

Αθήνα, 1 Δεκεμβρίου 2013

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

ΟΜΙΛΙΑ ΠΡΟΕΔΡΟΥ ΚΕΕ & ΕΒΕΑ, κ. Κ. ΜΙΧΑΛΟΥ, ΣΤΟ «MADE IN GREECE - ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ & ΕΚΘΕΣΗ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ & ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ»

«Έχω υποστηρίξει επανειλημμένα ότι την περίοδο αυτή, οι εξαγωγές και γενικότερα η αναζήτηση ευκαιριών ανάπτυξης εκτός συνόρων, αποτελούν θέμα επιβίωσης για τις ελληνικές επιχειρήσεις, αλλά και για την ελληνική οικονομία.

Παρά το εφιαλτικό περιβάλλον που επικρατεί στη χώρα τα τελευταία τέσσερα χρόνια, ο επιχειρηματικός κόσμος δείχνει να έχει αντιληφθεί απόλυτα αυτή την ανάγκη – και κυρίως να έχει ενεργοποιηθεί ουσιαστικά προς τη σωστή κατεύθυνση.

Αδιάψευστος μάρτυρας είναι τα στοιχεία που αποτυπώνουν την πορεία των ελληνικών εξαγωγών. Σύμφωνα με έκθεση της Εθνικής Τράπεζας που δημοσιεύθηκε τον περασμένο Αύγουστο, η αξία των εξαγωγών – εκτός των προϊόντων πετρελαίου – αυξήθηκε σωρευτικά κατά 20% περίπου την τετραετία 2009 – 2012.

Κι αυτή η επίδοση κατέστη δυνατή κάτω από συνθήκες που επιεικώς θα χαρακτηρίζαμε ως αντίξοες. Οι ελληνικές επιχειρήσεις έδωσαν και δίνουν τη μάχη της επιβίωσης, ενάντια σε μια τριπλή κρίση: ζήτησης, δανεισμού και πίστης.

Φέτος διανύουμε το έκτο κατά σειρά έτος ύφεσης, με το ΑΕΠ της χώρας να έχει μειωθεί σωρευτικά κατά 25%. Είναι κάτι που δεν έχει ιστορικό προηγούμενο στη μεταπολεμική Ευρώπη.

Παρά την ανακεφαλαιοποίηση του τραπεζικού συστήματος, ο δανεισμός είναι σχεδόν αδύνατος για τις περισσότερες επιχειρήσεις, ειδικά για τις μικρομεσαίες. Το 2014 η πιστωτική επέκταση αναμένεται να παραμείνει αρνητική για τέταρτη συνεχή χρονιά. Ειδικά οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν το υψηλότερο ποσοστό απορρίψεων στην ευρωζώνη. Ενώ το κόστος δανεισμού για επιχειρηματικά δάνεια κάτω του 1 εκατ. ευρώ είναι μέχρι και τρεις φορές υψηλότερο, σε σχέση με αντίστοιχα δάνεια σε χώρες όπως η Γαλλία, το Βέλγιο και η Αυστρία.

Είναι προφανές ότι μια εταιρεία η οποία δανείζεται τρεις φορές ακριβότερα σε σχέση με διεθνείς ανταγωνιστές της, αντιμετωπίζει σοβαρό μειονέκτημα στην προώθηση των προϊόντων ή των υπηρεσιών της. Τα τελευταία χρόνια, μάλιστα, υπήρξαν πολλά παραδείγματα εταιρειών που για να συμμετάσχουν σε διεθνείς διαγωνισμούς, αναγκάστηκαν να καταβάλουν μετρητοίς την αξία των εγγυήσεων.

Το ενεργειακό κόστος έχει εξελιχθεί σε θηλιά στο λαιμό των μεταποιητικών επιχειρήσεων, ξεπερνώντας το 30% του συνολικού κόστους λειτουργίας τους. Την τελευταία τετραετία η τιμή της ηλεκτρικής ενέργειας αυξήθηκε κατά 45%, ενώ στο φυσικό αέριο η Ελλάδα έχει τα πιο ακριβά βιομηχανικά τιμολόγια στην Ευρωπαϊκή

Ένωση. Δεν είναι λίγες οι περιπτώσεις επιχειρήσεων που αναγκάζονται να εξάγουν με ζημιά, να επιδοτούν κατά κάποιο τρόπο τις εξαγωγές τους, λόγω της ακριβής ενέργειας.

Σε όλα αυτά τα εσωτερικά προβλήματα, θα πρέπει να προστεθεί βεβαίως και ο αδύναμος ρυθμός ανάπτυξης σε σημαντικές οικονομίες, στις οποίες κατευθύνονται οι ελληνικές εξαγωγές. Την τετραετία 2009 – 2012 η οικονομία της Ευρωπαϊκής Ένωσης εμφάνισε συρρίκνωση της τάξης του 0,2% κατά μέσο όρο, ενώ στις χώρες της Νοτιοανατολικής Ευρώπης η συρρίκνωση άγγιξε αντίστοιχα το 0,8%.

Παρ' όλες αυτές τις δυσκολίες, οι ελληνικές επιχειρήσεις κατάφεραν ένα μικρό θαύμα. Το 2012 η Ελλάδα ήταν πρώτη στην Ευρωπαϊκή Ένωση ως προς το ρυθμό αύξησης των εξαγωγών. Αυτό δείχνει, αν μη τι άλλο, ότι υπάρχει μια σημαντική δυναμική. Ότι οι Έλληνες επιχειρηματίες τολμούν να αναλάβουν πρωτοβουλίες και κυρίως ότι τα καταφέρνουν. Ότι ακόμα και μέσα σε αυτό το αρνητικό περιβάλλον, πετυχαίνουν να διατηρούν υψηλή την ποιότητα των προϊόντων τους. Πετυχαίνουν να διατηρούν την αξιοπιστία και τη συνέπειά τους απέναντι στους συνεργάτες τους, ακόμη κι αν αυτό απαιτεί διπλάσια και τριπλάσια προσπάθεια εκ μέρους τους.

Ωστόσο, η κατάσταση δεν δικαιολογεί ούτε πανηγυρισμούς ούτε εφησυχασμό. Για δύο κυρίως λόγους:

Πρώτον, γιατί η εντυπωσιακή πορεία των ελληνικών εξαγωγών το τελευταίο διάστημα, δεν οφείλεται σε μεταφυσικούς παράγοντες. Αυτό που περιγράφουμε ως «θαύμα» είναι ακριβώς αποτέλεσμα της υπερπροσπάθειας από την πλευρά των εξαγωγέων. Των οποίων όμως οι αντοχές εξαντλούνται. Εάν δεν υπάρξει ουσιαστική βελτίωση των συνθηκών στην ελληνική οικονομία, ειδικά στο μέτωπο της ρευστότητας, τα σημάδια της κόπωσης θα αρχίσουν να γίνονται ορατά.

Το πρώτο επτάμηνο του 2013 καταγράφηκε στις εξαγωγές αύξηση της τάξης του 6,2% σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά. Όμως τον Αύγουστο εμφανίστηκε σημαντική πτώση. Και τα στοιχεία του εννεαμήνου έφεραν την αύξηση σε σύγκριση με το 2012 στο 5%. Μάλιστα, αν εξαιρέσουμε τα πετρελαιοειδή, καταγράφεται υποχώρηση της τάξης του 2,3%.

Αυτό δείχνει ότι η συνέχιση της ανόδου των εξαγωγών, μέσα στο σημερινό περιβάλλον πιέσεων, γίνεται πλέον επισφαλής.

Ένα δεύτερο, εξίσου σημαντικό, σημείο προβληματισμού, προκύπτει από το γεγονός ότι οι εξαγωγές εξακολουθούν να έχουν χαμηλή συμμετοχή στο ελληνικό ΑΕΠ.

Είναι αλήθεια ότι και σε αυτό το επίπεδο σημειώθηκε σημαντική βελτίωση τα τελευταία χρόνια. Οι εξαγωγές αγαθών ως ποσοστό του ΑΕΠ αυξήθηκαν από 8,7% το 2009 σε 14,3% το 2012 και σε 15,1% το εννεάμηνο του 2013, συνυπολογίζοντας βεβαίως και τη συνεχιζόμενη συρρίκνωση του ΑΕΠ. Η επίδοση αυτή παραμένει μια από τις χαμηλότερες μεταξύ των 27 χωρών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Ο δείκτης εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών αυξήθηκε από 19% σε 27%. Ωστόσο, παραμένει ο χαμηλότερος στην ευρωζώνη, στην οποία ο μέσος όρος κυμαίνεται στο 45%. Για να υπάρξει μέτρο σύγκρισης, με άλλες χώρες του Ευρωπαϊκού Νότου, θα αναφέρω ότι στην Ισπανία οι εξαγωγές αγαθών και υπηρεσιών ανήλθαν το 2012 στο 32% του ΑΕΠ και στην Πορτογαλία στο 39%. Οι αντίστοιχοι δείκτες σε χώρες όπως το Βέλγιο, η Ολλανδία και η Ιρλανδία, υπερβαίνουν κατά πολύ το 70%.

Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να γίνει ακόμη πολλή δουλειά – και σε πολλούς τομείς – ώστε οι εξαγωγές να αυξήσουν το μερίδιό τους στη διαμόρφωση του ελληνικού ΑΕΠ και να πλησιάσουν το 50% μέσα στην επόμενη πενταετία.

Ο στόχος αυτός απαιτεί μια ολοκληρωμένη στρατηγική, με εστίαση τόσο στις άμεσες ανάγκες όσο και στις μακροπρόθεσμες προοπτικές του εξαγωγικού τομέα.

Σε άμεσο επίπεδο, προτεραιότητα θα πρέπει να δοθεί στην ενίσχυση της ρευστότητας και στη διευκόλυνση της πρόσβασης σε χρηματοδότηση. Οι προτάσεις μας προς αυτή την κατεύθυνση είναι συγκεκριμένες και έχουν ήδη διατυπωθεί προς την κυβέρνηση:

- Επέκταση των προγραμμάτων συγχρηματοδότησης και παροχής εγγυήσεων, για τις επιχειρήσεις με εξαγωγικό προσανατολισμό. Με την προϋπόθεση βεβαίως ότι και οι τράπεζες θα κινητοποιηθούν επαρκώς και θα συνεισφέρουν το μερίδιο που τους αναλογεί.
- Δημιουργία αναπτυξιακής τράπεζας Εξαγωγών – Εισαγωγών, στα πρότυπα επιτυχημένων παραδειγμάτων του εξωτερικού, με βασική λειτουργία την εφαρμογή ειδικών προγραμμάτων προχρηματοδότησης εξαγωγών.

Επίσης, είναι ιδιαίτερα σημαντικό να διαμορφωθεί ένα ευνοϊκότερο φορολογικό περιβάλλον, με κίνητρα για την άσκηση εξωστρεφούς δραστηριότητας. Μεταξύ άλλων:

- Καθιέρωση ενιαίου φορολογικού συντελεστή, σε επίπεδα του 15%
- Κατάργηση εισφοράς 0,6% που προβλέπεται από το Νόμο 128/1975.
- Αναγνώριση έκπτωσης 0,5% για επισφαλείς απαιτήσεις επί των πωλήσεων των εξαγωγικών επιχειρήσεων
- Κατάργηση του χαρτοσήμου 3,6% των ταμειακών διευκολύνσεων και των δανείων μετόχων
- Απλοποίηση και επιτάχυνση διαδικασιών επιστροφής ΦΠΑ.

Επίσης απαιτούνται άμεσες πρωτοβουλίες για τη μείωση του ενεργειακού κόστους, για τη μεταποίηση και τη βιομηχανία, στα πρότυπα πολιτικών που έχουν εφαρμόσει άλλες ευρωπαϊκές χώρες, όπως η Ιταλία.

Πέραν αυτών, βεβαίως, το μεγάλο στοίχημα παραμένει η ενίσχυση της παραγωγικής βάσης της ελληνικής οικονομίας, με έμφαση σε εξωστρεφείς και δυναμικούς κλάδους. Η χώρα χρειάζεται, με άλλα λόγια, να παράγει περισσότερα, εξαγώγιμα και διεθνώς ανταγωνιστικά προϊόντα και υπηρεσίες. Χρειάζεται περισσότερες, αλλά και πιο καινοτόμες και πιο ισχυρές εξαγωγικές επιχειρήσεις.

Η προσπάθεια αυτή απαιτεί επιτάχυνση των διαρθρωτικών μεταρρυθμίσεων, με στόχο τη διευκόλυνση της επιχειρηματικότητας και την κινητοποίηση νέων παραγωγικών επενδύσεων. Κυρίως, όμως, απαιτεί στρατηγική αξιοποίηση όλων των διαθέσιμων αναπτυξιακών εργαλείων. Το νέο ΕΣΠΑ που ξεκινά επισήμως από το 2014 θα πρέπει να κατευθύνει πόρους σε κλάδους και δραστηριότητες που χαρακτηρίζονται από εξωστρέφεια και υψηλή προστιθέμενη αξία. Πρέπει να στηρίζει πιο αποτελεσματικά την καινοτόμο επιχειρηματικότητα, την ποιοτική παραγωγή, τον εξαγωγικό προσανατολισμό. Πρέπει να βοηθήσει τις εξωστρεφείς επιχειρήσεις να αποκτήσουν πρόσβαση σε ευέλικτα εργαλεία χρηματοδότησης, σε μηχανισμούς δικτύωσης κτλ.

Ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να δοθεί στη στήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, όχι μόνο σε θέματα πρόσβασης στη χρηματοδότηση, αλλά και σε θέματα ποιότητας, τυποποίησης και συσκευασίας προϊόντων, συμβουλευτικής υποστήριξης κτλ.

Τέλος, είναι απαραίτητο να υπάρξει ένας ολοκληρωμένος στρατηγικός σχεδιασμός, ως προς την προσέγγιση των διεθνών αγορών και την ανάδειξη της ελληνικής παραγωγής.

Η θεσμοθέτηση του σήματος ελληνικού προϊόντος, μπορεί να συμβάλει στη διαμόρφωση ενός αναγνωρίσιμου και ελκυστικού brand name στις διεθνείς αγορές. Με την προϋπόθεση ότι διαδικασία αυτή θα είναι προσανατολισμένη προς τη σωστή κατεύθυνση. Θα έχει γνώμονα όχι τόσο τον ανταγωνισμό για την αύξηση μεριδίων στο εσωτερικό της ελληνικής αγοράς, όσο την ενίσχυση της ελληνικής παραγωγής, της εξωστρέφειας και της παρουσίας των ελληνικών προϊόντων στη διεθνή αγορά.

Όσο για τη στρατηγική στόχευση αγορών, αυτή θα πρέπει να έχει μακροπρόθεσμο χαρακτήρα και να λάβει υπόψη τις τάσεις που διαμορφώνουν το οικονομικό περιβάλλον του αύριο. Σήμερα, οι χώρες της λεγόμενης ομάδας BRICS – δηλαδή η Βραζιλία, Ρωσία, Ινδία, Κίνα και Νότιος Αφρική διεκδικούν κυρίαρχη θέση στο παγκόσμιο σκηνικό. Με αιχμή τις χώρες αυτές, αλλά και με νέες αναδύμενες δυνάμεις από την Αφρική και την Ασία, βρίσκεται σε εξέλιξη μια παγκόσμια καταναλωτική επανάσταση. Περίπου 3 δισεκατομμύρια άνθρωποι, αναμένεται να ενταχθούν στη μεσαία τάξη μέχρι το 2050, προερχόμενοι κυρίως από νέες αγορές.

Η ένδυση και η υπόδηση, τα τεχνολογικά προϊόντα, ο οικιακός εξοπλισμός, τα τρόφιμα, ο τουρισμός, είναι τομείς που εκτιμάται ότι θα πρωταγωνιστήσουν στην αύξηση της καταναλωτικής ζήτησης παγκοσμίως.

Η Ελλάδα μπορεί και πρέπει να επωφεληθεί από την αξιοποίηση αυτών των ευκαιριών, εφόσον ενεργοποιηθεί εγκαίρως. Είναι μια προσπάθεια που χρειάζεται συνέπεια και επιμονή, εφόσον πολλές από αυτές τις αγορές είναι ακόμη σε μεγάλο βαθμό αχαρτογράφητες.

Κι εδώ έχει να παίξει σημαντικό ρόλο τόσο η Πολιτεία, όσο και οι επιχειρηματικοί φορείς. Από την πλευρά μας, έχουμε αναλάβει ήδη αρκετές πρωτοβουλίες ενημέρωσης και δικτύωσης των ελληνικών επιχειρήσεων, σε συνεργασία με διμερή επιμελητήρια και φορείς εξωστρέφειας χωρών, όπως η Κίνα, η Ρωσία, η Κένυα κτλ.

Συνεχίζουμε επίσης να παρέχουμε ένα ολοκληρωμένο πλέγμα υπηρεσιών σε θέματα εξωστρέφειας, το οποίο καλύπτει τις ανάγκες παροχής επιχειρηματικής πληροφόρησης, κλαδικών και άλλων μελετών, μεταφοράς τεχνογνωσίας, επαφών μέσω επιχειρηματικών συνεδρίων και αποστολών κτλ.

Ως εκπρόσωποι της ελληνικής επιχειρηματικής κοινότητας, είμαστε υπερήφανοι για τις επιδόσεις στο μέτωπο των εξαγωγών. Πιστεύουμε ότι υπάρχει μέλλον, υπάρχουν δυνατότητες και προοπτικές. Ας μην τις αφήσουμε να πάνε χαμένες. Τώρα είναι η ώρα να δημιουργήσουμε ένα πραγματικό «θαύμα» για τις ελληνικές εξαγωγές».