

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Τίτλος Εργασίας

ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Πτυχιακή Εργασία των

.....Καρπάθιου Μαρία.....

.....Κάτσηνου Γεωργία.....

Επιβλέπων :.....Ντεμίρης Κωνσταντίνος.....

ΠΑΤΡΑ, 7 ΙΟΥΛΙΟΥ 2015

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία έχει ως στόχο την διερεύνηση των θεμιτών και, κυρίως, των αθέμιτων πρακτικών των επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Για τον σκοπό αυτό παρουσιάζει το θεωρητικό υπόβαθρο του ελεύθερου ανταγωνισμού, των θεμιτών ενεργειών που τον περιφρουρούν αλλά και των αθέμιτων ενεργειών που τον νοθεύουν. Οι αθέμιτες ενέργειες των επιχειρήσεων εκδηλώνονται είτε έναντι των καταναλωτών είτε έναντι άλλων επιχειρήσεων είτε απέναντι στο κράτος, όπως για παράδειγμα η φοροδιαφυγή. Οι αρνητικές συνέπειες τέτοιων αθέμιτων ενεργειών είναι καταστροφικές για τον καταναλωτή, τις ανταγωνίστριες εταιρίες αλλά και την οικονομία στο σύνολό της. Στην συνέχεια, παρουσιάζεται το Νομοθετικό πλαίσιο σε Εθνικό αλλά και Κοινοτικό επίπεδο, κατά των αθέμιτων πρακτικών και αναφορικά με την πρόληψη και αντιμετώπιση φαινομένων απάτης και οικονομικής διαφθοράς. Τέλος, το θεωρητικό μέρος της εργασίας ολοκληρώνεται με την περιγραφή των τρόπων πρόληψης και αντιμετώπισης αθέμιτων πρακτικών από τις επιχειρήσεις και των αντίστοιχων Εθνικών, Ευρωπαϊκών και Διεθνών Φορέων.

Στο ερευνητικό κομμάτι της εργασίας γίνεται διερεύνηση της έκτασης των φαινομένων απάτης και διαφθοράς στην Ελλάδα και την Ευρώπη, με την παράθεση στατιστικών δεδομένων αλλά και σχετικών παραδειγμάτων. Η εργασία για την περαιτέρω διερεύνηση του φαινομένου χρησιμοποιεί την μέθοδο της μελέτης περίπτωσης της εταιρίας NESTLE ΕΛΛΑΣ Α.Ε. αλλά και της μητρικής της, πολυεθνική εταιρία Societe des Produits NESTLE S.A. οι οποίες κατηγορήθηκαν από ανταγωνίστρια εταιρία για εφαρμογή αθέμιτων πρακτικών, όπως εκμετάλλευση της δεσπόζουσας θέσης τους στον κλάδο και εφαρμογή εναρμονισμένων πρακτικών, που οδήγησαν στην οικονομική καταστροφή της ανταγωνίστριας εταιρίας. Το συμπέρασμα της εργασίας είναι ότι το φάσμα των αθέμιτων πρακτικών είναι ευρύ και η εκδήλωση τέτοιων φαινομένων εκτεταμένη. Το νομοθετικό πλαίσιο και άλλοι θεσμικοί παράγοντες αλλά και η συγκυρία της οικονομικής κρίσης έχει επιτείνει το φαινόμενο της οικονομικής διαφθοράς. Λόγω των σημαντικών αρνητικών συνεπειών τέτοιων φαινομένων στην οικονομία είναι επιτακτική ανάγκη η αποτελεσματική αντιμετώπιση μέσα από ένα ολοκληρωμένο σύστημα πρόληψης, ελέγχου και καταπολέμησης.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	2
I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
II. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ- ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ	8
Κεφάλαιο 1: Ελεύθερος Ανταγωνισμός.....	8
Κεφάλαιο 2: Θεμιτές Ενέργειες.....	10
Κεφάλαιο 3: Αθέμιτες Ενέργειες.....	13
<i>Ενότητα 3.1. Αθέμιτες Πρακτικές προς καταναλωτές</i>	<i>13</i>
<i>Ενότητα 3.2. Αθέμιτες πρακτικές στις διαδικτυακές συναλλαγές</i>	<i>21</i>
<i>Ενότητα 3.3. Αθέμιτες Πρακτικές μεταξύ επιχειρήσεων.....</i>	<i>23</i>
<i>Ενότητα 3.4. Φοροδιαφυγή- Παραοικονομία.....</i>	<i>27</i>
<i>Ενότητα 3.5. Νομιμοποίηση εσόδων από παράνομες δραστηριότητες</i>	<i>34</i>
<i>Ενότητα 3.6. Οικονομική Διαφθορά</i>	<i>36</i>
Κεφάλαιο 4: Νομοθετικό Πλαίσιο.....	48
<i>Ενότητα 4.1. Ελληνική Νομοθεσία</i>	<i>48</i>
<i>Ενότητα 4.2. Κοινοτική Νομοθεσία.....</i>	<i>57</i>
Κεφάλαιο 5: Τρόπος Αντιμετώπισης και Πρόληψης Αθέμιτων Ενεργειών	61
<i>Ενότητα 5.1. Γενικά</i>	<i>61</i>
<i>Ενότητα 5.2. Φορείς Αντιμετώπισης στην Ελλάδα</i>	<i>65</i>
<i>Ενότητα 5.3. Ευρωπαϊκοί & Διεθνείς Φορείς</i>	<i>67</i>
III. ΕΡΕΥΝΑ.....	71
Κεφάλαιο 6: Στατιστικά Δεδομένα Αθέμιτων ενεργειών στην Ελλάδα και στην Ευρώπη	71

<i>Ενότητα 6.1. Αθέμιτες Πρακτικές στην Ελλάδα</i>	71
<i>Ενότητα 6.2. Αθέμιτες Πρακτικές στην Ευρώπη</i>	79
Κεφάλαιο 7: Περιπτώσεις Αθέμιτων Πρακτικών στην Ελλάδα και στην Ευρώπη	82
Κεφάλαιο 8: Μελέτη Περίπτωσης: ΕΤΑΙΡΙΑ NESTLE	87
<i>Ενότητα 8.1. Εταιρία & Κλάδος</i>	87
<i>Ενότητα 8.2. Αθέμιτες Πρακτικές της Εταιρίας</i>	89
V. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	100
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	105
ΑΛΛΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ	109

ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 1: Σύστημα Διαχείρισης Απάτης.....	65
Πίνακας 2: Σύνθεση περιστατικών διαφθοράς στον ιδιωτικό τομέα.....	78
Πίνακας 3: Στοιχεία διαφθοράς στην Ελλάδα- Σύγκριση με ΟΟΣΑ	79

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

Διάγραμμα 1: Κατηγορίες αθέμιτων εμπορικών πρακτικών	14
Διάγραμμα 2: Επίδραση διαφθοράς στην τιμή, στην περίπτωση μαύρης αγοράς.....	45
Διάγραμμα 3: Επίδραση διαφθοράς στην τιμή, στην περίπτωση αμοιβής μεσολαβούντος.....	46
Διάγραμμα 4: Έρευνα για το οικονομικό έγκλημα στην Ελλάδα.....	73
Διάγραμμα 5: Διαχρονική εξέλιξη διαφθοράς στην Ελλάδα 2007-2013	77
Διάγραμμα 6: Σύνθεση παραστατικών διαφθοράς στον δημόσιο τομέα.....	78

ΕΙΚΟΝΕΣ

Εικόνα 1: Μέγεθος διαφθοράς στην Ελλάδα-2013.....	76
---	----

I. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η σωστή και εύρυθμη λειτουργία των αγορών προϋποθέτει την ύπαρξη ανταγωνισμού που εκφράζεται μέσα από θεμιτές ενέργειες και πρακτικές εκ μέρους των επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις πέρα από τον βασικό τους στόχο που είναι η μεγιστοποίηση των κερδών, έχουν και υποχρεώσεις, οι οποίες είναι να δρουν σύμφωνα με το Νόμο και να προσφέρουν στην κοινωνία στην οποία δραστηριοποιούνται προωθώντας τον υγιή ανταγωνισμό. Ο ανταγωνισμός προστατεύεται από το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο σε Εθνικό αλλά και Κοινοτικό επίπεδο. Το Δίκαιο προστατεύει και προωθεί τον ανταγωνισμό επιτρέποντας στις επιχειρήσεις να ανταγωνίζονται μεταξύ τους ώστε να εξασφαλίσουν το επιθυμητό μερίδιο αγοράς και να μεγιστοποιήσουν τα κέρδη τους. Πολλές είναι οι περιπτώσεις, όμως, που οι επιχειρήσεις ξεπερνούν τα όρια του υγιούς ανταγωνισμού και προβαίνουν σε αθέμιτες πρακτικές, τραυματίζοντας τον ανταγωνισμό, τους ανταγωνιστές τους αλλά και την λειτουργία όλης της αγοράς γενικότερα. Ο αθέμιτος ανταγωνισμός έχει διάφορες εκφάνσεις, όπως η κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης, οι εμπορικές αθέμιτες πρακτικές εις βάρος των καταναλωτών, η παραπλανητική διαφήμιση που θυματοποιεί τους καταναλωτές αλλά και τις ανταγωνίστριες εταιρίες κ.α..

Η παγκοσμιοποίηση και το άνοιγμα των αγορών, παρόλο που ευνοεί τον ελεύθερο ανταγωνισμό και τον καταναλωτή, κάνει το πρόβλημα διασφάλισης του ανταγωνισμού και προστασίας του καταναλωτή ακόμα πιο πολύπλοκο, καθώς, οι συναλλαγές πλέον δεν πραγματοποιούνται όπως παλιά. Στην σύγχρονη εποχή, ο καταναλωτής έχει την δυνατότητα να καταναλώσει προϊόντα τα οποία δεν παράγονται στην περιοχή του, ούτε καν στην χώρα του αλλά εισάγονται από άλλες χώρες. Η εξέλιξη της τεχνολογίας διευκολύνει και μειώνει την ασυμμετρία πληροφόρησης, καθώς ο καταναλωτής μπορεί γρήγορα και εύκολα να ενημερωθεί για τις εταιρίες, τα προϊόντα και τις τιμές, διεθνώς. Με την εύκολη αυτή πρόσβαση, ο καταναλωτής είναι σε θέση να συγκρίνει τα προσφερόμενα προϊόντα και να διαμορφώσει την καταναλωτική του συμπεριφορά.

Ωστόσο, μέσα σε αυτό το σύγχρονο τοπίο με τις αλλαγές που αναφέρθηκαν, επικρατεί έντονος ανταγωνισμός ο οποίος πολλές φορές οξύνεται, κυρίως λόγω της τάσεις των επιχειρήσεων να εκμεταλλευτούν την κατάσταση στην οποία έχει περιέλθει ο καταναλωτής. Ο καταναλωτής, μέσα σε αυτό το πολύπλοκο διεθνές σκηνικό, φαίνεται να χάνει τον προσανατολισμό του και να είναι πιο ευάλωτος να κατευθυνθεί και να αποπροσανατολιστεί. Αυτή ακριβώς την κατάσταση φαίνεται να εκμεταλλεύονται κάποιες επιχειρήσεις με σκοπό το ίδιο συμφέρον.

Στον κατάλογο των αλλαγών στην σύγχρονη εποχή έρχεται να προστεθεί και η οικονομική κρίση που μαστίζει τις οικονομίες και επηρεάζει αρνητικά την λειτουργία των επιχειρήσεων. Ανίκανες να ανταπεξέλθουν στις υποχρεώσεις του οι επιχειρήσεις προβαίνουν σε αθέμιτες πρακτικές όπως είναι η φοροδιαφυγή και η δράση στην παραοικονομία, εκμεταλλευμένοι το ανεπαρκές σχετικό Νομοθετικό πλαίσιο που φαίνεται να αφήνει «παραθυράκια» αλλά και την γενικότερη κουλτούρα που διαμορφώνεται στην χώρα εδώ και χρόνια, επιτρέποντας τέτοιες συμπεριφορές.

Λόγω των σύγχρονων εξελίξεων της τεχνολογίας, της παγκοσμιοποίησης, της διεύρυνσης των αγορών και της πολυπλοκότητας των διεθνών συναλλαγών προβάλλει επιτακτική ανάγκη για περισσότερη περιφρούρηση του ανταγωνισμού όχι μόνο σε εθνικό επίπεδο αλλά και σε διεθνές επίπεδο. Το ζήτημα των αθέμιτων πρακτικών θεωρείται ένα από μεγαλύτερα προβλήματα της οικονομίας στον Ευρωπαϊκό Χώρο¹. Για το λόγο αυτό η Ευρωπαϊκή Ένωση προχώρησε στην έκδοση της Οδηγίας 2005/29/EK, η οποία έχει ως στόχο να εναρμονίσει την νομοθεσία αναφορικά με την προστασία των καταναλωτών απέναντι στις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων. Πιο συγκεκριμένα, έχει ως στόχο να διασαφηνίσει τα δικαιώματα των καταναλωτών, να περιορίσει τους φραγμούς του διασυνοριακού εμπορίου και να απλοποιήσει το ρυθμιστικό περιβάλλον μέσα στο οποίο δρουν οι επιχειρήσεις μέσα στην σύγχρονη διεθνή αγορά και τις νέες επιταγές της παγκοσμιοποίησης.

Αποτελεί επίσης επιτακτική ανάγκη η αντιμετώπιση και καταπολέμηση των πράξεων φοροδιαφυγής, «ξεπλύματος βρώμικου χρήματος» και γενικότερα των φαινομένων διαφθοράς, καθώς όλα αυτά έχουν καταστροφικές επιπτώσεις στην

¹ Φράγκου Δ.Κ., 2008.

οικονομία και την ανάπτυξη. Υπάρχει μεγαλεία απώλεια κρατικών εσόδων με αποτέλεσμα να μην διεκπεραιώνεται αποτελεσματικά ο προϋπολογισμός και το κράτος να αναγκάζεται να πραγματοποιήσει περικοπές, σε βασικά δημόσια αγαθά, με μεγάλες κοινωνικές απώλειες.

Στόχος της συγκεκριμένης ερευνητικής εργασίας είναι να διερευνήσει σε βάθος το ζήτημα των θεμιτών και αθέμιτων πρακτικών των επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Για τον σκοπό αυτό, προσφέρει μια πλήρη βιβλιογραφική ανασκόπηση σχετικά με τις θεμιτές και αθέμιτες πρακτικές με ορισμούς και παραδείγματα τέτοιων πρακτικών. Στην συνέχεια, παρουσιάζεται η σχετική Νομοθεσία και σε Εθνικό επίπεδο αλλά και σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αφού αναλυθεί το θεσμικό πλαίσιο του ανταγωνισμού, περιγράφονται οι τρόποι πρόληψης των αθέμιτων ενεργειών για την περιφρούρηση της ανταγωνιστικότητας και της οικονομίας γενικότερα. Στο ερευνητικό κομμάτι της συγκεκριμένης εργασίας παρουσιάζονται κάποια δεδομένα και στατιστικά στοιχεία για τον ανταγωνισμό αλλά και τις αθέμιτες πρακτικές στην Ελλάδα αλλά και κάποια στοιχεία που αφορούν την Ευρωπαϊκή Ένωση. Για να γίνει περισσότερο κατανοητό το θέμα υπό έρευνα, πραγματοποιείται μελέτη περίπτωσης της εταιρίας NESTLE ΕΛΛΑΣ Α.Ε. αλλά και της μητρικής της, πολυεθνική εταιρία Societe des Produits NESTLE S.A. οι οποίες κατηγορήθηκαν από ανταγωνίστρια εταιρία για εφαρμογή αθέμιτων πρακτικών και εκμετάλλευση της δεσπόζουσας θέσης τους στον κλάδο, που οδήγησαν στην οικονομική καταστροφή της ανταγωνίστριας εταιρίας.

II. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΚΗ ΑΝΑΦΟΡΑ- ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ

Σε αυτό το μέρος της εργασίας δίνονται οι ορισμοί του ελεύθερου ανταγωνισμού, των θεμιτών εμπορικών πρακτικών και των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών που καταστρέφουν τον ανταγωνισμό και δρουν κατά των συμφερόντων των θεμιτών ανταγωνιστών και των καταναλωτών. Στην συνέχεια παρουσιάζεται το Νομοθετικό Πλαίσιο των αθέμιτων πρακτικών τόσο σε Εθνικό αλλά και σε Κοινοτικό επίπεδο. Στο τελευταίο κεφάλαιο αυτού του μέρους, περιγράφονται οι τρόποι αλλά και οι φορείς αντιμετώπισης και πρόληψης αθέμιτων ενεργειών σε εθνικό αλλά και σε Ευρωπαϊκό επίπεδο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΛΕΥΘΕΡΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ

Η έννοια του ελεύθερου ανταγωνισμού έχει τις ρίζες της στην εποχή των συντεχνιών, ωστόσο κατέστη αναγκαία η κρατική παρέμβαση για θεσμική θεμελίωση, με την έλευση και ανάπτυξη του κεφαλαιοκρατικού συστήματος. Η Γαλλία είναι η πρώτη χώρα που προσφέρει νομοθετικό πλαίσιο στον ελεύθερο ανταγωνισμό, το 1791, με την αρχή της ελευθερίας εμπορίου και βιομηχανίας. Ωστόσο, το δίκαιο του ανταγωνισμού παίρνει την ουσιαστική του μορφή και θεμελιώνεται με την αντιμονοπωλιακή νομοθεσία (Antitrust) στις Η.Π.Α., με την πράξη Sherman, το 1980².

Ο ελεύθερος ανταγωνισμός, όπως ορίζεται από την οικονομική επιστήμη είναι «η δυναμική και εξελικτική εκείνη διαδικασία που επιβάλλεται ως αρχή τάξης στην αγορά και που χαρακτηρίζεται από τις παράλληλες προσπάθειες των ανταγωνιζόμενων, με την προσφορά καλύτερων τιμών και όρων να συνάψουν πελατειακές σχέσεις»³. Ο ελεύθερος ανταγωνισμός αποτελεί χαρακτηριστικό στοιχείο της ελεύθερης ανοικτής οικονομίας και προσφέρει στον καταναλωτή πληθώρα προϊόντων σε καλές τιμές και καλή ποιότητα. Ο ανταγωνισμός

² Πορφυρίου Ε.

³ Κοτσίρης Λ., 2001.

προσφέρει ίση πρόσβαση όλων στην αγορά, χωρίς να δημιουργεί εμπόδια εισόδου, αλλά και χωρίς να εμποδίζει τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις αλλά και τους καταναλωτές να εξέλθουν από την αγορά⁴. Με αυτό τον τρόπο η οικονομία είναι ευέλικτη να προσαρμοστεί σε αλλαγές των συνθηκών ελλείπει νομικών ή άλλων εμποδίων.

Οι συνθήκες του ανταγωνισμού οδηγούν σε αποτελεσματικότητα⁵. Σε όρους αποτελεσματικότητας ο ανταγωνισμός οδηγεί και στα τρία είδη αποτελεσματικότητας: διανεμητική, παραγωγική και δυναμική αποτελεσματικότητα. Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρήσεις προσαρμόζουν την προσφορά τους στην ζήτηση και στις ανάγκες των καταναλωτών με αποτέλεσμα να παράγεται ότι έχει ο καταναλωτής περισσότερο ανάγκη (διανεμητική αποτελεσματικότητα). Οι παραγωγικοί συντελεστές βρίσκονται στην επιχείρηση που τις αξιοποιεί καλύτερα, ώστε να μειώσει το κόστος παραγωγής και να μπορέσει να χαμηλώσει την τιμή (παραγωγική αποτελεσματικότητα). Τέλος, η δυναμική αποτελεσματικότητα σχετίζεται με το γεγονός ότι στα πλαίσια του ανταγωνισμού, οι επιχειρήσεις προσπαθούν διαρκώς να εισάγουν καινοτομίες ώστε να αποκτήσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα έναντι των ανταγωνιστών. Ο υγιής ανταγωνισμός λοιπόν, σημαίνει αύξηση της αποτελεσματικότητας, της παραγωγικότητας, των επενδύσεων, της έρευνας και ανάπτυξης και της καινοτομίας. Επίσης, υγιής ανταγωνισμός σημαίνει μείωση των τιμών, βελτίωση της ποιότητας και του εύρους των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, με συνέπεια την βελτίωση της θέσης τόσο των καταναλωτών αλλά και της επιχειρηματικότητας, που οδηγεί σε γενικότερη οικονομική ευημερία⁶. Η ελευθερία του ανταγωνισμού, ωστόσο, δεν μπορεί να είναι απεριόριστη διότι περνάει στα όρια του αθέμιτου ανταγωνισμού⁷. Το όριο είναι εκεί που δεν γίνεται κατάχρηση των δικαιωμάτων αλλά και καταπάτηση των δικαιωμάτων των άλλων.

Ο αθέμιτος ανταγωνισμός αφορά πράξεις που σχετίζονται κυρίως με τα εξής φαινόμενα: παραεμπόριο, πρακτικές διακριτικής μεταχείρισης από αλυσίδες λιανικής, έλεγχος των δικτύων διανομής, ανεξέλεγκτη χωροθέτηση μεγάλων εμπορικών κέντρων, άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας από μη αδειούχους,

⁴ Γεωργακόπουλου κ.α., 1998.

⁵ Luis Cabral, 2003.

⁶ Επιτροπή Ανταγωνισμού

⁷ Πορφυρίου Ε.

προσφορά προϊόντων κάτω του κόστους, την καταστρατήγηση του Νόμου για τις εκπτώσεις και τις προσφορές, φοροδιαφυγή και κρατικές παρεμβάσεις στην λειτουργία τις αγοράς (Speed A.E., 2012).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΘΕΜΙΤΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

Οι επιχειρήσεις οφείλουν να σέβονται την Νομοθεσία και να λειτουργούν με βάση θεμιτές εμπορικές πρακτικές. Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ (Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης), οι γενικές αρχές ορθής επιχειρηματικής συμπεριφοράς είναι οι εξής⁸:

§ Διαφάνεια

Δημοσιοποίηση των βασικών πληροφοριών που σχετίζονται με την δραστηριότητα των επιχειρήσεων. Οι πληροφορίες θα πρέπει να είναι ακριβείς και έγκυρες και να αφορούν: την οικονομική και διαχειριστική απόδοση της επιχείρησης, τους στόχους και τις στρατηγικές της επιχείρησης, τους μετόχους και το δικαίωμα ψήφων τους, τις συναλλαγές συνδεδεμένων μερών, τα προβλέψιμα στοιχεία κινδύνου, θέματα που αφορούν τους εργαζόμενους και άλλους ενδιαφερόμενους παράγοντες για την λειτουργία της επιχείρησης, την διάρθρωση και την πολιτική διακυβέρνησης της επιχείρησης.

§ Ανθρώπινα Δικαιώματα

Σεβασμός των διεθνώς αναγνωρισμένων ανθρωπίνων δικαιωμάτων όλων όσων εμπλέκονται με την δραστηριότητα των επιχειρήσεων. Θα πρέπει να αποφεύγουν να παραβιάζουν τα ανθρώπινα δικαιώματα και να αποφεύγουν, επίσης, να προκαλούν ή να συμβάλουν σε αρνητικές επιπτώσεις στα ανθρώπινα δικαιώματα και να τις αντιμετωπίζουν όταν αυτές προκύπτουν.

§ Απασχόληση και Εργασιακές Σχέσεις

Διαφύλαξη και σεβασμός στα δικαιώματα των εργαζομένων και σωστή μεταχείριση αυτών και η κατάργηση της παιδικής και της καταναγκαστικής εργασίας. Να σέβονται το δικαίωμα των εργαζομένων να έχουν συνδικαλιστικές

⁸ Taxheaven, 2012

οργανώσεις και φορείς εκπροσώπησης της επιλογής τους με σκοπό την συλλογική διαπραγμάτευση και να διαπραγματεύονται εποικοδομητικά με τους εν λόγω εκπροσώπους, προκειμένου να καταλήγουν σε συμφωνίες για τους όρους απασχόλησης. Οι δραστηριότητες τους θα πρέπει να διαπνέονται από την αρχή των ίσων ευκαιριών και της ίσης μεταχείρισης στην εργασία και να μην ασκούν διακριτική μεταχείριση εις βάρος εργαζομένων τους όσον αφορά την πρόληψη ή την απασχόληση για λόγους φυλής, χρώματος, φύλου, θρησκείας, πολιτικού φρονήματος, εθνικής ή κοινωνικής προέλευσης κτλ. Επίσης, είναι θεμιτό το να παρέχουν τα απαραίτητα μέσα αλλά και τις απαραίτητες πληροφορίες στους εργαζομένους αλλά και στους εκπροσώπους τους, ώστε να προωθείται η αποτελεσματική διαπραγμάτευση μεταξύ αυτών και της επιχείρησης. Σημαντικό ζήτημα ευθύνης των επιχειρήσεων είναι και η λήψη κατάλληλων μέτρων για να εξασφαλίσουν την ασφάλεια και την υγιεινή των εργαζομένων κατά την άσκηση των δραστηριοτήτων τους.

§ Περιβάλλον

Οι επιχειρήσεις οφείλουν να προστατεύουν το περιβάλλον εφαρμόζοντας συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης και να αντιμετωπίζουν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις των δραστηριοτήτων τους. Θα πρέπει να θέτουν μετρήσιμους στόχους για βελτιωμένες επιδόσεις στον τομέα του περιβάλλοντος και στην χρήση των πόρων. Με βάση της αρχή της διανοητικής ιδιοκτησίας, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να παρέχουν εγκαίρως πληροφόρηση σχετικά με τις πιθανές επιπτώσεις από τις δραστηριότητες της επιχείρησης στο περιβάλλον, στην υγεία και στην ασφάλεια. Θα πρέπει να εκτιμούν και να αντιμετωπίζουν κατά την λήψη των αποφάσεων τους, τις προβλέψιμες επιπτώσεις που μπορεί να έχουν για το περιβάλλον για την υγεία και στην ασφάλεια, οι δραστηριότητες και τα εμπορεύματα και υπηρεσίες έτσι ώστε να αποφεύγονται ή να μετριάζονται. Επίσης, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να καταρτίζουν σχέδια έκτακτης ανάγκης για την πρόληψη, μείωση και έλεγχο σοβαρών ζημιών στο περιβάλλον και την υγεία, καθώς και να επιδιώκουν διαρκώς τη βελτίωση των περιβαλλοντικών επιδόσεων τους στο επίπεδο της επιχείρησης. Τέλος, να εκπαιδεύουν και να επιμορφώνουν επαρκώς τους εργαζόμενους σε θέματα υγιεινής και ασφάλειας του περιβάλλοντος και να συμβάλλουν στην ανάπτυξη ουσιαστικής και οικονομικά αποδοτικής

πολιτικής στον τομέα του περιβάλλοντος μέσω π.χ. εταιρικών σχέσεων ή πρωτοβουλιών.

§ Καταπολέμηση της Δωροδοκίας, της εξώθησης σε δωροδοκία και της εκβίασης

Οι επιχειρήσεις οφείλουν να αποφεύγουν όλες τις μορφές της οικονομικής διαφθοράς. Θα πρέπει, δηλαδή, να αποφεύγουν άμεσα ή έμμεσα να προσφέρουν, να υπόσχονται, παραχωρούν ή επιδιώκουν δωροδοκία ή άλλο μη οφειλόμενο αντάλλαγμα προκειμένου να αποκτήσουν ή να διατηρήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα. Θεμιτή πρακτική σε σχέση με αυτό το ζήτημα είναι να αναπτύσσουν και να υιοθετούν κατάλληλους μηχανισμούς εσωτερικού ελέγχου, προγράμματα δεοντολογίας και συμμόρφωσης ή μέτρα για την πρόληψη και ανίχνευση της δωροδοκίας. Τέλος, σημαντικό ζήτημα είναι η ενίσχυση της διαφάνειας που αποτελεί το ισχυρότερο όπλο κατά της διαφθοράς.

§ Προστασία Καταναλωτών

Εξασφάλιση του σεβασμού όλων των συμφερόντων των καταναλωτών από τις επιχειρήσεις. Μια επιχείρηση δρα θεμιτά αν εξασφαλίζει ότι τα προϊόντα και οι υπηρεσίες της πληρούν όλες τις συμφωνημένες ή απαιτούμενες από το νόμο προδιαγραφές υγιεινής και ασφάλειας του καταναλωτή, περιλαμβανομένων των σχετικών με τις υγειονομικές προειδοποιήσεις και τις πληροφορίες ασφαλείας. Επίσης, οφείλουν να παρέχουν ακριβείς πληροφορίες, ώστε ο καταναλωτής να μπορεί να πάρει ενσυνείδητα τις καταναλωτικές του αποφάσεις. Πρέπει επίσης να σέβονται την ιδιωτική ζωή των καταναλωτών και να λαμβάνουν μέτρα για να εξασφαλίζουν την προστασία των δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα. Τέλος, πρέπει να αποφεύγουν τις δόλιες, αθέμιτες και παραπλανητικές δηλώσεις.

§ Επιστήμη και Τεχνολογία

Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να συμβάλλουν στην ανάπτυξη της εγχώριας δυναμικότητας με τη βελτίωση της τεχνογνωσίας.

§ Ανταγωνισμός

Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να ασκούν τις δραστηριότητές τους κατά τρόπο σύμφωνο με την εφαρμοστέα νομοθεσία περί ανταγωνισμού αποφεύγοντας να

συνάπτουν συμφωνίες μεταξύ ανταγωνιστών που στρεβλώνουν τον ανταγωνισμό όπως, συμφωνίες για τον καθορισμό τιμών, για την υποβολή συντονισμένων προσφορών, για την εφαρμογή περιορισμών ή ποσοστώσεων στην παραγωγή και για την κοινού εκμετάλλευση ή για τον διαχωρισμό των αγορών, με την κατανομή πελατών, προμηθευτών, περιοχών ή εμπορικών δραστηριοτήτων.

§ Φορολογία

Εκπλήρωση των φορολογικών υποχρεώσεων και συνεργασία με τις φορολογικές αρχές και αποφυγή πράξεων φοροδιαφυγής.

Γενικά, οι επιχειρήσεις οφείλουν σε όλες τις πτυχές της δραστηριότητάς τους να ακολουθούν ένα Κώδικα Επιχειρησιακής Ηθικής διότι ως κοινωνικοί οργανισμοί έχουν ευθύνες απέναντι στην κοινωνία και τα μέλη της και στο ειδικότερο περιβάλλον που τις περιβάλλει. Όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων της οφείλει να είναι σύμφωνο με τα χρηστά ήθη.

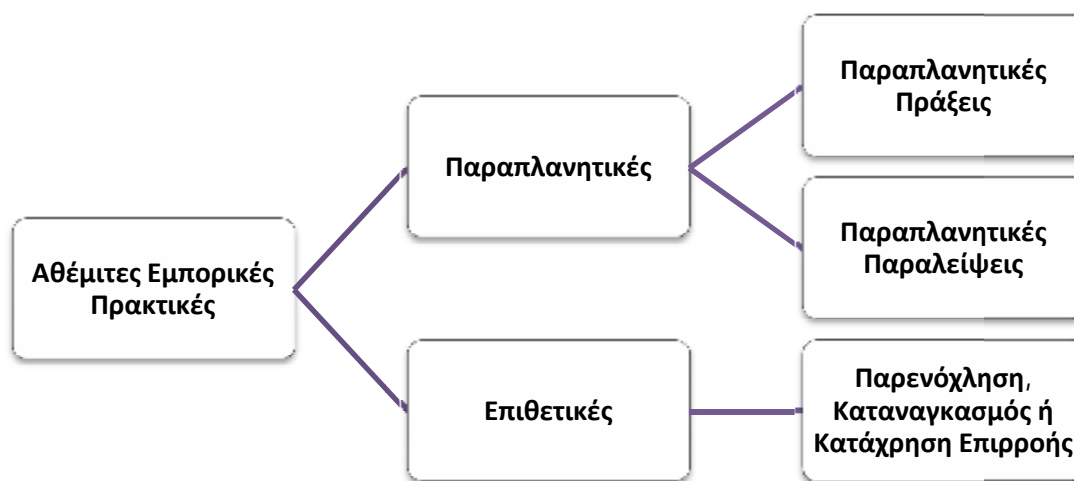
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ

3.1. ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΑΠΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΡΟΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ

Οι εμπορικές πρακτικές των επιχειρήσεων προς τους καταναλωτές είναι «κάθε πράξη, παράληψη, τρόπος συμπεριφοράς ή εκπροσώπησης, εμπορική επικοινωνία συμπεριλαμβανομένης της διαφήμισης και του μάρκετινγκ, ενός εμπορευομένου, άμεσα συνδεδεμένη με την προώθηση, πώληση ή προμήθεια ενός προϊόντος σε καταναλωτές»⁹. Η Ευρωπαϊκή Οδηγία 2005/29/EK αφορά στις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές, καθορίζει σαφώς τα κριτήρια με βάση τα οποία χαρακτηρίζεται μια εμπορική πρακτική αθέμιτη και απαγορεύει τέτοιες πρακτικές. Η Οδηγία αναφέρεται μόνο στις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές από επιχειρήσεις απέναντι σε καταναλωτές και όχι σε άλλες επιχειρήσεις. Σύμφωνα με την Οδηγία 2005/29/EK, μια εμπορική πρακτική είναι αθέμιτη αν «είναι αντίθετη με την επαγγελματική ευσυνειδησία» και όταν «στρεβλώνει ουσιωδώς ή ενδέχεται να στρεβλώσει

⁹ Οδηγία 2005/29/EK, Κεφ. 1, Άρθρο 2.

ουσιωδώς την οικονομική συμπεριφορά του μέσου καταναλωτή στον οποίο φτάνει ή στον οποίο απευθύνεται το προϊόν ή του μέσου μέλους της ομάδας όταν μια εμπορική πρακτική απευθύνεται σε αυτή την ομάδα». Στο παρακάτω διάγραμμα γίνεται φανερή η κατηγοριοποίηση των αθέμιτων εμπορικών πρακτικών από τις επιχειρήσεις ενάντια στους καταναλωτές. Όπως φαίνεται αυτές χωρίζονται σε παραπλανητικές και επιθετικές. Οι παραπλανητικές πρακτικές μπορεί να είναι παραπλανητικές πράξεις ή παραπλανητικές παραλείψεις ενώ οι επιθετικές εμπορικές πρακτικές σχετίζονται με την παρενόχληση, τον καταναγκασμό ή/και την κατάχρηση επιρροής.



Διάγραμμα 1:Κατηγορίες Αθέμιτων Εμπορικών Πρακτικών/Πηγή: Οδηγία 2005/29/ΕΚ.

3.1.1 Παραπλανητικές Πράξεις

Α) Παραπλανητική πράξη θεωρείται μια πράξη που σκοπό έχει να εξαπατήσει τον μέσο καταναλωτή και να τον καθοδηγήσει σε μια καταναλωτική απόφαση που διαφορετικά, ανεπηρέαστος δεν θα ελάμβανε. Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί σε δυο περιπτώσεις: ή όταν οι πληροφορίες που μεταφέρονται είναι αναληθείς ή περιέχουν αναληθή στοιχεία ή όταν συνολικά το περιεχόμενο των μεταδιδόμενων πληροφοριών έχει στόχο την εξαπάτηση ανεξάρτητα αν τα επιμέρους στοιχεία που περιλαμβάνει είναι αληθή.

Τα παραπάνω ισχύουν για πληροφορίες που σχετίζονται για την ύπαρξη και την φύση ενός προϊόντος αλλά και τα κύρια χαρακτηριστικά ενός προϊόντος. Η επιχείρηση θα πρέπει να μεταδίδει αληθή στοιχεία, δηλαδή, αναφορικά με τα οφέλη, τους κινδύνους, την χρήση, την καταλληλότητα, την διαθεσιμότητα, την ποσότητα, τις προδιαγραφές, την ημερομηνία και μέθοδο κατασκευής, την γεωγραφική ή εμπορική προέλευση του προϊόντος, τα αποτελέσματα από την χρήση, τα συνοδευτικά εξαρτήματα, την σύνθεση, την πελατειακή υποστήριξη μετά την πώληση.

Επιπλέον, η επιχείρηση θα πρέπει να μεταδίδει αληθή στοιχεία σε σχέση με την έκταση των δεσμεύσεων που αναλαμβάνει, τα κίνητρα για την εμπορική πρακτική και την φύση της διαδικασίας πωλήσεων. Επίσης, το ίδιο ισχύει και για την τιμή, τον τρόπο υπολογισμού της τιμής και την ύπαρξη ειδικής πλεονεκτικής τιμής. Η επιχείρηση, επίσης, θα πρέπει να είναι αληθής για το αν το προϊόν χρειάζεται κάποια αντικατάσταση ή επισκευή ή κάποιο ανταλλακτικό. Σημαντικά στοιχεία ακόμα, είναι και τα χαρακτηριστικά της ίδιας της επιχείρησης για τα οποία ο εμπορευόμενος πρέπει να είναι αληθής απέναντι στον καταναλωτή, όπως για την φύση της επιχείρησης, τα οικονομικά της στοιχεία κτλ. Τέλος, σε αυτή την κατηγορία εμπίπτουν και τα στοιχεία αναφορικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών, όπως το δικαίωμα για αντικατάσταση ή επιστροφή, σύμφωνα με την Οδηγία 1999/44/EK, αλλά και των εγγυήσεων.

Β) Παραπλανητική πράξη θεωρείται επίσης και κάθε πρακτική η οποία στο πραγματικό της πλαίσιο, οδηγεί ή ενδέχεται να οδηγήσει τον μέσο καταναλωτή σε μια απόφαση που διαφορετικά δεν θα επέλεγε. Εδώ, υπάγονται οι εξής πρακτικές:

- § Κάθε μάρκετινγκ προϊόντος, συμπεριλαμβανομένης και της συγκριτικής διαφήμισης, που προκαλεί σύγχυση στον μέσο καταναλωτή αναφορικά με το εμπορικό σήμα, την επωνυμία και το προϊόν ανταγωνίστριας επιχείρησης.
- § Η περίπτωση όπου η επιχείρηση δεν συμμορφώνεται με κώδικες συμπεριφοράς στους οποίους έχει δεσμευτεί και η δέσμευση είναι ρητή και μπορεί να εξακριβωθεί.

Παραπλανητικές Παραλήψεις

Μια εμπορική πρακτική θεωρείται παραπλανητική επίσης όταν στο μεταδιδόμενο πλαίσιο πληροφόρησης παραλείπονται κάποιες πληροφορίες που θεωρούνται κρίσιμες για την λήψη της καταναλωτικής απόφασης, με αποτέλεσμα ο μέσος καταναλωτής να οδηγείται σε μια απόφαση που διαφορετικά δεν θα επέλεγε. Στην ίδια κατηγορία περιλαμβάνεται και μια πρακτική, σύμφωνα με την οποία η επιχείρηση προσφέρει την απαραίτητη αυτή πληροφόρηση αλλά αυτό γίνεται είτε ετεροχρονισμένα είτε με τρόπο έμμεσο, ασαφή και διφορούμενο ή όταν δεν κάνει σαφή την εμπορική επιδίωξη της εμπορικής πρακτικής όταν αυτή δεν μπορεί να προσδιοριστεί διαφορετικά, με αποτέλεσμα πάλι την λανθασμένη καταναλωτική απόφαση εκ μέρους των καταναλωτών.

Γενικότερα, υπάρχει απαίτηση για παροχή κάποιων ουσιωδών πληροφοριών όταν η επιχείρηση προκαλεί σε αγορά και συνεπώς, η παράληψη αυτών των πληροφοριών χαρακτηρίζεται ως παραπλανητική πρακτική. Τέτοιες ουσιώδης πληροφορίες είναι τα στοιχεία της επιχείρησης, όπως διεύθυνση επωνυμία κτλ., η τιμή, ο Φ.Π.Α., είτε άλλη οποιαδήποτε επιβάρυνση ή έξοδο αποστολής. Για παράδειγμα¹⁰, ένας καταναλωτής- ταξιδιώτης βλέπει μια διαφήμιση στο διαδίκτυο για μια προσφορά αεροπορικών εισιτηρίων Αθήνα- Παρίσι, €40 και κλείνει τα εισιτήρια ηλεκτρονικά, όμως αντιλαμβάνεται ότι τελικά το εισιτήριο είναι επιβαρυνμένο με φόρους και πρόσθετα τέλη που διπλασιάζουν την τιμή του.

Αξίζει να αναφερθούν κάποια πιο συγκεκριμένα παραδείγματα παραπλανητικών εμπορικών πρακτικών και των κατηγοριών που αναφέρθηκαν παραπάνω:

- § Η επιχείρηση ισχυρίζεται ότι είναι συμβαλλόμενη με κάποιον κώδικα συμπεριφοράς ενώ στην πραγματικότητα δεν είναι.
- § Ο ισχυρισμός ότι ένας κώδικας συμπεριφοράς έχει την έγκριση ενός δημόσιου φορέα ενώ δεν την έχει.
- § Χρησιμοποίηση κάποιου σήματος χωρίς την κατοχή της αντίστοιχης άδειας. Για παράδειγμα, την χρήση του σήματος πιστοποίησης ISO.
- § Η πρακτική «δόλωμα και μεταστροφή» που σημαίνει ότι η επιχείρηση προκαλεί σε αγορά με μια τιμή και στην συνέχεια αρνείται να παραδώσει το προϊόν ή προσφέρει ένα ελαττωματικό προϊόν, με σκοπό να προωθήσει

¹⁰ Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, Υπουργείο Ανάπτυξης.

ένα άλλο προϊόν. Για παράδειγμα¹¹, ένας καταναλωτής έχει δει σε διαφήμιση ένα laptop σε ειδική τιμή και σπεύδει στο κατάστημα να το αγοράσει και η απάντηση των πωλητών είναι «Δυστυχώς δεν το προλάβετε όλα πουλήθηκαν. Όμως έχουμε και άλλα μοντέλα».

- § Η επιχείρηση παρουσιάζει τα κατοχυρωμένα από τον νόμο δικαιώματα του καταναλωτή ως ειδική προσφορά προ αυτόν. Ένα τέτοιο παράδειγμα¹² είναι ο ισχυρισμός σε διαφήμιση «Προσφέρουμε δικαίωμα υπαναχώρησης εντός 14 ημερών σε περίπτωση αγοράς μέσω Internet», την στιγμή που ήδη αυτό αποτελεί δικαίωμα από την ισχύουσα νομοθεσία για την προστασία του καταναλωτή.
- § Η περίπτωση της «κεκαλυμμένης διαφήμισης», όπου γίνεται χρήση ανακοινώσεων στα μέσα, με ήχους και εικόνες αναγνωρίσιμους στον καταναλωτή, για την προώθηση του προϊόντος, τα οποία όμως έχει πληρώσει η επιχείρηση χωρίς αυτό να καθίσταται σαφές.
- § Η προώθηση προϊόντος που είναι παρόμοιο ενός κατασκευαστή και προωθείται ως προϊόν αυτού του κατασκευαστή, ενώ δεν είναι.
- § Όταν ο εμπορευόμενος υποστηρίζει ότι ένα προϊόν μπορεί να θεραπεύει ασθένειες ή δυσλειτουργίες ενώ αυτό στην πραγματικότητα είναι αναληθές. Για παράδειγμα, διάφορα καλλυντικά σκευάσματα που υπόσχονται απώλεια βάρους 20 κιλών μέσα σε ένα πολύ σύντομο χρονικό διάστημα.
- § Η προώθηση ενός πυραμιδωτού συστήματος πωλήσεων όπου η επιχείρηση δημιουργεί την εντύπωση στον καταναλωτή ότι μπορεί να έχει όφελος από την προσέλκυση και άλλων καταναλωτών παρά από την κατανάλωση του ίδιου του προϊόντος.
- § Όταν ο εμπορευόμενος, ψευδώς υποστηρίζει ότι δεν δραστηριοποιείται για σκοπούς που συνδέονται με την εμπορική του ιδιότητα ή την τέχνη του αλλά για άλλους σκοπούς, ή όταν παριστάνει τον καταναλωτή.
- § Όταν ο εμπορευόμενος περιλαμβάνει στο πακέτο μάρκετινγκ τιμολόγιο ή έγγραφο πληρωμής που υποδεικνύει ότι έχει γίνει παραγγελία του προϊόντος, ενώ δεν έχει γίνει.

¹¹ Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, Υπουργείο Ανάπτυξης.

¹² Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, Υπουργείο Ανάπτυξης.

- § Όταν στο προϊόν υπάρχει ένδειξη «δωρεάν» ή «χωρίς επιβάρυνση» ενώ ο καταναλωτής θα πρέπει να καταβάλει κάποιο αντίτυπο άλλο πέραν του κόστους για την παραλαβή του προϊόντος.
- § Όταν ο εμπορευόμενος αναγγέλλει την διεξαγωγή κάποιου διαγωνισμού με έπαθλο αλλά αυτό το έπαθλο δεν χορηγείται ποτέ. Τέτοιο παράδειγμα¹³ μπορεί να είναι μια διαφήμιση ή ένα τηλεφώνημα ως εξής: «Συγχαρητήρια ...κερδίσατε επιταγή 100€ Τηλεφωνήστε για να πάρετε το δώρο σας». Ο καταναλωτής τηλεφωνεί αλλά δεν υπάρχει καμία επιταγή με €100 αντίθετα προσπαθούν να πείσουν τον καταναλωτή για αγορά μια σειράς καλλυντικών.
- § Όταν ο εμπορευόμενος ισχυρίζεται ψευδώς ότι υπάρχουν δυσκολίες εύρεσης του προϊόντος ώστε να αναγκάσει τον καταναλωτή να αγοράσει το προϊόν με δυσμενείς συνθήκες (τιμή, ποιότητα κτλ.) σε σχέση με τις κανονικές συνθήκες.
- § Ο ισχυρισμός εκ μέρους του εμπορευόμενου ότι αν καταναλώσει ένα προϊόν θα έχει μεγαλύτερη πιθανότητα να κερδίσει σε τυχερά παιχνίδια.
- § Ο ισχυρισμός του εμπορευόμενου ότι πρόκειται να διακόψει την λειτουργία του ή να μετακομίσει, όταν αυτό είναι κάτι αναληθές. Για παράδειγμα μια επιχείρηση αναγράφει στην βιτρίνα της «Προλάβετε...κλείνουμε... όλα στο κόστος» ενώ η επιχείρηση τελικά δεν κλείνει ούτε μετακομίζει.
- § Ο ισχυρισμός ότι μπορεί η μη κατανάλωση του προϊόντος μπορεί να θέσει σε κίνδυνο τον καταναλωτή ή κάποιο μέλος της οικογενείας του. Για παράδειγμα μια εταιρία πώλησης συναγεμίων υποστηρίζει ότι λόγω της έξαρσης των ληστειών στην περιοχή του δυνητικού καταναλωτή αν δεν βάλει συναγεμίο υπάρχει μεγάλη πιθανότητα να πάθει κακό αυτός ή η οικογένεια του.
- § Ο ισχυρισμός ότι ένα προϊόν μπορεί να πωλείται νόμιμα ενώ αυτό να μην ισχύει.
- § Όταν ο εμπορευόμενος συνεννοείται με τον καταναλωτή σε μια γλώσσα και πραγματοποιείται μια συναλλαγή με την υπόσχεση ότι θα υπάρχει επικοινωνία και μετά την συναλλαγή σε αυτή την γλώσσα ενώ ο

¹³ Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, Υπουργείο Ανάπτυξης.

εμπορευόμενος μετά προσφέρει την υπηρεσία σε άλλη γλώσσα από αυτή που είχε συμφωνηθεί.

- § Ψευδής ισχυρισμός ότι το προϊόν θα διατίθεται μόνο για περιορισμένο χρονικό διάστημα ώστε να εξαναγκάσει τον καταναλωτή σε άμεση κατανάλωση. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν κάποιες διαφημίσεις που αναφέρουν τα εξής: «Βιαστείτε ...τηλεφωνείστε τώρα γιατί αυτή η προσφορά θα ισχύει για 2 ώρες μόνο». Ενώ, αν ο καταναλωτής επισκεφτεί το κατάστημα ή αν τηλεφωνήσει μια άλλη μέρα θα διαπιστώσει ότι το προϊόν έχει την ίδια τιμή που ανέφερε η διαφήμιση.
- § Η διαφήμιση «δόλωμα»: πρόσκληση σε αγορά ενός προϊόντος σε προκαθορισμένη τιμή, χωρίς να αναφέρονται ευλόγως οι λόγοι που ο εμπορευόμενος δεν θα μπορούσε να προμηθεύσει ή να αναθέσει σε κάποιον άλλον την πώληση αυτού του προϊόντος στην ίδια τιμή σε εύλογο χρονικό διάστημα. Για παράδειγμα¹⁴, υπάρχει μια διαφήμιση που αναφέρει τα εξής: «Προλάβετε.... Τηλεοράσεις μόνο με €50» και ο εμπορευόμενος τελικά διέθεσε μόνο 10 τηλεοράσεις ενώ δεδομένης της έκτασης της διαφήμισης και τις συνήθεις πωλήσεις του θα μπορούσε να διαθέσει περισσότερες τηλεοράσεις σε αυτή την τιμή.

3.1.2 Επιθετικές Εμπορικές Πρακτικές

Επιθετικές χαρακτηρίζονται οι εμπορικές πρακτικές που περιλαμβάνουν παρενόχληση, καταναγκασμό, συμπεριλαμβανομένης της άσκησης σωματικής βίας ή κατάχρηση επιρροής και θέτουν με αυτούς τους τρόπους περιορισμό στην ελευθερία επιλογής, με αποτέλεσμα ο καταναλωτής να πραγματοποιεί μια συναλλαγή με διαφορετικό τρόπο από ότι αν είχε πλήρη ελευθερία επιλογών.

Παρενόχληση, Καταναγκασμός ή Κατάχρηση Επιρροής

Πιο συγκεκριμένα, υπάρχουν κάποια κριτήρια που πρέπει να εκτιμηθούν για να χαρακτηριστεί μια εμπορική πρακτική ως επιθετική. Θα πρέπει να εκτιμηθεί ο χρόνος, ο τόπος η φύση αλλά και η επιμονή της πράξης. Θα πρέπει να εκτιμηθεί,

¹⁴ Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, Υπουργείο Ανάπτυξης.

επίσης, η χρήση προσβλητικών ή απειλητικών εκφράσεων ή συμπεριφορών. Στην κατηγορία των επιθετικών πρακτικών ανήκει και η περίπτωση που η επιχείρηση γνωρίζει μια ατυχία ή μια συγκεκριμένη περίπτωση και επιλέγει να την εκμεταλλευτεί, ώστε να καθοδηγήσει την καταναλωτή απόφαση του καταναλωτή. Βασική προϋπόθεση, φυσικά, σε αυτή την περίπτωση είναι αυτή η ατυχία και αυτή η περίπτωση να είναι καθοριστικής σημασίας για την διαμόρφωση της καταναλωτικής απόφασης, διαφορετικά δεν υπάρχει νόημα. Μια άλλη περίπτωση επιθετικής πρακτικής είναι όταν η επιχείρηση θέτει επαχθή ή μη συμβατικά εμπόδια στην άσκηση των δικαιωμάτων του καταναλωτή στα πλαίσια μιας σύμβασης, όπως για παράδειγμα στην απόφασή του να αποχωρήσει από μια σύμβαση. Τέλος, επιθετική εμπορική πρακτική θεωρείται η απειλή εφαρμογής μέτρων τα οποία νομίμως δεν μπορούν να ληφθούν.

Παρακάτω αναφέρονται συγκεκριμένα παραδείγματα εμπορικών πρακτικών που θεωρούνται επιθετικές:

- § Όταν ο εμπορευόμενος δημιουργεί την εντύπωση ότι ο καταναλωτής δεν μπορεί να απομακρυνθεί από το χώρο συναλλαγής χωρίς να πραγματοποιηθεί η συναλλαγή.
- § Όταν πραγματοποιούνται προσωπικές επισκέψεις στο σπίτι του καταναλωτή παρά το αίτημα του για αποχώρηση ή μη επάνοδο.
- § Η επίμονη και συνεχής αναζήτηση και παρενόχληση του καταναλωτή μέσω τηλεφώνου, φαξ ή οποιοδήποτε άλλου μέσου
- § Όταν υπάρχουν υπερβολικές απαιτήσεις από την μεριά κάποιας ασφαλιστικής υπηρεσίας για προσκομιδή εγγράφων που δεν είναι συναφή με την απόδειξη της αξίωσης που προκύπτει από ένα ασφαλιστήριο συμβόλαιο ή όταν αποφεύγει η υπηρεσία την επικοινωνία με τον πελάτη με σκοπό τελικά να αποθαρρύνει τον πελάτη από την άσκηση των δικαιωμάτων του. Για παράδειγμα¹⁵, ασφαλιστική εταιρία καλύπτει οικιακό εξοπλισμό σε περίπτωση κλοπής του και όταν πραγματοποιείται κάτι τέτοιο, ο πελάτης για να πάρει την αποζημίωση καλείται να προσκομίσει στην ασφαλιστική εταιρία τις αποδείξεις αγοράς του οικιακού εξοπλισμού

¹⁵ Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, Υπουργείο Ανάπτυξης.

γεγονός που είναι ιδιαίτερα δύσκολο καθώς η αγορά έχει πραγματοποιηθεί μεγάλο χρονικό διάστημα πριν.

- § Διαφημίσεις που περιέχουν έντονη και άμεση πρόσκληση προς παιδιά για αγορά ενός προϊόντος ή για να πείσουν τους γονείς τους να τους πάρουν αυτό το προϊόν.
- § Όταν ο εμπορευόμενος απαιτεί από τον καταναλωτή πληρωμή ή επιστροφή ή φύλαξη προϊόντος που του έχει προμηθεύσει χωρίς να το έχει παραγγείλει ο ίδιος ο καταναλωτής.
- § Η ενημέρωση του εμπορευόμενου ότι αν δεν καταναλωθεί το προϊόν θα τεθεί σε κίνδυνο η ζωή ή το επάγγελμα του καταναλωτή.
- § Όταν δημιουργείται η εντύπωση ότι ο καταναλωτής έχει ήδη κερδίσει ή θα κερδίσει κάποιο έπαθλο ενώ στην πραγματικότητα ή δεν υπάρχει κάποιο έπαθλο ή θα πρέπει ο καταναλωτής για να το αποκτήσει να πληρώσει κάποιο αντίτιμο. Χαρακτηριστικό παράδειγμα¹⁶ σε αυτή την περίπτωση είναι κάποιο κέντρο αισθητικής που πετυχαίνουν στο δρόμο κυρίες και τις πείθουν να εισέλθουν στο κέντρο με το δόλωμα ότι έχουν κερδίσει ένα δώρο ωστόσο αυτό το δώρο στην πραγματικότητα μπορεί να αποκτηθεί μόνο αν υπογραφεί κάποιο συμβόλαιο για περιποίηση π.χ. προσώπου κτλ.
- § Ένα παράδειγμα για να γίνει κατανοητή η κατάχρηση επιρροής ως αθέμιτη εμπορική πρακτική είναι το εξής: Αν ένας καταναλωτής είναι χρεωμένος σε μια επιχείρηση και έχει καθυστερήσει κάποιες δόσεις. Η επιχείρηση του υπόσχεται επαναδιαπραγμάτευση του χρέους του μόνο με την προϋπόθεση ότι θα αγοράσει ένα ακόμα προϊόν από την επιχείρηση¹⁷.

3.2. ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΤΙΣ ΔΥΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ

Το φαινόμενο του ηλεκτρονικού εγκλήματος έχει πάρει τα τελευταία χρόνια μεγάλες διαστάσεις και υπάρχει τάση γρήγορης εξάπλωσής του. Το ηλεκτρονικό έγκλημα (cybercrime), σύμφωνα με ορισμό της PwC, είναι το οικονομικό αδίκημα

¹⁶ Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, Υπουργείο Ανάπτυξης.

¹⁷ Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, Υπουργείο Ανάπτυξης.

που διαπράχθηκε με την χρήση υπολογιστή και του Internet. Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι η μετάδοση ιών, το παράνομο «κατέβασμα» αρχείων (downloading) και η κλοπή προσωπικών δεδομένων.

Εκτός από αυτές τις πράξεις, αθέμιτη πρακτική θεωρείται και η άμεση διαφήμιση μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή με κάποιο άλλο διαδικτυακό μέσο, κάτω από προϋποθέσεις. Πλέον, που το Διαδίκτυο έχει εισέρθει στην καθημερινή ζωή των ατόμων αποτελεί ένα κατάλληλο εργαλείο των επιχειρήσεων για διαφήμιση λόγω της άμεσης πρόσβασης που αποκτούν σε μεγάλο αριθμό καταναλωτών. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αθέμιτης Online διαφήμισης είναι τα εξής¹⁸:

- § **Spamming (ή αλλιώς junk mails):** Αποτελεί έναν αρκετά συνηθισμένο τρόπο online διαφήμισης, με αθέμιτο χαρακτήρα. Πρόκειται για επανειλημμένη αποστολή ανεπίκλητων, ανεπιθύμητων μηνυμάτων εμπορικού περιεχομένου. Η αποστολή γίνεται μαζική και καταλήγει στην ηλεκτρονική θυρίδα των παραληπτών, χωρίς οι ίδιοι να έχουν ζητήσει μια τέτοια ενημέρωση και πληροφόρηση και με αποτέλεσμα να κατακλύζουν τον ηλεκτρονικό χώρο των παραληπτών. Οι διευθύνσεις των παραληπτών συλλέγονται από ειδικούς spammers μέσα από τον κυβερνοχώρο από όπου «βρέθηκαν» κάποια στιγμή οι χρήστες. Σύμφωνα με έρευνες, πάνω από 80% του χώρου του ηλεκτρονικού μας ταχυδρομείου καλύπτεται από spam και ο μέσος χρήστης λαμβάνει 6 spam ημερησίως.
- § **Banners:** Πρόκειται για ηλεκτρονικές διαφημιστικές πινακίδες που προσπαθούν να προσελκύσουν και να δελεάσουν τον χρήστη. Τελευταία, έχουν εξελιχθεί σε «rich media banners» που επιτρέπουν την αλληλεπίδραση χρήστη –διαφημιζόμενου, χωρίς να χρειάζεται ο πρώτος να βγει από την αρχική ιστοσελίδα. Αυτού του είδους η διαφήμιση εμπεριέχει στοιχεία υποβλητικής διαφήμισης.
- § **Pop- up διαφημίσεις:** Αποτελούν μια online μορφή διαφήμισης. Εμφανίζονται αυτόματα στην οθόνη, όταν «κλικάρει» ο χρήστης του διαδικτύου σε ένα hyperlink και είναι, ιδιαίτερος, ενοχλητικά.
- § **Newsletters:** Στην συγκεκριμένη περίπτωση το διαφημιστικό μήνυμα γίνεται με banner ή με έμμεση προβολή στο περιεχόμενό του.

¹⁸ Μανέτας, 2011

- § **Μέθοδος sponsorship:** πρόκειται για χορηγία σελίδων άλλης ιστοσελίδας με δημιουργική ενσωμάτωση του διαφημιζόμενου προϊόντος στο lay out. Για παράδειγμα, ένα ποτό χορηγεί σελίδες ενός site για νυχτερινή διασκέδαση.
- § **Advertainment:** Μια άλλη μορφή online διαφήμισης με διασκεδαστικό χαρακτήρα.
- § **Deep- linking:** Επιτρέπει τη μετάβαση σε ιστοσελίδες μόνο του διαφημιζόμενου, υπερπηδώντας τις ιστοσελίδες των ανταγωνιστών.

3.3. ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΜΕΤΑΞΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

3.3.1 Αθέμιτες Συμπράξεις Επιχειρήσεων

Σύμπραξη επιχειρήσεων είναι είτε οι συμφωνίες μεταξύ των επιχειρήσεων είτε οι αποφάσεις των ενώσεων επιχειρήσεων και η εναρμονισμένη πρακτική. Ωστόσο, απαγορεύεται από τον Νόμο η σύμπραξη μεταξύ επιχειρήσεων με αντικείμενο ή αποτέλεσμα την παρακώληση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού. Πιο συγκεκριμένα παρακάτω δίνονται πέντε ενδεικτικά παραδείγματα αθέμιτων πρακτικών που αφορούν συμπράξεις επιχειρήσεων και απαγορεύονται από τον Νόμο¹⁹:

- § Ο άμεσος ή έμμεσος καθορισμός των τιμών αγοράς ή πώλησης ή άλλων όρων συναλλαγής.
- § Ο περιορισμός ή ο έλεγχος της παραγωγής, της διάθεσης, της τεχνολογικής ανάπτυξης ή των επενδύσεων.
- § Η κατανομή των αγορών ή των πηγών εφοδιασμού
- § Η εφαρμογή στο εμπόριο άνισων όρων για ισοδύναμες παροχές, κατά τρόπο που να δυσχεραίνεται η λειτουργία του ανταγωνισμού (ιδίως η αδικαιολόγητη άρνηση πώλησης αφορά ή άλλης συναλλαγής).
- § Η εξάρτηση σύναψης συμβάσεων από την αποδοχή από τους συμβαλλομένους πρόσθετων παροχών, που κατά την φύση τους ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνήθειες δεν συνδέονται με το αντικείμενο αυτών των συμβάσεων.

¹⁹ Επιτροπή Ανταγωνισμού, 2006

Υπάρχουν περιπτώσεις ωστόσο που χαίρουν απαλλαγής από την παραπάνω απαγόρευση και αυτό συμβαίνει όταν συντρέχουν οι παρακάτω προϋποθέσεις:

- § Όταν η σύμπραξη βελτιώνει την παραγωγή ή την διανομή των προϊόντων, προωθεί την ανάπτυξη και ωφελεί τον καταναλωτή.
- § Η μη επιβολή περιορισμών στις επιχειρήσεις, που δεν είναι αναγκαίοι για την πραγματοποίηση των ανωτέρω σκοπών
- § Η μη παροχή της δυνατότητας στις επιχειρήσεις να καταργήσουν τον ανταγωνισμό σε σημαντικό τμήμα της οικείας αγοράς.

3.3.2 Κατάχρηση Δεσπόζουσας Θέσης

Δεσπόζουσα θέση ορίζεται η θέση οικονομικής δύναμης που κατέχει μια επιχείρηση μέσα στην αγορά και της δίνει την δυνατότητα να συμπεριφέρεται σε μεγάλο βαθμό ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές της και τους καταναλωτές. Σε γενικές γραμμές, η κατοχή δεσπόζουσας θέσης και η ύπαρξη μονοπωλίων δεν απαγορεύονται από τον Νόμο. Ο Νόμος απαγορεύει την κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης. Η κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, όπως για παράδειγμα η επιβολή μη δίκαιων τιμών, περιορισμός της παραγωγής, επιβολή μη εύλογων όρων στις συναλλαγές κτλ. βλάπτει τον ανταγωνισμό. Για την διαπίστωση της ύπαρξης κατάχρησης της δεσπόζουσας θέσης από μια επιχείρηση λαμβάνονται υπόψη τα εξής κριτήρια²⁰:

- § Το μερίδιο της αγοράς που στην περίπτωση ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης υπερβαίνει το 40%, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν υπάρχουν περιπτώσεις δεσπόζουσας θέσης με ποσοστά χαμηλότερα.
- § Την διασπορά των μεριδίων αγοράς των άλλων επιχειρήσεων στην αγορά.
- § Το ύψος των διαθέσιμων οικονομικών μέσων και δυνατοτήτων.
- § Το προβάδισμα από άποψη τεχνολογικής εξέλιξης και βιομηχανικών εμπειριών.
- § Η εξασφάλιση των πρώτων υλών με συστηματική κάθετη ολοκλήρωση επιχείρησης
- § Η έλλειψη υποκατάστατων προϊόντων.

²⁰ Επιτροπή Ανταγωνισμού, 2006

Η κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης εκδηλώνεται με τις εξής αθέμιτες πρακτικές:

- § Άμεσος ή έμμεσος εξαναγκασμός για τον καθορισμό τιμών αγοράς ή πώλησης
- § Ο περιορισμός της παραγωγής της κατανάλωσης ή της τεχνολογικής ανάπτυξης σε βάρος των καταναλωτών
- § Η εφαρμογή άνισων όρων για ισοδύναμες παροχές όπως για παράδειγμα αδικαιολόγητη άρνηση πωλήσεων, αγορών κτλ.
- § Η εξάρτηση της σύναψης συμβάσεων από την αποδοχή πρόσθετων παροχών που δεν συνδέονται με το αντικείμενο των συμβάσεων κατά την φύση τους ή σύμφωνα με τις εμπορικές συνήθειες.

3.3.3 Συγκεντρώσεις Επιχειρήσεων

Συγκέντρωση επιχειρήσεων είναι η πράξη συγχώνευσης μεταξύ δυο ή περισσότερων προηγουμένως ανεξάρτητων επιχειρήσεων ή πράξη απόκτησης ελέγχου σε μια επιχείρηση. Γενικά, οι συγκεντρώσεις επιχειρήσεων δεν αποτελούν αθέμιτη πρακτική. Μια τέτοια πράξη είναι αθέμιτη πρακτική όταν οδηγεί σε δημιουργία ή ενίσχυση δεσπόζουσας θέσης με αποτέλεσμα να περιορίζεται ο ανταγωνισμός. Έτσι λοιπόν, η Επιτροπή Ελέγχου αναλαμβάνει να ελέγχει τις συγκεντρώσεις των επιχειρήσεων. Για τον λόγο αυτό προβλέπεται η γνωστοποίηση συγκεντρώσεων στην Επιτροπή Ανταγωνισμού, μέσα σε ένα μήνα μετά την πραγματοποίησή τους, όταν:

- § Το μερίδιο αγοράς των προϊόντων της συγκέντρωσης αντιπροσωπεύει τουλάχιστον το 10% του συνόλου της αγοράς.
- § Ο συνολικός κύκλος εργασιών όλων των επιχειρήσεων που συμμετέχουν στην συγκέντρωση ανέρχεται τουλάχιστον σε 15.000.000 €²¹.

3.3.4 Καταχρηστική Εκμετάλλευση Σχέσης Οικονομικής Εξάρτησης

Κατάχρηση σχέσης οικονομικής εξάρτησης είναι η καταχρηστική εκμετάλλευση από μια επιχείρηση της σχέσης οικονομικής εξάρτησης στην οποία βρίσκεται προς αυτήν μια άλλη επιχείρηση, η οποία κατέχει θέση πελάτη ή προμηθευτή και δεν

²¹ Επιτροπή Ανταγωνισμού, 2006

διαθέτει ισοδύναμη εναλλακτική λύση²². Πρόκειται για αθέμιτη πρακτική που νοθεύει τον ανταγωνισμό και απαγορεύεται από τον εθνικό δίκαιο ανταγωνισμού. Με την απαγόρευση αυτή προστατεύονται οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις από καταχρηστικές αθέμιτες πρακτικές ισχυρών επιχειρήσεων που αν και δεν κατέχουν δεσπόζουσα θέση στην Αγορά, λόγω της επιχειρηματικής τους δύναμης και εύρους μπορούν να επιβάλλουν μη δίκαιους όρους συναλλαγής σε βάρος των εξαρτημένων επιχειρήσεων. Οι προϋποθέσεις για να χαρακτηριστεί μια τέτοια πρακτική ως αθέμιτη και να απαγορευτεί από το Νόμο είναι οι εξής²³:

- § Να υπάρχει σχέση οικονομικής εξάρτησης. Αυτό συμβαίνει κυρίως στις κάθετες σχέσεις μεταξύ επιχειρήσεων. Μπορεί να αφορά και μόνο ορισμένο είδος ή προϊόν και συνήθως αναπτύσσεται μετά από μακρόχρονη συνεργασία της εξαρτώμενης επιχείρησης με την επιχείρηση που πραγματοποιεί καταχρηστική εκμετάλλευση.
- § Να μην υπάρχει άλλη ισοδύναμη εναλλακτική λύση για την εξαρτώμενη επιχείρηση. Αυτό σημαίνει ότι η εξαρτώμενη επιχείρηση δεν μπορεί για παράδειγμα να προμηθευτεί από αλλού τις πρώτες της ύλες ή ακόμα και αν μπορεί αυτό θα πραγματοποιηθεί με δυσμενέστερους όρους. Στην δεύτερη περίπτωση αυτό σημαίνει ότι θα βρεθεί σε δυσμενέστερη θέση σε σχέση με τους ανταγωνιστές της και θα τεθεί υπό σοβαρό κίνδυνο η επιβίωση της επιχείρησης.
- § Να υπάρχει καταχρηστική εκμετάλλευσης της σχέσης οικονομικής εξάρτησης. Απαγορεύεται μια επιχείρηση να εκμεταλλεύεται την αδύναμη θέση της εξαρτώμενης επιχείρησης (για παράδειγμα, το γεγονός ότι δεν έχει άλλη ισοδύναμη εναλλακτική λύση). Κατάχρηση της σχέσης της οικονομικής εξάρτησης εκδηλώνεται, συνήθως, με την επιβολή αυθαίρετων όρων συναλλαγής, εφαρμογή διακριτικής μεταχείρισης και με αιφνίδια και αδικαιολόγητη διακοπή μακροχρόνιας συνεργασίας.

3.3.5 Άλλες Περιπτώσεις: Ωράριο Καταστημάτων/Εκπτώσεις/Χωροθέτηση καταστημάτων

²² Επιτροπή Ανταγωνισμού, 2006

²³ Επιτροπή Ανταγωνισμού, 2006

Ένα σημαντικό ζήτημα ανταγωνισμού είναι και το ωράριο λειτουργίας των καταστημάτων. Ένα σωστό θεσμικό πλαίσιο για το ωράριο λειτουργίας καταστημάτων προωθεί τον ισότιμο ανταγωνισμό μεταξύ των μικρών και μεγάλων επιχειρήσεων και διευκολύνει και τους καταναλωτές. Αθέμιτος ανταγωνισμός στην συγκεκριμένη περίπτωση μπορεί να θεωρηθεί η απελευθέρωση ή η διεύρυνση του ωραρίου λειτουργίας των καταστημάτων. Κάτι τέτοιο λειτουργεί υπέρ των μεγάλων καταστημάτων και δεν ευνοεί καθόλου τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες δεν μπορούν να αντέξουν τα εξαντλητικά μεγάλα ωράρια.

Υπάρχει νομοθετικό πλαίσιο (όπως περιγράφεται παρακάτω) που αφορά στις εκπτώσεις και τις προσφορές των καταστημάτων, οι οποίες καθορίζονται συγκεκριμένες περιόδους το χρόνο. Εκπτώσεις και προσφορές οι οποίες πραγματοποιούνται άλλες περιόδους και δεν πληρούν τις προϋποθέσεις που ορίζει ο νόμος, στρεβλώνουν τον ανταγωνισμό και κατευθύνουν τους καταναλωτές με τρόπο αθέμιτο.

Τέλος, το ίδιο ισχύει και για την χωροθέτηση των καταστημάτων. Υπάρχει συγκεκριμένη νομοθεσία που ορίζει τις αποστάσεις αλλά και τον αριθμό του κάθε είδους καταστήματος που αντιστοιχεί σε κάθε γεωγραφική περιοχή, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται ο υγιής ανταγωνισμός για την προστασία των επιχειρήσεων αλλά και για την καλύτερη εξυπηρέτηση των καταναλωτών. Οι επιχειρήσεις που παραβιάζουν την σχετική νομοθεσία, τοποθετώντας τις εγκαταστάσεις τους παράνομα πράττουν αθέμιτη πρακτική.

3.4. ΦΟΡΟΔΙΑΦΥΓΗ- ΠΑΡΑΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

3.4.1 Έννοιες

Οι αυξημένοι φόροι που καλούνται να πληρώσουν οι φορολογούμενοι σε συνδυασμό με την μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος τους προκαλεί συχνά την αγανάκτηση και την αντίδραση τους. Η αντίδραση αυτή μπορεί να είναι είτε παθητική είτε ενεργητική²⁴. Παθητική αντίδραση είναι όταν εκδηλώνεται με την μορφή κινήτρων για εργασία, για ανάληψη επιχειρηματικών κινήτρων κτλ. Ενώ

²⁴ Γιατσέ, 2013

ενεργητική είναι όταν καταφεύγουν στην φοροδιαφυγή, φοροαποφυγή και στην παραοικονομία.

Η φοροδιαφυγή (tax evasion) είναι το να μην πληρώνεις τους νόμιμα οφειλόμενους φόρους²⁵. Πρόκειται για απάτη έναντι του δημοσίου. Αξίζει να διευκρινιστεί ότι η έννοια της φοροδιαφυγής είναι διαφορετική από αυτή της φοροαποφυγής (tax avoidance). Η φοροδιαφυγή είναι αθέμιτη πράξη γιατί παραβιάζει την ισχύουσα φορολογική νομοθεσία, ενώ η φοροαπαλλαγή δε έχει τίποτα το παράνομο. Ένα παράδειγμα θα βοηθήσει να γίνουν κατανοητές οι δυο έννοιες και η διαφορά που τις συνδέει. Για παράδειγμα, έστω ότι επιβάλλεται φόρος στην πώληση μανιταριών. Αν κάποιος παραγωγός μειώσει την πώληση μανιταριών για να αποφύγει την υψηλή φορολογία, τότε αυτό θεωρείται φοροαποφυγή και είναι νόμιμο. Αν όμως ο παραγωγός μανιταριών προβεί σε πώληση αλλά δεν δηλώσει στην εφορία τις πωλήσεις, τότε πρόκειται για φαινόμενο φοροδιαφυγής και είναι παράνομο. Το φαινόμενο της φοροδιαφυγής επισημαίνεται πολλά χρόνια πριν από τον Πλάτωνα, ο οποίος χαρακτηριστικά αναφέρει «Όταν υπάρχει ένας φόρος εισοδήματος, εκείνος που είναι δίκαιος θα πληρώσει περισσότερα, ενώ ο άδικος θα πληρώσει λιγότερα».

Οι τρόποι για να διαπράξεις φοροδιαφυγή είναι οι εξής²⁶:

- § Η τήρηση διπλών λογιστικών βιβλίων για την καταγραφή των συναλλαγών μιας επιχείρησης. Στο ένα καταγράφονται οι πραγματικές συναλλαγές και στο άλλο αυτές που δηλώνονται στην εφορία. Κάποιες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν και διπλές ταμειακές μηχανές.
- § Η ύπαρξη δεύτερης δουλειάς στην περίπτωση που το εισόδημα από αυτή δεν δηλώνεται στην εφορία και δεν υπάρχει κάποιο νόμιμο παραστατικό για αυτήν.
- § Ο αντιπραγματισμός: Όταν κάποιος εισπράττει την αμοιβή του σε είδος αντί σε χρήμα, κανονικά αυτή η συναλλαγή είναι φορολογητέα αλλά σπάνια δηλώνεται αυτού του είδους η συναλλαγή στην εφορία.

²⁵ Rosen, 2000

²⁶ Rosen, 2000

§ Συμφωνία με μετρητά: Η πληρωμή των αγαθών σε μετρητά ή σε επιταγές που μετατρέπονται σε μετρητά είναι δύσκολο να εντοπιστεί από την εφορία.

Κάποια επιχειρηματικά πεδία ευνοούν περισσότερο την φοροδιαφυγή συγκριτικά με κάποια άλλα. Φοροδιαφυγή παρουσιάζεται, κυρίως, στις παρακάτω περιπτώσεις²⁷:

§ **Ελεύθερα επαγγέλματα:** όταν δεν κόβεται παραστατικό ή όταν το παραστατικό περιέχει μικρότερη αξία από την πραγματική.

§ **Μισθωτές εργασίες:** Πρόκειται για την περίπτωση αδήλωτης εργασίας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η παράδοση ιδιαίτερων μαθημάτων κατ'οίκον.

§ **Γεωργικές επιχειρήσεις:** συναλλαγές που δεν συνοδεύονται από τα απαραίτητα παραστατικά.

§ **Εισοδήματα από ενοίκια:** όταν δεν κατατίθεται μισθωτήριο συμβόλαιο ή όταν η αναγραφόμενη αξία είναι μικρότερη της πραγματικής.

§ **Εισοδήματα από εμπορικές επιχειρήσεις:** όταν δεν δίνονται παραστατικά ή δίνονται με μικρότερη αξία, όταν δεν αποδίδεται ο ΦΠΑ, όταν ασκείται παραεμπόριο (παζάρια κτλ), και σε περίπτωση offshore εταιριών κτλ.

Εκτός από την φοροδιαφυγή που αφορά τον φόρο εισοδήματος, φοροδιαφυγή εντοπίζεται και στην περίπτωση των έμμεσων φόρων όπως Ε.Φ.Κ. (ειδικοί φόροι κατανάλωσης), Φ.Π.Α. (φόρος προστιθέμενης αξίας), δασμοί και τέλη. Πιο συγκεκριμένα αναφέρονται οι εξής περιπτώσεις²⁸:

§ **Τομέας υγρών καυσίμων:** Πραγματοποιείται είτε με νόθευση καυσίμων είτε με παράνομη εισαγωγή καυσίμων.

§ **Καπνοβιομηχανικά προϊόντα:** Λαθραία εισαγωγή και διακίνηση καπνού.

§ **Αλκοολούχα ποτά:** Λαθραία ή νοθευμένα ποτά που προμηθεύουν μπαρ και εστιατόρια.

§ **Αγοροπωλησία προϊόντων:** χωρίς έκδοση παραστατικών ή τιμολογίων με ακριβή στοιχεία.

§ **Έκδοση και λήψη πλαστών φορολογικών στοιχείων**

²⁷ Κόρρας & Δρόσος, 2014

²⁸ Κόρρας & Δρόσος, 2014

§ Διακίνηση προϊόντων από χώρες της Ε.Ε.: με πλαστά παραστατικά

§ Διακίνηση προϊόντων από τρίτες χώρες και παρουσίασή της ως ενδοκοινοτική συναλλαγή.

Τέλος, φοροδιαφυγή εντοπίζεται και στην περίπτωση άλλων φόρων όπως είναι ο Φ.Μ.Υ. (φόρος μισθωτών υπηρεσιών) και οι φόροι μεταβίβασης ακινήτων, κληρονομιάς, δωρεές κτλ.

Κάποιοι ταυτίζουν την φοροδιαφυγή με την παραοικονομία. Μπορεί και οι δυο έννοιες να είναι παράνομες, ωστόσο δεν είναι ταυτόσημες. Αυτό διότι μπορεί να υπάρξει φοροδιαφυγή χωρίς παραοικονομία και παραοικονομία χωρίς φοροδιαφυγή. Χαρακτηριστικό παράδειγμα της πρώτης περίπτωσης είναι η αγροτική παραγωγή, ενώ αναφορικά με την δεύτερη περίπτωση, αξίζει να αναφερθεί η φοροδιαφυγή σε μεταβιβαστικές πληρωμές και στην φορολογία κληρονομιών, γονικών παροχών κτλ. Η φοροδιαφυγή, δηλαδή, συνδέεται με την «αδήλωτη οικονομία», ενώ η παραοικονομία συνδέεται με την «μαύρη οικονομία». Σύμφωνα με τον Αγαπητό, «η παραοικονομία είναι παιδί της φοροδιαφυγής»²⁹.

Η παραοικονομία συναντάται με διάφορες ονομασίες, όπως hidden economy (κρυμμένη), black (μαύρη), unrecorded (μη μεταγραφόμενη), moonlight (οικονομία του λυκόφωτος), parallel (παράλληλη). Ο Schneider (1986) ορίζει την παραοικονομία ως τις οικονομικές δραστηριότητες που δημιουργούν προστιθέμενη αξία και κατά συνέπεια θα έπρεπε να περιλαμβάνονται στο ΑΕΠ, ωστόσο δεν καταγράφονται από τις αρμόδιες υπηρεσίες μέτρησης. Η παραοικονομία σχετίζεται με την τρέχουσα οικονομική δραστηριότητα και αυτό το στοιχείο είναι που την διαφοροποιεί από την έννοια της φοροδιαφυγής. Η παραοικονομία περιλαμβάνει³⁰:

§ Την αδήλωτη νόμιμη παραγωγή

§ Την αδήλωτη παραγωγή σε είδος που αναφέρεται σε κλοπές από τους εργαζόμενους σε χώρους εργασίας

§ Την παράνομη παραγωγική δραστηριότητα που δημιουργεί προστιθέμενη αξία.

3.4.2 Αίτια της Φοροδιαφυγής

²⁹ Κόρρας & Δρόσος, 2014

³⁰ Γιατσέ, 2013

Η διεθνής βιβλιογραφία έχει ασχοληθεί αρκετά με το θέμα της φοροδιαφυγής δεδομένου του μεγάλου κόστους που τη συνοδεύει. Οι αιτίες που οδηγούν στην φοροδιαφυγή αναφέρονται παρακάτω:

- § Το μορφωτικό και ηθικό επίπεδο των φοροτεχνικών οργάνων: Όταν τα στελέχη των φοροτεχνικών υπηρεσιών είναι ικανά, μορφωμένα και με ηθικές αξίες, μπορούν να διαμορφώσουν ένα φορολογικό σύστημα που να μην ευνοεί την φοροδιαφυγή³¹.
- § Η διάρθρωση του φορολογικού συστήματος παίζει καθοριστικό ρόλο στην φοροδιαφυγή. Η πολυπλοκότητα του φορολογικού συστήματος με πολλούς νόμους και ρυθμίσεις για το ίδιο θέμα και οι δυσκίνητοι ελεγκτικοί μηχανισμοί βοηθούν την εξάπλωση του φαινομένου της φοροδιαφυγής. Επίσης, αν το φορολογικό σύστημα κυριαρχείται από άμεσους φόρους, η τάση για φοροδιαφυγή είναι μεγαλύτερη, *ceteris paribus*. Αυτό διότι οι επιχειρήσεις μπορούν πιο εύκολα να αποκρύψουν το φορολογητέο ποσό μεταφέροντας ένα μέρος από τα κέρδη τους σε λογαριασμούς αποσβέσεων, εξόδων παραστάσεων, έρευνας κτλ. Από την άλλη αν στο φορολογικό σύστημα κυριαρχούν οι έμμεσοι φόροι τότε διευκολύνεται ο έλεγχος καθώς και λιγότεροι φορείς φορολογούνται αλλά και είναι υποχρεωμένοι να τηρούν λογιστικά βιβλία από τα οποία προκύπτει το φορολογητέο ποσό. Ωστόσο, καθοριστικό ρόλο παίζει και η ειδικότερη μορφή των άμεσων ή έμμεσων φόρων. Αν για παράδειγμα, ο φόρος καταναλώσεως εισπράττεται μόνο στο στάδιο της βιομηχανοποιήσεως, η δυνατότητα φοροδιαφυγής είναι μικρότερη από την περίπτωση όπου ο φόρος εισπράττεται μόνο στο στάδιο του λιανικού εμπορίου, διότι οι επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου είναι πιο πολλές και δεν κρατούν επαρκή στοιχεία³².
- § Ο τρόπος διαχείρισης του δημόσιου χρήματος από το κράτος. Γενικά, ισχύει ότι όσο πιο σωστά και συνετά διαχειρίζεται το κράτος τα δημόσια χρήμα, τόσο χαμηλότερο είναι το επίπεδο της φοροδιαφυγής. Αυτό συμβαίνει διότι οι φορολογούμενοι νιώθουν να εκτιμάται η φορολογική θυσία που κάνουν. Άλλωστε η ουσία της σωστής διαχείρισης του δημόσιου χρήματος είναι ότι αξιοποιείται για την ικανοποίηση συλλογικών αναγκών

³¹ Γιατσέ, 2013

³² Γιατσέ, 2013

που αυτό σημαίνει κοινωνικό όφελος. Κάτι τέτοιο ενισχύει την εμπιστοσύνη και έτσι μειώνονται οι αθέμιτες πρακτικές³³.

- § Ο βαθμός οργάνωσης της αγοράς και των παραγωγικών μονάδων. Σε μια αγορά που οι περισσότερες συναλλαγές πραγματοποιούνται σε είδος, η φοροδιαφυγή είναι πιο πιθανή, σε αντίθεση με τις αγορές, στις οποίες, κυρίως, οι συναλλαγές πραγματοποιούνται σε χρηματική αξία. Ένας άλλος παράγοντας που συντελεί στην φοροδιαφυγή είναι η δομή της παραγωγικής διαδικασίας με πολλές μικρές παραγωγικές μονάδες, καθώς δεν είναι πολύ καλά οργανωμένες λογιστικά. Για παράδειγμα, χώρες με μεγάλο αγροτικό τομέα παρουσιάζουν μεγαλύτερα επίπεδα φοροδιαφυγής³⁴.
- § Υπάρχει μια θεωρία στην διεθνή βιβλιογραφία που υποστηρίζει ότι η φοροδιαφυγή πολλές φορές «επιτρέπεται» από το κράτος με την έννοια ότι την παραβλέπει, ώστε να επιδοτήσει με αυτό τον τρόπο την ανάληψη ρίσκου στην οικονομία από τους επιχειρηματίες³⁵. Ωστόσο, κάποιοι ασκούν κριτική σε αυτή την άποψη, διότι τα μεγαλύτερα ποσοστά φοροδιαφυγής συναντώνται σε επαγγέλματα που δεν σχετίζονται με επιχειρηματική ανάληψη κινδύνου που οδηγεί στην ανάπτυξη, όπως δικηγόροι και γιατροί.
- § Γενικά, όσο πιο εύκολα μπορεί μια επιχείρηση να ελεγχθεί μέσω λογιστικών βιβλίων, τόσο λιγότερο φοροδιαφεύγει, σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποίησαν οι Artavanis et. al. (2012) στην Ελλάδα.
- § Σύμφωνα με την ίδια έρευνα, οι Artavanis et. al. (2012) συμπέραναν ότι οι επιχειρήσεις που χαίρουν εύνοιας από βουλευτές και πολιτικούς, τόσο περισσότερο φοροδιαφεύγουν.

Ειδικότερα στην Ελλάδα, να αναφέρουμε ότι η φοροδιαφυγή δεν είναι πρόσφατο φαινόμενο αλλά υπήρχε πολλά χρόνια και έχει περάσει στην κουλτούρα του λαού. Πέρα από αυτό ωστόσο, η σημερινή κατάσταση της Ελλάδας με την οικονομική κρίση να την έχει αναγκάσει να προσφύγει για βοήθεια στην Ε.Ε και στο Διεθνές Νομισματικό Ταμείο έχει διαμορφώσει μια ακόμα πιο αρνητική κατάσταση. Στην προσπάθεια για εξεύρεση δημοσίων εσόδων, το κράτος προχωράει σε αύξηση των φόρων, γεγονός το οποίο σε συνδυασμό με το μη αποτελεσματικό φορολογικό σύστημα επιβαρύνει άνισα την μεσαία και χαμηλού εισοδήματος τάξη.

³³ Γιατσέ, 2013

³⁴ Γιατσέ, 2013

³⁵ Pestieau & Possen, 1991 από Artavanis et.al., 2012

3.4.3 Συνέπειες Φοροδιαφυγής

Οι συνέπειες της φοροδιαφυγής είναι ιδιαίτερα αρνητικές για την οικονομική ζωή. Πρόκειται για κόστος όχι μόνο οικονομικό αλλά και κοινωνικό. Οι σημαντικότερες συνέπειες της φοροδιαφυγής είναι οι εξής³⁶:

- § Παραβιάζεται η αρχή της δίκαιης κατανομής των φορολογικών βαρών
- § Ταμειακά προβλήματα στο κράτος
- § Μειώνεται η αποτελεσματικότητα των μέτρων της κυβέρνησης για την σωστή εφαρμογή της δημοσιονομικής πολιτικής και την επίτευξη των στόχων της. Η κυβέρνηση αναγκάζεται να πραγματοποιήσει περικοπές στις δημόσιες δαπάνες με αποτέλεσμα να προκύπτουν βασικές ελλείψεις σε βασικές δημόσιες παροχές που ευνοούν το κοινωνικό σύνολο και προωθούν την οικονομική ανάπτυξη.
- § Το κακό παράδειγμα των φοροφυγάδων επιδρά πολλαπλασιαστικά στην εξάπλωση του φαινομένου της φοροδιαφυγής μέσα από τον επηρεασμό και την διαδικασία μίμησης από τους ευσυνείδητους πολίτες.
- § Δημιουργείται πρόβλημα με την άριστη κατανομή των παραγωγικών πόρων, διότι με την φοροδιαφυγή ευνοούνται και αναπτύσσονται επιχειρήσεις που μπορεί να μην είναι και η πλέον παραγωγικές.
- § Σε άμεση σχέση με την προηγούμενη συνέπεια είναι και το γεγονός ότι δημιουργείται πρόβλημα με τον ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων. Αυτό συμβαίνει διότι οι επιχειρήσεις που φοροδιαφεύγουν είναι σε θέση να θέσουν χαμηλότερες τιμές σε σχέση με τις επιχειρήσεις που είναι νόμιμες και δεν φοροδιαφεύγουν.

3.4.4 Κίνητρα Φοροδιαφυγής

Πολλές επιχειρήσεις φοροδιαφεύγουν και δρουν στην παραοικονομία. Αυτό βέβαια, συμβαίνει όταν οι επιχειρήσεις πιστεύουν ότι τα οφέλη από την φοροδιαφυγή και την παραοικονομία θα είναι μεγαλύτερα από ότι ο κίνδυνος σε

³⁶ Γιατσέ, 2013

περίπτωση αποκάλυψης των αθέμιτων αυτών ενεργειών (Γιατσέ 2013). Συνεπώς, οι επιχειρήσεις μέσω της φοροδιαφυγής και της παραοικονομίας αποκομίζουν οφέλη. Με την φοροδιαφυγή καταφέρνουν να αυξήσουν τα κέρδη τους, μειώνοντας το κόστος που είναι οι φορολογικές δαπάνες που πρέπει να αποδώσουν στο κράτος. Με την παραοικονομία, επίσης, μεγιστοποιούν τα κέρδη τους μέσω αύξησης των εσόδων από αδήλωτες δραστηριότητες. Μάλιστα, σκοπός πολλών επιχειρήσεων, ιδίως, μικρομεσαίων είναι τα έσοδα που αποκομίζουν από την φοροδιαφυγή να τα χρησιμοποιούν για την αυτοχρηματοδότηση των επενδυτικών τους προγραμμάτων (Ζαφειρόπουλος 2012). Ένα ακόμα σημαντικό όφελος της παραοικονομίας και της φοροδιαφυγής που σχετίζεται και απορρέει ουσιαστικά από τη δυνατότητα μείωσης του κόστους είναι η δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Με την φοροδιαφυγή μειώνεται το κόστος παραγωγής και έτσι μπορεί η επιχείρηση να προσφέρει τα προϊόντα σε χαμηλότερες τιμές από ότι ο ανταγωνιστής.

Αυτά τα οφέλη σε συνδυασμό με το μειωμένο κίνδυνο αποκάλυψης λόγω του χαμηλού βαθμού ελέγχων και της γενικότερης λειτουργίας του συστήματος στην Ελλάδα που αφήνει περιθώρια για τέτοιες αθέμιτες πρακτικές, αυξάνουν τα φαινόμενα αυτά με απώτερο σκοπό τον πλουτισμό.

3.5. ΝΟΜΙΜΟΠΟΙΗΣΗ ΕΣΟΔΩΝ ΑΠΟ ΠΑΡΑΝΟΜΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Πρόκειται για το λεγόμενο «ξέπλυμα βρώμικου χρήματος». Ο Νόμος 3691/2008 ορίζει ως πράξεις νομιμοποίησης εσόδων από εγκληματικές δραστηριότητες τις ακόλουθες πράξεις:

- § Η μετατροπή ή μεταβίβαση περιουσίας εν γνώσει του γεγονότος ότι προέρχεται από εγκληματικές δραστηριότητες ή από πράξη συμμετοχής σε τέτοιες δραστηριότητες, με σκοπό την απόκρυψη ή τη συγκάλυψη της παράνομης προέλευσής της ή την παροχή συνδρομής σε οποιοδήποτε εμπλέκεται στις δραστηριότητες αυτές, προκειμένου να αποφύγει τις έννομες συνέπειες των πράξεών του.

- § Η απόκρυψη ή συγκάλυψη της αλήθειας με οποιοδήποτε μέσο ή τρόπο, όσον αφορά στην φύση, προέλευση, διάθεση, διακίνηση, ή χρήση περιουσίας ή στον τόπο όπου αυτή αποκτήθηκε ή ευρίσκεται ή την κυριότητα επί περιουσίας ή σχετικών με αυτή δικαιωμάτων, εν γνώσει του γεγονότος ότι αυτή προέρχεται από εγκληματικές δραστηριότητες.
- § Η απόκτηση, κατοχή διαχείριση ή χρήση περιουσίας, εν γνώσει κατά το χρόνο της κτήσης ή της διαχείρισης, του γεγονότος ότι η περιουσία προέρχεται από εγκληματικές δραστηριότητες ή από πράξη συμμετοχής σε τέτοιες δραστηριότητες.
- § Η χρησιμοποίηση του χρηματοπιστωτικού τομέα με την τοποθέτηση σε αυτόν ή τη διακίνηση μέσω αυτού εσόδων που προέρχονται από εγκληματικές δραστηριότητες με σκοπό να προσδοθεί νομιμοφάνεια στα εν λόγω έσοδα.
- § Η σύσταση οργάνωσης ή ομάδας δύο τουλάχιστον ατόμων για την διάπραξη μιας ή περισσότερων από τις πράξεις, που αναφέρονται στα παραπάνω στοιχεία και η συμμετοχή σε τέτοια οργάνωση ή ομάδα.

Οι πιο γνωστές πρακτικές από τις επιχειρήσεις για την νομιμοποίηση εσόδων από παράνομες και εγκληματικές δραστηριότητες είναι οι εξής³⁷:

- § Αγορά Χρυσού και πολύτιμων λίθων
- § Ψεύτικη δίκη
- § Ψεύτικη Νίκη σε παιχνίδι
- § Ψευδείς Δημοπρασίες
- § Πλαστά Τιμολόγια
- § Κτηματικές Συναλλαγές
- § Hawala: Ανταλλαγή ή μεταφορά χρημάτων μέσω μεσαζόντων κυρίως στο εξωτερικό που στηρίζεται στην «εμπιστοσύνη» καθώς οι συναλλασσόμενοι και οι μεσάζοντες δεν εκδίδουν, προφανώς, αποδείξεις.
- § Πολιτική Δανεισμού (Loanback)
- § Ενέγγυα Πίστωση
- § Νομιμοποίηση εσόδων από παράνομες δραστηριότητες μέσω κούριερ ή «κατ'οίκον»

³⁷ Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, 2013

- § Κατάθεση σε πιστωτικό ίδρυμα και επακόλουθη ανάληψη
- § Εμπορικά καταστήματα Βιτρίνες
- § Η Μέθοδος Jurado
- § Κινέζικα Κουτιά
- § Stelage
- § Συναλλαγές δυο κατευθύνσεων
- § Swap σε σταθερή συχνότητα
- § Ολική ή μερική εθελούσια υπαναχώρηση από συμβόλαιο ασφάλειας ζωής
- § Αγορά Ομολόγων με ετεροχρονισμένη κεφαλαιοποίηση
- § Παράνομη είσπραξη αποζημίωσης σε ασφαλιστικό συμβόλαιο για κλοπή ή καταστροφή

3.6. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΦΘΟΡΑ

3.6.1 Ορισμός

Η έννοια της διαφθοράς είναι αρκετά πολύπλοκη και έχει πολλές διαστάσεις, για το λόγο αυτό δεν υπάρχει ένας και μόνο ορισμός που να περικλείει όλες τις πτυχές της. Κοινός τόπος, ωστόσο, όλων των ορισμών της έννοιας της διαφθοράς είναι ότι κεντρικός πυρήνας της είναι ο δημόσιος τομέας³⁸. Η διαφθορά ενυπήρχε από πολύ παλιά, με την έννοια ότι όποιος ασκεί δημόσια εξουσία, δελεάζεται να την χρησιμοποιήσει για προσωπικό όφελος. Ωστόσο, τα τελευταία χρόνια έχει ερευνηθεί σαν έννοια συστηματικά. Ένας γενικός ορισμός που μπορεί να περιγράψει την διαφθορά και να αναφέρεται γενικά σε όλες τις πράξεις διαφθοράς ορίζει την διαφθορά ως την «κατάχρηση της εξουσίας για ίδιον όφελος»³⁹. Αξίζει να διευκρινιστεί, ωστόσο, το γεγονός ότι πράξεις διαφθοράς πραγματοποιούνται όχι μόνο προς ίδιον όφελος αλλά και προς όφελος της οικογένειας, φίλων όπως επίσης, πολύ συχνό φαινόμενο είναι η χρηματοδότηση πολιτικών κομμάτων από τα ποσά διαφθοράς.

Η έννοια της διαφθοράς καλύπτει ένα ευρύ φάσμα πράξεων- αιτίων- συνεπειών- που κυμαίνεται από μια απλή πράξη πληρωμής που αντίκειται στον νόμο μέχρι και

³⁸ World Bank Group, 1997

³⁹ Διεθνής Διαφάνεια- Ελλάδα

διαφθορά που διαχέεται και διαβρώνει όλο το πολιτικό και οικονομικό σύστημα. Μάλιστα, θεωρείται περισσότερο σαν μια κοινωνική απόκλιση παρά σαν εξατομικευμένη ενέργεια⁴⁰. Σύμφωνα με τον Kaufmann (2005)⁴¹, η έννοια της διαφθοράς ορίζεται ως η ιδιωτικοποίηση της δημόσιας πολιτικής (privatization of public policy) δηλαδή, η επιρροή στην άσκηση δημόσιας πολιτικής υπέρ ιδιωτικών συμφερόντων και εις βάρος του κοινωνικού συνόλου.

Σύμφωνα με τον Aidt (2003), υπάρχουν τρεις συνθήκες που θα πρέπει να υφίστανται, ώστε να υπάρχει επίμονη διαφθορά:

1. Διακριτική Ευχέρεια: οι σχετικοί δημόσιοι αξιωματούχοι θα πρέπει να κατέχουν την εξουσία να σχεδιάζουν κανονισμούς και πολιτικές με διακριτικό τρόπο.
2. Οικονομικές Πρόσοδοι: Η διακριτική ευχέρεια θα πρέπει να επιτρέπει την απόσπαση υπαρχουσών προσόδων ή την δημιουργία προσόδων που μπορούν να αποσπαστούν.
3. Αδύναμοι Θεσμοί: τα κίνητρα που είναι ενσωματωμένα στους πολιτικούς διοικητικούς και νομικούς θεσμούς πρέπει να είναι τέτοια ώστε οι αξιωματούχοι να έχουν το κίνητρο να εκμεταλλευτούν την διακριτική ευχέρεια ώστε αποσπούν ή να δημιουργούν προσόδους.

Σύμφωνα με την Τσουδερού (1998)⁴², «η διαφθορά ξεκινά από την αλληλεξάρτηση του κράτους με τους ιδιώτες, φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Ο δημόσιος λειτουργός που έχει σε μικρό ή μεγάλο βαθμό την διακριτική ευχέρεια να ασκήσει κρατική εξουσία διανέμοντας ένα όφελος, καταλογίζοντας ένα βάρος ή παρέχοντας μια υπηρεσία σε ιδιώτες, είναι εν δυνάμει στόχος διαφθοράς. Η διαφθορά ή μη θα κριθεί κατ αρχήν αφ ενός από την πρόνοια της νομοθεσίας για διαφάνεια στις συναλλαγές και αφ ετέρου από τον κατασταλτικό έλεγχο όσων ασκούν κρατική εξουσία στις σχέσεις τους με τους ιδιώτες. Σε ατομικό επίπεδο, θα κριθεί από τον ίδιο λειτουργό και στους συναλλασσομένους με αυτόν».

Σύμφωνα με τον Sugar⁴³, οι περισσότεροι ορισμοί, περισσότεροι από τους οποίους περιγράφηκαν παραπάνω, θεωρούνται ελλιπείς διότι παραβλέπουν να

⁴⁰ Ata, 2011

⁴¹ Ευαγγελίδου, 2013

⁴² Κατσάνου, 2013

⁴³ Κατσάνου, 2013

προσεγγίσουν τον φαινόμενο της διαφθοράς μέσα από την ουσία της έννοιας της, που είναι η καταστρατήγηση της «αρχής της αμεροληψίας», σύμφωνα με την οποία τα κράτος και η νομοθεσία του θα πρέπει να μεταχειρίζεται τα άτομα ισότιμα. Αυτή είναι η πηγή και η ουσία της έννοιας της διαφθοράς.

3.6.2 Μέτρηση Διαφθοράς

Η έκταση του φαινομένου σε συνδυασμό με τις αρνητικές συνέπειες του, καθιστούν αναγκαία την συστηματική παρακολούθηση του φαινομένου για την καταπολέμησή του. Απαραίτητη, λοιπόν, είναι η μέτρηση της διαφθοράς. Αυτή πραγματοποιείται με την βοήθεια των εξής δεικτών⁴⁴:

- § **Ο δείκτης Business International (BI):** Ο δείκτης αυτός συντάσσεται από το Economist Intelligence Unit και περιλαμβάνει εκτίμηση του επιπέδου διαφθοράς για διάφορες χώρες.
- § **Ο δείκτης ICRG (International Country Risk Guide):** Ο συγκεκριμένος δείκτης εκδίδεται ετησίως από την Political Risk Services Inc.
- § **Ο δείκτης του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ:** Το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ δημοσιεύει ετησίως στοιχεία για την διαφθορά σε δημοσίευση με το όνομα World Competitiveness Report.
- § **Το παγκόσμιο βαρόμετρο για την διαφθορά (Global Corruption Barometer, GCB):** Από το 2003, πραγματοποιείται μια έρευνα της κοινής γνώμης για τις αντιλήψεις της περί διαφθοράς.
- § **Ο δείκτης Χρηματισμού (Bribe payers Index, BPI):** Είναι μια εξειδικευμένη έρευνα που πραγματοποιείται σε διάφορες χώρες αλλά μεταξύ μόνο ανώτατων στελεχών, επιχειρήσεων και τραπεζών.
- § **Ο δείκτης Αντιλαμβανόμενης Διαφθοράς:** Ο συγκεκριμένος δείκτης συντάσσεται από τον παγκόσμιο μη κυβερνητικό οργανισμό «Διεθνή Διαφάνεια».

⁴⁴ Παπακωνσταντίνου, 2011

3.6.3 Κατηγορίες Διαφθοράς

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, η έννοια της διαφθοράς είναι πολυδιάστατη και περιλαμβάνει διαφόρων τύπων πράξεις. Στην συνέχεια παρουσιάζονται οι βασικές κατηγορίες διαφθοράς⁴⁵:

- § **Δωροδοκία – Χρηματισμός (Bribery):** Διευκολύνσεις από κρατικούς αξιωματούχους οι οποίες ανταλλάσσονται με χρήμα ή είδος από τους ωφελούμενους. Συχνό φαινόμενο είναι να απαιτείται η παράκαμψη των νόμων και των κανονισμών.
- § **Κατάχρηση- Υπεξαίρεση χρημάτων:** Κλοπή δημόσιων πόρων από όσους έχουν την ευθύνη για διαχείριση αυτών.
- § **Απάτη:** Απόκρυψη ή διαστρέβλωση πληροφοριών από κρατικούς αξιωματούχους αλλά και ο στρουθοκαμηλισμός σε πράξεις διαφθοράς.
- § **Εκβιασμός:** Απόσπαση χρημάτων από ιδιώτες ή επιχειρήσεις με την μορφή δώρων ή πληρωμών.
- § **Ευνοιοκρατία- Νεποτισμός:** Η χρησιμοποίηση της δημόσιας εξουσίας προς όφελος της οικογένειας ή φίλων.

Οι τομείς εμφάνισης της διαφθοράς είναι τρεις⁴⁶:

- § **Οικονομική & Κοινωνική Διαφθορά:** Η οικονομική διαφθορά είναι αυτή που σχετίζεται με παράνομο οικονομικό όφελος και πρόκειται για την πιο συχνή μορφή. Κοινωνική διαφθορά είναι η περίπτωση όταν ζητείται μια διευκόλυνση που δεν είναι απαραίτητα παράνομη αλλά πραγματοποιείται με την προσδοκία της ανταπόδοσης.
- § **Ιδιωτική & Δημόσια Διαφθορά:** Ιδιωτική διαφθορά αφορά στον παράνομο χρηματισμό ιδιωτών, όπως ιδιωτικές επιχειρήσεις, πολυεθνικές κτλ. Δημόσια διαφθορά είναι όταν κάποιος κρατικός αξιωματούχος είτε εκλεγμένος είτε διορισμένος, ο οποίος κατέχει εξουσία, την εκμεταλλεύεται παράνομα προς ίδιον όφελος.

⁴⁵ Αναγνωστέλος, 2009

⁴⁶ Ευαγγελίδου, 2013

§ Πολιτική Διαφθορά: Η πολιτική διαφθορά σχετίζεται με την κατάχρηση εξουσίας από τους πολιτικούς και παίρνει διάφορες μορφές, όπως, δωροδοκία, εκβιασμός, νεποτισμός κτλ.

3.6.4 Αιτίες Διαφθοράς

Ποιοι είναι οι παράγοντες που οδηγούν στην διαφθορά;

Είναι ένα βασικό ερώτημα που ερευνάται στην διεθνή βιβλιογραφία και οι απαντήσεις αναζητούνται στην κοινωνικοοικονομική, πολιτική νομική και πολιτισμική δομή της χώρας⁴⁷. Όλοι οι πολιτικοί, κοινωνικοί, οικονομική, νομικοί και πολιτισμικοί παράγοντες είναι αυτοί που δημιουργούν πρόσφορο έδαφος για τα άτομα- πολίτες να διενεργήσουν πράξεις διαφθοράς. Άρα και η ίδια η συμπεριφορά του ατόμου είναι αυτή που συντελεί, ως καθοριστικός παράγοντας, στην διαφθορά. Σύμφωνα με την οικονομική θεώρηση, ένα άτομο θα ενεργήσει με συγκεκριμένο τρόπο αν το όφελος που θα έχει με αυτό τον τρόπο είναι μεγαλύτερο από το αντίστοιχο κόστος⁴⁸. Άρα ο συνδυασμός της ατομικής συμπεριφοράς με τις δομές μιας χώρας διαμορφώνουν το κράμα του περιβάλλοντος στο οποίο αναπτύσσεται η διαφθορά. Από την βιβλιογραφική ανασκόπηση προκύπτει ότι οι παράγοντες που καθορίζουν τον βαθμό διαφθοράς σε μια χώρα χωρίζονται σε τρεις μεγάλες κατηγορίες: οικονομικοί παράγοντες, πολιτικοί και νομικοί παράγοντες, κοινωνικοί και πολιτισμικοί παράγοντες⁴⁹:

Οικονομικοί παράγοντες

- § Μέγεθος της Κυβέρνησης**
- § Επίπεδο Μισθών**
- § Οικονομική Ανάπτυξη**
- § Κατανομή εισοδήματος και Φτώχεια**
- § Ανταγωνιστικότητα**
- § «Άνοιγμα» της οικονομίας**
- § Οικονομική ελευθερία**
- § Πληθωρισμός**
- § Κανονισμοί**

⁴⁷ Ata, 2011

⁴⁸ Ευαγγελίδου, 2013

⁴⁹ Ata, 2011

Πολιτικοί & Νομικοί Παράγοντες

- § **Δημοκρατία**
- § **Πολιτικός ανταγωνισμός**
- § **Κρατική παρέμβαση και ελευθερία του τύπου**
- § **Πολιτική αστάθεια**
- § **Γραφειοκρατία**
- § **Ευθύνη (Accountability)**
- § **Νομικό σύστημα**
- § **Τυπικά καθήκοντα**

Κοινωνικοί & Πολιτισμικοί Παράγοντες

- § **Εθνικός διαχωρισμός**
- § **Θρήσκευμα**
- § **Εκπαίδευση**
- § **Κουλτούρα**
- § **Φυσικός πλούτος**
- § **Σεξουαλικότητα**
- § **Ηθικές αξίες**
- § **Αστικοποίηση**

Για παράδειγμα, αναφορικά με τον παράγοντα οικονομική ανάπτυξη, η βιβλιογραφία αναφέρει ότι υπάρχει μια σημαντική αρνητική σχέση μεταξύ του επιπέδου οικονομικής ανάπτυξης και μεγέθυνσης και του επιπέδου διαφθοράς. Συνήθως, στις υποανάπτυκτες χώρες η έλλειψη οικονομικών πόρων είναι ο νούμερο ένα παράγοντας που οδηγεί στην διαφθορά. Αντίθετα, στις αναπτυγμένες χώρες υπάρχουν κάποιες δυνάμεις που λειτουργούν αποτρεπτικά στην ανάπτυξη της διαφθοράς⁵⁰:

α) Αυξήσεις στους μισθούς, στις παροχές στην εκπαίδευση και αύξηση της αστικοποίησης,

⁵⁰ Ata & Arvas, 2011

- β) Βελτιώσεις στην τεχνολογίες επικοινωνίας και μεταφορών,
- γ) Μεγέθυνση των μέσων ενημέρωσης,
- δ) Βελτιώσεις στις διοικητικές και λογιστικές ικανότητες
- ε) Αύξηση της καπιταλιστικής τάξης, και της αστικής μεσαίας τάξης
- στ) Η αυξανόμενη πίεση στις κρατικές δαπάνες.

Αναφορικά με την κατανομή του εισοδήματος, η σχετική βιβλιογραφία υποδεικνύει ότι όσο μεγαλύτερη είναι η ανισοκατανομή του εισοδήματος σε μια χώρα τόσο μεγαλύτερο είναι το μέγεθος της διαφθοράς. Όταν υπάρχει μεγαλύτερη ισορροπία στην κατανομή του εισοδήματος, τότε η μεσαία τάξη είναι ευρύτερη με αποτέλεσμα τα άτομα της «ελίτ» τάξης να είναι περισσότερο υπόλογα. Αντίθετα, με την ανισοκατανομή τα άτομα της «ελίτ» τάξης έχουν περισσότερες ευκαιρίες για να διαπράξουν πράξεις διαφθοράς, όπως δωροδοκίες κτλ.⁵¹.

Ο πληθωρισμός είναι ένας ακόμα σημαντικός παράγοντας που οδηγεί στην διαφθορά. Ο πληθωρισμός μειώνει τους πραγματικούς μισθούς με αποτέλεσμα την μείωση της πραγματικής αγοραστικής αξίας των νοικοκυριών. Οι ανάγκες των νοικοκυριών παραμένουν και ιδιαίτερα αν με την αγοραστική τους αξία τα νοικοκυριά δεν μπορούν να ικανοποιήσουν βασικές τους ανάγκες, τότε οι πράξεις διαφθοράς είναι ολοένα και περισσότερες.

Ο βαθμός της οικονομικής ελευθερίας καθορίζει επίσης, σε σημαντικό βαθμό το επίπεδο διαφθοράς σε μια χώρα. Η οικονομική ελευθερία σχετίζεται με το επίπεδο κρατικής παρέμβασης στις οικονομικές δραστηριότητες. Όσο μεγαλύτερος είναι ο βαθμός κρατικής παρέμβασης, τόσο περιορίζεται η οικονομική ελευθερία. Όσο περιορίζεται η οικονομική ελευθερία, τόσο αυξάνει το επίπεδο της διαφθοράς. Όσο περισσότερους πόρους διαχειρίζεται το κράτος αναφορικά με περιουσιακά στοιχεία και την κανονιστική δύναμη, τόσο περισσότερο περιθώριο υπάρχει για πράξεις διαφθοράς. Επίσης, χώρες όπου η κρατική παρέμβαση πραγματοποιείται μέσα από την επιβολή υψηλής φορολογίας, παρουσιάζουν μεγαλύτερα ποσοστά

⁵¹ Ata & Arvas, 2011

διαφθοράς, ενώ οι χώρες που στηρίζονται, κυρίως, στον ανταγωνισμό από τις εισαγωγές παρουσιάζουν μικρότερα ποσοστά διαφθοράς⁵².

Η δομή του πολιτικού συστήματος είναι καθοριστική για την εγκαθίδρυση και εξάπλωση ή όχι φαινομένων διαφθοράς. Για παράδειγμα το αναλογικό εκλογικό σύστημα συνδέεται με μεγαλύτερο επίπεδο διαφθοράς, όπως υποδεικνύουν αρκετές έρευνες⁵³. Μεγάλη σημασία έχει και το νομικό σύστημα, στο κατά πόσο προστατεύει τις πράξεις διαφθοράς και στο αν υπάρχουν δικλείδες ασφαλείας που επιτρέπουν παράνομες πράξεις χωρίς κόστος. Σε γενικές γραμμές η πολυνομία αποτελεί ένα πολύ σημαντικό παράγοντα που ευνοεί την ανάπτυξη διαφθοράς και στην Ελλάδα αυτό το στοιχείο ενυπάρχει σε μεγάλο βαθμό⁵⁴. Σύμφωνα με τον Treisman (2000)⁵⁵, το θρήσκευμα μπορεί να επηρεάσει, επίσης, το επίπεδο διαφθοράς. Για παράδειγμα, ο προτεσταντισμός παρεμβαίνει και ενδέχεται να καταγγείλει πράξεις διαφθοράς εκ μέρους κρατικών αξιωματούχων. Δεν συμβαίνει, ωστόσο, το ίδιο με το Ισλάμ, όπου το κράτος και η εκκλησία συνδέονται στενά, οπότε φαινόμενα διαφάνειας δεν καταγγέλλονται εύκολα και η ανοχή σε τέτοιες πράξεις ενδέχεται να είναι μεγαλύτερη.

Σύμφωνα με το Glaeser & Saks (2004), όσο μεγαλύτερο είναι το επίπεδο εκπαίδευσης σε μια χώρα και όσο περισσότερες γνώσεις διαθέτουν τα άτομα, τόσο πιο ικανά είναι να αντιληφθούν την διαφθορά και αυτό λειτουργεί αποτρεπτικά με αποτέλεσμα την αποτροπή της επέκτασης της διαφθοράς. Άτομα με χαμηλό μορφωτικό επίπεδο καταφεύγουν πιο εύκολα σε παράνομες πράξεις σε σχέση με άτομα υψηλότερου μορφωτικού επιπέδου. Καθοριστικό ρόλο παίζει και η κουλτούρα ενός λαού. Αν γενικά υπάρχει ανοχή σε παράνομες πράξεις λογικό είναι το επίπεδο διαφθοράς να είναι μεγαλύτερο.

⁵² Ευαγγελίδου, 2013

⁵³ Persson & Tabellini (2003), Treisman (2007), Kunicova & Rose – Ackerman (2005), Gerring & Thacker (2004)

⁵⁴ Δαμάσκου, 2012

⁵⁵ Από Ευαγγελίδου, 2013

3.6.5 Συνέπειες Διαφθοράς

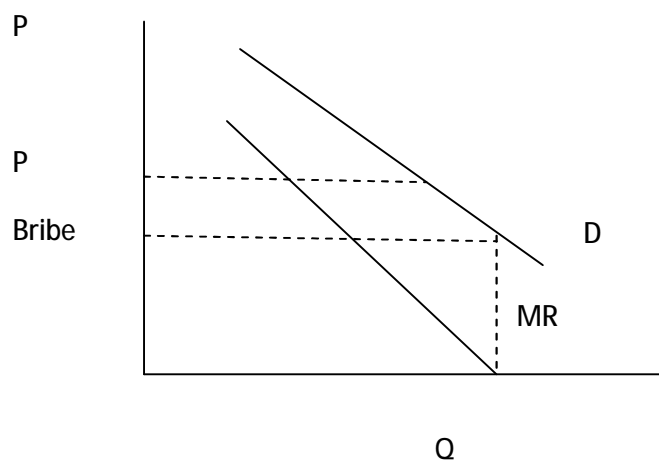
Η διαφθορά έχει δραματικές συνέπειες για την οικονομία. Υπονομεύει τον υγιή ανταγωνισμό, την επιχειρηματικότητα και την λειτουργία της ελεύθερης αγοράς. Πιο συγκεκριμένα, από την βιβλιογραφική ανασκόπηση προκύπτει ότι η διαφθορά επιδρά στους εξής παράγοντες⁵⁶:

- § Οικονομική ανάπτυξη
- § Επενδύσεις
- § Παραοικονομία
- § Κυβερνητικά έσοδα
- § Κατανομή εισοδήματος και φτώχεια
- § Εξωτερική βοήθεια
- § Πολιτικό σύστημα
- § Επίπεδο εγκληματικότητας
- § Πληθωρισμός

Ας εστιάσουμε στην επίδραση που έχει η διαφθορά στο επίπεδο των τιμών. Η διαφθορά επηρεάζει και το επίπεδο τιμών αλλά και τα φορολογικά έσοδα. Ας θεωρήσουμε δυο είδη διαφθοράς: στην κλοπή και στην περίπτωση που μια συναλλαγή πραγματοποιείται στην νόμιμη τιμή αλλά μεσολαβεί και η αμοιβή ενός μεσολαβούντος που κάνει μια διευκόλυνση. Έστω, η πρώτη περίπτωση που πρόκειται ουσιαστικά για περίπτωση μαύρης αγοράς. Το παρακάτω διάγραμμα δείχνει πως διαμορφώνεται η τιμή σε αυτή την περίπτωση, απεικονίζοντας την καμπύλη ζήτησης και την καμπύλη οριακών εσόδων (MR). Όπως φαίνεται η τιμή ισορροπίας είναι μικρότερη από την τιμή αγοράς. Αυτός είναι ο λόγος που τον οδηγεί σε αυτή την συναλλαγή. Ωστόσο, αυτό έχει επίπτωση στα κρατικά

⁵⁶ Ata & Arvas, 2011

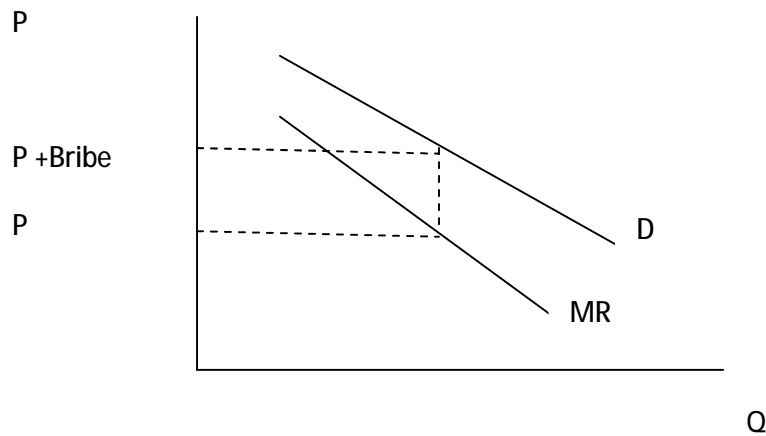
φορολογικά έσοδα. Υπάρχει, λοιπόν, απώλεια εσόδων που θα μπορούσε να διοχετευθεί σε δράσεις κοινωνικής πολιτικής κτλ. Για να καλυφθεί η απώλεια εσόδων, το κράτος καταφεύγει σε αύξηση της φορολογίας, σε μείωση της ποιότητας των παρεχόμενων κρατικών υπηρεσιών αλλά και σε δανεισμό. Υπάρχει μια ακόμα επίπτωση όμως. Ουσιαστικά υπάρχει αύξηση στο οριακό κόστος παραγωγής των άλλων προϊόντων των παραγωγών. Έτσι λοιπόν, παρατηρείται ότι υπάρχουν συνέπειες στο κράτος και στο κοινωνικό σύνολο.



Διάγραμμα 2: Επίδραση Διαφθοράς στην τιμή στην περίπτωση μαύρης αγοράς

/ Πηγή: Ευαγγελίδου, 2013.

Στο παρακάτω διάγραμμα, παρουσιάζεται η διαμόρφωση της τιμής στην δεύτερη περίπτωση που αναφέρεται παραπάνω. Σε αυτή την περίπτωση κάποιος ζητάει «φιλοδώρημα» για να πραγματοποιήσει αυτή την συναλλαγή του προϊόντος. Υπάρχει μια αύξηση στο κόστος και έτσι διαμορφώνεται μια νέα τιμή ισορροπίας που είναι αυξημένη γιατί έχει ενσωματώσει αυτό το κόστος το οποίο περνάει στον καταναλωτή. Στην συγκεκριμένη περίπτωση, το κράτος δεν επιβαρύνεται άμεσα με μείωση φορολογικών εσόδων. Ωστόσο, υπάρχει μια έμμεση επίδραση. Αυτό συμβαίνει διότι το κόστος που επιβαρύνει τον καταναλωτή μειώνει το εισόδημά του κάτι που οδηγεί σε μείωση άλλων νόμιμων προϊόντων, οπότε και μείωση φορολογικών εσόδων από αυτές τις συναλλαγές.



Διάγραμμα 3: Επίδραση Διαφθοράς στην τιμή στην περίπτωση αμοιβής μεσολαβούτος

/ Πηγή: Ευαγγελίδου, 2013.

Σύμφωνα με την Διεθνή Διαφάνεια Ελλάς οι συνέπειες του φαινομένου της διαφθοράς είναι⁵⁷:

- § Η μετανάστευση των επιχειρήσεων που δεν αντέχουν το περιβάλλον της διαφθοράς
- § Η αύξηση του κόστους παραγωγής
- § Η αποστέρηση πόρων από την επένδυση στην έρευνα
- § Η μη είσοδος νέων επιχειρήσεων στην αγορά
- § Η μειωμένη απόδοση φόρων

3.6.6 Κίνητρα Οικονομικής Διαφθοράς

Απώτερος σκοπός της οικονομικής διαφθοράς από την μεριά των επιχειρήσεων είναι τα κέρδη για πλουτισμό. Η επίτευξη συμφωνιών που θα αυξήσουν τα κέρδη, η εξοικονόμηση χρόνου για την επίτευξη συμφωνιών σε σχέση με το χρόνο που

⁵⁷ Δαμάσκου, 2012

χρειάζεται μια άλλη ανταγωνίστρια επιχείρηση και γενικότερα η επικράτηση σε σχέση με τους ανταγωνιστές και η οικονομική κυριαρχία αποτελούν οφέλη της διαφθοράς για την επιχείρηση. Πιο συγκεκριμένα, τα κίνητρα για παραποίηση οικονομικών καταστάσεων και οικονομική διαφθορά προέρχονται από τις εξής πηγές (Ζαφειρόπουλος, 2012):

- § Κίνητρα που προέρχονται από την λειτουργία της Κεφαλαιαγοράς: Η επιχείρηση στην προσπάθειά της να πετύχει ή και να ξεπεράσει τις προβλέψεις των χρηματοοικονομικών αναλυτών και τις προσδοκίες συγκεκριμένων ομάδων επενδυτών ή και της ίδιας της διοίκησης παραποιεί τα οικονομικά της στοιχεία.
- § Κίνητρα που απορρέουν από συμβατικές υποχρεώσεις της επιχείρησης: Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελούν οι δανειακές συμβάσεις που περιλαμβάνουν συγκεκριμένους όρους που αν δεν πληρούνται από την επιχείρηση δεν μπορεί να της χορηγηθεί το δάνειο. Με κίνητρο, λοιπόν, την σύναψη δανείου, παραποιούνται οι οικονομικές καταστάσεις ή παρατηρούνται φαινόμενα δωροδοκίας ή χρηματισμού. Ένα ακόμα κίνητρο αυτής της κατηγορίας είναι το γεγονός ότι οι αμοιβές της διοίκησης πολύ συχνά σχετίζονται με το οικονομικό αποτέλεσμα.
- § Κίνητρα που σχετίζονται με τη συμπεριφορά των μελών της διοίκησης: Το κίνητρο διατήρησης της διοικητικής θέσης κάποιου μάνατζερ οδηγεί συχνά τους μάνατζερ σε παραποίηση οικονομικών αποτελεσμάτων. Ένα ακόμα κίνητρο που κατατάσσεται σε αυτή την κατηγορία είναι το κίνητρο προαγωγών στην ιεραρχική πυραμίδα.
- § Κίνητρα που σχετίζονται με το ρυθμιστικό πλαίσιο λειτουργίας των επιχειρήσεων: Για κάποιους συγκεκριμένους κλάδους υπάρχει ένα σαφές ρυθμιστικό πλαίσιο που όλες οι επιχειρήσεις που θέλουν να δραστηριοποιηθούν στο κλάδο οφείλουν να ακολουθούν. Οπότε προκειμένου να φαίνεται ότι συμμορφώνονται σε αυτό το ρυθμιστικό πλαίσιο παραποιούν τα οικονομικά αποτελέσματά τους.
- § Κίνητρα που απορρέουν από την επιχειρησιακή κουλτούρα: Φυσικά, η διαφθορά μπορεί να πηγάζει και από την κουλτούρα και τις αξίες μιας επιχείρησης γενικά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

4.1. ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ

Σύμφωνα με το άρθρο 5, παρ. 1 του Συντάγματος η ελευθερία του ανταγωνισμού αποτελεί έκφραση του ατομικού δικαιώματος στην οικονομική ελευθερία. Το θεσμικό πλαίσιο για τον ανταγωνισμό στην Ελλάδα περιλαμβάνει τον Νόμο 146/1914 που συνιστά το «δίκαιο του αθέμιτου ανταγωνισμού» και τον Νόμο 703/1977 που αποτελεί το «δίκαιο κατά των περιορισμών του ανταγωνισμού». Αξίζει να αναφερθεί ότι το θεσμικό πλαίσιο που πλαισιώνει τον ελεύθερο ανταγωνισμό παρουσιάζει κάποια μειονεκτήματα αναφορικά με δυο διαστάσεις: πρώτον, υπάρχουν δυσκολίες στην αναγνώριση αθέμιτων ενεργειών και επίσης από την στιγμή που θα εντοπιστούν αυτές οι πράξεις, η ποιότητα των αποφάσεων έναντι αυτών των πράξεων είναι αμφισβητούμενη⁵⁸. Ωστόσο, υπάρχει και μια σειρά άλλων Νομοθετικών διατάξεων που έρχονται να ολοκληρώσουν το νομοθετικό πλαίσιο για τις αθέμιτες πρακτικές των επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Αξίζει να αναφερθεί ότι στα πλαίσια της γενικής εναρμόνισης των πολιτικών στην Ευρωπαϊκή Ένωση, κάποιες Νομοθετικές διατάξεις έχουν ενσωματώσει Κοινοτικές Οδηγίες με το αντίστοιχο αντικείμενο.

4.1.1 Νόμος «περί αθέμιτου ανταγωνισμού»

Ο Νόμος 146/1914 αποτελεί την πρώτη προσπάθεια νομοθετικής ρύθμισης για τον αθέμιτο ανταγωνισμό και προέκυψε από μεταφορά- μετάφραση του αντίστοιχου γερμανικού νόμου⁵⁹. Σύμφωνα με τον Νόμο 146/1914, ο αθέμιτος ανταγωνισμός απαγορεύεται στις εμπορικές πράξεις αλλά και στις πράξεις των γεωργών και γενικά των παραγωγών. Δεν ισχύει η απαγόρευση για τους ελεύθερους

⁵⁸ Speed A.E., 2012

⁵⁹ Speed A.E., 2012

επαγγελματίες που δεν σχετίζονται με εμπορικές πράξεις και για τα νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου. Γενικά, απαγορεύει κάθε πράξη αθέμιτου ανταγωνισμού που είναι αντίθετη προς τα «χρηστά ήθη», προστατεύοντας όσους έχουν υποστεί αθέμιτο ανταγωνισμό. Οι κυρώσεις σύμφωνα με τον Νόμο, είναι ποινικές κυρώσεις, δηλαδή φυλάκιση ή/και πρόστιμο ανάλογα με την παράβαση ή αστικές κυρώσεις δηλαδή η καταβολή αποζημίωσης για την ζημιά που έχει προκληθεί σε ανταγωνιστή, συμπεριλαμβανομένων της πραγματοποιηθείσας ζημιάς αλλά και του διαφυγόντος κέρδους. Πιο, συγκεκριμένα, σύμφωνα με το άρθρο 3 του Νόμου, απαγορεύονται οι ανακριβείς δηλώσεις αναφορικά με την ποιότητα, της αρχικής προέλευσης, του τρόπου κατασκευής ή της τιμολόγησης εμπορευμάτων ή βιομηχανικών εργασιών, του τρόπου ή της πηγής προμήθειας, της κατοχής βραβείων ή άλλων τιμητικών διακρίσεων, αναφορικά με την αιτία ή το σκοπό της πωλήσεως ή του ποσού των προς διάθεση εμπορευμάτων που μπορεί να δημιουργήσει την ψευδή αίσθηση για ευνοϊκή προσφορά.

Επίσης, σύμφωνα με το Νόμο 146/1914, απαγορεύεται η δημόσια διαφήμιση και αναγγελία της εκποίησης εμπορευμάτων λόγω διάλυσης του καταστήματος αν προηγουμένως δεν υπάρχει άδεια από το αρμόδιο Πρωτοδικείο. Απαγορεύονται επίσης, οι συκοφαντικές και δυσφημιστικές διαδόσεις. Η διάδοση ειδήσεων δηλαδή για έναν ανταγωνιστή, για το προϊόν του ή την εμπορική του πίστη είτε είναι αληθείς (δυσφήμιση) είτε αναληθείς (συκοφαντία). Απαγορεύεται επίσης, η χρήση ονόματος, εμπορικής επωνυμίας ή ιδιαίτερου διακριτικού γνωρίσματος μιας ανταγωνίστριας επιχείρησης με τρόπο όπου να προκαλεί σύγχυση στον καταναλωτή. Στα άρθρα 16-18 του Νόμου, προστατεύονται οι επιχειρήσεις σε περίπτωση που κάποιος εργαζόμενος ή μαθητευόμενος αποκαλύψει χωρίς δικαίωμα σε τρίτους κάποιες εμπιστευτικές πληροφορίες που σχετίζονται με τη επιχείρηση και την παραγωγική της δραστηριότητα.

4.1.2 Νομοθεσία για τον ελεύθερο ανταγωνισμό

Ο νόμος 703/1977 «Περί Ελέγχου των Μονοπωλίων και Ολιγοπωλίων και Προστασίας του Ελεύθερου Ανταγωνισμού» με τις ακόλουθες τροποποιητικές νομοθετικές διατάξεις αποτελεί το Αντιμονοπωλιακό νομοθετικό πλαίσιο και απαγορεύει πράξεις που περιορίζουν τον ελεύθερο ανταγωνισμό, καθώς αυτές οι

πράξεις δεν ευνοούν την ομαλή λειτουργία των αγορών και έχουν σημαντικές επιδράσεις στην λειτουργία και την βιωσιμότητα των επιχειρήσεων. Σε γενικές γραμμές, ο Νόμος 703/1977 απαγορεύει με το άρθρο 1, τις συμπράξεις, συμφωνίες και εναρμονισμένες πρακτικές μεταξύ των επιχειρήσεων που περιορίζουν, νοθεύουν ή παρακωλύουν τον ανταγωνισμό και με το άρθρο 2, την κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης στην σχετική αγορά. Επίσης, προβλέπεται προληπτικός έλεγχος αναφορικά με την επίδραση των συγκεντρώσεων των επιχειρήσεων στον ανταγωνισμό. Σε περίπτωση που λάβει χώρα κάποια τέτοια πράξη ή πρακτική θεωρείται απόλυτα άκυρη. Ο νόμος δεν αφορά σε πράξεις και πρακτικές που επηρεάζουν το εμπόριο με άλλα κράτη μέλη. Όταν ο περιορισμός του ανταγωνισμού επηρεάζει το εμπόριο με άλλα κράτη μέλη τότε τίθενται σε εφαρμογή τα άρθρα 81 και 82 της συνθήκης ΕΚ.

Επιτροπή Ανταγωνισμού

Με το άρθρο 8 του Νόμου 703/1977 ιδρύεται η Ελληνική Επιτροπή Ανταγωνισμού. Με τις τροποποιήσεις του Νόμου, αποκτά ανεξάρτητη μορφή με διοικητική αυτοτέλεια (Ν. 2296/95) και οικονομική αυτοτέλεια (Ν. 2837/2000). Απέκτησε επίσης, νομική προσωπικότητα και έχει ως αρμοδιότητα την κανονιστική παρέμβαση σε κλάδους της οικονομίας. Έχει επίσης, διευρυμένες αρμοδιότητες ελέγχου αλλά και εφαρμογής κοινοτικών κανόνων ανταγωνισμού. Οι γενικοί στόχοι της Επιτροπής Ανταγωνισμού είναι η διατήρηση ή αποκατάσταση της υγιούς ανταγωνιστικής δομής της αγοράς, η προστασία των συμφερόντων του καταναλωτή και η οικονομική ανάπτυξη. Τα μέσα που χρησιμοποιεί η Επιτροπή Ανταγωνισμού για την επίτευξη αυτών των στόχων είναι η καταπολέμηση των πρακτικών που περιορίζουν ή νοθεύουν τον ανταγωνισμό και η καταπολέμηση των φραγμών εισόδου στην αγορά. Πιο συγκεκριμένα οι αρμοδιότητες της Επιτροπής Ανταγωνισμού παρουσιάζονται ακολούθως⁶⁰:

- § Διαπιστώνει την ύπαρξη συμπράξεων επιχειρήσεων που έχουν ως αντικείμενο ή αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού.
- § Αποφασίζει την απαλλαγή συμπράξεων που περιορίζουν τον ανταγωνισμό αλλά έχουν θετικά οικονομικά αποτελέσματα, είναι προς όφελος του καταναλωτή, δεν δημιουργούν προϋποθέσεις κατάργησης του

⁶⁰ Επιτροπή Ανταγωνισμού

ανταγωνισμού και δεν δεσμεύουν υπέρμετρα τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις.

- § Διαπιστώνει την καταχρηστική συμπεριφορά επιχειρήσεων με δεσπόζουσα θέση στην αγορά.
- § Ελέγχει προληπτικά την επίδραση στον ανταγωνισμό συγκεντρώσεων επιχειρήσεων.
- § Επιβάλλει κυρώσεις σε περιπτώσεις παράβασης.
- § Λαμβάνει ασφαλιστικά μέτρα, όταν πιθανολογείται παράβαση.
- § Εξετάζει κάποιο συγκεκριμένο κλάδο της οικονομίας είτε με αίτημα του αρμόδιου Υπουργείου είτε αυτεπάγγελτα, αν πληρούνται οι προϋποθέσεις υγιούς ανταγωνισμού και αν διαπιστωθεί πως δεν πληρούνται, παρεμβαίνει λαμβάνοντας κανονιστικά μέτρα για την αποκατάσταση του ανταγωνισμού.
- § Γνωμοδοτεί επί θεμάτων ανταγωνισμού αν της ζητηθεί από κάποιο Υπουργείο ή από ενώσεις, οργανισμούς κτλ.
- § Εφαρμόζει τις διατάξεις των άρθρων 101 και 102 της Συνθ. ΛΕΕ.
- § Συνεργάζεται στενά με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και τις άλλες αρχές Ανταγωνισμού στα κράτη μέλη για την εφαρμογή της κοινοτικής Νομοθεσίας.
- § Παρακολουθεί την εκτέλεση των αποφάσεων της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

Αξίζει να αναφερθεί ότι η Επιτροπή Ανταγωνισμού δεν είναι Υπεύθυνη για την τήρηση των διατάξεων του Ν. 146/1914 περί αθέμιτου ανταγωνισμού, η εφαρμογή του οποίου εμπίπτει στην αρμοδιότητα των πολιτικών δικαστηρίων.

Ο Νόμος 703/1977 έχει υποστεί αρκετές τροποποιήσεις. Οι τροποποιητικές νομοθετικές διατάξεις είναι οι εξής:

- § Ν. 1934/1991 «Τροποποίηση της νομοθεσίας περί ανταγωνισμού και άλλες διατάξεις» Κεφάλαιο Α', Τροποποίηση του Ν. 703/ 1977 «Περί ελέγχου μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας ελεύθερου ανταγωνισμού» άρθρα 1 έως 16 (ΦΕΚ 31/Α/ 08.03.1991)
- § Ν. 2000/1991 «Για την αποκρατικοποίηση, απλούστευση διαδικασιών εκκαθάρισης, ενίσχυση των κανόνων ανταγωνισμού και άλλες διατάξεις»

Κεφάλαιο Γ', «Ενίσχυση των Κανόνων Ανταγωνισμού» άρθρα 15 έως 25 (ΦΕΚ 206/Α/ 24.12.1991)

- § Ν. 2296/1995 «Τροποποίηση του Ν. 703/ 1977 "περί ελέγχου μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας ελεύθερου ανταγωνισμού"» (ΦΕΚ 43/Α/24.02.1995)
- § Ν. 2741/1999 «Ενιαίος Φορέας Ελέγχου Τροφίμων, άλλες ρυθμίσεις θεμάτων αρμοδιότητας του Υπουργείου Ανάπτυξης και λοιπές διατάξεις» Άρθρο 9 «Ρύθμιση θεμάτων ανταγωνισμού» (ΦΕΚ 199/Α/ 28.09.1999)
- § Ν. 2837/2000 «Ρύθμιση θεμάτων Ανταγωνισμού, Ρυθμιστικής Αρχής Ενέργειας, Τουρισμού και άλλες διατάξεις» Άρθρο 1 «Τροποποίηση των διατάξεων του Ν. 703/1977» (ΦΕΚ 178/Α/03.08.2000)
- § Ν. 2941/2001 «Απλοποίηση διαδικασιών ίδρυσης εταιρειών, αδειοδότησης Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας, ρύθμισης θεμάτων της Α.Ε. "Ελληνικά Ναυπηγεία" και άλλες διατάξεις», Άρθρο 19 «Τροποποιήσεις του Ν. 703/1977» (ΦΕΚ 201/Α/12.09.2001)
- § Ν. 3105/2003 «Τουριστική Εκπαίδευση και Κατάρτιση, Ρυθμίσεις για τον Τουρισμό και άλλες διατάξεις», Άρθρο 42 «Διατάξεις περί της Επιτροπής Ανταγωνισμού» (ΦΕΚ 29/Α/10.02.2003)
- § Ν. 3373/2005 «Αντικατάσταση και συμπλήρωση του Ν. 703/1977 "Περί ελέγχου μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού"» (ΦΕΚ 188/Α/ 02.08.2005)
- § Ν. 3784/2009 «Αναθεώρηση διατάξεων του Ν. 703/1977 περί του Ανταγωνισμού και άλλες διατάξεις» (ΦΕΚ 137/Α/07.08.2009).

Από το 2004, η βασική γραμμή στην Ευρωπαϊκή Ένωση ήταν η τροποποίηση της εθνικής νομοθεσίας των κρατών μελών και η εναρμόνισή της με την κοινοτική Νομοθεσία. Σε αυτό το πλαίσιο, ψηφίστηκε ο Ν. 3373/2005 με αιτιολογία, όπως επισημάνθηκε στην αιτιολογική έκθεση του Νόμου, ότι η ελληνική νομοθεσία έπρεπε να «εναρμονιστεί με τις αρχές και τους κανόνες του νέου κοινοτικού (παράγωγου) δικαίου και αφετέρου να αξιοποιήσει καταλλήλως, στο πλαίσιο της ενότητας του σκοπού και των στόχων της κοινοτικής νομοθεσίας, τις εξουσιοδοτικές διατάξεις αυτού, αλλά και όσα περιθώρια παρέμβασης καταλείπονται στον εθνικό νομοθέτη, για την θέσπιση ρυθμίσεων συμβατών πάντα με την κοινοτική νομοθεσία ανταγωνισμού». Σημαντικά μέτρα σε αυτόν τον Νόμο

είναι η διεύρυνση των αρμοδιοτήτων της Επιτροπής Ανταγωνισμού και κυρίως η δυνατότητα κανονιστικής παρέμβασης σε κλάδους της οικονομίας (Άρθρο 5).

Με το Νόμο 3784/2009 πραγματοποιήθηκε ένα ακόμα βήμα προς την ολοκληρωμένη εναρμόνιση της ελληνικής νομοθεσίας περί του ανταγωνισμού με την κοινοτική νομοθεσία με την ενίσχυση των μηχανισμών εποπτείας που αφορούν την αγορά. Εκτός από αυτό, ο στόχος της εναρμόνισης επιτεύχθηκε και με την ενίσχυση του θεσμικού ρόλου της Επιτροπής Ανταγωνισμού και τα μέτρα για την απεμπλοκή της λειτουργία της από γραφειοκρατικές διαδικασίες.

Το 2011 ψηφίζεται ο Νόμος 3959/2011 «Περί της προστασίας του Ελεύθερου Ανταγωνισμού» που ενσωματώνει τον Κανονισμό 1/2003. Στόχος του νέου νομοσχεδίου είναι η ενδυνάμωση της Επιτροπής του Ανταγωνισμού και η εναρμόνιση με την Κοινοτική Νομοθεσία⁶¹.

4.1.4 Άλλες Νομοθετικές Διατάξεις – Θεσμικό πλαίσιο για τον Ανταγωνισμό και την Λειτουργία της Αγοράς

Νομοθεσία για τα ωράρια των καταστημάτων: Ο Νόμος 3377/2005 «Αρχές και Κανόνες για την εξυγίανση της λειτουργίας και την ανάπτυξη βασικών τομέων του εμπορίου» τροποποιεί και αντικαθιστά κάποια άρθρα του Νόμου 2224/1994 και διαμορφώνει το θεσμικό πλαίσιο για τα ωράρια λειτουργίας των καταστημάτων. Με το άρθρο 12 του Νόμου καθιερώνεται σε εθνική κλίμακα ενιαίο πλαίσιο ωραρίου λειτουργίας των καταστημάτων κάθε είδους εκτός κάποιων εξαιρέσεων για τις οποίες επιτρέπεται η λειτουργία τις Κυριακές και τις ημέρες αργίας. Αυτές οι εξαιρέσεις αφορούν τα κέντρα διασκέδασης, τα πρατήρια υγρών καυσίμων, τα εστιατόρια τα ζαχαροπλαστεία, τα μπαρ, τα καφενεία, τα γαλακτοπωλεία, τα κυλικεία, τα ανθοπωλεία, τα περίπτερα, τα φωτογραφεία, τα στιλβωτήρια, τα αμιγώς καταστήματα λιανικής πώλησης ξηρών καρπών και καταστήματα που εξυπηρετούν την τουριστική κίνηση σε αυστηρά οριοθετούμενες περιοχές ως τουριστικές περιοχές. Σύμφωνα με το άρθρο 12 του Νόμου, το πλαίσιο λήξης του ωραρίου καθορίζεται τις καθημερινές μέχρι την 21.00 ώρα και το Σάββατο μέχρι την 20.00 ώρα ενώ η έναρξη μπορεί να πραγματοποιείται μετά τις 5.00.

⁶¹ Δεληγιάννη, 2012

Νομοθεσία για τις Εκπτώσεις και τις Προσφορές: Ο θεσμός των εκπτώσεων παρουσιάζεται για πρώτη φορά με το άρθρο 7 του Νόμου 146/1914 ενώ ο Θεσμός των προσφορών με το άρθρο 12 του Νόμου 1989 ενώ ακολούθησε μια σειρά αντικαταστάσεων και τροποποιήσεων. Αξίζει να αναφερθεί ότι αναφορικά με τις εκπτώσεις, το 2007 ψηφίστηκε ο Νόμος 3557, καθορίζοντας το χρονικό πλαίσιο των εκπτώσεων. Οι περίοδοι των εκπτώσεων καθορίστηκαν σε δυο: οι χειμερινές, την περίοδο από 15 Ιανουαρίου έως 28 Φεβρουαρίου και οι θερινές, από 15 Ιουλίου έως 31 Αυγούστου.

Με την παράγραφο 3 του άρθρου 14 του Νόμου 3377/2005, επιτρέπονται οι προσφορές συγκεκριμένων προϊόντων για χρονικό διάστημα που δεν μπορεί να υπερβεί τις δέκα συνεχόμενες ημέρες και η ποσότητα των οποίων δεν υπερβαίνει το 50% του συνόλου των προσφερόμενων προϊόντων του καταστήματος. Ο ίδιος Νόμος είχε απαγορεύσει και τις προσφορές 30 ημέρες πριν την έναρξη των εκπτώσεων, ωστόσο αυτή η απαγόρευση καταργήθηκε με τον Νόμο 3769/2009. Το 2005, με την ερμηνευτική εγκύκλιο Α4/1634 εξαιρούνται οι περιοριστικοί όροι για τις εκπτώσεις και τις προσφορές των στρατηγικών μάρκετινγκ, όπως δωροεπιταγές, κουπόνια διαγωνισμοί- κληρώσεις κτλ.

Ο Νόμος 2941/2001 απαγορεύει την λιανική πώληση εμπορευμάτων σε τιμή κάτω του κόστους αγοράς με τρόπο που να θίγει την συγκεκριμένη αγορά διότι κάτι τέτοιο αποτελεί πράξη αθέμιτου ανταγωνισμού που θίγει τις ΜΜΕ και ευνοεί τα μεγάλα καταστήματα. Το 2003 εισάγεται για πρώτη φορά και ο θεσμός των επιχειρήσεων Stock & Outlet που προσφέρουν όλο το χρόνο προϊόντα με ειδικές τιμές και δεν εντάσσονται στους νόμους για τις εκπτώσεις και τις προσφορές. Για να αποφευχθούν πράξεις αθέμιτου ανταγωνισμού μέσω της παραπλάνησης των καταναλωτών τα καταστήματα πρέπει να κάνουν σαφές στις διαφημίσεις του αλλά και στα καταστήματά τους με πινακίδες και συγκεκριμένες αναγραφές ότι οι τιμές έχουν προέρθει από μείωση των αναγραφόμενων τιμών που φαίνονται διαγραμμένες και ότι τα προσφερόμενα προϊόντα είναι είτε ελαττωματικά είτε παλαιά χρησιμοποιημένα κτλ.

Νομοθεσία για το παραεμπόριο: Ο νόμος 3557/2007 υπαγορεύει την κατάσχεση εμπορευμάτων και την καταστροφή τους ή την διάθεσή του σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς και σε ευαγή ιδρύματα. Ο Νόμος αφορά σε εμπορεύματα που

διακινούνται σε υπαίθριο εμπόριο με οποιονδήποτε τρόπο, αν αυτός που τα διακινεί δεν έχει την απαιτούμενη άδεια υπαίθριου πωλητή ή που αποτελούν απομίμηση νόμιμων εμπορευμάτων που διακινούνται νομίμως στην αγορά ή κυκλοφορούν χωρίς τα νόμιμα παραστατικά στοιχεία του Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων. Επίσης κατάσχονται και οι παράνομες απομιμήσεις βιοτεχνικών και βιομηχανικών προϊόντων καθώς και τα παράνομα αντίγραφα cd's και dvd's και τα παράνομα προϊόντα καπνού.

Νομοθεσία για την χωροθέτηση καταστημάτων: Το θεσμικό πλαίσιο αναφορικά με την χωροθέτηση των καταστημάτων χαρακτηρίζεται από αρκετές ασάφειες και έλλειψη επαρκούς χωροταξικού σχεδιασμού⁶². Η ισχύουσα Νομοθεσία για το χωροταξικό σχεδιασμό και την πολεοδομία αποτελείται από τους Νόμους 2742/1999 «Χωροταξικός Σχεδιασμός & Αειφόρος Ανάπτυξη» και Ν. 2508/1997 «Βιώσιμη Οικιστική Ανάπτυξη Πόλεων & Οικισμών της Χώρας». Η αδειοδότηση των καταστημάτων καθορίζεται από το άρθρο 10 του Ν. 3377/2005, Ν. 3419/2005, Ν. 3468/2006 και Ν. 3557/2007. Σύμφωνα με την σχετική νομοθεσία άδεια χορηγείται από την Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση σύμφωνα και με την γνώμη του οικείου Επιμελητηρίου, της αντίστοιχης οικονομικής και κοινωνικής επιτροπής και του οικείου οργανισμού τοπικής αυτοδιοίκησης για κάποιες επιφάνειες που καθορίζονται στην Νομοθεσία. Δεν απαιτείται άδεια για οποιαδήποτε επιφάνεια για ίδρυση καταστήματος σε κάποιες περιφέρειες της Αττικής με εξαίρεση κάποιες περιοχές και στη περιοχή του Δήμου Θεσσαλονίκης και Εχεδώρου. Για την άδεια ίδρυσης καταστήματος κυρίως λαμβάνονται υπόψη οι επιπτώσεις στον ανταγωνισμό άλλων παρόμοιων επιχειρήσεων, η ανάγκη διατήρησης της πληθυσμιακής βάσης των περιοχών, ο χωροταξικός και πολεοδομικός σχεδιασμός και η προστασία του περιβάλλοντος.

Νομοθεσία για την φοροδιαφυγή: Το 2011 ψηφίστηκε ο νέος Νόμος 3943/2011 που δημοσιεύτηκε στο ΦΕΚ 66^A/ 31-03-2011 για την «καταπολέμηση της φοροδιαφυγής, στελέχωση των ελεγκτικών υπηρεσιών και άλλες διατάξεις του Υπουργείου Οικονομικών». Ο Νόμος αυτός θεσπίζει την φοροδιαφυγή ως διαρκές έγκλημα που παίρνει την μορφή αυτόφωρου. Ανάλογα μάλιστα με το ύψος του οφειλόμενου φόρου η πράξη φοροδιαφυγής χαρακτηρίζεται κακούργημα

⁶² Speed A.E., 2012

επισύροντας κάθειρξη από 5 έως 20 έτη. Βελτιώνει γενικά το πλαίσιο φορολόγησης και ενισχύει την επιχειρηματικότητα. Περιλαμβάνει δράσεις για την καταπολέμηση της φοροδιαφυγής. Ο νόμος αφορά τις εξής περιπτώσεις⁶³:

- § Το αδίκημα της μη καταβολής βεβαιωμένων χρεών προς το Δημόσιο
- § Το αδίκημα της παράλειψης υποβολής ή ανακριβούς υποβολής φορολογικής δήλωσης
- § Το αδίκημα της μη απόδοσης του ΦΠΑ ή άλλων παρακρατούμενων φόρων
- § Το αδίκημα της έκδοσης ή λήψης πλαστών ή εικονικών ή νοθευμένων φορολογικών στοιχείων.

Νομοθεσία για το «Ξέπλυμα Βρώμικου χρήματος»: Το 2008 ψηφίστηκε ο Νόμος 369/ 2008 για την «πρόληψη και καταστολή της νομιμοποίησης εσόδων από εγκληματικές δραστηριότητες και της χρηματοδότησης της τρομοκρατίας και άλλες διατάξεις». Στον Νόμο αυτό ενσωματώνονται οι διατάξεις της Οδηγίας 2005/60/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου της Ευρωπαϊκής Ένωσης «σχετικά με την πρόληψη της χρησιμοποίησης του χρηματοπιστωτικού συστήματος για την νομιμοποίηση εσόδων από παράνομες δραστηριότητες και την χρηματοδότηση της τρομοκρατίας».

Νομοθεσία για το ηλεκτρονικό εμπόριο: Ο Νόμος 2251/94 για την «Προστασία των Καταναλωτών» στο άρθρο 4 ρυθμίζει τις συμβάσεις από απόσταση, οπότε σε αυτή την περίπτωση εμπίπτει και το ηλεκτρονικό εμπόριο. Ένας άλλος σημαντικός Νόμος είναι ο Ν. 2472/97 για την «Προστασία δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα» που προστατεύει το άτομο στα πλαίσια των τηλεπικοινωνιών. Επίσης, το Προεδρικό Διάταγμα 131/2003 για το ηλεκτρονικό εμπόριο δίνει έμφαση στην εξώδικη επίλυση διαφορών στην συνεργασία των κρατών μελών της Ε.Ε. για την επίλυση των προβλημάτων των καταναλωτών, στην θέσπιση κανόνων δεοντολογίας, στην σύναψη των ηλεκτρονικών συμβάσεων, στις πληροφορίες που πρέπει να παρέχονται στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες⁶⁴.

⁶³ Κόρρας & Δρόσος, 2014

⁶⁴ Εμπορικό Οπλοστάσιο, Ιστοσελίδα

4.2. ΚΟΙΝΟΤΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ

Με την Ενιαία Ευρωπαϊκή Πράξη (ΕΕΠ) που επεγράφη το 1986 και τέθηκε σε εφαρμογή την 1^η Ιουλίου 1987⁶⁵, τροποποιήθηκε η Συνθήκη ΕΟΚ και προωθήθηκε η εναρμόνιση πολιτικών για την εγκαθίδρυση μιας ενιαίας εσωτερικής αγοράς. Η εσωτερική αγορά ορίζεται ως «ο χώρος χωρίς εσωτερικά σύνορα στον οποίον διασφαλίζεται η ελευθερία κυκλοφορίας των εμπορευμάτων, των ατόμων, των υπηρεσιών και των κεφαλαίων».

4.2.1 Νομοθεσία για την Προστασία του Καταναλωτή

Αναφορικά με την προστασία του καταναλωτή, δεν υπήρχε συγκεκριμένη Νομοθεσία και ίσχυε η αρχή της επικουρικότητας που σημαίνει ότι η Εθνική Νομοθεσία υπερισχύει⁶⁶. Το 2001 υποβλήθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το Πράσινο Βιβλίο, μια διαβούλευση για την προστασία του καταναλωτή. Η Ε.Ε. έχει εκδώσει Οδηγίες που αφορούν στον καταναλωτή και διάφορα επιμέρους ζητήματα που σχετίζονται με τα δικαιώματα του και την προστασία του, όπως η Οδηγία 2011/83/ΕΕ σχετικά με τα δικαιώματα των καταναλωτών.

Αναφορικά με την προστασία του καταναλωτή από τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές από τις επιχειρήσεις, οι ενέργειες της Ε.Ε. ήταν αποσπασματικές. Σημαντική αρχή πραγματοποιήθηκε με την Οδηγία 84/450/ΕΟΚ για την παραπλανητική διαφήμιση, με διάφορες άλλες οδηγίες να ακολουθούν, μέχρι την έκδοση της Οδηγίας 2005/29/ΕΚ που προσεγγίζει το θέμα της προστασίας των καταναλωτών πιο ολοκληρωμένα και τροποποιεί κάποιες προγενέστερες. Η Οδηγία 2005/29/ΕΚ έχει ως σκοπό την εναρμόνιση της νομοθεσίας για τις αθέμιτες πρακτικές, διότι οι διαφορές σε εθνικό επίπεδο δημιουργούν αβεβαιότητα και

⁶⁵ ΕΕΠ,

http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/treaties/treaties_singleact_el.htm

⁶⁶ Φράγκου Δ.Κ., 2008.

αποτελούν εμπόδιο στην διενέργεια διασυνοριακών συναλλαγών και την ομαλή λειτουργία της ενιαίας εσωτερικής αγοράς. Στόχος είναι η ενισχυμένη προστασία όλων των καταναλωτών και η προάσπιση του οικονομικού συμφέροντός τους. Ειδικότερα, βεβαίως, προστατεύονται και οι θεμιτές ανταγωνίστριες επιχειρήσεις.

Η Οδηγία 2005/29/EK απαγορεύει όλες τις αθέμιτες ενέργειες, όπως αυτές ορίζονται στα άρθρα της, και αφορά σε όλες τις συναλλαγές των επιχειρήσεων με τον καταναλωτή. Πιο συγκεκριμένα, εφαρμόζεται όταν οι πρακτικές αυτές επηρεάζουν τον καταναλωτή στο αν θα καταναλώσει ή όχι, και παρεμβαίνουν στην ελευθερία επιλογής καταναλωτικής συμπεριφοράς. Στην Οδηγία καθορίζονται, σαφώς, τα κριτήρια με βάση τα οποία διακρίνονται οι εμπορικές πρακτικές σε αθέμιτες και εφαρμόζονται όταν η πρακτική είναι αντίθετη με τον Κώδικα Επαγγελματικής Ηθικής και όταν προβλέπεται ότι παρεμβαίνει άμεσα στην καταναλωτική συμπεριφορά του καταναλωτή. Η Οδηγία δεν αναφέρεται σε πρακτικές που εφαρμόζονται μεταξύ των επιχειρήσεων.

4.2.2 Νομοθεσία για τη Διαφθορά και το «Ξέπλυμα Χρήματος»

Το 1991 εκδίδεται η Οδηγία 91/308/ EOK του Συμβουλίου που αφορά στην πρόληψη της χρησιμοποίησης του χρηματοπιστωτικού συστήματος για την νομιμοποίηση εσόδων από παράνομες δραστηριότητες. Η Οδηγία συνέδεε την νομιμοποίηση εσόδων από παράνομες δραστηριότητες, κυρίως, με έσοδα από αδικήματα που σχετίζονταν με ναρκωτικές ουσίες⁶⁷. Το 2001, η Οδηγία αυτή τροποποιείται με την Οδηγία 2001/97/EK του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, και ουσιαστικά διευρύνεται και αναφορικά με το πεδίο εφαρμογής της αλλά και αναφορικά με ότι αφορούσε αδικήματα που σχετίζονταν με ναρκωτικές ουσίες.

Το 2005, οι Οδηγίες που σχετίζονται με το θέμα της νομιμοποίησης εσόδων από παράνομες πράξεις διευρύνεται ακόμα περισσότερο με την Οδηγία 2005/60/EK. Η Οδηγία διευρύνει το πλαίσιο των υπόχρεων μερών και εισάγει την έννοια του «πολιτικώς εκτεθειμένου προσώπου». Αναπτύσσεται διαβάθμιση του τρόπου προσέγγισης του φαινομένου ανάλογα με το επίπεδο του εκτιμώμενου κινδύνου εμφάνισης τέτοιων παράνομων δραστηριοτήτων. Επίσης, τυποποιείται η υποχρέωση των μελών κρατών να συστήσουν μια μονάδα χρηματοοικονομικών πληροφοριών (UIF) ως κεντρική εθνική αρχή αρμόδια για την λήψη και

⁶⁷ Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, 2013

επεξεργασία πληροφοριών που αφορούν την νομιμοποίηση εσόδων από παράνομες δραστηριότητες και της χρηματοδότησης της τρομοκρατίας.

Αναφορικά με την καταπολέμηση της απάτης ο κανονισμός (ΕΚ) αριθμ. 515/97 του Συμβουλίου διαμορφώνει το θεσμικό πλαίσιο για την συνδρομή των διοικητικών αρχών των κρατών μελών σε συνεργασία με την Επιτροπή, με σκοπό την σωστή εφαρμογή των τελωνειακών και των γεωργικών ρυθμίσεων αλλά και των ρυθμίσεων για τα δικαιώματα διανοητικής ιδιοκτησίας⁶⁸.

4.2.3 Νομοθεσία για τον έλεγχο των συγκεντρώσεων των Επιχειρήσεων

Τα άρθρα 81 και 82 της ΣυνθΕΚ απαγόρευαν αθέμιτες ενέργειες μεταξύ των επιχειρήσεων που στρέβλωναν τον ανταγωνισμό, ωστόσο επειδή δεν τον φρουρούσαν πλήρως διότι δεν περιλάμβαναν όλες τις πιθανές περιπτώσεις, διαμορφώθηκε μια νέα νομοθετική διάταξη με την μορφή Κανονισμού. Έτσι, θεσπίστηκε ο νέος κανονισμός του Συμβουλίου 139/2004 που προβλέπει την αποκλειστική εφαρμογή ενός συστήματος προληπτικού ελέγχου στις συγκεντρώσεις των επιχειρήσεων με «κοινοτική διάσταση». Τρεις είναι οι βασικές μορφές συγκεντρώσεων στις οποίες αναφέρεται ο Κανονισμός: οι συγχωνεύσεις, η απόκτηση ελέγχου και οι συγκεντρώσεις που οδηγούν στην δημιουργία λειτουργικά αυτόνομων κοινών επιχειρήσεων (joint venture companies). Βέβαια, πεδίο εφαρμογής του Κανονισμού, εκτός από τις συγκεντρώσεις με «κοινοτική διάσταση», αποτελούν και οι δευτερεύοντες περιορισμοί (ancillary restraints), οι οποίοι είναι άμεσα συνδεδεμένοι και αναγκαίοι για την υλοποίηση μιας συγκέντρωσης. Σύμφωνα με τον Κανονισμό, το αποφασιστικό κριτήριο για το αν μια συγκέντρωση είναι συμβατή ή όχι με τους κανόνες της κοινής αγοράς είναι η «σημαντική παρακώλυση του αποτελεσματικού ανταγωνισμού», η οποία είναι, κυρίως, αποτέλεσμα της δημιουργίας ή ενίσχυσης μιας δεσπόζουσας θέσης στην κοινή αγορά ή σε σημαντικό τμήμα της⁶⁹.

4.2.4 Άλλοι Κανονισμοί – Οδηγίες κατά αθέμιτων ενεργειών

⁶⁸ Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014

⁶⁹ Ασπρουδή, 2008

Η Οδηγία 2000/31/EK διαμορφώνει το νομοθετικό πλαίσιο της Κοινότητας που αφορά στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Σκοπός της Οδηγίας είναι να ενισχύσει την νομική ασφάλεια του ηλεκτρονικού εμπορίου, ώστε να αυξηθεί η εμπιστοσύνη των χρηστών του Διαδικτύου μέσα στα πλαίσια της εναρμόνισης των εθνικών πολιτικών⁷⁰. Η προστασία του ατόμου στο ηλεκτρονικό εμπόριο αλλά και γενικότερα, εξασφαλίζεται μέσω της Οδηγίας 2002/58/EK για την προστασία της ιδιωτικής ζωής στις ηλεκτρονικές επικοινωνίες.

⁷⁰ Europa, Ιστοσελίδα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΤΡΟΠΟΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ & ΠΡΟΛΗΨΗΣ

5.1. ΓΕΝΙΚΑ

Όπως περιγράφηκε παραπάνω, οι συνέπειες της διαφθοράς είναι καταστροφικές για την οικονομία και την κοινωνία, για το λόγο αυτό προβάλλει επιτακτική η ανάγκη για αντιμετώπιση της με αποτελεσματικό τρόπο. Άλλωστε η διαφθορά δεν είναι ένα φαινόμενο που αφορά μόνο τις υποανάπτυκτες χώρες αλλά είναι ένα παγκόσμιο φαινόμενο ⁷¹. Ενδεικτικά να αναφερθεί ότι έχει ορισθεί και Παγκόσμια Ημέρα κατά της Διαφθοράς (9 Δεκεμβρίου). Επίσης, σύμφωνα με έρευνες της Διεθνούς Διαφάνειας, το 63% των κρατών, παγκοσμίως, έχουν επίπεδο τιμής στον Δείκτη Αντίληψης της Διαφάνειας κάτω από 50, με γενικό μέσο όρο, παγκοσμίως, το 43, με κλίμακα 0 έως 100.

Πρώτη σοβαρή και συστηματική προσπάθεια για την καταπολέμηση της διαφθοράς θεωρείται η υπογραφή της «Σύμβασης του ΟΗΕ ενάντια στην Διαφθορά» από τα 34 κράτη- μέλη, το 1997. Τα κράτη- μέλη υποχρεούνται να παρουσιάζουν εκθέσεις σχετικές με τα στοιχεία της διαφθοράς κάθε χρόνο.

Τα βασικότερα όπλα καταπολέμησης της διαφθοράς είναι η διαφάνεια και η υπευθυνότητα. Η Διεθνής Διαφάνεια Ελλάς προτείνει σε μια έκθεση πολιτικής τρεις τρόπους ενίσχυσης της διαφάνειας για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ) που δεν είναι εισηγμένες στο Χρηματιστήριο, οπότε και δεν υποχρεούνται να δημοσιεύουν τις οικονομικές τους καταστάσεις. Άλλωστε η καταπολέμηση της διαφθοράς στις ΜΜΕ αποτελεί ένα σημαντικό κομμάτι της προσπάθειας αντιμετώπισης της συνολικής διαφθοράς, καθώς οι ΜΜΕ αποτελούν το 93% του

⁷¹ World Bank Group, 1997

συνόλου των επιχειρήσεων⁷². Πιο συγκεκριμένα, προτείνονται τρεις τρόποι ενίσχυσης της διαφάνειας:

1. Ο πρώτος τρόπος προτείνει ενίσχυση της πληροφόρησης των ΜΜΕ και δημοσιοποίηση των οικονομικών τους στοιχείων. Αν και αυτό απαιτεί ένα νομοθετικό πλαίσιο που θα το υπαγορεύει, θα ήταν αποτελεσματικό να πραγματοποιείται και σε εθελοντική βάση, καθώς θα είχε ευεργετικές συνέπειες κατά της διαφθοράς. Πιο συγκεκριμένα, οι ΜΜΕ θα μπορούσαν να δημοσιοποιούν τα έσοδα, έξοδα, στοιχεία του ενεργητικού τους κτλ., καθώς και κάποια στοιχεία της λειτουργίας τους, όπως ποικιλία προϊόντων, αριθμός και στοιχεία προμηθευτών κτλ. Η δημοσιοποίηση των στοιχείων αυτών θα πρέπει να είναι συνεχής και συστηματική ανά τακτά χρονικά διαστήματα, ώστε να εξασφαλίζεται η συνέχεια και η συγκρισιμότητα.

2. Ο δεύτερος τρόπος δίνει έμφαση στην σημασία που έχει η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη και η δημοσιοποίηση τέτοιων δράσεων. Προτείνεται η δημοσιοποίηση των αρχών λειτουργίας των ΜΜΕ και της φιλοσοφίας- κουλτούρας τους αλλά και τις δράσεις της στα πλαίσια της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2005)⁷³, Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη (ΕΚΕ) είναι «η οικειοθελής δέσμευση των επιχειρήσεων για ένταξη στις επιχειρηματικές τους πρακτικές, κοινωνικών και περιβαλλοντικών δράσεων, που είναι πέρα και πάνω από όσα επιβάλλονται από την νομοθεσία και έχουν σχέση με όλους όσους επηρεάζονται από τις δραστηριότητές τους (εργαζόμενοι, μέτοχοι, συνεργάτες, προμηθευτές, επενδυτές, καταναλωτές, κοινότητες μέσα στις οποίες είναι δραστηριοποιημένες)». Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί μέσω μικρού δελτίου τύπου ή μικρών ενημερωτικών εντύπων (newsletter). Ένας ακόμα αποδοτικότερος τρόπος που προτείνεται είναι ο κοινωνικός απολογισμός που περιλαμβάνει την δημοσιοποίηση, προς τα εμπλεκόμενα μέρη, στοιχείων της στρατηγικής και των πρακτικών της επιχείρησης.

3. Τέλος, το κείμενο πολιτικής προτείνει την εκτενή χρήση του διαδικτύου και των Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης από τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, με σκοπό την καλύτερη επικοινωνία της επιχείρησης με τα ενδιαφέροντα μέρη. Η επιχείρηση

⁷² Πάστρα, 2012

⁷³ Πάστρα, 2012

μπορεί να αξιοποιήσει τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν το Διαδίκτυο και τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, ώστε να μεταβιβάζουν τις πληροφορίες αναφορικά με τα οικονομικά τους στοιχεία, την λειτουργία τους, τις δράσεις ΕΚΕ και την κουλτούρα τους γρήγορα, χωρίς κόστος και σε μεγάλο αριθμό παραληπτών. Πιο συγκεκριμένα, αυτό μπορεί να γίνει μέσω της ιστοσελίδας της επιχείρησης (website) ή του ιστολογίου της (blog) ή με την χρήση των Social Media, με πιο δημοφιλή, το Facebook, το Twitter, το LinkedIn κτλ..

Σε γενικές γραμμές, αναφορικά με όλες τις επιχειρήσεις μεγάλες και ΜΜΕ, η δημοσιοποίηση έχει μεγάλη αξία, προωθεί την διαφάνεια και καταπολεμάει την διαφθορά για τους εξής λόγους:

- § Μια δημόσια δέσμευση αποτελεί δείγμα υπευθυνότητας και σεβασμού προς τα ενδιαφερόμενα μέρη
- § Σαφή και πλήρη δημοσιοποιημένα στοιχεία επιτρέπουν τον έλεγχο συμμόρφωσης από όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη.
- § Η υιοθέτηση μιας πρακτικής δημοσιοποίησης επιδεικνύει την δέσμευση της επιχείρησης και ενδυναμώνει την δράση της
- § Η υιοθέτηση μιας πρακτικής δημοσιοποίησης προωθεί την ηθική συμπεριφορά και την διαφάνεια.

Ωστόσο, πέρα από κάποιες πρακτικές που ενδείκνυται να υιοθετούνται για την καταπολέμηση της διαφθοράς, είναι απαραίτητη η αναδιάρθρωση συγκεκριμένων δομών στην κοινωνία που αποτελούν, όπως ήδη έχει αναφερθεί, βασικές αιτίες του φαινομένου. Είναι απαραίτητο λοιπόν, να αφιερωθούν πόροι στην εκπαίδευση του λαού, διότι το υψηλότερο ποσοστό εκπαίδευσης αντιστοιχεί σε μικρότερα ποσοστά διαφθοράς. Αποτελεσματικό θα ήταν να πραγματοποιούνται μαθήματα στα σχολεία αλλά και να οργανώνονται εκστρατείες κατά της απάτης και της διαφθοράς. Επίσης, η διαμόρφωση ομοιογενούς νομικού συστήματος, το οποίο δεν θα περιέχει δικλείδες ασφαλείας συντελεί στην άμβλυνση του φαινομένου της διαφθοράς⁷⁴. Σύμφωνα με έρευνα του Συνδέσμου Επιχειρήσεων και Βιομηχανιών, υπάρχουν εμπόδια σε 30 τομείς στο ισχύον νομικό και θεσμικό σύστημα και για να ξεπεραστούν απαιτείται⁷⁵:

⁷⁴ Treisman, 2000 από Ευαγγελίδου 2013.

⁷⁵ Δαμάσκου, 2012

- § Κωδικοποίηση και απλοποίηση της σχετικής νομοθεσίας και των σχετικών διαδικασιών
- § Ουσιαστικός συντονισμός των συναρμόδιων φορέων από έναν ενιαίο κεντρικό φορέα εποπτείας και ελέγχου επιμέρους αγορών
- § Πραγματοποίηση τακτικών και αντικειμενικών ελέγχων
- § Θεσμοθέτηση συγκεκριμένων προδιαγραφών οργάνωσης και λειτουργίας των υπηρεσιών και φορέων εποπτείας και ελέγχου
- § Δημιουργία ενιαίων ηλεκτρονικών βάσεων δεδομένων, ποσοτικών και ποιοτικών στοιχείων
- § Ουσιαστική βελτίωση του επιπέδου ευαισθητοποίησης των επιχειρήσεων ως προς τα προβλήματα και τις αδυναμίες του κλάδου της.

Σύμφωνα με μελέτη της Διεθνούς Διαφάνειας Ελλάς, η Κυβέρνηση πρέπει να λάβει κάποια μέτρα, ώστε να βελτιώσει τον θεσμό της επιχείρησης στην Ελλάδα⁷⁶:

- § Διακοπή της αυτοπρόσωπης συναλλαγής των επιχειρήσεων με το Δημόσιο (π.χ. με επέκταση της χρήσης τραπεζικών λογαριασμών, υπηρεσιών e-banking και internet)
- § Ενίσχυση της εταιρικής διακυβέρνησης των εισηγμένων εταιρειών
- § Ενίσχυση του πλαισίου Διαφάνειας, ιδίως αναφορικά με την φορολογία των μη εισηγμένων εταιρειών
- § Απλοποίηση του Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων
- § Ενίσχυση των Αρμόδιων Εποπτικών Αρχών
- § Πλήρης Έλεγχος των υπεράκτιων εταιρειών.

Σύμφωνα με την Εθνική Στρατηγική κατά της απάτης στις διαρθρωτικές δράσεις του Προγράμματος ΕΣΠΑ 2007-2013, ένα προτεινόμενο σύστημα καταπολέμησης της απάτης διαμορφώνεται, όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα. Αυτό το σύστημα λειτουργεί με βάση διαδεδομένες πρακτικές όπως ο κύκλος του Deming (Μοντέλο Plan- Do-Check-Act) που χρησιμοποιείται στα πρότυπα συστήματα διαχείρισης τύπου ISO. Στα πλαίσια αυτού του συστήματος, η πρόληψη δεν αποτελεί μέρος του συστήματος αλλά είναι το ίδιο το σύστημα, καθώς λειτουργεί ως ένας συνεχής κύκλος Σχεδιασμού- Εφαρμογής- Παρακολούθησης- Δράσης και Ανασκόπησης των θεμάτων Απάτης. Τα επιμέρους στοιχεία του συστήματος είναι

⁷⁶ Δαμάσκου, 2012

η πολιτική κατά της απάτης που σχετίζεται με τον σχεδιασμό, η εφαρμογή και η λειτουργία με σωστό και αποτελεσματικό τρόπο, η παρακολούθηση – ανίχνευση μέσω αποτελεσματικών ελεγκτικών μηχανισμών και τέλος, η δράση μέσω της διόρθωσης της έρευνας και της δίωξης⁷⁷.



Πίνακας 1: Σύστημα Διαχείρισης απάτης /Πηγή: Γενική Γραμματεία Δημοσίων Επενδύσεων- ΕΣΠΑ, 2014

5.2. ΦΟΡΕΙΣ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Υπάρχουν διάφοροι φορείς στην Ελλάδα που είναι αρμόδιοι για ζητήματα διαφθοράς και αθέμιτων πρακτικών όλων των μορφών. Πιο συγκεκριμένα, αναφορικά με την προστασία του καταναλωτή, δραστηριοποιούνται οι παρακάτω φορείς, στους οποίους μπορεί να απευθυνθεί ο καταναλωτής:

- § Γενική Γραμματεία Καταναλωτή
- § Συνήγορος του Καταναλωτή
- § Ενώσεις καταναλωτών σε όλη την Ελλάδα
- § Ευρωπαϊκό Κέντρο Καταναλωτή όταν πρόκειται για διασυνοριακές συναλλαγές και παραβιάσεις.

Αναφορικά με την διαφθορά γενικά, δραστηριοποιείται η Διεθνής Διαφάνεια Ελλάς, που αποτελεί το ελληνικό τμήμα της οργάνωσης. Σκοπός της δράσης της είναι να κινητοποιήσει τους πολίτες, τους οργανισμούς και τις επιχειρήσεις για την εξάλειψη της διαφθοράς. Σύμφωνα με το κείμενο Αρχών που εγκρίθηκε από την

⁷⁷ Γενική Γραμματεία Δημοσίων Επενδύσεων- ΕΣΠΑ, 2014

Ετήσια Γενική Συνέλευση (2001) και επικαιροποιήθηκε το 2007, οι βασικές αξίες που ορίζουν και διαπνέουν το έργο της Διεθνούς Διαφάνειας είναι⁷⁸:

- § Διαφάνεια
- § Λογοδοσία
- § Ακεραιότητα
- § Αλληλεγγύη
- § Τόλμη
- § Δικαιοσύνη
- § Δημοκρατία

Το Υπουργείο Δικαιοσύνης, Διαφάνειας και Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων έχει αναπτύξει συνεργασία με Ευρωπαϊκούς και Διεθνείς Φορείς (όπως περιγράφεται παρακάτω) με την οποία επιδιώκεται η από κοινού αντιμετώπιση και καταπολέμηση φαινομένων διαφθοράς. Στο Υπουργείο Οικονομικών δραστηριοποιείται το Σώμα Δίωξης Οικονομικού Εγκλήματος (ΣΔΟΕ). Σύμφωνα με τον Νόμο 2343/1995⁷⁹, η κύρια αποστολή του ΣΔΟΕ είναι η δίωξη της φοροδιαφυγής και του λαθρεμπορίου, η έρευνα, ανακάλυψη και δίωξη των οικονομικών απατών, παραβάσεων και παράνομων πράξεων σε αντικείμενα αρμοδιότητας του Υπουργείου Οικονομικών που τελέστηκαν (είτε στο εσωτερικό είτε στο εξωτερικό) σε βάρος των οικονομικών συμφερόντων του Ελληνικού Δημοσίου, του ευρύτερου δημόσιου τομέα της Εθνικής Οικονομίας γενικότερα καθώς και η πρόληψη, δίωξη και καταστολή και άλλων εγκλημάτων όπως π.χ. η παράνομη διακίνηση ναρκωτικών, όπλων, νομιμοποίηση εσόδων από εγκληματικές δραστηριότητες κτλ. Με σκοπό την περαιτέρω ενίσχυση της αποτελεσματικότητας του ΣΔΟΕ, επεκτάθηκαν οι αρμοδιότητές του με την θέσπιση του Π.Δ. 154/1997. Η επέκταση της αρμοδιότητας του ΣΔΟΕ αφορά στα οικονομικά εγκλήματα που τελούνται σε βάρος των οικονομικών συμφερόντων της Ε.Ε. αλλά και σε άλλα εγκλήματα όπως π.χ. παραχάραξη εθνικού νομίσματος, προμήθειες δημοσίου, παράνομες χρηματιστηριακές δραστηριότητες, τυχερά παιχνίδια κτλ.

⁷⁸ <http://www.transparency.gr/poioi-eimaste/i-organwsi/arhes/>

⁷⁹ Taxheaven, 2004

Υπάρχουν και άλλοι ελεγκτικοί μηχανισμοί, όπως το Σώμα Επιθεωρητών Υπηρεσιών Υγείας και Πρόνοιας, το Σώμα Επιθεώρησης Δημοσίων Έργων και το Σώμα Ελεγκτών Δημόσιας Διοίκησης, που συντονίζουν και εποπτεύουν την δράση των αντίστοιχων υπηρεσιών. Άλλος σημαντικός μηχανισμός και Θεσμός είναι ο Εθνικός Συντονιστής για την Καταπολέμηση της Διαφθοράς.

5.3. ΕΥΡΩΠΑΙΚΟΙ & ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΦΟΡΕΙΣ

Η καταπολέμηση της διαφθοράς και της απάτης αποτελεί εθνικό μέλημα. Ωστόσο η ΕΕ οφείλει να ερευνά και να συνδράμει στις εθνικές προσπάθειες για καταπολέμηση της απάτης και της διαφθοράς. Άλλωστε τα κράτη μέλη της Ένωσης διαχειρίζονται το 80% των κονδυλίων της Ένωσης⁸⁰. Τα φαινόμενα απάτης και διαφθοράς αποτελούν μεγάλη πρόκληση για την ΕΕ, καθώς έχουν καταστροφικές συνέπειες στα δημόσια οικονομικά και κλονίζουν την εμπιστοσύνη των πολιτών στους θεσμούς. Για την καταπολέμηση, λοιπόν, των φαινομένων απάτης και διαφθοράς έχει ιδρυθεί η Ευρωπαϊκή Υπηρεσία Καταπολέμησης της Απάτης (OLAF).

Η OLAF ιδρύθηκε το 1999 και είναι αρμόδια για την έρευνα περιπτώσεων απάτης διαφθοράς και οποιονδήποτε άλλων οικονομικών εγκλημάτων εις βάρος του προϋπολογισμού της ΕΕ. Επίσης, λειτουργεί βοηθητικά και συμβουλευτικά, προσφέροντας την εμπειρογνωμοσύνη της στην διαδικασία θέσπισης νόμων και στην χάραξη πολιτικών σε εθνικό επίπεδο. Έργο της αποτελεί, επίσης, η ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης απέναντι σε πράξεις απάτης και διαφθοράς. Η OLAF «τρέχει» 2 προγράμματα στα πλαίσια υλοποίησης των στόχων της.

1. Πρόγραμμα Hercule: το πρόγραμμα αυτό εστιάζει στην καταπολέμηση των οικονομικών παρατυπιών
2. Πρόγραμμα Pericles: το πρόγραμμα αυτό εστιάζει στην καταπολέμηση της παραχάραξης και της κιβδηλείας του ευρώ.

Η OLAF διαχειρίζεται ένα σύστημα πληροφοριών κατά της απάτης που βοηθάει το έργο όλων των εμπλεκόμενων θεσμικών φορέων ώστε να επιτευχθεί ο στόχος τους.

⁸⁰ Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014

Χαρακτηριστικά στοιχεία αυτού του συστήματος είναι το τελωνειακό σύστημα πληροφοριών (CIS) και το αρχείο φακέλων τελωνειακών ερευνών (FIDE)⁸¹.

Υπάρχουν, ωστόσο και άλλα θεσμικά όργανα στην ΕΕ, που συμβάλλουν με την δράση τους στον αγώνα καταπολέμησης της απάτης και της διαφθοράς. Η Επιτροπή ελέγχου του προϋπολογισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου παρακολουθεί την εκτέλεση του προϋπολογισμού και συνεργάζεται με την OLAF. Επίσης, το Ελεγκτικό Συνέδριο της ΕΕ ελέγχει τα οικονομικά της ΕΕ και βοηθάει με εκθέσεις και γνωμοδοτήσεις στον έλεγχο της υλοποίησης του προϋπολογισμού της ΕΕ. Το ελεγκτικό συνέδριο ελέγχει αν οι χρηματοοικονομικές πράξεις είναι νόμιμες και γνωστοποιεί στην OLAF τυχόν υποψίες. Αλλά και όλες οι σχετικές Ευρωπαϊκές Επιτροπές που περιφρουρούν και προστατεύουν το δίκαιο και τα δικαιώματα του Ανθρώπου, συμβάλλουν στον αγώνα καταπολέμησης των οικονομικών εγκλημάτων, όπως η Συμβουλευτική Επιτροπή της Σύμβασης για την προστασία των ατόμων σχετικά με την αυτόματη επεξεργασία προσωπικών δεδομένων (T-PD), Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την Αποτελεσματικότητα της Δικαιοσύνης (Cerej).

Σημαντική είναι και η προσφορά και η δράση της Ευρωπαϊκής Αστυνομικής Υπηρεσίας (Ευρωπόλ) που αποτελεί οργανισμό για την επιβολή του νόμου στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Ανάμεσα στις αρμοδιότητες της Ευρωπόλ είναι και η συμβολή της στην καταπολέμηση της απάτης που συνδέεται με την παραχάραξη, την κιβδηλεία και τον Φόρο Προστιθέμενης Αξίας (Φ.Π.Α.). Είναι, επίσης, υπεύθυνη και για το «σχέδιο ανάλυσης κρουσμάτων ενδοκοινοτικής απάτης αφανούς εταίρου», δηλαδή κρουσμάτων μη καταβολής και υπεξαίρεσης του ΦΠΑ από ομάδες οργανωμένου εγκλήματος⁸².

Ένα άλλο μέτρο στα πλαίσια της προσπάθειας της ΕΕ να καταπολεμήσει την απάτη και την διαφθορά είναι και η «κοινή τελωνειακή επιχείρηση». Πρόκειται για ένα επιχειρησιακό μέτρο περιορισμένης διάρκειας που εφαρμόζεται από τις τελωνειακές αρχές των κρατών μελών για την καταπολέμηση του διασυνοριακού λαθρεμπορίου διαφόρων προϊόντων. Αξίζει να αναφερθεί και η Ομάδα χωρών κατά της Διαφθοράς, η Greco (the Group of States Against Corruption) που

⁸¹ Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014

⁸² Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014

αποτελεί έναν μηχανισμό ελέγχου του Συμβουλίου της Ευρώπης η οποία παίζει και συμβουλευτικό ρόλο⁸³.

Πρωταγωνιστικό ρόλο στην αντιμετώπιση της διαφθοράς διαδραματίζει, πλέον, η παγκόσμια μη κυβερνητική οργάνωση "Διεθνής Διαφάνεια" (ΔΔ). Δραστηριοποιείται με 90 παραρτήματα, παγκοσμίως, και έχει την έδρα της στο Βερολίνο. Βασική της δράση, στα πλαίσια της καταπολέμησης της διαφθοράς, είναι η ευαισθητοποίηση των πολιτών για τις καταστροφικές συνέπειες της διαφθοράς.

Στα πλαίσια του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ) λειτουργούν Επιτροπές που ασχολούνται με διάφορους τομείς και συνεργάζονται με τους αντίστοιχους φορείς σε κράτη μέλη. Έτσι, ο ΟΗΕ έχει αναπτύξει ένα Παγκόσμιο Πρόγραμμα εναντίον της Διαφθοράς (UN Global Programme against Corruption) στο πλαίσιο του Κέντρου για την Διεθνή Πρόληψη του Εγκλήματος (Centre for the International Crime Prevention). Σκοπός του προγράμματος είναι να βοηθήσει τα κράτη μέλη στις προσπάθειες τους να διαμορφώσουν ένα ενιαίο πλαίσιο αντιμετώπισης και πρόληψης της διαφθοράς με το να αυξήσουν τους κινδύνους και τα κόστη της κατάχρησης της εξουσίας για προσωπικά οφέλη. Το πρόγραμμα προωθεί την διεθνή διαφάνεια και την υπευθυνότητα μέσω της εδραίωσης ενός μηχανισμού ελέγχου των σχετικών διατάξεων και της υιοθέτησης συνεκτικών στρατηγικών από την Διεθνή Κοινότητα. Οι κυριότερες επιτροπές/ ομάδες του Συμβουλίου της Ευρώπης που έχουν συσταθεί και αφορούν την καταπολέμηση της διαφθοράς είναι⁸⁴:

- § Διακυβερνητική Ομάδα Εργασίας για την δημιουργία μηχανισμού αξιολόγησης της Σύμβασης των Ηνωμένων Εθνών για την καταπολέμηση της διαφθοράς.
- § Συνδιάσκεψη Συμβαλλόμενων Κρατών στην Σύμβαση των ΗΕ για την Καταπολέμηση της Διαφθοράς
- § Διακυβερνητική Ομάδα Εργασίας για την ανάκτηση περιουσιακών στοιχείων.

⁸³ Υπουργείο Δικαιοσύνης, Διαφάνειας και Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων, Ιστοσελίδα

⁸⁴ Υπουργείο Δικαιοσύνης, Διαφάνειας και Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων, Ιστοσελίδα

Στα πλαίσια της δράσης του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ, OECD) λειτουργούν οι εξής ομάδες που αφορούν την Διαφθορά:

- § Ομάδα Εργασίας του ΟΟΣΑ για την Δωροδοκία στις Διεθνείς Επιχειρηματικές Συναλλαγές: η ομάδα επιβλέπει και ελέγχει την εφαρμογή της Σύμβασης του ΟΟΣΑ κατά της δωροδοκίας αλλοδαπών δημόσιων λειτουργών κατά τις διεθνείς επιχειρηματικές συναλλαγές.
- § FATF: είναι μια ομάδα διεθνούς χρηματοοικονομικής δράσης για το ξέπλυμα βρώμικου χρήματος αλλά και για την καταπολέμηση της χρηματοδότησης της τρομοκρατίας. Αποτελεί ένα όργανο διαμόρφωσης πολιτικής που έχει ως πρωταρχικό σκοπό να ενεργοποιήσει την πολιτική βούληση που αποτελεί σημαντικό βήμα προς την εναρμόνιση των εθνικών πολιτικών και νομοθετικών πλαισίων.

Τέλος, υπάρχουν και κάποιοι περιφερειακοί οργανισμοί που δραστηριοποιούνται στο ζήτημα της διαφθοράς, όπως η Πρωτοβουλία Συνεργασίας Νοτιοανατολικής Ευρώπης (Southeast European Cooperative Initiative) και η Συμβουλευτική ομάδα Εισαγγελέων Νότιο- ανατολικής Ευρώπης.

III. ΕΡΕΥΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6: ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΑΘΕΜΙΤΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

6.1. ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα συντρέχουν κάποιοι παράγοντες που διαμορφώνουν ένα ευνοϊκό κλίμα ανάπτυξης φαινομένων διαφθοράς και γενικά εκδήλωσης αθέμιτων ενεργειών από τις επιχειρήσεις. Σύμφωνα με έρευνα του World Economic Forum, τα μεγαλύτερα προβλήματα με την επιχειρηματικότητα είναι κατά σειρά έντασης, η γραφειοκρατία, η διαφθορά, το εργασιακό πλαίσιο, η μεταβλητότητα των πολιτικών, το φορολογικό πλαίσιο, η πρόσβαση σε δανειοδότηση, οι υποδομές, οι φορολογικοί συντελεστές και η έλλειψη δέσμευσης και προσήλωσης του εργατικού δυναμικού. Σύμφωνα με έρευνα της Διεθνούς Διαφάνειας Ελλάς, στην Ελλάδα, οι περισσότερες διαδικασίες που αφορούν την αδειοδότηση, την λειτουργία, την πτώχευση και την εκκαθάριση των επιχειρήσεων πραγματοποιούνται, κυρίως, μέσω δημοσίων υπαλλήλων. Αυτό το γεγονός δημιουργεί πολλές αφορμές για χρηματισμό δημοσίων υπαλλήλων. Το υφιστάμενο νομοθετικό πλαίσιο, βέβαια, προβλέπει την δυνατότητα προσφυγής στην Δικαιοσύνη, ωστόσο, η οδός αυτή είναι ιδιαίτερα χρονοβόρα και κοστοβόρα. Οι επιχειρήσεις, συνήθως, υποκύπτουν στις παράνομες οικονομικές απαιτήσεις των δημοσίων λειτουργών αλλά σπάνια καταγγέλλουν αυτά τα φαινόμενα. Αυτό

συμβαίνει λόγω έλλειψης κινήτρων και διότι υπάρχει ο κίνδυνος να βρεθούν μετά στο στόχαστρο των κρατικών ελεγκτικών μηχανισμών⁸⁵.

Αναφορικά με την διαφάνεια στις επιχειρήσεις, υπάρχει ενισχυμένο νομοθετικό πλαίσιο που εξασφαλίζει την ύπαρξη διαφάνειας, κυρίως, για τις μεγάλες επιχειρήσεις που είναι εισηγμένες στο Χρηματιστήριο Αξιών Αθηνών. Αυτές οι επιχειρήσεις ακολουθούν τους διεθνείς κανόνες εταιρικής διακυβέρνησης λογιστικής και ελεγκτικής, ωστόσο η εφαρμογή τους πάσχει κυρίως εξαιτίας της συχνά οικογενειακής σύνθεσης του μετοχολογίου τους, των περιορισμένων πηγών χρηματοδότησή τους (σχεδόν αποκλειστικά από τράπεζες) και του προσανατολισμού τους, κυρίως, στην απεικόνιση των φορολογικών μεγεθών της εταιρίας, χωρίς επιπλέον στοιχεία. Φυσικά, για τις υπόλοιπες μη εισηγμένες στο Χρηματιστήριο εταιρείες το πρόβλημα της διαφάνειας είναι ακόμα μεγαλύτερο. Ένα μεγάλο πρόβλημα σε αυτό τον τομέα αποτελεί ο Κώδικας Βιβλίων και Στοιχείων που αποτελεί ένα πολύπλοκο και δύσκολα εφαρμόσιμο νομοθέτημα το οποίο δεν εξυπηρετεί την συμμόρφωση σε αυτό, οπότε εμποδίζει την διαφάνεια⁸⁶.

Στην Ελλάδα σημαντικό πρόβλημα αποτελεί και η έλλειψη επαρκούς εποπτείας που θα μπορούσε να περιορίσει σε μεγάλο βαθμό τις αθέμιτες πρακτικές εκ μέρους των επιχειρήσεων. Οι εποπτικοί φορείς λειτουργούν περισσότερο σαν μητρώα εταιριών παρά ως εποπτικοί φορείς που επιβάλλουν κυρώσεις, με αποτέλεσμα ο έλεγχος να είναι σχεδόν ανύπαρκτος. Σε αυτό συμβάλλει σε μεγάλο βαθμό το γεγονός ότι οι υπάλληλοι στους ελεγκτικούς φορείς εκδηλώνουν οι ίδιοι φαινόμενα διαφθοράς. Ενώ η ελληνική νομοθεσία είναι ένθερμη απέναντι στα φαινόμενα διαφθοράς έχοντας ενσωματώσει όλες τις σχετικές κοινοτικές διατάξεις, αυτή η μεταφορά δεν φαίνεται να είναι ουσιαστική και δημιουργική. Σύμφωνα με έρευνα της Παγκόσμιας Τράπεζας, οι Έλληνες επιχειρηματίες είναι διατεθειμένοι να καταφύγουν σε αθέμιτες πρακτικές, ώστε να επιτύχουν τους επιχειρησιακούς τους στόχους. Αυτό συμβαίνει, κυρίως, στις μικρές επιχειρήσεις που νιώθουν αδύναμες μέσα στο ανταγωνιστικό επιχειρησιακό περιβάλλον και πιστεύουν ότι χωρίς αθέμιτα μέσα δεν θα μπορέσουν να ανταπεξέλθουν και να επιβιώσουν⁸⁷.

⁸⁵ Δαμασκού, 2012

⁸⁶ Δαμασκού, 2012

⁸⁷ Δαμασκού, 2012

Σύμφωνα με έρευνες που πραγματοποίησε η PwC σε ανώτερα στελέχη επιχειρήσεων στην Ελλάδα προκύπτουν κάποια βασικά στοιχεία που αφορούν συνολικά το οικονομικό έγκλημα στην Ελλάδα, με όλες τις εκφάνσεις. Στο παρακάτω διάγραμμα απεικονίζονται στοιχεία οικονομικού εγκλήματος για το 2009 και το 2011, ως απάντηση των ανώτατων στελεχών στην ερώτηση «Ποιες μορφές οικονομικού εγκλήματος αντιμετώπισε ο οργανισμός σας κατά τους τελευταίους 12 μήνες;» Το 2009 μεγαλύτερο ποσοστό κατείχε η δωροδοκία & διαφθορά με ποσοστό 50%, ενώ στην συνέχεια έρχεται η υπεξαίρεση ενεργητικού με ποσοστό 36%. Κατά ποσοστό 23% ήρθαν αντιμέτωπες οι επιχειρήσεις του δείγματος με πράξεις «ξεπλύματος βρώμικου χρήματος», ενώ κατά ποσοστό 14% με φορολογική αδιαφάνεια. Το ηλεκτρονικό έγκλημα δεν είχε εμφανίσει σημαντικό ποσοστό το 2009. Το 2011, η έρευνα οδήγησε σε συμπεράσματα που διαφέρουν εντυπωσιακά από αυτά του 2009. Τα φαινόμενα δωροδοκίας& διαφθοράς μειώθηκαν εντυπωσιακά, κατά 37% περίπου, ενώ αυξήθηκαν πολύ τα φαινόμενα υπεξαίρεσης ενεργητικού, που άγγιξαν το ποσοστό του 75%. Η φορολογική διαφάνεια δεν παρουσίασε σημαντικά ποσοστά, ενώ αντίθετα το ηλεκτρονικό έγκλημα αυξήθηκε εντυπωσιακά φτάνοντας το ποσοστό του 25%. Τα φαινόμενα ξεπλύματος χρήματος παρουσίασαν μια μικρή μείωση.



*Το ηλεκτρονικό έγκλημα δεν είχε εμφανίσει σημαντικό ποσοστό το 2009.

Διάγραμμα 4: Έρευνα για το Οικονομικό Έγκλημα στην Ελλάδα/ Πηγή: PwC, 2011

Πιο συγκεκριμένα για τις αθέμιτες πρακτικές στις διαδικτυακές συναλλαγές να αναφερθεί ότι σύμφωνα με έρευνα του Ευρωβαρόμετρου, το 2009, 6 στους 10 Έλληνες ένιωσαν ότι δέχθηκαν ανεπιθύμητα διαφημιστικά μηνύματα (π.χ. spam

emails, τηλεφωνική προσέγγιση, διαφημιστικά sms κτλ.). Για τις εξ αποστάσεως αγορές, το 21% των Ελλήνων καταναλωτών δήλωσε ότι αντιμετώπισε πρόβλημα και μάλιστα το 15% προχώρησε σε έκφραση παραπόνου. Αναφορικά με την διαφήμιση, ένα ποσοστό (68%) δήλωσε ότι εκτέθηκε σε παραπλανητικές διαφημίσεις ή διαφημίσεις εξαπάτησης. Γενικά, το 94% των καταναλωτών εκτέθηκαν τουλάχιστον σε μια μορφή αθέμιτων εμπορικών πρακτικών, ποσοστό που είναι το υψηλότερο στην Ε.Ε.. Από τις συνηθέστερες αθέμιτες εμπορικές πρακτικές είναι τα υποτιθέμενα «δωρεάν προϊόντα» (71%), οι παραπλανητικές πωλήσεις μέσω τηλεφώνου (64%) και οι παραπλανητικές κληρώσεις δώρων (57%)⁸⁸.

Αναφορικά με το πρόβλημα της φοροδιαφυγής, αξίζει να αναφερθεί ότι είναι αρκετά διογκωμένο ιδιαίτερα μετά την οικονομική κρίση που ξέσπασε. Σύμφωνα με εκτιμήσεις, το μέγεθος της ανεπίσημης οικονομίας στην Ελλάδα, για την περίοδο 1999-2007, ανερχόταν στο 27.5% του ΑΕΠ, μεγαλύτερο ποσοστό από οποιαδήποτε άλλη Ευρωπαϊκή χώρα. Το 2006, το φορολογικό κενό αναφορικά με τον Φ.Π.Α., ανερχόταν στο ποσοστό του 30%, συγκρινόμενο με το ευρωπαϊκό μέσο όρο του 12%. Ωστόσο, το φορολογικό χρέος ως κομμάτι των ετήσιων καθαρών φορολογικών εσόδων ήταν 72.2%, το 2011, όταν ο μέσος όρος στον ΟΟΣΑ ήταν 12.3%. Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ αν η Ελλάδα εισέπραττε τον Φ.Π.Α., τις εισφορές κοινωνικής ασφάλισης και τον φόρο εισοδήματος με την μέση αποτελεσματικότητα του ΟΟΣΑ, τα φορολογικά έσοδα θα παρουσίαζαν αύξηση κατά 5% του ΑΕΠ⁸⁹. Σύμφωνα με τους Matsaganis και Flevotomou (2010), το ποσοστό του εισοδήματος από την αυτό- απασχόληση που δεν δηλωνόταν ολόκληρο ήταν 24.4% ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους μισθούς ήταν στο 4 %⁹⁰.

Σύμφωνα με το Στατιστικό δελτίο φορολογικών δεδομένων του Υπουργείου Οικονομικών του 2010, αναφορικά με το φόρο εισοδήματος φυσικών και νομικών προσώπων: οι μισθωτοί και συνταξιούχοι δήλωσαν του 70.2% του συνολικού εισοδήματος και κατέβαλαν το 55.5% του συνολικού φόρου εισοδήματος. Όλοι οι υπόλοιποι φορολογούμενοι (ελεύθεροι επαγγελματίες, έμποροι, αγρότες,

⁸⁸ Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2010

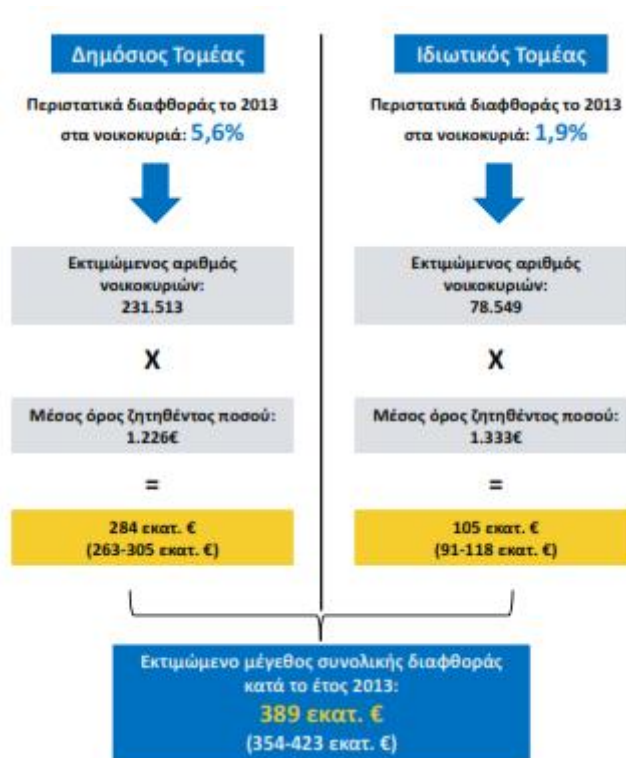
⁸⁹ Matsaganis et. al., 2012

⁹⁰ Matsaganis et. al., 2012

εισοδηματίες κτλ.), δήλωσαν το 16,8% του εισοδήματος και πλήρωσαν το 15.8% του φόρου. Το υπόλοιπο 13% του συνολικού εισοδήματος και 28.7% του συνολικού φόρου αντιστοιχούσε σε νομικά πρόσωπα.

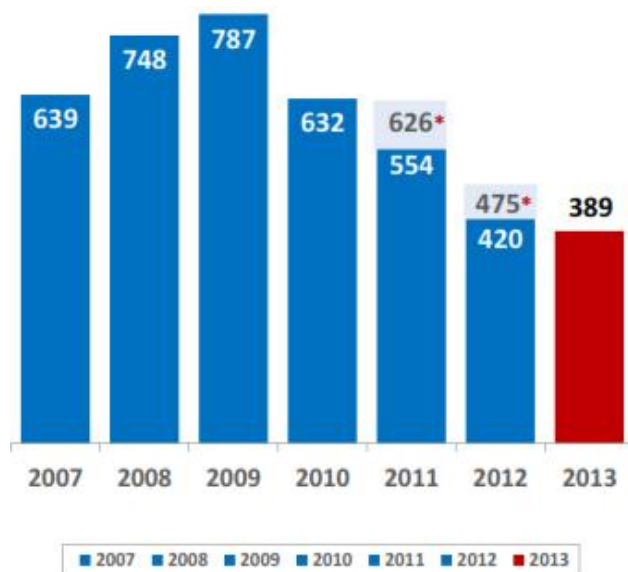
Αναφορικά με τον Δείκτη Αντίληψης της Διαφθοράς ή αλλιώς Δείκτη Διαφάνειας του 2014 (Corruption Perception Index, CPI), η Ελλάδα βρίσκεται στην 69^η θέση με σκόρ 43, ενώ ενδεικτικά αναφέρεται ότι η Δανία κατέχει την πρώτη θέση και η Νέα Ζηλανδία κατέχει την δεύτερη θέση ενώ η Σομαλία και η Βόρεια Κορέα κατέχουν τις τελευταίες θέσεις. Ο δείκτης αυτός δείχνει τον βαθμό στον οποίο θεωρείται ότι υπάρχει διαφθορά μεταξύ των κρατικών αξιωματούχων και των πολιτικών. Η κλίμακα του δείκτη κυμαίνεται από 0 (εξαιρετικά διεφθαρμένες) έως 100 (πολύ καθαρές). Σύμφωνα με την Έρευνα Παγκόσμιας Ανταγωνιστικότητας (2013) από το World Economic Forum, η Ελλάδα κατατάσσεται 78^η στο σύνολο των 144 χωρών στο θέμα των δωροδοκιών, 109^η αναφορικά με την ευνοιοκρατία των κρατικών αξιωματούχων και 120^η αναφορικά με την διαφάνεια της κυβερνητικής πολιτικής.

Στα πλαίσια της δράσης της μη κυβερνητικής οργάνωσης «Διεθνείς Διαφάνεια», πραγματοποιούνται έρευνες σε εθνικό επίπεδο για την εκτίμηση του μεγέθους της διαφθοράς. Η έρευνα του 2013, εκτιμά το μέγεθος της συνολικής διαφθοράς σε 389 εκατ. €. Το αντίστοιχο μέγεθος το 2012 ήταν 475 εκατ. €. Στο παρακάτω διάγραμμα, περιγράφεται πιο αναλυτικά πως προκύπτει το συνολικό μέγεθος διαφθοράς. Από το συνολικό ποσό, τα 284 εκατ. € αφορούν στον δημόσιο τομέα και τα 105 εκατ. € αφορούν στον ιδιωτικό τομέα. Τα περιστατικά διαφθοράς στο δημόσιο τομέα, το 2013, αφορούν στο 5,6% των νοικοκυριών δηλαδή, 231.513 νοικοκυριά, ενώ στον ιδιωτικό τομέα το 1,9%, δηλαδή, 78.549 νοικοκυριά. Ο μέσος όρος του ζητηθέντος ποσού ανά περιστατικό είναι 1.226 € και 1.333 € στον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα, αντίστοιχα.



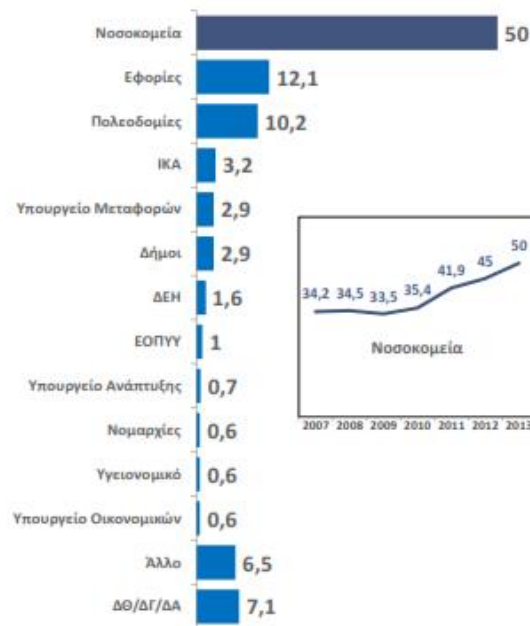
Εικόνα 1: Μέγεθος Διαφθοράς στην Ελλάδα- 2013/ Πηγή: Εθνική Έρευνα για την Διαφθορά στην Ελλάδα- 2013, Διεθνής Διαφάνεια- Ελλάς, 2013

Σύμφωνα πάντα με τα στοιχεία της Εθνικής Έρευνας- 2013, η διαχρονική εξέλιξη της διαφθοράς στην Ελλάδα την περίοδο 2007-2013 ακολουθεί την πορεία όπως απεικονίζεται στο διάγραμμα παρακάτω. Την περίοδο 2007-2009 ακολουθεί ανοδική πορεία και το 2009 εμφανίζει την μέγιστη τιμή της περιόδου 2007-2013, 787 εκατ. € Από το 2009 και έπειτα παρουσιάζεται μια πτωτική τάση του μεγέθους της διαφθοράς στην Ελλάδα.



Διάγραμμα 5: Διαχρονική Εξέλιξη της Διαφθοράς στην Ελλάδα 2007-2013/ Πηγή: Εθνική Έρευνα για την Διαφθορά στην Ελλάδα- 2013, Διεθνής Διαφάνεια- Ελλάς, 2013

Αναφορικά με τον δημόσιο τομέα, στο διάγραμμα 3 απεικονίζεται η σύνθεση των περιστατικών διαφθοράς, μεγαλύτερο μέρος των οποίων λαμβάνει χώρα στα Νοσοκομεία. Μάλιστα, κατά την περίοδο 2007-2013, τα περιστατικά διαφθοράς στα νοσοκομεία παρουσίασαν εντυπωσιακή άνοδο, αφού από το ποσοστό του 34% έφτασαν σε αυτό του 50%. Ακολουθούν οι εφορίες και η πολεοδομία με ποσοστά 12,1% και 10,2%, αντίστοιχα. Στην συνέχεια είναι κάποιοι άλλοι φορείς του δημόσιου τομέα, όπως ΙΚΑ, Δήμοι & Περιφέρειες, ΔΕΗ, ΕΟΠΠΥ κτλ..



Διάγραμμα 6: Σύνθεση περιστατικών διαφθοράς στον Δημόσιο τομέα/ Πηγή: Εθνική Έρευνα για την Διαφθορά στην Ελλάδα- 2013, Διεθνής Διαφάνεια- Ελλάς, 2013

Αναφορικά με τον ιδιωτικό τομέα, το μεγαλύτερο μέρος των περιστατικών διαφθοράς σχετίζεται με τις υπηρεσίες υγείας, σε ποσοστό 33%. Ακολουθούν οι δικηγόροι με ποσοστό 11%, ο κλάδος αυτοκινήτου με ποσοστό 11% επίσης, και ο κατασκευαστικός κλάδος με ποσοστό 10%. Το υπόλοιπο 27% των περιστατικών διαφθοράς στον ιδιωτικό τομέα αφορά άλλες επιχειρήσεις από διάφορους κλάδους.

Σύνθεση περιστατικών %	
Υπηρεσίες υγείας	33%
Δικηγόροι Νομικοί	11%
Τράπεζες	8%
Κλάδος αυτοκινήτου	11%
Κατασκευές	10%
Λοιπά	27%
Σύνολο	100%

Πίνακας 2: Σύνθεση περιστατικών διαφθοράς στον Ιδιωτικό τομέα/ Πηγή: Εθνική Έρευνα για την Διαφθορά στην Ελλάδα- 2013, Διεθνής Διαφάνεια- Ελλάς, 2013

Σύμφωνα με έρευνα της Παγκόσμιας Τράπεζας, προκύπτουν κάποια σημαντικά στοιχεία για το φαινόμενο της διαφθοράς στην Ελλάδα. Στον παρακάτω πίνακα

παρουσιάζονται κάποια ενδεικτικά στοιχεία. Όπως φαίνεται το 55,9% των επιχειρήσεων θεωρεί ότι πρέπει να δώσει «φακελάκι» σε εφοριακό, το 14,5% των επιχειρήσεων πιστεύει ότι πρέπει να δώσει «μίζα» ώστε να λάβει έργο από το Δημόσιο, το 21,6% των επιχειρήσεων θεωρεί το «γρηγορόσημο» απαραίτητο για να διευθετηθούν κάποια ζητήματα γρήγορα από το Δημόσιο και 10% των επιχειρήσεων θεωρεί την διαφθορά ως μέγιστο περιορισμό. Όπως φαίνεται από τον πίνακα, τα στοιχεία της έρευνας δείχνουν ότι η διαφθορά σε σχέση με την Εφορία βρίσκεται σε υψηλό επίπεδο και μάλιστα σε πολύ υψηλότερο από αυτό του μέσου όρου στον ΟΟΣΑ.

Διαφθορά	Ποσοστά στην Ελλάδα	Μέσος όρος ΟΟΣΑ
% επιχειρήσεων που θεωρεί ότι πρέπει να δώσει «φακελάκι» σε εφοριακό	55,9%	28,26%
% επιχειρήσεων που θεωρεί ότι πρέπει να δώσει «μίζα» για να λάβει κάποιο έργο από το δημόσιο	14,5%	15,6%
% επιχειρήσεων που θεωρεί το «γρηγορόσημο» απαραίτητο	21,6%	12,6%
% επιχειρήσεων που θεωρούν την διαφθορά μέγιστο περιορισμό	10%	8,1%

Πίνακας 3: Στοιχεία Διαφθοράς στην Ελλάδα- Σύγκριση ΟΟΣΑ (2005) / Πηγή: Παγκόσμια Τράπεζα

6.2. ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Σύμφωνα με έρευνα του Ευρωβαρόμετρου⁹¹ που δημοσιεύθηκε το 2014 και περιλάμβανε 28 κράτη μέλη, το 50% του πληθυσμού πιστεύει ότι το φαινόμενο της διαφθοράς έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια. Το 76% πιστεύει ότι η διαφθορά είναι διάχυτη στην χώρα του. Πιο αναλυτικά, στην Ελλάδα αυτό το ποσοστό είναι 99%, στην Ιταλία 97%, στην Λιθουανία, Ισπανία και Τσεχία από 95%, στην Κροατία 94%, στην Ρουμανία 93% και στην Σλοβενία 91%. Αντίθετα, στην Βόρεια Ευρώπη φαίνεται ότι ο πληθυσμός πιστεύει ότι τα φαινόμενα διαφθοράς δεν είναι τόσο συχνά. Για παράδειγμα, στην Δανία το ποσοστό είναι 75%, στην Φιλανδία 64% και στην Σουηδία είναι 54%. Επίσης, το 80% του ευρωπαϊκού πληθυσμού πιστεύει

⁹¹ Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014

ότι υπάρχει διαφθορά στις εθνικούς δημόσιους φορείς, 77% στις τοπικές περιφέρειες και 70% στους Ευρωπαϊκούς θεσμούς. Περίπου τα τρία τέταρτα (73%) των Ευρωπαίων πιστεύουν ότι η δωροδοκία και οι χρήσιμες των γνωριμιών είναι συχνά ο πιο εύκολος τρόπος για αποκτήσουν πρόσβαση στις δημόσιες υπηρεσίες στην χώρα τους. Ένας στους 20 Ευρωπαίους που έχει επισκεφθεί υπηρεσίες δημόσιας υγείας υποστηρίζει ότι έπρεπε να δώσουν επιπρόσθετη αμοιβή ή κάποιο δώρο ή κάποια δωρεά. Το 8% των Ευρωπαίων υποστηρίζει ότι έχει ζήσει ή ήταν μάρτυρας σε φαινόμενο διαφθοράς τους τελευταίους 12 μήνες.

Το 26% του ευρωπαϊκού πληθυσμού πιστεύει ότι είναι αποδεκτό να γίνει μια «εξυπηρέτηση» σε αντάλλαγμα για κάτι που ζητείται από το δημόσιο. Το αντίστοιχο ποσοστό για αυτούς που πιστεύουν ότι είναι αποδεκτό να δώσεις ένα δώρο είναι 23%, ενώ ένα ποσοστό 16% πιστεύουν ότι είναι αποδεκτό να δώσεις χρήματα σε αντάλλαγμα. Το 67% του ευρωπαϊκού πληθυσμού πιστεύει ότι υπάρχει έλλειψη διαφάνειας και εποπτείας όσον αφορά τη χρηματοδότηση των πολιτικών κομμάτων. Δύο στους τρεις Ευρωπαίους πιστεύουν ότι η επιχειρηματική κουλτούρα στην χώρα τους είναι διαποτισμένη με την διαφθορά. Ωστόσο, το 70% ισχυρίζεται ότι η διαφθορά δεν έχει αγγίξει την προσωπική τους καθημερινή ζωή. Το 56% των Ευρωπαίων υποστηρίζουν ότι το επίπεδο διαφθοράς στην χώρα του έχει αυξηθεί τα τελευταία 3 χρόνια. Μόνο το 5% πιστεύουν ότι έχει μειωθεί.

Αναφορικά με την αντιμετώπιση της διαφθοράς, το 23% των Ευρωπαίων πιστεύουν ότι οι κυβερνητικές προσπάθειες για αντιμετώπιση της διαφθοράς είναι αποτελεσματικές. Το 33% πιστεύουν ότι τα μέτρα που λαμβάνονται στην χώρα τους για την καταπολέμηση της διαφθοράς εφαρμόζονται αμερόληπτα. Περίπου το 27% πιστεύουν ότι οι Ευρωπαϊκοί Θεσμοί βοηθούν στην άμβλυση του φαινομένου της διαφθοράς. Μόνο το 51% των Ευρωπαίων πιστεύουν ότι ξέρουν που να απευθυνθούν για να αναφέρουν φαινόμενα διαφθοράς. Αρκετοί μάλιστα πιστεύουν (47%) ότι δεν μπαίνουν στην διαδικασία να καταγγείλουν φαινόμενο διαφθοράς διότι είναι δύσκολο να αποδείξουν οτιδήποτε. 33% δεν το κάνουν διότι το θεωρούν ανούσιο εφόσον συνήθως ποτέ δεν υπάρχει κάποια τιμωρία, ενώ 31% δεν αναφέρουν την διαφθορά διότι πιστεύουν ότι δεν υπάρχει προστασία για αυτούς αν το κάνουν. Συνήθως στον πρώτο φορέα που απευθύνονται για να καταγγείλουν διαφθορά είναι η αστυνομία κατά 57%.

Η εκτίμηση για το κόστος της διαφθοράς στα κράτη μέλη της ΕΕ είναι 120 δισεκατ. ευρώ ετησίως. Το ποσό αυτό σχετίζεται με κάθε είδους διαφθορά στα κράτη μέλη της ΕΕ, συμπεριλαμβανομένων των αξιόποινων πράξεων που συνδέονται με τον προϋπολογισμό της Ένωσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7: ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΙΣ ΑΘΕΜΙΤΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Οι περιπτώσεις αθέμιτων πρακτικών επιχειρήσεων είναι πολλές και στην Ελλάδα αλλά και διεθνώς. Στην ενότητα αυτή αναφέρονται ενδεικτικά κάποια παραδείγματα αθέμιτων πρακτικών που καλύπτουν διάφορες κατηγορίες από το ευρύ φάσμα τέτοιων πρακτικών όπως αναλυτικά περιγράφηκαν παραπάνω.

Διαμάχη της Εταιρείας Coca Cola 3E A.E. και της Pepsico HBH A.E.

Πρόκειται για την διαμάχη επί Ελληνικού εδάφους των θυγατρικών εταιριών 2 κολοσσιαίων εταιριών μη αλκοολούχων ποτών της, Coca Cola και Pepsico. Η διαμάχη αυτή υπάρχει και σε παγκόσμιο επίπεδο, ωστόσο, εδώ, αναφέρεται η διαμάχη των θυγατρικών εταιριών. Η Coca Cola Τρία Έψιλον Α.Ε. είναι η μεγαλύτερη εταιρεία παραγωγής και εμπορίας μη αλκοολούχων ποτών στην ελληνική αγορά και ουσιαστικά, κατέχει την δεσπόζουσα θέση στην αγορά. Από την άλλη, η εταιρεία PepsiCo κατέχει την δεύτερη θέση στην αγορά των μη αλκοολούχων ποτών με ένα ποσοστό 4%. Η κυριαρχία της Coca Cola 3E είναι σαφής (Κουμάκης 2009). Ωστόσο, δεν υπάρχει διαμάχη μόνο μεταξύ της Coca Cola 3E και της PepsiCo αλλά και μεταξύ της πρώτης με άλλες μικρότερες εταιρίες του κλάδου.

Πιο συγκεκριμένα, το 2002 η Επιτροπή Ανταγωνισμού αποφάσισε να επιβάλλει πρόστιμο στην Coca Cola 3E μετά από συνεχείς καταγγελίες της εταιρείας Αγνή Α.Ε. αλλά και του Συνδέσμου Παρασκευαστών Αναψυκτικών για κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης και άλλες πράξεις αθέμιτου ανταγωνισμού. Η απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού (αρ. 207/III/2002) ήταν ότι η εταιρεία, όντως, έκανε κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης της που αποτελεί παράβαση του Ν. 703/77. Οι αθέμιτες πρακτικές της εταιρείας ήταν:

- § Εφαρμογή συστήματος εκπτώσεων βάσει στόχων πωλήσεως.
- § Άσκηση πιέσεων και ειδικότερα στην εξάρτηση της σύναψης συμβάσεων από την αποδοχή εκ μέρους των αντισυμβαλλομένων σύναψης πρόσθετων

όρων που από την φύση τους δεν συνδέονται με το αντικείμενο των συμβάσεων αυτών.

§ Καταβολή μη αιτιολογημένων παροχών υπό μορφή προωθητικών ενεργειών, οι οποίες λειτουργούν ως εκπτώσεις πίστεως, με στόχο την απόσπαση εμπόρων από ανταγωνιστικές εταιρείες, ώστε αυτοί να διακινούν μόνο τα προϊόντα 3E.

§ Όροι στις συμφωνίες χρησιδανεισμού των ψυγείων που αφορούν σε αποκλειστικότητα χρήσης προϊόντων αυτής της εταιρείας, ώστε να μην υπάρχει δυνατότητα τοποθέτησης άλλου πρόσθετου ανταγωνιστικού ψυγείου αναψυκτικών.

Το συνολικό πρόστιμο που επιβάλλεται από την Επιτροπή Ανταγωνισμού 2.934.702,86 € Επίσης, η E.A. υποχρεώνει την εταιρεία να άρει τους όρους αποκλειστικής χρήσης ψυγείων και να παύσει γενικά όλες τις παραπάνω παραβιάσεις. Τέλος, απειλεί με πρόστιμο 5.869 € για κάθε ημέρα καθυστέρησης συμμόρφωσης προς την απόφαση, από την ημέρα της δημοσίευσής της.

Στην συνέχεια, η εταιρεία PepsiCo καταθέτει το 2004, μήνυση, όπου ζητάει έλεγχο ως προς την τήρηση της απόφασης αρ. 207/III/2002 της Επιτροπή Ανταγωνισμού από την Coca Cola 3E. Μετά από έλεγχο, η Επιτροπή Ανταγωνισμού, έβγαλε απόφαση (αρ. 309/V/2006) σύμφωνα με την οποία η εταιρεία Coca Cola 3E δεν συμμορφώθηκε προς την απόφαση αρ. 207/III/2002 και συνέχισε να εφαρμόζει τις αθέμιτες πρακτικές. Έτσι, πραγματοποιήθηκε η απειλή για πρόστιμο 5.869 € για κάθε μέρα μη συμμόρφωσης για την περίοδο 1.2.2002 μέχρι 16.2.2006 με το συνολικό πρόστιμο να φτάνει το ποσό των 8.662.644 €

Η διαμάχη αυτών των δυο εταιριών, διεθνώς, μαίνεται και στο χώρο της διαφήμισης, με τον γνωστό «Cola war», που ξέσπασε την δεκαετία του 1980. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η διαφημιστική καμπάνια που λάνσαρε η εταιρία PepsiCo, «The Pepsi Challenge». Προβάλλονταν διαφημίσεις που σύγκριναν άμεσα τα δυο ανταγωνιστικά προϊόντα. Πιο συγκεκριμένα, υπήρχε μια κρυφή κάμερα και κατέγραφε τις αντιδράσεις καταναλωτών, καθώς δοκίμαζαν τα δυο προϊόντα, χωρίς να γνωρίζουν πιο είναι σε κάθε ένα από τα δυο ποτήρια. Στις διαφημίσεις φαίνεται ότι από τις αντιδράσεις των καταναλωτών, υπάρχει σαφής προτίμηση υπέρ της Pepsi. Η Pepsi στα πλαίσια αυτής της διαμάχης είχε λανσάρει

και άλλες τέτοιες διαφημίσεις που θα μπορούσαν να θεωρηθούν προκλητικές. Για παράδειγμα, κατά τον εορτασμό του Halloween, είχε λανσάρει την παρακάτω διαφήμιση που περιείχε σαρκαστική διάθεση απέναντι στο ανταγωνιστικό προϊόν. Η Pepsi-Cola είναι «μασκαρεμένη» Coca-cola και το motto της διαφήμισης είναι «We wish you a Scary Halloween» (Just Something). Μιλώντας, βέβαια, για πόλεμο, εννοείται ότι υπήρχαν απαντήσεις και παρόμοιες κινήσεις από την μεριά της Coca Cola. Παράλληλα με το «Pepsi Challenge», το καταναλωτικό κοινό δεχόταν και τις διαφημίσεις με Motto «Always Coca - Cola».

Σκάνδαλο Φοροδιαφυγής από τις εταιρείες Mercedes Benz Hellas και BMW Hellas

Οι μεγάλες θυγατρικές εταιρείες αυτοκινήτων φαίνεται πως είχαν βρει έναν τρόπο με τον οποίο φοροδιέφευγαν ζημιώνοντας το δημόσιο με πολύ μεγάλα ποσά. Πιο συγκεκριμένα να αναφερθεί, ότι στην Ελλάδα υπάρχουν φόροι επί της εργοστασιακής αξίας των αυτοκινήτων, όπως είναι το τέλος ταξινόμησης και ο φόρος πολυτελείας, που καταβάλλονται κατά των εκτελωνισμό των αυτοκινήτων. Οι θυγατρικές εταιρίες εμφάνιζαν την εργοστασιακή αξία των αυτοκινήτων από την μητρική εταιρία στην Γερμανία κατά πολύ μειωμένη με αποτέλεσμα να χάνονται φορολογικά έσοδα πολλών εκατομμυρίων⁹².

Υπόθεση Καρούζου

Πρόκειται για μια υπόθεση φοροδιαφυγής από τον όμιλο εταιρειών κατασκευής και αγοραπωλησίας ακινήτων του Γ. Καρούζου. Το ύψος της φοροδιαφυγής φτάνει το 30 εκατ. ευρώ. Το σκάνδαλο, ωστόσο, περιλαμβάνει και κάποια επισφαλή δάνεια που χορηγήθηκαν στην εταιρεία από τέσσερις τράπεζες που έχουν αξία πάνω από 300 εκατ. ευρώ⁹³.

Σκάνδαλο Φοροδιαφυγής στις Ιχθυόσκαλες

Πρόκειται για δυο μεγάλα σκάνδαλα φοροδιαφυγής σε δυο μεγάλες ιχθυόσκαλες στην Ελλάδα, στο Κερατσίνι και στην Νέα Μηχανιώνα. Πιο συγκεκριμένα, στην ιχθυόσκαλα στο Κερατσίνι εξαφανίστηκαν ένα εκατομμύριο τεμάχια τιμολογίων για την περίοδο 2008- 2010 ενώ στην ιχθυόσκαλα στην Νέα Μηχανιώνα δεν

⁹² Κόρρας, Δρόσος, 2014

⁹³ Κόρρας, Δρόσος, 2014

βρέθηκε κανένα τιμολόγιο για την συγκεκριμένη περίοδο. Η απώλεια φορολογικών εσόδων αν και δεν μπορεί να προσδιοριστεί είναι τεράστια αν συμπεριληφθεί και ένας ειδικός φόρος 2% επί της αξίας τιμολογίων που αφορούν τις ιχθυόσκαλες⁹⁴.

Εκμετάλλευση Εμπορικού σήματος

Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι η περίπτωση του έλληνα έμπορου κ. Σέργιου Κουτουλάκη ο οποίος έκανε αίτηση για καταχώρηση απεικονιστικού σήματος σχεδόν ταυτόσημου με το φημισμένο σήμα της Puma «απεικόνιση αναπηδούντος αιλουροειδούς», με σκοπό να προκαλέσει σύγχυση στο καταναλωτικό κοινό και να στηρίξει τις πωλήσεις του σε προϊόντα από απομίμηση. Ωστόσο, η αίτηση για το σήμα απορρίφτηκε, αφού η Puma SE απευθύνθηκε στην Διοικητική Επιτροπή Σημάτων⁹⁵.

Υπόθεση Ισπανικής εταιρείας Kukuxumusu SL κατά της Θεοδώρας Ρήγα

Η Kukuxumusu είναι ισπανική εταιρεία που εμπορεύεται είδη ενδύσεως δώρων και ενθυμίων. Στα προϊόντα της χρησιμοποιεί χιουμοριστικά σχέδια ως προς την εμπορική εκμετάλλευση των οποίων έχει την αποκλειστική χρήση. Η έμπορος κ. Ρήγα παρήγαγε στάμπες με πανομοιότυπα σχέδια που φέρουν ως σήμα την λέξη «Suxumuxu». Επίσης, προχώρησε στην αίτηση για την καταχώρηση αυτού του σήματος. Αυτή η πρακτική είχε σκοπό να εκμεταλλευτεί το ισχυρό εμπορικό σήμα και τα σχέδια της ισπανικής εταιρείας και την προτίμηση των καταναλωτών σε αυτά. Ωστόσο, η ισπανική εταιρεία κινήθηκε νομικά με αποτέλεσμα να υποχρεωθεί η έμπορος να σταματήσει να κυκλοφορεί στάμπες με τα συγκεκριμένα σχέδια και να παύσει να χρησιμοποιεί την λέξη «Suxumuxu»⁹⁶.

Παθητική Δωροδοκία

Δυο δημόσιοι υπάλληλοι από την Διεύθυνση Ελέγχου Ατμοσφαιρικής Ρύπανσης και Θορύβου του Υπουργείου Περιβάλλοντος, Ενέργειας και Κλιματικής Αλλαγής συνελήφθησαν και κατηγορήθηκαν ότι ζήτησαν 2.500 € ως δωροδοκία από

⁹⁴ Κόρρας & Δρόσος, 2014

⁹⁵ Κιόρτσης και Συνεργάτες, Ιστοσελίδα

⁹⁶ Κιόρτσης και Συνεργάτες, Ιστοσελίδα

ιδιοκτήτη εστιατορίου στην Αθήνα, ώστε να μην του επιβάλλουν πρόστιμα για παραβάσεις. Τους επιβλήθηκε ποινή φυλάκισης⁹⁷.

Αθέμιτες Διαφημίσεις – Benetton

Η Επιτροπή για την Καταπολέμηση του Αθέμιτου Ανταγωνισμού στην Γερμανία άσκησε αγωγή κατά της εταιρείας Benetton για την έντυπη διαφήμισή της, η οποία απεικόνιζε γυμνό τμήμα ενός ανθρώπινου σώματος πάνω στο οποίο είχαν αποτυπωθεί με μορφή σφραγίδας οι λέξεις «H.I.V Positive» και στο κάτω μέρος απεικονιζόταν σε ένα πλαίσιο το λογότυπο της εταιρείας. Η αγωγή αφορούσε και δυο άλλες διαφημίσεις: στην μια διαφήμιση απεικονιζόταν μια πάπια που κολυμπούσε σε μια πετρελαιοκηλίδα, ενώ η δεύτερη εμφάνιζε παιδιά διαφόρων ηλικιών του Τρίτου Κόσμου, τα οποία ασκούσαν βαριές εργασίες. Οι διαφημίσεις θεωρήθηκαν συναισθηματικά φορτισμένες που με αθέμιτο τρόπο αποπροσανατολίζουν τον καταναλωτή από αγοραστικά κριτήρια, εκμεταλλευόμενες τα συναισθήματά τους, όπως τον οίκτο κτλ. Μια τέτοια πρακτική είναι αντίθετη προς τα χρηστά ήθη⁹⁸.

Παραπλανητική Συγκριτική Διαφήμιση - Silhouette

Τα κέντρα αδυνατίσματος Silhouette υπέβαλλαν αίτηση εναντίον κέντρου της ίδιας εταιρείας που βρίσκεται στον Χολαργό, με το οποίο δεν έχουν καμία συνεργασία. Η αίτηση αφορούσε διαφημιστικό μήνυμα της εταιρείας στο Χολαργό με τις φράσεις «Μόνο το Silhouette στο Χολαργό βραβεύει το αδυνάτισμά σας» και «Ξεχωρίζει από όλα τα άλλα». Το διαφημιστικό μήνυμα παραπλανούσε το κοινό ότι μόνο αυτό το κατάστημα χορηγεί χρηματικό βραβείο. Το Μονομελές Πρωτοδικείο Αθηνών έκανε δεκτή την αίτηση θεωρώντας το διαφημιστικό μήνυμα παραπλανητικό. Ζητήθηκε από την εταιρία στον Χολαργό να αφαιρέσει την λέξη «Μόνο» από την πρώτη φράση και να αφαιρέσει και όλη την δεύτερη φράση⁹⁹.

Αποφυγή εισαγωγικού δασμού στο βιοντίζελ

Το βιοντίζελ που εισάγεται στην Ε.Ε. από την Ινδία δεν επιβαρύνεται με εισαγωγικό δασμό. Ωστόσο, σε μια συγκεκριμένη περίπτωση, η Olaf (Ευρωπαϊκή

⁹⁷ Business Anti-corruption System

⁹⁸ Οικονόμου, 2006

⁹⁹ Οικονόμου, 2006

Επιτροπή Καταπολέμησης της Απάτης) διαπίστωσε ότι το βιοντίζελ που εξαγόταν από ινδική επιχείρηση προερχόταν από τις ΗΠΑ και η διάθεσή του γινόταν μέσω Ινδίας, με σκοπό η εισαγωγή να έχει την σήμανση της «προτιμησιακής καταγωγής» που εξασφαλίζει την απαλλαγή από τον εισαγωγικό δασμό. Στην Ινδία έφτανε το βιοντίζελ από τις ΗΠΑ, αποθηκευόταν για λίγο χρονικό διάστημα, του πρόσθεταν και μικρή ποσότητα από Ινδικό βιοντίζελ και στην συνέχεια γινόταν η εισαγωγή στην Ε.Ε.. Τα διαφυγόντα έσοδα από τους δασμούς ανέρχονταν σε 32 εκατ. ευρώ και η Olaf τα ζήτησε από το Βέλγιο, την Ισπανία και άλλες χώρες της Ε.Ε. που συμμετείχαν στη εισαγωγή¹⁰⁰.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΕΤΑΙΡΕΙΑ NESTLÉ

8.1. ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΙ ΚΛΑΔΟΣ

Η Nestlé ανήκει στον κλάδο των τροφίμων και η οργανωτική της δομή περιλαμβάνει τις εξής εταιρείες: Nestlé Ελλάς Α.Ε., Όμιλος Δημητριακών Ελλάδος Α.Ε., Nestlé Waters Direct Hellas Ύδατα Α.Ε. και Nespresso Ελλάς¹⁰¹. Τα βασικά προϊόντα της εταιρείας στην ελληνική αγορά είναι: προϊόντα βρεφικής διατροφής, καφέ, σοκολάτες, προϊόντα μαγειρικής, δημητριακά πρωινού, φυσικό μεταλλικό νερό, παγωτά, στιγμιαία σοκολατούχα ροφήματα, προϊόντα για επαγγελματική χρήση και προϊόντα διατροφής κατοικίδιων ζώων. Εμπορεύεται, επίσης, και οφθαλμολογικά προϊόντα, ενώ συμμετέχει και σε μεγάλη εταιρεία παραγωγής καλλυντικών. Από αυτά, τα προϊόντα με τις μεγαλύτερες πωλήσεις στην ελληνική αγορά είναι ο ελληνικός καφές (40% του μεριδίου της αγοράς) και στην συνέχεια, ο στιγμιαίος (34%). Στον τομέα του καφέ, ο Λουμίδης έχει αποσπάσει το 40% της ελληνικής αγοράς, με βασικό ανταγωνιστή την εταιρεία Bravo, που κατέχει ποσοστό 38%. Στην αγορά του στιγμιαίου καφέ, φαίνεται να επικρατεί μονοπώλιο, καθώς ο Nescafe Classic κατέχει το 80-90% της αγοράς. Το συμπυκνωμένο γάλα Βλάχας είναι το τρίτο προϊόν με τις καλύτερες πωλήσεις, μετά τον καφέ. Στο χώρο

¹⁰⁰ Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014

¹⁰¹ Nestlé, Επίσημη Ιστοσελίδα της Εταιρείας

του γάλακτος, η Nestlé παράγει μόνο γάλα εβαπορέ, με κύριο ανταγωνιστή την ολλανδική εταιρεία Friesland με το γάλα «Νουνού»¹⁰².

Η Nestlé πραγματοποιεί και εξαγωγική δραστηριότητα, εξάγοντας τον ελληνικό καφέ «Λουμίδης Παπαγάλος» και το φυσικό μεταλλικό νερό «Κορπή», κυρίως στις ΗΠΑ, Γερμανία, Κύπρο, Αλβανία, Αυστραλία και Αγγλία, στις ελληνικές κοινότητες. Ο όμιλος διαθέτει 10 σημεία δραστηριότητας στην Ελλάδα και απασχολεί πάνω από 1000 άτομα ως μόνιμο προσωπικό. Ο κύκλος εργασιών της Nestlé Ελλάς Α.Ε., το 2011, ανήλθε σε 425 εκατ. €¹⁰³. Αναφορικά με τα δίκτυα διανομής, η Nestlé συνεργάζεται με 29 τοπικούς διανομείς και αντιπροσώπους που διανέμουν τα προϊόντα στα σημεία λιανικής. Οι μεγάλες αλυσίδες supermarket προμηθεύονται απευθείας τα προϊόντα από τα εργοστάσια παραγωγής.

Ο κλάδος τροφίμων- ποτών στην Ελλάδα αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα κομμάτια του δευτερογενούς τομέα της ελληνικής οικονομίας και έναν από τους σημαντικούς κινητήριους μοχλούς της ελληνικής μεταποίησης¹⁰⁴. Η συνεισφορά του συγκεκριμένου κλάδου σε όρους προστιθέμενης αξίας (3.2%) είναι πολύ μεγαλύτερη από τον μέσο όρο στην Ε.Ε.. Στον κλάδο δραστηριοποιούνται περίπου 16.000 επιχειρήσεις, αριθμός που αντιστοιχεί στο 20% περίπου των εταιρειών μεταποίησης. Σύμφωνα με στοιχεία του IOBE, ο κλάδος πραγματοποίησε πωλήσεις αξίας 9.74 δις € το 2010. Σε γενικές γραμμές, στον κλάδο υπάρχουν μικρές επιχειρήσεις με μικρό εύρος παραγόμενων προϊόντων. Στο κλάδο τροφίμων αποτελούν το 95% του συνόλου. Ωστόσο, στον κλάδο δραστηριοποιούνται και μεγάλες εταιρείες, διεθνώς ανταγωνιστικές με σύγχρονες εγκαταστάσεις και μεθόδους παραγωγής¹⁰⁵. Οι μεγαλύτεροι υποκλάδοι του κλάδου τροφίμων και ποτών είναι η «παραγωγή ειδών αρτοποιίας και αλευρωδών προϊόντων» η «παραγωγή γαλακτοκομικών προϊόντων» και τα «ποτά»¹⁰⁶.

Μια από τις αδυναμίες του κλάδου είναι ότι λόγω του μεγάλου αριθμού μικρών επιχειρήσεων που κυριαρχούν, υπάρχει περιορισμένη δυνατότητα παρουσίας στις μεγάλες αλυσίδες λιανικού εμπορίου και αδύναμη εξαγωγική δραστηριότητα. Άλλη μια αδυναμία αποτελεί το γεγονός ότι σε κάποιους υποκλάδους επικρατούν

¹⁰² IOBE, 2012

¹⁰³ Nestlé, Επίσημη Ιστοσελίδα της Επιχείρησης

¹⁰⁴ ΣΕΒ, 2013

¹⁰⁵ Χριστοδουλάκη, Στάθης, 2014

¹⁰⁶ IOBE, 2012

ολιγοπωλιακές συνθήκες ανταγωνισμού με αποτέλεσμα οι τιμές να διαμορφώνονται σε υψηλότερα επίπεδα από αυτά της Ε.Ε., με αποτέλεσμα να ζημιώνεται ο Έλληνας καταναλωτής.

8.2. ΑΘΕΜΙΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ

Το 2002 η εταιρία «Γ. Δρίτσας και Σια Ε.Β.Ε.Ε.» κατήγγειλε (καταγγελία με αρ. πρωτ. 1835/07-06-2002) την αλλοδαπή εταιρεία «Societe des Produits NESTLE S.A.» και την ανώνυμη εταιρεία NESTLE Ελλάς για παράβαση των άρθρων 1 και 2 του Νόμου 703/77 και 81 και 82 της Συνθ. ΕΚ. Πιο συγκεκριμένα, η καταγγελία είχε ως εξής: *«όταν η πολυεθνική εταιρεία «Societe des Produits NESTLE S.A.» επεξέτεινε την δραστηριότητά της και στην Ελλάδα με την εξαγορά της ελληνικής επιχειρήσεως «Λουμίδης Α.Ε.» επιδόθηκε σε σαφώς αθέμιτες ανταγωνιστικές ενέργειες προκειμένου δια της καταχρήσεως της δεσπόζουσας θέσεώς της στην αγορά καφέ να υποχρεώσει την «Γ. Δρίτσας» σε διακοπή της λειτουργίας της και να την οδηγήσει σε οικονομική καταστροφή...», επίσης «οι καταγγελλόμενες (μητρική και θυγατρική) εταιρίες προκειμένου να μονοπωλήσουν τη διάθεση ελληνικού καφέ στην αγορά, εκμεταλλευόμενες την δεσπόζουσα θέση τους στον στιγμιαίο καφέ υποχρέωναν τους μεταπωλητές σε ολόκληρη την χώρα οι οποίοι ζητούσαν να προμηθευτούν από αυτήν παραγόμενο στιγμιαίο καφέ «Nescafe Classic» όπως προμηθεύονται και τον ελληνικό καφέ τους. Εάν οι ενδιαφερόμενοι δεν έπαιρναν και τον ελληνικό καφέ δεν τους προμήθευαν ούτε τον ζητούμενο στιγμιαίο...»*

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού συνεδρίασε και εδώ παρουσιάζονται τα γεγονότα και οι αποφάσεις με αριθμό 434/V/2009. Ωστόσο, η υπόθεση πήρε και άλλες

διαστάσεις και η αντιδικία των δυο εταιριών ή όπως αλλιώς χαρακτηρίζεται στον τύπο «η μάχη του Δαβίδ και του Γολιάθ» προχώρησε και σε άλλες καταγγελίες που αφορούν στην εφαρμογή εναρμονισμένων πρακτικών με άλλες μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες του κλάδου (Kraft, Sara Lee) αλλά και στην εφαρμογή πρακτικών διακριτικής μεταχείρισης εφόσον τρία μεγάλα super market της χώρας αρνούσαν να τοποθετήσουν στα ράφια τους προϊόντα της καταγγέλλουσας εταιρείας¹⁰⁷.

Ενδεικτικά αναφέρονται κάποια από τα γεγονότα και στοιχεία στα οποία στηρίχθηκαν οι καταγγελίες¹⁰⁸:

- § Ένας μάρτυρας αναφέρει ότι προμηθευόταν καφέ από αντιπρόσωπο της Nestlé, από την Δρίτσας και από το supermarket Βερόπουλος, καθώς και ότι η τιμή πώλησης των supermarket ήταν χαμηλότερη από τον αντιπρόσωπο της Nestle κατά 50-60 δρχ. Στην συνέχεια αναφέρει ότι έπαιρνε και τον ελληνικό καφέ Δρίτσα με αναλογία 90% Nescafe και 10% τα είδη καφέ Δρίτσας. Αναφέρει, επίσης, ότι ο αντιπρόσωπος της εταιρίας Nestlé του έλεγε ότι για να πάρει 10 κιβώτια Nescafe έπρεπε να πάρει και 10 κιβώτια ελληνικό καφέ.
- § Μια επιστολή (15.09.2002) αναφέρει ότι ο ιδιοκτήτης ενός καταστήματος χρησιμοποιούσε ελληνικό καφέ της εταιρίας Δρίτσας. Λόγω μεγάλης ζήτησης για Nescafe Classic από πελάτες, απευθύνθηκε σε αντιπροσώπους της εταιρίας Nestlé και ο πωλητής του είπε ότι για να παραλάβω Nescafe θα πρέπει να δουλέψω τον ελληνικό καφέ Λουμίδη. Επειδή ο συγκεκριμένος ιδιοκτήτης του εν λόγω καταστήματος δεν ήθελε να διακόψει την πολύ καλή συνεργασία που είχε με την εταιρία Δρίτσας και να σταματήσει τον ελληνικό καφέ του, ο πωλητής της Nestlé δεν του παρέδωσε τον Nescafe. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα το κατάστημα να κλείσει.
- § Υπήρχαν πάρα πολλές επιστολές τις οποίες έλαβε η εταιρία Δρίτσα από συνεργάτες της οι οποίες ανέφεραν όλες κάτι παρόμοιο, όπως η παρακάτω επιστολή: «Θα ήθελα να δουλεύω τον ελληνικό καφέ σας και λόγω ποιότητας και λόγω τιμής, επειδή όμως η διαφήμιση αλλάζει τα δεδομένα

¹⁰⁷ Κουμάκης, 2010

¹⁰⁸ Επιτροπή Ανταγωνισμού, 2009

στην αγορά πρέπει οπωσδήποτε να έχω Nescafe στο μαγαζί και δεν μπορώ να πάρω τον καφέ σας επειδή πρέπει να έχω Λουμίδα στο μαγαζί».

- § Σύμφωνα με την καταγγελία με αρ. 3801/29-06-2006, η Nestlé συνάπτει με τους λιανοπωλητές τριετείς συμβάσεις με τις οποίες η Nestlé παρέχει εκπτώσεις στόχων πωλήσεων, καθορίζει τιμές μεταπώλησης των διανομέων της για όλα τα προϊόντα καφέ Nescafe Classic, Nescafe Espresso Freddo, Buondi Espresso, Αξεσουάρ Nescafe. Επίσης, επιβάλλει στους λιανοπωλητές της να αγοράζουν τα παραπάνω σε υψηλές τιμές σε σχέση με το κόστος κτήσης – επεξεργασίας και διάθεσης, με αποτέλεσμα να φτάνουν τα προϊόντα της πολύ ακριβά στον τελικό καταναλωτή.
- § Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο είναι ότι η εταιρία Nestlé δαπανά εκατομμύρια € σε διαφήμιση, τόσο στα ΜΜΕ όσο και για να εξασφαλίσει στα προϊόντα της καλύτερη θέση στα ράφια των supermarkets. Επίσης λόγω των ισχυρών ανταλλαγμάτων προς τα ΜΜΕ και τα supermarkets αναγκάζει αυτές τις εταιρίες να μην επιτρέπουν την είσοδο προϊόντων άλλων εταιριών στα ράφια τους ή να μην παρέχουν διαφημιστικό χρόνο σε άλλα προϊόντα ή για να γίνει αυτό απαιτούν υπέρογκα ποσά τα οποία, φυσικά, οι μικρές επιχειρήσεις δεν μπορούν να προσφέρουν.

Ουσιαστικά με όλες αυτές τις παρεμποδιστικές και αθέμιτες πρακτικές η Nestlé προσπάθησε να χρησιμοποιήσει την σχεδόν μονοπωλιακή της θέση στην αγορά του Nescafe κάνοντας κατάχρηση στην δεσπόζουσα θέση της στην αγορά του ελληνικού καφέ, εκτοπίζοντας έτσι τους άλλους ανταγωνιστές που ήταν μικρές επιχειρήσεις και δεν μπορούσαν να ανταποκριθούν με διαφήμιση κτλ..

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού εξέτασε το ζήτημα συλλέγοντας στοιχεία από όλους τους συσχετιζόμενους, όπως διανομείς, συνεργάτες κτλ. και προχώρησε στην οριοθέτηση της αγοράς ώστε να διαπιστωθεί η ύπαρξη ή όχι δεσπόζουσας θέσης. Μια επιχείρηση κατέχει δεσπόζουσα θέση όταν διαθέτει οικονομική δύναμη που της δίνει την δυνατότητα να παρεμποδίσει τον αποτελεσματικό ανταγωνισμό στην σχετική αγορά και της επιτρέπει να συμπεριφέρεται σε σημαντικό βαθμό ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές της, τους πελάτες και τους καταναλωτές¹⁰⁹. Οι προϋποθέσεις για την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης είναι οι εξής:

¹⁰⁹ Επιτροπή Ανταγωνισμού, 2009

- § Μεριδίο αγοράς της επιχείρησης:** Η Nestlé κατέχει περίπου το 86-87% στην σχετική αγορά του στιγμιαίου καφέ λιανικής πώλησης και περίπου 78% στην σχετική αγορά του στιγμιαίου καφέ μαζικής εστίασης, σύμφωνα με έρευνα της Γ.Δ.Α κατά την περίοδο 2000-2006. Επίσης, η Nestlé έχει ιδιαίτερη ισχυρή θέση και brand name στον στιγμιαίο καφέ. Άρα, επιβεβαιώνεται η ύπαρξη της δεσπόζουσας θέσης.
- § Ποσοστό συμμετοχής άλλων ανταγωνιστών στην αγορά:** Στην περίπτωση που το μερίδιο αγοράς της υπό εξέταση επιχείρησης είναι περίπου ισοδύναμο με αυτό άλλων ανταγωνιστών που δραστηριοποιούνται στην αγορά, τότε το μερίδιο αγοράς δεν μπορεί από μόνο του να είναι κριτήριο ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης. Αν όμως η αγορά είναι κατακερματισμένη από μικρές επιχειρήσεις, τότε υπάρχει δεσπόζουσα θέση. Στην προκειμένη περίπτωση τα μερίδια της αγοράς των ανταγωνιστών στην αγορά του στιγμιαίου καφέ λιανικής πώλησης (Kraft, Sara Lee) κυμαίνονταν σταθερά στα ποσοστά 2%- 8%, την περίοδο 2000-2006 και στην αγορά του στιγμιαίου καφέ μαζικής εστίασης, επίσης, γύρω στο 2%- 12%.
- § Εμπόδια εισόδου άλλων ανταγωνιστών στην αγορά:** Η εταιρεία Nestlé έχει κάποια χαρακτηριστικά που εμποδίζουν την είσοδο άλλων ανταγωνιστών στον κλάδο. Αυτά είναι: α) το εμπορικό σήμα της εταιρείας είναι πολύ ισχυρό και απολαμβάνει μεγάλης αναγνωσιμότητας, β) η Nestlé διαθέτει ισχυρή οικονομική δύναμη (ενδεικτικά αναφέρεται ότι τα ίδια κεφάλαιά της το 2013 είχαν αξία 63.500.501 ευρώ¹¹⁰), γ) η Nestlé Ελλάς εντάσσεται στον διεθνή όμιλο Nestlé S.A. που αποτελεί την μεγαλύτερη εταιρεία τροφίμων παγκοσμίως με 509 εργοστάσια, παγκοσμίως, και κύκλο εργασιών 2007107,552 δις ελβετικά φράγκα.

Τα παραπάνω τρία στοιχεία σε συνδυασμό με την αποδοχή της ίδιας της επιχείρησης ότι συνιστά εταιρία με ηγετική θέση στην αγορά, προσδίδουν στην Nestlé δεσπόζουσα θέση τόσο στην αγορά στιγμιαίου καφέ λιανικής πώλησης όσο και στην αγορά στιγμιαίου καφέ μαζικής εστίασης. Στην αγορά του ελληνικού καφέ η Nestlé κατέχει περίπου ποσοστό 25% που είναι περίπου ισοδύναμο με άλλων ανταγωνιστών. Άρα σε αυτή την αγορά δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση. Αν,

¹¹⁰ Nestlé, 2013

λοιπόν, οι σχετικές αγορές του καφέ θεωρηθούν διακριτές, η Nestlé κατέχει δεσπόζουσα θέση μόνο στην αγορά του στιγμιαίου καφέ. Αν όμως θεωρηθούν ενιαίες τότε κατέχει δεσπόζουσα θέση και στην αγορά του καφέ. Ωστόσο, η άποψη του Επιτροπής Ανταγωνισμού είναι ότι οι σχετικές αγορές είναι διακριτές λόγω της μη ύπαρξης πλήρους υποκατάστασης των διαφορετικών ειδών καφέ ούτε από την μεριά της ζήτησης ούτε από την μεριά της προσφοράς. Παρόλο αυτά να σημειωθεί ότι η διαπίστωση της ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης δεν αποτελεί παράβαση του νόμου γιατί αυτό αποτελεί μια επιτυχία της επιχείρησης, ωστόσο αυτή η εταιρεία που κατέχει δεσπόζουσα θέση έχει μια ειδική ευθύνη να μην θίξει τον ανόθευτο ανταγωνισμό στην αγορά.

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού προσπάθησε να εξετάσει το αν υπάρχει όντως κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης. Έτσι προκύπτουν τα εξής στοιχεία:

A) ΚΑΤΑΧΡΗΣΗ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ

Στην αγορά στιγμιαίου καφέ λιανικής πώλησης (σχέση με τα supermarkets):

§ Εκπτώσεις στόχων πωλήσεων (target discounts)

Με τον όρο «εκπτώσεις στόχων πωλήσεων» εννοούνται παροχές που δίνονται από μια εταιρία σε μορφή έκπτωσης με βάση τις ποσότητες, με σημείο αναφοράς τις πωλήσεις της προηγούμενης περιόδου. Αυτή η πρακτική θεωρείται καταχρηστική για δυο λόγους: α) Εμποδίζει άλλους ανταγωνιστές να εισέλθουν στην αγορά γιατί οι τελευταίοι δύσκολα μπορούν να αντισταθμίσουν το όφελος ή την ζημία των πωλητών με τις εκπτώσεις, τις οποίες οι ίδιοι θα ήταν σε θέση να προσφέρουν β) πιέζει τους αγοραστές να πετύχουν το στόχο και αυτό σημαίνει ότι δεν είναι ελεύθεροι να διαλέξουν κάποια άλλη προσφορά από κάποιον άλλον προμηθευτή. Συγκεκριμένα, η εταιρεία Nestlé στα συμφωνητικά με το supermarkets περιελάμβανε όρους που αναφέρονταν σε παροχές με την μορφή ποσοστού είτε αν οι αλυσίδες supermarket αυξήσουν τις πωλήσεις σε σχέση με το προηγούμενο έτος στις αγορές του στιγμιαίου καφέ είτε αν οι αλυσίδες πετύχουν ανάπτυξη σε σχέση με το προηγούμενο έτος στο συνολικό τζίρο της Nestlé. Η συγκεκριμένη τακτική είναι καταχρηστική παρόλο που πρόκειται για ένα μικρό ποσοστό. Άλλωστε, υπήρχε αισθητό το αντίκτυπο στις ανταγωνίστριες εταιρίες και επίσης,

αποδεδειγμένα, λόγω μεγέθους τους, δεν ήταν σε θέση να προσφέρουν αντίστοιχες παροχές.

§ Εκπτώσεις πίστης (loyalty rebates)

Οι εκπτώσεις πίστης είναι σύστημα εκπτώσεων, των οποίων το ποσοστό αυξάνεται ανάλογα με το ύψος των αγορών. Αν αυτού του είδους οι εκπτώσεις εμποδίζουν τον εφοδιασμό πελατών από άλλους ανταγωνιστές ή εμποδίζουν την είσοδο άλλων ανταγωνιστών στην αγορά ή ενισχύουν την δεσπόζουσα θέση της επιχείρησης τότε είναι καταχρηστικές. Αν η έκπτωση διαρκεί για τουλάχιστον ένα έτος και υπολογίζεται επί του συνολικού κύκλου εργασιών του πωλητή με την επιχείρηση που έχει την κατέχουσα θέση τότε οδηγεί σε δημιουργία πιστής πελατείας και αυτό οδηγεί με την σειρά του σε αποκλεισμό από την αγορά, γεγονός που είναι αθέμιτο. Στην συγκεκριμένη περίπτωση η εταιρεία περιλάμβανε στην συμφωνία της με αλυσίδες supermarkets τέτοιους όρους που θεωρούνται καταχρηστικοί ακόμα και με δεδομένη την ισχυρή διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών. Και το γεγονός ότι σε κάποιες περιπτώσεις, οι εκπτώσεις πίστης που παρείχε η Nestlé δεν είχαν διακριτικό χαρακτήρα, δεν αναιρεί τον καταχρηστικό χαρακτήρα των πρακτικών.

§ Απαγόρευση- παρεμπόδιση παράλληλων εισαγωγών

Πρόκειται για περιορισμούς αναφορικά με τις γεωγραφικές αγορές ή τους πελάτες, στους οποίους μπορεί μια επιχείρηση να πωλεί ή στους προμηθευτές από τους οποίους μπορεί να αγοράζει. Στην συγκεκριμένη περίπτωση η Nestlé σύναψε συμφωνίες με όρους που υπαγορεύουν ότι όλες οι πιθανές εκπτώσεις που μπορεί να παράσχει δίνονται υπό την προϋπόθεση της προμήθειας των προϊόντων της από την ίδια την Nestlé ή τους τοπικούς συνεργάτες. Με αυτό τον τρόπο η εισαγωγή προϊόντων της Nestlé γίνεται πολύ δύσκολη. Επιπλέον, υπάρχει και η περίπτωση της ομαδικής δέσμευσης, που σημαίνει ότι αν δεν τηρηθεί από ένα μέλος της συμφωνίας η δέσμευση, θα υπάρξει επίπτωση και στα υπόλοιπα μέλη της συμφωνίας.

§ Μη εύλογος όρος συναλλαγής

Σε κάποιες συμφωνίες της Nestlé με supermarkets υπήρχαν μη εύλογοι όροι και αυτό απαγορεύεται σύμφωνα με το άρθρο 2 του Ν. 703/77. Με τους όρους αυτούς

αποκλειόταν κάθε προωθητική ενέργεια προϊόντων άλλων ανταγωνιστών της Nestlé κατά την διάρκεια προωθητικής ενέργειας προϊόντων της Nestlé. Αυτό είναι παράνομο και καταχρηστικό διότι α) εμποδίζει τις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις να ανοιχτούν στο ευρύ καταναλωτικό κοινό μέσω των μεγάλων αλυσίδων supermarkets και β) ζημιώνονται οι καταναλωτές διότι δεν μπορούν να επωφεληθούν από άλλες προσφορές.

Στην αγορά του στιγμιαίου καφέ μαζικής εστίασης

§ Ρητοί όροι αποκλειστικής προμήθειας- υποχρεώσεις μη ανταγωνισμού

Η Nestlé περιλάμβανε σε συμφωνητικά με εταιρίες μαζικής εστίασης ρήτρες που δέσμευε με αποκλειστικότητα συνεργασίας τους αγοραστές με την υποχρέωση ή την υπόσχεση εφοδιασμού τους. Τέτοιου είδους ρήτρες που προέρχονται από την επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση είναι καταχρηστικές ακόμα και στην περίπτωση που δεν εφαρμόζονται (όπως υποστήριξε η Nestlé). Η ύπαρξή τους και μόνο στο συμφωνητικό αρκεί για να φανεί η πρόθεση για νοθεία του ανταγωνισμού.

§ Πληρωμές που εξασφαλίζουν την αποκλειστικότητα (παροχές πίστης)

Η Nestlé, σε συμφωνητικά της με εταιρείες μαζικής εστίασης, περιλάμβανε όρους σύμφωνα με τους οποίους θα κατέβαλλε εφάπαξ ποσό για την εξασφάλιση της αποκλειστικής προμήθειας των σχετικών προϊόντων. Τέτοιου είδους εκπτώσεις ή παροχές σε πιστούς πελάτες ώστε να δεσμευτούν με αποκλειστική προμήθεια είναι καταχρηστικές, διότι εμποδίζουν τους πελάτες να εκμεταλλευτούν κάποιο άλλο οικονομικό πλεονέκτημα από άλλη ανταγωνίστρια επιχείρηση.

§ Εκπτώσεις πίστης (loyalty rebates)

Η Nestlé έδινε παροχές, και μάλιστα προκαταβολικά, σε εταιρείες μαζικής εστίασης επί του συνολικού τζίρου επί των προϊόντων της. Αυτό εμπόδιζε της εταιρίες μαζικής εστίασης να αποφασίσουν ανεπηρέαστες και ελεύθερες για την ευνοϊκότερη αγορά και να αλλάζουν προμηθευτές και εμπόδιζε και άλλους ανταγωνιστές να εισέρθουν στην αγορά. Η εταιρία με αυτό αποσκοπούσε στην δημιουργία πιστής πελατειακής σχέσης.

§ Ομαδικές πωλήσεις (Bundling)

Οι ομαδικές πωλήσεις αφορούν στην περίπτωση που μια επιχείρηση που κατέχει δεσπόζουσα θέση σε ένα προϊόν αναγκάζει τους αγοραστές αυτού του προϊόντος να προβούν σε ομαδικές αγορές που περιλαμβάνουν και άλλα διαφορετικά προϊόντα που αυτή η επιχείρηση παράγει. Αυτή η πράξη δεν αποτελεί γενικά κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης αλλά υπό προϋποθέσεις:

A) Μια προϋπόθεση είναι τα δεσμευόμενα προϊόντα ένα είναι διαφορετικά. Στην συγκεκριμένη περίπτωση, υπάρχουν ανεξάρτητοι προμηθευτές τόσο στην αγορά του στιγμιαίου καφέ όσο και στου ελληνικού καφέ. Επίσης, οι καταναλωτές δεν συνηθίζουν να αγοράζουν από κοινού τα δυο είδη καφέ. Τέλος, η Nestlé κατέχει πολύ μεγάλο μερίδιο αγοράς στην αγορά του στιγμιαίου καφέ, συγκριτικά με το μερίδιο της στην αγορά του ελληνικού, οπότε δεν πρόκειται για εμπορική συνήθεια να πουλάει μαζί τα δυο προϊόντα. Συμπερασματικά, αναφορικά με αυτή την προϋπόθεση, αυτή υφίσταται ώστε να θεωρηθεί η πρακτική καταχρηστική.

B) Μία άλλη προϋπόθεση είναι η εταιρεία να κατέχει δεσπόζουσα θέση σε μια από τις αγορές κάτι το οποίο στην προκειμένη περίπτωση της Nestlé ισχύει.

Γ) Τέλος, μια άλλη προϋπόθεση είναι οι πελάτες να εξωθούνται (στην περίπτωση του bundling) ή να υποχρεώνονται (στην περίπτωση του tying) να αγοράζουν από κοινού τα δεσμευόμενα προϊόντα. Στην συγκεκριμένη περίπτωση, προκύπτει από τα συμφωνητικά ότι αυτή η προϋπόθεση πληρείται.

Σχέση Nestlé με τους διανομείς- συνεργάτες της

§ Ρήτρα υποκρύπτουσα υποχρέωση μη ανταγωνισμού: «αγγλική ρήτρα»

Η εταιρία Nestlé περιείχε σε κάποια από τα συμφωνητικά της με διανομείς-συνεργάτες της, ρήτρες που μοιάζουν με την «αγγλική ρήτρα». Αυτό σημαίνει ότι παρείχαν κίνητρα στους διανομείς – συνεργάτες της, ώστε να την ενημερώνουν για οποιοδήποτε εμπορία με άλλη ανταγωνίστρια. Αυτή η πρακτική είναι παράνομη για δυο βασικούς λόγους. Πρώτον, με αυτό τον τρόπο η εταιρεία εμποδίζει τους διανομείς να επωφεληθούν μια καλύτερη προσφορά. Δεύτερον, με αυτό τον τρόπο αποκαλύπτονται στην εταιρεία τα μυστικά των στρατηγικών των ανταγωνιστών και της δίνεται η δυνατότητα να διαμορφώσει ανάλογα την δική της στρατηγική.

Επηρεασμός του Διακοινοτικού εμπορίου

Σύμφωνα με το άρθρο 82 της ΣυνθΕΚ, απαγορεύονται οποιεσδήποτε πρακτικές που νοθεύουν τον ανταγωνισμό όταν είναι ικανές να εμποδίσουν το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών. Δεν έχει σημασία αν εφαρμόζονται αυτές οι πρακτικές μόνο σε ένα μέρος του εδάφους του κράτους μέλους, σημασία έχει αν οι αγοραστές πάνω στους οποίους έχουν αντίκτυπο, αποτελούν αγοραστικό στόχο από ανταγωνιστές σε άλλα κράτη μέλη. Στην συγκεκριμένη περίπτωση, η Nestlé έχει εφαρμόσει πολλές πρακτικές που θεωρούνται καταχρηστικές και αν ακόμα και μια από αυτές πλήττει το διακοινοτικό εμπόριο τότε η περίπτωση εμπίπτει στον άρθρο 82 της ΣυνθΕΚ. Τα στοιχεία γι' αυτό είναι ότι τα είδη καφέ είναι αντικείμενο διασυνοριακών συναλλαγών. Η Nestlé κατέχει περίπου 86-87% στις σχετικές αγορές του στιγμιαίου καφέ μαζικής εστίασης και λιανικής πώλησης. Τα supermarkets ενδέχεται να αποτελούν στόχο ξένων ανταγωνιστών εφόσον απευθύνονται στο ευρύ καταναλωτικό κοινό. Τέλος, η πρακτική απαγόρευσης παράλληλων εισαγωγών με βεβαιότητα βλάπτει το διασυνοριακό εμπόριο. Οπότε, υπάρχει παραβίαση της Κοινοτικής διάταξης.

B) ΕΝΑΡΜΟΝΙΣΜΕΝΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ

Σε γενικές γραμμές, σύμφωνα με το άρθρο 1 του Ν. 703/77, απαγορεύονται οι συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων, οι οποίες παρακωλύουν και νοθεύουν τον ανταγωνισμό.

Αγορά λιανικής πώλησης προϊόντων καφέ

Η Nestlé περιλάμβανε στα συμφωνητικά ρήτρες περί που συνιστούν κατανομή αγοράς κατά περιοχές εντός της Κοινότητας. Και εφόσον όλοι οι διανομείς της εταιρείας εδρεύουν στην Ελλάδα, αυτό αυτόματα σημαίνει ότι με τις ρήτρες αυτές εμποδίζει την εισαγωγή ή εξαγωγή των προϊόντων της προκαλώντας σοβαρό περιορισμό του ενδοσηματικού ανταγωνισμού εντός της Κοινότητας. Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα, είναι ότι η Nestlé UK ήθελε να προμηθεύσει απευθείας μια αλυσίδα supermarket στιγμιαίο καφέ και ενημέρωσε την Nestlé Ελλάς για αυτό. Η Nestlé Ελλάς εξέφρασε την αντίρρησή της και έτσι η Nestlé UK δεν προχώρησε στην προμήθεια.

Σχέση της Nestlé με τους διανομείς συνεργάτες της

Η Nestlé εφάρμοξε πρακτική απαγόρευσης των παθητικών πωλήσεων σε συμφωνητικά με διανομείς- συνεργάτες της. Πιο συγκεκριμένα, από την εξέταση των στοιχείων φάνηκε ότι η Nestlé δεν είχε σχέση εμπορικής αντιπροσωπείας αλλά σύμβαση διανομής στην οποία μάλιστα οι επιχειρήσεις αποκτούν την κυριότητα των προϊόντων και αναλαμβάνουν τους σχετικούς κινδύνους διανομής, όπως κόστος μεταφοράς κόστος αποθήκευσης κτλ.

Επηρεασμός του Διακοινοτικού εμπορίου

Η Nestlé με τις εναρμονισμένες πρακτικές που εφάρμοξε περιορίζει τον διακοινοτικό ανταγωνισμό, δεδομένης της ισχυρής της θέσης και του γεγονότος ότι ο στιγμιαίος καφές είναι αντικείμενο διασυνοριακών συναλλαγών. Έτσι, η συμπεριφορά της Nestlé παραβίαζε το άρθρο 81 της ΣυνθΕΚ.

Μη γνωστοποίηση συμβάσεων

Κάποιες από τις συμφωνίες που είχε συνάψει η Nestlé με αλυσίδες supermarket και επιχειρήσεις μαζικής εστίασης δεν είχαν γνωστοποιηθεί στην Επιτροπή Ανταγωνισμού και αυτό αποτελεί παράβαση.

Το συμπέρασμα από την εξέταση των στοιχείων από την Επιτροπή Ανταγωνισμού είναι ότι:

- § Τα είδη καταχρήσεων και συμπράξεων που αναλύθηκαν παραπάνω για τις αγορές λιανικής πώλησης αποτελούν παραβάσεις του δικαίου του ανταγωνισμού με αποτέλεσμα στις σχετικές αγορές να προκληθούν αντανταγωνιστικά αποτελέσματα.
- § Το ίδιο ισχύει και για τις πράξεις απέναντι στους πελάτες της εταιρίας (εταιρίας μαζικής εστίασης) διότι δεσμεύονταν για το σύνολο των αγορών τους από αυτή.
- § Και η «αγγλική ρήτρα» αποτελεί παράβαση διότι περιορίζει σοβαρά τον ανταγωνισμό. Αναφορικά με την απαγόρευση των παθητικών πωλήσεων ισχύει το ίδιο με την διαφορά ότι αυτή δεν επεκτείνεται σε όλη την ελληνική επικράτεια, όπως οι άλλες παραβάσεις, αλλά μόνο στην περιοχή.

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού μετά από την εξέταση των στοιχείων και την εξαγωγή συμπερασμάτων αποφάσισε τα εξής:

- § Να υποχρεωθεί η επιχείρηση Nestlé να παύσει τις ανωτέρω παραβάσεις και να μην τις επαναλάβει στο μέλλον.
- § Να απειληθεί η επιχείρηση Nestlé με πρόστιμο για κάθε μέρα μη συμμόρφωσης (5.000€ για τις παραβάσεις στην αγορά στιγμιαίου καφέ λιανικής πώλησης, 5.000€ για τις παραβάσεις στην αγορά στιγμιαίου καφέ μαζικής εστίασης, 10.000 € για τις παραβάσεις της επιχείρησης σε σχέση με τους διανομείς της).
- § Να επιβάλλει πρόστιμο ένα ποσοστό επί του κύκλου εργασιών της για κάθε ένα από τα έτη εφαρμογής των πρακτικών (2002-2006). Πιο συγκεκριμένα: 29.786.764€ για τις παραβάσεις στην αγορά στιγμιαίου καφέ λιανικής πώλησης, 149.901€ για τις παραβάσεις στην αγορά στιγμιαίου καφέ μαζικής εστίασης.
- § Να απαλείψει τους όρους περί «αγγλικής ρήτρας» στις συμβάσεις με τους διανομείς.
- § Αναφορικά με την παράλειψη της γνωστοποίησης συμφωνιών συνεργασίας, επιβάλλεται πρόστιμο 15.000€ στις αλυσίδες supermarket, σε καταστήματα μαζικής εστίασης και σε διανομείς.

IV. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η διερεύνηση των θεμιτών αλλά, κυρίως, των αθέμιτων πρακτικών στην Ελλάδα, σε σύγκριση και με την Ε.Ε.. Όπως διαπιστώθηκε από την βιβλιογραφική ανασκόπηση, το εύρος των αθέμιτων ενεργειών είναι μεγάλο και μπορεί να εφαρμοστεί σε κάθε πτυχή της δραστηριότητας των επιχειρήσεων. Σε γενικές γραμμές, οι αθέμιτες πρακτικές μιας επιχείρησης μπορεί να απευθύνονται στον καταναλωτή, σε άλλες ανταγωνίστριες επιχειρήσεις αλλά και στο κράτος και την οικονομία γενικότερα, με αντίκτυπο φυσικά και στον καταναλωτή και στους ανταγωνιστές.

Πιο συγκεκριμένα, με κεντρικό πυρήνα τον ελεύθερο ανταγωνισμό, οι πρακτικές των επιχειρήσεων που τον προστατεύουν και τον προάγουν είναι θεμιτές, ενώ αυτές που τον στρεβλώνουν και τον νοθεύουν χαρακτηρίζονται ως αθέμιτες. Οι επιχειρήσεις οφείλουν να δραστηριοποιούνται με βάση έναν Κώδικα Επιχειρησιακής Ηθικής ο οποίος ανταποκρίνεται σε μια κουλτούρα σεβασμού απέναντι στον καταναλωτή, τις άλλες επιχειρήσεις και το περιβάλλον. Στα πλαίσια αυτής της κουλτούρας, η επιχείρηση συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας, σεβόμενη την νομοθεσία της και ειδικότερα το φορολογικό της σύστημα, προστατεύει τον θεμιτό ανταγωνισμό, προασπίζει την διαφάνεια και καταπολεμά την διαφθορά, συνεισφέρει με την καινοτομία στην τεχνολογική εξέλιξη της χώρας.

Οι αθέμιτες πρακτικές, από την άλλη, παραγνωρίζουν αυτή την κουλτούρα και έχουν ως μοναδικό άξονα δράσης τον σκοπό της μεγιστοποίησης του κέρδους με όποιο άλλο κόστος, κυρίως κοινωνικό. Οι εμπορικές αθέμιτες πρακτικές είναι είτε παραπλανητικές είτε επιθετικές και στόχο έχουν να αποπροσανατολίσουν τον καταναλωτή, οδηγώντας τον σε άλλη καταναλωτική συμπεριφορά διαφορετική από την ορθολογική συμπεριφορά στα πλαίσια του υγιούς ανταγωνισμού. Στην σύγχρονη εποχή με την εκτεταμένη χρήση του Διαδικτύου και του ηλεκτρονικού εμπορίου, οι αθέμιτες πρακτικές των επιχειρήσεων έχουν κυριεύσει και τις διαδικτυακές συναλλαγές, με βασικό εργαλείο την άμεση, κυρίως, διαφήμιση μέσω ανεπίκλητων ανεπιθύμητων, επίμονων διαφημιστικών μηνυμάτων διαφόρων μορφών όπως: spam emails, banners κτλ.

Άλλη μια ευρεία κατηγορία αθέμιτων πρακτικών είναι αυτές που έχουν ως άμεσο στόχο τις άλλες ανταγωνίστριες εταιρίες. Η κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης, οι συγκεντρώσεις επιχειρήσεων που νοθεύουν τον ανταγωνισμό, οι αθέμιτες συμπράξεις επιχειρήσεων, η καταχρηστική εκμετάλλευση σχέσης οικονομικής εξάρτησης είναι κάποιες βασικές μορφές αυτής της κατηγορίας. Επίσης, η αθέμιτη χωροθέτηση των καταστημάτων, οι προσφορές και εκπτώσεις που αντιβαίνουν την ισχύουσα νομοθεσία και το παραεμπόριο νοθεύουν τον ανταγωνισμό και βλάπτουν τις επιχειρήσεις που είναι θεμιτές και λειτουργούν σύμφωνα με τον νόμο διότι δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν στο δυσμενές για αυτές περιβάλλον που δημιουργεί ο αθέμιτος ανταγωνισμός.

Εκτεταμένο είναι, επίσης και το φαινόμενο της φοροδιαφυγής στην Ελλάδα, αλλά και διεθνώς. Πολλές επιχειρήσεις εφαρμόζουν πρακτικές παραποίησης των οικονομικών τους στοιχείων με αποτέλεσμα να μην πληρώνουν τους προβλεπόμενους από την νομοθεσία φόρους και έτσι το κράτος να χάνει μεγάλα ποσά φορολογικών εσόδων. Αυτό έχει ως συνέπεια, την ανεπιτυχή εφαρμογή του δημόσιου προϋπολογισμού με περικοπές χρηματοδότησης σε τομείς που είναι πολύ σημαντικοί για την ευημερία του κράτους και της κοινωνικής πρόνοιας, όπως είναι η εκπαίδευση και η περίθαλψη, γεγονός που έχει στην συνέχεια άλλες δυσμενείς επιπτώσεις. Άλλες σημαντικές συνέπειες αποτελούν η μη αποτελεσματική διανομή των πόρων αλλά και η εξάπλωση του φαινομένου μέσα από την πολλαπλασιαστική επίδραση της μίμησης. Τα αίτια της φοροδιαφυγής είναι πολλαπλά, όπως το φορολογικό σύστημα, ο τρόπος αξιοποίησης των δημοσίων εσόδων, το μορφωτικό επίπεδο των φορολογουμένων κτλ. Συχνό φαινόμενο είναι και η αθέμιτη πρακτική της νομιμοποίησης εσόδων από εγκληματικές ενέργειες, η οποία πραγματοποιείται με διάφορους τρόπους.

Μεγάλο είναι και το πρόβλημα της οικονομικής διαφθοράς που σχετίζεται με πράξεις εκμετάλλευσης δημόσιας εξουσίας προς ίδιο όφελος και περιλαμβάνει πράξεις δωροδοκίας, ευνοιοκρατίας, υπεξαίρεσης χρημάτων, απάτης και εκβιασμού. Οι αιτίες που οδηγούν στην οικονομική διαφθορά είναι πολλαπλοί κοινωνικοοικονομικοί, πολιτικοί, θρησκευτικοί, πολιτισμικοί κτλ. Οι συνέπειες της οικονομικής διαφθοράς είναι σημαντικές και αφορούν σε πολλούς τομείς της κοινωνίας και της οικονομίας δημιουργώντας ριζικά προβλήματα.

Υπάρχει ένα ευρύ νομοθετικό πλαίσιο το οποίο επιχειρεί να καλύψει όλες τις περιπτώσεις αθέμιτων ενεργειών με σκοπό να προασπίσει την υγιή ανταγωνισμό, να καταπολεμήσει την διαφθορά και να συμβάλει στην πρόληψη αθέμιτων ενεργειών. Έχουν υπάρξει αρκετές τροποποιήσεις και νέες νομοθετικές διατάξεις στην σχετική Ελληνική νομοθεσία, οι οποίες έχουν ενσωματώσει τις αντίστοιχες Κοινοτικές οδηγίες στα πλαίσια της γενικότερης πολιτικής εναρμόνισης των εθνικών πολιτικών, σε έναν ενιαίο Κοινοτικό άξονα για την πιο αποτελεσματική αντιμετώπιση τέτοιων διεθνών περιπτώσεων, κυρίως, που πλήττουν και το διακοινοτικό εμπόριο. Παρόλο αυτά, η Ελληνική νομοθεσία χαρακτηρίζεται από πολυνομία και κενά, αφήνοντας περιθώριο για πολλά «παράθυρα» και διαμορφώνοντας, έτσι, ευνοϊκό έδαφος για την ανάπτυξη αθέμιτων πρακτικών.

Στην Ελλάδα αλλά και την Ευρώπη, δραστηριοποιούνται ποικίλοι φορείς που έχουν ως αποστολή την πρόληψη και αντιμετώπιση αθέμιτων ενεργειών από τις επιχειρήσεις. Για παράδειγμα, η Διεθνής Διαφάνεια, που δραστηριοποιείται και στην Ελλάδα (Διεθνής Διαφάνεια Ελλάς) έχει ως στόχο την ευαισθητοποίηση σε θέματα διαφθοράς και προσπαθεί να προωθήσει την διαφάνεια. Το Σώμα Δίωξης Οικονομικού Εγκλήματος δρα για την πάταξη της διαφθοράς και της απάτης όπως και άλλοι παρόμοιοι φορείς και μηχανισμοί ελέγχου. Αναφορικά με τις πράξεις που αφορούν τον κοινοτικό προϋπολογισμό δρα η Olaf που ερευνά περιπτώσεις απάτης άλλα και άλλοι φορείς, όπως συμβαίνει και στα πλαίσια του ΟΟΣΑ.

Η αντιμετώπιση φαινομένων διαφθοράς απαιτεί ενίσχυση της διαφάνειας και δέσμευση στην υπευθυνότητα και τον σεβασμό απέναντι στους άλλους. Σημαντικό μέτρο για την ενίσχυση της διαφάνειας αποτελεί η δημοσιοποίηση των στοιχείων λειτουργίας των επιχειρήσεων, όχι μόνο των εισηγμένων στο Χρηματιστήριο αλλά και των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων, που άλλωστε καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος του επιχειρησιακού δυναμικού της Ελλάδας. Επίσης, απαιτείται ένα πιο καλά σχεδιασμένο φορολογικό σύστημα αλλά και νομοθετικό πλαίσιο που δεν θα δίνει βήμα σε τέτοιες αθέμιτες πρακτικές. Ενίσχυση, επίσης, των εποπτικών μηχανισμών αλλά και καλύτερος συντονισμός μεταξύ των αρμόδιων φορέων για ένα καλύτερο αποτέλεσμα επίσης, ενδείκνυται.

Στατιστικά στοιχεία ερευνών δείχνουν ότι τα φαινόμενα διαφθοράς και φοροδιαφυγής αποτελούν ένα μεγάλο «αγκάθι» στην Ελλάδα αλλά έχουν

εκτεταμένη μορφή και στην Ευρώπη. Ενδεικτικό είναι ότι σε μια έρευνα του Ευρωβαρομέτρου (2009), το 94% των καταναλωτών υποστήριξε ότι έχει πέσει θύμα εμπορικών αθέμιτων πρακτικών, έστω μια φορά, ένα ποσοστό που κατέχει την υψηλότερη θέση στην Ευρώπη. Κυριότερες από αυτές είναι τα υποτιθέμενα δωρεάν δώρα, οι παραπλανητικές πωλήσεις μέσω τηλεφώνου και οι παραπλανητικές κληρώσεις δώρων. Για την περίοδο 1999-2007, η ανεπίσημη οικονομία είχε μέγεθος 27,5% του ΑΕΠ. Το 2006, το φορολογικό κενό ήταν 30%, όταν το αντίστοιχο ποσοστό στην Ευρώπη ήταν 12%. Αναφορικά με τον δείκτη Αντίληψης της Διαφθοράς η Ελλάδα κατέχει την 69^η θέση διεθνώς, το 2014. Το 2013, η εκτίμηση για το συνολικό μέγεθος της διαφθοράς είναι 389 εκατ. € από τα οποία τα 284 εκατ. € αφορούν στον δημόσιο τομέα ενώ τα υπόλοιπα, στον ιδιωτικό. Οι περισσότεροι «διαφθαρμένες» υπηρεσίες είναι τα νοσοκομεία και οι πολεοδομίες, ενώ το 55,9 % του πληθυσμού πιστεύει ότι πρέπει να δώσει «φακελάκι» σε εφοριακό. Στην Ευρώπη, το 79% των Ευρωπαίων πιστεύουν ότι η διαφθορά είναι διάχυτη στην χώρα τους, και το εκτιμώμενο ετήσιο κόστος διαφθοράς είναι 120 δις. €

Τέλος, η μελέτη περίπτωσης της εταιρίας Nestlé έδειξε σύμφωνα με την άποψη της Επιτροπής Ανταγωνισμού που διαχειρίζεται τέτοιες περιπτώσεις, ότι η εταιρία, όντως, εφάρμοζε πρακτικές που νόθευαν τον ανταγωνισμό, όπως κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης και εναρμονισμένες πρακτικές στην αγορά του στιγμιαίου καφέ λιανικής πώλησης και μαζικής εστίασης στην οποία αποδεδειγμένα κατέχει δεσπόζουσα θέση. Αυτό ήταν καταστροφικό για τους καταναλωτές, για τις ανταγωνίστριες εταιρίες αλλά και για τους συνεργάτες, διανομείς και προμηθευτές, οι οποίοι δεσμεύονταν και δεν μπορούσαν, ίσως, να εκμεταλλευτούν άλλες οικονομικότερες προσφορές.

Το ζήτημα των αθέμιτων πρακτικών στην Ελλάδα αλλά και διεθνώς είναι ιδιαίτερα διογκωμένο και οι περιπτώσεις τέτοιων ενεργειών πολλές. Τα φαινόμενα απάτης και οικονομικής διαφθοράς είναι πολυσύνθετα και η ανεύρεση των αιτών που διαμορφώνουν το έδαφος για την ανάπτυξή τους είναι ένα δύσκολο και πολυσύνθετο εγχείρημα. Ο εντοπισμός, επίσης, των συνεπειών τέτοιων φαινομένων στον καταναλωτή, στους ανταγωνιστές και στην κοινωνία αποτελεί επίσης, ένα δύσκολο έργο. Συνεπώς, οι ευκαιρίες για μελλοντική έρευνα στο τομέα

αυτό είναι ποικίλες ώστε να φωτιστούν περισσότερο αυτές οι πτυχές του φαινομένου αυτού.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Abbot Laboratories, *Κώδικας Επαγγελματικής Συμπεριφοράς: Διαφυλάσσοντας την Εμπιστοσύνη*. Διαθέσιμο από: <http://prod2.dam.abbott.com/en-us/documents/pdfs/investors/business-conduct-code-greek.pdf>
- Aidt S. T., 2003, *Economic analysis of corruption: a survey*, The Economic Journal, 113, November, F632-F652.
- Artavanis N., Morse A., Tsoutsoura M., 2012, *Tax Evasion across industries: Soft Credit Evidence from Greece*, Chicago Booth Paper N. 12-25, Fama- Miller Center for Research in Finance.
- Ata A. Y., Arvas A., 2011, *Determinants of economic corruption: a cross- country data analysis*, International Journal of Business and Social Science, Vol. 2., N. 13, Special Issue- July.
- Gerring J., Thacker S., 2004, *Political Institutions and Corruption: The role of Unitarism and Parliamentarism*, British Journal of Political Science, Vol. 34, Issue 02, pp. 295-330.
- Glaeser E., & Saks R., 2004, *Corruption in America*, Harvard Institute of Economics Research, Vol. Discussion Paper N. 2043.
- Kunicova J., Rose- Ackerman S., 2005, *Electoral Rules and Constitutional Structures as Constraints on Corruption*, Cambridge University Press, B.J. Pol. S. 35. 573- 606.
- Luis Cabral, 2003, *Βιομηχανική Οργάνωση*, Εκδόσεις Κριτική, 1^η έκδοση.
- Matsaganis M., Leventi C., Flevotomou M., 2012, *The crisis and Tax Evasion in Greece: What are the Distributional Implications?*, CESifo Forum 2/2012.
- OECD, 2013, *Economic Surveys Greece*.
- Persson T. G., Tabellini G., 2003, *The Economic Effects of Constitutions*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- PwC, 2011, *Παγκόσμια Έρευνα για το Οικονομικό Έγκλημα*. Διαθέσιμο από: www.pwc.gr/economic-crime-2011.
- Rosen S.H., 2000, *Δημόσια Οικονομική*, Τόμος Β', Εκδόσεις Κριτική.

- Schneider F., 1986, *Estimating the size of the Danish shadow economy using the currency demand approach: An attempt*, Scadinavian Journal of Economics, Vol. 88, N.4, pp. 643-668.
- Schneider F., Buehn A., Montenegro E. C., 2010, *New estimates for the Shadow Economies all over the World*. Διαθέσιμο από: http://www.econ.jku.at/members/Schneider/files/publications/LatestResearch2010/SHADOW_ECONOMIES_ITax.pdf
- Schneider F., Enste H.D., 2000, *Shadow Economies: Size, Causes and Consequences*, Journal of Economic Literature, Vol. XXXVIII, March, pp. 77-114.
- Special Eurobarometer 397, 2014, *Corruption*, Report, Wave EB79.1, European Commission.
- Speed A.E., 2012, *Λειτουργίες του ανταγωνισμού στο πλαίσιο της ελληνικής αγοράς και επιπτώσεις στην λειτουργία και στην βιωσιμότητα των μικρών επιχειρήσεων*, ΙΜΕ, ΓΣΕΒΕΕ.
- Treisman D., 2007, *What have we learned about the causes of Corruption from the Ten Years of Cross – National Empirical Research?*, Annual Review of Political Science 10, 211-44.
- Αναγνωστόλος Κ., 2009, *Η παραοικονομία στην Ελλάδα και τρόποι αντιμετώπισής της*, Πτυχιακή Εργασία, Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα, Δυτικής Μακεδονίας, Παράρτημα Καστοριάς, Τμήμα Διεθνούς Εμπορίου.
- Ασπρουδή Ν. Μ., 2008, *Δίκαιο Ελεύθερου Ανταγωνισμού: Ο κοινοτικός κανονισμός ελέγχου των συγκεντρώσεων 139/2004*, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Διεθνών και Ευρωπαϊκών Σπουδών, Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στις Διεθνείς και Ευρωπαϊκές Σπουδές.
- Γενική Γραμματεία Δημοσίων Επενδύσεων- ΕΣΠΑ, 2014, *Η Εθνική Στρατηγική κατά της Απάτης στις Διαρθρωτικές Δράσεις*, Ελληνική Δημοκρατία, Υπουργείο Ανάπτυξης & Ανταγωνιστικότητας.
- Γενική Γραμματεία Καταναλωτή, *Πως θα προστατευτούμε από τις Αθέμιτες Εμπορικές Πρακτικές*, Υπουργείο Ανάπτυξης.

- Γεωργακόπουλος Θ., Λιανός Θ., Μπένος Θ., Τσεκούρας Γ., Χατζηπροκοπίου Μ., Χρήστου Γ., 1998, *Εισαγωγή στην Πολιτική Οικονομία*, Εκδόσεις Μπένου, Ε' έκδοση, Αθήνα.
- Γιακουβάκης Γ., 2013, *Διαφάνεια Εταιρικής Πληροφόρησης: Αξιολόγηση του επιπέδου δημοσιοποίησης του προγράμματος καταπολέμησης διαφθοράς από τις μεγαλύτερες Ελληνικές Επιχειρήσεις*, Διεθνής Διαφάνεια Ελλάς: Οργάνωση κατά της Διαφθοράς.
- Γιατσέ Κ., 2013, *Η έκταση της φοροδιαφυγής: εμπειρική έρευνα σε ελληνικές επιχειρήσεις*, Μεταπτυχιακή εργασία, Πανεπιστήμιο Πατρών, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών σπουδών στην Διοίκηση Επιχειρήσεων.
- Δαμάσκου Α., 2012, *Αξιολόγηση Εθνικού Συστήματος Ακεραιότητας Ελλάδας*, Διεθνής Διαφάνεια, Ελλάς.
- Δεληγιάννη Μ., 2012, *Η ενίσχυση του Ανταγωνισμού στην Ελληνική Οικονομία και ο ρόλος της Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού*, Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Διεθνών και Ευρωπαϊκών Σπουδών, Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στις Διεθνείς και Ευρωπαϊκές Σπουδές.
- Διεθνής Διαφάνεια Ελλάς, 2013, *Εθνική Έρευνα για την Διαφθορά στην Ελλάδα- 2013*, Διενεργήθηκε από την εταιρεία Public Issue, Απρίλιος.
- Ευαγγελίδου Γ., 2013, *Οικονομικές Κρίσεις & Διαφθορά*, Διπλωματική Εργασία, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Τμήμα Χρηματοοικονομικής & Τραπεζικής Διοικητικής, Μεταπτυχιακό Δίπλωμα Ειδίκευσης στην «Χρηματοοικονομική Ανάλυση» για στελέχη.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2014, *Η Ευρωπαϊκή Ένωση με απλά λόγια: Η καταπολέμηση της απάτης και της διαφθοράς από την ΕΕ*, Εκδόσεις 1049 Βρυξέλλες, Βέλγιο.
- Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο και Συμβούλιο, 2005, *Οδηγία 2005/29/ΕΚ: Οδηγία για τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές*, Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Ζαφειρόπουλος Σ., 2012, *Η λογιστική πληροφόρηση και η παραποίηση των οικονομικών αποτελεσμάτων των επιχειρήσεων*, Διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Πατρών, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών, Νέες Αρχές Διοίκησης Επιχειρήσεων (MBA).

- ΙΟΒΕ – Θωμαΐδου Φ., Βλάχου Π., 2012, *Ελληνική Βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών*, Ετήσια Έκθεση 2011.
- Κατσάνου Α., 2013, *Το φαινόμενο της Διαφθοράς στην Ν.Α. Ευρώπη κατά τα χρόνια της μετάβασης*, Μεταπτυχιακή διπλωματική εργασία, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Τμήμα Βαλκανικών Σπουδών Φλώρινας, Πρόγραμμα μεταπτυχιακών Σπουδών «Οικονομική και πολιτική διακυβέρνηση στην Νοτιοανατολική Ευρώπη».
- Κόρρας Κ., Δρόσος Σ., 2014, *Η φοροδιαφυγή και η παραοικονομία στην Ελλάδα*, Πτυχιακή Εργασία, ΑΤΕΙ Πειραιά, Τμήμα Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής.
- Κοτσίρης Ε. Λ., 2001, *Δίκαιο Ανταγωνισμού: Αθέμιτου και Ελεύθερου*, Εκδόσεις Σακκούλας.
- Λεοντιάδης Θ., 2003, *Η εταιρική ηθική και οι κοινωνικές υποχρεώσεις των οικονομικών μονάδων. Είναι τελικά μια αναγκαιότητα ή απλά μια ακόμα παροδική τάση;*, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων, Τμήμα Διοίκησης Πληροφοριακών συστημάτων.
- Μανέτας Α. Π., 2011, *Αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και προστασία του καταναλωτή στην Ευρωπαϊκή Αγορά*, Μεταπτυχιακή Εργασία, Πανεπιστήμιο Πατρών, Τμήμα Οικονομικών Επιστημών.
- Μπόσκοβιτς Χ., 2011, *Άμεσες Ξένες Επενδύσεις – Η περίπτωση της Nestlé Ελλάς*, Διπλωματική εργασία, Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών στην Οικονομική και Επιχειρησιακή στρατηγική, Τμήμα Οικονομικής Επιστήμης, Πανεπιστήμιο Πειραιώς.
- Οικονόμου Χ.Δ., 2006, *Η προστασία του καταναλωτή από τις αθέμιτες εμπορικές πρακτικές και διαφημίσεις (ιδίως η προστασία του καταναλωτή από τις διαφημίσεις χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών)*, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Τμήμα Μάρκετινγκ και Επικοινωνίας.
- Παπακωνσταντίνου Π., 2011, *Η σχέση μεταξύ αντιλαμβανόμενης διαφθοράς, γραφειοκρατίας, εισοδήματος και οικονομικής ανάπτυξης: Διερεύνηση σε 180 χώρες*, Διδακτορική Διατριβή, Πανεπιστήμιο Πατρών, Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων.
- Πάστρα Γ., 2012, *Διαφάνεια στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις: Τρόποι ενίσχυσης της Διαφάνειας- Η περίπτωση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ)*, Κείμενο Πολιτικής, Διεθνής Διαφάνεια Ελλάς, Οργάνωση κατά της Διαφθοράς, Ν. 3.

- Πορφυρίου Ε., *Ελεύθερος Ανταγωνισμός και Σύνταγμα, Εργασία στις Εφαρμογές Δημόσιου Δικαίου*, Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Σχολή Νομικών, Πολιτικών και Οικονομικών Σπουδών, Τμήμα Νομικής.
- ΣΕΒ, 2013, *Ο τομέας των τροφίμων: Μηχανισμός διάγνωσης των αναγκών των επιχειρήσεων σε επαγγέλματα και δεξιότητες*, Κείμενο προς Διαβούλευση.
- Φράγκου Δ.Κ., 2008, *Προστασία από Αθέμιτες Πρακτικές των Επιχειρήσεων*, Διπλωματική Εργασία, Πάντειο Πανεπιστήμιο Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών, Γενικό Τμήμα Δικαίου, Π.Μ.Σ. «Δίκαιο και Ευρωπαϊκή Ενοποίηση», Κατεύθυνση Ιδιωτικού Δικαίου.
- Χριστοδουλάκη Ι., Στάθης Ε., 2014, *Η ανταγωνιστικότητα των δυναμικών κλάδων της ελληνικής οικονομίας, Η αναγκαιότητα για διασύνδεση των στρατηγικών ανάπτυξης*, Τόμος Β., Διεθνώς Ανταγωνιστικοί κλάδοι. Διαθέσιμο από: <http://62.1.43.74/5Ekdosis/UplPDFs/sylltomos14/257-288%20Xristodoulaki-Stathis%202014.pdf>

ΑΛΛΕΣ ΑΝΑΦΟΡΕΣ

- Business Anti-Corruption System, *Greece Country Profile*. Διαθέσιμο από: <http://www.el.business-anti-corruption.com/country-profiles/europe-central-asia/greece/%CE%B5%CF%80%CE%AF%CF%80%CE%B5%CE%B4%CE%B1-%CE%B4%CE%B9%CE%B1%CF%86%CE%B8%CE%BF%CF%81%CE%AC%CF%82/%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%B2%CE%AC%CE%BB%CE%BB%CE%BF%CE%BD,-%CF%86%CF%85%CF%83%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%AF-%CF%80%CF%8C%CF%81%CE%BF%CE%B9-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CE%B5%CE%BE%CE%BF%CF%81%CF%85%CE%BA%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B2%CE%B9%CE%BF%CE%BC%CE%B7%CF%87%CE%B1%CE%BD%CE%AF%CE%B1.aspx>
- Europa, *Νομικές Πτυχές του Ηλεκτρονικού Εμπορίου*. Διαθέσιμο από: http://europa.eu/legislation_summaries/information_society/other_policies/l24204_el.htm

- Just something, Pepsi teases Coca- Cola with this Halloween advertising [online].
Διαθέσιμο από: <http://justsomething.co/pepsi-teases-coca-cola-with-this-halloween-advertising/>
- Nestlé, 2013, *Οικονομικές Καταστάσεις 2013*. Διαθέσιμο από:
<http://www.nestle.gr/asset-library/documents/nestle%20%CE%95%CE%9B%CE%9B%CE%91%CE%A3%20%20%CE%9F%CE%99%CE%9A%CE%9F%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%99%CE%9A%CE%95%CE%A3%20%CE%9A%CE%91%CE%A4%CE%91%CE%A3%CE%A4%CE%91%CE%A3%CE%95%CE%99%CE%A3%20%202013.pdf>
- Nestlé, Επίσημη Ιστοσελίδα της εταιρείας. Διαθέσιμο από:
<http://www.nestle.gr/aboutus/keyfigures>
- Taxheaven, 2004, *Σώμα Δίωξης Οικονομικού Εγκλήματος*. Διαθέσιμο από:
<http://www.taxheaven.gr/laws/circular/view/id/11773>
- TaxHeaven, 2012, *Οδηγίες του ΟΟΣΑ για τις πολυεθνικές επιχειρήσεις*. Διαθέσιμο από:
<http://www.taxheaven.gr/news/news/view/id/9892>
- Transparency International, Διεθνής Διαφάνεια, Διαθέσιμο από:
<http://www.transparency.org/country#GRC> [10/03/2015]
- World Bank Group, 1997, *Helping Countries combat corruption: The role of the World Bank, Κεφάλαιο 2: Corruption and economic development*. Διαθέσιμο από:
<http://www1.worldbank.org/publicsector/anticorrupt/corruptn/cor02.htm>
[10/03/2015]
- World Economic Forum, 2013, *Global Competitive Report, Greece- Economy Profile*.
Διαθέσιμο από: <http://www3.weforum.org/docs/GCR2014-15/Greece.pdf>
- Δείκτες αντίληψης διαφθοράς, 2014. Διαθέσιμο από: http://socialpolicy.gr/wp-content/uploads/2014/12/CPI2014_map-and-country-results_EN.jpg [10/03/2015]
- Διεθνείς Διαφάνεια- Ελλάς, Διαθέσιμο από: <http://www.transparency.gr/ti-kanoume/politiko-hrima/> [10/03/2015]
- ΕΕΠ, http://europa.eu/legislation_summaries/institutional_affairs/treaties/treaties_singleact_el.htm
- Εμπορικό Οπλοστάσιο, *Νομοθεσία για το Ηλεκτρονικό Εμπόριο*. Διαθέσιμο από:
<http://www.emporiko-oplostasio.com/elektroniko-emporio/electroniko-emporio-nomothesia.html>

- Επιτροπή Ανταγωνισμού, 2006, *Απόφαση αριθμ. 309/V/2006*. Δημοσίευση στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.
- Επιτροπή Ανταγωνισμού, 2006, *Αρμοδιότητες & Λειτουργία της Επιτροπής Ανταγωνισμού*, Οδηγός. Διαθέσιμο από: http://www.epant.gr/img/x2/news/news3_1_1185895320.pdf
- Επιτροπή Ανταγωνισμού, 2009, *Απόφαση Αριθ. 434/V/2009*. Διαθέσιμο από: http://www.epant.gr/apofasi_details.php?Lang=gr&id=289&nid=543
- Επιτροπή Ανταγωνισμού, 2010, *Η λιανική πώληση προϊόντων βασικής διατροφής και καθημερινής κατανάλωσης*, Δημόσια Διαβούλευση. Διαθέσιμο από: http://www.epant.gr/img/x2/news/news300_1_1292498709.pdf
- Επιτροπή Ανταγωνισμού, Διαθέσιμο από: <http://www.epant.gr/content.php?Lang=gr&id=16> [24/02/2015]
- Ευρωβαρόμετρο, 2014, Διαφθορά. Διαθέσιμο από: http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_397_fact_el_el.pdf
- Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, 2013, *Ειδική Επιτροπή για το Οργανωμένο έγκλημα, τη διαφθορά και την νομιμοποίηση εσόδων από εγκληματικές ενέργειες, 2009-2014*. Έγγραφο εργασίας, εισηγητής: Salvatore Iacolino. Διαθέσιμο από: http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2009_2014/documents/crim/dt/925/9259_91/925991el.pdf
- Εφημερίδα Καθημερινή, 2013, Έξι κακουργηματικές κατηγορίες για την υπόθεση Καρούζου, Άρθρο, 12.09.2013. Διαθέσιμο από: <http://www.kathimerini.gr/53259/article/epikairothta/ellada/e3i-kakoyrghmatikes-kathgories-gia-thn-yποδesh-karoyzoy>
- Κιόρτσης & Συνεργάτες, *Αθέμιτος Ανταγωνισμός: Ενδεικτικές υποθέσεις πελατών μας Puma SE*, Ιστοσελίδα δικηγορικού γραφείου. Διαθέσιμο από: http://www.kiortsis.gr/gr/case_puma.htm
- Κουμάκης Λ., 2009, *Coca Cola 3E – PepsiCo HBH: Μάχη γιγάντων ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού, πράξη τρίτη*. Online Άρθρο. Διαθέσιμο από: <http://casss.analyst.gr/PressCenter/Articles/1587.html>
- Κουμάκης Λ., 2010, *Nestlé Ελλάς – Επιτροπή Ανταγωνισμού: Διεύρυνση καταγγελιών για εναρμονισμένες πρακτικές στην εγχώρια αγορά καφέ*. Online Άρθρο. Διαθέσιμο από: <http://casss.analyst.gr/PressCenter/Articles/2197.html>

Νόμος 3691/2008, «Περί πρόληψης και καταστολής της νομιμοποίησης εσόδων από εγκληματικές δραστηριότητες και της χρηματοδότησης της τρομοκρατίας».

Διαθέσιμο από: <http://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/%CE%9D.3691-5.8.2008->

[%CE%A0%CF%81%CF%8C%CE%BB%CE%B7%CF%88%CE%B7_%CE%B A%CE%B1%CE%B9_%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B1%CF%83%CF%8 4%CE%BF%CE%BB%CE%AE_%CF%84%CE%B7%CF%82_%CE%BD%CE %BF%CE%BC%CE%B9%CE%BC%CE%BF%CF%80%CE%BF%CE%AF%CE %B7%CF%83%CE%B7%CF%82_%CE%B5%CF%83%CF%8C%CE%B4%CF %89%CE%BD.pdf](http://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/%CE%A0%CF%81%CF%8C%CE%BB%CE%B7%CF%88%CE%B7_%CE%B A%CE%B1%CE%B9_%CE%BA%CE%B1%CF%84%CE%B1%CF%83%CF%8 4%CE%BF%CE%BB%CE%AE_%CF%84%CE%B7%CF%82_%CE%BD%CE %BF%CE%BC%CE%B9%CE%BC%CE%BF%CF%80%CE%BF%CE%AF%CE %B7%CF%83%CE%B7%CF%82_%CE%B5%CF%83%CF%8C%CE%B4%CF %89%CE%BD.pdf)

Παρατηρητήριο για την Κοινωνία της Πληροφορίας, 2010, *Διστακτικό το Ελληνικό Κοινό για ηλεκτρονικές αγορές και συναλλαγές. Ενημερωτικό σημείωμα*. Διαθέσιμο από:

http://www.viotiachamber.gr/viotiaimages/ECOM_PR100805_ilagores-synallages_F29532.pdf

Πελαγίδης Θ., 2014, *Πολιτικές καταπολέμησης της Διαφθοράς*, Ενότητα Θ: Θεσμοί.

Διαθέσιμο από: <http://62.1.43.74/5Ekdosis/UplPDFs//sylltomos14/575-588%20Pelagidis%202014.pdf> [16/03/2015]

Υπουργείο Δικαιοσύνης, Διαφάνειας και Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων, *Διεθνείς Οργανισμοί και Υπουργείο Δικαιοσύνης, Διαφάνειας και Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων*, Ελληνική Δημοκρατία. Διαθέσιμο από:

<http://www.ministryofjustice.gr/site/el/%CE%95%CE%A5%CE%A1%CE%A9%CE%A0%CE%91%CE%99%CE%9A%CE%97br%CE%94%CE%99%CE%95%CE%98%CE%9 D%CE%97%CE%A3%CE%A3%CE%A5%CE%9D%CE%95%CE%A1%CE%93%CE% 91%CE%A3%CE%99%CE%91/%CE%94%CE%B9%CE%B5%CE%B8%CE%BD%CE %B5%CE%AF%CF%82%CE%9F%CF%81%CE%B3%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CF%83%CE%BC%CE%BF%CE%AF%CE%BA%CE%B1%CE%B9%CE%A5%CF%80%CE%BF%CF%85%CF%81%CE%B3%CE%B5%CE%AF%CE%BF%CE%94%CE%B9%CE%BA%CE%B1%CE%B9%CE%BF%CF%83%CF%8D%CE%BD%CE%B7%CF%82%CE%94%CE%B9%CE%B1.aspx>