

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ

ΧΡΟΝΙΚΑ

ΜΗΤΡΟΠΟΛΕΩΣ 12-14, 105 63 ΑΘΗΝΑ • www.oee.gr • ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΕΚΔΟΣΗ - ΙΟΥΛΙΟΣ-ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ-ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2016 • ΑΡ. ΤΕΥΧΟΥΣ 154



- Αντώνης Παπαδεράκης
- Άννα-Μισέλ Ασημακοπούλου
- Αντώνης Μακρής
- Γεώργιος Μπάλας

- Βάλια Αρανίτου
- Νικόλαος Ηρειώτης
- Πάρις Κουκουλόπουλος
- Παναγιώτης Φρουνηζής

ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

ΣΤΟ ΛΙΑΝΕΜΠΟΡΙΟ

Συμμαχίες - Εξαγωγές - Χρηματοδότηση



Διαφημίστε
τις υπηρεσίες σας
& τα προϊόντα σας

μέσα από
τις σελίδες των
Οικονομικών
Χρονικών

Κάντε τη
σωστή κίνηση

Απευθύνονται
σε **45.000**
οικονομολόγους

που απασχολούνται
στον δημόσιο & ιδιωτικό τομέα



ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ
ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Τηλ.: 213 2141867



Κωνσταντίνος Β. Κόλλιας
Πρόεδρος Ο.Ε.Ε.

Αλλαγές και ανακατατάξεις στο λιανικό εμπόριο

Η οικονομία είναι ψυχολογία.

Ειδικά σε ό,τι αφορά την αγορά και το λιανεμπόριο, που χρειάζονται κατανάλωση και τζίρους.

Κάθε δήλωση, κάθε εξέλιξη, όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο, επηρεάζει τη διάθεση των καταναλωτών και –κατά συνέπεια– την επιθυμία τους για αγορές.

Βρισκόμαστε πλέον σε μια περίοδο, όπου λιανέμποροι και εξαγωγείς είναι άρρηκτα συνδεδεμένοι μεταξύ τους, δεδομένου ότι οι δεύτεροι είναι και προμηθευτές των πρώτων.

Το γεγονός ότι το 2016 η αγορά –ακόμα και στα είδη πρώτης ανάγκης– τρέχει πτωτικά κάθε μήνα δείχνει πως ο γυαλός είναι στραβός.

Συνεπώς, απαιτούνται άμεσες παρεμβάσεις για την αποκατάσταση του κλίματος μεταξύ των καταναλωτών, αλλά και την ταυτόχρονη βελτίωση του πλαισίου λειτουργίας και δραστηριοποίησης των εξαγωγέων.

Στο τεύχος που κρατάτε στα χέρια σας επιχειρούμε να κωδικοποιήσουμε το σύνολο των στοιχείων αυτού του περιβάλλοντος, με στόχο να συμβάλλουμε στο μέγιστο δυνατό βαθμό στην αποκατάσταση των όποιων στρεβλώσεων.



ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ
ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Ψηφιακή Επικοινωνία



- Η νέα ψηφιακή πύλη του ΟΕΕ

- Το ΟΕΕ στο Facebook

Οικονομικό Επιμελητήριο της Ελλάδας -
Economic Chamber of Greece



- Το Ενημερωτικό Δελτίο

- Το ΟΕΕ στο Twitter

twitter.com/oikonepim



Στην Εθνική Τράπεζα, δίνουμε ώθηση στα επιχειρηματικά σας σχέδια!

Παρά τις καθημερινές προκλήσεις, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις και οι **startups** εξακολουθούν να καινοτομούν και να δημιουργούν νέες θέσεις απασχόλησης, συμβάλλοντας ενεργά στην επανεκκίνηση της ελληνικής οικονομίας.

Στην **Εθνική Τράπεζα**, αναγνωρίζουμε την προσπάθειά σας και σας στηρίζουμε **στην πράξη**.

- ✓ Χρηματοδοτούμε τα επενδυτικά σας σχέδια και τις ανάγκες της επιχείρησής σας σε κεφάλαιο κίνησης
- ✓ Προσφέρουμε χρηματοδοτήσεις με ιδιαίτερα ελκυστικούς όρους, μέσω Ευρωπαϊκών Αναπτυξιακών Προγραμμάτων
- ✓ Αναπτύσσουμε εξειδικευμένα χρηματοδοτικά προϊόντα για την ένταξη σε αλυσίδες αξίας παγκόσμιας εμβέλειας
- ✓ Διευκολύνουμε τη διενέργεια των καθημερινών σας συναλλαγών, μέσω ασφαλών και αξιόπιστων λύσεων
- ✓ Παρέχουμε συμβουλευτική καθοδήγηση και στήριξη για την υλοποίηση των επιχειρηματικών σας σχεδίων

Περισσότερες πληροφορίες θα βρείτε στα Καταστήματα της Εθνικής Τράπεζας, στο Περίπτερο της Τράπεζας στη ΔΕΘ, στο τηλέφωνο **181818** και στο www.nbg.gr.



ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ



Εκδότης:

Κωνσταντίνος Β. Κόλλιας, Πρόεδρος του
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΕΛΛΑΔΑΣ

Ιδιοκτησία – Έκδοση:

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Υπεύθυνος Εκδόσεων Ο.Ε.Ε.

Κωνσταντίνος (Γιάννης) Σμυρνής

Συντακτική Επιτροπή

Μαρία Βουργάνα
Νεκτάριος Νώτης

Επικοινωνία: τηλ. 213 2141800

e-mail: press@oe-e.gr

site: www.oe-e.gr

Διαφήμιση: 213 2141867

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Μητροπόλεως 12 - 14, 10563

Τηλ.: 213 2141800, FAX: 210 5227300

www.oe-e.gr

ECONOMIC CHAMBER OF GREECE

12 - 14 Mitropoleos Str., 10563 ATHENS

Tel: 213 2141800

site: www.oe-e.gr

Παραγωγή - Εκτύπωση

ΓΡΑΦΟΠΡΙΝΤ ΑΒΕΕ

Αίμωνος 71 & Κρέοντος, Ακαδημία Πλάτωνος

Τηλ.: 210 5144160, FAX: 210 5142366



- 1** **Αλλαγές και ανακατατάξεις στο λιανικό εμπόριο**
Κωνσταντίνος Β. Κόλλιας, Πρόεδρος Ο.Ε.Ε.
- 6** **Σημείωμα σύνταξης: Υποχρεωτική αναδιάρθρωση για τον κλάδο του λιανικού εμπορίου**
- 8** **Καινοτομία, εξωστρέφεια και ανάπτυξη οι βασικοί στόχοι για το λιανεμπόριο**
Αντώνης Παπαδεράκης, Γενικός Γραμματέας Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή
- 14** **Η έξοδος από την κρίση περνά μέσα από ένα νέο αναπτυξιακό μοντέλο**
Άννα-Μισέλ Ασημακοπούλου, Βουλευτής, Υπεύθυνη «Τομέα Ανάπτυξης & Ανταγωνιστικότητας» της ΝΔ
- 20** **Η οικονομία της αγοράς σήμερα και αύριο στη χώρα μας**
Αντώνης Μακρής, Πρόεδρος ΣΕΛΠΕ
- 24** **Το λιανικό εμπόριο ενώπιον μεγάλων αλλαγών στην καταναλωτική συμπεριφορά**
Γεώργιος Μπάλτας, Καθηγητής του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών, Διευθυντής του μεταπτυχιακού προγράμματος μάρκετινγκ & επικοινωνίας

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ



- 28 Κρίση στο λιανικό εμπόριο και ψηφιακή εποχή**
Βάλια Αρανίτου, Επίκουρη Καθηγήτρια στο Τμήμα Πολιτικής Επιστήμης του Πανεπιστημίου Κρήτης
- 32 Προκήρυξη Εκλογών Ο.Ε.Ε.**
- 34 Μείωση ΦΠΑ το βασικό «Προαπαιτούμενο»**
Νικόλαος Ηρειώτης, Καθηγητής, Πρόεδρος Τμήματος Οικονομικών Επιστημών, ΕΚΠΑ
- 37 Οι μικρομεσαίοι μέρος της λύσης, όχι της κρίσης**
Πάρις Κουκουλόπουλος, Μέλος της ΚΠΕ και Γραμματέας του Τομέα Οικονομικών του ΠΑΣΟΚ
- 42 Ο ΟΑΕΠ είναι αρωγός στην προσπάθεια των Ελλήνων εξαγωγέων**
Παναγιώτης Φρουτζής, Πρόεδρος Δ.Σ. ΟΑΕΠ
- 46 Μελέτη Εθνικής Τράπεζας: Έλλειμμα στρατηγικής πλήττει το λιανεμπόριο**
- 56 Διαμεσολάβηση: Μια λύση για όλους**
Σπύρος Αντωνέλος, Διαμεσολαβητής ΜCΙArb (2008) - Δικηγόρος - Εκπαιδευτής - Συγγραφέας



60 Η ελληνική οικονομία σε αριθμούς



Τα άρθρα που φιλοξενούνται στο περιοδικό εκφράζουν αποκλειστικά την άποψη των αρθρογράφων τους.

Υποχρεωτική αναδιάρθρωση για τον κλάδο του λιανικού εμπορίου

Ο κλάδος του λιανικού εμπορίου δέχθηκε ισχυρότατο πλήγμα στα χρόνια της κρίσης. Σύμφωνα με πρόσφατη μελέτη που διενήργησε η Διεύθυνση Οικονομικής Ανάλυσης της Εθνικής Τράπεζας, ο όγκος των πωλήσεων του συρρικνώνεται κατά 5% ετησίως την τελευταία επταετία και μόνο το 1/3 των επιχειρήσεων του κλάδου λειτουργεί αποτελεσματικά.

Η πτώση της κατανάλωσης και η κρίση οδήγησαν σε κλείσιμο μικρότερες αλλά και μεγαλύτερες εμπορικές επιχειρήσεις, ενώ πολλές επιχειρήσεις που λειτουργούν σήμερα αντιμετωπίζουν πολύ σοβαρά προβλήματα.

Τα «Οικονομικά Χρονικά», μέσα από τα άρθρα που φιλοξενούν στο τεύχος που κρατάτε στα χέρια σας, παρουσιάζουν τις προοπτικές με τις οποίες βρίσκεται αντιμέτωπος ο κλάδος του λιανικού εμπορίου.

Σύμφωνα με τους αρθρογράφους:

- Η αναδιάρθρωση κρίνεται υποχρεωτική για το λιανεμπόριο στην Ελλάδα, όπως επίσης υποχρεωτική καθίσταται και η ανεύρεση ενός νέου προτύπου δομών και λειτουργίας.
- Οι επιχειρήσεις του λιανικού εμπορίου θα πρέπει να κατανοήσουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή και να προσαρμόσουν την εμπορική στρατηγική τους στις διαρκώς εξελισσόμενες ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών. Η καταναλωτική συμπεριφορά έχει αλλάξει και θα συνεχίσει να αλλάζει σε μία διαρκή προσπάθεια προσαρμογής στα νέα οικονομικά και κοινωνικά δεδομένα, που είναι πολύ διαφορετικά σε σχέση με το παρελθόν.
- Η ενίσχυση της κατανάλωσης αποτελεί βασικό παράγοντα, για να οδηγηθεί η οικονομία σε ρυθμούς ανάπτυξης. Στα μέτρα ενίσχυσης της κατανάλωσης περιλαμβάνεται η σταδιακή μείωση των συντελεστών ΦΠΑ. Πιθανή μείωση θα μπορούσε να περιορίσει τα λειτουργικά έξοδα των επιχειρήσεων, άρα να οδηγήσει σε πτώση των τιμών, συμβάλλοντας στη βελτίωση της κατανάλωσης. Παράλληλα, θα μπορούσε να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας σε αρκετούς κλάδους, καθώς σήμερα η χώρα έχει μεγαλύτερους συντελεστές από τους ανταγωνιστές της.

Our insights empower your future

Audit, Tax & Advisory Services

kpmg.com/gr





Αντώνης Παπαδεράκης
Γενικός Γραμματέας Εμπορίου
και Προστασίας Καταναλωτή

Καινοτομία, εξωστρέφεια και ανάπτυξη οι βασικοί στόχοι για το λιανεμπόριο

Οι μεγάλες αλλαγές που έχουν σημειωθεί τα τελευταία χρόνια στον κλάδο του οργανωμένου λιανεμπορίου και ειδικότερα στον χώρο των τροφίμων και ποτών, που παρουσιάζει αξιοσημείωτη ανάπτυξη, έχουν διαμορφώσει νέες συνθήκες στην αγορά και αποτελούν μία σημαντική πρόκληση που καλούμαστε να αντιμετωπίσουμε με όρους προάσπισης της υγιούς επιχειρηματικότητας. Τον κλάδο των ταχυκίνητων αγαθών δεν μπορούμε να τον εξετάζουμε αποκλειστικά στο στενό πλαίσιο της διαμορφούμενης εγχώριας αγοράς, αλλά μέσα στο ευρύτερο μακρο-περιβάλλον εντός του οποίου καλούνται να δραστηριοποιηθούν οι επιχειρήσεις στη χώρα, μέρος των όποιων αλλαγών είναι και ο κύκλος αναδιάταξης των δυνάμεων του κλάδου που

βαίνει ταχέως την τελευταία περίοδο. Το ευρύτερο διεθνές οικονομικό, κοινωνικό και πολιτικό περιβάλλον είναι σε θέση να διαμορφώνει τις τάσεις στην αγορά και να επηρεάζει άμεσα ή έμμεσα τη στρατηγική των επιχειρήσεων, ενώ η πολιτική ευθύνη έγκειται στον τρόπο διαχείρισης των θεμάτων της αγοράς, στην ψύχραιμη προσέγγιση, στην υπέρβαση των τεχνικών και οικονομικών εμποδίων και στη δημιουργία σταθερού οικονομικού περιβάλλοντος που θα προάγει την επιχειρηματικότητα.

Στο πλαίσιο αυτό, συμβάλλουν καθοριστικά η εξυγίανση του ρόλου του τραπεζικού συστήματος, η επικείμενη ολοκλήρωση της δεύτερης αξιολόγησης που θα ανοίξει τη συζήτηση περί βιωσιμότητας του χρέους, η οριστική απομάκρυνση κάθε σεναρίου εξόδου της χώρας από την ευρωζώνη, η διαδικασία διευθέτησης των κόκκινων δανείων, καθώς και η αποπληρωμή των χρεών του Δημοσίου προς τον ιδιωτικό τομέα.

Η ελληνική οικονομία παρουσιάζει θετικές τάσεις, σύμφωνα και με την τελευταία έκθεση του ΟΟΣΑ που προβλέπει θετικό ρυθμό ανάπτυξης στο δεύτερο εξάμηνο του 2016, και αυτό έρχεται ως αποτέλεσμα της ανάπτυξης του τουρισμού, της αύξησης της μεταποιητικής και βιομηχανικής παραγωγής, της αύξησης των εξαγωγών και των επενδύσεων, καθώς και της σημαντικής υποχώρησης του ποσοστού ανεργίας, που αποτελούν ισχυρές ενδείξεις ότι κλείνει ο κύκλος των χαμηλών επιδόσεων και της παραγωγικής υστέρησης.

“ Η διαδικασία της ανασυγκρότησης του λιανικού εμπορίου θα πρέπει, συνεπώς, να ενταχθεί στο ευρύτερο πλαίσιο της παραγωγικής ανασυγκρότησης που υλοποιείται από την Πολιτεία, προκειμένου να αναδειχθεί η μεγάλη δυναμική του κλάδου και να μπορέσει το ελληνικό λιανεμπόριο να αποτελέσει βασικό μοχλό της βιώσιμης ανάπτυξης. ”

The advertisement features a vibrant blue sky with several hot air balloons. On the left, a large balloon with vertical rainbow stripes is attached to a yellow basket filled with mailboxes. In the center, a smaller balloon with a green and red checkered pattern floats. On the right, a large yellow and red striped balloon is attached to a green basket with yellow lights, which is emitting a white beam of light. The ELTA Hellenic Post logo is visible in the top right corner. At the bottom, a stylized city skyline is shown in shades of blue and green.

ΕΛΤΑ
Hellenic Post

Κερδίστε χρόνο!

Προετοιμάστε και εκτυπώστε
Από το Σπίτι σας
Το Συνοδευτικό Δελτίο Δέματος
Εύκολα και γρήγορα.

Η ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας και η προοπτική της βιώσιμης ανάπτυξης αποτελούν μονόδρομο για την παραγωγική ανασυγκρότηση της χώρας, στον βαθμό που επιλύονται τα διαρθρωτικά εμπόδια για επενδύσεις και ανάπτυξη, ενισχύεται η ρευστότητα, διασφαλίζονται θέσεις απασχόλησης, διαφυλάσσεται ο υγιής ανταγωνισμός με αποτροπή καταστάσεων ολιγοπωλιακού ή και μονοπωλιακού χαρακτήρα και στηρίζεται η εγχώρια παραγωγή.

Ως Γενική Γραμματεία Εμπορίου, υπερασπιζόμαστε την ανάγκη υιοθέτησης πρακτικών που θα εξασφαλίσουν τη βιώσιμη λειτουργία τους και θα δώσουν λύση στα σημαντικότερα προβλήματα του κλάδου. Στο πλαίσιο αυτό, μελετούμε τη δυνατότητα παρέμβασης στους χρόνους αποπληρωμής των εγχώριων προμηθευτών του κλάδου, τη διασφάλιση όρων υγιούς ανταγωνισμού στις εμπορικές πρακτικές, στα δίκτυα διανομής και στην τιμολογιακή πολιτική για τον καταναλωτή, ενώ είναι σε εξέλιξη και μια σειρά νομοθετικών πρωτοβουλιών που έχουμε ανα-

λάβει για τη βελτίωση της λειτουργίας και παράλληλης εποπτείας της αγοράς, την επανεξέταση των κανόνων διακίνησης προϊόντων και υπηρεσιών με την ορθολογικοποίηση των επιβαλλόμενων προστίμων και τη ρύθμιση της κατάστασης που επικρατεί στο υπαίθριο εμπόριο μέσα από νέο νομοθετικό πλαίσιο.

Ακόμη, με την ολοκλήρωση της σχετικής μελέτης συμπερασμάτων από την εφαρμογή της εργαλειοθήκης 1 του ΟΟΣΑ, προσδοκούμε ότι θα δοθεί η δυνατότητα βελτιωτικών ρυθμίσεων σε ό,τι αφορά το πλαίσιο λειτουργίας των εκπτώσεων, προσφορών και προωθητικών ενεργειών. Η διαδικασία της ανασυγκρότησης του λιανικού εμπορίου θα πρέπει, συνεπώς, να ενταχθεί στο ευρύτερο πλαίσιο της παραγωγικής ανασυγκρότησης που υλοποιείται από την Πολιτεία, προκειμένου να αναδειχθεί η μεγάλη δυναμική του κλάδου και να μπορέσει το ελληνικό λιανεμπόριο να αποτελέσει βασικό μοχλό της βιώσιμης ανάπτυξης.



Κάθε εξέλιξη έχει ενέργεια



Στη ΔΕΗ επενδύουμε σε σύγχρονες, φιλικές προς το περιβάλλον μονάδες και έργα υποδομής που ενισχύουν την εθνική μας οικονομία και δημιουργούν υπεραξίες για τις τοπικές κοινωνίες. Συγκεκριμένα, τα τελευταία τέσσερα χρόνια **ολοκληρώσαμε συνολικές επενδύσεις ύψους 4 δισ. ευρώ**, όπως είναι η **νέα μονάδα φυσικού αερίου στο Αλιβέρι**, ο **νέος υδροηλεκτρικός σταθμός του Ιλαρίωνα** και η **νέα μονάδα φυσικού αερίου στη Μεγαλόπολη** που βρίσκεται στο στάδιο της δοκιμαστικής λειτουργίας. Παράλληλα υλοποιήσαμε **έργα Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας** και ένα **μεγάλο αριθμό περιβαλλοντικών έργων**. Συνεχίζουμε το επενδυτικό μας πρόγραμμα δυναμικά με τη **νέα λιγνιτική μονάδα Πτολεμαΐδα V**, μία από τις μεγαλύτερες παραγωγικές επενδύσεις που έχουν γίνει στη χώρα και η μεγαλύτερη από όλες τις ενεργειακές επενδύσεις που έχουν υλοποιηθεί μέχρι σήμερα.



Ενέργεια για κάθε άνθρωπο

www.dei.gr

Οι βασικότερες αλλαγές της μεταρρυθμιστικής προσπάθειας των εγχώριων επιχειρήσεων του κλάδου, ώστε να καταστούν πιο ανταγωνιστικές, θα μπορούσαν να είναι: η δημιουργία από τις δυναμικές επιχειρήσεις αλυσίδων αξίας με συμμετοχή και ωφέλεια όλων των εγχώριων επιχειρήσεων, η ενίσχυση των συνεργειών μεταξύ των εμπορικών επιχειρήσεων ή ακόμη η ανάπτυξη εξειδικευμένων καταστημάτων και η υιοθέτηση σύγχρονων μέσων πώλησης.

Προς αυτή την κατεύθυνση της συνολικής αναμόρφωσης του κλάδου, θα συμβάλουν καθοριστικά η μείωση του μεταφορικού κόστους μέσω της ανάπτυξης των δικτύων εφοδιασμού και μεταφορών, η εξισορρόπηση της λειτουργίας των δικτύων καταστημάτων των μεγάλων αλυσίδων μέσω της εξυγίανσης των χρηματοοικονομικών τους στοιχείων, της απόδοσης κινήτρων για ενίσχυση της απασχόλησης και της αναβάθμισης των δομών υποστήριξης πελατών και μεθόδων εξπηρέτησης, καθώς και η θεσμοθέτηση απλοποιημένων και απολύτως διαφανών κανόνων λειτουργίας σε όλο το εύρος των δραστηριοτήτων του οργανωμένου λιανεμπορίου με ταυτόχρονη προάσπιση τόσο των δικαιωμάτων των καταναλωτών, όσο και των παραγωγών.

Ο δικός μας ο ρόλος ως Γενική Γραμματεία Εμπορίου και Προστασίας Καταναλωτή είναι μέσα από ένα φιλόδοξο μεταρρυθμιστικό πλαίσιο να συνδράμουμε τις επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου στην προσπάθεια αξιοποίησης και μεγιστοποίησης των ευκαιριών που δημιουργούνται για καινοτομία, εξωστρέφεια και ανάπτυξη.

Για την υλοποίηση αυτού του στόχου, εργαζόμαστε πάνω σε τρεις άξονες προτεραιότητας: απλοποίηση διοικητικών διαδικασιών, ενίσχυση της καινοτομίας και ανάληψη πρωτοβουλιών για τη βελτίωση και παράλληλη λειτουργία της αγοράς.

Ο πρώτος στόχος αφορά την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας μέσω της περαιτέρω απλοποίησης των διαδικασιών σύστασης επιχειρήσεων και της ενίσχυσης των αρμοδιοτήτων των Υπηρεσιών μιας Στάσης. Το σχετικό σχέδιο νόμου έχει ήδη τεθεί σε δημόσια διαβούλευση και προβλέπει την απόδοση κωδικών TAXIS για τις νέες επιχειρήσεις μέσω των ΥΜΣ, ενώ σε συνεργασία με το Υπουργείο Εργασίας εξετάζουμε από κοινού τη δυνατότητα εγγραφής στον Ενιαίο Φορέα Κοινωνικής Ασφάλισης από την ίδια υπηρεσία όπου θα συστήνεται η κάθε επιχείρηση.





Προς την κατεύθυνση της διευκόλυνσης του επιχειρηματικού κόσμου εντάσσεται και ο σχεδιασμός μας για δημιουργία Κέντρων Υποστήριξης και Εξυπηρέτησης Επιχειρήσεων, σε συνεργασία με τα Επιμελητήρια, όπου θα διεκπεραιώνονται οι διαδικασίες των επιχειρήσεων με το δημόσιο και θα παρέχονται υπηρεσίες συμβουλευτικής υποστήριξης, κυρίως στα πρώτα βήματα μιας επιχείρησης.

Ο δεύτερος άξονας αφορά την ενίσχυση της καινοτομίας στο λιανικό εμπόριο. Για αυτό, η Γενική Γραμματεία Εμπορίου βρίσκεται ήδη σε συνεργασία με τους θεσμοθετημένους εκπροσώπους του εμπορικού κόσμου τόσο για την ανάπτυξη των ανοιχτών εμπορικών κέντρων, προς όφελος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων του κλάδου, όσο και για την εκπόνηση και υλοποίηση μιας συνεκτικής εθνικής στρατηγικής για το ηλεκτρονικό εμπόριο. Στόχος μας είναι η ανάπτυξη του ηλεκτρονικού εμπορίου και της ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας, που ούτως ή άλλως καταγράφει μια αξιοσημείωτη δυναμική και αφορά πλέον τη συντριπτική πλειοψηφία του κλάδου, να επωφεληθεί των διαθέσιμων χρηματοδοτικών εργαλείων, προκειμένου να υπάρξει βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος των επιχειρήσεων στην κατεύθυνση

της διεύρυνσης των καναλιών προώθησης και διάθεσης των προϊόντων και των υπηρεσιών, καθώς και στην ενίσχυση των καινοτόμων επιχειρηματικών δικτύων ανάπτυξης του κλάδου.

Οι συγχρηματοδοτούμενες δράσεις του ΕΣΠΑ που θα προκηρυχθούν άμεσα θα προβλέπουν μεταξύ άλλων και τη δυνατότητα ενίσχυσης της ψηφιακής λειτουργίας και θα απευθύνονται σε μικρομεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις. Τέλος, στην προσπάθεια της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου να συμβάλει στην εποπτεία και τη βελτίωση της λειτουργίας της αγοράς έχει αναληφθεί, σε συνεργασία με το σύνολο των εποπτικών αρχών, μία σειρά πρωτοβουλιών για συντονισμένες δράσεις εναντίον της παραοικονομίας και του παραεμπορίου, οι οποίες στοχεύουν στην άμεση ενίσχυση του υγιούς ανταγωνισμού και της εμπιστοσύνης των καταναλωτών στην αγορά. Σχεδιάζουμε, επίσης, να αξιοποιήσουμε τα πληροφοριακά συστήματα που ήδη διαθέτει το δημόσιο για την εποπτεία της αγοράς, προκειμένου να αυτοματοποιηθούν οι διαδικασίες, να βελτιωθεί η ποιότητα της πληροφόρησης και να μειωθεί στο ελάχιστο δυνατό το διοικητικό βάρος για τους εμπόρους. ●



Άννα-Μισέλ Ασημακοπούλου
Βουλευτίς,
Υπεύθυνη «Τομέα Ανάπτυξης
& Ανταγωνιστικότητας» της ΝΔ

Η έξοδος από την κρίση περνά μέσα από ένα νέο αναπτυξιακό μοντέλο

Το σημερινό «περιβάλλον» μέσα στο οποίο λειτουργούν οι διάφορες «αγορές» στη χώρα μας τα τελευταία χρόνια χαρακτηρίζεται από:

- Οδυνηρά υψηλή φορολογία,
- Χαμηλή αφομοίωση έρευνας και καινοτομιών,
- Έλλειψη ισχυρού εξωστρεφούς προσανατολισμού,
- Υπερρυθμισμένο από τη διοίκηση περιβάλλον με υπέρμετρο προστατευτισμό και μονοπωλιακές παρενέργειες, και
- Υπέρμετρη ισχύ συντεχνιών και ομάδων πίεσης για την υπεράσπιση των συμφερόντων τους και σε βάρος του κοινωνικού συνόλου.

Τα τελευταία χρόνια, της «κρίσης» στα παραπάνω έρχεται να προστεθεί και η ασφυκτικά αυξανόμενη δυσκολία χρηματοδότησης των επιχειρήσεών μας.

“ Η τόνωση της ανταγωνιστικότητας της πραγματικής οικονομίας μας καθίσταται το κεντρικό ζητούμενο, σε μια νέας λογικής οικονομική πολιτική: Εδώ βρίσκεται η μοναδική πραγματική πόρτα εξόδου από την πολύπλευρη σημερινή κρίση της πατρίδας μας... ”

Ένα τέτοιο περιβάλλον αποτελεί τροχοπέδη στη δημιουργία κάθε αναπτυξιακής προοπτικής για τη χώρα και στραγγαλίζει τις δυνατότητες που έχει αυτός ο τόπος. Για αυτό και είναι αναγκαία η αναδιάρθρωσή του, προκειμένου να καταστεί φιλόξενο για την επώαση της ανάπτυξης και την επανεκκίνηση της οικονομίας και της αγοράς.

Χτίζοντας ένα νέο αναπτυξιακό μοντέλο

Βιώνοντας άμεσα την κρίση, γίνεται, πλέον, σαφές πως τόσο το ζήτημα της κρίσης, όσο κι αυτό της ανάπτυξης, πρέπει πάντοτε να γίνονται αντιληπτά σε δυναμικά συνδυαστικούς όρους που θα λαμβάνουν υπόψη τους την κοινωνική και την οικονομική πραγματικότητα, αλλά και δεν θα εγκλωβίζονται από αυτές.

Γίνεται, επίσης, σαφές πως ο «οικονομικός κινητήρας» της χώρας πρέπει να περιβάλλεται από «μηχανισμούς κοινωνικής άμυνας και προστασίας», για να μπορεί να αντέχει στους κραδασμούς των διεθνών αγορών.

Και πως αυτή η αναγκαία κοινωνική ευαισθησία ποτέ δεν είναι «δωρεάν»: απαιτεί πόρους και προϋποθέτει ισχυρή οικονομία. Εδώ ακριβώς, το ζήτημα της Ανταγωνιστικότητας των Επιχειρήσεών μας δεν μπορεί να διατηρεί, πλέον, δευτερεύοντα αναλυτικό ρόλο.

Ο αναποτελεσματικός κρατικός μηχανισμός...

Ο κρατικός μηχανισμός της πατρίδας μας

είναι, όντως, σε πολλά σημεία του υπερδιογκωμένος, αναχρονιστικός και σπάταλος. Η προσπάθεια αναδιοργάνωσης και εξορθολογισμού του αποτελεί κεντρικό σημείο στη χάραξη ενός νέου μοντέλου ανάπτυξης για την κοινωνία μας. Για την αναδιάρθρωσή του, όμως, η λογική της «οριζόντιας συρρίκνωσης χωρίς διακρίσεις» εκτός από αναποτελεσματική είναι και επικίνδυνη. Απαιτούνται άμεσα εστιασμένες μελέτες και συγκεκριμένη αποτίμηση της επιμέρους αποτελεσματικότητας-αναποτελεσματικότητάς του.

Αναθεώρηση του Καταναλωτικού Προτύπου και Παραγωγικός Αναπροσανατολισμός

Αποδεικνύεται, επίσης, με επώδυνο τρόπο στις μέρες μας, πως η ελληνική κοινωνία δεν μπορεί (δεν θα μπορούσε, επί μακρόν, έτσι ή αλλιώς...) να συνεχίζει να επιβιώνει ισορροπημένα, από την μια, υιοθετώντας με επιταχυνόμενους ρυθμούς τα υψηλά καταναλωτικά πρότυπα της «αναπτυγμένης Δύσης» συνεχίζοντας, όμως, σε μεγάλο βαθμό να παράγει με την παραδοσιακή «ανατολίτικη», εσωστρεφή και κρατικοδίαιτη λογική της.

Η βραχύπνοη καταναλωτική ευμάρεια που επέτρεψε ο υπερβολικός διεθνής δανεισμός της χώρας μας βρίσκεται στην προμετωπίδα της παρούσας κρίσης. Από εδώ και πέρα, πρέπει να γίνει απολύτως συνειδητό στην κοινωνία μας πως η εποχή της «δανειακής ραστώνης» έχει περάσει ανεπιστρεπτί. Στον βαθμό που επιθυμούμε ως κοινωνία να προσβλέπουμε σε μια βελτίωση του βιοτικού μας επιπέδου, παράλληλη μ' αυτήν του σύγχρονου δυτικού κόσμου, είναι απολύτως αναγκαίο να αναδιατάξουμε και να εκσυγχρονίσουμε δραστικά την παραγωγική βάση της κοινωνίας μας.

Οφείλουμε να ενισχύσουμε συστηματικά το υλικό και, κυρίως, το άυλο και γνωστικό δυναμικό των επιχειρήσεών μας, με ολοκληρωμένο και συνεκτικό τρόπο, ώστε να αναστρέψουμε, όσο το δυνατόν γρηγορότερα, τη φθίνουσα πορεία της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας μας.

Ανταγωνιστικότητα

Πρέπει να γίνει συνειδητό και να υπογραμμισθεί με κάθε τρόπο πως η τόνωση της ανταγωνιστικότητας



της πραγματικής οικονομίας μας καθίσταται το κεντρικό ζητούμενο, σε μια νέας λογικής οικονομική πολιτική: Εδώ βρίσκεται η μοναδική πραγματική πόρτα εξόδου από την πολύπλευρη σημερινή κρίση της πατρίδας μας...

Στην πραγματικότητα, χωρίς επαρκώς ανταγωνιστικές επιχειρήσεις εγκατεστημένες στη χώρα μας, η έξοδος από την παρούσα κρίση, η παραγωγή νέου πλούτου, η δημιουργία νέων, καλά αμειβομένων θέσεων εργασίας και η δόμηση μιας νέας τροχιάς οικονομικής ανάπτυξης, καθίστανται αδύνατα.

Και χωρίς τη σύσταση μια νέας δυναμικής και διατηρήσιμης οικονομικής ανάπτυξης, κάθε ελπίδα για συνολική κοινωνική ανάπτυξη δεν μπορεί παρά να καταλήξει, για μια ακόμη φορά, σε μια οδυνηρή ψευδαίσθηση.

Αντληση, Δημιουργία και Διάχυση Γνώσης

Η αναβάθμιση της ποιότητας και η συγκράτηση των τιμών της εθνικής μας παραγωγής δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί αυτόματα και χωρίς συστηματικό σχέδιο. Δεν πρόκειται για ένα απλό ζήτημα «φιλοτιμίας» ή περαιτέρω «σφιξίματος του ζωναριού»: Η συγκεκριμένη προβληματική της υστέρησης της ανταγωνιστικότητάς μας περιέχει συγκεκριμένο διαρθρωτικό και ιστορικό προσδιορισμό και δυναμική.

Η έξοδος από την κρίση ανταγωνιστικότητας απαιτεί ολοκληρωμένο πολιτικό σχέδιο και πολλαπλές κοινωνικοοικονομικές τομές.

Στο βάθος, οφείλουμε να κατανοήσουμε ως κοινωνία πως δεν είναι πλέον δυνατόν να επιβιώνουμε αναπαράγοντας ένα κορεσμένο (και διεθνώς ξεπερασμένο) πρότυπο («στρεβλής και ατελούς») ανάπτυξης. Ένα μη-βιώσιμο μοντέλο ανάπτυξης:



- Που εστιάζει μονοδιάστατα στις «ποσότητες» και αγνοεί τις «ποιότητες».
- Που εστιάζει στο «σήμερα» και αδιαφορεί για το «αύριο».
- Που εξαντλείται σε αποσπασματικές λύσεις-«ανάσας» και σε «μπαλώματα» και αρνείται οποιαδήποτε συνεκτική προοπτική.

Καλλιέργεια της Δημιουργικότητας και της Καινοτομίας

Η αναγκαία πορεία για την απελευθέρωση του δημιουργικού δυναμικού της κοινωνίας μας και η ενθάρρυνση της καινοτομικής δράσης του, σε κάθε επίπεδο της ζωής μας, δεν θα είναι εύκολη.

Η περίοδος αναξιοκρατίας, βολέματος και «σιωπηλής τιμωρίας της δημιουργικότητας» που επικράτησε στη χώρα μας, εκτός του ότι μας έφερε στη ση-

μερινή κατάσταση της βαθιάς κρίσης, «κατάφερε» εν τω μεταξύ κι έκτισε ισχυρά «ιδεολογικά αναχώματα».

Έθεσε σε θέση κυριαρχίας τη νοοτροπία του «καλοπληρωμένου αργοθεσίτη», αναπαρήγαγε και εξάπλωσε «ιδιαιτέρως αποτελεσματικά» ένα πλήθος κατεστημένων «μικρο-συμφερόντων». Συμφερόντων που αντιμάχονται και δεν θα πάψουν να αντιμάχονται –άμεσα και έμμεσα– κάθε καινοτομικό ρεύμα στην κοινωνία μας.

Η αντίστροφη της σημερινής τροχιάς απαιτεί πολιτικό θάρρος, επίμονη, υπομονή και συνεκτικό σχεδιασμό.

Εξωστρέφεια και Έλκυση Επενδύσεων

Παρότι η κρίση «καλπάζει», η κοινωνία μας συνεχίζει να αναλώνεται σε έναν επιφανειακό και ασπόν-



δυο τρόπο αντίληψης της τρέχουσας, παγκόσμιας οικονομικής αναδιάρθρωσης, καθώς και της μελλοντικής της θέσης μέσα στο παγκόσμιο γίγνεσθαι.

Μια νέα, εξωστρεφής αντίληψη του «τι κάνουμε» μέσα στο παγκόσμιο εργοτάξιο καθίσταται, πλέον, απολύτως επιβεβλημένη.

Η δυνατότητά μας να διατηρήσουμε και να εξαπλώσουμε τις θέσεις των προϊόντων και των υπηρεσιών μας στις διεθνείς αγορές, όπως και η ικανότητα μας να ελκύσουμε και να αξιοποιήσουμε στη χώρα μας νέες επενδύσεις από το εξωτερικό, θα προσδιορίσουν σε μεγάλο βαθμό τον ρυθμό εξόδου της οικονομίας και της κοινωνίας μας από την παρούσα μέγγενη της ύφεσης.

Οι βασικοί άξονες μιας Νέας Οικονομικής Πολιτικής με εστίαση στην «Αγορά»

Για το μακρόπνοο ξεπέρασμα της κρίσης, χρειάζεται μια ισχυρή, καινοτομική και προσαρμοστική Επιχειρηματικότητα.

Χωρίς καινοτόμο και προσαρμοστική επιχειρηματικότητα δεν παράγονται κέρδη και εισοδήματα: χωρίς κέρδη και εισοδήματα δεν έχεις φορολογικούς πόρους.

Στο βάθος, η ίδια η έννοια της επιχειρηματικότητας πρέπει επιτέλους να «απενοχοποιηθεί» και να ενισχυθεί στη συλλογική μας συνείδηση και, συγχρόνως, να εκσυγχρονισθεί/μετεξελιχθεί λειτουργικά, στην

πράξη, σε όλα τα επίπεδά της: συγχρόνως, σε όρους και Στρατηγικής και Τεχνολογίας και Management.

Πρέπει να συνειδητοποιήσουμε, χωρίς υπεκφυγές, πως χωρίς βιώσιμη –δηλαδή, κερδοφόρα– Επιχειρηματικότητα δεν μπορεί να υπάρξει, πλέον, μακρόπνοη ανάπτυξη είτε σε τοπικούς είτε σε εθνικούς όρους.

Το ξεπέρασμα της παραγωγικής μας καθυστέρησης

Η Επιχειρηματικότητά μας οφείλει να εμπλουτισθεί, να εκσυγχρονισθεί πολύπλευρα, με γρήγορους ρυθμούς και να αποκτήσει ισχυρότερη ενεργητική προσαρμοστικότητα και μεγαλύτερο καινοτομικό βεληνεκές.

Στην πράξη, χρειάζεται να αντληθούν, να δημιουργηθούν και να διαχυθούν στον παραγωγικό ιστό της χώρας μας σύγχρονες παραγωγικές αντιλήψεις, νέες πρακτικές και μέθοδοι: και αυτό άμεσα και σε όλα τα επίπεδά του. Και η τυπική μικρομεσαία ελληνική επιχείρηση, ο επονομαζόμενος «κορμός» του παραγωγικού δυναμικού της χώρας μας, πρέπει να εστιάσει, πλέον, με επιμονή στην αφομοίωση νέων, αποτελεσματικότερων διοικητικών μεθοδολογιών, νέων τεχνολογικών δεδομένων και νέων στρατηγικών εργαλείων και κατευθύνσεων.

Νέα γνώση, νέα γνώση και νέα γνώση

Δεν πρέπει να ξεχνούμε πως πίσω από την καινοτομική δράση βρίσκεται πάντοτε ο δημιουργικός άν-



θρωπος, η εμπειρία και η πολύπλευρη κατάρτιση του.

Η καινοτομία όμως, ακόμα περισσότερο σε συνθήκες έντονου παγκόσμιου ανταγωνισμού, δεν είναι ένα εύκολο ζητούμενο: απαιτεί πέρα από το θάρρος και τη διάθεση ανάληψης ρίσκου, ανοικτό πνεύμα και κριτική γνώση, πολλαπλές ικανότητες και πρόσβαση στα σύγχρονα επιστημονικά δεδομένα. Η αποτελεσματική καινοτομία απαιτεί, επιπλέον, συστηματική διαχείριση της εσωτερικής και εξωτερικής αλλαγής που προκαλεί. Και η απαιτούμενη συστηματική διαχείριση της αλλαγής, με την σειρά της, δεν μπορεί παρά να βασίζεται σε μια συνεχή και διευρυνόμενη παροχή επιστημονικής γνώσης, στον κόσμο των επιχειρήσεών μας.

Ενισχύσεις & Υποδομές

Οι χρηματοοικονομικές ενισχύσεις, επιδοτήσεις και επιχορηγήσεις στις επιχειρήσεις δεν μπορούν να θεωρούνται, πλέον, ως το μοναδικό αποτελεσματικό εργαλείο ανάπτυξης.

Η εποχή του «Κράτους-σιτιστή» πρέπει να κλείσει: Το σημαντικό καθίσταται, πλέον, να βοηθηθούν οι επιχειρήσεις του τόπου, ώστε «να μάθουν να σιτίζονται μόνες τους», μέσα στις συνθήκες του έντονου παγκόσμιου ανταγωνισμού. Η κρατική παρέμβαση, αν θέλει να διεκδικήσει ένα νέο πραγματικά γόνιμο ρόλο στη νέα εποχή που ανατέλλει, οφείλει να βοηθήσει κυρίως προς την κατεύθυνση της διάχυσης της αναγκαίας γνώσης και της πληροφορίας στις επιχειρήσεις μας. Στην παροχή της απόλυτα κρίσιμης ως προς τη σημασία της, σύγχρονης και συνεχώς εξελισσόμενης, παραγωγικής γνώσης και τεχνογνωσίας.

Η εποχή μιας «έξυπνης» και ευέλικτης κρατικής παρέμβασης, με κύριο στόχο την άρση των εμποδίων και τη συνεχή γνωστική ενδυνάμωση της οικονομίας και της κοινωνίας μας πρέπει, επιτέλους, να ξεκινήσει με γρήγορο ρυθμό. Και υπ' αυτή την έννοια, η δημιουργία «άυλων και γνωστικών υποδομών» αποκτά, πλέον, μεγαλύτερη σημασία έναντι των «υλικών υποδομών».

Ο ρόλος της πολιτικής

Διαχρονικά η πολιτική κατέχει καίριο ρόλο τόσο στη χάραξη και τον σχεδιασμό της αναπτυξιακής προοπτικής μιας χώρας, όσο και στη συνεχή αξιολόγηση και έλεγχο όλων των παραμέτρων που συνθέτουν

“Οι χρηματοοικονομικές ενισχύσεις, επιδοτήσεις και επιχορηγήσεις στις επιχειρήσεις δεν μπορούν να θεωρούνται, πλέον, ως το μοναδικό αποτελεσματικό εργαλείο ανάπτυξης. Η εποχή του «Κράτους-σιτιστή» πρέπει να κλείσει.”

το παραγωγικό μοντέλο και την ανάπτυξη μιας οικονομίας.

Η πολιτική, κυρίως αφουγκραζόμενη τις δυνατότητες, τις προοπτικές αλλά και τις προκλήσεις μιας οικονομίας, οφείλει πρώτα να λάβει όλα εκείνα τα μέτρα που θα συνθέσουν ένα σταθερό και γόνιμο πλαίσιο στήριξης μιας αναπτυξιακής πολιτικής με μακροπρόθεσμο ορίζοντα, στεκούμενη πάντα ως αρωγός και όχι ως τιμωρός των υγιών δυνάμεων της οικονομίας, παρέχοντας τα σωστά κίνητρα που θα ενεργοποιήσουν και θα υποστηρίξουν την αναπτυξιακή της πορεία.

Ένα από τα μεγαλύτερα μαθήματα που μας έχει διδάξει η κρίση των τελευταίων ετών είναι ότι η πολιτική δεν μπορεί να αφήνεται σε πρόχειρους και κοντόφθαλμους σχεδιασμούς. Απαιτούνται γενναίες αποφάσεις και εμπνευσμένο όραμα, ούτως ώστε να παραχθούν όλες οι ικανές και αναγκαίες συνθήκες για την εκρίζωση απαρχαιωμένων αντιλήψεων και πρακτικών, την εισαγωγή νέων ιδεών, την καλλιέργεια κλίματος εμπιστοσύνης ανάμεσα στο κράτος και τους πολίτες, –που αποτελούν άλλωστε και τους πραγματικούς φορείς της ανάπτυξης– και την εγκαθίδρυση ενός κοινωνικά δίκαιου συστήματος, όπου όλοι θα απολαμβάνουν μερίδιο του παραγόμενου πλούτου.

Αυτό που μένει λοιπόν είναι η βέλτιστη αξιοποίηση των δυνατοτήτων που διαθέτει η χώρα, μέσα στις οποίες περιλαμβάνονται τα αναπτυξιακά εργαλεία και η πρόσβαση σε δεξαμενές άντλησης βέλτιστων πρακτικών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, παράλληλα με την υιοθέτηση τολμηρών ρεαλιστικών μεταρρυθμίσεων και τη ρήξη με αναχρονιστικές αντιλήψεις και ιδεοληψίες που καθηλώνουν.

Σήμερα κιάλας. Αύριο θα είναι αργά. ●



Αντώνης Μακρής
Πρόεδρος ΣΕΛΠΕ

Η οικονομία της αγοράς σήμερα και αύριο στη χώρα μας

Υπάρχει ένας διαρκής προβληματισμός όσον αφορά το θέμα της πραγματικής απεικόνισης των στοιχείων της οικονομίας. Είτε αυτό αφορά τα στοιχεία της Εθνικής στατιστικής αρχής είτε αφορά τα απλά, δηλαδή το πώς πάει ο τζίρος και η απασχόληση στον κλάδο του Εμπορίου στη χώρα μας κ.λπ.

Όλοι γνωρίζουμε τη σημασία των εν λόγω στοιχείων και η αντίστοιχη συζήτηση είναι πάντοτε δραματικά επίκαιρη. Διότι όλα τα μεγέθη του δημοσιονομικού προβλήματος της χώρας και η ανάλυση της οικονομίας στηρίζεται σε αυτά.

Όμως πρέπει βεβαίως να παρακολουθούμε με σκεπτικισμό τα αναφερόμενα αριθμητικά στοιχεία, διότι στη χώρα μας επικρατούν ιδιότυπες συνθήκες όσον αφορά τα δεδομένα, καθώς και τα στοιχεία, όπως απεικονίζονται και καταγράφονται. Η παραοικονομία πλέον είναι κοινά αποδεκτό ότι πλησιάζει το 35%

“ Η χώρα μας θα σωθεί μόνο από τη ρευστότητα που θα προκύψει μέσω νέων επενδύσεων που θα ωθήσουν τις εξαγωγές προϊόντων και υπηρεσιών, συνεπικουρούμενες, βεβαίως, από τον τουρισμό και τη ναυτιλία. ”

με 40% της επίσημης οικονομίας. Μεγάλο θέμα προκαλείται επίσης από την εισφοροδιαφυγή και την αδήλωτη εργασία.

Το επικίνδυνο για την υγεία της αγοράς είναι το γεγονός ότι παίρνονται αποφάσεις όσον αφορά το «επιχειρείν», χωρίς να λαμβάνονται υπόψη οι παγιωμένοι αλλά άτυποι κανόνες φυσιολογικής λειτουργίας της αγοράς, η παράβαση των οποίων μπορεί να δημιουργήσει τερατογενέσεις με άμεση επιπλοκή στην καθημερινότητα της αγοράς, καθώς και στην οικονομία της χώρας.

Η ελληνική αγορά δεν χρειάζεται παρεμβάσεις από εξωγενείς παράγοντες, αλλά απαιτεί μόνο την ησυχία της και τον κατάλληλο χρόνο να ενσωματώσει οποιαδήποτε παρέμβαση της πολιτείας στον δομικό ιστό της.

Ο μοναδικός τρόπος που μπορεί να αναπτυχθεί δεν είναι οι επενδυτικοί νόμοι αλλά η βελτίωση των παραγόντων που συντελούν στην ορθολογική και –σε βάθος χρόνου τουλάχιστον δεκαετίας– υγιή ανάπτυξη και απόδοση κερδών από τις εν λόγω επενδύσεις.

Μεγαλύτερη καταρχάς είναι η σημασία της σταθερότητας στο μεσοπρόθεσμο χρονικό διάστημα και σε δεύτερο χρόνο, αλλά εξίσου σημαντικό είναι και το ύψος όλων των μεγεθών της οικονομίας που λειτουργούν αποτελεσματικά στη δημιουργία υγιών και αποδοτικών μονάδων.

Τα στοιχεία που λαμβάνονται υπόψη από τους υποψήφιους επενδυτές, εγχώριους και εξωχώριους, είναι:

- η πολιτική σταθερότητα,
- η πρόσβαση στη ρευστότητα,
- το εργασιακό,
- το ασφαλιστικό,
- το φορολογικό,
- η απονομή της Δικαιοσύνης,
- τα ηλεκτρονικά δίκτυα,
- η προσβασιμότητα και εύκολη διακίνηση αγαθών,
- η χρήση γης,

- η αποδοχή και ανοχή της πολιτείας στην επιχειρηματικότητα και
- ο επενδυτικός Νόμος.

Για να πορευτούμε, ωστόσο, προς την ορθή κατεύθυνση υπάρχουν προϋποθέσεις, όπως αναλύονται κατωτέρω:

- Πρέπει όλοι οι Έλληνες πολίτες και κυρίως τα νεαρά άτομα να επανεκπαιδευτούν στην αποδοχή της επιχειρηματικότητας ως πρωτεύοντα παράγοντα δημιουργίας πλούτου.



- Οφείλουν όλοι να αποδεχτούν την έννοια της υγιούς επιχειρηματικότητας.
- Να αποδεχτούν επίσης ότι οι θέσεις εργασίας έρχονται με νέες επενδύσεις.
- Να συμφωνήσουν ότι η αγορά της χώρας μας είναι μικρή, για να απορροφήσει την παραγωγή από τη δημιουργία μεγάλων μονάδων. Άρα, χρειάζονται επενδύσεις ανταγωνιστικών προϊόντων παγκόσμιας εμβέλειας, και τέλος
- Οι μικρές χώρες πρέπει να στηρίζουν επενδύσεις στη νέα τεχνολογία και μέσω αυτής στην παροχή νέων υπηρεσιών.

Το χρήμα που κυκλοφορεί στη χώρα μας, επίσημο ή μαύρο, μπορεί, στην καλύτερη περίπτωση, να παράγει φόρους και, αν το κράτος είναι σοβαρό, να τους εισπράττει και να λειτουργεί αναδιανεμητικά και προστατευτικά.

Άρα, η χώρα μας θα σωθεί μόνο από τη ρευστότητα που θα προκύψει μέσω νέων επενδύσεων που θα ωθήσουν τις εξαγωγές προϊόντων και υπη-

ρεσιών, συνεπικουρούμενες, βεβαίως, από τον τουρισμό και τη ναυτιλία.

Ως εκ τούτου, πρέπει να στηριχθούν κατά κύριο λόγο οι επιχειρήσεις που ήδη έχουν αναπτύξει επιχειρηματικότητα εδώ και έχουν αποδεχθεί και προσαρμοστεί στα δεδομένα της χώρας.

Μία αισιόδοξη προοπτική

είναι ότι η χώρα μας έχει επιλεγεί από έναν παγκόσμιο παραγωγό και εμπορικό παίκτη, την Κίνα, να λειτουργήσει προσωρινά ως μεταφορέας των προϊόντων προέλευσης και παραγωγής της για διοχέτευση στην Ευρώπη.



Θεωρώ ότι θα είναι σχετικά εύκολο με τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος να δημιουργηθεί στη χώρα μας δευτερογενής παραγωγή από επενδύσεις των ήδη συνεργαζόμενων εταιρειών για τη μεταφορά των προϊόντων τους.

Ισχυρό κίνητρο είναι το γεγονός ότι θα αποκτήσουν το made in Europe και θα διακινούν στην Ευρώπη προϊόντα χωρίς το συναλλαγματικό ρίσκο.

Άλλωστε, όταν δεν έχεις τίποτε να αναδείξεις στο συγκεκριμένο πεδίο της δευτερογενούς παραγωγής, μπορεί ξαφνικά να γίνεις «παίκτης»

και με την ελάχιστη δυνατή επένδυση.

Λαμπρό παράδειγμα, τέλος, σε άλλη κατηγορία προϊόντων και παροχής υπηρεσιών αποτελεί η εγκατάσταση και λειτουργία της κινητής τηλεφωνίας στην Ελλάδα. ●





Γεώργιος Μπάλτας
Καθηγητής του Οικονομικού
Πανεπιστημίου Αθηνών
Διευθυντής του μεταπτυχιακού
προγράμματος μάρκετινγκ &
επικοινωνίας

Το λιανικό εμπόριο ενώπιον μεγάλων αλλαγών στην καταναλωτική συμπεριφορά

Οι επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου υπέστησαν πρώτες τις συνέπειες της κρίσης και σύμφωνα με όλα τα δεδομένα συνεχίζουν να βρίσκονται μέσα σε ένα απειλητικό και αβέβαιο οικονομικό περιβάλλον. Η κρίση οδήγησε σε κλείσιμο μικρότερες αλλά και μεγαλύτερες εμπορικές επιχειρήσεις και πολλές από εκείνες που έχουν κρατηθεί σε λειτουργία αντιμετωπίζουν πολύ σοβαρά προβλήματα.

Οι εμπορικές επιχειρήσεις μικρού και μεσαίου μεγέθους είναι περισσότερο ευάλωτες, αλλά είναι ταυτόχρονα περισσότερο ευέλικτες. Μία μικρομεσαία εμπορική επιχείρηση μπορεί να αντιμετωπίσει τις απειλές του περιβάλλοντος και να επιβιώσει, όταν εκμεταλλευτεί την ευελιξία και την προσαρμοστικότητα που δίνουν το μέγεθός της και η απλούστερη διοικητική δομή. Είναι αλήθεια ότι οι πολύ μεγάλοι λιανέμποροι με δίκτυο καταστημάτων απολαμβάνουν οικονομίες κλίμακας, διαθέτουν ισχυρές μάρκες με αναγνώριση και έχουν επιρροή που εκδηλώνεται σε διάφορα επίπεδα στην αγορά. Είναι όμως εξίσου αληθές ότι πάντα υπάρχουν ευκαιρίες για τις μικρότερες επιχειρήσεις που προσαρμόζονται καλύτερα και κινούνται ταχύτερα μέσα στο διαρκώς μεταβαλλόμενο οικονομικό και επιχειρηματικό περιβάλλον.

Όταν μιλάμε για τον κλάδο του λιανικού εμπορίου, μιλάμε για επιχειρήσεις που είναι σε διαρκή επαφή με τον καταναλωτή και εξαρτώνται άμεσα από τη συμπεριφορά του. Σε αυτόν τον κλάδο, το Α και το Ω της εμπορικής επιτυχίας είναι η κατανόηση της συμπεριφοράς του καταναλωτή και η προσαρμογή της εμπορικής στρατηγικής στις διαρκώς εξελισσόμενες ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών.

Είναι επομένως αναγκαίο να κατανοήσουμε την πραγματικότητα στην πλευρά της καταναλωτικής ζήτησης, γιατί μόνο η γνώση αυτής της πραγματικότητας μπορεί να βοηθήσει στη χάραξη της ορθής εμπορικής στρατηγικής. Οι αλλαγές που συντελέστηκαν την εποχή των μνημονίων και της μεγάλης κρίσης στην καταναλωτική συμπεριφορά των Ελλήνων είναι σημαντικές και καθοριστικές για την έκβαση κάθε εγχειρήματος στον κλάδο του λιανικού εμπορίου. Οι επιχειρηματίες και τα στελέχη του λιανικού εμπορίου θα πρέπει να γνωρίζουν ότι η καταναλωτική συμπεριφορά έχει αλλάξει

Είναι επομένως αναγκαίο να κατανοήσουμε την πραγματικότητα στην πλευρά της καταναλωτικής ζήτησης, γιατί μόνο η γνώση αυτής της πραγματικότητας μπορεί να βοηθήσει στη χάραξη της ορθής εμπορικής στρατηγικής. Οι αλλαγές που συντελέστηκαν την εποχή των μνημονίων και της μεγάλης κρίσης στην καταναλωτική συμπεριφορά των Ελλήνων είναι σημαντικές και καθοριστικές για την έκβαση κάθε εγχειρήματος στον κλάδο του λιανικού εμπορίου. Οι επιχειρηματίες και τα στελέχη του λιανικού εμπορίου θα πρέπει να γνωρίζουν ότι η καταναλωτική συμπεριφορά έχει αλλάξει

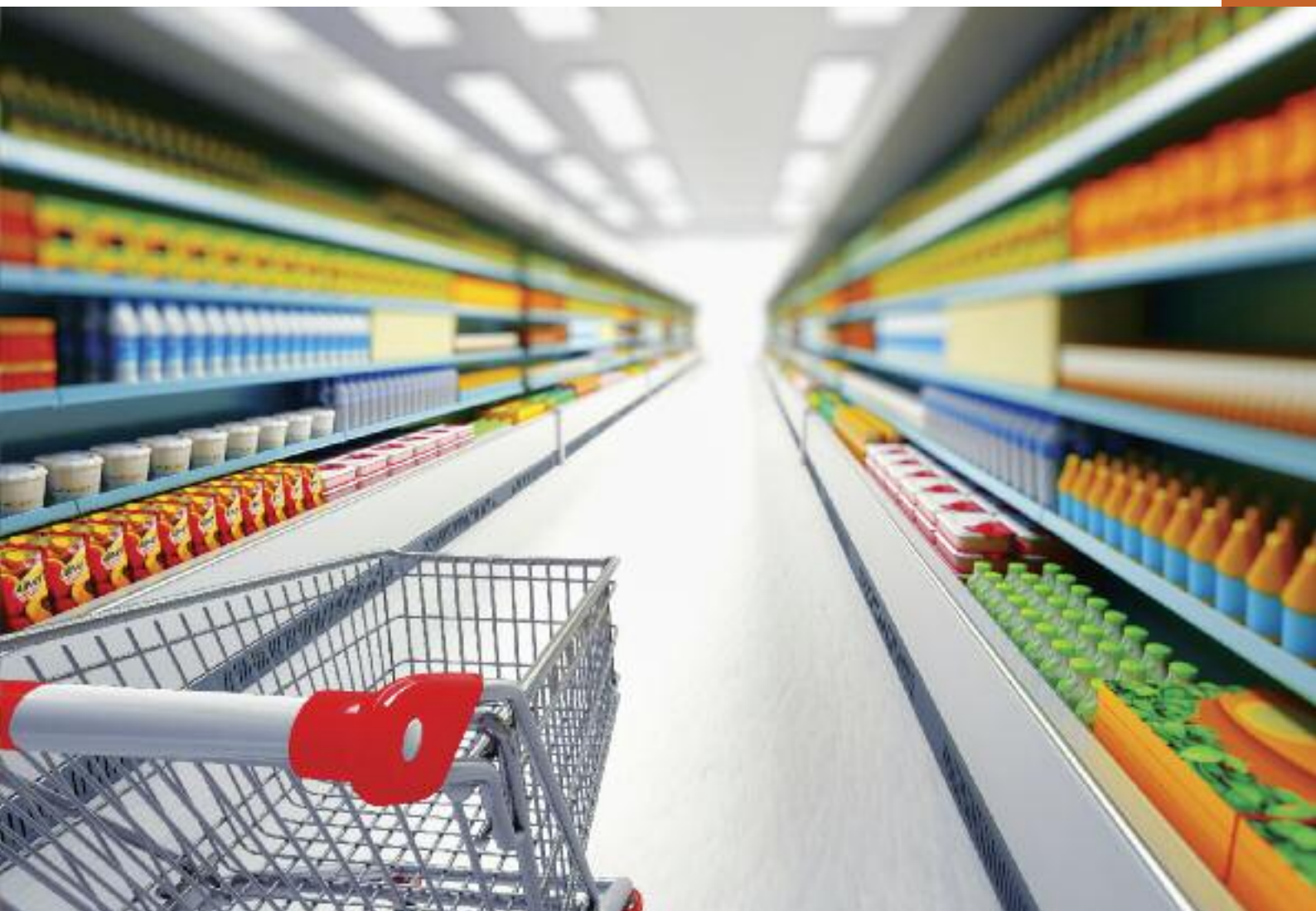
“ Στον κλάδο του λιανικού εμπορίου, το Α και το Ω της επιτυχίας είναι η κατανόηση της συμπεριφοράς του καταναλωτή και η προσαρμογή της εμπορικής στρατηγικής στις διαρκώς εξελισσόμενες ανάγκες και προτιμήσεις των πελατών. ”

οριστικά και θα συνεχίσει να αλλάζει σε μία διαρκή προσπάθεια προσαρμογής στα νέα οικονομικά και κοινωνικά δεδομένα, που είναι πολύ διαφορετικά σε σχέση με το παρελθόν. Όλες οι ενδείξεις συγκλίνουν στο ότι η κατάσταση θα συνεχίσει να είναι δυσχερής για πολύ μεγάλο τμήμα του ελληνικού πληθυσμού, που καλείται να αντέξει στις πιέσεις χαμηλών αμοιβών, υψηλής ανεργίας, υψηλών φόρων, μεγάλων εισφορών και δυσβάστακτου κόστους διαβίωσης.

Για τον λόγο αυτόν θα αναφερθώ συνοπτικά στις κύριες τάσεις που αποκαλύπτονται από τα εμπειρικά δεδομένα και τις έρευνες που έχουν διεξαχθεί στην ελληνική αγορά, επιλέγοντας τις τάσεις που εδραιώνονται ως μόνιμες συμπεριφορές των καταναλωτών και ως τέτοιες καλείται να τις αντιμετωπίσει το λιανικό εμπόριο.

Πρώτον, οι Έλληνες καταναλωτές στρέφονται πλέον μαζικά σε οικονομικότερες αγοραστικές επι-

λογές. Πρόκειται για μία καταναλωτική τάση που είχε ήδη εμφανιστεί πριν την έναρξη της κρίσης και έλαβε βέβαια τεράστιες διαστάσεις στα χρόνια που ακολούθησαν, με τους καταναλωτές να αναζητούν φθηνότερες αγοραστικές επιλογές, ώστε να καλύψουν βασικές ανάγκες με λιγότερα έξοδα. Στο σημείο αυτό πρέπει να υπογραμμισθεί η επίπτωση που έχει σε όλη την αγορά η συρρίκνωση και αποσύνθεση της μεσαίας τάξης, η οποία «φτωχοποιείται» και αδυνατεί πλέον να διατηρήσει το αντίστοιχο βιοτικό επίπεδο. Η εξέλιξη αυτή δημιουργεί νέα στρώματα «νεόπτωχων», που αναγκάζονται να αλλάξουν οικονομική και καταναλωτική συμπεριφορά. Σε αυτούς εντάσσονται σταδιακά όχι μόνο όσοι έχασαν την εργασία τους ή την επιχείρησή τους, αλλά και όσοι παραμένουν οικονομικά ενεργοί είτε ως μισθωτοί είτε ως επαγγελματίες και υφίστανται ραγδαία και βαθιά μείωση των αποδοχών τους.



Δεύτερον, η παρούσα συγκυρία ευνοεί ακόμα περισσότερο τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας, τα οποία εδραιώνονται στα ράφια των καταστημάτων και στις συνήθειες των καταναλωτών. Τα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας έχουν πλέον πολλές μορφές, παραλλαγές και επίπεδα τιμών, και θεωρούνται απαραίτητο συστατικό του κωδικολογίου των μεγαλύτερων εταιρειών λιανικού εμπορίου. Η ιδιωτική ετικέτα βρίσκεται σε μία φάση καθιέρωσης, όπου πολλά από τα προβλήματα της πρώιμης περιόδου έχουν αντιμετωπιστεί. Υπάρχει επίσης μεγάλη αύξηση των σχετικών κωδικών και παρατηρούμε πλέον πολύ μεγάλες διαφορές στα προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας τόσο μεταξύ ανταγωνιστικών αλυσίδων, όσο και μέσα στο κωδικολόγιο της ίδιας επιχείρησης. Για παράδειγμα, σήμερα βλέπουμε πολλές εταιρείες να διαθέτουν διαφορετικούς κωδικούς και πολλαπλές επωνυμίες ιδιωτικής ετικέτας μέσα στην ίδια κατηγορία προϊόντων.

Τρίτον, η καταναλωτική συμπεριφορά εξαρτάται επίσης από τον αρνητικό ψυχολογικό παράγοντα, ο οποίος επηρεάζει και συμπαρασύρει ακόμα και όσα άτομα δεν είναι αναγκασμένα για καθαρά εισοδηματικούς λόγους να αλλάξουν τις αγοραστικές συνήθειές τους.

Τέταρτον, η στροφή της καταναλωτικής ζήτησης στα προϊόντα ελληνικής παραγωγής και προέλευσης είναι άλλη μία αξιόλογη εξέλιξη που εμφανίστηκε στην περίοδο της οικονομικής κρίσης. Οι καταναλωτές αντιλήφθηκαν την κρισιμότητα της αγροτικής και βιομηχανικής παραγωγής για την επιβίωση της χώρας και δείχνουν αυξανόμενο ενδιαφέρον για το “Made in Greece”. Προσπαθούν συνειδητά μέσω των αγοραστικών επιλογών τους να στηρίξουν την ελληνική αγροτική και βιομηχανική παραγωγή και τις συνδεδεμένες θέσεις εργασίας. Η προτίμηση των καταναλωτών στο “Made in Greece” είναι ση-



μαντική εξέλιξη για την οικονομία, διότι μπορεί να συμβάλει στην απασχόληση και στην παραγωγική ανασυγκρότηση της χώρας.

Πέμπτον, παρόμοια είναι η τάση που παρατηρούμε στην αυξανόμενη προτίμηση των πελατών για τοπικά και παραδοσιακά προϊόντα. Είναι χρήσιμο να έχουμε υπόψη μας ότι ανάλογες αλλαγές στην αγοραστική συμπεριφορά παρατηρούνται διεθνώς, καθώς οι καταναλωτές σε διάφορες χώρες ανακαλύπτουν τη γοητεία του τοπικού, του παραδοσιακού και του ανόθευτου. Η τοπικότητα, λοιπόν, αναδεικνύεται σε βασικό κομμάτι της εμπορικής στρατηγικής. Αυτό έχει μεγάλη σημασία σε χώρες όπως η Ελλάδα, όπου το στοιχείο της τοπικότητας και της παράδοσης είναι ποικιλόμορφο και ισχυρό, αποτελώντας ήδη ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για πολλές επιχειρήσεις. Πολλαπλασιαστής αυτού του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος είναι ο τουρισμός, με

την έννοια ότι φέρνει σε επαφή εκατομμύρια επισκέπτες με τοπικά και παραδοσιακά προϊόντα και καταστήματα.

Έκτον, η οικονομική στενότητα περιορίζει το εισόδημα που διατίθεται για διασκέδαση εκτός σπιτιού. Αυτό δημιουργεί στροφή της καταναλωτικής ζήτησης σε προϊόντα και υπηρεσίες που αφορούν την οικιακή ψυχαγωγία και τις συναφείς με αυτήν δραστηριότητες.

Τέλος, οι Έλληνες καταναλωτές δείχνουν σταδιακά αυξανόμενο ενδιαφέρον για την υγιεινή διατροφή και, γενικότερα, για τα περισσότερο φυσικά και οικολογικά προϊόντα. Αυτή είναι μία διεθνής τάση στην καταναλωτική ζήτηση και δημιουργεί ευκαιρίες για την ανάπτυξη του λιανικού εμπορίου στους συναφείς κλάδους, παρά τους δεδομένους περιορισμούς που θέτει το υφεσιακό οικονομικό περιβάλλον. ●





Βάλια Αρανίτου
Επίκουρη Καθηγήτρια στο
Τμήμα Πολιτικής Επιστήμης
του Πανεπιστημίου Κρήτης
Δ/ρια του Επιστημονικού
Συμβουλίου στο Ινστιτούτο
Εμπορίου της ΕΣΣΕ

Κρίση στο λιανικό εμπόριο και ψηφιακή εποχή

Η επώδυνη περίοδος της κρίσης έχει αφήσει ανεξίτηλα σημάδια στη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα. Ιδίως το ελληνικό λιανεμπόριο, είτε αναφερόμαστε σε μεγάλες είτε σε μικρές επιχειρήσεις, δείχνει να είναι παγιδευμένο σε μία συνθήκη διαρκούς δυσπραγίας που δεν αφήνει και πολλά περιθώρια ανάκαμψης.

Ο χώρος του λιανεμπορίου, ο οποίος είναι πάντοτε ο πρώτος που επηρεάζεται από μία κρίση, στην περίπτωση της Ελλάδας καθορίζεται πια από συνθήκες αδυσώπητου ανταγωνισμού. Η υψηλή συγκέντρωση που επετεύχθη έως το 2016 δείχνει ότι από την επόμενη χρονιά θα επηρεάσει και τους «μεγάλους» του κλάδου –

μία προαναγγελία αυτού του γεγονότος ήταν και η κατάρρευση του «Μαρινόπουλου» πριν κάποιους μήνες.

Σε αυτά πρέπει να προστεθεί και η βαθμιαία διεύδυση πολυεθνικών κεφαλαίων στην ελληνική αγορά, η οποία επιτείνει την κατάσταση του ανηλεούς ανταγωνισμού.

Αυτό που είναι βέβαιο είναι ότι η πτώση στην αγορά των καταναλωτικών προϊόντων θα καταγραφεί στους ισολογισμούς των βιομηχανικών και εμπορικών επιχειρήσεων και αυτό δημιουργεί έναν γενικότερο προβληματισμό για τη χρονιά που έρχεται.

Ποια είναι όμως η κατάσταση από την πλευρά των «μικρών» του λιανεμπορίου;

Ας δούμε τα πιο πρόσφατα στοιχεία:

Ο εποχικά διορθωμένος Δείκτης Κύκλου Εργασιών στο Λιανικό Εμπόριο του μηνός Ιουνίου 2016 (χωρίς τα καύσιμα), σε σύγκριση με τον αντίστοιχο του Ιουνίου 2015, παρουσίασε μείωση κατά 2,4%, έναντι πτώσης 1,2% που σημειώθηκε κατά την αντίστοιχη σύγκριση του έτους 2015 προς το 2014. Με τη συμπερίληψη των καυσίμων παρουσίασε πτώση κατά 5,4%, έναντι μείωσης 2,3% που σημειώθηκε κατά την αντίστοιχη σύγκριση του έτους 2015 προς το 2014.

Η μηνιαία μεταβολή αυτών των δεικτών έχει ως εξής:

“ Μεταβαίνουμε σε μια άλλη εποχή και χρειάζεται να το συνειδητοποιήσουμε και να είμαστε κατάλληλα προετοιμασμένοι. Η λιανική αλλάζει μορφή, αλλάζει χώρο και χρόνο. Η ψηφιακή εποχή επιβάλλει την όσο το δυνατόν καλύτερη αξιοποίηση των ευκαιριών που ανοίγονται με τις νέες τεχνολογίες. ”

Ο εποχικά διορθωμένος Δείκτης Κύκλου Εργασιών στο Λιανικό Εμπόριο του μηνός Ιουνίου 2016, σε σύγκριση με τον Μάιο του ίδιου έτους, παρουσίασε:

- α) χωρίς τα καύσιμα μηνιαία αύξηση κατά 0,9%,
- β) ο ίδιος δείκτης με τα καύσιμα παρουσίασε μηνιαία άνοδο κατά 1,0%.

Την ίδια στιγμή, ο εποχικά διορθωμένος Δείκτης Όγκου στο Λιανικό Εμπόριο του μηνός Ιουνίου 2016 (χωρίς τα καύσιμα), σε σύγκριση με τον αντίστοιχο Δείκτη του Ιουνίου 2015, εμφάνισε υποχώρηση 1,8%, έναντι μείωσης 0,9% που σημειώθηκε κατά την αντίστοιχη σύγκριση του έτους 2015 προς το 2014. Και συμπεριλαμβανομένων των καυσίμων ο εποχικά διορθωμένος Δείκτης Όγκου στο Λιανικό Εμπόριο, του μηνός Ιουνίου 2016, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο Δείκτη του Ιουνίου 2015, εμφάνισε πτώση κατά 3,9%, έναντι μείωσης 1,0% που σημειώθηκε κατά την αντίστοιχη σύγκριση του έτους 2015 προς το 2014.

Αυτό σημαίνει ότι η μηνιαία μεταβολή αυτών των δεικτών έχει ως εξής:

Ο εποχικά διορθωμένος Δείκτης Όγκου στο Λιανικό

Εμπόριο του μηνός Ιουνίου 2016, σε σύγκριση με το Μάιο του ίδιου έτους, παρουσίασε:

- α) Χωρίς τα καύσιμα μηνιαία αύξηση κατά 1,2%,
- β) Ο ίδιος δείκτης με τα καύσιμα παρουσίασε επίσης μηνιαία άνοδο κατά 0,7%.

Τα στοιχεία αυτά επιβεβαιώνουν το κλίμα της επώδυνης στασιμότητας. Ταυτόχρονα, η απουσία πηγών χρηματοδότησης, η υπερ-φορολόγηση, η αρνητική ψυχολογία στην αγορά και η κάμψη στην κατανάλωση, επιδρούν έτι περαιτέρω στη διαιώνιση των προβλημάτων που αντιμετωπίζει το ελληνικό λιανεμπόριο.

Τι πρέπει να γίνει;

Μία λύση έγκειται στην ενίσχυση του ψηφιακού λιανικού εμπορίου.

Μεταβαίνουμε σε μια άλλη εποχή και χρειάζεται να το συνειδητοποιήσουμε και να είμαστε κατάλληλα προετοιμασμένοι.

Η λιανική αλλάζει μορφή, αλλάζει χώρο και χρόνο.

Η ψηφιακή εποχή επιβάλλει την όσο το δυνατόν καλύτερη αξιοποίηση των ευκαιριών που ανοίγονται με τις νέες τεχνολογίες.





Δίπλα στο κλασικό βιβλιοπωλείο υπάρχει η Amazon.

Δίπλα στους εμπόρους διαφόρων ειδών υπάρχει το e-Bay.

Η παραδοσιακή διαφήμιση για τις φθηνότερες τιμές στα προϊόντα των supermarket υποχωρεί μπροστά στην ανάπτυξη διαδικτυακών μηχανισμών σύγκρισης των τιμών των προϊόντων σε πραγματικό χρόνο.

Η ενημέρωση στην οποία μπορεί να έχει πρόσβαση ο καταναλωτής είναι ευρύτερη και πληρέστερη. Η αγορά πλέον δεν είναι μόνο στα γνώριμά μας εμπορικά κέντρα των πόλεων, αλλά στα σύννεφα του διαδικτύου.

Είναι 24ωρη, παγκόσμια και έτοιμη να υποδεχθεί κάθε επιχειρηματία και κάθε καταναλωτή.

Σ' αυτό το περιβάλλον χρειάζεται να προσαρμοστούμε. Όσο δε οι Έλληνες θα συνηθίζουν τις συναλλαγές με τη





χρήση καρτών ή εναλλακτικών μορφών πληρωμών, τόσο θα πλοηγούνται με μεγαλύτερη άνεση σ' αυτή τη χωρίς σύνορα αγορά.

Άρα, αυτό που χρειάζεται η ελληνική αγορά είναι η καλύτερη δυνατή εξοικείωση των ελληνικών επιχειρήσεων με τις δυνατότητες που προσφέρει η ψηφιακή εποχή.

Χρειάζεται να προωθηθεί διάχυση της ψηφιακής γνώσης στον εμπορικό κόσμο και να να διαμορφωθούν οι κατάλληλες δράσεις που θα διευκολύνουν τη μετάβαση των ελληνικών επιχειρήσεων στην εποχή της ψηφιακής οικονομίας.

Η ανάπτυξη του ψηφιακού λιανικού εμπορίου

“ Αυτό που είναι βέβαιο είναι ότι η πτώση στην αγορά των καταναλωτικών προϊόντων θα καταγραφεί στους ισολογισμούς των βιομηχανικών και εμπορικών επιχειρήσεων και αυτό δημιουργεί έναν γενικότερο προβληματισμό για τη χρονιά που έρχεται. ”

θα υπερβεί ως ένα βαθμό τη στασιμότητα της σημερινής κατάστασης, θα ανοίξει τις αντίστοιχες επιχειρήσεις σε πολλαπλές αγορές, θα διευκολύνει την ενοποίηση των τοπικών αγορών, θα ενισχύσει την εξωστρέφεια των μικρών επιχειρήσεων και θα δώσει τη δυνατότητα για συνέργειες ανάμεσα σε αυτές.

Ο ψηφιακός δρόμος είναι μονόδρομος και θα πρέπει να τον διεκδικήσουμε. ●





Οικονομικό Επιμελητήριο Ελλάδος





ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ (Ο.Ε.Ε.)

Π ρ ο κ ή ρ υ ξ η Ε κ λ ο γ ώ ν

Η Κεντρική Διοίκηση του Οικονομικού Επιμελητηρίου της Ελλάδας, έχοντας υπόψη:

A. τις διατάξεις:

- του Ν. 1100/80, όπως ισχύει
- των Π.Δ. 351/83 και 225/86, όπως ισχύουν

B. την απόφαση της Λ/84/20-9-2016 συνεδρίασης της Κ.Δ.

προκηρύσσει εκλογές για την ανάδειξη των μελών της Συνέλευσης των Αντιπροσώπων (ΣΤΑ) και των μελών των Τοπικών Διοικήσεων (Τ.Δ.) των Περιφερειακών Τμημάτων (Π.Τ.) του Ο.Ε.Ε.

1. Οι εκλογές θα διενεργηθούν την Κυριακή 11 Δεκεμβρίου 2016, από 08:00 μέχρι 18:00.
2. **A)** Δικαίωμα ψήφου και υποβολής αίτησης υποψηφιότητας για τις εκλογές των μελών της ΣΤΑ, έχουν τα μέλη του Ο.Ε.Ε. που θα εκπληρώσουν τις ταμειακές τους υποχρεώσεις, συμπεριλαμβανομένης της ετήσιας συνδρομής του έτους 2015 καθώς και όσοι εγγραφούν στο Ο.Ε.Ε., μέχρι το Σάββατο 5 Νοεμβρίου 2016.
B) Δικαίωμα ψήφου και υποβολής αίτησης υποψηφιότητας για τις εκλογές των μελών των Τ.Δ., έχουν τα μέλη του Ο.Ε.Ε. που θα εκπληρώσουν τις ταμειακές τους υποχρεώσεις, συμπεριλαμβανομένης της ετήσιας συνδρομής του έτους 2015 μέχρι το Σάββατο 5 Νοεμβρίου 2016 καθώς και όσοι εγγραφούν στο Ο.Ε.Ε. μέχρι την Τρίτη 1 Νοεμβρίου 2016.
3. Οι αιτήσεις υποψηφιότητας θα υποβληθούν στην Κ.Δ. του Ο.Ε.Ε. μέχρι το Σάββατο 5 Νοεμβρίου 2016 και ώρα 20:00 και πρέπει υποχρεωτικά να συνοδεύονται από απόδειξη πληρωμής ή κατάθεσης του ατομικού παραβόλου υποψηφιότητας, το οποίο ορίζεται σε 2 €.
4. Τα μέλη του Ο.Ε.Ε. που έχουν δηλώσει ότι διαμένουν μόνιμα ή προσωρινά στο εξωτερικό ή κατοικούν στα νησιά των Κυκλάδων εκτός της Σύρου, στα νησιά της Δωδεκανήσου εκτός Ρόδου και Κω, στα νησιά των Σποράδων, στην Ικαρία, στην Λήμνο, στην Θάσο και στη Σαμοθράκη, θα ασκήσουν το εκλογικό τους δικαίωμα είτε με αλληλογραφία, είτε αυτοπροσώπως σε Ειδικό Εκλογικό Τμήμα στην Αθήνα ή σε εκλογικό τμήμα της Περιφέρειας όπου ανήκει διοικητικά το νησί τους.
5. Ο ακριβής αριθμός των εκλογικών τμημάτων κάθε Περιφέρειας, τα μέλη που θα πρέπει να ψηφίσουν σε καθένα από αυτά, ο χώρος όπου θα λειτουργήσουν τα εκλογικά τμήματα καθώς και κάθε άλλη λεπτομέρεια θα γνωστοποιηθούν με ειδική ανακοίνωση της Κ.Δ. που θα δημοσιευθεί στις εφημερίδες ΝΕΑ, ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ και ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ.
6. Τα αποτελέσματα των εκλογών θα δημοσιευθούν στις εφημερίδες ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, ΝΕΑ και ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ. Τα αποτελέσματα των εκλογών για την ανάδειξη των μελών των Τ.Δ. των Π.Τ. του Ο.Ε.Ε. θα δημοσιευθούν επιπλέον σε μια ημερήσια ή εβδομαδιαία εφημερίδα των Περιφερειακών Ενοτήτων που περιλαμβάνει κάθε Π.Τ.

Ο Πρόεδρος του Ο.Ε.Ε.

Κωνσταντίνος Β. Κόλλιας



Νικόλαος Ηρειώτης
Καθηγητής, Πρόεδρος
Τμήματος Οικονομικών
Επιστημών, ΕΚΠΑ

Μείωση ΦΠΑ το βασικό «Προαπαιτούμενο»

Η Ελλάδα βιώνει μια πρωτόγνωρη σε ένταση κρίση τόσο σε κοινωνικό, όσο και σε οικονομικό επίπεδο. Η ελληνική οικονομία βρίσκεται από το 2010 σε κατάσταση ύφεσης, τα προγράμματα δημοσιονομικής προσαρμογής που υιοθετήθηκαν δεν απέδωσαν τα αναμενόμενα, ενώ η βελτίωση της κατάστασης την περίοδο 2013 – 2014, αν και έδειχνε την αρχή της εξόδου από την κρίση, ανακόπηκε τους τελευταίους μήνες του 2014, λόγω της αστάθειας και της αβεβαιότητας που επέφεραν οι πολιτικοοικονομικές εξελίξεις της περιόδου. Η υπογραφή του τρίτου μνημονίου το καλοκαίρι του 2015 και τα όσα προηγήθηκαν οδήγησαν εκ νέου σε μέτρα λιτότητας.

Αναμφίβολα, η χρηματοπιστωτική κρίση έχει επηρεάσει ολόκληρο το φάσμα της οικονομίας. Οι μισθοί μειώθηκαν, η ανεργία αυξήθηκε, η ρευστότητα βρίσκεται σε χαμηλά επίπεδα, με αποτέλεσμα η κατανάλωση προϊόντων

και υπηρεσιών να βαίνει διαρκώς μειούμενη. Παράλληλα, σε επίπεδο επιχειρήσεων η πτώση της ζήτησης, λόγω μειωμένης αγοραστικής δύναμης, έχει οδηγήσει σε συρρίκνωση του κύκλου εργασιών των οικονομικών μονάδων, ενώ χαρακτηριστική είναι η έλλειψη της χρηματοδότησης από τις τράπεζες.

Όλα τα παραπάνω, σε συνδυασμό με την επιβολή αυξήσεων στους έμμεσους φόρους, έχουν οδηγήσει την αγορά σε ασφυξία.

Συγκεκριμένα, η ραγδαία αύξηση της ανεργίας από το 2010 μέχρι σήμερα και η μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των νοικοκυριών οδήγησαν σε μείωση της κατανάλωσης και της ζήτησης για προϊόντα και υπηρεσίες.

Το γεγονός αυτό ενίσχυσε και η αύξηση των χρεών των νοικοκυριών, που σύμφωνα με στοιχεία του ΟΟΣΑ εκφράζουν περισσότερο από το 120% του διαθέσιμου εισοδήματος.

Φυσικό επακόλουθο ήταν να περιοριστεί ο τζίρος των επιχειρήσεων, γεγονός, που οδήγησε στη μείωση των ρευστών διαθέσιμων των επιχειρήσεων και στον περιορισμό των επενδύσεών τους στην πραγματική οικονομία.

Παράλληλα, η πτώση του δανεισμού από τις τράπεζες κατά 200% από το 2010 έως σήμερα, σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδας, καθιστά επισφαλή τη βιωσιμότητά τους.

Σε όλο αυτό το εκρηκτικό μείγμα που έχει δημιουργηθεί στην ελληνική αγορά καθοριστικό ρόλο διαδραματίζει η σημαντική αύξηση των έμμεσων φόρων.

“Ο Φόρος Προστιθέμενης Αξίας λειτουργεί ως Δαμόκλειος σπάθη για επιχειρήσεις και νοικοκυριά, καθώς επιβαρύνθηκαν σημαντικά από την αλλαγή φορολογικών συντελεστών για πολλά βασικά προϊόντα και υπηρεσίες.”

Ο αγώνας για την αύξηση των εσόδων του κράτους είχε ως συνέπεια να αυξηθεί ο ΦΠΑ έξι φορές από την υιοθέτηση προγραμμάτων δημοσιονομικής προσαρμογής.

Σε αυτό το σημείο αξίζει να σημειωθεί πως, σύμφωνα με την Κομισιόν, η αύξηση του ΦΠΑ σε περιόδους ύφεσης και χαμηλής οικονομικής επίδοσης οδηγεί σε χαμηλότερα φορολογικά έσοδα, και πράγματι, με βάση στοιχεία του Υπουργείου Οικονομικών, αυτά έχουν μειωθεί περισσότερο από 7 δισ. ευρώ από το 2010 μέχρι σήμερα.

Ο Φόρος Προστιθέμενης Αξίας λειτουργεί ως Δαμόκλειος σπάθη για επιχειρήσεις και νοικοκυριά, καθώς επιβαρύνθηκαν σημαντικά από την αλλαγή

φορολογικών συντελεστών για πολλά βασικά προϊόντα και υπηρεσίες.

Για τις επιχειρήσεις, η μετάταξη βασικών οικονομικών αγαθών στον υψηλό συντελεστή οδηγεί σε διόγκωση των λειτουργικών εξόδων, η οποία με τη σειρά της οδηγεί σε αύξηση των τιμών, καθώς, εξαιτίας των δυσμενών συνθηκών, δεν είναι εφικτό να απορροφηθεί η διαφορά του ΦΠΑ από τις οικονομικές μονάδες.

Για τους καταναλωτές η αύξηση των τιμών, σε σχέση με την περιορισμένη αγοραστική δύναμη που διαθέτουν, περιορίζει την κατανάλωση και οδηγεί σε ακόμα μεγαλύτερη ύφεση.

Αξίζει να σημειωθεί πως η ιδιωτική κατανάλωση



έχει μειωθεί περισσότερο από 20%, σύμφωνα με στοιχεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Στην οικονομική σκέψη (Adam Smith) αποτελεί βασικό κανόνα ότι «ο αποκλειστικός σκοπός της παραγωγής είναι η κατανάλωση».

Πρέπει να σκεφτούμε πως σε μια «προβληματική» οικονομία, όπως αυτή της Ελλάδας, η ενίσχυση της κατανάλωσης αποτελεί βασικό παράγοντα, για να οδηγηθεί σε ρυθμούς ανάπτυξης.

Τι πρέπει να γίνει από εδώ και πέρα;

Αναμφίβολα πρέπει να ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα, ώστε να αρχίσουν να μειώνονται σταδιακά οι συντελεστές του ΦΠΑ. Πιθανή μείωση θα μπορούσε

να περιορίσει τα λειτουργικά έξοδα των επιχειρήσεων, άρα να οδηγήσει σε πτώση των τιμών, συμβάλλοντας στη βελτίωση της κατανάλωσης.

Παράλληλα, θα μπορούσε να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας σε αρκετούς κλάδους, καθώς σήμερα η χώρα έχει μεγαλύτερους συντελεστές από τους ανταγωνιστές της.

Τέλος, θα περιοριστεί η φοροδιαφυγή, η σχετική με την αδυναμία καταβολής, λόγω οικονομικής δυσχέρειας των επιχειρήσεων, ενώ είναι πιθανό να μειωθούν και οι ληξιπρόθεσμες οφειλές προς το δημόσιο, που τη δεδομένη χρονική στιγμή ξεπερνούν τα 17 δισ. ευρώ για τον ΦΠΑ. ●





Πάρις Κουκουλόπουλος
Μέλος της ΚΠΕ και
Γραμματέας του Τομέα
Οικονομικών του ΠΑΣΟΚ

Οι μικρομεσαίοι μέρος της λύσης, όχι της κρίσης

Αρκετά πρόσφατα η Εθνική Τράπεζα έδωσε στη δημοσιότητα μια αξιοπρόσεκτη μελέτη σχετική με το λιανεμπόριο, τα προβλήματα και τις προοπτικές του (21 Σεπ 2016).

Λίγες μέρες νωρίτερα η ΓΣΕΒΕΕ είχε παρουσιάσει την εξαμηνιαία έκθεσή της με εξίσου ενδιαφέροντα στοιχεία και ευρύτερο πεδίο αναφοράς τούς επαγγελματίες, βιοτέχνες και εμπόρους.

Γενικότερα, τα τελευταία 2-3 χρόνια οι ανάλογες μελέτες με επιστημονική τεκμηρίωση έχουν πληθύνει και φωτίζουν η κάθε μια με τον τρόπο της τις επιπτώσεις της μεγάλης ύφεσης, τα διαρθρωτικά προβλήματα που πρέπει να αντιμετωπισθούν και κυρίως τις προοπτικές των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Πρόκειται για σημαντική εξέλιξη.

Από το ξεκίνημα της ύφεσης το 2008 και κυρίως μετά την υπογραφή του πρώτου μνημονίου το 2010 ο δημόσιος χώρος είχε καταληφθεί, σταδιακά στην αρχή και εξ ολοκλήρου στη συνέχεια, από την αντιμνημονιακή ρητορική και τον διαγκωνισμό στην πιο δραματική περιγραφή μιας πραγματικά πολύ δύσκολης κατάστασης.

Η διαπάλη ανάμεσα στη λογική και το θυμικό, ανάμεσα στον τεκμηριωμένο λόγο και τη συνθηματολογία ξεκίνησε και αυτό είναι αισιόδοξο.

Τι ακριβώς επέδρασε σε αυτή την εξέλιξη δεν είναι ξεκάθαρο.

Ίσως το γεγονός ότι οι επικεφαλής του αντι-

μνημονιακού μετώπου έγιναν διαδοχικά πρωθυπουργοί, πρώτα ο κ. Σαμαράς και μετά ο κ. Τσίπρας.

Ίσως το γεγονός ότι κι άλλοι υπέγραψαν μνημόνια πριν από εμάς και έχουν ήδη βγει, ενώ εμείς βρισκόμαστε ήδη στον αστερισμό του τρίτου μνημονίου.

Ίσως λειτούργησε το αρχαιοελληνικό «ανάγκα και θεοί πείθονται», καθώς η χώρα αποδυναμώνεται διαρκώς, στον πιο κρίσιμο συντελεστή ευημερίας, που είναι το ανθρώπινο δυναμικό της.

Ίσως τίποτε από όλα αυτά, ίσως και όλα μαζί.

Αυτό που είναι πολύ καθαρό είναι πως για τον πολύ νευραλγικό χώρο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων υπάρχουν και κυρίως ακούγονται τεκμηριωμένα στοιχεία και όχι εικασίες.

“Είναι απαραίτητο να υπάρξει διαβούλευση και συνεχής πίεση, ώστε να αποκλιμακωθούν τα επιτόκια δανεισμού που εδώ και χρόνια έχουν τον χαρακτήρα της κλειδωμένης ανισότητας της ελληνικής οικονομίας έναντι των άλλων ευρωπαϊκών.”

Μένοντας κανείς στην πλευρά του μετώπου της λογικής, της σοβαρότητας και της ευθύνης, μπορεί εύκολα να διαπιστώσει τους κοινούς τόπους στις επιστημονικές μελέτες στις οποίες έγινε αναφορά στην αρχή.

Με λίγη καλή θέληση μπορεί κανείς να αναζητήσει και θα βρει κοινούς τόπους και στις προτάσεις των κομμάτων όπως παρουσιάστηκαν πρόσφατα στη ΔΕΘ.

Σε γενικές γραμμές, δεν υπάρχει αντίλογος για την κατεπείγουσα ανάγκη να υπάρξουν εκτεταμένες πρακτικές συνεργασίας και συνέργειας, όπως με τη μορφή των clusters, λόγω του μικρού μεγέθους της μέσης ελληνικής επιχείρησης.

Το ίδιο ισχύει για το ηλεκτρονικό εμπόριο, για

την αναδιάρθρωση συγκεκριμένων κλάδων και για το branding.

Ανάλογη σύμπτωση απόψεων υπάρχει για μέτρα άμεσης στήριξης, όπως ο ακατάσχετος λογαριασμός, η θέσπιση χρηματοδοτικών εργαλείων με χαμηλό επιτόκιο για τους μικρομεσαίους και η λεγόμενη «δεύτερη ευκαιρία».

Το ίδιο ισχύει και για την προστασία του ανταγωνισμού από αθέμιτες πρακτικές και των καταναλωτών από κερδοσκοπικές συμπεριφορές, όπως και η καταπολέμηση της φοροδιαφυγής με τη διεύρυνση των ηλεκτρονικών συναλλαγών.

Δεν έχει νόημα η επανάληψη όλων των πιο πάνω, γι' αυτό στέκομαι σε 3 προτάσεις που αξίζει νομίζω να ακουστούν:



1. Είναι απαραίτητο να υπάρξει διαβούλευση και συνεχής πίεση, ώστε να αποκλιμακωθούν τα επιτόκια δανεισμού που εδώ και χρόνια έχουν τον χαρακτήρα της κλειδωμένης ανισότητας της ελληνικής οικονομίας έναντι των άλλων ευρωπαϊκών.

Η εξέλιξη αυτή είναι επιβεβλημένη όχι μόνο ως μέτρο ανταγωνιστικότητας και επανεκκίνησης της πραγματικής οικονομίας αλλά και ως ανοιχτή δυνατότητα των ελληνικών επιχειρήσεων να συμμετάσχουν στην αναδιάρθρωση της ελληνικής οικονομίας και την παραγωγική της ανασυγκρότηση.

2. Η λογική των ρυθμίσεων στις ληξιπρόθεσμες υποχρεώσεις πάσης φύσεως πρέπει να αλλάξει. Από τη λογική των 100 δόσεων που ήδη δεν περπατάει καλά, πρέπει να περάσουμε στην καθολική εφαρμογή

της ρύθμισης που έγινε το 2012 για το ΙΚΑ και είχε χειροπιαστά αποτελέσματα.

Ανεξάρτητα πόσα οφείλει μια επιχείρηση, θεωρείται ενήμερη εφόσον πληρώνει τις τρέχουσες υποχρεώσεις της και για τις παρελθούσες οφειλές της πληρώνει ποσό μέχρι 20% επί των τρεχουσών υποχρεώσεών της.

Είναι προφανές και δοκιμασμένο τη χρονιά της βαθύτερης ύφεσης ότι πρόκειται για πλαίσιο στήριξης των επιχειρήσεων που είναι πραγματικά βιώσιμες.

3. Για κάθε νέα πρόσληψη σε οποιαδήποτε επιχείρηση η μισθολογική δαπάνη εκπίπτει, ως έξοδο, προσαυξημένη κατά 30% στη φορολογική δήλωση του εργοδότη.



“ Η λογική των ρυθμίσεων στις ληξιπρόθεσμες υποχρεώσεις πάσης φύσεως πρέπει να αλλάξει. Από τη λογική των 100 δόσεων που ήδη δεν περπατάει καλά, πρέπει να περάσουμε στην καθολική εφαρμογή της ρύθμισης που έγινε το 2012 για το ΙΚΑ και είχε χειροπιαστά αποτελέσματα. ”

Η πρόταση είναι άμεσης εφαρμογής, απλή και δημοσιονομικά ουδέτερη (τουλάχιστον).

Με δεδομένες τις εκρηκτικές διαστάσεις της ανεργίας στρέφεται στη μεγάλη δεξαμενή απασχόλησης που είναι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Έχει σημασία στο σημείο αυτό να υπάρξει μια αναγκαία υπενθύμιση.

Οι επαγγελματίες βιοτέχνες και έμποροι στη χώρα είναι 650.000 εκ των οποίων οι 400.000 αυτοαπασχολούμενοι.

Οι τελευταίοι κατά κανόνα απασχολούν ένα ακόμα άτομο συνήθως της οικογένειάς τους.

Οι 250.000, που είναι και εργοδότες, απασχολούν 1.600.000 εργαζομένους, δηλαδή το 85% των εργαζομένων στον ιδιωτικό τομέα.

Όσο επιβεβλημένες είναι οι διαρθρωτικές αλλαγές με κυρίαρχες αυτές που σχετίζονται με το πολύ μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων, άλλο τόσο είναι απαραίτητο οι βιώσιμες μικρομεσαίες επιχειρήσεις να στηριχτούν αποφασιστικά, γιατί αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της πραγματικής μας οικονομίας.

Πόσω μάλλον, όταν έχουν επιβιώσει μετά από μια ύφεση πρωτοφανή διαψεύδοντας τις περί του αντιθέτου προβλέψεις.

Οι μελέτες στις οποίες έγινε αναφορά στην αρχή διαθέτουν συντριπτικά στοιχεία για του λόγου το αληθές.

Επειδή έτσι έχουν τα πράγματα, το ερώτημα για το πού πάει η Κυβέρνηση με τους μικρομεσαίους δεν έχει ρητορικό χαρακτήρα ούτε υποκρύπτει μίζερη αντιπολιτευτική διάθεση κατά τα ειωθότα.

Από την 1.1.2017 οι πάσης φύσεως ελευθεροεπαγγελματίες που δηλώνουν εισόδημα από 7.000 μέχρι 70.320 ευρώ καλούνται να καταβάλουν το 70% του εισοδήματός τους για φόρο και ασφαλιστική εισφορά.

Δεν πρόκειται για υπερβολή αλλά για την αθροιστική επίπτωση από:

- Την αύξηση του συντελεστή φορολογίας από το 26% στο 29%.





- Την αύξηση της προκαταβολής φόρου στο 100%.
- Το «ασφαλιστικό Κατρούγκαλου», σύμφωνα με το οποίο η εισφορά στα όρια εισοδήματος που αναφέρθηκαν (7-70.000) υπολογίζεται στο 26,95%

Χωρίς περιστροφές έμποροι, βιοτέχνες, επαγγελματίες και μαζί τους οι επιστήμονες από την αρχή του 2017 βρίσκονται ανάμεσα στη Σκύλλα και τη Χάρυβδη.

Από τη μια η εξαφάνιση και από την άλλη η παραικονομία.

Κανένας λογικός άνθρωπος δεν δέχεται αυτό το δίλημμα, γιατί πρόκειται για δύο καταστροφικές επιλογές εξίσου.

Το ερώτημα είναι γιατί η Κυβέρνηση προχώρησε σε μια τέτοια επιλογή που κινδυνεύει να μετατρέψει την κρίση σε ισοπέδωση της πραγματικής οικονομίας.

Πρόκειται για αρρωστημένες εμμονές και ιδεοληψίες ή για ακραία πελατειακή λογική;

Αυτό που έχει σημασία είναι ότι τα μέτρα αυτά δεν μπορούν και δεν πρέπει να εφαρμοστούν από την 1.1.2017.

Εάν συμβεί αυτό, οι συνέπειες θα είναι ανυπολόγιστες, όποια κατεύθυνση κι αν πάρουν τα πράγματα.

Αν δεν καταλαβαίνουν στην Κυβέρνηση τις συνέπειες των αποφάσεών τους, τουλάχιστον ας καταλάβουν ότι υπάρχουν κάποιοι που караδοκούν από μια τέτοια εξέλιξη.

Μετά την παράδοση της δημόσιας περιουσίας στον έλεγχο των ξένων, δεν είναι δυνατόν να παραδοθεί και ο εθνικός μας πλούτος.

Ως εδώ με τις απάτες και τις αυταπάτες.

Τα μέτρα και οι πολιτικές που αναφέρθηκαν ως κοινοί τόποι καθιστούν τη μικρομεσαία επιχείρηση μέρος της λύσης και όχι της κρίσης. ●



Παναγιώτης Φρουντζής
Πρόεδρος Δ.Σ. ΟΑΕΠ

Ο ΟΑΕΠ είναι αρωγός στην προσπάθεια των Ελλήνων εξαγωγέων

Εύλογο και, δυστυχώς, αδιαμφισβήτητο δίλημμα της εποχής αποτελεί το εάν η χώρα και η ελληνική επιχειρηματικότητα πρέπει να στραφούν σε εξωστρεφείς δραστηριότητες ή εάν θα συνεχίσουν να στηρίζονται στην ευάλωτη από τις εισαγωγές εγχώρια κατανάλωση. Αναντίρρητα, η σημερινή, παρατεταμένη οικονομική κρίση αλλά και οι αιτίες που τη δημιούργησαν υποδεικνύουν ως μοναδική διέξοδο την ενίσχυση των εξωστρεφών χαρακτηριστικών της ελληνικής οικονομίας.

Η στρατηγική της παραγωγής χαμηλού κόστους και ποιότητας προϊόντων-υπηρεσιών, που βασίζεται στη μείωση του μισθολογικού κόστους, είναι αδιέξοδη. Αντίθετα, η αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού της χώρας, που θα περιορίσει το ρεύμα φυγής των νέων επιστημόνων, για την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής προστιθέμενης αξίας, είναι η απάντηση στη σημερινή οικονομική κρίση. Απώτερος στόχος πρέπει να είναι η διαμόρφωση

μιας νέας ταυτότητας (branding) της χώρας τόσο προς τα έξω, όσο και προς το εσωτερικό της για την ανάκτηση της εσωτερικής αγοράς.

Στην κατεύθυνση αυτή, τόσο η δημιουργία καινοτόμων, εξωστρεφών, δυναμικών και βιώσιμων επιχειρήσεων, όσο και η ενίσχυση της



“Ο Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων (ΟΑΕΠ) θα είναι αρωγός στην προσπάθεια των Ελλήνων εξαγωγέων και ανοιχτός σε κάθε πρόταση δημιουργίας νέων ασφαλιστικών και χρηματοδοτικών εργαλείων.”

απασχόλησης, με έμφαση στο εκπαιδευμένο ανθρώπινο δυναμικό, θα βοηθήσουν αποφασιστικά. Επίσης, σημαντικά βήματα είναι η αύξηση της εγχώριας προστιθέμενης αξίας, καθώς και η ενίσχυση των συνεργασιών (Clusters/ συνεταιρισμοί/ κοινωνική οικονομία), ώστε να αυξηθεί το μέσο μέγεθος των ελληνικών επιχειρήσεων. Τέλος, βασικός παράγοντας είναι η επανεκβιομηχάνιση της χώρας, με στήριξη της καταρρέουσας, αλλά όχι απαξιωμένης, ελληνικής βιομηχανίας.

Είναι πλέον εμφανής η ανάγκη να δοθεί προτεραιότητα στην ανάπτυξη επιλεγμένων τομέων που θα συμβάλουν στην τεχνολογική αναβάθμιση της χώρας και στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς της, σε τομείς υψηλής προστιθέμενης αξίας και έντασης γνώσης.

Υπ' αυτή την έννοια οι δυο κλάδοι στους οποίους πρέπει να δοθεί ύψιστη προτεραιότητα είναι:

- Οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών αλλά και η

- Αγροδιατροφική αλυσίδα (από το χωράφι έως τον τουρισμό).

Πρέπει να τονισθεί, εκτός των άλλων, ότι ο αγροτικός τομέας αποτελεί έναν από τους πλέον δυναμικά υποσχόμενους αναπτυξιακούς μοχλούς της ελληνικής οικονομίας, με δυνατότητες να εξελιχθεί σε σημαντική πηγή εθνικού εισοδήματος. Αξιοποιώντας την τεχνολογία και το διεθνές μάρκετινγκ, σε συνδυασμό με τη μεταποιητική διαδικασία, θα μπορούσαν να παραχθούν νέα προϊόντα και υποπροϊόντα χρήσιμα σε άλλους κλάδους.

Στους δύο αυτούς κλάδους, παράλληλα με τη ναυτιλία και τον τουρισμό, η Ελλάδα μπορεί να δομήσει ένα "brand name" που θα αλλάξει τη θέση της στον παγκόσμιο χάρτη.

Η χώρα μας έχει πολύ μεγάλα περιθώρια βελτίωσης της εξαγωγικής της δυναμικής, αξιοποιώντας τα συγκριτικά πλεονεκτήματα και τη διεθνή ζήτηση. Οι πιο σημαντικές προϋποθέσεις, πέραν αυτών που αναφέρθηκαν, είναι η χρηματοδότηση, το σταθερό



φορολογικό πλαίσιο, η αντιμετώπιση των γραφειοκρατικών εμποδίων και η αποτελεσματικότερη προώθηση των ελληνικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές.

Ο ρόλος του Ο.Α.Ε.Π.

Ο Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων είναι ο δημόσιος φορέας που παρέχει ασφαλιστική κάλυψη στις ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις τόσο από εμπορικούς, όσο και από πολιτικούς κινδύνους.

Ασφάλιση

- Ελέγχει προληπτικά την οικονομική κατά-

σταση των πελατών του εξωτερικού και εγκρίνει πιστωτικά όρια.

- Ασφαλίζει για υπερημερία, μη πληρωμή αλλά και για πολιτικούς κινδύνους.
 - ✓ ποσοστό ασφάλισης, έως το 95% της αξίας του τιμολογίου.
 - ✓ ποσοστό ασφαλίστρου σημαντικά κάτω του 1%, ώστε να μην επιβαρύνεται το κόστος των εξαγόμενων προϊόντων.





Χρηματοδότηση

Ο Οργανισμός, πέραν της ασφαλιστικής κάλυψης, προσπαθεί να συμβάλει στη χρηματοδότηση των ελληνικών εξαγωγικών επιχειρήσεων μέσω του προγράμματος «Εξωστρέφεια». Στο πρόγραμμα συνεργάζονται όλες οι συστημικές Τράπεζες, η Τράπεζα Αττικής, η Παγκρήτια Τράπεζα και η Τράπεζα Χανίων.

Το πρόγραμμα αυτό προσφέρει:

- Ανταγωνιστικό επιτόκιο από 3,60% πλέον η εισφορά νόμου 128/1975 (0,60%).
- Χρηματοδότηση έως το 80% της αξίας.
- Ποσό έως 1.000.000 ευρώ ανακυκλούμενο.

Τελειώνοντας, θα ήθελα να σας διαβεβαιώσω ότι ο ΟΑΕΠ θα είναι αρωγός στην προσπάθεια των Ελλήνων εξαγωγέων και ανοιχτός σε κάθε πρόταση δημιουργίας νέων ασφαλιστικών και χρηματοδοτικών εργαλείων που θα βοηθήσουν στην εξωστρέφεια των ελληνικών επιχειρήσεων. ●

Μελέτη Εθνικής Τράπεζας: Έλλειμμα στρατηγικής πλήττει το λιανεμπόριο

Με τον όγκο πωλήσεών του να συρρικνώνεται κατά 5% ετησίως την τελευταία επταετία και με μόνο το 1/3 των επιχειρήσεων να λειτουργεί αποτελεσματικά, η αναδιάρθρωση κρίνεται υποχρεωτική για το λιανικό εμπόριο στην Ελλάδα. Υποχρεωτική καθίσταται και η ανεύρεση ενός νέου προτύπου δομών και λειτουργίας.

Σε αυτό το συμπέρασμα-προτροπή καταλήγει σχετική μελέτη για τον κλάδο του λιανικού εμπορίου που διενήργησε η Διεύθυνση Οικονομικής Ανάλυσης της Εθνικής Τράπεζας.

Σύμφωνα με τους αναλυτές, ευρέως αποδεκτή ως βασική αδυναμία του ελληνικού λι-

νεμπορίου είναι ο μεγάλος αριθμός των μικρών επιχειρήσεων, οι οποίες καλύπτουν τα 2/3 των συνολικών πωλήσεων έναντι μόλις 1/4 στην ΕΕ.

Αν και οι γεωγραφικές ιδιαιτερότητες της Ελλάδας μπορούν να δικαιολογήσουν μια δομική απόκλιση από τους ευρωπαϊκούς μέσους όρους, μεγάλο κομμάτι του πλεονάσματος μικρών επιχειρήσεων οφείλεται σε διαρθρωτικές στρεβλώσεις του περιβάλλοντος επιχειρείν στην Ελλάδα και δημιουργεί εμπόδια στην αποδοτική λειτουργία του κλάδου.

Κι αυτό διότι:

- Πρώτον, οι ελληνικές μικρές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου –αν και αντίστοιχου μεγέθους με τις αντίστοιχες ευρωπαϊκές (σε όρους πωλήσεων και απασχόλησης)– δεν καταφέρνουν να παράγουν αντίστοιχο επίπεδο προστιθέμενης αξίας. Η αδύναμη αυτή εικόνα της «μέσης» επιχείρησης λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα αποκρύπτει έντονες ανομοιογένειες, καθώς από έρευνα πεδίου φάνηκε η συνύπαρξη
 - α) δυναμικών επιχειρήσεων (38% του τομέα) και
 - β) αδύναμων επιχειρήσεων (1/4 του τομέα), οι οποίες βρίσκονται στα όρια επιβίωσης, χωρίς να έχουν προβεί σε καμία επενδυτική ή στρατηγική κίνηση την τελευταία πενταετία.
- Δεύτερον, το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων λιανεμπορίου δημιουργεί πιέσεις στη ρευστότητα και στον εμπορικό κύκλο τους, καθώς οι προμηθευτές τους έχουν έντονο

“Μετά από μια δεκαετία έντονης ανόδου (2000-2008), το λιανικό εμπόριο στην Ελλάδα συρρικνώθηκε κατά 5% ετησίως σε όρους όγκου την τελευταία επταετία (έναντι ανόδου κατά 1% ετησίως κ.μ.ο. στην ΕΕ). Παράλληλα, ο αριθμός επιχειρήσεων του κλάδου περιορίστηκε σθεναρά στο διάστημα 2008-2013 κατά περίπου 30.000 καταστήματα, αντιστοιχώντας σε συνολική πτώση της τάξης του 16% (με την πτώση στην Αττική να φθάνει το 28%).”

διαπραγματευτικό πλεονέκτημα, με τον βασικό προμηθευτή να καλύπτει το 40% των συνολικών πρώτων υλών και να είναι κυρίως μεγάλη επιχείρηση.

- Τρίτον, ο κλάδος λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από αναποτελεσματική χρήση παγίων κεφαλαίων, χρησιμοποιώντας σχεδόν πενταπλάσιας αξίας πάγια κεφάλαια σε σχέση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο, για να πετύχει 1 ευρώ πωλήσεων.

Από την άλλη πλευρά, είναι σημαντικό να σημειώσουμε ότι ο έτερος παραγωγικός συντελεστής – η εργασία – δεν φαίνεται πλεονασματικός, καθώς οι απασχολούμενοι που απαιτούνται για την επίτευξη 1 ευρώ πωλήσεων είναι μόλις 16% περισσότεροι σε σχέση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο.

Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, οι αναλυτές σημειώνουν ότι η αναδιάρθρωση του κλάδου που

έχει ξεκινήσει θα συνεχιστεί, χωρίς ωστόσο έντονες πιέσεις περιορισμού της απασχόλησης.

Επιβεβαιωτικά σε αυτό εμφανίζονται τα στοιχεία της έρευνας, βάσει των οποίων το ποσοστό των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων λιανικού εμπορίου που προχώρησε σε απολύσεις ήταν χαμηλότερο του λοιπού τομέα τόσο στα αρχικά στάδια όσο και στα επόμενα στάδια της κρίσης.

Συνεπώς, η επόμενη ημέρα του λιανικού εμπορίου αναμένεται με παρόμοιο αριθμό εργαζομένων, οι οποίοι θα απασχολούνται σε κατά μέσο όρο μεγαλύτερες επιχειρήσεις που θα έχουν τη δυναμική να επιφέρουν υψηλή προστιθεμένη αξία στον κλάδο, μέσω στρατηγικών

- α) branding,
- β) e-commerce και
- γ) αποτελεσματικής διαπραγμάτευσης με προμηθευτές.





Όπως αναφέρεται στη μελέτη, μετά από μια δεκαετία έντονης ανόδου (2000-2008), το λιανικό εμπόριο στην Ελλάδα συρρικνώθηκε κατά 5% ετησίως σε όρους όγκου την τελευταία επταετία (έναντι ανόδου κατά 1% ετησίως κ.μ.ο. στην ΕΕ). Παράλληλα, ο αριθμός επιχειρήσεων του κλάδου περιορίστηκε σωρευτικά στο διάστημα 2008-2013 κατά περίπου 30.000 καταστήματα, αντιστοιχώντας σε συνολική πτώση της τάξης του 16% (με την πτώση στην Αττική να φθάνει το 28%).

Εύλογα, ανθεκτικότερα αποδείχθηκαν τα είδη πρώτης ανάγκης (λιανεμπόριο τροφίμων και σούπερ μάρκετ), με πτώση πωλήσεων της τάξης του 25% στο διάστημα 2008-2015, ενώ εντονότερη πίεση δέχθηκε το εμπόριο διαρκών καταναλωτικών αγαθών (είδη οικιακού εξοπλισμού), με πτώση πωλήσεων της τάξης του 60% κατά την ίδια περίοδο.

Όσον αφορά τις βραχυπρόθεσμες προοπτικές του κλάδου, όπως αποτυπώθηκαν στην έρευνα της ΕΤΕ βάσει ερωτηματολογίου σε δείγμα 300 επιχειρήσεων, το επιχειρηματικό κλίμα στο λιανικό εμπόριο εμφανίζεται πιο αδύναμο από τον μέσο όρο του ελληνικού τομέα των ΜμΕ. Παράλληλα, το ποσοστό των ΜμΕ

λιανεμπορίου που δηλώνει ότι έχει επιχειρηματικό σχέδιο ανάπτυξης είναι μόλις 22% έναντι 39% για το σύνολο των ΜμΕ.

Εστιάζοντας στις διαρθρωτικές στρεβλώσεις, η μελέτη ξεχωρίζει δύο χαρακτηριστικά:

- Οι μικρές επιχειρήσεις καλύπτουν το μεγαλύτερο κομμάτι του τομέα στην Ελλάδα –δηλαδή το 71% της απασχόλησης (έναντι 56% για τις ελληνικές ΜμΕ συνολικά και 37% για τις ΜμΕ λιανικού εμπορίου στην ΕΕ) και το 66% των πωλήσεων (έναντι 34% για τις ελληνικές ΜμΕ συνολικά και 25% για τις ΜμΕ λιανικού εμπορίου στην ΕΕ).
- Αν και αντίστοιχου μέσου μεγέθους με τις ευρωπαϊκές (με πωλήσεις της τάξης των 0,2 εκατ. ευρώ και 2 εργαζόμενους ανά εταιρεία), οι ελληνικές μικρές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου εμφανίζουν διαχρονικά χαμηλές δυνατότητες παραγωγής προστιθέμενης αξίας. Συγκεκριμένα, ενώ οι ευρωπαϊκές μικρές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου έχουν λόγο προστιθέμενης αξίας προς πωλήσεις αντίστοιχο με των μεγαλύτερων επιχειρήσεων (της τάξης του 18%), το ποσοστό αυτό στις ελληνικές μικρές επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου είναι διαχρονικά ση-

μαντικά χαμηλότερο έναντι των μεγαλύτερων επιχειρήσεων (κοντά στο 10% το διάστημα 2005-2013, έναντι 18% για τις μεγαλύτερες ελληνικές επιχειρήσεις).

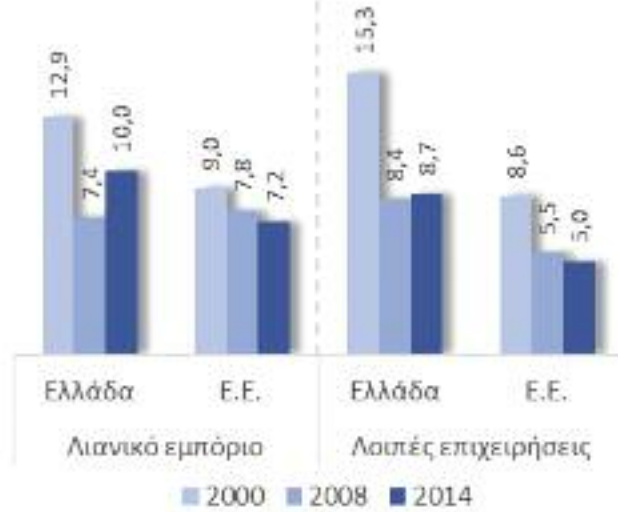
Επιπλέον, ενώ η πτώση του ποσοστού προστιθέμενης αξίας στις πωλήσεις λιανικού εμπορίου στις μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις συνέβη μόνο κατά τη διάρκεια της κρίσης, ο λόγος αυτός στις μικρές επιχειρήσεις λιανεμπορίου ακολουθεί μια διαχρονικά πτωτική πορεία (από 16% το 2000, σε 12% το 2005, σε 10% το 2008 και σε 8% το 2013), υποδηλώνοντας διαρθρωτικές δυσκολίες στην παραγωγή προστιθέμενης αξίας.

Σημειώνεται ότι η πτώση αυτή του λόγου προστιθέμενης αξίας προς πωλήσεις για το ελληνικό λιανεμπόριο έχει προκύψει σχεδόν αποκλειστικά από μείωση του ακαθάριστου λειτουργικού πλεονάσματος ως ποσοστού των πωλήσεων (στο 4% το 2013 από 9% το 2000) –με τη διαχρονική σταθερότητα του κόστους εργασίας ως ποσοστού των πωλήσεων να αποτελεί μία πρώτη ένδειξη συντηρητικής προσαρμογής του εργατικού δυναμικού του κλάδου.

Σε υψηλά επίπεδα η απασχόληση

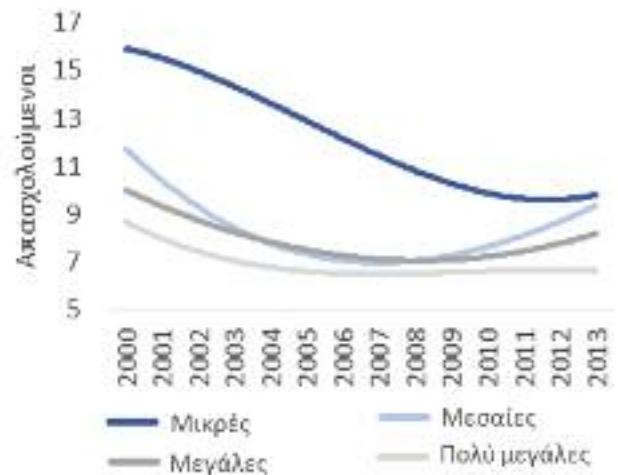
Ειδικότερα, παρά τη μείωση της προστιθέμενης αξίας του λιανικού εμπορίου την τελευταία δεκαετία στην Ελλάδα (3% του ΑΕΠ το 2013 από 4% το 2008), η συνεισφορά του στη συνολική απασχόληση παρέ-

Απασχολούμενοι ανά € 1εκ. πωλήσεων



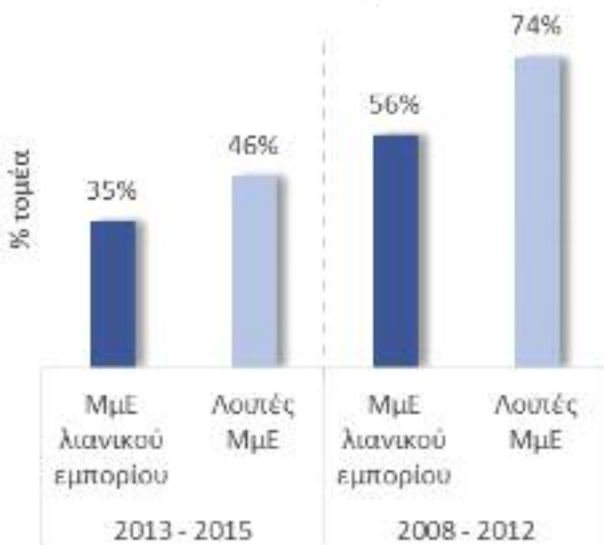
Πηγές: Eurostat, Ελ. Στατ., Εκτιμήσεις ΕΤΕ

Απασχολούμενοι ανά €1 εκ. πωλήσεων*



*Γραμμή τάσης βάσει πολυωνυμικής προσαρμογής
Πηγή: Ελ. Στατ., Εκτιμήσεις ΕΤΕ

Επιχειρήσεις που προχώρησαν σε απολύσεις



μεινε στο υψηλό επίπεδο του 12% (έναντι 9% κατά μέσο όρο στην Ευρώπη). Επιβεβαιωτικά της συντηρητικής αυτής εικόνας όσον αφορά την προσαρμογή της απασχόλησης του κλάδου εμφανίζονται τα στοιχεία βάσει των οποίων το ποσοστό των ΜμΕ λιανικού εμπορίου που προχώρησε σε απολύσεις ήταν χαμηλότερο του λοιπού τομέα τόσο στα αρχικά στάδια (56% έναντι 74% κατά την περίοδο 2008-2012), όσο και στα επόμενα στάδια της κρίσης (35% έναντι 46% κατά την περίοδο 2013-2015).



Πέρα από το υψηλό μερίδιο των ιδιοκτητών (ή μελών της οικογένειάς τους) για τους απασχολούμενους του κλάδου, οι προσαρμογές στην απασχόληση φαίνεται να περιορίζονται από το γεγονός ότι δεν υπάρχει υψηλό πλεονάζον εργατικό δυναμικό στον κλάδο (μόλις 16% βάσει ευρωπαϊκών δεδομένων), καθώς ο βασικός πλεονάζων παραγωγικός συντελεστής είναι το πάγιο κεφάλαιο (κατά 376% βάσει ευρωπαϊκών δεδομένων).

“ Το 1/4 του κλάδου του λιανικού εμπορίου δεν έχει προβεί σε καμία επενδυτική ή στρατηγική κίνηση κατά την τελευταία πενταετία. Από την άλλη πλευρά, ξεχωρίζει θετικά ένα δυναμικό 38% του τομέα που έχει προχωρήσει σε έναν συνδυασμό επενδυτικών και στρατηγικών κινήσεων, με αποτέλεσμα την επίτευξη καλύτερων λειτουργικών αποτελεσμάτων. ”

Επιπλέον, το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων λιανεμπορίου δημιουργεί πιέσεις στη ρευστότητα και στον εμπορικό κύκλο τους, καθώς οι προμηθευτές έχουν έντονο διαπραγματευτικό πλεονέκτημα, με τον βασικό προμηθευτή να καλύπτει το 40% των συνολικών πρώτων υλών και να είναι κυρίως μεγάλη επιχείρηση (σε ποσοστό 30% επιχείρηση του εξωτερικού). Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι στην Ελλάδα αντιστοιχούν 3 λιανέμποροι ανά χονδρέμπορο έναντι 2 κατά μέσο όρο για την ΕΕ, υποδηλώνοντας μια σχετικά πιο ολιγοπωλιακή δομή του ελληνικού κλάδου χονδρικού εμπορίου σε σχέση με τα ευρωπαϊκά δεδομένα.

Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι η στατική και συντηρητική αντίδραση των ΜμΕ λιανικού εμπορίου κατά τη διάρκεια της κρίσης δεν είναι ομοιόμορφη σε όλες τις επιχειρήσεις του τομέα. Από τη μια πλευρά, ξεχωρίζει αρνητικά το 1/4 του κλάδου που δεν έχει προβεί σε καμία επενδυτική ή στρατηγική κίνηση κατά την τελευταία πενταετία, ωστόσο, από την άλλη πλευρά, ξεχωρίζει θετικά ένα δυναμικό 38% του τομέα που έχει προχωρήσει σε έναν συνδυασμό επενδυτικών και στρατηγικών κινήσεων, με αποτέλεσμα την επίτευξη καλύτερων λειτουργικών αποτελεσμάτων. Σημειώνεται ότι οι δυναμικές επιχειρήσεις είναι πιο εμφανείς στην περιφέρεια, όπου καλύπτουν το 45% του τομέα έναντι 31% στα μεγάλα αστικά κέντρα της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης.

Ανθεκτικότερα τα σούπερ μάρκετ

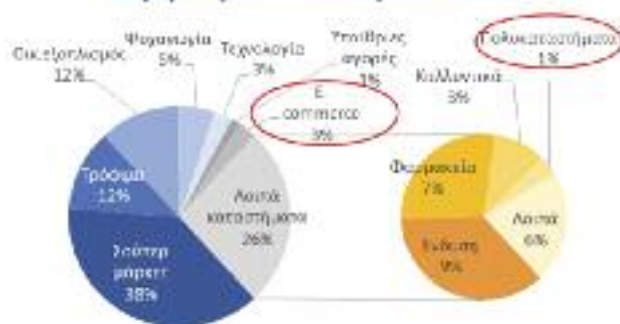
Εξετάζοντας την πορεία των επιμέρους δραστηριοτήτων, διαπιστώνουμε ότι η πτώση πωλήσεων στο διάστημα 2008-2015 δεν ήταν ομοιόμορφη. Ειδικότερα, μικρότερη πτώση πωλήσεων σημειώθηκε στα σούπερ μάρκετ (-23%) και στο λιανεμπόριο τροφίμων (-32%), καθώς σε μεγάλο βαθμό αφορούν είδη πρώτης ανάγκης. Σημειώνεται ότι αυτοί είναι και οι μεγαλύτεροι υποκλάδοι λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα, καλύπτοντας το 38% και το 12% του τομέα αντίστοιχα. Αντίθετα, την εντονότερη επίδραση

Εξέλιξη λιανικού εμπορίου ανά κλάδο

	2008 - 2015	2000 - 2008
Οικ.εξοπλισμός	-60%	53%
Τεχνολογία	-45%	60%
Ένδυση	-38%	36%
Καλλυντικά	-35%	61%
Ψυχαγωγία	-32%	68%
Τρόφιμα	-30%	41%
Σούπερ μάρκετ	-23%	104%

Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ΕΤΕ

Διάρθρωση λιανικών πωλήσεων - Ελλάδα



Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ΕΤΕ

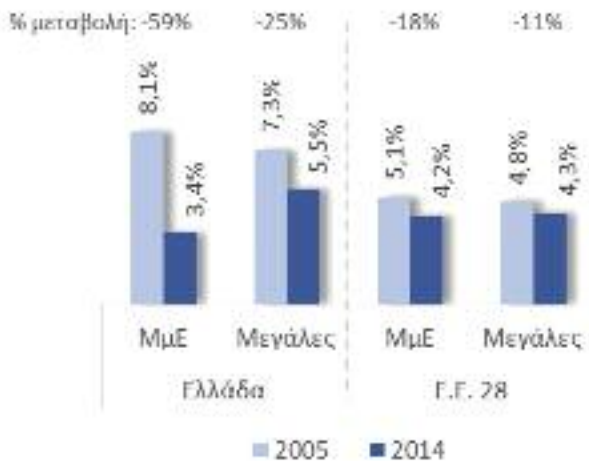
Διάρθρωση λιανικών πωλήσεων - Ε.Ε. 28



Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ΕΤΕ



Λιανικό εμπόριο: Περιθώριο λειτουργικού κέρδους



Πηγές: ICAP, Bach, Eurostat, Εκτιμήσεις ΕΙΕ

Ταχύτητα κυκλοφορίας ενεργητικού: Απόκλιση ΜμΕ από μεγάλες επιχειρήσεις



Πηγές: ICAP, Bach, Eurostat, Εκτιμήσεις ΕΤΕ

“ Η διαχρονική συμπίεση στην κερδοφορία των Ελλήνων λιανεμπόρων είναι ορατή στις οικονομικές καταστάσεις των εταιρειών του κλάδου, κυρίως για τις ΜμΕ, όπου το περιθώριο λειτουργικού κέρδους σημείωσε έντονη πτώση (της τάξης του 60%) από το αρκετά υψηλό 8,1% το 2005 στο 3,4% το 2014. ”

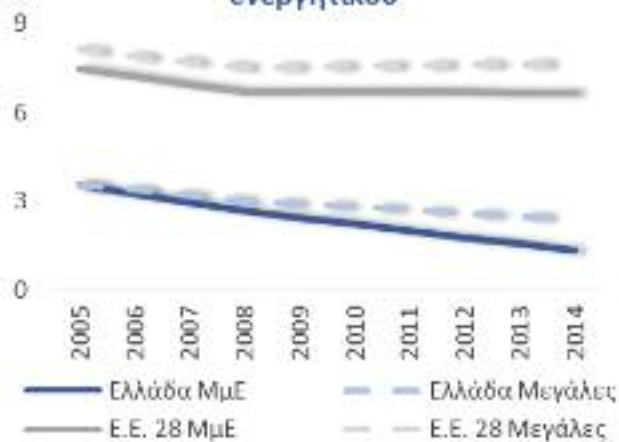
φαίνεται να δέχτηκαν οι κλάδοι διαρκών καταναλωτικών αγαθών, με τις λιανικές πωλήσεις ειδών οικιακού εξοπλισμού να σημειώνουν πτώση της τάξης του 60%.

Όσον αφορά στη συνεισφορά της κάθε δραστηριότητας, η σύνθεση του εγχώριου τομέα λιανικού εμπορίου είναι σε μεγάλο βαθμό παρόμοια με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο –με εξαίρεση τη χαμηλή διείσδυση των πολυκαταστημάτων (1% έναντι 6% στην Ευρώπη) και του e-commerce (3% έναντι 6% στην Ευρώπη).





Λιανικό εμπόριο: Ταχύτητα κυκλοφορίας παγίου ενεργητικού



Πηγές: ICAP, Bach, Eurostat, Εκτιμήσεις ΕΤΕ

Η διαχρονική συμπίεση στην κερδοφορία των Ελλήνων λιανεμπόρων είναι ορατή στις οικονομικές καταστάσεις των εταιρειών του κλάδου, κυρίως για τις ΜμΕ, όπου το περιθώριο λειτουργικού κέρδους σημείωσε έντονη πτώση (της τάξης του 60%) από το αρκετά υψηλό 8,1% το 2005 στο 3,4% το 2014 (έναντι

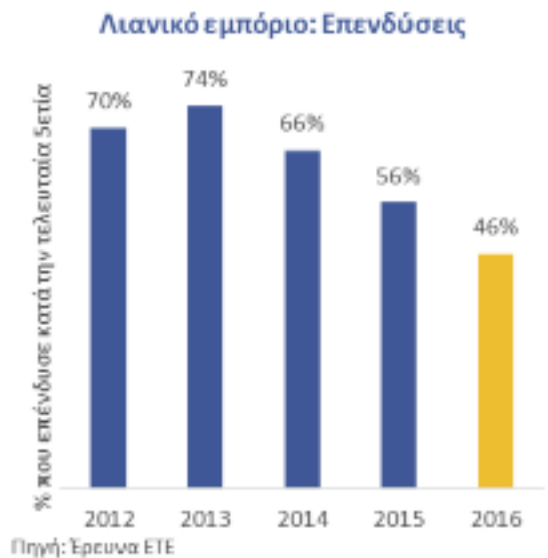
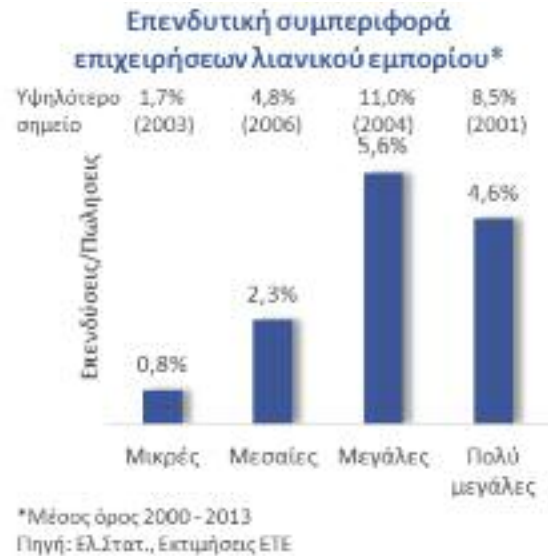
5,5% για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου, οι οποίες δέχθηκαν μικρότερη μείωση της τάξης του 25% στο ίδιο διάστημα).

Η υστέρηση των ΜμΕ λιανικού εμπορίου είναι ακόμα εντονότερη σε όρους ταχύτητας κυκλοφορίας ενεργητικού, με την απόκλισή τους έναντι των μεγαλύτερων εταιρειών του κλάδου να αυξάνεται διαχρονικά (60% χαμηλότερη ταχύτητα κυκλοφορίας ενεργητικού το 2014, από 40% χαμηλότερη το 2005). Σημειώνεται ότι η απόκλιση μεταξύ ΜμΕ και μεγάλων επιχειρήσεων είναι μικρότερη τόσο στον λοιπό εταιρικό τομέα στην Ελλάδα (40% χαμηλότερα το 2014), όσο και στο λιανικό εμπόριο Ευρώπης (30% χαμηλότερα το 2014).

Η διευρυμένη απόκλιση της ταχύτητας κυκλοφορίας ενεργητικού των ελληνικών ΜμΕ λιανικού εμπορίου έναντι των αντίστοιχων μεγαλύτερων επιχειρήσεων αντικατοπτρίζει κυρίως τη διαρκώς επιδεινούμενη απόδοση του παγίου κεφαλαίου των μικρών ελληνικών λιανεμπορικών επιχειρήσεων, αποτυπώνοντας έτσι ένα διαχρονικά εντεινόμενο πρόβλημα αποτελεσματικότητας.

Επενδυτική συμπεριφορά

Παράλληλα με το «πάγωμα» σε όρους απασχόλησης, αντίστοιχη συμπεριφορά επέδειξε το ελληνικό λιανικό εμπόριο και στον τομέα των επενδύσεων, με τον λόγο πάγιες επενδύσεις προς πωλήσεις να περιορίζεται κατά 60% στη διάρκεια της κρίσης (στο 1,3% έναντι 3,3% για την περίοδο προ κρίσης) – ποσοστό σημαντικά υψηλότερο σε σχέση με τη μείωση του αντίστοιχου επενδυτικού λόγου τόσο στον λοιπό ελληνικό εταιρικό τομέα (-36%) όσο και στο ευρωπαϊκό λιανεμπόριο (-17%) κατά τη διάρκεια της ίδιας περιόδου.



Εστιάζοντας στον τομέα των ΜμΕ λιανικού εμπορίου, παρατηρούμε τη διαχρονικά ασθενή επενδυτική τους συμπεριφορά (επενδύοντας 1%-2% των πωλήσεων τους ετησίως κατά την τελευταία 15ετία έναντι 4,5%-5,5% για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου).

Σε αντιστοιχία με τη γενικότερη τάση επιδείνωσης του τομέα λιανικού εμπορίου στην Ελλάδα, η διαχρονικά αδύναμη επενδυτική τάση των ΜμΕ εξασθενεί συνεχώς τα τελευταία χρόνια, με μόλις το 46% του τομέα να δηλώνει το 2016 ότι έχει προχωρήσει σε πάγιες επενδύσεις κατά την τελευταία πενταετία ενώ το αντίστοιχο ποσοστό βρισκόταν στο 74% το 2013.

Έλλειμμα στρατηγικών κινήσεων

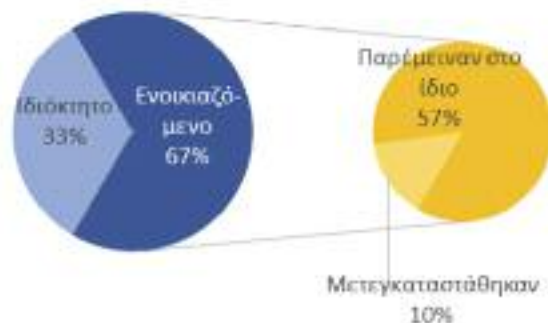
Η σχετικά αδρανής στάση των ΜμΕ λιανικού εμπορίου επιβεβαιώνεται από δύο ακόμα στοιχεία: (i) χαμηλή απόκριση στα νέα δεδομένα της αγοράς ενοικίασης εμπορικών ακινήτων και (ii) υιοθέτηση συντηρητικών/παραδοσιακών στρατηγικών έναντι της κρίσης.

Ενώ τα 2/3 του τομέα ενοικιάζουν το κατάστημά τους, μόλις το 10% επέλεξε να μετεγκατασταθεί κατά τη διάρκεια της τελευταίας πενταετίας. Πιο συγκεκριμένα, μόνο το 40% αυτού του υποσυνόλου (4% του τομέα) αξιοποίησε στρατηγικά την τρέχουσα συγκυρία υπερβάλλουσας προσφοράς και χαμηλών ενοικίων, για να μετεγκατασταθεί σε ένα καλύτερο κατάστημα (ίδιας ή νέας περιοχής) με χαμηλότερο ενοίκιο.

Ενώ υψηλά ποσοστά του τομέα (της τάξης του 1/2) προχώρησαν σε παραδοσιακές αλλαγές στρατηγικής –αλλαγή προμηθευτή, αλλαγή τύπου ή/και ποιότητας προϊόντος–, μόλις το 21% του τομέα προχώρησε σε ενσωμάτωση καναλιών ηλεκτρονικού εμπορίου στη δραστηριότητά του.

Οι ΜμΕ κατανοούν τη σημαντικότητα αυτής της στρατηγικής (με σχεδόν το 1/2 του τομέα να δηλώνει ότι έχει επενδύσεις είτε προτίθεται να επενδύσει κατά την επόμενη διετία σε e-commerce), ωστόσο εμφανίζονται διστακτικοί όσον αφορά την υλοποίησή της, με αποτέλεσμα να τη μεταθέτουν στον μεσοπρόθεσμο σχεδιασμό τους, σε αντίθεση με τις παραδοσιακές στρατηγικές τις οποίες σε μεγάλο βαθμό έχουν ήδη υλοποιήσει. ●

Είδος κεντρικού καταστήματος



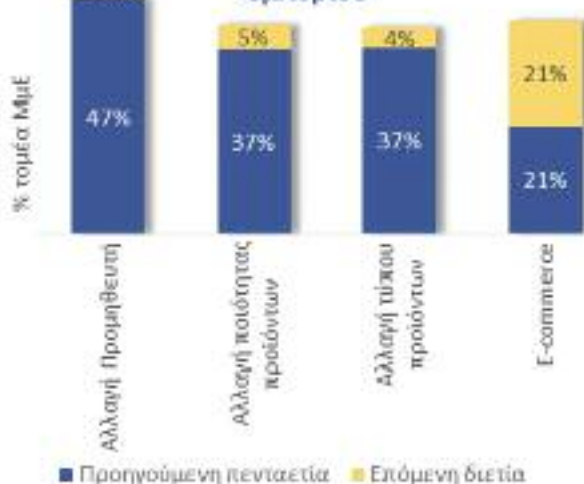
Τοποθεσία-Ενοίκιο χώρου μετεγκατάστασης



ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ

ΕΝΟΙΚΙΟ

Στρατηγικές ενέργειες ΜμΕ λιανικού εμπορίου





Διαμεσολάβηση: Μια λύση για όλους

Το Οικονομικό Επιμελητήριο Ελλάδος, αναγνωρίζοντας τη δυναμική και τις προοπτικές που παρουσιάζει στη χώρα μας η εναλλακτική επίλυση των διαφορών, αποτελεί μέλος του Οργανισμού Προώθησης Εναλλακτικών Μεθόδων Επίλυσης Διαφορών (Ο.Π.Ε.Μ.Ε.Δ).

Το ΟΕΕ συνεργάζεται ήδη με τους υπόλοιπους 19 θεσμικούς εκπροσώπους της οικονομικής και της επιστημονικής ζωής του τόπου, για να καταστήσει γνωστό και να διαδώσει το σύγχρονο και αποτελεσματικό σύστημα επίλυσης των διαφορών.

Οι οικονομολόγοι, με την κατάλληλη κατάρτιση στους πιστοποιημένους Φορείς Εκπαίδευσης και Κατάρτισης Διαμεσολαβητών και την τελική διαπίστευση και ανάρτησή τους στον επίσημο κατάλογο διαμεσολαβητών, το οποίο προϋποθέτει την επιτυχή εξέταση του υποψηφίου σε προφορική και γραπτή δοκιμασία από την Επιτροπή Πιστοποίησης Διαμεσολαβητών ΥΔΔΑΔ και την έκδοση σχετικής απόφασης του Υπουργού Δικαιοσύνης, Διαφάνειας και Ανθρωπίνων Δικαιωμάτων, μπορούν να αναλάβουν τον ρόλο του διαμεσολαβητή.



Σπύρος Αντωνέλος
Διαμεσολαβητής MCIArb
(2008) - Δικηγόρος -
Εκπαιδευτής - Συγγραφέας -
Εταίρος «RESOLVE
Διαμεσολαβητές»
(www.resolve.gr) - Μέλος της
Επιτροπής Διαμεσολαβητών
του Ο.Π.Ε.Μ.Ε.Δ.
(www.opemed.gr)

Ο κ. Σπύρος Αντωνέλος, Διαμεσολαβητής-Δικηγόρος, αναλύει τον θεσμό της Διαμεσολάβησης και παρουσιάζει τα προτερήματα και τα οφέλη της στην επίλυση διαφορών σε σχέση με μια δικαστική διαδικασία.

1. Τι είναι η Διαμεσολάβηση και ποιο είναι το πεδίο της;

Είναι διαδικασία εξωδικαστικής επίλυσης ιδιωτικών και εμπορικών διαφορών, στην οποία οι εμπλεκόμενοι σε μία διαφορά (ιδιώτες, επαγγελματίες, έμποροι, επιχειρήσεις) μαζί με τους δικηγόρους τους υποβοηθούνται να εντοπίσουν, μέσα από διαπραγμάτευση, μία αμοιβαία αποδεκτή από αυτούς λύση της. Υποβοηθούνται ισότιμα από έναν ειδικό στις διαπραγματεύσεις, το δίκαιο και την ψυχολογία, τον Διαμεσολαβητή. Δεν εφαρμόζεται σε διαφορές με το Ελληνικό Δημόσιο.

2. Ποιοι συμμετέχουν σε αυτή;

Τα εμπλεκόμενα στη διαφορά μέρη (η επιχείρηση μέσω του νομίμου εκπροσώπου της), οι δικηγόροι τους και ο κοινής επιλογής Διαμεσολαβητής.

3. Πώς πραγματοποιείται η Διαμεσολάβηση, πού βρίσκω Διαμεσολαβητή και πώς συμβάλλει;

Η Διαμεσολάβηση πραγματοποιείται σε στάδια, είναι ωστόσο συνολικά μία ιδιαίτερα σύντομη διαδικασία.

α) Ξεκινά με ενημέρωση των μερών και των δικηγόρων τους για τη φύση και τα βήματα της Διαμεσολάβησης από τον Διαμεσολαβητή.

β) Ακολουθεί η σύναψη συμφωνητικού για την υπαγωγή της διαφοράς τους στη Διαμεσολάβηση, με την οποία συμφωνούν, μεταξύ άλλων, σε ποια ημερομηνία κοινής διαθεσιμότητας επιθυμούν να γίνει η Διαμεσολάβηση.

γ) Στο τρίτο βήμα, πραγματοποιείται η κυρίως διαδικασία της Διαμεσολάβησης, κατά την οποία τα μέρη και οι Δικηγόροι τους διαπραγματεύονται κατά τη διάρκεια μίας ημέρας την εύρεση μίας κοινά αποδεκτής λύσης στη διαφορά τους, με τη βοήθεια του Διαμεσολαβητή.

Εκείνος, χωρίς να παίρνει θέση υπέρ του ενός ή του άλλου και διατηρώντας την ουδετερότητά του, όπως έχει εκπαιδευτεί, τους βοηθά, συμβάλλοντας ενδεικτικά:

- στη διεξαγωγή μίας ισότιμης, παραγωγικής και αποτελεσματικής διαδικασίας, η οποία πραγματοποιείται με κοινές συναντήσεις όλων στην ίδια αίθουσα και κατ' ιδίαν συναντήσεις του Διαμεσολαβητή με κάθε πλευρά και τον δικηγόρο της σε χωριστές αίθουσες,
- στην αποφόρτιση των εντάσεων,
- στην αποτελεσματική και μη συναισθηματικά φορτισμένη μεταφορά και εξέταση προτάσεων και αντιπροτάσεων μεταξύ των μερών, καθώς και
- στη σταδιακή διαφορετική προσέγγιση του

προβλήματος υπό το πρίσμα των νέων στοιχείων που προέκυψαν.

Τα μέρη και οι δικηγόροι βρίσκουν Διαμεσολαβητή, ο οποίος είναι ελεύθερος επαγγελματίας και έχει ολοκληρώσει επιτυχώς ειδική εκπαίδευση και διπλές εξετάσεις, σε σχετικό δημόσιο πίνακα που βρίσκεται αναρτημένος στην ιστοσελίδα του Υπουργείου Δικαιοσύνης www.ministryofjustice.gr

4. Ποιο είναι το νομοθετικό πλαίσιο της Διαμεσολάβησης στην Ελλάδα και στην Ε.Ε.;

Η Διαμεσολάβηση είναι πανευρωπαϊκός και παγκόσμιος θεσμός, ιδιαίτερα διαδεδομένος στο εμπόριο, που θεσπίστηκε με την Οδηγία 2008/52/ΕΚ και στην Ελλάδα με τον νόμο 3898/2010. Περιλαμβάνεται στον Κώδικα Πολιτικής Δικονομίας (άρθρο 214Γ).

5. Σε τι διαφέρει ως προς τα Δικαστήρια;

Η Διαμεσολάβηση είναι, σε αντίθεση με τα δημόσια ακροατήρια των Δικαστηρίων, μία διαδικασία απόρρητη, απαλλαγμένη από έξοδα όπως επιδόσεων, τοκισμού των απαιτήσεων, δικαστικού ενσήμου και από πολύμηνες ή πολυετείς αναμονές. Τα μέρη μίας



διαφοράς γίνονται οι πρωταγωνιστές της επίλυσής της. Επίσης, είναι δυναμική διαδικασία, δεδομένου ότι τα μέρη, με τη διαρκή συμβουλή των δικηγόρων τους, αναπροσαρμόζουν τις προτάσεις και αντιπροτάσεις μεταξύ τους, αναλόγως των βημάτων καλής θέλησης που διαπιστώνουν.

Οδηγεί σε συμφωνία που διαμορφώνουν τα μέρη, αποτυπώνουν οι δικηγόροι τους και εντάσσεται σε ένα τελικό πρακτικό του Διαμεσολαβητή, με το οποίο διαπιστώνει την επιτυχία της διαδικασίας.

6. Πόσο δεσμευτική είναι η συμφωνία που προκύπτει από Διαμεσολάβηση;

Το πρακτικό επιτυχίας της Διαμεσολάβησης (βλ. ερώτηση 5.), υπό απλές προϋποθέσεις, την πληρωμή παραβόλου 100 ευρώ και την κατάθεσή του στο τοπικό Πρωτοδικείο από τον Διαμεσολαβητή, αποκτά άμεσα αυξημένη δεσμευτική ισχύ («εκτελεστότητα»), όπως αυτή μίας δικαστικής απόφασης ή μίας διαταγής πληρωμής.

Η αυξημένη αυτή ισχύς επιτρέπει, αν δεν τηρηθεί η συμφωνία των μερών, να προβούν αυτά απευθείας σε αναγκαστική εκτέλεση.

7. Ποια είναι τα κόστη της Διαμεσολάβησης;

Κάθε μέρος καταβάλλει την αμοιβή του δικηγόρου του και τη μισή αμοιβή του Διαμεσολαβητή. Εκδίδεται νόμιμο παραστατικό. Επίσης, αν τα μέρη το αποφασίσουν, μοιράζονται το κόστος του παραβόλου κατάθεσης που προαναφέρθηκε (βλ. ερώτηση 6).

8. Γιατί η Διαμεσολάβηση συμφέρει τις επιχειρήσεις και τους εμπόρους/ελεύθερους επαγγελματίες;

Εκτός από τη συντομία, τα χαμηλότερα κόστη σε σχέση με μία δικαστική αντιδικία και το απόρρητο της Διαμεσολάβησης, που δεν εκθέτει δημοσίως τα προβλήματα μίας εταιρείας/ενός επαγγελματία ή μίας συνεργασίας, η Διαμεσολάβηση επιτρέπει στα μέρη της διαφοράς να ορίσουν τη λύση της και να συνδιαμορφώσουν τις παραμέτρους της (χρόνο, δό-



σεις, ποσά, ανταλλάγματα), λαμβάνοντας υπόψη τους τις οικονομικές και λοιπές τους δυνατότητες, τις σχέσεις τους και τις πρακτικές τους ανάγκες.

9. Από την εμπειρία σας, πόσες Διαμεσολαβήσεις έχουν γίνει πανελλαδικά και τι είδους;

Έχουν γίνει την τελευταία τριετία, κατά την οποία πραγματοποιούνται στην πράξη Διαμεσολαβήσεις στην Ελλάδα (γιατί ως το καλοκαίρι του έτους 2013 απουσίαζε ο δημοσιευμένος από του Υπουργείο Δικαιοσύνης Πίνακας Διαμεσολαβητών), περισσότερες των 100 Διαμεσολαβήσεων.

Εκ πείρας σας καταθέτω ότι οι κυριότερες διαφορές στις οποίες την εφαρμόζουμε σήμερα είναι αυτές μεταξύ εταιρειών και των προμηθευτών τους, οι διαφορές μεταξύ συνεταιίρων, οι οικογενειακές διαφορές πλην κάποιων εξαιρέσεων, οι οφειλές προς τράπεζες ή άλλες διαφορές οφειλετών-πιστωτών, αυτές μεταξύ ιδιοκτητών-ενοικιαστών ιδιωτικών ή εταιρικών ακινήτων, οι διαφορές από κακή εκτέλεση συμβάσεων ή διαφορές για εμπορικά σήματα.



Αυτός ο αριθμός και η ευρύτητα Διαμεσολαβήσεων είναι μία πολύ ενθαρρυντική αρχή, αν αναλογιστούμε όλες τις δυσκολίες που διένυσε συνολικά η χώρα μας τα τελευταία έτη.

Με χαροποιεί το γεγονός ότι το Ο.Ε.Ε., μέσα από το παρόν έντυπό του, από την ιστοσελίδα του και τη δυναμική συμμετοχή του στον Ο.Π.Ε.Μ.Ε.Δ. (www.opemed.gr), τον νεοσύστατο Οργανισμό προβολής της Διαμεσολάβησης από τα Επιμελητήρια και άλλους κοινωνικούς και επαγγελματικούς φορείς, μετά από πρωτοβουλία του τέως Γ.Γ. του Υπουργείου Δικαιοσύνης και Νικόλα Κανελλόπουλου, παρέχει στη Διαμεσολάβηση αποτελεσματική προβολή, προς όφελος των μελών του.

10. Γιατί χαρακτηρίζετε τη Διαμεσολάβηση εργαλείο όχι μόνο διαχείρισης αλλά και πρόληψης διαφορών;

Γιατί η Διαμεσολάβηση, σε μία ειδική μορφή της που ονομάζεται «Διαμεσολάβηση στον χώρο εργασίας» (workplace mediation), εφαρμόζεται από ειδικά μετεκπαιδευμένους Διαμεσολαβητές, όπως εγώ, και ως μέσο πρόληψης και αντιμετώπισης διενέξεων σε αρχικό στάδιο, όπως αυτές μεταξύ συνεταιίρων, συνεργατών, Διευθυντών Τμημάτων ή των μελών μίας ομάδας ή ενός γραφείου, οι οποίες βρίσκονται σε εξέλιξη επηρεάζοντας αρνητικά την απόδοση όλων, χωρίς ωστόσο να έχουν αποκτήσει ακόμα νομική υπόσταση και να έχουν οι εμπλεκόμενοι απευθυνθεί σε δικηγόρο.

Πολλά πρακτικά παραδείγματα αξιοποίησης της Διαμεσολάβησης θα βρουν τα μέλη του Ο.Ε.Ε. στην ανωτέρω ιστοσελίδα του Ο.Π.Ε.Μ.Ε.Δ., στην οποία αρθρογραφώ τακτικά, και στην ανωτέρω ιστοσελίδα της εταιρείας Διαμεσολαβητών RESOLVE, της οποίας είμαι εταίρος, όπου πραγματοποιούμε Διαμεσολαβήσεις τακτικά.

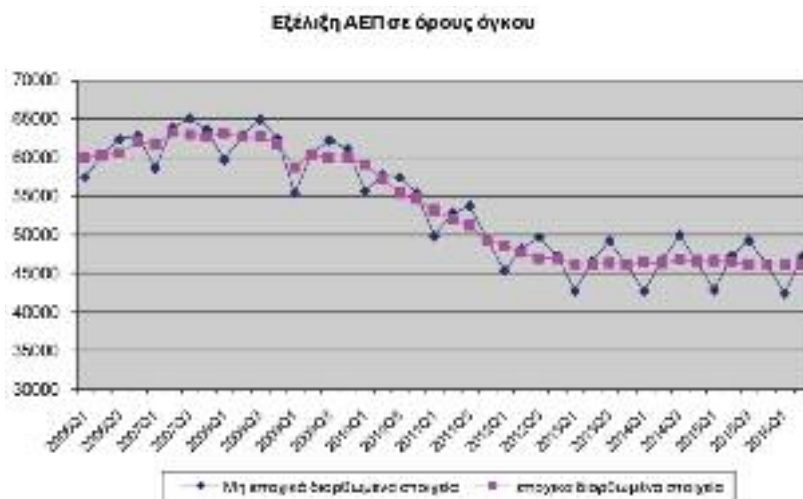
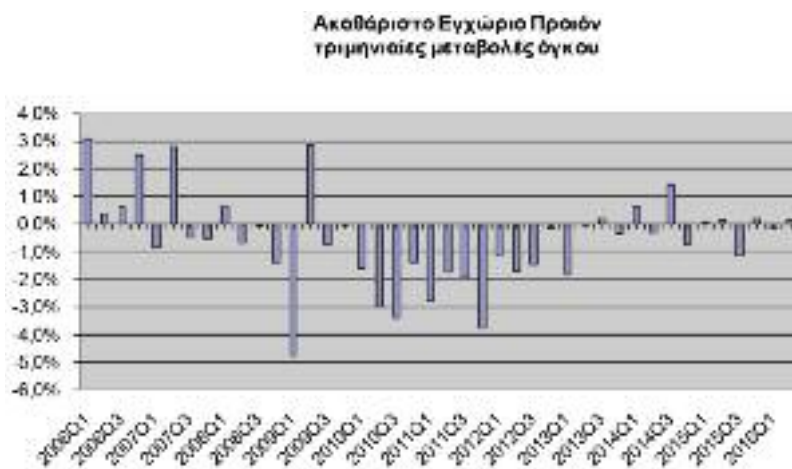
Κλείνοντας, θέλω να σημειώσω ότι τους επόμενους μήνες θα ακολουθήσει εκδήλωση προβολής της Διαμεσολάβησης στα μέλη του Ο.Ε.Ε. σε συνεργασία με το Ο.Π.Ε.Μ.Ε.Δ. και προσκαλώ τα μέλη του Ο.Ε.Ε. να απευθύνουν τα ερωτήματά τους ή υποθέσεις τους ιδιωτικού δικαίου που τα απασχολούν, ώστε στην εν λόγω εκδήλωση να αποτελέσουν αντικείμενο σχολιασμού από εμένα και από τους λοιπούς συντελεστές αυτής. ●

Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ σε αριθμούς

ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΟΙ ΕΘΝΙΚΟΙ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ

Με βάση τα διαθέσιμα εποχικά διορθωμένα στοιχεία, το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) σε όρους όγκου, κατά το 2^ο τρίμηνο 2016, παρουσίασε αύξηση κατά 0,2% σε σχέση με το 1^ο τρίμηνο 2016 έναντι της αύξησης 0,3% που είχε ανακοινωθεί στην πρώτη εκτίμηση του 2^{ου} τριμήνου, στις 12-08-2016. Σε σύγκριση με το 2^ο τρίμηνο 2015, παρουσίασε μείωση 0,9% έναντι της μείωσης 0,7% που είχε ανακοινωθεί στην πρώτη εκτίμηση του 2^{ου} τριμήνου, στις 12-08-2016.

Με βάση τα μη εποχικά διορθωμένα στοιχεία το Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) σε όρους όγκου, κατά το 2^ο τρίμηνο 2016, παρουσίασε μείωση κατά 0,4% σε σχέση με το 2^ο τρίμηνο 2015 έναντι της μείωσης 0,1% που είχε ανακοινωθεί στην πρώτη εκτίμηση του 2^{ου} τριμήνου, στις 12-08-2016.

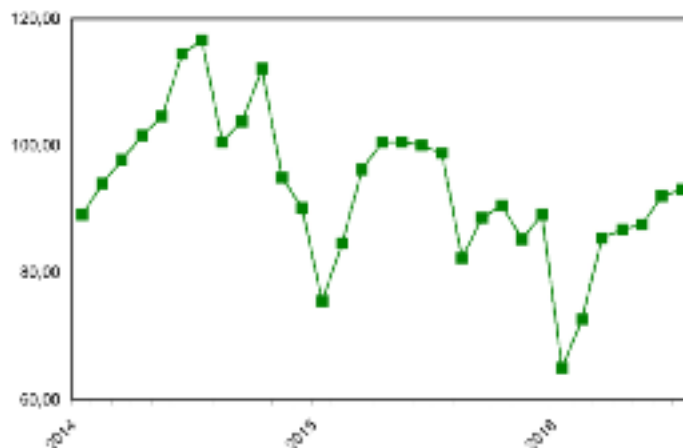


ΔΕΙΚΤΗΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΣΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

- Ο Γενικός Δείκτης Κύκλου Εργασιών στη Βιομηχανία (σύνολο εγχώριας και εξωτερικής αγοράς) του μηνός Ιουλίου 2016, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο Δείκτη του Ιουλίου 2015, παρουσίασε μείωση κατά 5,9%, έναντι μείωσης 15,1% που σημειώθηκε κατά την αντίστοιχη σύγκριση του έτους 2015 προς το 2014.

- Ο μέσος Γενικός Δείκτης του δωδεκαμήνου Αυγούστου 2015 - Ιουλίου 2016, σε σύγκριση με τον ίδιο Δείκτη του δωδεκαμήνου Αυγούστου 2014 - Ιουλίου 2015, παρουσίασε μείωση κατά 12,0%, έναντι μείωσης 5,1% που σημειώθηκε από τη σύγκριση των αντίστοιχων προηγούμενων δωδεκαμήνων.

Εξέλιξη του Γενικού Δείκτη Κύκλου Εργασιών στη Βιομηχανία (2010=100,0)



ΔΕΙΚΤΗΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΣΤΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

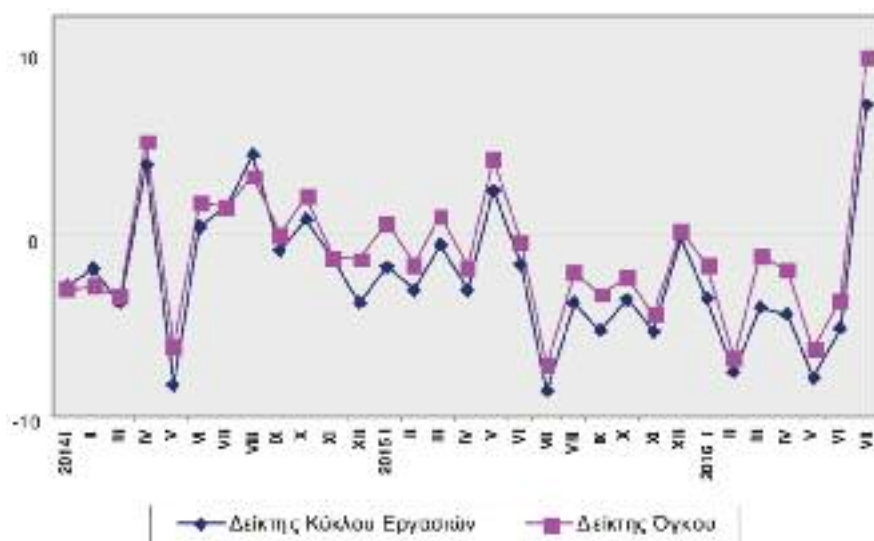
- Ο Γενικός Δείκτης Κύκλου Εργασιών, κατά το μήνα Ιούλιο 2016, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του Ιουλίου 2015, σημείωσε αύξηση κατά 7,1% και σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του Ιουνίου 2016 σημείωσε αύξηση κατά 4,4%.

- Ο Γενικός Δείκτης Όγκου, κατά το μήνα Ιούλιο 2016, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του Ιουλίου 2015, σημείωσε αύξηση κατά 9,7% και σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του Ιουνίου 2016 σημείωσε αύξηση κατά 7,9%.

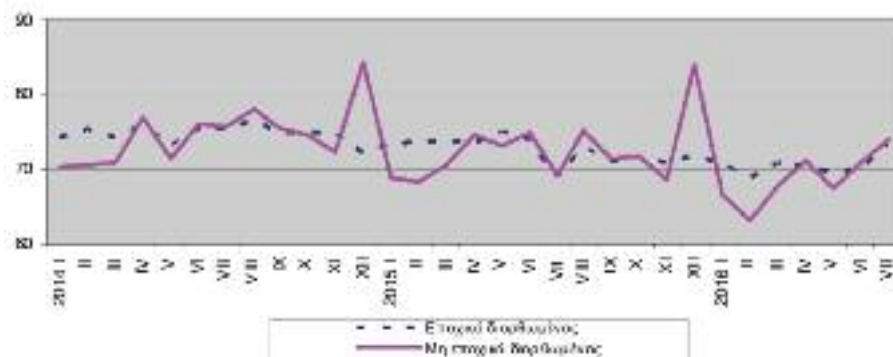
- Ο Εποχικά Διορθωμένος (ως προς την επίδραση εποχικών γεγονότων π.χ. έναρξη σχολικής περιόδου, εορτές, τουριστική περίοδος κ.λπ.) Γενικός Δείκτης Κύκλου Εργασιών, κατά το μήνα Ιούλιο 2016, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του Ιουνίου 2016 σημείωσε αύξηση κατά 4,5%.

- Ο Εποχικά Διορθωμένος Γενικός Δείκτης Όγκου, κατά το μήνα Ιούλιο 2016, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του Ιουνίου 2016 σημείωσε αύξηση κατά 4,9%.

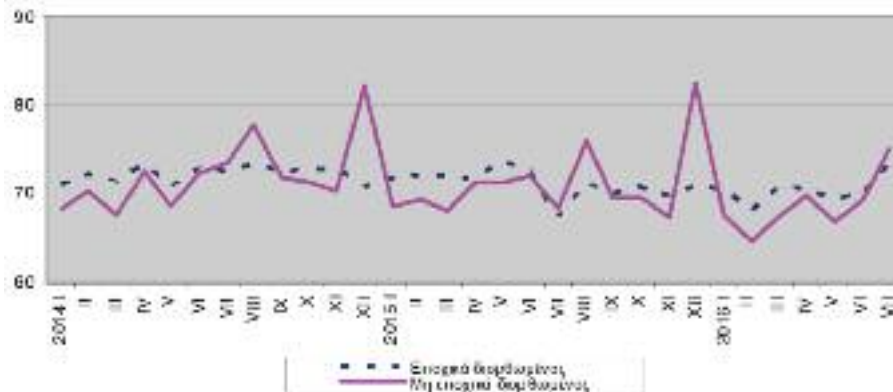
Εξέλιξη Ετήσιων Μεταβολών του Δείκτη Κύκλου Εργασιών και Όγκου στο Λιανικό Εμπόριο (2010=100,0)



Εξέλιξη του Δείκτη Κύκλου Εργασιών στο Λιανικό Εμπόριο



Εξέλιξη του Δείκτη Όγκου στο Λιανικό Εμπόριο

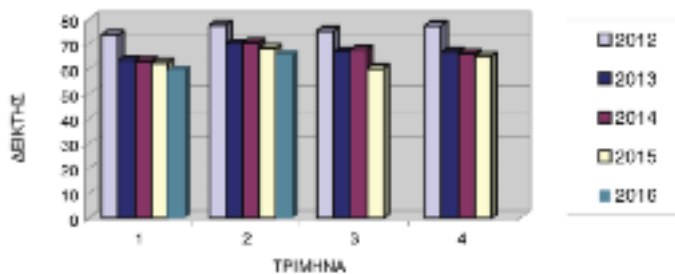


ΔΕΙΚΤΗΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ ΣΤΟ ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

• Ο Δείκτης Κύκλου Εργασιών στο Χονδρικό Εμπόριο του 2^{ου} τριμήνου 2016, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του 2^{ου} τριμήνου 2015, παρουσίασε μείωση κατά 3,8% και σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του 1^{ου} τριμήνου 2016, παρουσίασε αύξηση κατά 10,2%.

• Ο Εποχικά Διορθωμένος (ως προς την επίδραση εποχικών γεγονότων π.χ. έναρξη σχολικής περιόδου, εορτές, τουριστική περίοδος κ.λπ.) Δείκτης Κύκλου Εργασιών στο Χονδρικό Εμπόριο του 2^{ου} τριμήνου 2016, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του 1^{ου} τριμήνου 2016, παρουσίασε μείωση κατά 0,7%.

Εξέλιξη του Δείκτη Κύκλου Εργασιών στο Χονδρικό Εμπόριο (2010=100,0)



ΔΕΙΚΤΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΩΝ ΑΤΟΜΩΝ ΣΤΟ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

• Ο Γενικός Δείκτης Απασχολούμενων Ατόμων στο Λιανικό Εμπόριο του 2^{ου} τριμήνου 2016 σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του 2^{ου} τριμήνου 2015, παρουσίασε αύξηση κατά 0,2%, ενώ σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του 1^{ου} τριμήνου 2016, παρουσίασε αύξηση κατά 1,4%.

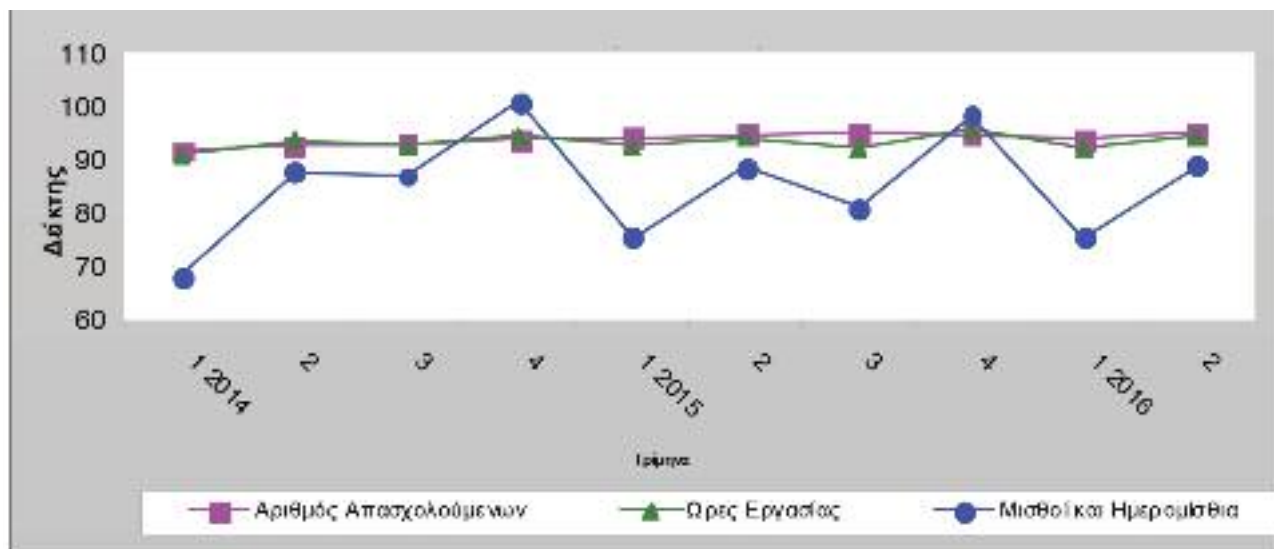
• Ο Δείκτης Ωρών Εργασίας στο Λιανικό Εμπόριο του 2^{ου} τριμήνου 2016 σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του 2^{ου} τριμήνου 2015, παρουσίασε αύξηση κατά 0,4%, ενώ σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του 1^{ου} τριμήνου 2016, παρουσίασε αύξηση κατά 2,5%.

• Ο Δείκτης Μισθών και Ημερομισθίων στο Λιανικό Εμπόριο του 2^{ου} τριμήνου 2016 σε σύγκριση με τον

αντίστοιχο δείκτη του 2^{ου} τριμήνου 2015, παρουσίασε αύξηση κατά 0,3%, ενώ σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του 1^{ου} τριμήνου 2016, παρουσίασε αύξηση κατά 17,8%.

• Ο Εποχικά Διορθωμένος (ως προς την επίδραση εποχικών γεγονότων π.χ. έναρξη σχολικής περιόδου, εορτές, τουριστική περίοδος κ.λπ.) Γενικός Δείκτης Απασχολούμενων Ατόμων του 2^{ου} τριμήνου 2016 σε σύγκριση με τον αντίστοιχο δείκτη του 1^{ου} τριμήνου 2016, παρουσίασε αύξηση κατά 0,7%, ο αντίστοιχος Δείκτης Ωρών Εργασίας παρουσίασε αύξηση κατά 0,3% και ο αντίστοιχος Δείκτης Μισθών και Ημερομισθίων παρουσίασε μείωση κατά 0,8%.

Εξέλιξη των Δεικτών Απασχολούμενων Ατόμων, Ωρών Εργασίας και Μισθών και Ημερομισθίων στο Λιανικό Εμπόριο (2010=100,0)



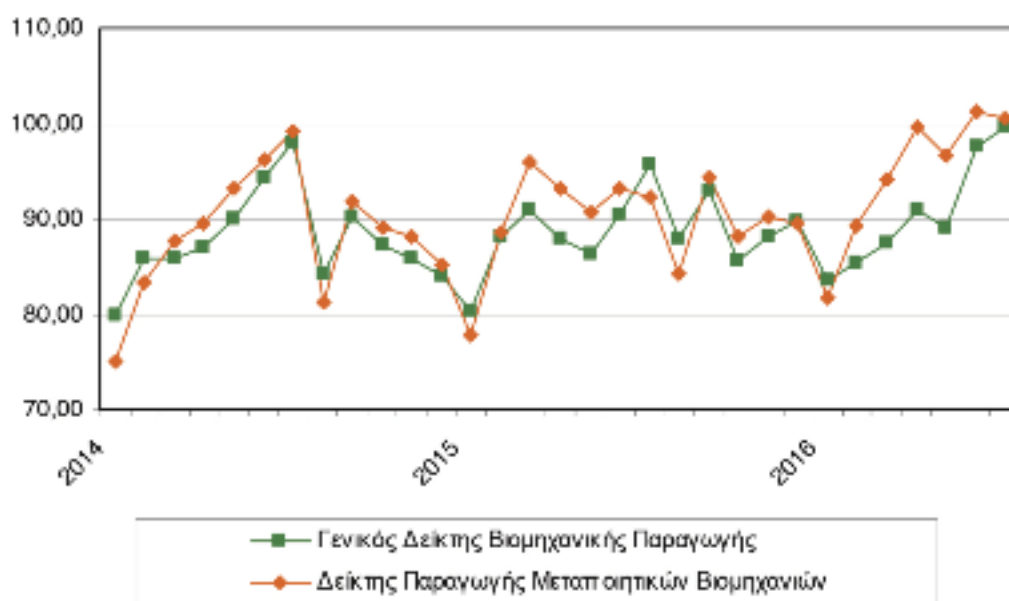
ΔΕΙΚΤΗΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

- Ο Γενικός Δείκτης Βιομηχανικής Παραγωγής του μηνός Ιουλίου 2016, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο Δείκτη του Ιουλίου 2015, παρουσίασε αύξηση κατά 4,1%, έναντι μείωσης 2,5% που σημειώθηκε κατά την αντίστοιχη σύγκριση του έτους 2015 προς το 2014.
- Ο μέσος Δείκτης Βιομηχανικής Παραγωγής της περιόδου Ιανουαρίου - Ιουλίου 2016, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο Δείκτη της περιόδου Ιανουαρίου -

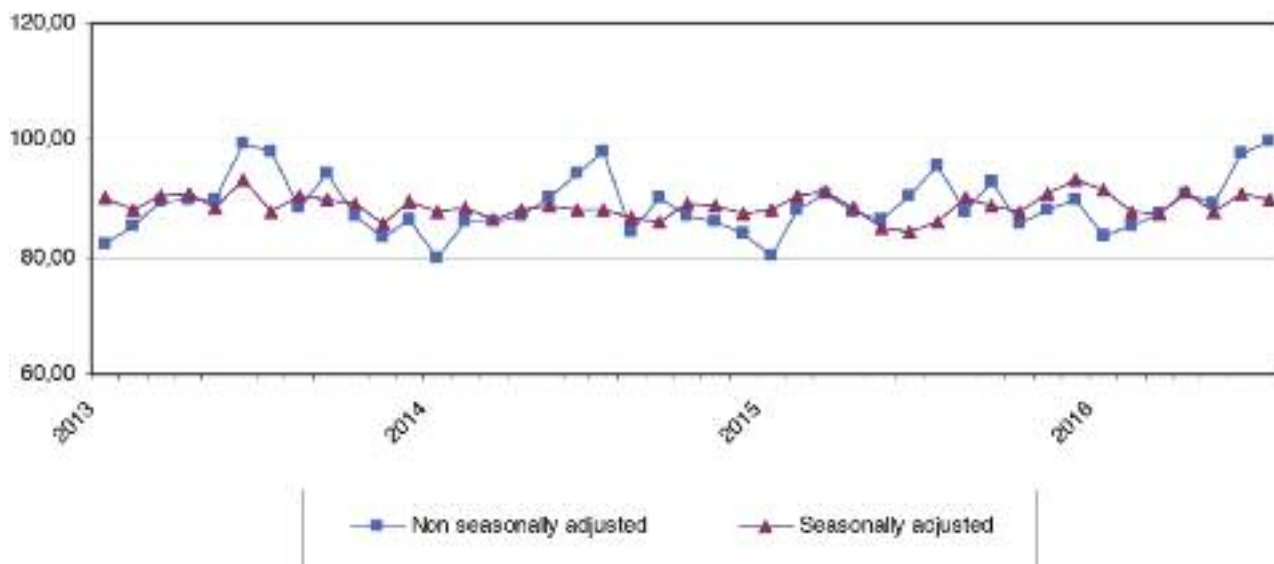
Ιουλίου 2015, παρουσίασε αύξηση κατά 2,3%, έναντι μείωσης 0,3% που σημειώθηκε κατά την αντίστοιχη σύγκριση του έτους 2015 προς το 2014.

- Ο εποχικά διορθωμένος ως προς την επίδραση μηνιαίων γεγονότων (π.χ. εορτές, τουριστική περίοδος κ.λπ.) Γενικός Δείκτης Βιομηχανικής Παραγωγής του μηνός Ιουλίου 2016, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο Δείκτη του Ιουνίου 2016, παρουσίασε μείωση κατά 1,4%.

Εξέλιξη του Γενικού Δείκτη Βιομηχανικής Παραγωγής και του Δείκτη Παραγωγής Μεταποιητικών Βιομηχανιών (2010=100,0)



Εξέλιξη του Γενικού Δείκτη Βιομηχανικής Παραγωγής (2010=100,0)



Περιφερειακά Τμήματα Ο.Ε.Ε.

1^ο ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΘΡΑΚΗΣ

Διεύθυνση: Μ. Βασιλείου 3,
69100, Κομοτηνή
Τηλέφωνα: 25310 - 23035
Fax: 25310 - 82992
Email: oee1pt@oe-e.gr

2^ο ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

Διεύθυνση: Μεραρχίας 14, 62100 - Σέρρες
Τηλέφωνα: 23210 - 67970 / 98127
Fax: 23210 - 52062
Email: oee2pt@oe-e.gr

Γραφείο του Περιφερειακού Τμήματος λειτουργεί και στην
Καβάλα (Βενιζέλου 34, 65403, Καβάλα -
τηλ.: 2510-232966)

3^ο ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

Διεύθυνση: Αριστοτέλους 26,
54623, Θεσσαλονίκη
Τηλέφωνα: 2310 - 275727 / 275728
Fax: 2310 - 275728
Email: oee3pt@oe-e.gr

4^ο ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΚΕΝΤΡΟΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

Διεύθυνση: Μαλακούση 10, 59131, Βέροια
Τηλέφωνα: 23310 - 29111
Fax: 23310 - 72033
Email: oee4pt@oe-e.gr

5^ο ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

Διεύθυνση: Κωστή Παλαμά 6, 50132, Κοζάνη
Τηλέφωνα: 24610 - 27783 / 37462
Fax: 24610 37462
Email: oee5pt@oe-e.gr

6^ο ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΗΠΕΙΡΟΥ

Διεύθυνση: Ν Ζέρβα 28-30, 45332, Ιωάννινα
Τηλέφωνα: 26510 - 70400
Fax: 26510 - 72194
Email: oee6pt@oe-e.gr / www.oee-epirus.gr

7^ο ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

Διεύθυνση: Παπαναστασίου 21,
41222, Λάρισα
Τηλέφωνα: 2410 - 531422
Fax: 2410 - 533123
Email: oee7pt@oe-e.gr

8^ο ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Διεύθυνση: Διάκου και Ανιάνων 2,
35131, Λαμία
Τηλέφωνα: 22310 - 42511
Fax: 22310 - 38882
Email: oee8pt@oe-e.gr

9^ο ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Διεύθυνση: Λ. Χαΐνα 75 & 25ης Μαρτίου, 34132, Χαλκίδα
Τηλέφωνα: 22210 - 60669
Fax: 22210 - 80710 / 80894
Email: oee9pt@oe-e.gr

10^ο ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΒΟΡΕΙΟΔΥΤΙΚΗΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ & ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Διεύθυνση: Ζαΐμη 21, 26223, Πάτρα
Τηλέφωνα: 2610 - 221645, 241183
Fax: 2610 - 273767
Email: oee10pt@oe-e.gr

11^ο ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΝΟΤΙΟΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ

Διεύθυνση: Πλ. Κολοκοτρώνη 8,
22100, Τρίπολη
Τηλέφωνα: 2710 - 233582
Fax: 2710 - 225048
Email: oee11pt@oe-e.gr

12^ο ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ

Διεύθυνση: Γ. Σεφέρη 80, Εμπορικό Κέντρο ΜΗΔΙΑ, 85100,
Ρόδος
Τηλέφωνα: 22410 - 66660 / 22410 - 60193
Fax: 22410 - 60197
Email: oee12pt@oe-e.gr

13^ο ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ

Διεύθυνση: Ελ. Βενιζέλου 6B,
81100, Μυτιλήνη
Τηλέφωνα: 22510 - 37367
Fax: 22510 - 25634
Email: oee13pt@oe-e.gr

14^ο ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

Διεύθυνση: Εθν. Αντίστασης 105,
71306, Ηράκλειο
Τηλέφωνα: 2810 - 223997 / 2810 - 332837 / 2810 301935
Fax: 2810 - 224595
Email: oee14pt@oe-e.gr

15^ο ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

Διεύθυνση: Μυλωνογιάννη 15 Α και Κριάρη 2ος όροφος,
73100, Χανιά
Τηλέφωνα: 28210 - 94505 / 28210 - 95001
Fax: 28210 - 76186
Email: oee15pt@oe-e.gr

16^ο ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΤΜΗΜΑ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ

Διεύθυνση: Σπύρου Σαμαρά 2,
49132, Κέρκυρα
Τηλέφωνα: 26610 - 41148
Fax: 26610 - 42388
Email: oee16pt@oe-e.gr

**Θεωρείς φυσικό ένα παιδί να μεγαλώνει
...χωρίς νερό, φαγητό, περίθαλψη και σχολείο;...**

Γίνε **Νονός** της **Unicef** και **κάνε τη διαφορά!**



Υπάρχουν παιδιά που θεωρούν φυσικό να περπατάνε χιλιόμετρα για καθαρό νερό, να περιμένουν ώρες για ένα πιάτο φαγητό, να νοσούν από αρρώστιες που σε άλλα μέρη δεν υπάρχουν πια, να τους απαγορεύεται η πρόσβαση στην εκπαίδευση.

Εσύ, το θεωρείς φυσικό;

Γίνε Νονός της Unicef σήμερα! Γίνε η φωνή εκατομμυρίων παιδιών, στην Ελλάδα και στον κόσμο, που απαιτεί και διεκδικεί περισσότερα!

Κάλεσε τώρα στο **801 500 12345**
ή μπες στο **www.unicef.gr**

Με 0,67€ την ημέρα

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΕΘΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ UNICEF
ΑΝΔΡ. ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ 8 & ΤΖ. ΚΕΝΝΕΤΥ 37, 161 21 ΚΑΙΣΑΡΙΑΝΗ
ΤΗΛ: 210 7255 555, ΦΑΞ: 210 7252 555

unicef 



ΤΟ ΣΩΜΑ ΟΡΚΩΤΩΝ ΕΛΕΓΚΤΩΝ ΛΟΓΙΣΤΩΝ
ΚΑΙ ΤΟ ΣΩΜΑ ΟΡΚΩΤΩΝ ΛΟΓΙΣΤΩΝ ΕΧΟΥΝ ΙΔΡΥΣΕΙ ΤΟ

ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΣΩΜΑΤΟΣ ΟΡΚΩΤΩΝ ΕΛΕΓΚΤΩΝ ΛΟΓΙΣΤΩΝ

Μ Ε Τ Κ Ε Λ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΙΤΛΟΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΕΛΕΓΚΤΩΝ ΛΟΓΙΣΤΩΝ

ΤΟ ΔΙΕΤΕΣ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ που εξασφαλίζει

- Επαγγελματική Μεταπτυχιακή Κατάρτιση
- Επιμόρφωση των μελών του ΣΟΕΛ και
- Επιμόρφωση στελεχών επιχειρήσεων
στο αντικείμενο της Εφαρμοσμένης Ελεγκτικής και Λογιστικής

Οι απόφοιτοί του, έχοντας και την κατάλληλη ελεγκτική προϋπηρεσία, αποκτούν την άδεια ασκήσεως επαγγέλματος του Ορκωτού Ελεγκτή Λογιστή (ΟΕΛ).

- Συνεργασία με το **Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΕΚΠΑ)**: για 10^η χρονιά συνεχίζεται με επιτυχία η λειτουργία του Προγράμματος Μεταπτυχιακών Σπουδών (MSc) στην Εφαρμοσμένη Ελεγκτική και Λογιστική. Σπουδαστές του Προγράμματος, μπορούν να συμμετέχουν στις επαγγελματικές εξετάσεις του **ΣΟΕΛ** και, μετά την απαραίτητη προϋπηρεσία, να αποκτούν την άδεια ασκήσεως επαγγέλματος **ΟΕΛ**. Αντιστοίχως, και κατόπιν εξετάσεων σε ορισμένα αντικείμενα, το **ΕΚΠΑ** παρέχει τον τίτλο MSc στην Εφαρμοσμένη Ελεγκτική και Λογιστική στους αποφοίτους του **ΙΕΣΟΕΛ**.
- Συνεργασία με το **Πανεπιστήμιο Μακεδονίας** στο ίδιο πλαίσιο αρχών συνεργασίας με το **ΕΚΠΑ** από το 2013.
- Συνεργασία με το **ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας** στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών στην Εφαρμοσμένη Λογιστική και Ελεγκτική.
- Συνεργασία με την **Ένωση Ορκωτών Λογιστών Αγγλίας – Association of Chartered Certified Accountants (ACCA)**: οι απόφοιτοι του **ΙΕΣΟΕΛ**, εξεταζόμενοι στα πέντε (5) μαθήματα του Επαγγελματικού Επιπέδου, μπορούν να αποκτήσουν τον επαγγελματικό τίτλο του **ACCA**. Επίσης, όσοι ενδιαφέρονται, μπορούν να συμμετέχουν στο Κοινό Σχήμα Εξετάσεων **JES**, που παρέχει τη δυνατότητα κατοχής των επαγγελματικών τίτλων και των δύο φορέων, **ΣΟΕΛ** και **ACCA**.
- Συνεργασία με το **Ινστιτούτο Ορκωτών Λογιστών Αγγλίας και Ουαλίας – The Institute of Chartered Accountants in England and Wales (ICAEW)**: οι απόφοιτοι του **ΙΕΣΟΕΛ**, εξεταζόμενοι μόνο σε τέσσερα (4) μαθήματα του Ανώτερου Επιπέδου, μπορούν να αποκτήσουν τον επαγγελματικό τίτλο του **ICAEW**. Ταυτόχρονα, λειτουργεί Πρόγραμμα Πιστοποίησης Μελών (**AMP**) που επιτρέπει την απόκτηση της ιδιότητας του μέλους και των δύο Ινστιτούτων, **ΣΟΕΛ** και **ICAEW**.
- Το **ΙΕΣΟΕΛ** ως επίσημος εκπαιδευτικός φορέας στην Ελλάδα, έχει αναλάβει από το 2009 τη διαρκή επιμόρφωση των Ορκωτών Ελεγκτών Λογιστών, όπως προβλέπεται από τις διατάξεις του άρθρου 11 του Ν. 3693/2008, με την οργάνωση ειδικών σεμιναρίων.

Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφθείτε την ιστοσελίδα του ΣΟΕΛ

www.soel.gr - www.iesoel.gr - email: info@soel.gr

ΑΘΗΝΑ: Καποδιστρίου 28, 10682 - τηλ 210 3891400 - φαξ 210 3825159

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ: Γιαννιτσών 31 & ΚARIOΦΥΛΛΗ, 54627 - τηλ 2310 502980 - φαξ 2310 566387