



322  
27 215

Αθήνα, 28/02/2015

### ΕΡΩΤΗΣΗ

Προς τον Υπουργό Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας και Τουρισμού.

**ΘΕΜΑ:** «Το υπέρογκο κόστος αποστολής προϊόντων στο εξωτερικό πλήττει την εξωστρέφεια των ελληνικών e-καταστημάτων».

Ο παγκόσμιος τζίρος του ηλεκτρονικού εμπορίου από 730 εκατ. ευρώ που είναι σήμερα αναμένεται να φτάσει μέχρι το 2018 στο 1,5 τρισ. ευρώ. Ο αντίστοιχος τζίρος στην Ευρώπη υπερβαίνει τα 300 δισ. ευρώ, ενώ εκτιμάται ότι έως το 2016 θα σημειώνει ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 10%. Τα ελληνικά ηλεκτρονικά καταστήματα αντιμετωπίζουν πρόβλημα, καθώς το κόστος αποστολής προϊόντων από την Ελλάδα στο εξωτερικό καθιστά ουσιαστικά τις πωλήσεις εκτός συνόρων απαγορευτικές.

Ειδικότερα, σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα που πραγματοποίησε η Γενική Γραμματεία Εμπορίου και περιλαμβάνεται στην κλαδική έκθεση για τη διερεύνηση πιθανών εμποδίων στον ανταγωνισμό, το κόστος αποστολής για ένα δέμα από την Ελλάδα προς τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης κυμαίνεται από 10 έως 16 ευρώ, ενώ για χώρες εκτός Ε.Ε. μπορεί να ξεπερνά και τα 25 ευρώ. Την ίδια στιγμή, ένα ηλεκτρονικό κατάστημα στο Ηνωμένο Βασίλειο μπορεί να στείλει προϊόντα σε άλλες χώρες με το μέσο κόστος αποστολής να είναι 0,64 ευρώ για ένα δέμα τριών κιλών. Για παράδειγμα, εάν μια βρετανική επιχείρηση κάνει χρήση των υπηρεσιών της Royal Mail, θα πληρώσει για τρεις αποστολές την ημέρα στην Ελλάδα δεμάτων τριών κιλών, 1,92 ευρώ για κάθε δέμα, πλέον ΦΠΑ. Αντίστοιχα, μια ελληνική επιχείρηση, θα χρεωθεί ανά αποστολή με τουλάχιστον 10 ευρώ. Μπορεί, βεβαίως, οι εταιρείες παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών να χορηγούν εκπτώσεις αναλόγως της ποσότητας των αποστολών, αλλά σε καμία περίπτωση οι χρεώσεις τους δεν μπορούν να συγκριθούν με αυτές που ισχύουν σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Δεδομένου ότι το κόστος αποστολής το καταβάλλουν οι πελάτες, γίνεται αντιληπτό ότι τα ξένα προϊόντα έχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ελληνικών.

Το πρόβλημα, σύμφωνα με την έρευνα (μέρος της οποίας δημοσιεύει η Καθημερινή, 22/02/2015), εντοπίζεται κυρίως στο λεγόμενο last mile, στις συμφωνίες δηλαδή που συνάπτουν οι ελληνικές ταχυδρομικές εταιρείες για τη διανομή των προϊόντων στον τελικό προορισμό με τις αντίστοιχες τοπικές υπηρεσίες διανομών. Τα υπόλοιπα δύο στάδια της διαδικασίας αποστολής (από την αποθήκη του καταστήματος στον τόπο συγκέντρωσης των εμπορευμάτων και από εκεί στη χώρα προορισμού) είναι φθηνά. Η λύση που έχει προταθεί, αλλά ακόμη δεν έχει προχωρήσει, είναι η δημιουργία cluster εταιρειών που δραστηριοποιούνται στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου με αποκλειστικό στόχο τη συγκέντρωση των παραγγελιών. Με την αύξηση του όγκου των εξερχομένων φορτίων από τη χώρα, οι ελληνικές εταιρείες θα μπορούν να διαπραγματεύονται καλύτερες τιμές για τις αποστολές στο εξωτερικό.

**Επειδή** το κόστος με το οποίο επιβαρύνονται οι αποστολές δεμάτων από ελληνικά ηλεκτρονικά

καταστήματα σε πελάτες εκτός Ελλάδας είναι σχεδόν δεκαπλάσιο σε σχέση με το κόστος που πληρώνουν οι ξένες επιχειρήσεις.

**Επειδή** η διαφορά του κόστους αποστολής περιορίζει την εξωστρέφεια του ελληνικού ηλεκτρονικού εμπορίου.

**Κατόπιν τούτων, ερωτάται ο κ. Υπουργός:**

1. Σε ποιες επιμέρους ενέργειες σκοπεύετε να προβείτε, ώστε να αντιμετωπίσετε το πρόβλημα;
2. Εξετάζετε τη δυνατότητα παροχής φορολογικών κινήτρων για τη δημιουργία clusters εταιρειών;
3. Έχετε ζητήσει τις προτάσεις όλων των εμπλεκόμενων, δηλαδή της Εθνικής Επιτροπής Τηλεπικοινωνιών και Ταχυδρομείων, των Συνδέσμων Ηλεκτρονικών Καταστημάτων και Πωλήσεων από απόσταση, καθώς και των εταιρειών παροχής ταχυδρομικών υπηρεσιών;
4. Δεδομένου ότι το ζήτημα των χρεώσεων των ταχυδρομικών εταιρειών συνδέεται και με την τιμολογιακή πολιτική των αερομεταφορέων, θα υπάρξει κοινό πλαίσιο δράσης;

Ο ΕΡΩΤΩΝ ΒΟΥΛΕΥΤΗΣ

Κωνσταντίνος Μπαργιώτας- Λάρισας