

4.38 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ / ΑΓΟΡΑ

# Οι ΜΜΕ θα επιβιώσουν μόνον αν μεγαλώσουν

Η παγκοσμιοποίηση σήμερα μεταβάλλει διαρκώς το περιβάλλον στο οποίο οι ελληνικές ΜΜΕ καλούνται να λειτουργήσουν και να επιβιώσουν. Η Ελλάδα έχει το δεύτερο υψηλότερο ποσοστό ΜΜΕ στην Ε.Ε. με 16,9%, μετά την Ιρλανδία που έχει ποσοστό 17,7%. Έτσι, η ανταγωνιστικότητα της χώρας καθορίζεται κυρίως από την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών ΜΜΕ, η οποία δεν μπορεί να βασίζεται πλέον στο χαμηλό κόστος, σε κλειστές αγορές ή σε



**ΤΟΥ ΓΚΙΚΑ Α. ΧΑΡΔΟΥΒΕΛΗ**  
Καθηγητή στο Τμήμα Χρηματοοικονομικής και Τραπεζικής του Πανεπιστημίου Πειραιώς και Οικονομικού Συμβούλου της Eurobank EFG

γραφειοκρατικά εμπόδια. Οι ΜΜΕ, για να είναι ανταγωνιστικές, πρέπει να επιδιώκουν την καινοτομία, αλλά και να πάψουν να αποτελούν λύση ανάγκης για απασχόληση των νέων της οικογένειας. Η μεγέθυνση των ελληνικών ΜΜΕ φαίνεται, πλέον, να είναι αναγκαία συνθήκη για την επιβίωσή τους. Στην Ελλάδα, οι ΜΜΕ έχουν κατά μέσον όρο τον χαμηλότερο αριθμό εργαζομένων ανά επιχείρηση στην Ε.Ε., μόλις δύο εργαζομένους τη στιγμή που ο ευρωπαϊκός μέσος όρος βρίσκεται στους 7, στις ΗΠΑ στους 6 και στην Ιαπωνία στους 8.

**Συγχωνεύσεις και χρηματοδότηση**

Έκθεση της Ε.Ε. αναφέρει ότι σε περιπτώσεις οικονομικής ύφεσης, οι ΜΜΕ διατηρούν το μεγαλύτερο μέρος του προσωπικού τους πολύ πιο εύκολα από ό,τι μεγαλύτερες επιχειρήσεις και το μέγεθος των ΜΜΕ είναι κρίσιμο για την επιτυχία τους. Συνεπώς, η Πολιτεία δεν πρέπει να αφήσει τις ΜΜΕ στην τύχη τους, αν πραγματικά ενδιαφέρεται, όχι μόνο για τη μακροχρόνια ανταγωνιστικότητα, αλλά και για την απασχόληση και την ανεργία. Η αύξηση του μεγέθους των ΜΜΕ μπορεί να επιτευχθεί, είτε με τη διευκόλυνση των συγχωνεύσεων είτε με τη διευκόλυνση της επίσημης χρηματοδότησής τους. Τελευταία, η μεταβολή στους κανόνες λειτουργίας της αγοράς (διεύρυνση των ωρών λειτουργίας των καταστημάτων κ.ά.) τείνει να βοηθά τις μεγάλες επιχειρήσεις, αλλά να είναι ιδιαίτερα επαχθής για τις ΜΜΕ. Η λύση πρόσληψης μερικώς απασχολούμενων εργαζομένων δεν είναι εύκολη για τα μικρά καταστήματα, ούτε για καταστήματα που χρειάζονται έμπειρο και εξειδικευμένο προσωπικό. Συνεπώς, αν και η απελευθέρωση των αγορών είναι μονόδρομος για τη συνολική ανταγωνιστικότητα της οικονομίας, η Πολιτεία έχει υποχρέωση να πάρει παράπλευρα μέτρα ελάφρυνσης του κόστους των μικρών επιχειρήσεων, πιθανόν μέσω της φορολογίας.

Την ώρα που οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις κατεβάζουν ρολά ή καταγράφουν μεγάλη πτώση των πωλήσεών τους, εμπορικές επιχειρήσεις με διεθνή δίκτυα επεκτείνονται σε όλη την Ελλάδα, ανοίγοντας νέα καταστήματα το ένα μετά το άλλο

# Οι μεγάλοι μετρούν κέρδη

ΡΕΠΟΡΤΑΖ: ΔΗΜΗΤΡΑ ΣΚΟΥΦΟΥ

«Πριν από 15 χρόνια δεν υπήρχε πουθενά άδειο μαγαζί στους κεντρικούς δρόμους της Ανθούπολης και του Αγίου Ιερόθεου. Σήμερα, λες και έπεσε επιδημία λουκετών», λέει ο Θεόδωρος Σπυρόπουλος, έμπορος στην περιοχή της Ανθούπολης.

Επιχειρήσεις που μετρούσαν χρόνια στην αγορά κατέβασαν ρολά, ενώ όσοι παλεύουν ακόμα, είναι άγνωστο για πόσο καιρό θα καταφέρνουν να επιβιώσουν σε μια αγορά που δέχεται σφοδρή επίθεση από μεγάλες πολυεθνικές αλυσίδες.

Σε μεγάλους εμπορικούς δρόμους του κέντρου αλλά και σε τοπικές αγορές, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αιμορραγούν, καθώς τα τελευταία χρόνια υπερκαταστήματα εισέβαλαν και ξαναμοίρασαν τον τζίρο του λιανεμπορίου. Η έλευση των «μεγάλων» και η κατακόρυφη αύξηση του ανταγωνισμού ακόμα και στις μικρές τοπικές αγορές δημιούργησαν ασφυκτικό περιβάλλον για τους μικρομεσαίους εμπόρους, που χρόνο με τον χρόνο «βλέπουν» τις πωλήσεις να μειώνονται έως και 40%, τις υποχρεώσεις και τον ανταγωνισμό να γίνονται θηλιά και να τους πνίγουν. Το 1990, για κάθε τρεις επιχειρήσεις που άνοιγαν έκλεινε μία, ενώ το 2003 έκλεισαν δύο στις τρεις που άνοιξαν. Ειδικότερα, το 1990 άνοιξαν 87.877 μικρομεσαίες επιχειρήσεις και έκλεισαν 36.478. Το 2003 άνοιξαν μόλις 82.552, αλλά ο αριθμός εκείνων που έκλεισαν εκτοξεύτηκε στις 61.398!

Μόνο στη Θεσσαλονίκη, σύμφωνα με στοιχεία του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Θεσσαλονίκης (ΕΕΘ), το δεύτερο εξάμηνο του 2004 διεγράφησαν από το ΕΕΘ περίπου 2.600 επιχειρήσεις και

**Τα σχέδια μεγάλων λιανεμπορικών επιχειρήσεων**

- PRAKTIKER**  
Νέο υπερκατάστημα στη Μάνδρα Αττικής
- IKEA**  
Δημιουργία καταστήματος στην περιοχή της Δυτικής Αθήνας
- PUBLIC**  
Κατάστημα στην περιοχή του Συντάγματος το β' εξάμηνο του 2006
- MEDIA MARKET**  
Δημιουργία δεύτερου καταστήματος στην περιοχή του Παλαιού Φαλήρου
- ZARA**  
Δημιουργία 60 καταστημάτων έως το 2008 σε μεγάλες πόλεις της Ελλάδας, συμπεριλαμβανομένων της Αττικής και της Θεσσαλονίκης
- MOTHERCARE**  
4 καταστήματα εντός του 2006
- LIDL**  
Στόχος ο διπλασιασμός των καταστημάτων της εντός της επόμενης διετίας

- PLUS**  
Δημιουργία του πρώτου καταστήματος της γερμανικής αλυσίδας στη Θεσσαλονίκη εντός του 2006, καθώς και επέκτασή της με 10 καταστήματα σε όλη την Ελλάδα και με έμφαση στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής και στη Μακεδονία
- DIA**  
Δημιουργία 30 νέων καταστημάτων κάθε χρόνο έως το 2008
- ALDI**  
Έλευση της γερμανικής αλυσίδας στην Ελλάδα με το πρώτο κατάστημα στη Θεσσαλονίκη το α' εξάμηνο του 2006 και στόχο τα 200 καταστήματα την επόμενη διετία
- MULTIRAMA**  
8 νέα καταστήματα εντός του 2006



επαγγελματίες, ενώ συνολικά το 2004 εκτιμάται ότι οι διαγραφές άγγιξαν τις 5.784, εκ των οποίων 5.414 αφορούν ατομικές επιχειρήσεις.

**Η επέλαση των κολοσσών**

Ενώ οι «μικροί» βάζουν λουκέτο ή καταγράφουν μεγάλη πτώση των πωλήσεών τους, επιχειρήσεις με δίκτυα καταστημάτων σε ολόκληρο τον κόσμο επεκτείνονται σε όλη την Ελλάδα, εκμεταλλευόμενες και τις αλλαγές στο ωράριο λειτουργίας των καταστημάτων. Ήδη η IKEA ετοιμάζει το τρίτο κατάστημά της στην Ελλάδα, στην περιοχή της Δυτικής Αττικής, η Media Market με παρουσία μόλις δύο μηνών στην Ελλάδα ανοίγει

τους επόμενους μήνες δεύτερο κατάστημα στο Παλαιό Φάληρο, το Praktiker ανακοίνωσε τη δημιουργία νέου υπερκαταστήματος στη Μάνδρα Αττικής, ενώ η Zara έχει στόχο 60 νέα καταστήματα έως το 2008, η Mothercare 4 νέα καταστήματα εντός του 2006 και η Multirama 8 νέα καταστήματα φέτος.

Μάλιστα, σύμφωνα με πληροφορίες, η Lamda Development, ιδιοκτήτρια του The Mall, σχεδιάζει τώρα τη δημιουργία νέου μεγάλου εμπορικού κέντρου στη Δυτ. Αθήνα, ενώ θα ακολουθήσουν και άλλα. Μελέτες που έχουν γίνει για λογαριασμό της Lamda δείχνουν ότι οι συνθήκες στην αγορά επιτρέπουν ένα εμπορικό κέντρο όπως το The Mall ανά

## Η ευκολία πρόσβασης στο νέο εμπορικό κέντρο μάς τρομάζει

Για μείωση του τζίρου τους έως και 30% κάνουν λόγο οι έμποροι στις αγορές του Αμαρουσίου, του Χαλανδρίου, της Κηφισιάς και της



**Παυλίνα Θεοδωράκη, έμπορος στην Αγία Παρασκευή**

Αγίας Παρασκευής. «Η πτώση του τζίρου μας υπολογίζεται στο 15%-20%, όμως δεν φταίει μόνο το νέο εμπορικό κέντρο», λέει η κ. Παυλίνα Θεοδωράκη, έμπορος στην Αγία Παρασκευή. Όπως εκτιμούν οι έμποροι των βορείων προαστίων, υπάρχει μία γενικότερη οικονομική δυσπραγία και έλλειψη ρευστότητας στην αγορά, την οποία αντιμετωπίζουν όλα τα μαγαζιά, ανεξαρτήτως περιοχής.

Το Μαρούσι διαθέτει αυτή τη στιγμή πάνω από 1.000 καταστήματα, καλύπτοντας όλες τις ανάγκες των καταναλωτών. Αντίστοιχα, στην περιοχή του Χαλανδρίου δραστηριοποιούνται περισσότερες από 2.000 επιχειρήσεις. Μεγάλος είναι και ο αριθμός των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Αγία Παρασκευή και την Κηφισιά, πολλά από τα οποία είναι και καταστήματα μεγάλων αλυσίδων. «Η πτώση επηρέασε σημαντικά και τα καταστήματα των αλυσίδων και όχι μόνο μικρά καταστήματα. Κανείς δεν ξέρει αν θα είναι κάτι προσωρινό, πάντως η ευκολία πρόσβασης στο νέο εμπορικό κέντρο, αλλά και οι άλλες παροχές προς τους καταναλωτές (χώροι ψυχαγωγίας, κινηματογράφοι κ.λπ.) μάς τρομάζει, ιδίως αν επεκταθεί η λειτουργία των καταστημάτων και την Κυριακή», λέει η κ. Θεοδωράκη.

## Θα μας «καταπιούν» τα μεγάλα πολυκαταστήματα

«Πριν από 15 χρόνια δεν υπήρχε πουθενά άδειο μαγαζί στους κεντρικούς δρόμους της Ανθούπολης και του Αγίου Ιερόθεου. Σήμερα, λες και έπεσε επιδημία λουκετών», λέει ο κ. Θεόδωρος



**Θεόδωρος Σπυρόπουλος, έμπορος στην Ανθούπολη**

Σπυρόπουλος, έμπορος στην περιοχή της Ανθούπολης. «Η έλλειψη χρημάτων, η αύξηση των ωρών λειτουργίας των καταστημάτων και η επιθετική πολιτική των μεγάλων επιχειρήσεων βάζουν εμάς τους μικρούς σιγά σιγά στο περιθώριο. Η δική μου επιχείρηση μετράει 23 χρόνια στην αγορά και είναι οικογενειακή. Αν θα έπρεπε να έχουμε υπάλληλο, δεν θα μπορούσαμε να τα βγάλουμε πέρα. Δουλεύουμε τέσσερα άτομα στην επιχείρηση και τα έσοδα είναι μια ή άλλη με τα έξοδα. Μας σώζει ότι έχουμε δημιουργήσει δική μας πελατεία. Όμως, όσο τα χρόνια περνούν και όλα γίνονται πιο απρόσβητα, αυτό θα χαθεί – και για μας και για όλους. Θα μας «καταπιούν» τα μεγάλα πολυκαταστήματα, ακόμα κι αν δεν προσφέρουν ούτε καλύτερες τιμές αλλά ούτε και καλύτερη ποιότητα».