803 | 34.527 | 315.000 | | 19.080 | 6.900 |
| Αυστρία | 22.974 | 645.670 | 318.042 | 67.023 | 25.906 | 22.452 | 26.140 |
| Ελβετία | 685.615 | 884.259 | 728.991 | 378.010 | 1.155.597 | 385.118 | 614.682 |
| Μάλτα | | 32.500 | 65.000 | | 78.400 | 151.900 | 39.200 |
| Λιθουανία | | 667 | 5.121 | | | | 173 |
| Πολωνία | 339 | 70.040 | 70.000 | 1.260 | 33.096 | 22.069 | 45.683 |
| Δημ. Τσεχίας | 2.820 | 750 | | | | 850 | |
| Ουγγαρία | 4.480 | 251.244 | 53.317 | 52.302 | | 4.231 | |
| Ρουμανία | 524.759 | 246.698 | 153.290 | 50.955 | 448.896 | 430.561 | 394.150 |
| Βουλγαρία | 21.204 | | 25.096 | 164.121 | 148.293 | 448.254 | 464.096 |
| ΗΠΑ | 1.091 | | | 4.069 | 14.024 | 6.920 | 19.359 |
| Κύπρος | 2.622.743 | 2.294.445 | 4.500.062 | 2.830.367 | 3.141.090 | 1.280.333 | 433.860 |
| Ισραήλ | 7.432 | 6.452 | | | | 810 | |
| Ινδία | 569.403 | | 8.100 | | 13.190 | | 195.770 |

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015* |
|--------------|--------------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| | <i>Αξία σε ευρώ (συνέχεια)</i> | | | | | | |
| Κίνα | 1.414.331 | 1.085.604 | 1.018.636 | 619.802 | 1.115.148 | 1.248.831 | 2.092.580 |
| Ιαπωνία | 1.900 | 3.270 | 10.341 | 16.385 | 2.788 | 12.565 | 6.677 |
| Ταϊβάν | 1.046 | | 34.051 | 23.500 | | 38.149 | 30.073 |
| Ν. Ζηλανδία | | 1.891 | | | | | |
| Φιλανδία | | | 736 | 2.162 | 13.022 | 37.983 | 5.425 |
| Σλοβενία | | | | | 175.769 | 256.189 | |
| Λετονία | | | | | | 254 | 69.311 |
| Σλοβακία | | | | | | 5.403 | |
| Κροατία | | | | | | 5.980 | |
| Αλβανία | | | | | | | 375 |
| Ν. Κορέα | | | | | | | 5.000 |
| Χονγκ Κονγκ | | | | | | | 217 |
| Τουρκία | | | | | | | 43.500 |
| Σύνολο | 29.995.455 | 28.542.927 | 29.995.724 | 25.634.029 | 30.574.888 | 32.290.089 | 29.467.991 |
| | <i>Ποσότητα σε κιλά</i> | | | | | | |
| Γαλλία | 12.228 | 25.835 | 9.536 | 26.876 | 12.212 | 59.864 | 129.689 |
| Κάτω Χώρες | 812.631 | 713.150 | 612.266 | 557.254 | 644.798 | 742.416 | 479.829 |
| Γερμανία | 534.377 | 335.108 | 418.607 | 369.946 | 302.965 | 301.551 | 287.581 |
| Ιταλία | 149.684 | 312.884 | 198.010 | 117.803 | 135.190 | 159.403 | 70.315 |
| Ην. Βασίλειο | 199.049 | 256.126 | 415.111 | 355.387 | 473.728 | 507.712 | 556.390 |
| Ιρλανδία | 421 | 1.443 | 2.080 | 6.672 | 1.199 | 801 | 421 |
| Δανία | 94.147 | 12.250 | 21.276 | 13.762 | 10.821 | 9.740 | 7.684 |
| Πορτογαλία | 144.500 | 204 | 8.792 | 38.731 | 32.123 | 32.311 | 24.102 |
| Ισπανία | 133.779 | 6.835 | 9.784 | 10.245 | 139.736 | 15.486 | 31.562 |
| Βέλγιο | 63.692 | 28.514 | 20.741 | 76.065 | 426.350 | 540.111 | 612.944 |
| Λουξεμβούργο | 6.442 | 10.482 | 14.752 | 10.371 | 6.200 | 13 | 39 |
| Σουηδία | 2.325 | 1.614 | 2.215 | 3.274 | | 1.230 | 600 |
| Αυστρία | 499 | 659 | 22.348 | 699 | 382 | 264 | 380 |

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.3 (συνέχεια)

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|--------------|------------------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | <i>Ποσότητα σε κιλά (συνέχεια)</i> | | | | | | |
| Ελβετία | 11.621 | 78 | 12 | 12 | 46 | 16 | 21 |
| Μάλτα | | 5 | 10 | | 4 | 6 | 2 |
| Λιθουανία | | 10 | 252 | | | | 75 |
| Πολωνία | 339 | 1 | 1 | 1 | 2.322 | 1.325 | 9.055 |
| Δημ. Τσεχίας | 4 | 100 | | | | 1 | |
| Ουγγαρία | 1.338 | | 1.651 | | | 1.760 | |
| Ρουμανία | 261.816 | 147.000 | 84.020 | 2.245 | 5.289 | 9.170 | 1.996 |
| Βουλγαρία | 20.985 | 25.209 | 2.024 | 30.515 | 48.740 | 58.766 | 30.311 |
| ΗΠΑ | 9 | | | 38 | 234 | 400 | 148 |
| Κύπρος | 36.784 | 11.176 | 18.492 | 11.577 | 40.247 | 9.668 | 2.361 |
| Ισραήλ | 62 | 27 | | | | 5 | |
| Ινδία | 72 | | 30 | | 2.500 | | 300 |
| Κίνα | 198.320 | 189.055 | 246.920 | 227.645 | 417.100 | 408.260 | 443.811 |
| Ιαπωνία | 10 | 11 | 41 | 57 | 9 | 116 | 22 |
| Ταϊβάν | 1 | | 1 | 5 | | 26 | 12 |
| Ν. Ζηλανδία | | 451 | | | | | |
| Φιλανδία | | | 16 | 36 | 355 | 1.619 | 657 |
| Σλοβενία | | | | 2.099 | | | |
| Λετονία | | | | | 13.064 | 20.765 | 5.728 |
| Σλοβακία | | | | | | 50 | |
| Κροατία | | | | | | 10 | |
| Αλβανία | | | | | | 2.000 | |
| Ν. Κορέα | | | | | | | 10 |
| Χονγκ Κονγκ | | | | | | | 250 |
| Τουρκία | | | | | | | 1 |
| Γαλλία | | | | | | | 8.500 |
| Σύνολο | 2.685.135 | 2.078.227 | 2.108.988 | 1.861.315 | 2.715.614 | 2.884.865 | 2.704.796 |

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2016. *Προσωρινά στοιχεία.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4
Εξαγωγές προβιταμινών-βιταμινών ανά χώρα προορισμού,
2009-2015

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015* |
|-------------------------|-----------|-----------|-----------|---------|-----------|---------|---------|
| <i>Αξία σε ευρώ</i> | | | | | | | |
| Κάτω Χώρες | 56 | 7.121 | | | 7.850 | | 5.233 |
| Γερμανία | 101.515 | 10.194 | 180 | 9.256 | | | 1.928 |
| Ιταλία | 49.640 | | 1.012 | | 440 | 153.788 | 5.425 |
| Ην. Βασίλειο | 146.497 | 56.885 | 179.418 | 35.525 | 12.607 | 106.768 | 265 |
| Δανία | 2.418 | 3.564 | 983 | 3.778 | | | |
| Σουηδία | 3.969 | | | | | | |
| Αυστρία | 447 | | | | | | |
| Ρουμανία | 659.445 | 449.174 | | 26.150 | 4.807 | 14.126 | 408.053 |
| Βουλγαρία | 44.136 | 12.617 | 497.358 | 34.852 | 41.466 | 104.698 | 93.331 |
| Αλβανία | 104.557 | 58.888 | 27.955 | 41.248 | 3.159 | 15.477 | 8.995 |
| ΠΓΔΜ | 21.480 | 7.000 | 24.250 | 3.450 | | | 3.470 |
| Σερβία | 39.000 | 24.154 | 37.683 | | 175 | 749 | 5.047 |
| Κύπρος | 613.281 | 504.417 | 712.185 | 530.989 | 1.104.760 | 472.241 | 210.139 |
| Μπαγκλαντές | 12.015 | | | | | | |
| Ιρλανδία | 1.980 | | | | | | |
| Ισπανία | | 20.200 | 2 | | 4.800 | 866 | |
| Ουγγαρία | | | 702 | | | | |
| Βέλγιο | | | | 2.370 | 3.840 | 15.250 | |
| Τουρκία | | | | | | 1.348 | |
| ΗΠΑ | | 923 | 812 | 2.890 | 4.854 | | |
| Πολωνία | | | | 755 | | | |
| Φινλανδία | | | | | | | 262 |
| Πορτογαλία | | | | | 51.000 | | |
| Μάλτα | | | | | | | 1.256 |
| Κροατία | | | | | | | 7.631 |
| Βραζιλία | | | | | | | 27.454 |
| Ενωμένα Αραβικά Εμιράτα | | | | | | | 1.427 |
| Σύνολο | 1.800.436 | 1.155.137 | 1.482.540 | 691.263 | 1.239.758 | 885.311 | 779.916 |
| <i>Ποσότητα σε κιλά</i> | | | | | | | |
| Κάτω Χώρες | 1 | 300 | | | 505 | | 1.350 |
| Γερμανία | 7.598 | 150 | 1 | 533 | | | 55 |
| Ιταλία | 70.625 | | 25 | | 25 | 3.076 | 1.900 |
| Ην. Βασίλειο | 7.674 | 1.642 | 2.473 | | 250 | 19.256 | 15 |
| Δανία | 286 | 147 | 180 | 889 | | | 15 |
| Σουηδία | 540 | 2 | | 400 | | | |
| Αυστρία | 25 | | | | | | |
| Ρουμανία | 128.251 | 33.765 | 71.775 | 7.795 | 445 | 648 | 34.515 |
| Βουλγαρία | 3.938 | 940 | 1.473 | 1.527 | 1.164 | 5.414 | 11.092 |
| Αλβανία | 65.945 | 8.635 | 3.420 | 7.825 | 660 | 4.695 | 1.769 |

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.4 (συνέχεια)

| | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015* |
|------------------------------------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| <i>Ποσότητα σε κιλά (συνέχεια)</i> | | | | | | | |
| ΠΓΔΜ | 2.300 | 1.000 | 7.075 | 1.000 | | | 1.025 |
| Σερβία | 5.000 | 3.600 | | | 10 | 40 | 216 |
| Κύπρος | 12.519 | 9.705 | 11.062 | 19.424 | 18.431 | 16.348 | 13.384 |
| Μπαγκλαντές | 107 | | | | | | |
| Ιρλανδία | 2 | | | | | | |
| Ισπανία | | 100 | 79 | 163 | 85 | 18 | |
| Ουγγαρία | | | 12 | | 40 | | |
| Βέλγιο | | | 10 | 20 | | 2260 | |
| Τουρκία | | | | | | 1072 | |
| ΗΠΑ | | | | 300 | 480 | | 2.260 |
| Βέλγιο | | | | | | | |
| Πολωνία | | | | | 943 | | |
| Φινλανδία | | | | | | | 1.072 |
| Πορτογαλία | | | | | | | 114 |
| Μάλτα | | | | | | | 75 |
| Κροατία | | | | | | | 6.765 |
| Βραζιλία | | | | | | | 3 |
| Σύνολο | 304.811 | 59.986 | 97.585 | 39.876 | 23.038 | 49.495 | 75.625 |

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, 2016.

*Προσωρινά στοιχεία.

συμπυκνώματα, καθώς και τα παράγωγά τους που χρησιμοποιούνται κυρίως σαν βιταμίνες, αναμειγμένα ή μη μεταξύ τους για την περίοδο 2009-2015. Το μέγεθος των εισαγωγών σε αξία αυξήθηκε κατά 1,63% στην υπό εξέταση περίοδο, αγγίζοντας τα 29.467.991 ευρώ (ή 2.704.796 κιλά) το 2015 έναντι 28.995.455 ευρώ (ή 2.685.135 κιλών) το 2009. Τα έτη 2010, 2012 και 2015 καταγράφεται μείωση 1,56%, 14,54% και 8,74%, αντίστοιχα. Οι κύριες χώρες προέλευσης καθ' όλη την υπό εξέταση περίοδο είναι η Γαλλία, οι Κάτω Χώρες, η Γερμανία, η Ιταλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, το Βέλγιο, η Κύπρος και η Κίνα. Το Ηνωμένο Βασίλειο κατέχει την πρώτη θέση με μερίδιο εισαγωγών 30,54% επί του συνόλου και ακολουθούν οι Κάτω Χώρες με 19,80% και η Ιταλία με 11,56%.

Το μέγεθος των εξαγωγών ανά χώρα προορισμού (Πίνακας 4.4 πιο πάνω) σε αξία μειώθηκε κατά 56,68% την περίοδο 2009-2015, αγγίζοντας τα 779.916 ευρώ (ή 75.625 κιλά) το 2015 έναντι 1.800.436 ευρώ (ή 304.811 κιλών) το 2009. Μόνο τα έτη 2011 και

2013 παρατηρείται αύξηση στις εξαγωγές κατά 28,34% και 79,35%, αντίστοιχα. Κύριες χώρες προορισμού καθ' όλη τη διάρκεια της υπό εξέταση περιόδου είναι το Ηνωμένο Βασίλειο, η Βουλγαρία, η Αλβανία και η Κύπρος. Το 2015 την πρώτη θέση ως προς τις χώρες προορισμού καταλαμβάνει η Ρουμανία με 52,32% και ακολουθούν η Κύπρος με 26,95% και η Βουλγαρία με 11,97%.

4.4. Αξιολόγηση των συνθηκών ανταγωνισμού βάσει του Οδηγού του ΟΟΣΑ

Το εθνικό δίκαιο που διέπει την αγορά των συμπληρωμάτων διατροφής εστιάζει στον καθορισμό προϋποθέσεων για τη σύνθεση, την κυκλοφορία, την επισήμανση, τον αποτελεσματικό έλεγχο της κυκλοφορίας, τη διαφήμιση και την πώληση των σχετικών παρασκευασμάτων από τα δίκτυα διάθεσης (Πίνακας 4.5).

Σε ό,τι αφορά στις προϋποθέσεις σύνθεσης, κυκλοφορίας και επισήμανσης των θρεπτικών συστατικών καθώς και τη διαφήμιση, το εθνικό δίκαιο εναρμονίζεται με τις εκάστοτε Οδηγίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, έτσι ώστε η βασική σύνθεση των σχετικών παρασκευασμάτων να συμπληρώνει τις θρεπτικές ανάγκες των πολιτών, όπως αυτές καθορίζονται από τα γενικά αποδεκτά επιστημονικά δεδομένα, διασφαλίζοντας την προστασία της δημόσιας υγείας και των καταναλωτών. Η γνωστοποίηση και ο έλεγχος των προϋποθέσεων από τον ΕΟΦ συμβάλλουν στην αποτελεσματικότερη παρακολούθηση της κυκλοφορίας των σχετικών παρασκευασμάτων και στη διασφάλιση του δημοσίου συμφέροντος.

Βασικό σημείο συζήτησης αποτέλεσε η απελευθέρωση του δικτύου διάθεσης των συμπληρωμάτων διατροφής. Σύμφωνα με τη Λίστα Ελέγχου του Ανταγωνισμού (Πίνακας 1.1) του ΟΟΣΑ (2010), η αποκλειστική διάθεση των συμπληρωμάτων διατροφής από ένα συγκεκριμένο δίκτυο διάθεσης (φαρμακεία), με ταυτόχρονο αποκλεισμό εναλλακτικών δικτύων (καταστήματα λιανικής πώλησης με συναφή εμπορική δραστηριότητα), χορηγεί αποκλειστικά δικαιώματα σε μια κατηγορία προμηθευτών και περιορίζει τον ανταγωνισμό στην αλυσίδα εμπορίας και διανομής του προϊόντος. Από την πλευρά των καταναλωτών μπορεί να οδηγήσει σε περιορισμένη επιλογή πηγών διάθεσης και τιμής των προϊόντων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.5

Αξιολόγηση βαθμού απελευθέρωσης: Εμπορία συμπληρωμάτων διατροφής- βιταμινών και διατηττικών προϊόντων

| Περιγραφή της ρύθμισης (πριν από 31/12/2013) | Σύσταση ΟΟΣΑ | Τελευταίες μεταβολές | Νόμος/Ν.Α. κ.ά. Χρόνος θέσπισης | Χρόνος εφαρμογής | Αποκλίσεις | Προτάσεις |
|---|--|---|---|--------------------------|--------------------|--|
| | | | <i>Συμπληρώματα διατροφής</i> | | | |
| Προϊόντες σύνθεσης, κυκλοφορίας, επισημανσης, φρεπτικών συστατικών. | | Εναρμόνιση με το ενωσιακό δίκαιο στις προϊποθέσεις σύνθεσης και επισημανσης. | Υ1/Γ.Π.οκ. 103499/2013 | 11.11.2013 | Πλήρης συμμόρφωση | |
| Γνωστοποίηση της σύνθεσης, κυκλοφορίας, τροποποίησής στον ΕΟΦ. | | Εναρμόνιση με το ενωσιακό δίκαιο. | Υ6/10170/1995 Υ1/Γ.Π.οκ. 103499/2013 | 13.11.1995 11.11.2013 | Πλήρης συμμόρφωση. | Δεν απαιτείται επιπρόσθετη ρύθμιση, εφόσον η Ελλάδα εναρμονίζεται με το εκάστοτε ενωσιακό δίκαιο. |
| Περιορισμοί στη διαφήμιση. | | Εναρμόνιση με το ενωσιακό δίκαιο | Υ1/Γ.Π. 127962/2004 Εγκύκλιος ΕΟΦ 55220/2009 | 27.2.2004 22.7.2009 | Πλήρης συμμόρφωση. | |
| Κατάθεση παραβόλου στον ΕΟΦ. | | Γνωστοποίηση: €600. Τροποποίηση: €300. Μείωση κατά 50% για τα προϊόντα που προέρχονται αποκλειστικά από τις χώρες της Ε.Ε. | ΔΥΓ3α/Π139307/05/2006 | 10.8.2006 | Πλήρης εφαρμογή. | |
| Αποκλειστική διάθεση στα φαρμακεία. | Η άρση της αποκλειστικής διάθεσης από τα φαρμακεία προηγήθηκε της σύστασης 192 του ΟΟΣΑ. | Άρση του περιορισμού και διάθεση του προϊόντος και από τα καταστήματα τυποποιημένων προϊόντων. Τοποθέτηση σε ειδικό χώρο με ευκρινή σήμανση. Διάθεση μέσω διαδικτύου μόνο από τις παραπάνω πηγές. | Υ1/Γ.Π.οκ. 103499/2013, άρθρο 10α | 11.11.2013 | Πλήρης εφαρμογή. | Το δίκαιο διάθεσης συμπληρωμάτων διατροφής έχει απελευθερωθεί και δεν απαιτείται επιπλέον ρύθμιση. |
| | | Απελευθέρωση των εξ αποστάσεως πωλήσεων. | N. 4254/2014, άρθρο 15 | 7.4.2014 | | |

| Διατητικά προϊόντα για ειδικούς ιατρικούς σκοπούς | | | | | | | |
|---|---|--|---|-------------------------|-----------|--------------------|--|
| Προϊόντες σύνθεσης, κυκλοφορίας, επισημάνσης, φρεπτικών συστατικών. | | | Εναρμόνιση με το ενωσιακό δίκαιο στις προϋποθέσεις σύνθεσης και επισημάνσης. | Υ3/3211/2000, άρθρο 2 | 27.9.2000 | Πλήρης συμμόρφωση. | Δεν απαιτείται επιπρόσθετη ρύθμιση εφόσον η Ελλάδα εφαρμόζεται με το εκάστοτε ενωσιακό δίκαιο. |
| Γνωστοποίηση της σύνθεσης, κυκλοφορίας, τροποποίησης στον ΕΟΦ. | | | Εναρμόνιση με το ενωσιακό δίκαιο. | Υ3/3211/2000, άρθρο 6 | 27.9.2000 | Πλήρης συμμόρφωση. | |
| Περιορισμοί στη διαφήμιση. | | | Περιορισμός ως προς την αναφορά στην ταχύτητα και έκταση της απώλειας βάρους. | NΔ 96/1973, άρθρο 16 | 18.8.1973 | Πλήρης συμμόρφωση. | |
| Κατάθεση παραβόλου στον ΕΟΦ. | | | Γνωστοποίηση: €600. Τροποποίηση: €300. | ΔΥΓ3α/ΠΠ 139307/05/2006 | 10.8.2006 | Πλήρης εφαρμογή. | |
| Αποκλειστική διάθεση στα φαρμακεία. | 185: Άρση της αποκλειστικής διάθεσης από τα φαρμακεία | | Υαθέτηση της σύστασης του ΟΟΣΑ και άρση του περιορισμού | N. 4254/2014, άρθρο 14 | 7.4.2014 | Πλήρης εφαρμογή. | Το δικτύο διάθεσης διατητικών προϊόντων έχει απελευθερωθεί. Προτείνεται, όμως, η διερεύνηση συμπληρωματικής ρύθμισης για κείμενες διατάξεις διαμόρφωσης χώρου και προεידιοποιητικής σήμανσης στα καταστήματα λιανικής πώλησης, εφόσον ρητά ορίζεται από τη νομοθεσία η χρήση του υπό ιατρική επίβλεψη. |

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.5 (συνέχεια)

| Περιγραφή της ρύθμισης (πριν από 31/12/2013) | Σύσταση ΟΟΣΑ | Τελευταίες μεταβολές | Νόμος/Υ.Α. κ.ά. Χρόνος θέσπισης | Χρόνος εφαρμογής | Αποκλίσεις | Προτάσεις |
|--|---|--|---|------------------|--------------------|---|
| <i>Διατηρητικά προϊόντα</i> | | | | | | |
| Δίκτυο διάθεσης. | | Επιτρέπεται η πώληση από καταστήματα με συναφή εμπορική δραστηριότητα και έχοντα ιδιαίτερο τμήμα. | Ν.Δ. 96/1973, άρθρο 13, παρ. 2 | 8.8.1973 | Πλήρης εφαρμογή. | Το δίκτυο διάθεσης διατηρητικών προϊόντων έχει απελευθερωθεί και δεν απαιτείται επιπλέον ρύθμιση. |
| Καθορισμός όρων και προϋποθέσεων κυκλοφορίας συμπληρωμάτων και διατηρητικών προϊόντων. | 172: απελευθέρωση του εμπορίου για συμπληρώματα διατροφής και διατηρητικά προϊόντα. Ο διοικητικός προσδιορισμός να εφαρμόζεται μόνο για τα συστατευόμενα φάρμακα. | Η διαδικασία γνωστοποίησης είναι αρμοδιότητα ΕΦ Ήδη από το 1995 χωρίς τη σύμφωνη γνώμη του Υπουργείου Υγείας. Δεν υφίσταται έλεγχος των τιμών για τα προϊόντα. | Υ.Α. Υ6/10170/1995 Οδηγία 2002/46/ΕΚ | 13.11.1995 | Πλήρης συμμόρφωση. | Δεν απαιτείται επιπρόσθετη ρύθμιση εφόσον η Ελλάδα εναρμονίζεται με το εκάστοτε ενωσιακό δίκαιο. |

Σε ό,τι αφορά στους προμηθευτές, η απαγόρευση διάθεσης των συμπληρωμάτων διατροφής και από άλλα δίκτυα διάθεσης πλην των φαρμακείων λειτουργεί περιοριστικά, εφόσον οι προμηθευτές δεν έχουν τη δυνατότητα διανομής των προϊόντων τους σε εναλλακτικά δίκτυα και αύξησης του πελατολογίου τους. Επιπρόσθετα, η απαγόρευση διάθεσης από ορισμένα δίκτυα περιορίζει το δικαίωμα της ελεύθερης επιλογής του καταναλωτή. Η ύπαρξη εναλλακτικών δικτύων διανομής (για παράδειγμα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης, καταστήματα εμπορίας προϊόντων ομορφιάς, γυμναστήρια κ.ά.) δίνει τη δυνατότητα στους καταναλωτές να επιλέξουν μεταξύ μεγαλύτερης ποικιλίας προϊόντων, αλλά και ενδεχομένως να πετύχουν καλύτερο συνδυασμό διανομής-τιμής. Επιπρόσθετα θα πρέπει να σημειώσουμε ότι, σύμφωνα με πληροφόρηση από τις αρμόδιες Επιτροπές Ανταγωνισμού των κρατών-μελών της Ε.Ε., δεν παρατηρείται σχετικός περιορισμός διάθεσης των προϊόντων συμπληρωμάτων διατροφής σε χώρες όπως η Γαλλία, η Ιταλία, η Γερμανία, η Αγγλία και η Ισπανία.

Η δραστηριοποίηση των καταστημάτων λιανικής πώλησης με συναφή εμπορική δραστηριότητα στη διάθεση των συμπληρωμάτων διατροφής μπορεί να αποτελέσει ένα πρόσθετο δίκτυο διανομής των σχετικών προϊόντων, με οφέλη για τον καταναλωτή αλλά και για τους προμηθευτές. Η χρήση των συμπληρωμάτων διατροφής θεωρείται χαμηλού ρίσκου για την υγεία των καταναλωτών και δεν συντρέχουν ιδιαίτεροι λόγοι για την αποκλειστική διάθεσή τους από τα φαρμακεία. Τα οφέλη για τον καταναλωτή προκύπτουν από τη μείωση της λιανικής τιμής μέσω της ενίσχυσης του ανταγωνισμού μεταξύ των προμηθευτών. Το μέγεθος και η οργάνωση των καταστημάτων λιανικής πώλησης επιτρέπει τη δημιουργία οικονομικών κλίμακας ως προς τη διάθεση του προϊόντος, ενώ η λειτουργία τους δεν διέπεται από ρυθμιστικούς κανόνες που θα μπορούσαν να περιορίσουν τον ανταγωνισμό. Η συνδυασμένη διάθεση των συμπληρωμάτων διατροφής από τα καταστήματα λιανικής πώλησης και τα φαρμακεία παρέχει καλύτερη επιλογή στον καταναλωτή ως προς το επίπεδο των τιμών αλλά και ως προς την ποικιλία των διαθέσιμων προϊόντων.

Στην έκθεση του ΟΟΣΑ (OECD, 2014) σχετικά με την ενίσχυση του ανταγωνισμού σε βασικούς τομείς της οικονομίας συμπεριλαμ-

βάνονται οι συστάσεις 172, 185 και 192 για την απελευθέρωση της εμπορίας των συμπληρωμάτων διατροφής και των διαιτητικών προϊόντων για ειδικούς ιατρικούς σκοπούς.

Η σύσταση 192 αναφέρεται στην άρση του περιορισμού σχετικά με την αποκλειστική διάθεση των συμπληρωμάτων διατροφής από τα φαρμακεία (Υ.Α. Υ1/ΓΠ 127962/2004, άρθρο 10α). Βασικό επιχείρημα της αποκλειστικής διάθεσης ήταν η αποτελεσματική προστασία της δημόσιας υγείας, μέσω του ελέγχου της πώλησης των προϊόντων από τους φαρμακοποιούς, εφόσον ο ΕΟΦ είναι αρμόδιος μόνο για τον έλεγχο της γνωστοποίησης και της κυκλοφορίας των προϊόντων. Παράλληλα με την εκπόνηση της έκθεσης του ΟΟΣΑ (OECD, 2014) θεσπίστηκε η Υ.Α. Γ.Π. οικ.103499/2013, με την οποία απελευθερώθηκε το δίκτυο διάθεσης των συμπληρωμάτων διατροφής. Η πώλησή τους επιτρέπεται από τα φαρμακεία και από τα καταστήματα που πωλούν τυποποιημένα τρόφιμα καθώς και η εξ αποστάσεως διάθεση αποκλειστικά από τις παραπάνω πηγές, εφόσον πληρούνται οι κείμενες διατάξεις. Για τη διασφάλιση της δημόσιας υγείας προβλέπεται η υποχρεωτική τοποθέτηση των προϊόντων σε ιδιαίτερο χώρο με ευκρινή σήμανση «Συμπληρώματα διατροφής», όπως και με προειδοποιητική πινακίδα για την ασφαλή χρήση τους. Με το άρθρο 15 του Ν. 4254/2014 απελευθερώθηκε και η εξ αποστάσεως πώληση των συμπληρωμάτων διατροφής στο κοινό μέσω διαδικτύου, τροποποιώντας την Υ.Α. Γ.Π. οικ.103499/2013.

Η σύσταση 185 αναφέρεται στην άρση του περιορισμού σχετικά με την αποκλειστική διάθεση των διαιτητικών τροφίμων για ειδικούς ιατρικούς σκοπούς από τα φαρμακεία και για νοσοκομειακή χρήση (Υ.Α. Υ3/3211/2000, άρθρο 6, παρ. 2). Βασικό επιχείρημα της αποκλειστικής διάθεσης από τα φαρμακεία ήταν η προστασία της δημόσιας υγείας, εφόσον ρητά ορίζεται στις κείμενες διατάξεις ότι το προϊόν χρησιμοποιείται υπό ιατρική επίβλεψη και ότι ενέχει κίνδυνο όταν καταναλώνεται από άτομα που δεν παρουσιάζουν ασθένειες, διαταραχές ή παθολογικές καταστάσεις. Η παραπάνω Υ.Α. αποτελεί εναρμόνιση του εθνικού δικαίου με την Ευρωπαϊκή Οδηγία 1999/21/ ΕΚ, η οποία στην παρ. 1 αναφέρει ότι: «τα διαιτητικά τρόφιμα που προορίζονται για ειδικούς ιατρικούς σκοπούς αποσκοπούν σε κάλυψη ιδιαίτερων διατροφικών αναγκών ατόμων που πάσχουν από ειδικές ασθένειες ή παρουσιάζουν ειδικές διαταραχές ή παθολογικές

καταστάσεις ή υποσιτίζονται εξαιτίας αυτών, για το λόγο αυτό τα υπόψη προϊόντα πρέπει να χρησιμοποιούνται με ιατρική επίβλεψη και με τη βοήθεια άλλων αρμοδίων του τομέα της υγείας» (ορισμός στο άρθρο 1 παρ. 2 περ. β) και καθορίζει βασικούς κανόνες σχετικά με την περιεκτικότητα σε βιταμίνες και ανόργανα συστατικά, καθώς και τη βασική σύνθεση, χωρίς όμως να γίνεται αναφορά στα δίκτυα διάθεσης των συγκεκριμένων προϊόντων. Με το άρθρο 14 του Ν. 4254/2014 καταργήθηκε η παράγραφος 2 του άρθρου 6 της υπουργικής απόφασης Υ3/3211/1185, απελευθερώνοντας το δίκτυο διάθεσης των διαιτητικών προϊόντων για ειδικούς ιατρικούς σκοπούς. Παρ' όλα αυτά, δεν γίνεται πρόβλεψη για υποχρεωτική τοποθέτηση των προϊόντων σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους με προειδοποιητικές πινακίδες για την ορθή χρήση τους, όπως με τα συμπληρώματα διατροφής. Προτείνεται η διερεύνηση συμπλήρωσης της ρύθμισης με τις αντίστοιχες διατάξεις, ώστε να διασφαλιστεί η ασφαλής χρήση τους και η προστασία της υγείας των πολιτών, εφόσον για τα συγκεκριμένα προϊόντα, σε αντίθεση με τα συμπληρώματα διατροφής, ορίζεται από τις κείμενες διατάξεις η χρήση τους υπό ιατρική επίβλεψη. Η έρευνα αγοράς επιλεγμένων προϊόντων αυτής της κατηγορίας (Fortimel energy, Ensure compact, Nepro Ip, Fresubin) στην Αγγλία και στη Γερμανία κατέδειξε ότι τα προϊόντα αυτά διατίθενται εκτός από τα φαρμακεία και από τα ηλεκτρονικά φαρμακεία, τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης και από άλλες πηγές (π.χ. Amazon). Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι στην έρευνα αγοράς που διεξήχθη στην Ελλάδα για την εκτίμηση των επιπτώσεων δεν διαπιστώθηκε η διάθεση αντίστοιχων προϊόντων από τα καταστήματα λιανικής πώλησης πλην των φαρμακείων και των ηλεκτρονικών φαρμακείων.

Η σύσταση 172 αναφέρεται στην άρση των διοικητικών προσδιορισμών των τιμών και των λοιπών εμπορικών διαδικασιών για τα συμπληρώματα διατροφής και τα διαιτητικά προϊόντα. Συγκεκριμένα, στις παραγράφους 5 και 6 του άρθρου 1 του Ν. 1965/1991 ορίζεται ότι, με απόφαση του Υπουργείου Υγείας και ύστερα από τη σύμφωνη γνώμη του ΕΟΦ, καθορίζονται οι όροι και οι προϋποθέσεις που αφορούν στην κυκλοφορία των προϊόντων μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται τα συμπληρώματα διατροφής και τα διαιτητικά προϊόντα. Η σχετική ρύθμιση στοχεύει στην προστασία της

δημόσιας υγείας και του δημόσιου συμφέροντος ως προς την παραγωγή, εισαγωγή και διάθεση των παρασκευασμάτων. Η σύσταση 172 βασίζεται σε προγενέστερο νομοθέτημα από αυτό που ουσιαστικά ρυθμίζει και εναρμονίζει την κυκλοφορία και εμπορία των συμπληρωμάτων διατροφής και των διαιτητικών προϊόντων με το ενωσιακό δίκαιο. Συγκεκριμένα με την Υ.Α. Υ6/10170/1995 προσδιορίστηκε η κυκλοφορία των συμπληρωμάτων διατροφής, ενώ με τις Υ.Α. Υ1/Γ.Π. 127962/2004, Υ.Α. 6206/2009, Υ1/Γ.Π. οικ. 90235/2011, Γ.Π. οικ.103499/2013 το εθνικό δίκαιο εναρμονίστηκε με το ενωσιακό. Αντίστοιχα για τα διαιτητικά προϊόντα για ειδικούς ιατρικούς σκοπούς με την Κ.Υ.Α. Υ3/3211/2000 και την Υ.Α. 6206/2009 το εθνικό δίκαιο εναρμονίστηκε με το ενωσιακό. Σύμφωνα με πληροφόρηση από το αρμόδιο γραφείο για την κυκλοφορία των συμπληρωμάτων διατροφής του ΕΟΦ, τα συμπληρώματα διατροφής δεν υπόκεινται σε διαδικασία αδειοδότησης και έλεγχο τιμών από τον ΕΟΦ ή από το Υπουργείο Υγείας αλλά μόνο σε γνωστοποίηση και έλεγχο των απαραίτητων δικαιολογητικών για την κυκλοφορία των προϊόντων στην εγχώρια αγορά. Επιπρόσθετα, στην Οδηγία 2002/46/ΕΚ ρητώς αναφέρεται ότι, προκειμένου να εξασφαλιστεί υψηλό επίπεδο προστασίας των καταναλωτών και να διευκολυνθεί η εκ μέρους τους επιλογή, τα προϊόντα που διατίθενται στην αγορά είναι ανάγκη να είναι ασφαλή και να φέρουν επαρκή και κατάλληλη επισήμανση. Για τον λόγο αυτό και λόγω της ιδιαιτερότητας της φύσης των συμπληρωμάτων διατροφής θα πρέπει να διατίθενται πρόσθετα εργαλεία στους εποπτικούς φορείς (π.χ. ΕΟΦ), προκειμένου να διευκολύνεται η αποτελεσματική παρακολούθηση των εν λόγω προϊόντων.

4.5. Επιπτώσεις στις τιμές

Η άρση της αποκλειστικής διάθεσης των συμπληρωμάτων διατροφής και των διαιτητικών προϊόντων από τα φαρμακεία τον Νοέμβριο του 2013 και τον Απρίλιο του 2014, αντίστοιχα, αναμένεται να επηρεάσει κυρίως τη λιανική τιμή πώλησης των σχετικών παρασκευασμάτων, καθιστώντας τον ανταγωνισμό αποδοτικότερο με αντίστοιχη ωφέλεια των καταναλωτών.

Η Ελληνική Στατιστική Αρχή και το Παρατηρητήριο Τιμών της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου δεν διαθέτουν στοιχεία για τη διαμόρφωση των τιμών των σχετικών παρασκευασμάτων ή για τις μηνιαίες αγορές των νοικοκυριών. Η μόνη δυνατότητα ανάλυσης των επιπτώσεων της απελευθέρωσης του δικτύου διάθεσης στις τιμές των προϊόντων είναι μέσω της διεξαγωγής έρευνας αγοράς, η οποία διεξήχθη κατά τους μήνες Μάρτιο και Απρίλιο 2016 σε φαρμακεία, σε καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης (π.χ. σούπερ μάρκετ) πανελλαδικής εμβέλειας και σε ηλεκτρονικά φαρμακεία (www.skourtz.gr). Λόγω της πληθώρας των προϊόντων που κυκλοφορούν στην ελληνική αγορά επιλέχθηκε ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα 38 συμπληρωμάτων διατροφής-διαιτητικών προϊόντων και 17 βιταμινών¹⁷. Τα προϊόντα του δείγματος καλύπτουν όλες τις κατηγορίες όπως ομορφιά, οστά, πεπτικό, ενέργεια, υγεία ματιών, υγεία καρδιάς, ανοσοποιητικό, ευεξία, μνήμη, βιταμίνη C και D, πολυβιταμίνες και αφορούν όλες τις ηλικίες άνδρες, γυναίκες, εφήβους, ηλικιωμένους και εγκυμονούσες. Επειδή τα τρία δίκτυα διάθεσης της έρευνας αγοράς δεν πωλούν τα ίδια εμπορικά σήματα, η επιλογή του δείγματος βασίστηκε στη βασική σύνθεση του κάθε σκευάσματος, ώστε να είναι προσεγγιστικά συγκρίσιμα ως προς τη λιανική τιμή πώλησης. Η τιμή λιανικής πώλησης των σχετικών προϊόντων ανάγεται στις 10 ταμπλέτες ανά προϊόν ή στα 100ml στην περίπτωση πόσιμου διαλύματος για να είναι εφικτή η μεταξύ τους σύγκριση.

¹⁷ Στην έρευνα αγοράς συμπεριλήφθηκαν τα προϊόντα: Omega 3, Valeriana, Alinea Fatburner, Alinea weight loss, Nectar Royal Jelly probiotics, Briorigne skin, hair and bones, Collagen Pro-active, Health aid Radiance, Health aid Osteoflex Plus, Health aid Prostavital, Health aid Heart Max, Health aid Liver Care, Health aid Ginko Biloba, Health Aid Coffee Slim, Solgar skin, age and hair, Solgar digestive, Hyalouron ABC Kinitron, Power Health Mastic Chiou, Energy now, Echinacea, Immunkomplex, Glucosamin, Epresat, Mens X complex, Power Health Cellules, Power Health Royal Jelly, Lanes Xtra Energy, Lanes multi memory, Lanes Quite Life, Ocuvitin Lutein, Nutrof, Vitalux Plus, Pharmaton Cardioactive, Centrum Cardio, Immiflex, Jointace sport, Vitamin C 500 mg, Vitamin D, 12 Vitamin+Jinseng, Lanes Multivitamins classic, Solgar Multivitamins VM 2000, Centrum A to Zinc, Centrum Women, Centrum Men, Centrum Select 50+, Vital Plus Q10, Vital Q10 50+, Pregnacare Original, Pregnacare Plus, Pregnacare Breast Feeding, Solgar Vitamin C 500 mg, Solgar Vitamin D3 600 IU, Jointace Omega 3.

Στον Πίνακα 4.6 παρουσιάζεται η λιανική τιμή πώλησης ανά 10 ταμπλέτες ή ανά 100 ml (στην περίπτωση του πόσιμου διαλύματος) των συμπληρωμάτων διατροφής και των διαιτητικών προϊόντων, που διατίθενται μέσω των καταστημάτων τροφίμων λιανικής πώλησης, των φαρμακείων και των ηλεκτρονικών φαρμακείων. Από το δείγμα των 38 συμπληρωμάτων διατροφής-διαιτητικών προϊόντων και των 17 βιταμινών της έρευνας αγοράς μόνο 6 συμπληρώματα διατροφής, 2 διαιτητικά προϊόντα και 3 βιταμίνες διατίθενται και στα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης. Τα προϊόντα αυτά εισάγονται και προωθούνται από μια εταιρεία και διατίθενται μόνο σε ορισμένα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης¹⁸. Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι τα προϊόντα αυτά δεν βρέθηκε να είναι διαθέσιμα στους καταναλωτές από τα φαρμακεία, τα ηλεκτρονικά φαρμακεία ή από άλλα δίκτυα συναφούς εμπορικής δραστηριότητας. Στα καταστήματα συναφούς εμπορικής δραστηριότητας, όπως τα καταστήματα που πουλούν είδη ομορφιάς, βρέθηκε μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων, ειδικότερα σε διαιτητικά προϊόντα, συγκριτικά με τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης.

Παρατηρούμε ότι η λιανική τιμή διαφοροποιείται τόσο μεταξύ των επώνυμων προϊόντων (brand names) όσο και μεταξύ των δικτύων διάθεσης. Κατά μέσο όρο, η λιανική τιμή των συμπληρωμάτων διατροφής ανήλθε στα €3,97 στα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης, €6,24 στα φαρμακεία και κυμάνθηκε από €4,48 έως €7,05 στα ηλεκτρονικά φαρμακεία, κατά μέσο όρο. Η λιανική τιμή των συμπληρωμάτων διατροφής στα καταστήματα τροφίμων κυμάνθηκε από €2,18 έως €6,49, στα φαρμακεία από €1,89 έως €15,33 και στα ηλεκτρονικά φαρμακεία από €1,48 έως €15,07 ως προς την ελάχιστη και τη μέγιστη τιμή, αντίστοιχα (Πίνακας 4.6). Σε ό,τι αφορά στις βιταμίνες, κατά μέσο όρο, η λιανική τιμή τους ήταν €3,95 στα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης, €4,92 στα φαρμακεία και από €3,10 η ελάχιστη έως €5,47 η μέγιστη στα ηλεκτρονικά φαρμακεία. Η λιανική τιμή των βιταμινών στα καταστήματα τροφίμων κυμάνθηκε από €3,10 έως €5,51, στα φαρμακεία από

¹⁸ Για παράδειγμα δύο σούπερ μάρκετ πανελλαδικής εμβέλειας, ένα στην Περιφέρεια Πρωτευούσης και ένα στην Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας δεν διαθέτουν στα ράφια τους συμπληρώματα διατροφής, βιταμίνες ή διαιτητικά προϊόντα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.6

Λιανική τιμή πώλησης συμπληρωμάτων διατροφής και διαιτητικών προϊόντων ανά 10 ταμπλέτες ή 100 ml (σε ευρώ),
Μάρτιος – Απρίλιος 2016

| Προϊόντα | Καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης | Φαρμακείο | Ηλεκτρονικό φαρμακείο (on-line) Ελάχιστη τιμή | Μέγιστη τιμή | Μέσος όρος |
|---|---------------------------------------|-----------|--|--------------|------------|
| <i>Συμπληρώματα διατροφής – Διαιτητικά προϊόντα</i> | | | | | |
| 1 | 2,27 | | | | |
| 2 | 3,56 | | | | |
| 3 | 6,49 | | | | |
| 4 | 5,11 | | | | |
| 5 | 4,21 | | | | |
| 6 | 2,18 | | | | |
| 7 | | 6,50 | 5,75 | 8,08 | 6,92 |
| 8 | | 5,00 | 3,57 | 5,48 | 4,53 |
| 9 | | 5,83 | 3,63 | 6,75 | 5,19 |
| 10 | | 6,33 | 4,15 | 6,91 | 5,53 |
| 11 | | 5,50 | 3,39 | 5,59 | 4,49 |
| 12 | | 3,67 | 2,45 | 3,85 | 3,15 |
| 13 | | 6,67 | 4,79 | 7,92 | 6,36 |
| 14 | | 6,65 | 3,33 | 5,83 | 4,58 |
| 15 | | 3,17 | 2,22 | 3,94 | 3,08 |
| 16 | | 1,89 | 1,48 | 1,95 | 1,72 |
| 17 | | 7,50 | 4,30 | 7,24 | 5,77 |
| 18 | | 3,98 | 3,14 | 4,47 | 3,81 |
| 19 | | 15,33 | 8,86 | 15,07 | 11,97 |
| 20 | | 6,30 | 5,17 | 8,85 | 7,01 |
| 21 | | 6,75 | 5,27 | 9,00 | 7,14 |
| 22 | | 3,00 | 4,57 | 6,91 | 5,74 |
| 23 | | 12,24 | 9,00 | 12,49 | 10,75 |
| 24 | | 6,13 | 4,63 | 10,39 | 7,51 |
| 25 | | 10,80 | 7,40 | 11,23 | 9,32 |
| 26 | | 8,75 | 6,48 | 8,53 | 7,51 |
| 27 | | 5,23 | 2,93 | 4,01 | 3,47 |
| 28 | | 7,25 | 5,31 | 9,58 | 7,45 |
| 29 | | 5,33 | 3,92 | 6,35 | 5,14 |
| 30 | | 5,00 | 3,62 | 5,57 | 4,60 |
| 31 | | 2,00 | 1,77 | 2,72 | 2,25 |
| 32 | | 5,33 | 5,02 | 6,69 | 5,86 |
| 33 | | 8,00 | 6,76 | 8,94 | 7,85 |
| 34 | | 6,43 | 4,79 | 6,99 | 5,89 |
| 35 | | 6,00 | 3,73 | 7,66 | 5,70 |

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.6 (συνέχεια)

| Προϊόντα | Καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης | Φαρμακείο | Ηλεκτρονικό φαρμακείο (on-line) | | |
|-------------------------------|---------------------------------------|-----------|---------------------------------|--------------|------------|
| | | | Ελάχιστη τιμή | Μέγιστη τιμή | Μέσος όρος |
| 36 | | 3,95 | 2,51 | 3,98 | 3,25 |
| 37 | | 6,39 | 4,82 | 5,91 | 5,37 |
| 38 | | 6,89 | 4,53 | 6,73 | 5,63 |
| <i>Βιταμίνες</i> | | | | | |
| 1 | 3,23 | | | | |
| 2 | 3,10 | | | | |
| 3 | 5,51 | | | | |
| 4 | | 2,50 | 3,16 | | 3,16 |
| 5 | | 5,33 | 3,49 | 6,33 | 4,91 |
| 6 | | 4,33 | 2,42 | 3,98 | 3,20 |
| 7 | | 5,17 | 3,77 | 6,09 | 4,93 |
| 8 | | 5,17 | 3,41 | 5,53 | 4,47 |
| 9 | | 5,17 | 2,65 | 4,52 | 3,59 |
| 10 | | 7,80 | 3,45 | 9,97 | 6,71 |
| 11 | | 12,63 | 5,13 | 10,60 | 7,87 |
| 12 | | 4,67 | 3,48 | 5,05 | 4,27 |
| 13 | | 4,11 | 3,14 | 5,27 | 4,21 |
| 14 | | 2,26 | 1,73 | 2,70 | 2,22 |
| 15 | | 1,49 | 1,18 | 1,72 | 1,45 |
| 16 | | 2,50 | 1,93 | 2,71 | 2,32 |
| 17 | | 5,77 | 4,42 | 6,60 | 5,51 |
| <i>Περιγραφική στατιστική</i> | | | | | |
| <i>Συμπληρώματα διατροφής</i> | | | | | |
| Μέσος όρος | 3,97 | 6,24 | 4,48 | 7,05 | 5,76 |
| Ελάχιστη τιμή | 2,18 | 1,89 | 1,48 | 1,95 | 1,72 |
| Μέγιστη τιμή | 6,49 | 15,33 | 9,00 | 15,07 | 11,97 |
| Τυπική απόκλιση | 1,67 | 2,74 | 1,80 | 2,81 | 2,27 |
| <i>Βιταμίνες</i> | | | | | |
| Μέσος όρος | 3,95 | 4,92 | 3,10 | 5,47 | 4,20 |
| Ελάχιστη τιμή | 3,10 | 1,49 | 1,18 | 1,72 | 1,45 |
| Μέγιστη τιμή | 5,51 | 12,63 | 5,13 | 10,60 | 7,87 |
| Τυπική απόκλιση | 1,35 | 6,15 | 3,48 | 6,00 | 1,76 |

Πηγή: Έρευνα Αγοράς. Ίδιοι υπολογισμοί.

€1,49 έως €12,63 και στα ηλεκτρονικά φαρμακεία από €1,18 έως €10,60 ως προς την ελάχιστη και τη μέγιστη τιμή, αντίστοιχα

Στον Πίνακα 4.7 παρουσιάζονται τα συγκεντρωτικά ευρήματα της έρευνας αγοράς σε απόλυτες και σε ποσοστιαίες τιμές. Αρχικά υπολογίστηκαν οι αποκλίσεις στις λιανικές τιμές πώλησης των 6 προϊόντων-συμπληρωμάτων διατροφής και των 3 προϊόντων-βιταμινών που διατίθενται στα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης συγκριτικά με παρόμοια προϊόντα που διατίθενται από τα φαρμακεία και τα ηλεκτρονικά φαρμακεία. Οι αποκλίσεις αυτές συγκρίθηκαν μεταξύ των τριών δικτύων διάθεσης σε απόλυτες και ποσοστιαίες τιμές.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.7

Μέγεθος απόκλισης της λιανικής τιμής πώλησης ανά 10 ταμπλέτες ή 100 ml, Μάρτιος – Απρίλιος 2016

| | 6 προϊόντα - Συμπληρώματα διατροφής | | | 3 προϊόντα - Βιταμίνες | | |
|---|-------------------------------------|--------------|------------|------------------------|--------------|------------|
| | Ελάχιστη τιμή | Μέγιστη τιμή | Μέσος όρος | Ελάχιστη τιμή | Μέγιστη τιμή | Μέσος όρος |
| <i>Απόκλιση κατά απόλυτη τιμή σε ευρώ</i> | | | | | | |
| Καταστήματα τροφίμων έναντι φαρμακείων | | | -1,04 | | | +0,84 |
| Καταστήματα τροφίμων έναντι ηλεκτρονικών φαρμακείων | +0,64 | -1,48 | -0,42 | +1,75 | +0,36 | +1,05 |
| Φαρμακεία έναντι ηλεκτρονικών φαρμακείων | +1,68 | -0,44 | +0,62 | +0,91 | -0,48 | +0,22 |
| <i>Ποσοστιαία απόκλιση</i> | | | | | | |
| Καταστήματα τροφίμων έναντι φαρμακείων | | | -26 | | | +21 |
| Καταστήματα τροφίμων έναντι ηλεκτρονικών φαρμακείων | +16 | -37 | -11 | +44 | +9 | +27 |
| Φαρμακεία έναντι ηλεκτρονικών φαρμακείων | +33 | -9 | +12 | +29 | -15 | +7 |

Πηγή: Έρευνα αγοράς. Ίδιοι υπολογισμοί.

Σύμφωνα με τον Πίνακα 4.7, τα συμπληρώματα διατροφής πωλούνται κατά μέσο όρο φθηνότερα κατά €-1,04 (26%) στα καταστή-

ματα τροφίμων συγκριτικά με τα φαρμακεία και κατά €-0,42 (11%) συγκριτικά με τα ηλεκτρονικά φαρμακεία. Αντίστοιχα, τα φαρμακεία πουλούν τα σχετικά προϊόντα ακριβότερα €+0,62 (12%) κατά μέσο όρο συγκριτικά με τα ηλεκτρονικά φαρμακεία. Οι αποκλίσεις στη λιανική τιμή των βιταμινών διαφοροποιούνται σημαντικά συγκριτικά με τα συμπληρώματα διατροφής. Συγκεκριμένα, οι βιταμίνες φαίνεται να πωλούνται κατά μέσο όρο ακριβότερα κατά €+0,84 (21%) και €+1,05 (27%) στα καταστήματα τροφίμων συγκριτικά με τα φαρμακεία και τα ηλεκτρονικά φαρμακεία. Επίσης οι βιταμίνες πωλούνται ακριβότερα κατά €+0,22 (7%) στα φαρμακεία συγκριτικά με τα ηλεκτρονικά φαρμακεία. Κατά μέσο όρο, οι καταναλωτές μπορούν να προμηθευτούν τα 6 συμπληρώματα διατροφής φθηνότερα στα καταστήματα τροφίμων και τις 3 βιταμίνες στα ηλεκτρονικά φαρμακεία. Όμως η επιλογή των καταναλωτών στα καταστήματα τροφίμων περιορίζεται μόνο σε ένα εμπορικό σήμα, σε αντίθεση με την πληθώρα των σημάτων που είναι διαθέσιμα μέσω των φαρμακείων και των ηλεκτρονικών φαρμακείων. Όπως και στην περίπτωση του βρεφικού γάλακτος, οι εταιρείες επέλεξαν να διατηρήσουν τα φαρμακεία ως κύριο δίκτυο διάθεσης των προϊόντων τους μετά την απελευθέρωση του δικτύου διάθεσης.

Για την εξαγωγή συμπερασμάτων σε ό,τι αφορά στη διαμόρφωση της λιανικής τιμής πώλησης των συμπληρωμάτων διατροφής, διαιτητικών προϊόντων και βιταμινών πριν και μετά την εφαρμογή της απελευθέρωσης του δικτύου διάθεσης το 2013 και το 2014 χρησιμοποιήθηκαν στοιχεία από τον Τιμοκατάλογο παραφαρμακευτικών προϊόντων του Οκτωβρίου 2010, που δημοσιεύει ο όμιλος εμπορίας και διανομής φαρμακευτικών, παραφαρμακευτικών προϊόντων και υπηρεσιών στην ελληνική αγορά ΠΡΟΣΥΦΑΠΕ. Στον Πίνακα 4.8 παρουσιάζεται η λιανική τιμή των προϊόντων για το 2010 που προκύπτει από τον Τιμοκατάλογο και η τιμή για το 2016 από την έρευνα αγοράς. Τα διαθέσιμα στοιχεία αφορούν στην πώληση ενός δείγματος 14 συμπληρωμάτων διατροφής και 5 βιταμινών, τα οποία διατίθενται στα φαρμακεία από το 2010 μέχρι σήμερα, εφόσον δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία για τις τιμές πώλησης των προϊόντων από τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης πριν το 2013.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4.8

Λιανική τιμή πώλησης των συμπληρωμάτων διατροφής και βιταμινών ανά 10 ταμπλέτες ή 100 ml στα φαρμακεία, 2010, 2016

| | 2010 | 2016 |
|-------------------------------|-------|-------|
| <i>Συμπληρώματα διατροφής</i> | | |
| Μέσος όρος | 8,67 | 7,39 |
| Ελάχιστη τιμή | 2,22 | 2,00 |
| Μέγιστη τιμή | 15,55 | 15,33 |
| Τυπική απόκλιση | 4,13 | 3,49 |
| <i>Βιταμίνες</i> | | |
| Μέσος όρος | 5,05 | 6,49 |
| Ελάχιστη τιμή | 3,06 | 2,50 |
| Μέγιστη τιμή | 8,77 | 12,63 |
| Τυπική απόκλιση | 2,34 | 3,93 |

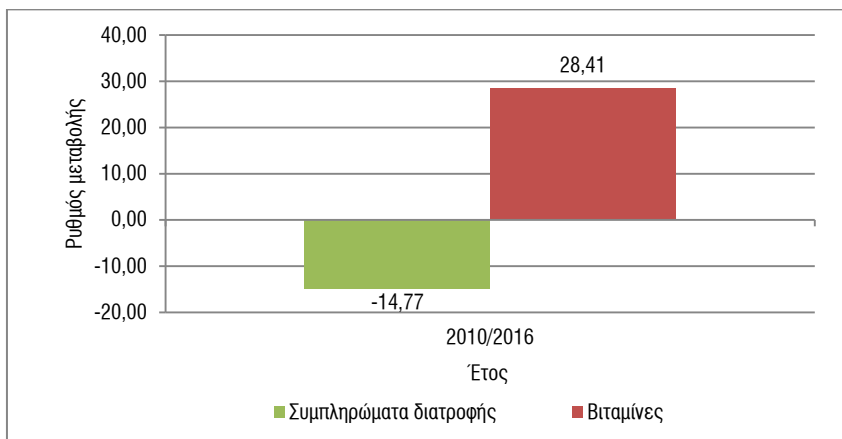
Πηγή: Έρευνα αγοράς, Τιμοκατάλογος ΠΡΟΣΥΦΑΠΕ, 2010. Ίδιοι υπολογισμοί.

Κατά μέσο όρο, η λιανική τιμή των συμπληρωμάτων διατροφής μειώθηκε από €8,67 το 2010 στα €7,39 το 2016, σημειώνοντας μείωση κατά 14,77% μεταξύ των δύο ετών, όπως απεικονίζεται και στο Διάγραμμα 4.1. Αντίθετα, η μέση λιανική τιμή των βιταμινών αυξήθηκε από €5,05 το 2010 σε €6,49 το 2016, καταγράφοντας αύξηση κατά 28,41%. Στις τιμές των επιμέρους προϊόντων βιταμινών παρατηρείται μεγάλη απόκλιση, η οποία οφείλεται στη διαφοροποίηση των παρασκευασμάτων ως προς τη σύνθεσή τους και τον επιτελικό ρόλο τους. Παρατηρούμε ότι μετά την απελευθέρωση του δικτύου διάθεσης η τιμή λιανικής πώλησης μειώθηκε μόνο για τα συμπληρώματα διατροφής, ενώ αυξήθηκε για τις βιταμίνες. Θα πρέπει να λάβουμε υπόψη ότι η έρευνα αγοράς αποτελεί μία ένδειξη για τη διαμόρφωση τιμών μετά τη μεταρρύθμιση, εφόσον δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία από άλλες πηγές για σύγκριση. Επιπρόσθετα, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι το μέγεθος των τιμών μπορεί να επηρεάζεται από την πληθώρα των σκευασμάτων, τη συνεχή εξειδίκευση και τον εμπλουτισμό της σύνθεσής τους καθώς και την έντονη διαφήμιση για την ενημέρωση και προσέλκυση των καταναλωτών όπως και από το ύψος του ΦΠΑ. Τέλος, τα στοιχεία καταδεικνύουν αύξηση στον όγκο των πωλήσεων των συμπληρωμάτων διατροφής και των βιταμινών από το 2010 μέχρι το 2016,

μειώνοντας, όμως, το ύψος των τιμών μόνο για τα συμπληρώματα διατροφής.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.1

Ρυθμός μεταβολής της λιανικής τιμής των συμπληρωμάτων διατροφής και βιταμινών ανά 10 ταμπλέτες ή 100 ml στα φαρμακεία, 2010, 2016



Πηγή: Έρευνα αγοράς. Ίδιοι υπολογισμοί.

4.6. Διαπιστώσεις - Συμπεράσματα

Η ζήτηση για συμπληρώματα διατροφής επηρεάζεται από παράγοντες όπως η ηλικία και το φύλο, οι διατροφικές συνήθειες, η ύπαρξη ή μη οργανωμένης άσκησης, οι ειδικές παθολογικές καταστάσεις, το ιστορικό παθήσεων κ.ά. Η διαφημιστική προβολή συμβάλλει στην αύξηση της ζήτησης των προϊόντων και επηρεάζει την επιλογή του καταναλωτή προς συγκεκριμένα εμπορικά σήματα. Σε ό,τι αφορά στην προσφορά των προϊόντων, η εγχώρια αγορά χαρακτηρίζεται από πληθώρα εξειδικευμένων παρασκευασμάτων, κυρίως εισαγόμενων, που καλύπτουν πολλαπλές ανάγκες των καταναλωτών για συμπλήρωση της διατροφής τους που μπορεί να αφορά από την υγεία των οστών μέχρι την υγεία της καρδιάς, τη μνήμη αλλά και τη σεξουαλική ευεξία.

Η καταγραφή του θεσμικού πλαισίου κατέδειξε ότι το εθνικό δίκαιο εναρμονίζεται με το ενωσιακό σε ό,τι αφορά στη σύνθεση,

τη γνωστοποίηση, την κυκλοφορία και τη διαφήμιση των συμπληρωμάτων διατροφής και των διαιτητικών προϊόντων. Από τον Νοέμβριο του 2013 έως τον Απρίλιο του 2014 ολοκληρώθηκε η απελευθέρωση του δικτύου διάθεσης των σχετικών παρασκευασμάτων. Οι καταναλωτές δύνανται να προμηθευτούν τα αντίστοιχα παρασκευάσματα από τα φαρμακεία, τα καταστήματα λιανικής πώλησης με συναφή εμπορική δραστηριότητα αλλά και με εξ αποστάσεως αγορές.

Τα ευρήματα της έρευνας αγοράς καταδεικνύουν ότι τα φαρμακεία παραμένουν το κύριο δίκτυο διάθεσης των συμπληρωμάτων διατροφής-βιταμινών μετά την άρση των περιοριστικών ρυθμίσεων. Μέχρι τη συγγραφή της έκθεσης, στα περισσότερα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης δεν διατίθενται συμπληρώματα διατροφής ή βιταμίνες ή άλλου είδους διαιτητικά προϊόντα. Σε όσα από αυτά έχουν εντάξει στο ράφι τους τα προαναφερθέντα προϊόντα, η επιλογή των καταναλωτών περιορίζεται σε ένα εμπορικό σήμα που καλύπτει όμως όλο το εύρος των αναγκών των καταναλωτών για συμπληρωματική διατροφή. Στα καταστήματα συναφούς εμπορικής δραστηριότητας, όπως εμπορία ειδών ομορφιάς ή καλλυντικών, ο καταναλωτής μπορεί να επιλέξει μεταξύ 2-3 εμπορικών σημάτων.

Τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης φαίνεται να διαθέτουν κατά μέσο τα συμπληρώματα διατροφής σε φθηνότερες τιμές συγκριτικά με τα φαρμακεία και τα ηλεκτρονικά φαρμακεία. Αντίθετα, οι βιταμίνες φαίνεται να πωλούνται φθηνότερα στα ηλεκτρονικά φαρμακεία συγκριτικά με τα φαρμακεία και τα καταστήματα τροφίμων. Κατά την περίοδο 2010-2016, η λιανική τιμή των συμπληρωμάτων διατροφής στα φαρμακεία μειώθηκε 15% περίπου κατά μέσο όρο, ενώ των βιταμινών αυξήθηκε κατά 28%. Άλλοι παράγοντες που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη στη διαμόρφωση των τιμών εκτός της απελευθέρωσης του δικτύου διάθεσης είναι η αύξηση του όγκου των πωλήσεων στα σχετικά παρασκευάσματα από το 2010 έως το 2016, οι επαναλαμβανόμενες αλλαγές στο ύψος του ΦΠΑ, η τάση των καταναλωτών για εισαγωγή των βιταμινών και των συμπληρωμάτων διατροφής στο καθημερινό διαιτολόγιό τους, η έντονη διαφήμιση για την προσέλκυση νέων καταναλωτών, η πληθώρα των σκευασμάτων καθώς και η συνεχής εξειδίκευση και ανανέωσή τους.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας. Έγγραφο 2010/ΕΕ της 1ης Φεβρουαρίου 2010. Έγγραφο καθοδήγησης για την εφαρμογή του κανονισμού αμοιβαίας αναγνώρισης στα συμπληρώματα διατροφής.
- Διαφήμιση συμπληρωμάτων διατροφής. (Εγκύκλιος 55220/22.7.2009). Αθήνα: ΕΟΦ.
- Τροποποίηση της νομοθεσίας περί συμπληρωμάτων διατροφής. (Εγκύκλιος 89970/22.11.2013). Αθήνα: ΕΟΦ.
- Ηλεκτρονική υποβολή γνωστοποιήσεων κυκλοφορίας συμπληρωμάτων διατροφής, προϊόντων ειδικής διατροφής. (Εγκύκλιος 36563/ 27.5.2016). Αθήνα: ΕΟΦ.
- ICAP, 2012. *Συμπληρώματα Διατροφής*. Αθήνα: ICAP.
- Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών, 2011. *Διατροφικές Συνήθειες, Έρευνα γνώμης*. Αθήνα: Κέντρο Προστασίας Καταναλωτών.
- ΠΡΟΣΥΦΑΠΕ, 2010. *Τιμοκατάλογος παραφαρμακευτικών προϊόντων*. Αθήνα: ΠΡΟΣΥΦΑΠΕ.
- Euromonitor International, 2015. *Vitamins and Dietary Supplements in Greece*. London: Euromonitor International.
- OECD, 2014. *OECD Competition Assessment Reviews: Greece*. [pdf] OECD. Διαθέσιμο στο: <<http://dx.doi.org/10.1787/9789264206090-en>>.
- OECD, 2010. *Competition Assessment Toolkit, Competition Law and Policy*. Greek Version, Volume I and II. Paris: OECD.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ

5.1. Γενικά

Οι κλάδοι του Χονδρικού και Λιανικού Εμπορίου είναι ιδιαίτερα σημαντικοί για την ελληνική οικονομία. Αθροιστικά αντιπροσωπεύουν περίπου το 10% της παραγόμενης προστιθέμενης αξίας στη χώρα, κατά μέσον όρο, τα τελευταία δέκα χρόνια (2005-2014), με το μερίδιο αυτό να κυμαίνεται από 15,3% το 1997 έως 9% το 2013, εμφανίζοντας τάσεις μείωσης διαχρονικά. Σημειώνεται ότι το 2014 το μερίδιο των δύο κλάδων αθροιστικά είναι ελαφρώς αυξημένο σε σύγκριση με το 2013. Το μερίδιο των απασχολουμένων στους κλάδους του εμπορίου αυξήθηκε οριακά τα τελευταία χρόνια, κινούμενο περίπου στο 16% της συνολικής απασχόλησης. Η μείωση του αριθμού των απασχολουμένων στο εμπόριο από το 2008 ως σήμερα ήταν αντίστοιχη με εκείνη στο σύνολο της οικονομίας, άρα το πλήγμα στην απασχόληση από την κρίση ήταν ισχυρό και στο εμπόριο. Ενδεικτικά, οι απασχολούμενοι στο εμπόριο, χονδρικό και λιανικό, μειώθηκαν στην Ελλάδα την περίοδο 2008-2014 κατά 23,3%, από 736 χιλ. άτομα σε 546 χιλ. άτομα περίπου.

Στο πλαίσιο των προσπαθειών ανάκαμψης της ελληνικής οικονομίας, ο κλάδος του εμπορίου έγινε αντικείμενο παρεμβάσεων με σκοπό τη μείωση των εμποδίων στον ανταγωνισμό που έθετε το θεσμικό πλαίσιο και τη βελτίωση της αποτελεσματικότητάς του. Είναι χαρακτηριστικό ότι το περιθώριο κέρδους στο λιανικό εμπόριο (πλην μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών) είναι υψηλότερο από τον μέσο όρο των κρατών-μελών του ΟΟΣΑ (OECD, 2016)¹⁹. Απώ-

¹⁹ Ωστόσο, πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι στην Ελλάδα η αμοιβή του επιχειρηματία συνυπολογίζεται στα κέρδη και, επομένως, τα τελευταία πιθανόν

τερος στόχος ήταν η αύξηση της ευελιξίας της αγοράς που θα επέτρεπε την αύξηση του ανταγωνισμού και τη μείωση των τιμών, ώστε να αντισταθμιστεί η μείωση των εισοδημάτων που προήλθε από την κρίση και τις πολιτικές λιτότητας που υιοθετήθηκαν. Σχετικές παρεμβάσεις πραγματοποιήθηκαν στο θεσμικό πλαίσιο που διέπει τη διενέργεια εκπνώσεων και προσφορών. Αυτές οι παρεμβάσεις αποτελούν το αντικείμενο του παρόντος κεφαλαίου.

Στόχος των παρεμβάσεων που προτάθηκαν από τον ΟΟΣΑ (OECD, 2014), και συζητούνται διεξοδικά στη συνέχεια, είναι η απελευθέρωση του πεδίου των προσφορών και εκπνώσεων από κανόνες που περιορίζουν τον ανταγωνισμό και, κατά συνέπεια, αυξάνουν τις τιμές για τον καταναλωτή. Στο κεφάλαιο αυτό γίνεται μια πρώτη προσπάθεια να αξιολογηθεί ο βαθμός πραγματοποίησης των προτεινόμενων παρεμβάσεων από την ελληνική πλευρά και, στη συνέχεια, να αξιολογηθούν οι επιπτώσεις τους στην απασχόληση στον κλάδο του λιανικού εμπορίου και στις τιμές. Λόγω έλλειψης στοιχείων είναι αδύνατη η εκτίμηση των επιπτώσεων στον αριθμό των επιχειρήσεων, επομένως δίνεται μόνο μια περιγραφή της εξέλιξης βασικών μεγεθών. Αντί αυτού, επιχειρείται η εκτίμηση των επιπτώσεων στον κύκλο εργασιών των επιχειρήσεων και στον δείκτη όγκου πωλήσεων, όμως και σε αυτές τις περιπτώσεις τα μεγέθη είναι συγκεντρωτικά. Επίσης, λόγω του σύντομου χρονικού διαστήματος που μεσολαβεί από την υλοποίηση των παρεμβάσεων, η ανάλυση είναι εκ των πραγμάτων εξαιρετικά βραχυχρόνια. Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία (Anderson *et al.*, 2014· Bouis *et al.*, 2012· OECD, 2012) οι επιπτώσεις των παρεμβάσεων στην αγορά προϊόντων και υπηρεσιών βραχυχρόνια είναι πολύ δύσκολο να στοιχειοθετηθούν.

Οι επιπτώσεις των θεσμικών παρεμβάσεων στην απασχόληση αναμένονται θετικές, εφόσον καταστήσουν την αγορά περισσότε-

υπερεκτιμώνται. Από την άλλη πλευρά, το περιθώριο κέρδους είναι μικρότερο σε άλλες χώρες με συγκρίσιμα ποσοστά αυτοαπασχόλησης (OECD, 2016). Επιπλέον, την περίοδο 1996-2013 το περιθώριο κέρδους στο λιανικό εμπόριο στην Ελλάδα μειώθηκε παράλληλα με τη μείωση των περιορισμών, ακολουθώντας το μοτίβο στην υπόλοιπη Ευρώπη (Thum-Thysen and Canton, 2015).

ρο αποτελεσματική, λόγω της μείωσης του κόστους και του διοικητικού βάρους, και, άρα, επιτρέψουν με αυτόν τον τρόπο όχι μόνο στις λειτουργούσες επιχειρήσεις να αναπτυχθούν προσλαμβάνοντας επιπλέον προσωπικό, αλλά και σε νέες επιχειρήσεις να εισέλθουν στον κλάδο (OCED, 2014). Επιπλέον, στον βαθμό που θα διευρυνθούν τα περιθώρια προσφορών και εκπτώσεων, τόσο χρονικά όσο και ποσοτικά, λόγω των θεσμικών παρεμβάσεων, αναμένονται πτωτικές τάσεις στις τιμές των προϊόντων. Παράλληλα, η ένταση του ανταγωνισμού αναμένεται να συμβάλλει στη μείωση των τιμών καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Ωστόσο, ένα ακόμη σημείο που πρέπει να προβληματίσει είναι το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον, καθώς ενδέχεται να εμποδίζει τις θετικές επιπτώσεις των θεσμικών παρεμβάσεων να υλοποιηθούν (OECD, 2012· Cacciatore *et al.*, 2012). Επιπλέον, άλλοι ισχυρίζονται ότι οι επιπτώσεις ενδέχεται να είναι ουδέτερες ή ακόμη και αρνητικές σε βραχυχρόνιο επίπεδο²⁰ υπό προϋποθέσεις²¹, όταν η οικονομία βρίσκεται σε ύφεση, όπως συμβαίνει με την ελληνική τα τελευταία χρόνια (Eggertsson *et al.*, 2014).

5.2. Επισκόπηση θεσμικού πλαισίου

Η πρώτη προσπάθεια διαμόρφωσης του νομικού πλαισίου που διέπει τις προσφορές και τις εκπτώσεις στη χώρα έγινε το 1978 με τον Νόμο 802/1978 (Πίνακας 5.1). Ο νόμος αυτός όριζε (άρθρο 15) ότι επιτρέπεται η πώληση εμπορευμάτων με μειωμένη τιμή καθ' όλη τη διάρκεια του έτους μετά από απόφαση του Υπουργού Εμπορίου ή του οικείου Νομάρχη μετά από εξουσιοδότηση του Υπουργού Εμπορίου. Με τη σχετική απόφαση καθορίζονταν όλοι οι όροι και οι προϋποθέσεις, ο χρόνος έναρξης και λήξης, ο τρόπος διάθεσης και κάθε άλλη λεπτομέρεια. Επομένως, οι περιορισμοί στη διενέρ-

²⁰ Βλέπε ένα σημείωμα με τίτλο Europe's way out του D. Rodrik που είναι διαθέσιμο στο: <<https://www.project-syndicate.org/commentary/saving-the-long-run-in-the-eurozone-by-dani-rodrik?barrier=true>>.

²¹ Βλέπε τον ρόλο της μακροοικονομικής διαχείρισης και τη σχέση της με τις διαρθρωτικές αλλαγές.

γεια προσφορών και εκπτώσεων πριν από τριάντα χρόνια περίπου ήταν στη διακριτική ευχέρεια του εκάστοτε Υπουργού Εμπορίου.

Η ρύθμιση μεταβλήθηκε το 2005 με τον Νόμο 3377/2005, με τον οποίο ορίστηκε συγκεκριμένη περίοδος διενέργειας εκπτώσεων δύο φορές τον χρόνο για διάστημα πέντε εβδομάδων τον χειμώνα (από την 20η Ιανουαρίου ή την αρχή της πρώτης εβδομάδας μετά την ημερομηνία αυτή) και έξι εβδομάδων το καλοκαίρι (από την 15η Ιουλίου ή την αρχή της πρώτης εβδομάδας μετά την ημερομηνία αυτή). Τριάντα (30) μέρες πριν την έναρξη των εκπτώσεων απαγορεύτηκε η διαφήμισή τους από τους υπεύθυνους των καταστημάτων με οποιονδήποτε τρόπο. Επιπλέον, ο νόμος αποσαφήνισε το περιεχόμενο του όρου «προσφορές». Ο όρος αφορούσε στη διάθεση συγκεκριμένης ομάδας προϊόντων, και όχι μεμονωμένων προϊόντων, σε τιμές χαμηλότερες των τρεχουσών για μέγιστο διάστημα δέκα (10) ημερών. Τα προϊόντα σε προσφορά δεν έπρεπε να ξεπερνούν το 50% των προϊόντων που διέθετε το κατάστημα, ενώ νέα προσφορά για τα ίδια προϊόντα δεν μπορούσε να πραγματοποιηθεί πριν το πέρας εξήντα (60) ημερών. Ο υπεύθυνος του καταστήματος ήταν υποχρεωμένος να ανακοινώνει τα είδη σε προσφορά στη Διεύθυνση Εμπορίου της οικείας Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης και τον Εμπορικό Σύλλογο, τουλάχιστον μια ημέρα πριν. Με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης καθορίστηκε η περίοδος μειωμένων τιμών για τα χριστουγεννιάτικα είδη, καθώς και οι όροι και προϋποθέσεις χαρακτηρισμού των καταστημάτων πώλησης αποθεμάτων (stock) και των εκπτώτικων καταστημάτων (outlet), καθώς και η πώληση εμπορευμάτων από τα καταστήματα αυτά. Σε κάθε περίπτωση, εκπτώσεις ή προσφορές, ήταν αναγκαία η ανάρτηση σε εμφανές σημείο της τιμής πριν και μετά τη δράση, ενώ προβλέπονταν πρόστιμα για τους παραβάτες.

Συμπερασματικά, ο Νόμος 3377/2005 καθόρισε ένα σαφές και σταθερό πλαίσιο διενέργειας εκπτώσεων, ξεκαθάρισε την έννοια των προσφορών και έθεσε για πρώτη φορά στο τραπέζι του διαλόγου το ζήτημα των καταστημάτων stock και outlet. Ωστόσο, επέ-

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1
Βασικό θεσμικό πλαίσιο για προσφορές και εκπτώσεις

| | |
|--|--|
| <p>Πριν (έως 31/12/2013)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Ν. 802/1978 (ΦΕΚ 121/Α/9.8.1978): «Περί τροποποίησης και συμπληρώσεως του Ν. 3475/1955 «περί τυποποίησης νωπών αγροτικών προϊόντων και ιδρύσεως κεντρικών και τοπικών αγορών αυτών και άλλων τινών διατάξεων», άρθρο 15. • Υ.Α. Α4/37/2004 (ΦΕΚ 59/Β/19.1.2004): «Προσφορές ειδών από τις εμπορικές επιχειρήσεις λιανικής πώλησης». • Υ.Α. Α4/1150/2005 (ΦΕΚ 885/Β/29.6.2005): «Τακτικές εκπτώσεις». • Ν. 3377/2005 (ΦΕΚ 202/Α/19.8.2005): «Αρχές και κανόνες για την εξυγίανση της λειτουργίας και την ανάπτυξη βασικών τομέων του εμπορίου και της αγοράς - Θέματα Υπουργείου Ανάπτυξης, άρθρο 14». • Υ.Α. Α4/1699/2005 (ΦΕΚ 1576/Β/15.11.2005): «Προσφορές Χριστουγεννιάτικων ειδών». • Αρ. πρωτ. Α4/1634/20.10.2005: «Ερμηνευτική εγκύκλιος του Ν. 3377/2005» • Υ.Α. Α4/1863/2005 (ΦΕΚ 1985/Β/30.12.2005): «Καταστήματα Stock και Outlet». • Ν. 4177/2013 (ΦΕΚ 173/Α/8.8.2013): «Κανόνες ρύθμισης της αγοράς προϊόντων και της παροχής υπηρεσιών και άλλες διατάξεις». Άρθρο 15: Εκπτώσεις- προσφορές, Άρθρο 21: Ειδικές κυρώσεις για εκπτώσεις, προσφορές και λειτουργία τις Κυριακές. • Υ.Α. Α2-861/2013 (ΦΕΚ 2044/Β/22.8.2013): «Κανόνες διακίνησης και εμπορίας προϊόντων και παροχής υπηρεσιών (Δι.Ε.Π.Π.Υ.)». Άρθρο 98: Προωθητικές ενέργειες. |
| <p>Μετά (από 1/1/2014 και ύστερα)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Ν. 4254/2014 (ΦΕΚ 85/Α/7.4.2014): «Μέτρα στήριξης και ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας στο πλαίσιο εφαρμογής του ν. 4046/2012 και άλλες διατάξεις». Κεφάλαιο Α: Μέτρα στήριξης και ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας στο πλαίσιο εφαρμογής του Ν. 4046/2012, Άρθρο Πρώτο, Υποπαρ. ΣΤ.5: «Άρση εμποδίων στον ανταγωνισμό στον κλάδο του λιανικού εμπορίου- Λοιπές ρυθμίσεις». • Υ.Α. 56885/2014 (ΦΕΚ 3107/Β/19.11.2014): «Κώδικας Δεοντολογίας για την προστασία του καταναλωτή κατά τις προσφορές, τις εκπτώσεις και τις προωθητικές ενέργειες». • Ν. 4336/2015 (ΦΕΚ 94/Α/14.8.2015): «Συνταξιοδοτικές διατάξεις-Κύρωση του Σχεδίου Σύμβασης Οικονομικής Ενίσχυσης από τον Ευρωπαϊκό Μηχανισμό Σταθερότητας και ρυθμίσεις για την υλοποίηση της Σύμφωνίας Χρηματοδότησης». Άρθρο 2, Παρ. Α: «Ρυθμίσεις θεμάτων αρμοδιότητας Υπουργείου Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας και Τουρισμού», Υποπαρ. Α.3: «Ρύθμιση διαφόρων θεμάτων», 6. Εκπτώσεις/προσφορές. |

βαλε περιορισμούς (π.χ. προηγούμενη γνωστοποίηση προσφορών στις αρμόδιες αρχές, απαγόρευση ανακοίνωσης εκπτώσεων πριν την έναρξη, προσφορές για ομάδα προϊόντων και όχι μεμονωμένων ειδών ή συγκεκριμένη χρονική διάρκεια αυτών), οι οποίοι δύσκολα

μπορούν να δικαιολογηθούν με γνώμονα την αύξηση του ανταγωνισμού προς όφελος των καταναλωτών.

Ένα παράδειγμα υπουργικής απόφασης που καθορίζει τις προϋποθέσεις χαρακτηρισμού καταστημάτων stock και outlet, καθώς και τους όρους λειτουργίας τους, αποτελεί η υπ' αρ. Α4/1863/30.12.2005 απόφαση του Υφυπουργού Ανάπτυξης. Σύμφωνα με την απόφαση αυτή, ως τέτοια καταστήματα χαρακτηρίζονται είτε ανεξάρτητα (stock) είτε των οικείων εμπορικών ή μεταποιητικών επιχειρήσεων (outlet) καταστήματα²², τα οποία οφείλουν να διαθέτουν προϊόντα προηγούμενων περιόδων (αποθέματα), παλαιάς μόδας, καταργημένων, παλαιών ή μη εμπορεύσιμων εμπορικών κωδικών, παλαιών εμπορικών σειρών, παλαιά εν γένει αποθέματα, είδη ξεπερασμένης τεχνολογίας και καταναλωτικών συνηθειών ή ελαττωματικά είδη. Τα εν λόγω καταστήματα υποχρεούνται να γνωστοποιούν στον καταναλωτή ότι τα είδη που πωλούν αφορούν σε παλαιά αποθέματα ή ελαττωματικά και να αναγράφουν την τελική τιμή μόνο, η οποία πρέπει να είναι μικρότερη από την κανονική τιμή των σχετικών ειδών. Κεντρικό σημείο της απόφασης είναι η εξαίρεση των καταστημάτων αυτών από τη διενέργεια εκπτώσεων και προσφορών, όπως αυτές ορίζονται από τους δύο προαναφερθέντες νόμους.

Η επόμενη νομοθετική αλλαγή που αφορά σε εκπτώσεις και προσφορές πραγματοποιείται με τον Νόμο 4177/2013. Με την παρέμβαση αυτή η συχνότητα των εκπτώσεων διπλασιάζεται στις τέσσερις (4) φορές το χρόνο. Πρακτικά, προστέθηκαν δύο ακόμη περίοδοι τακτικών εκπτώσεων, οι ενδιάμεσες εκπτώσεις περιόδοι, οι οποίες ορίστηκαν για το πρώτο δεκαήμερο του Μαΐου και το πρώτο δεκαήμερο του Νοεμβρίου. Από τη διάταξη εξαιρούνται οι πωλήσεις αυτοκινήτων. Οι περιορισμοί ως προς την ανακοίνωση των εκπτώσεων διατηρήθηκαν στις τριάντα (30) ημέρες, ενώ δόθηκε η δυνατότητα να αναγράφεται και το ποσοστό της έκπτωσης, πέρα από την αρχική και την τελική τιμή. Ακόμη, ο εν λόγω νόμος προ-

²² Από την ερμηνεία της απόφασης προκύπτει ότι η ειδοποιός διαφορά των δύο ειδών καταστημάτων έγκειται στο ιδιοκτησιακό καθεστώς. Συγκεκριμένα, τα outlet ανήκουν ιδιοκτησιακά και λειτουργούν υπό την εποπτεία της επιχείρησης που παρέχει τα εμπορεύματα. Αντίθετα, τα stock καταστήματα έχουν διαφορετικό ιδιοκτησιακό καθεστώς και μπορούν, ως εκ τούτου, να συνεργάζονται με πολλαπλούς προμηθευτές.

βλέπει ότι οι προσφορές μπορούν να αφορούν σε μεμονωμένα προϊόντα, εκτός από προϊόντα ορισμένης κατηγορίας, αν και διατηρείται η διάρκεια των δέκα (10) ημερών, καθώς και οι εξήντα (60) ημέρες ως την επόμενη προσφορά. Εξαιρέση αποτελούν οι εκθέσεις αυτοκινήτων, οι οποίες μπορούν να διατηρούν προσφορές ως εξήντα (60) ημέρες. Επιπλέον, διατηρείται ο περιορισμός του 50% των προϊόντων του καταστήματος σε προσφορά, όπως και η υποχρέωση ενημέρωσης του αρμόδιου φορέα (Παρατηρητήριο Τιμών Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή του νυν Υπουργείου Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού) τουλάχιστον μία ημέρα πριν την προσφορά, ενώ ορίζεται και υποχρέωση γνωστοποίησης της προσφοράς στην ιστοσελίδα της επιχείρησης. Αναφορικά με τα καταστήματα stock και outlet, καθορίζονται οι όροι και προϋποθέσεις χαρακτηρισμού τους ως τέτοιων και η πώληση εμπορευμάτων από αυτά με απόφαση του Υπουργού Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας (όμοια απόφαση με την προαναφερθείσα με αρ. Α4/1863/30.12.2005), καθώς και το χρονικό διάστημα κατά το οποίο τα εποχικά είδη μπορούν να προσφέρονται σε μειωμένες τιμές.

Με την υπ' αρ. Α2/861/22.8.2013 απόφαση του Υφυπουργού Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας διευκρινίζεται ο όρος «προωθητικές ενέργειες» ως μορφές πώλησης συσκευασμένων προϊόντων (είδη μαζικής κατανάλωσης και ενδεικτικά είδη παντοπωλείου) που δηλώνεται ότι πωλούνται φθηνότερα, σε συσκευασία που περιέχει επιπλέον ποσότητα ως δώρο, σε πολυσυσκευασία με όμοια προϊόντα σε χαμηλότερη τιμή ή μαζί με δώρο, προϊόντα μαζί με άλλα ανόμοια προϊόντα ως δώρο, σε συνδυασμό με εκπτωτικά κουπόνια ή συμμετοχή σε προγράμματα επιβράβευσης πιστότητας. Ορίζεται ρητά ότι οι εκπτώσεις που αφορούν σε μια κατηγορία προϊόντων στο ίδιο σημείο λιανικής πώλησης δεν αποτελούν προωθητική ενέργεια. Επιπλέον, στις προωθητικές ενέργειες πρέπει να αναγράφεται ρητά η μοναδιαία τιμή πριν και μετά την προωθητική ενέργεια, ώστε να είναι εμφανές και ξεκάθαρο στον καταναλωτή το όφελος που προκύπτει από αυτή. Επιπρόσθετα, τα προϊόντα που υπόκεινται σε προωθητική ενέργεια πρέπει να πωλούνται και ξεχωριστά, το επιπλέον προϊόν, όταν πρόκειται για ανόμοιο προϊόν, δεν πρέπει να υπερβαίνει την αξία του πωλούμενου προϊόντος, ενώ

η τιμή των σχετικών προϊόντων δεν πρέπει να έχει αυξηθεί τουλάχιστον δύο (2) μήνες πριν την προωθητική ενέργεια.

Ένα έτος μετά, ο Νόμος 4254/2014 εισάγει για πρώτη φορά Κώδικα Δεοντολογίας, ο οποίος διαμορφώθηκε από τον Υπουργό Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού μετά από διαβούλευση με τους συλλογικούς φορείς της αγοράς και έχει ως στόχο την προστασία του καταναλωτή σε σχέση με τις προσφορές, εκπτώσεις και προωθητικές ενέργειες. Με όμοια απόφαση, όπως και στο παρελθόν, ορίζονται εφεξής οι περίοδοι πώλησης των εποχικών ειδών με μειωμένη τιμή, καθώς και τα θέματα που αφορούν στα καταστήματα stock και outlet. Η διαμόρφωση κώδικα δεοντολογίας είναι σε συμφωνία με τις διατάξεις του Νόμου 4177/2013 για τις εκπτώσεις και προσφορές, πέρα από αυτές που καθορίζουν τις περιόδους τακτικών εκπτώσεων και την ευθύνη του Υπουργού Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας να εκδίδει αποφάσεις για τα εποχικά είδη και τα stock και outlet καταστήματα. Επιπλέον, ο Νόμος 4254/2014 εξομοιώνει τα stock και outlet καταστήματα με τα λοιπά εμπορικά καταστήματα ως προς το καθεστώς των εκπτώσεων και προσφορών (όπως προαναφέρθηκε, ρητή διαφοροποίηση υπήρχε βάσει της υπουργικής απόφασης αρ. Α4/1863/30.12.2005), ενώ επιπλέον καταργούνται οι περιορισμοί στις προωθητικές ενέργειες που αφορούν αφενός στην αξία του δώρου που προσφέρεται μαζί με το προϊόν και αφετέρου στο χρονικό διάστημα των δύο (2) μηνών από τη μεταβολή της τιμής του προϊόντος που υπόκειται σε προωθητική ενέργεια.

Ο Κώδικας Δεοντολογίας θεσπίστηκε με την υπ' αρ. 56885/19.11.2014 απόφαση του Υφυπουργού Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας στα τέλη του 2014 και αφορά στο σύνολο των επικοινωνιών πώλησης αγαθών ή παροχής υπηρεσιών με μειωμένη τιμή ή με πρόσθετο όφελος ή με προσδοκία οφέλους κατά τη διάρκεια των εκπτώσεων, προσφορών, προωθητικών ενεργειών ή άλλων συναφών πρακτικών. Στόχος είναι η προστασία των καταναλωτών με τη θέσπιση κανόνων για τα ανωτέρω. Οι διαφορές που εντοπίζονται σε σύγκριση με την παλαιότερη νομοθεσία αφορούν στην υποχρέωση αναγραφής του ποσοστού των εκπτώσεων, εφόσον οι εκπτώσεις αφορούν πάνω από το 60% των προϊόντων του καταστήματος, ενώ όταν υπάρχουν διαφορετικά ποσοστά έκπτωσης πρέπει

να αναγράφεται το εύρος της έκπτωσης (π.χ. από ... έως...). Προσφορές μπορούν να πραγματοποιούνται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, εκτός από τις περιόδους των τακτικών εκπτώσεων. Ωστόσο, τα προϊόντα σε προσφορά δεν πρέπει να ξεπερνούν το 50% των προϊόντων που πωλούνται στο κατάστημα. Η γλώσσα επικοινωνίας είναι η ελληνική και, στη συνέχεια, οποιαδήποτε άλλη γλώσσα. Επιπλέον, κωδικοποιούνται όλοι οι ανωτέρω νόμοι και υπουργικές αποφάσεις που αφορούν τόσο σε εκπτώσεις, προσφορές και προωθητικές ενέργειες, όσο και στις προϋποθέσεις και στους κανόνες λειτουργίας των καταστημάτων stock και outlet. Τα τελευταία στις εκπτωτικές περιόδους υποχρεούνται να εμφανίζουν όλες τις ενδιάμεσες τιμές των προϊόντων διαγραμμένες, όπως και το ιδιαίτερο χαρακτηριστικό του προϊόντος, π.χ. ελαττωματικό. Ένα ενδιαφέρον στοιχείο της απόφασης είναι η δημιουργία βάσης καταγγελιών που τηρείται στη Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή, ενώ οι καταγγελίες μπορούν να καταχωρίζονται και ηλεκτρονικά.

Να σημειωθεί στο σημείο αυτό ότι, σύμφωνα με την Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (ΕΣΕΕ), δηλαδή το συνδικαλιστικό όργανο των εμπόρων, του Κώδικα Δεοντολογίας προηγήθηκαν διαβουλεύσεις μεταξύ του Υπουργείου Ανάπτυξης, της ΕΣΕΕ, ενώσεων καταναλωτών και άλλων κοινωνικών εταίρων το καλοκαίρι του 2014. Μετά την κατάρτιση σχετικού κειμένου που συμφωνήθηκε από όλους τους εμπλεκόμενους, τελικώς επικράτησε το κείμενο ως ισχύει σήμερα, δηλαδή με σημαντικές διαφοροποιήσεις από το αρχικό. Ένα παράδειγμα είναι η πρόθεση κατάργησης των ενδιάμεσων εκπτώσεων του Μαΐου και του Νοεμβρίου. Ένα άλλο παράδειγμα είναι ο ορισμός των εκπτώσεων ως πρακτική τέλους εποχής, ορισμός ο οποίος πρακτικά αφαιρεί τη νομιμοποίηση των ενδιάμεσων εκπτωτικών περιόδων.

Ο πιο πρόσφατος σχετικός νόμος που ψηφίστηκε από το ελληνικό κοινοβούλιο ήταν ο Ν. 4336/2015. Σύμφωνα με αυτόν, διατηρούνται οι τακτικές περίοδοι πώλησης εμπορευμάτων ή υπηρεσιών με μειωμένες τιμές τέσσερις (4) φορές τον χρόνο σε συγκεκριμένες ημερομηνίες, όπως ακριβώς προβλέπει ο Νόμος 4177/2013. Επιπλέον, ο νόμος προσθέτει μία ακόμη παράγραφο σύμφωνα με την οποία επιτρέπεται η πώληση εμπορευμάτων ή υπηρεσιών με μειω-

μένες τιμές καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και, μάλιστα, χωρίς υποχρέωση προηγούμενης γνωστοποίησης. Αυτό σημαίνει ότι το καθεστώς των προσφορών απελευθερώνεται πλήρως και οι σχετιζόμενες με αυτό πρακτικές υπόκεινται μόνο στον Κώδικα Δεοντολογίας.

Συνοψίζοντας, οι τακτικές εκπτώσεις σε εμπορεύματα και υπηρεσίες ορίζονται από τον νόμο σε τέσσερις (4) φορές τον χρόνο, δύο μακράς διάρκειας (περίπου 1,5 μήνα) και δύο ενδιάμεσες μικρής διάρκειας (10 ημερών) σε συγκεκριμένες ημερομηνίες. Επιπλέον, προσφορές μπορούν να πραγματοποιηθούν καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, χωρίς περιορισμούς ως προς τη διάρκεια, το είδος των εμπορευμάτων και άλλους χρονικούς περιορισμούς, π.χ. διάστημα από την τελευταία προσφορά. Οι μόνοι περιορισμοί, οι οποίοι μάλλον ως κανόνες ορθής συμπεριφοράς θα πρέπει να γίνονται αντιληπτοί, προέρχονται από τον Κώδικα Δεοντολογίας και στοχεύουν στην προστασία των καταναλωτών.

5.3. Εξελίξεις βασικών μεγεθών

Η ανάλυση των βασικών μεγεθών που ακολουθεί βασίζεται σε δημοσιευμένα στοιχεία είτε της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής (ΕΛΣΤΑΤ), είτε της αντίστοιχης Ευρωπαϊκής Στατιστικής Αρχής (EUROSTAT). Καθώς η πρακτική των εκπτώσεων και προσφορών αφορά κυρίως σε καταστήματα και επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου, η ανάλυση εστιάζει στις εξελίξεις που έλαβαν χώρα στην Ελλάδα στον κλάδο του λιανικού εμπορίου, μη συμπεριλαμβανομένων των καταστημάτων εμπορίας αυτοκινήτων και μοτοσυκλετών. Λεπτομερέστερη ανάλυση δεν είναι εφικτή, λόγω έλλειψης στοιχείων.

Απασχόληση

Η απασχόληση²³ συνολικά στην Ελλάδα μειώθηκε σημαντικά τα τελευταία χρόνια εξαιτίας της μείωσης της ζήτησης για αγαθά και υπηρεσίες, που σχετίζεται με την οικονομική κρίση και τις πολιτικές λιτότητας. Ενδεικτικά, ένας στους τέσσερις απασχολού-

²³ Οι αναφορές σε τριμηνιαία δεδομένα βασίζονται στις Έρευνες Εργατικού Δυναμικού της ΕΛΣΤΑΤ. Οι αναφορές σε ετήσια δεδομένα βασίζονται σε στοιχεία της EUROSTAT.

μενους έχασε τη δουλειά του στη χώρα από το τέταρτο τρίμηνο του 2008 ως το τέταρτο τρίμηνο του 2015. Συνολικά, χάθηκαν 956,2 χιλ. θέσεις εργασίας μέσα σε επτά χρόνια. Το αποτέλεσμα είναι η ανεργία να εκτιναχθεί από 8,0% σε 24,4% την αντίστοιχη περίοδο, ποσοστό που είναι πολύ υψηλότερο για συγκεκριμένες πληθυσμιακές ομάδες, όπως είναι οι γυναίκες (28,4%) και οι νέοι (48,9%)²⁴. Παρά το γεγονός ότι η ανεργία φαίνεται να μειώθηκε, αν και με αργούς ρυθμούς, και το 2015, το ποσοστό ανεργίας παραμένει εξαιρετικά υψηλό και δεν αφήνει περιθώρια εφησυχασμού.

Σύμφωνα με τα δημοσιευμένα στοιχεία της Eurostat, ο αριθμός των απασχολούμενων στο λιανικό εμπόριο (ηλικία 15+) μειώθηκε, επίσης, τα τελευταία χρόνια, ακολουθώντας τη μείωση της συνολικής απασχόλησης. Έτσι, την περίοδο 2008-2014, πάνω από ένας στους πέντε απασχολούμενους στο λιανικό εμπόριο απώλεσε τη θέση απασχόλησής του, παρατήρηση που αντανακλάται στη μείωση των απασχολούμενων από περίπου 564 χιλ. άτομα το 2008 σε 445 χιλ. άτομα το 2014. Ωστόσο, ακριβώς λόγω της αντίστοιχης μείωσης των απασχολούμενων στο σύνολο της οικονομίας, οι απασχολούμενοι στο λιανικό εμπόριο αντιπροσωπεύουν περίπου σταθερό ποσοστό του συνόλου των απασχολούμενων (12,2% το 2008 έναντι 12,6% το 2014).

Αντίστοιχη είναι η εικόνα, αν χρησιμοποιηθούν τα πρωτογενή στοιχεία των Ερευνών Εργατικού Δυναμικού (ΕΕΔ) της ΕΛΣΤΑΤ, τα οποία υπάρχουν διαθέσιμα ως το δεύτερο τρίμηνο του 2015 (Διάγραμμα 5.1) τη στιγμή συγγραφής του παρόντος. Η μείωση της απασχόλησης στο σύνολο των κλάδων του λιανικού εμπορίου²⁵ (κωδ. 471 έως 479) από το 2008 ως το 2014²⁶ ξεπερνά το 20% και

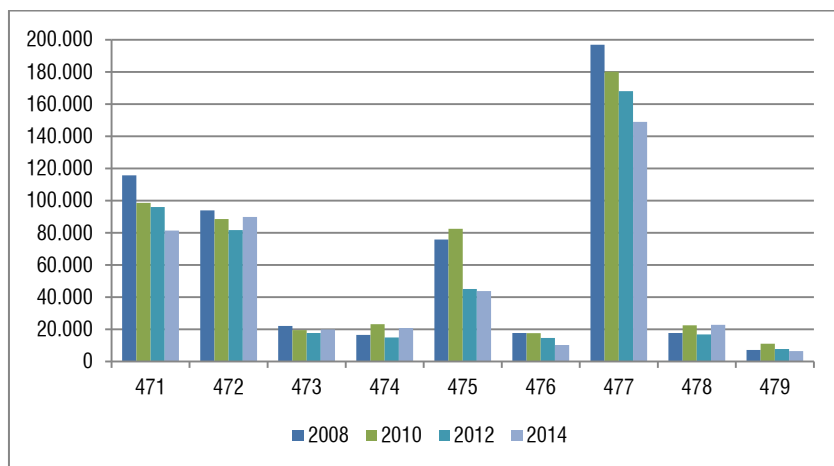
²⁴ Ως νέοι ορίζονται τα άτομα ηλικίας 15-24 ετών.

²⁵ Κλάδοι λιανικού εμπορίου (κωδ. 47): λιανικό εμπόριο σε μη εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 471), τροφίμων, ποτών και καπνού σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 472), καυσίμων κίνησης σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 473), εξοπλισμού πληροφοριακών και επικοινωνιακών συστημάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 474), άλλου οικιακού εξοπλισμού σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 475), επιμορφωτικών ειδών και ειδών ψυχαγωγίας σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 476), άλλων ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 477), σε υπαίθριους πάγκους και αγορές (κωδ. 478), εκτός καταστημάτων, υπαίθριων πάγκων και αγορών (κωδ. 479).

²⁶ Σημειώνεται ότι τα διαθέσιμα στοιχεία για το 2015 αφορούν κατά τον χρόνο συγγραφής μόνο στα δύο πρώτα τρίμηνα του έτους, σε αντίθεση με τα

ισοδυναμεί με περίπου 119.000 λιγότερες θέσεις απασχόλησης. Οι περισσότερες θέσεις απασχόλησης χάθηκαν στον κλάδο του λιανικού εμπορίου άλλων ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 477, περίπου 48.000), ο οποίος αποτελεί και τον μεγαλύτερο κλάδο του λιανικού εμπορίου σε όρους αριθμού απασχολουμένων, όμως ο κλάδος του λιανικού εμπορίου άλλου οικιακού εξοπλισμού σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 475) απώλεσε το μεγαλύτερο ποσοστό των θέσεων απασχόλησης (42,2%). Από την άλλη πλευρά, δύο κλάδοι εμφανίζουν αυξήσεις των απασχολουμένων την ίδια περίοδο που κυμαίνονται από 25% έως 30% περίπου, οι οποίες ισοδυναμούν με 4.000 έως 5.000 νέες θέσεις απασχόλησης. Πρόκειται για τους κλάδους του λιανικού εμπορίου εξοπλισμού πληροφοριακών και επικοινωνιακών συστημάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 474) και του λιανικού εμπορίου σε υπαίθριους πάγκους και αγορές (κωδ. 478).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.1
Απασχολούμενοι κατά κλάδο λιανικού εμπορίου

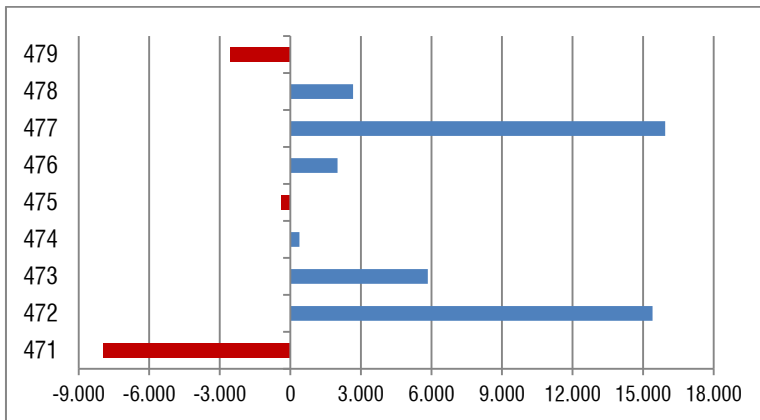


Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνες Εργατικού Δυναμικού (πρωτογενή στοιχεία).
Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

υπόλοιπα έτη στα οποία αφορούν σε ολόκληρο το έτος. Για τον λόγο αυτό προτιμάται η αναφορά στην περίοδο 2008-2014.

Τα δύο πρώτα τρίμηνα του 2015 καταγράφεται αύξηση της απασχόλησης στο λιανικό εμπόριο συνολικά κοντά στο 7%. Με άλλα λόγια, δημιουργήθηκαν περισσότερες από 31.000 θέσεις απασχόλησης. Το αισιόδοξο στοιχείο είναι ότι έξι από τους εννέα κλάδους του λιανικού εμπορίου εμφανίζουν αύξηση των απασχολουμένων από 2% έως 30% περίπου, ενώ δύο κλάδοι δημιούργησαν πάνω από 15.000 νέες θέσεις απασχόλησης ο κάθε ένας (Διάγραμμα 5.2). Πρόκειται για τους κλάδους του λιανικού εμπορίου τροφίμων, ποτών και καπνού σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 472) και του λιανικού εμπορίου άλλων ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 477). Εξίσου σημαντική είναι η παρατήρηση ότι, σε επίπεδο οικονομίας, την ίδια περίοδο δημιουργήθηκαν 28.700 καθαρές νέες θέσεις απασχόλησης²⁷, γεγονός που σημαίνει ότι το λιανικό εμπόριο ξεχωρίζει, καθώς κανένας άλλος κλάδος δεν κατάφερε να δημιουργήσει τόσες νέες θέσεις απασχόλησης κατά τη συγκεκριμένη περίοδο. Αντίθετα, η πλειονότητα των κλάδων κατέγραψε απώλειες.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.2
Μεταβολή απασχολουμένων κατά κλάδο λιανικού εμπορίου,
2014-2015

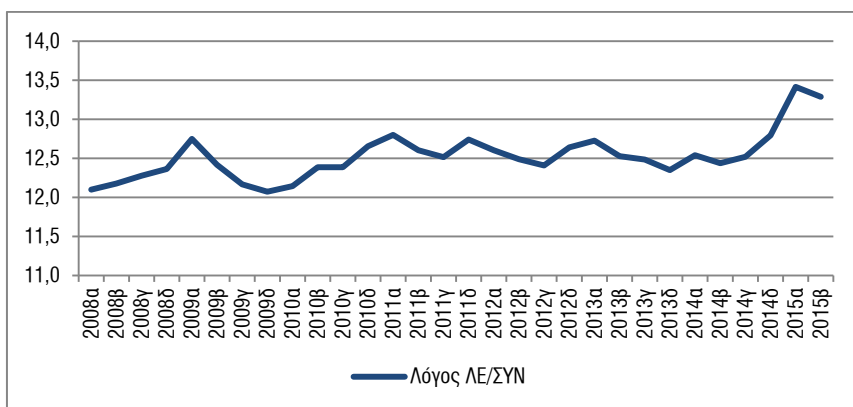


Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνες Εργατικού Δυναμικού (πρωτογενή στοιχεία).
Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

²⁷ Ο όρος «καθαρές» σημαίνει ότι, για να υπολογιστούν πρακτικά οι νέες θέσεις απασχόλησης σε επίπεδο οικονομίας, αθροίζονται οι επιμέρους/κατά κλάδο θέσεις απασχόλησης που δημιουργούνται ή χάνονται.

Οι μεταβολές στον απόλυτο αριθμό των απασχολούμενων είναι σημαντικές. Όμως εξίσου σημαντικές είναι και οι μεταβολές σε σύγκριση με το σύνολο της οικονομίας, ώστε να διαπιστωθεί αν οι μεταβολές στην απασχόληση στο λιανικό εμπόριο κινούνται παράλληλα με τις γενικότερες εξελίξεις στην απασχόληση. Σε αυτό το πλαίσιο, στο Διάγραμμα 5.3 παρουσιάζεται η εξέλιξη των απασχολούμενων στο λιανικό εμπόριο ως μερίδιο της συνολικής απασχόλησης. Παρότι η απασχόληση στο λιανικό εμπόριο μειώθηκε στη διάρκεια της κρίσης (την περίοδο 2008-2015), η μείωση αυτή ήταν μικρότερη σε σύγκριση με τη συνολική μείωση της απασχόλησης. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι οι 83 χιλ. θέσεις που χάθηκαν στο λιανικό εμπόριο συνιστούν μείωση των απασχολούμενων κατά 15% περίπου, όταν σε επίπεδο οικονομίας οι απασχολούμενοι μειώθηκαν περισσότερο από 1 εκατ., μια μείωση που αγγίζει το 22%²⁸.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.3
Μερίδιο απασχολούμενων στο λιανικό εμπόριο στο σύνολο των απασχολούμενων (%)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ. Πρωτογενή στοιχεία ΕΕΔ.

²⁸ Η μικρότερη μείωση της απασχόλησης στο λιανικό εμπόριο ενδέχεται να σχετίζεται με το κατά κανόνα μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων, καθώς, όπως παρατηρείται στην ετήσια έκθεση του INEMY-ΕΣΕΕ, οι μικρότερες εμπορικές επιχειρήσεις (ΟΕ, ΕΕ και ΑτΕ) είναι λιγότερο πρόθυμες να μειώσουν το προσωπικό τους σε σύγκριση με τις μεγαλύτερες (ΑΕ και ΕΠΕ) (INEMY-ΕΣΕΕ, 2015).

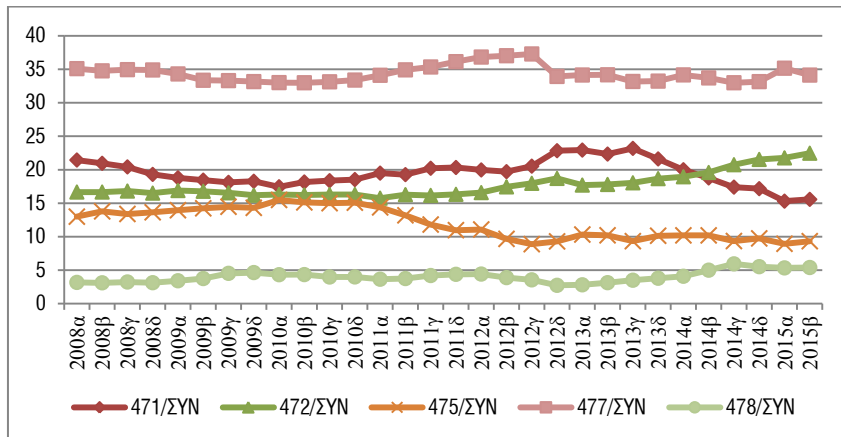
Ως αποτέλεσμα, η απασχόληση στο εμπόριο εμφανίζει μικρή αύξηση ως μερίδιο της συνολικής απασχόλησης από 12,2% το 2008β σε 13,3% το 2015β, ενώ στην πράξη υπάρχουν λιγότεροι απασχολούμενοι.

Στα Διαγράμματα 5.4α και 5.4β παρουσιάζεται η απασχόληση στους υποκλάδους του λιανικού εμπορίου ως μερίδιο της συνολικής απασχόλησης στον κλάδο. Επιστάται η προσοχή του αναγνώστη στη διαφορετική κλίμακα του κάθετου άξονα στα δύο διαγράμματα. Η έννοια των μεριδίων συνεπάγεται αυτομάτως ότι οι κινήσεις είναι σχετικές, καθώς το μερίδιο της απασχόλησης αυξομειώνεται, όταν διαφέρει ο ρυθμός μεταβολής της απασχόλησης στον υποκλάδο σε σύγκριση με τη συνολική απασχόληση στον κλάδο. Από τα στοιχεία φαίνεται ότι η απασχόληση στους υποκλάδους δεν κινήθηκε με τον ίδιο τρόπο στη διάρκεια της κρίσης. Για παράδειγμα, η απασχόληση στα *Εξειδικευμένα καταστήματα άλλων ειδών* (κωδ. 477), στον μεγαλύτερο δηλαδή εργοδότη στο λιανικό εμπόριο, στα *Εξειδικευμένα καταστήματα επιμορφωτικών ειδών και ειδών ψυχαγωγίας* (κωδ. 476) και στον υποκλάδο *Εκτός καταστημάτων, υπαίθριων πάγκων και αγορών* (κωδ. 479) αντιπροσωπεύει περίπου σταθερό μερίδιο στη συνολική απασχόληση στο λιανικό εμπόριο (κοντά στο 35%, 2,5% και κάτω του 1%, αντίστοιχα), παρά τη μείωση της απασχόλησης κατά περίπου 16%, 26% και 53%, αντίστοιχα, την περίοδο 2008β-2015β.

Η απασχόληση σε *Εξειδικευμένα καταστήματα τροφίμων, ποτών και καπνού* (κωδ. 472) έχει αυξήσει το μερίδιό της στη συνολική απασχόληση του κλάδου του λιανικού εμπορίου, καθώς το 2015β απασχολεί το 22,5% των απασχολουμένων στο λιανικό εμπόριο, ήτοι καταγράφεται αύξηση του μεριδίου κατά 6 εκατοστιαίες μονάδες, περίπου, σε σύγκριση με το 2008β. Ο συγκεκριμένος υποκλάδος σημειώνει καθαρή αύξηση των απασχολουμένων κατά 14 χιλ. άτομα, περίπου, ή 15%. Άλλοι υποκλάδοι, που αύξησαν την απασχόληση στη διάρκεια της κρίσης, είναι ο υποκλάδος των *Καυσίμων κίνησης σε εξειδικευμένα καταστήματα* (κωδ. 473) ο οποίος σημειώνει αύξηση των απασχολουμένων κατά 4,3 χιλ. άτομα ή 19,3% από το 2008 και απασχολεί το 5,5% περίπου στο λιανικό εμπόριο το 2015 (4% το 2008β), ο υποκλάδος *Εξειδικευμένων καταστημάτων εξοπλισμού πληροφοριακών και επικοινωνιακών συστη-*

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.4α

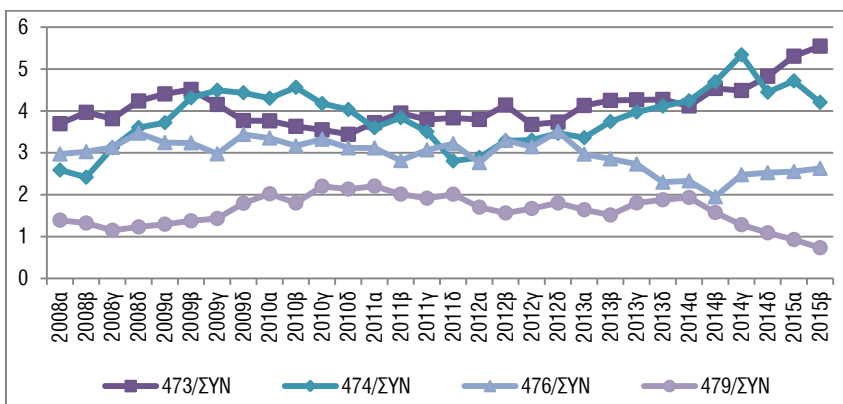
Μερίδιο απασχολουμένων κατά κλάδο λιανικού εμπορίου στο σύνολο των απασχολουμένων στο λιανικό εμπόριο (%)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, πρωτογενή στοιχεία ΕΕΔ.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.4β

Μερίδιο απασχολουμένων κατά κλάδο λιανικού εμπορίου στο σύνολο των απασχολουμένων στο λιανικό εμπόριο (%)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, πρωτογενή στοιχεία ΕΕΔ.

μάτων (κωδ. 474), ο οποίος σημειώνει αύξηση της απασχόλησης κατά περίπου 50% και απασχολεί πάνω από το 4% στο λιανικό εμπόριο (2,4% το 2008β), καθώς και ο υποκλάδος των *Υπαίθριων πάγκων και αγορών* (κωδ. 478), ο οποίος απασχολεί το 5,4% στο λιανικό εμπόριο (3,1% το 2008β) και καταγράφει αύξηση στην απασχόληση όμοια με τον υποκλάδο 474.

Σε αντιδιαστολή, η απασχόληση στα *Μη Εξειδικευμένα καταστήματα λιανικού εμπορίου* (κωδ. 471) και στα *Εξειδικευμένα καταστήματα άλλου οικιακού εξοπλισμού* (κωδ. 475) μειώθηκε στη διάρκεια της κρίσης τόσο σε απόλυτους όρους (43,3 χιλ. και 32,9 χιλ. λιγότερες θέσεις απασχόλησης, αντίστοιχα) όσο και σε σχετικούς όρους (36,6% και 42,3% μείωση των απασχολουμένων, αντίστοιχα), μείωση η οποία αντανακλάται και στο σχετικό μερίδιο απασχόλησης το οποίο μειώθηκε από 21% και 13,8% το 2008β σε 15,6% και 9,3% το 2015β, αντίστοιχα.

Προστιθέμενη αξία

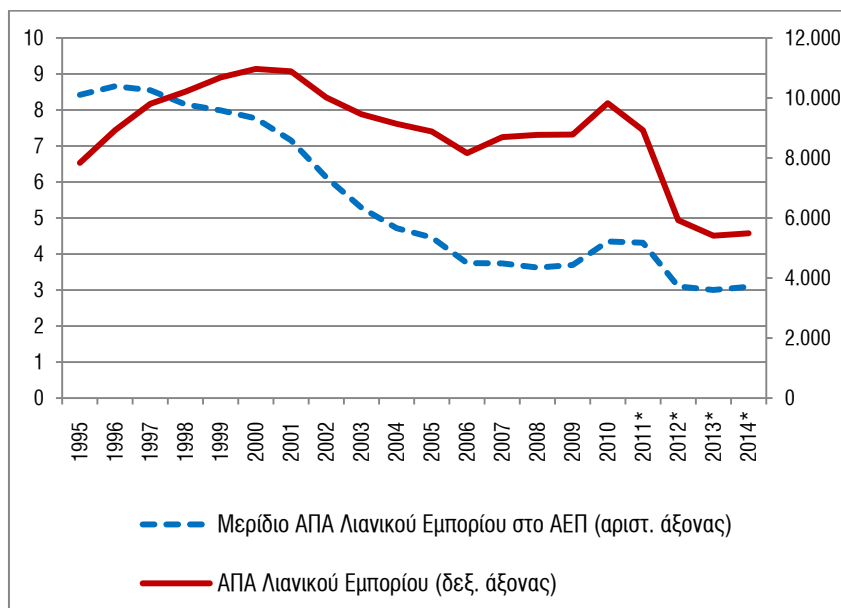
Η προστιθέμενη αξία ενός κλάδου οικονομικής δραστηριότητας ως απόλυτο μέγεθος και ως μερίδιο του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ) αντανακλά τη συμβολή του στην εθνική παραγωγή και σε μεγάλο βαθμό αντικατοπτρίζει τη σημασία του για την εθνική οικονομία. Σύμφωνα με τα αναλυτικά στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ, η ακαθάριστη προστιθέμενη αξία (ΑΠΑ) του λιανικού εμπορίου διαχρονικά εμφανίζει αυξομειώσεις, όμως η μακροχρόνια τάση φαίνεται να είναι πτωτική (Διάγραμμα 5.5). Πιο συγκεκριμένα, το λιανικό εμπόριο αναπτύσσεται σε απόλυτες τιμές ως τις αρχές της δεκαετίας του 2000, στη συνέχεια συρρικνώνεται για τα επόμενα πέντε έτη περίπου, για να αναπτυχθεί εκ νέου ως τις αρχές της τρέχουσας δεκαετίας. Έκτοτε καταγράφεται ισχυρή συρρίκνωση ως το 2013, ενώ το 2014 εμφανίζονται σημάδια σταθεροποίησης, σε επίπεδα όμως περίπου 50% χαμηλότερα από τη μέγιστη τιμή της ΑΠΑ που επετεύχθη το 2000, με την αξία να διαμορφώνεται κοντά στα 11 δισ. ευρώ. Ένα ενδιαφέρον στοιχείο που είναι σημαντικό να επισημανθεί είναι η καθυστερημένη αντίδραση του λιανικού εμπορίου στην κρίση. Έτσι, ενώ το ΑΕΠ αρχίζει να μειώνεται από το 2009, η πρώτη μείωση της αξίας του λιανικού εμπορίου καταγράφεται δύο χρόνια αργότερα, το 2011. Η συρρίκνωση που ακολου-

θεί, ωστόσο, είναι ισχυρή, καθώς η αξία του λιανικού εμπορίου μειώνεται κατά 44,2% σε μόλις τρία έτη (2011-2014).

Ως μερίδιο του ΑΕΠ η μακροχρόνια πτωτική τάση του λιανικού εμπορίου είναι πιο ξεκάθαρη, καθώς εμφανίζει διαρκή συρρίκνωση τα τελευταία είκοσι έτη και από 8,7% το 1996 σταθεροποιείται κοντά στο 3% το 2014 (Διάγραμμα 5.5). Σταθεροποιητικές τάσεις εμφανίζονται την τριετία 2006-2009, ενώ η αύξηση που ακολουθεί οφείλεται στην καθυστερημένη αντίδραση του λιανικού εμπορίου στην κρίση, όπως σημειώθηκε στην προηγούμενη παράγραφο. Ειδικότερα, τα τελευταία δέκα έτη (2005-2014) το λιανικό εμπόριο αντιπροσωπεύει κατά μέσο όρο το 4,2% του ΑΕΠ, ενώ από το 2011 και έπειτα η μείωση του μεριδίου του στο ΑΕΠ φτάνει τις 1,2 εκα-

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.5

Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία (ΑΠΑ) Λιανικού Εμπορίου (χιλ. ευρώ) και μερίδιο στο ΑΕΠ (%)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

* Προσωρινά στοιχεία.

τοστιαίες μονάδες. Επομένως, η συνεισφορά του κλάδου του λιανικού εμπορίου στο ΑΕΠ της χώρας, όπως αυτό εκφράζεται σε όρους προστιθέμενης αξίας, επηρεάστηκε μεν από την κρίση, όμως δεν παρέκκλινε από την πορεία συρρίκνωσης που ακολουθούσε ήδη πριν από αυτή.

Αριθμός επιχειρήσεων

Ο αριθμός των επιχειρήσεων του κλάδου αντανακλά το σύνολο των εμπορικών επιχειρήσεων και καταστημάτων που δραστηριοποιούνται στο λιανικό εμπόριο. Είναι προφανές ότι αυτό συνεπάγεται μεγάλο αριθμό, συνήθως μικρών, επιχειρήσεων και, επομένως, η αγορά προσομοιάζει σε τέλειο ανταγωνισμό. Σε συνδυασμό με την αναθεώρηση του θεσμικού πλαισίου με στόχο την αύξηση της ευελιξίας της αγοράς και την ενδυνάμωση του ανταγωνισμού, θα ανέμενε κανείς μια θετική επίδραση στον αριθμό των επιχειρήσεων, καθώς νέες επιχειρήσεις μπαίνουν στον κλάδο, προκειμένου να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες. Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα των ηλεκτρονικών καταστημάτων που δραστηριοποιούνται αποκλειστικά στο διαδίκτυο, χωρίς φυσική παρουσία, ή η αύξηση του αριθμού των καταστημάτων stock και outlet. Από την άλλη πλευρά, η αύξηση του ανταγωνισμού σημαίνει, μοιραία, μείωση του περιθωρίου κέρδους και αύξηση της αποτελεσματικότητας των επιχειρήσεων του κλάδου. Αυτό συνεπάγεται μείωση του αριθμού των επιχειρήσεων, εφόσον μόνο οι πιο αποτελεσματικές επιχειρήσεις μπορούν να συνεχίσουν να λειτουργούν με χρηματοοικονομικά κριτήρια, δηλαδή να πραγματοποιούν κέρδη (συχνά το μέγεθος είναι ένας σημαντικός παράγοντας). Επιπλέον, δεν πρέπει σε καμία περίπτωση να παραγνωρίζεται η αρνητική επίδραση της κρίσης και των πολιτικών δημοσιονομικής προσαρμογής στον αριθμό των επιχειρήσεων, καθώς η σχετιζόμενη μείωση της αγοραστικής δύναμης των νοικοκυριών είχε ως αποτέλεσμα τη μείωση της ζήτησης για προϊόντα.

Σύμφωνα με την Έρευνα Διάρθρωσης των Επιχειρήσεων (ΕΔΕ) της ΕΛΣΤΑΤ²⁹, το 2013 δραστηριοποιούνταν στη χώρα 160.105 επι-

²⁹ Να σημειωθεί στο σημείο αυτό ότι η ΕΔΕ αφορά σε επιχειρήσεις με τζίρο άνω των 200 χιλ. ευρώ. Αυτό σημαίνει ότι μεγάλο μέρος των εμπορικών επιχειρήσεων δεν συμμετέχουν στην έρευνα λόγω μικρού μεγέθους.

χειρήσεις στον κλάδο του λιανικού εμπορίου σημειώνοντας μείωση της τάξης του 16,3% σε σύγκριση με το 2008, η οποία συνδέεται άμεσα με την παρατεταμένη οικονομική κρίση³⁰. Η μεγαλύτερη μείωση καταγράφεται το 2011 (σε σύγκριση με το 2010), οπότε έκλεισαν 18.218 επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου (μία στις δέκα περίπου), και το 2013 (σε σύγκριση με το 2012), οπότε έκλεισαν 7.683 επιχειρήσεις (μία στις είκοσι). Μόνο το 2012 το ισοζύγιο ήταν θετικό με 30 νέες επιχειρήσεις. Το 14% των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου (22.397) ανήκουν στον υποκλάδο *Λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα που πωλούν κυρίως τρόφιμα, ποτά ή καπνό* και το 11,6% (18.601) στον υποκλάδο *Λιανικό εμπόριο ενδυμάτων σε ειδικευμένα καταστήματα*. Όλοι οι υπόλοιποι υποκλάδοι έχουν μερίδια μικρότερα του 7%.

Οι επιμέρους κλάδοι κινήθηκαν πτωτικά στη διάρκεια της κρίσης, με ελάχιστες εξαιρέσεις. Μεγαλύτερη μείωση στον αριθμό επιχειρήσεων (κοντά στο 40%) την περίοδο 2008-2013 εμφάνισαν οι κλάδοι *Λιανικό εμπόριο ηλεκτρικών οικιακών συσκευών σε ειδικευμένα καταστήματα*, *Λιανικό εμπόριο επίπλων, φωτιστικών και άλλων ειδών οικιακής χρήσης σε ειδικευμένα καταστήματα* και *Λιανικό εμπόριο ηλεκτρονικών υπολογιστών, περιφερειακών μονάδων υπολογιστών και λογισμικού σε ειδικευμένα καταστήματα*. Σε απόλυτους όρους, πάνω από 5.000 επιχειρήσεις έκλεισαν στον κλάδο *Λιανικό εμπόριο σε μη ειδικευμένα καταστήματα, που πωλούν, κυρίως, τρόφιμα, ποτά ή καπνό*, τον μεγαλύτερο κλάδο βάσει του αριθμού των επιχειρήσεων όπως συζητήθηκε παραπάνω, περίπου μία στις πέντε. Σε αντιδιαστολή, εκρηκτική αύξηση εμφάνισαν οι επιχειρήσεις στους κλάδους *Άλλο λιανικό εμπόριο εκτός καταστημάτων, υπαίθριων πάγκων ή αγορών* (161% ή 420 νέες επιχειρήσεις) και *Λιανικό εμπόριο άλλων ειδών σε υπαίθριους πάγκους και αγορές* (131 νέες επιχειρήσεις). Πιθανόν, κάποιοι από αυτούς που έκλεισαν τις επιχειρήσεις τους, λόγω οικονομικών δυσκολιών, να επέλεξαν διαφορετικούς τρόπους δραστηριοποίησης, μέσω του διαδικτύου ή μέσω υπαίθριων πάγκων, τρόποι οι οποίοι συνεπάγονται χαμηλότερο σταθερό κόστος.

Στον Πίνακα 5.2 παρουσιάζονται στοιχεία για τον αριθμό των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου που απασχολούν μισθωτούς με

³⁰ Τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία αφορούν στο 2013.

βάση το μέγεθός τους, όπως προκύπτει από το συνολικό αριθμό των απασχολουμένων. Πρέπει να τονιστεί ότι μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων έχει μόνο έναν απασχολούμενο, ο οποίος είναι ταυτόχρονα και εργοδότης, και ο οποίος συνεπώς δεν ασφαλιζεται στο ΙΚΑ-ΕΤΑΜ. Επομένως, τα στοιχεία υποεκτιμούν σε μεγάλο βαθμό το σύνολο των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον κλάδο. Για του λόγου το αληθές, η ΕΔΕ της ΕΛΣΤΑΤ, που αναφέρθηκε παραπάνω, υπολογίζει σε 160.105 τις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου το 2013 (εκτός από το εμπόριο μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών), ενώ, όπως ήδη αναφέρθηκε, στην ΕΔΕ περιλαμβάνονται

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2

Αριθμός επιχειρήσεων βάσει αριθμού απασχολουμένων (Απρίλιος)

| | Αριθμός επιχειρήσεων | | Αριθμός απασχολουμένων | | | |
|----------------------------|----------------------|-------|------------------------|--------|--------|---------|
| | <10 | >=10 | ΓΥΝ | ΣΥΝ | ΓΥΝ | ΣΥΝ |
| 2008 | 37.942 | 2.567 | 37.885 | 56.491 | 67.537 | 104.536 |
| 2009 | 38.014 | 2.501 | 38.151 | 57.074 | 67.829 | 104.681 |
| 2010 | 37.716 | 2.474 | 36.820 | 55.614 | 64.097 | 101.042 |
| 2011 | 33.957 | 2.198 | 31.309 | 48.068 | 57.879 | 92.421 |
| 2012 | 29.772 | 1.976 | 25.889 | 40.181 | 51.036 | 82.406 |
| 2013 | 28.551 | 1.883 | 22.770 | 35.614 | 47.024 | 77.006 |
| 2014 | 33.690 | 2.243 | 25.298 | 39.502 | 48.639 | 79.947 |
| 2015 | 36.044 | 2.601 | 27.453 | 42.965 | 51.626 | 85.274 |
| 2008-2013 (Μτβλ) | -24,8 | -26,6 | | | | |
| 2008-2013 (Ετ.ρυθ.μτβλ) | -5,5 | -6,0 | | | | |
| 2013-2015 (Μτβλ) | 26,2 | 38,1 | | | | |
| 2013-2015 (Ετ.ρυθ.μτβλ) | 12,4 | 17,5 | | | | |

Πηγή: Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου 2015, ΙΝΕΜΥ-ΕΣΕΕ (στοιχεία ΙΚΑ-ΕΤΑΜ).

Σημείωση: ΓΥΝ= Γυναίκες, ΣΥΝ= Σύνολο, Μτβλ= Μεταβολή, Ετ.ρυθ.μτβλ= Ετήσιος ρυθμός μεταβολής.

μόνο επιχειρήσεις με τζίρο άνω των 200 χιλ. ευρώ, άρα μένουν εκτός ανάλυσης πολλές μικρές επιχειρήσεις.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα, η πλειονότητα των επιχειρήσεων του λιανικού εμπορίου είναι μικρές σε όρους απασχόλησης, περίπου το 94% διαχρονικά, δηλαδή απασχολούν λιγότερα από δέκα άτομα. Για λόγους ευκολίας, οι επιχειρήσεις με δέκα ή περισσότερους απασχολούμενους θα αναφέρονται στο εξής ως μεγάλες επιχειρήσεις. Η κρίση επηρέασε αρνητικά τις επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου, καθώς ο αριθμός τους μειώνεται συνεχώς από το 2008 ως το 2013, ανεξαρτήτως μεγέθους. Ωστόσο, η μείωση είναι ελαφρώς μεγαλύτερη στις μεγάλες επιχειρήσεις (26,6% έναντι 24,8%), με τον ετήσιο ρυθμό μείωσης να φτάνει το 6%. Από το 2014 και έπειτα ξεκινά μια αύξηση του αριθμού των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου, επίσης ανεξαρτήτως μεγέθους. Η αύξηση είναι μεγαλύτερη στην περίπτωση των μεγάλων επιχειρήσεων που εμφανίζουν ετήσιο ρυθμό αύξησης της τάξης του 17,5% και συνολική αύξηση 38,1% τα τελευταία δύο χρόνια. Η μικρότερη μεταβλητότητα που εμφανίζουν οι μικρές επιχειρήσεις ενδέχεται να οφείλεται στον οικογενειακό χαρακτήρα τους, καθώς στηρίζονται από ένα ή περισσότερα νοικοκυριά³¹.

Ένα εξίσου ενδιαφέρον στοιχείο είναι ότι οι μικρές επιχειρήσεις απασχολούν σε μεγαλύτερο ποσοστό γυναίκες, παρότι και στα δύο είδη επιχειρήσεων οι γυναίκες αποτελούν την πλειονότητα των απασχολουμένων³². Μάλιστα, η διαφορά φαίνεται να διευρύνεται τα τελευταία χρόνια μεταξύ μικρών και μεγάλων επιχειρήσεων (3,4 εκατοστιαίες μονάδες (ε.μ.) το 2015 έναντι 2,5 ε.μ. το 2011), παρά την ταχύτερη αύξηση των μεγάλων επιχειρήσεων. Σε γενικές γραμμές πάντως, ο αριθμός των απασχολουμένων φαίνεται να ακολουθεί τον αριθμό των επιχειρήσεων.

Μια άλλη πηγή δεδομένων είναι τα δειγματοληπτικά στοιχεία της ΕΣΣΕ, όπως αναφέρονται στην Ετήσια Έρευνα Ελληνικού Εμπορίου για το 2015, τα οποία βασίζονται σε δείγμα 984 ΑτΕ, ΟΕ

³¹ Όταν μια επιχείρηση αποτελεί τη βασική πηγή εσόδων ενός νοικοκυριού, τότε η απόφαση κλεισίματος είναι δυσκολότερη, λόγω έλλειψης εναλλακτικών επιλογών. Οι μη οικογενειακές επιχειρήσεις, συνήθως μεγάλες, ενδεχομένως δεν αντιμετωπίζουν αντίστοιχους περιορισμούς.

³² Τα στοιχεία των ΕΕΔ φανερώνουν ότι οι γυναίκες αποτελούν παραδοσιακά την πλειονότητα των απασχολουμένων στον κλάδο του εμπορίου.

και ΕΕ και 186 ΑΕ και ΕΠΕ³³. Στο λιανικό εμπόριο γίνεται διάκριση σε έξι επιμέρους υποκλάδους και, συγκεκριμένα, Γενικό λιανικό εμπόριο (Λ/Ε), Λ/Ε τροφίμων, ποτών, καπνού, Λ/Ε ένδυσης, υπόδησης και ειδών οικιακής χρήσης, Λ/Ε καλλυντικών, Λ/Ε οικιακών συσκευών, Λ/Ε Η/Υ, μηχανών γραφείου, λοιπό Λ/Ε. Καταγράφεται μείωση της κερδοφορίας το 2014 κατά 38% στις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου, η μεγαλύτερη μεταξύ των εμπορικών επιχειρήσεων, καθώς και εντονότερη επιδείνωση των συνθηκών χρηματοδότησης.

Αναφορικά με τις ΑΕ και ΕΠΕ, τα μηνιαία στοιχεία του ΙΚΑ (όπως αυτά παρατίθενται στην ετήσια έκθεση του ΙΝΕΜΥ-ΕΣΕΕ για το 2015) δείχνουν ότι δραστηριοποιούνταν 2.601 επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου, που απασχολούσαν περισσότερους από 10 μισθωτούς, τον Απρίλιο του 2015, ενώ τον Ιούλιο του ίδιου έτους οι αντίστοιχες επιχειρήσεις ήταν 2.897. Τα αντίστοιχα μεγέθη για τις επιχειρήσεις που απασχολούν κάτω από 10 μισθωτούς ήταν 36.044 τον Απρίλιο και 39.174 τον Ιούλιο του 2015. Είναι προφανές ότι η ραχοκοκαλιά των επιχειρήσεων στο λιανικό εμπόριο είναι μικρές, σε όρους απασχόλησης, επιχειρήσεις. Οι μεγάλες επιχειρήσεις, ωστόσο, απασχολούν περίπου το 1/3 των υπαλλήλων στο λιανικό εμπόριο, ενώ αποτελούν λιγότερο από 7% του συνόλου των επιχειρήσεων του κλάδου. Επιπλέον, οι μεγάλες επιχειρήσεις καταγράφουν ταχύτερη αύξηση του αριθμού τους την περίοδο Απριλίου-Ιουλίου 2015 (11,4% έναντι 8,7%), παρατήρηση που ισχύει και σε ετήσια βάση (2014-2015). Αυτό αποτελεί μία ένδειξη ότι η κρίση και οι παρεμβάσεις στο θεσμικό πλαίσιο μάλλον συμβάλλουν στην αύξηση του μέσου μεγέθους της επιχείρησης.

Οι επιπτώσεις της κρίσης είναι εμφανείς και σε άλλα μεγέθη των επιχειρήσεων του λιανικού εμπορίου, όπως προκύπτει από τα στοιχεία των Ερευνών Διάρθρωσης Επιχειρήσεων. Ενδεικτικά αναφέρεται η μείωση της απασχόλησης κατά 23% την περίοδο 2008-2013, των επιχειρηματιών και μη αμειβόμενων μελών οικογένειας κατά 21,3%, των αμοιβών απασχολούμενων κατά 32,9%, του κύκλου εργασιών κατά 28%, της ακαθάριστης αξίας παραγωγής κατά

³³ Συντομογραφίες: ΑτΕ= Ατομικές Επιχειρήσεις, ΟΕ= Ομόρρυθμες, ΕΕ= Ετερόρρυθμες, ΑΕ= Ανώνυμες Εταιρείες, ΕΠΕ= Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης.

34,8%, του ακαθάριστου περιθωρίου κέρδους για αγαθά προς μεταπώληση κατά 53,3%, κ.ά.

Συνοψίζοντας, η έλλειψη στοιχείων για τον αριθμό των επιχειρήσεων του λιανικού εμπορίου, που θα επέτρεπε την ανάλυση της διαχρονικής μεταβολής τους ως αποτέλεσμα των θεσμικών παρεμβάσεων τα τελευταία χρόνια, περιορίζει τις δυνατότητες ανάλυσης. Οι διαθέσιμες πηγές στοιχείων είτε παρέχουν περιορισμένες πληροφορίες, είτε δεν έχουν πρόσφατες πληροφορίες. Τούτων δοθέντων, αυτό που μπορεί να ειπωθεί με βεβαιότητα είναι ότι οι επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου μειώθηκαν σε αριθμό ως το 2013, όμως έκτοτε εμφανίζουν τάσεις αύξησης, ειδικά αυτές άνω των δέκα ατόμων. Επιπλέον, φαίνεται ότι η κρίση μάλλον ευνοεί την ανάπτυξη μεγαλύτερου μεγέθους επιχειρήσεων και, πιθανόν, οι αλλαγές στο θεσμικό περιβάλλον συμβάλλουν σε αυτό.

Τιμές-Πωλήσεις

Οι προσφορές και οι εκπτώσεις έχουν ως χαρακτηριστικό τις χαμηλότερες τιμές για προϊόντα και υπηρεσίες, σε σύγκριση με αυτές που επικρατούν συνήθως. Ενώ οι εκπτώσεις αφορούν σε συγκεκριμένες θεσμοθετημένες περιόδους στη διάρκεια του έτους, δεν ισχύει το ίδιο για τις προσφορές που μπορεί να απαντηθούν καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Οι καταναλωτές επωφελούνται από τις εκπτώσεις και τις προσφορές αγοράζοντας τα ίδια προϊόντα φθηνότερα, ενώ παράλληλα επωφελούνται και οι έμποροι, καθώς έχουν την ευκαιρία να πουλήσουν μεγαλύτερες ποσότητες αυξάνοντας τον τζίρο της επιχείρησής τους και πιθανόν τα κέρδη τους. Επιπλέον, οι έμποροι με τις προσφορές και τις εκπτώσεις μπορούν να προωθήσουν προς πώληση προϊόντα που δεν θα πωλούνταν διαφορετικά ή θα χρειαζόντουσαν πολύ χρόνο, π.χ. αποθέματα, ή να προσελκύσουν πελάτες στο κατάστημά τους, οι οποίοι πιθανόν να αγοράσουν και προϊόντα που δεν είναι σε προσφορά.

Όσον αφορά στην τιμή, η μείωσή της αναμένεται να αποφέρει αύξηση των πωλήσεων (ποσότητα) βάσει του νόμου της ζήτησης (αντίστροφη σχέση τιμής-ζητούμενης ποσότητας), όχι όμως απαραίτητα και αύξηση του τζίρου (αξία πωλήσεων), καθώς αυτός προκύπτει ως γινόμενο της τιμής πώλησης και της ποσότητας των

πωληθέντων. Αυτό σημαίνει ότι κατά την περίοδο των εκπτώσεων και προσφορών λειτουργούν δύο αντίρροπες δυνάμεις. Η πτώση των τιμών μειώνει τον τζίρο, όμως η αύξηση των πωληθέντων (ποσότητα προϊόντων που πωλήθηκαν) αυξάνει τον τζίρο. Το τελικό αποτέλεσμα στον τζίρο εξαρτάται από το μέγεθος της κάθε δύναμης και, συνήθως, εκφράζεται ως ελαστικότητα τιμής-ποσότητας. Λόγου χάρη, μια ελαστικότητα άνω της μονάδας έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση του τζίρου σε πτώση της τιμής, καθώς η αύξηση των πωληθέντων υπερκαλύπτει τη μείωση που προκαλεί στην αξία των πωλήσεων η μείωση της τιμής. Όταν η ελαστικότητα ζήτησης είναι μικρότερη της μονάδας, τότε μια μείωση της τιμής οδηγεί σε μείωση της αξίας των πωλήσεων (τζίρος). Εφιστάται η προσοχή, καθώς και στις δύο περιπτώσεις η σχέση τιμής-πωλούμενης ποσότητας είναι αρνητική. Επομένως, μια άριστη πολιτική προσφορών και εκπτώσεων θα όφειλε θεωρητικά να βασίζεται στη γνώση της ελαστικότητας ζήτησης για κάθε προϊόν προς πώληση και στη λήψη ανάλογων αποφάσεων με στόχο την αύξηση του τζίρου. Στην πραγματικότητα, στην πλειονότητα των περιπτώσεων η έννοια της ελαστικότητας ζήτησης μάλλον δεν αξιοποιείται καταλλήλως, καθώς είναι δύσκολο να εκτιμηθεί.

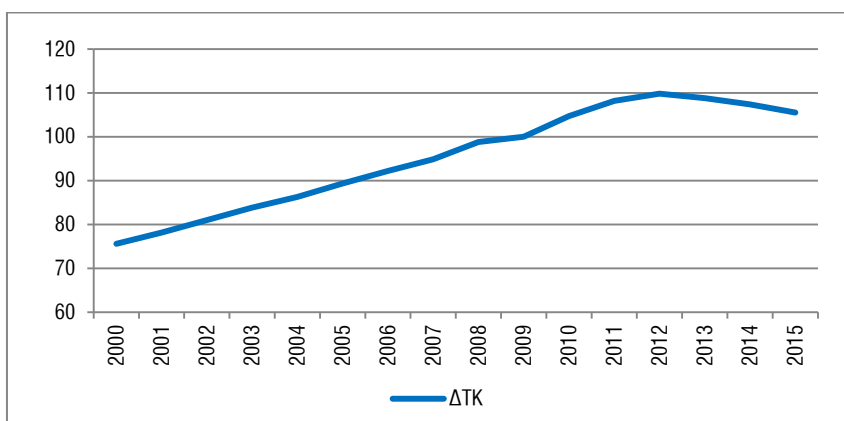
Επομένως, αυτό που ενδιαφέρει στην περίπτωση των προσφορών και εκπτώσεων είναι το μέγεθος των μειώσεων στις τιμές, κυρίως για τη συγκριτική ανάλυση της αποτελεσματικότητας του μέτρου ως προς τους καταναλωτές, και η μεταβολή του τζίρου, για την ανάλυση των ωφελειών για τους εμπόρους. Σημειώνεται ότι, αν και κατά τη διάρκεια των εκπτώσεων και προσφορών το περιθώριο κέρδους μειώνεται για τους εμπόρους, ως άμεση συνέπεια της μείωσης της τιμής των προϊόντων, ωστόσο η αύξηση του τζίρου μπορεί να συνεπάγεται αύξηση των κερδών. Το τελικό αποτέλεσμα εξαρτάται από την ελαστικότητα της ζήτησης που συζητήθηκε παραπάνω.

Ο ΔΤΚ δείχνει την εξέλιξη των τιμών σε σύγκριση με το 2009 (2009 = 100). Αύξηση του δείκτη σημαίνει αύξηση των τιμών, μείωση του δείκτη σημαίνει μείωση των τιμών. Η ΕΛΣΤΑΤ δίνει τις υποκατηγορίες του δείκτη, οι οποίες χρησιμοποιούνται για να συσταθεί ο γενικός ΔΤΚ, καθώς και τη μηνιαία τιμή του. Οι διαθέσιμες πλη-

ροφορίες επιτρέπουν να προσδιοριστεί η διαχρονική εξέλιξη του δείκτη σε επιμέρους κλάδους του λιανικού εμπορίου, είτε σε ετήσια βάση, λόγω του οικονομικού κύκλου και των μεταβαλλόμενων οικονομικών συνθηκών, είτε σε μηνιαία βάση, λόγω της εποχικής διακύμανσης και πρωτοβουλιών που μεταβάλλουν τις τιμές, π.χ. οι τακτικές εκπτώσεις.

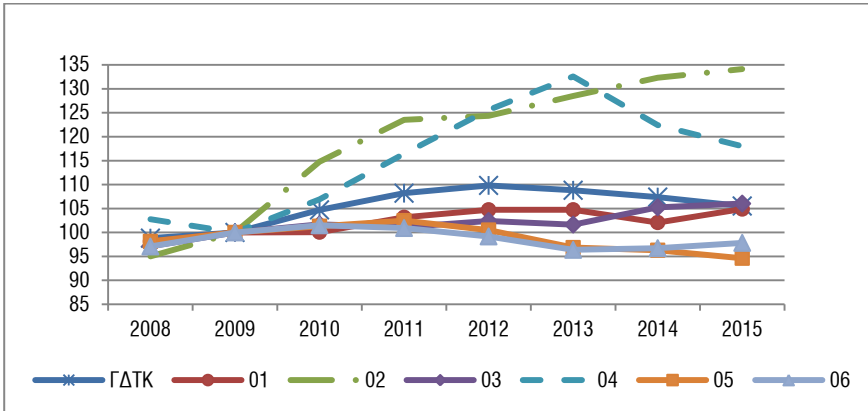
Σε ετήσια βάση ο Γενικός ΔTK (ΓΔTK) παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 5.6 για τα έτη 2000-2015. Η πορεία είναι εμφανώς ανοδική από το 2000 ως το 2007, τα δύο επόμενα έτη εμφανίζει σταθεροποιητικές τάσεις, όμως στη συνέχεια και ως το 2012 αυξάνεται ξανά, παρά το γεγονός ότι η ελληνική οικονομία βρισκόταν σε ύφεση ήδη από το 2008 (πρώτο έτος μείωσης του ΑΕΠ) και το 2010 υπογράφηκε η πρώτη δανειακή σύμβαση και άρχισαν να λαμβάνονται μέτρα περιορισμού της δημοσιονομικής ανισορροπίας. Η αποκλιμάκωση του ΓΔTK αρχίζει το 2013, οπότε η ελληνική οικονομία περνά σε διαδικασία αποπληθωρισμού. Να τονιστεί στο σημείο αυτό ότι η μείωση των τιμών ήταν ο πρωταρχικός στόχος των πολιτικών λιτότητας και των παρεμβάσεων στην αγορά εργασίας, προϊόντων και υπηρεσιών και, δεδομένης της μείωσης του ΓΔTK, φαίνεται ότι πέτυχαν τον σκοπό τους, αν και με κάποια καθυστέρηση.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.6
Δείκτης Τιμών Καταναλωτή (ΔTK), 2000-2015



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

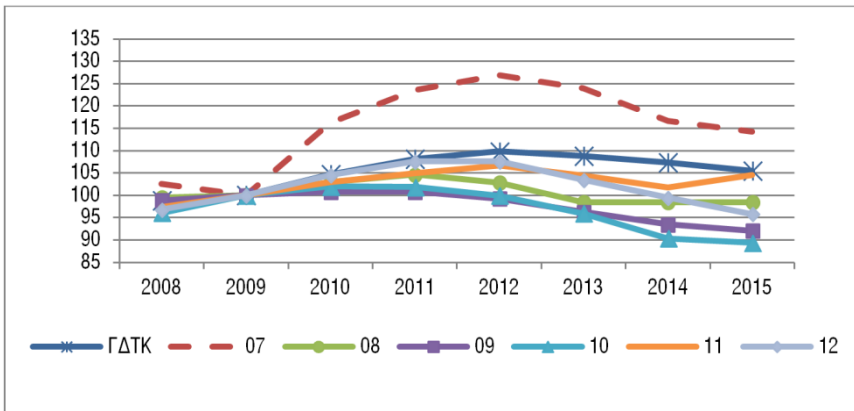
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.7α
 Διαχρονική εξέλιξη ΔΤΚ για επιμέρους ομάδες προϊόντων και υπηρεσιών



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Σημείωση: 01 = Διατροφή και μη αλκοολούχα ποτά, 02 = Αλκοολούχα ποτά και καπνός, 03 = Ένδυση και υπόδηση, 04 = Στέγαση, 05 = Διαρκή αγαθά-είδη νοικοκυριού και υπηρεσίες, 06 = Υγεία.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.7β
 Διαχρονική εξέλιξη ΔΤΚ για επιμέρους ομάδες προϊόντων και υπηρεσιών



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Σημείωση: 07=Μεταφορές, 08=Επικοινωνίες, 09=Αναψυχή-πολιτιστικές δραστηριότητες, 10=Εκπαίδευση, 11=Ξενοδοχεία-καφέ,-εστιατόρια, 12=Άλλα αγαθά και υπηρεσίες.

Στα Διαγράμματα 5.7α και 5.7β πιο πάνω παρουσιάζεται η εξέλιξη του ΔΤΚ για επιμέρους κλάδους της οικονομίας στη διάρκεια της κρίσης, δηλαδή την περίοδο 2008-2015. Τρεις ομάδες προϊόντων φαίνεται να ξεχωρίζουν, καθώς ο ΔΤΚ σε αυτές αυξήθηκε πολύ ταχύτερα στη διάρκεια της κρίσης σε σύγκριση με τον ΓΔΤΚ. Πρόκειται για τις ομάδες *Αλκοολούχα ποτά και καπνός*, *Στέγαση και Μεταφορές* (διακεκομμένες γραμμές). Μια προσεκτική ματιά στα προϊόντα και υπηρεσίες που συνθέτουν τις ομάδες αυτές φανερώνει ότι πρόκειται για προϊόντα και υπηρεσίες που επιβαρύνθηκαν υπέρμετρα από φόρους στη διάρκεια της κρίσης, όπως είναι τα αλκοολούχα ποτά και τσιγάρα, ο ηλεκτρισμός, το πετρέλαιο θέρμανσης, το υγραέριο, το φυσικό αέριο, τα καύσιμα και λιπαντικά αυτοκινήτων, τα τέλη κυκλοφορίας και τα διόδια, τα υπεραστικά τρένα, τα ταξί, τα αεροπλάνα, οι αστικές συγκοινωνίες, κτλ. Οι υπόλοιπες ομάδες είναι κάτω από τον ΓΔΤΚ. Αυτό σημαίνει ότι, απουσία των παραπάνω ομάδων, ο ΓΔΤΚ θα ήταν πολύ χαμηλότερος και, σχεδόν σίγουρα, νωρίτερα αρνητικός. Επιπλέον, σημαίνει ότι η αποτυχία ταχύτερης αποκλιμάκωσης των τιμών ήταν σε μεγάλο βαθμό συνέπεια της πολιτικής επιλογής να αυξηθούν οι φόροι σε προϊόντα κλειδιά, η χρήση των οποίων διαχέει τις επιβαρύνσεις σε πολλούς κλάδους.

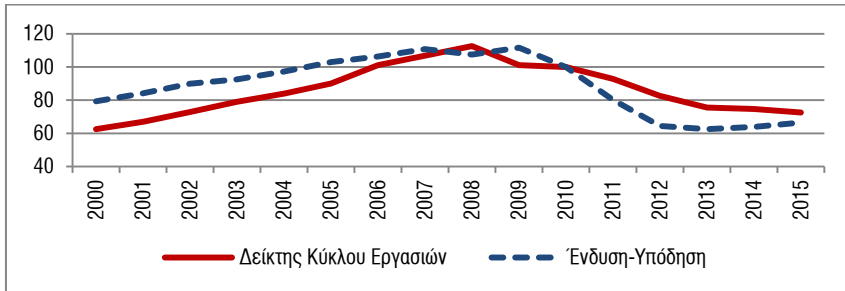
Δείκτης Κύκλου Εργασιών

Στο Διάγραμμα 5.8 παρουσιάζεται η εξέλιξη του Δείκτη Κύκλου Εργασιών (ΔΚΕ)³⁴ στο λιανικό εμπόριο από το 2000 ως το 2015 (2010=100), καθώς και ο αντίστοιχος δείκτης για την *Ένδυση-Υπόδηση*³⁵. Από την αρχή της προηγούμενης δεκαετίας ο δείκτης αυξάνεται διαρκώς ως το 2008 (μέγιστη τιμή 112,6) και έκτοτε μειώνεται σταθερά. Είναι χαρακτηριστικό ότι το 2015 ο κύκλος εργασιών στο λιανικό εμπόριο προσεγγίζει σε μέγεθος εκείνον του 2002, αντανakλώντας το πλήγμα που δέχθηκε το λιανικό εμπόριο λόγω της οικονομικής κρίσης και των πολιτικών λιτότητας που

³⁴ Ο ΔΚΕ δείχνει την εξέλιξη του κύκλου εργασιών ή τζίρου, δηλαδή του γινομένου της τιμής με την ποσότητα των πωλήσεων, σε σύγκριση με ένα έτος αναφοράς, στη συγκεκριμένη περίπτωση το 2010.

³⁵ Τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ είναι ενοποιημένα, επομένως δεν μπορεί να γίνει διάκριση μεταξύ των δύο ομάδων προϊόντων.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.8
Δείκτης Κύκλου Εργασιών (ΔΚΕ) στο λιανικό εμπόριο και
στην Ένδυση-Υπόδηση (2010=100)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

εφαρμόστηκαν. Ο δείκτης κύκλου εργασιών στην Ένδυση-Υπόδηση ακολουθεί ανάλογη πορεία, όμως φαίνεται ότι οι απώλειες είναι μεγαλύτερες, καθώς το 2015 ο δείκτης βρίσκεται χαμηλότερα σε σύγκριση με ό,τι ισχύει για το λιανικό εμπόριο γενικά, ενώ είναι κάτω του 70% του κύκλου εργασιών το 2010. Επομένως, φαίνεται ότι τα προϊόντα ένδυσης και υπόδησης επλήγησαν περισσότερο από την κρίση σε όρους αξίας πωλήσεων, αν και τα τελευταία δύο χρόνια εμφανίζουν μικρή βελτίωση της αξίας των πωλήσεων, χωρίς κάτι αντίστοιχο να καταγράφεται για τον ΔΚΕ.

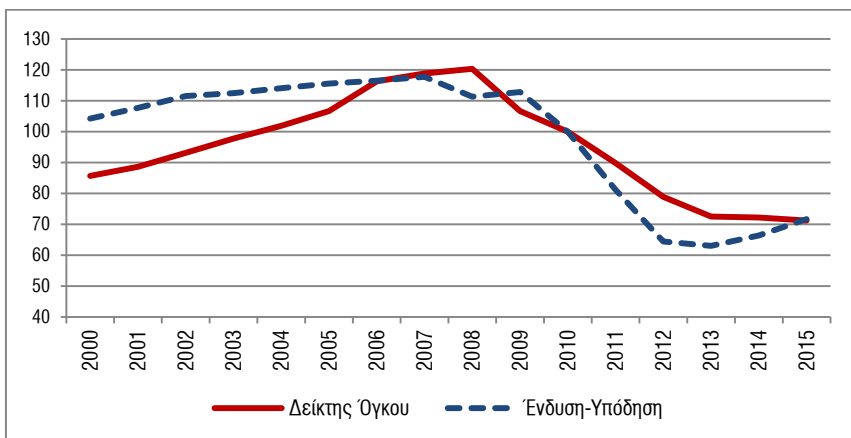
Δείκτης Όγκου

Στο Διάγραμμα 5.9 παρουσιάζεται η διαχρονική εξέλιξη του Δείκτη Όγκου (ΔΟ) στο λιανικό εμπόριο, δηλαδή της ποσότητας των πωλήσεων που πραγματοποιούνται ως μέγεθος και όχι ως αξία (Τιμή × Ποσότητα), καθώς και ο αντίστοιχος δείκτης για την Ένδυση-Υπόδηση. Το έτος αναφοράς είναι ξανά το 2010, ήτοι 2010=100. Η πορεία είναι παρόμοια με αυτή του ΔΚΕ, καθώς αυξάνεται ως το 2008 με γρήγορο ρυθμό και στη συνέχεια μειώνεται, ελαφρώς ταχύτερα σε σύγκριση με τον ΔΚΕ. Σε κάθε περίπτωση όμως, το τελικό αποτέλεσμα είναι δυσμενέστερο, καθώς το 2015 ο ΔΟ έχει τη χαμηλότερη τιμή για την περίοδο που εξετάζεται. Αυτό σημαίνει ότι ο όγκος των πωλήσεων στο λιανικό εμπόριο είναι χαμηλότερος

ακόμη και από εκείνον που καταγραφόταν πριν από 15 χρόνια και βρίσκεται κοντά στο 70% του όγκου πωλήσεων του 2010. Το πλήγμα είναι αναμφισβήτητα μεγάλο. Επιπλέον, ο αντίστοιχος δείκτης για την Ένδυση-Υπόδηση είναι ακόμη πιο απογοητευτικός, ακριβώς όπως συμβαίνει και στον ΔΚΕ, αν και από το 2014 παρουσιάζει μικρή βελτίωση, σε αντιδιαστολή με τον δείκτη για το λιανικό εμπόριο συνολικά.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 5.9

Δείκτης Όγκου (ΔΟ) στο λιανικό εμπόριο και στην Ένδυση-Υπόδηση (2010=100)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

5.4. Αξιολόγηση των συνθηκών ανταγωνισμού βάσει του Οδηγού του ΟΟΣΑ

Τα τελευταία χρόνια υπό την πίεση της οικονομικής κρίσης έγιναν σημαντικές προσπάθειες απελευθέρωσης της αγοράς προϊόντων και υπηρεσιών από περιορισμούς στον ανταγωνισμό. Το λιανικό εμπόριο δεν θα μπορούσε να μην αποτελέσει στόχο των προσπάθειών αυτών, καθώς έχει σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση των τιμών σε εθνικό επίπεδο, ενώ παράλληλα χαρακτηρίζεται από πολλές μικρές επιχειρήσεις, αναλογικά περισσότερες σε σύγκριση με την Ε.Ε.25, συχνά του ενός ατόμου, γεγονός που καθιστά τις όποιες

παρεμβάσεις δύσκολες. Ως προς το μέγεθος των καταστημάτων στη χώρα, είναι χαρακτηριστικό ότι στην Ελλάδα αντιστοιχούν 55 τ.μ. εμπορικών κέντρων ανά 1.000 κατοίκους, όταν στην Ε.Ε.25 αντιστοιχούν 200 τ.μ. ανά 1.000 κατοίκους (Κώτση κ.ά., 2009)³⁶. Μοιραία, λοιπόν, στο πλαίσιο της εσωτερικής υποτίμησης που επιχειρήθηκε με στόχο την αύξηση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών προϊόντων και υπηρεσιών, το λιανικό εμπόριο αποτέλεσε βασικό πεδίο παρεμβάσεων που ως απώτερο στόχο είχαν την αποκλιμάκωση των πιέσεων στις τιμές και ει δυνατόν τη μείωσή τους, μέσω της αύξησης του ανταγωνισμού³⁷.

Το 2012 συμφωνήθηκε ανάμεσα στην ελληνική κυβέρνηση και τον ΟΟΣΑ η εκπόνηση έκθεσης αξιολόγησης των επιπτώσεων στον ανταγωνισμό του θεσμικού πλαισίου με βάση τον «Οδηγό αξιολόγησης συνθηκών ανταγωνισμού» του ΟΟΣΑ (OECD, 2010). Η αξιολόγηση αφορούσε σε τέσσερις κλάδους, μεταξύ των οποίων και το λιανικό εμπόριο, με τη συμμετοχή της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΕΑ). Στον Πίνακα 5.3 συγκεντρώνονται οι συστάσεις του ΟΟΣΑ, οι οποίες αποτελούν το αποτέλεσμα της αξιολόγησης αυτής (OECD, 2014) και στοχεύουν ακριβώς στην απελευθέρωση του πεδίου των προσφορών και εκπτώσεων από κανόνες που περιορίζουν τον ανταγωνισμό και, κατά συνέπεια, αυξάνουν τις τιμές για τον καταναλωτή. Είναι ενδιαφέρον το γεγονός ότι μια σειρά συστάσεων του ΟΟΣΑ αφιερώθηκαν στις προσφορές και εκπτώσεις με στόχο την αύξηση της ευελιξίας στην αγορά, όταν υπάρχουν ενδείξεις ότι οι περιορισμοί στο συγκεκριμένο πεδίο δεν έχουν στατιστικά σημαντική επίδραση στο περιθώριο κέρδους, σε αντίθεση, για παράδειγμα, με τους περιορισμούς που αφορούν στη σύσταση και αδειοδότηση των επιχειρήσεων (Thum-Thyssen and Canton, 2015).

Η σύσταση 152 του ΟΟΣΑ που αφορά στην κατάργηση της συσχέτισης της χονδρικής τιμής με την τιμή πώλησης προϊόντων σε προσφορά ή υπό προωθητική ενέργεια φαίνεται ότι ικανοποιήθηκε

³⁶ Σημειώνεται ότι, λόγω της οικονομικής κρίσης που πλήττει τη χώρα και της στασιμότητας των επενδύσεων, ειδικά στον κατασκευαστικό κλάδο, τα δεδομένα δεν έχουν αλλάξει τα τελευταία χρόνια.

³⁷ Να ληφθεί υπόψη ότι μια επιχείρηση μάλλον θα προτιμήσει να δραστηριοποιηθεί στην εγχώρια αγορά, όταν οι τιμές πώλησης στο εσωτερικό είναι υψηλότερες σε σύγκριση με τις τιμές πώλησης στο εξωτερικό (εξαγωγές).

πλήρως με τον Ν. 4254/2014, ο οποίος κατήργησε τη σχετική ρύθμιση που υπήρχε στην Υ.Α. Α2-861/2013, ενώ με την Υ.Α. 56885/2014 εισήχθη Κώδικας Δεοντολογίας. Η ρύθμιση περιόριζε τον προσδιορισμό χαμηλότερης τιμής με το αιτιολογικό ότι μια πρόσφατη αλλαγή θα μπορούσε να καλύπτει αθέμιτη πρακτική, δηλαδή αύξηση της τιμής, ώστε η προωθητική ενέργεια σε σύντομο χρονικό διάστημα να την επαναφέρει στα αρχικά, προ της αύξησης της τιμής, επίπεδα. Αυτό θα συνιστούσε παραπλάνηση του καταναλωτή. Με την κατάργηση της ρύθμισης, οι προσφορές-προωθητικές ενέργειες απελευθερώνονται από τις μεταβολές της χονδρικής τιμής και οι ενδιαφερόμενοι (λιανικοί ή χονδρικοί πωλητές) είναι ελεύθεροι να ορίσουν τιμές χαμηλότερες από τις τρέχουσες, εφόσον το επιθυμούν. Η διαφάνεια στην αγορά, οι σύγχρονες πρακτικές πληροφόρησης και επικοινωνίας, ο ανταγωνισμός μεταξύ των εμπλεκόμενων μερών και η εισαγωγή του Κώδικα Δεοντολογίας μπορούν να διασφαλίσουν την προστασία των καταναλωτών από παραπλανητικές ενέργειες. Στο πεδίο αυτό δεν φαίνεται να υπάρχει περιθώριο περαιτέρω παρεμβάσεων.

Η σύσταση 153 του ΟΟΣΑ αφορά στην κατάργηση της προϋπόθεσης πώλησης του προϊόντος ως τμήμα πολυσυσκευασίας και μεμονωμένα. Η ρύθμιση δεν καταργήθηκε, παρά την εισαγωγή του Κώδικα Δεοντολογίας, καθώς θεωρείται ως παρέχουσα στον καταναλωτή γνώση της τιμής του μεμονωμένου προϊόντος επιτρέποντας, επομένως, τη σύγκριση. Το κόστος και το διοικητικό βάρος που συνεπάγεται για τον πωλητή η προϋπόθεση αυτή θα μπορούσαν να αποφευχθούν, πιθανόν στο σύνολό τους, με την υποχρεωτική αναγραφή της τιμής του μεμονωμένου προϊόντος. Άλλωστε, το επιπλέον κόστος ήταν η βασική αιτία πίσω από τη σύσταση κατάργησης της συγκεκριμένης ρύθμισης. Επομένως, στο πεδίο αυτό υπάρχει περιθώριο περαιτέρω απελευθέρωσης με την κατάργηση της σχετικής ρύθμισης, η οποία μπορεί να αντικατασταθεί με την υποχρέωση αναγραφής της τιμής ανά μονάδα προϊόντος, χωρίς τη φυσική παρουσία μεμονωμένου προϊόντος.

Η σύσταση 154 του ΟΟΣΑ αξιώνει την κατάργηση του νομοθετικού πλαισίου που προβλέπει συγκεκριμένες περιόδους και διάρκεια εκπτώσεων για το σύνολο της χώρας. Βασικό επιχείρημα είναι ότι η ρύθμιση περιορίζει την ευελιξία που οφείλει να έχει η πρακτι-

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.3
Αξιολόγηση βαθμού απελευθέρωσης: Προσφορές και εκπτώσεις

| Περιγραφή της ρύθμισης (πριν από 31/12/2013) | Σύσταση | Μεταβολές (από 1/1/2014 και μετά) | Νόμος/Υ.Α. κ.ά. Χρόνος θέσπισης | Χρόνος εφαρμογής | Αποκλίσεις | Προτάσεις |
|---|---|--|---|--------------------|---|--|
| Υ.Α. Α2-861/2013: Η τιμή πώλησης (χονδρική τιμή) δεν πρέπει να έχει αυξηθεί στη διάρκεια των τελευταίων δύο (2) μηνών από την έναρξη της προσφοράς-προώθητης ενέργειας. | Σύσταση 152: Κατάργηση ρύθμισης και εισαγωγή ενός γενικότερου κώδικα συμπεριφοράς για πρωτογενείς και προσφορές. | Κατάργηση της σχετικής ρύθμισης. Εισαγωγή Κώδικα Δεοντολογίας. | <ul style="list-style-type: none"> • Ν. 4254/2014 • Υ.Α. 56885/2014 | 4/2014 και 11/2014 | Πλήρης συμμόρφωση. | Δεν απαιτείται καμία επιπλέον παρέμβαση. |
| Υ.Α. Α2-861/2013: Κατά τις προωθητικές ενέργειες το προϊόν που πωλείται σε πολλαπλοσυσκευασία πρέπει να πωλείται και μόνο του. | Σύσταση 153: Κατάργηση ρύθμισης και εισαγωγή ενός γενικότερου κώδικα συμπεριφοράς για πρωτογενείς και προσφορές. | Διατήρηση. Εισαγωγή Κώδικα Δεοντολογίας. | <ul style="list-style-type: none"> • Υ.Α. 56885/2014 | 11/2014 | Μη συμμόρφωση. | Αρκεί η αναγραφή της τιμής ανά μονάδα προϊόντος ευκρινώς, πριν την προωθητική ενέργεια. |
| Ν. 4177/2013: Συγκεκριμένες περιόδους εκπτώσεων και διάρκειας, εκτός από τα αυτοκίνητα. | Σύσταση 154: Κατάργηση ρύθμισης και δικαίωμα να αποφασίζει ο καθένας μόνος του τον χρόνο και τη διάρκεια των εκπτώσεων. | Τροποποίηση. Εισαγωγή Κώδικα Δεοντολογίας. | <ul style="list-style-type: none"> • Ν. 4336/2015 • Υ.Α. 56885/2014 | 8/2015 και 11/2014 | Το καθεστώς εκπτώσεων διατηρείται, αλλά μπορούν να πραγματοποιούνται εκπτώσεις καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Μερική συμμόρφωση. | Να διευρευνηθεί η πιθανότητα να δοθεί το δικαίωμα στις τοπικές αρχές (περιφέρειες, δήμοι, εμπόρικοί σύλλογοι) να ορίζουν ανεξάρτητα τις περιόδους εκπτώσεων και τη διάρκεια αυτών, π.χ. λόγω δραστηριότητας. |

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.3 (συνέχεια)

| Περιγραφή της ρύθμισης (πριν από 31/12/2013) | Σύσταση | Μεταβολές (από 1/1/2014 και μετά) | Νόμος/Υ.Α. κ.ά. Χρόνος θέσπισης | Χρόνος εφαρμογής | Αποκλίσεις | Προτάσεις |
|---|---|--|---|--------------------|--|---|
| N. 4177/2013: Απαγόρευση διαφήμισης τριάντα (30) μέρες πριν τις εκπτώσεις. | Σύσταση 155: Κατάργηση ρύθμισης. | Κατάργηση της σχετικής ρύθμισης. | <ul style="list-style-type: none"> N. 4254/2014 | 4/2014 | Πλήρης συμμόρφωση. | Δεν απαιτείται καμία επιπλέον παρέμβαση. |
| N. 4177/2013: Στις προσφορές δεν επιτρέπεται η αναγραφή του ποσοστού της έκπτωσης. | Σύσταση 156: Κατάργηση ρύθμισης και εισαγωγή ενός γενικότερου κώδικα συμπεριφοράς για πρωθητικές ενέργειες και προσφορές. | Τροποποίηση της σχετικής ρύθμισης. Εισαγωγή Κώδικα Δεοντολογίας. | <ul style="list-style-type: none"> N. 4254/2014 Υ.Α. 56885/2014 | 4/2014 και 11/2014 | Η αναγραφή είναι προαιρετική. Μερική συμμόρφωση. | Δεν απαιτείται καμία επιπλέον παρέμβαση. |
| N. 4177/2013: Η διάρκεια των προσφορών δεν πρέπει να ξεπερνά τις δεκα (10) ημέρες. Εξαιρέσεις για αυτοκίνητα (60 μέρες) και λαχανικά. | Σύσταση 157: Κατάργηση ρύθμισης και εισαγωγή ενός γενικότερου κώδικα συμπεριφοράς για πρωθητικές ενέργειες και προσφορές. | Κατάργηση της σχετικής ρύθμισης. Εισαγωγή Κώδικα Δεοντολογίας. | <ul style="list-style-type: none"> N. 4254/2014 Υ.Α. 56885/2014 | 4/2014 και 11/2014 | Πλήρης συμμόρφωση. | Ορισμός κριτηρίου διάρκειας βάσει του οποίου θα εξεταζέται η γνησιότητα της προσφοράς. Διευκρίνιση της πιθανότητας ελαστικοποίησης υπό συνθήκες του περιορισμού του 50% στα προϊόντα που καταστημάτων που διατίθενται σε προσφορά.* |

| | | | | | | |
|--|---|--|---|--------------------|--------------------|---|
| N. 4177/2013: Νέα προσφορά (στο ίδιο προϊόν) απαγορεύεται για εξήντα (60) μέρες από την προηγούμενη, η προσφορά αναρτάται στην ιστοσελίδα. | Σύσταση 158: Κατάργηση ρύθμισης και εισαγωγή ενός γενικότερου κώδικα συμπεριφοράς για πρωθυποτικές ενέργειες και προσφορές. | Κατάργηση της σχετικής ρύθμισης. Εισαγωγή Κώδικα Δεοντολογίας. | <ul style="list-style-type: none"> • Ν. 4254/2014 • Υ.Α. 56885/2014 | 4/2014 και 11/2014 | Πλήρης συμμόρφωση. | Δεν απαιτείται καμία επιπλέον παρέμβαση. |
| N. 4177/2013: Γνωστοποίηση της προσφοράς (μια μέρα πριν) στη Γενική Γραμματεία του Καταναλωτή και την ιστοσελίδα του πωλητή. | Σύσταση 159: Κατάργηση ρύθμισης και εισαγωγή ενός γενικότερου κώδικα συμπεριφοράς για πρωθυποτικές ενέργειες και προσφορές. | Κατάργηση της σχετικής ρύθμισης. Εισαγωγή Κώδικα Δεοντολογίας. | <ul style="list-style-type: none"> • Ν. 4254/2014 • Υ.Α. 56885/2014 | 4/2014 και 11/2014 | Πλήρης συμμόρφωση. | Ορισμός «παλαιάς τιμής πώλησης» προς διευκλίνηση των ελεγκτικών υπηρεσιών και περιορισμό του αθέμιτου ανταγωνισμού. |
| Υ.Α. 1863/2005: Τα καταστήματα stock και outlet δεν επιτρέπεται να προβαίνουν σε προσφορές και εκπτώσεις. | Σύσταση 162: Κατάργηση ρύθμισης και εισαγωγή ενός γενικότερου κώδικα συμπεριφοράς για πρωθυποτικές ενέργειες και προσφορές. | Κατάργηση της σχετικής ρύθμισης. Εισαγωγή Κώδικα Δεοντολογίας. | <ul style="list-style-type: none"> • Ν. 4254/2014 • Υ.Α. 56885/2014 | 4/2014 και 11/2014 | Πλήρης συμμόρφωση. | Δεν απαιτείται καμία επιπλέον παρέμβαση. |

* Ο Νόμος 4441/2016 ορίζει ότι ο Αντιπεριφερειάρχης, μετά από γνώμη των δήμων, των εμπορικών και επαγγελματικών οργανώσεων της οικείας Περιφερειακής Ενότητας δύναται να ορίζει μία περίοδο προσφορών ανά δύο έτη, με μέγιστη χρονική διάρκεια ενός μηνός, οπότε επιτρέπεται η προσφορά του συνόλου των ειδών που διαθέτει το κατάστημα. Η ρύθμιση αυτή ερμηνεύεται ως περαιτέρω ελαστικοποίηση του θεσμικού πλαισίου.

κή των εκπτώσεων, προκειμένου να επιτελέσει τον ρόλο της, π.χ. αύξηση πωλήσεων, διάθεση αποθέματος, κ.ά. Στο πλαίσιο αυτό, ο Ν. 4177/2013 αύξησε τη συχνότητα των εκπτώσεων, με τη θεσμοθέτηση δύο ενδιάμεσων εκπτώτικων περιόδων (πρώτο δεκαήμερο Μαΐου και πρώτο δεκαήμερο Νοεμβρίου), ενώ ο Ν. 4336/2015 ουσιαστικά επέτρεψε τις προσφορές όλο τον χρόνο και, μάλιστα, χωρίς προηγούμενη υποχρέωση γνωστοποίησης στις αρχές. Είναι πιθανόν η αύξηση της συχνότητας των εκπτώσεων ή η πλήρης κατάργησή τους να διακινδυνεύσει την ίδια τη σημασία τους. Στον βαθμό που οι εκπτώσεις αποσκοπούν στη ρευστοποίηση αποθεμάτων λόγω τέλους εποχής, τουλάχιστον με βάση την ΕΣΕΕ, οι περίοδοι των εκπτώσεων δεν μπορεί παρά να ορίζονται στο τέλος κάθε εποχής, δηλαδή τέλος καλοκαιριού και τέλος χειμώνα, όπως αρχικά ίσχυε πριν τον Ν. 4177/2013. Οι προσφορές μπορούν να χρησιμοποιηθούν προς ρευστοποίηση εμπορευμάτων σε περιόδους εκτός εκπτώσεων, πιθανόν μειώνοντας περισσότερο το εύρος των προϊόντων που δύνανται να αφορούν. Το καθεστώς στα υπόλοιπα κράτη-μέλη της ΕΕ είναι μικτό³⁸. Σε κάποιες χώρες υπάρχουν συγκεκριμένες περίοδοι εκπτώσεων δύο φορές τον χρόνο, π.χ. Ιταλία, Βέλγιο, Γαλλία, Πορτογαλία, Πολωνία, Ισπανία, ενώ σε κάποιες άλλες δεν υπάρχει κανένας περιορισμός, π.χ. Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Αυστρία, Δανία, Φινλανδία, Σουηδία. Με εξαίρεση τη Γερμανία, στις υπόλοιπες χώρες με ελεύθερη διεξαγωγή εκπτώσεων, οι πωλήσεις σε τιμές κάτω του κόστους επιτρέπονται.

Δε θα ήταν έκπληξη, αν η πλήρης απελευθέρωση του καθεστώτος των εκπτώσεων οδηγήσει σε αθέμιτο ανταγωνισμό στην αγορά, στον βαθμό που ο καθένας θα μπορεί πλέον να μειώνει τις τιμές κάτω του κόστους για να αυξήσει πρόσκαιρα τις πωλήσεις του ή να εκτοπίσει ανταγωνιστές από την αγορά³⁹. Αυτό βραχυ-

³⁸ Βλέπε < <http://www.eurocommerce.eu/media/106771/EuroCommerce%20%20-%20Sales%20and%20Promotion%20overview%20MS%202014.pdf> >.

³⁹ Σημειώνεται ότι με τον Ν. 4072/2012 καταργήθηκε η απαγόρευση πωλήσεων σε τιμές κάτω του κόστους. Στην ελληνική αγορά που κυριαρχείται από μικρές επιχειρήσεις, η δυνατότητα πωλήσεων κάτω του κόστους είναι περιορισμένη. Δεν ισχύει το ίδιο για μεγάλα καταστήματα ή μέλη αλυσίδων λιανικής πώλησης, τα οποία μπορούν να αντέξουν την εφαρμογή τέτοιων πρακτικών. Επομένως, τίθεται ζήτημα αθέμιτου ανταγωνισμού σε βάρος

χρόνια θα μπορούσε να αποβεί προς όφελος του καταναλωτή, λόγω μείωσης των τιμών, ωστόσο μακροχρόνια μπορεί να οδηγήσει στο κλείσιμο υγιείς επιχειρήσεις, άρα να βλάψει εμμέσως τον καταναλωτή μειώνοντας τις επιλογές του και αυξάνοντας την ανεργία. Μια ενδιάμεση επιλογή, λοιπόν, μπορεί να είναι ο ορισμός της περιόδου των εκπτώσεων από τις τοπικές αρχές, π.χ. τον τοπικό εμπορικό σύλλογο σε συνεργασία με τον δήμο ή την περιφερειακή διοίκηση και, μάλιστα, ανάλογα με το είδος του προϊόντος ή της υπηρεσίας προς πώληση ή τις ιδιομορφίες της περιοχής (π.χ. τουριστική). Αντίστοιχη πρακτική ακολουθείται στην Ιταλία και τη Γαλλία (OECD, 2014). Με τον τρόπο αυτό θα ήταν εφικτή η αύξηση της ευελιξίας προς όφελος των καταναλωτών και των εμπόρων, αλλά θα διατηρούνταν ταυτόχρονα και ένας βαθμός ελέγχου της αγοράς. Συνοψίζοντας, στο πεδίο αυτό υπάρχει τροποποίηση του θεσμικού πλαισίου στην κατεύθυνση της αύξησης της ευελιξίας στην αγορά, αλλά όχι κατάργηση του περιορισμού, καθώς κάτι τέτοιο προϋποθέτει την πλήρη απουσία θεσμοθετημένων περιόδων εκπτώσεων.

Η σύσταση 155 του ΟΟΣΑ αφορά στην κατάργηση του περιορισμού των διαφημίσεων 30 ημέρες πριν τις εκπτώσεις και υιοθετήθηκε πλήρως με τον Ν. 4254/2014. Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία (Benham, 1972· Kwoka, 1984· Glazer, 1981· Clark, 2007) η διαφήμιση πριν τις εκπτώσεις αυξάνει τον ανταγωνισμό και οδηγεί σε χαμηλότερες τιμές. Επιπλέον, εξαιτίας της ανάπτυξης των σύγχρονων μέσων πληροφόρησης και επικοινωνίας, π.χ. κινητά, e-mail, υπάρχουν πλέον άλλοι τρόποι διαφήμισης, πέραν των παραδοσιακών, που είναι δύσκολο έως αδύνατο να εντοπιστούν και να περιοριστούν. Επομένως, η συγκεκριμένη ρύθμιση ξεπεράστηκε από την τεχνολογία. Με άλλα λόγια, επιτρέπεται πλέον η διαφήμιση πριν τις εκπτώσεις, άρα διευκολύνεται η έγκαιρη ενημέρωση των καταναλωτών ως προς το ύψος των εκπτώσεων, το είδος των προϊόντων που θα προσφερθούν και από ποιον λιανικό πωλητή. Αυτό σημαίνει μείωση του κόστους αναζήτησης των καταναλωτών και, άρα, αύξηση του ανταγωνισμού στην αγορά, αφού οι καταναλωτές έχουν χρόνο στη διάθεσή τους να

των μικρών επιχειρήσεων και καταστημάτων. Πιθανόν δεν είναι τυχαίο ότι στη Γερμανία η απελευθέρωση των εκπτώσεων συνοδεύεται από απαγόρευση των πωλήσεων σε τιμές κάτω του κόστους.

εντοπίσουν τις καλύτερες ευκαιρίες. Επομένως, η κατάργηση του περιορισμού στις διαφημίσεις απελευθέρωσε πλήρως το πεδίο σύμφωνα με τη σχετική σύσταση του ΟΟΣΑ, παρά το γεγονός ότι αντίστοιχοι περιορισμοί ισχύουν και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, όπως το Βέλγιο, η Γαλλία, η Ιταλία και η Πορτογαλία (OECD, 2014). Στο σημείο αυτό να επισημανθεί ότι η διαφήμιση των εκπτώσεων ενδέχεται να προκαλέσει μειωμένες πωλήσεις την περίοδο πριν τις εκπτώσεις, καθώς οι καταναλωτές ίσως να καθυστερήσουν τις αγορές τους για να εκμεταλλευτούν τις χαμηλότερες τιμές την περίοδο των εκπτώσεων. Το ίδιο προφανώς ισχύει και για τις περιόδους των τακτικών και ενδιάμεσων εκπτώσεων.

Η σύσταση 156 του ΟΟΣΑ αφορά στην απαγόρευση αναγραφής του ποσοστού της έκπτωσης σε περιπτώσεις προσφορών. Η λογική πίσω από αυτή τη ρύθμιση ήταν να αποφευχθεί η παραπλάνηση του καταναλωτή, αν στηριζόταν λόγω χάρη αποκλειστικά στο μέγεθος της έκπτωσης και όχι στην πραγματική αρχική τιμή⁴⁰. Ο Ν. 4177/2013 επέτρεπε μόνο την αναγραφή της παλαιάς και νέας τιμής στις προσφορές, ενώ στις τακτικές εκπτώσεις επιτρεπόταν, αλλά δεν ήταν υποχρεωτική, η αναγραφή του ποσοστού της έκπτωσης. Η σχετική ρύθμιση καταργήθηκε με τον Ν. 4254/2014, ενώ ο Κώδικας Δεοντολογίας (Υ.Α. 56885/2014) κατέστησε προαιρετική την αναγραφή του ποσοστού της έκπτωσης στις προσφορές. Με την αναγραφή και των δύο στοιχείων, όμως, οι καταναλωτές μπορούν να έχουν άμεση πληροφόρηση του ποσοστού της μείωσης της τιμής και της αρχικής τιμής του προϊόντος, στοιχείο που ενδέχεται να αποτελεί σημαντικό παράγοντα επιλογής, καθώς η τελευταία συνδέεται συχνά με την ποιότητά του, τουλάχιστον στο μυαλό του καταναλωτή, άρα δύναται να επηρεάσει την απόφαση των καταναλωτών να το αγοράσουν. Επιπλέον, διευκολύνεται ο ανταγωνισμός μεταξύ των πωλητών, καθώς είναι άμεσα αντιληπτό ποιος παρέχει τις πιο συμφέρουσες προσφορές. Προσοχή χρειάζεται, διότι το ποσοστό της έκπτωσης από μόνο του δεν αρκεί για να διαμορφώσει ο καταναλωτής εμπεριστατωμένη άποψη, όπως

⁴⁰ Στο παρελθόν είχαν αναφερθεί κρούσματα πλασματικών εκπτώσεων κατά τις οποίες ο καταστηματάρχης αύξανε την τιμή προ έκπτωσης, κάτι που επέτρεπε την πραγματοποίηση υψηλού ποσοστού έκπτωσης.

από μόνη της δεν αρκεί η αναγραφή της αρχικής τιμής. Η τροποποίηση του περιορισμού συνίσταται στην προαιρετική φύση της αναγραφής του ποσοστού της έκπτωσης στις περιπτώσεις προσφορών, η οποία πρακτικά ισοδυναμεί με την κατάργηση του περιορισμού. Το επιπλέον κόστος που ενδεχομένως συνεπάγεται η αναγραφή του ποσοστού της έκπτωσης πιθανόν να μπορεί να αντισταθμιστεί από τις αυξημένες πωλήσεις, λόγω καλύτερων προσφορών. Στο πεδίο αυτό η σύσταση του ΟΟΣΑ φαίνεται ότι υιοθετήθηκε πλήρως και, επομένως, δε φαίνεται να υπάρχουν περιθώρια περαιτέρω παρεμβάσεων στην αγορά.

Η σύσταση 157 του ΟΟΣΑ αναφέρεται στην κατάργηση των χρονικών περιορισμών που έθετε ο Ν. 4177/2013 στη διενέργεια των προσφορών (10 ημέρες) πλην ορισμένων εξαιρέσεων. Ο προσδιορισμός της διάρκειας των προσφορών αποσκοπούσε στο να μην καταστούν αυτές πάγια τακτική, καθώς σκοπός είναι οι προσφορές να είναι η εξαίρεση και όχι ο κανόνας. Επιπλέον, προσφορές μεγάλης διάρκειας εγείρουν ερωτηματικά ως προς την ουσία της προσφοράς και την αλήθεια της. Ο Ν. 4254/2014 κατήργησε τη σχετική ρύθμιση, ενώ ο Κώδικας Δεοντολογίας ορίζει ότι προσφορές συγκεκριμένων προϊόντων ή προϊόντων ορισμένης κατηγορίας πραγματοποιούνται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, εκτός από τις περιόδους των εκπτώσεων, χωρίς να αναφέρεται σε οποιονδήποτε χρονικό περιορισμό. Κατά συνέπεια, οι πωλητές είναι ελεύθεροι να επιλέξουν το ύψος της έκπτωσης, τη διάρκεια και το είδος των προϊόντων που θα προσφέρουν με μειωμένη τιμή. Με τον τρόπο αυτό δημιουργούνται κατάλληλες συνθήκες για την ενίσχυση του ανταγωνισμού, ενώ διευκολύνονται οι πωλητές στις περιπτώσεις εκείνες που επιθυμούν να ρευστοποιήσουν, για παράδειγμα, μέρος του αποθέματός τους⁴¹, ή όταν επιθυμούν να αυξήσουν τη ρευστότητά τους. Επιπλέον, οι καταναλωτές μπορούν να ωφεληθούν από χαμηλότερες τιμές, ακόμη και εκτός των περιόδων των τακτικών εκπτώσεων, αυξάνοντας την ωφέλειά τους. Επομένως, στο πεδίο της διάρκειας των προσφορών σημειώθηκε σημαντική πρόοδος, κα-

⁴¹ Δεδομένου ότι η ελληνική νομοθεσία δεν επιτρέπει αντίστοιχες πρακτικές, με εξαίρεση περιπτώσεις οριστικού κλεισίματος της επιχείρησης.

θώς πρακτικά δεν ορίζεται συγκεκριμένη διάρκεια, οπότε ο περιορισμός καταργήθηκε ολοκληρωτικά.

Ωστόσο, υπάρχει ένα σημείο που χρήζει περαιτέρω εξέτασης και αφορά στη διάρκεια των προσφορών, σημείο που, δυστυχώς, δεν αγγίζει ο Κώδικας Δεοντολογίας. Συγκεκριμένα, γεννάται το ερώτημα πότε μια προσφορά παύει να είναι προσφορά, καθώς, αν η μειωμένη τιμή διαρκέσει περισσότερο από την αρχική τιμή, δηλαδή την τιμή που προσφερόταν το προϊόν πριν τη μείωση, τότε τίθεται θέμα εξαπάτησης του καταναλωτή. Επομένως, πιθανόν να ήταν σκόπιμο να αναφέρεται στον Κώδικα Δεοντολογίας ορισμένη διάρκεια για τις προσφορές, όχι συχνότητα, ώστε να διαφυλάσσεται ο καταναλωτής από πρακτικές εξαπάτησης, αλλά και οι πωλητές από τον αθέμιτο ανταγωνισμό.

Ο μοναδικός περιορισμός που διατηρήθηκε σχετικά με τις προσφορές αφορά στο ποσοστό των προϊόντων που μπορούν να είναι σε προσφορά την ίδια περίοδο. Το ποσοστό αυτό δεν πρέπει να ξεπερνά το 50% των προϊόντων που πωλούνται από το κατάστημα. Να σημειωθεί ότι παρόμοιοι περιορισμοί δεν υπάρχουν σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, σύμφωνα τουλάχιστον με τον ΟΟΣΑ (OECD, 2014). Ωστόσο, στην πρόταση για έναν Κώδικα Δεοντολογίας που επεξεργάστηκαν από κοινού το Υπουργείο Ανάπτυξης, η ΕΣΕΕ και κοινωνικοί φορείς, που αναφέρθηκε παραπάνω, η προσφορά ή προωθητική ενέργεια δεν πρέπει να αφορά περισσότερα από το 1/3 των προϊόντων που διατίθενται από το κατάστημα. Ο εν λόγω περιορισμός, που διατηρείται και στον Κώδικα Δεοντολογίας (Υ.Α. 56885/2014), ο οποίος, τελικώς, πήρε τη μορφή υπουργικής απόφασης, ενδεχομένως περιορίζει την ελευθερία των επιχειρήσεων σε περιπτώσεις που επιθυμούν να ρευστοποιήσουν το απόθεμά τους και, κατά συνέπεια, κρίνεται επιζήμιος για τις επιχειρήσεις, αλλά και τους καταναλωτές, οι οποίοι δεν μπορούν να επωφεληθούν από πιθανές χαμηλότερες τιμές. Μια εναλλακτική ενδιάμεση επιλογή θα ήταν η δυνατότητα προσφορών για το σύνολο των προϊόντων προς πώληση από το κατάστημα, αλλά με συγκεκριμένη συχνότητα και χρονική διάρκεια ή για συγκεκριμένο λόγο. Λόγου χάρη, σε περίοδο δύο ετών να επιτρέπεται μία φορά η διενέργεια προσφορών για το σύνολο των προϊόντων και συνολική διάρκεια που δεν θα ξεπερνά το δίμηνο. Τα ακριβή κριτήρια θα ήταν ορθότερο να

αποφασιστούν σε συνεννόηση με τους άμεσα ενδιαφερόμενους, όπως είναι η ΕΣΕΕ και οι τοπικοί εμπορικοί σύλλογοι⁴². Σε κάθε περίπτωση, πλήρης απελευθέρωση θα υφίστατο μόνο στην περίπτωση της κατάργησης όλων των περιορισμών.

Η σύσταση 158 αφορά στην απαγόρευση νέας προσφοράς για το ίδιο προϊόν νωρίτερα από εξήντα (60) ημέρες από το τέλος της προηγούμενης, καθώς και στην υποχρέωση ανάρτησης της προσφοράς στην ιστοσελίδα της επιχείρησης (εφόσον αυτή διαθέτει). Σε συνδυασμό με τους περιορισμούς στη διάρκεια των προσφορών και το ποσοστό των προϊόντων που μπορούν να διατεθούν με χαμηλότερη τιμή, ο περιορισμός αυτός δημιουργούσε ιδιαίτερα περιοριστικές συνθήκες για τους πωλητές, πιθανόν σε βαθμό που τους απέτρεπε από την πραγματοποίηση προσφορών με αρνητικές συνέπειες για τους ίδιους, λόγω της μείωσης της ευελιξίας που συνεπάγονταν, αλλά και τους καταναλωτές, λόγω της τεχνητής μείωσης ή μη ύπαρξης προσφορών ως αποτέλεσμα των περιορισμών. Ενδεικτικά, αν μία προσφορά σε προϊόν δεν είχε τα αναμενόμενα αποτελέσματα, ο έμπορος έπρεπε να περιμένει δύο μήνες προτού μπορέσει να θέσει ξανά το προϊόν σε προσφορά. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα να παρακρατά ο έμπορος το προϊόν ακόμη και μια ολόκληρη σεζόν. Και οι δύο περιορισμοί καταργήθηκαν με τον Ν. 4254/2014 καταγράφοντας σημαντική απελευθέρωση του κανονιστικού πλαισίου διενέργειας προσφορών.

Η σύσταση 159 του ΟΟΣΑ είναι η τελευταία που αφορά σε προσφορές και, συγκεκριμένα, προτείνει την κατάργηση της υποχρέωσης προηγούμενης ενημέρωσης της αρμόδιας αρχής για τη διενέργεια προσφορών (Παρατηρητήριο Τιμών της Γενικής Γραμματείας Καταναλωτή), τουλάχιστον μια ημέρα πριν την έναρξη. Η συγκεκριμένη υποχρέωση αύξανε το διοικητικό κόστος των επιχειρήσεων, παράλληλα με το διοικητικό φόρτο της δημόσιας διοίκησης, χωρίς προφανείς θετικές επιπτώσεις στην προστασία του καταναλωτή, εφόσον η επιβεβαίωση της προηγούμενης ενημέρωσης απαιτεί ισχυρό και αποτελεσματικό ελεγκτικό μηχανισμό. Η

⁴² Ο Νόμος 4441/2016 κινείται σε αυτό το πλαίσιο, καθώς δίνει τη δυνατότητα προσφορών στο σύνολο των προϊόντων προς πώληση μία φορά κάθε δύο έτη για διάρκεια όχι μεγαλύτερη του ενός μήνα με απόφαση του Αντιπεριφερειάρχη. Βλέπε και υποσημείωση Πίνακα 5.3, σύσταση 157.

ρύθμιση καταργήθηκε με τον Ν. 4257/2014, ενώ ο Κώδικας Δεοντολογίας που ακολούθησε ορίζει την υποχρέωση των υπευθύνων στα σημεία πώλησης να αποδείξουν σε περίπτωση ελέγχου ότι η παλαιά τιμή πώλησης που αναγράφεται στην πινακίδα, άρα και το ποσοστό της έκπτωσης που αφορά στην προσφορά, ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα. Κρίνεται ότι με αυτόν τον τρόπο διασφαλίζεται η προστασία του καταναλωτή από τυχόν προσπάθειες εξαπάτησης, ενώ οι απαιτήσεις σε δυνατότητα ελέγχων δεν μεταβάλλονται. Επομένως, και στο πεδίο αυτό το κανονιστικό πλαίσιο φαίνεται ότι συμμορφώθηκε πλήρως με τη σύσταση του ΟΟΣΑ.

Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να επισημανθεί το εξής. Ο ορισμός της παλαιάς ή προηγούμενης τιμής βάσει της οποίας υπολογίζεται η έκπτωση δεν είναι ξεκάθαρος, όπως, επίσης, δεν είναι ξεκάθαρος ούτε στον Κώδικα Δεοντολογίας ο τρόπος με τον οποίο ο πωλητής θα αποδείξει ότι η «παλαιά τιμή πώλησης» ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα. Σε άλλα ευρωπαϊκά κράτη, η παλαιά τιμή πώλησης ή τιμή αναφοράς ορίζεται ως η τιμή στην οποία διατίθεται το προϊόν τις τελευταίες είκοσι οκτώ (28) ημέρες (Ηνωμένο Βασίλειο) ή η ελάχιστη τιμή διάθεσης των τελευταίων τριάντα (30) ημερών (Γαλλία, Πορτογαλία) ή η τιμή διάθεσης για τουλάχιστον τριάντα (30) ημέρες τους τελευταίους έξι (6) μήνες προ της προσφοράς (Ισπανία). Σε κάθε περίπτωση υπάρχει ένας ορισμός, ο οποίος, από τη μια πλευρά, διευκολύνει τις συγκρίσεις και τον έλεγχο και, από την άλλη, προστατεύει τους πωλητές από πρακτικές αθέμιτου ανταγωνισμού και τους καταναλωτές από απάτες, κάτι που δεν ισχύει στην ελληνική πραγματικότητα⁴³. Επομένως, πιθανόν να ήταν σκόπιμο να δοθεί στον Κώδικα Δεοντολογίας ο ορισμός της έννοιας «παλαιά τιμή πώλησης».

Η σύσταση 162 του ΟΟΣΑ αφορά στην απαγόρευση των καταστημάτων stock και outlet να προβαίνουν σε εκπτώσεις και προσφορές. Με δεδομένο ότι αυτού του τύπου τα καταστήματα έχουν ήδη χαμηλότερες τιμές λόγω της φύσης των προϊόντων που πωλούν, οποιαδήποτε απόκλιση από τον τιμοκατάλογο απαγορευόταν

⁴³ Μπορεί να σκεφτεί κάποιος την περίπτωση αύξησης της τιμής μια εβδομάδα ή λίγες μέρες πριν την προσφορά ή την έκπτωση, προκειμένου να εμφανιστεί υψηλότερο ποσοστό μείωσης της τιμής την περίοδο των εκπτώσεων ή στη διάρκεια προσφορών. Αυτό ισοδυναμεί με εξαπάτηση του καταναλωτή, αλλά και αθέμιτο ανταγωνισμό σε βάρος των τίμιων πωλητών.

ρητά. Οι ήδη χαμηλότερες τιμές ήταν το βασικό επιχείρημα κατά της διενέργειας εκπτώσεων και προσφορών από τέτοιου τύπου καταστήματα. Θεωρητικά, επιπλέον μειώσεις τιμών ενδέχεται να δημιουργούν αθέμιτο ανταγωνισμό. Κάτι τέτοιο όμως έπαψε να ισχύει με τον Ν. 4254/2014, ενώ ο Κώδικας Δεοντολογίας που ακολούθησε ορίζει ότι τα καταστήματα αυτά μπορούν να συμμετέχουν στις τακτικές και στις ενδιάμεσες εκπτώσεις, όμοια με τα υπόλοιπα καταστήματα. Μοναδική προϋπόθεση είναι να αναγράφονται και οι ενδιάμεσες τιμές, δηλαδή η αρχική, η τιμή του stock ή outlet και η τελική τιμή με την έκπτωση. Επιπλέον, πρέπει να αναγράφεται το ειδικό χαρακτηριστικό του προϊόντος, π.χ. προηγούμενης σεζόν. Αυτό είναι ένα βασικό σημείο και θα ήταν σκόπιμο να ενταθούν οι έλεγχοι προς αποφυγή παραπλάνησης των καταναλωτών. Επομένως, ο περιορισμός στο πεδίο των stock και outlet καταστημάτων που τα διέκρινε από τα υπόλοιπα καταστήματα, χωρίς κάποιο προφανή λόγο και με ξεκάθαρο σκοπό, καταργήθηκε, οπότε το κανονιστικό πλαίσιο συμμορφώθηκε πλήρως με τις συστάσεις του ΟΟΣΑ.

Συμπερασματικά, το κανονιστικό πλαίσιο, όπως διαμορφώθηκε από τις αλληπάλληλες νομοθετικές παρεμβάσεις, ειδικά των τελευταίων ετών, αξιολογείται ως επαρκώς απελευθερωμένο. Κάποιοι περιορισμοί που διατηρούνται πιθανόν να δημιουργούν στρεβλώσεις στην αγορά, αλλά η έκταση και ένταση αυτών μειώθηκε αισθητά τα τελευταία δύο έτη και, συγκεκριμένα, από την ψήφιση του Ν. 4254/2014 και τη σύσταση του Κώδικα Δεοντολογίας (Υ.Α. 56885/2014). Στο σημείο αυτό πρέπει να επισημανθεί ότι ο τελευταίος υπολείπεται του ιδεατού, καθώς πρακτικά δεν προσφέρει αυτά που αναμένονται από έναν Κώδικα Δεοντολογίας. Συγκεκριμένα, δεν προσδιορίζει τις αθέμιτες πρακτικές που οφείλουν να αποφεύγουν οι πωλητές και δεν ερμηνεύει με απλό και κατανοητό τρόπο τη σχετική νομοθεσία, ώστε να αποτελέσει ένα κείμενο οδηγό για τους ενδιαφερόμενους, ειδικά αυτούς που εισέρχονται για πρώτη φορά στον κλάδο.

Παρά τη σημαντική πρόοδο που έχει συντελεστεί, εντοπίζονται πέντε σημεία στα οποία φαίνεται να υπάρχουν περιθώρια επιπλέον παρεμβάσεων στην κατεύθυνση της αύξησης της ευελιξίας της αγοράς ή της προστασίας πωλητών και καταναλωτών. Το πρώτο είναι η κατάργηση της υποχρέωσης να πωλείται και μεμονωμένα το προϊόν

που πωλείται ως τμήμα πολυσυσκευασίας, καθώς η αναγραφή της μοναδιαίας τιμής εξυπηρετεί τον ίδιο σκοπό. Το δεύτερο σημείο είναι να διερευνηθεί η δυνατότητα και η σκοπιμότητα να ορίζονται οι περίοδοι εκπτώσεων σε τοπικό επίπεδο. Αυτό θα αυξήσει την ευελιξία των εμπόρων και θα ωφελήσει τους καταναλωτές μέσω μείωσης των τιμών όλο τον χρόνο. Το τρίτο σημείο είναι ο ορισμός κριτηρίου διάρκειας βάσει του οποίου θα εξετάζεται η γνησιότητα των προσφορών, ώστε να περιοριστούν οι πιθανότητες εξαπάτησης των καταναλωτών. Το τέταρτο σημείο είναι κατάργηση του περιορισμού να μην διατίθεται σε προσφορά περισσότερο από το 50% των προϊόντων που πωλεί ένα κατάστημα, ώστε να αυξηθεί η ευελιξία των πωλητών και να ωφεληθούν οι καταναλωτές από μειωμένες τιμές. Το πέμπτο σημείο είναι να οριστεί με ξεκάθαρο και αδιαμφισβήτητο τρόπο η έννοια της παλαιάς τιμής ή τιμής αναφοράς, προς διευκόλυνση των ελέγχων και προστασία των πωλητών και των καταναλωτών.

Αυτό που απομένει είναι να εξεταστεί αν η εφαρμογή των ανωτέρω μεταβολών είχε τα επιθυμητά αποτελέσματα στην αγορά προϊόντων. Κατά αντιστοιχία με την αξιολόγηση του ΟΟΣΑ (OECD, 2010), η οποία εξέτασε τις επιπτώσεις του περιοριστικού κανονιστικού πλαισίου στην είσοδο νέων επιχειρήσεων, στις τιμές, στην παραγωγή και στην ποιότητα των αγαθών και υπηρεσιών, καθώς και στην ανάπτυξη της αγοράς, επιλέχθηκαν μια σειρά από αντίστοιχα κριτήρια και, συγκεκριμένα, οι μεταβολές στον αριθμό των επιχειρήσεων, των απασχολουμένων, των τιμών των προϊόντων και του κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου. Η άσκηση δεν είναι απλή, καθώς οι παρεμβάσεις πραγματοποιήθηκαν σε εξαιρετικά δυσμενές οικονομικό και πολιτικό περιβάλλον με αρνητικούς ρυθμούς ανάπτυξης, μειούμενη ζήτηση για αγαθά και υπηρεσίες και μείωση της απασχόλησης. Επιπλέον, το χρονικό διάστημα που μεσολαβεί είναι εξαιρετικά μικρό.

Να σημειωθεί για ακόμη μια φορά, στο σημείο αυτό, ότι η επιλογή της οικονομετρικής μεθόδου εκτίμησης (μέθοδος ελαχίστων τετραγώνων – MET) υπαγορεύτηκε από τη διαθεσιμότητα των δεδομένων, το μικρό χρονικό διάστημα που μεσολάβησε από την υλοποίηση των θεσμικών παρεμβάσεων, καθώς και το σύντομο χρονικό διάστημα που δόθηκε για την εκτέλεση της άσκησης. Πρέ-

πει να γίνει σαφές ότι, αν υπήρχε διαθεσιμότητα δεδομένων και επαρκής χρόνος από την υλοποίηση των μεταρρυθμίσεων, οι τεχνικές εκτίμησης θα ήταν διαφορετικές και αντίστοιχες με αυτές που χρησιμοποιούνται στη σχετική βιβλιογραφία και περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων, το μοντέλο GIMF⁴⁴ (Global Integrated Monetary and Fiscal Model) του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου (ΔΝΤ), το μοντέλο QUEST III⁴⁵ και τα μοντέλα DSGE⁴⁶ (Dynamic Stochastic General Equilibrium Models). Κατά συνέπεια, τα αποτελέσματα είναι μια πρώτη γρήγορη προσπάθεια εκτίμησης των επιπτώσεων και ως τέτοια πρέπει να αντιμετωπιστούν και όχι ως τελικά αποτελέσματα των επιπτώσεων των μεταρρυθμίσεων στο λιανικό εμπόριο. Αυτός άλλωστε είναι και ο λόγος που σχολιάζονται τα πρόσρημα των συντελεστών και όχι το μέγεθός τους, ενώ δεν παρατίθενται προτάσεις πολιτικής. Τέλος, τα συμπεράσματα που προκύπτουν τονίζεται ακόμη μια φορά ότι είναι συνάρτηση των περιορισμών που τίθενται από τα δεδομένα.

5.5. Επιπτώσεις στον αριθμό των απασχολούμενων

Όπως διαπιστώθηκε ήδη, το συνολικό αποτέλεσμα στην απασχόληση είναι αρνητικό στο λιανικό εμπόριο στη διάρκεια της κρίσης. Εντούτοις, υπάρχουν ορισμένοι κλάδοι που είτε αύξησαν τον αριθμό των απασχολούμενων, είτε κατάφεραν να διατηρήσουν την απασχόληση σχετικά σταθερή. Το ερώτημα είναι κατά πόσον οι θεσμικές αλλαγές που υλοποιήθηκαν, κυρίως, το 2014 είχαν κάποια επίδραση σε αυτό. Οι επιπτώσεις στον αριθμό των απασχολούμενων διερευνώνται με βάση την Έρευνα Εργατικού Δυναμικού της ΕΛΣΤΑΤ για τα έτη 2008-2015⁴⁷. Επιπλέον, επιχειρείται να απομονωθεί η επίδραση της οικονομικής συγκυρίας από τη μακροχρόνια τάση του κλάδου του λιανικού εμπορίου, καθώς αυτό είναι το ζητούμενο, δηλαδή να προσδιοριστούν οι αλλαγές που σημειώθηκαν στην απασχόληση στον κλάδο από το 2014 και έπειτα. Η μέθοδος εκτίμησης που χρησιμοποιείται είναι η μέθοδος ελαχίστων

⁴⁴ Βλέπε Anderson *et al.* (2014) για μια εφαρμογή.

⁴⁵ Βλέπε Hobza and Mourre (2010) για μια εφαρμογή.

⁴⁶ Βλέπε Papageorgiou and Vourvachaki (2015) για μια εφαρμογή.

⁴⁷ Διαθέσιμα δεδομένα υπάρχουν ως το δεύτερο τρίμηνο του 2015.

τετραγώνων (MET). Οι επιμέρους υποκλάδοι που θα διερευνηθούν είναι οι 471 έως 479⁴⁸, δηλαδή όλοι οι υποκλάδοι του λιανικού εμπορίου.

Με δεδομένο ότι τα στοιχεία της ΕΕΔ είναι τριμηνιαία, η εξαρτημένη μεταβλητή είναι ο αριθμός των απασχολούμενων σε κάθε υποκλάδο ανά τρίμηνο. Η επίπτωση των εκπτώσεων στην απασχόληση επιχειρείται να προσεγγιστεί με τη χρήση ψευδομεταβλητών για το πρώτο και το τρίτο τρίμηνο κάθε έτους, καθώς περιλαμβάνουν τους μήνες των τακτικών εκπτώσεων⁴⁹. Επιπλέον, προκειμένου να εξεταστεί η επίπτωση των θεσμικών αλλαγών στην απασχόληση στο λιανικό εμπόριο, πρέπει με κάποιο τρόπο να απομονωθεί η επίδραση των γενικότερων αλλαγών στην αγορά εργασίας και το οικονομικό περιβάλλον, π.χ. λόγω της μείωσης του εισοδήματος των νοικοκυριών. Για τον λόγο αυτό, εκτιμάται η διαχρονική μεταβολή της απασχόλησης σε κάθε υποκλάδο του λιανικού εμπορίου λαμβάνοντας υπόψη την επίδραση των ετών (ως προσέγγιση της επιδεινούμενης οικονομικής κατάστασης), την απασχόληση στην οικονομία πλην του λιανικού εμπορίου, ως προσέγγιση των γενικότερων θεσμικών αλλαγών στην αγορά εργασίας, π.χ. μείωση κατώτατου μισθού, ορισμός υποκατώτατου μισθού για τους νέους κάτω των 25 ετών κ.ά., που πιθανόν επηρέασαν και την απασχόληση στο λιανικό εμπόριο, καθώς και τις επιπτώσεις των θεσμικών αλλαγών στο λιανικό εμπόριο με ψευδομεταβλητές για τα έτη 2014 και 2015.

Η εξίσωση που τελικώς εκτιμάται έχει την ακόλουθη μορφή:

⁴⁸ Κλάδοι λιανικού εμπορίου (κωδ. 47): λιανικό εμπόριο σε μη εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 471), τροφίμων, ποτών και καπνού σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 472), καυσίμων κίνησης σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 473), εξοπλισμού πληροφοριακών και επικοινωνιακών συστημάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 474), άλλου οικιακού εξοπλισμού σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 475), επιμορφωτικών ειδών και ειδών ψυχαγωγίας σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 476), άλλων ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 477), σε υπαίθριους πάγκους και αγορές (κωδ. 478), εκτός καταστημάτων, υπαίθριων πάγκων και αγορών (κωδ. 479).

⁴⁹ Οι ενδιάμεσες δεκαήμερες εκπτώτικές περιόδους του Μαΐου και του Νοεμβρίου δεν έδωσαν στατιστικά σημαντικά αποτελέσματα και απαλείφθηκαν από τις εξισώσεις. Υπενθυμίζεται ότι δεν υπάρχουν μηνιαία στοιχεία και αυτό ενδέχεται να ευθύνεται για το αποτέλεσμα, καθώς σε επίπεδο τριμήνου η επίδραση των δεκαήμερων μειώσεων στις τιμές είναι πιθανόν αμελητέα.

$$AP_j = \beta_0 + \beta_1 ET + \beta_2 TPIM + \beta_3 IAT + \beta_4 \theta A \quad (5.1)$$

όπου j = κλάδος, AP = απασχόληση (σε αριθμό απασχολουμένων), β_0 = σταθερός όρος, ET = έτος (συνεχής μεταβλητή), $TPIM$ = τρίμηνο (1ο και 3ο = 1, αλλιώς 0), IAT = απασχόληση στον ιδιωτικό τομέα πλην λιανικού εμπορίου (συνεχής μεταβλητή), θA = περίοδος μετά τις θεσμικές αλλαγές (2014 ή 2015 = 1, αλλιώς 0).

Τα αποτελέσματα των εκτιμήσεων χρησιμοποιήθηκαν για να κατασκευαστεί ο Πίνακας 5.4, στον οποίο συνοψίζονται οι επιδράσεις των επιμέρους μεταβλητών. Ειδικότερα, δεδομένων των υπολοίπων παραγόντων, η απασχόληση δείχνει να αυξάνεται διαχρονικά στους περισσότερους υποκλάδους του λιανικού εμπορίου (θετικό πρόσημο και στατιστικά σημαντικό)⁵⁰. Εξάιρεση αποτελούν οι υποκλάδοι 471 (μη εξειδικευμένα καταστήματα) και 476 (επιμορφωτικά είδη και είδη ψυχαγωγίας), ενώ σε κάποιες περιπτώσεις η απασχόληση κινείται ανεξάρτητα από τα έτη. Η επίδραση των τριμήνων των τακτικών εκπτώσεων (ενοποιημένη μεταβλητή) είναι κατά κανόνα αρνητική (στους 6 από τους 9 υποκλάδους), δηλαδή μειώνει την απασχόληση, όμως δεν είναι ποτέ στατιστικά σημαντική. Πιθανόν η διαθεσιμότητα μηνιαίων στοιχείων να επέτρεπε την καλύτερη στόχευση της μεταβλητής και να έδινε διαφορετικά αποτελέσματα.

Η απασχόληση στον ιδιωτικό τομέα, πλην του λιανικού εμπορίου, σχετίζεται θετικά με την απασχόληση σχεδόν σε όλους τους υποκλάδους, με εξαίρεση τον υποκλάδο 472 (τρόφιμα, ποτά και καπνός), πιθανόν λόγω του χαρακτήρα των συγκεκριμένων υποκλάδων, δηλαδή της παροχής αγαθών με χαμηλή ελαστικότητα ζήτησης, που δεν επέτρεψε μεγάλες διακυμάνσεις. Αυτό σημαίνει ότι, σε γενικές γραμμές, η απασχόληση στο λιανικό εμπόριο συμβαδίζει με τις εξελίξεις στον ιδιωτικό τομέα της οικονομίας. Τέλος, οι θεσμικές αλλαγές, όπως προσεγγίζονται από την ψευδομεταβλητή για τα έτη 2014 και 2015, έχουν αρνητική επίδραση στην απασχόληση σε τρεις υποκλάδους (475, 477 και 479) και μόνο σε

⁵⁰ Υπενθυμίζεται στον αναγνώστη ότι το συνολικό αποτέλεσμα στο ισοζύγιο της απασχόλησης στο λιανικό εμπόριο είναι το άθροισμα των επιμέρους ισοζυγίων και, επομένως, τα αποτελέσματα στους επιμέρους κλάδους δεν έρχονται σε αντίθεση με τα συνολικά αποτελέσματα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.4

Αποτελέσματα εκτιμήσεων για την απασχόληση στο λιανικό εμπόριο⁵¹

| Κλάδος | Έτος | Τρίμηνα 1ο και 3ο | Απασχόληση στον ιδιωτικό τομέα πλην λιανικού εμπορίου | Θεσμικές αλλαγές |
|--------|------|----------------------|--|---------------------|
| 47 | + | - | +*** | |
| | + | - | +*** | - |
| 471 | -*** | + | -*** | |
| | -*** | + | -*** | - |
| 472 | +*** | - | +*** | |
| | +*** | - | + | +*** |
| 473 | +*** | - | +*** | |
| | +* | - | +*** | + |
| 474 | +*** | - | +*** | |
| | +*** | - | +*** | - |
| 475 | + | - | +*** | |
| | +** | - | +*** | -** |
| 476 | -** | - | + | |
| | + | - | +** | -** |
| 477 | - | - | +** | |
| | - | + | +** | - |
| 478 | +*** | - | +*** | |
| | +*** | - | +*** | + |
| 479 | - | + | - | |
| | + | + | + | -** |

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, πρωτογενή στοιχεία ΕΕΔ. Εκτιμήσεις ΚΕΠΕ.

Σημειώσεις: 1. * $p < 0,1$ · ** $p < 0,05$ · *** $p < 0,01$.

2. Κλάδοι λιανικού εμπορίου (κωδ. 47): λιανικό εμπόριο σε μη εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 471), τροφίμων, ποτών και καπνού σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 472), καυσίμων κίνησης σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 473), εξοπλισμού πληροφοριακών και επικοινωνιακών συστημάτων σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 474), άλλου οικιακού εξοπλισμού σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 475), επιμορφωτικών ειδών και ειδών ψυχαγωγίας σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 476), άλλων ειδών σε εξειδικευμένα καταστήματα (κωδ. 477), σε υπαίθριους πάγκους και αγορές (κωδ. 478), εκτός καταστημάτων, υπαίθριων πάγκων και αγορών (κωδ. 479).

⁵¹ Τα αναλυτικά αποτελέσματα δεν παρουσιάζονται για λόγους οικονομίας χώρου, όμως είναι στη διάθεση του αναγνώστη κατόπιν αιτήσεως στον συγγραφέα.

μία περίπτωση έχουν θετική επίδραση (472). Η θετική επίδραση πιθανόν οφείλεται στο έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον, ειδικά στην περίπτωση των καταστημάτων πώλησης τροφίμων, το οποίο και εντάθηκε με τις παρεμβάσεις. Στις υπόλοιπες, η επίδραση δεν είναι στατιστικά σημαντική. Επομένως, φαίνεται ότι οι θεσμικές αλλαγές επηρέασαν αρνητικά την απασχόληση σε κάποιους υποκλάδους του λιανικού εμπορίου, δεν είχαν σημαντική επίδραση σε κάποιους άλλους και μόνο στα τρόφιμα, ποτά και καπνό επέδρασαν θετικά.

5.6. Επιπτώσεις στις τιμές, στον κύκλο εργασιών και στον όγκο πωλήσεων των εμπορικών επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου

Δείκτης Τιμών Καταναλωτή (ΔΤΚ)

Προκειμένου να προσδιοριστούν οι επιπτώσεις των παρεμβάσεων στις τιμές, ένα ενδιαφέρον στοιχείο που πρέπει να εξεταστεί είναι η εποχική μεταβολή του ΔΤΚ στο λιανικό εμπόριο, πριν και μετά τις αλλαγές στο θεσμικό πλαίσιο των προσφορών και εκπτώσεων, τουλάχιστον σε υποκλάδους του λιανικού εμπορίου στους οποίους αφορούν τέτοιες πρακτικές. Καταρχάς, η μέθοδος για την επιλογή των υποκλάδων αφορά στον υπολογισμό της Τυπικής Απόκλισης (ΤΑ) του ΔΤΚ στη διάρκεια του έτους. Οι υποκλάδοι που εμφανίζουν σημαντικά υψηλότερη τυπική απόκλιση από τον μέσο όρο, δηλαδή έχουν εποχική διακύμανση στις τιμές, είναι αυτοί που αφορούν κυρίως οι τακτικές εκπτώσεις. Σε δεύτερο στάδιο, συγκρίνεται η τυπική απόκλιση πριν και μετά τις αλλαγές στο θεσμικό πλαίσιο, δηλαδή πριν και μετά το 2014. Δεδομένου ότι το χρονικό διάστημα μετά τις παρεμβάσεις είναι μικρό, τονίζεται ότι τα αποτελέσματα είναι ενδεικτικά και πρέπει να αντιμετωπίζονται με επιφύλαξη.

Στον Πίνακα 5.5 έχει υπολογιστεί η ΤΑ κατ' έτος για έξι κατηγορίες προϊόντων, οι οποίες επιλέχθηκαν με βάση την υψηλότερη ΤΑ διαχρονικά. Μια προσεκτική ματιά στους αναλυτικούς πίνακες του ΔΤΚ της ΕΛΣΤΑΤ φανερώνει ότι οι τιμές μειώνονται τον Ιανουά-

ριο και (περισσότερο) τον Φεβρουάριο, καθώς και τον Ιούλιο και (περισσότερο) τον Αύγουστο, δηλαδή τις περιόδους των τακτικών εκπτώσεων, τόσο πριν, όσο και μετά τις θεσμικές αλλαγές. Η μείωση αυτή προκαλεί την αυξημένη διακύμανση σε σύγκριση με υποκλάδους που δεν κάνουν εκπτώσεις. Επομένως, η παρατήρηση δεν προκαλεί έκπληξη. Υπενθυμίζεται ότι το 2014⁵² έγινε αισθητή η επίπτωση των ενδιάμεσων εκπτώσεων (Μάιος και Νοέμβριος) και, επομένως, συγκρίνεται η ΤΑ την περίοδο 2008-2013 (στήλη Δ1) με την ΤΑ την περίοδο 2014-2015 (στήλη Δ2). Με εξαίρεση τα είδη υπόδησης, όλες οι άλλες ομάδες προϊόντων εμφανίζουν υψηλότερη διακύμανση τιμών τη δεύτερη περίοδο. Συνεπώς, οι θεσμικές παρεμβάσεις αύξησαν, όπως ήταν αναμενόμενο, τη μεταβλητότητα των τιμών στην αγορά, ένδειξη ότι ο εμπορικός κόσμος ανταποκρίθηκε στις αλλαγές.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.5

Τυπική Απόκλιση του ΔΤΚ για επιλεγμένες ομάδες προϊόντων

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | Δ1 | Δ2 |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Είδη ένδυσης | 7,0 | 7,0 | 8,6 | 13,2 | 13,8 | 16,2 | 12,2 | 12,6 | 11,0 | 12,4 |
| Είδη υπόδησης | 5,0 | 5,0 | 5,3 | 8,7 | 10,6 | 24,9 | 9,5 | 9,2 | 10,4 | 9,4 |
| Φωτιστικά | 4,4 | 4,2 | 6,0 | 6,4 | 7,0 | 7,8 | 7,1 | 7,4 | 6,0 | 7,3 |
| Χαλιά και μοκέτες | 5,6 | 5,8 | 6,3 | 6,3 | 7,3 | 9,3 | 9,5 | 8,9 | 6,8 | 9,2 |
| Κλινοσκεπάσματα | 5,8 | 5,8 | 9,3 | 9,3 | 8,8 | 9,0 | 8,4 | 9,0 | 8,0 | 8,7 |
| Γαλικά, επιτραπέζια σκεύη και σκεύη οικιακής χρήσης | 5,6 | 5,6 | 6,7 | 6,4 | 8,6 | 9,8 | 9,3 | 9,2 | 7,1 | 9,3 |

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ. Επεξεργασία ΚΕΠΕ.

Σημείωση: Δ1= μέσος όρος ΤΑ περιόδου 2008-2013, Δ2= μέσος όρος ΤΑ περιόδου 2014-2015.

Είναι ενδιαφέρον να εξεταστεί η επίδραση των θεσμοθετημένων περιόδων εκπτώσεων στις τιμές και τη μεταβολή τους μετά τις παρεμβάσεις. Για τον σκοπό αυτό, εκτιμήθηκαν με τη μέθοδο ελαχίστων τετραγώνων εξισώσεις τιμών και χρόνου με ψευδομετα-

⁵² Σημειώνεται ότι ο Νόμος 4177/2013, ο οποίος καθόριζε ενδιάμεσες εκπτωτικές περιόδους, ψηφίστηκε τον Αύγουστο του 2013, επομένως η επίδραση αναμένεται πλήρης το 2014.

βλητές για τους μήνες των εκπτώσεων (Ιανουάριος, Φεβρουάριος, Ιούλιος, Αύγουστος και από το 2014 προστίθενται οι μήνες Μάιος και Νοέμβριος, καθώς τότε εισήχθησαν τα δεκαήμερα εκπτώσεων). Η εξαρτημένη μεταβλητή είναι ο μηνιαίος ΔTK για τις έξι παραπάνω κατηγορίες προϊόντων και οι ανεξάρτητες μεταβλητές, εκτός από τις ψευδομεταβλητές των εκπτώσεων μηνών και τον σταθερό όρο, περιλαμβάνουν ψευδομεταβλητές για τα έτη (2008-2015) με στόχο την αντανάκλαση των επιδυνούμενων οικονομικών συνθηκών (π.χ. τη μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των νοικοκυριών), μια ψευδομεταβλητή για την περίοδο υλοποίησης των θεσμικών αλλαγών (2014-2015), καθώς και διάφορες αλληλεπιδράσεις μεταξύ των μεταβλητών με στόχο την εξέταση της συνδυαστικής επίδρασης των υπό ανάλυση μεταβλητών. Τα αποτελέσματα των εκτιμήσεων παρατίθενται στον Πίνακα 5Α.1 στο Παράρτημα.

Ειδικότερα, η βασική εξίσωση (II) που εκτιμάται έχει την ακόλουθη μορφή:

$$\Delta TK_i = \beta_{1i}ET + \beta_{2i}IAN + \beta_{3i}\Phi EB + \beta_{4i}IOY\Lambda + \beta_{5i}AYT + \beta_{6i}\theta A, \quad (5.2)$$

όπου i = προϊόν, ΔTK = Δείκτης Τιμών Καταναλωτή, ET = έτος (συνεχής μεταβλητή), IAN = Ιανουάριος (=1, αλλιώς 0), ΦEB = Φεβρουάριος (=1, αλλιώς 0), $IOY\Lambda$ = Ιούλιος (=1, αλλιώς 0), AYT = Αύγουστος (=1, αλλιώς 0), θA = περίοδος μετά τις θεσμικές αλλαγές (2014 ή 2015 =1, αλλιώς 0). Η εξίσωση (I) δεν περιλαμβάνει τη μεταβλητή θA (θεσμικές αλλαγές). Στόχος είναι να διερευνηθούν οι επιπτώσεις της περιλήψης της μεταβλητής στην εξίσωση πάνω στις υπόλοιπες μεταβλητές. Η εξίσωση (III) έχει την ακόλουθη μορφή:

$$\Delta TK_i = \beta_{1i}ET + \beta_{2i}IAN + \gamma_{2i}IAN \times \theta A + \beta_{3i}\Phi EB + \gamma_{3i}\Phi EB \times \theta A + \beta_{4i}IOY\Lambda + \gamma_{4i}IOY\Lambda \times \theta A + \beta_{5i}AYT + \gamma_{5i}AYT \times \theta A + \beta_{6i}\theta A \quad (5.3)$$

όπου ουσιαστικά προστίθεται η αλληλεπίδραση των θεσμικών αλλαγών με τους μήνες, με τη μορφή $MHNA\varsigma \times \theta A$, ώστε να διαπιστωθεί αν η επίδραση των μηνών διαφέρει την περίοδο πριν και μετά τις θεσμικές αλλαγές.

Τα αποτελέσματα, που παρουσιάζονται στον Πίνακα 5.6, δείχνουν ότι η επίδραση του χρόνου (μεταβλητή: έτος) είναι στατιστι-

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.6

Αποτελέσματα εκτιμήσεων ΔTK για επιλεγμένες ομάδες προϊόντων

| | 01 | | | 02 | | | 03 | | | 04 | | | 05 | | | 06 | | |
|--------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|
| | I | II | III | I | II | III | I | II | III | I | II | III | I | II | III | I | II | III |
| Έτος | -0,2 | 0,7*** | 0,7*** | 0,1 | 0,7*** | 0,7*** | -0,9*** | -0,4*** | -0,4*** | -2,7*** | -1,8*** | -1,8*** | -1,6*** | -1,0*** | -1,0*** | 0,0 | 0,8*** | 0,8*** |
| Jan. | -13,7*** | -13,7*** | | -9,1*** | -9,1*** | | -7,7*** | -7,7*** | | -8,6*** | -8,6*** | | -9,3*** | -9,3*** | | -9,7*** | -9,7*** | |
| Φεβ. | -29,0*** | -29,0*** | | -19,3*** | -19,3*** | | -15,9*** | -15,9*** | | -18,4*** | -18,4*** | | -20,2*** | -20,2*** | | -19,8*** | -19,8*** | |
| Ιουλ. | -11,5*** | -11,5*** | | -9,2*** | -9,2*** | | -7,6*** | -7,6*** | | -8,4*** | -8,4*** | | -9,8*** | -9,8*** | | -8,8*** | -8,8*** | |
| Αυγ. | -24,2*** | -24,2*** | | -19,9*** | -19,9*** | | -15,4*** | -15,4*** | | -17,6*** | -17,6*** | | -20,6*** | -20,6*** | | -18,2*** | -18,2*** | |
| Αλλαγή | | -6,7*** | -5,7*** | | -4,7*** | -3,5** | | -3,4*** | -2,7*** | | -6,4*** | -4,8*** | | -4,5*** | -4,4*** | | -5,4*** | -4,2*** |
| Jan. | | | -13,7*** | | | -8,6*** | | | -7,6*** | | | -8,0*** | | | -9,8*** | | | -9,6*** |
| Αλλαγή-Jan. | | | 0,0 | | | -2,2 | | | 0,3 | | | -2,4 | | | 2,1 | | | -0,4 |
| Φεβ. | | | -28,3*** | | | -17,4*** | | | -15,3*** | | | -17,0*** | | | -20,1*** | | | -18,8*** |
| Αλλαγή-Φεβ. | | | -3,0 | | | -7,5** | | | -2,6 | | | -5,7 | | | -0,3 | | | -3,8 |
| Ιουλ. | | | -11,1*** | | | -9,2*** | | | -7,1*** | | | -7,4*** | | | -9,7*** | | | -8,0*** |
| Αλλαγή-Ιουλ. | | | -1,6 | | | 0,0 | | | -1,7 | | | -3,8 | | | -0,3 | | | -3,0 |
| Αυγ. | | | -22,6*** | | | -18,5*** | | | -14,4*** | | | -15,7*** | | | -19,9*** | | | -16,3*** |
| Αλλαγή-Αυγ. | | | -6,6* | | | -5,5* | | | -4,1*** | | | -7,7** | | | -2,9 | | | -7,3*** |
| Στόχος | 107,2*** | 104,6*** | 104,4*** | 104,8*** | 102,9*** | 102,6*** | 105,4*** | 104,0*** | 103,8*** | 110,7*** | 108,2*** | 107,8*** | 108,4*** | 106,6*** | 106,6*** | 105,2*** | 103,1*** | 102,8*** |

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, πρωτογενή στοιχεία ΕΕΔ. Εκτιμήσεις ΚΕΠΕ.

Σημειώσεις: * $p < 0,1$, ** $p < 0,05$, *** $p < 0,01$.

01 = Ένδυση, 02 = Υπόδηση, 03 = Φωτιστικά, 04 = Χαλιά και μοκέτες, 05 = Κλινοσκεπάσματα, 06 = Γαλικά, επιτραπέζια σκεύη και σκεύη οικιακής χρήσης.

κά σημαντική κατά κανόνα (στήλες II και III). Η τάση είναι ανοδική στα μισά υπό εξέταση προϊόντα (ένδυση, υπόδηση και υαλικά, επιτραπέζια σκεύη, κτλ.) και καθοδική στα υπόλοιπα. Οι περίοδοι των τακτικών εκπτώσεων ασκούν καθοδική πίεση στις τιμές, όπως αναμένεται, ισχυρότερη τους μήνες που οι εκπτώσεις διαρκούν από την αρχή ως το τέλος, δηλαδή τον Φεβρουάριο και τον Αύγουστο. Οι θεσμικές αλλαγές, όπως αυτές προσεγγίζονται από την ψευδομεταβλητή με τιμή μονάδα για τα έτη 2014 και 2015 (ψευδομεταβλητή: αλλαγή), έχει παντού αρνητική επίδραση στον ΔΤΚ, παρατήρηση που σημαίνει ότι οι παρεμβάσεις οδήγησαν σε μείωση των τιμών. Όταν εισάγονται αλληλεπιδράσεις μεταξύ των μηνών και των θεσμικών αλλαγών (ψευδομεταβλητή: αλλαγή \times μήνας), η αυτόνομη επίδραση των τελευταίων μειώνεται (βλέπε στήλες II και III), ωστόσο παραμένει αρνητική και στατιστικά σημαντική. Οι ψευδομεταβλητές κατά κανόνα δεν είναι στατιστικά σημαντικές. Αυτό σημαίνει ότι οι εκπτώσεις δεν έχουν επιπλέον καθοδική επίδραση στις τιμές μετά τις θεσμικές αλλαγές. Επομένως, η επιπλέον καθοδική πίεση από τις θεσμικές αλλαγές ασκείται σε όλη τη διάρκεια του έτους και όχι μόνο στις εκπτώσεις. Εξάιρεση αποτελεί ο Αύγουστος, όπου φαίνεται ότι οι θεσμικές αλλαγές ενίσχυσαν τις μειώσεις τιμών. Τέλος, σημειώνεται ότι μεταξύ των προϊόντων που εξετάζονται υπάρχουν σημαντικές διαφοροποιήσεις. Για παράδειγμα, η επίδραση των θεσμικών παρεμβάσεων είναι σχεδόν διπλάσια στα είδη ένδυσης σε σύγκριση με τα φωτιστικά.

Στον Πίνακα 5.7 εκτιμάται η επίδραση των ενδιάμεσων εκπτώσεων τον Μάιο και τον Νοέμβριο. Φαίνεται ότι η θεσμοθέτηση των τελευταίων ασκεί καθοδική επίδραση στις τιμές σχεδόν σε όλα τα προϊόντα που επελέγησαν, αλλά μικρότερη σε σύγκριση με τις χειμερινές και θερινές τακτικές εκπτώσεις. Μια εξήγηση είναι η πολύ μικρότερη διάρκεια των ενδιάμεσων εκπτώσεων, αλλά και το μικρότερο ποσοστό έκπτωσης που ενσωματώνουν, τουλάχιστον σύμφωνα με τα στοιχεία των τακτικών δειγματοληπτικών ερευνών του INEMY της ΕΣΕΕ. Είναι ενδιαφέρον ότι οι ενδιάμεσες εκπτώσεις ασκούν ισχυρότερη επίδραση στον ΔΤΚ τον Νοέμβριο σε όλες τις ομάδες προϊόντων, ενώ διαπιστώνεται η ετερογένεια της επίδρασης για ακόμη μία φορά.

Συμπερασματικά, οι παρεμβάσεις στο θεσμικό πλαίσιο είχαν ως αποτέλεσμα την άσκηση καθοδικών πιέσεων στις τιμές των προϊόντων που εξετάστηκαν, με γνώμονα την υψηλότερη διακύμανση των τιμών στη διάρκεια του έτους, και μάλιστα, καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και όχι μόνο τους μήνες των εκπτώσεων. Αυτό σημαίνει ότι οι καταναλωτές μάλλον επωφελήθηκαν. Από την άλλη πλευρά, οι ενδιάμεσες εκπτώσεις είχαν παρόμοια, αλλά ασθενέστερη επίδραση στις τιμές. Εφιστάται η προσοχή του αναγνώστη, καθώς θεωρείται βέβαιο ότι ένα μέρος της πτώσης των τιμών, παρά τη συμπερίληψη της μεταβλητής των ετών (ΕΤ), πιθανόν να συνεχίζει να οφείλεται στη δυσμενή οικονομική συγκυρία και, επομένως, δε θα ήταν φρόνιμο να αποδοθεί εξ ολοκλήρου στις θεσμικές παρεμβάσεις.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.7

Αποτελέσματα εκτιμήσεων ΔΤΚ για επιλεγμένες ομάδες προϊόντων, επίδραση ενδιάμεσων εκπτώσεων

| | Μάιος | Νοέμβριος |
|---|---------|-----------|
| Είδη ένδυσης | -5,7*** | -8,4*** |
| Είδη υπόδησης | -4,8** | -7,5*** |
| Φωτιστικά | -0,6 | -2,7** |
| Χαλιά και μοκέτες | -0,3 | -3,1*** |
| Κλινοσκεπάσματα | -2,3*** | -5,4*** |
| Γαλικά, επιτραπέζια σκεύη και σκεύη οικιακής χρήσης | -2,5*** | -3,3*** |

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, πρωτογενή στοιχεία ΕΕΔ. Εκτιμήσεις ΚΕΠΕ.

Σημειώσεις: 1. * $p < 0,1$ · ** $p < 0,05$ · *** $p < 0,01$.

2. Οι ενδιάμεσες εκπτώσεις θεσμοθετήθηκαν τον Αύγουστο του 2013, επομένως εξετάζεται η επίδρασή τους από το 2013 και έπειτα.

3. Τα πλήρη αποτελέσματα παραλείπονται για λόγους οικονομίας χώρου. Ωστόσο, είναι διαθέσιμα από τον συγγραφέα κατόπιν αιτήσεως.

Δείκτης Κύκλου Εργασιών (ΔΚΕ)

Προκειμένου να εξειδικευθεί η επίδραση των επιμέρους παραγόντων στη μεταβολή του Κύκλου Εργασιών εκτιμώνται τρεις εξισώσεις με τη μέθοδο των ελαχίστων τετραγώνων. Η βασική εξίσωση (II) έχει την ακόλουθη μορφή:

$$KE = \beta_1 ET + \beta_2 IAN + \beta_3 \Phi EB + \beta_4 IOY\Lambda + \beta_5 AY\Gamma + \beta_6 \Theta A, \quad (5.4)$$

όπου KE = Κύκλος Εργασιών, ET = έτος (συνεχής μεταβλητή με στόχο τη σύλληψη των επιδεινούμενων οικονομικών συνθηκών), IAN = Ιανουάριος (=1, αλλιώς 0), ΦEB = Φεβρουάριος (=1, αλλιώς 0), $IOY\Lambda$ = Ιούλιος (=1, αλλιώς 0), $AY\Gamma$ = Αύγουστος (=1, αλλιώς 0), ΘA = περίοδος μετά τις θεσμικές αλλαγές (2014 ή 2015 =1, αλλιώς 0). Η εξίσωση (I) δεν περιλαμβάνει τη μεταβλητή ΘA (θεσμικές αλλαγές). Στόχος είναι να διερευνηθούν οι επιπτώσεις της περιλήψης της μεταβλητής στην εξίσωση πάνω στις υπόλοιπες μεταβλητές. Η εξίσωση (III) έχει την ακόλουθη μορφή:

$$KE = \beta_1 ET + \beta_2 IAN + \gamma_2 IAN \times \Theta A + \beta_3 \Phi EB + \gamma_3 \Phi EB \times \Theta A + \beta_4 IOY\Lambda + \gamma_4 IOY\Lambda \times \Theta A + \beta_5 AY\Gamma + \gamma_5 AY\Gamma \times \Theta A + \beta_6 \Theta A, \quad (5.5)$$

όπου ουσιαστικά προστίθεται η αλληλεπίδραση των θεσμικών αλλαγών με τους μήνες, με τη μορφή $MHNA\varsigma \times \Theta A$, ώστε να διαπιστωθεί αν η επίδραση των μηνών διαφέρει στην περίοδο πριν και μετά τις θεσμικές αλλαγές. Σημειώνεται ότι σε κάθε εξίσωση περιλαμβάνεται ο σταθερός όρος, όπως φαίνεται στην τελευταία γραμμή του σχετικού πίνακα.

Στον Πίνακα 5.8 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα των εκτιμήσεων. Η έντονα αρνητική επίδραση του χρόνου στον κύκλο εργασιών (βλέπε αρνητικό πρόσημο στη μεταβλητή έτος) είναι αμέσως ορατή. Αυτό σημαίνει ότι ο κύκλος εργασιών συρρικνώθηκε εξαιτίας των δυσμενών οικονομικών συνθηκών. Πριν τις θεσμικές αλλαγές, οι περίοδοι των εκπτώσεων δε φαίνεται να επιδρούν στον κύκλο εργασιών στο λιανικό εμπόριο, εκτός από τον Αύγουστο, κατά τον οποίο καταγράφεται μείωση του κύκλου εργασιών. Μια πιθανή ερμηνεία είναι ότι ο Αύγουστος είναι κατά κανόνα μήνας διακοπών και, επομένως, ο τζίρος είναι περιορισμένος λόγω μειωμένων πωλήσεων. Επιπλέον, η μείωση του ΔTK, που καταγράφηκε προηγουμένως, πιθανόν να αντανακλά την προσπάθεια των εμπόρων να προσελκύσουν πελάτες μειώνοντας περισσότερο τις τιμές. Μετά τις θεσμικές παρεμβάσεις, οι οποίες συνέβαλαν στην αύξηση του κύκλου εργασιών (θετικό πρόσημο της μεταβλητής αλλαγή, στήλες II και III), ο Ιανουάριος φαίνεται να είναι μήνας αυξημένου τζίρου, ενώ ο Αύγουστος παραμένει μήνας μειωμένου τζίρου, και μάλιστα η επίπτωση

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.8
Αποτελέσματα εκτιμήσεων κύκλου εργασιών και όγκου πωλήσεων
στο λιανικό εμπόριο

| | Κύκλος εργασιών | | |
|----------------------|-----------------|----------|----------|
| | I | II | III |
| Έτος | -7,8*** | -10,7*** | -10,7*** |
| Ιανουάριος | 8,9 | 8,9* | |
| Φεβρουάριος | -5,6 | -5,6 | |
| Ιούλιος | -1,8 | -1,8 | |
| Αύγουστος | -17,5*** | -17,5*** | |
| Αλλαγή | | 20,2*** | 20,5*** |
| Ιανουάριος | | | 11,2* |
| Αλλαγή × Ιανουάριος | | | -9,3 |
| Φεβρουάριος | | | -4,2 |
| Αλλαγή × Φεβρουάριος | | | -5,9 |
| Ιούλιος | | | -1,8 |
| Αλλαγή × Ιούλιος | | | -0,2 |
| Αύγουστος | | | -20,4*** |
| Αλλαγή × Αύγουστος | | | 11,9 |
| Σταθερός όρος | 118,5*** | 126,4*** | 126,4*** |

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, πρωτογενή στοιχεία ΕΕΔ. Εκτιμήσεις ΚΕΠΕ.

Σημείωση: * $p < 0,1$ · ** $p < 0,05$ · *** $p < 0,01$.

στον κύκλο εργασιών ενισχύεται, όταν λαμβάνονται υπόψη οι θεσμικές αλλαγές. Η επίδραση του Ιανουαρίου, αλλά όχι του Φεβρουαρίου, παρότι ο δεύτερος έχει εκπτώσεις καθ' όλη τη διάρκειά του, είναι αναμφίβολα δύσκολο να ερμηνευτεί. Καμία άλλη αλληλεπίδραση μεταξύ των θεσμικών αλλαγών και των μηνών τακτικών εκπτώσεων δεν έχει σημαντική επίπτωση στον κύκλο εργασιών στο λιανικό εμπόριο. Τέλος, οι ενδιάμεσες εκπτώσεις δε φαίνεται να επηρεάζουν τον κύκλο εργασιών⁵³.

Συμπερασματικά, οι θεσμικές αλλαγές φαίνεται να έχουν θετική επίπτωση στον κύκλο εργασιών στο λιανικό εμπόριο, όμως δεν ισχύει το ίδιο για τους μήνες των τακτικών εκπτώσεων. Εξαιρεση αποτελούν ο Αύγουστος, ο οποίος συνοδεύεται από μειωμένο κύκλο εργασιών, ειδικά όταν λαμβάνονται υπόψη οι θεσμικές αλλαγές, και ο Ιανουάριος, ο οποίος έχει στατιστικά σημαντική και θετική επίπτωση στον κύκλο εργασιών μόνο όταν λαμβάνονται υπόψη οι θεσμικές

⁵³ Τα αποτελέσματα των εκτιμήσεων είναι διαθέσιμα από τον συγγραφέα κατόπιν αιτήσεως.

αλλαγές. Αν ο αυξημένος κύκλος εργασιών συνδέεται με αυξημένα κέρδη για τους εμπόρους, τότε οι θεσμικές αλλαγές φαίνεται ότι τους ευνόησαν.

Δείκτης Όγκου (ΔΟ)

Κατ' αναλογία με τον Δείκτη Κύκλου Εργασιών εκτιμώνται εξισώσεις για τον Δείκτη Όγκου Πωλήσεων. Οι εκτιμήσεις γίνονται με τη μέθοδο ελαχίστων τετραγώνων. Ειδικότερα, η βασική εξίσωση (II) έχει την ακόλουθη μορφή:

$$ΟΠ = \beta_1 ET + \beta_2 IAN + \beta_3 \Phi EB + \beta_4 IOY\Lambda + \beta_5 AY\Gamma + \beta_6 \theta A, \quad (5.6)$$

όπου $ΟΠ$ = Όγκος Πωλήσεων, ET = έτος, IAN = Ιανουάριος (=1, αλλιώς 0), ΦEB = Φεβρουάριος (=1, αλλιώς 0), $IOY\Lambda$ = Ιούλιος (=1, αλλιώς 0), $AY\Gamma$ = Αύγουστος (=1, αλλιώς 0), θA = περίοδος μετά τις θεσμικές αλλαγές (=1, αλλιώς 0). Η εξίσωση (I) δεν περιλαμβάνει τη μεταβλητή θA (θεσμικές αλλαγές). Στόχος είναι να διερευνηθούν οι επιπτώσεις της περιλήψης της μεταβλητής στην εξίσωση πάνω στις υπόλοιπες μεταβλητές. Η εξίσωση (III) έχει την ακόλουθη μορφή:

$$ΟΠ = \beta_1 ET + \beta_2 IAN + \gamma_2 IAN \times \theta A + \beta_3 \Phi EB + \gamma_3 \Phi EB \times \theta A + \beta_4 IOY\Lambda + \gamma_4 IOY\Lambda \times \theta A + \beta_5 AY\Gamma + \gamma_5 AY\Gamma \times \theta A + \beta_6 \theta A, \quad (5.7)$$

όπου ουσιαστικά προστίθεται η αλληλεπίδραση των θεσμικών αλλαγών με τους μήνες, με τη μορφή $MHNA\sigma \times \theta A$, ώστε να διαπιστωθεί αν η επίδραση των μηνών διαφέρει στην περίοδο πριν και μετά τις θεσμικές αλλαγές. Σημειώνεται ότι σε κάθε εξίσωση περιλαμβάνεται ο σταθερός όρος, όπως φαίνεται στην τελευταία γραμμή του σχετικού πίνακα.

Στον Πίνακα 5.9 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα από την παλινδρόμηση των παραπάνω εξισώσεων. Ο χρόνος επηρεάζει τον όγκο του λιανικού εμπορίου αρνητικά (αρνητικό πρόσημο της μεταβλητής έτος σε όλες τις στήλες), ειδικά την περίοδο μετά την πραγματοποίηση των θεσμικών αλλαγών. Οι μήνες των καλοκαιρινών τακτικών εκπτώσεων δε φαίνεται να επηρεάζουν τον όγκο των πωλήσεων, σε αντίθεση με ό,τι ισχύει για τους χειμερινούς μήνες.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.9

Αποτελέσματα εκτιμήσεων όγκου πωλήσεων στο λιανικό εμπόριο

| | Όγκος πωλήσεων | | |
|----------------------|----------------|----------|----------|
| | I | II | III |
| Έτος | -7,6*** | -11,1*** | -11,1*** |
| Ιανουάριος | 19,8*** | 19,8*** | |
| Φεβρουάριος | 18,1*** | 18,1*** | |
| Ιούλιος | 6,8 | 6,8 | |
| Αύγουστος | 0,5 | 0,5 | |
| Αλλαγή | | 24,7*** | 24,8*** |
| Ιανουάριος | | | 22,5*** |
| Αλλαγή × Ιανουάριος | | | -10,8 |
| Φεβρουάριος | | | 19,8*** |
| Αλλαγή × Φεβρουάριος | | | -6,8 |
| Ιούλιος | | | 6,9 |
| Αλλαγή × Ιούλιος | | | -0,6 |
| Αύγουστος | | | -3,8 |
| Αλλαγή × Αύγουστος | | | 17,1 |
| Σταθερός όρος | 114,2*** | 123,9*** | 123,9*** |

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, πρωτογενή στοιχεία ΕΕΔ. Εκτιμήσεις ΚΕΠΕ.

Σημείωση: * $p < 0,1$ ** $p < 0,05$ *** $p < 0,01$.

Μια εύλογη ερμηνεία είναι ότι το καλοκαίρι οι εκπτώσεις δεν είναι ικανές να αναστείλουν την πτώση της αγοραστικής κίνησης λόγω των διακοπών και, επομένως, το συνολικό αποτέλεσμα δεν διαφέρει σε σύγκριση με το υπόλοιπο έτος. Όπως και στην περίπτωση του κύκλου εργασιών, οι θεσμικές αλλαγές φαίνεται ότι ενίσχυσαν τον όγκο του λιανικού εμπορίου και, μάλιστα, περισσότερο από τον κύκλο εργασιών, ίσως λόγω της μείωσης των τιμών που προκλήθηκε. Οι αλληλεπιδράσεις των μηνών των τακτικών εκπτώσεων με τις θεσμικές αλλαγές δεν είναι στατιστικά σημαντικές, στοιχείο που υποδεικνύει ότι οι θεσμικές αλλαγές δεν προκάλεσαν μεταβολή στην επίδραση επί του όγκου του λιανικού εμπορίου. Ωστόσο, οι χειμερινοί μήνες συνεχίζουν να έχουν στατιστικά σημαντική επίδραση. Οι ενδιάμεσες εκπτώσεις δε φαίνεται να επηρεάζουν τον όγκο πωλήσεων στο λιανικό εμπόριο, εκτός από τον Νοέμβριο, την περίοδο μετά τις θεσμικές αλλαγές⁵⁴. Δεδομένου ότι δεν δια-

⁵⁴ Τα αποτελέσματα των εκτιμήσεων είναι διαθέσιμα από τον συγγραφέα κατόπιν αιτήσεως.

πιστώνεται παρόμοια επίδραση για τον Μάιο, το αποτέλεσμα πρέπει να αντιμετωπιστεί με επιφυλακτικότητα.

Συμπερασματικά, οι θεσμικές αλλαγές φαίνεται να ενίσχυσαν τον όγκο πωλήσεων στο λιανικό εμπόριο, άρα λειτούργησαν προς όφελος των εμπόρων. Από την άλλη πλευρά, μόνο οι χειμερινοί μήνες εκπτώσεων συμβάλλουν στην αύξηση του όγκου πωλήσεων, ενώ οι θεσμικές αλλαγές δεν μετέβαλαν την επίδραση.

5.7. Διαπιστώσεις - Συμπεράσματα

Η ελληνική οικονομία τα τελευταία χρόνια διέρχεται τη μεγαλύτερη και πιο παρατεταμένη οικονομική κρίση της ιστορίας της. Στο πλαίσιο αυτό επιχειρείται η άρση των εμποδίων και περιορισμών στις αγορές προϊόντων. Ειδικό πεδίο παρεμβάσεων αποτελεί το λιανικό εμπόριο.

Στο παρόν κεφάλαιο επιχειρήθηκε η εκτίμηση των επιπτώσεων από τις θεσμικές αλλαγές στο πλαίσιο των προσφορών και εκπτώσεων με στόχο την αύξηση του ανταγωνισμού και της αποτελεσματικότητας της αγοράς προς όφελος των καταναλωτών. Τα αποτελέσματα πρέπει να αντιμετωπιστούν με επιφυλακτικότητα, δεδομένης της έλλειψης ικανοποιητικών δεδομένων για τη διενέργεια επαρκούς ανάλυσης και του μικρού χρονικού διαστήματος που μεσολαβεί από την υλοποίηση των παρεμβάσεων. Σε γενικές γραμμές διαπιστώνεται ότι το κανονιστικό πλαίσιο, όπως διαμορφώθηκε από τις αλληπάλληλες νομοθετικές παρεμβάσεις, ειδικά των τελευταίων ετών, αξιολογείται ως επαρκώς απελευθερωμένο. Κάποιοι περιορισμοί που διατηρούνται πιθανόν να δημιουργούν στρεβλώσεις στην αγορά, αλλά η έκταση και ένταση αυτών μειώθηκε αισθητά τα τελευταία δύο έτη και, συγκεκριμένα, από την ψήφιση του Ν. 4254/2014 και τη σύσταση του Κώδικα Δεοντολογίας (Υ.Α. 56885/2014).

Αναφορικά με τις επιπτώσεις σε επιλεγμένα μεγέθη της αγοράς, διαπιστώθηκαν τα εξής. Οι θεσμικές αλλαγές φαίνεται ότι, κατά κανόνα, δεν έχουν επίπτωση στην απασχόληση στο λιανικό εμπόριο, ενώ στους υποκλάδους που καταγράφεται κάποια επίδραση, αυτή είναι αρνητική. Επιπλέον, οι θεσμικές αλλαγές φαί-

νεται πως άσκησαν καθοδικές πιέσεις στις τιμές των προϊόντων που εξετάστηκαν, με γνώμονα την υψηλότερη διακύμανση των τιμών στη διάρκεια του έτους, και, μάλιστα, καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και όχι μόνο τους μήνες των εκπτώσεων. Αυτό σημαίνει ότι οι καταναλωτές μάλλον επωφελήθηκαν. Από την άλλη πλευρά, οι ενδιαμέσες εκπτώσεις είχαν παρόμοια, αλλά ασθενέστερη επίδραση στις τιμές.

Περαιτέρω, οι θεσμικές αλλαγές φαίνεται να έχουν θετική επίπτωση στον κύκλο εργασιών στο λιανικό εμπόριο, όμως δεν ισχύει το ίδιο για τους μήνες των τακτικών εκπτώσεων. Εξαιρέση αποτελεί ο Αύγουστος, που συνοδεύεται από μειωμένο κύκλο εργασιών, ειδικά όταν λαμβάνονται υπόψη οι θεσμικές αλλαγές, και ο Ιανουάριος, ο οποίος έχει στατιστικά σημαντική και θετική επίπτωση στον κύκλο εργασιών μόνο όταν λαμβάνονται υπόψη οι θεσμικές αλλαγές. Τέλος, οι θεσμικές αλλαγές φαίνεται να ενίσχυσαν τον όγκο πωλήσεων στο λιανικό εμπόριο, άρα λειτούργησαν προς όφελος των εμπόρων. Από την άλλη πλευρά, μόνο οι χειμερινοί μήνες εκπτώσεων συμβάλλουν στην αύξηση του όγκου πωλήσεων, ενώ οι θεσμικές αλλαγές δεν μετέβαλαν την επίδραση.

Τέλος, η μεγαλύτερη έλλειψη εντοπίζεται στα στοιχεία για τον αριθμό των επιχειρήσεων. Η Έρευνα Διάρθρωσης Επιχειρήσεων της ΕΛΣΤΑΤ, που θα μπορούσε να προσφέρει πληροφόρηση και να επιτρέψει τη διερεύνηση των επιπτώσεων που είχαν στον αριθμό των επιχειρήσεων οι αλλαγές στο θεσμικό πλαίσιο των προσφορών και εκπτώσεων, παρέχει πληροφόρηση μέχρι το 2013, προτού δηλαδή πραγματοποιηθούν οι όποιες αλλαγές. Επομένως, εντοπίζεται η ανάγκη τουλάχιστον ταχύτερης επεξεργασίας των σχετικών δεδομένων.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- INEMY-ΕΣΣΕ. 2015. *Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου*. Αθήνα: INEMY-ΕΣΣΕ.
- Κανελλόπουλος, Κ. (επιμ.). 2011. *Συνθήκες αγοράς και ανταγωνισμός στην ελληνική οικονομία*. Έκθεση Νο 67. Αθήνα: ΚΕΠΕ.
- Κώτση, Α., Βλάμης, Π., Κανελλόπουλος, Κ., Ευθυμιάδης, Τ., & Παναγόπουλος, Ι., 2009. *Το Διανεμητικό Εμπόριο στην Ελλάδα*. Αθήνα: ΥΠΟΙΟ.
- Anderson, D., Barkbu, B., Lusinyan, L. and Muir, D., 2014. Assessing the gains from structural reforms for jobs and growth. Στο: M. Schindler, H. Berger, B.B. Bakker, A. Spilimbergo, eds., 2014, *Jobs and Growth: Supporting the European Recovery*. IMF. Διαθέσιμο στο: <<http://www.imf.org/external/np/seminars/eng/2014/EURbook/>>
- Benham, L., 1972. The Effect of Advertising on the Price of Eyeglasses. *The Journal of Law and Economics*, 15(2), pp. 337-352.
- Bouis, R., Causa, O., Demmou, L., Duval, R. and Zdzienicka, A., 2012. How Quickly Does Structural Reform Pay Off? An Empirical Analysis of the Short-term Effects of Unemployment Benefit Reform. *IZA Journal of Labor Policy*, 1:12.
- Boylaud, O. and Nicoletti, G., 2001. *Regulatory reform in retail distribution*. OECD Economic Studies, no. 32.
- Cacciatore, M., Duval, R. and Fiori, G., 2012. Short-Term Gain or Pain? A DSGE Model-Based Analysis of the Short-Term Effects of Structural Reforms in Labour and Product Markets. *OECD Economics Department Working Papers* No. 948.
- Clark, R., 2007. Advertising Restrictions and Competition in the Children's Breakfast Cereal Industry. *The Journal of Law and Economics*, 50(4), pp. 757-780.
- Eggertsson, G., Ferrero, A. and Raffo, A., 2014. Can Structural Reforms Help Europe? *Journal of Monetary Economics*, Vol. 61, pp. 2-22.
- Glazer, A., 1981. Advertising, Information and Prices – A Case Study. *Economic Inquiry*, 19(4), pp. 661-671.
- Hobza, A. and Mourre, G., 2010. Quantifying the Potential Macroeconomic Effects of the Europe 2020 Strategy: Stylized Scenarios. *ECFIN Economic Papers* 424.
- Kwoka, J.E., 1984. Advertising and the Price and Quality of Optometric Services. *The American Economic Review*, 74(1), pp. 211-216.
- OECD, 2016. *OECD Economic Surveys: Greece 2016*. Paris: OECD.
- OECD, 2014. *OECD Competition Assessment Reviews: Greece*. Paris: OECD.

OECD, 2012. *Going for Growth*. Paris: OECD.

OECD, 2010. *Competition Assessment Toolkit: Competition assessment principles*, Vol. 1, Greek version. Competition Law and Policy. Paris: OECD.

Papageorgiou, D. and Vourvachaki, E., 2015. The macroeconomic impact of structural reforms in product and labour markets: trade-offs and complementarities. *Working Paper* No.197. Athens: Bank of Greece.

Thum-Thysen, A. and Canton, E., 2015. Estimation of service sector mark-ups determined by structural reform indicators. *Economic Papers* 547. Directorate-General for Economic and Financial Affairs. European Commission.

Πηγές στο διαδίκτυο

Eurocommerce, 2014. *Seasonal sales regulations in Europe*. [online] Διαθέσιμο στο: <<http://www.eurocommerce.eu/media/106771/EuroCommerce%2020-%20Sales%20and%20Promotion%20overview%20MS%202014.pdf>>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΔΙΑΚΙΝΗΣΗ ΤΣΙΜΕΝΤΟΥ

6.1. Γενικά

Στο κεφάλαιο αυτό εξετάζεται η μεταρρύθμιση στον τομέα των οικοδομικών υλικών και ειδικότερα η διακίνηση του τσιμέντου, με βάση την πρωτογενή και δευτερογενή νομοθεσία και τις παράγωγες διοικητικές πράξεις, επειδή το τσιμέντο αποτελεί βασικό υλικό της κατασκευαστικής δραστηριότητας (Συστάσεις 1 έως 5 της έκθεσης του ΟΟΣΑ).

Στην αγορά του τσιμέντου δραστηριοποιούνται εγχώριες βιομηχανίες παραγωγής, ενώ πραγματοποιούνται και εισαγωγές από χώρες εντός και εκτός της Ε.Ε. Η διακίνηση του τσιμέντου πραγματοποιείται τόσο από τις βιομηχανίες, όσο και από ενδιάμεσους εμπόρους.

Η διακίνηση στην Ελλάδα χύδην τσιμέντου ή σε μεγασάκους (big bags) γίνεται μέσω Κέντρων Διανομής, τα οποία είναι εγκατεστημένα σε αρκετές περιφέρειες στην Ελλάδα. Τα Κέντρα Διανομής λειτουργούν ως ο τόπος τελικής παράδοσης του παραγόμενου τσιμέντου προς τον πελάτη της περιφέρειας (εταιρεία παραγωγής σκυροδέματος, εμπορικό αντιπρόσωπο, κατασκευαστή, εταιρεία προκατασκευών) και στόχο έχει να περιορίζει το κόστος μεταφοράς τόσο για τον παραγωγό όσο και για τον πελάτη/καταναλωτή (κατανομή κόστους μεταφοράς). Η μεταφορά του χύδην τσιμέντου στην ξηρά γίνεται με ειδικά σιλοφόρα οχήματα, τα οποία πρέπει να παρέχουν πλήρη προστασία από την υγρασία, ενώ στη θάλασσα γίνεται με ειδικά τσιμεντοφόρα πλοία, τα οποία διαθέτουν ειδικό εξοπλισμό για τη διασφάλιση και διατήρηση των ποιοτικών χαρακτηριστικών του τσιμέντου και την ασφαλή και περιβαλλοντικά ορθή διακίνησή του.

6.2. Επισκόπηση θεσμικού πλαισίου

Το νομοθετικό πλαίσιο που ρυθμίζει τη λειτουργία του κλάδου των προϊόντων των δομικών υλικών αποτυπώνεται στο Π.Δ. 334/1994 (ΦΕΚ 176/Α/25-10-1994) «Προϊόντα Δομικών Κατασκευών», με το οποίο εναρμονίστηκε η ελληνική νομοθεσία προς την Οδηγία του Συμβουλίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων 89/106/ΕΟΚ της 21ης Δεκεμβρίου 1988 (Πίνακας 6.1). Με αυτή τη νομοθετική ρύθμιση εναρμονίστηκαν νομοθετικές, κανονιστικές και διοικητικές διατάξεις που αφορούν στα προϊόντα του τομέα των δομικών κατασκευών, και καθορίστηκε η χρήση εναρμονισμένων προτύπων, ευρωπαϊκών τεχνικών εγκρίσεων και εθνικών προτύπων προκειμένου ένα προϊόν του τομέα αυτού να φέρει τη σήμανση «CE» και να θεωρείται κατάλληλο προς χρήση⁵⁵.

Στη συνέχεια, σε εφαρμογή των διατάξεων του Π.Δ. 334/1994, εκδόθηκε η Κοινή Υπουργική Απόφαση (Κ.Υ.Α.) 16462/29/2001, η οποία προβλέπει ότι τα τσιμέντα που παράγονται, διακινούνται, πωλούνται και προορίζονται για δομικές κατασκευές οφείλουν από 1.4.2001 να συμμορφώνονται με τις απαιτήσεις των προτύπων ΕΛΟΤ EN 197-1, να φέρουν δηλαδή τη σήμανση «CE», και να έχουν πιστοποιητικό συμμόρφωσης από τον Οργανισμό Πιστοποίησης σύμφωνα με τις διαδικασίες του Προτύπου ΕΛΟΤ EN 197-2. Επίσης, εκδόθηκαν δύο Κοινές Υπουργικές Αποφάσεις: η 21720/241 (ΦΕΚ Β΄ 1731/24.11.2003) και η 1135/42/2009 (ΦΕΚ Β΄ 263/13.02.2009) η οποία αποτελεί τροποποίηση της 21720/241, που αφορούσαν στη διακίνηση στην Ελλάδα χύδην τσιμέντου ή σε μεγασάκους.

⁵⁵ Η σήμανση «CE» συμβολίζει τη συμμόρφωση προς όλες τις υποχρεώσεις που επιβάλλονται στους κατασκευαστές για το προϊόν, δυνάμει των κοινοτικών διατάξεων που προβλέπουν την τοποθέτησή της. Όταν η σήμανση «CE» τοποθετείται σε προϊόντα αποτελεί δήλωση του φυσικού ή νομικού προσώπου που την έχει τοποθετήσει ή είναι υπεύθυνο για την τοποθέτησή της ότι το προϊόν συμμορφώνεται προς όλες τις εφαρμοστέες απαιτήσεις και ότι έχουν ολοκληρωθεί επιτυχώς οι κατάλληλες διαδικασίες αξιολόγησης της συμμόρφωσης.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.1
Βασικό θεσμικό πλαίσιο για τη διακίνηση τσιμέντου

| | |
|---|--|
| <p>Πριν (έως 31/12/2013)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Α.Ν. 895/1937 (ΦΕΚ 394 Α/13.10.1937) περί «Συστάσεως Επικουρικού Ταμείου Ασφαλίσεως Προσωπικού Εταιρειών Τσιμέντων» (άρθρο 3), όπως αυτό συμπληρώθηκε με το Ν.Δ. 1924/1942 (ΦΕΚ 274 Α/24.10.1942) που κυρώθηκε με την 324/30.5.1946 (Α' 183) ΠΥΣ και την Υ.Α. Φ80000/19898/875/29.9.2008 (Β' 2132) υπέρ του Ενιαίου Ταμείου Επικουρικής Ασφάλισης (ΕΤΕΑ-τ.ΕΤΕΑΜ) και του Ταμείου Πρόνοιας Προσωπικού Εταιρειών Τσιμέντων του ΤΑΠΠΤ. • Οδηγία του Συμβουλίου των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων 89/106/ΕΟΚ της 21ης Δεκεμβρίου 1988 «Προϊόντα δομικών κατασκευών». • Π.Δ. 334/1994 (ΦΕΚ 176/Α/25.10.1994) περί «Προϊόντων Δομικών Κατασκευών». • Κ.Υ.Α. 16462/29/2001 (ΦΕΚ Β'917/17.7.2001) περί «Τσιμέντων για την κατασκευή έργων από σκυρόδεμα». • Κ.Υ.Α. 21720/241 (ΦΕΚ Β'1731/24.11.2003) περί «Ελέγχου των Κέντρων Διανομής Τσιμέντων». • Ν. 3325/2005 (ΦΕΚ Α' 68/11.3.2005) περί «Ίδρυσης και λειτουργίας βιομηχανικών - βιοτεχνικών εγκαταστάσεων στο πλαίσιο της αειφόρου ανάπτυξης». • Κανονισμός (ΕΚ) 765/2008 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 9ης Ιουλίου 2008 (άρθρο 27). • Κ.Υ.Α. 1135/42/2009 (ΦΕΚ Β'263/13.2.2009) περί «Τροποποίησης της υπ'αριθμ. 21720/241 (ΦΕΚ 1731/Β/24.11.2003) κοινής υπουργικής απόφασης περί "Ελέγχου των Κέντρων Διανομής Τσιμέντων"». • Υπ' αριθμ. Δ19 5029646 ΕΞ/9.7.2010 διαταγή του Υπουργείου Οικονομικών Δ/ση 19η Τελ. Διαδικασιών περί Εισαγωγής τσιμέντων από τρίτες χώρες. • Υπ' αριθμ. 4989/233/10.5.2010 εγκύκλιος ΓΓΒ του Υπουργείου Οικονομίας Ανταγωνιστικότητας & Ναυτιλίας προς τις Διευθύνσεις Ανάπτυξης περί «Ελεγχου των τσιμέντων που εισέρχονται στην Ελληνική αγορά από τις τελωνειακές αρχές της χώρας». • Υπ' αριθμ. 5007/234/10.5.2010 έγγραφο ΓΓΒ του Υπουργείου Οικονομίας Ανταγωνιστικότητας & Ναυτιλίας περί «Ελέγχου των τσιμέντων που εισέρχονται στην Ελληνική αγορά από τρίτες χώρες». • Κανονισμός (ΕΕ) 305/2011 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 9ης Μαρτίου 2011 «για τη θέσπιση εναρμονισμένων όρων εμπορίας προϊόντων του τομέα των δομικών κατασκευών και για την κατάργηση της οδηγίας 89/106/ΕΟΚ του Συμβουλίου». |
|---|--|

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.1 (συνέχεια)

| | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Υπ' αριθμ. οικ. 1315/86/31.1.2013 έγγραφο ΓΓΒ περί «Εισαγωγής δομικών υλικών που εμπίπτουν στις διατάξεις του Π.Δ 334/94 (Οδηγία 89/106/ΕΟΚ) περί "Προϊόντων Δομικών Κατασκευών"». • Υπ' αριθμ. οικ. 1144/75/11.2.2013 έγγραφο ΓΓΒ προς Διευθύνσεις τελωνείων για το «Θεσμικό πλαίσιο εθνικών μέτρων για την εισαγωγή και διάθεση στην αγορά των προϊόντων δομικών κατασκευών, πλαστικών σωλήνων, εκρηκτικών εμπορικής χρήσης και ειδών πυροτεχνίας» • Υπ' αριθμ. Δ19Γ 5008099 ΕΞ/1.3.2013 διαταγή του Υπουργείου Οικονομικών περί «Εισαγωγής δομικών υλικών που εμπίπτουν στις διατάξεις του ΠΔ 334/94» περί Δομικών Κατασκευών-Εισαγωγή τσιμέντου». |
| <p>Μετά (από 1/1/2014 και ύστερα)</p> | <ul style="list-style-type: none"> • Ν. 4254/2014 (ΦΕΚ 85/Α/7.4.2014) «Μέτρα στήριξης και ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας στο πλαίσιο εφαρμογής του νόμου 4046/2012 και άλλες διατάξεις», Διατάξεις αρμοδιότητας Υπουργείου Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας, Υποπαραγράφος ΣΤ10. «Άρση εμποδίων στον ανταγωνισμό στον τομέα των δομικών υλικών – διακίνηση τσιμέντου» και Υποπαραγράφος ΙΑ3. «Μείωση εργοδοτικού κόστους και βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας» περ. 2, παρ.γ. • Υπ' αριθμ. οικ.12044/2ηΔΚΒΠ662/Φ.24/31.10.2014 έγγραφο της ΓΓΒ, «Εισαγωγή δομικών υλικών που εμπίπτουν στις διατάξεις του Κανονισμού (ΕΕ) 305/2011- Εισαγωγή τσιμέντων». |

Σύμφωνα με αυτές, η διακίνηση στη χώρα χύδην τσιμέντου ή σε μεγασάκους που είτε παράγονται σε χώρες-μέλη της Ε.Ε. και διακινούνται από άλλους φορείς εκτός των παραγωγών τους, είτε παράγονται σε τρίτες χώρες, γίνεται από κέντρα διανομής, τα οποία είναι εγκατεστημένα στην Ελλάδα. Ειδικά για τα τσιμέντα που παράγονται σε τρίτες χώρες, ο έλεγχος της συνδρομής των προϋποθέσεων διακίνησης τσιμέντου γίνεται πριν από την εισαγωγή του φορτίου τσιμέντου στη χώρα. Για τη διακίνηση τσιμέντου συσκευασμένου σε απλούς σάκους δεν απαιτείται κέντρο διανομής, αλλά αρκεί αποθηκευτικός χώρος. Επιπλέον, τα κέντρα διανομής πρέπει να έχουν χωρητικότητα ικανή, ώστε να εξασφαλίζουν τη δυνατότητα παραλαβής του συνόλου των διακινούμενων ποσοτήτων με το ίδιο μεταφορικό μέσο και χωριστούς χώρους παραλαβής και αποθήκευσης διαφορετικών τύπων τσιμέντων. Για τη χορήγηση άδειας λειτουργίας των κέντρων διανομής τσιμέντου, εκτός από τις προϋπο-

θέσεις που ορίζει ο Ν. 3325/2005 (ΦΕΚ Α΄ 68/11.3.2005) και οι λοιπές διατάξεις, απαιτείται και βεβαίωση του ΕΛΟΤ περί του ότι το κέντρο διανομής πληροί τις προϋποθέσεις του ΕΛΟΤ EN 197-2.

Στο πλαίσιο του Π.Δ. 334/1994 και των τριών προαναφερθεισών Κ.Υ.Α. εκδόθηκαν εγκύκλιοι, έγγραφα και διαταγές τόσο από το Υπουργείο Οικονομικών (ΥΠΟΙΚ) όσο και από τη Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας (ΓΓΒ), με τα οποία ρυθμίζονταν επιμέρους θέματα κυρίως σε σχέση με τον έλεγχο των εισαγόμενων τσιμέντων. Η υπ' αριθμ. 4989/233/10.5.2010 εγκύκλιος της ΓΓΒ καθιερώνει τις διαδικασίες ελέγχου στις εισαγωγές τσιμέντου (ενσασκισμένου, χύδην και ή χύδην σε μεγασάκους), ο οποίος διεξάγεται από τη 2η Διεύθυνση Κλαδικής Βιομηχανικής Πολιτικής της ΓΓΒ πριν την εισαγωγή. Με βάση την έγκριση εισαγωγής και τα απαραίτητα πιστοποιητικά σήμανσης CE οι τελωνειακές αρχές επιτρέπουν την εισαγωγή. Στην περίπτωση εισαγωγής χύδην τσιμέντου απαραίτητη είναι και η ύπαρξη νόμιμου αδειοδοτημένου κέντρου διανομής. Σε συνέχεια της εγκυκλίου αυτής εκδόθηκε η υπ' αριθμ. Δ19 5024646 ΕΞ διαταγή του ΥΠΟΙΚ, με την οποία κοινοποιείται η παραπάνω εγκύκλιος στις τελωνειακές αρχές της χώρας. Επιπλέον, η υπ' αριθμ. 5007/234/10.5.2010 εγκύκλιος της ΓΓΒ προς τις Διευθύνσεις Ανάπτυξης ενημερώνει για τα έγγραφα των οποίων την ύπαρξη πρέπει να διαπιστώνουν, καθώς αυτά ελέγχονται από τη 2^η Διεύθυνση Κλαδικής Βιομηχανικής Πολιτικής της ΓΓΒ. Επιπλέον, το υπ' αριθμ. οικ. 1315/86/31.1.2013 έγγραφο της ΓΓΒ αφορά στην κατάργηση του υπ' αριθμ. 4989/233/10.5.2010 εγγραφού της ΓΓΒ, κατά το μέρος που αφορά στην εισαγωγή του ενσασκισμένου τσιμέντου. Η διαταγή εξακολουθεί να ισχύει για το χύδην τσιμέντο ή σε μεγασάκους όπου απαιτείται αδειοδοτημένο κέντρο διανομής τσιμέντων. Η εγκύκλιος αυτή κοινοποιείται στις τελωνειακές αρχές με την υπ' αριθμ. Δ19Γ 5008099 ΕΞ/1.3.2013 διαταγή του ΥΠΟΙΚ. Με το υπ' αριθμ. 1144/75/11.2.2013 έγγραφο της ΓΓΒ προς τη Διεύθυνση Τελωνείων γνωστοποιείται το νομοθετικό πλαίσιο και τα συνοδευτικά έγγραφα/πιστοποιητικά τα οποία απαιτούνται κατά το στάδιο τήρησης των τελωνειακών διατυπώσεων για τα προϊόντα δομικών κατασκευών.

Ο Κανονισμός (ΕΕ) 305/2011 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της 9ης Μαρτίου 2011 κατήργησε την Οδηγία 89/106/ΕΟΚ της 21ης Δεκεμβρίου 1988. Σύμφωνα με αυτόν, επέρ-

χονται αλλαγές στη θέσπιση των εναρμονισμένων τεχνικών προδιαγραφών για τους σκοπούς της αξιολόγησης της απόδοσης των προϊόντων του τομέα των δομικών κατασκευών και απλουστεύονται οι διαδικασίες αξιολόγησης της απόδοσης σε σχέση με τα ουσιώδη χαρακτηριστικά των προϊόντων του τομέα των δομικών κατασκευών που δεν καλύπτονται από εναρμονισμένο πρότυπο.

Τέλος, με το άρθρο 3 του Α.Ν. 895/1937 (ΦΕΚ 394 Α'/13.10.1937), επιβάλλεται τέλος 2% επί της τιμής πώλησης του τσιμέντου υπέρ του επικουρικού ταμείου ασφάλισης του προσωπικού εταιρειών τσιμέντου, όπως αυτό συμπληρώθηκε με το Ν.Δ. 1924/1942 (ΦΕΚ 274 Α'/24.10.1942) που κυρώθηκε με την 324/30.5.1046 (Α' 183) ΠΥΣ και την Υ.Α. Φ80000/19898/875/29.9.2008 (Β' 2132) υπέρ του Ενιαίου Ταμείου Επικουρικής Ασφάλισης (ΕΤΕΑ-τ.ΕΤΕΑΜ) και του Ταμείου Πρόνοιας Προσωπικού Εταιρειών Τσιμέντων του ΤΑΠΙΤ. Με τον Ν. 4254/2014 (ΦΕΚ Α' 85) καταργείται το εν λόγω τέλος.

Με τον Ν. 4254/2014 (ΦΕΚ Α' 85) γίνεται ενσωμάτωση όλων των σχετικών συστάσεων του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΕCD, 2014) που αφορούν στη διακίνηση τσιμέντων. Σύμφωνα με τον νόμο αυτό, η διακίνηση στη χώρα χύδην τσιμέντων, τα οποία είτε παράγονται σε χώρες μέλη της Ε.Ε. και διακινούνται από άλλους φορείς εκτός των παραγωγών τους είτε παράγονται σε τρίτες χώρες, πραγματοποιείται μέσω των κέντρων διανομής τσιμέντων που είναι εγκατεστημένα στην Ελλάδα. Ως διακίνηση χύδην τσιμέντων νοείται και η διακίνηση σε σφραγισμένους από τον παραγωγό μεγασάκους (big bags) εφόσον οι τελευταίοι, σε οποιοδήποτε ενδιάμεσο στάδιο της διακίνησης μέχρι τον τελικό χρήστη, αποσυσκευάζονται ή/και επανασυσκευάζονται.

Η διακίνηση στη χώρα χύδην τσιμέντων τα οποία παράγονται σε χώρες μέλη της Ε.Ε. και διακινούνται από άλλους φορείς εκτός των παραγωγών τους, πραγματοποιείται χωρίς να απαιτείται κέντρο διανομής τσιμέντου, εφόσον πληρούνται σωρευτικά οι παρακάτω προϋποθέσεις: (α) τα διακινούμενα προϊόντα προορίζονται είτε για ίδια χρήση είτε για την παραγωγή και εμπορία δομικών προϊόντων που διατίθενται στην αγορά με σήμανση CE, (β) τα διακινούμενα προϊόντα μεταφέρονται μέσω σφραγισμένων μεταφορικών μέσων, και (γ) τα διακινούμενα προϊόντα παραλαμβάνονται και χρησιμοποιούνται

απευθείας από τον τελικό χρήστη (παραλήπτη), χωρίς να μεσολαβεί στάδιο ενδιάμεσης αποθήκευσης.

Το υπ' αριθμ. οικ.12044/2ηΔΚΒΠ662/Φ.24/31.10.2014 έγγραφο της ΓΓΒ αποτελεί την εφαρμοστική εγκύκλιο του Ν. 4254/2014 και αναφέρεται στο θεσμικό πλαίσιο και τους ελέγχους που πρέπει να διενεργούνται κατά την εισαγωγή τσιμέντου ενσασκισμένου, σε μεγασάκους και χύδην. Με αυτό αντικαθίστανται η υπ' αριθμ. 4989/233/10.5.2010 εγκύκλιος και το υπ' αριθμ. οικ. 1315/86/ 31.1.2013 έγγραφο της ΓΓΒ, και ορίζονται οι ειδικότερες διαδικασίες ελέγχου που απαιτούνται για την εισαγωγή τσιμέντου, ενσασκισμένου, σε μεγασάκους και χύδην. Επιπλέον τροποποιεί το υπ' αριθμ. οικ. 1144/75/11.2.2013 έγγραφο του ΓΓΒ, στο μέρος που αφορά στην ενότητα 1 «Δομικά Προϊόντα-Εφαρμογή της Οδηγίας 89/106/ΕΟΚ και του Κανονισμού (ΕΕ) 305/2011», δηλαδή στην εισαγωγή δομικών υλικών και την εφαρμογή του Κανονισμού (ΕΕ) 305/2011.

6.3. Εξελίξεις βασικών μεγεθών

Ο κλάδος παραγωγής τσιμέντου αποτελεί κλάδο της μεταποίησης που συνεισφέρει στην ελληνική οικονομία και παράγει σημαντικές εξαγωγές. Η συμμετοχή του κλάδου των τσιμέντων στη μεταποίηση από 2% περίπου το 2008 έπεσε στο 0,77% το 2012 και παρουσίασε μικρή άνοδο το 2013 (Πίνακας 6.2). Στην παραγωγή μη μεταλλικών ορυκτών η συμμετοχή του κλάδου των τσιμέντων μειώθηκε ελάχιστα την υπό εξέταση περίοδο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.2

Συμμετοχή του κλάδου των τσιμέντων στη μεταποίηση (%)

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 |
|---------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Σύνολο μεταποίησης | 1,90 | 1,77 | 1,34 | 0,87 | 0,77 | 0,93 |
| Μη μεταλλικά ορυκτά προϊόντα | 30,16 | 27,75 | 24,70 | 23,76 | 25,56 | 28,53 |
| Τσιμέντο, ασβέστης και πλαστικό | 94,85 | 93,67 | 92,23 | 92,24 | 91,24 | 92,96 |

Πηγή: Eurostat, SBS.

Αναφορικά με τις ελληνικές εξαγωγές, ο κλάδος των τσιμεντών, με εξαγωγές ύψους 162,5 εκατ. ευρώ, αποτελεί το 0,58% του συνόλου των εξαγωγών της χώρας το 2015, μειωμένο κατά 20% σε σχέση με την περίοδο πριν την κρίση (Πίνακας 6.3). Η συμμετοχή του κλάδου στις εξαγωγές των μεταποιητικών κλάδων ανέρχεται στο 3,6% το 2015, στα ίδια επίπεδα με το 2008, έχοντας παρουσιάσει σημαντικές διακυμάνσεις την υπό εξέταση περίοδο. Αντίστοιχη πορεία έχει και η συμμετοχή του κλάδου στις εξαγωγές μη μεταλλικών ορυκτών προϊόντων, όπου το τσιμέντο αποτελεί το 30% των εξαγωγών αυτών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.3
Συμμετοχή του κλάδου των τσιμεντών στις εξαγωγές (%)

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 |
|-------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Σύνολο εξαγωγών | 0,72 | 0,76 | 0,58 | 0,26 | 0,38 | 0,54 | 0,41 | 0,58 |
| Σύνολο μεταποίησης | 3,63 | 4,44 | 3,52 | 1,49 | 2,69 | 4,00 | 2,96 | 3,59 |
| Μη μεταλλικά ορυκτά προϊόντα | 34,91 | 32,73 | 33,25 | 21,04 | 27,35 | 35,45 | 25,28 | 30,83 |
| Τσιμέντο, ασβέστης & πλαστικό | 50,93 | 44,82 | 47,95 | 31,16 | 36,27 | 45,20 | 31,59 | 39,06 |

Πηγή: Παγκόσμια Τράπεζα, Comtrade database.

Παραγωγή τσιμέντου

Η παραγωγή τσιμέντου στην Ελλάδα αποτελεί σημαντική δραστηριότητα. Η εγχώρια βιομηχανία παρήγαγε το 2014 5,298 εκατ. τόνους τσιμέντου Portland, ποσότητα μειωμένη κατά 70% συγκριτικά με το 2003, οπότε καταγράφηκε το ανώτερο επίπεδο παραγωγής στην υπό εξέταση περίοδο (Πίνακας 6.4). Η παραγωγή τσιμέντου ήταν μεγαλύτερη των 10 εκατ. τόνων μέχρι το 2009. Το 2014 η ποσότητα εγχώριου τσιμέντου που διατέθηκε στην ελληνική αγορά ανήλθε στα 2,8 εκατ. τόνους (μειωμένη κατά 82,0% έναντι του 2003), ενώ η αξία της ανήλθε σε 254 εκατ. δολάρια (μειωμένη κατά 74,0% έναντι του 2003). Η φθίνουσα πορεία της κατασκευαστικής δραστηριότητας, όπως απεικονίζεται στο Διάγραμμα 6.1, φαίνεται να συνδέεται με τη φθίνουσα διάθεση τσιμέντου στην ελληνική αγορά. Σύμφωνα με τον δείκτη παραγωγής στις κατασκευές, αυτές μειώθηκαν κατά 75% την περίοδο 2008-2015, με την παραγωγή κτι-

ρίων να μειώνεται περισσότερο από 85% και των έργων πολιτικών μηχανικών κατά 66%. Η εκτιμώμενη τιμή διάθεσης, που προκύπτει ως ο λόγος αξίας προς την ποσότητα του εγχώριου τσιμέντου που διατέθηκε στην ελληνική αγορά, κυμαίνεται μεταξύ 70 και 100 δολαρίων ανά τόνο στην υπό εξέταση περίοδο. Να σημειωθεί ότι μέχρι το 2010 η τιμή ήταν συνεχώς αυξανόμενη, φθάνοντας τα 96 δολάρια/τόνο το 2010, ενώ στη μετέπειτα περίοδο παρουσιάζονται αυξομειώσεις.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.4

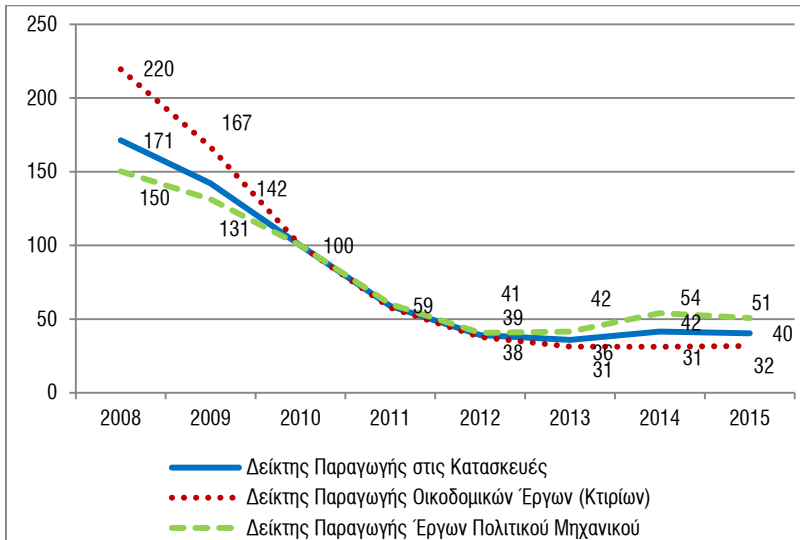
Παραγωγή και διάθεση τσιμέντου στην ελληνική αγορά, 2002-2014

| Έτος | Παραγωγή | Διάθεση στην ελληνική αγορά | | |
|------|--------------------------|-----------------------------|------------------------|------------------------|
| | Ποσότητα (χιλ. τόνοι) | Ποσότητα (χιλ. τόνοι) | Αξία (χιλ. δολάρια) | Τιμή (δολάρια/τόνο) |
| 2002 | 10.193,22 | 7.873,68 | 598.033,60 | 75,95 |
| 2003 | 17.546,28 | 15.066,97 | 978.918,10 | 64,97 |
| 2004 | 14.761,44 | 11.763,12 | 817.909,46 | 69,53 |
| 2005 | 15.156,91 | 11.362,87 | 810.677,20 | 71,34 |
| 2006 | 15.654,05 | 13.241,63 | 983.553,31 | 74,28 |
| 2007 | 14.270,98 | 11.328,39 | 962.163,36 | 84,93 |
| 2008 | 14.069,86 | 10.773,49 | 981.191,93 | 91,07 |
| 2009 | 11.247,37 | 8.147,78 | 764.680,13 | 93,85 |
| 2010 | 8.745,63 | 5.577,47 | 538.002,60 | 96,46 |
| 2011 | 5.612,77 | 4.051,49 | 360.994,02 | 89,10 |
| 2012 | 5.367,81 | 2.944,29 | 241.796,52 | 82,12 |
| 2013 | 5.571,25 | 1.837,43 | 196.537,91 | 106,96 |
| 2014 | 5.297,74 | 2.777,90 | 254.026,59 | 91,45 |

Πηγή: Eurostat, Prodcom.

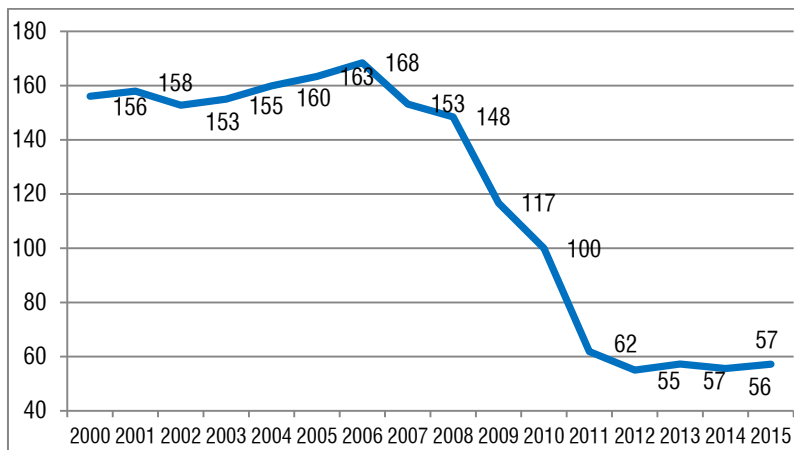
Η σημαντική μείωση της παραγωγής τσιμέντων απεικονίζεται και στον δείκτη βιομηχανικής παραγωγής του κλάδου (Διάγραμμα 6.2). Την περίοδο 2006-2011 η παραγωγή του κλάδου υποχώρησε κατά 63%. Έτσι ο δείκτης από το 168,5 το 2006 έφτασε μόλις στο 57,2 το 2015.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.1
Εξέλιξη δείκτη παραγωγής στις κατασκευές, 2008-2015



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.2
Εξέλιξη δείκτη βιομηχανικής παραγωγής τσιμέντου, 2000-2015
(Β' τρίμηνο), 2010=100,0

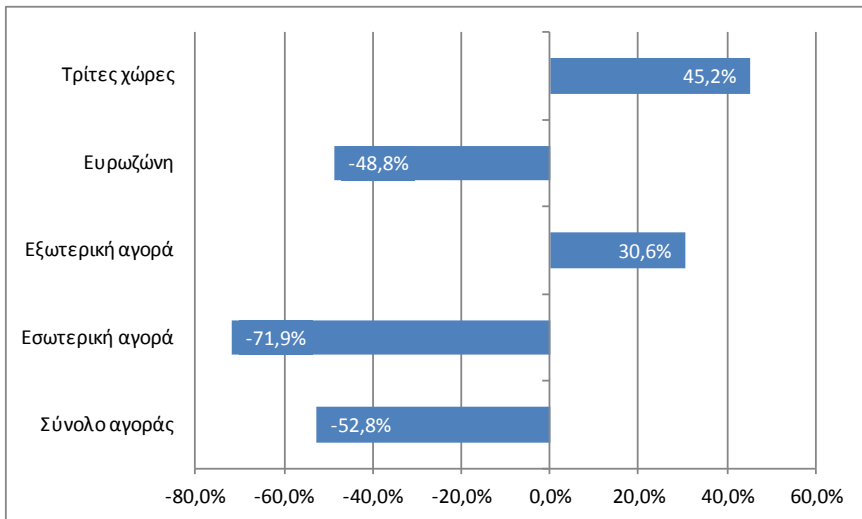


Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Εθνικοί Λογαριασμοί.

Σκοπός του δείκτη κύκλου εργασιών στο τσιμέντο είναι η παρουσίαση της εξέλιξης της αγοράς τσιμέντων. Ο κύκλος εργασιών περιλαμβάνει τα συνολικά ποσά που έχουν τιμολογήσει οι επιχειρήσεις στη διάρκεια της περιόδου αναφοράς και τα οποία αντιστοιχούν σε μεταπώληση αγαθών χωρίς κανένα μετασχηματισμό. Σύμφωνα με τον γενικό δείκτη κύκλου εργασιών (Διάγραμμα 6.3), η αγορά τσιμέντου την περίοδο 2009-2015 παρουσίασε κάμψη κατά 52,8%. Η πώση αυτή οφείλεται στην ουσιαστική κατάρρευση της εσωτερικής αγοράς, με τον σχετικό κύκλο εργασιών να υποχωρεί κατά 71,9%, καθώς για την εξωτερική αγορά υπάρχει αύξηση του δείκτη κατά 30,6%. Πρέπει να σημειωθεί ότι η αύξηση στην εξωτερική αγορά οφείλεται στις εμπορικές σχέσεις των τσιμεντοβιομηχανιών με τρίτες χώρες όπου παρατηρείται αύξηση 45,2% του δείκτη κύκλου εργασιών, όπως εξάλλου διαφαίνεται και από τις εξαγωγές τσιμέντων (Πίνακας 6.5 παρακάτω), ενώ ο δείκτης κύκλου εργασιών με την Ευρωζώνη εμφάνισε μείωση κατά 48,8%.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.3

Μεταβολή των δεικτών κύκλου εργασιών στο τσιμέντο (%), 2009-2015



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Εθνικοί Λογαριασμοί.

Εξαγωγές τσιμέντου

Οι ελληνικές εξαγωγές τσιμέντου Portland είναι σχετικά σταθερές, με μικρές εξαιρέσεις, γύρω στα 2,5-3,5 εκατ. τόνους. Η τιμή στην οποία εξάγουν οι ελληνικές βιομηχανίες κυμαίνεται από 32 δολάρια/τόνο το 2004 μέχρι και 52,3 δολάρια/τόνο το 2006 (αξία/ποσότητα εξαγωγών). Τέλος, η αξία των εξαγωγών ανήλθε το 2014 σε 111 εκατ. δολάρια, μειωμένη κατά 25% σε σχέση με το 2013.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.5

Εξαγωγές ελληνικού τσιμέντου, 2002-2014, σε χιλ. τόνους και χιλ.\$

| Έτος | Εξαγωγές (χιλ. τόνοι) | Αξία εξαγωγών (χιλ. δολάρια) | Τιμή εξαγωγών* (δολάρια/τόνο) |
|------|--------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| 2002 | 2.319,54 | 92.971,74 | 40,08 |
| 2003 | 2.479,31 | 85.226,45 | 34,38 |
| 2004 | 2.998,32 | 96.060,88 | 32,04 |
| 2005 | 3.794,04 | 141.572,53 | 37,31 |
| 2006 | 2.412,42 | 126.228,44 | 52,32 |
| 2007 | 2.942,59 | 121.301,91 | 41,22 |
| 2008 | 3.296,37 | 152.112,66 | 46,15 |
| 2009 | 3.099,59 | 132.698,32 | 42,81 |
| 2010 | 3.168,16 | 120.980,82 | 38,19 |
| 2011 | 1.561,28 | 63.188,17 | 40,47 |
| 2012 | 2.423,52 | 104.191,52 | 42,99 |
| 2013 | 3.733,82 | 147.813,53 | 39,59 |
| 2014 | 2.519,84 | 111.021,54 | 44,06 |

Πηγή: Eurostat, Prodcorn database.

* Η τιμή εξαγωγών είναι η τιμή fob (free on board – κατά τη φόρτωση στο λιμάνι φόρτωσης). Η τιμή πώλησης του ελληνικού τσιμέντου σε αγορά του εξωτερικού περιλαμβάνει επιπροσθέτως και το κόστος μεταφοράς, το οποίο αυξάνει την τιμή περίπου στο επίπεδο της τιμής διάθεσης στην Ελλάδα (σύμφωνα με εκπροσώπους της ελληνικής βιομηχανίας τσιμέντου).

Οι εξαγωγές ανά χώρα προορισμού για την περίοδο 2007-2014 παρουσιάζονται στον Πίνακα 6.6. Την τελευταία τριετία, 2012-2014, οι σημαντικότεροι εισαγωγείς ελληνικού τσιμέντου είναι οι ΗΠΑ, η Αλγερία και η Λιβύη. Το 2014 οι εξαγωγές προς αυτές τις χώρες ανήλθαν στο 74% των συνολικών εξαγωγών της χώρας, ενώ τα δύο προηγούμενα χρόνια ήταν περίπου στο 65%. Αν σε αυτές τις χώρες προστεθούν η Μ. Βρετανία και η Γαλλία, τότε οι πέντε αυτές χώρες εισήγαγαν το 2014 περίπου το 90% των εξαγωγών τσιμέντου της

Ελλάδας. Σημειώνεται ότι, αν και καθ' όλη την υπό εξέταση περίοδο οι εισαγωγείς ελληνικού τσιμέντου δεν ήταν πολλές χώρες, ο προορισμός των εξαγωγών αλλάζει. Τα πρώτα χρόνια κύριοι πελάτες των ελληνικών τσιμέντων ήταν οι χώρες της Ε.Ε., Ιταλία, Γαλλία, Μ. Βρετανία και Ισπανία, οι οποίες απορροφούσαν το 50% περίπου των ελληνικών εξαγωγών τσιμέντου τη διετία 2007-2008, καθώς και η Αλβανία και η Νιγηρία, με τη δεύτερη να εισάγει το 40% των ελληνικών εξαγωγών το 2011, μια χρονιά με πολύ χαμηλό επίπεδο εξαγωγών, στο μισό των προηγούμενων ετών.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.6

Εξαγωγές ελληνικού τσιμέντου ανά χώρα προορισμού, 2007-2014, σε χιλ. τόνους

| | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|-------------|---------|---------|---------|-----------|---------|---------|-----------|---------|
| ΗΠΑ | 625.551 | 175.247 | 258.599 | 149.047 | 38.012 | 612.159 | 724.437 | 777.167 |
| Αλγερία | | | | | 97.208 | 540.808 | 636.356 | 619.729 |
| Λιβύη | | 206.902 | 803.540 | 1.653.790 | 243.948 | 478.337 | 1.007.364 | 445.219 |
| Μ. Βρετανία | 346.178 | 312.614 | 126.637 | 105.718 | 113.820 | 82.573 | 154.861 | 225.899 |
| Γαλλία | 380.939 | 430.831 | 78.127 | 83.116 | 70.309 | 76.202 | 58.922 | 85.844 |
| Ιταλία | 449.389 | 478.788 | 439.024 | 115.377 | 53.803 | 194.371 | 166.943 | 175.342 |
| Ισπανία | 266.739 | 212.740 | 52.037 | 174.245 | 7.015 | | | |
| Αλβανία | 216.695 | 315.092 | 477.595 | 275.030 | 116.275 | 143.723 | 43.098 | 78.215 |
| Νιγηρία | 273.300 | 758.176 | 473.655 | 387.635 | 614.556 | 124.771 | 87.560 | 90 |
| Αίγυπτος | | | 70.769 | | | | 531.690 | 35.709 |
| Γουινέα | | 116.615 | 147.278 | 132.150 | 135.442 | 82.685 | | |

Πηγή: Παγκόσμια Τράπεζα, Comtrade database.

Εισαγωγές τσιμέντου

Οι εισαγωγές τσιμέντου στην Ελλάδα είναι πολύ μικρές, φθάνοντας στους 242 χιλ. τόνους, με αξία εισαγωγών τα 17 εκατ. δολάρια το 2010, οπότε σημειώθηκαν οι μεγαλύτερες εισαγωγές. Οι εισαγωγές τα τελευταία χρόνια κυμάνθηκαν σε ιδιαίτερα χαμηλά επίπεδα, γύρω στους 40 χιλιάδες τόνους, γεγονός που οφείλεται στη σημαντική μείωση τόσο της οικοδομικής δραστηριότητας, όσο και των έργων υποδομής. Επιπλέον, οι μικρές εισαγωγές τσιμέντου μπορεί να αποδοθούν στην ύπαρξη της σημαντικής ελληνικής βιομηχανίας

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.7

Εισαγωγές τσιμέντου στην Ελλάδα, 2002-2014, σε χιλ. τόνους και χιλ.\$

| Έτος | Εισαγωγές (χιλ. τόνοι) | Αξία εισαγωγών (χιλ. δολάρια) | Τιμή εισαγωγών (δολάρια/τόνο) |
|------|---------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 2008 | 81,52 | 6.613,59 | 81,13 |
| 2009 | 136,83 | 12.672,02 | 92,61 |
| 2010 | 242,09 | 17.613,70 | 72,76 |
| 2011 | 170,85 | 14.826,51 | 86,78 |
| 2012 | 90,45 | 6.663,37 | 73,67 |
| 2013 | 36,61 | 2.530,86 | 69,13 |
| 2014 | 41,20 | 2.935,52 | 71,26 |

Πηγή: Eurostat, Prodcorn database.

τσιμέντου, με παραγωγή τσιμέντου ιδιαίτερα υψηλής ποιότητας, που προτιμάται από τους καταναλωτές-εταιρείες παραγωγής σκυροδέματος και τις κατασκευαστικές εταιρείες. Πιθανόν, όμως, να οφείλεται και στην τιμή εισαγωγής τσιμέντου στη χώρα, η οποία έχει υπολογιστεί ως ο λόγος της αξίας των εισαγωγών προς την ποσότητα, και είναι σημαντικά υψηλότερη την περίοδο πριν την οικονομική κρίση, ενώ μειώνεται μετά το 2010.

Οι εισαγωγές τσιμέντου ανά χώρα προέλευσης για την περίοδο 2008-2014 παρουσιάζονται στον Πίνακα 6.8. Είναι προφανές ότι εισάγουμε από λίγες χώρες. Πρέπει, ωστόσο, να σημειωθεί ότι η Ισπανία από εισαγωγέας ελληνικού τσιμέντου έχει μεταβληθεί σε εξαγωγέα, αν και οι ποσότητες είναι μικρές. Το 2014 οι εισαγωγές από την Ισπανία ανήλθαν στους 11,6 χιλ. τόνους, όταν το 2007-2008 οι εξαγωγές ήταν περισσότερες από 200 χιλ. τόνους τσιμέντου. Η χώρα από την οποία προέρχονταν οι μεγαλύτερες ποσότητες εισαγωγών ήταν η Τουρκία, από την οποία εισάγαμε περισσότερες της μισής εισαγόμενης ποσότητας μέχρι και το 2011, ανερχόμενης στους 153 χιλ. τόνους το 2010 ή 63,4% του συνόλου των εισαγωγών. Το υπόλοιπο της εισαγόμενης ποσότητας την περίοδο 2008-2010 προερχόταν από την Αλγερία. Οι δύο χώρες μαζί προμήθευαν την Ελλάδα με περισσότερο από το 90% των εισαγωγών. Από το 2012 οι εισαγωγές από την Τουρκία μειώθηκαν σημαντικά, με μόνο 5% των εισαγωγών να προέρχεται από τη χώρα αυτή το 2014, και τον κύριο όγκο των εισαγωγών να προέρχεται από χώρες της Ε.Ε. –Ισπανία, Ιταλία, Βουλγαρία και Ολλανδία –, αν και οι ποσότητες είναι μικρές.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.8
Εισαγωγές τσιμέντου στην Ελλάδα ανά χώρα προέλευσης,
2007-2014, σε τόνους

| | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 |
|-----------|-----------|-----------|------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Ισπανία | 37,35 | | 0,30 | | 6.000,00 | 5.927,00 | 11.616,00 |
| Ιταλία | 227,36 | 279,49 | 14.115,69 | 12.648,91 | 14.419,16 | 12.754,09 | 9.808,40 |
| Βουλγαρία | 72,80 | 41,76 | 10.768,34 | 25.477,67 | 17.665,58 | 6.802,24 | 7.283,80 |
| Ολλανδία | 0,27 | | | | 33.973,14 | 5.894,00 | 5.934,00 |
| Αίγυπτος | | | 1.930,00 | 0,04 | | | 4.675,00 |
| Τουρκία | 39.150,85 | 64.645,38 | 153.520,08 | 81.560,01 | 16.608,59 | 5.180,53 | 2.070,45 |
| Αλγερία | 41.922,93 | 71.349,06 | 60.668,92 | | | | |

Πηγή: Παγκόσμια Τράπεζα, Comtrade database.

6.4. Αξιολόγηση των συνθηκών ανταγωνισμού βάσει του Οδηγού του ΟΟΣΑ

Το νομοθετικό πλαίσιο που ρύθμιζε πριν το 2014 τη διακίνηση τσιμέντου στην Ελλάδα, όπως περιγράφεται στην ενότητα 6.2, εστίαζε στη χρήση ευρωπαϊκών και εθνικών προτύπων, ΕΛΟΤ 197-1 και ΕΛΟΤ 197-2, προκειμένου το προϊόν να φέρει τη σήμανση «CE» και να θεωρείται κατάλληλο προς χρήση, καθώς και στη διακίνηση ενσაკισμένου, χύδην ή χύδην σε μεγασάκους (big bags) τσιμέντου, στη χωρητικότητα και τους χώρους παραλαβής και αποθήκευσης των κέντρων διανομής και στην αδειοδότησή τους (Πίνακας 6.9).

Η χρήση των ευρωπαϊκών και εθνικών προτύπων αποτελεί την εναρμόνιση του εθνικού δικαίου με τις Ευρωπαϊκές Οδηγίες, έτσι ώστε το προϊόν να φέρει τη σήμανση «CE» και να θεωρείται κατάλληλο προς χρήση. Ο έλεγχος της ορθής χρησιμοποίησης της σήμανσης «CE» γίνεται από τις αρμόδιες Υπηρεσίες του Υπουργείου Ανάπτυξης και επικυρώνεται από τον Ελληνικό Οργανισμό Τυποποίησης ΑΕ (ΕΛΟΤ).

Σε ό,τι αφορά στη διακίνηση ενσაკισμένου, χύδην ή χύδην σε μεγασάκους (big bags) τσιμέντου, η νομοθεσία προέβλεπε ότι είτε παράγονται σε χώρες-μέλη της Ε.Ε. και διακινούνται από άλλους φορείς εκτός των παραγωγών τους ή παράγονται σε τρίτες χώρες, η διακίνηση θα έπρεπε να γίνεται από κέντρα διανομής, τα οποία είναι εγκατεστημένα στην Ελλάδα. Ειδικά για τα τσιμέντα που παράγονται σε τρίτες χώρες, ο έλεγχος της συνδρομής των προϋποθέσεων διακίνησης τσιμέντου να γίνεται πριν από την εισαγωγή

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.9
Αξιολόγηση βαθμού απελευθέρωσης: Διακίνηση τσιμέντου

| Περιγραφή της ρύθμισης (πριν από 31/12/2013) | Σύσταση | Μεταβολές (από 1/1/2014 και μετά) | Νόμος/Υ.Α. κ.ά. Χρόνος θέσισης | Χρόνος εφαρμογής | Αποκλίσεις | Προτάσεις |
|---|---|-----------------------------------|--|------------------|--------------------|--|
| Η διακίνηση χύδην τσιμέντου που παράγεται σε χώρες-μέλη της Ε.Ε. και διακινείται από άλλους φορείς εκτός των παραγωγών τους είτε παράγεται σε τρίτες χώρες, γίνεται από κέντρα διανομής (ΚΔ). | Να καταργηθεί η απαίτηση για ΚΔ στις περιπτώσεις που η διακίνηση χύδην τσιμέντου γίνεται μέσω σφραγισμένων μεταφορικών μέσων, προέρχεται από κράτος-μέλος της Ε.Ε. ανεξάρτητα από τον διακινητή, και προορίζεται για ίδια χρήση. | Υιοθέτηση της σύστασης. | Ν. 4254/2014 υποπαράγραφος ΣΤ10, περ. 1β, 7.4.2014 | 7/4/2014 | Πλήρης συμμόρφωση. | Δεν απαιτείται καμία επιπλέον παρέμβαση. |
| Η διακίνηση τσιμέντου με μεγασάκους που παράγεται σε χώρες-μέλη της Ε.Ε. και διακινείται από άλλους φορείς εκτός των παραγωγών του είτε παράγεται σε τρίτες χώρες, γίνεται από ΚΔ. | Να καταργηθεί η απαίτηση για κέντρο διανομής όταν η διακίνηση γίνεται με μεγασάκους στις περιπτώσεις που ο μεγασάκος είναι σφραγισμένος, είναι για ίδια χρήση ή για εμπορικούς σκοπούς, χωρίς να αποσυσκευάζεται και επανασυσκευάζεται. | Υιοθέτηση της σύστασης. | Ν. 4254/2014 υποπαράγραφος ΣΤ10, περ. 1β, 7.4.2014 | 7/4/2014 | Πλήρης συμμόρφωση. | Δεν απαιτείται καμία επιπλέον παρέμβαση. |
| Τα ΚΔ πρέπει να έχουν χωρητικότητα ικανή, ώστε να εξασφαλίζουν τη δυνατότητα παραλαβής του συνόλου των διακινουμένων ποσότητας με το ίδιο μεταφορικό μέσο. | | | Κ.Υ.Α. 1135/42/2009 | 13/2/2009 | Πλήρης συμμόρφωση. | Δεν απαιτείται καμία επιπλέον παρέμβαση. |

| | | | | | | |
|---|---|--------------------------------|--|-----------------|-------------------------------------|---|
| <p>Τα ΚΔ πρέπει να έχουν χωριστούς χώρους παραλαβής και αποθήκευσης διαφορετικών τύπων τσιμέντων.</p> | <p><u>Χώροι αποθήκευσης</u> Να καταργηθεί η απαίτηση γιατί έχει ήδη καλυφθεί από τον Κανονισμό EN 197-2 και δεν προσθέτει κάτι.</p> | <p>Υιοθέτηση της σύστασης.</p> | <p>Ν. 4254/2014 υποπαράγραφος ΣΤ10, περ. 2α/7.4.2014</p> | <p>7/4/2014</p> | <p>Πλήρης συμμόρφωση.</p> | <p>Δεν απαιτείται καμία επιπλέον παρέμβαση.</p> |
| <p>Επιβολή τέλους 2% επί της τιμής πώλησης, παραγόμενου ή εισαγόμενου, τσιμέντου, υπέρ του ταμείου επικουρικής ασφάλισης του προσωπικού των εταιρειών τσιμέντου.</p> | <p>Να καταργηθεί.</p> | <p>Υιοθέτηση της σύστασης.</p> | <p>Ν. 4254/2014 υποπαράγραφος ΙΑ3, περ. 2γ/7.4.2014</p> | <p>1/1/2015</p> | <p>Πλήρης συμμόρφωση.</p> | <p>Δεν απαιτείται καμία επιπλέον παρέμβαση.</p> |
| <p>Για την αδειοδότηση των ΚΔ εκτός από τις προϋποθέσεις που ορίζει ο Ν. 3325/2005 (ΦΕΚ Α' 68/1.3.2005) και τις λοιπές διατάξεις, απαιτείται και βεβαίωση του ΕΛΟΤ περί του ότι το κέντρο διανομής πληροί τις προϋποθέσεις του ΕΛΟΤ EN 197-2.</p> | | | | | <p>Δεν υπάρχει σχετική σύσταση.</p> | <p>Να απλοποιηθεί η διαδικασία αδειοδότησης στο πλαίσιο του Ν. 4262/2014.</p> |

του φορτίου τσιμέντου στη χώρα. Η νομοθεσία προέβλεπε τις προϋποθέσεις για την ίδρυση και λειτουργία των κέντρων διανομής τσιμέντου, ώστε να διασφαλίζεται η διατήρηση της ποιότητας, της ταυτότητας, της σύνθεσης, των ιδιοτήτων και της συμμόρφωσης των πιστοποιημένων από τον παραγωγό τσιμέντων. Ο έλεγχος της ποιότητας των τσιμέντων θεωρείται πολύ σημαντικός για τη διασφάλιση της ασφάλειας των κατασκευών. Επιπλέον, επειδή το τσιμέντο θεωρείται επικίνδυνο για την υγεία υλικό, η διακίνησή του μέσω των κέντρων διανομής διασφαλίζει την ορθή σήμανση «CE» και τους σχετικούς ελέγχους από τις αρμόδιες υπηρεσίες, με στόχο την προστασία του περιβάλλοντος και την τήρηση των ποιοτικών προδιαγραφών του προϊόντος.

Ωστόσο, η παραπάνω ρύθμιση περιόριζε τον ανταγωνισμό τόσο σε επίπεδο προμήθειας όσο και σε επίπεδο εμπορίας τσιμέντου επηρεάζοντας πιθανώς έμμεσα την τιμή του (OECD, 2014). Σύμφωνα με τη Λίστα Ελέγχου του Ανταγωνισμού (Πίνακας 1.1) του OECD (2010), η ανάγκη διέλευσης του χύδην τσιμέντου και του τσιμέντου σε μεγάλας από κέντρα διανομής, ανεξάρτητα: (α) από τη χώρα προέλευσης (κράτος-μέλος της Ε.Ε. ή τρίτη χώρα), (β) το μεταφορικό μέσο (κλειστό ή ανοιχτό μέσο μεταφοράς) και (γ) τον σκοπό προμήθειας (για προσωπική χρήση ή μεταπώληση), και για τα οποία είχε θεσπιστεί διαδικασία αδειοδότησης ως προϋπόθεση λειτουργίας, αύξανε σημαντικά το κόστος εισόδου ενός προμηθευτή στην αγορά και περιόριζε τον αριθμό των προμηθευτών τσιμέντου, καθώς περιόριζε: (α) τη δυνατότητα πρόσβασης σε εναλλακτικές πηγές προμήθειας τσιμέντου, πέραν των εγχώριων τσιμεντοβιομηχανιών και των κέντρων διανομής, τα οποία κατά βάση ανήκουν στις εγχώριες τσιμεντοβιομηχανίες, (β) την είσοδο νέων επιχειρήσεων που θα διακινούν χύδην τσιμέντο με σφραγισμένα μεταφορικά μέσα κατευθείαν στους πελάτες τους και (γ) σε επιχειρήσεις που θα διακινούν σφραγισμένους από τον παραγωγό μεγασάκους (big bags) εφόσον οι τελευταίοι, σε οποιοδήποτε ενδιάμεσο στάδιο της διακίνησης μέχρι τον τελικό χρήστη δεν αποσυσκευάζονται ή/και επανασυσκευάζονται. Επιπρόσθετα, η ρύθμιση περιόριζε τον ανταγωνισμό και με την αύξηση του κόστους παραγωγής των εταιρειών κατασκευής δομικών υλικών, καθώς τους υποχρέωνε να εισάγουν τσιμέντο μέσω κέντρου διανομής ή να ιδρύουν δικά τους κέντρα διανομής. Επι-

πλέον, αυτό οδηγεί σε περιορισμό στην επιλογή των πηγών διάθεσης του προϊόντος για τους καταναλωτές.

Επιπροσθέτως, θα πρέπει να σημειωθεί ότι, σύμφωνα με τη γνωμοδότηση της Επιτροπής Ανταγωνισμού (Αρ. Γνωμοδότησης 32/VII/2013), σε έρευνα που έκανε διαμέσου των Επιτροπών Ανταγωνισμού άλλων ευρωπαϊκών χωρών, δεν βρέθηκε να ισχύει σχετικός περιορισμός στη διακίνηση τσιμέντου σε άλλα κράτη-μέλη της Ε.Ε.

Οι συστάσεις της έκθεσης του ΟΟΣΑ για τη βελτίωση του ανταγωνισμού ήταν να καταργηθεί η απαίτηση για κέντρο διανομής στις περιπτώσεις: (α) που η διακίνηση χύδην τσιμέντου γίνεται μέσω σφραγισμένων μεταφορικών μέσων, προέρχονται από κράτος-μέλος της Ε.Ε. ανεξάρτητα από τον διακινητή, και προορίζονται για ίδια χρήση, και (β) που η διακίνηση γίνεται με μεγασάκους (big bags), στις περιπτώσεις που οι μεγασάκοι είναι σφραγισμένοι, είναι για ίδια χρήση ή για εμπορικούς σκοπούς, χωρίς να αποσυσκευάζονται και επανασυσκευάζονται.

Με τον Ν. 4254/2014 ρυθμίστηκαν τα παραπάνω ζητήματα χωρίς να τίθεται θέμα για την ποιότητα των διακινούμενων προϊόντων, καθώς το χύδην τσιμέντο που προέρχεται από χώρες-μέλη της Ε.Ε. έχει ελεγχθεί στον τόπο προέλευσης και το ενσασκισμένο τσιμέντο φέρει τη σήμανση «CE» και, εφόσον δεν αποσφραγίζεται, διασφαλίζεται η ποιότητά του, έστω και αν προέρχεται από χώρες εκτός Ε.Ε. Δεδομένου ότι η νέα διάταξη για τα κέντρα διανομής τσιμέντων αίρει όλες τις ρυθμίσεις που περιόριζαν τον ανταγωνισμό, αναμένεται αύξηση των εταιρειών που δραστηριοποιούνται στην εμπορία τσιμέντου, μείωση του κόστους παραγωγής του έτοιμου σκυροδέματος και των κατασκευών και, κατά συνέπεια, μείωση της τιμής διάθεσής του.

Σχετικά με τη χωρητικότητα των κέντρων διανομής, η νομοθεσία προέβλεπε ότι τα κέντρα διανομής πρέπει να έχουν ικανή χωρητικότητα, ώστε να εξασφαλίζουν τη δυνατότητα παραλαβής του συνόλου των διακινούμενων ποσοτήτων με το ίδιο μεταφορικό μέσο. Επιπλέον, όσον αφορά στους χώρους αποθήκευσης και παραλαβής των κέντρων διανομής, η νομοθεσία προέβλεπε την ύπαρξη στα κέντρα διανομής χωριστών χώρων παραλαβής και αποθήκευσης διαφορετικών τύπων τσιμέντου. Παράλληλα, κατά την περίοδο διεξαγωγής της έκθεσης του ΟΕCD (2014) υπήρχε σε διαβούλευ-

ση προσχέδιο για Κ.Υ.Α. περί «της τροποποίησης και συμπλήρωσης της Κ.Υ.Α. υπ' αριθμ. 21720/241/17.11.2003 (ΦΕΚ 1731/Β/24.11.2003). Στο σχέδιο αυτό, που ποτέ δεν υπογράφηκε, υπήρχε πρόβλεψη ότι τα σιλό αποθήκευσης των κέντρων διανομής θα πρέπει να έχουν χωρητικότητα τουλάχιστον 500 τόνων και να ικανοποιούν τις απαιτήσεις του προτύπου ΕΛΟΤ EN 197-2. Αντικειμενικός στόχος της ρύθμισης αυτής ήταν να αποφεύγεται η κατάτμηση σε μικρότερους αποθηκευτικούς χώρους, γεγονός που πιθανόν να προκαλούσε ζήτημα με την ομοιογένεια του προϊόντος και να έθετε σε κίνδυνο την ποιότητα του προϊόντος. Μια τέτοια ρύθμιση θα αποτελούσε εμπόδιο στην είσοδο μικρών επιχειρήσεων στη διακίνηση τσιμέντου, με αποτέλεσμα τον περιορισμό του αριθμού των προμηθευτών, αλλά και θα έδινε τη δυνατότητα σε μεγάλες επιχειρήσεις να επικρατήσουν στην αγορά και, ενδεχομένως, να αυξήσουν τις τιμές του προϊόντος. Επιπλέον, θα αύξανε το κόστος των επιχειρήσεων που θα χρειάζονταν τη διακίνηση μικρότερων ποσοτήτων τσιμέντου και άρα σιλό μικρότερης χωρητικότητας. Η απόφαση αυτή δεν υπογράφηκε ποτέ, ωστόσο οι προβλεπόμενες ρυθμίσεις αποτέλεσαν μέρος των συστάσεων της έκθεσης του ΟΕCD (2014) για τη βελτίωση του ανταγωνισμού στον τομέα των δομικών υλικών, προτείνοντας να μην υιοθετηθεί η ρύθμιση του σχεδίου για χωρητικότητα στα σιλό αποθήκευσης των κέντρων διανομής τουλάχιστον 500 τόνων. Επιπρόσθετα, η προϋπόθεση για την ύπαρξη χωριστών χώρων παραλαβής και αποθήκευσης διαφορετικών τύπων τσιμέντου καλύπτεται από τον Κανονισμό ΕΛΟΤ EN 197-2 και ως εκ τούτου η σύσταση της έκθεσης του ΟΟΣΑ να καταργηθεί η απαίτηση από τη σχετική νομοθεσία δεν κρίνεται απαραίτητη καθώς το θέμα έχει ήδη διευθετηθεί.

Η επιβολή τέλους 2% επί της τιμής πώλησης του τσιμέντου υπέρ του επικουρικού ταμείου ασφάλισης του προσωπικού εταιρειών τσιμέντου αποτελούσε έναν ακόμη περιοριστικό παράγοντα του ανταγωνισμού, ο οποίος επηρέαζε τόσο τον καθορισμό της τιμής του προϊόντος, όσο και τη μείωση της παραγωγής και των θέσεων απασχόλησης (ΟΕCD, 2014). Ειδικότερα, δημιουργούσε επιπλέον κόστος στους παραγωγούς και τους εισαγωγείς τσιμέντου, και μείωνε την ικανότητά τους να καθορίζουν ελεύθερα τις τιμές της αγοράς. Ουσιαστικά λειτουργούσε ως φόρος που αύξανε το

οριακό κόστος της πρώτης ύλης προσθέτοντας στο κόστος των παραγωγών, που εν μέρει ή εξ ολοκλήρου, ενσωματώνεται στην τιμή του τελικού χρήστη. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα τη μείωση της παραγωγής λόγω του υψηλότερου κόστους, και κατ' επέκταση χαμηλότερα έσοδα και λιγότερες θέσεις εργασίας στην αγορά τσιμέντου. Επιπλέον, η επιβολή του σε παραγωγούς και εισαγωγείς συνιστούσε άνιση μεταχείριση, καθώς οι εργαζόμενοι στις επιχειρήσεις εισαγωγής δεν ασφαρίζονται στο ταμείο από το οποίο είχαν όφελος οι εργαζόμενοι των τσιμεντοβιομηχανιών. Η σύσταση της έκθεσης του OECD ήταν να καταργηθεί το τέλος, το οποίο με τον Ν. 4254/2014 (ΦΕΚ 85/Α/ 7.4.2014) υιοθετήθηκε από 1.1.2015. Η ρύθμιση αυτή αίρει τις στρεβλώσεις που δημιουργούσε η επιβολή του, τόσο στην τιμή διάθεσης του τσιμέντου, όσο και στο κόστος των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν το τσιμέντο ως πρώτη ύλη. Επιπλέον, παύουν οι τελικοί χρήστες να επιδοτούν το επικουρικό ασφαλιστικό ταμείο του προσωπικού των εταιρειών τσιμέντου.

Η αδειοδότηση των κέντρων διανομής διέπεται από ένα πολύπλοκο νομοθετικό πλαίσιο που δημιουργεί σημαντικές καθυστερήσεις και αυξάνει το κόστος λειτουργίας τους. Στην περίπτωση που ένας κατασκευαστής δομικών υλικών επιθυμεί να δραστηριοποιηθεί στην εμπορία τσιμέντου και να λειτουργήσει πιστοποιημένες εγκαταστάσεις αποθήκευσης και ελέγχου του τσιμέντου, εκτός από τις προβλεπόμενες από το Πρότυπο EN 197-2 τεχνικές προδιαγραφές, θα πρέπει να ακολουθήσει τη διαδικασία έκδοσης άδειας λειτουργίας κέντρου διανομής, όπως ορίζεται από τη σχετική νομοθεσία. Σύμφωνα με τη Γνωμοδότηση της Επιτροπής Ανταγωνισμού (32/VII/2013), δεν υπάρχει διαφοροποίηση ως προς τους τεχνικούς όρους ανάμεσα στις εγκαταστάσεις αποθήκευσης τσιμέντου που διατηρούν οι κατασκευαστές δομικών υλικών και στα κέντρα διανομής, όπως περιγράφονται από το προαναφερόμενο πρότυπο. Η ρύθμιση για τη διαδικασία ίδρυσης κέντρου διανομής ή επέκτασης υφιστάμενης δραστηριότητας αυξάνει το κόστος της επιχείρησης. Αυτό αποτελεί εμπόδιο για την είσοδο νέων επιχειρήσεων στη διακίνηση τσιμέντου και, επομένως, περιορίζει τον ανταγωνισμό σε επίπεδο εμπορίας και μειώνει τις πηγές προμήθειας, τόσο των κατασκευαστών δομικών υλικών όσο και των καταναλωτών, με άμεση επίπτωση στο επίπεδο των τιμών. Αν και δεν υπάρχει

σχετική σύσταση στην έκθεση του OECD (2014), η απλοποίηση της διαδικασίας έκδοσης αδειών μπορεί να μειώσει το κόστος και να οδηγήσει σε βελτίωση του ανταγωνισμού και, κατά συνέπεια, στη μείωση των τιμών. Η απλοποίηση της αδειοδότησης των κέντρων διανομής τσιμέντων θα μπορούσε να ενταχθεί στις ρυθμίσεις που διερευνώνται και αφορούν στη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Σε αυτό το πλαίσιο και σε ένα επόμενο βήμα, θα μπορούσε να ενταχθεί και η αδειοδότηση κέντρων διανομής τσιμέντου.

6.5. Επιπτώσεις στον αριθμό των επιχειρήσεων

Ενδείξεις για την εξέλιξη του αριθμού των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή και διακίνηση τσιμέντου προκύπτουν στη βάση των στοιχείων της ΓΓΠΣ για την έναρξη δραστηριότητας και το πλήθος των δραστηριοποιούμενων στους σχετικούς Κωδικούς Αριθμούς Δραστηριότητας (Κ.Α.Δ.). Αναφορικά με την ερμηνεία των συγκεκριμένων στοιχείων, επισημαίνεται ότι οι ενάρξεις (διακοπές) δεν ισοδυναμούν πάντα με τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων (διακοπή της λειτουργίας επιχειρήσεων), καθώς μία υφιστάμενη επιχείρηση μπορεί να αποκτήσει (απολέσει) μία νέα δραστηριότητα και να εγγραφεί (διαγραφεί) από τον σχετικό Κ.Α.Δ, παράλληλα με άλλον ή άλλους Κ.Α.Δ. στους οποίους μπορεί ήδη να είναι εγγεγραμμένη. Δεδομένου ότι το τσιμέντο στην Ελλάδα παράγεται από λίγες μεγάλες βιομηχανίες, η εξέταση σε επίπεδο δραστηριότητας κρίθηκε η καταλληλότερη.

Επιπλέον, όσον αφορά στο εμπόριο τσιμέντου, επιλέχθηκε και πάλι η μελέτη των ενάρξεων/διακοπών δραστηριότητας έναντι της επιχείρησης, δεδομένου ότι αυτού του είδους οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται σε πολλές και διαφορετικές δραστηριότητες και τα συμπεράσματα θα ήταν γενικότερα και, σαφώς, δεν θα ανταποκρίνονταν αμιγώς στην αγορά του τσιμέντου. Τέλος, για λόγους σύγκρισης, γίνεται αναφορά στην αγορά οικοδομικών υλικών, καθώς το τσιμέντο αποτελεί μέρος της, αν και τα συμπεράσματα θα πρέπει να εξετάζονται κάτω από το πρίσμα των διαφορετικών μεγεθών των αγορών, δεδομένου ότι η ευρύτερη κατηγορία είναι τουλάχιστον 100πλάσια.

Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του Πίνακα 6.10, καθ' όλη την περίοδο από το 2009, ο αριθμός των δραστηριοποιούμενων στην ευρύτερη κατηγορία παραγωγής τσιμέντου παρέμεινε σταθερός, ενώ στην επιμέρους κατηγορία παραγωγής τσιμέντου τύπου Portland, που είναι και το υπό εξέταση προϊόν, αυξήθηκε κατά έναν δραστηριοποιούμενο (ή 8,33%). Κατά έναν (ή 33,3%) αυξήθηκαν και οι δραστηριοποιούμενοι στην υπεργολαβία στη διαδικασία παραγωγής τσιμέντου. Θα πρέπει εδώ να σημειωθεί, και να ληφθεί υπόψη στην εξαγωγή συμπερασμάτων, ότι δεν υπάρχει τάξη μεγέθους των δραστηριοποιούμενων και, συνεπώς, δεν μπορεί να θεωρείται ίσου βάρους η έναρξη ή η διακοπή ενός δραστηριοποιούμενου στις εργασίες υπεργολαβίας στη διαδικασία παραγωγής τσιμέντου με έναν δραστηριοποιούμενο (μία νέα μονάδα παραγωγής) μιας μεγάλης τσιμεντοβιομηχανίας.

Σχετικά με το εμπόριο του τσιμέντου, τα στοιχεία δείχνουν να υπάρχει μια πτώση των δραστηριοτήτων σε όλους τους κλάδους (εμπορικοί αντιπρόσωποι και χονδρικό και λιανικό εμπόριο). Η μείωση των δραστηριοποιούμενων ως εμπορικών αντιπροσώπων τσιμέντου είναι 20% (5 δραστηριότητες λιγότερες από το 2009), ποσοστό σημαντικά μεγαλύτερο του ευρύτερου κλάδου των δραστηριοποιούμενων στα οικοδομικά υλικά που ανέρχεται σε περίπου 12%. Αντίθετα, στο χονδρικό και το λιανικό εμπόριο οι δραστηριοποιούμενοι στο τσιμέντο τύπου Portland παρουσιάζουν λιγότερες διακοπές σε σχέση με την ευρύτερη κατηγορία, 3,69% έναντι 11,34% και 5,34% έναντι 10,67%, αντίστοιχα.

Περαιτέρω, και για να εκτιμηθεί η επίπτωση της μεταρρύθμισης στη διακίνηση τσιμέντου, όσο αυτό είναι δυνατόν, με βάση τους περιορισμούς που προκύπτουν από τα εν λόγω στοιχεία, θα πρέπει να εξεταστούν οι ενάρξεις και οι διακοπές των δραστηριοποιούμενων (καθαρές μεταβολές), κυρίως, την περίοδο μετά την εφαρμογή της μεταρρύθμισης, τον Απρίλιο του 2014. Από τα στοιχεία του Πίνακα 6.11 φαίνεται ότι από τον αριθμό των δραστηριοποιούμενων στην παραγωγή τσιμέντου δύο εξήλθαν από τον κλάδο το 2015. Στην επιμέρους κατηγορία, του τσιμέντου τύπου Portland, που είναι και το υπό εξέταση προϊόν, αυξήθηκαν οι δραστηριοποιούμενοι κατά έναν το ίδιο έτος. Αντίθετα, στις εργασίες υπεργολαβίας στη διαδικασία παραγωγής τσιμέντου υπήρξε μία διακοπή

δραστηριότητας. Όσον αφορά στο εμπόριο τσιμέντου, οι εμπορικοί αντιπρόσωποι που δραστηριοποιούνται στον κλάδο μειώθηκαν κατά 3 από το 2014, ενώ στο χονδρικό και λιανικό εμπόριο κατά 8 και 5, αντίστοιχα.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.10

Μεταβολή αριθμού δραστηριοποιούμενων με βάση τα ΚΑΔ:
Επιλεγμένες κατηγορίες σχετικά με τη διακίνηση/πώληση τσιμέντου
2009-4/2016

| | Αριθμός δραστηριοποιούμενων | | Μεταβολή αριθμού δραστηριοποιούμενων | % μεταβολή δραστηριοποιούμενων |
|---|-----------------------------|--------|--------------------------------------|--------------------------------|
| | 2009 | 4/2016 | | |
| Παραγωγή τσιμέντου | 30 | 30 | 0 | 0,00% |
| Παραγωγή τσιμέντου Portland, αργλικού τσιμέντου, κονιών υψικαμίνων και παρόμοιων υδραυλικών τσιμέντων | 12 | 13 | 1 | 8,33% |
| Εργασίες υπεργολαβίας στη διαδικασία παραγωγής τσιμέντου | 3 | 4 | 1 | 33,33% |
| Εμπορικοί αντιπρόσωποι οικοδομικών υλικών | 2.512 | 2.201 | -311 | -12,38% |
| Εμπορικοί αντιπρόσωποι τσιμέντου | 25 | 20 | -5 | -20,00% |
| Χονδρικό εμπόριο άλλων οικοδομικών υλικών | 21.288 | 18.874 | -2.414 | -11,34% |
| Χονδρικό εμπόριο τσιμέντου Portland, αργλικού τσιμέντου, τσιμέντου σκουριών υψικαμίνων και παρόμοιων υδραυλικών τσιμέντων | 217 | 209 | -8 | -3,69% |
| Λιανικό εμπόριο κατασκευαστικών υλικών π.δ.κ.α. | 20.112 | 17.967 | -2.145 | -10,67% |
| Λιανικό εμπόριο τσιμέντου Portland, αργλικού τσιμέντου, τσιμέντου σκουριών υψικαμίνων και παρόμοιων υδραυλικών τσιμέντων | 131 | 124 | -7 | -5,34% |

Πηγή: ΓΓΠΣ, 2016. Ίδιοι υπολογισμοί.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.11

Καθαρή μεταβολή αριθμού δραστηριοποιούμενων με βάση τα ΚΑΔ:
Επιλεγμένες κατηγορίες σχετικά με τη διακίνηση/πώληση τσιμέντου
2010-4/2016

| | 2010 | 2011 | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 1-4/2016 |
|--|------|------|------|------|------|------|----------|
| Παραγωγή τσιμέντου | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | -2 | 0 |
| Παραγωγή τσιμέντου Portland, αργιλικού τσιμέντου, κονιών υψικαμίνων και παρόμοιων υδραυλικών τσιμέντων | 0 | -2 | 2 | 0 | 0 | 1 | 0 |
| Εργασίες υπεργολαβίας στη διαδικασία παραγωγής τσιμέντου | 1 | 0 | 0 | 1 | 0 | -1 | 0 |
| Εμπορικοί αντιπρόσωποι τσιμέντου | 2 | -2 | 0 | -2 | 1 | -4 | 0 |
| Χονδρικό εμπόριο τσιμέντου Portland, αργιλικού τσιμέντου, τσιμέντου σκουριών υψικαμίνων και παρόμοιων υδραυλικών τσιμέντων | 14 | -5 | -3 | -7 | -1 | 4 | -10 |
| Λιανικό εμπόριο τσιμέντου Portland, αργιλικού τσιμέντου, τσιμέντου σκουριών υψικαμίνων και παρόμοιων υδραυλικών τσιμέντων | 4 | -3 | -1 | -2 | 1 | 1 | -7 |

Πηγή: ΓΓΠΣ, 2016. Ίδιοι υπολογισμοί.

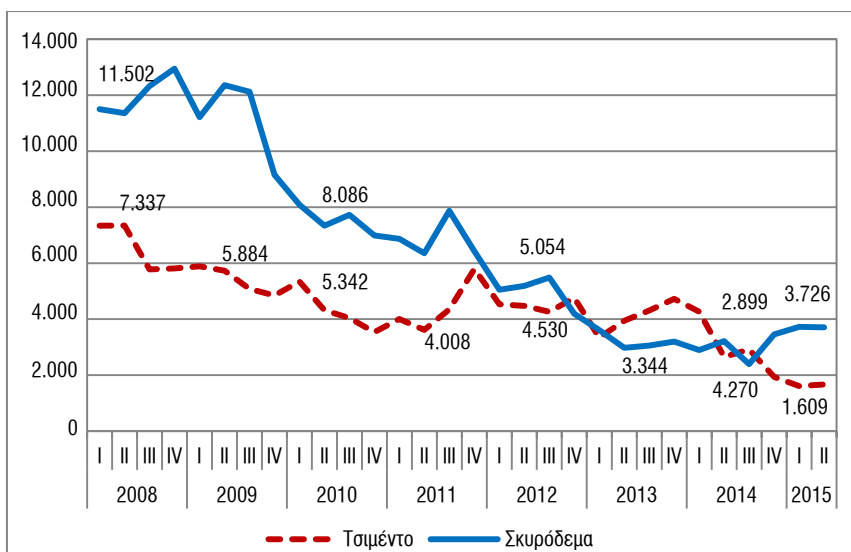
Από τα στοιχεία αυτά φαίνεται ότι η μεταρρύθμιση δεν είχε τα αναμενόμενα αποτελέσματα, όσον αφορά στην αναθέρμανση του κλάδου και την είσοδο νέων δραστηριοποιούμενων, αλλά επικράτησε η γενική τάση μείωσης του αριθμού των δραστηριοποιούμενων και επιχειρήσεων λόγω της σημαντικής κρίσης της κατασκευαστικής αγοράς.

6.6. Επιπτώσεις στην απασχόληση

Ο αριθμός των απασχολούμενων στην παραγωγή τσιμέντου μειώθηκε από 7.337 εργαζόμενους το πρώτο τρίμηνο του 2008 σε μόλις 1.609 το αντίστοιχο τρίμηνο του 2015 (ΕΛΣΤΑΤ, 2016), παρουσιάζοντας μια μείωση της τάξης του 78% (Διάγραμμα 6.4). Η

πτωτική τάση παρατηρείται σε όλη την εξεταζόμενη περίοδο, ωστόσο, η μεγάλη μείωση στην απασχόληση εμφανίζεται από το 2014 και μετά. Το 2014, κατά μέσο όρο, σε σχέση με το προηγούμενο έτος η απασχόληση εμφανίζεται μειωμένη κατά 28%, ενώ στο πρώτο εξάμηνο του 2015, σε σύγκριση με το αντίστοιχο διάστημα του 2014, η πτώση ξεπερνά το 52%.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.4
Απασχόληση στην παραγωγή τσιμέντου και σκυροδέματος, σε χιλιάδες απασχολούμενους, 2008-2015 (Β' τρίμηνο)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Έρευνα Εργατικού Δυναμικού, πρωτογενή στοιχεία, 2016.

Η πτώση στην απασχόληση οφείλεται στη μειωμένη παραγωγή λόγω, κυρίως, της μειωμένης ζήτησης τσιμέντου από τις επιχειρήσεις παραγωγής σκυροδέματος, που αποτελούν τον βασικότερο καταναλωτή τσιμέντου, καθώς οι εξαγωγές είναι σχετικά σταθερές και οι εισαγωγές περιορισμένες. Αντίστοιχα, οι απασχολούμενοι στην παραγωγή σκυροδέματος, την αντίστοιχη περίοδο, μειώθηκαν κατά σχεδόν 68%, από 11.502 εργαζόμενους το πρώτο τρίμηνο του 2008 στους 3.705 το αντίστοιχο τρίμηνο του 2015. Είναι αναμενόμενο ότι οι μεταβολές στην απασχόληση στην παρα-

γωγής σκυροδέματος επηρεάζουν την απασχόληση στην παραγωγή τσιμέντου με μια χρονική υστέρηση. Καθώς το 2014 η πώση της απασχόλησης δεν ήταν ιδιαίτερα μεγάλη (6,9%) σε σχέση με αυτή του προηγούμενου έτους (35,5%), και το πρώτο εξάμηνο του 2015 η απασχόληση αυξήθηκε σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2014 κατά σχεδόν 25%, αυτό μπορεί να θεωρηθεί ως ένα θετικό στοιχείο, δηλαδή ως πιθανός προπομπός μιας αύξησης της απασχόλησης και στην παραγωγή τσιμέντου.

Η μείωση της απασχόλησης τόσο στον κλάδο του τσιμέντου όσο και του έτοιμου σκυροδέματος, που παρουσιάζεται σε όλη τη διάρκεια της κρίσης, δεν μπορεί να θεωρηθεί συνέπεια της υπό εξέταση μεταρρύθμισης. Αποδίδεται περισσότερο στη σημαντική πτώση της οικονομικής δραστηριότητας του κλάδου των κατασκευών, που αποτελεί και τον τελικό χρήστη των υλικών αυτών, καθώς με σταθερό εμπορικό ισοζύγιο στον κλάδο, σταθερές εξαγωγές και περιορισμένες εισαγωγές, είναι σαφές ότι δεν μπορούν να εξαχθούν ασφαλή συμπεράσματα για την επίπτωση της μεταρρύθμισης στην απασχόληση.

6.7. Επιπτώσεις στις τιμές εισροών-εκροών

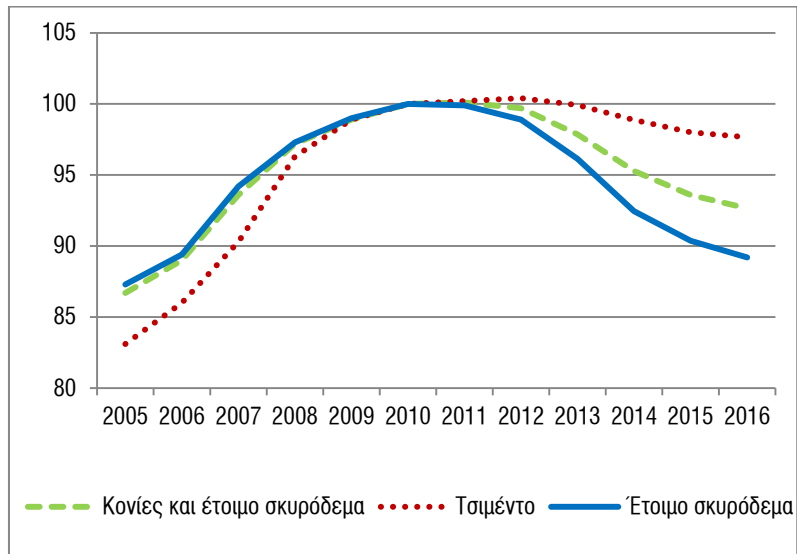
Για την εξέταση της επίδρασης των αλλαγών στη διακίνηση του τσιμέντου στις τιμές χρησιμοποιείται ο δείκτης τιμών υλικών κατασκευής νέων κτιρίων κατοικιών που καταρτίζεται από την ΕΛΣΤΑΤ. Ο δείκτης τιμών ή κόστους υλικών είναι ένας δείκτης εισροών που αναφέρεται στις τιμές που καταβάλλονται από τους κατασκευαστές νέων κτιρίων κατασκευών για την αγορά υλικών και, επομένως, θα μπορούσε να θεωρηθεί ως τιμή καταναλωτή. Στην υποκατηγορία του δείκτη «Κονίες και έτοιμο σκυρόδεμα» με συντελεστή στάθμισης 16,81% στη σύνθεση του γενικού δείκτη περιλαμβάνονται ως επιμέρους κατηγορίες το τσιμέντο (με συντελεστή στάθμισης 3,11%), αλλά και το έτοιμο σκυρόδεμα (11,52%, αντίστοιχα), στο οποίο το τσιμέντο αποτελεί βασικό υλικό.

Η εξέλιξη του δείκτη κατά την περίοδο Ιανουαρίου 2005-Φεβρουαρίου 2016 παρέχει μια εικόνα για τη μεταβολή των τιμών του τσιμέντου και του σκυροδέματος, πριν και μετά την κρίση, αλλά και πριν και μετά τη μεταρρύθμιση, συγκριτικά με τις αντίστοιχες εξε-

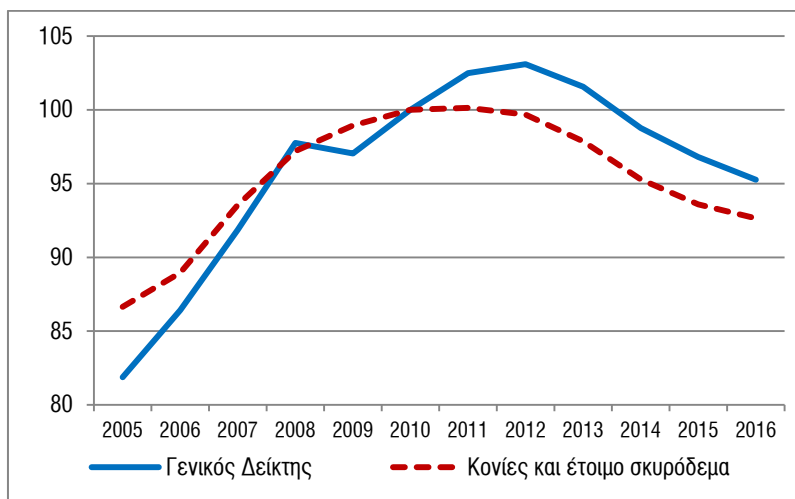
λίξεις στην ευρύτερη κατηγορία «Κονίες και έτοιμο σκυρόδεμα» και τον γενικό δείκτη τιμών υλικών (Διάγραμμα 6.5). Από το διάγραμμα φαίνεται ότι ο δείκτης για τις «Κονίες και το έτοιμο σκυρόδεμα» παρουσιάζει ανοδική πορεία μέχρι το 2011, κινείται πάνω από τον γενικό δείκτη υλικών πριν την κρίση, ενώ από το 2010 είναι χαμηλότερος. Επίσης, είναι φανερό ότι ο δείκτης για το τσιμέντο, ο οποίος μειώνεται εμφανώς μετά το 2010, κινείται χαμηλότερα από τον αντίστοιχο δείκτη για το έτοιμο σκυρόδεμα μέχρι το 2010 (ο οποίος κινείται πολύ κοντά με τον δείκτη της ευρύτερης κατηγορίας «Κονίες και έτοιμο σκυρόδεμα»). Στη συνέχεια και οι τρεις δείκτες παρουσιάζουν μείωση, κυρίως του έτοιμου σκυροδέματος με αντίστοιχη επίπτωση στον δείκτη της ευρύτερης κατηγορίας «Κονίες και έτοιμο σκυρόδεμα» (στον οποίο συμμετέχει κατά 68,5% έναντι 18,5% του τσιμέντου). Με βάση τις προαναφερθείσες εξελίξεις φαίνεται ότι τόσο οι τιμές του τσιμέντου, όσο και του έτοιμου σκυροδέματος, παρουσιάζουν μείωση μετά το 2010, πριν τη μείωση του γενικού δείκτη που περιλαμβάνει όλα τα υλικά κατασκευών. Ωστόσο, δεδομένης της πολύ σημαντικής μείωσης της οικοδομικής δραστηριότητας (κατά 75%) και της αντίστοιχης χρήσης τσιμέντου, η πτώση του κόστους του τσιμέντου, μάλλον είναι, σε μεγάλο βαθμό, συνέπεια αυτών των εξελίξεων και δεν μπορεί να αποδοθεί στις αλλαγές στον τρόπο διακίνησης του τσιμέντου.

Ο δείκτης τιμών κατηγοριών έργων κατασκευής νέων κτιρίων (δείκτης εκροών), μπορεί να θεωρηθεί ως δείκτης τιμών παραγωγού, καθώς εκφράζει τη μεταβολή των τιμών που καταβάλλονται στους κατασκευαστές-εργολήπτες των διαφόρων επιμέρους τμημάτων κατασκευής νέων κτιρίων κατοικιών κατά την ανάθεση των έργων. Η υποκατηγορία του δείκτη οπλισμένα και μη σκυροδέματα αποτελεί το τμήμα του δείκτη που περιλαμβάνει το τσιμέντο καθώς αποτελεί πρώτη ύλη του σκυροδέματος. Ο δείκτης μετά το 2009 κινείται στα ίδια επίπεδα με τον γενικό δείκτη, ενώ οι τιμές πριν ήταν ελαφρώς αυξημένες (Διάγραμμα 6.6). Η μείωση της τιμής παραγωγού, σε κατηγορία που έχει ως εισροή το τσιμέντο, είναι μικρή και δεν μπορεί να σηματοδοτήσει μια ουσιαστική βελτίωση της τιμής του τσιμέντου λόγω της μεταρρύθμισης.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.5
 Δείκτης τιμών ή κόστους υλικών, 2005-2016 Φεβρουάριος,
 (2010=100,0)



(α)

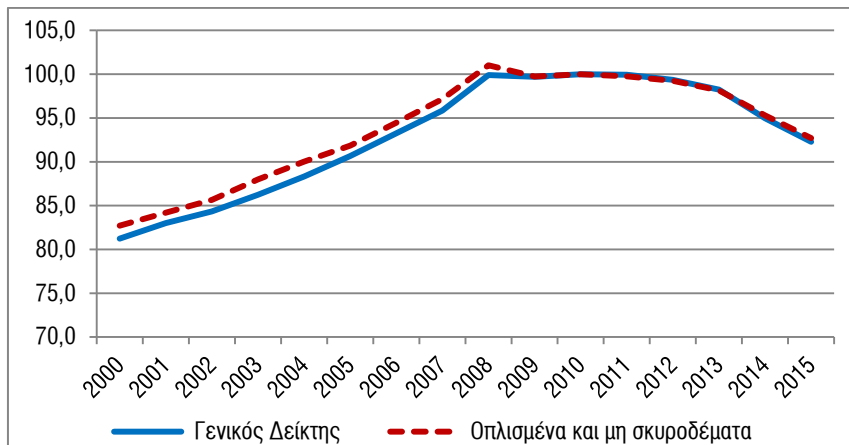


(β)

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Οικονομικοί και Βραχυχρόνιοι Δείκτες.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 6.6

Δείκτης τιμών κατηγοριών έργων (παραγωγού) στην κατασκευή νέων κτιρίων κατοικιών για το έτη 2000-2015, (2010=100,0)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Οικονομικοί και Βραχυχρόνιοι Δείκτες.

6.8. Διαπιστώσεις - Συμπεράσματα

Η κατάργηση της απαίτησης για διακίνηση τιμέντου μέσω κέντρων διανομής καθιστά τον ανταγωνισμό αποδοτικότερο, τόσο σε επίπεδο εισόδου επιχειρήσεων στην αγορά όσο και σε επίπεδο τιμών, με αντίστοιχη ωφέλεια των τελικών χρηστών. Η νομοθετική ρύθμιση που αφορούσε στη διακίνηση ενσασκισμένου, χύδην ή χύδην σε μεγασάκους (big bags) τιμέντου μέσω κέντρων διανομής τιμέντου, περιόριζε τον ανταγωνισμό τόσο σε επίπεδο προμήθειας όσο και σε επίπεδο εμπορίας τιμέντου επηρεάζοντας πιθανώς έμμεσα την τιμή του.

Η ψήφιση της νομοθετικής ρύθμισης, το 2014, για την κατάργηση των περιοριστικών για τον ανταγωνισμό ρυθμίσεων στη διακίνηση τιμέντου, η οποία περιλαμβάνει όλες τις σχετικές συστάσεις της έκθεσης του ΟΕCD (2014), έγινε εν μέσω της σημαντικής οικονομικής κρίσης που βρίσκεται η χώρα από το 2010, με σημαντικές επιπτώσεις στην οικονομική δραστηριότητα, καθώς έχει μειωθεί το ΑΕΠ της χώρας κατά περισσότερο από 25%. Πρέπει, ωστόσο, να τονιστεί ότι ένας από τους κλάδους που έχει ιδιαίτερα πληγεί είναι

αυτός των κατασκευών. Την υπό εξέταση περίοδο, η παραγωγή κατασκευών έχει μειωθεί περισσότερο από 75%, με την παραγωγή κτιρίων να μειώνεται περισσότερο από 85% και των έργων πολιτικών μηχανικών κατά 66%. Επιπλέον, η παραγωγή τσιμέντου στη χώρα έχει μειωθεί κατά 70%, με τις εξαγωγές να είναι σταθερές σε όλη την περίοδο και τις εισαγωγές σε χαμηλά επίπεδα.

Έτσι, είναι ιδιαίτερα δύσκολο σε έναν κλάδο που ουσιαστικά έχει καταρρεύσει να αξιολογήσει κανείς τις επιπτώσεις στις τιμές του προϊόντος μιας μεταρρύθμισης που αφορούσε στη διακίνηση του τσιμέντου (κέντρα διανομής) και τη δυνατότητα εισαγωγής τσιμέντου, ενδεχομένως, σε μια χαμηλότερη τιμή σε σχέση με την τιμή που επικρατούσε πριν τις σχετικές νομοθετικές ρυθμίσεις. Άλλωστε, πρέπει να σημειωθεί ότι οι εισαγωγές τσιμέντου στη χώρα είναι πολύ χαμηλές, καθώς αποτελούν μόλις το 0,78% της εγχώριας παραγωγής και το 1,46% της εγχώριας διάθεσης τσιμέντου. Θετική κρίνεται η κατάργηση του τέλους 2% στην τιμή πώλησης τσιμέντου, καθώς εξάλειψε μια στρέβλωση μεταφοράς πόρων από τους καταναλωτές σε ασφαλιστικά ταμεία του προσωπικού των εταιρειών τσιμεντών.

Όμως, η μεταρρύθμιση που ήδη έγινε έδωσε τη δυνατότητα στην αγορά τσιμέντου, αλλά και στις αγορές που το χρησιμοποιούν ως πρώτη ύλη, όπως του έτοιμου σκυροδέματος, όταν η αγορά των κατασκευών και, κυρίως, η αγορά των έργων υποδομής, ανακάμψει, να λειτουργήσει περισσότερο ανταγωνιστικά και να δημιουργήσει τις απαραίτητες προϋποθέσεις. Αποτέλεσμα αυτού θα είναι η μείωση του κόστους διάθεσης και, κατά συνέπεια, της τιμής του τσιμέντου, η αύξηση της παραγωγής και άρα και της απασχόλησης στους σχετικούς κλάδους.

Τέλος, η απλοποίηση αδειοδότησης των κέντρων διανομής τσιμεντών θα μπορούσε να βοηθήσει τόσο στη μείωση του κόστους δραστηριοποίησης στους κλάδους που χρησιμοποιούν το τσιμέντο ως βασική πρώτη ύλη και διατηρούν ήδη αποθηκευτικούς χώρους, όσο και στην αφαίρεση ενός εμποδίου εισόδου στην εν λόγω αγορά.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Αριθμός Γνωμοδότησης 32/VII/2013 Γνωμοδότηση της Επιτροπής Ανταγωνισμού, βάσει του άρθρου 23 παρ. 1 του Ν. 3959/2011, με δική της πρωτοβουλία, επί του νομοθετικού πλαισίου που διέπει την παραγωγή, τον έλεγχο, την πιστοποίηση και την εμπορία στην αγορά τσιμέντου, χύδην και συσκευασμένου. (Τεύχος Β 308/2.7.2015). Αθήνα: Εφημερίς της Κυβερνήσεως.

OECD, 2010. *Competition Assessment Toolkit, Competition Law and Policy, Greek Version, Volume I and II*. Paris: OECD.

OECD, 2014. *Competition Assessment Reviews, Greece*. Paris: OECD.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Είναι ευρέως γνωστό και τεκμηριωμένο στη βιβλιογραφία ότι ο αυξημένος ανταγωνισμός έχει ιδιαίτερη σημασία για την αύξηση της απασχόλησης, τη βέλτιστη κατανομή του εργατικού δυναμικού, τη διεύρυνση των επιχειρηματικών δυνατοτήτων και τη μείωση του κόστους των αγαθών και υπηρεσιών. Καθώς η επιβολή ρυθμίσεων που περιορίζουν τον ανταγωνισμό έχει αρνητικές επιπτώσεις στις οικονομικές επιδόσεις μιας χώρας, οι μεταρρυθμίσεις που κινούνται στην κατεύθυνση άρσης οποιασδήποτε περιοριστικής ρύθμισης κατ' αρχάς είναι θετικές. Ειδικότερα για την Ελλάδα, η οποία παρουσιάζει υψηλούς δείκτες ρύθμισης και διέρχεται μια δύσκολη οικονομική περίοδο, οποιοσδήποτε προσπάθειες βελτιώνουν το επιχειρηματικό περιβάλλον θα μπορούσαν δυνητικά να διευκολύνουν την επανεκκίνηση της οικονομίας και, παράλληλα, να αυξήσουν τον ανταγωνισμό στις τιμές προς όφελος των καταναλωτών.

Κατά τα τελευταία χρόνια η χώρα μας έχει προχωρήσει στη θέσπιση μέτρων για την άρση εμποδίων και περιορισμών που υπάρχουν σε πολλές αγορές. Η παρούσα έκθεση επικεντρώθηκε στην αξιολόγηση της πορείας υλοποίησης επιλεγμένων μεταρρυθμίσεων στον τομέα της επεξεργασίας τροφίμων (αρτοποιεία και πρατήρια άρτου), στον τομέα του λιανικού εμπορίου (προσφορές και εκπτώσεις, εμπορία βρεφικού γάλακτος, εμπορία συμπληρωμάτων διατροφής - βιταμινών) και στον τομέα των οικοδομικών υλικών (διακίνηση τσιμέντου). Παράλληλα εξετάστηκαν οι επιπτώσεις των υπό εξέταση νομοθετικών παρεμβάσεων σε βασικά οικονομικά μεγέθη, όπως οι τιμές, η απασχόληση και οι νεοεισερχόμενοι.

Η αξιολόγηση της πορείας εφαρμογής των θεσμικών παρεμβάσεων είναι ιδιαίτερα σημαντική για την επίτευξη των στόχων οποιασδήποτε μεταρρυθμιστικής προσπάθειας, καθώς δίνει τη δυνατότητα στους ασκούντες πολιτική να παρακολουθήσουν την πορεία εφαρμογής και να προβούν εγκαίρως σε κατάλληλες διορθωτικές κινήσεις. Με τον τρόπο αυτό διευκολύνεται η αντιμετώπιση τυχόν αστο-

χιών και εμποδίων και ο εντοπισμός εναπομεινασών ρυθμίσεων που εξακολουθούν να δημιουργούν εμπόδια στον ανταγωνισμό.

Όπως φαίνεται από την αξιολόγηση του θεσμικού πλαισίου που προηγήθηκε, όλες σχεδόν οι εξεταζόμενες παρεμβάσεις νομοθετήθηκαν και εφαρμόστηκαν χωρίς σημαντικές αποκλίσεις. Συγκεκριμένα, με εξαίρεση μία σύσταση που αφορούσε στις προσφορές και εκπώσεις και τη μερική τροποποίηση άλλων δύο, το σύνολο των συστάσεων του ΟΟΣΑ υιοθετήθηκαν πλήρως, καθώς και προγενέστερες ρυθμίσεις που αφορούσαν στο βρεφικό γάλα και στα συμπληρώματα διατροφής και τις βιταμίνες. Ως αποτέλεσμα, συνολικά η έκταση και ένταση των περιορισμών στην εμπορία των εξεταζόμενων προϊόντων φαίνεται ότι μειώθηκε αισθητά. Η απελευθέρωση του δικτύου διάθεσης του βρεφικού γάλακτος και η άρση της αποκλειστικής διάθεσης των συμπληρωμάτων διατροφής και βιταμινών από τα φαρμακεία συμβάλλουν θετικά στην ενίσχυση του ανταγωνισμού μεταξύ των προμηθευτών, με ανάλογα οφέλη για τον καταναλωτή ως προς τις δυνατότητες επιλογής με ανταγωνιστικότερες τιμές. Στην ίδια κατεύθυνση κινούνται οι μεταρρυθμίσεις στον τρόπο διεξαγωγής των προσφορών και των εκπώσεων. Επιπλέον, η κατάργηση της απαίτησης για διακίνηση του τιμέντου μέσω κέντρων διανομής, σε ορισμένες περιπτώσεις, δυναμικά καθιστά τον ανταγωνισμό αποδοτικότερο, τόσο σε επίπεδο εισόδου επιχειρήσεων στην αγορά όσο και σε επίπεδο τιμών, με αντίστοιχη ωφέλεια των τελικών χρηστών, ενώ η κατάργηση του τέλους αναμένεται να μειώσει την τιμή διάθεσης του τιμέντου. Αναφορικά με τα αρτοποιεία και τα πρατήρια άρτου, η πλειονότητα των πρόσφατων μεταρρυθμίσεων φαίνεται να παρουσιάζει δυναμικά οφέλη για τον ανταγωνισμό, ωστόσο, εντοπίζονται δύο περιπτώσεις στις οποίες οι ρυθμίσεις που υιοθετήθηκαν συνεπάγονται κάποια προβλήματα. Αυτά αφορούν στη χρήση των όρων/διακριτικών τίτλων «αρτοποιός», «αρτοποιείο» και «φούρνος» από τις επιχειρήσεις bake-off, και στην προσαρμογή των παλαιότερων αρτοποιείων στις ρυθμίσεις του Ν. 3526/2007. Επιπλέον, τα φαρμακεία συνεχίζουν να αποτελούν το κύριο δίκτυο διάθεσης του βρεφικού γάλακτος και των συμπληρωμάτων διατροφής και μετά την εφαρμογή της μεταρρύθμισης, ενώ τα περισσότερα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης δεν έχουν εντάξει στον κατάλογο των προϊόντων

τους τα συμπληρώματα διατροφής-βιταμίνες και σε ορισμένα καταστήματα η επιλογή των καταναλωτών περιορίζεται σε μία μόνο επώνυμη εταιρεία εισαγωγής παρασκευασμάτων. Στα καταστήματα συναφούς εμπορικής δραστηριότητας, όπως εμπορία ειδών ομορφιάς ή καλλυντικών, ο καταναλωτής μπορεί να επιλέξει μεταξύ 2-3 επώνυμων εταιρειών.

Εξετάζοντας τις επιπτώσεις των μεταρρυθμίσεων στα οικονομικά μεγέθη, φαίνεται ότι η ύφεση στην ελληνική οικονομία εμποδίζει σε μεγάλο βαθμό την αποδοτικότητα των ρυθμίσεων, ενώ η έλλειψη επαρκών στοιχείων δυσχεραίνει την αποτύπωση των επιδράσεων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί ο κατασκευαστικός κλάδος, όπου η πολύ μεγάλη μείωση της κατασκευαστικής δραστηριότητας (περισσότερο από 75%), και αντίστοιχα της παραγωγής τσιμέντου (κατά 70% περίπου), καθιστούν ιδιαίτερα δύσκολη την αξιολόγηση των επιπτώσεων της μεταρρύθμισης στη διακίνηση του τσιμέντου και την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων. Από τα διαθέσιμα στοιχεία διαφαίνεται ότι επικράτησε μία γενική τάση μείωσης του αριθμού των δραστηριοποιούμενων και των επιχειρήσεων και μείωση των απασχολούμενων. Αντίστοιχα, οι επιπτώσεις στην απασχόληση στο λιανικό εμπόριο είναι σχεδόν ανύπαρκτες. Αντίθετα, στον κλάδο της παραγωγής προϊόντων αρτοποιίας και αλευρωδών προϊόντων τα στοιχεία καταδεικνύουν ταχεία άνοδο της απασχόλησης κατά την περίοδο μετά την εφαρμογή των νομοθετικών ρυθμίσεων και, επομένως, παραπέμπουν σε μία πιθανή θετική επίδραση των νομοθετικών ρυθμίσεων στην απασχόληση, αν και η θετική μεταστροφή της απασχόλησης στον κλάδο φαίνεται να ξεκίνησε περίπου ένα έτος πριν την εφαρμογή των νομοθετικών ρυθμίσεων.

Όσον αφορά στην επίδραση στις τιμές, μετά την εφαρμογή των σχετικών νομοθετικών ρυθμίσεων, οι καταναλωτές μπορούν να προμηθεύονται γάλα πρώτης βρεφικής ηλικίας από τα καταστήματα τροφίμων λιανικής πώλησης, σε ελαφρά χαμηλότερες τιμές συγκριτικά με τα φαρμακεία. Η επιλογή, όμως, των καταναλωτών περιορίζεται σε μικρό αριθμό προϊόντων συγκριτικά με αυτά που κυκλοφορούν στην αγορά του βρεφικού γάλακτος. Μετά το 2010 η τιμή του βρεφικού γάλακτος αυξήθηκε και αυτό μπορεί να οφείλεται σε έναν συνδυασμό παραγόντων όπως στη μείωση των γεννή-

σεων, στην ανελαστική ζήτηση του βρεφικού γάλακτος, στις αλληπάλληλες αυξήσεις του ΦΠΑ και στις επιλογές ορισμένων εταιρειών να διατηρήσουν τα φαρμακεία ως το μοναδικό δίκτυο διάθεσης των προϊόντων τους.

Επίσης, οι καταναλωτές μπορούν να προμηθεύονται τα συμπληρώματα διατροφής-διαιτητικά προϊόντα από τα καταστήματα τροφίμων σε χαμηλότερες τιμές συγκριτικά με τα φαρμακεία και τα ηλεκτρονικά φαρμακεία και τις βιταμίνες σε χαμηλότερες τιμές στα ηλεκτρονικά φαρμακεία. Κατά την περίοδο 2010-2016, η λιανική τιμή των συμπληρωμάτων διατροφής μειώθηκε, ενώ των βιταμινών αυξήθηκε. Αυτό μπορεί να οφείλεται στην αύξηση του όγκου των πωλήσεων, στις διαδοχικές αυξήσεις στον ΦΠΑ, στην αλλαγή των καταναλωτικών συνηθειών, στη συστηματική διαφήμιση των σχετικών παρασκευασμάτων, καθώς και στην πληθώρα και συνεχή ανανέωση των σκευασμάτων.

Αναφορικά με τις τιμές του άρτου, σημειώνεται ότι οι επιδράσεις των αυξήσεων του ΦΠΑ και των εξελίξεων στις τιμές του σίτου για τις τιμές του άρτου και των άλλων προϊόντων αρτοποιίας, σε συνδυασμό με τις γενικότερες αρνητικές πιέσεις που άσκησε η κρίση στον ΔTK, δυσχεραίνουν σημαντικά τον διαχωρισμό των επιπτώσεων εκείνων που θα μπορούσαν να αποδοθούν στις νομοθετικές ρυθμίσεις. Η ανάλυση με τη χρήση μίας παραλλαγής της μεθοδολογίας μετατόπισης-κατανομής (shift-share) παρείχε ενδείξεις μίας θετικής επίδρασης των νομοθετικών ρυθμίσεων υπό την έννοια της συγκράτησης της τιμής του ψωμιού.

Επιπλέον, οι θεσμικές αλλαγές στις προσφορές και τις εκπτώσεις φαίνεται πως άσκησαν καθοδικές πιέσεις στις τιμές των προϊόντων που εξετάστηκαν, και μάλιστα, καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και όχι μόνο τους μήνες των εκπτώσεων. Αυτό σημαίνει ότι οι καταναλωτές μάλλον επωφελήθηκαν.

Από την άλλη πλευρά, οι ενδιάμεσες εκπτώσεις είχαν παρόμοια, αλλά ασθενέστερη επίδραση στις τιμές. Αναφορικά με την επίπτωση της νομοθετικής ρύθμισης στις τιμές του τσιμέντου, τόσο ο δείκτης εισροών όσο και ο δείκτης εκροών των κατασκευών δείχνουν ότι οι τιμές συνεχίζουν την πτωτική τάση των ετών της κρίσης, με μειούμενο όμως ρυθμό. Αυτό, δίνει μια ένδειξη ότι η εν λόγω μεταρρύθμιση δεν έχει επιδράσει στη διαμόρφωση των τιμών, όπως αναμενόταν.

ΣΤΗΝ ΙΔΙΑ ΣΕΙΡΑ

- No 1 *Πρόγραμμα Αμβρακικού:*
Α΄ Φάση: Η Προγραμματική Σύμβαση (Τόμος 1). Αθήνα, 1990.
Β΄ Φάση: Πενταετές Πρόγραμμα Ανάπτυξης-Τελική Έκθεση (Τόμος 2). Αθήνα, 1989.
Β΄ Φάση: Πενταετές Πρόγραμμα Ανάπτυξης-Τομεακή Ανάλυση (Τόμος 3). Αθήνα, 1990.
Ειδικές Μελέτες (Τόμος 4). Αθήνα, 1990.
Επισκόπηση της Παγκόσμιας Αγοράς Χελιών (Τόμος 5). Αθήνα, 1990.
- No 2 *Προστασία και ανάπτυξη περιοχής λίμνης Καστοριάς. Αθήνα, 1990.*
- No 3 *Μεταφορά και ανάπτυξη των τεχνολογιών πληροφόρησης στην Ελλάδα, του Δ. Ουζουνίδη. Αθήνα, 1990.*
- No 4 *Χωροταξική κατανομή και κλαδική σύνθεση των επενδύσεων του Ν.1262/1982, του Γ. Γεωργίου. Αθήνα, 1991.*
- No 5 *Το ελληνικό ισοζύγιο πληρωμών: Επιπτώσεις από την ένταξη και την ενοποίηση της εσωτερικής αγοράς της ΕΟΚ, του Δ. Μαρούλη. Αθήνα, 1991.*
- No 6 *Shipbuilding and Shiprepairing Industry in Greece, των Φρ. Τζαμουζάκη και Σ. Σπαθή. Αθήνα, 1991.*
- No 7 *ΚΑΠΗ Μελισσίων, των Α. Ριτσατάκη, Α. Κώτση και Χρ. Αυγουστή. Αθήνα, 1992.*
- No 8 *Εξελίξεις στο διεθνές νομισματοπιστωτικό σύστημα και η ενοποίηση της ευρωπαϊκής αγοράς: Επιπτώσεις για την Ελλάδα, του Δ. Μαρούλη. Αθήνα, 1992.*
- No 9 *Δημοσιονομικές εξελίξεις στη δεκαετία του '80, του Αθ. Μπαλφούσια σε συνεργασία Ν. Μανωλά. Αθήνα, 1993.*
- No 10 *Ανθρώπινοι πόροι: Πληθυσμός, αγορά εργασίας, εκπαίδευση, του Κ. Κανελλόπουλου. Αθήνα, 1994.*
- No 11 *Χωροταξική ανάλυση, του Π. Κομίλη. Αθήνα, 1994.*
- No 12 *Αξιολόγηση της συμβολής των Κοινοτικών χρηματοδοτήσεων στην προστασία του ελληνικού περιβάλλοντος, των Δ. Κατοχιανού και Σ. Σπαθή. Αθήνα, 1994.*
- No 13 *Ελεύθερη διακίνηση εργαζομένων στην Κοινότητα και η πολιτική απασχόλησης στην Ελλάδα, του Κ. Ευστρατόγλου. Αθήνα, 1994.*

- No 14 *Ο ελληνικός κλάδος ζάχαρης: Ανάλυση-προοπτικές*, Μελετητικής Ομάδας ΚΕΠΕ. Αθήνα, 1994.
- No 15 *Παραοικονομία και φοροδιαφυγή: Μετρήσεις και οικονομικές επιπτώσεις*, των Κ. Κανελλόπουλου, Ι. Κουσουλάκου και Β. Ράπανου, σε συνεργασία Κ. Κωτσή, Α. Μακροπούλου. Αθήνα, 1995.
- No 16 *Σύγκλιση, απόκλιση και περιφερειακή πολιτική*, των Λ. Αθανασίου, Κ. Κανελλόπουλου και Η. Πούπου. Αθήνα, 1995.
- No 17 *Πρωτογενής τομέας: Εξελίξεις και προοπτικές ανάπτυξης, 1994-1999*, της Α. Λαμπροπούλου. Αθήνα, 1995.
- No 18 *Ήπειρος: Εξελίξεις και προοπτικές ανάπτυξης, 1994-1999*, του Γ. Κωστελένου. Αθήνα, 1995.
- No 19 *Διαπεριφερειακή ανάλυση και πολιτική και βασικά στοιχεία κατά περιφέρεια και νομό*, των Λ. Αθανασίου, Π. Καββαδία, Δ. Κατοχιανού και Π. Τονικίδου. Αθήνα, 1995.
- No 20 *Η ελληνική εκπαίδευση στον ορίζοντα του 2000*, του Κ. Κάρμα. Αθήνα, 1995.
- No 21 *Εσωτερική μετανάστευση*, του Κ. Κανελλόπουλου. Αθήνα, 1995.
- No 22 *The European Observatory for Small and Medium-Sized Enterprises: Research Environment and Innovation in Greek Manufacturing*, του Δ. Σακκά. Αθήνα, 1995.
- No 23 *Θέματα γεωργίας, αγροτικής και τοπικής ανάπτυξης*, της Κ. Καραμπάτσου-Παχάκη. Αθήνα, 1996.
- No 24 *Οικονομία και αθλητισμός*, Μελετητικής Ομάδας ΚΕΠΕ. Αθήνα, 1996.
- No 25 *Διαρθρωτικά και θεσμικά προβλήματα των ελληνικών εξαγωγών: Υφιστάμενη κατάσταση και προτάσεις πολιτικής*, των Δ. Μαρούλη και Κλ. Ευστρατόγλου. Αθήνα, 1996.
- No 26 *Δυτική Ελλάδα: Αναπτυξιακές δυνατότητες και προοπτικές*, του Δ. Σακκά. Αθήνα, 1996.
- No 27 *Βόρειο Αιγαίο: Εξελίξεις και προοπτικές ανάπτυξης 1994-1999*, του Μ. Παπαδημητρίου. Αθήνα, 1996.
- No 28 *Μελέτη αξιολόγησης των ΠΕΠ του ΚΠΣ 1994-1999*, Μελετητικής Ομάδας ΚΕΠΕ. Αθήνα, 1997.
- No 29 *Ο ιαματικός τουρισμός και η ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα*, της Σ. Σπαθή. Αθήνα, 2000.
- No 30 *Η κοινωνικοοικονομική ταυτότητα των υδατικών διαμερισμάτων*, των Β. Δεδεγιάν, Δ. Κατοχιανού και Α. Λαμπροπούλου. Αθήνα, 2000.

- No 31 *Αλληλόχρεοι λογαριασμοί του δημοσίου*, των Αθ. Μπαλφούσια και Β. Ράπανου, σε συνεργασία Κ. Κωστή, Ν. Μανωλά. Αθήνα, 2000.
- No 32 *Ο πολιτισμός ως κλάδος οικονομικής δραστηριότητας*, των Κ. Παχάκη, Φ. Αγγελίδου, Ζ. Αναστασάκου, Β. Δεδεγιάν, Εμ. Κουνάρη, Σ. Λέρτα, Π. Μπαλτζάκη και Στ. Χειμωνίτη-Τερροβίτη. Αθήνα, 2000.
- No 33 *Το "μέγεθος" και ο ρόλος του δημόσιου τομέα στην Ελλάδα: Εξελίξεις και συγκρίσεις με άλλες χώρες*, των Λ. Αθανασίου, Δ. Αθανασακόπουλου, Χ. Δημητριάδου, Εμ. Κουνάρη, Α. Κώτση, Ν. Μανωλά, Π. Παπακωνσταντίνου και Θ. Τερροβίτη. Αθήνα, 2000.
- No 34 *Διαχειριστικό κόστος του ελληνικού φορολογικού συστήματος*, του Αθ. Μπαλφούσια. Αθήνα, 2000.
- No 35 *Ελληνικές φορολογικές δαπάνες*, του Αθ. Μπαλφούσια, σε συνεργασία Ζ. Αναστασάκου, Χ. Κόλλια, Εμ. Κουνάρη, Μ. Χλέτσου. Αθήνα, 2001.
- No 36 *Διερεύνηση των εξελίξεων στην κατοικία τις τελευταίες 10ετίες. Παρατηρήσεις και ενδείξεις για τις αστικές κυρίως περιοχές*, της Στ. Χειμωνίτη-Τερροβίτη. Αθήνα, 2001.
- No 37 *Μελέτη τουριστικής ανάπτυξης νομού Ευβοίας*, των Π. Κομίλη, Ν. Βαγιονή, Κ. Κάρμα, Α. Μυλωνά, Μ. Παπαδημητρίου και Γ. Παπαπολυμέρου. Αθήνα, 2001.
- No 38 *Απελευθέρωση της αγοράς των τηλεπικοινωνιών: Επιπτώσεις στην απασχόληση του κλάδου*, του Θ. Τερροβίτη. Αθήνα, 2002.
- No 39 *Το κοινωνικοασφαλιστικό σύστημα και η αναπτυξιακή διαδικασία στην Ελλάδα: Αλληλεπιδράσεις*, του Λ. Αθανασίου. Αθήνα, 2002.
- No 40 *Συμμετοχή ιδιωτών στα έργα υποδομής και αυτοχρηματοδότηση*, της Στ. Χειμωνίτη-Τερροβίτη. Αθήνα, 2003.
- No 41 *Η εγκληματικότητα των αλλοδαπών: τα στατιστικά δεδομένα*, των Θ. Π. Λιανού και Θ. Μπένου, σε συνεργασία Αγγ. Δαρίτση. Αθήνα, 2003.
- No 42 *Franchising: Αξιολόγηση και προοπτικές της δικαιόχρησης στον ελληνικό χώρο*, των Δ. Κάζη και Θ. Τσαγκούρη. Αθήνα, 2004.
- No 43 *Εξελίξεις στην αγορά κατοικιών*, της Στ. Χειμωνίτη-Τερροβίτη. Αθήνα, 2005.

- No 44 *Ο συστημικός μετασχηματισμός των βαλκανικών χωρών και οι εξελίξεις στις οικονομικές ανταλλαγές με την Ελλάδα*, των Ν. Βαγιονή, Β. Καφούρου και Ε. Παναγιώτου. Αθήνα, 2005.
- No 45 *Europe and the international economic environment in 2005: Recent developments and outlook*, των Στ. Σάββα-Μπαλφούσια, Ε. Αθανασίου, Στ. Καραγιάννη και Αικ. Τσούμα. Αθήνα, 2006.
- No 46 *Η ελληνική γεωργία ενώπιον των νέων συνθηκών και θεσμικού πλαισίου*, της Κ. Παχάκη, σε συνεργασία Π. Τονικίδου. Αθήνα, 2006.
- No 47 *Μέθοδοι και στρατηγικές αναδιάρθρωσης και ιδιωτικοποίησης του σιδηροδρόμου και των λιμένων Πειραιώς και Θεσσαλονίκης*, του Δ. Αθανασακόπουλου. Αθήνα, 2006.
- No 48 *Η επαγγελματική εκπαίδευση στην Ελλάδα: Εξελίξεις και προοπτικές*, του Κ. Κάρμα. Αθήνα, 2006.
- No 49 *Αγροτικό εμπόριο Ελλάδας-Βαλκανικών χωρών: Συγκριτικό πλεονέκτημα και ανταγωνιστικότητα*, του Π. Παρασκευαΐδη. Αθήνα, 2006.
- No 50 *Ελάχιστο εγγυημένο εισόδημα στην ΕΕ-15 και δυνατότητες εφαρμογής του στην Ελλάδα*, των Αθ. Μπαλφούσια και Κ. Κωτσή. Αθήνα, 2007.
- No 51 *Ο ενεργειακός τομέας στην Ελλάδα: Τάσεις και προοπτικές*, του Ν. Μανωλά. Αθήνα, 2007.
- No 52 *Χρηματοδότηση και ασφάλιση εξαγωγικών πιστώσεων*, του Κλ. Ευστρατόγλου. Αθήνα, 2007.
- No 53 *Τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα και τη Μεσόγειο: Μια συγκριτική ανάλυση*, των Ν. Βαγιονή και Β. Καφούρου. Αθήνα, 2007.
- No 54 *Αναπτυξιακή διαδικασία και μακροχρονιότερες εξελίξεις στην οικονομική συμπεριφορά και στις οικονομικές συνθήκες*, των Λ. Αθανασίου. Αθήνα, 2007.
- No 55 *FYROM's transition: From Yugoslavia to the European Union?* της Ε. Παναγιώτου. Αθήνα, 2008.
- No 56 *Πολυμερείς εμπορικές διαπραγματεύσεις: Εμπόριο υπηρεσιών*, του Β. Νότη. Αθήνα, 2008.
- No 57 *Οικονομική και δημογραφική βιωσιμότητα του κοινωνικοασφαλιστικού συστήματος*, των Λ. Αθανασίου, Φ. Ζερβού και Α. Κώτση. Αθήνα, 2009.
- No 58 *Η εξέλιξη και προβληματισμός για τη βιωσιμότητα του συνταξιοδοτικού συστήματος*, της Φ. Ζερβού. Αθήνα 2009.

- No 59 *Size profile and labour market analysis of immigration in Greece*, των Κ. Κανελλόπουλου, Μ. Γρέγου και Α. Πετραλιά. Αθήνα 2009.
- No 60 *Ο αγροτικός τομέας στην Ελλάδα*, των Ε. Καδίτη και Ε. Νίτση, Αθήνα 2010.
- No 61 *Το κοινωνικό κεφάλαιο στην Ελλάδα*, του Η. Πούπου. Αθήνα 2010.
- No 62 *Η ελληνική εμπορική ναυτιλία*, των Σ. Σπαθή, Σ. Καραγιάννη και Ν. Γεωργικόπουλου. Αθήνα 2010.
- No 63 *Μεταφορές και οικονομία: Συμβολή, τάσεις και προοπτικές στην Ελλάδα με έμφαση στις χερσαίες μεταφορές*, των Θ. Τσέκερη και Αικ. Τσούμα. Αθήνα 2010.
- No 64 *Μισθός, συντάξιμος χρόνος και συνθήκες εργασίας δημόσιου και ιδιωτικού τομέα*, των Κ. Κανελλόπουλου και Φ. Ζερβού. Αθήνα 2010.
- No 65 *Αγορά εργασίας: Εξελίξεις και αρχές πολιτικής*, των Κ. Ν. Κανελλόπουλου, Κ. Αθανασούλη, Κ. Ευστρατόγλου, Γ. Παναγόπουλου, Π. Παπακωνσταντίνου, Π. Κ. Προδρομίδη. Αθήνα 2010.
- No 66 *Ξενοδοχεία πολυτελείας στην Ελλάδα: Δυναμική και αναπτυξιακές δυνατότητες*, των Ν. Βαγιονή, Ε. Κασμάτη και Β. Καφούρου. Αθήνα, 2011.
- No 67 *Συνθήκες αγοράς και ανταγωνισμός στην ελληνική οικονομία*, Μελετητικής Ομάδας ΚΕΠΕ, επιμέλεια Κ. Ν. Κανελλόπουλος, Αθήνα, 2011.
- No 68 *Αεροπορικές μεταφορές και αεροδρόμια στην Ελλάδα: Σύγχρονες εξελίξεις, οικονομική σημασία και αποδοτικότητα*, των Θ. Τσέκερη και Κ. Βογιατζόγλου. Αθήνα, 2011.
- No 69 *Η εξίσωση των ορίων συνταξιοδότησης των γυναικών προς τα αντίστοιχα των ανδρών: Σημασία και επιπτώσεις*, των Λ. Αθανασίου, Φ. Ζερβού και Α. Κώτση. Αθήνα, 2012.
- No 70 *The economies of the Western Balkans: Transition, growth and prospects for EU accession*, της Ρ. Παναγιώτου. Αθήνα, 2012.
- No 71 *Βαθμός απελευθέρωσης των επαγγελματιών και αναμενόμενες επιπτώσεις*, των Α. Κώτση (συντονίστριας), Ε. Αθανασίου, Ν. Κ. Κανελλόπουλου, Ρ. Καραγιάννη, Σ. Παπαϊωάννου και Ι. Κατσελίδη. Αθήνα, 2015.
- No 72 *Προτάσεις για την ανάπτυξη του πολιτιστικού τουρισμού στην Ελλάδα*, του Β. Καφούρου. Αθήνα, 2015.

- No 73 *Αποτίμηση της απελευθέρωσης σε είκοσι επιλεγμένα επαγγέλματα*, των Α. Κώτση (συντονίστριας), Ε. Αθανασίου, Ν. Κ. Κανελλόπουλου, Ρ. Καραγιάννη και Ι. Κατσελίδη. Αθήνα, 2016.
- No 74 *Εμπορευματικές μεταφορές και ανάπτυξη διεθνών εφοδιαστικών κόμβων στην Ελλάδα*, του Θ. Τσέκερη. Αθήνα 2016.
- No 75 *General Government Spending Review, 2013-2016: An Analysis Framework for Future Spending Reviews in Greece*, των Ι. Μονογυιού, Ε.Ι. Νίτση (συντονιστών), Τζ. Αναστασάκου, Ν.Κ. Κανελλόπουλου, Ρ. Καραγιάννη, Ι. Κωνσταντακοπούλου, Β. Λυχναρά, Θ. Τσέκερη, Ι. Χολέζα, Αθήνα 2016.
- No 76 *The Emigration of Greeks and Diaspora Engagement Policies for Economic Development*, της Τζ. Καβουνίδη, Αθήνα 2016.
- No 77 *Ο πολιτιστικός και ο θρησκευτικός τουρισμός ως συνιστώσες του εθνικού τουριστικού προϊόντος*, των Ν. Βαγιονή και Σ. Σκούλτσου. Αθήνα, 2016.



ISBN: 978-960-341-119-2
ISSN: 1108-5797