

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

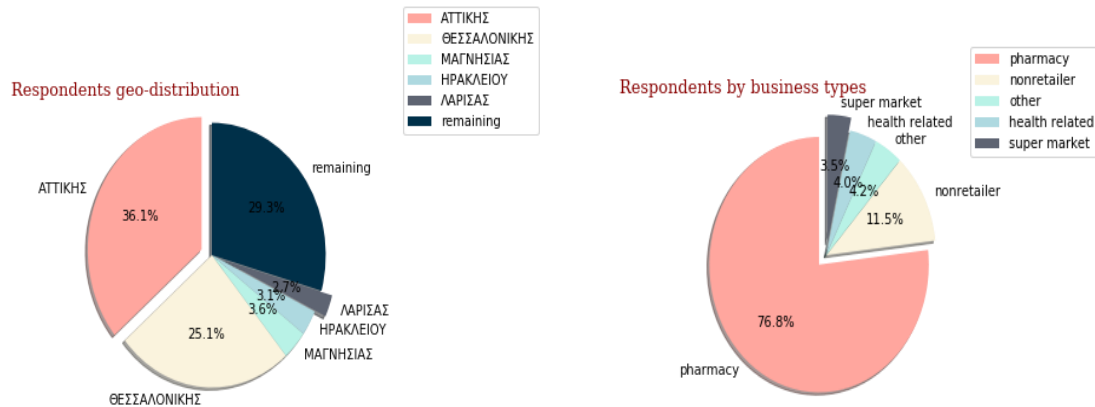
Θέμα: Έρευνα της Επιτροπής Ανταγωνισμού σχετικά με τις επιπτώσεις της πανδημίας (COVID – 19) στην αγορά υγειονομικού υλικού - Ενδιάμεσα αποτελέσματα

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού (ΕΑ), στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων της, διεξήγε έρευνα στην αγορά υγειονομικού υλικού. Η ενέργεια αυτή κρίθηκε απαραίτητη ως αποτέλεσμα των πολυάριθμων παραπόνων καταναλωτών και δημοσιευμάτων αφενός μεν αναφορικά με σημαντικές ανατιμήσεις στα εν λόγω προϊόντα στα διάφορα σημεία λιανικής πώλησης, αφετέρου δε σχετικά με τις ελλείψεις των εν λόγω προϊόντων, οι οποίες ενδέχεται να οφείλονται σε πρακτικές επιχειρήσεων στην αλυσίδα διανομής που δύνανται να εμπίπτουν στις διατάξεις του ν. 3959/2011.

Ειδικότερα, στις 20.3.2020 η ΕΑ απέστειλε ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο, με το οποίο ζητήθηκαν στοιχεία αγορών και πωλήσεων για το διάστημα από το Νοέμβριο 2019 έως και το Μάρτιο 2020, σε 4.056 επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή, εισαγωγή και εμπορία υγειονομικού υλικού και συγκεκριμένα σε χειρουργικές μάσκες και γάντια μιας χρήσης, καθώς και σε αντισηπτικά μαντηλάκια και αντισηπτικά διαλύματα. Η ενέργεια αυτή με την αποστολή χιλιάδων ερωτηματολογίων μέσω εξειδικευμένου λογισμικού και εν συνεχεία η γρήγορη κατηγοριοποίηση και στατιστική και οικονομετρική ανάλυση των δεδομένων που συλλέχθηκαν, ώστε να αποφασισθούν περαιτέρω ενέργειες αποτελεί μία καινοτομία στον τρόπο με τον οποίο η Επιτροπή εκπονούσε τις έρευνες της μέχρι σήμερα. Με τη λήξη της εν λόγω προθεσμίας, έγινε εξαγωγή των στοιχείων 3.300 περίπου εταιρειών που απάντησαν στο ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο και πραγματοποιήθηκε επεξεργασία και ανάλυση των στοιχείων από ομάδα ειδικών επιστημόνων, οικονομολόγων και οικονομέτρων.

Στο ερωτηματολόγιο απάντησαν πολλά φαρμακεία λόγω της πληθώρας αυτών στην ελληνική επικράτεια (περίπου 10.000 συνολικά), αλλά και εταιρείες από όλες τις βαθμίδες διανομής των εξεταζόμενων προϊόντων, την εισαγωγή, παραγωγή και χονδρική πώληση, ενώ στην πλειοψηφία τους οι επιχειρήσεις που ανταποκρίθηκαν στην έρευνα της ΕΑ έχουν έδρα τους νομούς Αττικής και Θεσσαλονίκης.

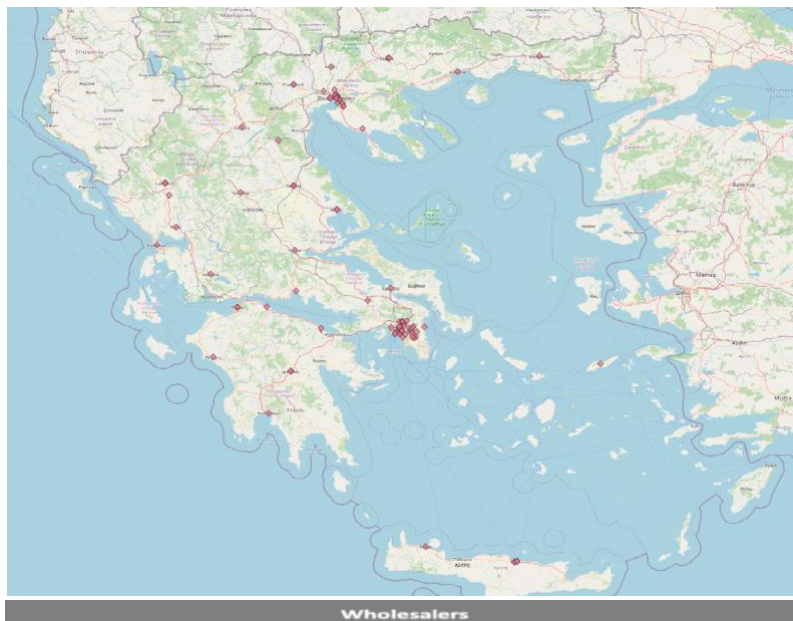
Διάγραμμα 1: Κατανομή των επιχειρήσεων με βάση τον τομέα δραστηριότητάς τους και τη γεωγραφική τους τοποθεσία



Σχεδόν όλοι οι νομοί αντιπροσωπεύονται στην έρευνα, ενώ πιο αραιή είναι η εκπροσώπηση των νησιών, με περισσότερες παρατηρήσεις να απαντώνται κυρίως στα μεγαλύτερα νησιά των Κυκλάδων, Δωδεκανήσων, Ιονίου καθώς και Κρήτη.

Στον παρακάτω χάρτη αναπαρίσταται η γεωγραφική κατανομή των δηλωθέντων επιχειρήσεων με δραστηριότητα στη χονδρική πώληση (χωρίς να είναι απαραίτητα η αποκλειστική τους δραστηριότητα). Πέρα από την κατανομή τους στην ηπειρωτική Ελλάδα σε μεγάλα αστικά κέντρα, η νησιωτική τους κατανομή είναι αραιή και παρατηρείται κυρίως στην Κρήτη, με κύριο συμπέρασμα ότι η προμήθεια λιανικών σημείων πώλησης στις νησιωτικές περιοχές εμπεριέχει πρόσθετα κόστη μεταφοράς.

Wholesalers geo-distribution

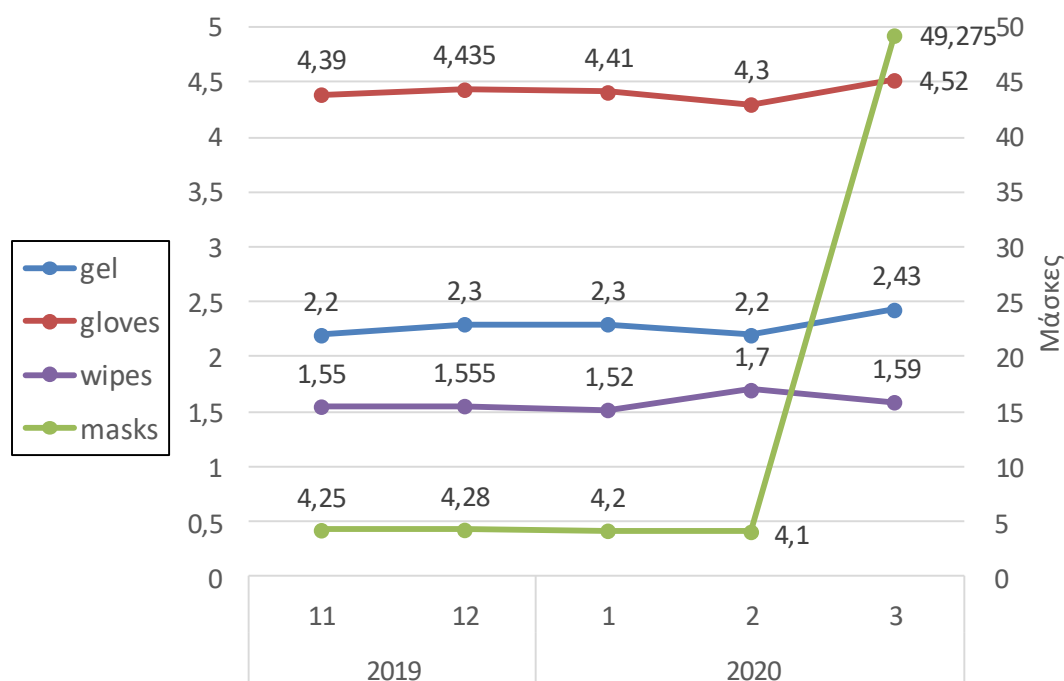


Από την έρευνα προέκυψε ότι κατά την εξεταζόμενη περίοδο φαίνεται να σημειώνεται αύξηση των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στη λιανική πώληση όλων των εξεταζόμενων προϊόντων υγειονομικού υλικού. Η αλματώδης αύξηση της ζήτησης προϊόντων υγειονομικού υλικού συνοδεύτηκε από μία αύξηση των επιχειρήσεων που διακινούν ή πωλούν τα προϊόντα αυτά, γεγονός που υποδηλώνει μία υγιή αντίδραση της αγοράς. Από το δείγμα μας, μεγαλύτερη, φαίνεται να είναι η αύξηση των σημείων λιανικής πώλησης αντισηπτικού διαλύματος και γαντιών μίας χρήσης.

Αποτυπώνοντας τις διάμεσες τιμές πώλησης σε όλα τα προϊόντα στο σύνολο των ελεγχόμενων επιχειρήσεων, φαίνεται ότι στη διάμεση τιμή πώλησης διαπιστώθηκε κατακόρυφη άνοδος ειδικά στις χειρουργικές μάσκες μίας χρήσης από τον Φεβρουάριο του 2020 και έπειτα. Μικρή ήταν η άνοδος της διάμεσης τιμής σε αντισηπτικά gel και γάντια, ενώ οριακή πτώση της τιμής παρατηρήθηκε στα αντισηπτικά μαντηλάκια.

Η πώληση των προϊόντων αυτών από περισσότερες επιχειρήσεις φαίνεται να συγκράτησε την αύξηση των τιμών, ενώ η αύξηση στις μάσκες φαίνεται ότι προήλθε από έλλειψη αποθεμάτων του είδους αυτού κατά το χρονικό διάστημα που εξετάζουμε.

Διάγραμμα 2: Διάμεση τιμή πώλησης για όλες τις επιχειρήσεις (Μάσκες στον δεξιό άξονα)



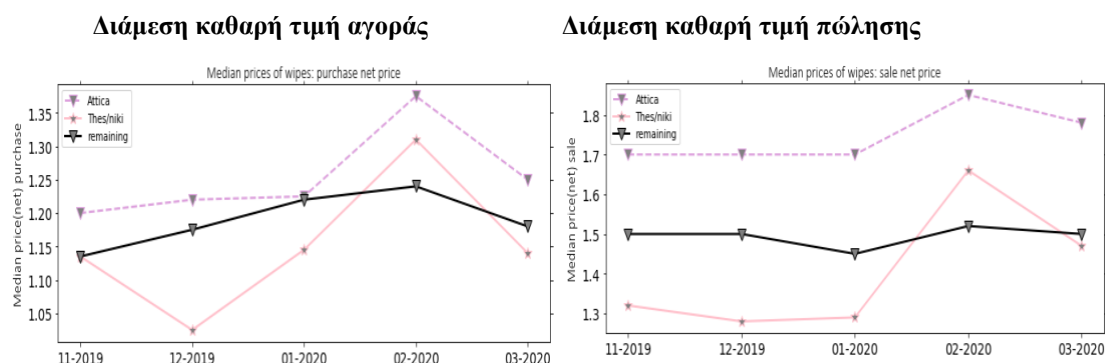
Ωστόσο δεν επιβεβαιώθηκε συστηματική αύξηση του μέσου ή/ και διάμεσου μεικτού περιθωρίου κέρδους από την πώληση του εξεταζόμενου υγειονομικού προϊόντος κατά το ερευνώμενο διάστημα. Ειδικότερα, βρέθηκε ότι το διάμεσο μεικτό περιθώριο κέρδους δεν σημείωσε ιδιαίτερη διακύμανση το ερευνώμενο διάστημα, και διαμορφώθηκε σε παρόμοιο ύψος για διαφορετικά προϊόντα.

Συγκρίνοντας τη διάμεση τιμή αγοράς το χρονικό διάστημα από 1.11.2019 έως 31.3.2020, μεταξύ των νομών Αττικής, Θεσσαλονίκης και την υπόλοιπη επικράτεια, παρατηρήθηκε ίδια συμπεριφορά στις τιμές των υπό εξέταση προϊόντων. Οι διάμεσες τιμές αγοράς και πώλησης φαίνεται να ακολουθούν το ίδιο μοτίβο στους δύο μεγάλους νομούς της χώρας, με τη Θεσσαλονίκη να εμφανίζει υψηλότερες τιμές στην αγορά των γαντιών μιας χρήσης, την Αττική να παρουσιάζει υψηλότερες τιμές στα αντισηπτικά μαντηλάκια και οι τιμές να κυμαίνονται στα ίδια περίπου επίπεδα σε όλη την ελληνική επικράτεια.

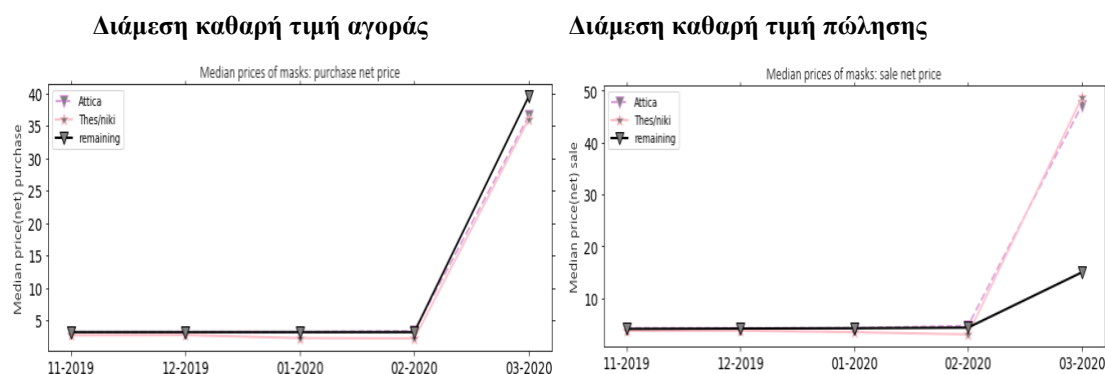
¹ Τα συμπεράσματα από το ν. Θεσσαλονίκης στην αγορά των αντισηπτικών gel δεν βασίζονται σε αρκετές παρατηρήσεις και για αυτό δεν αποτυπώνονται στο παρόν.

Διάγραμμα 3: Διάμεση τιμή αγοράς και πώλησης των υπό εξέταση προϊόντων, κατά τους μήνες Νοέμβριο του 2019 έως και Μάρτιο του 2020 και σύγκριση μεταξύ των δύο μεγαλύτερων νομών και την υπόλοιπη επικράτεια

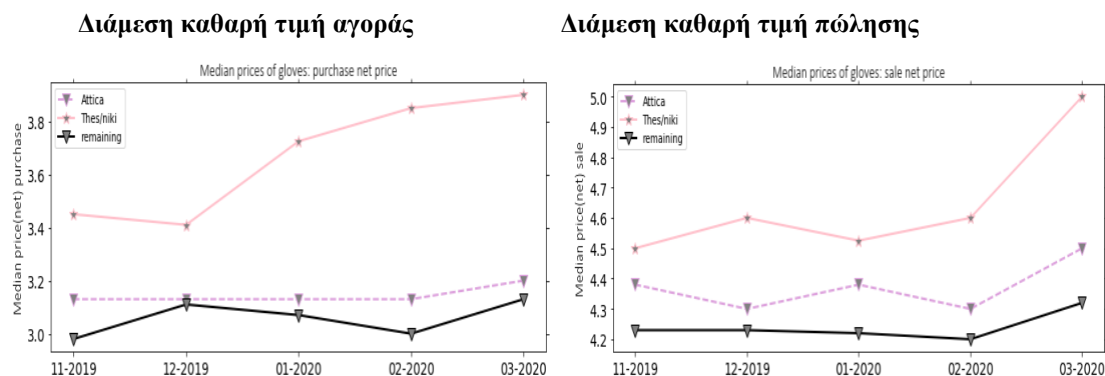
Αντισηπτικά Μαντηλάκια



Χειρουργικές Μάσκες



Γάντια μιας χρήσης



Περαιτέρω, παρατηρήθηκε παρόμοια συμπεριφορά της διάμεσης τιμής αγοράς και πώλησης των υπό εξέταση προϊόντων μεταξύ ηπειρωτικής και νησιωτικής Ελλάδας καθώς και μεταξύ αστικών και μη αστικών κέντρων. Παρακάτω αποτυπώνεται η πορεία των τιμών σε αντισηπτικά μαντηλάκια, μάσκες και γάντια μιας χρήσης στην ηπειρωτική και νησιώτικη Ελλάδα. Στα αντισηπτικά μαντηλάκια και τα γάντια φαίνεται ότι οι τιμές εμφανίζονται συνήθως χαμηλότερες στις νησιωτικές περιοχές έναντι των ηπειρωτικών περιοχών. Ενδιαφέρον είναι το γεγονός ότι η διάμεση τιμή πώλησης στις μάσκες σημειώνει μικρότερη αύξηση στις νησιωτικές περιοχές μετά τον Φεβρουάριο του 2020 σε σχέση με την αντίστοιχη τιμή στις ηπειρωτικές περιοχές και σε σχέση με την αντίστοιχη διάμεση τιμή αγοράς.

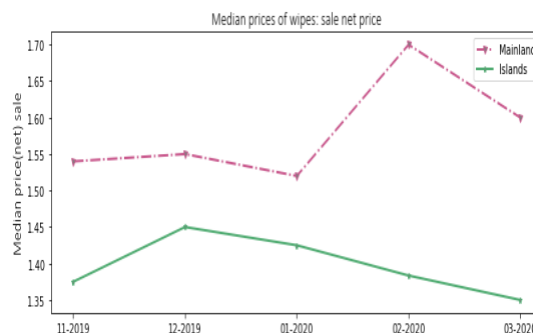
Διάγραμμα 4: Διάμεση τιμή αγοράς και πώλησης των υπό εξέταση προϊόντων, κατά τους μήνες Νοέμβριο του 2019 έως και Μάρτιο του 2020, και σύγκριση μεταξύ της ηπειρωτικής και νησιώτικης Ελλάδας

Αντισηπτικά Μαντηλάκια

Διάμεση καθαρή τιμή αγοράς

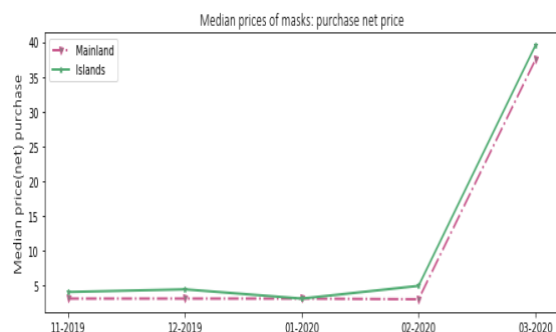


Διάμεση καθαρή τιμή πώλησης

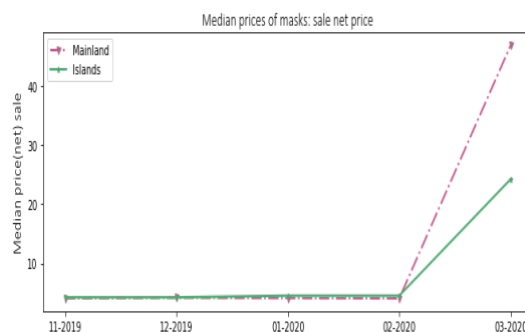


Χειρουργικές Μάσκες

Διάμεση καθαρή τιμή αγοράς

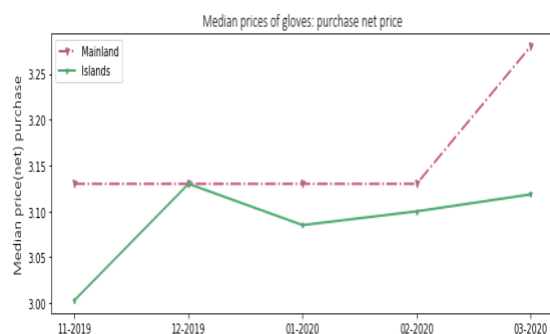


Διάμεση καθαρή τιμή πώλησης



Γάντια μιας χρήσης

Διάμεση καθαρή τιμή αγοράς



Διάμεση καθαρή τιμή πώλησης

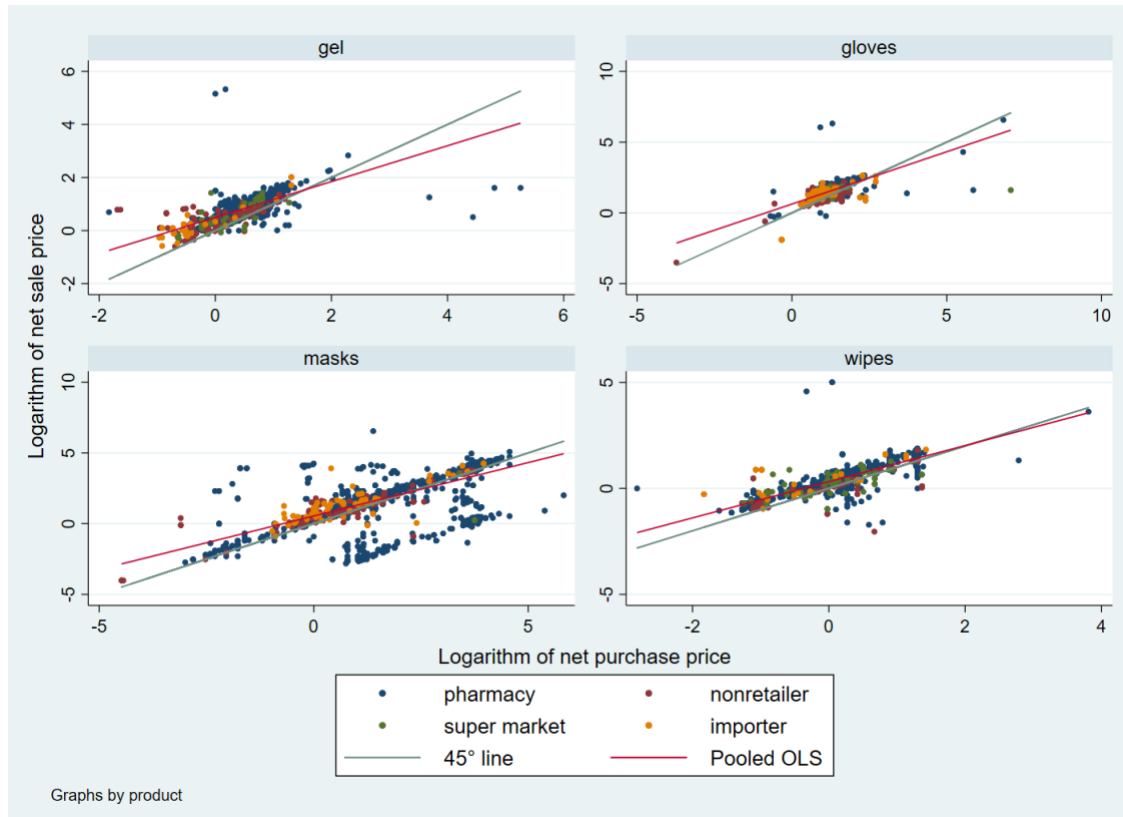


Στο παρακάτω διάγραμμα διασποράς απεικονίζεται η σχέση των λογαρίθμων τιμής αγοράς (οριζόντιος άξονας) και πώλησης (κάθετος άξονας), για όλους τους μήνες και όλες τις επιχειρήσεις.

- Συγκρίνοντας με την γραμμή των 45°, οι περισσότερες παρατηρήσεις φαίνεται να υποστηρίζουν την ύπαρξη σταθερού περιθωρίου κέρδους (mark-up), ενώ υπάρχουν και κάποιες ακραίες τιμές (outliers).
- Αρκετές παρατηρήσεις βρίσκονται χαμηλότερα από την γραμμή των 45°, υπονοώντας ότι η τιμή πώλησης είναι μικρότερη από την τιμή αγοράς. Αυτό

πιθανόν οφείλεται στο ότι η τιμή αγοράς δεν αντιστοιχεί πάντα στα προϊόντα που πωλήθηκαν τον συγκεκριμένο μήνα, δηλαδή πωλήθηκε στοκ προϊόντος από προηγούμενους μήνες. Αυτό είναι ιδιαίτερα εμφανές στις μάσκες.

Διάγραμμα 5: Διάγραμμα διασποράς (scatterplot) τιμής αγοράς και πώλησης



Σύμφωνα με την στατιστική και οικονομετρική επεξεργασία των διαθέσιμων στοιχείων, η αύξηση στη λιανική τιμή πώλησης του εξεταζόμενου υγειονομικού υλικού προέρχεται, κατά κύριο λόγο, από την μετακύλιση της αύξησης της χονδρικής τιμής πώλησης. Επιπλέον, από την έρευνα προέκυψε ότι η μετακύλιση της αύξησης της χονδρικής τιμής πώλησης στα αντισηπτικά μαντηλάκια και στα γάντια μίας χρήσης ήταν μεγαλύτερη στα φαρμακεία από ότι στα σούπερ μάρκετ. Σχετικά με τις μάσκες, τα αποτελέσματα έδειξαν ότι όσες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται εκτός από το λιανεμπόριο και σε άλλο επίπεδο διανομής, παραγωγή, εισαγωγές ή χονδρεμπόριο εμφάνισαν υψηλότερες τιμές σε σχέση με όσους δραστηριοποιούνται αποκλειστικά στο λιανεμπόριο.

Εξετάζοντας το ποσοστό μετακύλισης της μεταβολής της τιμής αγοράς στην τιμή πώλησης στον τελικό καταναλωτή στις μάσκες, αυτό παρουσιάζεται μεγαλύτερο κατά το μήνα Μάρτιο 2020. Η μεγαλύτερη δε διαφοροποίηση του ποσοστού μετακύλισης της τιμής εμφανίζεται στις πωλήσεις γαντιών μίας χρήσης κατά τον μήνα Φεβρουάριο 2020

Παρακάτω αποτυπώνονται τα συμπεράσματα ενδεικτικά ενός οικονομετρικού υποδείγματος με τη χρήση διαχρονικών και διαστρωματικών στοιχείων σχετικά με την μετακύλιση των τιμών στους καταναλωτές διαχρονικά.

Αποτελέσματα: Αλληλεπιδράσεις με προϊόν και τύπο επιχείρησης

| Variables | Panel Data |
|-----------------------------------|----------------------|
| <i>pharmacy_purchase_price</i> | |
| gel | 0.580*** (0.127) |
| gloves | 0.489*** (0.188) |
| masks | 0.889*** (0.017) |
| wipes | 0.764*** (0.14 1) |
| <i>supermarket_purchase_price</i> | |
| gel | 0.677*** (0.099) |
| gloves | 0.523** (0.230) |
| masks | |
| wipes | 0.334* (0.180) |
| <i>health_purchase_price</i> | |
| gel | 0.866*** (0.061) |
| gloves | 0.202*** (0.060) |
| masks | 0.655** (0.265) |
| wipes | 0.592*** (0.096) |
| <i>other_purchase_price</i> | |
| gel | 0.694*** (0.070) |
| gloves | 0.514** (0.200) |
| masks | 0.986*** (0.008) |
| wipes | 0.221 (0.156) |

Robust standard errors in parentheses

***p<0.01, **p<0.05, *p<0.1

Τα αποτελέσματα της ανωτέρω γραμμικής παλινδρόμησης μόνο για τους λιανέμπορους εξετάζουν το ποσοστό μετακύλισης (pass-through) σε κάθε συνδυασμό προϊόντος και τύπου επιχείρησης. Από τα διαστήματα εμπιστοσύνης που προκύπτουν σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5%, το άνω όριο δεν απέχει πολύ από το 1, το οποίο αντιστοιχεί σε τέλεια ανταγωνιστική συμπεριφορά. Επομένως όπου ο εκτιμώμενος συντελεστής πλησιάζει το 1, ο επιχειρηματίας δεν έχει δυνατότητα απορρόφησης μιας αύξησης της τιμής και για αυτό την μετακυλίζει στον καταναλωτή. Από τον παραπάνω πίνακα αποτελεσμάτων, φαίνεται ότι στα φαρμακεία ο βαθμός μετακύλισης της τιμής είναι μεγάλος στις μάσκες και στα αντισηπτικά μαντηλάκια και μικρότερος στα αντισηπτικά gel και γάντια. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο συνδυαστικό γεγονός ότι τα φαρμακεία εξειδικεύονται στις πωλήσεις συγκεκριμένων προϊόντων και παράλληλα αντιμετωπίζουν εντατικό ανταγωνισμό από τις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις.

Τέλος, από την ανάλυση των **ακραίων τιμών αγοράς** των υπό εξέταση προϊόντων, παρατηρήθηκε ότι:

- στο 1% των υψηλότερων καθαρών τιμών αγοράς για κάθε μήνα που ερευνήθηκε, βρίσκονται επιχειρήσεις που εδρεύουν κατά πλειοψηφία στους δύο μεγάλους νομούς Αττικής και Θεσσαλονίκης και
- στο 1% των υψηλότερων καθαρών τιμών αγοράς για κάθε μήνα που ερευνήθηκε, βρίσκονται κατά πλειοψηφία τα φαρμακεία.

Ομοίως, από τις **ακραίες τιμές πώλησης** των υπό εξέταση προϊόντων, παρατηρήθηκε ότι:

- στο 1% των υψηλότερων καθαρών τιμών πώλησης για κάθε μήνα που ερευνήθηκε, βρίσκονται επιχειρήσεις που εδρεύουν κατά πλειοψηφία στους δύο μεγάλους νομούς Αττικής και Θεσσαλονίκης, ενώ τα ομαδοποιημένα δεδομένα ανά μήνα υποδεικνύουν ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που είχαν τις πιο υψηλές τιμές πώλησης εδρεύουν στο νομό Αττικής και
- στο 1% των υψηλότερων καθαρών τιμών πώλησης για κάθε μήνα που ερευνήθηκε, βρίσκονται κατά πλειοψηφία τα φαρμακεία.

Τα τελευταία αυτά στοιχεία καθώς και περαιτέρω στοιχεία που έχουν συλλεχθεί από εταιρείες που δραστηριοποιούνται στη χονδρική πώληση υγειονομικού υλικού θα χρησιμοποιηθούν για τον εντοπισμό τυχόν περιπτώσεων καταχρηστικής τιμολόγησης από επιχειρήσεις που διαθέτουν μακροχρόνια πανελλαδική ή/και προσωρινή τοπική δεσπόζουσα θέση στις εν λόγω αγορές. Η Επιτροπή θα προχωρήσει επίσης στην περιοδική επικαιροποίηση της έρευνας με νέα στοιχεία.

Επιπλέον, επισημαίνεται ότι στην παρούσα συγκυρία που η χώρα δοκιμάζεται από την πανδημία του κορωνοϊού, η Ε.Α. παρακολουθεί τις εξελίξεις και θα συνεχίσει να επεμβαίνει ως αρμόδια για τη διαπίστωση τυχόν παραβάσεων των διατάξεων του ν. 3959/2011 και των άρθρων 101 και 102 της Συνθήκης Λειτουργίας Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ) περί «Προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού», με γνώμονα τη διαφύλαξη της υγιούς ανταγωνιστικής δομής της αγοράς, της προστασίας των συμφερόντων του καταναλωτή και την οικονομική ανάπτυξη.

² Η εν λόγω ανάλυση χρησιμοποιεί σταθερές επιδράσεις (fixed effects) στον συνδυασμό ΑΦΜ-προϊόν.

³ Επισημαίνεται ότι αν και το ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο είχε εξειδικεύσει το προϊόν μάσκες για το οποίο καλούνταν οι επιχειρήσεις να υποβάλλουν στοιχεία, τα στοιχεία που υποβλήθηκαν ενδέχεται να αφορούν σε διαφορετικά είδη масκών τα οποία να διαφοροποιούνται και ως προς τις τιμές τους (π.χ. μάσκες latex ή βινυλίου, με ή χωρίς πούδρα), οπότε και η ερμηνεία των αποτελεσμάτων πρέπει να γίνει λαμβάνοντας υπόψη και αυτήν την παράμετρο.