



ΡΕΠΟΡΤΑΖ Β. ΚΩΤΣΗΣ

# «Μνημόνιο επιβίωσης» με μείωση τιμών - μισθών από επιχειρήσεις

Οι μάνατζερ σχεδιάζουν προϊόντα και υπηρεσίες για...φτωχούς

ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ: 02/10/2011, 05:45

Αγώνα επιβίωσης δίνουν καθημερινά οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα και πλέον οι μάνατζερ που τις διοικούν καλούνται να προσομοιώσουν τη λειτουργία τους στα χειρότερα δυνατά σενάρια που ενδεχομένως προκύψουν για την ελληνική οικονομία και κυρίως για το τραπεζικό σύστημα.

*«Κάθε ημέρα οι πελάτες μου καταθέτουν τουλάχιστον σε πέντε διαφορετικές ελληνικές τράπεζες χρήματα για το εμπόρευμα που τους προμηθεύουμε. Έχω δώσει εντολή τα χρήματα αυτά αμέσως να περνούν σε λογαριασμό ξένης τράπεζας που λειτουργεί στην Ελλάδα, η οποία με τη σειρά της στέλνει έξω στη μητρική. Ουσιαστικά το ταμείο της εταιρείας αυτή την περίοδο βρίσκεται στο εξωτερικό»* αναφέρει στο «Βήμα» διευθύνων σύμβουλος μεγάλης βιομηχανίας που για ευνόητους λόγους επιθυμεί να κρατήσει την ανωνυμία του.

Η προτεραιότητα αυτή την περίοδο για τους επιχειρηματίες είναι πώς να μη χάσουν λεφτά και λιγότερο πώς να βγάλουν κέρδη. Η εξεύρεση κεφαλαίων κίνησης της εταιρείας, η πληρωμή των μισθών των εργαζομένων και η εξασφάλιση των απαιτήσεων από πελάτες, ακόμη και αν οι τελευταίοι έχουν εγγυητικές τραπέζης, είναι ο άξονας γύρω από τον οποίο κινείται το day to day management και η προσπάθεια που φορτώνει με άγχος τα διευθυντικά στελέχη.

*«Ένα επικείμενο haircut στις τιμές των ομολόγων κατά 50% και μια χρεοκοπία της χώρας εντός του ευρώ θα γονατίσουν τις τράπεζες, που ναι μεν θα στηριχθούν από την ΕΕ για να μη σκάσουν αλλά θα υποχρεωθούν να κλείσουν οριστικά τις κάνουλες ακόμη και σε υγιείς επιχειρήσεις. Αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει πλέον να προγραμματίσουμε τη λειτουργία μας πάνω σε ισοσκελισμένους ισολογισμούς, χωρίς να ελπίζουμε στη βοήθεια των τραπεζών»* επισημαίνει στο «Βήμα» στέλεχος μεγάλης εταιρείας τροφίμων και περιγράφει χαρακτηριστικά το τι θα επακολουθήσει: *«Το νέο περιβάλλον που θα διαμορφωθεί έπειτα από ένα default εντός του ευρώ θα περιλαμβάνει έξαρση της ανεργίας στο 25% και σημαντική συρρίκνωση του βιοτικού επιπέδου. Οι επιχειρήσεις για να παραμείνουν ανταγωνιστικές και να κερδίσουν πελάτες θα πρέπει να ρίξουν τις τιμές. Συγχρόνως θα πρέπει να μειώσουν δραστικά τα λειτουργικά κόστη, θα περικόψουν μισθούς, θα διώξουν κόσμο και θα υποχρεωθούν*

να ψαλιδίσουν τα έξοδα προώθησης και εμπορίας προκαλώντας ένα ντόμινο αρνητικών επιπτώσεων σε πολλούς κλάδους της οικονομίας».

Σημειώνεται ότι η ελληνική οικονομία καταγράφει σωρευτική ύφεση 12% τα τελευταία δύο χρόνια, τα νέα φορολογικά μέτρα θα στερήσουν από την αγορά άλλα 7 δισ. ευρώ (!) ενώ το επιτόκιο για ένα επιχειρηματικό δάνειο ξεπερνά το 8%. Προς το παρόν οι μόνες εταιρείες που φαίνεται να μην έχουν επηρεαστεί, τουλάχιστον από το κόστος του χρήματος, είναι οι θυγατρικές πολυεθνικών στην Ελλάδα, αφού οι μητρικές εταιρείες εξακολουθούν να τις χρηματοδοτούν απρόσκοπτα.

### **Οι άμυνες**

Οχι όμως ότι και εκεί δεν λαμβάνουν τα μέτρα τους. Γνωστή εμπορική εταιρεία από τη Βόρεια Ευρώπη έχει δώσει εντολή στη θυγατρική της στην Ελλάδα να έχει έτοιμο πλάνο αποχώρησης από την Ελλάδα σε περίπτωση που οι συνθήκες στην ελληνική οικονομία αλλά και στον συγκεκριμένο κλάδο όπου δραστηριοποιείται επιδεινωθούν, ενώ πρόσφατο είναι το παράδειγμα της φαρμακευτικής Roche Hellas που διέκοψε την παροχή φαρμάκων στα νοσοκομεία (κυρίως ογκολογικά σκευάσματα) που δεν πληρώνουν εντός 60 ημερών.

Ποιες είναι όμως οι άμυνες των επιχειρήσεων στο νέο τοπίο που διαμορφώνεται πέρα από τις αναδιαρθρώσεις και τη μείωση των λειτουργικών εξόδων στις οποίες κατά κόρον έχουν επιδοθεί από το 2008 ως σήμερα;

Σύμφωνα με τον κ. **I.Κοκολινάκη**, πρόεδρο της εταιρείας **VantagePoint**, που ειδικεύεται στην αναδιάρθρωση επιχειρήσεων «αυτή την περίοδο υπάρχει τάση από όλες τις επιχειρήσεις για έναν ήπιο επανασχεδιασμό προϊόντων με γνώμονα το κόστος ώστε να προσελκύσουν πελάτες μέσω του φθηνού προϊόντος. Πολλές φορές ο σχεδιασμός αφορά και τελείως καινούργια προϊόντα και υπηρεσίες».

Χαρακτηριστικά παραδείγματα είναι οι καπνοβιομηχανίες που λανσάρουν φθηνά τσιγάρα και καπνό για στριφτά, ενώ πλέον και οι ασφαλιστικές εταιρείες παρέχουν φθηνά συμβόλαια που ο πελάτης είναι πρόθυμος να αναλάβει γνωρίζοντας ότι θα έχει μια έκπτωση στην ποιότητα (π.χ., συμβάσεις με δημόσια νοσοκομεία).

Επίσης πολλές εταιρείες αναζητούν νέες αγορές, κυρίως εκτός Ελλάδος, αφού η εγχώρια κατανάλωση περιορίζεται. Στο επίκεντρο βρίσκονται οι χώρες της ΝΑ Ευρώπης, στις οποίες αυτή την περίοδο γίνονται πολλές έρευνες αγοράς από ελληνικές επιχειρήσεις, ενώ ορισμένες εταιρείες ήδη προχωρούν και σε «χτίσιμο» δικτύου. Πρόκειται για μια επιλογή που μπορεί να μην έχει άμεσα αποτελέσματα, αφού στην αρχή τα κόστη θα τρέχουν, αλλά στην πορεία θα αποτελέσει διέξοδο για όποιες επιχειρήσεις καταφέρουν να αποσπάσουν μερίδια αγοράς. Ήδη από τον ΣΕΒ καταγράφουν μεγάλη αύξηση στη συμμετοχή επιχειρηματικών αποστολών στο εξωτερικό σε σχέση με το παρελθόν.