



ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΣΜΕΝΗ
ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΓΚΤΙΚΗ

Διπλωματική Εργασία

ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΜΕΣΩ ΔΕΚΟ
Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΡΤ

του

ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ Κ. ΔΡΑΓΩΓΙΑ

Επιβλέπων Καθηγητής: Νεγκάκης Ι. Χρήστος

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του Μεταπτυχιακού Διπλώματος
στην

Εφαρμοσμένη Λογιστική και Ελεγκτική

Ιούνιος 2015

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά όλους τους καθηγητές για τις πολύτιμες γνώσεις και καθοδήγηση που μας προσέφεραν κατά τη διάρκεια των σπουδών μου.

Ιδιαίτερες ευχαριστίες θα ήθελα να δώσω στον Κύριο Νεγκάκη Ι. Χρήστο, ο οποίος ως επιβλέπων καθηγητής, μου προσέφερε πολύτιμες γνώσεις, βοήθεια αλλά και αμέριστη συμπαράσταση για την εκπόνηση της παρούσης εργασίας.

Ακόμη, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον Ξάδερφό μου Σάκη Γκουτζιώτη για την πολύτιμη βοήθεια του και την Ελένη Χρυσοχόου για την ηθική και υλική βοήθεια της.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένειά μου που με στηρίζει αδιάκοπα σε κάθε βήμα, παρέχοντας μου αδιάκοπη στήριξη ηθική και οικονομική.

Περίληψη

Η πληρωμή των φόρων από τους πολίτες προς το κράτος μέσα στη συνεχιζόμενη για χρόνια Ελληνική κρίση, εγείρει διαφωνίες γύρω από τα ποσά που πρέπει να καταβάλλονται. Ιδιαίτερη βαρύτητα υπάρχει στη πληρωμή των τελών και έμμεσων φορών που είναι σχεδόν αναπόφευκτα πληρωτέοι. Από την άλλη πλευρά, το κράτος επιβάλλει να επιλέξει τη σωστή στρατηγική για την ορθή εύρεση της τιμολογιακής πολιτικής που θα ακολουθήσει έτσι ώστε από τη μία να εξασφαλίζει τα απαιτούμενα ποσά των φόρων και από την άλλη την ήρεμη και τακτική καταβολή από τους πολίτες που καλούνται να πληρώσουν.

Συγκεκριμένα η έρευνα εξετάζει την προθυμία πληρωμής των καταναλωτών για τα τέλη της ΕΡΤ μέσω του λογαριασμού της ΔΕΗ. Η έρευνα έγινε σε κάθε τρίτο άτομο που έμπαινε στο υποκατάστημα της ΔΕΗ και πήγαινε να εξοφλήσει το λογαριασμό του. Το συνολικό ποσοστό απόρριψης είναι κοντά στο 20%. Χρησιμοποιήθηκαν συνεντεύξεις έγιναν πρόσωπο με πρόσωπο χρησιμοποιώντας ερωτηματολόγια CV (εξάγει τη γνώμη του ερωτώμενου για την προσωπική του κατάσταση) και IV (εξάγει τη γνώμη του ερωτώμενου για την κατάσταση της υπόλοιπης κοινωνίας στη οποία είναι μέλος) Το δείγμα μας αποτελείται από 116 άτομα με επίπεδο σημαντικότητας 5 % και στατιστικά μη σημαντικό ρόλο παίζουν : φύλο, ηλικία, επίπεδο μόρφωσης, και συχνότητα παρακολούθησης τηλεόρασης. Έπειτα από την οικονομετρική ανάλυση καταφέραμε να προσδιορίσουμε την μέση προθυμία πληρωμής του δείγματος καθώς και τους παράγοντες που είναι στατιστικά σημαντικοί. Στατιστικά σημαντικοί όπως α) Ο αριθμός μελών της οικογένειας β) Η συχνότητα παρακολούθησης κρατικής τηλεόρασης και γ) Η αντίληψη γύρω από την αμεροληψία της κρατικής τηλεόρασης κ.α.

Τέλος αξίζει να σημειωθεί πως η μέση προθυμία πληρωμής είναι αρκετά μικρότερη από αυτά που πληρώνει ο μέσος Έλληνας μέσω του λογαριασμού της ΔΕΗ ανά δίμηνο. Το γεγονός αυτό δείχνει πως οι Έλληνες δεν είναι διατεθειμένοι να πληρώνουν για την ύπαρξη της ΕΡΤ το ποσό που πληρώνουν σήμερα.

Abstract

The taxes' payment by citizens in the ongoing Greek crisis has raised controversy about the money that households could offer for this purpose. Where is given special attention, is on payment of fees and indirect taxes that constitute an unavoidable payable. On the other hand, the government is obliged to choose the right pricing strategy in order not only to ensure the appropriate contributions of taxes but also the regular and willing taxes' payment of citizens.

Specifically, through this thesis we will try to investigate the consumer's willingness to pay the fee for the Public Broadcasting through the electricity bill. The research has been done in every third person entered a Public Power Corporation branch in the Greek Region. The overall rejection rate is close to 20%. The research happened with personal interviews face-to-face using questionnaires CV and IV. Our sample consists of 116 people with significance level 5% while statistically insignificant role played the gender, the age, the educational level and TV viewing frequency. After the econometric analysis, it could be possible to determine the average sample willingness to pay the Public Broadcasting fee and the factors that are statistically significant. As statistically significant factors are defined a) The number of family members b) The frequency of public television viewing c) The perception about the impartiality of Public Television etc.

Finally it is worth noting that the average willingness to pay is much lower than what the average of Greeks pay through their electricity bill in bimonthly basis. The results show that Greeks are not willing to pay for the Public Broadcasting Station the level of fee they pay today for this purpose.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Ευχαριστίες	ii
Περίληψη	iii
Περίληψη στην Αγγλική Γλώσσα	iv
Περιεχόμενα	v
Πίνακας Συντομογραφιών	viii

1.ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ – ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1 Εισαγωγικά	1.
1.2 Σκοπός της Παρούσας Εργασίας	1.
1.3 Ερευνητικά Ερωτήματα	1.
1.4 Μεθοδολογία	2.
1.5.Δομή Της Εργασίας	2.

2. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ - ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

3.

3. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ -ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

8.

3.1.Βασικές Φορολογικές Έννοιες	8.
3.1.1 Σκοπός Της Επιβολής Φόρων	8.
3.1.2 Κανόνες Φορολογίας	8.
3.1.3.Η Έννοια των Φόρων και τα Ανταποδοτικά Τέλη	9.
3.2 Φορείς και Αποδέκτες της Φορολογικής Εξουσίας	9.
3.3 Το Αντικείμενο του Φόρου	10.

3.4 Αρχή της Φορολογικής Ισότητας	10.
3.5 Διάκριση των Φόρων	11.
3.5.1 Πλεονεκτήματα Άμεσων Φόρων	12.
3.5.2 Πλεονεκτήματα Έμμεσων Φόρων	12.
3.6 Η Διαφορά Μεταξύ Φόρου και Ανταποδοτικού Τέλους	12.
3.7. Η Έννοια της Τιμολογιακής Πολιτικής	13.
3.8 Στρατηγικές Τιμολόγησης	14.
3.8.1 Με Βάση το Κόστος Τιμολόγησης	14.
3.8.2 Τιμολόγηση Βάσει της Αξίας που Βασίζονται	15.
3.8.3 Τιμολόγηση Βάσει Ζήτησης	15.
3.8.4 Τιμολόγηση Βάσει Ανταγωνισμού	16.
3.8.5 Στρατηγικές για Νέα και Καθιερωμένα Προϊόντα	16.
3.8.5.1 Τιμολογιακή Πολιτική Νέου Προϊόντος	16.
3.8.5.2 Τιμολογιακή Πολιτική Καθιερωμένου Προϊόντος	17.
3.8.6 Η Τμηματοποίηση της Αγοράς	17.
3.9 Η Ελληνική και οι Διεθνείς Πρακτικές μια Αναδρομή στη Κρατική Τηλεόραση	17.
3.9.1 Πληρωμή Δημόσιας Τηλεόραση Παγκοσμίως και η Ελληνική Πραγματικότητα	17.
3.9.2 Ιστορική Αναδρομή Κρατικού Φορέα Ενημέρωσης	20.

5. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ - ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

5.1. Εισαγωγή	22.
5.2 Ερευνητικές Υποθέσεις	22.
5.3 Μεθοδολογία Έρευνας	22.
5.4 Μορφή Ερωτηματολογίου	23.
5.5. Δεδομένα	24.
5.5.1 Ποιοτικές Μεταβλητές	24.
5.5.2 Ποσοτικές Μεταβλητές	25.
5.5.3 Ομαδοποίηση Μεταβλητών	25.
5.6 Ανάλυση Δεδομένων	25.
5.7 Οικονομετρική Ανάλυση	28.
5.8 Αποτελέσματα και Προθυμία Πληρωμή	30.
5.9 Ευρήματα	31.
5.10 Συμπεράσματα Περιορισμοί και Προτάσεις για Μελλοντική Έρευνα	31.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Ερωτηματολόγια Έρευνας	34.
------------------------	-----

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	39.
---------------------	-----

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	40.
--------------------------------	-----

ΠΙΝΑΚΑΣ ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΩΝ

ΑΕΡΕ	Ελληνική κρατική ραδιοφωνία (κατά την κατοχή)
ΔΕΗ	Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού
Δ.Ε.Κ.Ο.	Δημόσιες Επιχειρήσεις και Οργανισμοί
Δ.Ο.Υ	Διεύθυνση Οικονομικών Υπηρεσιών
ΕΛΤΑ	Ελληνικά Ταχυδρομεία
ΕΡΤ	Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση
ΕΙΡ	Εθνικό ίδρυμα ραδιοφωνίας
Ν.Π.Δ.Δ	Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου
Ν.Π.Ι.Δ	Νομικά Πρόσωπα Ιδιωτικού Δικαίου
ΝΗΚ	Δημόσιος ραδιοτηλεοπτικός φορέας Ιαπωνίας
ΝΕΡΙΤ	Νέα Ελληνική ραδιοφωνία, Ιντερνέτ και τηλεόραση
ΟΓΑ	Οργανισμός Γεωργικών Ασφαλίσεων
Ο.Τ.Α.	Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης
ΠΕΔ	Περιφερειακή Ένωση Δήμων
ΥΡΕ	Ελληνική κρατική ραδιοφωνία (προπολεμικά)
ΥΕΝΕΔ	Υπηρεσία Ενημέρωσης Ενόπλων Δυνάμεων
ΦΠΑ	Φόρος Προστιθέμενης Αξίας
CV	Contingent Valuation
IV	Inferred Valuation
WTP	Willingness to Pay (προθυμία πληρωμής)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1.1.Εισαγωγικά

Ιδιαίτερο ρόλο αποκτά σήμερα η τιμολογιακή πολιτική, εφόσον οι προσπάθειες για την ανάπτυξη της οικονομίας, την αναθέρμανση της αγοράς, την αύξηση των επενδύσεων και της ανταγωνιστικότητας σε όλες σχεδόν τις χώρες του πλανήτη αλλά ιδιαίτερα στο εσωτερικό της Ελλάδας τόσο από δημόσιες όσο και από ιδιωτικές επιχειρήσεις. Έτσι επιχειρείται μια αναλυτική περιγραφή της έννοιας της τιμολογιακής πολιτικής.

1.2.Σκοπός της Παρούσας Εργασίας

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να εξεταστεί η σημασία της τιμολογιακής πολιτικής και το ακριβές ύψος της προθυμίας πληρωμής του ανταποδοτικού τέλους της ΕΡΤ μέσω του λογαριασμού της ΔΕΗ. Σήμερα αυτό το ποσό ανέρχεται στο ύψος των 36,00 ευρώ το χρόνο. Αναπόφευκτα δεν μπορεί να αποφύγει να καταβάλει κάποιος το ποσό που αντιστοιχεί στις υπηρεσίες της ΕΡΤ από τη στιγμή που εγκαθίσταται μετρητής της ΔΕΗ στο ακίνητο του. Έτσι στόχος είναι να προσδιοριστεί η αντιμετώπιση των πολιτών απέναντι στην κρατική τηλεόραση καθώς και οι παράγοντες που επηρεάζουν την προθυμία πληρωμής της

1.3 Ερευνητικά Ερωτήματα

Τα ερωτήματα που καλείται να απαντήσει η εν λόγω εργασία είναι αναφορικά με την ακριβή εύρεση της προθυμίας πληρωμής της ΕΡΤ έναντι του δημοσίου μέσω του λογαριασμού της ΔΕΗ. Αν είναι απαραίτητη η υπηρεσία αυτή και γιατί είναι κοινωνική ευθύνη, η σωστή διαχείριση των ανταποδοτικών τελών. Επίσης, απαντώνται ερωτήματα σχετικά με τους ανταποδοτικούς φόρους και τις στρατηγικές τιμολογιακής πολιτικής των υπηρεσιών του δημοσίου. Επιπλέον γίνεται αντιληπτό το πρόβλημα της χρηματοδότησης και πως το αντιμετωπίζουν διεθνώς. Υπάρχει εν τέλει η διάθεση από τους φορολογούμενους να χρηματοδοτήσουν την κρατική τηλεόραση και σε ποια τιμή;

1.4 Μεθοδολογία

Η μεθοδολογία της έρευνας που ακολουθεί η παρούσα εργασία είναι αρχικά η θεωρητική αναφορά στις στρατηγικές τιμολογιακής πολιτικής και φόρων. Ιδιαίτερα, αναλύονται έννοιες και ορισμοί, οι κατηγορίες στις οποίες διακρίνεται και η σημασία τους. Εν συνεχεία, γίνεται αναφορά στις διαδικασίες πληρωμής της δημοσίας τηλεόρασης, καθώς και στη διαδικασία που τηρείται στην χώρα μας. Τέλος γίνεται οικονομετρική ανάλυση για την προθυμία πληρωμής του φορέα και παρουσιάζονται τα συμπεράσματα. Η συλλογή πληροφοριών και η συγγραφή της εργασίας βασίστηκε στην ελληνική, ξένη και ηλεκτρονική βιβλιογραφία.

1.5.Δομή Της Εργασίας

Η εργασία αυτή αποτελείται συνολικά από 5 Κεφάλαια και στην υποενότητα αυτή θα παρουσιαστεί το περιεχόμενο του καθενός κεφαλαίου.

Στο Κεφάλαιο 1 παρουσιάζεται το κύριο αντικείμενο της μελέτης, το σκοπό της εργασίας τα ερευνητικά ερωτήματα που δημιουργούνται και η δομή της

Στο Κεφάλαιο 2 περιγράφεται η βιβλιογραφική επισκόπηση των κυριότερων άρθρων, πλαισίων και συγγραμμάτων που χρησιμοποιήθηκαν ως πηγές.

Στο Κεφάλαιο 3 παρουσιάζεται ως χαρακτηριστικά της τιμολογιακής πολιτικής και των φόρων έννοια και ο σκοπός αυτών.

Στο Κεφάλαιο 4. Ειδικότερα γίνεται αναφορά στις Ελληνικές και διεθνείς πρακτικές –καθώς και αναδρομή στη κρατική τηλεόραση της Ελλάδος

Στο Κεφάλαιο 5 παρουσιάζεται η έρευνα που διεξήχθη μέσω προσωπικών συνεντεύξεων και παρουσιάζονται τα κυριότερα συμπεράσματα και η προθυμία πληρωμής από τους καταναλωτές

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

Σε αυτή την ενότητα θα γίνει μια βιβλιογραφικής ανασκόπησης μέσω της διεθνούς βιβλιογραφίας σχετικά με τις έννοιες που αναλύονται στην παρούσα διπλωματική. Αρχικά η Οικονομική Ψυχολογία θα προσπαθήσει να μας δώσει μια απάντηση σχετικά με το αν το ερώτημα αν οι άνθρωποι αποδέχονται να πληρώνουν φόρους έχει απαντήσεις κοινωνιολογικής διάστασης είτε οικονομικής. Στα πλαίσια της κοινωνιολογικής Ως γνωστό, οι φόροι διακρίνονται σε άμεσοι και έμμεσοι. Η σχέση των δύο αυτών φόρων αλλά και ο σχεδιασμός της δομής τους είναι κάτι το οποίο θα παρουσιαστεί βιβλιογραφικά. Στη συνέχεια, εστιάζοντας συγκεκριμένα στο θέμα της διπλωματικής εργασίας σχετικά με την προθυμία πληρωμής τελών που αφορούν την Κρατική Τηλεόραση, θα εξεταστεί η συγκεκριμένη έννοια σε διάφορες διαστάσεις. Αρχικά θα γίνει μια προσπάθεια να διασαφηνιστούν μέσω της βιβλιογραφίας η προθυμία/απροθυμία να πληρώσουν οι καταναλωτές για τις παροχές υπηρεσίας της Κρατικής Τηλεόρασης, ειδικότερα μετά και την εμφάνιση της Καλωδιακής Τηλεόρασης, καθεστώσ που ισχύει στην Αμερική και στην Αυστραλία, με παρουσίαση του σχετικού case study. Παράλληλα, θα παρουσιαστεί η προθυμία να πληρώσουν οι καταναλωτές για τις υπηρεσίες της Κρατικής Τηλεόρασης αλλά θα εξεταστεί το ερώτημα αν διατίθενται να χρεώνονται την υπηρεσία κατ' άτομο ή ανά νοικοκυριό (Η περίπτωση της Ιρλανδικής Τηλεόρασης). Περαιτέρω, θα παρουσιαστεί η κατάσταση που επικρατεί στη δημόσια παροχή τηλεοπτικών υπηρεσιών αλλά και των αλλαγών που προήλθαν στην αγορά τηλεοπτικών υπηρεσιών με την εμφάνιση των συνδρομητικών καναλιών, κυρίως όσον αφορά την ποιότητα αυτών. Τέλος θα εστιάσουμε στην κατάσταση που επικρατεί όσον αφορά τη Δημόσια Ραδιοτηλεόραση στην Ευρώπη και σε διάφορα θέματα που σχετίζονται με αυτή, όπως στην προκειμένη περίπτωση το θέμα των τελών αδειοδότησης της Κρατικής Τηλεόρασης.

(A.B. Atkinson και J.E. Stiglitz, 1976) Οι A.B. Atkinson και J.E. Stiglitz με τη βοήθεια της βιβλιογραφικής ανασκόπησης στην οποία βασίζουν την μελέτη τους σχετικά με το ποια είναι η βέλτιστη μέθοδος φορολογίας, κάνουν μια προσπάθεια να διευκρινίσουν τη δομή των επιχειρημάτων που αναπτύχθηκαν για να στηρίξουν τις αλλαγές στο φορολογικό σύστημα, να εντοπίσουν τις επιπτώσεις των φόρων και να ποσοτικοποιήσουν (αναλυτικά) τους συμβιβασμούς μεταξύ των διαφόρων στόχων της φορολογικής πολιτικής. Με τη βιβλιογραφική τους ανασκόπηση εξέτασαν τη βέλτιστη δομή για συγκεκριμένους τύπους φορολογίας εξετάζοντας τους μεμονωμένα, όπως για παράδειγμα τα βέλτιστα ποσοστά του ειδικού φόρου κατανάλωσης και του βέλτιστου χρονοδιαγράμματος επιβολής φόρου εισοδήματος. Παράλληλα ο σκοπός της μελέτης αυτής είναι να παράσχει ένα ευρύτερο πλαίσιο και να εξετάσει την αλληλεπίδραση μεταξύ των διαφόρων ειδών φορολογίας. Για να φανεί αυτό, θα επανεξετάσει το πανάρχαιο ζήτημα της άμεσης έναντι της έμμεσης φορολογίας και τη σχέση αυτών των φόρων στους στόχους της αποτελεσματικότητας, κάθετη ισότητα και οριζόντια ισότητα. Στη συνέχεια το πλαίσιο της ανάλυσης συνεχίζει

υποστηρίζοντας ότι οποιαδήποτε προσπάθεια επανεξέτασης της επιλογής των φορολογικών δομών, πρέπει κατά βάση να ασχοληθεί με την υπόθεση αναδιανομής των φόρων. Στη συνέχεια οι συγγραφείς ασχολούνται με την επέκταση του κλασικού τύπου Ramsey σχετικά με τους βέλτιστους ειδικούς φόρους κατανάλωσης ώστε να συμπεριλαμβάνουν οι φόροι αυτοί την κάθετη σχέση ισότητας των στόχων αποτελεσματικότητας φορολογίας.

Σε αυτό αναφέρθηκαν στο παρελθόν και οι (*Diamond και Mirrlees, 1971*), αλλά τα αποτελέσματα που προκύπτουν από την μελέτη των A.B. Atkinson και J.E. Stiglitz έχουν διαφορετική μορφή. Το υπόλοιπο της μελέτης τους ασχολείται με την περίπτωση όπου η κυβέρνηση μπορεί να χρησιμοποιήσει και τα δύο είδη φόρου για την φορολογία εισοδήματος αλλά και την επιβολή φόρου πολυτελείας. Αποδεικνύουν ότι η ύπαρξη και επιβολή ενός βέλτιστου γραμμικού φόρου εισοδήματος (optimal linear income tax) μπορεί να οδηγήσει σε πολύ διαφορετικά αποτελέσματα. Τέλος, οι A.B. Atkinson και J.E. Stiglitz προβλέπουν τη δυνατότητα μιας γενικής μη γραμμικής φορολογίας εισοδήματος, και υποστηρίζουν ότι, σύμφωνα με μια σχετικά μεγάλη κατηγορία προϋποθέσεων/διάκρισης μεταξύ ελεύθερου χρόνου και κατανάλωσης - το βέλτιστο φορολογικό σύστημα μπορεί να στηριχθεί μόνο στη φορολογία εισοδήματος. Αυτό δείχνει καθαρά τη σημασία της ύπαρξης φορολογίας εισοδήματος θεωρώντας ταυτόχρονα όλο το φάσμα των φορολογικών μέσων ανοικτό για να χρησιμοποιηθεί από το εκάστοτε κράτος. Καταλήγοντας οι συγγραφείς, εξετάζουν τη σχέση μεταξύ της κάθετης και οριζόντιας ισότητας φόρων, καθώς και τις επιπτώσεις των διαφορών στις προτιμήσεις επιβολής του κάθε είδους φόρου.

(*D. A. Shackelford και T. Shevlin, 2001*) Αυτό το έγγραφο σκιαγραφεί την ανάπτυξη της αρχειακής, μικροοικονομικής εμπειρικής έρευνας σχετικά με τη φορολογία εισοδήματος στον τομέα της λογιστικής κατά τη διάρκεια των τελευταίων 15 χρόνων. Στη μελέτη αναλύονται λεπτομερώς τρεις βασικές ερευνητικές περιοχές: (i) ο συντονισμό των φορολογικών και μη φορολογικών συντελεστών, (ii) οι επιδράσεις των φόρων στις τιμές των κεφαλαίων, και (iii) η φορολογία του πολυδικαιοδοτικού εμπορίου (διεθνές και διακρατικό εμπόριο). Στη μελέτη αυτή παρουσιάζονται και αναλύονται μεθοδολογικά προβλήματα που παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον. Η μελέτη καταλήγει με μια πρόταση και ανάλυση των πιθανών κατευθύνσεων για μελλοντική έρευνα.

(*M. D. Little, (1951)*) Ο *MD. Little* μέσω της μελέτης του θέλει να δείξει ότι η συνήθης θεωρητική αντιμετώπιση του προβλήματος που φανερώνει τις διαφορές που υπάρχουν στη σχέση μεταξύ άμεσης και έμμεσης φορολογίας και η οποία βασίζεται σε ακραίες παραδοχές, ενδέχεται να είναι παραπλανητική, και προτείνει έναν εναλλακτικό τρόπο ανάλυσης της σχέσης των δύο αυτών ειδών φορολογίας. Στη συνέχεια προσπαθεί να δείξει ότι δεν υπάρχει περίπτωση για την έμμεση φορολογία να μπορεί να αποδειχθεί ότι αποτελεί μη ικανό εργαλείο επιβολής φορολόγησης σε σχέση με τους άμεσους φόρους μέσω από τις συνηθισμένες, γενικές, καθαρά ανταγωνιστικές παραδοχές της οικονομικής θεωρίας και, επιπλέον, ότι οι ειδικές παραδοχές, που είναι απαραίτητες για να επαληθεύσουν την υπόθεση, καταλήγουν σε ένα αμφίβολο συμπέρασμα όσον αφορά το αν οι έμμεσοι φόροι θεωρούνται ακατάλληλοι ως εργαλείο φορολόγησης καθώς η αιτιολογία της παραδοχής αυτής βασίζεται σε ένα ανεπαρκές θεωρητικό υπόβαθρο.

(*Smith, K. W., και Kinsey, K. A., 1987*) Η καταβολή των φόρων είναι μια πρωταρχική σχέση μεταξύ ατόμου και του κράτους, καθώς και η φορολογική νομοθεσία η οποία είναι ένα υπόδειγμα τελολογικού διοικητικού δικαίου. Το ερευνητικό πλαίσιο σχετικά με την καταβολή φόρων τονίζει ότι τόσο η συμμόρφωση για την καταβολή φόρων από τους φορολογούμενους όσο και η μη συμμόρφωση είναι εξίσου προβληματικές. Αυτό προέρχεται από το γεγονός ότι οι φορολογούμενοι έχουν διαφορετικές ευκαιρίες τόσο για συμμόρφωση όσο και για την μη συμμόρφωση τους, και ότι η καταβολή των φόρων δεν προέρχεται υποχρεωτικά από εκούσιες αποφάσεις των φορολογούμενων. Τονίζεται ότι τόσο η διαδικασία της λήψης αποφάσεων αλλά και το περιεχόμενο των αποφάσεων πρέπει να μελετηθούν. Τέσσερις ομάδες παραγόντων που επηρεάζουν το περιεχόμενο των αποφάσεων συμμόρφωσης είναι σημαντικές συνέπειες κανονιστικών προσδοκιών, κοινωνικό-νομικών στάσεων και πεποιθήσεων και εκφραστικών παραγόντων. Το ερώτημα που προκύπτει είναι το πώς τελικά η συμπεριφορά των ατόμων σχετικά με την καταβολή φόρων αντικατοπτρίζει στην πράξη την κοινωνική τους κατάσταση. Αυτό το κοινωνικό πλαίσιο της έρευνας δημιουργεί ευκαιρίες για έρευνα σχετικά με τη συμπεριφορά μη συμμόρφωσης καταβολής φόρων.

(*Tran-Nam B., Evans C., Walpole M. και Ritchie K., 2000*) Το θέμα του κόστους φορολογικής συμμόρφωσης εξακολουθεί να προσελκύει το δημόσιο ενδιαφέρον σε όλο τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ). Μέσα από αυτήν την έρευνα γίνεται κατανοητό πως αυτό ισχύει ιδιαίτερα στην Αυστραλία, όπου σημαντικές φορολογικές μεταρρυθμίσεις λαμβάνουν χώρα στην ήπειρο αυτή. Αυτή η δημοσίευση αναφέρεται σε ένα τότε εν εξελίξει ερευνητικό πρόγραμμα σχετικά με το κόστος συμμόρφωσης στην ομοσπονδιακή φορολογία που διενεργήθηκε από ερευνητική ομάδα από το Australian Taxation Studies Program (ATAX) του Πανεπιστημίου της Νέας Νότιας Ουαλίας. Το επίκεντρο αυτής της εργασίας αποτελεί η μεθοδολογία εκτίμησης του κόστους συμμόρφωσης στη φορολογία. Ορισμένα γενικευμένα εμπειρικά ευρήματα, που βασίζονται σε μια μεγάλης κλίμακας έρευνα που διεξήχθη ταχυδρομικά με πάνω από 10.000 προσωπικές και επιχειρηματικές τους φορολογούμενους, αναφέρουν σημαντικές διαφορές μεταξύ του φορολογικού συστήματος της Αυστραλίας και των ΗΠΑ. Τέλος τα αποτελέσματα της έρευνας συγκρίνονται με τα αποτελέσματα παλαιότερων μελετών που πραγματοποιήθηκαν σε Ηνωμένο Βασίλειο και ΗΠΑ μελετών, και επισημαίνονται τα βασικά τους στοιχεία.

(*John G. Cullis και Alan Lewis, 1996*) Με τη δημοσίευση τους οι *JG. Cullis και A. Lewis* σχετικά με την κοινωνιολογική διάσταση του θέματος σχετικά με την καταβολή φόρων από τους πολίτες, συγκρίνουν τα «σοβινιστικά» μοντέλα της φορολογικής (μη) συμμόρφωσης η οποία προέρχεται από την επικρατούσα νέο-κλασική Οικονομική Επιστήμη με την προσέγγιση του θέματος από διάφορους ψυχολόγους, κοινωνιολόγους και άλλους ενδιαφερόμενους φορείς. Υποστηρίζεται η άποψη σύμφωνα με αυτούς ότι, η συμμόρφωση και η δεκτικότητα καταβολής φόρων προέρχεται λαμβάνοντας υπόψη τις κοινωνικές συμβάσεις, και είναι μια άποψη που έχει δημιουργηθεί η οποία είναι περισσότερο προσανατολισμένη στις διεργασίες και λιγότερο νετερμινιστική σε σχέση με τα παραδοσιακά οικονομικά μοντέλα, τα οποία διατηρούν ακόμα το χαρακτηριστικό της αφαιρετικής στάσης τους.

(*R. Keith Schwer και Rennae Daneshvar, 1995*) Στην περίπτωση αυτή παρουσιάζετε μια μελέτη η οποία εξετάζει την προθυμία των τηλεθεατών να πληρώσουν (WTP – Willingness to Pay) για ένα Δημόσιο Ραδιοτηλεοπτικό Σταθμό χρησιμοποιώντας τη μέθοδο της ανοιχτού τύπου ερώτησης. Χρησιμοποιώντας τα δεδομένα που συλλέγονται από έρευνες που έγιναν (128 μέσω mail και 101 τηλεφωνικά) έχουν καταλήξει ενδεικτικά σε συμπεράσματα όσον αφορά την προθυμία να πληρώσουν οι καταναλωτές για κανάλια της Κρατικής Τηλεόρασης που μοιάζουν με την καλωδιακή. Οι αντίστροφες εξισώσεις ζήτησης έχουν εκτιμηθεί σε αυτή την μελέτη. Αξιόλογες στατιστικές επιπτώσεις εντοπίστηκαν σε διάφορα μοντέλα, τα οποία εκτιμήθηκαν με προκατάληψη και προσαρμοσμένα δεδομένα χρησιμοποιώντας τη συνηθισμένη μέθοδο των ελαχίστων τετραγώνων, τον περιορισμό των ελαχίστων τετραγώνων, και την μη κοινά αποδεκτή μέθοδο παλινδρόμησης του Tobit.

(*Liam Delaney και Francis O'Toole, 2006*) Οι *L. Delaney* και *F. O'Toole* παρουσιάζουν στην μελέτη τους μέσω των απαντήσεων που έλαβαν από το δείγμα των ερωτηθέντων σχετικά με την προθυμία τους να πληρώσουν για υπηρεσίες δημόσιας παροχής τηλεοπτικών υπηρεσιών, το καίριο ερώτημα που προκύπτει στη συνέχεια της προθυμίας πληρωμής. Αυτό το ερώτημα που προκύπτει είναι πόσο είναι το μέγιστο ποσό που είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν τελικά οι ερωτηθέντες για αυτές τις υπηρεσίες. Στο επίπεδο follow-up όπου έγινε η δευτερεύουσα έρευνα για την διεύρυνση του μέγιστου ποσού πληρωμής, οι ερωτηθέντες κλήθηκαν να απαντήσουν στα πλαίσια της αποτίμησης των υπηρεσιών της ιρλανδικής δημόσιας ραδιοτηλεόρασης, αν η αρχική καταφατική απάντηση σχετικά με την προθυμία πληρωμής αφορά την κοστολόγηση των υπηρεσιών σε επίπεδο ατόμου ή σε επίπεδο νοικοκυριού. Τα αποτελέσματα υποδεικνύουν την παρουσία ασάφειας στον τρόπο που απάντησαν οι ερωτηθέντες σχετικά με το ερώτημα, και προτείνεται από τους συγγραφείς το πώς να ερμηνευτούν και να ομαδοποιηθούν τα αποτελέσματα της έρευνας.

(*Mark Armstrong, 2005*) Ο *M. Armstrong* στη μελέτη του διερευνά την ουσία της δημόσιας παρέμβασης στην παροχή τηλεοπτικών υπηρεσιών. Από τον συγγραφέα υποστηρίζεται ότι η παρέμβαση ήταν δικαιολογημένη στο παρελθόν, όταν υπήρχαν μόνο λίγα κανάλια και όταν η διαφήμιση ήταν η μόνη πηγή οικονομικών πόρων. Ωστόσο, η έλευση της συνδρομητικής τηλεόρασης ξεπερνά πολλές από τις αποτυχίες της αγοράς που υπήρχαν κάποτε. Συμπερασματικά, ο συγγραφέας καλείται να απαντήσει σε ερωτήματα σχετικά με το ρόλο της Κρατικής Τηλεόρασης και αν οι τηλεθεατές έχουν δικαίωμα να επιλέγουν αυτοί το περιεχόμενο των προγραμμάτων που θα βλέπουν χωρίς την Κρατική Παρέμβαση για την ποιότητα των προγραμμάτων.

(*John O'Hagan και Michael Jennings, 2003*) Οι *J.O'Hagan* και *M. Jennings* στην μελέτη τους ασχολούνται με ορισμένα βασικά ζητήματα που ανακύπτουν κατά την συζήτηση στην Ευρώπη για τις δημόσιο ραδιοτηλεοπτικό τομέα (PSB). Εξετάζουν με κριτικό πνεύμα τα επιχειρήματα σχετικά με το ρόλο της Κρατικής Τηλεόρασης στην Ευρώπη. Η εκτίμηση του ρόλου της γίνεται κάτω από το πρίσμα πέντε παραγόντων, της ποικιλομορφίας, της δημοκρατία / ισότητας, της εξωστρέφειας του δικτύου, της καινοτομία και των επενδύσεων και της λειτουργία της δημόσιας Ραδιοτηλεόρασης ως "ασφαλές" ποιοτικά μέσο παροχής τηλεοπτικών υπηρεσιών. Παράλληλα η μελέτη παρέχει κάποια στατιστική ανάλυση σχετικά

με την έκταση, τη χρηματοδότηση και το μείγμα προγραμμάτων που παρέχονται από τους ευρωπαϊκούς δημόσιους ραδιοτηλεοπτικούς φορείς. Τέλος, εξετάζει λεπτομερώς τα θέματα που αφορούν τα τέλη άδειας λειτουργίας ως μέσο για τη χρηματοδότηση του δημόσιου ραδιοτηλεοπτικού τομέα. Τα θέματα αυτά περιλαμβάνουν τον καθορισμό του ύψους του τέλους, το κόστος συλλογής του τέλους αυτού και της φοροδιαφυγής αλλά και τις δίκαιες εφαρμογές αυτού του εργαλείου χρηματοδότησης του δημόσιου ραδιοτηλεοπτικού τομέα.

Τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την βιβλιογραφική ανασκόπηση είναι ότι τελικά τόσο στο ελληνικό αλλά και στο διεθνές περιβάλλον υπάρχει μια συγκεκριμένη στάση των πολιτών σχετικά με την παροχή Ραδιοτηλεοπτικών υπηρεσιών από Κρατικό πάροχο και μια επιφυλακτική διάθεση για την αναγκαιότητα και την ποιότητα, το κόστος και την μέθοδο κάλυψης του κόστους των παρεχόμενων υπηρεσιών σε σχέση με τους ιδιωτικούς παρόχους. Γενικότερα η επιβολή έμμεσων φόρων και τελών στους πολίτες δημιουργούσε αντιδράσεις και απροθυμία πληρωμής, πόσο μάλλον σε μια υπηρεσία που αντιμετωπίζεται με επιφυλακτική διάθεση. Τέλος αξίζει να αναφερθεί η ύπαρξη βιβλιογραφικού κενού σχετικά με το ερευνητικό κομμάτι της προθυμίας καταβολής φόρων και τελών από τους φορολογούμενους. Συνεπώς η παρούσα διπλωματική εργασία ευελπιστεί να συνεισφέρει στο κομμάτι αυτό και πιο συγκεκριμένο στην προσπάθεια ανάλυσης της διάθεσης και κινήτρων των φορολογούμενων για την καταβολή ή μη καταβολή έμμεσων φόρων/τελών μέσω λογαριασμών ΔΕΚΟ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

3.1.Βασικές Φορολογικές Έννοιες.

3.1.1 Σκοπός Της Επιβολής Φόρων

Στα σύγχρονα κράτη, η επιβολή των φόρων εξυπηρετεί, αφενός δημοσιονομικούς σκοπούς και αφετέρου κοινωνικοοικονομικούς σκοπούς. Είναι γνωστό ότι, με την επιβολή των φόρων το δημόσιο αποβλέπει στην εξοικονόμηση των πόρων που του χρειάζονται για την εξυπηρέτηση των πάσης φύσεως αναγκών των πολιτών, όπως η Δημόσια Ασφάλεια, η Δημόσια Υγεία, η Παιδεία, η απονομή της Δικαιοσύνης κλπ.

Ταυτόχρονα όμως με την επιβολή των φόρων και κυρίως του φόρου εισοδήματος εξυπηρετείται και η κοινωνική σκοπιμότητα των φόρων, η οποία συμβάλλει στη δικαιότερη κατανομή του πλούτου και την άμβλυνση των οικονομικών και κοινωνικών ανισοτήτων μεταξύ των πολιτών. Ακόμη, με την επιβολή των φόρων και κυρίως των έμμεσων φόρων και δασμών που επιβάλλονται στα εισαγόμενα αγαθά, τα κράτη αποβλέπουν στην προστασία των εγχωρίων παραγόμενων αγαθών και την ανάπτυξη ανταγωνιστικών οικονομικών μονάδων έναντι άλλων χωρών.

3.1.2 Κανόνες Φορολογίας

Η επιβολή των φόρων, γενικά διέπεται από ορισμένους κανόνες που έχουν επιβληθεί διεθνώς, ως γενικές αρχές, σε όλα τα σύγχρονα φορολογικά συστήματα. Οι κυριότεροι από αυτούς είναι οι ακόλουθοι:

- Ο κανόνας της καθολικότητας του φόρου, σύμφωνα με τον οποίο ο φόρος επιβάλλεται χωρίς διάκριση και χωρίς εξαιρέσεις σε όλους τους πολίτες.
- Ο κανόνας της φορολογικής δικαιοσύνης, ο οποίος επιβάλλει όπως, κάθε φορολογούμενος εισφέρει στα κοινά βάρη, ανάλογα με την οικονομική του αντοχή και τα εισοδήματα του.
- Ο κανόνας της παραγωγικότητας του φόρου, σύμφωνα με τον οποίο ο φόρος πρέπει να επιβάλλεται κατά τέτοιο τρόπο και ποσοστό, ώστε αφενός να επιτυγχάνεται καλύτερη δυνατή ταμειυτική απόδοση αυτού και αφετέρου να μην προτρέπει τους

πολίτες να αναζητούν μεθόδους και ενέργειες που οδηγούν σε καταστρατήγηση του φορολογικού νόμου.

- Ο κανόνας της απλότητας του φόρου, που επιβάλλει όπως οι θεσπιζόμενες φορολογικές διατάξεις είναι όσο γίνεται πιο απλές και κατανοητές, τόσο από τους εφαρμοστές των φορολογικών νόμων, όσο και από τους φορολογούμενους .
- Ο κανόνας της βεβαιότητας και σταθερότητας του φόρου, η εφαρμογή του οποίου συμβάλλει αποτελεσματικά στην ορθή εφαρμογή των φορολογικών διατάξεων. Αυτό Επιτυγχάνεται πραγματικά όταν οι φορολογούμενοι είναι επαρκώς ενημερωμένοι για τις φορολογικές τους υποχρεώσεις, ώστε να ανταποκρίνονται σε αυτές εμπρόθεσμα, αποφεύγοντας έτσι τις συνέπειες εκπροθέσμου καταβολής των φόρων και τις σχετικές ταλαιπωρίες και ποινές.
- Ο κανόνας του διαχωρισμού των εισοδημάτων, ο οποίος επιβάλλει, για λόγους φορολογικής δικαιοσύνης τη διαφορετική φορολογική επιβάρυνση ορισμένων εισοδημάτων ή αγαθών όπως π.χ. τα εισοδήματα από κεφάλαια ή εργασία, τα αγαθά λαϊκής κατανάλωσης ή αγαθά πολυτελείας κλπ.
- Ο κανόνας της αποφυγής της διπλής φορολογίας, ο οποίος πρέπει να εφαρμόζεται τόσο σε εθνικό επίπεδο, όσο και στις σχέσεις μεταξύ διαφορετικών Κρατών. Έτσι σε διακρατικό επίπεδο έχουν υπογραφεί διμερείς συμβάσεις για την αποφυγή της διπλής φορολογίας. Η Ελλάδα έχει υπογράψει με αρκετά Κράτη παρόμοιες συμβάσεις.¹

3.1.3.Η Έννοια των Φόρων και τα Ανταποδοτικά Τέλη

Φόρος είναι η άμεση και οριστική παροχή των ιδιωτών προς τη δημόσια εξουσία που είναι αναγκαία για την κάλυψη των δημοσίων βαρών.

Στοιχεία που συνθέτουν την έννοια του φόρου είναι:

- i. άμεση χρηματική παροχή του ιδιώτη προς το κράτος
- ii. υποχρεωτικό της παροχής
- iii. ο οριστικός χαρακτήρας της παροχής
- iv. η «μονομέρεια» της παροχής

v. οι λειτουργίες του: η κάλυψη δαπανών αλλά και η επιδίωξη επίτευξης άλλων οικονομικών και κοινωνικών στόχων «Ορισμός G. Jeze» Ο φόρος ως άμεση χρηματική παροχή ιδιωτών προς το κράτος είναι απαραίτητος για τη χρηματοδότηση των δαπανών του. Ο φόρος ως υποχρεωτική παροχή μέσω της φορολογίας, οικονομικής δύναμης από τον ιδιώτη στο κράτος ή τους Ο.Τ.Α. έχει αναγκαστικό χαρακτήρα. Η εξουσία της πολιτείας να επιβάλλει φόρο συνιστά εκδήλωση άσκησης της κρατικής εξουσίας. Η κρατική δηλαδή εξουσία επιβάλλει και καθορίζει τα ουσιώδη στοιχεία του φόρου μονομερώς με νόμο, ενώ συγχρόνως θεσπίζει σειρά μέτρων με τα οποία ο φορολογούμενος εξαναγκάζεται στην εκπλήρωση της υποχρέωσής του αυτής.

¹ Θεοφάνης Καραγιώργος, Γεώργιος Γεωργίου, (2004) σελ 209-210

3.2 Φορείς και Αποδέκτες της Φορολογικής Εξουσίας

Κράτος είναι φορέας φορολογικής εξουσίας (πρωτογενής εξουσία) και οι φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης οι παράγωγοι που είναι εξουσιοδοτημένοι από το κράτος. Φορέας φορολογικής εξουσίας είναι και οι Ευρωπαϊκές Κοινότητες. Τα κράτη-μέλη μεταβίβασαν με αντίστοιχο περιορισμό της φορολογικής τους εξουσίας την αρμοδιότητα δημιουργίας ιδίων εσόδων φορολογικού χαρακτήρα στις Ευρωπαϊκές κοινότητες. Ο φόρος ως υποχρεωτική συνεισφορά των πολιτών έχει αποδέκτες το δημόσιο και τα Ν.Π.Δ.Δ. Υποκείμενο του φόρου οι ιδιώτες (άρθρο 4 παρ.5 Συντάγματος).² Έλληνες, αλλά και αλλοδαποί που διαμένουν στην Ελλάδα ή έχουν οικονομική απασχόληση. Ο φόρος συνιστά παροχή του ιδιώτη στο δημόσιο που δεν συνδέεται με αντίστοιχη ειδική αντιπαροχή από πλευράς του τελευταίου. Η φορολογία δηλαδή αποσκοπεί στην κάλυψη των δημοσίων δαπανών στο σύνολό τους. Σήμερα γίνεται αποδεκτή η θεωρία του καθήκοντος ή της θυσίας. Σύμφωνα με τη θεωρία αυτή ο φόρος αποτελεί ουσιώδες κοινωνικό καθήκον, «θυσία» των πολιτών για την κάλυψη των αναγκών του κράτους. Με τη μεταβίβαση τμήματος του εισοδήματος του πολίτη στο κράτος καθίσταται δυνατή η κάλυψη των αναγκών του κράτους.

3.3 Το Αντικείμενο του Φόρου

Σύμφωνα με το Σύνταγμα μπορεί να είναι το εισόδημα, η περιουσία, η δαπάνη ή οι συναλλαγές. Θα πρέπει να επισημανθεί ότι σύμφωνα με τη νομολογία του Συμβουλίου της Επικρατείας είναι συνταγματικά επιτρεπτή η θέσπιση κατά νομοθετική εξουσιοδότηση της μεθόδου προσδιορισμού της φορολογητέας ύλης όπως είναι ο τρόπος εξεύρεσης του εισοδήματος των ελευθέρων επαγγελματιών με αντικειμενικά κριτήρια (συντελεστές καθαρού κέρδους).

Η αρχή της νομιμότητας του φόρου και η περιοδική συγκατάθεση του Κοινοβουλίου για την είσπραξη του φόρου. Η ύπαρξη του τυπικού νόμου που επιβάλλει ορισμένο φόρο καθορίζοντας συγχρόνως τα ουσιώδη στοιχεία του, δεν αρκεί για τη νόμιμη βεβαίωση και είσπραξη του φόρου. Απαιτείται και η συγκατάθεση της Βουλής ή, ορθότερα, η παροχή εξουσιοδότησης στην εκτελεστική εξουσία για την βεβαίωση και είσπραξη του φόρου.

Η εξουσιοδότηση αυτή παρέχεται κατ' έτος με την ψήφιση του κρατικού προϋπολογισμού στον οποίο αναγράφονται τα ποσά και κατά τους υπολογισμούς της εκτελεστικής εξουσίας θα εισπραχθούν από τα διάφορα είδη φορολογίας. Συνεπώς για τη νόμιμη βεβαίωση και είσπραξη ορισμένου φόρου απαιτούνται: Ο τυπικός νόμος που επιβάλλει το φόρο καθορίζοντας συγχρόνως τα ουσιώδη στοιχεία του. Και η αναγραφή των σχετικών φορολογικών εσόδων στον κρατικό προϋπολογισμό. Συνεπώς, εάν ελλείπει μια από τις προϋποθέσεις αυτές η βεβαίωση και είσπραξη του φόρου είναι παράνομη.

3.4 Αρχή της Φορολογικής Ισότητας

Στο άρθρο 4 παρ.1,5 του Συντάγματος κατοχυρώνεται αφενός μεν η αρχή της ισότητας ενώπιον του νόμου που αποτελεί αυτονόητο αίτημα της φιλελεύθερης δημοκρατίας αφετέρου

² Το Σύνταγμα της Ελλάδος 1975/1986/2001 (2001) Εκδόσεις, Σάκκουλα

δε η αρχή κατά την οποία η κατανομή των φορολογικών βαρών μεταξύ των πολιτών πρέπει να γίνεται με βάση τη φοροδοτική τους ικανότητα. Η κατανομή των φορολογικών βαρών με βάση την φοροδοτική ικανότητα του καθενός έρχεται αφενός μεν να εξειδικεύσει την γενική αρχή της ισότητας στο φορολογικό δίκαιο και αφετέρου να υλοποιήσει την αρχή του Κοινωνικού Κράτους.³

Πραγματικά, με τη φορολογία το κράτος αφαιρεί από τους πολίτες οικονομική δύναμη-αφαίρεση που αυξάνει με την προοδευτική φορολογία όσο αυξάνει η φορολογητέα ύλη με συνέπεια τον μετριασμό των οικονομικών ανισοτήτων. Στη συνέχεια δε το Κοινωνικό Κράτος επιστρέφει μέρος των εσόδων του αυτών με τη μορφή μεταβατικών πληρωμών στους οικονομικά ασθενέστερους στοχεύοντας στην αύξηση του βιοτικού τους επιπέδου. Όπως δε ορθά έχει επισημανθεί, η αρχή του κοινωνικού κράτους υλοποιείται μόνο με το «κοινωνικό φορολογικό κράτος».

Η έννοια της φορολογικής ισότητας, όπως και η γενικότερη αρχή της ισότητας, επιβάλλει στο φορολογικό νομοθέτη την «ίση μεταχείριση» και ειδικότερα τη «δίκαιη» κατανομή των φορολογικών βαρών, απαγορεύοντας κάθε αυθαίρετη διάκριση ευνοϊκή ή δυσμενή για ορισμένα άτομα ή κατηγορίες ατόμων.

Έτσι η αρχή αυτή επιβάλλει την όμοια φορολογική μεταχείριση ατόμων που βρίσκονται κάτω από τις ίδιες (οικονομικές) συνθήκες (ορίζονται φορολογική ισότητα) και την ανόμοια μεταχείριση εκείνων που βρίσκονται κάτω από διαφορετικές συνθήκες (κάθετη φορολογική ισότητα) έτσι ώστε να μην είναι συνταγματικά επιτρεπτή ούτε η άνιση μεταχείριση όμοιων περιπτώσεων, ούτε η ίση μεταχείριση ανόμοιων.

Ποιές οι λοιπές οικονομικές επιβαρύνσεις στα δημόσια έσοδα πλην του φόρου; (φορολογικές κυρώσεις, χρηματικά πρόστιμα, παράβολα, κοινωνικές εισφορές)

Ο φόρος θα μπορούσε να ορισθεί ως η άμεση αναγκαστική οριστική χρηματική παροχή των ιδιωτών στο Κράτος και Ν.Π.Δ.Δ. αλλά και Ν.Π.Ι.Δ., μη συνδεδεμένη με ειδικό αντάλλαγμα και αποσκοπούσα στην εκπλήρωση δημόσιων σκοπών και ιδίως την κάλυψη των δημοσίων δαπανών.

Οι λοιπές οικονομικές επιβαρύνσεις είναι:

- 1) Φορολογικές Κυρώσεις
- 2) Χρηματικά Πρόστιμα
- 3) Παράβολα
- 4) Κοινωνικές Εισφορές

3.5 Διάκριση των Φόρων

Οι Φόροι διακρίνονται σε δυο βασικές κατηγορίες, στους άμεσους και στους έμμεσους.

- Οι άμεσοι φόροι είναι ονομαστικοί, δηλαδή αναφέρονται σε ορισμένα πρόσωπα και επιβάλλονται στο παραγόμενο εισόδημα ή την περιουσία του φορολογούμενου. Τέτοιοι φόροι είναι ο φόρος εισοδήματος, ο φόρος κληρονομιών, δωρεών και γονικών παροχών, ο φόρος μεταβίβασης ακινήτων, ο φόρος ακίνητης περιουσίας κ.α.
- Οι έμμεσοι φόροι είναι πραγματικοί δηλαδή επιβάλλονται στο δαπανώμενο εισόδημα και εισπράττονται όχι ονομαστικά, αλλά με την ευκαιρία πραγματοποίησης ορισμένων γεγονότων ή συναλλαγών. Τέτοιοι φόροι είναι ο φόρος προστιθέμενης αξίας, τα τέλη χαρτοσήμου, οι δασμοί, οι φόροι κατανάλωσης κ.α.

3.5.1 Πλεονεκτήματα Άμεσων Φόρων

³ Το Σύνταγμα της Ελλάδος 1975/1986/2001 (2001) Εκδόσεις, Σάκκουλα

Οι άμεσοι φόροι πλεονεκτούν έναντι των έμμεσων γιατί: α) Είναι δικαιότεροι, αφού πλήττουν περισσότερο τους πολίτες που έχουν μεγαλύτερη φοροδοτική ικανότητα, σε αντίθεση με τους έμμεσους φόρους που επιβάλλονται χωρίς καμία διάκριση σε όλους τους πολίτες. β) Είναι πιο σταθεροί και οι πολίτες γνωρίζουν εκ των προτέρων τις φορολογικές του υποχρεώσεις, πράγμα που δε συμβαίνει με τους έμμεσους φόρους.

3.5.2 Πλεονεκτήματα Έμμεσων Φόρων

Οι έμμεσοι φόροι πλεονεκτούν έναντι των άμεσων φόρων γιατί: α) Είναι άμεσης και μεγάλης απόδοσης, αφού επιβάλλονται εύκολα σε όλους τους πολίτες, πράγμα που δεν συμβαίνει με τους άμεσους φόρους. β) Έχουν μικρότερο κόστος βεβαίωσης και εισπράττονται εύκολα, σε αντίθεση με τους άμεσους φόρους, που απαιτούν μεγάλες δαπάνες βεβαίωσης και εισπραξής τους.⁴

3.6 Η Διαφορά Μεταξύ Φόρου και Ανταποδοτικού Τέλους

Ο φόρος συνιστά παροχή του ιδιώτη στο Δημόσιο που δεν συνδέεται με αντίστοιχη ειδική αντιπαροχή από πλευράς του τελευταίου. Η φορολογία δηλαδή αποσκοπεί στην κάλυψη των δημοσίων δαπανών στο σύνολό της.

- Την ειδοποιό διαφορά μεταξύ του φόρου και του ανταποδοτικού τέλους συνιστά η ύπαρξη ειδικής αντιπαροχής. Το τέλος καταβάλλεται δηλαδή από τον πολίτη σε αντάλλαγμα της ιδιαίτερης χρησιμοποίησης δημοσίου ορισμένου έργου ή υπηρεσίας.
- Σύμφωνα με αποφάσεις του Συμβουλίου της Επικρατείας το ανταποδοτικό τέλος είναι οικονομικό βάρος που καταβάλλεται από τον πολίτη που επιδιώκει να απολαύσει συγκεκριμένη και ειδική αντιπαροχή εκ μέρους του Κράτους. Το ανταποδοτικό τέλος διέπεται κατά βάση από τους κανόνες της αντιστοιχίας μεταξύ παροχής και αντιπαροχής και της ελεύθερης αποδοχής ή χρησιμοποίησης της παροχής από το χρήστη. Με βάση αποφάσεις του Συμβουλίου της Επικρατείας, ο προσδιορισμός των στοιχείων που χαρακτηρίζουν τα ανταποδοτικά τέλη ιδίως ενόψει και της νεότερης νομολογίας.
- Και στις αποφάσεις αυτές επαναλαμβάνεται το στοιχείο της ειδικής αντιπαροχής. Το ανταποδοτικό τέλος καταβάλλεται από τον πολίτη που επιδιώκει την απόλαυση συγκεκριμένης ειδικής αντιπαροχής. Λόγω του δημόσιου χαρακτήρα της ειδικής αντιπαροχής (π.χ. δημόσια υγεία, περίπτωση δημοσίου τέλους απορριμμάτων θέλουμε δεν θέλουμε) η υποχρέωση καταβολής του ανταποδοτικού τέλους δεν προϋποθέτει κατ' ανάγκη την πραγματική χρησιμοποίηση της δημόσιας υπηρεσίας στη συγκεκριμένη περίπτωση, αλλά αρκεί απλώς η δυνατότητα (ετοιμότητα) παροχής της υπηρεσίας.
- Ένα δεύτερο στοιχείο που, κατά βάση, εμφανίζεται στα ανταποδοτικά τέλη είναι το στοιχείο της «ελεύθερης χρήσης της υπηρεσίας». Χαρακτηριστικό παράδειγμα τα «διόδια» που καταβάλλονται για τη χρήση των εθνικών οδών κ.λπ.
- Τέλος, ουσιώδες στοιχείο ανταποδοτικού τέλους είναι η ύπαρξη αναλογίας μεταξύ της παροχής του πολίτη και της ειδικής αντιπαροχής. Το ύψος δηλαδή του τέλους είναι ανάλογο της προσφερόμενης υπηρεσίας ενώ το ύψος του φόρου, σύμφωνα με το άρθρο 4

⁴ Θεοφάνης Καραγιώργος, Γεώργιος Γεωργίου, (2004) σελ 211-212

παρ.5 του Συντάγματος είναι ανάλογο της φοροδοτικής του ικανότητας. Η διαφοροποίηση αυτή είναι εύλογη καθόσον σε αντίθεση προς το φόρο που συνιστά «βάρος γενικού οφέλους», το ανταποδοτικό τέλος συνιστά «βάρος ειδικού οφέλους» στο οποίο είναι εφαρμοστέα η θεωρία του ανταλλάγματος.

- Ένα άλλο στοιχείο που χαρακτηρίζει το ανταποδοτικό τέλος και το αντιδιαστέλλει από το φόρο είναι ο ειδικός του προορισμός. Σε αντίθεση δηλαδή προς τους φόρους, όπου ισχύει η αρχή του μη ειδικού προορισμού των εσόδων με συνέπεια να μην προβλέπεται εκ των προτέρων η κάλυψη συγκεκριμένης δαπάνης, στα τέλη ισχύει η αρχή του ειδικού προορισμού, που είναι η κάλυψη εν όλων ή εν μέρει της σχετικής δαπάνης.⁵

3.7.Η Έννοια της Τιμολογιακής Πολιτικής

Η τιμολογιακή πολιτική και στρατηγική που χρησιμοποιούν οι οντότητες, θα πρέπει να ορίζει τον καθορισμό των τιμών κατά τη διάρκεια του σταδίου ανάπτυξης ως μέρος της στρατηγικής τιμολόγησης. Με στόχο τη προώθηση των προϊόντων και τη δημιουργία συνθηκών για τη συνέχιση της δραστηριότητας της επιχείρησης. Αυτή η προσέγγιση για την τιμολόγηση επιτρέπει στις εταιρείες να κοστολογούν τα αγαθά ή τις υπηρεσίες και να επιλέγουν αν μπορούν να τα παράγουν με οικονομικά αποδοτικό τρόπο. Μέσα από συστηματικές πολιτικές τιμολόγησης καθώς και στρατηγικές, οι εταιρείες μπορούν να αποκομίσουν μεγαλύτερα κέρδη και να αυξήσουν ή να υπερασπιστούν τα μερίδια αγοράς τους. Ο καθορισμός των τιμών είναι ένα από τα κύρια καθήκοντα του μάρκετινγκ και τη χρηματοδότηση ενός προϊόντος ή υπηρεσίας, που διαδραματίζει συχνά σημαντικό ρόλο στην επιτυχία του συγκεκριμένου προϊόντος ή της υπηρεσίας, για να μην αναφέρω την κερδοφορία μιας επιχείρησης. Σε γενικές γραμμές, η τιμολογιακή πολιτική αφορά, το πώς μια εταιρεία, ορίζει τις τιμές των προϊόντων και των υπηρεσιών της, με βάση το κόστος, την αξία, τη ζήτηση και τον ανταγωνισμό. Από την άλλη πλευρά, η στρατηγική τιμολόγησης αναφέρεται στο πώς η εταιρεία χρησιμοποιεί τις τιμές, για την επίτευξη των στρατηγικών της στόχων, όπως για παράδειγμα αν προσφέρει χαμηλότερες τιμές για να αυξήσει τον όγκο των πωλήσεων ή υψηλότερες τιμές για να τον μειώσει ώστε να φτάσει στο επιθυμητό αποτέλεσμα. Αρκετές φορές η τιμολογιακή πολιτική και στρατηγική τείνουν να αλληλεπικαλύπτονται, όμως αυτό δεν αποτελεί τον κανόνα και οι διαφορετικές πολιτικές και στρατηγικές είναι τα εργαλεία για την επίτευξη των στόχων κάθε οντότητας

Μετά τον καθορισμό των βάσεων, τα ενδιαφερόμενα μέλη μιας οντότητας μπορούν να αρχίσουν να αναπτύσσουν στρατηγικές τιμολόγησης. Ξεκινώντας από τον καθορισμό των στόχων, όπως η αύξηση των βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων κερδών, τη σταθεροποίηση των τιμών, την αύξηση των ταμειακών ροών, και του μεριδίου αγοράς έναντι του ανταγωνισμού. Τα μέλη πρέπει επίσης να λάβουν υπόψη τις τρέχουσες συνθήκες της

⁵ Μπέσιλα-Μακρίδη Ελισάβετ, (2006) κεφ. 2

αγοράς κατά την ανάπτυξη στρατηγικών τιμολόγησης για να εξασφαλίσουν ότι οι τιμές που επιλέγουν, είναι κατάλληλες για τις συνθήκες της αγοράς. Επιπλέον, η αποτελεσματική στρατηγική τιμολόγησης περιλαμβάνει την εξέταση των πελατών, το κόστος, τον ανταγωνισμό, και διαφορετικά τμήματα της αγοράς.

3.8 Στρατηγικές Τιμολόγησης

Στρατηγικής τιμολόγησης ποικίλλουν ανάλογα με το αν η οντότητα είναι ο νεοεισερχόμενος στην αγορά ή μια καθιερωμένη εταιρεία. Οι νεοεισερχόμενοι προσφέρουν μερικές φορές τα προϊόντα με χαμηλό κόστος για να προσελκύσουν το μερίδιο της αγοράς, ενώ οι αντιδράσεις των κατεστημένων φορέων ποικίλλουν θέλοντας να προστατεύσουν το μερίδιο αγοράς τους. Στη συνέχεια θα εξηγήσουμε διάφορους τρόπους και πρακτικές που ακολουθούν οι οντότητες ώστε να αναπτύξουν την τιμολογιακή πολιτική και στρατηγική.

- Πρώτον, θεωρείται τιμολόγηση με βάση το κόστος.
- Δεύτερον, τιμολόγησης βάσει της αξίας που βασίζονται
- Τρίτον, η τιμολόγηση με βάση τη ζήτηση
- Τέταρτον, τιμολόγηση βάσει ανταγωνισμού
- Πέμπτον, στρατηγικές για νέα και καθιερωμένα προϊόντα

3.8.1 Με Βάση το Κόστος Τιμολόγησης

Η παραδοσιακή πολιτική τιμολόγησης μπορεί να συνοψιστεί με τον τύπο:

$\text{Κόστος} + \text{Σταθερό κέρδος} \times \text{ποσοστό} = \text{τιμή πώλησης}$. Τιμολόγηση με βάση το κόστος περιλαμβάνει τον προσδιορισμό όλων των σταθερών και μεταβλητών εξόδων που συνδέονται με ένα προϊόν ή μια υπηρεσία. Μετά το συνολικό κόστος που αναλογεί στο προϊόν ή την υπηρεσία, έχουν προσδιορίσει ένα επιθυμητό περιθώριο κέρδους για κάθε μονάδα, όπως ένα 8 ή 12 τοις εκατό. Ο στόχος της προσέγγισης είναι να καλύψει όλα τα έξοδα που προέκυψαν από την παραγωγή προϊόντων ή υπηρεσιών και για την επίτευξη του επιδιωκόμενου επιπέδου κέρδους.

Από μόνη της, αυτή η μέθοδος είναι απλή και εύκολη, απαιτώντας μόνο τη μελέτη των οικονομικών και λογιστικών αρχείων για να καθορίσουν τις τιμές. Αυτή η προσέγγιση τιμολόγησης δεν συνεπάγεται την εξέταση της αγοράς ή την εξέταση του ανταγωνισμού και άλλους παράγοντες που θα μπορούσαν να έχουν επιπτώσεις στην τιμολόγηση. Αυτού του είδους η τιμολόγηση, είναι επίσης δημοφιλής επειδή είναι μια πανάρχαια πρακτική που

χρησιμοποιεί εσωτερική πληροφόρηση ότι οι διαχειριστές μπορούν να αποκτήσουν εύκολα. Επιπλέον, μια εταιρεία μπορεί να υπερασπιστεί τις τιμές τους με βάση το κόστος και να αποδείξει ότι οι τιμές της, καλύπτουν το κόστος συν ένα ποσοστό για το κέρδος.

3.8.2 Τιμολόγηση Βάσει της Αξίας που Βασίζονται

Σε αυτή την περίπτωση η τιμή ορίζεται από τη μελέτη της βέλτιστης τιμής πώλησης. Είναι η αντίληψη της πραγματικής αξίας ενός προϊόντος ή η αξία των υπηρεσιών που προέρχονται από αυτό, από τους πελάτες της, όχι μόνο τα έξοδα της εταιρείας που το παράγει. Δηλαδή η αξία ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας που προέρχεται από τις ανάγκες των πελατών, τις προτιμήσεις, τις προσδοκίες, τους οικονομικούς πόρους, καθώς και από τις προσφορές των ανταγωνιστών.

Κατά συνέπεια, η προσέγγιση αυτή απαιτεί έρευνα πελατών και της αγοράς για να καθοριστεί αξία ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας. Επιπλέον, πρέπει να συγκρίνονται τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους με εκείνα των ανταγωνιστών τους, για τον εντοπισμό των συγκριτικών πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων του προϊόντος .

3.8.3 Τιμολόγηση Βάσει Ζήτησης

Η υιοθέτηση πολιτικών τιμολόγησης που βασίζεται στη ζήτηση είναι ότι δεν διαφέρουν πλήρως με το κόστος. Αντί αυτού, επικεντρώνονται στη συμπεριφορά και τα χαρακτηριστικά των πελατών και την ποιότητα και τα χαρακτηριστικά των προϊόντων ή των υπηρεσιών τους. Η ζήτηση τιμολόγηση, επικεντρώνεται στο επίπεδο της ζήτησης για ένα προϊόν, ή υπηρεσία και όχι για το κόστος των υλικών της εργασίας.

Σύμφωνα με αυτή την πολιτική τιμολόγησης, οι διαχειριστές προσπαθούν να καθορίσουν την ποσότητα των προϊόντων ή των υπηρεσιών που μπορούν να πωλούν σε διαφορετικές τιμές. Μέσω χρονοδιαγραμμάτων ζήτησης, προκειμένου να καθορίσουν τις τιμές με βάση τη ζήτηση. Χρησιμοποιώντας προγράμματα ζήτησης, υπάρχει η δυνατότητα να καταλάβουμε ποιά επίπεδα παραγωγής θα είναι πιο κερδοφόρα. Έτσι για τον προσδιορισμό του «άριστου» επιπέδου παραγωγής και πωλήσεων, εξετάζουμε το κόστος παραγωγής και με εκτιμήσεις σε κάθε επίπεδο των πωλήσεων. Οι τιμές καθορίζονται, από την εξέταση των εκτιμήσεων κόστους σε διάφορα επίπεδα της αγοράς καθώς και τα αναμενόμενα έσοδα από τον όγκο των πωλήσεων. Η επιτυχία αυτής της στρατηγικής, εξαρτάται από την αξιοπιστία των εκτιμήσεων ζήτησης.

3.8.4 Τιμολόγηση Βάσει Ανταγωνισμού

Ο ανταγωνισμός παίζει καθοριστικό ρόλο στο καθορισμό της τιμολογιακής πολιτικής. Μια οντότητα καθορίζει τις τιμές της σε σχέση με τις άλλες επιχειρήσεις που ανταγωνίζεται. Μια οντότητα ξεκινά την ανάπτυξη του ανταγωνισμού των τιμών της, βασίζοντάς τον στον εντοπισμό των υφιστάμενων ανταγωνιστών της. Στη συνέχεια, η εταιρεία αξιολογεί το δικό του προϊόν ή την υπηρεσία του. Μετά από αυτό το βήμα, αν η οντότητα θέτει τιμές υψηλότερες, κάτω, ή στο ίδιο επίπεδο με τους ανταγωνιστές της, βάση των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων του προϊόντος ή της υπηρεσίας της καθώς και σε σχέση με την αναμενόμενη αντίδραση των ανταγωνιστών. Αυτή η τελευταία θεώρηση, «η ανταπόκριση των ανταγωνιστών», είναι ένα σημαντικό μέρος της τιμολόγησης, κυρίως σε αγορές ολιγοπωλίων. Σε μια τέτοια αγορά, αν ένας ανταγωνιστής μειώνει την τιμή του, οι άλλοι κατά πάσα πιθανότητα θα μειώσουν τις δικές τους. Αυτή η τιμολογιακή πολιτική επιτρέπει στις οντότητες να καθορίζουν τις τιμές γρήγορα, με σχετικά μικρό κόπο, δεδομένου ότι δεν απαιτεί τόσο ακριβή προσέγγιση της αγοράς, όπως η τιμολόγηση της ζήτησης.

3.8.5 Στρατηγικές για Νέα και Καθιερωμένα Προϊόντα

Στρατηγικές τιμολόγησης προϊόντων εξαρτάται συχνά από το στάδιο που ένα προϊόν ή μια υπηρεσία βρίσκεται. Δηλαδή στον κύκλο ζωής του προϊόντος, τα νέα προϊόντα συχνά απαιτούν διαφορετικές στρατηγικές τιμολόγησης από τα καθιερωμένα προϊόντα

3.8.5.1 Τιμολογιακή Πολιτική Νέου Προϊόντος.

Οι συμμετέχοντες, συχνά βασίζονται σε στρατηγικές τιμολόγησης που θα τους επιτρέψουν να συλλάβει το μερίδιο αγοράς γρήγορα. Όταν υπάρχουν διάφοροι ανταγωνιστές στην αγορά, οι συμμετέχοντες χρησιμοποιούν συνήθως χαμηλότερες τιμές για να αλλάξει τις συνήθειες των δαπανών των καταναλωτών και να αποκτήσουν το μερίδιο της αγοράς που επιθυμούν. Για την προσέλκυση πελατών αποτελεσματικά, οι οντότητες σε γενικές γραμμές υλοποιούν μια απλή ή διαφανή διάρθρωση των τιμών, η οποία επιτρέπει στους πελάτες να συγκρίνουν τις τιμές εύκολα και να καταλάβουν ότι οι νεοεισερχόμενοι έχουν χαμηλότερες τιμές από εκείνες που θεσπίζει η υπάρχουσα αγορά.

3.8.5.2 Τιμολογιακή Πολιτική Καθιερωμένου Προϊόντος

Μερικές φορές οι καθιερωμένες εταιρείες δεν χρειάζεται να προσαρμόσουν τις τιμές τους ως απάντηση στους νεοεισερχόμενους στην αγορά και τις χαμηλότερες τιμές τους, επειδή οι πελάτες συχνά είναι πρόθυμοι να πληρώσουν περισσότερα για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους αποφεύγοντας έτσι τους κινδύνους που συνδέονται με την αλλαγή των προϊόντων ή των υπηρεσιών.

3.8.6 Η Τμηματοποίηση της Αγοράς

Επειδή όλοι οι πελάτες δεν έχουν τις ίδιες ανάγκες, τις προσδοκίες, και τους οικονομικούς πόρους, οι οντότητες μπορούν να βελτιώσουν τις στρατηγικές τιμολόγησης κατακερματίζοντας τις αγορές. Ο διαχωρισμός αυτός έρχεται όταν οι οντότητες καθορίζουν ποια είναι τα κίνητρα στις συγκεκριμένες αγορές και ποιες διαφορές που υπάρχουν στην αγορά στο σύνολό τους. Για παράδειγμα, ορισμένοι πελάτες ενδέχεται να έλκονται σε μεγάλο βαθμό από την τιμή, ενώ άλλοι υποκινούνται από τη λειτουργικότητα και τη χρησιμότητα. Η ιδέα πίσω από την τμηματοποίηση της είναι να διαιρέσει μια μεγάλη ομάδα σε μια σειρά από μικρότερες ομάδες που μοιράζονται όμοια χαρακτηριστικά όπως η ηλικία, το εισόδημα, τη γεωγραφική θέση, ο τρόπος ζωής κ.α.. Διαιρώντας μια αγορά σε δύο ή περισσότερα τμήματα, μια εταιρεία μπορεί να επινοήσει ένα σύστημα τιμολόγησης που θα παραχωρεί κίνητρα στα διάφορα τμήματα της αγοράς ή να μπορεί να στοχεύουν στην απομόνωση συγκεκριμένων τμημάτων της αγοράς που ανταποκρίνονται καλύτερα στα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της και τις τιμές της.⁶

3.9 Η Ελληνική και οι Διεθνείς Πρακτικές μια Αναδρομή στη Κρατική Τηλεόραση

3.9.1 Πληρωμή Δημόσιας Τηλεόραση Παγκοσμίως και η Ελληνική Πραγματικότητα

Η επιβολή τελών για τη λειτουργία της δημόσιας τηλεόρασης, ή έμμεσων επιβαρύνσεων για τη χρηματοδότηση των δημόσιων τηλεοπτικών σταθμών, βρίσκονται σε περίπου δύο τρίτα

⁶ Σιώμοκος, Γεώργιος Στρατηγικό Μάρκετινγκ (2004) κεφ. 13

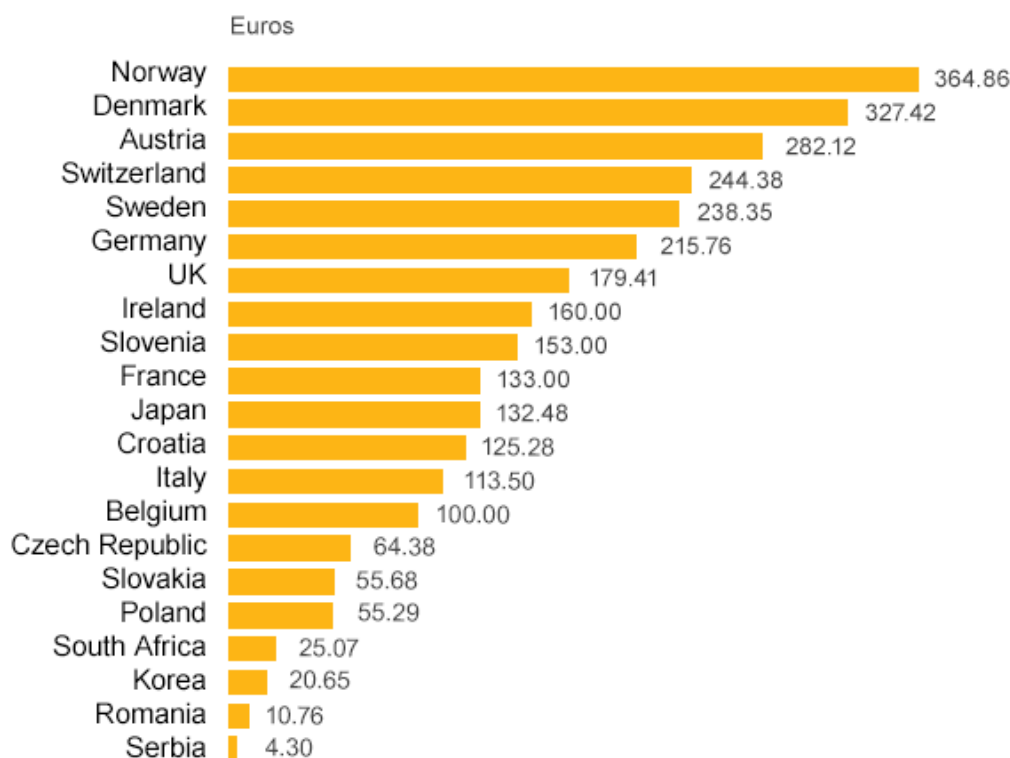
των ευρωπαϊκών χωρών. Η πρακτική αυτή είναι λιγότερο συχνή στην Αφρική και την Ασία, και άγνωστα στη Βόρεια Αμερική. Σε ορισμένες χώρες, όπως η Σερβία και η Ρουμανία, οι αμοιβές που καταβάλλουν μέσω των λογαριασμών ηλεκτρικού ρεύματος.

Αυτή ήταν και η περίπτωση στην Ελλάδα μέχρι τον Ιούνιο του 2013, όταν η κυβέρνηση ανέστειλε τη λειτουργία του φορέα δημόσιας ραδιοτηλεόρασης, (ΕΡΤ), ως μέρος των δραστικών περικοπών του προϋπολογισμού χωρίς να αλλάξει αυτή η πηγή χρηματοδότησης του νέου φορέα «Νέα Ελληνική ραδιοφωνία, Ιντερνέτ και τηλεόραση» (ΕΡΤ)

Στην Ιαπωνία, οι ιδιοκτήτες στην τηλεόραση καταβάλλουν ένα αντίτιμο για τη χρηματοδότηση δημόσιο ραδιοτηλεοπτικό φορέα ΝΗΚ, με την καταβολή υψηλότερης ενίσχυσης για όσους έχουν δορυφορική τηλεόραση. Τα τελευταία χρόνια, τόσο η Φινλανδία και η Ισλανδία έχουν καταργήσει το τέλος αδείας στην τηλεόραση και το αντικατέστησαν με ένα φόρο που ισχύει για όλους τους ενήλικες. Άλλες ευρωπαϊκές χώρες έχουν άδεια τηλεόρασης - όπως η Γαλλία, η Ιταλία και η Γερμανία - αλλά σε αυτές τις περιπτώσεις ο δημόσιος ραδιοτηλεοπτικός φορέας χρηματοδοτείται επίσης από τη διαφήμιση. Η Πολωνία έχει μια σχετικά χαμηλή τέλος αδείας τηλεόρασης (€ 55), αλλά ένα υψηλό ποσοστό φοροδιαφυγής του 65%. Η ανάκληση της αδείας της τηλεόρασης είναι υπό συζήτηση. Όταν έχεις αυτό το υψηλό επίπεδο της φοροδιαφυγής, το κόστος της επιβολής της αδείας και την είσπραξη των εσόδων είναι τόσο μεγάλη που στην πραγματικότητα είναι πιο αποτελεσματικό για μια κυβέρνηση να χρηματοδοτήσει το δημόσιο ραδιοτηλεοπτικό οργανισμό από τη γενική φορολογία. Κοιτώντας προς το μέλλον προς το έτος 2020 αναμένει παραδοσιακή τηλεόραση να εξαφανιστεί βλέποντας τη ταχύτητα των ευζωνικών δικτύων να ανεβαίνει, και τον αριθμό των συσκευών που συνδέονται στο Διαδίκτυο έχει αυξηθεί, έτσι θα είναι περισσότεροι οι άνθρωποι στο σπίτι που θα παρακολουθούν ζωντανά τηλεόραση σε συσκευές, εκτός της κλασικής μορφής τηλεόρασης.

Αλλά, ακόμη και όταν οι άνθρωποι έχουν άλλες διαθέσιμες συσκευές συνεχίζουν να παρακολουθούν τη συμβατική τηλεόραση. Είναι μια αρκετά ασφαλής πρόβλεψη ότι σε πέντε χρόνια δεν θα αλλάξει αυτό

The cost of a TV licence around the world



Source: IHS Technology

7

Από την 1η Ιανουαρίου 2013, η Φινλανδία διαλυθούν τέλος άδειας τηλεόρασης και εισήγαγε μια ραδιοτηλεοπτικών φόρο δημόσιας υπηρεσίας να χρηματοδοτήσει τη φινλανδική Broadcasting Company. Το μέγιστο ποσό του φόρου αυτού είναι € 140 ετησίως. Στη Γερμανία από τις αρχές του 2013, τα νοικοκυριά έπρεπε να πληρώνουν ένα μηνιαίο τέλος αδειας μετάδοση σχεδόν € 18 - € 215 το χρόνο - ανεξάρτητα από το αν διαθέτουν τηλεόραση ή το ραδιόφωνο. Η Δημοκρατία της Ιρλανδίας διοργανώνει δημόσια διαβούλευση σχετικά με μια πρόταση για την αντικατάσταση του τέλους αδειας τηλεόραση με ένα νέο φορτίο δημόσιας ραδιοτηλεοπτικής υπηρεσίας. Το σημερινό ετήσιο τέλος άδειας τηλεόρασης είναι € 160. Μεταξύ των επιλογών για νέους τρόπους συλλογής άδεια τηλεόρασης πληρώνουν μέσω των λογαριασμών κοινής ωφελείας ή τις τοπικές αρχές. Στην Ιαπωνία κάθε ιδιοκτήτης τηλεόρασης, ανεξάρτητα από την εθνικότητα, απαιτείται από το νόμο να καταβάλλουν αμοιβή για τη χρηματοδότηση δημόσιο ραδιοτηλεοπτικό NHK. Υπάρχουν χωριστές συμβάσεις για τους ιδιοκτήτες των επίγειων και δορυφορικών τηλεοπτικών. Για όσους πληρώνουν σε ετήσια βάση, η επίγεια χρέωση είναι ¥ 13,600 (€ 65) και ¥ 24.090 (€ 125) τόσο για επίγεια και δορυφορική λήψη.

Στην Ελλάδα υπάρχει τέλος πληρωμής που επιβλήθηκε για πρώτη φορά το 1987, με το Ν.1730/87. Και σήμερα ανέρχεται στο ποσό των 36,00 ευρώ το χρόνο. Η ΕΡΤ πληρώνεται σύμφωνα με τον τύπο $36,00 \times t/365$ (t=αριθμός ημερών) μαζί με την ΔΕΗ. Το οποίο

⁷ <http://www.bbc.com/news/entertainment-arts-26546570> (προσπελάστηκε στις 22/5/15)

αντιστοιχεί σε 2,958 ευρώ ανά μήνα. Έτσι λοιπόν κάποιος δεν μπορεί να αποφύγει να καταβάλει το ποσό που αντιστοιχεί στις υπηρεσίες της ΕΡΤ είτε κάνει χρήση είτε όχι.⁸

3.9.2 Ιστορική Αναδρομή Κρατικού Φορέα Ενημέρωσης

Ο δημόσιος ραδιοτηλεοπτικός φορέας ενημέρωσης «Νέα Ελληνική ραδιοφωνία, Ιντερνέτ και τηλεόραση» (ΕΡΤ) έχει ως αποστολή από το 2013, έτος ίδρυσης, να συμβάλει στην ενημέρωση, μόρφωση και ψυχαγωγία του κοινού. Εδρεύει στην Λεωφόρο Μεσογείων 432, στην Αγία Παρασκευή Αθηνών από όπου και εκπέμπουν τρία τηλεοπτικά κανάλια, τα «ΕΡΤ 1 ΕΡΤ 2 και ΕΡΤ HD», καθώς και οι πέντε ραδιοφωνικοί σταθμοί «Πρώτο, Δεύτερο, Τρίτο Πρόγραμμα, Kosmos και τη ΕΡΤ Μακεδονίας 102 FM» Προκάτοχος υπήρξε το «εθνικό ίδρυμα ραδιοφωνίας» (ΕΙΡ) (1938-1970) όπου ήταν ο κρατικός φορέας που διαχειρίστηκε την ελληνική κρατική ραδιοφωνία ως πρώην ΑΕΡΕ (κατά την κατοχή), ΥΡΕ (προπολεμικά) και «Εθνικό Ίδρυμα Ραδιοφωνίας και Τηλεόρασης» (ΕΙΡΤ), από το τέλος του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου μέχρι και το 1987. Κατείχε το αποκλειστικό δικαίωμα εκπομπής, μαζί με την ΥΕΝΕΔ μέχρι το 1987. Το ίδιο έτος οι δυο φορείς συγχωνεύτηκαν και ιδρύθηκε με τη μορφή ανώνυμης εταιρίας η Ελληνική Ραδιοφωνία Τηλεόραση (ΕΡΤ). Πρόσφατα στις 28 Απριλίου 2015 ψηφίστηκε από τη Βουλή ο νόμος για την επαναλειτουργία της, η οποία, προγραμματίζεται να αρχίσει εκ νέου τις 11 Ιουνίου του 2015.

Τα έσοδα της (ΕΡΤ) προέρχονται από το ανταποδοτικό τέλος που πληρώνεται μέσω των λογαριασμών της Δημόσιας Επιχείρησης Ηλεκτρισμού (ΔΕΗ) καθώς και από την πώληση διαφημιστικού χρόνου. Ο κύκλος εργασιών της επιχείρησης ανέρχεται στα 195€ εκατομμύρια ευρώ περίπου. Η πλειοψηφία των εσόδων από το ανταποδοτικό τέλος της ΕΡΤ πηγαίνει απευθείας στο Υπουργείο Οικονομικών και όχι στην εταιρεία, λειτουργώντας ουσιαστικά σαν φόρος. Το 2014, από το ανταποδοτικό τέλος συλλέχθηκαν συνολικά 190 εκατ. ευρώ, από τα οποία αποδόθηκαν στη ΕΡΤ τα 91 εκατ. ευρώ. Το σύνολο των εσόδων της ήταν 194,2 εκατ. ευρώ αλλά λόγω της παρακράτησης εσόδων παρουσίασε ζημιά 3,8 εκατ. ευρώ με αφορμή αυτό το γεγονός καθώς και ισχυρές διαμαρτυρίες από τους πολίτες κατά τακτά χρονικά διαστήματα θα ερευνηθεί στη συνέχεια η προθυμία πληρωμής της κρατικής τηλεόρασης (ΕΡΤ) μέσω του λογαριασμού της ΔΕΗ⁹.

Αναλυτικά οι κύριες υπηρεσίες της ΕΡΤ είναι η εκπομπή τριών τηλεοπτικών σταθμών σε όλη την ελληνική επικράτεια. Η ΕΡΤ ανήκει εξ ολοκλήρου στο ελληνικό δημόσιο και

⁸ Προσωπικός Λογαριασμός ΔΕΗ στις 22/5/15
Συνέντευξη με υπάλληλο εισπραξής του φορέα στις 26/5/15 στο υποκατάστημα Κοζάνης

⁹ <http://company.ert.gr/> (προσπελάστηκε στις 22/4/15)
<http://www.nerit.gr/> (προσπελάστηκε στις 22/4/15)
<http://www.inewsgr.com/141/i-istoria-tis-ert.htm> (προσπελάστηκε στις 22/4/15)

χρηματοδοτείται μέσω έμμεσου φόρου, ο οποίος ενσωματώνεται στον λογαριασμό της ΔΕΗ. Κατά καιρούς έχουν υπάρξει πολλές διαμαρτυρίες γύρω από τον τρόπο χρηματοδότησης της ΕΡΤ. Αυτές οι διαμαρτυρίες αφορούν άτομα τα οποία αδυνατούν να πληρώσουν για την ΕΡΤ, άτομα τα οποία πληρώνουν χωρίς να έχουν την δυνατότητα να πιάσουν ένα κρατικό κανάλι καθώς και εισφορές για την ΕΡΤ που ενσωματώνονται σε λογαριασμούς της ΔΕΗ που δεν ανήκουν σε νοικοκυριά, όπως, π.χ. λογαριασμοί ρεύματος κοινοχρήστων σε πολυκατοικίες

Τον τελευταίο καιρό παρατηρείται μια μεγάλη μισθολογική διαφορά μεταξύ της δημόσιας τηλεόρασης και της ιδιωτικής, με την κρατική να εμφανίζει υπέρογκες μισθολογικές αμοιβές που φτάνουν έως και τις τριακόσιες χιλιάδες ευρώ ετησίως, προκαλώντας αντιδράσεις στο ευρύτερο κοινωνικό σύνολο.

Σήμερα η οικονομική κρίση έχει εγείρει το ενδιαφέρον γύρω από την σημασία των κρατικών επιχειρήσεων καθώς και της κρατικής τηλεόρασης. Ειδικότερα η χρηματοδότηση μέσω ενός έμμεσου φόρου που ενσωματώνεται στον λογαριασμό της ΔΕΗ τίθεται σε συνεχή αμφισβήτηση. Το ποσό που καλείται να πληρώσει ο φορολογούμενος παραμένει σταθερό παρότι η δεδομένη κρίση έχει πλήξει το εισόδημα του πληθυσμού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ

5.1. Εισαγωγή

Στο παρόν κεφάλαιο αρχικά παρουσιάζονται οι ερευνητικές υποθέσεις και έπειτα αναλύεται η μεθοδολογική προσέγγιση που χρησιμοποιείται για την εξέταση αυτών. Επιπλέον παρουσιάζεται και αναλύεται η μορφή του ερωτηματολογίου και το δείγμα που λαμβάνουμε υπόψη για την διεξαγωγή της έρευνας. Τέλος παρουσιάζονται και αναλύονται τα αποτελέσματα της έρευνας και οι προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

5.2 Ερευνητικές Υποθέσεις

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφική επισκόπηση δημιουργείται το ερώτημα γύρω από προθυμία καταβολής φόρων και τελών από τους καταναλωτές. Σημασία δίνεται στο να προσδιορίσουμε την μέση προθυμία πληρωμής του δείγματος για τα τέλη της ΕΡΤ σε προσωπικό καθώς και τι πιστεύουν οι ερωτηθέντες, ότι μπορεί να εισφέρει η υπόλοιπη κοινωνία για αυτό το σκοπό καθώς και τα σημαντικά μεγέθη. Επίσης γίνεται εμφανές και για την περίπτωση της Ελλάδας το πρόβλημα χρηματοδότησης που υπάρχει για τον κρατικό φορέα ραδιοτηλεόρασης διεθνώς. Τέλος γίνεται η υπόθεση ότι το δείγμα μας είναι ανεξάρτητο, από ηλικίες κάτω των δεκαοκτώ ετών οι οποίοι είναι χρήστες της ΕΡΤ αλλά δεν εκφράζονται.

Οι ερευνητικές υποθέσεις που θα ελεγχθούν είναι οι εξής:

H1: Η προθυμία πληρωμής είναι ανεξάρτητη των ερευνητικών ερωτημάτων.

H2: Η προθυμία πληρωμής δεν είναι ανεξάρτητη των ερευνητικών ερωτημάτων.

5.3 Μεθοδολογία Έρευνας

Η έρευνα διεξήχθη στο τοπικό υποκατάστημα της ΔΕΗ σε Κοζάνη και Ιωάννινα ημέρες Δευτέρα 18 έως Τετάρτη 20 Μαΐου και ώρες εννέα μέχρι δυο και μισή. Χρησιμοποιήθηκαν προσωπικές συνεντεύξεις face-to-face χρησιμοποιώντας ερωτηματολόγια CV και IV. Το δείγμα μας αποτελείται από 116 άτομα. Πρόταση να συμμετάσχει στην έρευνα γινόταν σε κάθε τρίτο άτομο που έμπαινε στο υποκατάστημα της ΔΕΗ και πήγαινε να εξοφλήσει λογαριασμό. Το συνολικό ποσοστό απόρριψης είναι κοντά στο 20% αλλά αξίζει να σημειωθεί πως τις ώρες που υπήρχε ουρά μπροστά στα ταμεία το ποσοστό απόρριψης ήταν κοντά στο

0%, ενώ τις ώρες που δεν υπήρχε ουρά και τα άτομα μπορούσαν να πληρώσουν και να φύγουν το ποσοστό απόρριψης ήταν σχεδόν 100%.

5.4 Μορφή Ερωτηματολογίου

Στο ερωτηματολόγιο πριν από τη παράγραφο καθοδηγητικής συζήτησης (cheap talk) υπήρχαν 3 ερωτήσεις όπου τα άτομα απάνταγαν από 1 έως 6.

1. Πόσο συχνά βλέπεται τηλεόραση ?
2. Πόσο συχνά βλέπεται κρατική τηλεόραση ?
3. Πιστεύεται ότι η κρατική τηλεόραση είναι πιο αμερόληπτη από την ιδιωτική ?

Σε αυτές της ερωτήσεις η διαβάθμιση ήταν:

Καθόλου	Πολύ λίγο	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
1	2	3	4	5	6

Στην συνέχεια ακολουθούσε η παράγραφος καθοδηγητικής συζήτησης (cheap talk). Ο στόχος της ήταν να μειώσει την υποθετική μεροληψία (hypothetical bias) αλλά και να σιγουρέψει την ύπαρξη κοινωνικής προκατάληψης (Social desirability bias) έτσι ώστε να δούμε την διαφορά ανάμεσα στις μεθόδους CV και IV.

«Σε λίγο θα ερωτηθείτε για το κατά πόσο είστε πρόθυμος να πληρώσετε για τις υπηρεσίες του κρατικού καναλιού EPT το οποίο πληρώνεται μέσω του λογα-ριασμού της ΔΕΗ κάθε δυο μήνες.

Έχει βρεθεί ότι οι καταναλωτές συνήθως, διαφορετικά απαντάνε σε ένα ερωτηματολόγιο και διαφορετικά πράττουν στην πραγματικότητα. Είναι πολύ σύνηθες να δηλώνουν μια πολύ μεγαλύτερη προθυμία πληρωμής από αυτή που στην πραγματικότητα είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν.

Πιστεύουμε ότι αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι είναι πολύ εύκολο κάποιος να υπερβάλει αφού δεν χρειάζεται στην πραγματικότητα να αγοράσει το προϊόν. Θα σας παρακαλούσα να απαντήσετε σκεπτόμενος/η ότι αυτή τη στιγμή βρίσκεστε σε ένα σημείο εξόφλησης λογαριασμών, στο οποίο έχετε μεταβεί για να εξοφλήσετε τον λογαριασμό της ΔΕΗ.

Να σας υπενθυμίσουμε ότι πληρώνοντας για την EPT, θα μειωθεί το διαθέσιμο εισόδημα που έχετε για την αγορά των άλλων αγαθών. Παρακαλώ έχετε στο μυαλό σας τα παραπάνω όταν απαντάτε στις παρακάτω ερωτήσεις.

Επίσης πρέπει να σας ενημερώσουμε πως η EPT απασχολεί μεγάλο αριθμό εργαζομένων και συμβασιούχων.

Έπειτα ακολουθούσε η κάρτα πληρωμών όπου προσδιορίζουμε το WTP του συγκεκριμένου ατόμου .

Τέλος ακολουθεί μια σειρά από δημογραφικές ερωτήσεις όπως ηλικία, επίπεδο σπουδών, αριθμός μελών νοικοκυριού, ανήλικα τέκνα και αξιολόγηση της οικονομικής κατάστασης. Από αυτά οι ποιοτικές μεταβλητές ήταν η αξιολόγηση της οικονομικής κατάστασης και το επίπεδο σπουδών.

0€	20.01-25.00€
0.01-5.00€	25.01-30.00€
5.01-10.00€	30.01-35.00€
10.01-15.00€	35.01-40.00€
15.01-20.00€	>40.00€

φύλο,

5.5. Δεδομένα

5.5.1 Ποιοτικές Μεταβλητές

Οι ποιοτικές μεταβλητές, (qualitatives), καλούμενες και κατηγορικές μεταβλητές, (catégoriques), είναι μία από τις δύο βασικές κατηγορίες των μεταβλητών στο επιστημονικό πεδίο της έρευνας. Στη συνέχεια γίνεται παρουσίαση των χρησιμοποιούμενων ποιοτικών μεταβλητών.

FrqTV: Πόσο συχνά βλέπεται τηλεόραση

frqTV2: Πόσο συχνά βλέπεται τηλεόραση, πολύ λίγο

frqTV3: Πόσο συχνά βλέπεται τηλεόραση, λίγο

frqTV4: Πόσο συχνά βλέπεται τηλεόραση, Αρκετά

frqTV5: Πόσο συχνά βλέπεται τηλεόραση, Πολύ

frqTV6: Πόσο συχνά βλέπεται τηλεόραση, Πάρα πολύ

frqStateTV2: Πόσο συχνά βλέπεται κρατική τηλεόραση, Πολύ λίγο

frqStateTV3: Πόσο συχνά βλέπεται κρατική τηλεόραση, Λίγο

frqStateTV4: Πόσο συχνά βλέπεται κρατική τηλεόραση, Αρκετά

frqStateTV5: Πόσο συχνά βλέπεται κρατική τηλεόραση, Πολύ

StateVSprnt2: Η Κρατική τηλεόραση είναι πιο αμερόληπτη από την ιδιωτική, Πολύ Λίγο

StateVSprnt3: Η Κρατική τηλεόραση είναι πιο αμερόληπτη από την ιδιωτική, Λίγο

StateVSprnt4: Η Κρατική τηλεόραση είναι πιο αμερόληπτη από την ιδιωτική, Αρκετά

StateVSprnt5: Η Κρατική τηλεόραση είναι πιο αμερόληπτη από την ιδιωτική, Πολύ

Educ3: Ποιο είναι το επίπεδο σπουδών σας , Λύκειο ή εξατάξιο γυμνάσιο

Educ4: Ποιο είναι το επίπεδο σπουδών σας, Απόφοιτος ΙΕΚ ή Φοιτητής

Rincome2: Πως θα αξιολογούσατε την οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού σας, κακή

Rincome3: Πως θα αξιολογούσατε την οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού σας, κάτω από το μέσο όρο

Rincome4: Πως θα αξιολογούσατε την οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού σας, Μέτρια

Rincome5: Πως θα αξιολογούσατε την οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού σας, Πάνω από το μέσο όρο.

WTP= Προθυμία πληρωμής

5.5.2 Ποσοτικές Μεταβλητές

Οι ποσοτικές μεταβλητές είναι η έτερη από τις δύο βασικές κατηγορίες μεταβλητών. Σε αντίθεση με την κατηγορία των "ποιοτικών μεταβλητών", οι ποσοτικές μεταβλητές είναι άμεσα μετρήσιμες καθώς είναι αυτές που δείχνουν ότι οι διάφοροι παράγοντες μεταβάλλονται κατά αριθμητική ποσότητα, αφού πρόκειται πάντα για ποσοτικά μεγέθη. Στη συνέχεια γίνεται παρουσίαση των χρησιμοποιούμενων ποσοτικών μεταβλητών.

Age: ηλικία

Gender: φύλο, 1: άνδρας, 0: γυναίκα

Family: αριθμός μελών οικογένειας

Cvín: μέθοδος, IV: 0 ή CV: 1

Child: ύπαρξη ανήλικου τέκνου, Ναι: 1, Όχι: 0

5.5.3 Ομαδοποίηση Μεταβλητών

Στις μεταβλητές μας καθώς ορισμένες παρουσίαζαν πολύ μικρό ποσοστό υπήρξε ομαδοποίηση με άλλη ομάδα.

Οι ομαδοποιήσεις που έγιναν είναι οι εξής.

- Η 6^η ομάδα τις συχνότητας παρακολούθησης κρατικής τηλεόρασης ενσωματώθηκε στην 5^η καθώς παρουσίαζε μόνο μια παρατήρηση
- Η 6^η ομάδα τις αντίληψης γύρω από την αμεροληψία της κρατικής τηλεόρασης σε σχέση με τα ιδιωτικά κανάλια ενσωματώθηκε στην 5^η ομάδα.
- Η 6^η ομάδα εκπαίδευσης καθώς και η 1^η ενσωματώθηκαν στις ομάδες 5 και 2 αντίστοιχα.
- Η 7^η ομάδα εισοδήματος ενσωματώθηκε στην 6^η

5.6 Ανάλυση Δεδομένων

Πριν προχωρήσουμε στην οικονομετρική ανάλυση παρουσιάζουμε ορισμένα ποσοστά που αφορούν τόσο τις ποσοτικές όσο και τις ποιοτικές μεταβλητές.(ποσοστά πριν την συγχώνευση)

Πίνακας 1: Συχνότητες Ερωτηματολογίων

cv /iv	Freq.	Percent	Cum.
iv=0	58	50.00	50.00
cv=1	58	50.00	100.00
Total	116	100	

Πίνακας 2: Συχνότητες θέασης Τηλεόρασης

Frgtvt	Freq.	Percent	Cum.
Καθόλου=1	9	7.76	7.76
Πολύ λίγο=2	22	18.97	26.72
Λίγο=3	25	21.55	48.28
Αρκετά=4	31	26.72	75.00
Πολύ=5	20	17.24	92.24
Πάρα πολύ=6	9	7.76	100.00
Total	116	100.00	

Πίνακας 3: Συχνότητες θέασης Κρατικής Τηλεόρασης

Frgstatetv	Freq.	Percent	Cum.
Καθόλου=1	31	26.72	26.72
Πολύ λίγο=2	30	25.86	52.59
Λίγο=3	27	23.28	75.86
Αρκετά=4	17	14.66	90.52
Πολύ=5	10	8.62	99.14
Πάρα πολύ=6	1	0.86	100.00
Total	116	100.00	

Πίνακας 4: Συχνότητες Αμεροληψίας Κρατικής Τηλεόρασης

Statevsprvt	Freq.	Percent	Cum.
Καθόλου=1	49	42.24	42.24
Πολύ λίγο=2	21	18.10	60.34
Λίγο=3	17	14.66	75.00
Αρκετά=4	12	10.34	85.34
Πολύ=5	16	13.79	99.14
Πάρα πολύ=6	1	0.86	100.00
Total	116	100.00	

Πίνακας 5: Συχνότητες φύλου Ερωτηθέντων

Gender	Freq.	Percent	Cum.
Γυναίκα=0	45	38.79	38.79
Αντρας=1	71	61.21	100.00
Total	116	100.00	

Πίνακας 6: Συχνότητες Επιπέδου Μόρφωσης Ερωτηθέντων

Educ	Freq.	Percent	Cum.
Μέχρι Δημοτικό=1	10	8.62	8.62
Γυμνάσιο=2	6	5.17	13.79
Λύκειο ή εξατάξιο Γυμνάσιο	33	28.45	42.24
Απόφοιτος ΙΕΚ ή Φοιτητής	22	18.97	61.21
Πανεπιστήμιο ή ΑΤΕΙ	41	35.34	96.55
Μεταπτυχιακό/Διδακτορικό	4	3.45	100.00
Total	116	100.00	

Πίνακας 7: Συχνότητες Αριθμού Μελών της Οικογενείας

Family	Freq.	Percent	Cum.
1	22	18.97	18.97
2	15	12.93	31.90
3	25	21.55	53.45
4	44	37.93	91.38
5	7	6.03	97.41
6	2	1.72	99.14
7	1	0.86	100.00
Total	116	100.00	

Πίνακας 8: Συχνότητες Ύπαρξης Ανηλίκων σε κάθε Οικογένεια

Child	Freq.	Percent	Cum.
Χωρίς ανήλικα τέκνα=0	80	68.97	68.97
Με ανήλικα τέκνα=1	36	31.03	100.00
Total	116	100.00	

Πίνακας 9: Συχνότητες Αξιολόγησης Οικονομικής Κατάστασης

Rincome	Freq.	Percent	Cum.
Πολύ κακή=1	9	7.76	7.76
Κακή=2	10	8.62	16.38
Κάτω από το μέσο=3	18	15.52	31.90
Μέτρια=4	61	52.59	84.48
Πάνω από το μέσο=5	8	6.90	91.38
Καλή=6	7	6.03	97.41
Πολύ καλή=7	3	2.59	100.00
Total	116	100.00	

5.7 Οικονομετρική Ανάλυση

Στην οικονομετρική ανάλυση εξετάζουμε τους παράγοντες που παίζουν στατιστικά σημαντική σημασία στη προθυμία πληρωμής (WTP). Αφού χρησιμοποιήσαμε ψευδομεταβλητές για τις ποιοτικές μεταβλητές, προσδιορίσαμε ποιες επιδρούν στατιστικά σημαντικά. Η εξίσωση που χρησιμοποιήσαμε για την παλινδρόμηση είναι:

$$Y = a + b1*cniv + b2*age + b3*gender + b4*family + b5*child + b6*educ3 + b7*educ4 + b8*rincome2 + b9*rincome3 + b10*rincome4 + b11*rincome5 + b12*rincome6 + b13*frqtv2 + b14*frqtv3 + b15*frqtv4 + b16*frqtv5 + b16*frqtv6 + b17*frqstatetv2 + b18*frqstatetv3 + b19*frqstatetv4 + b20*frqstatetv5 + b21*statevsprvt2 + b22*statevsprvt3 + b23*statevsprvt4 + b24*statevsprvt5$$

Στη συνέχεια παρουσιάζεται ο ορισμός των μεταβλητών της εξίσωσης:

a: σταθερός όρος παλινδρόμηση

age=ηλικία

b: συντελεστής παλινδρόμησης

gender: γένος

Y= εξαρτημένη μεταβλητή (wtp)

family: οικογένεια

Cniv: μέθοδος, IV=0, CV=1

educ3: Το επίπεδο σπουδών, Λύκειο ή

εξατάξιο γυμνάσιο

educ4: : Το επίπεδο σπουδών,

«Απόφοιτος ΙΕΚ ή Φοιτητής»

Child: ύπαρξη ανήλικου τέκνου, Ναι:

1, Όχι: 0

Rincome2: Πως θα αξιολογούσατε την οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού σας, κακή

Rincome3: Πως θα αξιολογούσατε την οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού σας, κάτω από το μέσο όρο

Rincome4: Πως θα αξιολογούσατε την οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού σας, Μέτρια

Rincome5: Πως θα αξιολογούσατε την οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού σας, Πάνω από το μέσο όρο.

frqTV2: Πόσο συχνά βλέπεται τηλεόραση, πολύ λίγο

frqTV3: Πόσο συχνά βλέπεται τηλεόραση, λίγο

frqTV4: Πόσο συχνά βλέπεται τηλεόραση, Αρκετά

frqTV5: Πόσο συχνά βλέπεται τηλεόραση, Πολύ

frqTV6: Πόσο συχνά βλέπεται τηλεόραση, Πάρα πολύ

frqStateTV2: Πόσο συχνά βλέπεται κρατική τηλεόραση, Πολύ λίγο

frqStateTV3: Πόσο συχνά βλέπεται κρατική τηλεόραση, Λίγο

frqStateTV4: Πόσο συχνά βλέπεται κρατική τηλεόραση, Αρκετά

frqStateTV5: Πόσο συχνά βλέπεται κρατική τηλεόραση, Πολύ

StateVSprvt2: Η Κρατική τηλεόραση είναι πιο αμερόληπτη από την ιδιωτική, Πολύ Λίγο

StateVSprvt3: Η Κρατική τηλεόραση είναι πιο αμερόληπτη από την ιδιωτική, Λίγο

StateVSprvt4: Η Κρατική τηλεόραση είναι πιο αμερόληπτη από την ιδιωτική, Αρκετά

StateVSprvt5: Η Κρατική τηλεόραση είναι πιο αμερόληπτη από την ιδιωτική, Πολύ

Ο έλεγχος έγινε χρησιμοποιώντας επίπεδο σημαντικότητας που είναι ορισμένο στο 5%. Η λογιστική παλινδρόμηση μέσω του στατιστικού προγράμματος stata αποφέρει τα αποτελέσματα που φαίνονται στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 10: Στοιχεία Λογιστικής Παλινδρόμησης

	Coef.	Std. Err.	z	P> z
Cviv	-3.62	1.75	-2.07	0.039
Age	-0.07	0.06	-1.11	0.266
Gender	-2.57	1.86	-1.38	0.167
Family	1.65	0.67	2.43	0.015
Child	-2.97	1.95	-1.52	0.128
educ3	-1.23	2.55	-0.48	0.628
educ4	-0.58	1.85	-0.31	0.753
rincome2	0.37	4.32	0.09	0.930
rincome3	4.89	3.66	1.34	0.181
rincome4	6.39	3.29	1.94	0.052
rincome5	11.61	4.28	2.71	0.007
rincome6	4.53	4.28	1.06	0.290
frqtv2	-5.54	3.64	-1.54	0.124
frqtv3	-3.73	3.52	-1.06	0.289
frqtv4	-7.81	3.72	-2.09	0.036
frqtv5	-5.88	3.61	-1.63	0.104
frqtv6	-1.44	4.34	-0.33	0.739
frqstatetv2	2.10	2.49	0.84	0.400
frqstatetv3	3.46	2.57	1.37	0.171
frqstatetv4	8.49	2.93	2.90	0.004
frqstatetv5	8.15	3.78	2.15	0.031
statevsprvt2	2.43	2.31	1.05	0.294
statevsprvt3	4.34	2.48	1.75	0.081
statevsprvt4	8.22	2.94	2.79	0.005
statevsprvt5	16.74	3.14	5.33	0.000
_cons	-1.72	5.21	-0.33	0.740
/lnsigma	1.98	0.09	21.73	0.000
Sigma	7.30	0.66		

Επίπεδο σημαντικότητας : 5%

Αν η τιμή πιθανότητας Z (Probability Value) είναι μεγαλύτερη από 0,05 αποδεχόμαστε τη μηδενική Υπόθεση (H1), δηλαδή τα εμπειρικά δεδομένα μας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι οι δύο μεταβλητές μας δε σχετίζονται μεταξύ τους. Αντίθετα, αν η τιμή της Z λαμβάνει τιμή μικρότερη από 0,05 αποδεχόμαστε την εναλλακτική υπόθεση (H2) κατά την οποία δυο μεταβλητές σχετίζονται μεταξύ τους. Η τιμή της Z είναι μια τυχαία μεταβλητή που μπορεί να πάρει οποιαδήποτε τιμή από ένα δεδομένο σύνολο.

Επομένως εξάγεται το συμπέρασμα ότι στατιστικά μη σημαντικό ρόλο παίζουν : φύλο, ηλικία, επίπεδο μόρφωσης, και συχνότητα παρακολούθησης τηλεόρασης.

5.8 Αποτελέσματα και Προθυμία Πληρωμή

Έπειτα από την οικονομετρική ανάλυση καταφέραμε να προσδιορίσουμε την μέση προθυμία πληρωμής του δείγματος καθώς και τους παράγοντες που είναι στατιστικά σημαντικοί. Στατιστικά σημαντικοί βγήκαν οι εξής παράγοντες:

- Η μέθοδος του ερωτηματολογίου CV ή IV
- Ο αριθμός μελών της οικογένειας
- Η συχνότητα παρακολούθησης κρατικής τηλεόρασης
- Η αντίληψη γύρω από την αμεροληψία της κρατικής τηλεόρασης
- Επίσης στατιστικά σημαντικές βγήκαν οι ποιοτικές ψευδομεταβλητές *income4* και *frqtv4*

Πίνακας 11: Μέση Προθυμία Πληρωμής του Δείγματος

	Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
sum wtp	wtp	116	3.66	8.94	-13.70	26.94

Η Μέση Προθυμία Πληρωμής του Δείγματος είναι 3,66 ευρώ ανά δυο μήνες.

Πίνακας 12: Μέση Προθυμία Πληρωμής με τη Μέθοδο CV και IV

	Variable	Obs	Mean	Std. Dev.	Min	Max
cniv = 0	wtp	58	5.02	9.23	-6.34	26.94
cniv = 1	wtp	58	2.30	8.50	-13.7	26.08

Όπως παρατηρούμε τα ερωτηματολόγια IV παρουσιάζουν 5,02 ευρώ προθυμία πληρωμής ενώ τα ερωτηματολόγια CV 2,30 ευρώ. Η μεγαλύτερη προθυμία πληρωμής από τα IV ερωτηματολόγια κατά 2,72 ευρώ εξάγει το συμπέρασμα πως οι ερωτώμενοι θεωρούν τους εαυτούς τους σε χειρότερη οικονομική κατάσταση από τους συμπολίτες τους ή ότι οι συμπολίτες τους θεωρούν πιο σημαντική την ύπαρξη της κρατικής τηλεόρασης από τους ίδιους και έχουν τη προθυμία να πληρώσουν περισσότερο για την ύπαρξη της .

5.9 Ευρήματα

Τα αναμενόμενα αποτελέσματα πριν γίνει η έρευνα ήταν η μέθοδος CV να βρει μεγαλύτερα αποτελέσματα από την μέθοδο IV και η διαφορά τους να είναι το social desirability bias του οποίου εξασφαλίσαμε την ύπαρξη στο cheap talk. Στο δείγμα μας όμως η μέθοδος IV βρίσκει μεγαλύτερα αποτελέσματα από την μέθοδο CV. Καθώς το εισόδημα αλλά και η ηλικία είναι συγκρίσιμα με τον μέσο όρο της Ελλάδας δεν μπορεί να εξηγηθεί μέσω των δημογραφικών χαρακτηριστικών γιατί η μέθοδος IV παρουσιάζει μεγαλύτερη προθυμία πληρωμής κατά 2,72 ευρώ. Μια ενδεχόμενη εξήγηση είναι πως καθώς το εισόδημα των ατόμων έχει μειωθεί τα τελευταία χρόνια, τα άτομα αγνοούν τις ενδεχόμενες δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι γύρω τους και πιστεύουν ότι το δικό τους έχει μειωθεί πολύ περισσότερο από ότι των υπολοίπων. Επομένως σε μια κατάσταση όπου επικρατεί αρνητικό κλίμα και μεγάλη αβεβαιότητα η μέθοδος CV ενδέχεται να δίνει καλύτερα αποτελέσματα πρόβλεψης από την μέθοδο IV. Τέλος στατιστικά σημαντικό είναι και το μέγεθος της οικογένειας.

5.10 Συμπεράσματα Περιορισμοί και Προτάσεις για Μελλοντική Έρευνα

Τα αποτελέσματα της παρούσας μελέτης ενδεχομένως να επηρεάζονται από κάποιους παράγοντες. Ένας περιοριστικός παράγοντας είναι το εύρος της εγχώριας περιοχής όπου έγινε η λήψη του δείγματος καθώς και οι δυο πόλεις είναι επαρχιακές και μακριά από το χώρο λήψης αποφάσεων. Ένα μεγαλύτερο δείγμα θα επέτρεπε την εξαγωγή ασφαλέστερων συμπερασμάτων σε σχέση με τις ερευνητικές μας υποθέσεις.

Όλα τα προαναφερθέντα αποτελούν όχι μόνο περιορισμούς αλλά και έρευνα για περαιτέρω μελλοντική έρευνα. Επιπρόσθετα υπάρχει η ίδια θεώρηση για το πώς θα επηρεαζόταν το αποτέλεσμα αν η πληρωμή γινόταν κατά μέλη που ανήκουν σε ένα νοικοκυριό και όχι ανά παροχή ρεύματος. Στην έρευνα αυτή έγινε μια προσπάθεια προσδιορισμού της προθυμίας πληρωμής της EPT. Η EPT είναι μια καθαρά κρατική επιχείρηση και χρηματοδοτείται μέσω ενός έμμεσου φόρου που είναι συνδεδεμένος με τον λογαριασμό του ηλεκτρικού ρεύματος. Εξετάσαμε την προθυμία πληρωμής αλλά και τους παράγοντες που την επηρεάζουν. Η έρευνα έγινε με προσωπικές συνεντεύξεις μέσα στο τοπικό υποκατάστημα της ΔΕΗ και χρησιμοποιήθηκαν δυο τύποι ερωτηματολογίου CV και IV. Η εκμείωση της προθυμίας πληρωμής έγινε σύμφωνα με την μέθοδο της κάρτας πληρωμών με σταθερά διαστήματα. Η μέση προθυμία πληρωμής υπολογίστηκε 3,66 ευρώ ενώ με την χρήση της μεθόδου IV παρατηρήθηκε πως τα άτομα είναι διατεθειμένα να πληρώσουν 2,72 ευρώ παραπάνω από την μέθοδο CV. Η εξήγηση που δίνουμε είναι πως σε αρνητικές συνθήκες με υψηλή αβεβαιότητα η μέθοδος CV ενδεχομένως να είναι καλύτερος εκτιμητής καθώς τα άτομα κοιτάζουν περισσότερο την δική τους

κατάσταση που χειροτερεύει σε σχέση με την κατάσταση των άλλων όπως αναλύουμε στο 6. Επιπρόσθετα, οι στατιστικά σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν την προθυμία πληρωμής είναι η συχνότητα παρακολούθησης κρατικής τηλεόρασης καθώς και η αντίληψη γύρω από την αμεροληψία της σε σχέση με την ιδιωτική. Οι μεταβλητές φύλο, ηλικία, επίπεδο μόρφωσης, και συχνότητα παρακολούθησης τηλεόρασης δεν επηρεάζουν στατιστικά την προθυμία πληρωμής.

Τέλος αξίζει να σημειωθεί πως η μέση προθυμία πληρωμής είναι αρκετά μικρότερη από αυτά που πληρώνει ο μέσος Έλληνας μέσω του λογαριασμού της ΕΡΤ. Το γεγονός αυτό δείχνει πως οι Έλληνες δεν είναι διατεθειμένοι να πληρώνουν για την ύπαρξη της ΕΡΤ ασχέτως από το αν θα απολυθούν άτομα και αυξηθεί η ανεργία.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Ερωτηματολόγια Έρευνας

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΓΥΡΩ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΡΤ.

Αύξων αριθμός ερωτηματολογίου:

Περιοχή:

Ερευνητής :

Τύπος

CV	
----	--

 ερωτηματολογίου

Απαντώντας από 1 έως 6

4. Πόσο συχνά βλέπεται τηλεόραση ?

Καθόλου	Πολύ λίγο	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
1	2	3	4	5	6

5. Πόσο συχνά βλέπεται κρατική τηλεόραση ?

Καθόλου	Πολύ λίγο	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
1	2	3	4	5	6

6. Πιστεύεται ότι η κρατική τηλεόραση είναι πιο αμερόληπτη από την ιδιωτική ?

Καθόλου	Πολύ λίγο	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
1	2	3	4	5	6

Σε λίγο θα ερωτηθείτε για το κατά πόσο είστε πρόθυμος να πληρώσετε για τις υπηρεσίες του κρατικού καναλιού ΕΡΤ το οποίο πληρώνεται μέσω του λογαριασμού της ΔΕΗ κάθε δυο μήνες.

Έχει βρεθεί ότι οι καταναλωτές συνήθως, διαφορετικά απαντάνε σε ένα ερωτηματολόγιο και διαφορετικά πράττουν στην πραγματικότητα. Είναι πολύ σύνηθες να δηλώνουν μια πολύ μεγαλύτερη προθυμία πληρωμής από αυτή που στην πραγματικότητα είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν.

Πιστεύουμε ότι αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι είναι πολύ εύκολο κάποιος να υπερβάλει αφού δεν χρειάζεται στην πραγματικότητα να αγοράσει το προϊόν. Θα σας παρακαλούσα να απαντήσετε σκεπτόμενος/η ότι αυτή τη στιγμή βρίσκεστε σε ένα σημείο εξόφλησης λογαριασμών, στο οποίο έχετε μεταβεί για να εξοφλήσετε τον λογαριασμό της ΔΕΗ.

Να σας υπενθυμίσουμε ότι πληρώνοντας για την ΕΡΤ, θα μειωθεί το διαθέσιμο εισόδημα που έχετε για την αγορά των άλλων αγαθών. Παρακαλώ έχετε στο μυαλό σας τα παραπάνω όταν απαντάτε στις παρακάτω ερωτήσεις.

Επίσης πρέπει να σας ενημερώσουμε πως η ΕΡΤ απασχολεί μεγάλο αριθμό εργαζομένων και συμβασιούχων

7. Πόσο είστε πρόθυμος να πληρώσετε για την ΕΡΤ ανά δίμηνο ?

0€	20.01-25.00€
0.01-5.00€	25.01-30.00€
5.01-10.00€	30.01-35.00€
10.01-15.00€	35.01-40.00€
15.01-20.00€	>40.00€

8. Ποια είναι η ηλικία σας

.....

9. Ποιο είναι το φύλο σας

Άντρας Γυναίκα

10. Ποιο είναι το επίπεδο των σπουδών σας

	Μέχρι Δημοτικό	Γυμνάσιο	Λύκειο ή Εξατάξιο Γυμνάσιο	Απόφοιτος ΙΕΚ ή Φοιτητής	Πανεπιστήμιο ή ΑΤΕΙ	Μεταπτυχιακό / Διδακτορικό
Επίπεδο	1	2	3	4	5	6

11. Ποιός είναι ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού σας συμπεριλαμβανομένου του εαυτού σας; _____

12. Έχετε ανήλικα τέκνα στο νοικοκυριό σας;

Ναι Όχι

13. Πως θα αξιολογούσατε την οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού σας;

	Πολύ κακή	Κακή	Κάτω από το μέσο	Μέτρια	Πάνω από το μέσο	Καλή	Πολύ καλή
Οικονομική κατάσταση	1	2	3	4	5	6	7

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ
ΓΥΡΩ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΡΤ.

Αύξων αριθμός ερωτηματολογίου:

Περιοχή:

Ερευνητής :

Τύπος

	IV
--	----

 ερωτηματολογίου

Απαντώντας από 1 έως 6

14. Πόσο συχνά βλέπεται τηλεόραση ?

Καθόλου	Πολύ λίγο	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
1	2	3	4	5	6

15. Πόσο συχνά βλέπεται κρατική τηλεόραση ?

Καθόλου	Πολύ λίγο	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
1	2	3	4	5	6

**16. Πιστεύεται ότι η κρατική τηλεόραση είναι πιο αμερόληπτη από την
ιδιωτική ?**

Καθόλου	Πολύ λίγο	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
1	2	3	4	5	6

Σε λίγο θα ερωτηθείτε για το κατά πόσο είστε πρόθυμος να πληρώσετε για τις υπηρεσίες του κρατικού καναλιού ΕΡΤ το οποίο πληρώνεται μέσω του λογαριασμού της ΔΕΗ κάθε δυο μήνες.

Έχει βρεθεί ότι οι καταναλωτές συνήθως, διαφορετικά απαντάνε σε ένα ερωτηματολόγιο και διαφορετικά πράττουν στην πραγματικότητα. Είναι πολύ σύνηθες να δηλώνουν μια πολύ μεγαλύτερη προθυμία πληρωμής από αυτή που στην πραγματικότητα είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν.

Πιστεύουμε ότι αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι είναι πολύ εύκολο κάποιος να υπερβάλει αφού δεν χρειάζεται στην πραγματικότητα να αγοράσει το προϊόν. Θα σας παρακαλούσα να απαντήσετε σκεπτόμενος/η ότι αυτή τη στιγμή βρίσκεστε σε ένα σημείο εξόφλησης λογαριασμών, στο οποίο έχετε μεταβεί για να εξοφλήσετε τον λογαριασμό της ΔΕΗ.

Να σας υπενθυμίσουμε ότι πληρώνοντας για την ΕΡΤ, θα μειωθεί το διαθέσιμο εισόδημα που έχετε για την αγορά των άλλων αγαθών. Παρακαλώ έχετε στο μυαλό σας τα παραπάνω όταν απαντάτε στις παρακάτω ερωτήσεις.

Επίσης πρέπει να σας ενημερώσουμε πως η ΕΡΤ απασχολεί μεγάλο αριθμό εργαζομένων και συμβασιούχων

Πόσο πιστεύεται πως είναι πρόθυμος να πληρώσει ο μέσος Έλληνας για την ΕΡΤ ανά δίμηνο ?

0€	20.01-25.00€
0.01-5.00€	25.01-30.00€
5.01-10.00€	30.01-35.00€
10.01-15.00€	35.01-40.00€
15.01-20.00€	>40.00€

17. Ποια είναι η ηλικία σας

.....

18. Ποιο είναι το φύλο σας

Άντρας Γυναίκα

19. Ποιο είναι το επίπεδο των σπουδών σας

	Μέχρι Δημοτικό	Γυμνάσιο	Λύκειο ή Εξατάξιο Γυμνάσιο	Απόφοιτος ΙΕΚ ή Φοιτητής	Πανεπιστήμιο ή ΑΤΕΙ	Μεταπτυχιακό / Διδακτορικό
Επίπεδο	1	2	3	4	5	6

20. Ποιός είναι ο αριθμός των μελών του νοικοκυριού σας συμπεριλαμβανομένου του εαυτού σας; _____

21. Έχετε ανήλικα τέκνα στο νοικοκυριό σας;

Ναι Όχι

22. Πως θα αξιολογούσατε την οικονομική κατάσταση του νοικοκυριού σας;

	Πολύ κακή	Κακή	Κάτω από το μέσο	Μέτρια	Πάνω από το μέσο	Καλή	Πολύ καλή
Οικονομική κατάσταση	1	2	3	4	5	6	7

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Χατζηνικολάου, Δ.(2002) Στατιστική για οικονομολόγους, Ιωάννινα
- Τσαβαλής, Η. (2008) Οικονομετρία, Αθήνα : Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Μαλλιάρης, Π.(2001) Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ, , Αθήνα-Πειραιάς: Αθ. Σταμούλης.
- Σιώμοκος, Γ.(2004) Στρατηγικό Μάρκετινγκ, Αθήνα : Αθ. Σταμούλης.
- Μπέσιλα-Μακρίδη, Ε. (2006) Έλεγχος διοίκησης , Αθήνα : Σακκούλα.
- Πιπερόπουλος, Γ. (1999) «Επικοινωνώ άρα υπάρχω» Δημόσιες σχέσεις και επικοινωνία. ΣΤ' έκδοση, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Ζυγός.
- Παγγείος Κ. Γ. (1993) Θεωρία κόστους, Αθήνα- Πειραιάς: Α. Σταμούλης
- Γεωργόπουλος Β, Ν. (2004) Στρατηγικό Μάνατζμεντ .Α' Έκδοση, Αθήνα: Γ. Μπένου
- Καραγιώργος,Θ. Γεωργίου,Γ. (2004) Λογιστική εταιριών και φορολογία εισοδήματος Θεσσαλονίκη: Γερμανός
- Λαμπράκης, Δ. (1983) Γραμμική άλγεβρα, 3η έκδοση., Αθήνα
- Τομάρας, Π.(2006) Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ και την Έρευνα Αγοράς, Γ' Έκδοση, Αθήνα : Π. Ταμάρας.
- Χρήστου, Γ. (2004) Εισαγωγή στην οικονομετρία Γ' Έκδοση, Gutenberg

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Anderson, C. H. & Vincze J.W. (2000), Strategic Marketing Management, Boston : Houghton Mifflin company.

Jain, Subhash C. (2000) Marketing Management and Strategy, 2nd Edition, Prentice Hall, Europe.

Holtz-Bacha, C., & Norris, P. (2000) "To Entertain, Inform and Educate": Still the Role of Public Television in the 1990s?. Joan Shorenstein Center on the Press, Politics and Public Policy

Shackelford, D. A. & Shevlin, T. (2001). Empirical tax research in accounting. Journal of accounting and economics, 31(1), 321-387.

Smith, K. W., & Kinsey, K. A. (1987). Understanding taxpaying behavior: A conceptual framework with implications for research. Law and Society Review, 639-663.

Tran-Nam, B., Evans, C., Walpole, M., & Ritchie, K. (2000). Tax compliance costs: Research methodology and empirical evidence from Australia. National Tax Journal, 229-252.

Little I. M. D. (1951) "Direct Versus Indirect Taxes" The Economic Journal vol.61. No 243 pp.577-584

Cullis, J. G. Lewis, A. (1996), "Why people pay taxes: From conventional economic model to a model of social convention" Journal of Economic Psychology 18 (1997) pp 305-321

Atkinson A.B. & Stiglitz, J.E. (1976), "The design of tax structure: Direct Versus Indirect Taxation" Journal of public Economics vol.6 pp.55-75

O'Hagan J & Jennings M., (2003), "Public Broadcasting in Europe: Rationale, License Fee and Other Issues" Journal of Cultural Economics vol.42 pp.31-56

Armstrong, M. (2005), "Public Service Broadcasting" Fiscal Studies, vol, 26 no 3, pp. 281-299

Brown A. (1996) Economics, Public Service Broadcasting, and Social Values, Journal of Media Economics, vol 9.1, pp 3-15,

Schwer R. K. & Rennae Daneshvary (1995) "Willingness to Pay for Public Television and the Advent of "Look-Alike" Cable Television Channels: A Case Study", Journal of Media Economics, vol.8:3, pp.95-109,

Papandrea F. (1999) "Willingness to Pay Domestic Television Programming" Journal of Cultural Economics vol.23 pp.149-166

Delaney L. & O'Toole F. (2006) "Willingness to pay: individual or household?" Journal of Cultural Economics vol.30 pp.305-309