

ΤΑ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΕΒΕ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΑΓΝΟΥΝ ΤΗΝ ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ «ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ».

Γράφει ο **Δρ. Κλέαρχος ΕΥΣΤΡΑΤΟΓΛΟΥ**¹
Αναπληρωτής Γενικός Δ/ντής ΟΑΕΠ

Στα πλαίσια των εργασιών της 11^{ης} Συνεδρίασης του Εθνικού Συμβουλίου Εξαγωγών που έγινε στο Υπουργείο Οικονομίας & Οικονομικών την 28.6.2007, όπου συμμετέχει ο υποφαινόμενος ως εκπρόσωπος του Οργανισμού Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων (ΟΑΕΠ), μεταξύ άλλων παρουσιάσεων και παρεμβάσεων που έγιναν από Συλλογικούς Εξαγωγικούς Φορείς, ήταν και η αξιολογή παρουσίαση του Προέδρου του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος (ΣΕΒΕ) κ. Β. Θωμαΐδη.

Ο κ. Θωμαΐδης έκανε μία συνοπτική παρουσίαση της μελέτης που έχει καταρτιστεί από το Ινστιτούτο Εξαγωγικών Ερευνών & Σπουδών (ΙΕΕΣ) του ΣΕΒΕ, με τίτλο «**ΠΟΡΕΙΑ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΕΛΛΑΔΑΣ ΑΝΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ, 2003-2006**». Η μελέτη περιέχει πολύ χρήσιμα και διαφωτιστικά στατιστικά στοιχεία των ελληνικών εξαγωγών ανά Περιφέρεια και Νομό για την περίοδο 2003-2006, ενώ με βάση τα στοιχεία που παρατίθενται, καταλήγει σε ορισμένα βασικά συμπεράσματα κυριότερο των οποίων είναι ότι, υπάρχει πολύ μεγάλη «συγκέντρωση» σε συγκεκριμένες Περιφέρειες και Νομούς της χώρας όσον αφορά στη συμβολή τους στη διαμόρφωση των συνολικών ελληνικών εξαγωγών. Με άλλα λόγια, **η εξαγωγική δυναμικότητα της χώρας μας είναι πολύ άνισα κατανομημένη στον ελλαδικό χώρο, με ελάχιστες Περιφέρειες και ελάχιστους Νομούς να συμβάλλουν με τεράστια ποσοστά στη διαμόρφωση του συνόλου των ελληνικών εξαγωγών, και ταυτόχρονα, με τις περισσότερες Περιφέρειες και τους Νομούς να συμβάλλουν με πολύ μικρά ποσοστά.**

Για παράδειγμα, με βάση τα στοιχεία της παραπάνω μελέτης για το έτος 2006, προκύπτει ότι οι 3 πρώτες κατά σειρά σπουδαιότητας Περιφέρειες (από το σύνολο των 13 Περιφερειών της χώρας) συνέβαλαν κατά 76,56% στη διαμόρφωση του συνόλου των ελληνικών εξαγωγών. **Οι 3 Περιφέρειες με τα αντίστοιχα ποσοστά τους είναι: Αττικής (44,87%), Κεντρικής Μακεδονίας (21,63%) και Πελοποννήσου (10,06%)**. Σε επίπεδο Νομών, οι 3 πρώτοι κατά σειρά σπουδαιότητας (από το σύνολο των 52 Νομών της χώρας) συνέβαλαν με ποσοστό 66,34% στη διαμόρφωση του συνόλου των ελληνικών εξαγωγών. **Οι 3 Νομοί με τα αντίστοιχα ποσοστά τους είναι: Αττικής (43,03%), Θεσσαλονίκης (16,09%) και Αργολίδος (7,22%)**.

Γενικότερα, όσον αφορά στη συμβολή των Νομών, αξίζει να σημειώσουμε ότι οι 3 πρώτοι Νομοί συνέβαλαν με πάνω από 1 δισεκ. € έκαστος και με συνολικό ποσοστό 66,34% , οι επόμενοι 20 Νομοί συνέβαλαν με πάνω από 100 εκατ.€ έκαστος και με συνολικό ποσοστό 27,60%, ενώ οι υπόλοιποι 29 Νομοί συνέβαλαν με κάτω από 100 εκατ.€ έκαστος και με συνολικό ποσοστό 6,06%. Με άλλα λόγια, **οι 23 πρώτοι κατά σειρά σπουδαιότητας**

¹ Ο Δρ. Κλέαρχος Ευστρατόγλου είναι Πτυχιούχος ΑΣΟΕΕ, κατέχει δίπλωμα Master του Πανεπιστημίου Essex Αγγλίας, καθώς και Διδακτορικό Δίπλωμα του Πανεπιστημίου Kent Αγγλίας. Είναι Επιστημονικός Ερευνητής Α' Τάξεως του ΚΕΠΕ, ενώ με απόσπαση ασκεί καθήκοντα Αναπληρωτή Γενικού Δ/ντή στον ΟΑΕΠ από την 20.12.1993. Οι απόψεις του κ. Ευστρατόγλου, όπως εκφράζονται στο παρόν άρθρο, είναι αποκλειστικά προσωπικές του και δεν αποτελούν απόψεις του ΚΕΠΕ ή του ΟΑΕΠ.

Νομοί της χώρας συνέβαλαν στη διαμόρφωση του συνόλου των ελληνικών εξαγωγών το 2006 κατά 93,94% (66,34%+27,60%), ενώ οι υπόλοιποι 29 Νομοί κατά 6,06%.

Η παραπάνω «συγκέντρωση» της δυναμικότητας των ελληνικών εξαγωγών στις Περιφέρειες της Αττικής, Κεντρικής Μακεδονίας και Πελοποννήσου δεν είναι κάτι που μας εκπλήσσει, αφού γνωρίζουμε ότι στις παραπάνω 3 Περιφέρειες είναι συγκεντρωμένο το μεγαλύτερο ποσοστό του συνόλου της βιομηχανίας, του εμπορίου και των υπηρεσιών της χώρας μας. Όμως, από την άλλη μεριά δεν είναι ευχάριστο να διαπιστώνει κανείς ότι, για τη διαμόρφωση του συνόλου των ελληνικών εξαγωγών το έτος 2006, από το σύνολο των 52 Νομών, οι 3 πρώτοι συνέβαλαν κατά 66,34% και οι υπόλοιποι 49 κατά 33,66%, ενώ εναλλακτικά, θα μπορούσαμε να πούμε ότι **οι 23 πρώτοι Νομοί συνέβαλαν με ποσοστό 93,94% και οι υπόλοιποι 29 με ποσοστό μόλις 6,06%. Με άλλα λόγια, 29 Νομοί της χώρας μας πάσχουν από «εξαγωγική φτώχεια», με χειρότερο απ' όλους το Νομό Ευρυτανίας με συνολικές εξαγωγές 1.084€ το 2006.**

Βέβαια, είναι γνωστό ότι στην περίοδο 2003-2006 οι συνολικές εξαγωγές της χώρας μας αυξήθηκαν από 12,0 δισεκ.€ σε 16,5 δισεκ.€, ή κατά 37,6%, γι' αυτό και τα στοιχεία της μελέτης του ΣΕΒΕ δείχνουν αυξητική τάση σχεδόν για όλους τους Νομούς κατά την εν λόγω περίοδο.

Παρά τη θετική εξέλιξη των εξαγωγών μας κατά την τελευταία Ζετία, δεν υπάρχει αμφιβολία ότι υπάρχουν ακόμα τεράστια περιθώρια για παραπέρα αύξησή τους, η οποία μπορεί να προέλθει κυρίως από τους Νομούς της χώρας οι οποίοι μέχρι σήμερα δεν έχουν αξιοποιήσει πλήρως τις υπάρχουσες δυνατότητές τους. **Το γεγονός ότι η Ελλάδα έχει τεράστια περιθώρια για παραπέρα προώθηση των εξαγωγών της, αποδεικνύεται απλά από τη σύγκριση των ποσοστών που μας δείχνουν για το 2006 τη συμμετοχή των εξαγωγών στο ΑΕΠ για την Ελλάδα και άλλες χώρες-μέλη της Ε.Ε. Με βάση στοιχεία της μελέτης του ΣΕΒΕ, το ποσοστό για την Ελλάδα ήταν 8,50%, ενώ για την Πορτογαλία 21,10%, την Ιρλανδία 50,70%, την Ολλανδία 66,40%, την Ουγγαρία 66,50%, τη Σλοβακία 75,60% και το Βέλγιο 93,00%.**

Με βάση τα παραπάνω, θα λέγαμε ότι στους 49 Περιφερειακούς Νομούς της χώρας μας, και κυρίως στους τελευταίους 29 Νομούς, οι οποίοι με βάση τα στοιχεία της μελέτης του ΣΕΒΕ πάσχουν από «εξαγωγική φτώχεια», θα μπορούσαν να αναληφθούν σοβαρές προσπάθειες για υποβοήθηση κυρίως των εξαγωγικών ΜΜΕ, ώστε αφενός να βελτιωθεί η εξαγωγική ικανότητα εκείνων που ήδη εξάγουν, και αφετέρου, να ενθαρρυνθούν και να βοηθηθούν κατάλληλα οι πολλές ΜΜΕ που παράγουν και διαθέτουν με επιτυχία συγκεκριμένα προϊόντα στις εγχώριες αγορές, αλλά δεν έχουν ακόμα τολμήσει να αρχίσουν εξαγωγική δραστηριότητα.

Κάποιος θα έλεγε ότι το σημαντικό αυτό έργο θα πρέπει να αναληφθεί από τον ΟΠΕ, η Διοίκηση του οποίου έχει επιτελέσει πολύ αξιόλογο έργο κατά την τελευταία Ζετία και αυτό φαίνεται από τη θετική εξέλιξη των ελληνικών εξαγωγών. Όμως, είναι μάλλον δύσκολο για τον ΟΠΕ να αναλάβει το έργο αυτό πανελλαδικά, ούτε είναι δυνατόν ο ΟΠΕ να έχει Υποκατάστημα σε κάθε Νομό της χώρας. Ο ΟΠΕ κάνει με επιτυχία την προβολή-διαφήμιση για όλα τα εξαγόμενα ελληνικά προϊόντα με συμμετοχή της Ελλάδος σε Διεθνείς Εκθέσεις, καθώς και με πολλές άλλες μορφές προβολής-διαφήμισης (Κέρασμα, Road Shows, κλπ.), αλλά αυτή είναι μία «οριζόντια» δραστηριότητα η οποία βοηθάει την πώληση των ελληνικών προϊόντων σε αγορές του εξωτερικού.

Όμως, αυτό που χρειάζονται οι εξαγωγικές ΜΜΕ, και κυρίως αυτές που έχουν τη δυνατότητα να αρχίσουν εξαγωγική δραστηριότητα αλλά δεν το έχουν αποτολμήσει ακόμη, είναι η υποστήριξη σε «Micro – Επίπεδο», δηλ. συμβουλές για την προσαρμογή της παραγωγής ώστε να καταστεί (αν δεν είναι ήδη) «εξαγωγίμη», για τη διαδικασία παραγωγής, για τη συσκευασία των προϊόντων, για τις εξαγωγικές διαδικασίες, για το εξαγωγικό μάρκετινγκ, κλπ. Με άλλα λόγια, **στήριξη των εξαγωγικών ΜΜΕ κατά τρόπο που να αντισταθμίζει την ανυπαρξία Τμήματος Εξαγωγών στις μικρές αυτές επιχειρήσεις.** Επίσης, άλλες δράσεις που θα μπορούσαν να συμβάλουν στην προώθηση των εξαγωγών, είναι η δημιουργία **Εξαγωγικών Κοινοπραξιών καθώς και Trading Companies με μετόχους παραγωγούς ομοειδών προϊόντων.** Τέτοιου είδους πρωτοβουλίες θα μπορούσαν να αντισταθμίσουν, σε μεγάλο βαθμό, τις χαμένες εξαγωγικές ευκαιρίες λόγω του μεγάλου «κατακερματισμού» της εξαγωγικής δραστηριότητας της χώρας μας.

Επειδή λοιπόν, όπως είπαμε παραπάνω, είναι δύσκολο (ή και αδύνατο) για τον ΟΠΕ να αναλάβει τέτοιες πρωτοβουλίες και δράσεις, αυτό θα μπορούσε να γίνει από τα 52 ΕΒΕ της χώρας, αφού υπάρχει ένα σε κάθε Νομό.

Και εδώ ακριβώς υπάρχει το τεράστιο πρόβλημα που είναι γνωστό σε όλους μας και αποτελεί τον τίτλο του παρόντος άρθρου. Αν εξαιρέσουμε τα πρώτα 3-4, ή ακόμα και τα πρώτα 6-7 ΕΒΕ της χώρας, όλα τα υπόλοιπα θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν σαν «ΕΒΕ-Σφραγίδες». Σε αντίθεση με τα ΕΒΕ Ιταλίας, Γερμανίας, κλπ., όπου το καθένα απ' αυτά λειτουργεί κυριολεκτικά σαν ΟΠΕ, τα ελληνικά Περιφερειακά ΕΒΕ εκτελούν μόνο τις απαραίτητες τυπικές διαδικασίες ρουτίνας, ενώ όσον αφορά στο ρόλο τους για προώθηση των εξαγωγών του Νομού «πέρα βρέχει». Αυτό οφείλεται προφανώς σε έλλειψη του κατάλληλου προσωπικού, αλλά και στην αδιαφορία της ηγεσίας των ΕΒΕ, ή και σε άγνοια της ηγεσίας για τον πολύ σημαντικό ρόλο που μπορεί να παίξει η «εξωστρέφεια» του Νομού αλλά και ολόκληρης της Ελλάδος για την παραπέρα οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της χώρας μας.

Για να στηρίξω τα παραπάνω επιχειρήματά μου, θα αναφέρω δύο παραδείγματα. Πρώτον, σαν Αναπληρωτής Γενικός Δ/ντής του ΟΑΕΠ είχα απευθύνει στο παρελθόν επιστολές προς τους Προέδρους 40 ΕΒΕ, με πρόταση για διοργάνωση «Ενημερωτικής Ημερίδας ΟΑΕΠ». Απάντησαν μόνο 2-3 ΕΒΕ όπου έγιναν Ημερίδες στα Καταστήματά τους, ενώ ένα από αυτά (στην Ανατολική Μακεδονία) μας έστειλε μία λίστα των εξαγωγέων-μελών του και μας σύστησε να έλθουμε σε απ' ευθείας επαφή με τους εξαγωγείς-μέλη του. Δεύτερον, σε δύο ΕΒΕ που βρίσκονται σε Νησιωτικούς Νομούς συνέβησαν προ μηνών δύο παρόμοια περιστατικά που δείχνουν τη «γύμνια» των ΕΒΕ αυτών όσον αφορά στην ικανότητά τους να παράσχουν οποιαδήποτε βοήθεια σε εξαγωγικές ΜΜΕ της περιοχής τους. Και στις δύο περιπτώσεις, επιτυχημένες ΜΜΕ στην εγχώρια αγορά, όταν αποφάσισαν να δραστηριοποιηθούν στο εξωτερικό με εξαγωγές, ρώτησαν τους αρμόδιους υπαλλήλους των ΕΒΕ για τις τυπικές εξαγωγικές διαδικασίες και η απάντηση ήταν «απευθυνθείτε στον ΟΠΕ ή στο ΥΠ.ΟΙ.Ο και όταν μάθετε, να μας πείτε και εμάς για να ξέρουμε....».

Αν το παραπάνω «πρόβλημα» των Περιφερειακών ΕΒΕ οφείλεται στην ανυπαρξία προσωπικού που θα μπορούσε να παράσχει ουσιώδεις πληροφορίες σε εξαγωγικές ΜΜΕ, ή σε ΜΜΕ που θέλουν να αρχίσουν να εξαγουν, τότε υπάρχει λύση και μάλιστα με κόστος που θα μπορούσαν άνετα να αντιμετωπίσουν οι ηγεσίες των ΕΒΕ. **Από το ΤΕΙ Καστοριάς (Τμήμα Διεθνούς Εμπορίου) αποφοιτούν κάθε χρόνο τουλάχιστον 80 σπουδαστές με γνώσεις άριστες σε ότι αφορά στις εξαγωγικές διαδικασίες, στη χρηματοδότηση και**

ασφάλιση εξαγωγικών πιστώσεων, στο export marketing, κλπ. Όποιο ΕΒΕ δεν διαθέτει κατάλληλο στέλεχος, ας προσλάβει ένα Πτυχιούχο του παραπάνω ΤΕΙ.

Επειδή η παραπάνω λύση σίγουρα θα μετριάσει το υφιστάμενο «πρόβλημα» των ΕΒΕ, αλλά δεν θα είναι και όσο θα έπρεπε αποτελεσματική, θεωρούμε ότι θα ήταν καλό να γίνει αποδεκτή η πρόταση του Προέδρου του ΣΕΒΕ κ. Β. Θωμαΐδη, όπως τέθηκε στα συμπεράσματα της μελέτης του ΣΕΒΕ και αναπτύχθηκε προφορικά από τον ίδιο κατά τη διάρκεια της 11^{ης} Συνεδρίασης του Εθνικού Συμβουλίου Εξαγωγών της 28.6.2007.

Σύμφωνα με την πρόταση του ΣΕΒΕ, δεδομένου ότι το δυναμικό ανάπτυξης της «εξωστρέφειας» σε περιφερειακό επίπεδο είναι ακόμα πολύ μεγάλο, θα πρέπει να γίνει ανάπτυξη και υλοποίηση εθνικού σχεδιασμού Περιφερειακού Μάρκετινγκ (Regional Marketing). Δηλ. **για κάθε Περιφέρεια να εκπονηθεί ένα Ολοκληρωμένο Πρόγραμμα «Regional Marketing», με βασικά στοιχεία την εκμετάλλευση τομέων ειδίκευσης και συγκριτικών πλεονεκτημάτων, καθώς και την ανάδειξη επιτυχημένου «brand name», και με στόχο την ενδυνάμωση της οικονομικής λειτουργικότητάς τους και την τόνωση της «εξωστρέφειάς» τους.**

Όπως αναφέρεται στα συμπεράσματα της μελέτης του ΣΕΒΕ, υπάρχουν πετυχημένα παραδείγματα ευρωπαϊκών χωρικών ενοτήτων που χρησιμοποιούν την περιφερειακή τους ταυτότητα (brand) ως μία ευέλικτη, συμπληρωματική της εθνικής στρατηγικής, μέθοδο εισόδου σε νέες αγορές, κυρίως εκτός Ε.Ε. Ο ΣΕΒΕ προτείνει μία ανάλογη προσέγγιση να εξεταστεί για την Ελλάδα στο πλαίσιο του ΕΣΠΑ (Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς) 2007-2013, κρίνοντας ζωτικής σημασίας την **ενθάρρυνση και χρηματοδότηση δράσεων από Περιφερειακούς Φορείς, ώστε πέρα από την κεντρική δράση, να λειτουργήσουν ταυτόχρονα και πολλά Περιφερειακά Σημεία, που θα αξιοποιήσουν τα ειδικά τοπικά χαρακτηριστικά.**