

# ΤΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Παπανικολάου Κωνσταντίνος

Πτυχίο Ηλεκτρολόγων Μηχανικών και Τεχνολογίας Υπολογιστών  
Πανεπιστημίου Πατρών

Επιβλέπων: Καθηγητής Νικόλαος Γεωργόπουλος

Υποβληθείσα για το Μεταπτυχιακό Δίπλωμα στη Διοίκηση των Επιχειρήσεων

Πανεπιστήμιο Πειραιώς

2006

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της διπλωματικής εργασίας είναι να ερευνήσει, να αναλύσει και να αναδείξει τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της ελληνικής οικονομίας με βάση τη θεωρία του Διαμαντιού του καθηγητή του Harvard, Michael. E. Porter. Η διπλωματική εργασία εκπονήθηκε για να διερευνήσει τις ανταγωνιστικές αιχμές που θα μπορούσαν να οδηγήσουν στην απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε βασικούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας και δεν έχει σα στόχο την απλή καταγραφή της δεδομένης κατάστασης της οικονομίας της χώρας μας. Η εργασία μπορεί να χωριστεί σε δύο βασικά μέρη:

Το πρώτο μέρος περιλαμβάνει την εισαγωγή, το δεύτερο και τρίτο κεφάλαιο και αναφέρεται στις βασικές αρχές της κλασικής οικονομικής θεωρίας για τον διεθνή ανταγωνισμό σε αντίθεση με τη θεώρηση του Porter για την ιδιαίτερη σημασία της χώρας-έδρας μιας επιχείρησης και της έννοιας της παραγωγικότητας στην απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζεται αναλυτικά η θεωρία του Διαμαντιού του Porter, η οποία συνδυάζει παραμέτρους που σχετίζονται με τις ιδιαίτερες συνθήκες και παραμέτρους παραγωγής, ζήτησης, δομής και στρατηγικής των επιχειρήσεων, σχετιζόμενης και υποστηρικτικής βιομηχανίας και κυβερνητικού ρόλου μιας εξεταζόμενης χώρας για την αιτιολόγηση της απόκτησης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε συγκεκριμένους κλάδους της βιομηχανίας από επιχειρήσεις που εδρεύουν στη χώρα αυτή. Στο κεφάλαιο αυτό εισάγεται και η έννοια της δέσμης ομοειδών επιχειρήσεων (cluster), δηλαδή της συγκέντρωσης σε γεωγραφικό χώρο επιχειρήσεων με κοινά χαρακτηριστικά και της επίδρασης στη συνολική ανάπτυξη του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος ενός κλάδου. Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζονται οι διάφορες κριτικές που έχει δεχτεί κατά καιρούς η θεωρία του Porter από μεταγενέστερες θεωρίες η σημαντικότερη από τις οποίες είναι αυτή του Διπλού Διαμαντιού των Rugman και D' Cruz και ενσωματώνει στη θεωρία του Porter τις έννοιες των ξένων άμεσων επενδύσεων, της δράσης των πολυεθνικών

επιχειρήσεων καθώς και του σημαντικότερου εμπορικού εταίρου της εξεταζόμενης χώρας.

Το δεύτερο μέρος περιλαμβάνει το τέταρτο, πέμπτο, έκτο και έβδομο κεφάλαιο και αναφέρεται στην περίπτωση της ελληνικής οικονομίας. Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται ενδελεχής μακροοικονομική και μικροοικονομική ανάλυση της ελληνικής οικονομίας με την παρουσίαση των κλάδων της βιομηχανίας και των οικονομικών τους επιδόσεων, των πλεονεκτημάτων και των μειονεκτημάτων τους καθώς και των βασικών αδυναμιών της ελληνικής οικονομίας στο σύνολό της. Επίσης στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύεται ο ρόλος του Συνδέσμου Ελλήνων Βιομηχάνων (ΣΕΒ) και οι ευθύνες που του αναλογούν για την παρούσα κατάσταση της ελληνικής οικονομίας. Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται οι δέσμες των ελληνικών ομοειδών επιχειρήσεων και οι εξαγωγικές τους επιδόσεις. Επίσης, παρουσιάζεται αναλυτικά η έρευνα που πραγματοποίησε ο Porter το 2002 για την ελληνική οικονομία και στην οποία ανέλυσε με βάση τη θεωρία του διαμαντιού βασικές παραμέτρους της εγχώριας οικονομίας. Ο καθηγητής Porter, χρησιμοποιώντας στατιστικά στοιχεία από την ετήσια έκθεση του World Economic Forum και συγκεκριμένα του Global Competitiveness Report, αναγνώρισε τις σημαντικότερες δυνατότητες και αδυναμίες της ελληνικής οικονομίας στο σύνολό της και ανέδειξε τις πιθανές μεθόδους για την ανάπτυξη της ελληνικής βιομηχανίας. Στο κεφάλαιο έξι, παρουσιάζεται ο κλάδος της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας και αναλύεται με βάση τις παραμέτρους του ανταγωνισμού που θέτει ο Porter στη θεωρία του διαμαντιού. Ο κλάδος της τουριστικής βιομηχανίας επιλέχθηκε γιατί αποτελεί την ανταγωνιστική αιχμή της ελληνικής οικονομίας και μέσα από την ανάλυση αυτή παρουσιάζονται οι λόγοι και οι αιτίες της επιτυχίας στα πλαίσια του διεθνούς ανταγωνισμού. Το έβδομο κεφάλαιο είναι αφιερωμένο στον κλάδο της ελληνικής ναυτιλίας ο οποίος είναι ιδιαίτερα σημαντικός για την ανάπτυξη της οικονομίας αλλά έχει να αντιμετωπίσει ταυτόχρονα σημαντικές προκλήσεις στο διεθνές πεδίο. Στο κεφάλαιο αυτό αφού αναλυθεί ο κλάδος με βάση τις παραμέτρους του ανταγωνισμού της θεωρίας του διαμαντιού, παρουσιάζονται οι προκλήσεις και οι αδυναμίες οι οποίες πρέπει να αντιμετωπιστούν για να μπορέσει

ο κλάδος της Ναυτιλίας να λειτουργήσει σαν «ατμομηχανή» για το σύνολο της ελληνικής οικονομίας.

Τέλος, το όγδοο κεφάλαιο συμπεριλαμβάνει τα συμπεράσματα τα οποία προκύπτουν από την ανάλυση της θεωρίας του διαμαντιού σε συνάρτηση με την ελληνική οικονομία καθώς και προτάσεις για τη συγκέντρωση των διαθέσιμων παραγωγικών πόρων, κεφαλαίου και ανθρώπινου δυναμικού, και την επικέντρωση των προσπάθειών της Πολιτείας και των επιχειρήσεων προς τις κατευθύνσεις που θα παρέχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε κλάδους της ελληνικής οικονομίας αλλά, το σημαντικότερο, θα συμβάλλουν τελικά στην ευημερία του ελληνικού λαού.

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΛΑΣ

## ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον καθηγητή του Πανεπιστημίου Πειραιά κ. Ν. Γεωργόπουλο για την αμέριστη συμπαράσταση, επιστημονική αρωγή, διάθεση και ατελείωτη υπομονή που επέδειξε κατά τη διάρκεια της φοίτησής μου στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα της οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς μου για την στήριξη και την αγάπη τους όλα αυτά τα χρόνια.

Ευχαριστώ,

Κωνσταντίνος Παπανικολάου

# ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ</b>	<b>6</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 - ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b>	<b>8</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 – ΤΟ ΔΙΑΜΑΝΤΙ ΤΟΥ PORTER</b>	<b>14</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 - ΚΡΙΤΙΚΗ ΣΤΗ ΘΕΩΡΙΑ ΤΟΥ PORTER</b>	<b>30</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 - ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ</b>	<b>37</b>
4.1 ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	37
4.2 Η ΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΤΩΝ ΒΑΣΙΚΩΝ ΜΕΓΕΘΩΝ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ	42
4.2.1 ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ	42
4.2.3 ΤΡΙΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ	44
4.2.4 ΜΑΚΡΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ	45
4.2.5 ΕΙΔΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ	51
4.3 ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ	53
4.3.1 ΚΛΑΔΟΙ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ	56
4.3.2 ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΣΥΝΔΕΣΜΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ	65
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 - ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΔΕΣΜΕΣ ΟΜΟΕΙΔΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (CLUSTERS)</b>	<b>74</b>
5.1 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	74
5.2 ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	86
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 - ΔΕΣΜΗ ΟΜΟΕΙΔΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</b>	<b>92</b>
6.1 ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	92
6.2 Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	97
6.3 ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ	102
6.3.1 ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	102
6.3.2 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΖΗΤΗΣΗΣ	107
6.3.3 ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΕΣ ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ	109
6.3.4 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ, ΔΟΜΗ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ	110
6.3.5 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ	114
6.3.6 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΥΚΑΙΡΙΑΣ	116
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 - ΔΕΣΜΗ ΟΜΟΕΙΔΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΗΣ ΝΑΥΤΙΑΙΑΣ</b>	<b>118</b>
7.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ – ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	118
7.2 ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΗΣ ΝΑΥΤΙΑΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ & ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΝΑΥΤΙΑΙΑΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	123
7.3 ΠΗΓΕΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ	129
7.3.1 ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	129
7.3.2 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΖΗΤΗΣΗΣ	130

7.3.3 ΣΧΕΤΙΖΟΜΕΝΕΣ ΚΑΙ ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ	131
7.3.4 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ, ΔΟΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ	139
7.3.5 ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΗΣ	145
7.3.6 ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΥΚΑΙΡΙΑΣ	149

---

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8- ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ** **152**

ΓΑΛΕΡΙΟ ΓΕΡΑΝΙ

# ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η εθνική ευημερία δημιουργείται και δεν κληρονομείται. Δεν αναδύεται μέσα από τους φυσικούς πόρους, το εργατικό δυναμικό, το επιτόκιο ή την αξία του εθνικού νομίσματος όπως επιμένουν αρκετοί οικονομολόγοι.

Η ανταγωνιστικότητα μιας εθνικής οικονομίας εξαρτάται από την ικανότητα της βιομηχανίας της να καινοτομεί και να αναβαθμίζεται. Οι εταιρείες αποκτούν πλεονέκτημα έναντι των διεθνών ανταγωνιστών όταν λειτουργούν κάτω από καθεστώς πίεσης και προκλήσεων. Επωφελούνται της παρουσίας ισχυρών εγχώριων ανταγωνιστών, δημιουργικών και επιθετικών προμηθευτών καθώς και απαιτητικών εγχώριων καταναλωτών.

Σε μια εποχή αυξανόμενης παγκοσμιοποίησης της οικονομίας τα κράτη έχουν αποκτήσει μεγαλύτερη σημασία (Porter, 1996). Η βάση του ανταγωνισμού έχει μεταφερθεί στο πεδίο της δημιουργίας και διασποράς γνώσης και άρα ο ρόλος της κρατικής οντότητας έχει αναβαθμιστεί. Διαφορές σε εθνικές αξίες, κουλτούρα, ήθη και έθιμα, οικονομικές δομές και ιδρύματα όλα συνεισφέρουν με τον τρόπο τους στην απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Σίγουρα καμία εθνική οικονομία στον κόσμο δεν είναι ανταγωνιστική σε όλους τους βιομηχανικούς κλάδους ούτε καν στους περισσότερους καθώς η απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε συγκεκριμένο κλάδο εξαρτάται από το εγχώριο περιβάλλον ανταγωνισμού, δυναμικής και προκλήσεων.

Σύμφωνα με την υπάρχουσα σχολή οικονομικής σκέψης το κόστος εργασίας, το επιτόκιο, οι συναλλαγματικές αξίες και οι οικονομίες κλίμακος είναι τα πιο βασικά στοιχεία καθορισμού του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Στον κόσμο των εταιρειών επικρατούν έννοιες όπως συγχώνευση, συμμαχία, στρατηγικές συνεργασίες και παγκοσμιοποιημένες διαδικασίες. Οι μάντζερς πιέζουν τις κυβερνήσεις για μεγαλύτερη υποστήριξη και προστατευτισμό απέναντι σε συγκεκριμένους βιομηχανικούς κλάδους. Όλες αυτές οι πρακτικές στην πραγματικότητα αποτυγχάνουν γιατί αγνοούν την πραγματική προέλευση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Η εφαρμογή τους συνήθως αποφέρει



βραχυπρόθεσμα αποτελέσματα και αδυνατεί να εξασφαλίσει σε μια εθνική οικονομία σταθερό και συνεχές ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε κάποιο βιομηχανικό κλάδο. Υπάρχει η ανάγκη για ένα νέο εργαλείο ανάλυσης, μια νέα προσέγγιση της ανταγωνιστικότητας η οποία να πηγάζει από την ανάλυση επιτυχημένων βιομηχανικών κλάδων ανά τον κόσμο χωρίς την παρεμβολή των κλασικών οικονομικών θεωριών και αιτιάσεων. Αυτό που πρέπει να αναλυθεί είναι τι είναι αυτό που κάνει κάποιους κλάδους σε ορισμένες χώρες επιτυχημένους και στη συνέχεια να εφαρμοστεί σε κάποια άλλη εθνική οικονομία όπως η ελληνική.

Η εθνική ανταγωνιστικότητα είναι το βασικό μέλημα της κυβέρνησης μιας χώρας αλλά είναι και μια έννοια που δεν μπορεί να καθοριστεί με την ακρίβεια που καθορίζεται η ανταγωνιστικότητα σε μια εταιρεία. Το να αναλυθεί η ανταγωνιστικότητα μιας χώρας με μακροοικονομικά μεγέθη όπως το βασικό επιτόκιο, το εθνικό νόμισμα ή το εμπορικό ισοζύγιο δεν είναι ακριβής (Porter, 1996). Χώρες όπως η Ιαπωνία, η Ιταλία και η Ν. Κορέα παρουσιάζουν υψηλό βιοτικό επίπεδο σε αντίθεση με το ελλειμματικό εμπορικό τους ισοζύγιο, η Ελβετία παρά το υπερτιμημένο και άκαμπτο νόμισμα της και η Ιταλία όπως και η Κορέα παρά το υψηλό βασικό επιτόκιο. Άλλη άποψη υποστηρίζει ότι βασική παράμετρος της ανταγωνιστικότητας είναι το φθινό και άφθονο ανθρώπινο δυναμικό όμως οικονομίες όπως της Ινδονησίας ή του Μεξικό δεν μπορούν να θεωρηθούν ανεπτυγμένες και πρότυπα ανταγωνιστικότητας. Άλλωστε η Γερμανία, η Σουηδία και η Ελβετία ευημερούν με ιδιαίτερα υψηλές αμοιβές για τους εργαζόμενους καθώς και με περιορισμένο ανθρώπινο δυναμικό. Μια ακόμη άποψη που βασίζεται σε κλασική οικονομική θεώρηση συνδέει την ανταγωνιστικότητα με την αφθονία των φυσικών πόρων μιας χώρας. Πώς όμως εξηγείται η ανάπτυξη και η ευημερία οικονομιών χωρών με περιορισμένους φυσικούς πόρους όπως η Ιαπωνία και η Ιταλία; Τα τελευταία χρόνια υπάρχει η άποψη ότι η ανταγωνιστικότητα σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό με την κυβερνητική πολιτική μιας χώρας η οποία μπορεί να εκφραστεί με προστατευτισμό, δασμούς, ποσοστώσεις για συγκεκριμένο βιομηχανικό κλάδο. Είναι αλήθεια ότι αρκετές χώρες στο παρελθόν χρησιμοποίησαν αυτές τις μεθόδους και σε μερικές από αυτές υπήρξε και αποτέλεσμα όπως στην Ιαπωνία και στην Ν. Κορέα χωρίς όμως να σημαίνει ότι

μπορεί να γίνει κανόνας ανταγωνιστικότητας μια τέτοια τακτική στο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον της εποχής μας. Και είναι αλήθεια ότι η κυβερνητική παρέμβαση σε επιτυχημένους κλάδους αυτών των χωρών υπήρξε ελάχιστη. Άλλες προσεγγίσεις εμπλέκουν τα διάφορα στύλ διοίκησης στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας χώρας περιλαμβάνοντας σε αυτά τις σχέσεις διοίκησης-εργαζομένων. Βέβαια διαφορετικοί βιομηχανικοί κλάδοι απαιτούν και διαφορετικές προσεγγίσεις στο θέμα της διοίκησης. Δεν θα μπορούσε να διοικηθεί αποτελεσματικά μια Γερμανική αυτοκινητοβιομηχανία με το στύλ διοίκησης των μικρών και ευέλικτων Ιταλικών εταιρών ένδυσης. Όπως επίσης παρά την φημολογούμενη αρνητική επίδραση των συνδικάτων στην δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος τα συνδικάτα στη Γερμανία και στη Σουηδία, κράτη ανεπτυγμένα και με ιδιαίτερα υψηλό βιοτικό επίπεδο, είναι ιδιαίτερα ισχυρά και το εργασιακό νομοθετικό πλαίσιο από τα πλέον δύσκαμπτα του κόσμου.

Ο ορισμός του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μιας χώρας φαντάζει ιδιαίτερα πολύπλοκη υπόθεση καθώς όλες οι παραπάνω ερμηνείες εμπεριέχουν αλήθεια αλλά δεν μπορούν να προσδιορίσουν ακριβώς την έννοια. Η μόνη προσέγγιση που πλησιάζει στην πραγματική απόδοση της έννοιας του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε εθνικό επίπεδο είναι η **παραγωγικότητα**. Με τον όρο παραγωγικότητα ορίζεται η αξία μιας εκροής που παράγεται από μία μονάδα εργασίας ή κεφαλαίου (Porter, 1996). Ο πρωταρχικός στόχος μιας χώρας είναι να παράγει, να διατηρεί και να αυξάνει υψηλό βιοτικό επίπεδο για τους πολίτες της. Η ικανότητα για να το κάνει αυτό πηγάζει από την παραγωγικότητα με την οποία απασχολεί το ανθρώπινο δυναμικό της και το επενδύόμενο κεφάλαιο. Η παραγωγικότητα είναι η βασική παράμετρος καθορισμού του μακροχρόνιου βιοτικού επιπέδου μιας χώρας και είναι και η βασική πηγή του κατα κεφαλήν εθνικού εισοδήματος. Η παραγωγικότητα του ανθρώπινου δυναμικού μιας χώρας καθορίζει τους μισθούς των εργαζομένων ενώ η παραγωγικότητα με την οποία επενδύεται το κεφάλαιο καθορίζει τα κέρδη για τους κατόχους του. Το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων μιας χώρας εξαρτάται από την ικανότητα των εταιρειών της να επιτυγχάνουν υψηλούς ρυθμούς παραγωγικότητας και να μπορούν να την αυξάνουν και να βελτιώνονται στο πέρασμα των χρόνων. Το διεθνές εμπόριο και οι

ξένες επενδύσεις μπορούν να βοηθήσουν στην αύξηση της παραγωγικότητας αλλά ταυτόχρονα μπορεί να την ζημιώσουν. Υποστηρίζουν την αύξηση της παραγωγικότητας με την εξειδίκευση βιομηχανικών κλάδων μιας χώρας σε τομείς στους οποίους οι εταιρείες είναι πιο παραγωγικές και άρα πιο ανταγωνιστικές ενώ χρησιμοποιούν εισαγωγές όπου οι εταιρείες της χώρας υστερούν σε παραγωγικότητα. Κανένα έθνος δεν μπορεί να είναι ανταγωνιστικό σε πολλούς βιομηχανικούς κλάδους ταυτόχρονα και ακόμα και τα κράτη με υψηλό βιοτικό επίπεδο έχουν βιομηχανικούς κλάδους που δεν είναι ανταγωνιστικοί. Η ιδανική συνταγή της χρησιμοποίησης του περιορισμένου ανθρώπινου δυναμικού, πόρων και κεφαλαίου μιας χώρας στους πιο παραγωγικούς κλάδους μιας οικονομίας προϋποθέτει την αναγνώριση αυτών των κλάδων και την κυβερνητική παράμβαση προς αυτή την κατεύθυνση. Το διεθνές εμπόριο και οι ξένες επενδύσεις μπορούν όμως να ζημιώσουν την αύξηση της παραγωγικότητας καθώς εκθέτουν τις εταιρείες μιας χώρας στον διεθνή ανταγωνισμό και υπάρχει ο κίνδυνος να απωλέσει την ικανότητα ένα κράτος να ανταγωνιστεί σε κλάδους υψηλής παραγωγικότητας - υψηλών εργασιακών αμοιβών με αποτέλεσμα να υπονομευτεί το εθνικό βιοτικό επίπεδο.

Το να καθοριστεί η ανταγωνιστικότητα μιας χώρας απ' το αν έχει θετικό εμπορικό ισοζύγιο ή όχι είναι πάλι λανθασμένο καθώς μια αύξηση των εξαγωγών η οποία οφείλεται σε χαμηλούς μισθούς ή υποτιμημένο νόμισμα, την ίδια στιγμή την οποία η χώρα εισάγει προϊόντα υψηλής τεχνολογίας τα οποία δεν μπορούν να παράγουν ανταγωνιστικά εγχώριες επιχειρήσεις μπορεί να δημιουργήσει θετικό εμπορικό ισοζύγιο αλλά ταυτόχρονα να υποβαθμίσει το εθνικό βιοτικό επίπεδο. Άλλωστε ανταγωνιστικότητα δεν σημαίνει απλά μηδενική ανεργία. Είναι ο τύπος της εργασίας, και όχι απλά η ικανότητα να χρησιμοποιείς εργατικό δυναμικό με χαμηλούς μισθούς, ο οποίος είναι αποφασιστικός παράγοντας για την οικονομική ανάπτυξη και ευημερία (Porter, 1990).

Χρειάζεται ένα νέο υπόδειγμα για την διεθνή ανταγωνιστικότητα το οποίο θα ξεφεύγει από τα στενά όρια του κόστους ή της βέλτιστης διαχείρισης των εισροών που επαγγέλεται η κλασική οικονομική θεωρία, ένα υπόδειγμα που θα εμπλέκει έννοιες όπως η παραγωγικότητα, η καινοτομία, η επένδυση σε έρευνα και

ανάπτυξη και η αντιστοφή εγγενών αδυναμιών μιας χώρας όπως οι περιορισμένοι φυσικοί πόροι και η μορφολογία του εδάφους, σε πλεονεκτήματα. Η εφαρμογή ενός τέτοιου υποδείγματος σε χώρες με μικρομεσαίες οικονομίες όπως είναι η Ελλάδα, μπορεί να αναδείξει τα πραγματικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, το πώς μπορούν να επικεντρωθούν σε συγκεκριμένους κλάδους της βιομηχανίας οι προσπάθειες της πολιτείας και των επιχειρηματιών και πώς θα βελτιωθεί ουσιαστικά το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων της χώρας.

Η ελληνική οικονομία μετά την μεταστροφή των τελευταίων 25 χρόνων και τα κοσμογονικά γεγονότα που άλλαξαν την πορεία της χώρας στην Ευρώπη όπως η είσοδος στην Ευρωπαϊκή Ένωση, μετέπειτα στην ΟΝΕ και τελικά στην υιοθέτηση του Euro, βασίζεται πια στον τομέα των υπηρεσιών (Κορρές, 2003). Μετά από μια μεγάλη περίοδο επένδυσης στη βιομηχανία (βαριά και ελαφριά), ήρθε η περίοδος της ύφεσης και τελικά της αποβιομηχάνισης της χώρας. Η αποβιομηχάνιση οφείλεται σε πολλούς λόγους πολλοί εκ των οποίων ήταν πέρα από τις δυνατότητες της πολιτείας ή του επιχειρηματικού κόσμου για να αντιμετωπιστούν εγκαίρως. Η ελληνική οικονομία όμως βρίσκεται αυτή τη στιγμή σε δυσχερή θέση καθώς δεν υπάρχει ουσιαστικά παραγωγική βάση, το δημόσιο χρέος βρίσκεται σε ιστορικό ρεκόρ, η κατανάλωση βρίσκεται σε ανοδική τροχιά όπως και η ανεργία και τα κοινοτικά κονδύλια ελατώνονται όσο αυξάνεται ο αριθμός των μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η αντίδραση της πολιτείας και του επιχειρηματικού κόσμου στο νέο περιβάλλον ανταγωνισμού, πιέσεων και παγκοσμιοποίησης ήταν μέχρι στιγμής σπασμωδική. Ο επιχειρηματικός κόσμος, σε σημαντικό ποσοστό, αναζητεί στήριξη από την πολιτεία όχι με θεσμικές κινήσεις αλλά πιέζοντας για απευθείας αναθέσεις έργων, αδιαφανείς διαγωνισμούς και κλίμα προστατευτισμού και συγκάλυψης ενώ η πολιτική εξουσία δεν προχωρά σε κινήσεις που θα έχουν βαρύ πολιτικό κόστος και θα πλήξουν συμφέροντα επιχειρηματιών και συνδικάτων. Ο φορέας που εκπροσωπεί την ελληνική βιομηχανία, ο Σύνδεσμος Ελληνικών Βιομηχανιών, συστηματικά προχωρεί σε υποβολή προτάσεων προς τις εκάστοτε κυβερνήσεις για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και πιέζει για διαρθρωτικές αλλαγές. Υπάρχουν σοβαρά προβλήματα όμως και στον ίδιο τον επιχειρηματικό κόσμο και στον τρόπο με τον οποίο αντιμετωπίζει τις επενδυτικές ευκαιρίες στην

Ελλάδα και στα Βαλκάνια.

Χρειάζεται για την ελληνική οικονομία μια ριζική αναπροσαρμογή του ρόλου της πολιτείας στο χώρο των επιχειρήσεων. Αυτό μπορεί να συμβεί μόνο αν εντοπιστούν τα πραγματικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της οικονομίας της χώρας, οι ανταγωνιστικές αιχμές οι οποίες μπορούν να δώσουν ώθηση στην παραγωγική βάση και να δημιουργήσουν μόνιμες θέσεις εργασίας. Πρέπει να αναγνωριστούν οι παραγωγικοί κλάδοι έτσι ώστε οι προσπάθειες κυβέρνησης και επιχειρηματικού κόσμου να επικεντρωθούν σε αυτή την κατεύθυνση με μοναδικό στόχο την αύξηση της παραγωγικότητας των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων και την αναβάθμιση τελικά του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της χώρας.

#### **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ**

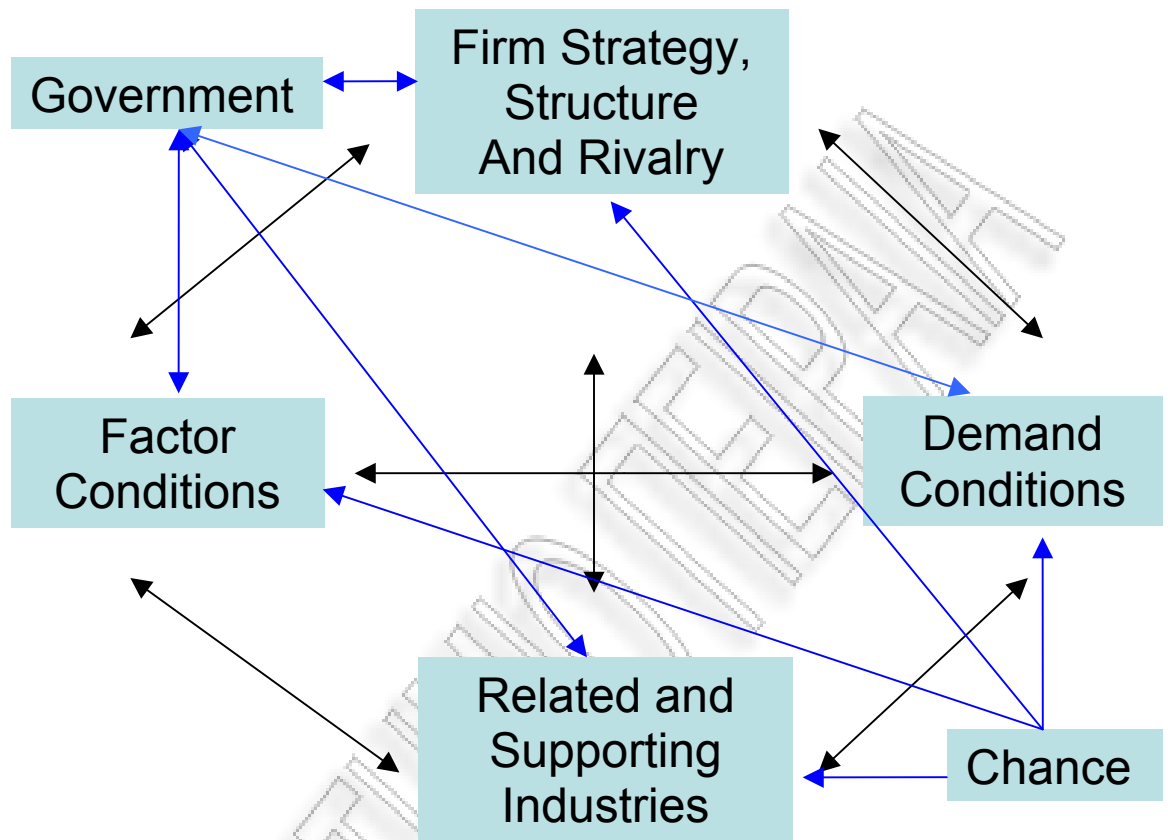
- [1] Porter M., "The competitive advantage of Nations", The Free Press, 1990
- [2] Porter M., "On competition", The Free Press, 1996
- [3] Κορρές Γ. & Χιόνης Δ., "Ελληνική Οικονομία", Εκδ. Σταμούλης, 2003

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

### ΤΟ ΔΙΑΜΑΝΤΙ ΤΟΥ PORTER

Η πιο αξιόλογη προσπάθεια για την ερμηνεία εκείνων των παραμέτρων που μπορούν να οδηγήσουν σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα εταιρείες συγκεκριμένων κλάδων κάποιων χωρών έγινε από τον καθηγητή του Harvard University, Michael.E.Porter με το βιβλίο του *The Competitive Advantage Of Nations* (1990). Στο βιβλίο αυτό ο Porter παραθέτει τις 4 βασικές ομάδες παραμέτρων που οδηγούν στην απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και 2 ακόμα που λειτουργούν συνοδευτικά. Οι τέσσερις βασικές ομάδες παραμέτρων είναι οι συντελεστές παραγωγής, οι παράγοντες της ζήτησης, η εταιρική δομή, στρατηγική και ανταγωνισμός και τέλος η ύπαρξη σχετιζομένων και υποστηρικτικών βιομηχανιών. Οι δύο άλλες παράμετροι που λειτουργούν συνοδευτικά είναι ο ρόλος της κυβέρνησης και οι επενδυτικές ευκαιρίες οι οποίες μαζί με τις υπόλοιπες τέσσερις παραμέτρους δημιουργούν ένα σύστημα με αλληλεπιδρώντα στοιχεία, γνωστό και ως **Διαμάντι του Porter**.

Αυτές οι παράμετροι δημιουργούν το εθνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται οι εταιρείες και μαθαίνουν να ανταγωνίζονται. Κάθε σημείο του διαμαντιού και το ίδιο το διαμάντι σαν σύστημα, επηρεάζει σημαντικά συστατικά που καθορίζουν την επιτυχία στο διεθνές ανταγωνιστικό πεδίο: την αφθονία σε πόρους και εξειδικευμένη εργασία, στοιχεία απαραίτητα για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, τις συνθήκες δημιουργίας επενδυτικών ευκαιριών και τις κατευθύνσεις προς τις οποίες διοχετεύουν οι εταιρείες τους διαθέσιμους πόρους, τους στόχους των επενδυτών, των managers και των εργαζομένων στις εταιρείες, και το πιο σημαντικό ίσως απ' όλα την πίεση λόγω έντονου ανταγωνισμού στις επιχειρήσεις να επενδύουν και να καινοτομούν. Στο Διάγραμμα 2.1 φαίνονται οι παράγοντες του διαμαντιού, δηλαδή οι συντελεστές παραγωγής, οι παράγοντες ζήτησης, οι σχετιζόμενες και υποστηρικτικές βιομηχανίες, η στρατηγική των επιχειρήσεων, δομή και ο ανταγωνισμός καθώς και οι αλληλεπιδράσεις τους.



**Διάγραμμα 2.1.** Το διαμάντι του Porter

### **Συντελεστές παραγωγής(Factor conditions)**

Ο πρώτος παράγοντας περιλαμβάνει τους συντελεστές της παραγωγής οι οποίοι είναι απαραίτητοι για μια βιομηχανία. Αυτοί οι συντελεστές περιλαμβάνουν το ανθρώπινο δυναμικό, φυσικούς πόρους, τεχνογνωσία, κεφάλαιο και υποδομή. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα θα προέλθει από την βέλτιστη χρησιμοποίηση των παραγόντων αυτών. Οι παράγοντες κατηγοριοποιούνται σε βασικούς και σύνθετους. Οι βασικοί παράγοντες περιλαμβάνουν το κλίμα,τη γεωγραφική θέση και την μορφολογία του εδάφους,την τοποθεσία,το ανειδίκευτο ή ημι-ειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό και είναι παράγοντες που κληρονομούνται ή που δημιουργούνται με χαμηλού κόστους επενδύσεις.

Οι σύνθετοι παράγοντες περιλαμβάνουν υποδομή τηλεπικοινωνιών, ερευνητικά προγράμματα πανεπιστημίων, εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό με υψηλό μορφωτικό επίπεδο κ.ά και απαιτούν μεγάλα ποσά επένδυσης, σταθερότητα και συνέπεια για να δημιουργηθούν. Μπορεί να γίνει διαχωρισμός μεταξύ γενικευμένων παραγόντων οι οποίοι μπορούν να χρησιμοποιηθούν από πολλούς διαφορετικούς βιομηχανικούς κλάδους ταυτόχρονα όπως π.χ το οδικό δίκτυο και εξειδικευμένοι παράγοντες οι οποίοι δημιουργούνται για να βρουν εφαρμογή σε συγκεκριμένο κλάδο όπως π.χ εξειδικευμένο προσωπικό για τη χρήση μηχανημάτων στη τσιμεντοβιομηχανία και αυτοί οι παράγοντες είναι πιθανότερο να οδηγήσουν στην απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος παρά οι γενικευμένοι.

Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μπορεί να δημιουργηθεί και όταν υπάρχει μειονέκτημα και αδυναμία σε κάποιον συντελεστή παραγωγής (Porter, 1996). Όταν υπάρχει συγκεκριμένη αδυναμία σε κάποιον παράγοντα όπως είναι το ανθρώπινο δυναμικό ή η έλλειψη φυσικών πόρων τότε οι βιομηχανικοί κλάδοι καινοτομούν και επενδύουν σε νέες τεχνολογίες για να αντιμετωπίσουν αυτές τις αδυναμίες. Είναι χαρακτηριστικό το παράδειγμα της Ιαπωνίας, με τους περιορισμένους φυσικούς πόρους αλλά την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων της σε αρκετούς κλάδους της βαριάς βιομηχανίας. Για να συμβεί αυτό θα πρέπει να υπάρχουν προϋποθέσεις όπως ο ισχυρός εγχώριος ανταγωνισμός, η πρόσβαση των επιχειρήσεων σε εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό, σε ερευνητικά προγράμματα και κυρίως η αποφασιστικότητα των διοικήσεων για καινοτομία και ανάπτυξη. Είναι χαρακτηριστικό το παράδειγμα των Αμερικανικών εταιρειών ηλεκτρικών ειδών οι οποίες μόλις αντιμετώπισαν το πρόβλημα του υψηλού σε σχέση με τον ανταγωνισμό εργατικού κόστους μετέφεραν δραστηριότητες των εταιρειών τους σε χώρες όπως η Ταϊβάν αντί να αναβαθμίσουν και να επενδύσουν στους τομείς οι οποίοι τους παρείχαν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Αντίθετα οι Ιάπωνες ανταγωνιστές επένδυσαν σε αυτοματισμό της παραγωγής τους μειώνοντας τις ανάγκες σε ανθρώπινο δυναμικό και έτσι κατάφεραν να πετύχουν χαμηλό κόστος παραγωγής σε εξαιρετική ποιότητα. Το αποτέλεσμα ήταν πολλές αμερικάνικες εταιρείες να πτωχεύσουν και οι Ιάπωνες ανταγωνιστές να ανοίξουν εργοστάσια στις Η.Π.Α.



## Παράγοντες Ζήτησης (Demand conditions)

Ο δεύτερος παράγοντας είναι αυτός της ζήτησης των παραγομένων προϊόντων και αναφέρεται κυρίως στην φύση και τη σύσταση της εγχώριας ζήτησης. Τρεις βασικές παράμετροι της ζήτησης έχουν ενδιαφέρον. Το μέγεθος και ο ρυθμός ανάπτυξης της εγχώριας αγοράς, η σύσταση και η κατανομή της ζήτησης και τέλος κατά πόσο η εγχώρια ζήτηση αποτελεί μικρογραφία ζήτησης σε διεθνές επίπεδο και κατά πόσο η κουλτούρα και οι συνήθειες των εγχώριων καταναλωτών επιδρούν σε διεθνές επίπεδο. Ο ρόλος της σύστασης της εγχώριας ζήτησης είναι ιδιαίτερα σημαντικός περισσότερο ακόμα και από το μέγεθος ή το ρυθμό ανάπτυξης, για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε διεθνές επίπεδο. Τα κράτη επιτυγχάνουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις βιομηχανίες εκείνες στις οποίες έχουν απαιτητικούς και ενημερωμένους καταναλωτές οι οποίοι με τη σειρά τους εξωθούν τις εταιρείες να επενδύουν και να καινοτομούν για να ικανοποιήσουν τις αυξημένες απαιτήσεις της εγχώριας ζήτησης (Porter, 1996). Αυτό έχει σαν τελικό αποτέλεσμα την δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε σχέση με τους ξένους ανταγωνιστές.

Επίσης σημαντικό ρόλο στη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μπορούν να διαδραματίσουν κάποιες ειδικές συνθήκες που επικρατούν στην εγχώρια ζήτηση. Το παράδειγμα των Ιαπωνικών εταιρειών ηλεκτρικών συσκευών οι οποίες για να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις για μικρές σε μέγεθος, οικονομικές και αθόρυβες συσκευές λόγω έλλειψης μεγάλων χώρων κατοικίας, επένδυσαν σε καινοτομία και νέες τεχνολογίες και τελικά κατάφεραν να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στους περισσότερους κλάδους των ηλεκτρικών συσκευών.

Τέλος σημαντικό ρόλο μπορεί να έχει η εγχώρια ζήτηση σε ότι αφορά την διάδοση των καταναλωτικών συνηθειών και της κουλτούρας της συγκεκριμένης χώρας σε διεθνές επίπεδο. Επίσης μπορεί να λειτουργήσει σαν προπομπός εξελίξεων και αλλαγής συνηθειών σε καταναλωτικό επίπεδο κάτι το οποίο μπορεί να προσδώσει νωρίτερα την ευκαιρία στις εγχώριες εταιρείες να καινοτομήσουν και

κατ επέκταση να αποκτήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με τους ξένους ανταγωνιστές. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι αμερικάνικες εταιρείες τροφίμων, ψυχαγωγίας, υψηλής τεχνολογίας οι οποίες εκμεταλεύονται στο έπακρο την επικράτηση της δυτικής-αμερικάνικης κουλτούρας στις διατροφικές συνήθειες, κινηματογράφο, μουσική, υπολογιστές κι έχουν καταφέρει να αποκτήσουν σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

### **Σχετιζόμενες και Υποστηρικτικές Βιομηχανίες (Related and Supporting Industries).**

Ο τρίτος σημαντικός παράγοντας είναι η παρουσία η όχι στην εξεταζόμενη χώρα προμηθευτών και άλλων σχετιζόμενων βιομηχανιών οι οποίες να ανταγωνίζονται επαρκώς σε διεθνές επίπεδο. Οι ανταγωνιστικοί προμηθευτές ειδικότερα σε καθετοποιημένες βιομηχανίες μπορούν να προσφέρουν σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Δεν είναι μόνο η παροχή σε μηχανήματα, υλικά και πρώτες ύλες η οποία γίνεται πιο γρήγορα και αποτελεσματικά αλλά είναι κυρίως η στενή διασύνδεση σε επίπεδο ανταλλαγής τεχνογνωσίας και πληροφοριών η οποία οδηγεί σε καινοτομία και κατ επέκταση σε απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Οι εταιρείες ενός κλάδου επωφελούνται περισσότερο αν οι προμηθευτές τους είναι οι ίδιοι ανταγωνιστικές εταιρείες σε διεθνές επίπεδο και είναι λανθασμένη στρατηγική η δημιουργία αποκλειστικών προμηθευτών για την εγχώρια παραγωγή και να μη δίνεται η δυνατότητα της επέκτασης τους στο εξωτερικό και της εξυπηρέτησης ξένων εταιρειών. Το ίδιο σημαντική είναι και η ύπαρξη ισχυρών ανταγωνιστικών βιομηχανιών σε σχετιζόμενους κλάδους με τις οποίες μοιράζεται κοινές εισροές υλών και ανθρωπίνου δυναμικού, τεχνογνωσίας και κανάλια διανομής. Η ευκολία ανταλλαγής πληροφοριών, εύρεσης εξειδικευμένου ανθρωπίνου δυναμικού και διάχυσης της τεχνολογίας μπορεί να οδηγήσει σε στρατηγικές συμμαχίες και να δώσει τη δυνατότητα σε αυτές τις εταιρείες να επωφεληθούν από καινοτομίες και νέες τεχνολογίες. Αυτό δεν σημαίνει ότι ένας κλάδος δεν μπορεί να προμηθεύεται τις εισροές του από εταιρείες του εξωτερικού,

αντίθετα μπορούν κι εκεί να δημιουργηθούν ισχυρές συμμαχίες οι οποίες να συμβάλλουν στην απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

### **Στρατηγική της επιχείρησης, δομή και ανταγωνισμός.( Firm Strategy, Structure and Rivalry)**

Ο τέταρτος παράγοντας, ο οποίος είναι και ο πλέον διευρυμένος, περιλαμβάνει την εταιρική στρατηγική και δομή των επιχειρήσεων στον εγχώριο κλάδο καθώς και την ένταση του ανταγωνισμού μεταξύ τους. Οι συνθήκες και οι νόμοι του κράτους δημιουργούν τις τάσεις τις οποίες ακολουθούν οι εταιρείες στον τρόπο που δημιουργούνται, οργανώνονται και διοικούνται καθώς και την ένταση του εγχώριου ανταγωνισμού.

Δεν υπάρχει κάποιο σύστημα διοίκησης το οποίο να εξασφαλίζει τη δημιουργία και διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και να είναι εφαρμόσιμο σε οποιαδήποτε εταιρία οπουδήποτε στον κόσμο. Η ανταγωνιστικότητα πηγάζει από την εφαρμογή του αποτελεσματικότερου και οικειότερου στην εθνική κουλτούρα και βιομηχανία, μοντέλου διοικήσεως και όχι από την επιβολή κάποιου επιτυχημένου σε άλλες χώρες και βιομηχανικούς κλάδους μοντέλου. Σε κλάδους όπου οι Ιταλικές βιομηχανίες είναι επικεφαλής παγκόσμια όπως τα είδη ένδυσης, τα είδη φωτισμού, έπιπλα κ.ά εφαρμόζονται στρατηγικές διείσδυσης σε εξειδικευμένες αγορές, αλλαγής, ευελιξίας οι οποίες συμβαδίζουν με την δυναμικότητα των κλάδων αυτών και το χαρακτήρα του ιταλικού συστήματος διοίκησης. Αντίθετα το Γερμανικό σύστημα λειτουργεί εξαιρετικά σε εταιρείες βαριάς βιομηχανίας και αυξημένου τεχνικού υποβάθρου όπως η χημική βιομηχανία, αυτοκινητοβιομηχανία, φαρμακοβιομηχανία όπου τα σύνθετα προϊόντα απαιτούν ακρίβεια και πιστότητα στην παραγωγή, προσεκτική ανάπτυξη προϊόντος και υποστήριξη μετά την πώληση και άρα απαιτούν ένα αυστηρό και πειθαρχημένο μοντέλο διοικήσεως. Η εφαρμογή του ιταλικού μοντέλου διοικήσεως μιας βιομηχανίας κατασκευής φωτιστικών ειδών σε μια γερμανική φαρμακοβιομηχανία θα ήταν σίγουρα ανεπιτυχής.

Κάθε χώρα επίσης διαφέρει σημαντικά και στους στόχους τους οποίους θέλουν να επιτύχουν οι εγχώριες εταιρείες και τα άτομα. Οι στόχοι των εταιρειών αντανακλούν τα χαρακτηριστικά των εγχώριων αγορών άντλησης κεφαλαίων καθώς και τους τρόπους αποζημίωσης και επιβράβευσης των ικανοτήτων των διοικητικών στελεχών. Για παράδειγμα στη Γερμανία και την Ελβετία όπου οι τράπεζες αποτελούν το μεγαλύτερο κομμάτι των μετόχων στις μεγάλες εταιρείες οι μετοχές θεωρούνται μακροπρόθεσμη επένδυση και δεν υπάρχει πίεση για άμεση απόδοση στην επένδυση. Κατά αυτό τον τρόπο είναι δυνατή η επένδυση σε R&D και σε βασικές υποδομές όπως σύγχρονες εγκαταστάσεις κάτι το οποίο ευνοεί τις επενδύσεις σε ώριμους βιομηχανικούς κλάδους. Αντίθετα στις Η.Π.Α όπου υπάρχει πίεση για άμεση απόδοση των επενδυομένων κεφαλαίων από το επενδυτικό κοινό και όταν οι βασικές πηγές χρηματοδότησης είναι κεφάλαια υψηλού ρίσκου, ευνοούνται οι εταιρείες υψηλής τεχνολογίας και απόδοσης όπως οι εταιρείες ανάπτυξης λογισμικού και βιοτεχνολογίας. Αντίθετα οι εταιρείες σε ώριμους βιομηχανικούς κλάδους όπως οι αυτοκινητοβιομηχανίες αντιμετωπίζουν φαινόμενα αποεπένδυσης.

Επίσης σημαντικό στοιχείο στην απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος είναι και η φύση και οι φιλοδοξίες του ανθρώπινου δυναμικού της χώρας σε συνδυασμό με τις εθνικές απαιτήσεις και αξίες. Το πραγματικά ταλαντούχο ανθρώπινο δυναμικό είναι σπάνιο σε κάθε χώρα και η επιτυχία μιας χώρας εξαρτάται από το είδος της εκπαίδευσης των ταλαντούχων ανθρώπων της, το πού θα επιλέξουν να εργαστούν, το επίπεδο των προσπαθειών και φιλοδοξιών τους. Οι εθνικές αξίες και απαιτήσεις συνήθως στρέφουν σε συγκεκριμένες κατευθύνσεις το αξιόλογο ανθρώπινο δυναμικό καθώς είναι πλέον πιθανό μια χώρα να είναι πετυχημένη και ανταγωνιστική σε δραστηριότητες τις οποίες θαυμάζουν και αποδέχονται σαν σύμβολα. Στην Ελβετία αυτό ισχύει για το τραπεζικό σύστημα και τις φαρμακοβιομηχανίες, στο Ισραήλ για την αγροτική παραγωγή και τα αμυντικά συστήματα κ.ο.κ.

Τέλος η παρουσία ισχυρών εγχώριων ανταγωνιστών αποτελεί το σημαντικότερο ερέθισμα για τη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος (Porter, 1996). Η δεδομένη επιτυχία και παγκόσμια κυριαρχία των Ελβετικών

φαρμακοβιομηχανιών, των Αμερικανικών εταιρειών ανάπτυξης λογισμικού και κατασκευής υπολογιστών, των Ιαπωνικών εταιρειών κατασκευής οπτικοακουστικών μέσων οφείλεται κατά μεγάλο μέρος στον ισχυρότατο εγχώριο ανταγωνισμό στους αντίστοιχους βιομηχανικούς κλάδους. Ανάμεσα σε όλα τα σημεία του «διαμαντιού», ο ρόλος του ισχυρού εγχώριου ανταγωνισμού διαδραματίζει τον σημαντικότερο ρόλο και αυτό λόγω του δραστικού επηρεασμού των υπολοίπων στοιχείων.

Η συμβατική αντίληψη για το ρόλο των εταιρειών στην εγχώρια οικονομία υποστηρίζει ότι ο εγχώριος ανταγωνισμός είναι άσκοπος καθώς αποδυναμώνει τις δεδομένες παραγωγικές δυνατότητες μιας χώρας σε κάποιο κλάδο και εμποδίζει τις εταιρείες να επιτύχουν οικονομίες κλίμακος. Έτσι είναι συνηθισμένη τακτική ο προστατευτισμός από την κεντρική εξουσία των μεγαλύτερων εταιρειών κάθε κλάδου και η ενδυνάμωσή τους με όλα τα απαραίτητα παραγωγικά μέσα και προμήθειες (π.χ Intracom). Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την αποδυνάμωση της ανταγωνιστικότητας των εταιρειών αυτών καθώς δεν επωφελούνται από τις ευεργετικές επιδράσεις του ισχυρού εγχώριου ανταγωνισμού και μόλις δεχθούν ισχυρές πιέσεις από τους ξένους ανταγωνιστές συνήθως συρρικνώνονται ή εξαγοράζονται. Ο εγχώριος ανταγωνισμός δημιουργεί πίεση στην εταιρεία να βελτιώσει προϊόντα και υπηρεσίες και να στραφεί στην έρευνα και στην καινοτομία. Οι ανταγωνιστές πιέζουν ο ένας τον άλλο σε χαμηλότερο κόστος παραγωγής, βελτίωση ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών, δημιουργία νέων προϊόντων και διαδικασιών παραγωγής. Αλλά η σημαντική διαφορά σε σχέση με τον παγκόσμιο ανταγωνισμό είναι ότι ξεφεύγει από τα στενά όρια του οικονομικού ανταγωνισμού που προσμετράται σε επίπεδα καθαρών κερδών και μεριδίου αγοράς και εισέρχεται σε ανταγωνισμό για ανθρώπινο δυναμικό, για ικανά στελέχη, για βελτιστοποίηση τεχνολογίας και τέλος για την αίγλη και την εγχώρια κυριαρχία. Η επιτυχία μιας εγχώριας εταιρείας δείχνει το δρόμο της επιτυχίας και στους άλλους ανταγωνιστές ή στους επίδοξους ανταγωνιστές σε κάποιο κλάδο. Σημαντικό ρόλο σε αυτό διαδραματίζει και η γεωγραφική εγγύτητα των ανταγωνιστών καθώς ενδυναμώνει την σφοδρότητα του ανταγωνισμού σε όλα τα επίπεδα. Οι επιτυχημένες Ιταλικές εταιρείες κατασκευής κοσμημάτων βρίσκονται

συγκεντρωμένες στην περιοχή του Arezzo, οι ιαπωνικές εταιρείες κατασκευής μοτοσυκλετών και μουσικών οργάνων στο Hamamatsu και οι ελβετικές φαρμακοβιομηχανίες στη Basel. Ένα ακόμα σημαντικό όφελος από την παρουσία του ισχυρού εγχώριου ανταγωνισμού είναι η πίεση που δημιουργεί στις εταιρείες για συνεχή αναβάθμιση της πηγής του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος καθώς η παρουσία ισχυρών εγχώριων ανταγωνιστών ακυρώνει ουσιαστικά το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που δημιουργείται από την παρουσία και εγκατάσταση στη χώρα και την εκμετάλλευση των απλών συντελεστών παραγωγής όπως είναι το χαμηλό κόστος εργασίας, ο προστατευτισμός από εισαγωγές κ.ά. Οι εταιρείες με αυτό τον τρόπο αναγκάζονται να προχωρήσουν ένα βήμα πιο μπροστά με αποτέλεσμα τη δημιουργία συνεχούς ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Επίσης αποκτούν μια πιο έντιμη σχέση με τους κυβερνητικούς μηχανισμούς καθώς ο ρόλος της κυβερνητικής πολιτικής περιορίζεται σε επενδύσεις σε υποδομές, σε πανεπιστημιακή έρευνα και στη βοήθεια διείσδυσης σε ξένες αγορές. Τέλος, είναι τελικά, ο ισχυρός εγχώριος ανταγωνισμός που πιέζει τις εταιρείες να ανζητήσουν ξένες αγορές και τις ενδυναμώνει για να επιτύχουν με τις εξαγωγές. Και όταν μια εταιρεία έχει καταφέρει να επιβιώσει σε τόσο σκληρό εγχώριο ανταγωνισμό είναι πιο εύκολο να προσαρμοστεί σε συνθήκες διεθνούς ανταγωνισμού.

### **Ο ρόλος της κυβέρνησης (The Role of Government)**

Στη συνεχιζόμενη διαμάχη πάνω στο θέμα της ανταγωνιστικότητας των εθνών το περισσότερο μελάνι έχει χυθεί για το ρόλο της κυβέρνησης. Υπάρχει η θεωρία που βλέπει την κυβέρνηση σαν ουσιαστικό αρωγό και παραστάτη των προσπάθειών συγκεκριμένων εταιρειών με σωρεία πολιτικών αποφάσεων. Στον αντίποδα υπάρχει η θεώρηση της ελεύθερης αγοράς όπου η παρουσία της κυβέρνησης είναι διακοσμητική και όλα καθορίζονται από τους άρατους κανόνες της αγοράς. Και οι δύο απόψεις είναι λανθασμένες. Όταν υπάρχει περιβάλλον προστατευτισμού και άμεσης παρέμβασης της κυβερνητικής πολιτικής στον επιχειρηματικό κόσμο συρρικνώνεται η ανταγωνιστική ικανότητα των εταιρειών και το μόνο που επιτυγχάνεται είναι μια πρόσκαιρη ψευδαίσθηση ευημερίας η οποία

για να συντηρηθεί απαιτεί όλο και περισσότερη κυβερνητική υποστήριξη στο μέλλον. Από την άλλη πλευρά με την εξαφάνιση της κρατικής παρουσίας στον κόσμο των επιχειρήσεων αγνοείται ο θεσμικός και νομοθετικός ρόλος της κεντρικής εξουσίας στη διαμόρφωση των κανόνων υγιούς ανταγωνισμού, εκπαιδευτικών και βασικών υποδομών σε ένα οργανωμένο και συντεταγμένο κράτος.

Η ενδεδειγμένη και αποτελεσματική κυβερνητική πολιτική πρέπει να λειτουργεί σαν καταλύτης και δημιουργός προκλήσεων και ευκαιριών για τον επιχειρηματικό κόσμο ενός κράτους καθώς βασικός της σκοπός πρέπει να είναι η ενθάρρυνση των εγχώριων εταιρειών για ανάπτυξη της παραγωγικότητας, επίτευξη υψηλών επιπέδων ποιότητας και ανταγωνιστικότητας. Μια κυβέρνηση δεν μπορεί να δημιουργήσει ανταγωνιστικές βιομηχανίες μόνο οι εταιρείες μπορούν να το κάνουν αυτό πράξη. Οι επιτυχημένες κυβερνητικές πολιτικές είναι αυτές που δημιουργούν ένα περιβάλλον μέσα στο οποίο καλλιεργείται το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των εταιρειών που δραστηριοποιούνται και δεν μπορεί να λειτουργεί η κεντρική εξουσία άμεσα στη διαδικασία δημιουργίας ανταγωνιστικότητας αλλά μόνο έμμεσα. Στην πράξη οι περισσότερες κυβερνήσεις προτιμούν τις εύκολες λύσεις του προστατευτισμού, των συγχωνεύσεων και των άμεσων προμηθειών σε επιλεγμένες εταιρείες οι οποίες οδηγούν με μαθηματική ακρίβεια στην απώλεια πιθανού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Η διαδικασία απόκτησης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος είναι χρονοβόρα καθώς απαιτεί τη δημιουργία υποδομών, αναβάθμιση των ανθρωπίνων πόρων μέσω εκπαιδευτικών διαδικασιών, άνοιγμα νέων αγορών, επενδύσεις σε εγκαταστάσεις και τηλεπικοινωνίες, μια διαδικασία που μπορεί να διαρκέσει και δύο δεκαετίες. Δύο δεκαετίες για τον κόσμο των επιχειρήσεων είναι ρεαλιστικός χρόνος για την πολιτική όμως είναι αιωνιότητα. Υπάρχουν συγκεκριμένες πολιτικές που αν ακολουθηθούν μπορούν να αποτελέσουν τη βάση για δημιουργία εθνικού ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, πολιτικές που ενθαρρύνουν την αλλαγή, εντείνουν τον εγχώριο ανταγωνισμό, πιέζουν για καινοτομία. Μερικές από αυτές είναι:

- α) Έμφαση στη δημιουργία εξειδικευμένων συντελεστών παραγωγής
- β) Αποφυγή παρέμβασης στις συναλλαγματικές ισορροπίες.

γ) Επιβολή αυστηρών προδιαγραφών ποιότητας, ασφαλείας και προστασίας του περιβάλλοντος για τα προϊόντα.

δ) Περιορισμός της απευθείας συνεργασίας μεταξύ ανταγωνιστών στον ίδιο κλάδο.

ε) Κίνητρα για επενδύσεις – φορολογικές απαλλαγές

στ) Ισχυρή αντιμονωπολιακή νομοθεσία.

### **Ο ρόλος της ευκαιρίας (The Role of Chance)**

Υπάρχουν στην παγκόσμια σκηνή γεγονότα τα οποία δεν μπορούν να προβλεφθούν ή να αποφευχθούν από τον επιχειρηματικό κόσμο μιας χώρας και επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό την έννοια της ανταγωνιστικότητας. Αυτά τα γεγονότα μπορούν να θεωρηθούν ευκαιρίες και είναι στην ευχέρεια των εταιρειών να τα αξιολογήσουν, να ανακαλύψουν πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα και να καθορίσουν ανάλογα τις μελλοντικές τους κινήσεις με βάση τη σύσταση του διαμαντιού ανταγωνιστικότητας. Τέτοια γεγονότα είναι οι εφευρέσεις, οι πόλεμοι, φυσικές καταστροφές, ξαφνικές αυξήσεις σε πρώτες βασικές ύλες όπως το πετρέλαιο και σημαντικές πολιτικές αλλαγές σε κράτη όπου έχουν ήδη επενδύσει.

### **Το διαμάντι σαν σύστημα**

Καθένας από τους παράγοντες που αναλύθηκαν παραπάνω αντιστοιχεί σε ένα από τα τέσσερα σημεία του διαμαντιού και η μεταβολή σε ένα από αυτά τα σημεία επιδρά στα υπόλοιπα τρία με αποτέλεσμα να δημιουργείται ένα σύστημα από αλληλοεπιδρώντα στοιχεία. Δύο είναι τα σημαντικότερα στοιχεία του συστήματος: ο εγχώριος ανταγωνισμός και η γεωγραφική συγκέντρωση των ανταγωνιζομένων επιχειρήσεων (Porter, 1990). Αυτό συμβαίνει γιατί ο μεν εγχώριος ανταγωνισμός προάγει την αναβάθμιση των άλλων παραμέτρων η δε γεωγραφική συγκέντρωση ενισχύει την αλληλεπίδραση των τεσσάρων



διαφορετικών παραγόντων. Ο ρόλος του έντονου εγχώριου ανταγωνισμού αποδεικνύει πως το διαμάντι λειτουργεί σαν σύστημα ανάδρασης καθώς η σφοδρότητα του ανταγωνισμού συμβάλλει στην ανάπτυξη εξειδικευμένων συντελεστών παραγωγής ειδικότερα αν οι ανταγωνιστές βρίσκονται στον ίδιο γεωγραφικό χώρο. Επίσης οι δραστήριοι ανταγωνιστές αναβαθμίζουν την εγχώρια ζήτηση καθώς οι καταναλωτές μαθαίνουν να αναμένουν προϊόντα τα οποία βελτιώνονται συνεχώς. Τα αποτελέσματα και οι αλληλεπιδράσεις των παραμέτρων μέσα στο σύστημα-διαμάντι λειτουργούν προς όλες τις κατευθύνσεις: οι επιτυχημένοι προμηθευτές συχνά μετατρέπονται σε παραγωγοί και το αντίθετο καθώς δυναμικοί αγοραστές αποφασίζουν να κατασκευάζουν τα μηχανήματα που προμηθεύονται. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτά των ιαπωνικών εταιρειών Matsushita και Kawasaki που πέρασαν από το επίπεδο του αγοραστή αυτοματισμών σε αυτό του προμηθευτή άλλων εταιρειών σε παγκόσμια κλίμακα. Τέλος μια από τις σημαντικότερες συνέπειες του συστήματος – διαμαντιού στην εγχώρια βιομηχανία φαίνεται από το γεγονός της δημιουργίας ανταγωνιστικών εταιρειών σε περισσότερους από ένα βιομηχανικούς κλάδους, δημιουργούνται δηλαδή **δέσμες ομοειδών (clusters)** ανταγωνιστικών βιομηχανιών. Οι ανταγωνιστικές εταιρείες δεν διασκορπίζονται σε όλο το φάσμα της οικονομικής δραστηριότητας ούτε καλύπτουν ανομοιογενώς μεγάλες γεωγραφικές περιοχές. Συνήθως συνδέονται μεταξύ τους με σχέσεις κάθετες (πωλητής-αγοραστής) ή οριζόντιες (κοινοί πελάτες, τεχνολογία, κανάλια διανομής) και είναι συγκεντρωμένες σε δεδομένες γεωγραφικές περιοχές.

### **Δέσμη Ομοειδών Επιχειρήσεων (Clusters) και Ανταγωνιστικότητα**

Η θεωρία της δημιουργίας δέσμης ομοειδών επιχειρήσεων παρουσιάζει έναν καινούριο τρόπο αντίληψης της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων καθώς αναδεικνύει τη σημασία της τοποθεσίας για την απόκτηση και διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Υπάρχει νέος ρόλος για την κυβέρνηση, τις εταιρείες, τα ερευνητικά κέντρα και πανεπιστημιακά ιδρύματα, προς την

κατεύθυνση της δημιουργίας ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Μία δέσμη ομοειδών επιχειρήσεων (cluster) είναι μια ομάδα επιχειρήσεων οι οποίες είναι συγκεντρωμένες στον ίδιο γεωγραφικό χώρο και συνδέονται μεταξύ τους είτε με κοινούς στόχους και αντικείμενο είτε με συμπληρωματικούς (Porter, 1996). Από γεωγραφικής άποψης μια δέσμη ομοειδών επιχειρήσεων μπορεί να περιλαμβάνει από μια πόλη, μια πολιτεία ή ακόμα και χώρα μέχρι και ομάδες γειτονικών χωρών. Ανάλογα με το βάθος τους και τη σύσταση τους έχουν διάφορες μορφές αλλά οι περισσότερες περιλαμβάνουν μεταποιητικές εταιρείες και εταιρείες παροχής υπηρεσιών, προμηθευτές εξειδικευμένων εισροών, χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και εταιρείες σε σχετιζόμενους κλάδους. Αποτελούν ένα κομμάτι από το συστημιακό διάγραμμα, αυτό των σχετιζόμενων και υποστηρικτικών βιομηχανιών, αλλά είναι χαρακτηριστικό παράδειγμα αλληλεπίδρασης και των τεσσάρων παραμέτρων. Οι δέσμες ομοειδών επιχειρήσεων επηρεάζουν τον ανταγωνισμό με τρεις διαφορετικούς και καθοριστικούς τρόπους :αύξηση παραγωγικότητας των εταιρειών που αποτελούν τη δέσμη, αύξηση της δυνατότητας για καινοτομία και ρυθμού παραγωγής και τέλος διέγερση δημιουργίας νέων ανταγωνιστικών εταιρειών στον ίδιο κλάδο, με αποτέλεσμα την επέκταση μιας δέσμης ομοειδών επιχειρήσεων και την ενδυνάμωση του ανταγωνισμού. Η δέσμη ομοειδών επιχειρήσεων μπορεί να οριστεί και σαν σύστημα συνδεδεμένων εταιρειών και ιδρυμάτων των οποίων η αξία σαν σύνολο είναι μεγαλύτερη από το άθροισμα των επιμέρους αξιών των μελών του συστήματος.

### ***Δέσμες ομοειδών εταιρειών και παραγωγικότητα***

Η επίδραση της δέσμης ομοειδών εταιρειών στην παραγωγικότητα φαίνεται με πολλούς διαφορετικούς τρόπους. Βασική επίδραση η πρόσβαση σε εξειδικευμένες εισροές και ανθρώπινο δυναμικό (Porter, 1996). Η εύρεση εξειδικευμένων πρώτων υλών, μηχανημάτων, εξαρτημάτων καθώς και αθροιστικού δυναμικού μέσα στα όρια μιας δέσμης ομοειδών εταιρειών οδηγεί στην μείωση του μεταφορικού κόστους, στην εξάλειψη της ανάγκης μεγάλων αποθηκευτικών χώρων

και άρα εξόδων αποθήκευσης και διατήρησης αποθεμάτων, ενώ μπορεί να γίνει αποδοτικότερη η συνεργασία με προμηθευτές που βρίσκονται μέσα στα γεωγραφικά όρια της δέσμης σε θέματα τιμών και τεχνολογικής ανάπτυξης προϊόντων. Επίσης είναι ευκολότερη, ταχύτερη και αποτελεσματικότερη η διακίνηση εξειδικευμένου ανθρωπίνου δυναμικού από τις εταιρείες που αποτελούν τη δέσμη με μικρότερο κόστος μετακίνησης. Σημαντική είναι η επίδραση στην πρόσβαση σε πληροφορία και στις νέες τεχνολογίες καθώς οι συνεργασίες και η ανταλλαγή πληροφοριών μέσα στα όρια της δέσμης είναι εύκολη και χαμηλού κόστους. Επίσης η συμπληρωματικότητα των μελών μιας δέσμης συμβάλλει στην αύξηση της παραγωγικότητας καθώς υπάρχει αλληλεξάρτηση των εταιρειών σε όλα τα επίπεδα. Στον τουρισμό, για παράδειγμα, η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών και η εξυπηρέτηση του καταναλωτή εξαρτάται όχι μόνο στις παρεχόμενες ξενοδοχειακές υπηρεσίες αλλά και στα εστιατόρια, τουριστικά καταστήματα, υποδομή μεταφορών και τηλεπικοινωνιών κάτι το οποίο μετατρέπει την ευθύνη της αποτυχίας ή επιτυχίας σε συνολική υπόθεση μιας δέσμης ομοειδών επιχειρήσεων. Τέλος, οι εταιρείες που βρίσκονται μέσα στη δέσμη έχουν πρόσβαση με μεγάλα οφέλη σε ιδρύματα,ερευνητικά κέντρα και δημόσιες υποδομές σε χαμηλότερο κόστος και με μεγαλύτερη αποδοτικότητα ενώ με την αύξηση της ανταγωνιστικής πίεσης μέσα στα όρια του συμπλέγματος, δημιουργείται ισχυρό κίνητρο για αύξηση της παραγωγικότητας λόγω της συνεχούς και αδιάκοπης σύγκρισης με τις υπόλοιπες εταιρείες η οποία είναι επί ίσοις όροις καθώς όλα τα μέλη ενός συμπλέγματος έχουν πρόσβαση στις ίδιες ακριβώς υπηρεσίες και πόρους.

### ***Δέσμες ομοειδών εταιρειών και καινοτομία***

Τα οφέλη ενός συμπλέγματος εταιρειών στο πεδίο της καινοτομίας και της αύξησης της παραγωγικότητας σε σχέση με τις εταιρείες που βρίσκονται απομονωμένες μπορεί να αποδειχτούν καθοριστικά για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Οι εταιρείες που βρίσκονται σε ένα σύμπλεγμα αντιλαμβάνονται πιο εύκολα τις σύγχρονες ανάγκες των αγοραστών-καταναλωτών

καθώς επωφελούνται από την συγκέντρωση πολλών εταιρειών με γνώση και πληροφόρηση για τις αγοραστικές συνήθειες, τη συγκέντρωση πλήθους προμηθευτών και σχετιζομένων επιχειρήσεων καθώς και χρηματοπιστωτικών οργανισμών. Επίσης, η συμμετοχή σε ένα σύμπλεγμα εταιρειών προσφέρει πρόσβαση και έγκαιρη αντίληψη των νέων ευκαιριών στο τομέα της τεχνολογίας, των λειτουργικών διαδικασιών, του μάρκετινγκ και των δυνατοτήτων υποστήριξης των προϊόντων μετά την πώληση. Μια εταιρεία μέσα στα όρια ενός συμπλέγματος έχει ευκολότερη και ταχύτερη πρόσβαση σε νέα μηχανήματα, εξαρτήματα, υπηρεσίες και ερευνητικό προσωπικό τα οποία συνεργαζόμενα οδηγούν στην καινοτομία και στην ανάπτυξη νέας τεχνολογίας. Τέλος οι τοπικοί προμηθευτές και συνεργάτες εμπλέκονται ενεργά στην διεργασία ανάπτυξης νέων τεχνολογιών και καινοτομίας και μπορούν να εναρμονίσουν τα δικά τους προϊόντα στις απαιτήσεις των εταιρειών-αγοραστών.

### ***Δέσμες ομοειδών εταιρειών και δημιουργία νέων εταιρειών***

Οι περισσότερες νέες εταιρείες δημιουργούνται συνήθως μέσα στα όρια μίας δέσμης ομοειδών εταιρειών παρά σε κάποια απομονωμένη τοποθεσία. Αυτό συμβαίνει για διάφορους λόγους. Ο σημαντικότερος από αυτούς είναι το γεγονός ότι η ύπαρξη και μόνο μίας δέσμης ομοειδών εταιρειών αποτελεί ευκαιρία. Και θεωρείται ευκαιρία καθώς η πληροφόρηση είναι ευκολότερη όπως και η αναγνώριση πιθανών ελλείψεων και επενδυτικών σχεδίων σε συγκεκριμένες δέσμες. Επίσης είναι βασική παράμετρος η ύπαρξη χαμηλών εμποδίων εισόδου, αλλά και εξόδου, για μια νέα επιχείρηση σε μια δέσμη σε σχέση με την αυτόνομη πορεία σε απομονωμένη τοποθεσία. Η υπάρχουσα τεχνογνωσία, η δυνατότητα άμεσης εύρεσης εξοπλισμού, κεφαλαίου και ανθρωπίνου δυναμικού καθώς και η υπάρχουσα τοπική αγορά, δημιουργούν τις προϋποθέσεις για ευκολότερη πρόσβαση μιας νέας εταιρείας σε μια δέσμη ομοειδών επιχειρήσεων. Το πλεονέκτημα της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων στα όρια μιας δέσμης επιχειρήσεων επιταχύνει την καινοτομία και την ένταση του ανταγωνισμού μέσα στην ίδια τη δέσμη. Οι μεγάλες εταιρείες συνεργάζονται με τις μικρότερες σε

εξειδικευμένες αγορές (niche markets) στις οποίες δεν μπορούν να δραστηριοποιηθούν αυτόνομα, βοηθούν στην έρευνα και ανάπτυξη και προχωρούν σε αγορές εταιρειών αν αυτές αποδειχθούν επιτυχημένες. Τέλος, η δημιουργία νέων εταιρειών αυξάνει τον αριθμό των ανταγωνιστών και άρα την ένταση του ανταγωνισμού μέσα στη δέσμη ομοειδών επιχειρήσεων με αποτέλεσμα την έντονη δυναμική που αναπτύσσεται με την ταχεία είσοδο και έξοδο εταιρειών από τη δέσμη. Αυτό ισχυροποιεί τις εταιρείες που κατορθώνουν και επιβιώνουν σε αυτόν τον ανελέητο ανταγωνισμό και τις καθιστά ιδιαίτερα ανθεκτικές στον ανταγωνισμό με τις ξένες εταιρείες.

### **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ**

- [1] Porter M., "The competitive advantage of Nations", The Free Press, 1990
- [2] Porter M., "On competition", The Free Press, 1996

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

### ΚΡΙΤΙΚΗ ΣΤΗ ΘΕΩΡΙΑ ΤΟΥ PORTER

Η θεωρία του Porter και το σύστημα –διαμάντι, έχει δεχθεί κατά καιρούς σκληρή κριτική και στην θεωρητική της βάση και εφαρμογή αλλά κυρίως στις παραλείψεις που έχει λαμβάνοντας υπόψη τις σύγχρονες παγκοσμιοποιημένες συνθήκες. Πάνω σε αυτή τη βάση αμφισβήτησης αρκετοί πρότειναν εναλλακτικές θεωρίες οι οποίες έβαζαν κι άλλες παραμέτρους στην θεωρία του Porter. Η βασικότερη από αυτές είναι η θεωρία του **Διπλού Διαμαντιού ( *Double-diamond approach* )** των Rugman και D’Cruz (1993) η οποία εισάγει την επίδραση των πολυεθνικών επιχειρήσεων στη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος την ύπαρξη των οποίων υποβαθμίζει ο Porter στο έργο του. Επίσης αναφέρονται αναλυτικά σ ένα ακόμα σημείο στο οποίο πάσχει η θεωρία του Porter, όπως είναι η ύπαρξη ξένων επενδύσεων (FDI), εισερχόμενων και εξερχόμενων, οι οποίες συμβάλουν στην ευημερία και οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας.

Πολλές είναι οι επιμέρους κριτικές που δέχθηκε η θεωρία του Porter, άλλες έχουν θεωρητική και πρακτική βάση και άλλες βασίζονται σε λανθασμένη ανάγνωση και αντίληψη των συγγραφέων για το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των εθνών. Η πιο σκληρή κριτική αναφέρεται στην απουσία ουσιαστικά μαθηματικής βάσης που να αποδεικνύει την πρακτική εφαρμογή της θεωρίας κάτι το οποίο την καθιστά ιδιαίτερα ομιχλώδη και ευάλωτη από τους Greenway (1993) και Grant (1991) οι οποίοι δεν αποδέχονται τον όρο θεωρία για το διαμάντι του Porter καθώς υποστηρίζουν ότι βασίζεται σε νεφελώδεις θεωρήσεις και case studies τα περισσότερα των οποίων δεν αποδείχτηκαν ρεαλιστικά (π.χ Καναδάς, Νέα Ζηλανδία, Κορέα, Σιγκαπούρη). Επιμέρους θέματα της ανάλυσης του Porter δέχτηκαν κι αυτά σκληρή κριτική όπως της γεωγραφικής θέσης, της επίδρασης της εθνικής κουλτούρας στη δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, της επίδρασης της μακροοικονομικής πολιτικής και του ύψους των συναλλαγματικών διαφορών καθώς και θέματα που αφορούν τις παραμέτρους που αποτελούν το

σύστημα-διαμάντι σαν σύνολο.

Το πρώτο σημείο κριτικής στο έργο του Porter όσον αφορά το διαμάντι είναι η επιμονή του στην ανάπτυξη σύνθετων συντελεστών παραγωγής οι οποίοι προσφέρουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε μια βιομηχανία, παραβλέποντας την αξία των βασικών συντελεστών παραγωγής. Παραδείγματα από μικρομεσαίες οικονομίες όπως είναι της Νέας Ζηλανδίας η οποία εκμεταλεύτηκε τα φυσικά τοπία σε συνδυασμό με εκπαίδευση των εργαζομένων στον τουριστικό τομέα και καλή χρήση marketing και πέτυχε οικονομική ευημερία και ανάπτυξη χωρίς την ύπαρξη εξειδικευμένων συντελεστών παραγωγής. Επίσης, χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα της Σαουδικής Αραβίας η οποία εκμεταλεύεται ένα βασικό συντελεστή παραγωγής (πετρέλαιο) και διατηρεί συνεχές ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στο συγκεκριμένο κλάδο καθώς και ευημερία για τους πολίτες της (Konsolas, 2002). Από την άλλη πλευρά όμως τα κοιτάσματα πετρελαίου της Σαουδικής Αραβίας έχουν διάρκεια ζωής 20 χρόνια, άρα το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έχει ημερομηνία λήξης και δεν έχουν γίνει ενέργειες για να εκμεταλευτεί η χώρα την κεφαλαιακή ανεξαρτησία και αφθονία για την ανάπτυξη άλλων πλουτοπαραγωγικών πηγών. Επίσης η Σαουδική Αραβία παραμένει οπισθοδρομική σε θέματα πολιτισμού, δικαίου, οργάνωσης της κρατικής διοίκησης και δημοκρατίας. Δεν μπορεί λοιπόν να θεωρηθεί σαν πρότυπο ανταγωνιστικότητας, ούτε χώρα που μπορεί να εφαρμοστεί η θεωρία του Porter καθώς αναφέρεται σε δημιουργία παρατεταμένου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε βιομηχανικό κλάδο, και η κριτική που δέχεται είναι το λιγότερη άδικη.

Το δεύτερο σημείο τριβής και κριτικής είναι η αναφορά του Porter στην εγχώρια ζήτηση, στο συνδυασμό ικανοποιητικού μεγέθους της εγχώριας αγοράς με απαιτητικούς καταναλωτές. Η κριτική που δέχεται ο Porter αναφέρεται στην δυνατότητα και την ικανότητα αρκετών χωρών με εξαγωγικό χαρακτήρα να εκμεταλεύονται το μέγεθος, την απαιτητική και προκλητική ζήτηση ξένων αγορών χωρίς να έχει η εγχώρια αγορά αυτά τα χαρακτηριστικά (Cartwright, 1993). Αναφέρονται χαρακτηριστικά τα παραδείγματα του Καναδά, με τη στενή σχέση των εξαγωγικών εταιρειών του με την αγορά των Η.Π.Α, της Νέας Ζηλανδίας και χωρών της Ν.Α Ασίας. Σε αυτή την περίπτωση εφαρμόζει καλύτερα η θεωρία του

**Διπλού Διαμαντιού (Double-diamond approach)** των Rugman και D’Cruz (1993) η οποία λαμβάνει υπόψη και τον σημαντικότερο εταίρο στις εξαγωγές των εταιρειών μιας χώρας.

### **Το διπλό διαμάντι των Rugman και D’Cruz**

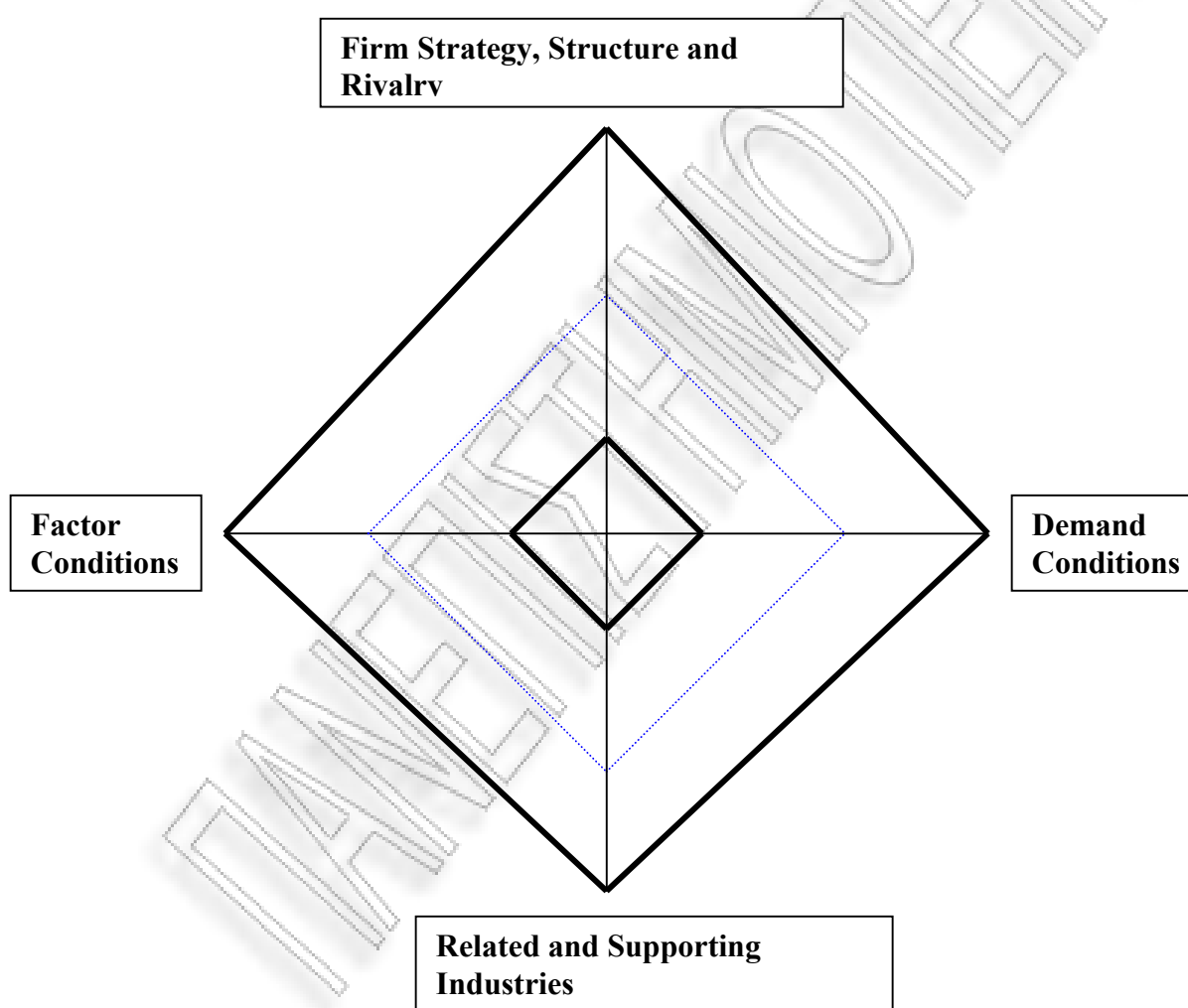
Οι παράμετροι του διαμαντιού του Porter είναι χρήσιμα εργαλεία στην κατανόηση της ανταγωνιστικότητας ενός κλάδου μιας οικονομίας, αλλά αποτυγχάνουν να αποδώσουν σε πλήρη έκταση την έννοια της ανταγωνιστικότητας γιατί δεν περιλαμβάνουν τις ενέργειες των πολυεθνικών και βασίζονται αυστηρά στη θεωρία της “έδρας” των εταιρειών. Σε χώρες που εφαρμόστηκε το μοντέλο του Porter (Καναδάς, Νέα Ζηλανδία), τα αποτελέσματα αποκλίνουν από την πραγματικότητα καθώς δεν λαμβάνονται υπόψη οι πολυεθνικές επιχειρήσεις.

Οι Rugman και D’Cruz εισήγαγαν τη θεωρία του Διπλού Διαμαντιού που περιλαμβάνει τις ενέργειες των πολυεθνικών εταιρειών, των ξένων επενδύσεων, εισερχομένων και εξερχομένων και δίνει μια καλύτερη εικόνα όσον αφορά μικρομεσαίες οικονομίες όπως της Κορέας, της Σιγκαπούρης και της Νέας Ζηλανδίας. Οι εταιρείες των χωρών με μικρομεσαίες οικονομίες στοχεύουν σε αγορές και πόρους σε παγκόσμιο επίπεδο. Άρα η ανταγωνιστικότητα τους εξαρτάται όχι μόνο από το εγχώριο διαμάντι αλλά και από το διεθνές διαμάντι το οποίο είναι σχετιζόμενο με τις εταιρείες αυτές. Στο Διάγραμμα 3.1 παρουσιάζεται το γενικευμένο διπλό διαμάντι όπου το εξωτερικό μέρος αντιπροσωπεύει το παγκόσμιο διαμάντι και το εσωτερικό το εγχώριο. Το μέγεθος του παγκόσμιου διαμαντιού καθορίζεται με βάση κάποια συγκεκριμένη χρονική περίοδο ενώ το μέγεθος του εγχώριου εξαρτάται από το μέγεθος της χώρας και το επίπεδο ανταγωνιστικότητας. Το διαμάντι με τις διακεκομμένες μπλέ γραμμές που βρίσκεται ενδιάμεσα είναι ένα διεθνές διαμάντι το οποίο αντιπροσωπεύει την εθνική ανταγωνιστικότητα με βάση εγχώριες αλλά και διεθνείς παραμέτρους. Η διαφορά λοιπόν ανάμεσα στο διεθνές διαμάντι και στο εγχώριο εμφανίζει διεθνείς ή



πολυεθνικές ενέργειες οι οποίες περιλαμβάνουν εισερχόμενες και εξερχόμενες ξένες άμεσες επενδύσεις (FDI).

Στο γενικευμένο διπλό διαμάντι η εθνική ανταγωνιστικότητα ορίζεται ως η ικανότητα των εταιρειών που εμπλέκονται σε ενέργειες προστιθέμενης αξίας σε δεδομένο βιομηχανικό κλάδο συγκεκριμένης χώρας, να διατηρούν την προστιθέμενη αξία, το ποσό με το οποίο το εισόδημα μιας επιχείρησης υπερβαίνει το κόστος των εισροών της, για μεγάλες χρονικές περιόδους παρόλο τον έντονο διεθνή ανταγωνισμό.



**Διάγραμμα 3.1.** Το γενικευμένο Διπλό διαμάντι

Υπάρχουν δύο ουσιαστικές διαφορές ανάμεσα σε αυτή την προσέγγιση και

τη θεωρία του απλού διαμαντιού του Porter. Πρώτον, η διατηρητέα προστιθέμενη αξία σε μια συγκεκριμένη χώρα μπορεί να προέρχεται από εγχώριες εταιρείες ή από ξένους επενδυτές. Ο Porter δεν περιλαμβάνει τις ξένες δραστηριότητες και κάνει σαφή διαχωρισμό ανάμεσα στη γεωγραφική έκταση του ανταγωνισμού και στον γεωγραφικό τόπο απόκτησης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος (Porter & Armstrong, 1992). Κατά δεύτερο, η συντήρηση της προστιθέμενης αξίας μπορεί να απαιτήσει τη διασπορά των δραστηριοτήτων σε αρκετές χώρες όπου διαφορετικά πλεονεκτήματα μπορεί να αλληλοσυμπληρώνονται προς όφελος της ανταγωνιστικότητας μιας επιχείρησης. Σε αντίθεση, ο Porter (1986,1990) υποστηρίζει ότι η πιο αποδοτική παγκόσμια στρατηγική είναι η συγκέντρωση όλων των δραστηριοτήτων σε μια χώρα και συγκεκριμένα στη χώρα βάση της επιχείρησης. Η παγκόσμια εταιρεία για τον Porter είναι ένας εξαγωγέας και δεν λαμβάνει υπόψη τις οργανωσιακές ιδιορρυθμίες και πολυπλοκότητες που εμφανίζουν οι ενέργειες των πολυεθνικών.

Η περιορισμένη προσέγγιση του Porter οδηγεί σε εσφαλμένα συμπεράσματα όταν πρόκειται για μικρομεσαίες οικονομίες όπως της Σιγκαπούρης γιατί δεν λαμβάνει υπόψη τη δράση των πολυεθνικών. Για τη συγκεκριμένη χώρα ο Porter είχε αναφέρει σε case study ότι είναι ουσιαστικά βάση για πολυεθνικές εταιρείες καθώς προσφέρει χαμηλό κόστος εργασίας, καλά εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό και ικανοποιητική υποδομή σε οδικό δίκτυο, λιμάνια, αεροδρόμια και τηλεπικοινωνίες. Άρα βασίζεται σε βασικούς συντελεστές παραγωγής οι οποίοι δεν είναι καθοριστικοί για την απόκτηση συνεχούς ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Στην πραγματικότητα όμως η Σιγκαπούρη αποδείχθηκε η πιο ανταγωνιστική οικονομία της Ν.Α Ασίας κυρίως λόγω των εισερχομένων ξένων επενδύσεων από πολυεθνικές αλλά και λόγω των επενδύσεων των εγχώριων εταιρειών σε κοντινές χώρες όπου είχαν πρόσβαση σε φτηνό εργατικό δυναμικό και φυσικούς πόρους. Άρα είναι ο συνδυασμός των παραμέτρων του εγχώριου και του διεθνούς διαμαντιού που οδηγούν σε συνεχές ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τη Σιγκαπούρη και για άλλες οικονομίες του ίδιου μεγέθους οι οποίες δέχονται ξένες επενδύσεις που αφορούν κεφάλαια και τεχνολογία και επενδύουν σε χώρες με χαμηλότερο κόστος εργασίας και φυσικούς

πόρους.

Στο συγκεκριμένο ζήτημα όμως θα πρέπει να αναδειχθεί και η κοινωνική πλευρά της θεωρίας του συνεχούς ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος από τον Porter η οποία ουσιαστικά αναφέρεται στο στόχο της επίτευξης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για μια εθνική οικονομία. Αυτός δεν είναι άλλος από την συνεχή αναβάθμιση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της και τη βελτίωση του τρόπου ζωής άρα ο Porter αναφέρεται σε ευημερία πολιτών και όχι εταιρειών, οπότε μπορεί να γίνει αντιληπτό γιατί δεν δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στις δραστηριότητες των πολυεθνικών εταιρειών. Άρα στόχος της θεωρίας είναι η δημιουργία ισχυρών εταιρειών, θέσεων εργασίας με εξειδικευμένο προσωπικό το οποίο θα αμείβεται επαρκώς για τις υπηρεσίες του, έντονου ανταγωνισμού, ινστιτούτων, πανεπιστημίων και ερευνητικών κέντρων συνδεδεμένων στενά με την παραγωγική διαδικασία, δηλαδή παραγόντων που οδηγούν στη συνολική ανάπτυξη της χώρας σε πολλούς τομείς και όχι απλά στην αύξηση των κερδών κάποιων εταιρειών σε μια δεδομένη χώρα. Οπότε έχουν μειωμένη σημασία οι επενδύσεις εταιρειών που εδρεύουν σε μια χώρα σε γειτονικές χώρες απλά για να έχουν πρόσβαση σε φτηνό εργατικό δυναμικό, να εκμεταλευτούν φοροαπαλλαγές ή ακόμα και να έχουν πρόσβαση σε νέες δυναμικές αγορές όπως επίσης μικρή σημασία έχουν οι εισερχόμενες επενδύσεις όταν αφορούν την εκμετάλευση της ανέχειας ενός λαού, του φτηνού εργατικού δυναμικού και την ελαχιστοποίηση του κόστους παραγωγής των πολυεθνικών. Η εμμονή του Porter στη χώρα-έδρα έχει μεγάλη σημασία για την κοινωνική διάσταση της ανάπτυξης ενός έθνους καθώς δίνει βαρύτητα στις επενδύσεις που γίνονται εντός των συνόρων σε καινοτομία, τεχνολογία, υποδομές, εκπαίδευση. Ακόμα αναφέρεται στην προσπάθεια αξιοποίησης των αδυναμιών μιας χώρας λόγω μορφολογίας (περιορισμένοι φυσικοί πόροι) ή ειδικών συνθηκών (έλλειψη εργατικού δυναμικού), προς την κατεύθυνση της τεχνολογικής ανάπτυξης για την εξεύρεση λύσεων και όχι στη λύση της επένδυσης σε γειτονικά κράτη τα οποία μπορούν να προσφέρουν φυσικούς πόρους ή εργατικό δυναμικό. Η προσέγγιση του Porter στην οικονομία η οποία ξεφεύγει από τα στενά όρια του κόστους και της μεγιστοποίησης των κερδών δεν μπορεί να γίνει εύκολα κατανοητή από τους οικονομολόγους κριτικούς του και γι αυτό κρίνεται αυστηρά με βάση

οικονομικά κριτήρια και όχι κοινωνικής συνοχής και ευημερίας των πολιτών.

### **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ**

- [1] Cartwright, W.R., “Multiple linked diamonds: New Zealand’s experience”, Management International Review 33, 1993
- [2] Konsolas I., “The competitive advantage of Greece”, Ashgate, 2002
- [3] Moon C., Rugman A. & Verbeke A., “A generalized double diamond approach to the global competitiveness of Korea and Singapore”, International Business Review 7, 1998

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

### ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

#### 4.1 Γενικά στοιχεία

Η συνολική έκταση της Ελλάδας καταλαμβάνει 131.944km<sup>2</sup>, με το ηπειρωτικό τμήμα να καταλαμβάνει 106.777km<sup>2</sup> (80,9%) και το νησιωτικό 25.167km<sup>2</sup> (19,1%). Η έκταση της γεωργικής γής ανέρχεται σε 35.455 χιλιάδες στρέμματα που περιλαμβάνουν όμως και αρκετές ορεινές περιοχές. Ο δασικός πλούτος της χώρας είναι περιορισμένος ενώ ο ορυκτός πλούτος περιλαμβάνει αρκετά και σημαντικά ορυκτά όπως βωξίτη, χρώμιο, νικέλιο, σιδηρομεταλλεύματα αλλά όχι σε μεγάλες ποσότητες. Οι ενεργειακές πρώτες ύλες είναι σχετικά περιορισμένες, με σημαντικότερα αποθέματα αυτά του λιγνίτη (που χρησιμοποιείται στην ηλεκτροπαραγωγή) και σε μικρότερο βαθμό τα κοιτάσματα πετρελαιοειδών, φυσικού αερίου και υδροδυναμικού που δεν επαρκούν όμως για την κάλυψη της εγχώριας ζήτησης. Τελευταία υπάρχει έντονο ενδιαφέρον με την εφαρμογή νέων τεχνολογιών για την εκμετάλλευση ήπιων μορφών ενέργειας (ηλιακή, αιολική).

Ο συνολικός πληθυσμός σύμφωνα με την τελευταία απογραφή του 2001 ανέρχεται σε 10.964.020 και το εργατικό δυναμικό σε 4.823.200 (Πίνακας 4.1). Οι απασχολούμενοι ανέρχονται στον αριθμό των 4.330.500 το 89,8% του συνολικού εργατικού δυναμικού ανεβάζοντας το δείκτη της ανεργίας στο 10,2% (ΕΣΥΕ, 2005). Από το απασχολούμενο δυναμικό το 14,7% είναι κάτοχοι πτυχίων Ανωτάτης εκπαίδευσης ενώ άλλο ένα 8,2% είναι απόφοιτοι τεχνικών ή επαγγελματικών σχολών. Υπάρχει επίσης τα τελευταία χρόνια μεγάλη εισροή μεταναστών από την Ανατολική Ευρώπη κυρίως και τις γειτονικές χώρες (Αλβανία) οι οποίοι είναι γύρω στους 600.000 και καλύπτουν θέσεις εργασίας σε χειρωνακτικά επαγγέλματα και στη γεωργική παραγωγή.

**Πίνακας 4.1.** Πραγματικός Πληθυσμός της Ελλάδας κατά ηλικία και φύλο.

	Απογραφές			
	1971(1)	1981(1)	1991(1)	2001(1)
<b>Σύνολο Ελλάδος</b> .....	<b>8.768.372</b>	<b>9.739.589</b>	<b>10.259.900</b>	<b>10.964.020</b>
<i>Άρρενες</i> .....	4.286.748	4.779.571	5.055.408	5.427.682
<i>Θήλεις</i> .....	4.481.624	4.960.018	5.204.492	5.536.338
0 – 14 ετών .....	2.223.904	2.307.297	1.974.867	1.664.085
15 – 64 ετών .....	5.587.352	6.192.751	6.880.681	7.468.395
65 ετών και άνω .....	957.116	1.239.541	1.404.352	1.831.540
<b>Ποσοστιαία κατανομή %</b>				
<i>Άρρενες</i> .....	48,89	49,07	49,27	49,50
<i>Θήλεις</i> .....	51,11	50,93	50,73	50,50
0 – 14 ετών .....	25,36	23,69	19,25	15,18
15 – 64 ετών .....	63,72	63,58	67,06	68,12
65 ετών και άνω .....	10,92	12,73	13,69	16,71

(1) Δειγματοληπτική επεξεργασία 25% και 10% των ερωτηματολογίων των απογραφών 1971 και 1981, αντίστοιχα, και καθολική επεξεργασία των ερωτηματολογίων των απογραφών 1991 και 2001.

Πηγή: ΕΣΥΕ, 2005

Η βασική υποδομή της χώρας σε οδικό, σιδηροδρομικό δίκτυο και αεροδρόμια είναι ικανοποιητική κυρίως λόγω των μεγάλων δημοσίων επενδύσεων μετά την ανάληψη των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Τα τελευταία 10 χρόνια έγιναν μεγάλες δημόσιες επενδύσεις με τη σύμπραξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης και ιδιωτικών εταιρειών που αποσκοπούσαν στη κατασκευή σημαντικών έργων για την ελληνική οικονομία όπως η γέφυρα Ρίο-Αντίρριο, η Εγνατία Οδός, το νέο αεροδρόμιο των Σπátων, το Μετρό της Αθήνας, η Αττική Οδός, η αναβάθμιση του σιδηροδρομικού δικτύου και άλλα μικρότερα. Βασικές ελλείψεις υπάρχουν στο σιδηροδρομικό δίκτυο το οποίο αποτελείται από 2.571km αλλά δεν περιλαμβάνει μεγάλες περιοχές της χώρας (Δυτ.Ελλάδα) ενώ η γραμμή είναι μονής κατεύθυνσης και το δίκτυο πετपालιωμένο κάτι που δυσκολεύει τις μετακινήσεις ανθρώπων και εμπορευμάτων. Το οδικό δίκτυο αποτελείται από 117.000km ασφαλτοστρωμένων δρόμων ενώ συμπεριλαμβάνεται σε αυτό 480km αυτοκινητοδρόμου ταχείας

κυκλοφορίας υψηλών προδιαγραφών. Το δίκτυο ηλεκτροδότησης είναι εκτεταμένο και αξιόπιστο με εγκατεστημένη ισχύ 12,138 χιλ. KW, ενώ απελευθερώνεται παράλληλα και η αγορά ενέργειας κάτι που ευνοεί ακόμα περισσότερο τις προοπτικές για βελτίωση της αξιοπιστίας και τον εκσυγχρονισμό του δικτύου ηλεκτροδότησης. Το καινούριο αεροδρόμιο των Σπάτων προσφέρει εξαιρετικές υπηρεσίες αλλά θεωρείται ακριβό για την μεγάλη πλειοψηφία των αεροπορικών εταιρειών κάτι που δυσχεραίνει την τουριστική ανάπτυξη ενώ δεν υπάρχει αξιόπιστο και επαρκές αεροδρόμιο για μεταφορά εμπορευμάτων. Επίσης η υποδομή σε τηλεπικοινωνίες βρίσκεται σε πολύ καλό επίπεδο καθώς οι γραμμές σταθερής τηλεφωνίας ανέρχονται σε 5.205.100 ενώ οι συνδρομητές κινητής τηλεφωνίας σε 8.936.400. Το δίκτυο καλύπτει επαρκώς το σύνολο της χώρας και είναι αξιόπιστο ενώ οι χρήστες του Ίντερνετ ανέρχονται σε 1.800.000 (Πίνακας 4.2).

**Πίνακας 4.2.** Χρήση συσκευών τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας.

Είδος συσκευής	Σύνολο	Συμμετοχή %
<b>Νοικοκυριά</b> .....	<b>3.324.647</b>	<b>100,0</b>
<i>από τα οποία διαθέτουν:</i>		
Κινητό τηλέφωνο με δυνατότητα σύνδεσης στο διαδίκτυο .....	772.847	23,3
Κινητό τηλέφωνο χωρίς σύνδεση στο διαδίκτυο .....	1.942.364	58,4
Τηλεόραση .....	3.309.096	99,5
Τηλεόραση με δορυφορικό «πίατο» .....	166.885	5,0
Καλωδιακή τηλεόραση .....	—	—
Κονσόλα ηλεκτρονικών παιχνιδιών .....	195.125	5,9
Προσωπικό ηλεκτρονικό υπολογιστή και φορητό ηλεκτρονικό υπολογιστή .....	963.612	29,0
Ηλεκτρονικό υπολογιστή παλάμης .....	21.862	0,7

Πηγή: Έρευνα χρήσης τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας, έτος 2004.

Η Ελληνική Οικονομία μετά από μια μετά-πολεμική περίοδο ανάπτυξης, τις τελευταίες δεκαετίες βρίσκεται σε μια στασιμότητα και σε μια προσπάθεια

σταθεροποίησης της οικονομίας στο διεθνές ανταγωνιστικό περιβάλλον. Η είσοδος της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Ένωση στις αρχές της δεκαετίας του 1980, καθώς επίσης η είσοδος της Ελληνικής οικονομίας στην Οικονομική και Νομισματική Ένωση και στην ζώνη του Ευρώ, θεωρήθηκε ως μια καλή ευκαιρία για να μπορέσει η Ελληνική οικονομία να ξεπεράσει τα διαρθρωτικά της προβλήματα και να προσαρμοσθεί στις σύγχρονες απαιτήσεις του ανταγωνισμού και της παγκοσμιοποίησης.

Τις τελευταίες δεκαετίες παρατηρείται ολοένα μια συνεχόμενη γενικότερη τάση χαλάρωσης των βαθμών ανάπτυξης η οποία οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην έντονη αποβιομηχανοποίηση και στην νέα στροφή της Ελληνικής οικονομίας προς τον τομέα των υπηρεσιών. Η χαμηλή συμμετοχή των επενδύσεων από το σύνολο των επενδύσεων παγίου κεφαλαίου στο μεταποιητικό τομέα οδήγησαν βαθμιαία στην καθυστέρηση ανάπτυξης και οργάνωσης του μεταποιητικού τομέα (Κορρές, 2003). Ο βιομηχανικός τομέας στο σύνολό του παρουσίασε διαρθρωτικές και οργανωτικές αδυναμίες, παρόλη τη βελτίωση ορισμένων επιμέρους κλάδων. Τα κυριότερα σημεία που αποτελούν τις χαρακτηριστικές αδυναμίες του βιομηχανικού τομέα αναφέρονται στην υποτυπώδη τεχνολογική έρευνα και στην ανάπτυξη των καινοτομιών, τη συγκέντρωση σε παραδοσιακούς κλάδους, τον υπερβολικά μεγάλο αριθμό μικρομεσαίων επιχειρήσεων και την οργάνωση σε βιοτεχνική βάση, το χαλαρό ανταγωνισμό και την αδυναμία διάθεσης μεγάλων κεφαλαίων. Ο τομέας των επενδύσεων θεωρείται ως ο ρυθμιστικός τομέας και μοχλός της οικονομικής ανάπτυξης για μια χώρα. Οι επενδύσεις στην Ελλάδα δείχνουν μια μεγάλη εναλλαγή και διασπορά ταυτόχρονα. Τα περισσότερα από τα κέρδη των επιχειρήσεων διατίθενται για την εισαγωγή ειδών πολυτελείας από το εξωτερικό και την αγορά ακινήτων. Αυτά τα γεγονότα σε συνδυασμό με το μικρό μέγεθος των ελληνικών επιχειρήσεων και τον έντονο ανταγωνισμό από τις Ασιατικές και Βαλκανικές χώρες καθιστούν ολοένα και πιο προβληματική την ανάπτυξη των επενδύσεων και την προσέλκυση Ξένων Επενδύσεων. Ένα ακόμα χαρακτηριστικό φαινόμενο της ελληνικής οικονομίας είναι η ύπαρξη υψηλού δείκτη πληθωρισμού και υψηλής ανεργίας. Η είσοδος της χώρας στην ΟΝΕ είχε θέσει ως στόχο το 2% γεγονός που επιτεύχθηκε για την ένταξη στην οικονομική και νομισματική ένωση



αλλά αυξάνεται σημαντικά τα χρόνια που ακολούθησαν την ένταξη στην ΟΝΕ.

Τα πιο σημαντικά διαρθρωτικά χαρακτηριστικά της ελληνικής οικονομίας είναι:

(α) Η υπερβολική συγκέντρωση του πληθυσμού της χώρας και των οικονομικών, κοινωνικών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων στην περιφέρεια της Αττικής.

(β) Στην Αττική και σε μεγάλα αστικά κέντρα οι συνθήκες αναψυχής και εργασίας χειροτερεύουν, η μετακίνηση και οι μεταφορές γίνονται προβληματικές παρά τα μεγάλα έργα υποδομής των τελευταίων χρόνων και γενικότερα η αποτελεσματικότητα της οικονομικής δραστηριότητας επηρεάζεται δυσμενώς.

(γ) Οι διαφορές στην ποιότητα ζωής ανάμεσα στις περιφέρειες και η αποδιοργάνωση που παρατηρείται στην οικονομική, πολιτιστική και κοινωνική δομή ορισμένων αγροτικών περιφερειών επιδρούν σε ολόκληρη τη χώρα και διαβρώνουν την εθνική συνεκτικότητα.

(δ) Η άνιση κατανομή στα εισοδήματα, στις ευκαιρίες επιλογής του τρόπου ζωής μειώνει την κοινωνική ευημερία που αναλογεί στους κατοίκους των περιφερειών.

(ε) Η κατεύθυνση των επενδύσεων προς μη επιθυμητές κοινωνικά περιοχές, η περιορισμένη χρησιμοποίηση και αξιοποίηση των φυσικών και ανθρωπίνων πόρων και της υπάρχουσας κοινωνικής υποδομής σε πολλές περιφέρειες και η αύξηση του κόστους παραγωγής εξαιτίας έλλειψης οικονομικών κλίμακος.

(στ) Η διασπορά των φυσικών πόρων, οι μεγάλοι ορεινοί όγκοι και τα χιλιάδες νησιά που δυσκολεύουν τις μεταφορές και την επικοινωνία με τους χώρους παραγωγής και ζήτησης (Κορρές, 2003).

## 4.2 Η Διάρθρωση των Βασικών Μεγεθών της Ελληνικής Οικονομίας

### 4.2.1 Πρωτογενής τομέας

Ο πρωτογενής τομέας περιλαμβάνει τη γεωργία, την κτηνοτροφία, τα δάση και την αλιεία. Ο πρωτογενής τομέας σημείωσε μια χρονική βαθμιαία μείωση στη συνεισφορά του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος και επίσης στην απασχόληση του ανθρωπίνου δυναμικού. Το 1992 ο πρωτογενής τομέας απασχολούσε το 25% του εργατικού δυναμικού της χώρας. Οι καλλιεργήσιμες εκτάσεις καθώς και η αγροτική παραγωγή παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.3.

Ιδιαίτερα προβλήματα που αντιμετώπισε η ελληνική γεωργία ήταν η μικρή ιδιοκτησία και ο τεμαχισμός της ιδιοκτησίας των αγροτικών εκτάσεων σε μικρά κτήματα, που δεν ευνοούσε την εντατική εκμετάλλευση. Το μικρό ποσοστό των αρδευόμενων εκτάσεων ήταν ένας άλλος ανασταλτικός παράγοντας για την επέκταση του πρωτογενούς τομέα (το 1991 ανέρχονταν στο 33% του καλλιεργήσιμου εδάφους). Το χαμηλό μορφωτικό επίπεδο και τα φτωχά και ορεινά εδάφη ήταν περαιτέρω παράγοντες που εμπόδισαν την εφαρμογή νέων τεχνολογιών και κατά συνέπεια την ανάπτυξη της αγροτικής παραγωγής.

**Πίνακας 4.3.** Εκτάσεις και παραγωγή

	1971	1981	1991	2001	2002*	2003*
<b>1. Εκτάσεις καλλιεργειών (χιλ. στρέμματα)</b>						
<b>Σύνολο</b> .....	<b>35.659</b>	<b>35.723</b>	<b>35.343</b>	<b>34.656</b>	<b>34.563</b>	<b>34.288</b>
Αροτραίες .....	25.329	24.238	23.344	22.190	22.113	21.762
Λαχανικά .....	1.143	1.221	1.236	1.163	1.161	1.163
Αμπέλια-σταφιδάμπελα	2.198	1.864	1.517	1.321	1.315	1.313
Δενδρώδεις .....	6.989	8.400	9.246	9.982	9.971	10.020
<b>2. Παραγωγή μερικών γεωργικών προϊόντων (χιλ. τόνοι)</b>						
Σιτάρι .....	1.948	2.932	3.162	2.196	2.076	1.725
Βαμβάκι .....	360	385	594	1.355	1.282	1.091
Καπνός .....	88	131	173	142	127	127
Γλεύκος (μούστος) . . .	456	521	466	421	379	387
Ελαιόλαδο (βρώσιμο) . .	186	250	198	435	367	504
Εσπεριδοειδή .....	530	995	1.159	1.265	1.435	1.182

Πηγή: ΕΣΥΕ, 2005

#### 4.2.2 Δευτερογενής τομέας

Ο Δευτερογενής τομέας αποτελείται από τους κλάδους της βιομηχανίας, της ενέργειας, της ύδρευσης, των ορυχείων-λατομείων, των μεταλλευμάτων και της οικοδομής. Η δημιουργία των διαφόρων έργων υποδομής συνετέλεσε διαχρονικά στην αύξηση της βιομηχανικής παραγωγής, στην αύξηση της συνεισφοράς του δευτερογενούς τομέα στο ΑΕΠ, καθώς και την απασχόληση στο συγκεκριμένο τομέα.

Η Ελλάδα από χώρα που στηριζόταν στον πρωτογενή τομέα άρχισε να μετατοπίζει το κέντρο βάρους στο δευτερογενή τομέα και τους βιομηχανικούς κλάδους παραγωγής. Τις δεκαετίες του 1950 και 1960 εκτός από την πραγματοποίηση μεγάλων δημοσίων επενδύσεων σε έργα υποδομής τα οποία υποβοήθησαν την ανάπτυξη της ελληνικής βιομηχανίας, έλαβαν χώρα και μεγάλα επενδυτικά προγράμματα σε βιομηχανικούς τομείς και ιδιαίτερα στην βαριά βιομηχανία όπως βιομηχανία χάλυβα, μεταλλεύματα, ναυπηγεία. Παρ όλη την κυβερνητική προσπάθεια η οποία βασίστηκε σε αναπτυξιακούς νόμους για την τόνωση της βιομηχανικής δραστηριότητας, υπήρξε διαχρονικά μια μετακίνηση των επενδυόμενων κεφαλαίων από τη βαριά βιομηχανία προς την ελαφρά μορφή όπως είναι η βιομηχανία τροφίμων και ποτών, φαινόμενο ιδιαίτερα έντονο τις δεκαετίες 1980 και 1990. Τα πιο συνηθισμένα κίνητρα που δίνονταν μέσω των αναπτυξιακών νόμων περιλάμβαναν φοροαπαλλαγές, διευκόλυνση δανείων, επιδοτήσεις κ.λ.π ανάλογα με το ύψος της επένδυσης, το χρόνο και το είδος.

Πιο συγκεκριμένα η παραγωγή τροφίμων την τελευταία πενταετία αυξήθηκε κατά 9,5% αναγορεύοντας τον κλάδο τροφίμων σε έναν από τους σημαντικότερους της ελληνικής οικονομίας (Κορρές, 2003). Αντίθετα τις δεκαετίες 1980 και 1990 παρατηρήθηκε μια σημαντική μείωση στην παραγωγή των μεταλλουργικών και κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων, ενώ σταδιακά επήλθε μια βαθμιαία αποβιομηχανοποίηση από τους κλάδους βαριάς βιομηχανίας για την ελληνική οικονομία. Η ελληνική αγορά των 11 εκατομμυρίων κατοίκων-καταναλωτών είναι μικρή για να απορροφήσει τα παραγόμενα προϊόντα των μεγάλων ελληνικών

επιχειρήσεων, ενώ δέχονται και ιδιαίτερα σκληρό ανταγωνισμό από τα ομοειδή εισαγόμενα. Τα βασικότερα προβλήματα που αντιμετώπισε η ελληνική βιομηχανία σχετίζονται με το μεγάλο αριθμό των μικρών επιχειρήσεων, την αλλαγή του καθεστώτος του προστατευτισμού (με την είσοδο στην ΟΝΕ) και με την επέκταση του φιλελευθερισμού του εμπορίου καθώς και τη φανερή αδυναμία των ελληνικών επιχειρήσεων να ανταγωνιστούν συστηματικά τις μεγαλύτερες ξένες και να καλύψουν μέρος της διεθνούς ζήτησης. Σ'αυτά πρέπει να προστεθούν η έλλειψη τεχνολογικής υποδομής, η έλλειψη της βασικής και εφαρμοσμένης έρευνας και η αδυναμία σύνδεσης της πανεπιστημιακής έρευνας με την ελληνική βιομηχανία. Τέλος οι περισσότερες μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν οριοθετήσει και αποβλέπουν περισσότερο στην εσωτερική αγορά και λιγότερο στην ανάπτυξη των εξαγωγών τους. Οι επιχειρήσεις αυτές διακρίνονται για την χαμηλή ειδίκευση του προσωπικού τους, την υπερ-συγκέντρωση των βιομηχανιών στα μεγάλα αστικά κέντρα και την έλλειψη βασικών πρώτων υλών και κεφαλαιουχικών προϊόντων (τεχνολογικού εξοπλισμού). Όλα αυτά οδηγούν σε υπερβολική αύξηση του κόστους παραγωγής των ελληνικών προϊόντων αν συνυπολογιστεί και το δυσανάλογα υψηλό κόστος εργασίας λόγω της αποδιοργάνωσης των ασφαλιστικών ταμείων και την υψηλή συμμετοχή των εργοδοτών στις εισφορές στα ασφαλιστικά ταμεία και στην εφορία. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα τα ελληνικά προϊόντα να μην είναι ανταγωνιστικά συγκριτικά με αυτά των ξένων επιχειρήσεων ακόμα και σε αγορές που φαίνεται να έχουν συγκριτικό πλεονέκτημα. (π.χ Βαλκάνια, Μέση Ανατολή).

#### **4.2.3 Τριτογενής τομέας**

Ο τριτογενής τομέας, ο τομέας των υπηρεσιών, είναι ο σημαντικότερος της ελληνικής οικονομίας με τη συμμετοχή του να υπερβαίνει το 2004 το 70%. Εξάλλου οι απασχολούμενοι στις υπηρεσίες αποτελούν το 60% του συνόλου των απασχολούμενων στην ελληνική οικονομία. Οι υπηρεσίες κατανέμονται σε δύο βασικές κατηγορίες, στις επιχειρηματικές που περιλαμβάνουν τις Μεταφορές, Επικοινωνίες, Εμπόριο, Εστιατόρια, Ξενοδοχεία, Χρηματοπιστωτικές και λοιπές υπηρεσίες και στις υπηρεσίες που συνδέονται με τη λειτουργία του Κράτους και αφορούν τη δημόσια διοίκηση και τις κοινωνικές υπηρεσίες. Ειδικότερα οι

επιχειρηματικές υπηρεσίες παρουσιάζουν ταχεία άνοδο τα τελευταία χρόνια με αποτέλεσμα η συμμετοχή τους στο ΑΕΠ να διευρύνεται συνεχώς. Η συνεισφορά του τριτογενούς τομέα στο *Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν* καθώς και στην αύξηση της απασχόλησης αποδεικνύει την μεταστροφή της ελληνικής οικονομίας στον τριτογενή τομέα. Σημαντικό ρόλο για την αύξηση αυτή έχει διαδραματίσει η διόγκωση του δημοσίου τομέα και η ανάπτυξη του τουρισμού.

#### **4.2.4 Μακροοικονομικά στοιχεία της Ελληνικής Οικονομίας**

##### *Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν (ΑΕΠ)*

Ως Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν καλείται το σύνολο των αξιών των τελικών αγαθών και των υπηρεσιών που παράγονται σε μια εθνική οικονομία μέσα σε μια χρονική περίοδο. Ο ρυθμός μεταβολής του ΑΕΠ μπορεί να είναι θετικός, αρνητικός, ή μηδενικός και αυτό φανερώνει αν μια οικονομία είναι σε άνοδο, ύφεση ή στασιμότητα αντίστοιχα. Ο ρυθμός αύξησης του ΑΕΠ για την ελληνική οικονομία ήταν 6,3% τη χρονική περίοδο 1951-1958, 6,4% για την περίοδο 1959-1966 και 6,5% τη χρονική περίοδο 1967-1974. Τα μετέπειτα χρόνια ο ρυθμός της αύξησης μειώθηκε και έφτασε να κινείται στο 2,2% τη δεκαετία 1980-1990 ενώ την περίοδο 1990-1995 κυμάνθηκε στο 1,0% καθώς αυξήθηκε σημαντικά η ιδιωτική κατανάλωση ενώ μειώθηκαν ταυτόχρονα οι επενδύσεις. Την περίοδο 1995-2004 το ΑΕΠ διπλασιάστηκε και σε αυτό συνέβαλλε αποφασιστικά η ανάληψη των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 και η έκρηξη της οικοδομικής δραστηριότητας σε ιδιωτικές αλλά και μεγάλες δημόσιες επενδύσεις. Η εξέλιξη του ΑΕΠ την περίοδο 1995 – 2004 φαίνεται στον Πίνακα 4.4.

**Πίνακας 4.4 . Εξέλιξη ΑΕΠ-Δημόσια Οικονομικά**

*σε εκατομμύρια ευρώ*

	1995	2001*	2002*	2003*	2004*
ΑΕΠ σε αγοραίες τιμές . . . . .	79.927	131.317	141.669	153.472	165.280
Ελλειμα(-)/πλεόνασμα(+) Γενικής Κυβέρνησης . . . . .	- 8.118	- 4.716	- 5.783	- 7.934	- 10.148
% επί του ΑΕΠ . . . . .	- 10,2	- 3,6	- 4,1	- 5,2	- 6,1
Χρέος Γενικής Κυβέρνησης . . . . .	86.876	150.695	158.885	167.722	182.702
% επί του ΑΕΠ . . . . .	108,7	114,8	112,1	109,3	110,5

Πηγή: ΕΣΥΕ,2005

### *Πληθωρισμός*

Κατά το 2004 ο μέσος πληθωρισμός της χώρας με βάση το Γενικό Δείκτη Τιμών Καταναλωτή κινήθηκε στο 2,9%, σημαντικά βελτιωμένος σε σχέση με το 2003 (3,5%), παρά το γεγονός ότι τους τρεις τελευταίους μήνες του έτους ξεπέρασε το 3% (ΣΕΒ, 2005). Η βελτίωση αυτή ήταν αποτέλεσμα, καταρχήν, της υποχώρησης το 2004 των τιμών σε εποχικά είδη (νωπά οπωροκηπευτικά) κατά 11,9%, έναντι αντίστοιχης αύξησης 12% το 2003, λόγω των ευνοϊκών καιρικών συνθηκών. Είναι άλλωστε χαρακτηριστικό ότι ο Γενικός Δείκτης χωρίς τα οπωροκηπευτικά επιταχύνθηκε το 2004 με ρυθμό 3,5% έναντι 3,3% το 2003. Επιπροσθέτως, θετικά συνέβαλε και η μικρότερη επίδραση των υψηλών τιμών πετρελαίου, αφενός λόγω της μείωσης στο πρώτο τρίμηνο του 2004 σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2003 και αφετέρου λόγω της ανατίμησης του ευρώ έναντι του δολαρίου.

### *Απασχόληση-Ανεργία*

Η αύξηση της απασχόλησης το 2004 συνοδεύθηκε από άνοδο του ποσοστού συμμετοχής του εργατικού δυναμικού στον πληθυσμό με αποτέλεσμα η ανεργία να υποχωρήσει το β' και γ' τρίμηνο του έτους στο 10,2% και 10,1% αντίστοιχα για να αυξηθεί ελαφρά στο 10,4% στο τέλος του τρίτου τριμήνου. Κατά

μέσο όρο η ανεργία το 2004 ήταν 10,5% ένα πολύ υψηλό ποσοστό για την Ευρωζώνη όπου ο μέσος όρος διαμορφώθηκε στο 8,8%. Η διάρθρωση της αγοράς εργασίας εμφανίζεται στον Πίνακα 4.5. Σχετικά με τη σύνθεση της ανεργίας παρατηρούνται τα ακόλουθα:

(α) Το μεγαλύτερο ποσοστό ανεργίας (20%) παρουσιάζεται στην ηλικιακή ομάδα 15-29 ετών και είναι χαμηλότερο στην ηλικία 45-64 ετών. Το ποσοστό ανεργίας των νέων είναι από τα υψηλότερα στην Ευρωζώνη όπου υπολογίζεται στο 16%.

(β) Οι γυναίκες εμφανίζουν μεγαλύτερα ποσοστά ανεργίας από τους άντρες (16,1% έναντι 6,4%).

(γ) Οι μακροχρόνια άνεργοι αντιπροσωπεύουν την πλειονότητα των ανέργων με ποσοστό 55,7%.

Η σύνθεση της απασχόλησης κατά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας από το 2000 μέχρι και το 2003 εμφανίζεται στον Πίνακα 4.6.

**Πίνακας 4.5. Διάρθρωση της Αγοράς Εργασίας**

(χιλιάδες)

	Πληθυσμός ηλικίας 15 ετών και άνω	Εργατικό δυναμικό					Μη οικονομικά ενεργός πληθυσμός	
		ως (%) του Σύνολο	ως (%) του πληθυσμού	Απασχολούμενοι	ως (%) του εργατικού δυναμικού	Άνεργοι		ως (%) του εργατικού δυναμικού
1998	8 680,4	4 525,8	52,2	4 017,9	88,8	507,9	11,2	4 154,6
1999	8 764,5	4 586,1	52,4	4 031,4	87,9	554,8	12,1	4 178,4
2000	8 839,9	4 612,0	52,2	4 088,5	88,7	523,5	11,4	4 227,9
2001	8 906,4	4 580,3	51,4	4 086,3	89,3	494,0	10,8	4 326,1
2002	8 964,3	4 656,0	51,9	4 175,8	89,7	480,3	10,3	4 308,3
2003	9 014,9	4 734,5	52,5	4 274,5	90,3	460,0	9,7	4 280,5
α' τρίμηνο 2004	9 044,8	4 792,9	53,0	4 249,1	88,7	543,8	11,3	4 251,9
β' τρίμηνο 2004	9 056,9	4 823,2	53,2	4 330,5	89,8	492,7	10,2	4 233,7
γ' τρίμηνο 2004	9 069,9	4 827,5	53,2	4 341,6	89,9	485,9	10,1	4 242,4
δ' τρίμηνο 2004	9 082,5	4 831,8	53,2	4 331,4	89,6	500,4	10,4	4 250,7
2004	9 063,5	4 818,9	53,1	4 313,2	89,5	505,7	10,5	4 244,7

Πηγή: ΕΣΥΕ, Έρευνα Εργατικού Δυναμικού

**Πίνακας 4.6.** Σύνθεση της Απασχόλησης κατά Κλάδο Οικονομικής Δραστηριότητας

(εκατοστιαία συμμετοχή κάθε κλάδου στο σύνολο)

	2000	2001	2002	2003
Γεωργία	17,3	16,8	16,2	15,5
Ορυχεία, λατομεία	0,4	0,4	0,4	0,3
Ηλεκτρισμός, φυσικό αέριο, νερό	1,1	1,0	1,0	1,1
Μεταποίηση	15,3	15,3	14,8	14,3
Κατασκευές	7,1	7,3	7,5	8,1
Επιχειρηματικές υπηρεσίες	36,2	36,5	37,1	37,6
Μεταφορές, επικοινωνίες	6,8	6,8	6,7	6,7
Εμπόριο, ξενοδοχεία και εστιατόρια	21,3	21,2	21,7	22,0
Χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες	2,4	2,4	2,3	2,4
Λοιπές επιχ. υπηρεσίες	5,7	6,1	6,4	6,5
Δημόσια διοίκηση και κοινωνικές υπηρεσίες	22,7	22,7	23,0	23,2

Πηγή: Έκθεση του Διοικητή της ΤτΕ για το 2004, 2005

**Φορολογική-Αναπτυξιακή Πολιτική**

Οι βασικές κατευθύνσεις της φορολογικής πολιτικής περιγράφονται στον Προϋπολογισμό του 2005 και αναλυτικότερα στον νεό φορολογικό νόμο, ο οποίος εισάγει μια σειρά ρυθμίσεις, όπως:

- Αύξηση του αφορολογήτου ορίου και ειδικότερες προβλέψεις για κατηγορίες φορολογουμένων.
- Σταδιακή μείωση τα επόμενα τρία χρόνια των συντελεστών φορολογίας των επιχειρήσεων. Για τις Α.Ε και τις Ε.Π.Ε ο συντελεστής από 35% περιορίζεται σε 32% το 2005, 29% το 2006 και 25% το 2007.
- Καθιέρωση ειδικού προαιρετικού τρόπου περαίωσης των υποβαλλομένων δηλώσεων φορολογίας εισοδήματος, ΦΠΑ και λοιπών φορολογιών.
- Μείωση κατά 50% του συντελεστή προκαταβολής φόρου για νέες επιχειρήσεις στα τρία πρώτα χρόνια της λειτουργίας τους.
- Δυνατότητα έκπτωσης από τα καθαρά κέρδη των επιχειρήσεων



επιπλέον ποσοστού 50% των δαπανών επιστημονικής και τεχνολογικής έρευνας.

- Φορολογικά κίνητρα με στόχο την ενίσχυση της ιδιωτικής πρωτοβουλίας για τη συγχώνευση μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Η βαθμιαία μείωση των φορολογικών συντελεστών είναι πιθανό να ενισχύσει την επενδυτική δραστηριότητα αλλά πρέπει να σημειωθεί ότι τα αποτελέσματα θα αρχίσουν να φαίνονται μετά από το 2005 ενώ θα πρέπει να βελτιωθούν και επιμέρους παράμετροι που επηρεάζουν την επενδυτική δραστηριότητα ίσως και περισσότερο από τη φορολογία όπως η μείωση της γραφειοκρατίας και ο περιορισμός των δημοσίων δαπανών.

Αντίστοιχα ο νέος Αναπτυξιακός νόμος κινείται στην κατεύθυνση της τόνωσης της επιχειρηματικότητας με την παροχή κινήτρων και επιδοτήσεων. Οι σημαντικότερες αλλαγές συνοψίζονται ως εξής:

- Οι ήδη υφιστάμενες μονάδες δικαιούνται τώρα κεφαλαιακών ενισχύσεων, όπως και οι νέες επενδύσεις.
- Προστίθενται στο φάσμα των επιλέξιμων επενδύσεων νέες δραστηριότητες, όπως οι εμπορευματικοί σταθμοί, οι υποδομές αποθήκευσης, οι ευρωζωνικές δικτυακές υποδομές κ.λ.π
- Επιχορηγούνται απ'ευθείας οι θέσεις απασχόλησης που δημιουργεί μια επένδυση.
- Παρέχεται η δυνατότητα πρόσθετης ενίσχυσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.
- Αυξάνονται τα κίνητρα για τις τουριστικές επενδύσεις, απελευθερώνεται το ανώτατο ύψος της επιχορήγησης για τις επενδύσεις εκσυγχρονισμού ξενοδοχειακών μονάδων και παρέχονται πρόσθετες ενισχύσεις σε επενδύσεις ίδρυσης ξενοδοχειακών μονάδων 4 ή 5 αστέρων, ή εκσυγχρονισμού παραδοσιακών.
- Η παρεχόμενη επιχορήγηση δεν συνδέεται πλέον με τις θέσεις εργασίας που δημιουργεί η επένδυση.
- Μειώνεται το ποσοστό της ελάχιστης απαιτούμενης ίδιας συμμετοχής από 40% στο 25%.

Οι παραπάνω αλλαγές εκφράζουν μια συγκεκριμένη αναπτυξιακή φιλοσοφία, η οποία αντανακλάται στις κύριες επιδιώξεις του νομοσχεδίου και μπορεί να συνοψισθεί στα ακόλουθα: τα κίνητρα και οι ενισχύσεις μπορούν να τονώσουν την επενδυτική δραστηριότητα στο σύνολό της. Αυτό όμως δεν αρκεί από μόνο του για να εξασφαλισθούν οι συνθήκες ταχείας ανάπτυξης. Για να γίνει αυτό πρέπει οι επενδύσεις να αντιμετωπισθούν όχι ως αυτοσκοπός, αλλά ως μέσο που θα επιταχύνει την άνοδο σε δραστηριότητες, οι οποίες θεωρείται ότι θα έχουν τη μέγιστη αναπτυξιακή επίπτωση στο σύνολο της ελληνικής οικονομίας. Με βάση τη λογική αυτή το νομοσχέδιο θέτει τις ακόλουθες αναπτυξιακές επιδιώξεις:

(α) Να επιταχύνει τις διαδικασίες εκσυγχρονισμού, καινοτομίας και αναδιάρθρωσης των μονάδων που ήδη λειτουργούν. Γι' αυτό καταργεί τη διάκριση ανάμεσα σε παλαιές και νέες μονάδες και ενισχύει τις επενδύσεις των υφισταμένων μονάδων, που αφορούν την επέκταση, την αναδιάρθρωση και τον εκσυγχρονισμό τους. Η επιλογή αυτή έχει μεγάλη σημασία αν ληφθεί υπόψη ότι οι επενδύσεις της κατηγορίας αυτής αντιπροσωπεύουν ένα μεγάλο ποσοστό του συνόλου των πραγματοποιούμενων επενδύσεων στη χώρα και είναι ο κύριος παράγων που συμβάλλει στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων (ΣΕΒ, 2005).

(β) Δεύτερη επιδίωξη του νόμου είναι να τονώσει την επενδυτική δραστηριότητα σε νέους τομείς, όπου υπάρχουν μεγάλες ευκαιρίες ανάπτυξης. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι τομείς που επιλέγονται αφορούν, σε μεγάλο βαθμό, υπηρεσίες με ιδιαίτερη σημασία σ' ένα διεθνοποιημένο περιβάλλον, που μπορεί να εξασφαλίσει μεγάλες οικονομίες κλίμακος.

(γ) Σαφής είναι η πρόθεση που εκδηλώνεται για την ανάπτυξη του τουρισμού και κυρίως για την ποιοτική του αναβάθμιση. Η πολιτική αυτή επιλογή εκφράζεται με τις στοχευμένες παρεμβάσεις σε κάποιες σημαντικές περιοχές της τουριστικής δραστηριότητας, οι οποίες αν αποδειχθούν αποτελεσματικές ενδέχεται να συμβάλουν στην επίτευξη υψηλότερων ρυθμών ανάπτυξης.

(δ) Διακηρυγμένη επιδίωξη του νόμου είναι τέλος η μεγαλύτερη ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, από τις οποίες αναμένεται ουσιαστική συμβολή στην ανάπτυξη και στην απασχόληση.

Τα κίνητρα και οι ενισχύσεις όμως δεν αρκούν για να τονώσουν την επενδυτική δραστηριότητα όσο γενναιόδωρα κι αν είναι. Όπως προκύπτει από τις Έρευνες Επενδύσεων στη Βιομηχανία που διεξάγει το IOBE, τα τελευταία 20 χρόνια, οι ισχυρότεροι παράγοντες που ωθούν τις επιχειρήσεις στην αύξηση των επενδύσεών τους είναι κατά σειρά σημαντικότητας η προσδοκώμενη ζήτηση για τα προϊόντα τους, οι τεχνολογικές εξελίξεις που δημιουργούν ανάγκες προσαρμογών, τα προσδοκώμενα κέρδη, το κόστος και η διαθεσιμότητα κεφαλαίων και μετά έπονται, ως θετικό βεβαίως στοιχείο, τα κίνητρα που παρέχουν οι αναπτυξιακοί νόμοι.

Παράλληλα έχει επισημανθεί η ύπαρξη αποτρεπτικών παραγόντων, οι οποίοι λειτουργούν αρνητικά κυρίως για τις νέες, εγχώριες και ξένες, επενδύσεις. Στους παράγοντες αυτούς συμπεριλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, η αναποτελεσματικότητα του θεσμικού περιβάλλοντος, η έλλειψη χωροταξικού σχεδιασμού, η πολυπλοκότητα του φορολογικού συστήματος, το σύστημα αδειοδότησης και η γραφειοκρατία. Συνεπώς μια αναπτυξιακή πολιτική για να είναι αποτελεσματική πρέπει να καλύψει το σύνολο των παραγόντων που επηρεάζουν την επενδυτική απόφαση: να ενισχύσει τους θετικούς και να συμβάλει στην άρση των εμποδίων ενώ παράλληλα να συνδυαστεί με ενέργειες δημοσιονομικής διαχείρισης, εργασιακής, ασφαλιστικής και φορολογικής νομοθεσίας.

#### **4.2.5 Ειδικά χαρακτηριστικά της ελληνικής οικονομίας**

Ένα από τα βασικότερα στοιχεία της διάρθρωσης του ελληνικού κράτους και κατά συνέπεια του ελληνικού οικονομικού περιβάλλοντος είναι αυτό του διογκωμένου Δημοσίου τομέα και του συγκεντρωτισμού της εξουσίας στην πρωτεύουσα. Στη δεκαετία του '80 έγινε προσπάθεια αποκέντρωσης και ο ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης αναβαθμίστηκε θεσμικά. Στη δεκαετία του '90 έγιναν τρία σημαντικά βήματα για την ενδυνάμωση της αποκέντρωσης. Αυξημένες αρμοδιότητες στους Περιφερειάρχες, εκλογή των Νομαρχών από το εκλογικό σώμα και τέλος το σχέδιο «Καποδίστριας» για την ενοποίηση δήμων και κοινοτήτων. Οι τομές αυτές δεν έλυσαν τα προβλήματα καθώς η θεσμική ανεξαρτησία στις

περιφέρειες δεν συνδυάστηκε και με διάθεση αντίστοιχων κονδυλίων με αποτέλεσμα οι τοπικές αρχές να παραμένουν δέσμιες της κεντρικής εξουσίας.

Σημαντικό πρόβλημα της δημόσιας διοίκησης είναι η εξάρτηση της από τα πολιτικά κόμματα και τον εκάστοτε κρατικό-κυβερνητικό μηχανισμό. Αυτό επηρεάζει δραματικά το καθεστώς των προσλήψεων, των προαγωγών και των τοποθετήσεων σε διοικητικές θέσεις κομματικών στελεχών (Konsolas, 2002). Όλα αυτά οδηγούν σε μεγάλους αριθμούς εργαζομένων στον δημόσιο τομέα, σε διόγκωση της γραφειοκρατίας και της δυσκαμψίας και κυρίως στην ισοπέδωση της έννοιας της ισονομίας και των ίσων ευκαιριών. Σημαντικές θέσεις καταλαμβάνονται από άτομα αμφιβόλου ικανότητας και αντίληψης ενώ αντίθετα απομονώνονται οι φωνές της προόδου και την ανάπτυξης. Με την εισαγωγή αδιάβλητου συστήματος εξετάσεων για την πρόσληψη στο Δημόσιο τομέα (ΑΣΕΠ), με την συνεχή προσπάθεια απαγκίστρωσης από προβληματικές επιχειρήσεις (ιδιωτικοποιήσεις) και με την γενικότερη προσπάθεια εκσυγχρονισμού του δημοσίου τομέα και της πρόσληψης εξειδικευμένων συμβούλων σε διοικητικές θέσεις κλειδιά, φαίνεται η προσπάθεια των κυβερνήσεων των τελευταίων ετών για αναδιάρθρωση του κράτους. Σίγουρα όμως αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα αγκάθια για την επιχειρηματικότητα και την προσέλκυση επενδύσεων.

Ένα ακόμα σημαντικό χαρακτηριστικό της ελληνικής οικονομίας είναι το φαινόμενο της παραοικονομίας το οποίο είναι ιδιαίτερα έντονο. Η παραοικονομία αποτελεί τη διαφορά μεταξύ του πραγματικού Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος και του δηλουμένου Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (δηλαδή τα αποκρυπτόμενα εισοδήματα των συντελεστών παραγωγής). Προσπάθειες που έγιναν για να υπολογιστεί το μέγεθος της παραοικονομίας σαν ποσοστό του ΑΕΠ γύρω στα μέσα της δεκαετίας του '80 την έφεραν στο 30% του ΑΕΠ (Βαβούρας και Καραβίτης, 1997). Το φαινόμενο εμφανίζεται από παλιά και δεν είναι ελληνική αποκλειστικότητα και η έκταση του εξαρτάται από τη δομή και την οργάνωση του κράτους καθώς και από παράγοντες που διαμορφώνουν το επίπεδο της φορολογικής συνείδησης και ηθικής των πολιτών. Συνέπειες της παραοικονομίας και της φοροδιαφυγής είναι η μείωση των δημοσίων εσόδων, η διόγκωση του πληθωρισμού, η επιδείνωση του ελλείμματος του ισοζυγίου πληρωμών, η

ανισοκατανομή των φορολογικών βαρών, η αλλοίωση του ανταγωνισμού και η μείωση της παραγωγικότητας. Ταυτόχρονα με την πρόληψη και καταστολή της φοροδιαφυγής υλοποιείται η αρχή της δικαιοσύνης και της αδιάκριτης συμμετοχής όλων στα δημόσια βάρη (Κορρές, 2003).

Τέλος στην ελληνική οικονομία και ευρύτερα στην ελληνική κοινωνία, υπάρχει έντονα το φαινόμενο της διαφθοράς σε όλα τα επίπεδα της κοινωνικής ζωής κάτι που δυσχεραίνει την επιχειρηματικότητα και τις ξένες επενδύσεις. Τα επίπεδα διαφθοράς στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ποικίλουν με βάση τον ετήσιο κατάλογο της οργάνωσης "Διεθνής Διαφάνεια". Η πιο "καθαρή" από τις χώρες της ΕΕ με το μικρότερο ποσοστό διαφθοράς είναι η Φινλανδία, η οποία βρίσκεται στη δεύτερη θέση μεταξύ των 159 χωρών που περιλαμβάνονται στον κατάλογο, ενώ η Πολωνία είναι η χώρα της ΕΕ με τη μεγαλύτερη διαφθορά και βρίσκεται στην 70ή θέση ανάμεσα στο Λεσότο και τη Σαουδική Αραβία. Η Ελλάδα βρίσκεται στην 47η θέση και η Κύπρος στην 37η. Με βάση τον κατάλογο αυτόν, η Ρουμανία είναι η χώρα με τη μεγαλύτερη διαφθορά στο δημόσιο τομέα από τις τέσσερις χώρες που έχουν αρχίσει ενταξιακές διαπραγματεύσεις με την Ευρωπαϊκή Ένωση και βρίσκεται στην 85η θέση του καταλόγου. Οι υπόλοιπες τρεις, δηλαδή η Βουλγαρία, η Τουρκία και η Κροατία καταλαμβάνουν αντιστοίχως την 55η, 65η και 70ή θέση.

### **4.3 Ελληνική Βιομηχανία**

Η Ελληνική Βιομηχανία αποτέλεσε τον πόλο έλξης των άμεσων ξένων επενδύσεων καθώς και των δημοσίων επενδύσεων κατά την μεταπολεμική χρονική περίοδο και ιδιαίτερα στις δεκαετίες 1950, 1960 και 1970 τόσο στους κλάδους της βαριάς βιομηχανίας όσο και στους τομείς των μεσαίων βιομηχανικών κλάδων. Οι επενδύσεις αποτελούν το στρατηγικότερο παράγοντα της ανάπτυξης διότι μέσω αυτών κινητοποιούνται όλοι οι απαιτούμενοι συντελεστές της παραγωγής και της προόδου: το έδαφος, τα κεφάλαια, το ανθρώπινο δυναμικό, η τεχνογνωσία και η επιχειρηματικότητα. Η λήψη απόφασης για την πραγματοποίηση μιας επένδυσης είναι σημαντική για μια επιχείρηση, γιατί δεσμεύουν σημαντικά κεφάλαια για μεγάλο

διάστημα χωρίς εγγύηση επιτυχίας. Είναι επίσης πιθανό μια αποτυχημένη επένδυση να οδηγήσει την επιχείρηση σε δεινή οικονομική θέση ακόμα και σε διακοπή της λειτουργίας της. Στην Ελλάδα από το 1952 και μετά διαμορφώθηκε μια σειρά από επενδυτικούς νόμους, οι οποίοι είχαν ως σκοπό να δημιουργήσουν κίνητρα για τις επιχειρήσεις με μεγάλες επιδιώξεις, οι οποίες ήταν:

(α) Η στροφή των οικονομικών μονάδων προς τη δημιουργία αποθεματικών και τις επενδύσεις.

(β) Η προσέλκυση ξένων ιδιωτικών κεφαλαίων στην Ελλάδα.

(γ) Η ανάπτυξη σύγχρονων παραγωγικών μονάδων.

(δ) Η αποκέντρωση της βιομηχανίας.

Η πολιτεία για να μπορέσει αφενός να βοηθήσει τη βιομηχανική και περιφερειακή ανάπτυξη της χώρας και να αντιμετωπίσει τα σύγχρονα δεδομένα (παγκοσμιοποίηση, Ευρωπαϊκή Ένωση) έπρεπε να αναπροσαρμόσει την αναπτυξιακή της πολιτική στις νέες συνθήκες. Συνέπεια της αναγκαστικής αυτής προσαρμογής ήταν η υιοθέτηση νέων διοικητικών αποφάσεων και η ψήφιση του νέου αναπτυξιακού νόμου 2601/98, ο οποίος ισχύει σήμερα σε κωδικοποιημένη μορφή ύστερα από αρκετές τροποποιήσεις και μετά την κατάργηση του προηγούμενου 1892/90 νόμου. Σκοπός του νόμου είναι η ανάπτυξη των ιδιωτικών επενδύσεων στην Ελλάδα και μέσω αυτών:

(α) Η συμβολή στην επίτευξη των στόχων της περιφερειακής ανάπτυξης

(β) Η αύξηση των θέσεων απασχόλησης

(γ) Η αύξηση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων

(δ) Η αναδιάρθρωση τομέων και κλάδων της παραγωγής

(ε) Η αξιοποίηση ευκαιριών στον ελληνικό και στον ευρύτερο διεθνή χώρο

(στ) Η συμβολή στην προστασία του περιβάλλοντος και την εξοικονόμηση της ενέργειας.

Από τα μέσα της δεκαετίας του 1980 παρατηρείται μια στροφή στον επενδυτικό σχεδιασμό ανάπτυξης και κυριαρχούν οι επενδύσεις στους καταναλωτικούς κλάδους και ασύμμετρη ανάπτυξη στους τομείς των υπηρεσιών.

Καθοριστικό ρόλο στην πορεία της ελληνικής βιομηχανίας διαδραμάτισε η

είσοδος της χώρας στην τότε ΕΟΚ καθώς έπρεπε σαν χώρα μέλος να εναρμονιστεί με την ευρωπαϊκή νομοθεσία η οποία δεν επέτρεπε καθεστώς προστατευτισμού για τα προϊόντα και επιβολή δασμών και ποσοστώσεων στις εισαγωγές. Ακόμα σημαντικότερη αποδείχτηκε η είσοδος της χώρας στην Οικονομική και Νομισματική Ένωση και στη ζώνη του ευρώ. Τα κοινοτικά Προγράμματα Σύγκλισης βοήθησαν σημαντικά στην δημιουργία βασικών υποδομών και στην προσπάθεια σύγκλισης της ελληνικής οικονομίας με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο. Από την υιοθέτηση του ευρώ προκύπτουν σημαντικά οφέλη πέραν από την απώλεια της δυνατότητας αυτόνομου χειρισμού της συναλλαγματικής ισοτιμίας ως εργαλείο για τον επηρεασμό των πραγματικών οικονομικών μεγεθών προκειμένου να γίνεται ομαλά η επαναφορά σε ισορροπία μετά την επίδραση εξωτερικών διαταραχών. Σε όλη την περίοδο άσκησης χαλαρής συναλλαγματικής πολιτικής δεν φάνηκε καμία συστηματική άνοδος της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών προϊόντων, γιατί η πολιτική της ταχείας διολίσθησης δεν είχε σαν αποτέλεσμα τη μεταστροφή της εγχώριας δαπάνης από τα εισαγόμενα στα εγχώρια παραγόμενα προϊόντα αλλά ούτε και ευνόησε ιδιαίτερα την προώθηση των εξαγωγών. Αντίθετα υπονόμωσε σε πολλές περιπτώσεις, τις προσπάθειες δημιουργίας υγιών επενδυτικών σχεδίων. Το συνολικό κόστος παραγωγής αυξανόταν καθώς αυξάνονταν οι τιμές των εισαγομένων πρώτων υλών και μηχανολογικού εξοπλισμού και ενώ οι, δημόσιες, εταιρείες κοινής ωφελείας είχαν την δυνατότητα να μετακυλήσουν την αύξηση του κόστους στους καταναλωτές, οι εξαγωγικές βιομηχανικές επιχειρήσεις δεν μπορούσαν να πράξουν το ίδιο αφού ήταν εκτεθειμένες στο διεθνή ανταγωνισμό. Από την άλλη μεριά η διεύρυνση του ενδοκοινοτικού εμπορίου και η μείωση του κόστους συναλλαγών αποτελούν σημαντικά οφέλη από την υιοθέτηση του ευρώ.

Το 60% του ελληνικού εξωτερικού εμπορίου κατευθύνεται προς τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και είναι προφανές ότι οι κλάδοι με μεγαλύτερη εξωστρέφεια θα έχουν και τα μεγαλύτερα οφέλη. Τέλος είναι σημαντική η βελτίωση της πιστοληπτικής ικανότητας των ελληνικών βιομηχανιών καθώς τα επιτόκια κυμαίνονται χαμηλότερα κι έτσι η μείωση του κόστους δανεισμού θα βελτιώσει σημαντικά τους δείκτες αποδοτικότητας των επιχειρήσεων και θα τονώσει την επενδυτική δραστηριότητα.

### 4.3.1 Κλάδοι της Ελληνικής Βιομηχανίας

Ο τομέας της ελληνικής μεταποίησης αποτελείται από 23 επιμέρους κλάδους οι οποίοι αποτελούν το σύνολο της μεταποιητικής δραστηριότητας στη χώρα. Το σύνολο των επιχειρήσεων Α.Ε και Ε.Π.Ε που διαθέτουν μηχανολογικό εξοπλισμό που ξεπερνά-σε κεφάλαια- τα 3.000 € και βρίσκονται καταχωρημένα στη βάση δεδομένων του ΣΕΒ είναι 6170 μεταποιητικές επιχειρήσεις που πληρούν αυτά τα κριτήρια. Η κατηγοριοποίηση των κλάδων της μεταποίησης ακολουθεί την ευρωπαϊκή ταξινόμηση κατά NACE που αντιστοιχεί στην εθνική ταξινόμηση ΣΤΑΚΟΔ-03 και η οποία περιλαμβάνει τους ακόλουθους 23 κλάδους (Πίνακας 4.7):

**Πίνακας 4.7.** Ονοματολογία Κλάδων Μεταποίησης

Κωδικός	Ονοματολογία Κλάδων
15	Βιομηχανία τροφίμων και ποτών
16	Παραγωγή προϊόντων καπνού
17	Παραγωγή κλωστοϋφαντουργικών υλών
18	Κατασκευή ειδών ένδυσης-Γουναρικών
19	Βιομηχανία δέρματος-δερματίνων ειδών
20	Βιομηχανία ξύλου και προϊόντων από ξύλο
21	Κατασκευή χαρτοπολτού, χάρτου και προϊόντων από χαρτί
22	Εκδόσεις, εκτυπώσεις και αναπαραγωγή προεγγεγραμμένων μέσων
23	Παραγωγή οπτανθρακα, προϊόντων διύλισης πετρελαίου και πυρηνικών καυσίμων
24	Παραγωγή χημικών ουσιών, προϊόντων και συνθετικών ινών
25	Κατασκευή προϊόντων από ελαστικό (καουτσούκ) και πλαστικές ύλες
26	Κατασκευή άλλων προϊόντων από μη μεταλλικά ορυκτά
27	Παραγωγή βασικών μετάλλων
28	Κατασκευή μεταλλικών προϊόντων με εξαίρεση τα μηχανήματα και τα είδη εξοπλισμού
29	Κατασκευή μηχανημάτων και ειδών εξοπλισμού
30	Κατασκευή μηχανών γραφείου και ηλεκτρονικών υπολογιστών
31	Κατασκευή ηλεκτρικών μηχανών και συσκευών μ.α.κ.
32	Κατασκευή εξοπλισμού και συσκευών ραδιοφωνίας, τηλεόρασης και επικοινωνιών
33	Κατασκευή ιατρικών οργάνων, ακρίβειας και οπτικών οργάνων, κατασκευή ρολογιών κάθε είδους
34	Κατασκευή αυτοκινήτων, οχημάτων, ρυμουλκούμενων και ημιρυμουλκούμενων οχημάτων
35	Κατασκευή λοιπού εξοπλισμού μεταφορών
36	Κατασκευή επίπλων, λοιπές βιομηχανίες μ.α.κ.
37	Ανακύκλωση

Πηγή: ΣΕΒ, 2004

Στο σύνολο των 6710 μεταποιητικών επιχειρήσεων που περιλαμβάνονται στη βάση δεδομένων του ΣΕΒ το 2003, οι 755 χαρακτηρίζονται ως «νέες», με την έννοια ότι δεν εμφανίζονταν στη βάση κατά το προηγούμενο έτος. Σε ένα μεγάλο βαθμό αυτό το σύνολο αποτελείται από νεοιδρυόμενες επιχειρήσεις, ωστόσο ένα



10-15% αυτών αφορά επιχειρήσεις που απλώς δεν πληρούσαν τα κριτήρια της βάσης δεδομένων (μηχανολογικός εξοπλισμός, προσωρινή αναστολή λειτουργίας κτλ) κατά την προηγούμενη χρονιά με αποτέλεσμα να παραληφθούν από την αντίστοιχη ανάλυση. Στο πλαίσιο αυτό, 549 επιχειρήσεις φαίνεται να μην πληρούν τα κριτήρια της βάσης για το έτος 2003 και έχουν «αποχωρήσει», χωρίς να σημαίνει ότι έχουν αναστείλει τη λειτουργία τους στο σύνολό τους, καθώς ένα ποσοστό αυτών ενδεχομένως να ξαναπεριληφθεί στην ανάλυση του 2004. Ο συνολικός αριθμός των ελληνικών επιχειρήσεων Α.Ε και Ε.Π.Ε από το 1980 μέχρι και το 2003 παρουσιάζεται στον Πίνακα 4.8.

**Πίνακας 4.8.** Αριθμός ελληνικών επιχειρήσεων Α.Ε και Ε.Π.Ε

Αριθμός επιχειρήσεων*			
Χρήση	Α.Ε.	Ε.Π.Ε.	Σύνολο
1980	2 108	752	2 860
1981	2 321	753	3 074
1982	2 467	709	3 176
1983	2 529	628	3 157
1984	2 536	577	3 113
1985	2 632	534	3 166
1986	2 739	524	3 263
1987	2 822	515	3 337
1988	2 959	506	3 465
1989	3 003	780	3 783
1990	3 039	753	3 792
1991	3 141	667	3 808
1992	3 295	639	3 934
1993	3 531	682	4 213
1994	3 647	690	4 337
1995	4 438	920	5 358
1996	4 593	775	5 368
1997	4 715	760	5 475
1998	4 861	719	5 580
1999	5 028	610	5 638
2000	5 157	591	5 748
2001	5 185	587	5 772
2002	5 382	582	5 964
2003	5 576	594	6 170

Πηγή: ΣΕΒ,2004

Από την ανάλυση των ισολογισμών χρήσης του 2003 ενός συνόλου 6170 μεταποιητικών επιχειρήσεων Α.Ε και Ε.Π.Ε προκύπτουν χρήσιμα συμπεράσματα

για την πορεία της ελληνικής βιομηχανίας στο σύνολό της.

Τα συνολικό ενεργητικό της μεταποίησης (με τα πάγια σε τιμές κτήσης) αυξάνεται κατά 4,8%, σε μικρή επιβράδυνση σε σχέση με το 2002 (5,8%) και προσδιορίζεται στα 67,8 δισ €. Τα συνολικά κεφάλαια επίσης επιβραδύνονται σχετικά, αφού η αύξηση είναι της τάξης του 3,3% (4,6% το 2002) και διαμορφώνονται στα 51,4 δισ. €. Οι νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις αποτελούν το 12,2% της μεταποίησης έναντι 13,3% το 2002. Ο δείκτης κινητικότητας που υπολογίζεται από τη διαφορά των νεοεισερχομένων επιχειρήσεων και αυτών που αποχωρούν στο σύνολο των επιχειρήσεων βρίσκεται στο 3,3% και είναι ο υψηλότερος της περιόδου 1996-2003 (ΣΕΒ, 2005). Οι δείκτες κινητικότητας αποτελούν ενδείξεις επιχειρηματικού δυναμισμού και χαρακτηρίζουν μια οικονομία που έχει τη δυνατότητα να προσαρμόζεται στο αναπτυσσόμενο τεχνολογικό περιβάλλον. Επίσης, η αύξηση του ενεργητικού των επιχειρήσεων τροφοδοτείται και από την άνοδο κατά 6,7% του κυκλοφορούντος και διαθέσιμου ενεργητικού, η οποία είναι αποτέλεσμα της σημαντικής αύξησης των διαθεσίμων και των απαιτήσεων.

**Πίνακας 4.9.** Κλαδική Κατανομή Νέων & Παλαιών Μεταποιητικών Επιχειρήσεων – Επιχειρηματική Διάρθρωση

Κλάδοι	Αριθμός Επιχειρήσεων				% Νέων επιχειρήσεων ανά Κλάδο	% Κατανομή των Επιχειρήσεων στη Μεταποίηση		
	Νέες	Παλαιές	Σύνολο			2001	2002	2003
			2003	2002				
15	200	1 261	1 461	1 363	13,7	22,7	22,9	23,7
16	1	6	7	6	14,3*	0,1	0,1	0,1
17	38	333	371	378	10,2	6,4	6,3	6,0
18	35	246	281	282	12,5	5,0	4,7	4,6
19	7	83	90	95	7,8	1,7	1,6	1,5
20	23	132	155	143	14,8	2,3	2,4	2,5
21	18	144	162	158	11,1	2,6	2,6	2,6
22	79	505	584	567	13,5	9,3	9,5	9,5
23	5	37	42	42	11,9	0,7	0,7	0,7
24	27	285	312	321	8,7	5,6	5,4	5,1
25	32	321	353	343	9,1	5,8	5,8	5,7
26	57	531	588	573	9,7	9,5	9,6	9,5
27	3	102	105	109	2,9	1,9	1,8	1,7
28	83	479	562	530	14,8	8,8	8,9	9,1
29	28	291	319	319	8,8	5,2	5,3	5,2
30	2	11	13	14	15,4*	0,2	0,2	0,2
31	14	128	142	137	9,9	2,4	2,3	2,3
32	3	35	38	41	7,9	0,7	0,7	0,6
33	11	46	57	54	19,3	0,8	0,9	0,9
34	3	40	43	44	7,0	0,7	0,7	0,7
35	16	77	93	93	17,2	1,5	1,6	1,5
36	67	313	380	341	17,6	5,9	5,7	6,2
37	3	9	12	11	25,0*	0,1	0,2	0,2
<b>Σύνολο</b>	<b>755</b>	<b>5 415</b>	<b>6 170</b>	<b>5 964</b>	<b>12,2</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

\* ενδεικτικά ποσοστά

Πηγή: ΣΕΒ,2004

Όσον αφορά την επιμέρους ανάλυση των κλάδων, ο κλάδος των τροφίμων-ποτών κυριαρχεί κεφαλαιακά στην μεταποίηση μιας και κατέχει το 25,5% των συνολικών κεφαλαίων. Στη δεύτερη θέση είναι ο κλάδος των μη μεταλλικών ορυκτών, ο οποίος διεύρυνε το μερίδιό του στο 9,1% (από 8,4% το 2002), ενώ σημαντική ανάκαμψη κεφαλαίων παρατηρείται και στον κλάδο παραγωγής άνθρακα και προϊόντων διύλισης πετρελαίου και καυσίμων ( 6,7% από 5,9% το 2002).

Η κεφαλαιακή διάρθρωση της μεταποίησης χαρακτηρίζεται από την οριακή αύξηση των ιδίων κεφαλαίων (1,3%) μετά την υποχώρηση του 2002, ενώ συνεχίζεται για δεύτερη χρονιά- αν και με μικρότερο ρυθμό- η αύξηση του δανεισμού (5,2% έναντι 10,7% το 2002). Έτσι η συμμετοχή των ιδίων στο σύνολο

των κεφαλαίων υποχωρεί για δεύτερη χρήση στο 45,8% (από 46,8% το 2002), ίσως όμως σαν αποτέλεσμα μιας στρατηγικής επιλογής των επιχειρήσεων για προσεταιρισμό ξένων κεφαλαίων, σε ένα περιβάλλον χαμηλών επιτοκίων μετά την είσοδο της χώρας στην ΟΝΕ. Σημαντική είναι και η υποχώρηση του βαθμού παγιοποίησης, για δεύτερη συνεχή χρονιά, της ελληνικής μεταποίησης που εκτιμάται το 2003 σε 47,3% (έναντι 49,6 το 2001). Η εξέλιξη αυτή είναι αποτέλεσμα της επιβράδυνσης του ρυθμού αύξησης των παγίων στοιχείων στο 3,5% λόγω της υποχώρησης κατά 34% των ακαθάριστων επενδύσεων παγίων κεφαλαίων (μόλις 1,4 δισ. € το 2003 έναντι 2,1 δισ. € το 2002). Το γεγονός ότι οι αποσβέσεις της χρήσης υπερκαλύπτουν αυτό το ποσό έχει ως συνέπεια τις αρνητικές καθαρές επενδύσεις, με αρνητική (-2,7%) καθαρή προσαύξηση παγίων. Έτσι στο σύνολο της μεταποίησης το 2003 τα καθαρά πάγια μειώνονται κατά 0,2% σε σχέση με το 2002.

**Πίνακας 4.10.** Κατανομή Συνολικών Κεφαλαίων – Κεφαλαιακή Διάρθρωση

(εκατ. €)

Κλάδοι	Συνολικά Κεφάλαια (Ίδια και Ξένα)				Συμμετοχή Νέων Κεφαλαίων ανά Κλάδο (%)	Ποσοστιαία Συμμετοχή στη Μεταποίηση (%)		
	Νέες	Παλιές	Σύνολο			2001	2002	2003
			2003	2002				
15	410,46	12 688,02	13 098,48	13 239,16	3,13	26,5	26,6	25,5
16	0,90	668,70	669,60	675,19	0,13	1,5	1,4	1,3
17	51,66	2 512,93	2 564,59	2 594,23	2,01	5,6	5,2	5,0
18	53,75	1 055,86	1 109,61	1 069,37	4,84	2,2	2,1	2,2
19	9,44	227,31	236,75	228,35	3,99	0,5	0,5	0,5
20	18,91	903,53	922,44	845,35	2,05	1,7	1,7	1,8
21	21,30	1 108,19	1 129,49	1 105,69	1,89	2,2	2,2	2,2
22	84,41	2 693,58	2 777,99	2 715,94	3,04	5,2	5,5	5,4
23	13,66	3 455,45	3 469,11	2 925,43	0,39	6,8	5,9	6,7
24	117,24	3 799,10	3 916,34	3 663,43	2,99	7,4	7,4	7,6
25	96,26	1 846,72	1 942,98	1 840,18	4,95	3,6	3,7	3,8
26	105,24	4 547,47	4 652,71	4 191,28	2,26	7,4	8,4	9,1
27	5,50	4 098,79	4 104,29	3 844,49	0,13	8,1	7,7	8,0
28	133,80	2 407,19	2 540,99	2 352,95	5,27	4,1	4,7	4,9
29	37,25	1 190,82	1 228,07	1 783,83	3,03	3,7	3,6	2,4
30	0,10	16,40	16,50	17,55	0,61	0,0	0,0	0,0
31	23,01	831,38	854,39	756,00	2,69	1,5	1,5	1,7
32	13,86	1 570,99	1 584,85	1 780,10	0,87	4,1	3,6	3,1
33	7,58	148,34	155,92	132,19	4,86	0,2	0,3	0,3
34	26,41	579,51	605,92	497,38	4,36	1,0	1,0	1,2
35	20,31	2 368,64	2 388,95	2 360,15	0,85	4,5	4,7	4,6
36	182,54	1 231,24	1 413,78	1 101,01	12,91	2,2	2,2	2,8
37	0,40	17,65	18,05	19,01	2,22	0,0	0,0	0,0
<b>Σύνολο</b>	<b>1 434,24</b>	<b>49 967,93</b>	<b>51 402,17</b>	<b>49 738,40</b>	<b>2,79</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Πηγή: ΣΕΒ, 2004

Οι συνολικές πωλήσεις διευρύνονται με 6%, σημαντικά ταχύτερα από τις δύο προηγούμενες χρήσεις (1,2% το 2002), όταν οι ετήσιες αυξήσεις υστερούσαν από τον ρυθμό ανόδου είτε του αριθμού των επιχειρήσεων, είτε του δείκτη τιμών χονδρικής και άρα δεν ανταποκρίνονταν σε ουσιαστική αύξηση των πωλήσεων της μεταποίησης. Η άνοδος αυτή προκαλείται από τη συμπεριφορά του κλάδου παραγωγής προϊόντων διύλισης πετρελαίου και καυσίμων, η οποία παίζει κρίσιμο ρόλο στην πορεία των συνολικών πωλήσεων της μεταποίησης. Πρόκειται για τον 2<sup>ο</sup> κλάδο σε πωλήσεις και σαφώς αυτόν που επηρεάζεται εντονότερα από τις σημαντικές διακυμάνσεις των τιμών στο διεθνές περιβάλλον. Η αύξηση των πωλήσεων του κλάδου αυτού κατά 26,5% το 2003 (έναντι πτώσης 24,7% το 2002) ενισχύει τις συνολικές πωλήσεις της μεταποίησης κατά 1,18 δις. € σε σχέση με το 2002. Αν απομονωθεί η επίδραση αυτού του κλάδου και εξεταστούν οι υπόλοιποι 22, τότε διαπιστώνεται ότι ο ρυθμός ανόδου των πωλήσεων αυτών επιβραδύνθηκε σε σχέση με την προηγούμενη χρήση. Η άνοδος του 6,1% του 2002 περιορίζεται σε 3,3% το 2003. Ο συνολικός κύκλος εργασιών (πωλήσεις) στους επιμέρους κλάδους της ελληνικής βιομηχανίας τα έτη 2001,2002 και 2003 παρουσιάζεται στον Πίνακα 4.11.

**Πίνακας 4.11. Κύκλος Εργασιών (Πωλήσεις) στους Επιμέρους Κλάδους**

Κλάδος	Αριθμός Εταιρειών & Πωλήσεις				Ποσοστιαία Μεταβολή Πωλήσεων	Αριθμός Εταιρειών & Πωλήσεις		Ποσοστιαία Μεταβολή Πωλήσεων
	2001		2002		2002/01	2003		2003/02
	Εταιρείες	Πωλήσεις	Εταιρείες	Πωλήσεις		Εταιρείες	Πωλήσεις	
15	1 310	8 986,48	1 363	9 628,16	7,1	1 461	9 949,53	3,3
16	7	562,63	6	597,54	6,2	7	622,17	4,1
17	371	1 466,25	378	1 490,69	1,7	371	1 488,03	-0,2
18	289	975,84	282	954,77	-2,2	281	983,61	3,0
19	97	214,62	96	197,23	-8,1	90	184,24	-6,6
20	132	443,70	143	476,27	7,3	155	502,40	5,5
21	148	871,01	158	910,86	4,6	162	891,86	-2,1
22	534	1 751,42	567	1 887,80	7,8	584	2 025,27	7,3
23	42	5 919,41	42	4 455,20	-24,7	42	5 633,90	26,5
24	323	3 219,46	321	3 332,29	3,5	312	3 453,96	3,7
25	337	1 197,49	343	1 286,40	7,4	353	1 325,39	3,0
26	551	2 593,08	573	2 984,18	15,1	588	3 261,45	9,3
27	108	2 929,67	109	3 019,96	3,1	105	3 051,3	1,0
28	510	1 501,63	530	1 770,40	17,9	562	1 942,04	9,7
29	301	936,61	319	1 020,71	9,0	319	929,26	-9,0
30	14	22,96	14	18,89	-17,7	13	15,99	-15,4
31	136	796,31	137	711,46	-10,7	142	787,47	10,7
32	39	1 080,17	41	940,74	-12,9	38	733,48	-22,0
33	46	89,10	54	123,18	38,2	57	164,07	33,2
34	43	388,83	44	361,12	-7,1	43	503,12	39,3
35	89	590,82	93	802,21	35,8	93	678,79	-15,4
36	339	697,07	341	721,94	3,6	380	833,52	15,5
37	6	2,82	11	4,93	74,8	12	8,83	79,1
<b>Σύνολο</b>	<b>5 772</b>	<b>37 237,4</b>	<b>5 964</b>	<b>37 697,03</b>	<b>1,2</b>	<b>6 170</b>	<b>39 969,78</b>	<b>6,0</b>

7. Η πτώση προκύπτει από τη μεγάλη υποχώρηση (μείωση 45%) των πωλήσεων της κορυφαίας σε πωλήσεις το 2002 εταιρείας ΝΑΥΠΗΓΙΚΕΣ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΣ ΕΛΕΥΘΙΝΑΣ Α.Ε. Οι υπόλοιπες επιχειρήσεις του κλάδου φαίνεται αντίθετα να διατηρούνται στο επίπεδο πωλήσεων του 2002.

Πηγή: ΣΕΒ, 2004

Όσον αφορά το κόστος λειτουργίας των επιχειρήσεων, φαίνεται να κατορθώνουν να το ελέγξουν καλύτερα καθώς συγκρατούν τις δαπάνες λειτουργίας τους σε μια αύξηση της τάξης του 2,3% (έναντι 8,8% το 2002). Έτσι παρά το γεγονός ότι τα μικτά κέρδη αυξάνονται το 2003 με ελαφρά χαμηλότερο ρυθμό σε σχέση με το 2002 (5,7% έναντι 6,4%), γίνεται εφικτή η διεύρυνση του ποσοστού των καθαρών επί των μικτών κερδών στο 18,5% (από 15,8% το 2002).

Η εξέλιξη αυτή ερμηνεύεται και από την καλύτερη εικόνα των κερδοφόρων / ζημιογόνων επιχειρήσεων κατά το 2003 (ΣΕΒ, 2004). Παρά την ταχύτερη αύξηση του αριθμού των ζημιογόνων σε σχέση με τις κερδοφόρες, περιορίζεται σημαντικά το ύψος των ζημιών των πρώτων, ενώ ταυτόχρονα αυξάνεται το ύψος των κερδών των τελευταίων. Το γεγονός αυτό σε συνδυασμό με τη σημαντική άνοδο των συνολικών πωλήσεων, ερμηνεύει την ανάκαμψη (αύξηση 23,8%) των καθαρών αποτελεσμάτων της μεταποίησης μετά από μια διετία υποχώρησης, τα οποία προσδιορίζονται στα 2,23 δισ. € και προσεγγίζουν την περίοδο του 2000.

Σημαντικό ρόλο σε αυτή την εξέλιξη διαδραματίζει και η διεύρυνση των καθαρών κερδών του κλάδου προϊόντων διύλισης πετρελαίου και καυσίμων, αφού αν απομονωθεί η επίδραση αυτού, διαπιστώνεται ότι οι υπόλοιποι 22 κλάδοι της μεταποίησης αυξάνουν τα καθαρά τους αποτελέσματα κατά 17,2%.

Σε ότι αφορά τη διάθεση των κερδών τους, οι επιχειρήσεις φαίνεται το 2003 να επανέρχονται στην πολιτική η οποία κυριαρχούσε κατά την εξαετία 1995-2000, αλλά όχι την περίοδο 2001-2002 (ΣΕΒ, 2004). Στη διετία της χρηματιστηριακής ύφεσης, οι επιχειρήσεις προτιμούσαν να καταβάλλουν μερίσματα στους μετόχους τους, σε μία προσπάθεια βελτίωσης της εικόνας και διατήρησης της σχέσης εμπιστοσύνης που είχε κλονιστεί. Έτσι ενώ το 2002 η πλειοψηφία των κερδών (36,5%) αποδόθηκε σε αυτήν τη χρήση (έναντι 29,5% το 2000), το 2003 επιλέγεται και πάλι κυρίως η δημιουργία αποθεματικού, με σχεδόν το 40% των κερδών να τοποθετείται σε «Αποθεματικά και Υπόλοιπα εις Νέα» (47% το 1999).

Σε επίπεδο περιθωρίων κέρδους, το καθαρό περιθώριο της μεταποίησης διευρύνεται στο 5,7% (έναντι 4,9% το 2002), επίδοση που είναι η υψηλότερη μετά το 1999, ενώ πολύ μικρή είναι η επίδραση σε αυτόν τον δείκτη του κλάδου πετρελαίου και άνθρακα, μιας και το καθαρό περιθώριο κέρδους του 2003, προσδιορίζεται στο 5,64%. Σε ότι αφορά το μικτό περιθώριο, οι μεταποιητικές επιχειρήσεις φαίνεται να δουλεύουν με ένα μέσο μικτό περιθώριο κέρδους της τάξεως του 31% (Πίνακας 4.12).

**Πίνακας 4.12.** Κέρδη και Περιθώρια Κέρδους Μεταποιητικών Επιχειρήσεων

Χρήση	Μικτά Κέρδη	Ποσοστιαία μεταβολή	Καθαρά Κέρδη	Ποσοστιαία μεταβολή	Περιθώριο Κέρδους %	
					Μικτό	Καθαρό
1995	6 118,39	15,2	1 040,09	43,3	28,85	4,90
1996	6 766,40	10,6	1 153,25	10,9	29,80	5,08
1997	7 405,31	9,4	1 180,74	2,4	28,56	4,55
1998	8 718,20	17,7	1 548,16	31,1	31,61	5,61
1999	9 951,67	14,2	2 193,02	41,7	33,47	7,37
2000	11 123,10	11,8	2 348,20	7,1	30,63	6,47
2001	10 970,72	-1,4	1 935,41	-17,6	29,46	5,20
2002	11 675,89	6,4	1 843,36	-4,8	30,97	4,89
2003	12 342,45	5,7	2 281,59	23,8	30,88	5,71

Πηγή: ΣΕΒ, 2004

Τέλος, σε ότι αφορά βασικούς αριθμοδείκτες της μεταποίησης και με βάση την εξέλιξη των παραπάνω μεγεθών, οι δείκτες ρευστότητας παραμένουν στα επίπεδα της προηγούμενης χρήσης, με τις επιχειρήσεις να διαθέτουν ικανοποιητικό μόνιμο κεφάλαιο κίνησης για την κάλυψη των υποχρεώσεών τους, ενώ η δανειακή επιβάρυνση (ξένα / ίδια) αυξάνεται στο 1,18%. Παράλληλα αυξάνονται όλοι οι δείκτες αποδοτικότητας, αφού τόσο η αποδοτικότητα ιδίων κεφαλαίων, όσο και η αποδοτικότητα συνολικών κεφαλαίων βρίσκονται στο υψηλότερο επίπεδο της τριετίας 2001-2003 αν και υστερούν ακόμα από τα υψηλότερα επίπεδα του 1999-2000.

Οι εξαγωγικές δραστηριότητες των ελληνικών επιχειρήσεων είναι περιορισμένες και το μερίδιο της Ελλάδας στις παγκόσμιες εξαγωγές αντιπροσωπεύεται με 0,26% (Konsolas, 2002). Μόνο πέντε κλάδοι της ελληνικής βιομηχανίας κινούνται πάνω από αυτό το όριο: Τρόφιμα/Ποτά, Κλωστοϋφαντουργία/Είδη Ένδυσης, Δομικά Υλικά, Προσωπικά Είδη και Μεταλλεύματα. Η παραγωγική βάση της χώρας βρίσκεται σε χαμηλά επίπεδα και υστερεί σημαντικά στους περισσότερους βιομηχανικούς κλάδους ενώ καλύπτει αποκλειστικά με εισαγωγές τις ανάγκες σε μηχανήματα και πρώτες ύλες απαραίτητες για τη βιομηχανική παραγωγή. Η εισαγωγική διείσδυση των βασικών κλάδων της μεταποίησης καθώς και η εξαγωγική τους επίδοση παρουσιάζεται στον Πίνακα 4.13.



**Πίνακας 4.13.** Εισαγωγική Διείδυση και Εξαγωγική Επίδοση – Βασικοί κλάδοι της μεταποίησης

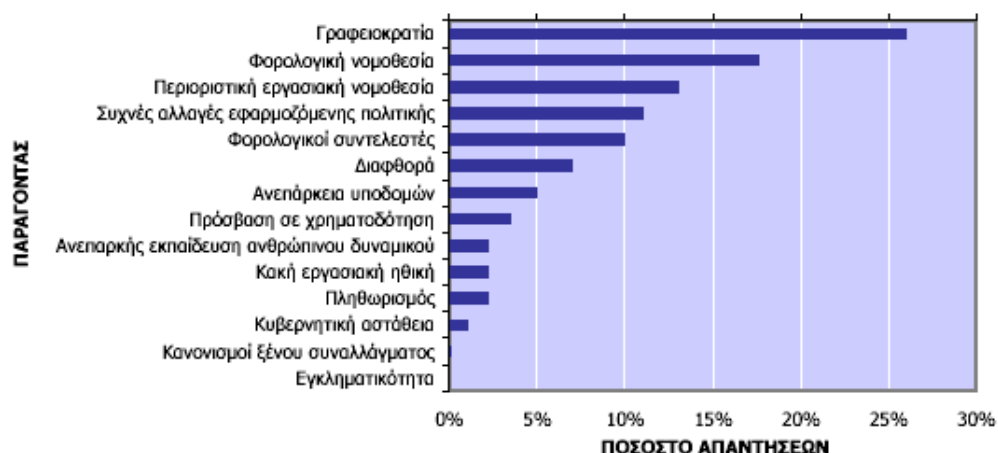
Κλάδοι	Ετήσιες εκατοστιαίες μεταβολές				Εισαγωγική διείδυση <sup>1</sup>	Εξαγωγική επίδοση <sup>1</sup>
	Σε τρέχουσες τιμές		Σε τιμές 2000			
	Εισαγωγικές δαπάνες <sup>2</sup>	Εξαγωγικές εισπράξεις <sup>2</sup>	Ακαθάριστη αξία παραγωγής	Ακαθάριστη αξία παραγωγής		
<b>Τρόφιμα-ποτά (15)</b>						
2002	-0,7	9,8	6,2	2,0	33,7	15,0
2003	-2,8	13,3	-0,5	-2,9	33,8	17,1
2004	9,4	-11,3	8,1	3,7	33,2	14,0
<b>Κλωστ./γία, ένδυση-υπόδηση, δέρμα (17,18,19)</b>						
2002	3,8	3,0	-2,7	-4,1	61,0	46,8
2003	-1,9	11,9	-1,2	-2,8	63,8	53,0
2004	1,8	-3,5	-6,1	-8,2	66,3	54,5
<b>Ελαστικό-πλαστικά, χημικά (24,25)</b>						
2002	4,8	33,5	4,8	3,9	72,1	34,6
2003	-5,2	17,5	2,9	1,3	72,0	39,5
2004	0,5	5,1	5,6	3,7	70,9	39,3
<b>Μη μεταλλικά ορυκτά (26)</b>						
2002	-22,3	232,0	5,0	2,6	19,6	7,3
2003	1,3	-12,5	1,6	1,8	19,4	6,3
2004	5,7	32,5	0,7	-0,7	20,5	8,2
<b>Βασική μεταλλουργία και προϊόντα από μέταλλο (27,28)</b>						
2002	4,4	-14,8	3,9	5,3	39,4	19,0
2003	9,4	-3,4	-1,3	0,6	41,8	18,6
2004	17,9	38,9	10,4	6,4	44,9	23,5
<b>Μηχανές και συσκευές (29,30,31,32)</b>						
2002	-3,2	-5,0	-13,1	-10,2	82,4	26,7
2003	-2,1	43,2	3,1	2,8	83,8	37,1
2004	3,3	-15,9	10,6	1,7	80,9	28,2
<b>Μεταφορικά μέσα και εξοπλισμός (34,35)</b>						
2002	5,2	-25,1	-6,6	-9,6	81,2	3,4
2003	9,3	134,5	5,9	1,7	82,4	7,6
2004	23,8	87,3	-3,6	-4,4	86,7	14,7
<b>Σύνολο μεταποίησης (χωρίς καύσιμα)</b>						
2002	0,6	5,5	2,7	0,7	51,2	17,7
2003	0,0	17,1	1,2	-0,3	51,7	20,4
2004	8,7	1,5	4,4	1,3	52,6	19,9

Πηγή: Έκθεση του Διοικητή της ΤΤΕ για το 2004, 2005

#### 4.3.2 Ρόλος του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών

Σημαντικός είναι ο ρόλος του Συνδέσμου Ελληνικών Βιομηχανιών (ΣΕΒ) ο οποίος εκπροσωπεί την ιδιωτική πρωτοβουλία στο χώρο της ελληνικής βιομηχανίας και προχωρεί συστηματικά σε προτάσεις προς την εκάστοτε κυβέρνηση για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών επιχειρήσεων καθώς και σε κριτική σε νομοθετικές ρυθμίσεις και σχέδια νόμων. Έρευνες έχουν

εντοπίσει τα βασικότερα προβλήματα για την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών επιχειρήσεων όπως τα αντιλαμβάνονται οι Έλληνες επιχειρηματίες όπου με μεγάλη διαφορά προηγείται η γραφειοκρατία, ενώ έπονται με σημαντικά ποσοστά η φορολογική νομοθεσία με τους φορολογικούς συντελεστές και η περιοριστική εργασιακή νομοθεσία (Διάγραμμα 4.1).



Σημείωση: Από μια λίστα με 14 παράγοντες, ζητήθηκε από τους συμμετέχοντες στην έρευνα να επιλέξουν τους πέντε περισσότερο προβληματικούς για την επιχειρηματικότητα και να τους αξιολογήσουν με κλίμακα 1 (ο περισσότερο προβληματικός) έως 5 (ο λιγότερο προβληματικός). Το διάγραμμα δείχνει τα ποσοστά απαντήσεων σταθμισμένα σύμφωνα με την αξιολόγηση του κάθε παράγοντα.

Πηγή: WEF

#### Διάγραμμα 4.1 Βασικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά την επιχειρηματικότητα, WEF

Οι βασικές κατευθυντήριες γραμμές των προτάσεων του ΣΕΒ αφορούν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, τα κίνητρα για τις επενδύσεις με τους αναπτυξιακούς νόμους που αφορούν την ανασυγκρότηση της περιφέρειας, τις ρυθμίσεις για το ασφαλιστικό σύστημα της χώρας και τις εργοδοτικές εισφορές, τη φορολογική μεταρρύθμιση και την αναπροσαρμογή της εργασιακής νομοθεσίας. Οι προτάσεις του ΣΕΒ και οι προτροπές προς την πολιτική εξουσία μπορούν να ενταχθούν σε τρεις βασικούς άξονες: το μακροοικονομικό περιβάλλον, το επιχειρηματικό περιβάλλον και τα συστήματα εκπαίδευσης και κατάρτισης.

**Μακροοικονομικό περιβάλλον:** Η εκτόξευση των ελλειμμάτων του

προυπολογισμού σε επίπεδα πάνω από 6% και η αβεβαιότητα για την πορεία της οικονομίας στο μέλλον αποτελούν σημαντικούς παράγοντες υποβάθμισης της ανταγωνιστικότητας της Ελλάδας στα χαμηλότερα επίπεδα της Ε.Ε. Η βιωσιμότητα των δημοσίων οικονομικών ως βάση για ανάπτυξη και απασχόληση είναι βασική προϋπόθεση. Απαιτούνται συγκεκριμένα μέτρα όπως:

- περιορισμός των δαπανών δημόσιας κατανάλωσης και εξυγίανση του τομέα των εσόδων με μείωση του φορολογικού βάρους και καταπολέμηση της φοροδιαφυγής
- βελτίωση της αποτελεσματικότητας των δαπανών των δημοσίων επενδύσεων
- εξυγίανση των ασφαλιστικών ταμείων
- υλοποίηση ενός εκτεταμένου προγράμματος ιδιωτικοποιήσεων, πώληση περιουσιακών στοιχείων που δεν συνεισφέρουν σημαντικά έσοδα στον προϋπολογισμό και αξιοποίηση της ακίνητης δημόσιας περιουσίας, μέσα από την ενεργό συμμετοχή της ιδιωτικής πρωτοβουλίας
- αποτελεσματική αξιοποίηση των ολυμπιακών έργων.

*Επιχειρηματικό περιβάλλον:* Σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές επιχειρήσεις εξακολουθεί να είναι η γραφειοκρατία. Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα του ΣΕΒ, προκύπτει ότι το κόστος της γραφειοκρατίας αποτελεί το 1,6% της προστιθέμενης αξίας για μια μεγάλη επιχείρηση, το 3,7% για μια μεσαία επιχείρηση και το 7,2% για μια μικρή. Χρειάζονται μέτρα για τη μείωση του κόστους της γραφειοκρατίας όπως:

- να εγκατασταθούν συστήματα ηλεκτρονικής διακυβέρνησης σε όλους τους τομείς και να εξασφαλιστεί η ηλεκτρονική επικοινωνία μεταξύ των υπηρεσιών
- να ενισχυθούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις για να βελτιώσουν τη δυνατότητά τους να αξιοποιούν τα ηλεκτρονικά μέσα στις σχέσεις τους με το δημόσιο

- να περιοριστούν οι αδικαιολόγητες καθυστερήσεις κάθε μορφής από την πλευρά του δημοσίου.

Επίσης χρειάζονται μέτρα για τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος όπως:

- να εξασφαλιστεί διαφάνεια και πάταξη της διαφθοράς με έμφαση σε απλούς και συγκεκριμένους κανόνες συναλλαγών
- να ολοκληρωθεί η φορολογική μεταρρύθμιση με πλήρη κωδικοποίηση της φορολογικής νομοθεσίας
- να προωθηθεί η εφαρμογή μηχανισμού ελέγχου των επιπτώσεων του νομοθετικού έργου στην ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων και της οικονομίας
- η ελληνική οικονομία να αναπτύξει εξωστρέφεια με άμεση εξασφάλιση των αναγκαίων πόρων για τη στήριξη της οικονομικής διπλωματίας.

*Συστήματα εκπαίδευσης και κατάρτισης:* Είναι σημαντική υπόθεση για την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων η επένδυση στο ανθρώπινο δυναμικό σε θέματα εκπαίδευσης και κατάρτισης. Χρειάζονται συγκεκριμένα μέτρα όπως:

- να προσανατολισθούν οι εκπαιδευτικές μονάδες, τα πανεπιστημιακά ιδρύματα και τα κέντρα κατάρτισης στις ανάγκες της οικονομίας της γνώσης ενσωματώνοντας μηχανισμούς της αγοράς και προσαρμόζοντας τα προγράμματα των σπουδών τους, αναπτύσσοντας σπονδυλωτά προγράμματα σύμφωνα με τις ιδιαίτερες ανάγκες των εκπαιδευομένων
- να βελτιωθεί η ποιότητα της πρωτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης για την ανάπτυξη της κριτικής σκέψης στη γλώσσα, στα μαθηματικά, στις επιστήμες, για τη διαμόρφωση ολοκληρωμένων προσωπικοτήτων με ευρύτερες δεξιότητες, ικανότητες και αντίληψη των επιστημονικών και τεχνολογικών εξελίξεων

- να αναβαθμιστούν τα πανεπιστήμια εισάγοντας στοιχεία ευελιξίας, αποκτώντας αυτονομία λειτουργίας σε επίπεδο εκπαιδευτικού ιδρύματος και εισάγοντας σύστημα ακαδημαϊκής αξιολόγησης για να βελτιώσουν τις επιδόσεις τους και να αναπτύξουν την έρευνα
- να εφαρμοσθεί η διδασκαλία της επιχειρηματικότητας των νέων σε όλες τις βαθμίδες της εκπαίδευσης
- να εφαρμοσθεί η δια βίου ανάπτυξη των προσόντων και ικανοτήτων των εκπαιδευτών και των δασκάλων σε όλο το φάσμα της εκπαίδευσης και της δια βίου μάθησης.

Οι προτάσεις του ΣΕΒ είναι στην κατεύθυνση της βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών επιχειρήσεων αλλά η πρακτική των περισσότερων ελληνικών επιχειρήσεων απέχει από το ύφος και το πνεύμα αυτών των προτάσεων. Οι ελληνικές επιχειρήσεις στην πλειοψηφία τους πιέζουν τις κυβερνήσεις για προστατευτισμό, αποδυνάμωση των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων, αδιαφανείς διαγωνισμούς και απευθείας αναθέσεις δημοσίων έργων και προμηθειών κάτι που τις καθιστά όμως ιδιαίτερα ευάλωτες στο διεθνή ανταγωνισμό. Οι ενέργειες του επιχειρηματικού κόσμου καλύπτουν ουσιαστικά το κενό που δημιουργείται από την έλλειψη πολιτικής βούλησης για τη τήρηση των νόμων που αφορούν τον ανταγωνισμό αλλά και την οικονομική ζωή της χώρας γενικότερα.

Η αλματώδης άνοδος του δείκτη τιμών του Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών (Χ.Α.Α) το 1999 έδωσε τη δυνατότητα σε δεκάδες ελληνικές επιχειρήσεις να αντλήσουν κεφάλαια από τις συνεχόμενες αυξήσεις μετοχικού κεφαλαίου και να τα χρησιμοποιήσουν για φιλόδοξες επενδύσεις στην Ελλάδα αλλά και στα Βαλκάνια. Τα επενδυτικά προγράμματα που εκδόθηκαν από τις τράπεζες-αναδόχους των αυξήσεων μετοχικού κεφαλαίου πολλών επιχειρήσεων δεν πραγματοποιήθηκαν ποτέ καθώς οι επιχειρηματίες εκμεταλευόμενοι την ανυπαρξία της επιτροπής Κεφαλαιαγοράς και νομοθετικού πλαισίου για τη λειτουργία του Χ.Α.Α, δεν ανταποκρίθηκαν στην απαίτηση του επενδυτικού κοινού για επενδύσεις, αύξηση της απασχόλησης και ουσιαστικά ρευστοποίησαν τα

αντλούμενα κεφάλαια ή στράφηκαν σε δραστηριότητες άσχετες με το αντικείμενο των επενδυτικών προγραμμάτων. Η κατάρρευση του δείκτη τιμών του Χρηματιστηρίου, οι ποινικές διώξεις που ακολούθησαν, η προσπάθεια συγκάλυψης της πολιτικής ευθύνης καθώς και αυτής των επιχειρηματιών έπληξαν σημαντικά την αξιοπιστία του θεσμού του Χρηματιστηρίου και των ελληνικών επιχειρήσεων γενικότερα και δημιούργησαν το αίσθημα της αδιαφάνειας και της διαφθοράς στον Έλληνα μικροεπενδυτή καθώς και στους ξένους θεσμικούς επενδυτές.

Επίσης πολλές ελληνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται κυρίως στο χώρο της Βιομηχανίας Τροφίμων και των Ειδών Ένδυσης/ Κλωστοϋφαντουργίας (π.χ Κλωστήρια Ναούσης, Κλωνατέξ) εκμεταλεύτηκαν τις διατάξεις του αναπτυξιακού νόμου για την περιφέρεια και επιδοτήθηκαν σε μεγάλο ποσοστό για τη δημιουργία θέσεων εργασίας σε ακριτικές περιοχές. Στη συνέχεια με πρόφαση το αυξημένο κόστος παραγωγής και τον έντονο ανταγωνισμό από προϊόντα βαλκανικής και κινεζικής προέλευσης, έκλεισαν τις μονάδες παραγωγής και μεταφέρθηκαν σε γειτονικές βαλκανικές χώρες με χαμηλό εργατικό κόστος. Ουσιαστικά δηλαδή χρησιμοποιήθηκαν δημόσια κεφάλαια και κεφάλαια της Ευρωπαϊκής Ένωσης για να αυξηθεί η απασχόληση στα βαλκανικά κράτη και να αποδυναμωθεί η παραγωγική βάση της χώρας ενώ παράλληλα χρησιμοποιείται σαν μέσο πίεσης και εκβιασμού της κυβέρνησης η πρόθεση και η δυνατότητα των επιχειρηματιών να απομακρύνουν τις παραγωγικές μονάδες από τον ελληνικό χώρο ( βλ. δηλώσεις προέδρου ΣΕΒ Ιούλιος'05).

Εκτός της κοινωνικής διάστασης της μετανάστευσης των ελληνικών επιχειρήσεων στις γειτονικές χώρες, με την αύξηση της ανεργίας, την ερήμωση της ελληνικής επαρχίας, την μείωση της παραγωγικής βάσης, τη διάλυση του κοινωνικού ιστού της χώρας και την μείωση των πόρων για το δημόσιο από τη φορολογία, υπάρχει η καθαρά οικονομική διάσταση που αφορά την επιτυχία αυτών των επιχειρημάτων η οποία είναι το λιγότερο αβέβαιη. Το εργατικό κόστος στις γειτονικές χώρες είναι πράγματι ιδιαίτερα χαμηλό και μειώνει σημαντικά το κόστος παραγωγής των προϊόντων σε σχέση με την παραγωγή των αντίστοιχων προϊόντων στην Ελλάδα. Όμως οι σύνθετοι συντελεστές παραγωγής, τηλεπικοινωνίες, σύγχρονο οδικό και σιδηροδρομικό δίκτυο και το εξειδικευμένο

ανθρώπινο δυναμικό είναι σε χαμηλό επίπεδο σε σχέση με το αντίστοιχο ελληνικό. Επίσης η έλλειψη των βασικών υποδομών σε αεροδρόμια, λιμάνια καθώς και η απαρχαιωμένη διάρθρωση των δημοσίων υπηρεσιών και η διαφθορά των κυβερνητικών λειτουργιών είναι ανασταλτικοί παράγοντες για την εξασφάλιση των επενδύσεων των Ελλήνων επιχειρηματιών στις περισσότερες γειτονικές χώρες. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να αυξάνεται σημαντικά το κόστος μεταφοράς των προϊόντων από τις χώρες παραγωγής στις μεγάλες αγορές, να χρειάζονται να γίνουν μεγάλες επενδύσεις από τις ίδιες τις επιχειρήσεις σε έργα υποδομής, να δαπανώνται σημαντικά κεφάλαια στην εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού και τελικά τα παραγόμενα προϊόντα να είναι πολλές φορές χαμηλότερης αντιληπτής ποιότητας από τα αντίστοιχα ελληνικά. Υπάρχουν άλλωστε τα παραδείγματα στην παγκόσμια οικονομική ιστορία των Αμερικανικών και Ιαπωνικών αυτοκινητοβιομηχανιών οι οποίες σε διαφορετικές χρονικές περιόδους, οι μεν πρώτες τη δεκαετία του '70 οι δε δεύτερες τα τελευταία χρόνια, αποφάσισαν να μεταφέρουν τμήματα της παραγωγής τους σε χώρες της Ασίας με χαμηλό εργατικό κόστος (Κορέα, Κίνα). Το τμήμα ήταν υψηλό καθώς οι Αμερικάνικες αυτοκινητοβιομηχανίες έχασαν σημαντικό μερίδιο της εγχώριας αγοράς τους αφού το παραγωγικό κενό κάλυψαν οι Ιαπωνικές εταιρείες που δραστηριοποιήθηκαν στο Detroit, ενώ αντίστοιχα οι Ιαπωνικές αυτοκινητοβιομηχανίες αναγκάζονται να εγκαταλείψουν τα επενδυτικά τους σχέδια στην Κίνα καθώς είναι ανυπολόγιστο το κόστος και δυσλειτουργική η μονάδα λόγω έλλειψης βασικών υποδομών σε ηλεκτροδότηση των μονάδων παραγωγής, σε αξιόπιστο και σύγχρονο οδικό και σιδηροδρομικό δίκτυο, σε εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό, σε αεροδρόμια και λιμενικές εγκαταστάσεις (Business Week, 2004). Τα παραδείγματα αυτά μπορούν να λειτουργήσουν σαν προειδοποιητικά σήματα για τη δραστηριοποίηση παραγωγικών μονάδων των ελληνικών επιχειρήσεων στα Βαλκάνια.

Οι ελληνικές επιχειρήσεις θα μπορούσαν να απεμπλακούν από τη λογική της μείωσης του κόστους παραγωγής με οποιοδήποτε τμήμα και να αναθεωρήσουν τη στρατηγική τους στα Βαλκάνια αν έδιναν βαρύτητα σε παραμέτρους που θέτει ο Porter στο διαμάντι του ανταγωνισμού. Οι ελληνικές επιχειρήσεις θα μπορούσαν να εκμεταλευτούν τα σημαντικά συγκριτικά

πλεονεκτήματα της Ελλάδας σε σχέση με τις Βαλκανικές χώρες, σε βασικές και σύνθετες υποδομές όπως είναι οι τηλεπικοινωνίες, το οδικό δίκτυο, η αξιοπιστία του συστήματος ηλεκτροδότησης, το εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό, τα σύγχρονα αεροδρόμια και λιμάνια και να επενδύσουν παράλληλα σε έρευνα και ανάπτυξη, σε νέες τεχνολογίες και αυτοματισμούς έτσι ώστε να μειώσουν το κόστος παραγωγής τους και να αναβαθμίσουν ποιοτικά τα προϊόντα τους χωρίς να μεταφέρουν τις παραγωγικές δραστηριότητες σε κράτη με χαμηλό εργατικό κόστος.

Η ελληνική επικράτεια προσφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα για εγχώριες επενδύσεις σε βασικές και σύνθετες υποδομές σε σχέση με τα υπόλοιπα βαλκανικά κράτη και αυτό φαίνεται και από την ανάλυση του WEF (World Economic Forum) για την ανταγωνιστικότητα της Ελληνικής Οικονομίας για το 2005-2006. Η Ελλάδα σύμφωνα με το δείκτη Ολικής Ανταγωνιστικότητας κατατάσσεται στη 47<sup>η</sup> θέση ανάμεσα σε 117 χώρες ενώ το 2004 βρισκόταν στην 51<sup>η</sup> θέση. Τα σημαντικότερα από τα θέματα που επιδρούν θετικά στο δείκτη ολικής ανταγωνιστικότητας αφορούν την υποδομή στις τηλεπικοινωνίες όπου η Ελλάδα καταλαμβάνει υψηλή θέση (26) σε σύνολο 117 χωρών, την επάρκεια επιστημονικού ανθρώπινου δυναμικού (21) καθώς και την υψηλή συμμετοχή στη τριτοβάθμια εκπαίδευση (7). Σε μακροοικονομικό επίπεδο η πιστοληπτική ικανότητα της χώρας (25), το ύψος των επιτοκίων (34) και η προσβασιμότητα σε πιστώσεις (39) είναι τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της ελληνικής οικονομίας σε αντίθεση με το χρέος της κυβέρνησης (110) και το δημόσιο έλλειμα (110) όπου παρουσιάζονται οι σημαντικότερες αδυναμίες. Όλα τα παραπάνω στοιχεία παρουσιάζονται στον Πίνακα 4.14 ενώ η κατάταξη της χώρας είναι σε σύνολο 117 χωρών και περιέχει δείκτες Ανταγωνιστικότητας για Ανάπτυξη, Επιχειρηματικής Ανταγωνιστικότητας και Άλλους δείκτες.



**Πίνακας 4.14.** Κυριότερα συγκριτικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Ελληνικής Οικονομίας

Κυριότερα συγκριτικά πλεονεκτήματα		Κυριότερα συγκριτικά μειονεκτήματα	
Δείκτης Ανταγωνιστικότητας για Ανάπτυξη	Θέση /117	Δείκτης Ανταγωνιστικότητας για Ανάπτυξη	Θέση /117
<b>Μακροοικονομικό Περιβάλλον</b>		<b>Μακροοικονομικό Περιβάλλον</b>	
Πιστοληπτική ικανότητα χώρας, 2004	25	Χρέος κυβέρνησης, 2004	110
Ύψος επιτοκίων, 2004	34	Πλεόνασμα/Έλλειμμα κυβέρνησης, 2004	110
Προσβασιμότητα σε πιστώσεις	39	Προσδοκίες για υποχώρηση του ρυθμού οικονομικής ανόδου	97
<b>Δημόσιοι Θεσμοί</b>		<b>Δημόσιοι Θεσμοί</b>	
Οργανωμένο έγκλημα	26	Μη νόμιμες πληρωμές στη συλλογή φόρων	81
Περιοριστικά δικαιώματα	39	Ευνοικρατία στη λήψη αποφάσεων ανώτερων κυβερνητικών στελεχών	54
Μη νόμιμες πληρωμές στις διαδικασίες εξαγωγών και εισαγωγών	43	Ανεξαρτησία δικαιοσύνης	48
Μη νόμιμες πληρωμές σε δημόσιες υπηρεσίες	44	<b>Τεχνολογία</b>	
<b>Τεχνολογία</b>		Χρεώσεις ξένες επενδύσεις και μεταφορά τεχνολογίας	
Συμμετοχή στην τριτοβάθμια εκπαίδευση	7	Επιτυχία της κυβέρνησης στην προώθηση της χρήσης τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνιών	81
Κινητά τηλέφωνα, 2003	13	Προτεραιότητες της κυβέρνησης σε θέματα τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνιών	71
Τηλεφωνικές γραμμές, 2003	26		
Δείκτης επιχειρηματικής ανταγωνιστικότητας	Θέση /110	Δείκτης επιχειρηματικής ανταγωνιστικότητας	Θέση /110
<b>Λειτουργία και Στρατηγική της Επιχείρησης</b>		<b>Λειτουργία και Στρατηγική της Επιχείρησης</b>	
Έκταση λειτουργίας μάρκετινγκ	35	Ανάθεση διοίκησης σε εξειδικευμένα στελέχη	57
Φύση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος	35	Προθυμία για παραχώρηση εξουσίας σε υφιστάμενους	57
Έκταση εφαρμογής οικονομικών κινήτρων	39	Ικανότητα για καινοτομία	57
<b>Ποιότητα Εθνικού Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος</b>		<b>Ποιότητα Εθνικού Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος</b>	
Κινητά τηλέφωνα, 2003	12	Αποτελεσματικότητα των διοικητικών συμβουλίων	86
Εμπορικοί φραγμοί	21	Συγκεντρωτισμός στη διαμόρφωση οικονομικής πολιτικής	78
Διαθεσιμότητα επιστημόνων και μηχανικών	21	Συνεργασία μεταξύ εργαζομένων-εργοδοτών	70
Άλλοι δείκτες	Θέση /117	Άλλοι δείκτες	Θέση /117
Μεσοπρόθεσμες επιπτώσεις του HIV/AIDS στις επιχειρήσεις	10	Ευελιξία καθορισμού των μισθών	107
Μεσοπρόθεσμες επιπτώσεις της φυματίωσης στις επιχειρήσεις	16	Ρυθμίσεις στις προσλήψεις και στις απολύσεις	100
Κόστος στις επιχειρήσεις από τη βία και την εγκληματικότητα	20	Φορολογική επιβάρυνση	99

Π

Πηγή: World Economic Forum, 2005

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

- [1] Σύνδεσμος Ελλήνων Βιομηχάνων, “Η Ελληνική Βιομηχανία το 2004”, Εκδ. ΣΕΒ, 2004
- [2] Σύνδεσμος Ελλήνων Βιομηχάνων, “Η Ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας 2005-2006”, Εκδ. ΣΕΒ, 2006
- [3] Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδας, “Η Ελλάδα με αριθμούς”, Εκδ. ΕΣΥΕ, 2005
- [4] Konsolas I., “The competitive advantage of Greece”, Ashgate, 2002
- [5] Κορρές Γ. & Χιόνης Δ., “Ελληνική Οικονομία”, Εκδ. Σταμούλης, 2003

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5**

### **ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΔΕΣΜΕΣ ΟΜΟΕΙΔΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (Clusters)**

#### **5.1 Ανταγωνιστικότητα Ελληνικών Επιχειρήσεων**

Όπως σημειώθηκε και στην εισαγωγή της μελέτης, ο ορισμός της έννοιας της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών επιχειρήσεων και κατά συνέπεια της ελληνικής οικονομίας είναι μια διαδικασία δύσκολη και νεφελώδης καθώς είναι όρος που επηρεάζει και επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από διαφορετικά μικροοικονομικά και μακροοικονομικά μεγέθη της οικονομίας. Η βέλτιστη ερμηνεία του όρου της ανταγωνιστικότητας μπορεί να προέλθει από την αναγνώριση των παραμέτρων της παραγωγικότητας σε μια οικονομία. Στην ελληνική οικονομία είναι σημαντικό να αναγνωριστούν τα χαρακτηριστικά που προσφέρουν ή θα μπορούσαν να προσφέρουν με κατάλληλες κυβερνητικές και επιχειρηματικές παρεμβάσεις, ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε συγκεκριμένους κλάδους της ελληνικής οικονομίας. Βέβαια, ένα ισχυρό μακροοικονομικό, πολιτικό, νομικό και κοινωνικό πλαίσιο δημιουργεί την πιθανότητα και τη δυναμική της ανταγωνιστικότητας αλλά δεν είναι αρκετό για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Σε τελική ανάλυση η ανταγωνιστικότητα εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τη βελτίωση της μικροοικονομικής ικανότητας της εθνικής οικονομίας, της κουλτούρας των εγχώριων επιχειρήσεων και της φύσης του εγχώριου ανταγωνισμού.

Ο Porter σε έρευνα που πραγματοποίησε το 2002 για την ελληνική οικονομία ανέλυσε με βάση τη θεωρία του διαμαντιού βασικές παραμέτρους της εγχώριας οικονομίας και χρησιμοποιώντας στατιστικά στοιχεία από την ετήσια έκθεση του World Economic Forum και συγκεκριμένα του Global Competitiveness Report αναγνώρισε τις σημαντικότερες δυνατότητες και αδυναμίες της ελληνικής οικονομίας στο σύνολό της. Με βάση το Διαμάντι του Porter για την αναγνώριση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος ενός κλάδου μιας εθνικής οικονομίας πρέπει

να συσχετιστούν οι ακόλουθες παράμετροι:

- Συντελεστές παραγωγής,
- Εγχώρια Ζήτηση,
- Σχετιζόμενες και Υποστηρικτικές βιομηχανίες,
- Στρατηγική Επιχειρήσεων, Δομή και Εγχώριος Ανταγωνισμός,
- Ρόλος της εγχώριας κυβέρνησης και τέλος ο
- Ρόλος των ευκαιριών του διεθνούς περιβάλλοντος.

Για τις παραμέτρους αυτές και με βάση τα στατιστικά στοιχεία ο Porter προχώρησε στη ταξινόμηση των επιμέρους παραγόντων και συντελεστών που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας. Η βαθμολογία είναι σε σύνολο 80 χωρών και στις κατηγορίες που δεν υπάρχουν αντικειμενικά στοιχεία από τις στατιστικές υπηρεσίες, τη θέση της χώρας επηρεάζει η γνώμη των διευθυντικών στελεχών μεγάλων εταιρειών που δραστηριοποιούνται στην υπό εξέταση χώρα. Πρέπει να σημειωθεί ότι ενώ το διαμάντι ουσιαστικά αναφέρεται σε κλάδο βιομηχανίας, στην περίπτωση της ελληνικής οικονομίας γίνεται μια συνολική αξιολόγηση σε μακροοικονομικό επίπεδο. Αφού αναγνωριστούν και ταξινομηθούν οι δυνατότητες και οι αδυναμίες της ελληνικής οικονομίας τότε μπορούν να επισημανθούν οι τομείς στους οποίους με συνδυασμένες επενδύσεις και θεσμικές κρατικές παρεμβάσεις μπορούν να αναπτυχθούν επιχειρήσεις με ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα έναντι των ξένων ανταγωνιστών.

## Συντελεστές Παραγωγής

Σε σύνολο 80 χωρών η βαθμολογία της ελληνικής οικονομίας στους τομείς που σχετίζονται με συντελεστές παραγωγής εμφανίζεται στον Πίνακα 5.1. Από τη βαθμολογία αυτή μπορούν να εξαχθούν χρήσιμα συμπεράσματα για τους τομείς στους οποίους εμφανίζει αδυναμίες η ελληνική οικονομία με βάση τους συντελεστές παραγωγής, βασικός παράγοντας του Διαμαντιού του Porter, και αντίστοιχα σε ποιους τομείς μπορεί να αποκτηθεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Πίνακας 5.1. Κατάταξη Συντελεστών Παραγωγής σύμφωνα με την έρευνα του Porter

Ανταγωνιστικά Πλεονεκτήματα σε σχέση με ΑΕΠ	Θέση	Ανταγωνιστικά Μειονεκτήματα σε σχέση με ΑΕΠ	σε
Διαθεσιμότητα Μηχανικών Επιστημόνων και	21	Ποιότητα Σχολών Διοίκησης Επιχειρήσεων	62
Πρόσβαση σε Δάνεια	31	Έξοδα Ίδρυσης για Νέες Επιχειρήσεις	61
Συνεργασία σε Ερευνητικά Προγράμματα Πανεπ/Βιομηχανίας	34	Ποιότητα Δημόσιας Εκπαίδευσης	52
Ανεξαρτησία Δικαιοσύνης	36	Ποιότητα Ερευνητικών Ιδρυμάτων	51
Πρόσβαση σε Αγορά Μετοχών	36	Ποιότητα Παροχής Ηλεκτρικού ρεύματος	49
Ποιότητα Τηλεπικοινωνιών Υποδομής στις	38	Συνολική Ποιότητα Υποδομών	48
Διαθεσιμότητα Venture capital	38	Υποδομή Λιμένων	48
Κουλτούρα Χρηματ/κής αγοράς	40	Υποδομή Σιδηροδρόμων	48
Γραφειοκρατία	41	Αστυνομική Προστασία Επιχειρήσεων	47
Προστασία Πνευματικών δικαιωμάτων	41	Δημόσιος Τομέας	43
		Υποδομή Αεροδρομίων	43

Πηγή: WEF, 2002

- Η ελληνική οικονομία διαθέτει αξιοποιήσιμο εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό (21) άρα σε τομείς όπου υπάρχει ανάγκη για αντίστοιχο ανθρώπινο δυναμικό (π.χ εταιρείες

υψηλής τεχνολογίας, κατασκευές, βιομηχανία) μπορεί να αξιοποιηθεί σαν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Επίσης υπάρχει αρκετά καλή συνεργασία Πανεπιστημίων με Βιομηχανίες (34) κάτι που σημαίνει ότι επενδύσεις σε Έρευνα και Τεχνολογία θα έχουν αντίκτυπο στην παραγωγική διαδικασία.

- Υπάρχει εύκολη πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότησης όπως δάνεια (31), χρηματιστήριο (36), venture capital (38), άρα σε τομείς εντάσεως κεφαλαίου η ελληνική αγορά μπορεί να αξιοποιηθεί επαρκώς.

Αντίθετα,

- Η ποιότητα των Ερευνητικών Ιδρυμάτων της χώρας (51) καθώς και της Δημόσιας Εκπαίδευσης (52) είναι πολύ χαμηλή. Αυτό σημαίνει ότι δεν αρκεί η προσφορά ικανού αριθμού ερευνητικού και επιστημονικού προσωπικού αλλά πρέπει να συνδυάζεται με ποιοτικά χαρακτηριστικά. Η ποιότητα και το ύψος της εκπαίδευσης θα προσδώσουν χαρακτηριστικά ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και όχι η προσφερόμενη ποσότητα.
- Τα έξοδα για τη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης (61) είναι υψηλά κάτι το οποίο αποτελεί τροχοπέδη για την επιχειρηματικότητα και άρα για την συνολική ανταγωνιστικότητα της οικονομίας.
- Οι βασικές υποδομές της χώρας σε Αεροδρόμια (43), Σιδηροδρόμους (48) και Λιμένες (48) καθώς και η Συνολική ποιότητα των υποδομών είναι σε χαμηλά επίπεδα. Αυτό αποτελεί πλήγμα για τις μεταφορές των προϊόντων είτε εντός των συνόρων είτε – περισσότερο- για τις εξαγωγές της ελληνικής βιομηχανίας.

### **Συντελεστές Εγχώριας Ζήτησης**

Οι παράμετροι που επηρεάζουν την εγχώρια ζήτηση σύμφωνα με το Διαμάντι του Porter και η επίδοση της ελληνικής οικονομίας σε αυτούς φαίνεται στον Πίνακα 5.2.

**Πίνακας 5.2.** Κατάταξη Συντελεστών Ζήτησης σύμφωνα με την έρευνα του Porter

Ανταγωνιστικά Πλεονεκτήματα σε σχέση με ΑΕΠ		Ανταγωνιστικά Μειονεκτήματα σε σχέση με ΑΕΠ	
Κουλτούρα Αγοραστικού κοινού	37	Νομοθετικό πλαίσιο ΙΤ	67
		Κυβερνητική προμήθεια σε αναβαθμισμένα τεχνολογικά προϊόντα	56
		Αφομοίωση από καταναλωτές προηγμένων προϊόντων	52
		Αυστηρότητα Νόμων Περιβ/κης προστασίας	50

Πηγή: WEF, 2002

- Το εγχώριο αγοραστικό κοινό εμφανίζει υψηλά ποσοστά καταναλωτικής κουλτούρας (37), είναι απαιτητικό και άρα είναι πιο δεκτικό σε καινοτόμα προϊόντα από τις ελληνικές επιχειρήσεις. Η φύση της εγχώριας ζήτησης είναι σημαντική καθώς δοκιμάζεται από τον πλέον σκληρό κριτή η αντιληπτή ποιότητα ενός προϊόντος.

Αντίθετα,

- Η Περιβαλλοντική προστασία περνά σε δεύτερη μοίρα (50), ενώ η κυβέρνηση δεν ενισχύει τις προσπάθειες για καινοτόμα και αναβαθμισμένα τεχνολογικά προϊόντα (56).

### **Στρατηγική των Επιχειρήσεων, Δομή και Ανταγωνισμός**

Τα Ανταγωνιστικά Πλεονεκτήματα και τα Μειονεκτήματα της ελληνικής οικονομίας που αφορούν τις παραμέτρους του Διαμαντιού του Porter που αναφέρονται στη στρατηγική των επιχειρήσεων, στη δομή τους και στη φύση του εγχώριου ανταγωνισμού εμφανίζονται στον Πίνακα 5.3.

**Πίνακας 5.3.** Στρατηγική των Επιχειρήσεων, Δομή και Ανταγωνισμός (WEF, 2002)

<b>Ανταγωνιστικά Πλεονεκτήματα σε σχέση με ΑΕΠ</b>	<b>Θέση</b>	<b>Ανταγωνιστικά Μειονεκτήματα σε σχέση με ΑΕΠ</b>	
Απελευθέρωση Δασμών	8	Ισχύς Δ.Σ Εταιρειών	76
Πρόστιμα σε Εταιρείες για παράνομες ενέργειες	31	Συνεργασία Εργοδοτών - Εργαζομένων	56
Απελευθέρωση Κρυφών Δασμών Εμπορίου	31	Έκταση Κρατικών Επιχορηγήσεων	50
Αποτελεσματικότητα Anti trust πολιτικής	40	Επηρεασμός κυβερνητικών αποφάσεων	50
Ένταση εγχώριο ανταγωνισμού	41	Αποκέντρωση Εταιρικής δραστηριότητας	43
		Έκταση Εγχώριων Ανταγωνιστών	42

Πηγή: WEF, 2002

- Σε θέματα νομοθεσίας και τήρησης κυβερνητικών δεσμεύσεων σε διεθνείς οργανισμούς η ελληνική οικονομία εμφανίζει αρκετά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα όπως η Απελευθέρωση των δασμών (8), τα πρόστιμα σε εταιρείες που παραβαίνουν τον νόμο (31), η Αποτελεσματικότητα anti trust πολιτικής (40) και τέλος η απελευθέρωση κρυφών δασμών και περιορισμών του διεθνούς εμπορίου (31). Έτσι, δίνεται η εντύπωση ότι η ελληνική οικονομία είναι μια ανοιχτή αγορά για ξένα προϊόντα και ο παρεμβατισμός του κράτους είναι χαμηλός σε ότι αφορά τις εισαγωγές προϊόντων.
- Η Ένταση του εγχώριου ανταγωνισμού, αν μπορεί να προσδιορισθεί συνολικά για την οικονομία και όχι για κάποιο τομέα, βρίσκεται στο μεταίχμιο να χαρακτηριστεί πλεονέκτημα ή μειονέκτημα (41).

Αντίθετα,

- Η ισχύς των Δ.Σ των εταιρειών βρίσκεται σε απογοητευτικά χαμηλό επίπεδο (76) κάτι το οποίο αποδεικνύει ότι οι ελληνικές εταιρείες σε μεγάλο βαθμό είναι προσωποκεντρικές και οικογενειοκρατικές με αποτέλεσμα να μειώνεται η αξιοπιστία τους στο διεθνές περιβάλλον καθώς και η δυνατότητα τους να

μετέχουν στο Χρηματιστήριο και να αντλούν κεφάλαια με χαμηλό κόστος.

- Η συνεργασία εργοδοτών και εργαζομένων είναι σε πολύ χαμηλό επίπεδο (56), καθώς οι προσπάθειες των εργοδοτών επικεντρώνονται αυστηρά στην μεγιστοποίηση του κέρδους, ενώ οι απαιτήσεις των εργαζομένων που εκφράζονται μέσα από τα συνδικαλιστικά τους όργανα είναι ουτοπικές, μη εφαρμόσιμες και οδηγούν στον μαρασμό των επιχειρήσεων (π.χ Πειραιϊκή Πατραϊκή, Pirelli, Ναυπηγεία Σκαραμαγκά).
- Σημαντικό ανταγωνιστικό μειονέκτημα αποτελεί ο κρατικός παρεμβατισμός με τη μορφή των κρατικών επιχορηγήσεων (50) συνήθως σε αντιπαραγωγικούς τομείς της οικονομίας με αποτέλεσμα την κακοδιαχείριση των κρατικών κονδυλίων και τη στρέβλωση του ανταγωνισμού.
- Επίσης, οι εταιρείες με ισχυρές προσβάσεις στα κυβερνητικά κλιμάκια οι οποίες παρέχουν συνήθως υποστήριξη κατά τις προεκλογικές περιόδους φαίνεται να απολαμβάνουν ευνοϊκής μεταχείρισης, προστασίας και επιχορηγήσεων από τις εκάστοτε κυβερνήσεις και να επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τις κυβερνητικές αποφάσεις στους τομείς της ανάπτυξης (50). Αυτό ίσως είναι ένα από τα σημαντικότερα μειονεκτήματα της ελληνικής οικονομίας καθώς δημιουργεί κλίμα διαφθοράς και αναξιοκρατίας στον τομέα των επιχειρήσεων, παρακωλύει δραστικά τη δημιουργία νέων εταιρειών σε κάθε κλάδο και υπονομεύει την προσέλκυση επενδύσεων από το εξωτερικό. Η ευθύνη των εταιρειών είναι τεράστια καθώς φαίνεται να επικεντρώνονται οι προσπάθειες και οι πόροι μιας επιχείρησης στον επηρεασμό κυβερνητικών λειτουργιών για ευνοϊκή μεταχείριση και υπονόμηση των εγχώριων ανταγωνιστών και να μην κατευθύνονται σε επενδύσεις για έρευνα και ανάπτυξη, για άνοιγμα νέων αγορών, για εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού.
- Τέλος, υπάρχει υδροκεφαλισμός της ελληνικής οικονομίας γύρω από την πρωτεύουσα (43) με αποτέλεσμα η περιφέρεια να μένει πολύ πίσω και να μην μπορούν να αναδειχθούν τοπικές δυναμικές εταιρείες οι οποίες θα οδηγήσουν και στη δημιουργία δεσμών ομοειδών επιχειρήσεων.



## Σχετιζόμενες και Υποστηρικτικές Βιομηχανίες

Στον Πίνακα 5.4, εμφανίζονται τα σημαντικότερα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που αφορούν τις σχετιζόμενες και υποστηρικτικές βιομηχανίες ενός κλάδου για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

**Πίνακας 5.4.** Σχετιζόμενες και Υποστηρικτικές βιομηχανίες

Ανταγωνιστικά Πλεονεκτήματα σε σχέση με ΑΕΠ	Ανταγωνιστικά Μειονεκτήματα σε σχέση με ΑΕΠ
	Επίπεδο Ανάπτυξης Δεσμών Ομοειδών Επιχειρήσεων 67
	Έκταση Συνεργασίας Διεργασιών και προϊόντων 65
	Εγχώρια Διαθεσιμότητα Πρώτων Υλών 60
	Εγχώρια Διαθεσιμότητα Έρευνας και Τεχνολογίας 57
	Εγχώρια Διαθεσιμότητα Μηχανολογικού Εξοπλισμού 54
	Ποιότητα Εγχώριων Προμηθευτών 49
	Ποσότητα Εγχώριων Προμηθευτών 47

Πηγή: WEF, 2002

- Από την έρευνα φαίνεται ότι ο πιο προβληματικός παράγοντας από αυτούς που αποτελούν το Διαμάντι του Porter και αποτελεί τροχοπέδη για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος είναι αυτός που σχετίζεται με τις Σχετιζόμενες και Υποστηρικτικές Βιομηχανίες.
- Είναι εξαιρετικά χαμηλή η διάδοση Δεσμών Ομοειδών Επιχειρήσεων στον ελλαδικό χώρο (67) κάτι το οποίο δυσχεραίνει την ανάπτυξη ανταγωνιστικών κλάδων της ελληνικής βιομηχανίας.
- Η εγχώρια διαθεσιμότητα σε Έρευνα και τεχνολογία (57), σε Πρώτες Ύλες

(60) και σε Μηχανολογικό εξοπλισμό (54) είναι σε ιδιαίτερα χαμηλά επίπεδα και άρα το κόστος παραγωγής αυξάνεται σημαντικά καθώς πρέπει να αναζητηθούν οι συντελεστές παραγωγής μέσα από εισαγωγές. Είναι σημαντικό ότι η αδυναμία διαθεσιμότητας Έρευνας και τεχνολογίας ή μηχανολογικού εξοπλισμού είναι πολύ σημαντικότερη από την αδυναμία διαθεσιμότητας Πρώτων υλών καθώς οι δύο πρώτοι θεωρούνται σύνθετοι συντελεστές παραγωγής ενώ οι Πρώτες ύλες σχετίζονται με την μορφολογία και τον ορυκτό πλούτο μιας χώρας. Ο συνδυασμός της χαμηλής διαθεσιμότητας και στους τρεις παράγοντες είναι ιδιαίτερα δυσχερής και υπονομεύει την προσπάθεια απόκτησης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

- Τέλος, ιδιαίτερα αρνητικά είναι τα συμπεράσματα για την Ποιότητα (49) και την Ποσότητα (47) των εγχώριων Προμηθευτών. Αυτό είναι ιδιαίτερα αρνητικό για τη δημιουργία ανταγωνιστικών κλάδων επιχειρήσεων καθώς η συμβολή ανταγωνιστικών προμηθευτών είναι ιδιαίτερα σημαντική.

#### **Επιχειρησιακή Λειτουργία**

Στον Πίνακα 5.5, παρουσιάζονται τα κυριότερα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των ελληνικών επιχειρήσεων σε θέματα που αφορούν την επιχειρησιακή τους λειτουργία και τον τρόπο με τον οποίο δραστηριοποιούνται στην εγχώρια αλλά και παγκόσμια αγορά.

**Πίνακας 5.5.** Επιχειρησιακή Λειτουργία Εταιρειών

Ανταγωνιστικά Πλεονεκτήματα σε σχέση με ΑΕΠ	Θέση	Ανταγωνιστικά Μειονεκτήματα σε σχέση με ΑΕΠ	
Έκταση Marketing	30	Εξάρτηση από Επαγγελματικό Management	67
Έλεγχος Διεθνούς Διανομής	36	Πρόθεση για Νομοθετική Συμμόρφωση	63
Παρουσία Αλυσίδας Αξίας	40	Ικανότητα Καινοτομίας	57
Εξζητημένη και πρωτοποριακή διαδικασία παραγωγής	42	Έκταση Εκπαίδευσης Προσωπικού	57
		Εταιρικές Επενδύσεις σε Έρευνα και Τεχνολογία	56
		Εύρος Διεθνών Αγορών	47
		Βαθμός Καταναλωτικού Προσανατολισμού	44

Πηγή: WEF, 2002

- Το Marketing είναι αρκετά διαδεδομένο στις ελληνικές επιχειρήσεις (30), ενώ υπάρχει Αλυσίδα Αξίας (40) που μπορεί να βελτιώσει την ποιότητα του παραγόμενου προϊόντος ή να προσφέρει χρήσιμη πληροφόρηση στις επιχειρήσεις για τους τρόπους που μπορούν να αυξήσουν την κερδοφορία τους. Τέλος οι πρωτοποριακές μέθοδοι παραγωγής βρίσκουν απήχηση στο χώρο των ελληνικών επιχειρήσεων (42).

Αντίθετα,

- Τα ανταγωνιστικά μειονεκτήματα είναι πολλά και σε κρίσιμους τομείς, όπως στη χρήση επαγγελματικού management (67) όπου είναι εμφανή τα σημάδια της οικογενειοκρατίας στις ελληνικές επιχειρήσεις. Δεν υπάρχει πρόθεση για συμμόρφωση με τους κανόνες του κράτους (63) κάτι το οποίο σημαίνει ότι φορολογικές ελαφρύνσεις και κίνητρα επενδύσεων δεν θα κριθούν απαραίτητα από τις ελληνικές εταιρείες σαν ευκαιρίες για περαιτέρω επενδύσεις. Η ικανότητα των ελληνικών επιχειρήσεων να καινοτομούν (57), να εκπαιδεύουν το ανθρώπινο δυναμικό τους (57) και να επενδύουν σε Έρευνα και Τεχνολογία (56), βρίσκεται σε ιδιαίτερα χαμηλό επίπεδο και είναι από τους βασικούς λόγους που παραμένουν ιδιαίτερα ευάλωτες στο διεθνή ανταγωνισμό.

## **Βασικές Περιοχές Ανάπτυξης Πολιτικών Ανταγωνισμού**

Με βάση την ανάλυση στις επιμέρους παραμέτρους του Διαμαντιού του Porter μπορούν να προταθούν συγκεκριμένες πολιτικές σε μακροοικονομικό επίπεδο και θεωρώντας την ελληνική οικονομία στο σύνολό της σαν εξεταζόμενο κλάδο της θεωρίας του Porter. Οι πολιτικές αυτές αφορούν συνολικά την εικόνα της ελληνικής οικονομίας και τη βελτίωση της θέσης της στην ευρύτερη περιοχή των Βαλκανίων αλλά και της Ν.Α Μεσογείου και κατηγοριοποιούνται ανάλογα με τις παραμέτρους του Διαμαντιού του Porter.

Έτσι,

### **Συντελεστές Παραγωγής**

- Βελτίωση υποδομής μεταφορών στην Ελληνικό χώρο αλλά και στα Βαλκάνια.
- Δημιουργία αξιόπιστου δικτύου ενέργειας (ηλεκτροδότηση, φυσικό αέριο, αιολικά πάρκα) σε ολόκληρη την περιοχή
- Αναβάθμιση των τηλεπικοινωνιών με την επέκταση δραστηριοτήτων στις Βαλκανικές χώρες και ενοποίησης κάτω από ελληνική «ομπρέλα».
- Σύνδεση και αναβάθμιση χρηματιστηριακών αγορών σε Ελλάδα και Βαλκάνια. Δημιουργία Χρηματοοικονομικού κέντρου στην Ελλάδα που θα εξυπηρετεί ολόκληρη την περιοχή της Ν.Α Μεσογείου.
- Αναβάθμιση του εκπαιδευτικού συστήματος, δημιουργία Πανεπιστημίων σε ελληνικές πόλεις αλλά και σε άλλες χώρες, ανταλλαγές φοιτητών και εξειδίκευση σπουδών ανάλογα με τις ανάγκες της οικονομίας. Σύνδεση εκπαίδευσης με την αγορά με κοινό στόχο τη δημιουργία επιστημονικού προσωπικού που θα απορροφάται άμεσα από τις ελληνικές επιχειρήσεις.
- Δημιουργία βάσης δεδομένων για επιχειρήσεις, ανταλλαγή πληροφοριών και πρόσβαση σε επιχειρηματικό υλικό πληροφόρησης για κάθε χώρα της Βαλκανικής.
- Δημιουργία ασφαλούς περιβάλλοντος στην ευρύτερη περιοχή. Πρωτοβουλίες για τον τερματισμό συγκρούσεων στα Βαλκάνια και

σταθερότητα στην επριοχή.

### **Συντελεστές Ζήτησης**

- Θέσπιση ελάχιστων περιβαλλοντικών προτύπων (standards)
- Θέσπιση ελάχιστων προτύπων και κανονισμών ασφαλείας
- Θέσπιση αυστηρών νόμων για την προστασία του καταναλωτή

### **Σχετιζόμενες και Υποστηρικτικές βιομηχανίες**

- Ενδυνάμωση της διαδικασίας δημιουργίας δεσμών ομοειδών επιχειρήσεων για τομείς της οικονομίας οι οποίοι δραστηριοποιούνται και έξω από τα σύνορα της Ελλάδας όπως, ο Τουρισμός, η Αγροτική Παραγωγή, η Κλωστουφαντουργία/ Ένδυση, Επιχειρήσεις Πληροφορικής.

### **Περιβάλλον για Ανταγωνισμό και Στρατηγική των Επιχειρήσεων**

- Επίβλεψη μακροοικονομικών πολιτικών στην ευρύτερη περιοχή και εναρμονισμός με ευρωπαϊκή πολιτική.
- Κατάργηση εμπορικών δασμών και περιορισμών στην περιοχή της Ν.Α Μεσογείου
- Απλοποίηση διαδικασιών έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα αλλά και στις γύρω χώρες, μείωση των περιορισμών και της γραφειοκρατίας
- Προστασία των επενδυτών και των κεφαλαίων τους
- Συντονισμός πολιτικής ανταγωνισμού και θέσπιση αυστηρών κανόνων από ανεξάρτητη αρχή
- Συννενόηση και συμφωνία με τις γύρω χώρες για τη φύση των επενδύσεων με σαφείς κατευθύνσεις για την αύξηση της παραγωγικότητας και την μείωση της ανεργίας.

### **Ρόλος της Κυβέρνησης**

- Συνεργασία με τις κυβερνήσεις των γειτονικών χωρών για τη δημιουργία κλίματος σταθερότητας και εμπιστοσύνης μεταξύ των κρατών. Ανταλλαγή

τεχνογνωσίας και πρακτικών οι οποίες επιφέρουν αποτέλεσμα στη διακυβέρνηση και στη διαχείριση της οικονομικής πολιτικής.

- Δημιουργία Περιφερειακών Ιδρυμάτων που θα προάγουν την ανάπτυξη και την αύξηση των επενδύσεων όπως, Τράπεζα Ανάπτυξης, Ίδρυμα Διαχείρισης Κρίσεων στη Βαλκανική, Δικαστήρια επίλυσης διαφορών, Κεντρικό συντονιστικό όργανο για τη διατήρηση της οικονομικής σταθερότητας.
- Διπλωματικές ενέργειες για το άνοιγμα νέων αγορών γειτονικών και όχι μόνο χωρών.

## **5.2 Εξαγωγική δραστηριότητα Ελληνικών επιχειρήσεων**

Εξετάζοντας το βαθμό εξαγωγικής εξωστρέφειας των κλάδων παραγωγής της ελληνικής οικονομίας για την περίοδο 1995 – 2002 συνολικά προσδιορίζονται οι κλάδοι της οικονομίας οι οποίοι εξαγουν ένα σημαντικό ποσοστό της εγχώριας παραγωγής και συνεπώς έχουν πετύχει υψηλό βαθμό εξαγωγικής εξωστρέφειας. Χωρίς να είναι απόλυτο, οι κλάδοι με υψηλή εξαγωγική εξωστρέφεια είναι αυτοί που έχουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στις διεθνείς αγορές. Συνεπώς, οι όποιες προσπάθειες των αρμόδιων δημόσιων αρχών να προωθήσουν τις εξαγωγές της χώρας θα πρέπει να επικεντρωθούν κυρίως στους κλάδους αυτούς, καθώς εκείνοι είναι που θα φέρουν τη μεγαλύτερη δυνατή αύξηση των ελληνικών εξαγωγών και σε συντομότερο χρονικό διάστημα.

Η ανάλυση, όσον αφορά την εξαγωγική εξωστρέφεια των κλάδων παραγωγής, κατέληξε στα ακόλουθα συμπεράσματα. Μεταξύ των εξαγωγικών κλάδων που συνεισφέρουν περισσότερο του 5% στις συνολικές ελληνικές εξαγωγές, οι πλέον εξωστρεφείς, με βάση τα στοιχεία του 2002 και με σειρά μεγέθους του βαθμού εξωστρέφειας, είναι οι ακόλουθοι:

<b>1. Ένδυση και γουναρικά</b>	<b>40,0%</b>
<b>2. Βασικά μέταλλα</b>	<b>36,6%</b>
<b>3. Χημικές ουσίες και προϊόντα</b>	<b>35,4</b>
<b>4. Κλωστοϋφαντουργία</b>	<b>30,1%</b>
<b>5. Τρόφιμα και ποτά</b>	<b>11,5%</b>

Πηγή : Ινστιτούτο Εξαγωγικών Ερευνών και Σπουδών του ΣΕΒΕ, 2005

Η ανάλυση των εξαγωγών ανά κλάδο ανέδειξε, επίσης, και κάποιους κλάδους οι οποίοι αποτελούν, προς το παρόν, σχετικά μικρό ποσοστό του συνόλου των ελληνικών εξαγωγών, αλλά οι επιδόσεις τους τα τελευταία επτά με οχτώ χρόνια όσον αφορά στην εξαγωγική τους εξωστρέφεια είναι πάρα πολύ καλές. Με βάση τις επιδόσεις αυτές τα προϊόντα των κλάδων αυτών έχουν πολύ καλές εξαγωγικές προοπτικές. Οι κλάδοι αυτοί, με βάση τα στοιχεία του 2002 (Σ.Ε.Β.Ε, 2005) και με σειρά μεγέθους του βαθμού εξωστρέφειας, είναι οι ακόλουθοι:

<b>1. Ιατρικά όργανα ακριβείας και οπτικά</b>	<b>60,1%</b>
<b>2. Ηλεκτρικές μηχανές και συσκευές</b>	<b>41,6%</b>
<b>3. Μηχανήματα και είδη εξοπλισμού</b>	<b>36,5%</b>
<b>4. Πλαστικά και ελαστικά προϊόντα</b>	<b>26,5%</b>
<b>5. Αλιεία</b>	<b>16,9%</b>
<b>6. Μεταλλικά προϊόντα</b>	<b>15,5%</b>

Ολοκληρώνοντας τα συμπεράσματα της ανάλυσης των στοιχείων για τις εξαγωγές ανά κλάδο, πρέπει να επισημανθεί ότι τα παραπάνω συμπεράσματα βασίζονται αποκλειστικά στην εξέταση των συνολικών εξαγωγών κάθε κλάδου και δεν λαμβάνουν υπόψη τους άλλους, ακόμα και απρόβλεπτους παράγοντες οι οποίοι πιθανόν να επηρεάζουν τις εξαγωγικές επιδόσεις του κάθε κλάδου παραγωγής. Επιπρόσθετα, είναι σχεδόν βέβαιο ότι ακόμα και στους κλάδους παραγωγής οι οποίοι δεν επιδεικνύουν ιδιαίτερα καλές εξαγωγικές επιδόσεις και υψηλό βαθμό εξωστρέφειας, υπάρχουν επιχειρήσεις που έχουν να επιδείξουν, αν όχι πολύ καλές, τουλάχιστον καλές εξαγωγικές επιδόσεις.

Επιπλέον, η ανάλυση της εξαγωγικής εξωστρέφειας των κλάδων παραγωγής ανά χώρα και περιοχή, έχει αναδείξει τις συγκεκριμένες χώρες και περιοχές στις οποίες οι κλάδοι αυτοί δείχνουν να έχουν ισχυρά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και, συνεπώς, τις καλύτερες εξαγωγικές επιδόσεις. Οι συγκεκριμένες χώρες και περιοχές θα πρέπει να αποτελέσουν πρωταρχικούς στόχους για την περαιτέρω προώθηση των προϊόντων του κάθε κλάδου. Ακόμα, η ανάλυση προσδιόρισε και τις χώρες εκείνες όπου οι ελληνικές επιχειρήσεις των κλάδων αυτών δεν έχουν επεκταθεί εξαγωγικά και στις οποίες είναι πολύ πιθανόν να υπάρχουν καλές ευκαιρίες για να προωθήσουν τα προϊόντα τους. Αν τα αποτελέσματα αυτά ληφθούν υπόψη από τα κέντρα λήψης αποφάσεων κατά τη διαμόρφωση των στρατηγικών προώθησης των ελληνικών εξαγωγών, η αποτελεσματικότητα των στρατηγικών αυτών θα είναι σημαντικά υψηλότερη.

Ενδεικτικό της σημασίας της ανάλυσης των κλαδικών εξαγωγών ανά ομάδα χωρών είναι τα ευρήματα που αφορούν τις ελληνικές εξαγωγές στην Ευρωζώνη και στην ομάδα των δέκα χωρών της πρόσφατης διεύρυνσης της Ε.Ε. Οι παραπάνω κλάδοι, ενώ έχουν να επιδείξουν καλές εξαγωγικές επιδόσεις στις ιδιαίτερα δύσκολες και απαιτητικές αγορές της Ευρωζώνης, έχουν σχετικά χαμηλή εξαγωγική δραστηριοποίηση στις χώρες της διεύρυνσης. Με δεδομένο όμως ότι τα προϊόντα των ελληνικών επιχειρήσεων των κλάδων αυτών δείχνουν να είναι ανταγωνιστικά στις απαιτητικές και δύσκολες αγορές της Ευρωζώνης, η εξαγωγική απουσία τους από τις αγορές των χωρών της διεύρυνσης δεν μπορεί να οφείλεται στο ότι δεν είναι ανταγωνιστικά. Ο ιδιαίτερα χαμηλός όγκος εξαγωγών στις χώρες αυτές μάλλον οφείλεται στο ότι, για κάποιους λόγους, οι ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις μάλλον δεν έχουν προσπαθήσει ακόμα να προωθήσουν τα προϊόντα τους στις χώρες αυτές. Αυτό όμως σημαίνει ότι στις αγορές αυτές, και ιδιαίτερα μετά την ενσωμάτωσή τους στην Ε.Ε., είναι δυνατόν να υπάρχουν σημαντικές ευκαιρίες τις οποίες οι ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις δεν έχουν προσπαθήσει μέχρι τώρα να τις εκμεταλλευτούν.

Η ανά κλάδο και ανά χώρα διερεύνηση των ελληνικών εξαγωγών οδήγησε και σε άλλο ένα σημαντικό συμπέρασμα. Οι εξαγωγές κάποιων κλάδων, όπως π.χ. των κλάδων Πλαστικά και Ελαστικά Προϊόντα και Μεταλλικά Προϊόντα, είναι



κατακερματισμένες και διασπαρμένες σε ιδιαίτερα μεγάλο αριθμό χωρών. Οι επιχειρήσεις των κλάδων αυτών εξαγουν σχετικά μικρές ποσότητες προϊόντων σε πολλές χώρες. Η μεγάλη διασπορά όμως δεν επιτρέπει στις εξαγωγικές επιχειρήσεις να επιτύχουν οικονομίες κλίμακας, και συνεπώς να μειώσουν το συνολικό μέσο κόστος, σε λειτουργίες όπως οι μεταφορές, η ασφάλιση και η προβολή και προώθηση των προϊόντων τους στις χώρες αυτές. Επιπρόσθετα, η διασπορά των εξαγωγών της επιχείρησης σε πολλές χώρες καθιστά δυσκολότερη, λιγότερο αποτελεσματική και ακριβότερη τη διαχείριση και την παρακολούθηση των εξαγωγών από την επιχείρηση. Οι σημαντικότερες αρνητικές επιπτώσεις όλων των προηγούμενων είναι ότι επιδρούν ανασταλτικά στην ανταγωνιστικότητα κόστους των ελληνικών εξαγωγών στις χώρες αυτές, αλλά και στην ποιότητα των υπηρεσιών που, μαζί με τα προϊόντα τους, προσφέρουν οι ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις στους πελάτες τους στις χώρες αυτές.

Οι πολιτικές προώθησης των ελληνικών εξαγωγών που θα διαμορφωθούν στο μέλλον πρέπει να προσπαθήσουν να συντονίσουν κατά κάποιο τρόπο τις προσπάθειες εξαγωγικής επέκτασης των ελληνικών επιχειρήσεων και να τις κατευθύνουν προς τις συγκεκριμένες χώρες στις οποίες εμφανίζονται οι καλύτερες και οι περισσότερες εξαγωγικές ευκαιρίες. Με τον τρόπο αυτό μπορεί να επιτευχθεί η αναγκαία “συγκέντρωση” των ελληνικών εξαγωγών, η οποία στη συνέχεια θα συνεισφέρει στη δυνατότητα επίτευξης οικονομιών κλίμακας και περαιτέρω βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών προϊόντων στις χώρες αυτές.

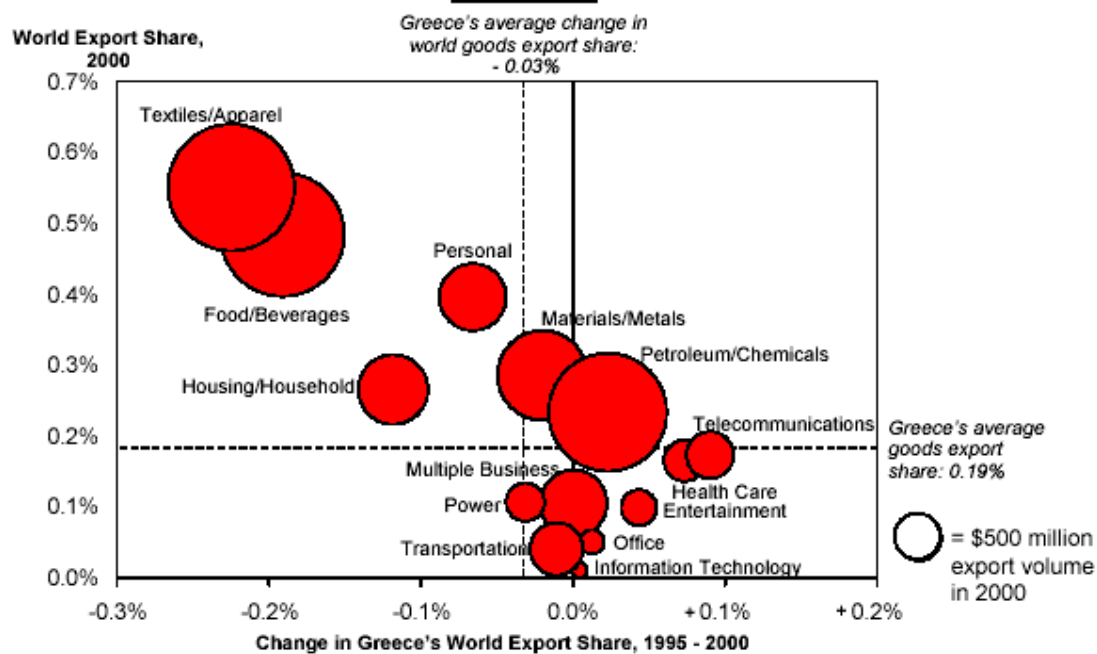
Η ανάλυση των εισαγωγικών δεικτών εννέα χωρών απέβλεπε στον εντοπισμό ευκαιριών για εξαγωγική δραστηριοποίηση για τις επιχειρήσεις των εξωστρεφών παραγωγικών κλάδων της ελληνικής οικονομίας. Τα αποτελέσματα της ανάλυσης είναι πολύ ενδιαφέροντα και πολύ χρήσιμα για την αποτελεσματική προώθηση των ελληνικών εξαγωγών. Η διερεύνηση των εισαγωγικών δεικτών των χωρών αυτών έδειξε ότι στις περισσότερες από τις χώρες αυτές υπάρχει αυξανόμενη ζήτηση για εισαγωγές προϊόντων τα οποία οι ελληνικές επιχειρήσεις εξαγουν με σχετικά μεγάλη επιτυχία σε άλλες, ίσως και δυσκολότερες όσον αφορά τον ανταγωνισμό, χώρες αλλά όχι στη συγκεκριμένη. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Πορτογαλία στην οποία υπάρχει μεγάλη και αυξανόμενη ζήτηση για όλα

σχεδόν τα προϊόντα των σχετικά μεγάλων, δυναμικών και εξωστρεφών παραγωγικών κλάδων της χώρας μας. Ωστόσο, οι ελληνικές επιχειρήσεις των κλάδων αυτών εξαγωγή ελάχιστες ποσότητες στην Πορτογαλία. Συνεπώς, η αγορά της Πορτογαλίας αποτελεί μια πολύ καλή ευκαιρία για τις ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις αυτών των κλάδων.

Η ανάλυση των ελληνικών εισαγωγών ανά κλάδο προϊόντων επίσης απέδωσε σημαντικά συμπεράσματα για την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών προϊόντων. Η θεμελιώδης επιδίωξη της διερεύνησης της διαχρονικής εξέλιξης της αξίας των εισαγωγών της χώρας μας ήταν ο προσδιορισμός των παραγωγικών κλάδων οι οποίοι έχουν αντέξει στην επίθεση του “εισαγόμενου” ανταγωνισμού και έχουν κατορθώσει να διατηρήσουν την ανταγωνιστική τους θέση στην εγχώρια αγορά. Η εξέταση των στοιχείων έδειξε ότι κλάδοι όπως η Κλωστοϋφαντουργία, οι Χημικές Ουσίες και Προϊόντα, τα Βασικά Μέταλλα και τα Μεταλλικά Προϊόντα, οι οποίοι επιδεικνύουν καλούς βαθμούς εξωστρέφειας και ανταγωνιστικότητας στις διεθνείς αγορές, διατηρούν την ανταγωνιστικότητά τους και στην εγχώρια αγορά. Διαπιστώνεται επίσης, μάλλον όχι για πρώτη φορά, ότι η παραγωγική δυναμικότητα ενός σημαντικού αριθμού παραγωγικών κλάδων της ελληνικής οικονομίας δεν επαρκεί για την ικανοποίηση της εγχώριας ζήτησης.

Το ενδιαφέρον συμπέρασμα, ωστόσο, είναι ότι η εγχώρια παραγωγική δυναμικότητα ακόμα και κλάδων με υψηλό βαθμό εξωστρέφειας και σχετικά υψηλή αξία εξαγωγών, όπως οι Χημικές Ουσίες και Προϊόντα, δεν επαρκεί για να καλύψει την εγχώρια ζήτηση. Το τελευταίο σημαίνει ότι η ενίσχυση αυτών των κλάδων από τις αναπτυξιακές πολιτικές θα αποφέρει διπλά οφέλη για το εμπορικό ισοζύγιο, καθώς θα έχει ευνοϊκές επιπτώσεις όχι μόνο στην αύξηση των εξαγωγών αλλά πολύ πιθανόν και στη μείωση των εισαγωγών προϊόντων αυτών των κλάδων. Η απόδοση των ελληνικών επιχειρήσεων φαίνεται σχηματικά στο Διάγραμμα 5.1

## Greek Export Performance By Broad Sector 1995-2000



Διάγραμμα 5.1 Εξαγωγική επίδοση Ελληνικών Επιχειρήσεων

### ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ

- [1] Porter M., "The competitive advantage of Greece – Moving to the next level", 2003
- [2] Ινστιτούτο Εξαγωγικών Ερευνών και Σπουδών του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος, "Εφαρμοσμένη έρευνα για τη διαμόρφωση δεικτών παρακολούθησης των εξαγωγικών επιδόσεων της Ελλάδας", Σ.Ε.Β.Ε., 2005

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

### ΔΕΣΜΗ ΟΜΟΕΙΔΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

#### 6.1 Γενικά στοιχεία

Ο τουριστικός τομέας και οι τουριστικές υπηρεσίες αποτελούν έναν από τους πιο σημαντικούς και ανταγωνιστικούς διεθνώς τομείς για την απασχόληση και την κερδοφορία της ελληνικής οικονομίας. Το 1999 σύμφωνα με στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού η Ελλάδα ήταν 15<sup>η</sup> σε αφίξεις τουριστών και 14<sup>η</sup> σε εισπράξεις. Τα 12 εκατομμύρια τουριστών που επισκέφτηκαν τη χώρα το 1999 απέφεραν έσοδα \$7,2 δισεκατομμυρίων δίνοντας στην Ελλάδα ένα μερίδιο 1,6% σε παγκόσμια κλίμακα.

Η τουριστική βιομηχανία αποτελεί το 7% του Ακαθόριστου Εθνικού Προϊόντος ενώ απασχολεί το 8-10% του συνολικού εργατικού δυναμικού της χώρας. Ο ρόλος όμως της βιομηχανίας είναι πολυσύνθετος καθώς καλύπτει το σύνολο της χώρας γεωγραφικά και αποτελεί βασική πηγή εισοδήματος σε εκτεταμένες περιοχές της Ελλάδας.

Για την προσφορά των τουριστικών υπηρεσιών εμπλέκονται αρκετοί διαφορετικοί κλάδοι της ελληνικής οικονομίας όπως: Παροχές διαμονής (ξενοδοχεία, δωμάτια, πανδοχεία, κάμπινγκ), παροχές μεταφορών (ναυτιλιακές και αεροπορικές εταιρείες, ΟΣΕ, εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων), μονάδες διαχείρισης και συντήρησης φυσικών και τεχνητών τουριστικών χώρων, βασικές δημόσιες υποδομές (λιμάνια, αεροδρόμια, εθνικός οργανισμός τουρισμού) καθώς και ιδιωτικές (εστίαση, χρηματοοικονομικές υπηρεσίες).

Παρά τις ιδιομορφίες της διαδικασίας παραγωγής, η αλυσίδα διανομής είναι παρόμοια με αυτή αρκετών άλλων προϊόντων. Οι παραγωγοί μπορούν να πουλήσουν είτε απευθείας στον καταναλωτή ή μέσω μεσαζόντων, χονδρικής ή λιανικής. Στη βιομηχανία τουρισμού, οι τουριστικοί πράκτορες (tour operators) είναι οι έμποροι χονδρικής, αγοράζοντας μια ποικιλία προϊόντων στη χονδρική και

συνδυάζοντας τα σε τουριστικά πακέτα. Τα τουριστικά πακέτα, έχουν συνήθως το δικό τους εμπορικό σήμα, ξεχωριστό από αυτό των συστατικών που αποτελούνται. Τα τουριστικά πακέτα, πωλούνται αργότερα σε ταξιδιωτικούς πράκτορες, τους λιανεμπόρους στη βιομηχανία τουρισμού, ή απευθείας στον τουρίστα – πελάτη. Πρέπει να τονιστεί ότι οι ταξιδιωτικοί πράκτορες παίζουν σημαντικό ρόλο, αφού συνδυάζουν τα αγαθά και τις υπηρεσίες που αγοράζουν με μοναδικό τρόπο, και μερικοί θεωρητικοί τους αντιμετωπίζουν ως πραγματικούς ‘παραγωγούς’ του τουριστικού προϊόντος (Holloway, 1998). Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες επιλέγουν αν θα πουλήσουν τα ήδη έτοιμα πακέτα εκδρομών ή αν θα προσφέρουν στον πελάτη έναν πελατοκεντρικό συνδυασμό. Συνήθως, δεν χρεώνουν για τις υπηρεσίες που προσφέρουν, αφού λαμβάνουν τέλη, είτε από τους παραγωγούς είτε από τους τουριστικούς πράκτορες. Δεν αγοράζουν συνήθως αγαθά και υπηρεσίες προκαταβολικά αλλά μετά από αίτηση του καταναλωτή.

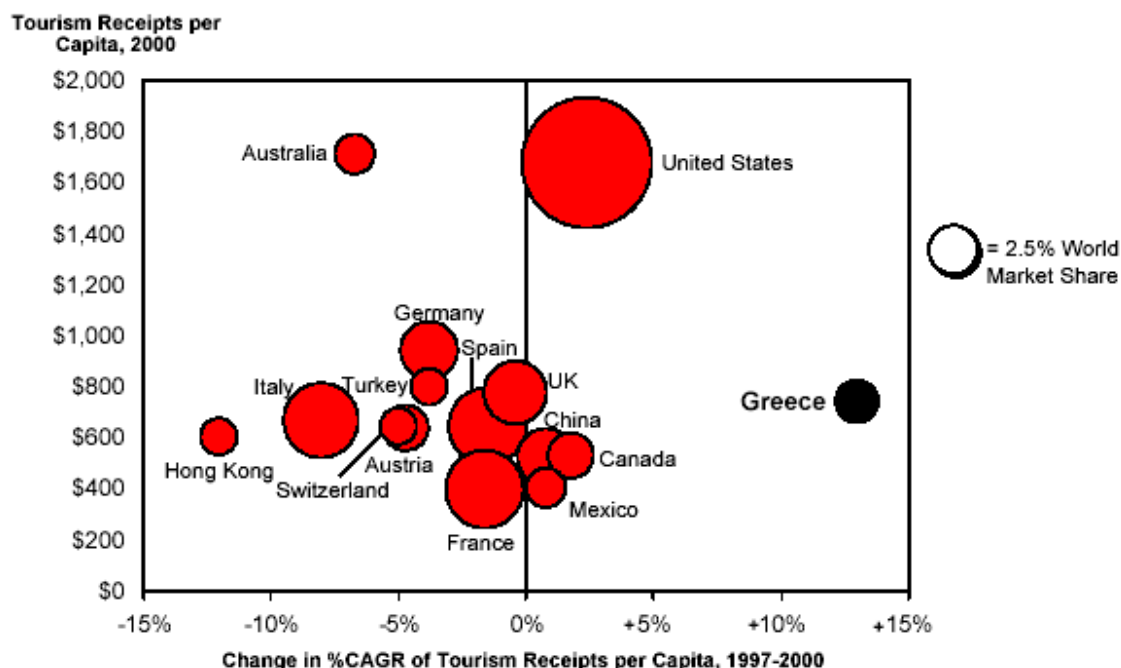
Η τελευταία δεκαπενταετία υπήρξε περίοδος εντυπωσιακής ανάπτυξης για τη βιομηχανία τουρισμού. Οι αφίξεις τουριστών πλησίασαν τα 698 εκ. το 2000 και ο τουρισμός έβαλε στα ταμεία 476 δισ. δολάρια, σύμφωνα με προκαταρκτικά δεδομένα του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (2001). Καθώς το μερίδιο αγοράς των σημαντικότερων Ευρωπαϊκών και Βορειο-Αμερικανικών προορισμών είχε ελάχιστα μειωθεί, κυρίως την τελευταία δεκαπενταετία, αυτά τα δύο γκρουπ χωρών συνέχιζαν να είναι υπεύθυνα για το μεγαλύτερο ποσοστό των αφίξεων. Το 2000, η Ευρώπη κατείχε μερίδιο 58% των διεθνών αφίξεων (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, 2001). Ο δεύτερος σημαντικότερος τουριστικός προορισμός, η Αμερικανική ήπειρος, έβλεπε το μερίδιο της να παραμένει σταθερό τις τελευταίες δεκαετίες με ένα 20% των αφίξεων. Ένα τρίτο γκρουπ χωρών, στις οποίες η βιομηχανία τουρισμού αναπτύσσεται ραγδαία, αποτελείται από χώρες της Ανατολικής Ασίας και του Ειρηνικού Ωκεανού, το οποίο το 1999 κατοχύρωσε σχεδόν το 15% των αφίξεων, 5% περισσότερο από το μερίδιο το 1985 (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, 2000).

Στο κοντινό μέλλον, αυξημένο ενδιαφέρον αναμένεται να παρατηρηθεί στον ‘ειδικό’ τουρισμό και σε νέες μεθόδους διανομής του τουριστικού προϊόντος.

Παραδείγματα 'ειδικού' τουρισμού περιλαμβάνουν τον αγρο-τουρισμό, τον πολιτιστικό τουρισμό, τον τουρισμό υγείας και τον οικολογικό τουρισμό.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση παρέμεινε μακράν για πολλές δεκαετίες ο σημαντικότερος τουριστικός προορισμός, από τη στιγμή που εμφανίστηκε το φαινόμενο του 'μαζικού' τουρισμού. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι χώρες της Ευρωπαϊκή ένωσης συνδυάζουν τουριστικές υποδομές και πολιτική σταθερότητα με μνημεία και ποικιλία φυσικών τοποθεσιών. Τις δυο δεκαετίες μεταξύ 1967 και 1987, η Ευρώπη διπλασίασε τον αριθμό αφίξεων τουριστών. Οι μεγαλύτερες αυξήσεις σημειώθηκαν την περίοδο αυτή στην Ελλάδα (500%) και την Αγγλία (168%) (Konsolas, 2002). Η περίοδος από το 1987 έως το 1991 ήταν ακόμα περίοδος ανάπτυξης, παρά το γεγονός ότι οι ρυθμοί ανάπτυξης στην Ε.Ε. ήταν μικρότεροι από αυτούς στην Αμερική ή στην Ανατολική Ασία. μέχρι τότε, οι ρυθμοί ανάπτυξης των αφίξεων στην Ε.Ε. ήταν γύρω στο 2%, χαμηλότερα από ότι στην Ευρώπη σε σύνολο, καθώς οι εισπράξεις αυξάνονται ταχύτερα, αφού οι τουρίστες στην Ε.Ε. ξοδεύουν περισσότερο (European commission, 1997).

Το 1997, η Ε.Ε. ήταν υπεύθυνη για το 40% των διεθνών αφίξεων στον κόσμο και άρα αναλόγως στις εισπράξεις του παγκόσμιου τουρισμού. Τα 11 από τα 15 μέλη-κράτη της Ε.Ε. είναι ανάμεσα στους 25 διασημότερους παγκόσμιους προορισμούς. Αυτά τα νούμερα δεν περιλαμβάνουν τον εγχώριο τουρισμό και της μίας ημέρας επισκέπτες, οι οποίοι υπολογίζεται ότι παράγουν ένα μεγάλο (περίπου 2/3) ποσοστό των διακοπών που πραγματοποιούν οι Ευρωπαίοι. . Οι διεθνείς αφίξεις τουριστών για τα 11 μέλη της Ε.Ε. είναι: Γαλλία (74,5 εκ.), Ισπανία (48,5 εκ.), Ιταλία (41,2), Αγγλία (24,9), Γερμανία (18,9), Αυστρία (17,8), Ελλάδα (12,5), Πορτογαλία (12), Ολλανδία (12) και Ιρλανδία (6,7) (Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού 2001). Η επίδοση της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας σε σχέση με τον παγκόσμιο ανταγωνισμό φαίνεται στο Διάγραμμα 6.1.



**Διάγραμμα 6.1** Επίδοση της Ελληνικής Τουριστικής Βιομηχανίας (WTO,2000)

Ο τουρισμός είναι μια σημαντική οικονομική δραστηριότητα για την Ε.Ε. η συνεισφορά στο ΑΕΠ είναι κατά μέσο όρο, 5,5% και η τουριστική βιομηχανία απασχολεί το 6% του εργατικού δυναμικού στην Ε.Ε. Οι χώρες με ένα συγκριτικά υψηλό βαθμό εξειδίκευσης στον τουρισμό είναι οι: Ισπανία, Πορτογαλία και Αυστρία .

Οι τουριστικές επιχειρήσεις στην Ε.Ε. επενδύουν αυξητικά στη δημιουργία μεγαλύτερων επιχειρήσεων και στην ενίσχυση συνεργασιών. Ακόμα πάντως πάνω από 1.3 εκ. Επιχειρήσεις αναμειγνύονται σε ξενοδοχειακές δραστηριότητες και δραστηριότητες εστίασης, από τις οποίες το 96% έχουν προσωπικό λιγότερο των 9 ατόμων. Οι κύριες τάσεις σε όλες τις επιχειρησιακές στρατηγικές είναι τελευταία η στόχευση σε εξειδικευμένες αγορές-στόχους και η δημιουργία καινοτομικών προϊόντων που θα ελκύσουν συγκεκριμένους τομείς της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς (European commission, 1997).

Τα οικονομικά χαρακτηριστικά της βιομηχανίας τουρισμού συσχετίζονται με τη φύση της. Το τουριστικό προϊόν σχηματίζεται από έναν αριθμό στοιχείων και μπορεί να πάρει ποικίλες μορφές. Αποτελείται από μια σειρά προϊόντων και

υπηρεσιών οι οποίες προσφέρονται από ανεξάρτητους ή συνεργαζόμενους παραγωγούς. Αυτά τα προϊόντα και υπηρεσίες είναι συμπληρωματικά το ένα με το άλλο και αυτό δημιουργεί την ανάγκη για συνεργασία μεταξύ των παραγωγών. Μερικές φορές οι τουριστικοί και οι ταξιδιωτικοί πράκτορες υποθέτουν ένα τέτοιο ρόλο. Άλλες φορές, συγχωνεύσεις, εξαγορές και στρατηγικές συμμαχίες μεταξύ εταιρειών οι οποίες προσφέρουν αυτά τα συμπληρωματικά προϊόντα και υπηρεσίες γίνονται απαραίτητα για αποτελεσματική και φτηνή συνεργασία. Η συγχώνευση και η καθετοποίηση της βιομηχανίας είναι σε άνοδο, καθώς οι ευκαιρίες για ελαχιστοποίηση του κόστους μέσω της ενοποίησης αυξάνει.

Άλλο ένα σημαντικό χαρακτηριστικό της βιομηχανίας τουρισμού είναι ο τρόπος με τον οποίο επηρεάζεται από εξωτερικές μη ελέγξιμες καταστάσεις. Παρά το γεγονός ότι όλες οι βιομηχανίες επηρεάζονται από εξωτερικούς παράγοντες, στην περίπτωση του τουρισμού κάποιοι εξωτερικοί παράγοντες (όπως καιρικές συνθήκες) αποτελούν κομμάτι του τουριστικού προϊόντος και για αυτό οποιεσδήποτε αναταραχές εμφανίζονται νωρίτερα και με μεγαλύτερη ένταση. Επίσης, ο τουρισμός είναι άμεσα συνδεδεμένος με τις υποδομές και την πολιτική σταθερότητα, θέματα όπου η βιομηχανία μπορεί οριακά να παρέμβει..

Το κύριο χαρακτηριστικό της βιομηχανίας τουρισμού είναι η εποχικότητα. Για λόγους συσχετιζόμενους με το κλίμα, την παράδοση, κοινές περιόδους διακοπών για σχολεία – εργασίες κτλ, οι τουρίστες έχουν την τάση να ταξιδεύουν περισσότερο σε συγκεκριμένες χρονικές περιόδους, κάτι που έχει σαν αποτέλεσμα μια πολυ-συγκέντρωση αφίξεων τουριστών κατά τη διάρκεια 2 – 3 μηνών του χρόνου (εποχή peak). Αυτό το γεγονός δημιουργεί πληθώρα προβλημάτων για τη βιομηχανία στην στην 'off season' περίοδο, το σημαντικότερο εκ των οποίων είναι μη αξιοποίηση της δυναμικότητας και άρα η μείωση των εσόδων. Έτσι λοιπόν, μια μεγάλη πρόκληση που αντιμετωπίζει η βιομηχανία είναι να βρει τρόπους να αυξήσει τον αριθμό των ανθρώπων που είναι διατεθειμένοι να κάνουν διακοπές στην off season περίοδο δημιουργώντας και προωθώντας νέα, ελκυστικά πακέτα, τα οποία θα στοχεύουν σε εξειδικευμένες αγορές, χρησιμοποιώντας καλύτερα τα κανάλια πληροφορίας κτλ.



## 6.2 Η ελληνική βιομηχανία τουρισμού

Την πρώτη δεκαετία του Β' Παγκόσμιου πολέμου, το κράτος μεσολάβησε άμεσα για την επέκταση της βιομηχανίας τουρισμού. Δόθηκε έμφαση στην επανακατασκευή του εθνικού οδικού δικτύου και στον εκμοντερνισμό των ξενοδοχειακών μονάδων, ειδικότερα στα τουριστικά κέντρα που ήταν γνωστά πριν τον πόλεμο (Konsolas,2002). Αυτές οι βελτιώσεις αποτέλεσαν την ώθηση για την ίδρυση πολλών τουριστικών εταιρειών.

Οι αφίξεις τουριστών έγινε παράγοντας βιομηχανικής εξέλιξης μετά το 1954, καθώς το 1953 η νομισματική υποτίμηση και άλλα φιλελεύθερα μέτρα μετέτρεψαν την Ελλάδα σε ενά φτηνό και οικονομικά – πολιτικά σταθερό προορισμό. Εκείνη την περίοδο το κράτος επανίδρυσε τον ελληνικό οργανισμό τουρισμού (ΕΟΤ) και το προσδιόρισε σαν το βασικό πολιτικό παράγοντα στη βιομηχανία τουρισμού. Ο ΕΟΤ ενθάρρυνε ιδιωτικές επενδύσεις στη βιομηχανία, ενώ την ίδια στιγμή έπαιξε καθοδηγητικό ρόλο στην προώθηση κρατικών επενδύσεων στην υπερδότηση, συμπεριλαμβανομένου υπηρεσιών διαμονής (αλυσίδα ξενοδοχείων Ξενία), ειδικά σε περιοχές που ο ιδιωτικός τομέας εμφανιζόταν διστακτικός να επενδύσει.

Μία αύξηση στις τουριστικές επενδύσεις έγινε εφικτή, κυρίως μεταξύ του 1958 και 1963. η πολιτική αστάθεια τα επόμενα χρόνια περιόρισε την τουριστική δραστηριότητα. Ένα σημαντικό χαρακτηριστικό εκείνης της περιόδου, ήταν η μετατόπιση του βάρους των κρατικών επενδύσεων vis-à-vis ιδιωτικών επενδύσεων σε μία αναλογία 1:1.5 σε 1:8. Η επενδυτική έξαρση συντέλεσε στην κατασκευή πολλών νέων ξενοδοχείων και άλλων μορφών υπηρεσιών (κάμπινγκ, bungalows), το οποίο σε μεγάλο βαθμό κάλυψε την αυξημένη απαίτηση για τουριστική διαμονή, ειδικά σε νησιώτικες και παράλιες περιοχές.

Το 1970, οι διανυκτερεύσεις στα ελληνικά ξενοδοχεία ήταν 11,8 εκ. Και οι μισές αφορούσαν Έλληνες πολίτες. Η πρώτη μεγάλη αύξηση παρατηρήθηκε το 1976, 2 χρόνια μετά την αποκατάσταση της δημοκρατίας στην Ελλάδα, όπου οι διανυκτερεύσεις των Ελλήνων διπλασιάστηκαν, σε σχέση με το 1970, ενώ για τους τουρίστες τετραπλασιάστηκαν σε ένα σύνολο των 31 εκ. Οι αφίξεις αυξήθηκαν από

210.301 το 1956 και 741,193 το 1963 σε 1.6 εκ. το 1970 και 4.2 εκ. το 1976 (Konsolas, 2002).

Οι αυξήσεις αυτές συνεχίστηκαν μέχρι το 1980. Η αρχή της δεκαετίας του 1980 υπήρξε περίοδος στασιμότητας για τον ελληνικό τουρισμό, η οποία ανετράπη το 1984 και 1985, όταν οι αφίξεις έφτασαν τα 7 εκ. για πρώτη φορά. Οι συνολικές διανυκτερεύσεις έφτασαν τα 47 εκ., με τους Έλληνες να αποτελούν τα 11 εκ. Στις μέρες μας, η Ελλάδα είναι ένας σημαντικός προορισμός, ειδικά για τους Ευρωπαίους με αποτέλεσμα οι αφίξεις να φτάσουν τα 12.5 εκ. το 2000 (World Tourist Organisation, 2001). Παρά την υψηλή ανάπτυξη όλων αυτών των δεικτών της τουριστικής δραστηριότητας τη δεκαετία 60, 70 ακολούθησε μικρότερη ανάπτυξη το 1980 και 90, η βιομηχανία συνέχιζε να εξαπλώνεται, χωρίς να επηρεάζεται από σποραδικές πτώσεις.

Οι Αμερικανοί τουρίστες συγκρότησαν το βασικότερο παράγοντα εισοδήματος και ανάπτυξης των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων τη δεκαετία του 50 - 60. Ακόμα και το 1971, οι Αμερικανοί τουρίστες αντιπροσώπευαν το 25% των ξένων τουριστών στην Ελλάδα. Ανάπτυξη του αριθμού των τουριστών προήλθε από τις ευρωπαϊκές χώρες όπου το 1981 υπολογίστηκε στο 80% των αφίξεων. Η είσοδος της Ελλάδας στην Ε.Ε. και τα πλεονεκτήματα που προσέφερε στους ταξιδιώτες, συντέλεσε στην ακόμα μεγαλύτερη αύξηση των αφίξεων. Μέχρι το 1985 οι αφίξεις τουριστών από την Ε.Ε. άγγιξε τα 2/3 των συνολικών αφίξεων. Το 1999, το 20,1% προερχόταν από τη Γερμανία, 20% από την Αγγλία, 6,1% από την Ιταλία, 10,4% από σκανδιναβικές χώρες, 7.8% από τις Κάτω Χώρες, και 4,5 % από τη Γαλλία. Το υπόλοιπο των τουριστών προερχόταν από άλλες ευρωπαϊκές χώρες, ενώ οι αφίξεις από Αμερική αντιπροσώπευαν μόνο το 1,9%.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό των αφίξεων αποτελεί η εποχικότητα. Παρά το γεγονός ότι αυτό είναι χαρακτηριστικό για όλες τις βιομηχανίες τουρισμού, στην Ελλάδα το πρόβλημα είναι ιδιαίτερα οξύ. Τα ελληνικά ξενοδοχεία, στα περισσότερα τουριστικά κέντρα ανοίγουν το Μάρτιο και κλείνουν τον Οκτώβριο ή στις άρχες Νοεμβρίου. Τη δεκαετία του 90, το 40% των αφίξεων παρατηρήθηκε τον Ιούλιο και τον Αύγουστο, ενώ τον Ιούνιο υπολογίζεται σε 12-14%. Ο Σεπτέμβριος είναι επίσης καλός μήνας με 15%, ενώ οι υπόλοιπες αφίξεις καταγράφονται τον Οκτώβριο,

Απρίλιο και Μάιο. Το διάστημα μεταξύ 1975 – 1995 οι αφίξεις την περίοδο Μαΐου – Οκτωβρίου αυξήθηκαν κατά 290,5% ενώ στις off season περιόδους μόνο 79,1%.

### **Οι μεγάλες επωνυμίες**

Η μεγάλη ανάπτυξη στην ελληνική βιομηχανία τουρισμού πραγματοποιήθηκε μετά το 1950. Τότε εμφανίστηκαν οι πρώτες εταιρείες ταξιδιωτικών υπηρεσιών. Από τότε ο αριθμός τέτοιων εταιρειών έχει αυξηθεί σημαντικά και υπολογίζεται σήμερα να υπάρχουν 5.313. Η Ελλάδα έχει το μεγαλύτερο κατά κεφαλή αριθμό ταξιδιωτικών υπηρεσιών στην Ε.Ε. Πέντε από αυτές είναι υπεύθυνες για το 27% των ταξιδιωτικών πακέτων αφίξεων το 1998 στην Ελλάδα. Τα οικονομικά τους αποτελέσματα φαίνονται στον Πίνακα 6.2.

Αυτό που πρέπει να επισημανθεί είναι ότι οι περισσότερες από αυτές τις υπηρεσίες οι οποίες συναλλάσσονται με τουρίστες, είναι είτε θυγατρικές κυρίως ευρωπαϊκών, tour operators, ή εξαρτώνται από αυτούς τους operators για ένα μεγάλο κομμάτι της δραστηριότητάς τους.

Ένα ακόμα σημαντικό κομμάτι της ελληνικής βιομηχανίας τουρισμού είναι η ξενοδοχειακή υποδομή. Συνίσταται από εγκαταστάσεις οι οποίες ποικίλλουν, ανάλογα με το μέγεθος και τις υπηρεσίες που παρέχουν (μεγάλα ή μεσαία ξενοδοχεία, , σπίτια ή δωμάτια για ενοικίαση κτλ). Το 1999, στην Ελλάδα υπήρχαν 8.244 ξενοδοχεία, σύμφωνα με το Επιμελητήριο Ξενοδοχείων της Ελλάδας, ενώ 510.869 ακόμα άνθρωποι στεγάζονταν σε 27.764 μη ξενοδοχειακές μονάδες. (Konsolas, 2002). Οι αφίξεις σε σχέση με τα ξενοδοχειακά καταλύματα σύμφωνα με την ΕΣΥΕ φαίνονται στον Πίνακα 6.1. Από τα μεγάλα ξενοδοχεία της Ελλάδας, ελάχιστα είναι κομμάτια διεθνών ξενοδοχειακών αλυσίδων. Βρίσκονται στην Αθήνα κυρίως και οι αλυσίδες που αντιπροσωπεύουν είναι οι ακόλουθες: Intercontinental, Hilton, Marriot και Sheraton. Στη Θεσσαλονίκη βρίσκεται το Hyatt, το οποίο διαθέτει καζίνο και συνεδριακό χώρο.

**Πίνακας 6.1.** Αφίξεις - Ξενοδοχεία

	1991	2000	2001	2002	2003
Αφίξεις τουριστών ...	8.271.258	13.567.453	14.678.688	14.918.177	14.784.560
Ταξιδιωτικό συνάλλαγμα (εκατ. δολ. ΗΠΑ) ..	2.566,1	9.221,1	9.446,6	9.740,7	10.057,0
Ξενοδοχειακά καταλύματα:					
Δωμάτια .....	243.950	320.159	320.159	319.689	339.540
Κλίνες .....	459.297	607.614	607.614	606.330	644.898

Πηγή: ΕΣΥΕ,2004

Υπάρχουν επίσης μερικές εγχώριες αλυσίδες από τις οποίες οι πιο σημαντικές είναι οι: Xenia (κρατική, μερικά από τα ξενοδοχεία έχουν ιδιωτικοποιηθεί), Grecotel, η μεγαλύτερη και πιο δυναμική αλυσίδα η οποία κατέχει ή λειτουργεί 22 ξενοδοχεία στους διασημότερους ελληνικούς προορισμούς (με ξενοδοχεία στην Κρήτη, στη Ρόδο και στην Ολυμπία), Chandris (με μεγάλα ξενοδοχεία στην Αθήνα, τη Χίο, την Κέρκυρα και τη Μύκονο), Divani hotels, Maris hotels, Helios και Sani (Konsolas, 2002). Στον Πίνακα 6.3 παρουσιάζονται τα οικονομικά αποτελέσματα των κυριότερων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Πρέπει να σημειωθεί ότι μερικές από τις σημαντικότερες αλυσίδες έχουν τα ξενοδοχεία τους σε άλλες εταιρείες, για παράδειγμα τα Grecotel, τα οποία αντιπροσωπεύονται από την Daskhotels, περιλαμβάνουν μόνο 3 ξενοδοχεία.

**Πίνακας 6.2.** Οικονομικά αποτελέσματα ελληνικών ταξιδιωτικών πρακτορείων (1999)

Εταιρείες	Κύκλος εργασιών (εκ. δραχμές)	Καθαρά έσοδα (εκ. δραχμές)
TUI HELLAS	11.865	1076
ZEUS KRETE	4478	318
HELLENIC TOURS	4251	19
PLOTIN TRAVEL	3943	81
NOUVELLES FRONTIERES	3795	-17

Πηγή: Konsolas,2002

**Πίνακας 6.3.** Οικονομικά αποτελέσματα ελληνικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων (1999)

Εταιρείες	Κύκλος εργασιών (εκ. δραχμές)	Καθαρά έσοδα (εκ. δραχμές)
HYATT REGENCY	29.832	11317
INTERCONTINENTAL	9764	277
ESPERIA	9651	313
ALDEMAR	9485	680
ASTIR PALACE	8027	1224
HELIOS TOURIS CO.	7598	1512
DASKHOTELS	7397	608

Πηγή: Konsolas,2002

Ένα ακόμα κομμάτι της βιομηχανίας τουρισμού είναι οι εταιρείες ενοικίασης σκαφών αναψυχής και οι πράκτορες θαλασσιών ταξιδιών αναψυχής (κρουαζιέρες), οι οποίες στην Ελλάδα ανέρχονται σε 105. Οι περισσότερες από αυτές τις εταιρείες είναι μικρές, με μόλις 5 από αυτές να έχουν προσωπικό άνω των 100 ατόμων. Άλλο κομμάτι της βιομηχανίας φροντίζει τις ανάγκες τόσο των τουριστών όσο και των μη τουριστών. Το πιο σημαντικό είναι αυτό το οποίο περιλαμβάνει εστιατόρια, μπαρ, καφετέριες και άλλα σημεία εστίασης. Υπάρχουν 19.200 τέτοιες εγκαταστάσεις στην Ελλάδα, οι οποίες απασχολούν 50.980 άτομα. Όσον αφορά τις εταιρείες μεταφοράς, η αγορά μεταφοράς επιβατών στο Αιγαίο είναι πιο συγκεντρωμένη, με τις Μινωικές γραμμές, την MFD, την ANEK, τη NEΛ και το Στρίντζη να είναι οι σημαντικότεροι παίκτες. Υπάρχουν επίσης πολλές μικρές και μεγαλύτερες εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων, με τη Hertz και την Avis να κυριαρχούν στην ελληνική αγορά. Στην αεροπορική αγορά, η κυριαρχία των Ολυμπιακών αερογραμμών απειλείται από τα μεγάλα οικονομικά προβλήματα που αντιμετωπίζει και την αβεβαιότητα για το μέλλον της εταιρίας καθώς και από ανερχόμενες ιδιωτικές επιχειρήσεις (Aegean).

## **6.3 Συγκριτικά πλεονεκτήματα της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας**

### **6.3.1 Συντελεστές παραγωγής**

Το κλίμα και η μορφολογία της Ελλάδας είναι οι κυριότεροι συντελεστές υπεροχής της ελληνικής βιομηχανίας. Το ήπιο μεσογειακό κλίμα, στα περισσότερα σημεία της χώρας, εξασφαλίζουν μεγάλα, ηλιόλουστα καλοκαίρια με μικρή βροχοπτώση και συγκριτικά μικρούς, ήπιους χειμώνες. Αυτό ισχύει κυρίως για το νότιο κομμάτι της χώρας, όπου η εποχή «άμμος, ήλιος, θάλασσα» διαρκεί περισσότερο από 6 μήνες.

Η μορφολογία της χώρας είναι ένα ακόμα σημείο υπεροχής. Ο μεγάλος αριθμός κατοικημένων (227) και ακατοίκητων νησιών είναι μία από τις κυριότερες έλξεις της Ελλάδας. Κάθε σύμπλεγμα νησιών έχει αναπτύξει το δικό του τοπικό χαρακτήρα και παράδοση και έχει διαφορετικά τοπία. Σε κάθε σύμπλεγμα υπάρχει ποικιλία, με πολλά κοσμοπολίτικα νησιά (η Ρόδος στα Δωδεκάνησα, η Μύκονος στις Κυκλάδες και η Κέρκυρα στο Ιόνιο), ενώ άλλα είναι ιδανικά για ήσυχες διακοπές. Κάποια από τα μεγάλα νησιά μπορούν φυσικά να τα συνδυάσουν όλα.

Η ακτογραμμή έχει μήκος 15.000 χλμ, ένα εντυπωσιακό νούμερο αναλογιζόμενοι τη συνολική έκταση της χώρας που είναι 131.957 τετραγωνικά χιλιόμετρα. Περιλαμβάνει μεγάλο αριθμό παραλιών κατάλληλες για κολύμπι, υποβοηθούμενες από το ήρεμο, ζεστό μεσογειακό νερό. Η ηπειρωτική χώρα έχει άλλα να προσφέρει. Μια σειρά βουνών, ιδανικά για αναρρίχηση, πεζοπορία και χειμερινά σπόρ, κατέχουν μεγάλο κομμάτι της ηπειρωτικής Ελλάδας. Επιπρόσθετα, τα 3.500 σπήλαια και τα 17 spas, προσφέρουν την απαιτούμενη ποικιλία, ειδικά μετά από συνεχόμενες επισκέψεις στην Ελλάδα.

Το πλήθος των πολιτιστικών αξιοθεάτων είναι άλλος ένας παράγοντας υπεροχής της βιομηχανίας. Τα σημαντικά μνημεία του παρελθόντος καλύπτουν κάθε γωνιά της περιφέρειας, παρά το γεγονός ότι σε μερικές περιφέρειες υπάρχει μεγαλύτερη συγκέντρωση μνημείων και χώρων συγκεκριμένου τύπου ή περιόδου. Τα μνημεία αυτά χρονολογούνται από την 7 χιλιετία π.Χ. έως το 19<sup>ο</sup> αιώνα, αλλά τα

πιο σημαντικά ανήκουν στην προϊστορική περίοδο (Μινωνική, Μυκηναϊκή κτλ), τη μεγάλη κλασική εποχή, τα χρόνια του Μεγάλου Αλεξάνδρου και τις Μακεδονικές δυναστείες, τη Ρωμαϊκή και τη Βυζαντινή περίοδο, καθώς και την εποχή που η Ελλάδα ήταν υπό Τουρκική – Φραγκική κατοχή. Καθώς κάθε τμήμα της Ελλάδας ανέπτυξε το δικό του χαρακτήρα, ακόμα και τα μνημεία της ίδιας περιόδου μπορούν να διαφέρουν σημαντικά. Η Ελλάδα συγκαταλέγεται ανάμεσα στις 7 χώρες με περισσότερους από 10 αρχαιολογικούς χώρους στην παγκόσμια λίστα κληρονομιάς της UNESCO. Παραδοσιακές ενδυμασίες, χειροτεχνήματα, φαγητά και πλήθος εθίμων αποτελούν επίσης χαρακτηριστικό συγκεκριμένων τοποθεσιών και είναι σημαντικά σαν κομμάτι «πλήρους» πολιτιστικού βιώματος.

Η Ελλάδα δε βρίσκεται μακριά από τις πέντε πρώτες παραγωγικά – τουριστικές χώρες (Γερμανία, Αγγλία, Γαλλία). Παρ'όλα αυτά, κάποιες άλλες χώρες (Ισπανία, Ιταλία) οι οποίες προσφέρουν παρόμοια τουριστικά προϊόντα είναι πιο κοντά και η πρόσβαση είναι πολύ ευκολότερη. Η Ελλάδα δεν έχει γεωγραφική υπεροχή συγκρινόμενη με τις δύο άλλες παραγωγικά – τουριστικές χώρες, την Αμερική και την Ιαπωνία, και παρομοίως υπάρχουν άλλοι προορισμοί (Μεξικό ή Κίνα) οι οποίοι επωφελούνται από τη γεωγραφική τους θέση. Η Ελλάδα συνορεύει με χαμηλά – εισοδηματικές χώρες οι οποίες καταλαμβάνουν ένα πολύ μικρό ποσοστό του παγκόσμιου τουρισμού.

Η πλειοψηφία των τουριστών (77% το 1997) καταφτάνουν με αεροπλάνο. Το 60% περίπου χρησιμοποιούν πτήσεις τσάρτερ, οι οποίες ελέγχονται κυρίως από ξένες εταιρείες.

Το Ελληνικό δίκτυο αερογραμμών περιλαμβάνει 5 σημαντικά αεροδρόμια (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ρόδος, Ηράκλειο, Κέρκυρα) και 22 μικρότερα. Παρά τις πολλές προσπάθειες το δίκτυο αερογραμμών δεν αποτελεί σημείο υπεροχής της τουριστικής μας βιομηχανίας. Κάποια μικρά αεροδρόμια όπως της Ρόδου, πρέπει να διαχειριστεί κάθε χρόνο περισσότερους από 1.000.000 επιβάτες. Ακόμα και το παλιό αεροδρόμιο Αθηνών αντιμετώπιζε προβλήματα στη διαχείριση της σταθερά αυξανόμενης κίνησης.

Το νέο αεροδρόμιο «Ελευθέριος Βενιζέλος» υπολογίζεται ότι θα μπορεί να διαχειριστεί με ευκολία μεγαλύτερους αριθμούς επιβατών καθώς και να προσφέρει

βελτιωμένες υπηρεσίες. Ένα μικρό ποσοστό τουριστών επισκέπτεται την Ελλάδα με πλοίο (5,3% το 1997). Ένα πολύ μοντέρνο σύστημα ακτοπλοΐας λειτουργεί μεταξύ Ηγουμενίτσας και Πάτρας στην Ελλάδα και των μεγάλων λιμανιών στην Αδριατική θάλασσα, προσφέροντας μια αξιόπιστη, γρήγορη και φτηνή υπηρεσία.

Οι μεταφορές στο εσωτερικό της χώρας είναι χαμηλότερων προδιαγραφών. Το οδικό δίκτυο είναι αρκετά παλιό αλλά αναβαθμίζεται διαρκώς με σημαντικά έργα σε Αττική και Περιφέρεια όπως η Αττική Οδός, η Εγνατία Οδός στη Βόρεια Ελλάδα, η γέφυρα Ρίο-Αντίρριο στη Δυτική Ελλάδα, η περιμετρική αρτηρία της Πάτρας καθώς και ο εκσυγχρονισμός του αυτοκινητοδρόμου Αθηνών- Κορίνθου. Πρέπει να σημειωθεί ότι τα σημαντικά αυτά έργα στις κυριότερες οδικές αρτηρίες της χώρας, χρηματοδοτούμενα κυρίως από την Ευρωπαϊκή Ένωση αλλά και λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 που έγιναν στην Αθήνα, θα αλλάξουν σύντομα την εικόνα, συνδέοντας τα σημαντικότερα σημεία της χώρας με νέο – μοντέρνο δίκτυο. Το “φτωχό” σιδηροδρομικό δίκτυο δεν επιτρέπει τη χρήση του ακόμα και μέσα στην Ελλάδα αλλά και εδώ γίνονται σημαντικές επενδύσεις για τον εκσυγχρονισμό του δικτύου.

Η θαλάσσια μεταφορά αντισταθμίζει τα προβλήματα του οδικού και σιδηροδρομικού δικτύου. Καθώς μεγάλο κομμάτι των τουριστών κινείται προς τα νησιά η κατάσταση του θαλάσσιου δικτύου είναι πολύ σημαντική. Αυτό έγινε αντιληπτό πολύ νωρίς, με αποτέλεσμα πολλές ακτοπλοϊκές γραμμές να ενώνουν την Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη και την Πάτρα με τα περισσότερα νησιά. Πρόσφατες επενδύσεις σε νέα πλοία ή σε ανακατασκευές πλοίων, έχει σαν αποτέλεσμα τα περισσότερα από αυτά να είναι σε καλή κατάσταση. Οι φόροι επίσης έχουν παραμείνει σε φυσιολογικά επίπεδα και το μοναδικό πρόβλημα που παρατηρείται είναι η κατάσταση κάποιων λιμανιών σε συγκεκριμένα νησιά.

Εκτός από τα προβλήματα του οδικού δικτύου, οι τηλεπικοινωνίες και η τεχνολογία της πληροφορίας επίσης βρίσκονται σε ικανοποιητικό επίπεδο αλλά υπάρχουν πολλά περιθώρια βελτίωσης κυρίως σε ότι αφορά τις νέες τεχνολογίες. Οι τηλεπικοινωνίες έχουν αναπτυχθεί σημαντικά την τελευταία δεκαετία. Το μονοπώλιο του ΟΤΕ επένδυσε αρκετά στην ψηφιακή τεχνολογία και οι 3 εταιρείες κινητής τηλεφωνίας (Vodafone, TIM, Cosmote) επεκτάθηκαν εξίσου σημαντικά. Το



2001, ο ΟΤΕ προώθησε την ISDN γραμμή και μια ποικιλία άλλων υπηρεσιών. Το δίκτυο τηλεπικοινωνιών είναι σε αρκετά καλή κατάσταση όμως τα περισσότερα μικρά οικογενειακά ξενοδοχεία και καταλύματα εκτός Αθηνών εξακολουθούν να έχουν ελλείψεις στην ηλεκτρονική υποδομή κρατήσεων. Ακόμα και οι ναυτιλιακές εταιρείες μόλις πρόσφατα υιοθέτησαν αναβαθμισμένο σύστημα για πωλήσεις εισιτηρίων.

Όσον αφορά την πολιτιστική κληρονομιά, υπάρχουν προβλήματα στη συντήρηση και την διαχείριση. Εκτός από τα κύρια αρχαιολογικά μνημεία τα οποία είναι καλοδιατηρημένα και οργανωμένα, η πλειοψηφία των αρχαιολογικών χώρων παραμένει αναξιοποίητη πηγή και η κατάσταση της συντήρησης τους παραμένει μη ικανοποιητική. Το ίδιο ισχύει για τα περισσότερα αρχαιολογικά μουσεία. Υπάρχουν πολλά μουσεία με σημαντικά έργα τέχνης, καθώς και δεκάδες μικρότερα μουσεία τα οποία λειτουργούν σε χαμηλά επίπεδα εξαιτίας έλλειψης χώρου, εξοπλισμού, προσωπικού κτλ.

Υπολογίζεται ότι 285.000 άνθρωποι απασχολούνται άμεσα με την ελληνική βιομηχανία τουρισμού. Το 41% εργάζεται σε ξενοδοχεία, και το 33% σε δωμάτια και άλλες εγκαταστάσεις καταλυμάτων. Το 80% περίπου είναι ελάχιστα εκπαιδευμένοι. Η μη εξειδικευμένη εργασία στην Ελλάδα είναι σαφώς μικρότερη από ότι στις περισσότερες δυτικοευρωπαϊκές χώρες, ακόμα και σε αυτές τις οποίες ανταγωνιζόμαστε άμεσα, όπως η Ιταλία και η Ισπανία. Αυτή η υπεροχή βέβαια χάνεται συγκριτικά με άλλες χώρες όπως οι Αφρικανικές. Παρ'όλα αυτά η υποδομή αρκετών εταιρειών συμβάλλει ελάχιστα σε αυτό. Η οικογενειακή απασχόληση συναντάται σε πολλά ξενοδοχεία, δωμάτια, εστιατόρια, μπαρ και καφετέριες, και άλλες μικρές τουριστικές επιχειρήσεις. Αυτό μειώνει το κόστος του μισθού και της ασφάλισης, ενώ ταυτόχρονα προσδίδουν μία οικογενειακή ατμόσφαιρα στον τουρίστα. Άλλοι πάλι εργάζονται εποχιακά, μόνο το καλοκαίρι, και για αυτό βλέπουν τον τουρισμό σαν τρόπο ενίσχυσης του εισοδήματός τους, απαιτώντας μάλιστα χαμηλότερους μισθούς. Σε κάθε περίπτωση η εξειδίκευση εργασίας είναι χαμηλή και ειδικά οι εποχιακοί υπάλληλοι εκπαιδεύονται ελάχιστα.

Η εξειδικευμένη εργασία είναι δυσκολότερο να συναντηθεί. Η εποχική φύση της τουριστικής βιομηχανίας όπως λειτουργεί στην Ελλάδα δεν είναι δελεαστική

για αυτούς που θέλουν να εισέλθουν στη βιομηχανία τουρισμού. Παρά το γεγονός ότι υπάρχουν ιδρύματα και σχολές που παράγουν πτυχιούχους για όλες σχεδόν τις θέσεις, μόνο το 60% από αυτούς καταλήγουν να εργάζονται στη βιομηχανία τουρισμού, δημιουργώντας έλλειμα σε εξειδικευμένο προσωπικό.

Η διαθεσιμότητα κεφαλαίων είναι άλλο ένα σημαντικό πρόβλημα για την ελληνική βιομηχανία τουρισμού, καθώς οι εμπορικές τράπεζες, είναι διστακτικές να προσφέρουν μεγάλα δάνεια σε τουριστικές επιχειρήσεις, ενώ λίγες από αυτές αναζητούν κεφάλαια μέσω του χρηματιστηρίου. Παρόλα αυτά, το κράτος δημιούργησε 2 επενδυτικές αναπτυξιακές τράπεζες – την ΕΤΒΑ και την Κτηματική – οι οποίες ήταν υποχρεωμένες να βοηθούν όχι μόνο την παραγωγική βιομηχανία, όπου οι εγγυήσεις είναι υψηλότερες, αλλά όλο το φάσμα του τουρισμού, από τις ξενοδοχειακές έως τις επιχειρήσεις ενοικίασης σκαφών αναψυχής. Ο πιο πρόσφατος ανεπτυγμένος νόμος παρέχει επιχορηγήσεις για την κατασκευή και επέκταση πολυτελών ξενοδοχείων, εκσυγχρονισμό ξενοδοχείων σε συγκεκριμένες περιοχές, επέκταση και εκσυγχρονισμό συνεδρίων, σκι, spa, γκολφ και υπηρεσίες θαλασσοθεραπείας, όπως και δημιουργία μαρινών.

Ένας από τους σημαντικότερους οργανισμούς για την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας είναι ο Ελληνικός Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ). Μέχρι το 1951, είχε άμεση ανάμειξη με τη δημιουργία και προώθηση της ελληνικής τουριστικής υποδομής. Ο ΕΟΤ παραμένει ο ιδιοκτήτης μερικών σημαντικών ιδιοκτησιών καθώς επίσης και ο σημαντικότερος οργανισμός διαφήμισης της χώρας στο εξωτερικό. Το 1935 ιδρύθηκε ένα ειδικό σώμα αστυνομίας, η τουριστική αστυνομία.

Η βιομηχανία τουρισμού βοηθήθηκε επίσης και από άλλους μη – κυβερνητικούς οργανισμούς. Το επιμελητήριο ξενοδοχείων της Ελλάδας, έχει συμβάλλει σε μια ολοκληρωμένη προσέγγιση όλων των θεμάτων που αφορούν τον τουρισμό. Υπάρχουν επίσης, πολλές εμπορικές εταιρείες, για όλες τις τουριστικές επιχειρήσεις και για κάθε κομμάτι της βιομηχανίας, όπως ξενοδόχους, ταξιδιωτικούς πράκτορες και ακτοπλοϊκές εταιρείες. Κάποιοι από αυτούς τους οργανισμούς, έχουν εξειδικευμένα ινστιτούτα τα οποία συγκεντρώνουν συνέχεια δεδομένα για τη βιομηχανία και παράγουν δημοσιεύσεις.

Ακόμα, υπάρχει ένας αριθμός ινστιτούτων μεγαλύτερης εκπαίδευσης που συσχετίζεται με τον τουρισμό. Τα περισσότερα Πανεπιστήμια περιλαμβάνουν μαθήματα σχετικά με τον τουρισμό, και κάποιοι καθηγητές είναι μεταξύ των κυριότερων ανθρώπων που σχετίζονται με την τουριστική αναζήτηση. Προγράμματα μεταπτυχιακών σπουδών έχουν επίσης δημιουργηθεί. Στο επίπεδο των ΤΕΙ, υπάρχουν 7 ειδικευμένα τμήματα για διοίκηση τουριστικών επιχειρήσεων. Στα τμήματα αυτά, οι φοιτητές ακολουθούν ένα ειδικευμένο πρόγραμμα, που προσφέρει τόσο θεωρητικά όσο και πρακτικά μαθήματα.

Επιπρόσθετα, υπάρχει ένας σημαντικός αριθμός σχολών που αφορούν τουριστικά επαγγέλματα, υποστηριζόμενα από τον ΕΟΤ, ανεξάρτητα από το κρατικό εκπαιδευτικό σύστημα. Αρχικά, τα σχολεία αυτά είχαν σχεδιαστεί να προσφέρουν επιπρόσθετη εκπαίδευση σε εργαζομένους στη βιομηχανία. Παρ'όλα αυτά, μέχρι το 1960, παρείχαν ένα τριετές πρόγραμμα σπουδών, όπου ο κάθε χρόνος αποτελούνταν από 8 μήνες θεωρητικής και 4 μήνες πρακτικής εξάσκησης. Ιδιωτικοί οργανισμοί (ΙΙΕΚ ΚΑΙ ΕΕΣ), οι οποίοι παρέχουν εξειδικευμένα προγράμματα σπουδών, έχουν επίσης 1,2 ή 3 χρόνια σπουδών τα οποία οδηγούν στην κατοχύρωση πιστοποιητικών σε θέματα τουρισμού.

### **6.3.2 Παράγοντες Εγχώριας Ζήτησης**

Η ανάγκη των Ελλήνων για τουριστικά προϊόντα, είναι παρόμοια με αυτή των ξένων πελατών. Οι Έλληνες, έλκονται από τα νησιά και κυρίως τα πολυδιαφημιζόμενα Ρόδος, Κέρκυρα και Κρήτη. Ψάχνουν τον ίδιο συνδυασμό «θάλασσα, άμμος και ήλιος» και επικεντρώνουν τις διακοπές τους στην περίοδο μεταξύ Ιουλίου και Σεπτεμβρίου. Είναι αρκετά σημαντικό κομμάτι της βιομηχανίας, αφού λειτουργούν σαν «προσθετικό» προκειμένου να συμπληρώσουν τη χωρητικότητα των σημαντικών προορισμών. Επίσης, χαρακτηρίζονται από την επιθυμία κατανάλωσης και την απλοχεριά, είναι «σπάταλοι» σαν πελάτες και δε δημιουργούν προβλήματα με τη συμπεριφορά τους, διαμένουν για μεγάλο χρονικό

διάστημα και τους ενδιαφέρει η προσωπική επαφή. Παρ'όλα αυτά, δεν έχουν υψηλές απαιτήσεις από τις υπηρεσίες οι οποίες τους παρέχονται.

Κάποια άλλα χαρακτηριστικά, των ελληνικών αναγκών δεν είναι τόσο ευνοικά για την ανάπτυξη του τουρισμού. Όταν οι Έλληνες ταξιδεύουν στο εσωτερικό της χώρας, προτιμούν να το κάνουν μόνοι τους παρά να επιλέγουν κάποιο ταξιδιωτικό πακέτο. Ακόμα και τα πακέτα που προσφέρονται, κάποιες φορές αφορούν προορισμούς όχι τόσο επιθυμητούς. Νέοι τύποι τουρισμού αναπτύσσονται σιγά σιγά και οι Έλληνες τουρίστες φαίνεται να μην τους προτιμούν. Τα επαγγελματικά ταξίδια δεν έχουν αναπτυχθεί τόσο, όσο τα ταξίδια για διακοπές ή για επισκέψεις σε φίλους – συγγενείς. Ειδικό σε θέματα τουρισμού πάντως πιστεύουν ότι πολύ σύντομα θα αναπτυχθούν νέοι τύποι τουρισμού που θα ταιριάζουν με τις προτιμήσεις των Ελλήνων.

Η αρχική ανάπτυξη της βιομηχανίας ήταν αποτέλεσμα της εγχώριας ζήτησης. Τα νησιά, οι παραλίες και τα πολιτιστικά μνημεία προσέλκυσαν τους Έλληνες και την επιθυμία τους να επισκεφτούν τους χώρους που μεγάλωσαν οι δικοί τους. Το 1950, 1960, η ανάγκη τόσο των Ελλήνων όσο και των ξένων συμβάδιζε, ενώ το 1970 ο αριθμός των διανυκτερεύσεων μεταξύ των Ελλήνων και των ξένων τουριστών ήταν ο ίδιος. Πολύ σύντομα όμως η ανάγκη των ξένων αυξήθηκε πολύ περισσότερο από ότι των Ελλήνων. Το 1976, το 67% των επισκεπτών είναι ξένοι, και αυτό το νούμερο αυξήθηκε στο 75% το 1996. Οι Έλληνες επισκέπτες αυξήθηκαν από 10.480.070 σε 11.594.471. Το 1995 οι διανυκτερεύσεις από Έλληνες έφτασαν τις 12.542.011 ενώ το 1998 έφτασαν τα 14 εκατομμύρια. Τα επόμενα χρόνια υπήρξε μια μικρή κάμψη στις διανυκτερεύσεις των ημεδαπών τουριστών η οποία το 2003 έφτασε στις 13.716.000 διανυκτερεύσεις σε σύνολο 53.476.000 διανυκτερεύσεων με τους αλλοδαπούς να παραμένουν σταθερά σε ποσοστά πάνω από 75% των συνολικών διανυκτερεύσεων.

**Πίνακας 6.4.** Διανυκτερεύσεις στο σύνολο των καταλυμάτων (σε χιλιάδες)

	1999	2000	2001	2002	2003
Διανυκτερεύσεις . . . .	59.871	60.840	55.105	53.478	53.476
Ημεδαποί . . . . .	14.381	14.628	13.290	13.128	13.716
Αλλοδαποί . . . . .	45.490	46.212	41.815	40.350	39.760

Πηγή: ΕΣΥΕ,2004

Οι Έλληνες προτιμούν σε πολύ μεγάλο βαθμό τους εγχώριους παρά τους ξένους προορισμούς. Πράγματι, σύμφωνα με την έρευνα της ευρωπαϊκής ταξιδιωτικής επιτροπής, μόνο το 7% των Ελλήνων ταξιδεύουν στο εξωτερικό, συγκριτικά με το 32% των Ευρωπαίων. Σύμφωνα με μία έρευνα της NSSG του 1997, από ένα σύνολο 10.512.309 ταξιδίων, μόνο τα 354.454 ή το 3,4 % αφορούσαν ξένους προορισμούς. Ακόμα εξετάζοντας και μία παλαιότερη έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 1995, το 90,1% των ταξιδίων, που πραγματοποιήθηκε με διάρκεια μικρότερη των 4 ημερών, έγινε στην Ελλάδα (Konsolas,2002).

### **6.3.3 Σχετιζόμενες και υποστηρικτικές βιομηχανίες**

Ο ανταγωνιστικός ελληνικός κλάδος τροφίμων/ποτών υπήρχε σημαντικός τροφοδότης σημαντικών κομματιών της τουριστικής βιομηχανίας. Η διεθνής ανταγωνιστικότητα πολλών βιομηχανιών τροφίμων και ποτών, έχει συμβάλλει στην επιτυχία της τουριστικής βιομηχανίας, παρέχοντας προϊόντα υψηλής ποιότητας σε λογικές τιμές, ειδικά για όσο θεωρούνται υγιεινά όπως φρούτα, λαχανικά, γιαούρτι και λάδι. Αυτοί οι συντελεστές παραγωγής είναι διαφοροποιημένοι σε σχέση με άλλες χώρες, και βοήθησαν να δημιουργηθεί μία μοναδική εικόνα για το ελληνικό φαγητό και για άλλα ποτά (ούζο, κτλ) και να τονίσουν τη γαστρονομική ταυτότητα της χώρας.

Η ναυτιλιακή βιομηχανία έπαιξε επίσης σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη της ελληνικής βιομηχανίας τουρισμού. Στην αρχή της ιστορίας της βιομηχανίας, όταν τα πλοία ήταν απαραίτητα για τη μεταφορά των τουριστών, το εκτεταμένο δίκτυο των ναυτοπλοϊκών γραμμών ήταν καθοριστικό. Παρά τη συγκριτικά μειωμένη

εμπιστοσύνη στις θαλάσσιες μεταφορές, η ανταγωνιστική ναυτιλιακή βιομηχανία παραμένει πηγή υπεροχής για τα περισσότερα τμήματα του τουρισμού.

Η κατασκευαστική βιομηχανία και ειδικότερα η ικανότητα που έχει να χειρίζεται μεγάλο όγκο έργων, συντέλεσε στη ραγδαία εξάπλωση της τουριστικής βιομηχανίας στην Ελλάδα. Μετά το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο, οι ελληνικές κατασκευαστικές εταιρείες εφοδίαζαν την τουριστική βιομηχανία και ειδικότερα τα ξενοδοχεία, με εύκολη πρόσβαση σε κατασκευαστικές υπηρεσίες και ένα ικανοποιητικό αριθμό αρχιτεκτόνων και μηχανικών.

Μια ακόμα συνεισφορά στην ελληνική τουριστική βιομηχανία παρείχαν οι επιχειρήσεις του κλάδου Υφαντουργίας/Ενδυσης. Η παραγωγή παραδοσιακών και μοντέρνων υφασμάτων, ήταν συχνά κομμάτι του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Ένας αριθμός άλλων βιομηχανιών ενίσχυσαν επίσης το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Το σημαντικότερο από αυτά υπήρξε η βιομηχανία χεριοτεχνιών και ειδών για το σπίτι (κιλίμια, χαλιά, ασημένια κοσμήματα) η οποία ήταν αρκετά ανταγωνιστική.

#### **6.3.4 Στρατηγική της επιχείρησης, Δομή και Ανταγωνισμός**

Οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις είναι σχετικά μικρές. Όσον αφορά ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, μόνο το 7% των ελληνικών ξενοδοχείων έχουν περισσότερα από 100 δωμάτια, ενώ το 43% έχουν λιγότερα από 20 δωμάτια και ένα 37% μεταξύ 21 και 57 δωμάτια. Ο μέσος όρος εργαζομένων ανέρχεται στους 8.83. Οι εξουσιοδοτημένες μονάδες οι οποίες προσφέρουν δωμάτια είναι ακόμα μικρότερες, με ένα μέσο όρο 15 κρεβατιών ανά μονάδα. Τα ταξιδιωτικά πρακτορεία, κατά μέσο όρο, απασχολούν 3 άτομα, ενώ ο ίδιος αριθμός για εστιατόρια, μπαρ, καφετέριες είναι 2.5. Υπολογίζεται ότι περισσότερο από το 95% των τουριστικών επιχειρήσεων είναι μικρομεσαίες.

Αυτή η δομή ταίριαζε αρχικά για μια βιομηχανία όπου το προϊόν παραγόταν και καταναλωνόταν στην ίδια περιοχή, όπου πολλαπλές προσφορές είναι χαρακτηριστικές και που η προσωπική επαφή και η ευκαιρία να κατανοήσουμε τον

πολιτισμό μέσω των εργαζομένων στη βιομηχανία είναι αρκετά σημαντική. Η σημερινή τάση βέβαια εστιάζει το ενδιαφέρον στην ενοποίηση της βιομηχανίας.

Μια σειρά από συγχωνεύσεις έχουν δημιουργήσει τεράστιες ξενοδοχειακές αλυσίδες όπως και αλυσίδες εστιατορίων που εκμεταλλεύονται συνήθεις υπηρεσίες όπως κρατήσεις θέσεων και την ευκαιρία να μεταφερθεί η ειδίκευση στη διοίκηση από τη μία επιχείρηση στην άλλη. Αυτή η τάση είχε μικρή επίδραση στην ελληνική βιομηχανία. Η ραγδαία ανάπτυξη της αλυσίδας ξενοδοχείων Grecotel, όπως και η κτήση μερικών μεγάλων ξενοδοχείων από άλλες ελληνικές αλυσίδες είναι σημάδια ότι μερικές ελληνικές επιχειρήσεις κινούνται προς αυτήν την κατεύθυνση. Σε άλλους τομείς της βιομηχανίας, έγινε πρόσφατα ενοποίηση επιχειρήσεων ferry boat αφήνοντας ουσιαστικά μόνο 3 ανταγωνιστές στην αγορά. Μερικές αλυσίδες fast food επίσης επεκτάθηκαν ραγδαία, και η ελληνική επωνυμία Goody's δεν είναι μόνο ο κυρίαρχος στην Ελλάδα αλλά επίσης και μία από τις κυριότερες ευρωπαϊκές αλυσίδες με μεγάλο αριθμό καταστημάτων σε όλες τις ευρωπαϊκές χώρες.

Το μικρό μέγεθος και η μειωμένη συνεργασία των ελληνικών εταιρειών οδήγησε σε έλλειψη στρατηγικού οράματος. Παρά το γεγονός ότι πολλοί παράγοντες επιτρέπουν στην Ελλάδα να προσφέρει ένα ξεχωριστό τουριστικό προϊόν, οι ελληνικές εταιρείες δεν έχουν κάνει σχεδόν τίποτα για να το εκμεταλλευτούν αυτό. Είναι αρκετά επικεντρωμένες στο κόστος και αυτό έδωσε στη βιομηχανία κάποιο πλεονέκτημα. Παρ'όλα αυτά, αυτό δεν είναι υποφερτό, ειδικά από τη στιγμή που μια ανοδική πίεση σε αμοιβές είναι ήδη ορατή. Οι περισσότερες επιχειρήσεις δεν έχουν τη δυνατότητα να παρέχουν εξειδικευμένη διαφημιστική καμπάνια στις κυριότερες ξένες αγορές. Ο ΕΟΤ είναι σχεδόν αποκλειστικά ο οργανωτής τέτοιου είδους εκστρατειών. Το marketing επίσης θεωρείται ότι προσανατολίζεται στο προϊόν αλλά παρ'όλα αυτά έχουν γίνει πολύ λίγες προσπάθειες σε αυτό το κομμάτι.

Η υπεροχή που προέκυψε από τη μείωση του κόστους, δεν οδήγησε τις επιχειρήσεις να δώσουμε ιδιαίτερη έμφαση στην ποιότητα των υπηρεσιών. Αυτό φαίνεται από τα κατά κεφαλή μεγέθη κατανάλωσης, όπου στη Ελλάδα το 1994 είχαμε μέσο όρο \$364, πολύ χαμηλότερο από πολλούς άμεσους ανταγωνιστές,

όπως η Ισπανία (\$505), η Ιταλία (\$870), η Πορτογαλία (\$419) και άλλες. Η έλλειψη διαφοροποιημένων προϊόντων και η έμφαση στους τομείς του μαζικού τουρισμού, μαζί με την ποιότητα των υπηρεσιών, μπορεί να εξηγήσει το μεγάλο αυτό κενό. Όσον αφορά τα ξενοδοχεία πρέπει να τονιστεί ότι μόνο το 10% των μονάδων ανήκουν στις δύο υψηλότερες κατηγορίες και αντιπροσωπεύουν το 30% των κλινών. Επιπρόσθετα ο μεγαλύτερος αριθμός εξουσιοδοτημένων και μη-εξουσιοδοτημένων δωματίων δε συμπεριλαμβάνεται σε αυτή τη στατιστική. Τελευταίες μελέτες έδειξαν ότι τα τελευταία 10 χρόνια, πολλές ελληνικές εταιρείες έχουν σαν κύριο στόχο την ικανοποίηση του πελάτη και αναζητούν τρόπους να αυξήσουν το μέσο όρο εξόδων του τουρίστα. Για παράδειγμα πολλές μεγάλες ξενοδοχειακές αλυσίδες, εξοπλίστηκαν με υψηλών προδιαγραφών υπηρεσίες και επίσης προσφέρουν ειδικά προϊόντα όπως θαλασσοθεραπεία και προγράμματα γκολφ. Υπάρχει επίσης αναβάθμιση των υπηρεσιών αναψυχής με σκάφη και η δημιουργία μεγάλου αριθμού νέων μαρίνων. Όλες αυτές οι εταιρείες ελπίζουν να ελκύσουν ποιοτικά – συνειδητούς τουρίστες με υψηλότερο καταναλωτική ικανότητα.

Υπάρχει επίσης προοπτική περαιτέρω ανάπτυξης του μαζικού τουρισμού, ο οποίος είναι και ο μεγαλύτερος διεθνώς. Η στρατηγική, συγκριτικά, ανταγωνιστικού κόστους και εύκολης πρόσβασης σε πολιτιστικά μνημεία μπορεί να είναι αποδοτική αν συνδυαστεί με την παροχή υπηρεσιών των προδιαγραφών άλλων χωρών. Ο αυξημένος αριθμός εκπαιδευτικών σεμιναρίων τα οποία πραγματοποιούνται τόσο από κρατικές όσο και από ιδιωτικές υπηρεσίες, ακόμα και μικρές, είναι απόδειξη ότι οι εταιρείες κινούνται προς αυτήν την κατεύθυνση.

Υπάρχει έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των ελληνικών εταιρειών, και ειδικά αυτών που διαπραγματεύονται με ξένους τουρίστες. Η πίεση από ξένους τουριστικούς πράκτορες, οδήγησε σε αυξημένο ανταγωνισμό ανάμεσα στις εταιρείες που εμπλέκονται. Ο ανταγωνισμός αυτός είναι επίσης έντονος, τόσο μεταξύ των αερογραμμών όσο και των ναυτιλιακών εταιρειών, όπου οι λίγοι υπάρχοντες ανταγωνιστές προσπαθούν να αποδυναμώσουν ο ένας τον άλλο χρησιμοποιώντας σαν εργαλείο κρατικούς περιορισμούς. Υπάρχουν επίσης περιπτώσεις ανταγωνισμού μεταξύ των εταιρειών με παρόμοιες δραστηριότητες



στον ίδιο τομέα. Ένα άλλο επίπεδο στο οποίο παρατηρείται έντονος ανταγωνισμός είναι μεταξύ των μικρών και των μεγάλων εταιρειών στη βιομηχανία, με την κυριότερη αυτή μεταξύ ξενοδοχείων και ενοικιαζόμενων δωματίων. Ένα καλό παράδειγμα αποτελεί η προτεινόμενη επένδυση ναυτιλιακού μεγιστάνα σε μια αναπτυσσόμενη τουριστική περιοχή στην επαρχία της Μεσσηνίας η οποία θα δημιουργήσει πολλές νέες θέσεις εργασίας και θα συμβάλλει αποφασιστικά στην ανάπτυξη της ευρύτερης περιοχής. Μικρές εταιρείες του χώρου το εξέλαβαν σαν μέσο αύξησης των ξένων τουριστών, ενώ οι μεγάλες εταιρείες το θεωρούν απειλή για τις ξενοδοχειακές τους επιχειρήσεις.

Η γεωγραφική συγκέντρωση είναι ιδιαίτερο χαρακτηριστικό της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας. Η παρουσία αρχαιολογικών χώρων, φυσικών ομορφιών ή αναπτυσσόμενης υποδομής οδήγησε τις εταιρείες να εστιάσουν σε συγκεκριμένα θέρετρα και αστικά κέντρα. Ένας μεγάλος αριθμός νησιών, η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη θεωρείται ότι προσελκύουν το μεγαλύτερο αριθμό τουριστών και για αυτό οι περισσότερες τουριστικές επιχειρήσεις εδρεύουν εκεί. Συγκεκριμένα, το Νότιο Αιγαίο παρέχει το 21,3% του συνόλου των κλινών στην Ελλάδα (1997) και το 27,8% των διανυκτερεύσεων (1998). Η περιοχή της Κρήτης, παρείχαν το 17,4% του συνόλου των κλινών (1997) και το 20,9% των διανυκτερεύσεων (1998), ενώ στα Ιόνια νησιά αντίστοιχα 7,5% και 10,5%. Η κεντρική μακεδονία και η Αττική κατείχαν το 8,3% και 16,9% των κλινών αντίστοιχα και το 7,5% και 13,9% των διανυκτερεύσεων. Σε συγκεκριμένους προορισμούς, η Αθήνα έχει πέσει στις προτιμήσεις ενώ αντίθετα τα νησιά του Αιγαίου και η Κρήτη βρίσκονται σε συνεχή αύξηση. Η Κρήτη, η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη, η Ρόδος και η Κέρκυρα κατέχουν και το μεγαλύτερο αριθμό πολυτελών ξενοδοχείων με ένα ποσοστό μεγαλύτερο του 70%. Τα Δωδεκάνησα έχουν το μεγαλύτερο αριθμό κλινών ανά 1000 κατοίκους (439,5) ακολουθεί η Κέρκυρα (283,6) και οι Κυκλαδες (224,5). Ένα ποσοστό μεγαλύτερο του 50% των ταξιδιωτικών πρακτορείων βρίσκονται στην Αθήνα, τη Μακεδονία και την Κρήτη ενώ οι περισσότερες εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων και σκαφών αναψυχής εδρεύουν στην Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη και στα μεγάλα τουριστικά νησιά.

### 6.3.5 Ο ρόλος της κυβέρνησης

Η επίσημη κρατική ανάμειξη με τη βιομηχανία ξεκίνησε το 1914, με την ίδρυση του Οργανισμού Ξένων Επισκεπτών και Περιηγήσεων. Μεγαλύτερη ανάμειξη πάντως έγινε εμφανής μετά το 1950, όταν οι οικονομικές συνθήκες το επέτρεψαν και ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) έγινε αυτόνομη υπηρεσία. Τις δεκαετίες 50, 60 έγιναν μεγάλες επενδύσεις στην κρατική υποδομή, για την προώθηση των τηλεπικοινωνιών και τη δημιουργία ευκαιριών στον ιδιωτικό τομέα αλλά και στις υπηρεσίες στέγασης. Η αλυσίδα ξενοδοχίων Ξενία, η οποία λειτουργεί υπό τον ΕΟΤ, έχει αρχίσει να ιδιωτικοποιείται μετά από οικονομικές δυσκολίες. Το 1962, για πρώτη φορά οι ιδιωτικές επενδύσεις ξεπέρασαν τις κρατικές, καθώς το κράτος επικεντρώθηκε στην παροχή δανείων και άλλων κινήτρων σε ιδιωτικές επιχειρήσεις, κυρίως μέσω της ΕΤΒΑ. Αρχικά, αυτά τα οικονομικά κίνητρα, οδήγησαν στη δημιουργία υπηρεσιών κοντά στις μεγάλες πόλεις, καθώς αυτές ήταν οι μόνες τοποθεσίες όπου οι ιδιοκτησιακές αξίες πρόσφεραν ικανοποιητικές εγγυήσεις. Έπειτα, κατά τη διάρκεια της δικτατορίας το 1967 – 1974, η προσέγγιση υπέρ της επιδότησης οποιασδήποτε μορφής τουρισμού, αύξησε το ποσοστό δημιουργίας τουριστικών υπηρεσιών. Παρ'όλα αυτά, μεγάλες μονάδες κατασκευάστηκαν σε περιοχές με ανεπαρκή υποδομή ή άλλους περιορισμούς σε τουριστική χωρητικότητα και συνήθως από επενδυτές με μικρή ή καθόλου γνώση της βιομηχανίας.

Μετά το 1974 η κρατική προσέγγιση ήταν πιο συνειδητή. Πολλοί νέοι νόμοι τέθηκαν σε ισχύ την τελευταία 25ετία. Όλοι είχαν συγκεκριμένους στόχους, που σχετίζονται με τις περιοχές που ευνοούνταν στην λήψη εγγυήσεων ή δανείων. Αυτό έγινε ιδιαίτερα σημαντικό στα τέλη της δεκαετίας του 70, όταν όλες οι τουριστικές περιοχές άρχισαν να αντιμετωπίζουν προβλήματα *over capacity* σαν αποτέλεσμα του συνεχούς κύματος επενδύσεων. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα την επιψήφηση του νόμου 1262/1982 ο οποίος μείωσε την χρηματοδότηση των μεγαλύτερων εταιρειών, οδηγώντας στη δημιουργία μικρότερης κατηγορίας ξενοδοχεία. Μία άλλη

σειρά μέτρων, που πάρθηκε μεταξύ του 1975 και 1982, με στόχο τη μείωση των αφίξεων στην υψηλή περίοδο, είχε ασήμαντη επίδραση.

Τη δεκαετία του 90, οι νόμοι που είχαν σα στόχο την προώθηση των επενδύσεων χρησιμοποιούσαν την εμπειρία από το παρελθόν, και προχώρησαν στην σωστή κατεύθυνση παρέχοντας υποστήριξη στον εκσυγχρονισμό των ήδη υπάρχοντων ξενοδοχειακών μονάδων και την κατασκευή νέων, πολυτελών και υψηλής κατηγορίας μονάδων. Παρ'όλα αυτά η παρουσία μιας ουσιαστικής κρατικής στρατηγικής για τον τουρισμό είναι ακόμα σημείο διαμάχης από πολλούς ειδικούς, παρά τις κυβερνητικές βεβαιώσεις (Konsolas,2002). Οι αλλαγές στη δομή του ΕΟΤ που έγιναν το 2001 και η αυξημένη έμφαση στην αναζήτηση της αγοράς, στο αναβαθμισμένο marketing και στην προώθηση της ποιότητας, αποδεικνύουν για άλλη μια φορά το κρατικό ενδιαφέρον για την προώθηση της τουριστικής ανάπτυξης.

Μετά τις αρχές του 80, δόθηκαν στις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις κονδύλια από την Ε.Ε. συμπεριλαμβανομένων των χορηγιών την περίοδο 1994-1999 (δεύτερο κοινοτικό πλαίσιο στήριξης) τα οποία διέθεσαν ποσά σε τουριστικά ζητήματα, και τα οποία προώθησαν νέες μορφές τουρισμού, ειδικά με θαλάσσιες δραστηριότητες, όπως επίσης και την εκμοντερνοποίηση των ξενοδοχείων, την εκπαίδευση προσωπικού και τη δημιουργία υποδομής τηλεπικοινωνιών. Επίσης, ο ΕΟΤ ανέλαβε με χειρισμούς μάρκετινγκ να προωθήσει τα ελληνικά προϊόντα. Όλα αυτά τα μέτρα, είχαν περιορισμένα αποτελέσματα εξαιτίας της μικρότερης από την αναμενόμενη συμμετοχής και των δυσκολιών συντονισμού. Η βιομηχανία, και ειδικότερα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, χρειάζονται έμμεση κρατική υποστήριξη, προκειμένου να αναβαθμίσουν το προϊόν τους. Την ίδια στιγμή, πρέπει να υπάρξει συνειδητή προσπάθεια από τις επιχειρήσεις να αναπτύξουν τις δικές τους στρατηγικές, χωρίς να υπολογίσουν το «ευεργετικό» κράτος, σαν πηγή χορηγιών, όταν προκύπτουν οικονομικές δυσκολίες. Το κράτος όμως μπορεί με τουριστική διπλωματία να προβάλλει τη χώρα στο εξωτερικό, να βοηθήσει τις ελληνικές επιχειρήσεις στην οργάνωση των τουριστικών τους περιπτέρων στις διεθνείς εκθέσεις και να μπορέσει με συνετές κινήσεις να διαμορφώσει καθεστώς

ασφάλειας και συνθήκες ειρήνης και σταθερότητας στην ευρύτερη περιοχή των Βαλκανίων.

### **6.3.6 Ο ρόλος της ευκαιρίας**

Τυχαία γεγονότα και διεθνείς συγκυρίες επηρέασαν την ελληνική βιομηχανία τουρισμού σε μικρές περιόδους, χωρίς άλλες μακροχρόνιες επιπτώσεις. Η πρώτη μείωση στον αριθμό των αφίξεων παρατηρήθηκε το 1967, και συνέπεσε με την εγκαθίδρυση της δικτατορίας. Αμέσως μετά, το 1969 οι τουρίστες επέστρεψαν στην Ελλάδα με αυξημένους αριθμούς και οι επιχειρήσεις επωφελήθηκαν από την προώθηση του τουρισμού κατά τη δικτατορία. Η πτώση της το 1974, προξένησε μια πτώση του 31% στις αφίξεις καθώς δεν υπήρξε πολιτική σταθερότητας. Σύντομα πάντως παρατηρήθηκε και πάλι αύξηση. Η αρχή του 80, ήταν η δυσκολότερη περίοδος καθώς οι τρομοκρατικές επιθέσεις απέτρεψαν τον κόσμο να επισκεφτεί την Ελλάδα. Οι βορειοαμερικάνοι τουρίστες δεν επέστρεψαν ποτέ στον αριθμό τον οποίο κατείχαν το 1980. Παρ'όλα αυτά, οι αφίξεις των Ευρωπαίων αυξήθηκαν δραματικά αντισταθμίζοντας τις όποιες άλλες μειώσεις υποβοηθούμενες από την είσοδο της χώρας στην Ε.Ε. το 1991, ο πόλεμος του Κόλπου, είχε ένα αρνητικό αντίκτυπο αλλά το 1993 και το 1994 οι αφίξεις ήρθαν στα φυσιολογικά τους επίπεδα. Έπειτα, το 1995 και 1996 περαιτέρω μειώσεις παρατηρήθηκαν εξαιτίας της πολιτικής αστάθειας στα Βαλκάνια. Αυτές οι εξελίξεις είχαν θετική επίδραση στην Ελλάδα καθώς τουριστικοί προορισμοί στις χώρες αυτές δε θεωρούνταν ασφαλείς για επίσκεψη. Σημαντικό ρόλο στην προβολή της χώρας και άρα στην περαιτέρω αύξηση του τουρισμού διαδραμάτισε η αντικειμενικά επιτυχής διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας το Σεπτέμβριο του 2004 όπου δόθηκε η ευκαιρία στις ελληνικές αρχές να προβάλλουν τα αξιοθέατα της χώρας, τα σημαντικά έργα υποδομής που έχουν γίνει τα τελευταία χρόνια και συνεχίζονται, το σύγχρονο πρόσωπο της Ελλάδας καθώς και το αίσθημα ασφάλειας που διακατέχει τη χώρα και μπορεί να προσφέρει ασφαλείς αγώνες, άρα και ασφαλείς διακοπές. Τα ευεργετικά αποτελέσματα των Ολυμπιακών Αγώνων άρχισαν να διαφαίνονται από το καλοκαίρι του 2005 καθώς

με τα πρώτα στοιχεία η αύξηση των αφίξεων ανήλθε στο 15% ενώ αναμένεται ακόμα μεγαλύτερη αύξηση στο μέλλον καθώς τα στοιχεία είναι ενθαρρυντικά.

### **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ**

- [1] Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδας, “Η Ελλάδα με αριθμούς”, Εκδ. ΕΣΥΕ, 2005
- [2] Konsolas I., “The competitive advantage of Greece”, Ashgate, 2002
- [3] Κορρές Γ. & Χιόνης Δ., “Ελληνική Οικονομία”, Εκδ. Σταμούλης, 2003
- [4] Holloway J., “The Business of Tourism”, Longman, 1998
- [5] European Commision, “Tourism overview in Europroean commission, Panorama of EU Industry 1997, Office for official publications of the European Communities, 1997
- [6] World Tourism Organisation, “Millenium Tourist Boom in 2000”, News Release, 2001

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

### ΔΕΣΜΗ ΟΜΟΕΙΔΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΗΣ ΝΑΥΤΙΛΙΑΣ

#### 7.1 Ιστορική αναδρομή – Γενικά στοιχεία

Ο τερματισμός του Β' Παγκοσμίου Πολέμου βρήκε την ελληνική ναυτιλία σε πλήρη διάλυση καθώς κατά τη διάρκεια του πολέμου χάθηκαν τα τρία τέταρτα της προπολεμικής χωρητικότητας και του αριθμού των πλοίων που διέθετε. Το 1946 ο στόλος με ελληνική σημαία αριθμούσε μόλις 138 πλοία με χωρητικότητα 0,5 κ.ο.χ. Πριν τον πόλεμο η εμπορική ναυτιλία ήταν ο δυναμικότερος κλάδος της ελληνικής οικονομίας και ενώ η συμμετοχή της Ελλάδας αναλογικά στο διεθνές εμπόριο ήταν μικρή, η χώρα κατείχε το 1939 τον ένατο μεγαλύτερο στόλο, με 607 σκάφη χωρητικότητας 1,8 εκ. κ.ο.χ. που αναλογούσαν σε 1,9% της παγκόσμιας χωρητικότητας (Σαχινίδης, 2004).

Η κατάσταση της εμπορικής ναυτιλίας που κληροδότησε ο πόλεμος άλλαξε σε μικρό χρονικό διάστημα, καθώς το 1947 παραλήφθηκε από τους Έλληνες εφοπλιστές το τελευταίο από τα εκατό (100) πλοία τύπου liberty, που πούλησε η κυβέρνηση των ΗΠΑ σε Έλληνες εφοπλιστές με εγγύηση που πρόσφερε το ελληνικό δημόσιο. Η ικανοποιητική πορεία της ναυλαγοράς σε συνδυασμό με το χαμηλό κόστος αγοράς τους συνέβαλε στην επιτυχία αυτού του τύπου των πλοίων.

Η αναζήτηση σκαφών ώθησε τους Έλληνες στην αγορά πλοίων από τον Καναδά ενώ ταυτόχρονα άρχισαν να εκδηλώνουν ενδιαφέρον για την απόκτηση δεξαμενόπλοιων για τη μεταφορά πετρελαίου. Έτσι, με αφορμή την απόφαση των ΗΠΑ να πωλήσουν δεξαμενόπλοια, αποκτήθηκαν τα πρώτα επτά (7) δεξαμενόπλοια τύπου T-2, χωρητικότητας 16.500 τόνων. Από τις είκοσι δύο παραγγελίες για νέες ναυπηγήσεις που δόθηκαν το 1948, οι δεκαεπτά αφορούσαν

δεξαμενόπλοια συνολικής χωρητικότητας 334.500 τόνων.

Οι αγορές που πραγματοποιήθηκαν μεταξύ 1946 – 1948 είχαν ως αποτέλεσμα η Ελλάδα το 1948 να διαθέτει το 1,5% της παγκόσμιας χωρητικότητας ενώ λαμβάνοντας υπόψη την εθνικότητα του ιδιοκτήτη του πλοίου, η θέση της Ελλάδας αναβαθμίστηκε ακόμα περοσσότερο καθώς ο ελληνόκτητος στόλος αποτελούνταν από 835 πλοία χωρητικότητας 4,3 εκατομ. κ.ο.χ. Η υπό ελληνική σημαία χωρητικότητα ανερχόταν μόλις σε 1,3 εκατομ. κ.ο.χ καθώς πολλοί Έλληνες εφοπλιστές χρησιμοποιούσαν «σημαίες ευκαιρίας» στα πλοία τους για να συμπιέσουν το λειτουργικό κόστος. Η πολιτική αυτή, της χρήσης «σημαιών ευκαιρίας», αποδιδόταν από τους ίδιους στην εχθρική κατά την εκτίμησή τους ναυτιλιακή πολιτική του ελληνικού κράτους, στην πολιτική αστάθεια και στη μαχητικότητα των ναυτεργατικών ενώσεων, στην πραγματικότητα όμως η χρήση αυτών των σημαίων ενισχύθηκε από τις ΗΠΑ, οι οποίες τα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια διευκόλυναν τις χρηματοδοτήσεις για αγορά πλοίων σε όσους ήταν διατεθειμένοι να χρησιμοποιήσουν σημαίες ευκαιρίας. Έτσι η κατακόρυφη άνοδος της ελληνικής ναυτιλίας τα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια θα πρέπει να αποδοθεί και στην επιλογή των Ελλήνων εφοπλιστών να μεταφέρουν τις δραστηριότητες τους από το Ηνωμένο Βασίλειο στις ΗΠΑ και στη διάθεση τους να συνεργαστούν με τις κυβερνήσεις των ΗΠΑ. Η σχέση αυτή διαταράχτηκε αργότερα στην δεκαετία του 1950, όταν τα συμφέροντα των Ελλήνων εφοπλιστών δεν συνέπιπταν με αυτά των ΗΠΑ (Harlaftis, 1996).

Η ναυτιλιακή κρίση των ετών 1948 και 1949 έφερε σε δύσκολη θέση τους υπερχρεωμένους Έλληνες εφοπλιστές όμως ο πόλεμος της Κορέας το 1950 έδωσε την αφορμή για ανοδική πορεία της ναυλαγοράς. Η αντίδραση των Ελλήνων εφοπλιστών στις ευνοϊκές συνθήκες που διαμορφώθηκαν από την κρίση της Κορέας ήταν ταχύτατη και άρχισαν να αγοράζουν μεταχειρισμένα φορτηγά και δεξαμενόπλοια T-2. Παράλληλα προχώρησαν και σε ναυπηγήσεις πλοίων στα ιαπωνικά ναυπηγεία, τα οποία πρόσφεραν πλοία σε χαμηλές τιμές και παράδοση σε προκαθορισμένο χρόνο, καθώς δεξαμενόπλοια των 24.000 τόνων πληρώνονταν με παράδοση 16-18 μηνών με 105 δολάρια τον τόνο (Σαχινίδης, 2004). Η περίοδος αυτή σηματοδότησε μια σημαντική μεταβολή στην πολιτική των

Ελλήνων αφοπλιστών, οι οποίοι άρχισαν πλέον συστηματικά να καταφεύγουν στην ναυπήγηση πλοίων αντί να αγοράζουν υπερήλικα πλοία με αυξημένο λειτουργικό κόστος.

Οι αγορές αυτές οδήγησαν στην ανάδειξη της ελληνικής ναυτιλίας μεταξύ των μεγαλύτερων του κόσμου. Στο τέλος του 1954 ο ελληνόκτητος στόλος αποτελούνταν από 1.257 σκάφη χωρητικότητας 9.903.321 τόνων γκρος, καταλαμβάνοντας την Τρίτη θέση στον κόσμο. Το 1956 οι Έλληνες εφοπλιστές έλεγχαν το 45% της ελεύθερης φορτηγού ναυτιλίας και το 15% του στόλου των πετρελαιοφόρων. Οι παραγγελίες τους στα ναυπηγεία ανέρχονταν στο 24% του συνόλου των παγκόσμιων ναυπηγήσεων, αντιπροσωπεύοντας κόστος που ξεπερνούσε τα 1,2 δισ δολάρια.

Η ενίσχυση του στόλου συνεχίστηκε στο υπόλοιπο μισό της δεκαετίας του 1950 καθώς και στις δεκαετίες του 1960 και του 1970. Έτσι, η ελληνόκτητη ναυτιλία συγκέντρωνε το 1965 το 11,8% και το 1970 το 12,6% της παγκόσμιας χωρητικότητας. Με κριτήριο τη συνολική χωρητικότητα των πλοίων υπό ελληνική σημαία, η ελληνική ναυτιλία κατείχε στη δεκαετία του 1960 την πέμπτη θέση στην παγκόσμια ναυτιλία (4,5% της παγκόσμιας χωρητικότητας το 1965) και στο δεύτερο μισό της δεκαετίας του 1970 τη τρίτη θέση (8,5% της παγκόσμιας χωρητικότητας το 1977).

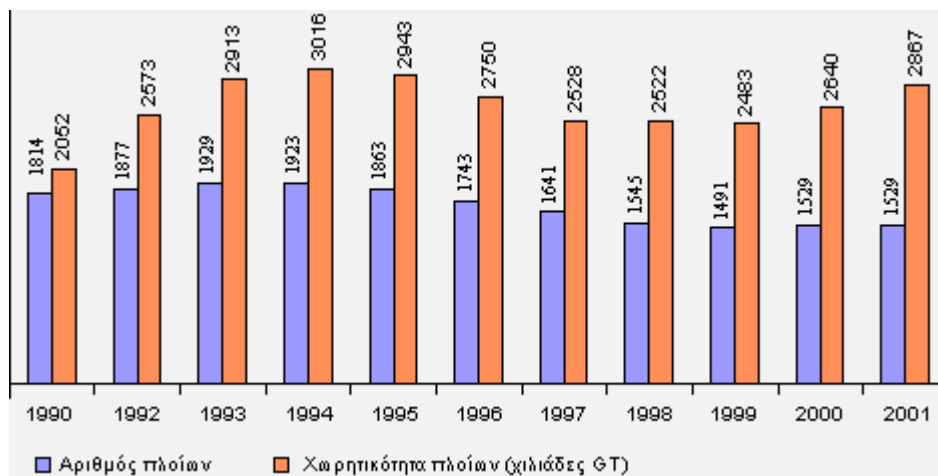
Η ενίσχυση του στόλου υπό ελληνική σημαία υπήρξε αποτέλεσμα της πολιτικής προσέλκυσης πλοίων στο ελληνικό νηολόγιο που εφάρμοσαν οι κυβερνήσεις διαμορφώνοντας το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο. Καθοριστικής σημασίας για την ανάπτυξη της εμπορικής ναυτιλίας υπήρξε το Ν.Δ 2687/53 και ειδικότερα το Άρθρο 13 σύμφωνα με το οποίο, πλοία με ελληνική σημαία και χωρητικότητα μεγαλύτερη των 1.500 κ.ο.χ εξισώνονταν με άλλες μορφές επενδύσεων κεφαλαίου από το εξωτερικό. Ταυτόχρονα τα πλοία απολάμβαναν την ίδια προστασία που είχαν οι επενδύσεις που έγιναν με κεφάλαια από το εξωτερικό. Με τον ίδιο νόμο αναγνωρίζονταν ως ελληνικά, πλοία που άνηκαν σε αλλοδαπά νομικά ή φυσικά πρόσωπα. Αργότερα με τον Α.Ν 89/67 δόθηκε η δυνατότητα σε αλλοδαπά νομικά πρόσωπα που ανέπτυσαν δραστηριότητα εκτός Ελλάδας να εγκατασταθούν στη χώρα χωρίς να φορολογηθούν τα έσοδα από τις



δραστηριότητες τους. Με τον Α.Ν 378/68 επεκτάθηκαν οι δυνατότητες λειτουργίας off-shore που παρείχε ο προηγούμενος νόμος και στις ναυτιλιακές εταιρείες. Σκοπός της ρύθμισης αυτής ήταν να ενθαρρυνθούν οι ναυτιλιακές επιχειρήσεις να μεταφέρουν στην Ελλάδα την πραγματική έδρα των επιχειρήσεών τους που στη μεγάλη πλειοψηφία βρισκόταν στο εξωτερικό (Ην. Βασίλειο). Τέλος, με τον Α.Ν 465/68 καθιερώθηκε η φορολόγηση των πλοίων με βάση το μέγεθος και την ηλικία.

Τα πρώτα σημάδια κάμψης της εμπορικής ναυτιλίας εκδηλώθηκαν στη δεκαετία του 1980, όταν ο όγκος του διεθνούς θαλάσσιου εμπορίου άρχισε να μειώνεται σταθερά, ενώ η συνολική μεταφορική δυναμικότητα του παγκόσμιου στόλου συνέχισε να αυξάνει μέχρι το 1982. Η υπερβάλλουσα προσφορά χωρητικότητας προκάλεσε μεγάλη πτώση στους ναύλους. Η ναυτιλιακή αυτή κρίση έπληξε ιδιαίτερα έντονα την ελληνική φορτηγό ναυτιλία, κυρίως επειδή στην πλειονότητά τους τα πλοία της δραστηριοποιούνταν ως ελεύθερα φορτηγά. Το μέγεθος της κρίσης έφερε το ποσοστό της παροπλισμένης χωρητικότητας στο 31,4% το 1982 και στο 32,2% το 1983 από 2,5% που ήταν το 1980. Μεγάλο ποσοστό της ελληνικής χωρητικότητας οδηγήθηκε στα διαλυτήρια με αποτέλεσμα η διαλυθείσα χωρητικότητα το 1985 να φτάσει τα 3 εκατομ. κ.ο.χ όταν το αντίστοιχο μέγεθος για το 1980 ήταν μόλις 1,1 εκατομ. κ.ο.χ. (Σαχινίδης, 2004).

Για να αντιμετωπίσουν την κρίση, οι Έλληνες εφοπλιστές στράφηκαν ξανά προς τις σημαίες ευκολίας με αποτέλεσμα το ποσοστό της ελληνικής σημαίας στη συνολική ελληνόκτητη χωρητικότητα να μειωθεί και στο διάστημα 1984 – 1986 να φτάσει στην τέταρτη θέση της παγκόσμιας χωρητικότητας διαθέτοντας το 7,54% το 1985.



**Διάγραμμα 7.1** Δυναμικότητα Ελληνικής Ναυτιλίας (ΥΕΝ, 2002)

Σήμερα η Ελληνόκτητη Ναυτιλία (πλοία υπό ελληνική και ξένη σημαία) είναι η πρώτη ναυτιλιακή δύναμη του κόσμου, διατηρώντας στόλο 3.480 πλοίων όλων των τύπων (άνω των 1000 gt), συνολικής χωρητικότητας 98.195.100 gt αριθμός που μεταφράζεται στο 15,5% της Παγκόσμιας Ναυτιλιακής χωρητικότητας. Η υπό Ελληνική σημαία ναυτιλία, παραμένει επί σειρά δεκαετιών στις κορυφαίες θέσεις των μεγαλύτερων ναυτιλιακών δυνάμεων του κόσμου, διατηρώντας το 5% της παγκόσμιας χωρητικότητας, κατατάσσεται δε σήμερα στην τέταρτη θέση παγκοσμίως. Η δυναμικότητα της υπό Ελληνικής σημαίας ναυτιλία παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 7.1.

Με την ναυτιλιακή της δύναμη η Ελλάδα κατατάσσεται πρώτη μεταξύ των Κρατών-Μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όπου κατέχει το 40% περίπου της συνολικής χωρητικότητας του Εμπορικού στόλου της Ένωσης. Επιπρόσθετα παρατηρείται τα τελευταία χρόνια μια σταθερή σταδιακή ανανέωση του Ελληνικού εμπορικού στόλου με σύγχρονα νεότευκτα πλοία. Συγκεκριμένα διαπιστώνεται ότι ο μέσος όρος ηλικίας των εγγραφομένων στα Ελληνικά Νηολόγια πλοίων είναι 9,4 έτη έναντι των αντίστοιχα διαγραφομένων που είναι 20,7 έτη, παράγοντας που συμβάλλει στην ασφαλή και φιλική προς το περιβάλλον διενέργεια των θαλασσίων μεταφορών.

## **7.2 Προσφορά της Ναυτιλίας στην Ελληνική Οικονομία & Μεγαλύτερες Ελληνικές Ναυτιλιακές Επιχειρήσεις**

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια σταθερή σταδιακή ανανέωση του ελληνικού εμπορικού στόλου με σύγχρονα πλοία. Ο μέσος όρος ηλικίας των εγγραφομένων στα Ελληνικά Νηολόγια ποντοπόρων πλοίων είναι 9,4 έτη ενώ των αντίστοιχα διαγραφόμενων είναι 20,7 έτη. Η Ναυτιλία έφθασε το 2001 να προσφέρει στην χώρα 8,1 δισ δολάρια ΗΠΑ, βοηθώντας αισθητά το Εθνικό Ισοζύγιο Πληρωμών. Πρέπει να τονιστεί ότι το ναυτιλιακό συνάλλαγμα είναι συνάλλαγμα «καθαρό», που δημιουργείται χωρίς την επιβάρυνση του κρατικού προϋπολογισμού. Τα Ελληνικά πλοία απασχολούνται στην συντριπτική τους πλειοψηφία, στις μεταφορές αγαθών μεταξύ τρίτων χωρών και εξαρτώνται από τα δεδομένα και τους παράγοντες της Παγκόσμιας Οικονομίας και της Ναυτιλιακής Αγοράς. Για αυτόν ακριβώς το λόγο η Ελλάδα στους Διεθνείς και Ευρωπαϊκούς Οργανισμούς, που ασχολούνται με θέματα Μεταφορών και Ναυτιλίας, υποστηρίζει και υιοθετεί τις θέσεις εκείνες που προωθούν την απελευθέρωση των αγορών, τον υγιή και ελεύθερο ανταγωνισμό, ενώ παράλληλα αντιτίθεται σε κάθε είδους προστατευτισμούς.

Παρά την αναγνωρισμένη σημασία της ελληνικής εμπορικής ναυτιλίας για την ελληνική οικονομία, τα οφέλη που απορρέουν από αυτήν δεν μπορούν να ποσοτικοποιηθούν με ακρίβεια, τόσο εξαιτίας της ελλιπούς στατιστικής παρακολούθησης όσο και επειδή πρόκειται για έμμεσα παραγόμενα αποτελέσματα. Η συμβολή της ελληνικής εμπορικής ναυτιλίας στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας εντοπίζεται στους εξής επιμέρους τομείς:

- Στη συμμετοχή της στη διαμόρφωση του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος (ΑΕΠ)
- Στην εισροή συναλλάγματος στη χώρα
- Στην απασχόληση εργατικού δυναμικού στη ξηρά και στη θάλασσα
- Στην ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων Ελλήνων εφοπλιστών σε άλλους τομείς της οικονομίας.

Η συμβολή της ναυτιλίας στην οικονομία μετριέται από τη συμμετοχή του κλάδου των θαλάσσιων μεταφορών στη διαμόρφωση του συνολικού ΑΕΠ της χώρας. Στα στοιχεία αυτά όμως δεν περιλαμβάνεται η ποντοπόρος φορτηγός ναυτιλία που αποτελεί το πιο σημαντικό κομμάτι της ελληνικής εμπορικής ναυτιλίας. Για την αξιολόγηση του ρόλου της ποντοπόρου ναυτιλίας στην εθνική οικονομία χρησιμοποιούνται συνήθως τα στοιχεία για το ναυτιλιακό συναλλάγμα που παρέχει η Τράπεζα της Ελλάδος. Η εισροή του ναυτιλιακού συναλλάγματος υπήρξε σημαντική σε όλα τα μεταπολεμικά χρόνια, αγγίζοντας κατά μέσο όρο το 3% του ΑΕΠ στη δεκαετία του 1960, το 4,3% στη δεκαετία του 1970 και το 4,5% στο πρώτο μισό της δεκαετίας του 1980. Στις δεκαετίες του 1960 και 1970 η εισροή του ναυτιλιακού συναλλάγματος σημείωσε υψηλό και επιταχυνόμενο ρυθμό αύξησης (μέσος ετήσιος ρυθμός 14% και 21,6% αντίστοιχα). Το 1980 έφτασε τα 1.816 εκατομ. δολάρια και αντιπροσώπευε περίπου το 30% του συνόλου των άδηλων πόρων, ενώ το 1985 όταν η ναυτιλιακή κρίση έφτασε στο αποκορύφωμά της, το ναυτιλιακό συναλλάγμα μειώθηκε στα 1.038 εκατομ. δολάρια, φτάνοντας μόλις το 20% των άδηλων πόρων. Οι βασικότεροι παράγοντες που επηρέασαν την επιτάχυνση της ανοδικής πορείας του ναυτιλιακού συναλλάγματος στη δεκαετία του 1970 ήταν:

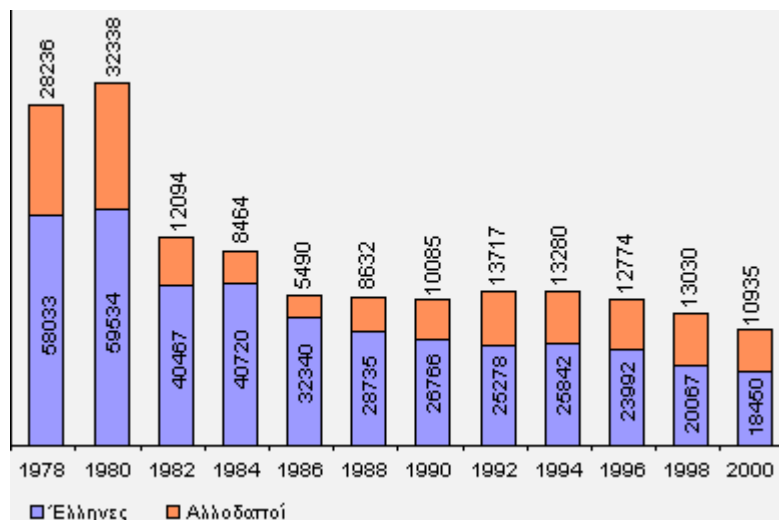
- Η αύξηση της απασχόλησης του ναυτεργατικού δυναμικού στο πρώτο μισό της δεκαετίας του 1970 και η διατήρησή του σε αυτά τα επίπεδα στο δεύτερο μισό.
- Ο επαναπατρισμός της έδρας διοίκησης ορισμένων ναυτιλιακών επιχειρήσεων στην Ελλάδα.
- Η σταδιακή στροφή στα ελληνικά νηολόγια.
- Ο παροπλισμός των ελληνικών πλοίων στον ελληνικό χώρο (διαλυτήρια), κατά την περίοδο της ναυτιλιακής κρίσης.
- Η αύξηση των επισκευαστικών εργασιών στην Ελλάδα.
- Η αύξηση των δραχμοποιήσεων στις καταθέσεις ναυτικών.

Παρά το σημαντικό μέγεθος που εμφάνιζαν οι ναυτιλιακές εισπράξεις, η

εισροή του ναυτιλιακού συναλλάγματος δεν ήταν ανάλογη προς το μέγεθος της ελληνικής εμπορικής ναυτιλίας. Η περιορισμένη εισαγωγή συναλλάγματος σε σχέση με το μέγεθος της ελληνικής ναυτιλίας κατά την εξεταζόμενη περίοδο σχετιζόταν με:

- Το διεθνές χαρακτήρα της ελληνικής ναυτιλίας, που είχε ως αποτέλεσμα σημαντικό μέρος των δαπανών των ελληνικών εταιρειών να πραγματοποιούνται στο εξωτερικό.
- Τη διατήρηση σε σημαντικό βαθμό της έδρας των ελληνικών ναυτιλιακών επιχειρήσεων σε ξένες χώρες. Το γεγονός αυτό είχε σα συνέπεια τη διατήρηση των λογαριασμών κινήσεως στο εξωτερικό όπως και τη φορολόγηση.
- Την περιορισμένη ανάπτυξη της ναυτιλιακής υποδομής της χώρας. Υπολογίζεται ότι πάνω από το 40% των δαπανών του εμπορικού στόλου αφορούσε τη ναυπήγηση ή αγορά πλοίου, τις επισκευές, τα ασφάλιστρα και τις προμήθειες. Μεγάλο μέρος αυτών των δαπανών πραγματοποιούνταν στο εξωτερικό, καθώς η Ελλάδα δεν διέθετε τη σχετική υποδομή (Σαχινίδης, 2004).
- Τη χρήση σημαίων ευκολίας από πολλούς Έλληνες εφοπλιστές.

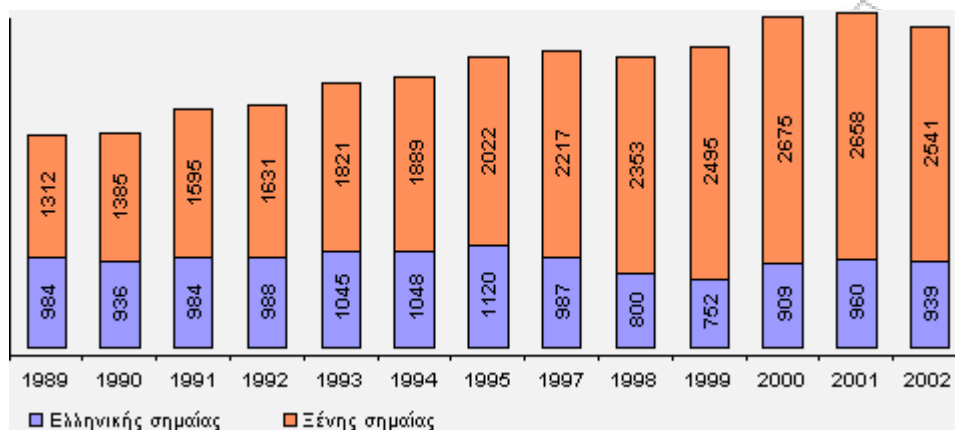
Η ποντοπόρος ναυτιλία το 2004 προσέφερε στην Εθνική οικονομία 12.4 δισ ευρώ, ποσό που αντιστοιχεί στο 7% του ΑΕΠ, καλύπτοντας έτσι το 37.3% του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών. Είναι πιθανώς ή μεγαλύτερη πηγή εσόδων για την Εθνική οικονομία. Από αυτά υπολογίζεται ότι περίπου 4 δισ ευρώ επενδύθηκαν στην Ελλάδα. Τα δημόσια έσοδα από τις εισροές αυτές της ναυτιλίας ήταν της τάξεως των 2.3 δισ ευρώ αντιπροσωπεύοντας το 5% των καθαρών εσόδων του τακτικού προϋπολογισμού. Οι άμεσα εργαζόμενοι στην ναυτιλία ανήρχοντο σε 50.000 περίπου ενώ οι έμμεσα εξαρτώμενοι σε 250.000 περίπου. Με άλλα λόγια η ποντοπόρος ναυτιλία, το 2004, προσέφερε πέντε εξαρτημένες θέσεις εργασίας στην στεριά για κάθε μία θέση εργασίας σε πλοία ή γραφεία. Η σύνθεση των πληρωμάτων των ελληνόκτητων πλοίων εμφανίζεται στο Διάγραμμα 7.2.



**Διάγραμμα 7.2.** Σύνθεση πληρωμάτων ελληνόκτητων πλοίων

Η Ελλάδα είναι σε καίριο σημείο εντός της Μεσογείου, με καλό κλίμα πού ευνοεί ορισμένες εργασίες. Θα μπορούσε να χρησιμοποιήσει αυτό το συγκριτικό της πλεονέκτημα σε όφελος της εθνικής οικονομίας. Οι εταιρείες πού προγραμματίζουν επισκευές των πλοίων τους στην Μεσόγειο θα προτιμούσαν ΝΑ επισκευάζουν τα πλοία στην Ελλάδα εφ' όσον οι συνθήκες είναι ανταγωνιστικές. Το κόστος της επισκευής ενός πλοίου διαμορφώνεται από το κόστος της επισκευής αυτής καθ' αυτής και την απώλεια εσόδων κατά το χρόνο της επισκευής (downtime). Στόχος πρέπει να είναι η βελτίωση της ταχύτητας, η αξιοπιστία, η συρρίκνωση του κόστους επισκευής ούτως ώστε οι επισκευές στην Ελλάδα, όταν συνυπολογισθούν όλες οι παράμετροι, να είναι ελκυστικές. Η ποιότητα της επισκευής ούτως ή άλλως πρέπει να είναι αποδεκτή από τον νηογνώμονα όπου και να γίνεται ως εκ τούτου συζητήσεις για ποιοτικές διαφορές είναι χωρίς νόημα. Άξιο προβληματισμού είναι ότι η Γερμανόκτητη ναυτιλία από το 2000 έως το 2004 έχει αυξήσει τον αριθμό των πλοίων της κατά 24.44% και την χωρητικότητά της κατά 76.64% ενώ αντίστοιχα η Ελληνόκτητη ναυτιλία την ίδια χρονική περίοδο μείωσε τον αριθμό των πλοίων της κατά 8.95% και αύξησε την χωρητικότητά της κατά 6.90%. Οι αποκλίσεις αυτές είναι πολύ μεγάλες για να είναι περιστασιακές. Η Γερμανόκτητη ναυτιλία είναι σήμερα περίπου το 40% της Ελληνόκτητης ενώ το 2000 ήταν μόνο το 23%. Καθ' ότι η ναυτιλία είναι βιομηχανία εντάσεως κεφαλαίου τούτο δεν είναι άμοιρο της διαφοράς του χρηματοοικονομικού πλαισίου πού ισχύει στην Γερμανία και στην

Ελλάδα. Άρα για να γίνει η Ελλάδα και ιδιαίτερα ο Πειραιάς το ναυτιλιακό κέντρο που θα ήθελε η Ελλάδα θα πρέπει αυτή, αλλά και άλλες υπηρεσίες να αναβαθμιστούν αντίστοιχα και πολύ γρήγορα.



**Διάγραμμα 7.4.** Η κατανομή σημαίας στον ελληνόκτητο στόλο (YEN,2005)

Από το 2000 και μετά η ελληνική ναυτιλία παρουσιάζει μείωση του αριθμού των πλοίων, αλλά αύξηση της χωρητικότητας. Μεταξύ του 2000 και του 2005 ο αριθμός των πλοίων της ελληνόκτητης ναυτιλίας μειώθηκε κατά 6,9%, ενώ ο λοιπός παγκόσμιος στόλος αυξήθηκε κατά 5,6%. Επίσης, όσον αφορά τη χωρητικότητα σε dwt, ο ελληνόκτητος στόλος αυξήθηκε κατά 20,9% ενώ ο λοιπός παγκόσμιος στόλος αυξήθηκε κατά 20,1%. Αυτό σημαίνει ότι ο ελληνόκτητος στόλος, αλλά και η ελληνική σημαία, διανύουν φάση ανανέωσης και εκσυγχρονισμού, δεδομένου ότι μειώθηκε σημαντικά και ο μέσος όρος ηλικίας, τόσο των ελληνόκτητων όσο και των ελληνικών πλοίων, που αποτυπώνεται και στις παραγγελίες για κατασκευή νέων πλοίων. Ωστόσο, η ελληνική σημαία κατά το έτος 2005 απώλεσε 71 πλοία και 1.486.000 περίπου τόρους. Αναλυτικότερα, μέσα στο 2005 ύψωσαν την ελληνική σημαία 87 πλοία, χωρητικότητας 2.366.015 τόρων και διεγράφησαν 158 πλοία, χωρητικότητας 3.580.137 τόρων. Ουσιαστικά διπλάσια πλοία διαγράφηκαν από την ελληνική σημαία και λιγότεροι τόροι ενεγράφησαν στο εθνικό νηολόγιο.

Οι σημαντικότερες και μεγαλύτερες ναυτιλιακές επιχειρήσεις ελληνικών συμφερόντων που ανταγωνίζονται σε διεθνές επίπεδο, μαζί με τη διάρθρωση του στόλου τους φαίνεται στον Πίνακα 7.1.

**Πίνακας 7.1.** Βασικοί Ανταγωνιστές στο χώρο της Ελληνικής Ποντοπόρου Ναυτιλίας

Εταιρεία/Πλοιοκτήτης	Ελληνική Σημαία	Ξένη Σημαία	Σύνολο
Μ. Σταφυλοπάτης	1	13	14
Ε. Μαρινάκης	0	32	32
Α. Ιωαννίδης	1	39	40
Λ. Κολλάκης	1	32	33
Ι. Κούστας	7	24	31
Κ. Μαρτίνος	2	25	27
Β. Ρέστης	0	74	74
Θ. Βενάμης	7	17	24
Π. Δραγνής	0	14	14
Π. Λασκαρίδης	0	60	60
Δ. Διαμαντίδης	15	28	43
Μ. Νομικός	0	16	16
Ν. Πατέρας	0	16	16
Σ. Πολέμης	8	34	42
Χ. Βαφειάς	0	20	20
Θ. Μαρτίνος	3	41	44
Ε.Πιστιόλης	1	27	28
Ι. Αγγελικούσης	66	5	71
Γ. Κουμάνταρος	23	0	23
Όμιλος Βαρδινογιάννη	16	2	18
Ι. Καρράς	11	1	12
Π. Λιβανός	18	10	28
Β. Κωνσταντακόπουλος	32	0	32
Δ. Λαιμός	7	0	7
Γ. Χατζηελευθεριάδης	23	0	23
Λ. Φαφαλιός	7	0	7
Χ.Κανελλάκης	27	6	33
Γ. Λιβανός	12	0	12
Α.Μαρτίνος	23	3	26
Οικογ. Γουλανδρή	9	0	9
Όμιλος Ωνάση	20	0	20
Π & Ν. Τσάκος	40	24	64
<b>Σύνολο</b>	<b>380</b>	<b>563</b>	<b>943</b>

Πηγή: Κόσμος του Επενδυτή, 2005



## **7.3 Πηγές ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος**

### **7.3.1 Συντελεστές Παραγωγής**

Η Ελληνική Ναυτιλία αναπτύχθηκε και άνθησε στον ελλαδικό χώρο και εξακολουθεί να αναπτύσσεται εξαιτίας πολλών παραγόντων. Η γεωγραφική θέση της Ελλάδας και η μορφολογία του εδάφους με τους μεγάλους ορεινούς όγκους στην ηπειρωτική χώρα και τα νησιώτικα συμπλέγματα στο Αιγαίο και στο Ιόνιο πέλαγος, δημιούργησαν την αναγκαιότητα να στηριχθεί η οικονομία της χώρας στη θάλασσα. Αυτό οδήγησε στη δημιουργία ισχυρών και ανταγωνιστικών ελληνικών επιχειρήσεων καθώς η ναυτιλία αποτέλεσε και αποτελεί βασικό όχημα πλουτισμού. Βασικός παράγοντας που επηρεάζει την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών επιχειρήσεων είναι και η γεωγραφική θέση της χώρας στο σταυροδρόμι της Ευρώπης με την Ασία καθώς ευνοεί τη δημιουργία μεταφορικών κέντρων και εμπορικών συναλλαγών. Άλλος σημαντικός παράγοντας που συμβάλλει στην ανταγωνιστικότητα των ελληνικών επιχειρήσεων είναι η ναυτική παράδοση του ελληνικού λαού που μετουσιώνεται σε ικανό και αποτελεσματικό ανθρώπινο δυναμικό που επανδρώνει τα πλοία των ελληνικών ναυτιλιακών εταιρειών. Η ψυχροσύνθεση του μέσου Έλληνα ταιριάζει σε μεγάλο βαθμό με τον ιδανικό τύπο εργαζόμενου στον κλάδο της ναυτιλίας. Τόλμη, πρωτοβουλία, οξυδέρκεια είναι στοιχεία απαραίτητα για την επιβίωση και την επιτυχία μιας εταιρείας που εμπλέκεται στον υψηλού κινδύνου χώρο της εμπορικής ναυτιλίας. Οι αποφάσεις για ναυλώσεις, ναυπηγήσεις νέων σκαφών την κατάλληλη στιγμή μιας και η αγορά είναι ιδιαίτερα ρευστή και ευμετάβλητη και ουσιαστικά εξαρτάται από όρους παγκόσμιας οικονομίας, καθώς και η επιλογή των κατάλληλων πληρωμάτων είναι πρωτεύοντα ζητήματα για την επιχείρηση και τις περισσότερες φορές δεν αρκούν τεχνικές γνώσεις, πληροφορίες και τεχνοκρατική επεξεργασία, αλλά χρειάζονται και ικανότητες εμπειρίας, διαίσθησης και ιδιαίτερων χαρακτηριστικών όπως αποφασιστικότητα, τόλμη, ανάληψη κινδύνων και οξυδέρκεια. Θα πρέπει να

σημειωθεί ο καθοριστικός ρόλος που διαδραματίζει στην ανταγωνιστικότητα των ναυτιλιακών επιχειρήσεων η επιλογή των πληρωμάτων είτε αφορούν τα στελέχη διοίκησης και διαχείρισης του σκάφους είτε ακόμα και απλούς ναύτες. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της ελληνικής ναυτιλίας στο σημείο που αφορά το ανθρώπινο δυναμικό προέρχεται κυρίως από το αξιόμαχο και τις ικανότητες των ελληνικών πληρωμάτων τα οποία έχουν εκτός από επαρκείς τεχνικές ικανότητες και ψυχικά χαρακτηριστικά ανάλογα με τα απαιτούμενα στο δύσκολο και επικίνδυνο χώρο της ναυτιλίας.

### 7.3.2 Παράγοντες Εγχώριας Ζήτησης

Η ζήτηση στο χώρο της Ναυτιλίας μπορεί να χωριστεί σε δύο βασικές κατηγορίες καθώς αφορά τη μεταφορά αγαθών και ανθρώπων. Τα αγαθά που μεταφέρονται δια θαλάσσης μπορεί να είναι πρώτες ύλες, ημικατεργασμένα και κατεργασμένα προϊόντα καθώς και έτοιμα προϊόντα προς πώληση. Επίσης μεταφέρονται τρόφιμα και είδη πρώτης ανάγκης, χημικά προϊόντα καθώς και μεταλλεύματα. Σημαντικό μερίδιο στις θαλάσσιες μεταφορές οι οποίες αποτελούν το 90% των παγκόσμιων μεταφορών, έχει η μεταφορά του αργού πετρελαίου καθώς και των προϊόντων του. Η ζήτηση μπορεί να χαρακτηριστεί σαν παράγωγη ζήτηση καθώς εξαρτάται άμεσα από τις διακυμάνσεις στην παραγωγή των αγαθών και κυρίως του πετρελαίου στις χώρες παραγωγής αλλά και της αντίστοιχης ζήτησης από τις χώρες κατανάλωσης.

Σημαντικό κεφάλαιο είναι και η μεταφορά ανθρώπων μέσω θαλάσσης είτε για ψυχαγωγικούς-τουριστικούς λόγους (κρουαζιέρες) είτε για λόγους επικοινωνίας των νησιών και απομακρυσμένων περιοχών με την ηπειρωτική χώρα. Στην Ελλάδα η ακτοπλοία καταλαμβάνει μεγάλο μερίδιο των μεταφορών, γίνονται επενδύσεις σε νέες ναυπηγήσεις και υπάρχει περιθώριο για καλύτερη εξυπηρέτηση του επιβατικού κοινού και μεγαλύτερη ασφάλεια. Η σημασία και η παγκόσμια ζήτηση της ναυτιλίας τεκμηριώνεται από τα παρακάτω στατιστικά στοιχεία:

- Περισσότερο από 90% του παγκόσμιου εμπορίου διακινείται διά θαλάσσης.

- Στη διάρκεια των τεσσάρων τελευταίων δεκαετιών, το διεθνές κατά θάλασσα εμπόριο τετραπλασιάστηκε –από λιγότερο από έξι χιλιάδες δισεκατομμύρια τονομύρια το 1965 σε 25 χιλιάδες δισεκατομμύρια τονομύρια το 2003.
- Κατά το ίδιο χρονικό διάστημα, η διαχείριση εμπορικών πλοίων συνέβαλε στην παγκόσμια οικονομία με περίπου 380 δισεκατομμύρια δολάρια, ποσό που ισοδυναμεί με περίπου το 5% του συνόλου του παγκόσμιου εμπορίου.
- Το 2005, η παγκόσμια ναυτιλιακή βιομηχανία αναμένεται να διακινήσει 6,6 δισεκατομμύρια τόνους φορτίου. Συγκρινόμενος ο όγκος αυτός με τον συνολικό πληθυσμό της υφελίου (που υπολογίζεται σε 6,4 δισεκατομμύρια άτομα), συνάγεται ότι το έργο της ναυτιλίας αναλογεί σε περισσότερο από έναν τόνο φορτίου για κάθε άνδρα, γυναίκα και παιδί σε ολόκληρο τον κόσμο.

### 7.3.3 Σχετιζόμενες και Υποστηρικτικές Βιομηχανίες

Οι σημαντικότερες σχετιζόμενες και υποστηρικτικές βιομηχανίες για τον κλάδο της Ναυτιλίας είναι ο κλάδος της Ναυπηγικής βιομηχανίας και ο κλάδος της Διύλισης Πετρελαίου και των παραγώγων του. Ο κλάδος της Ναυπηγικής βιομηχανίας λειτουργεί σαν προμηθευτής της Ναυτιλίας με το απαραίτητο μέσο για την πραγματοποίηση της ναυτιλιακής δραστηριότητας ενώ ο κλάδος του Πετρελαίου δημιουργεί το βασικότερο αγαθό το οποίο μεταφέρεται δια θαλάσσης (πετρέλαιο) και άρα αποτελεί επίσης βασικό προμηθευτή και εταίρο της παγκόσμιας ναυτιλίας.

Η Ναυπηγική Βιομηχανία (N.B.) στην Ελλάδα, όπως και στο εξωτερικό, είναι ο τομέας της βιομηχανίας που ασχολείται με την κατασκευή, επισκευή και συντήρηση μεταλλικών κυρίως πλοίων, πλωτών μέσων, καθώς και μεγάλων μεταλλικών κατασκευών ξηράς (δεξαμενών αποθήκευσης υγρών καυσίμων, μεταλλικών γεφυρών κ.λ.π.)

Η σύγχρονη ναυπηγική δραστηριότητα εμφανίζεται στην Ελλάδα το 1956, σε περίοδο αλματώδους αύξησης των θαλάσσιων μεταφορικών μέσων, με την

υπογραφή της σύμβασης μεταξύ του Ελληνικού Δημοσίου και του Σταύρου Νιάρχου για την ίδρυση της «ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΝΑΥΠΗΓΕΙΑ Α.Ε.» (ΣΚΑΡΑΜΑΓΚΑ).

Επί δικτατορίας και σε περίοδο ανόδου της διεθνούς Ναυπηγικής Βιομηχανίας ιδρύονται η «ΝΑΥΠΗΓΕΙΑ ΕΛΕΥΣΙΝΟΣ Α.Ε.» (1968 – Ανδρεάδης), η «ΝΑΥΠΗΓΕΙΑ ΧΑΛΚΙΔΟΣ Α.Ε.» (1971 – Καρράς) και η «ΝΕΩΡΙΟΝ – ΝΑΥΠΗΓΕΙΑ ΣΥΡΟΥ Α.Ε.» (1972 – Γουλανδρός).

Τα μεγάλα Ναυπηγεία λοιπόν ιδρύθηκαν από ιδιώτες. Πέρασαν όμως όλα σταδιακά στον έλεγχο του Δημοσίου, και κατόπιν μιας διαρκούς και μακρόχρονης κρίσης ένα – ένα επανήλθαν σε ιδιωτικό καθεστώς. (Τα τρία μεγαλύτερα).

Στον ελληνικό χώρο η Ναυπηγική βιομηχανία έχει να επιδείξει σημαντικό παρελθόν, προβληματικό παρόν και αβέβαιο μέλλον. Οι τρεις (3) Ναυπηγικές μονάδες της χώρας ( Ελληνικά Ναυπηγεία, Ναυπηγεία Ελευσίνος, Νεώριο Σύρου), φυτοζωούν και επιβιώνουν οριακά λόγω του Πολεμικού Ναυτικού και των παραγγελιών που εκκρεμούν (π.χ υποβρύχια).

Ο ρόλος του κλάδου της ναυπηγικής Βιομηχανίας στη χώρα μας είναι σημαντικός για τους εξής κυρίως λόγους:

- Είναι συναλλαγματοφόρος.
- Απασχολεί σημαντικό αριθμό εργαζομένων.
- Εξυπηρετεί την Ελληνόκτητη εμπορική ναυτιλία.
- Συντελεί στη διατήρηση και ανάπτυξη μεγάλου αριθμού παράλληλων δραστηριοτήτων.
- Τα μεγάλα ναυπηγεία έχουν τη δυνατότητα να αναπτύξουν και απορροφήσουν σημαντικό know – how και να συντελέσουν στη μείωση της εξάρτησης της χώρας από το εξωτερικό (κυρίως με τις πολεμικές κατασκευές). Επίσης μεταφέρουν τεχνογνωσία στην πατρίδα μας και είναι χώροι που μπορεί να αναπτυχθεί η εφαρμοσμένη έρευνα σε συνεργασία με φορείς όπως π.χ. το Ε.Μ.Π.
- Εξυπηρετεί την εθνική άμυνα της χώρας με την κατασκευή και συντήρηση πλοίων του Πολεμικού ναυτικού.

Η άνθηση των Ναυπηγείων βασίστηκε κυρίως στο ανταγωνιστικό

πλεονέκτημα του χαμηλού κόστους σε σχέση με τα ναυπηγεία της Ευρώπης, της εκπαίδευσης των τεχνιτών η οποία βρισκόταν σε υψηλό επίπεδο (είχε ιδρυθεί τεχνική σχολή εντός του Ναυπηγείου) και του σύγχρονου για την εποχή μηχανολογικού εξοπλισμού. Αυτά τα στοιχεία σε συνδυασμό με την εμπιστοσύνη που επέδειξαν στην ελληνική ναυπηγική βιομηχανία οι Έλληνες εφοπλιστές της εποχής και το ελληνικό κράτος οδήγησαν σε μαζικές παραγγελίες και στην άνθηση του κλάδου στην Ελλάδα. Είναι χαρακτηριστικό ότι τα Ελληνικά Ναυπηγεία (μόνο στο Σκαρμαγκά) έφτασαν να απασχολούν 6.000 εργαζόμενους.

Οι εξελίξεις δεν ήταν τόσο ευνοϊκές στη δεκαετία του '80 για τα Ελληνικά Ναυπηγεία με αποκορύφωμα την κρατικοποίηση των Ελληνικών Ναυπηγείων Σκαρμαγκά το 1985 όπου ουσιαστικά ξεκίνησε η αντίστροφη μέτρηση για τη διάλυση του κλάδου. Είναι η δεκαετία όπου ενώ τα μεγαλύτερα ναυπηγεία, βρίσκονταν υπό κρατικό έλεγχο δεν υπήρξε κρατική μέριμνα και πολιτική για τον κλάδο της ναυπηγικής βιομηχανίας στη χώρα μας. Η κακή διοίκηση και η ανυπαρξία εκσυγχρονισμού σε οργάνωση και εξοπλισμό οδήγησαν ουσιαστικά τις ναυπηγικές βιομηχανίες σε κατάρρευση. Το μόνο στήριγμα για τη διατήρησή τους στη ζωή ήταν οι συνεχείς δανεισμοί από τις Τράπεζες του Δημοσίου και η κρατική ανοχή απέναντι στη μη εκπλήρωση των οικονομικών τους υποχρεώσεων προς τους ασφαλιστικούς οργανισμούς.

Στο μεταξύ στην ίδια δεκαετία αναπτύχθηκε, με έντονους ρυθμούς η ναυπηγική βιομηχανία στις χώρες της Άπω Ανατολής (Ιαπωνία, Κορέα), που με υψηλή παραγωγικότητα, χαμηλό εργατικό κόστος και σημαντικές κρατικές οικονομικές ενισχύσεις, λειτουργούσα στα πλαίσια καθετοποιημένης παραγωγής μαζί με άλλους βιομηχανικούς κλάδους, καθίσταται ασυναγώνιστη στη διεθνή αγορά και μονοπωλεί τις ναυπηγήσεις σε εμπορικά πλοία (δεξαμενόπλοια, ξηρού φορτίου).

Οι Έλληνες εφοπλιστές πραγματοποιούν όλες τις παραγγελίες τους σε ναυπηγήσεις στις χώρες αυτές. Στη χώρα μας απέμεινε πλέον ο επισκευαστικός τομέας για ανάπτυξη δραστηριοτήτων, αλλά και αυτός ο τομέας το τελευταίο διάστημα είναι σε φθίνουσα πορεία.

Χρόνο με το χρόνο όμως μειώνεται η ανταγωνιστικότητα των Ελληνικών ναυπηγείων απέναντι στα άλλα των χωρών της Μεσογείου (Ιταλία, Μάλτα, Ισπανία) λόγω της σημαντικής αύξησης του εργατικού και του λειτουργικού κόστους στον κλάδο στη χώρα μας. Αποτέλεσμα η συνεχής φθίνουσα πορεία της ναυπηγικής δραστηριότητας.

Η χαριστική όμως βολή ήλθε στη συνέχεια από τις πρώην «σοσιαλιστικές» χώρες. Νέες αγορές άνοιξαν στη περιοχή μας (Ουκρανία, Ρουμανία, Βουλγαρία), ενώ μπήκε και η Τουρκία δυναμικά στην Αγορά, με φθινό κόστος παραγωγής (λόγω του σημαντικά χαμηλού εργατικού κόστους). Αποτέλεσμα ήταν το μεγαλύτερο τμήμα της αγοράς που είχε απομείνει στη χώρα μας στον ναυπηγικό τομέα να προσανατολισθεί προς τις αγορές αυτές.

Η σημερινή κατάσταση της ναυπηγικής βιομηχανίας στη χώρα μας είναι δραματική. Η ανταγωνιστικότητα των Ελληνικών ναυπηγείων είναι σε χαμηλό βαθμό ακόμη και στον τομέα των επισκευών. Οι μόνες ναυπηγήσεις πλοίων είναι η εκτέλεση των προγραμμάτων του πολεμικού ναυτικού (Φρεγάτες, Αρματαγωγά, ΥΒ, Κανονιοφόροι) από τα δύο μεγάλα ναυπηγεία (Σκαραμαγκά, Ελευσίνας), που έγιναν με ανάθεση.

Υπάρχουν βασικές αδυναμίες που εμπόδισαν την Ελληνική ναυπηγική βιομηχανία να καταλάβει μια αξιόλογη θέση στην παγκόσμια ναυπηγική δραστηριότητα και οι σημαντικότερες είναι οι ακόλουθες:

#### **A) ΧΑΜΗΛΗ ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ**

Οι λόγοι στους οποίους οφείλεται η χαμηλή παραγωγικότητα διαφέρουν ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης. Στις μεγάλες μονάδες, οφείλεται στην μη εφαρμογή μεθόδων προγραμματισμού και ελέγχου της παραγωγής, στην ανεπαρκέστατη κατά καιρούς διοίκηση, στον κομματισμό κ.λ.π. Στις μεσαίες και μικρές μονάδες υπάρχουν ακόμα πιο σοβαρές ελλείψεις στην οργανωτική δομή, στην επάνδρωση με εξειδικευμένο επιστημονικό προσωπικό, στην εισαγωγή συγχρόνων μεθόδων προγραμματισμού της παραγωγής και στον τεχνολογικό εξοπλισμό.

## **B) ΠΕΠΑΛΑΙΩΜΕΝΟΣ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ**

Ορισμένα τμήματα εξοπλισμού στα μεγάλα ναυπηγεία είναι πολύ παλαιά και χαμηλής απόδοσης ενώ οι επισκευές και συντηρήσεις τους είναι συχνές, πολυέξοδες και εργατοβόρες. Η αντικατάσταση αλλά και η δημιουργία υποδομών θεωρείται απαραίτητη προϋπόθεση αλλαγής και βελτίωσης κλίματος βιωσιμότητας των επιχειρήσεων.

## **Γ) ΑΝΕΠΑΡΚΕΙΣ ΔΙΟΙΚΗΣΕΙΣ (MANAGEMENT)**

Οι διοικήσεις των Ναυπηγικών μονάδων κατά καιρούς δεν δικαίωσαν τις προσδοκίες των μετόχων και των εργαζομένων και αποτελούσαν ανασταλτικό παράγοντα για την εύρυθμη λειτουργία των μονάδων. Δεν μπορούσαν να δώσουν όραμα, ουσία και περιεχόμενο στη συστράτευση των παραγωγικών δυνάμεων που αποτελεί βασική προϋπόθεση για την απογείωση μιας επιχείρησης. Η στρατηγική τους ήταν μάλλον προσωπική επιβίωση και όχι βελτίωση της θέσης της επιχείρησης. Θα πρέπει να σημειωθεί ο καταλυτικός αρνητικός ρόλος των συνδικάτων των Ναυπηγείων τα οποία σε καμία περίοδο της ιστορικής διαδρομής δεν μπόρεσαν να αναγνωρίσουν τις προκλήσεις και τα προβλήματα του διεθνούς ανταγωνισμού και αποτέλεσαν συνεχή πηγή άρνησης, ανευθυνότητας, επιπολαιότητας, υπερβολικών και ουτοπικών απαιτήσεων και τελικά κατέστησαν υπεύθυνα σε μεγάλο βαθμό για την σημερινή εικόνα των Ναυπηγείων στην Ελλάδα.

Οι συχνές αλλαγές διοικήσεων επέφεραν συχνότατες αλλαγές των οργανογραμμάτων των επιχειρήσεων, που είχαν σαν συνέπεια την αποστελέχωση σε μεγάλο βαθμό από ικανό και έμπειρο τεχνικό προσωπικό. Αλλά και η επάνδρωσή του με ακατάλληλο προσωπικό συνεχίζεται και σήμερα με άτομα που προέρχονται κυρίως από χώρους με νοοτροπία μη συμβατή με το σύγχρονο τρόπο διοίκησης.

## **Δ) ΕΛΛΕΙΨΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΝΑΥΠΗΓΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Η Πολιτεία ουδέποτε προέβλεψε, ούτε συνεισέφερε, στη δημιουργία και στον προγραμματισμό των ναυπηγικών μονάδων στη χώρα μας, παρά μόνο έδιδε ένα γενικό νομοθετικό πλαίσιο για την ίδρυση των μεγάλων μονάδων.

Όταν για διάφορους λόγους οι ναυπηγικές μονάδες πέρασαν στον κρατικό έλεγχο (κύρια σε περιόδους κρίσεις της ναυπηγικής βιομηχανίας, που δεν ήταν δυνατή η κερδοφόρα διαχείρισή τους) η Πολιτεία αποδείχθηκε απροετοίμαστη για την ουσιαστική και την επαρκή διαχείρισή τους.

Το πέρασμα των ναυπηγικών μονάδων στον κρατικό έλεγχο έγινε χωρίς καμιά μελέτη ανασυγκρότησής τους.

Αλλά και η επαναϊδιωτικοποίηση έγινε με πολλά ερωτηματικά, χωρίς ίσως εξασφάλιση της βιωσιμότητας και πρόοπτικής αλλά κυρίως χωρίς προγραμματισμό και σχέδιο αποκαλύπτοντας περίτρανα την έλλειψη ναυπηγικής πολιτικής.

Η ελληνική ναυτιλία βρίσκεται σε ανοδική τροχιά με δεκάδες παραγγελίες νέων κατασκευών το χρόνο, τα ελληνικά ναυπηγεία όμως δεν αναλαμβάνουν καμία νέα παραγγελία. Το 2005 οι ελληνικές ναυτιλιακές εταιρείες έδωσαν παραγγελίες για 320 νέες ναυπηγήσεις σε ναυπηγεία της Ευρώπης και της Ν.Α Ασίας και καμία από αυτές δεν θα πραγματοποιηθεί σε ελληνικό ναυπηγείο. Για την αναγέννηση της ναυπηγικής βιομηχανίας και την απόκτηση εκ νέου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος χρειάζονται τομές από την Πολιτεία, συνεργασία με τις εταιρείες και τους αρμόδιους φορείς και κυρίως χτίσιμο εκ νέου του κλίματος εμπιστοσύνης και αξιοπιστίας μεταξύ των ελλήνων επιχειρηματιών και των ελληνικών ναυπηγείων.

Είναι αποδεδειγμένο ότι το μερίδιο της Ευρώπης (και της Ε.Ε. ειδικότερα) στην παγκόσμια αγορά των ναυπηγήσεων συνεχώς μειώνεται. Για την καθοδική πορεία των Ευρωπαϊκών ναυπηγήσεων δεν διαφαίνονται άμεσα σημεία ανάκαμψης ενώ σε μεσοπρόθεσμη βάση απαιτείται η υιοθέτηση συγκεκριμένων στρατηγικών επιλογών και η υλοποίηση σημαντικών μέτρων αναδιάρθρωσης και εκσυγχρονισμού του τρόπου και των μέσων σχεδίασης και παραγωγής πλοίων.



Η Ευρώπη κρατάει ακόμη σημαντικό μερίδιο αγοράς στην κατασκευή των επιβατηγών πλοίων, πλοίων μεταφοράς χημικών και υδροποιημένων υδρογονανθράκων (Chemical – LNG/LPG Carriers), πλοίων ψυγείων, RO – RO, Ferries κ.λ.π. εξειδικευμένων τύπων πλοίων.

### **Συμπεράσματα**

Για τη χώρα μας, οι λόγοι που σηματοδοτούν αποφάσεις για την επιβίωση και την ανάπτυξη της ναυπηγικής βιομηχανίας είναι και οι ίδιοι που την χαρακτηρίζουν σαν στρατηγικής σημασίας για την οικονομία μας, που ήδη αναπτύχθηκαν προηγουμένως.

Την αγορά για την ναυπηγική βιομηχανία στη χώρα μας, αποτελούν κυρίως ο μεγάλος ελληνόκτητος στόλος, οι κατασκευές και επισκευές για λογαριασμό του Πολεμικού Ναυτικού και ορισμένες προμήθειες του Δημοσίου που έχουν σχέση με τις μεταφορές και επικοινωνίες. Με κατάλληλο νομοθετικό πλαίσιο κινήτρων και χρηματοδοτήσεων, συμβατό με τις Κ.Ο. της Ε.Ε. και τη συμφωνία του Ο.Ο.Σ.Α., και με σωστό Marketing μπορεί να διευρυνθεί το πεδίο αγοράς και λόγω της γεωγραφικής θέσης της χώρας μας και των ευνοϊκών καιρικών συνθηκών.

Χρειάζονται επενδύσεις σε έρευνα και τεχνολογία από την πλευρά των ιδιοκτητών των ελληνικών ναυπηγείων για να ανανεωθεί ο παλαιωμένος μηχανολογικός εξοπλισμός, να ενσωματωθούν καινοτομίες στην παραγωγική διαδικασία με συνέπεια να μειωθεί το κόστος παραγωγής το οποίο είναι ιδιαίτερα υψηλό σε σχέση με το διεθνή ανταγωνισμό και δυσανάλογο των παρεχόμενων υπηρεσιών. Επίσης πρέπει να αναζητηθούν από τα Ελληνικά Ναυπηγεία νέες ευέλικτες στρατηγικές διοίκησης και διεξόδους σε νέες αγορές καθώς και να γίνει εξειδίκευση της παραγωγής σε συγκεκριμένους τύπους πλοίων που χρησιμοποιούνται περισσότερο από τις ελληνικές ναυτιλιακές εταιρείες.

Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της δεκαετίας '60 και '70 προήλθε σε μεγάλο βαθμό από το ικανό, αξιόπιστο και άρτια εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό της βαθμίδας των απλών τεχνιτών αλλά και των μηχανικών. Η παραγωγή στη ναυπηγική βιομηχανία βασίζεται σε μεγάλο βαθμό στις δεξιότητες του τεχνικού

προσωπικού, στην ικανότητα να καινοτομεί, να μπορεί να προσαρμόζει διαδικασίες παραγωγής στα ελληνικά δεδομένα και να τηρεί τους διεθνείς κανονισμούς ασφαλείας. Στο παρελθόν αυτό το αξιόμαχο ανθρώπινο δυναμικό προήλθε όχι μόνο από τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα αλλά κυρίως από τις τεχνικές σχολές που δημιουργήθηκαν και λειτούργησαν εσωτερικά στα Ελληνικά Ναυπηγεία παρέχοντας εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό, αξιόπιστο και αφοσιωμένο στις αρχές και στην κουλτούρα των Ελληνικών Ναυπηγείων. Είναι βασικός πυλώνας της αναμόρφωσης των Ελληνικών Ναυπηγείων η επένδυση σε ανθρώπινο δυναμικό, η ενσωμάτωση της εκπαιδευτικής διαδικασίας στην παραγωγή και η συνεχής επιμόρφωση των εργαζομένων στο βιομηχανικό αυτό κλάδο. Χρειάζονται επενδύσεις, λοιπόν, από τις διοικήσεις των Ναυπηγείων και το ελληνικό κράτος στην εκπαίδευση των μελλοντικών τεχνιτών της ναυπηγικής βιομηχανίας.

Το ελληνικό κράτος με τη σειρά του μπορεί να βοηθήσει στην ανάκαμψη της ελληνικής ναυπηγικής βιομηχανίας και στην ανάκτηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος με κινήσεις νομοθετικής αλλά και διαπραγματευτικής υφής. Ρυθμίσεις στην ασφαλιστική και στην εργασιακή νομοθεσία κρίνονται απαραίτητες όχι μόνο για το μέλλον της ναυπηγικής βιομηχανίας αλλά και της ελληνικής οικονομίας στο σύνολό της. Το κόστος παραγωγής είναι υψηλό και μη ανταγωνιστικό καθώς το κόστος εργασίας στην ελληνική βιομηχανία είναι αρκετά υψηλό και δεν αντιστοιχεί στο επίπεδο παροχών στους εργαζόμενους καθώς το μεγαλύτερο ποσοστό των πληρωμών αποδίδεται σε εισφορές σε ασφαλιστικά ταμεία, φόρους και επιδόματα. Απουσιάζει το πριμ παραγωγικότητας από την ελληνική βιομηχανία, κάτι το οποίο δεν ισχύει στις ανταγωνιστικές ναυπηγικές βιομηχανίες της Ευρώπης και της Ν. Ασίας. Οι προτάσεις που έχουν γίνει κατά καιρούς για μείωση του βασικού μισθού αλλά ταυτόχρονα της θέσπισης πριμ παραγωγικότητας είναι σε σωστή βάση για την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών ναυπηγείων. Η βιομηχανία γενικότερα είναι τομέας που ευνοεί τη θέσπιση τέτοιων μέτρων καθώς μπορεί να συσχετιστεί πιο εύκολα απ' ό,τι στον τομέα των υπηρεσιών η παραγωγικότητα με τις αποδοχές.

Επίσης το ελληνικό κράτος θα πρέπει να ευθυγραμμίσει το τραπεζικό δανειοδοτικό σύστημα της χώρας με τα υπόλοιπα ευρωπαϊκά τραπεζικά

συστήματα καθώς τα επιτόκια δανεισμού είναι σε πολύ υψηλά επίπεδα σε σχέση με τα αντίστοιχα ευρωπαϊκά που αναφέρονται στη χρηματοδότηση για την κατασκευή ή μετασκευή πλοίων στα ελληνικά ναυπηγεία. Σύμφωνα με τον νόμο 85/5/14.7.75 το επιτόκιο δανεισμού κυμαίνεται στο 8,5% (Αποστολόπουλος, 2004), ενώ τα αντίστοιχα επιτόκια των ευρωπαϊκών τραπεζών είναι 2 με 3 μονάδες χαμηλότερα. Αυτό οδηγεί συνήθως τους Έλληνες πλοιοκτήτες στη σύναψη δανείων με ξένες τράπεζες και άρα στην κατασκευή των νέων πλοίων σε ξένα ναυπηγεία.

Τέλος, η ελληνική Πολιτεία είναι υπεύθυνη να δώσει κίνητρα με φορολογικές ελαφρύνσεις και εγγυήσεις, στους Έλληνες εφοπλιστές να εμπιστευτούν ξανά τα ελληνικά ναυπηγεία για τις κατασκευές τους να δημιουργήσει κλίμα ασφάλειας, σταθερότητας, υγιούς ανταγωνισμού και εργασιακής ειρήνης που θα ευνοήσει τις επενδύσεις στο χώρο της ναυπηγικής βιομηχανίας.

Η άλλη σημαντική υποστηρικτική βιομηχανία του κλάδου της Ναυτιλίας είναι αυτή των εταιρειών παραγωγής και διύλισης πετρελαίου. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι πετρελαϊκές κρίσεις συνδέονται και με μεγάλες αναταράξεις στο χώρο της Ναυτιλίας καθώς αποτελεί την κυριότερη πρώτη ύλη που μεταφέρεται μέσω θαλάσσης και άρα οι διακυμάνσεις στην τιμή επηρεάζουν άμεσα τα ναύλα των μεταφορών. Ταυτόχρονα όμως αποτελεί και το βασικό καύσιμο των μέσων μεταφοράς, των πλοίων, με αποτέλεσμα να γίνεται ιδιαίτερα ευάλωτος και ευαίσθητος ο κλάδος της Ναυτιλίας στις διακυμάνσεις του πετρελαίου. Η ελληνική ναυτιλία λειτουργεί εδώ και πολλά χρόνια σαν ο βασικότερος μεταφορέας του ελαφρού αραβικού πετρελαίου από την Μ. Ανατολή στην Ευρώπη κάτι που την καθιστά ιδιαίτερα ευάλωτη στις ιδιαίτερες συνθήκες που επικρατούν στην περιοχή.

#### **7.3.4 Ανταγωνισμός, Δομή Εταιρειών και Στρατηγική**

Ο κλάδος της Ναυτιλίας έχει ιδιαιτερότητες σε σχέση με άλλους παραγωγικούς τομείς της ελληνικής οικονομίας κυρίως σε θέματα δομής των εταιρειών, στρατηγικής αλλά και της φύσης του ανταγωνισμού μεταξύ των εταιρειών του κλάδου. Ο εγχώριος ανταγωνισμός των ναυτιλιακών εταιρειών είναι ιδιαίτερα ισχυρός σε όλα τα επίπεδα, σε ζητήματα επενδύσεων, ανθρώπινου δυναμικού και συνολικής εικόνας των ναυτιλιακών επιχειρήσεων. Οι ναυτιλιακές

εταιρείες ανταγωνίζονται για μερίδια αγοράς στην ελληνική αλλά και στη διεθνή αγορά των θαλάσσιων μεταφορών με μεγάλη επιτυχία, ανταγωνίζονται για την προσέλκυση του ικανότερου ανθρώπινου δυναμικού και κυρίως ανταγωνίζονται για το ρόλο του ηγέτη στο χώρο της παγκόσμιας ναυτιλίας. Αυτός ο έντονος ανταγωνισμός οδηγεί σε επιθετική στρατηγική μεγάλων επενδύσεων και ανανέωσης του στόλου από τις περισσότερες ελληνικές ναυτιλιακές εταιρείες για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε σχέση με τις υπόλοιπες εταιρείες. Το 2005 οι παραγγελίες για νέες κατασκευές έφτασαν τις 320 ενώ προβλέπεται ακόμα εντονότερη επενδυτική προσπάθεια όσο αναπτύσσονται νέες τεχνολογίες, αυξάνονται τα μέσα ασφαλείας η υιοθέτηση των οποίων απαιτεί την ανανέωση του στόλου και τον εκσυγχρονισμό του υπάρχοντος.

Την ποιοτική στροφή των Ελλήνων πλοιοκτητών προς μεγαλύτερα και μικρότερης ηλικίας πλοία καταδεικνύει, μεταξύ άλλων, η φετινή έκθεση για το προφίλ της ελληνικής ναυτιλίας, που συνέταξε η Petrofin A.E., εταιρεία παροχής οικονομικών συμβουλευτικών υπηρεσιών και ερευνών, η οποία διευθύνεται από τον κ. Τεντ Πετρόπουλο. Η έκθεση βασίζεται σε στοιχεία από την έκδοση 2005 Greek Shipping Directory, το Lloyd's Fairplay και από άλλες πηγές και εξετάζει όλες τις εταιρείες που έχουν έδρα στην Ελλάδα και ελέγχονται από Έλληνες. Από τα βασικά συμπεράσματα της έρευνας είναι ότι οι Έλληνες εξακολουθούν να διατηρούν στην κατοχή τους αρκετά πλοία ηλικίας άνω των 20 ετών, η πλειονότητα των οποίων ελέγχεται από μικρές εταιρείες του 1-2 πλοίων. Άλλο ένα στοιχείο είναι ότι συνεχίζεται ο ρυθμός συγκέντρωσης της αγοράς, μιας και ο αριθμός των ναυτιλιακών εταιρειών μειώθηκε στις 690 από τις 733, που λειτουργούσαν το 2004, μια υποχώρηση της τάξεως του 6,23%, σε μια περίοδο που η ναυτιλία ακολούθησε φρενήρεις ρυθμούς ανάπτυξης. Τα αίτια αυτής της εξέλιξης δεν είναι δύσκολο να βρεθούν. Οι υψηλές αξίες των μεταχειρισμένων πλοίων οδήγησαν αρκετές μικρές εταιρείες στην πώληση των πλοίων τους, αποχωρώντας έτσι από τον κλάδο με σημαντικά κέρδη. Είναι χαρακτηριστικό ότι από τις 311 εταιρείες με 1-2 πλοία, που λειτουργούσαν το 2004, σήμερα λειτουργούν 288 εταιρείες, επί συνόλου 690. Ο αριθμός των μικρών εταιρειών παραμένει μεγάλος, καθώς αποτελούν το 41,73 % του συνόλου των ναυτιλιακών εταιρειών. Ωστόσο, καταγράφεται μια σαφής τάση

προς τη μεγέθυνση των εταιρειών, όπως φαίνεται από την αύξηση εκείνων, που διαθέτουν 16-24 πλοία και εκείνων, που διαχειρίζονται στόλο μεγαλύτερο των 25 πλοίων. Ειδικά οι εταιρείες των 16-24 πλοίων, έχουν τετραπλασιάσει το ποσοστό τους επί του συνόλου των εταιρειών. Από το 1998 έως και σήμερα το ποσοστό του 1,19 % έχει «σκαρφαλώσει» στο 5,22%.

Σύμφωνα με την έκθεση της Petrofin A.E., υποχώρηση σημειώνει και ο αριθμός των πλοίων (ανεξάρτητα από τη σημαία), που διαχειρίζονται οι εδρεύουσες στην Ελλάδα επιχειρήσεις. Από τα 4.110 πλοία του 2001 και τα 4.184 πλοία του 2004, σήμερα ο στόλος των εταιρειών με έδρα στην Ελλάδα απαρτίζεται από 3.970 πλοία. Εναντι της προηγούμενης χρονιάς, τα πλοία μειώθηκαν κατά 214 ή 5,11%. Ωστόσο, η εξέλιξη αυτή οφείλεται στη σταδιακή πώληση μεγάλων σε ηλικία πλοίων και στο χαμηλότερο ρυθμό αντικατάστασής τους από νέα. Αυτό δεν σημαίνει ότι έχει περιοριστεί η κινητικότητα της παραγγελίας νέων πλοίων στα διεθνή ναυπηγεία. Απλώς, η μεγάλη ζήτηση έχει υποχρεώσει αρκετές εταιρείες να περιμένουν έως το 2007-2008, για την παραλαβή των νέων πλοίων. Άλλο ένα δείγμα της στροφής των Ελλήνων πλοιοκτητών σε νεότευκτα πλοία, είναι ο σχεδόν διπλασιασμός των εταιρειών, που ελέγχουν πλοία ηλικίας έως 9 ετών, από το 1998 έως σήμερα, καθώς οι 30 εταιρείες του 1998 έγιναν 56 το 2005 (Καθημερινή, 2005). Αντίστοιχα, τα 238 από τα 484 πλοία ηλικίας άνω των 20 ετών ελέγχονται από εταιρείες του 1-2 πλοίων. Σε σχέση με το 2004, 22 τέτοια πλοία αποχώρησαν από τον ελληνόκτητο στόλο. Παρ' όλα αυτά, ο αριθμός τους παραμένει μεγάλος, κυρίως λόγω των καλών συνθηκών της αγοράς, που επιτρέπει στους ιδιοκτήτες τους να τα αξιοποιούν, καταγράφοντας σημαντικά κέρδη. Μικρά δεξαμενόπλοια, φορτηγά και φέρι-μπόουτ εξακολουθούν να δραστηριοποιούνται, κυρίως σε τοπικές αγορές. Συγκεκριμένα, 152 εταιρείες διαθέτουν στόλους με μέσο όρο ηλικίας 38 ετών, αντιπροσωπεύοντας συνολικό μέγεθος 1.635.755-dwt. Μάλιστα, εξ αυτών οι 54 διαχειρίζονται πλοία με μέσο όρο ηλικίας τα 44 έτη.

Πάντως, η μεγαλύτερη υποχώρηση σε απόλυτους αριθμούς πλοίων, σημειώθηκε στην κατηγορία των 15-19 ετών, καθώς πωλήθηκαν 31 πλοία, κυρίως από εταιρείες των 3-4 και των 5-8 πλοίων. Οι υψηλές τιμές μεταπώλησης για τόσο

παλιά πλοία ήταν ο βασικός λόγος. Συνοπτικά, λοιπόν, από τον ελληνικό στόλο αποχώρησαν 53 πλοία ηλικίας άνω των 15 ετών, γεγονός που αποτελεί θετικό δείγμα, όσον αφορά την πορεία ανανέωσης των ελληνικών εταιρειών. Δέκα νέα πλοία προστέθηκαν στην ομάδα των πλοίων 10-14 ετών, κυρίως μεταξύ των εταιρειών που ελέγχουν 3-4 πλοία, καθώς φαίνεται να αποκρυσταλλώνεται η άποψη, ότι η ηλικία αυτή είναι ιδανική για τέτοιου μεγέθους επιχειρήσεις. Σε σχέση με το 2004, ο μέσος όρος ηλικίας των πλοίων άνω των 10.000-dwt (και μέχρι 20.000-dwt) εμφανίζεται μειωμένος στα 19,4 έτη, έναντι 19,6 έτη το 2004 και 19,85 έτη το 2003. Αντίστοιχα, η μέση ηλικία των πλοίων που ξεπερνούν τα 20.000-dwt παρέμεινε σταθερός στα 19 έτη, ενώ ο αριθμός τους περιορίστηκε από 2.412 το 2004, σε 2.338 το 2005. Από τις σημαντικότερες ποιοτικές βελτιώσεις, όσον αφορά την ηλικία, καταγράφονται στα δεξαμενόπλοια μεγέθους 10.000-dwt έως 20.000-dwt, καθώς ο μέσος όρος τους βρίσκεται πλέον στα 15,7 έτη, έναντι των 17,1 ετών το 2004 και 18,9 ετών το 2003. Στην κατηγορία αυτή, εντοπίζονται 677 πλοία, σε σχέση με τα 758 πλοία το 2004, γεγονός που καταδεικνύει κυρίως τις πωλήσεις των παλιότερων σκαφών, ενώ η πτώση της ηλικίας του στόλου, αποδίδεται από την Petrofin και στην παράδοση νέων δεξαμενόπλοιων. Ανάλογη εικόνα παρατηρείται και στα μεγαλύτερα δεξαμενόπλοια, με την αποχώρηση επτά εταιρειών, τη μείωση του μέσου όρου ηλικίας από 16,47 έτη στα 15,13 έτη, κυρίως λόγω της πώλησης των τάνκερ μονού τοιχώματος.

Όσον αφορά τη δημοφιλέστερη κατηγορία πλοίων ελληνικών συμφερόντων, τα φορτηγά πλοία, η ηλικία του στόλου, ανεξάρτητα από το μέγεθος των πλοίων, παρέμεινε στα ίδια σχεδόν επίπεδα με το 2004, δηλαδή περί τα 19 έτη (19,4 έτη στα φορτηγά από 10.000-dwt έως 20.000-dwt). Ωστόσο, αυξήθηκε το μέγεθος του στόλου, παρά το γεγονός ότι μειώθηκε ο αριθμός των πλοίων. Ειδικότερα, όσον αφορά τα φορτηγά άνω των 20.000-dwt, προστέθηκαν δύο επιπλέον εταιρείες, ανεβάζοντας τον αριθμό τους σε 310, ενώ τα πλοία περιορίστηκαν σε 1.351 από 1.369 το 2004. Το μέγεθος όμως του στόλου ενισχύθηκε από τα 80.796.201-dwt σε 81.247.174-dwt. Είναι σαφές όμως πλέον, ότι οι πλοιοκτήτες στρέφονται σε πλοία μεγαλύτερου μεγέθους.

Στην ελληνική Ναυτιλία υπάρχει κάποια ιδιαιτερότητα που αφορά τη δομή των επιχειρήσεων και το τρόπο λήψης αποφάσεων. Συνήθως η ζωή της επιχείρησης ταυτίζεται με το υπόλοιπο της ζωής του πρώτου επιχειρηματία/πλοιοκτήτη. Υπάρχουν ναυτιλιακές ελληνικές εταιρείες που έχουν ζήσει κάτω από το ίδιο οικογενειακό δέντρο δύο ή τέσσερις γενιές. Επομένως, μια ελληνική ναυτιλιακή εταιρεία μπορεί να ζήσει γύρω στα 60–80 χρόνια, αν ξεπεράσει αλώβητη τις κρίσεις, κάτω από το ίδιο οικογενειακό δέντρο (Γουλιέλμος, 1999). Το πρόβλημα της διαδοχής στην πράξη λίγο απασχολεί τους Έλληνες πλοιοκτήτες καθώς είναι επιχειρήσεις προσωποπαγείς, δεν υπάρχει Δ.Σ αλλά οικογενειακό συμβούλιο και στις περισσότερες περιπτώσεις τις αποφάσεις δεν τις παίρνει εξειδικευμένος διευθύνων σύμβουλος αλλά η οικογένεια στην οποία ανήκουν τα πλοία. Αυτό βέβαια προσφέρει εξαιρετικό έλεγχο στις δραστηριότητες μιας ελληνικής ναυτιλιακής εταιρείας από τον ιδιοκτήτη και συνάμα την αποκλειστική ευθύνη στην επιτυχία ή στην αποτυχία της επιχείρησης. Διαθέτει όμως ένα βασικό μειονέκτημα το οποίο αφορά την εισαγωγή των ελληνικών ναυτιλιακών εταιρειών στις διεθνείς χρηματαγορές. Οι Έλληνες πλοιοκτήτες φοβούμενοι ότι θα χάσουν τον έλεγχο των εταιρειών τους αν διαθέσουν πακέτα μετοχών στις διεθνείς χρηματαγορές, προτιμούν να παραμένουν όμηροι των τραπεζών και των υψηλών επιτοκίων και να μην προσφεύγουν στα κεφάλαια χαμηλού κόστους που μπορούν να απορροφήσουν από τις χρηματιστηριακές αγορές. Επίσης αποκλείεται εξαιρετικό ανθρώπινο επιστημονικό δυναμικό από τις ναυτιλιακές επιχειρήσεις καθώς τα περιθώρια ανέλιξης μέσα σε αυτές είναι περιορισμένα αφού οι διοικητικές θέσεις καταλαμβάνονται από τα μέλη της οικογένειας. Τέλος, αξιοσημείωτο είναι ότι η ελληνική ναυτιλία διατηρεί τα κεντρικά γραφεία διοίκησης σε άλλη χώρα (Αγγλία, Λονδίνο) και όχι στην Ελλάδα. Αυτό, έχει σαν αποτέλεσμα να χάνονται σημαντικά έσοδα για το ελληνικό κράτος από τη φορολογία ενώ προσφέρονται περισσότερες θέσεις εργασίας στα κέντρα διοίκησης των εταιρειών σε αλλοδαπούς και όχι σε Έλληνες. Έτσι υπάρχει το παράδοξο των αυξανόμενων κερδών των ναυτιλιακών επιχειρήσεων, της παγκόσμιας πρωτιάς του ελληνόκτητου στόλου και των 320 νέων παραγγελιών πλοίων, σε αντιδιαστολή με τις περιορισμένες, σε σχέση με τα παραπάνω μεγέθη, θέσεις εργασίας στον

ελλαδικό χώρο, τις μηδενικές παραγγελίες στα ελληνικά ναυπηγεία και τη συρρίκνωση της ελληνικής σημαίας στο σύνολο του στόλου. Η στρατηγική των ελληνικών ναυτιλιακών επιχειρήσεων συνήθως αντιπροσωπεύεται από δύο επικρατούσες τάσεις. Η πρώτη είναι η στρατηγική σταθερότητας (*stability strategy*), δηλαδή μια επιχειρησιακού επιπέδου (*corporate level*) στρατηγική που δεν περιλαμβάνει σημαντικές αλλαγές, διατηρεί το μερίδιο της αγοράς και τις αποδόσεις στο επενδύσιμο κεφάλαιο. Η δεύτερη είναι η στρατηγική ανάπτυξης, που είναι μια στρατηγική σε επιχειρησιακό επίπεδο (*corporate level*) που επιδιώκει να αυξήσει το επίπεδο των εργασιών των επιχειρήσεων. Αυτό φυσικά περιλαμβάνει αυξημένα έσοδα, αυξημένο αριθμό απασχολούμενων και αύξηση του μεριδίου της αγοράς. Στις ελληνικές ναυτιλιακές επιχειρήσεις η στρατηγική αυτή εκδηλώνεται με την αύξηση του αριθμού των πλοίων. Δεν φαίνεται να γίνεται στις ναυτιλιακές επιχειρήσεις συσχετιζόμενη διαποίκιση (*related diversification*) δηλαδή ο τρόπος ανάπτυξης μέσω συγχωνεύσεων και εξαγορών ομοίων επιχειρήσεων καθώς υπάρχει η δυνατότητα αγοράς πλοίων και αύξησης του στόλου από την αγορά των μεταχειρισμένων. Αντίθετα είναι ισχυρή η δραστηριοποίηση των Ελλήνων εφοπλιστών σε τομείς εκτός ναυτιλίας, στρατηγική ασυσχέτιστης διαποίκησης (*unrelated diversification*) η οποία εκδηλώθηκε από τη δεκαετία του '50 και ιδιαίτερα μετά το Ν.Δ 2687/1953 για την προσέλκυση ξένων επενδύσεων. Σημαντικές επενδύσεις πραγματοποιήθηκαν την περίοδο 1956 - 1975 σε επιχειρήσεις όπως «Ολυμπιακή Αεροπορία» (Ωνάσης), «Αλουμίνιον της Ελλάδος Α.Ε» (Νιάρχος), «Πετρόλα Ελλάς Α.Ε» (Λάτσης), «Μότορ Όιλ Ελλάς/Διυλιστήρια Κορίνθου» (Όμιλος Βαρδινογιάννη) κ.ά. (Σαχινίδης, 2004). Επίσης οι Έλληνες εφοπλιστές συνεχίζουν να επενδύουν σε ακίνητα, σε τουριστικές μονάδες και σε κατασκευές.

Οι ναυτιλιακές εταιρείες από την ύπαρξη τους ακολουθούν στρατηγική ηγεσίας κόστους (*cost leadership strategy*) καθώς πάντα επιθυμούν να είναι στον κλάδο τους ο παραγωγός μεταφορικών υπηρεσιών από την θάλασσα με το χαμηλότερο κόστος. Η ναυτιλιακή επιχείρηση οφείλει επιθετικά να αναζητά, να ερευνά και να υιοθετεί αποδοτική παραγωγή, αποδοτικό *chartering*, καθώς και τις



λοιπές λειτουργίες. Το πάγιο κόστος ελαχιστοποιείται και το λειτουργικό κόστος περικόπτεται ειδικότερα σε περιόδους ναυτιλιακών κρίσεων. Πολλές φορές leading/ηγετικές ναυτιλιακές επιχειρήσεις έχουν υιοθετήσει και τη στρατηγική της διαφοροποίησης (differentiation) που ακολουθείται όταν η επιχείρηση επιθυμεί να είναι μοναδική στον κλάδο της σε διαστάσεις που εκτιμώνται από τους ναυλωτές. Η εικόνα αυτή περιλαμβάνει τουλάχιστον υψηλή ποιότητα (σύμφωνα με αυστηρές προδιαγραφές ISM) και εξαιρετική συνέπεια και ταχύτητα στην εκτέλεση του ναυλοσύμφωνου. Η στρατηγική αυτή πρέπει να οδηγεί σε αντιληπτό διαχωρισμό της εταιρείας που την εφαρμόζει από τις υπόλοιπες του κλάδου. Στην ελληνική ναυλαγορά έχει εφαρμοστεί με μεγάλη επιτυχία στην ακτοπλοία με τις εταιρείες υπερ-ταχέων σκαφών (Γουλιέλμος, 1999).

### **7.3.5 Ρόλος της Κυβέρνησης**

Ο ρόλος της κυβέρνησης σε έναν τόσο κρίσιμο για την εθνική οικονομία κλάδο όπως είναι αυτός της Ναυτιλίας είναι σημαντικός και πολλές φορές καταλυτικός. Η Πολιτεία νομοθετεί, παρέχει κίνητρα για επενδύσεις, καθορίζει την εργασιακή και φορολογική νομοθεσία και παρεμβαίνει ουσιαστικά στην οργάνωση και στον προγραμματισμό των ναυτιλιακών επιχειρήσεων. Η Ελληνική Ναυτιλία είναι ένας κλάδος που ξεκίνησε δυναμικά κατά τη διάρκεια της μεταπολεμικής περιόδου, πέρασε κρίσεις που τις περισσότερες φορές ήταν διεθνείς και έχει φτάσει σε κομβικό σημείο για το μέλλον της. Οι ναυτιλιακές επιχειρήσεις ανθούν και αναπτύσσονται αλλά οι θέσεις εργασίας των Ελλήνων ναυτικών, τα έσοδα του κράτους από φορολογία και οι θέσεις εργασίας στη ξηρά μειώνονται δραματικά. Δεν μπορεί το κράτος να φέρει ακέραια την ευθύνη για την κατάσταση που βρίσκεται η ελληνική ναυτιλία όμως συνέβαλλε καθοριστικά στο παρελθόν στην αλλοίωση του ανταγωνισμού και στην αφελληνισμό των επιχειρήσεων με λανθασμένες πολιτικές. Ο στόχος κάθε κυβέρνησης, πόσο μάλλον της ελληνικής, είναι να εξασφαλίσει το πλαίσιο έτσι ώστε η ναυτιλία να είναι ανταγωνιστική και παράλληλα να υπάρχει προσφορά εργασίας στους Έλληνες αξιωματικούς.

Η ελληνική κυβέρνηση προχώρησε στο παρελθόν στην επιβολή νομοθετημένων θέσεων εργασίας στα πλοία με ελληνική σημαία, με απώτερο

σκοπό να μειώσει την ανεργία στους Έλληνες ναυτικούς, κάτι το οποίο αποδείχτηκε καταστροφικό στην πορεία.

Η νομοθετημένη σύνθεση των πληρωμάτων η οποία υποχρεώνει τους πλοιοκτήτες να προσλαμβάνουν συγκεκριμένο αριθμό Ελλήνων ναυτικών καθώς και οι μισθοί των ελληνικών πληρωμάτων οι οποίοι είναι υψηλότεροι από τη συλλογική σύμβαση των ναυτεργατών επηρεάζει και το κόστος λειτουργίας της λοιπής ελληνόκτητης ναυτιλίας στο βαθμό που χρησιμοποιεί Έλληνες ναυτικούς. Προφανώς σε ένα τέτοιο πλαίσιο ή έννοια των «αδιαπραγμάτευτων κεκτημένων» έχει σαν αποτέλεσμα την απώλεια οικονομικών δραστηριοτήτων και ως εκ τούτου των «κεκτημένων» και των θέσεων εργασίας σε κάθε οικονομία. Στην Ελληνική ναυτιλία το φαινόμενο αυτό, ενώ παρατηρείται, έως τώρα καμία κυβέρνηση δεν θέλησε να το αντιμετωπίσει. Οι “νομοθετημένες” θέσεις εργασίας στρεβλώνουν τον ανταγωνισμό και εκτοξεύουν τις αποδοχές στα ύψη. Παρέχουν υπέρογκες αμοιβές σε λίγους. Αυτές παρασύρουν και τις αμοιβές Ελλήνων στα Ελληνόκτητα υπό ξένη σημαία πλοία. Οι πολλοί χάνουν τις δουλειές τους. Γι’ αυτό τον λόγο περίπου μόνο ένα στα τέσσερα έλληνόκτητα πλοία φέρει την Ελληνική σημαία ενώ τά υπόλοιπα, για να ανακτήσουν την ανταγωνιστικότητά τους χρησιμοποιούν ολοένα και λιγότερους Έλληνες ή έχουν αμιγώς ξένα πληρώματα. Οι νομοθετημένες θέσεις εργασίας απομάκρυναν τα κρουαζιερόπλοια από την Ελληνική σημαία, τώρα τείνουν να κάνουν το ίδιο και στην ποντοπόρο ναυτιλία. Για να υπάρχει το μείζον (δηλαδή οι εξαρτημένες θέσεις εργασίας) πρέπει να διατηρηθεί η τεχνογνωσία πρωτίστως για τη διαχείριση των πλοίων από γραφεία στην Ελλάδα. Αυτό σημαίνει να υπάρχουν Έλληνες αρχιπλοίαρχοι και αρχιμηχανικοί με κατάλληλες επιπλέον γνώσεις για να διαχειρίζονται επιτυχώς υποθέσεις που απασχολούν την διοίκηση της επιχειρήσεως. Τα προσόντα αυτά αποκτούνται αργότερα, αφού υπάρξει η απαραίτητη εμπειρία. Είναι επίσης επιθυμητό να υπάρχουν καλά καταρτισμένοι, χειριστές πλοίαρχοι και Α’ μηχανικοί για να διοικούν τα Ελληνικά και Ελληνόκτητα πλοία εφ’ όσον είναι παραγωγικοί. Πρέπει η κυβέρνηση να γνωρίζει ότι ο οπτικός ορίζοντας μίας επιχειρήσεως είναι μικρός και η αύξηση της κερδοφορίας είναι επιβεβλημένη για την ανάπτυξη της. Ως εκ τούτου ή κυβέρνηση δεν μπορεί να

νομοθετεί προσδοκώντας παραχωρήσεις στην κερδοφορία των ναυτιλιακών επιχειρήσεων. Η ναυτιλιακή επιχείρηση πρέπει να είναι ανταγωνιστική.

Τουναντίον ή κυβέρνηση, γνωρίζοντας τα οφέλη από την ναυτιλία και το εξαρτώμενο από αυτήν ναυτιλιακό πλέγμα, επειδή έχει μακροχρόνιο ορίζοντα, πρέπει να παρέχει το κατάλληλο έμπυχο υλικό και συνθήκες τέτοιες για να αυξηθεί ο κύκλος εργασιών και να μεγιστοποιηθεί η απασχόληση που προσφέρει στην ξηρά η μεγάλη αυτή Ελληνική βιομηχανία. Ο αντίλογος αφορά κυρίως το φόβο της ανεργίας των Ελλήνων ναυτικών λόγω των ελαστικών συνθέσεων, όμως σε μια παγκοσμιοποιημένη αγορά και εφ' όσον είναι άξιοι και παραγωγικοί δεν θα έχουν πρόβλημα ευρέσεως εργασίας σε Ελληνικά αλλά ούτε σε ξένα πλοία καθώς λόγω ικανοτήτων και εκπαίδευσης είναι λογικό να προτιμώνται. Η άμεση αντιμετώπιση της ελλείψεως ανταγωνιστικότητας είναι το κύριο αίτημα όλων των κλάδων της Ελληνικής ναυτιλίας και λύνεται κυρίως με τις ελαστικές συνθέσεις. Το πλέον χαρακτηριστικό παράδειγμα των αποτελεσμάτων της εμμονής στο υπάρχον καθεστώς είναι η απώλεια όλων των πολλών παράπλευρων θέσεων εργασίας, των θέσεων εργασίας στα κρουαζιερόπλοια και τα ίδια τα πλοία.

Πολιτική βούληση απαιτείται για τη δημιουργία Ναυτιλιακού Κέντρου στον Πειραιά, μια κίνηση η οποία σε συνδυασμό με κίνητρα επενδύσεων μπορεί να μεταφέρει τα διοικητικά κέντρα των ναυτιλιακών επιχειρήσεων από το Λονδίνο στην Ελλάδα. Οι ποντοπόροι θεωρούν ότι η δημιουργία του Ναυτιλιακού Κέντρου στον Πειραιά, σε συνδυασμό με τη διασφάλιση της ανταγωνιστικότητας του εθνικού νηολογίου, θα πρέπει να αποτελέσουν άμεσους στόχους της κυβέρνησης. Η δημιουργία του Ναυτιλιακού Κέντρου θα δώσει ώθηση και στην επιστροφή των πλοίων στην ελληνική σημαία καθώς σήμερα ολοένα και περισσότεροι εφοπλιστές εγκαταλείπουν τα εθνικά χρώματα, χάριν των κινήτρων που τους παρέχουν οι σημαίες ευκαιρίας, αλλά και αρκετές χώρες του ανεπτυγμένου κόσμου. Κάτι αντίστοιχο συμβαίνει και με τις επενδύσεις των εφοπλιστικών κεφαλαίων στην Ελλάδα, οι οποίες παραμένουν σε χαμηλά επίπεδα. Η τεράστια ρευστότητα των Ελλήνων εφοπλιστών διοχετεύεται στην Αμερική, στην Ασία και στην Ευρώπη. Οι διαπραγματεύσεις με την κυβέρνηση δεν απέδωσαν καθώς οι εφοπλιστές είναι σαφείς. Ζητούν κίνητρα για να φέρουν τα πλοία τους την ελληνική σημαία, για να

απασχολούν περισσότερους Έλληνες ναυτικούς, για να επενδύσουν στη χώρα μας (Κόσμος του Επενδυτή, 2006).

«Όσον αφορά στην ανταγωνιστικότητα, προέχει και είναι κατεπείγουσα η αντιμετώπισή του, γιατί η επανάκτηση και η διατήρησή της από τη ναυτιλία της σημαίας αποτελεί το κλειδί του επαναπατρισμού μεγάλου αριθμού πλοίων και της αύξησης των θέσεων εργασίας στελεχών του κλάδου», υποστηρίζει ο πρόεδρος της Ένωσης Ελλήνων Εφοπλιστών, κ. Νίκος Ευθυμίου.

Η μελλοντική κυβερνητική πολιτική για τον κλάδο της ναυτιλίας εκφράζεται μέσα από την ομιλία του πρωθυπουργού κ. Κ. Καραμανλή στο Ευγενίδειο Ίδρυμα το 2004 και περιγράφει τους βασικούς άξονες της πολιτικής για την ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας. Συγκεκριμένα για τον κλάδο της ελληνικής ναυτιλίας ο πρωθυπουργός τόνισε:

“...Ο υπό ελληνική σημαία εμπορικός στόλος καταλαμβάνει την πρώτη θέση μεταξύ των πλοίων που είναι εγγεγραμμένα στα κύρια νηολόγια των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ενώ ο ελληνόκτητος στόλος παραμένει σταθερά ως η πιο σημαντική πλοιοκτητική κοινότητα του Κόσμου. Την ίδια, μάλιστα, στιγμή συνεχίζει να διευρύνεται, να ανασυγκροτείται και να αναβαθμίζεται ποιοτικά. Και βέβαια Ναυτιλία δεν είναι μόνο ο εμπορικός στόλος. Είναι και το ναυτιλιακό cluster οι υπηρεσίες, δηλαδή, που συνδέονται με αυτήν, οι επιχειρήσεις που υποστηρίζονται από τις δράσεις της, οι Σχολές που προσφέρουν εξειδίκευση στο ανθρώπινο δυναμικό, οι άνθρωποι που συνεχίζουν τη μεγάλη ιστορία της. Η ελληνική Ναυτιλία είναι πραγματικά ένα σπουδαίο εθνικό κεφάλαιο. Είναι ο πιο εξωστρεφής κλάδος της Οικονομίας...”

Ενώ για τους στρατηγικούς στόχους της πολιτικής της κυβέρνησης ο κ. Καραμανλής δεσμεύτηκε για τα ακόλουθα και έθεσε τους στόχους και τις προσδοκίες της κυβέρνησης: “Σταθερή επιδίωξη της Χώρας μας είναι η περαιτέρω ανάπτυξη του Πειραιά ως διεθνούς ναυτιλιακού και χρηματοοικονομικού κέντρου.”

“...Στρατηγικοί στόχοι της πολιτικής μας είναι η διαφύλαξη της ανταγωνιστικότητας του Ελληνικού πλοίου, η προάσπιση των συμφερόντων του κλάδου, η προσέλκυση νέων πλοίων στο Ελληνικό νηολόγιο, η αναβάθμιση της ναυτικής εκπαίδευσης, η βελτίωση της θέσης του Έλληνα ναυτικού, η αποτελεσματική εφαρμογή των νέων διατάξεων ασφαλείας για πλοία και λιμάνια, η αναβάθμιση των υποδομών και του τρόπου λειτουργίας των λιμανιών.”

Η τοποθέτηση του πρωθυπουργού δίνει τη βασική κατεύθυνση των πολιτικών επιλογών για το μέλλον της ελληνικής ναυτιλίας. Οι απόψεις είναι στη σωστή κατεύθυνση αλλά χρειάζονται συγκεκριμένες αποφάσεις και η πολιτική βούληση για να αναπτυχθεί ακόμα περισσότερο και να αποτελέσει η ελληνική ναυτιλία την «αιχμή του δόρατος» για την απόκτηση διαρκούς ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος αλλά και συνολικής ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας.

### **7.3.6 Ρόλος της Ευκαιρίας**

Ο κλάδος της ναυτιλίας είναι ίσως αυτός που επηρεάζεται πιο άμεσα από γεγονότα που συμβαίνουν στο διεθνές περιβάλλον, από ευκαιρίες που παρουσιάζονται ή από διεθνείς κρίσεις. Αυτό συμβαίνει κυρίως γιατί η ζήτηση της ναυτιλίας είναι πάντα παράγωγος (derived) και δέχεται τις επιπτώσεις κύρια των τιμών και του κόστους των αγαθών (Γουλιέλμος, 1999). Η ναυτιλία με τη σημερινή μορφή, δηλαδή η ναυτιλία μετά την πρώτη ενεργειακή κρίση του 1974 όπου η τιμή του ελαφρού αραβικού πετρελαίου από 2,5\$/ βαρέλι, έφτασε τα 11\$, απέδειξε ότι είναι βιομηχανία υψηλού κινδύνου με εκτεταμένες μάλιστα περιόδους κρίσεων και ιδιαίτερα ευάλωτη στις διεθνείς αναταράξεις. Διεθνείς κρίσεις, όπως αυτή του 1974, συγκρούσεις και πόλεμοι (Πόλεμος του Κόλπου), εντάσεις μεταξύ κρατών ή ΟΗΕ και ορισμένων κρατών (εμπάργκο στην Ν.Αφρική λόγω καθεστώτος άπαρτχαιντ) αποτελούν προκλήσεις για την παγκόσμια ναυτιλία και επηρεάζουν σε μεγάλο ποσοστό τον κλάδο καθώς καθορίζουν ουσιαστικά τις τιμές των ναύλων. Η στρατηγική και ο σχεδιασμός των ναυτιλιακών επιχειρήσεων είναι τα στοιχεία που θα καθορίσουν την επιτυχία των εταιρειών τους σε αυτό το περιβάλλον ρευστότητας και αν θα εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται.

Ευκαιρίες, όπως η αλματώδης βιομηχανική ανάπτυξη αναδυόμενων οικονομιών κρατών (Κίνα), μπορούν να αποφέρουν τεράστια κέρδη στις ναυτιλιακές επιχειρήσεις αν αυτές μπορούν να προβλέψουν τις εξελίξεις και να σχεδιάσουν ανάλογα τα επιχειρηματικά τους σχέδια. Είναι χαρακτηριστικό ότι σε μεγάλο βαθμό οι παραγγελίες για νέες κατασκευές των Ελλήνων εφοπλιστών την τελευταία χρονιά (320 νέες παραγγελίες), σχετίζονται άμεσα με την αυξανόμενη μεταφορική ζήτηση πρώτων υλών αλλά και κατεργασμένων προϊόντων από την Κίνα, την Ινδία και της χώρες της Άπω Ανατολής. Στο παρελθόν διεθνείς ευκαιρίες αναγνώστηκαν λανθασμένα από τις ναυτιλιακές επιχειρήσεις και οδήγησαν σε κρίσεις (1988 – 1991). Στην ναυτιλία παρατηρείται το φαινόμενο της τοποθέτησης μαζικών παραγγελιών νέων κατασκευών την περίοδο που τα ναύλα βρίσκονται σε υψηλό επίπεδο γιατί εκείνη την περίοδο συσσωρεύεται διαθέσιμη ρευστότητα στις επιχειρήσεις για να μπορούν να τακτοποιήσουν τις δανειακές εκκρεμότητες και τις νέες κατασκευές. Την περίοδο 1988 – 1991 έγιναν παραγγελίες για πλοία χωρητικότητας 55 εκ. dwt καθώς οι εφοπλιστές βασίστηκαν σε τρεις προσδοκίες που διαμορφώνονταν από τις διεθνείς συνθήκες οι οποίες ήταν λανθασμένες. Η πρώτη έλεγε ότι ο παγκόσμιος στόλος Δ/Ξ είχε γεράσει και τεχνικά τα πλοία αυτά θα έπρεπε να αποσυρθούν στην περίοδο 1990 – 2000 κάτι το οποίο τελικά δεν έγινε γιατί με τεχνολογικές αναβαθμίσεις παρατάθηκε ο χρόνος ζωής τους. Η δεύτερη προσδοκία ήταν η δραστική μείωση της δυναμικότητας των παγκόσμιων ναυπηγείων που θα δημιουργούσε και αύξηση στις τιμές ναυπήγησης. Η προσδοκία αυτή διαψεύστηκε διότι τα ναυπηγεία της Άπω Ανατολής και της Ανατολικής Ευρώπης αποδείχτηκαν ευέλικτες μονάδες που κατάφεραν να διπλασιάσουν τη δυναμικότητά τους. Η τρίτη προσδοκία ήταν ότι θα αυξανόταν η ζήτηση πετρελαίου από την Μέση Ανατολή κάτι το οποίο δε συνέβη στην πραγματικότητα καθώς αξιοποιήθηκαν πηγές άντλησης πετρελαίου πλησιέστερα στις καταναλώτριες χώρες (Βόρεια Θάλασσα, Αλάσκα) (Γουλιέλμος, 1999). Οι παραλαβές των μεγάλων παραγγελιών βύθισαν τη παγκόσμια ναυλαγορά σε ύφεση την περίοδο 1992 – 1995 κάτι που απέδειξε τις λανθασμένες κινήσεις των επιχειρηματιών με βάση τις προβλέψεις για το διεθνές περιβάλλον. Η εμπειρία αυτή θα πρέπει να προβληματίσει τους Έλληνες επιχειρηματίες οι οποίοι

οδηγήθηκαν σε μαζικές παραγγελίες το 2005 βασιζόμενοι στην αυξανόμενη ζήτηση πετρελαίου από τις αναπτυσσόμενες χώρες και στην συνεχή άνοδο των εξαγωγών της Κίνας και της Ινδίας.

Τέλος, σημαντικό ρόλο στην πορεία του κλάδου της ναυτιλίας μπορεί να διαδραματίσει, όπως έχει γίνει στο παρελθόν, κάποιο τυχαίο θαλάσσιο ατύχημα με περιβαλλοντικές συνέπειες. Η περιβαλλοντική νομοθεσία γίνεται όλο και πιο αυστηρή με θέματα μόλυνσης του περιβάλλοντος λόγω θαλάσσιων ατυχημάτων και οδηγεί στην θέσπιση διεθνών αυστηρών κανονισμών ασφαλείας αλλά και αλλαγών στις κατασκευές των νέων πλοίων. Η υποχρέωση από τον IMO (International Maritime Organization) της μεταφοράς πετρελαίου με Δ/Ξ υψηλής ασφάλειας (double hull) οδηγεί σε επαναπροσδιορισμό των αναγκών μιας επιχείρησης και στον εξαναγκασμό ανανέωσης του στόλου της με πλοία σύγχρονα, ασφαλέστερα και φιλικότερα προς το περιβάλλον.

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ**

- [1] Γουλιέλμος Α., “Management Ναυτιλιακών Επιχειρήσεων”, Εκδ. Σταμούλης, 1999
- [2] Σαχινίδης Φ., “Τα Ελληνικά Ναυπηγεία 1956-1985”, Ελληνικό Λογοτεχνικό και Ιστορικό Αρχείο, 2004
- [3] Αποστολόπουλος Ι., “Ειδικά Θέματα Χρηματοδοτικής Διοικήσεως”, Εκδ. Σταμούλης, 2004
- [4] Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδας, “Η Ελλάδα με αριθμούς”, Εκδ. ΕΣΥΕ, 2005
- [5] Αθανασίου Σ., “Κυρίαρχοι των θαλασσών οι Έλληνες”, Κόσμος του Επενδυτή, 2/2006
- [6] Harlaftis G., A History of Greek-owned Shipping, Routledge, 1996
- [7] Μπαρδούνιας Ν., “Χρυσό η ελληνόκτητη Ναυτιλία”, Καθημερινή, 2006

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Η ανταγωνιστικότητα μιας εθνικής οικονομίας εξαρτάται από την ικανότητα της βιομηχανίας της να καινοτομεί και να αναβαθμίζεται. Οι εταιρείες αποκτούν πλεονέκτημα έναντι των διεθνών ανταγωνιστών όταν λειτουργούν κάτω από καθεστώς πίεσης και προκλήσεων και επωφελούνται της παρουσίας ισχυρών εγχώριων ανταγωνιστών, δημιουργικών και επιθετικών προμηθευτών καθώς και απαιτητικών εγχώριων καταναλωτών.

Αντίθετα με την επικρατούσα άποψη, σε μια εποχή αυξανόμενης παγκοσμιοποίησης της οικονομίας τα κράτη έχουν αποκτήσει μεγαλύτερη σημασία. Η βάση του ανταγωνισμού έχει μεταφερθεί στο πεδίο της δημιουργίας και διασποράς γνώσης και άρα ο ρόλος της κρατικής οντότητας έχει αναβαθμιστεί. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των επιχειρήσεων συνδέεται άμεσα με το κράτος όπου διατηρούν τη βάση τους.

Η μόνη προσέγγιση που πλησιάζει στην πραγματική απόδοση της έννοιας του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε εθνικό επίπεδο είναι η **παραγωγικότητα**. Με τον όρο παραγωγικότητα ορίζεται η αξία μιας εκροής που παράγεται από μία μονάδα εργασίας ή κεφαλαίου (Porter, 2004). Ο πρωταρχικός στόχος μιας χώρας είναι να παράγει, να διατηρεί και να αυξάνει υψηλό βιοτικό επίπεδο για τους πολίτες της. Η ικανότητα για να το κάνει αυτό πηγάζει από την παραγωγικότητα με την οποία απασχολεί το ανθρώπινο δυναμικό της και το επενδύσιμο κεφάλαιο.

Η σύγχρονη οικονομική αντίληψη περιστρέφεται γύρω από την έννοια του κόστους ίσως επηρεασμένη από τον αμερικάνικο τρόπο διοίκησης επιχειρήσεων που εφαρμόζεται στις μεγάλες εταιρείες αμερικανικών συμφερόντων και στις πολυεθνικές. Στις περισσότερες επιχειρήσεις του κόσμου όταν τα οικονομικά αποτελέσματα δεν είναι επιθυμητά η συνήθης πρακτική είναι η μείωση του κόστους παραγωγής με τη μείωση του εργατικού κόστους άρα με μαζικές απολύσεις. Είναι συχνά τα δημοσιεύματα στο διεθνή Τύπο που αφορούν απολύσεις από μεγάλες αυτοκινητοβιομηχανίες (FIAT, Volkswagen) οι οποίες δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν στο διεθνή ανταγωνισμό και προχωρούν σε μείωση του



προσωπικού τους. Είναι επίσης συνήθης πρακτική η μεταφορά των παραγωγικών μονάδων από τις χώρες – βάσεις των μεγάλων επιχειρήσεων σε χώρες με χαμηλό εργατικό κόστος όπως η Κίνα, μια πρακτική που τα τελευταία χρόνια έχει λάβει εκρηκτικές διαστάσεις. Όλα αυτά οδηγούν σταδιακά στην μεταβολή του χαρακτήρα των οικονομιών των ανεπτυγμένων κρατών καθώς οδηγούνται οι περισσότερες στο τριτογενή τομέα (υπηρεσίες) και μειώνουν δραστικά το δευτερογενή (μεταποίηση). Οι συνέπειες αυτής της πολιτικής των επιχειρήσεων του Δυτικού κόσμου θα φανούν τα αμέσως επόμενα χρόνια και σίγουρα θα δημιουργήσουν προβληματισμό στις κοινωνίες των ανεπτυγμένων χωρών.

Πολλές φορές για να αντιμετωπιστεί μια κατάσταση, μια κρίση, ίσως χρειάζεται να χρησιμοποιηθεί η εμπειρία του παρελθόντος ή ακόμα να επανεξεταστεί η βασική πηγή δημιουργίας της παρούσας κατάστασης. Στο χώρο των επιχειρήσεων ίσως έχει φτάσει η ώρα να επανεξεταστεί ο λόγος δημιουργίας των ίδιων των επιχειρήσεων και ο σκοπός ύπαρξης σε μια κοινωνία. Για να υπάρχουν επιχειρήσεις πρέπει να δημιουργούν πλούτο, για να γίνει αυτό πρέπει να είναι κερδοφόρες. Για να είναι κερδοφόρες πρέπει να παράγουν προϊόντα ή υπηρεσίες με τη χρήση των συντελεστών παραγωγής και στη συνέχεια να υπάρχουν αγορές πρόθυμες να απορροφήσουν τα παραγόμενα προϊόντα. Αυτή η διαδικασία δεν μπορεί να γίνει χωρίς την παρέμβαση του ανθρώπινου παράγοντα είτε αυτός είναι εργαζόμενος είτε απλά ο καταναλωτής. Και άρα χρειάζεται να δοθεί ιδιαίτερη βαρύτητα στον άνθρωπο είτε με τη μορφή προστασίας των δικαιωμάτων και της υγείας του καταναλωτή είτε με το σεβασμό στο δικαίωμα της εργασίας με αξιοπρεπείς αποδοχές και όρους του εργαζόμενου.

Η θεωρία του Διαμαντιού του Porter έρχεται να δώσει ένα νέο υπόδειγμα το οποίο, αφού συνδυάσει τις βασικές παραμέτρους που σχετίζονται με τη δημιουργία και διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε συγκεκριμένους κλάδους μιας εθνικής οικονομίας (συντελεστές παραγωγής, παράγοντες εγχώριας ζήτησης, σχετιζόμενες και υποστηρικτικές βιομηχανίες, στρατηγική των επιχειρήσεων δομή και ανταγωνισμός) θα λαμβάνει υπόψη την κοινωνική διάσταση του ρόλου των επιχειρήσεων και τη συνεισφορά τους στη χώρα – βάση. Το υπόδειγμα του Porter εξετάζει τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα ή μειονεκτήματα πέρα από το κόστος ή

τη διαθεσιμότητα πρώτων υλών μιας οικονομίας. Η ανάλυση βασίζεται στην παραγωγικότητα και στη βέλτιστη χρησιμοποίηση των συντελεστών παραγωγής μιας οικονομίας προς την κατεύθυνση με τις μεγαλύτερες πιθανότητες δημιουργίας ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Ο κυβερνητικός ρόλος και παρεμβατισμός έρχεται σε δεύτερη μοίρα καθώς απλά δημιουργείται με πολιτική βούληση το πλαίσιο μέσα στο οποίο θα αναπτυχθούν οι επιχειρήσεις. Σημαντικότερο ρόλο διαδραματίζει η φύση και η ένταση του ανταγωνισμού των επιχειρήσεων και ο γεωγραφικός συγκεντρωτισμός τους. Η ιδέα της δημιουργίας δεσμών ομοειδών επιχειρήσεων (cluster) σε κλάδους της οικονομίας οι οποίοι μπορούν εν δυνάμει να είναι ανταγωνιστικοί διεθνώς, μπορεί να οδηγήσει σε ανάπτυξη αν ληφθούν τα απαραίτητα μέτρα και αν λειτουργήσει μέσα στα θεσμικά πλαίσια ο ανταγωνισμός.

Το υπόδειγμα του Porter έχει αδύνατα σημεία και μέσα στη δυναμικότητα και ρευστότητα των διεθνών εξελίξεων μπορεί να τροποποιηθεί ανάλογα με τις ανάγκες και τις ειδικές συνθήκες μιας οικονομίας. Δε χρησιμοποιείται σε κανένα σημείο του μοντέλου μαθηματική σχέση που να συνδέει τις παραμέτρους κάτι το οποίο καθιστά το υπόδειγμα νεφελώδες και θεωρητικό. Επίσης δε λαμβάνει υπόψη τις ξένες επενδύσεις, εισερχόμενες ή εξερχόμενες, όπως και τη δράση των πολυεθνικών επιχειρήσεων. Αυτές οι αδυναμίες έχουν οδηγήσει σε λανθασμένα συμπεράσματα όταν το υπόδειγμα εφαρμόστηκε σε μικρομεσαίες οικονομίες που δε βασίζονταν στη βιομηχανική παραγωγή αλλά κυρίως σε υπηρεσίες. Η κριτική που γίνεται στο υπόδειγμα του Porter δε λαμβάνει όμως υπόψη την κοινωνική διάσταση των επιχειρήσεων, την προσφορά εργασίας στη χώρα-βάση καθώς και τη συνολική αναβάθμιση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της χώρας αλλά επικεντρώνεται σε όρους οικονομικής ευημερίας των πολυεθνικών κάτι το οποίο δε φαίνεται να απασχολεί τον Porter με το κοινωνικοοικονομικό υπόδειγμα.

Το υπόδειγμα του Porter θα μπορούσε να εφαρμοστεί στην Ελληνική οικονομία (έχει γίνει το 2002 μια ανάλυση από τον ίδιο που αφορούσε την ελληνική οικονομία) αφού πρώτα αναγνωριστούν και αναλυθούν τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της οικονομίας της χώρας. Η ελληνική οικονομία μπορεί να διαδραματίσει πολύ σημαντικό ρόλο λαμβάνοντας υπόψη τις γεωπολιτικές εξελίξεις των τελευταίων ετών, καθώς βρίσκεται σε μια ευαίσθητη

περιοχή (Βαλκάνια), σε κομβικό σημείο για τις μεταφορές μεταξύ των χωρών που παράγουν πρώτες ύλες (Μ. Ανατολή) και των χωρών που τις χρησιμοποιούν (Δ. Ευρώπη). Τα Βαλκάνια βρίσκονται σε περίοδο ανασυγκρότησης και ανάπτυξης με τις χώρες του πρώην Ανατολικού μπλοκ να ετοιμάζονται για την είσοδο στην Ευρωπαϊκή Ένωση ενώ η Ελλάδα παραμένει σύμβολο σταθερότητας, δημοκρατίας και ανάπτυξης για την ευρύτερη περιοχή παρόλο που δεν έχει καταφέρει να διαδραματίσει τον μητροπολιτικό ρόλο που θα μπορούσε.

Η ελληνική οικονομία παρουσιάζει ιδιαίτερες αδυναμίες, κυρίως σε θέματα υποδομών και διάρθρωσης. Γραφειοκρατία, ελλειπίες υποδομές σε λιμάνια, αεροδρόμια, σιδηροδρομικό και οδικό δίκτυο, χρήση Διαδικτύου, κυβερνητικές παρεμβάσεις, προβληματική λειτουργία του Χρηματιστηρίου, διαφθορά, είναι βασικά ανταγωνιστικά μειονεκτήματα που αποτελούν τροχοπέδη για την ανάπτυξη και τον διεθνή ανταγωνισμό των ελληνικών επιχειρήσεων. Αντίθετα, έχει να επιδείξει αξιόλογο επιστημονικό ανθρώπινο δυναμικό, μεγάλη προσαρμοστικότητα στις διεθνείς απαιτήσεις για απελευθέρωση των αγορών και για την προστασία του περιβάλλοντος, προσβασιμότητα σε πηγές χρηματοδότησης καθώς και απαιτητικό αγοραστικό κοινό.

Τα προβλήματα της ελληνικής οικονομίας και η μεταστροφή τους από μειονεκτήματα σε ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα δεν απαιτούν μόνο τις προσπάθειες της Πολιτείας αλλά και των ίδιων των επιχειρήσεων. Η Πολιτεία έχει δύσκολο και μακρύ δρόμο μεταρρυθμίσεων σε εργασιακή και ασφαλιστική νομοθεσία, στη μείωση της φορολόγησης των επιχειρήσεων, στη δημιουργία υποδομών με αναπτυξιακά έργα, στη μείωση των δημοσίων δαπανών και εκσυγχρονισμού της δημόσιας διοίκησης. Εξίσου βαρύ όμως είναι και το φορτίο των ελληνικών επιχειρήσεων οι οποίες πρέπει να αποδείξουν ότι η μοναδική τροχοπέδη ανάπτυξης τα χρόνια που προηγήθηκαν ήταν οι λανθασμένες κυβερνητικές πολιτικές και όχι η δική τους προσήλωση στο κέρδος με κάθε μέσο εκμεταλευόμενες την ουσιαστική απουσία του ελεγκτικού ρόλου του κράτους. Τα πρόσφατα δείγματα από επιχειρήσεις μέλη του ΣΕΒ της μεταφοράς των παραγωγικών μονάδων από τον Ελλαδικό χώρο σε γειτονικές χώρες με χαμηλό εργατικό κόστος ενώ έχουν ευεργετηθεί στο παρελθόν με επιδοτήσεις από

αναπτυξιακούς νόμους δεν περιλαμβάνονται στη λογική της ανάπτυξης της εθνικής οικονομίας όπως αυτή παρουσιάζεται στο υπόδειγμα του Porter. Οι ελληνικές επιχειρήσεις θα μπορούσαν να εκμεταλευτούν τα σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας σε σχέση με τις Βαλκανικές χώρες, σε βασικές και σύνθετες υποδομές όπως είναι οι τηλεπικοινωνίες, το οδικό δίκτυο, η αξιοπιστία του συστήματος ηλεκτροδότησης, το εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό, τα σύγχρονα αεροδρόμια και λιμάνια και να επενδύσουν παράλληλα σε έρευνα και ανάπτυξη, σε νέες τεχνολογίες και αυτοματισμούς έτσι ώστε να μειώσουν το κόστος παραγωγής τους και να αναβαθμίσουν ποιοτικά τα προϊόντα τους χωρίς να μεταφέρουν τις παραγωγικές δραστηριότητες σε κράτη με χαμηλό εργατικό κόστος.

Επίσης, οι συνεχείς πιέσεις των επιχειρηματιών (συνήθως μέσω Μ.Μ.Ε) προς τα κυβερνητικά κλιμάκια για αναθέσεις δημοσίων έργων, προστατευτισμό και συγκάλυψη οικονομικών παρατυπιών δε συμβάλλουν στη δημιουργία υγιούς ανταγωνιστικού πλαισίου. Με δεδομένη την κυβερνητική προσπάθεια για ανάπτυξη και αντιμετώπιση των προβλημάτων, ο επιχειρηματικός κόσμος οφείλει να αναλάβει τις ευθύνες που του αναλογούν.

Η δημιουργία δεσμών ομοειδών επιχειρήσεων στον ελληνικό χώρο προϋποθέτει την αναγνώριση των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της ελληνικής οικονομίας έτσι ώστε οι συντονισμένες προσπάθειες Πολιτείας και επιχειρηματικού κόσμου να είναι προς τη σωστή κατεύθυνση και να έχουν ουσιαστικό αποτέλεσμα. Με δεδομένη την ανάλυση του Porter για την ελληνική οικονομία αλλά και με τη συνολική εικόνα όπως αυτή εμφανίζεται σήμερα μέσα από στατιστική επεξεργασία, οι σημαντικότεροι τομείς στους οποίους η Ελλάδα θα μπορούσε να αναπτύξει ή έχει ήδη αναπτύξει σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι οι ακόλουθοι:

- Τουριστική βιομηχανία
- Ναυτιλία και Ναυπηγική βιομηχανία
- Βιομηχανία Τροφίμων και Ποτών / Αγροτικά Προϊόντα
- Βιομηχανία Ανάπτυξης Λογισμικού / Τηλεπικοινωνίες

Στην παρούσα μελέτη αναλύθηκαν και μελετήθηκαν οι τομείς του Τουρισμού

και της Ναυτιλίας σύμφωνα με τις βασικές παραμέτρους του υποδείγματος του Porter, ο πρώτος γιατί θεωρείται βασικός κλάδος ανταγωνιστικής αιχμής της ελληνικής οικονομίας, ενώ ο δεύτερος γιατί ενώ συνεισφέρει ουσιαστικά στην ελληνική οικονομία έχει πολλά περιθώρια βελτίωσης και μελλοντικές προκλήσεις που πρέπει να αναγνωριστούν για να μπορέσει ο κλάδος να ανταπεξέλθει με επιτυχία στο μέλλον.

Ο κλάδος του Τουρισμού αποτελεί την αιχμή του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος της ελληνικής οικονομίας στο σύνολό της αλλά πρέπει να γίνουν ουσιαστικές αλλαγές στον τρόπο παροχής των υπηρεσιών, στην προσαρμογή στις νέες παγκόσμιες συνθήκες ανταγωνισμού και στην εντατικοποίηση προβολής της χώρας σαν προορισμός για όλο το χρόνο και όχι μόνο το καλοκαίρι. Σύμφωνα με το υπόδειγμα του Porter εμφανίζει ισχυρά πλεονεκτήματα στους συντελεστές παραγωγής, στους παράγοντες ζήτησης και στον εγχώριο ανταγωνισμό αλλά χρειάζονται συντονισμένες προσπάθειες για την αναβάθμιση των προμηθευτών του κλάδου, τη βελτίωση των υποδομών καθώς και την επιστημονική εξειδίκευση του ανθρώπινου δυναμικού του κλάδου. Νέες προοπτικές και προϊόντα μπορούν να συνεισφέρουν στην ενδυνάμωση του κλάδου και στην τόνωση του ΑΕΠ από αυτόν. Τα έργα υποδομής είναι απαραίτητα καθώς θα αναβαθμίσουν τις προσφερόμενες υπηρεσίες και θα αυξήσουν την ελκυστικότητα της χώρας σαν τουριστικό προορισμό. Οι δυνατότητες και οι προοπτικές του ελληνικού τουρισμού είναι απεριόριστες και τα μηνύματα είναι αισιόδοξα για την πορεία του αλλά και την προσφορά του στην ελληνική οικονομία όχι μόνο με το συνάλλαγμα που προσφέρει αλλά κυρίως για τις προσφερόμενες θέσεις εργασίας ακόμα και σε απομακρυσμένες περιοχές της χώρας.

Ο κλάδος της Ναυτιλίας βρίσκεται σε μεταβατικό στάδιο καθώς υπάρχει η τεράστια ρευστότητα που μεταφράζεται σε παραγγελίες νέων κατασκευών και η οποία κυρίως οφείλεται :

- Στη ραγδαία άνοδο των ναύλων σε ύψη ρεκόρ για τα τελευταία εξήντα έτη, λόγω της αυξημένης ζήτησης πλοίων για μεταφορές, κυρίως πρώτων υλών,

όπως και άλλων φορτίων προς και από τις αγορές της Ασίας και ιδίως της Κίνας και της Ινδίας και

- Στη ριζική ανανέωση του ελληνόκτητου στόλου, με επακόλουθο την εντυπωσιακή μείωση του μέσου όρου ηλικίας του, με την αθρόα αγορά μεταχειρισμένων πλοίων μικρής ηλικίας και με αντίστοιχη πώληση παλαιότερων σε ιδιαίτερα ικανοποιητικές τιμές.

Η πρόβλεψη όμως δεν είναι τόσο αισιόδοξη για το μέλλον της ελληνικής εμπορικής ποντοπόρου ναυτιλίας καθώς συσσωρεύονται προβλήματα λόγω λανθασμένων επιλογών του παρελθόντος. Η ανεργία μαστίζει τους Έλληνες αξιωματικούς καθώς η πολιτική επιλογή του παρελθόντος για θεσμοθετημένες θέσεις εργασίας στα πλοία υπό ελληνική σημαία οδήγησε τους εφοπλιστές στα ξένα πληρώματα και στις σημαίες ευκαιρίας. Το ελληνικό κράτος χάνει τεράστια ποσά από φόρους καθώς τα πλοία με ελληνική σημαία βρίσκονται στατιστικά σε ιστορικό χαμηλό ενώ η διοικητική βάση των ναυτιλιακών επιχειρήσεων βρίσκεται στο Λονδίνο και όχι στην Ελλάδα. Τέλος, η ναυπηγική βιομηχανία η οποία στο παρελθόν αποτέλεσε τη ναυαρχίδα της βαριάς βιομηχανίας στην Ελλάδα επιβιώνει οριακά λόγω των παραγγελιών του Πολεμικού Ναυτικού και συρρικνώνεται όλο και περισσότερο. Η αναγέννηση της Ναυπηγικής βιομηχανίας είναι ένα κρίσιμο ζήτημα για την πορεία όχι μόνο του κλάδου της Ναυτιλίας αλλά και της ελληνικής οικονομίας στο σύνολό της. Η ανάπτυξη ενός βιομηχανικού κλάδου, όπως είναι αυτός των Ναυπηγείων, θα λειτουργήσει σαν ατμομηχανή για την ελληνική οικονομία στο σύνολο καθώς θα έχει ευεργετικά αποτελέσματα σε σχετιζόμενους άμεσα ή έμμεσα κλάδους όπως η ναυπηγοεπισκευαστική ζώνη, ο τραπεζικός τομέας, η ναυτιλία, οι μεταφορές όπου θα δημιουργηθούν θέσεις εργασίας εξειδικευμένου τεχνικού και όχι μόνο ανθρώπινου δυναμικού.

Η ελληνική οικονομία έχει χάσει πολύτιμο χρόνο αμφιταλαντευόμενη μεταξύ κομματικού κράτους και διογκωμένου Δημόσιου τομέα, διεφθαρμένων δημόσιων λειτουργιών, τυχοδιωκτών επιχειρηματιών, μετανάστευσης του αξιόμαχου ανθρώπινου δυναμικού όπως άλλωστε και των παραγωγικών μονάδων. Οι

προκλήσεις της νέας εποχής δεν επιτρέπουν άλλα λάθη και παραλείψεις. Σε λίγα χρόνια η Ελλάδα θα είναι μια χώρα 12 εκατομ. κατοίκων με 20% οικονομικούς μετανάστες, δε θα έχει το μονοπώλιο της μοναδικής Βαλκανικής χώρας μέλους της Ευρωπαϊκής Ένωσης και θα έχει για γείτονα μια περιφερειακή υπερδύναμη (Τουρκία) με αγορά 100 εκατομ. κατοίκων η οποία πιθανότατα θα απορροφά όλες τις μεγάλες επενδύσεις στην περιοχή. Για να υπάρχει ένα καλύτερο μέλλον για την ελληνική κοινωνία θα πρέπει να επικεντρωθούν οι προσπάθειες της Πολιτείας αλλά και του επιχειρηματικού κόσμου σε μια και μόνο κατεύθυνση: αναγνώριση των δυνατοτήτων της ελληνικής οικονομίας, των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων, και επένδυση στους τομείς που είναι πιθανότερο να υπάρχουν ουσιαστικά αποτελέσματα. Στη σύγχρονη εποχή των προκλήσεων που πλησιάζει με γοργούς ρυθμούς, η ανάπτυξη στους τομείς που θα προσφέρουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι μονόδρομος για την επιτυχία των ελληνικών επιχειρήσεων, για την ευημερία της ελληνικής κοινωνίας και την ισχυροποίηση της χώρας σε διεθνές επίπεδο αλλά κυρίως για το σημαντικότερο λόγο ύπαρξης της ίδιας της ελληνικής επιχείρησης: για την αναβάθμιση του βιοτικού επιπέδου των Ελλήνων παρέχοντας ασφάλεια, δημιουργικότητα και αξιοπρέπεια.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- [1] Porter M., “The competitive advantage of Nations”, The Free Press, 1990
- [2] Porter M., “On competition”, The Free Press, 1996
- [3] Porter M., “The competitive advantage of Greece – Moving to the next level”, 2003
- [4] Konsolas I., “The competitive advantage of Greece”, Ashgate, 2002
- [5] Γουλιέλμος Α., “Management Ναυτιλιακών Επιχειρήσεων”, Εκδ. Σταμούλης, 1999
- [6] Cartwright, W.R., “Multiple linked diamonds: New Zealand’s experience”, Management International Review 33, 1993
- [7] Κορρές Γ. & Χιόνης Δ., “Ελληνική Οικονομία”, Εκδ. Σταμούλης, 2003
- [8] Σαχινίδης Φ., “Τα Ελληνικά Ναυπηγεία 1956-1985”, Ελληνικό Λογοτεχνικό και Ιστορικό Αρχείο, 2004
- [9] Αποστολόπουλος Ι., “Ειδικά Θέματα Χρηματοδοτικής Διοικήσεως”, Εκδ. Σταμούλης, 2004
- [10] Ινστιτούτο Εξαγωγικών Έρευνών και Σπουδών του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος, “Εφαρμοσμένη έρευνα για τη διαμόρφωση δεικτών παρακολούθησης των εξαγωγικών επιδόσεων της Ελλάδας”, Σ.Ε.Β.Ε, 2005
- [11] Σύνδεσμος Ελλήνων Βιομηχάνων, “Η Ελληνική Βιομηχανία το 2004”, Εκδ. ΣΕΒ, 2004
- [12] Σύνδεσμος Ελλήνων Βιομηχάνων, “Η Ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας 2005-2006”, Εκδ. ΣΕΒ, 2006
- [13] Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδας, “Η Ελλάδα με αριθμούς”, Εκδ. ΕΣΥΕ, 2005
- [14] Moon C., Rugman A. & Verbeke A., “A generalized double diamond approach to the global competitiveness of Korea and Singapore”, International Business Review 7, 1998



- [15] Αθανασίου Σ., “Κυρίαρχοι των θαλασσών οι Έλληνες”, Κόσμος του Επενδυτή, 2/2006
- [16] Harlaftis G., A History of Greek-owned Shipping, Routledge, 1996
- [17] Μπαρδούνιας Ν., “Χρυσό η ελληνόκτητη Ναυτιλία”, Καθημερινή, 2006
- [18] Holloway J., “The Business of Tourism”, Longman, 1998
- [19] European Commission, “Tourism overview in European commission, Panorama of EU Industry 1997, Office for official publications of the European Communities, 1997
- [20] World Tourism Organisation, “Millenium Tourist Boom in 2000”, News Release, 2001