

Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα  
**Τ.Ε.Ι. ΠΕΙΡΑΙΑ**

Τμήμα Κλωστοϋφαντουργών Μηχανικών Τ.Ε.

## **Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΗΣ ΕΝΔΥΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΙΣ ΑΡΧΕΣ ΤΟΥ 21ου ΑΙΩΝΑ**

### **Πτυχιακή Εργασία**

**Φοιτητής: ΜΙΧΟΣ ΦΩΤΙΟΣ**

**ΑΜ: 32835**

**Φοιτητής: ΔΟΥΡΙΔΑΣ ΑΝΔΡΕΑΣ**

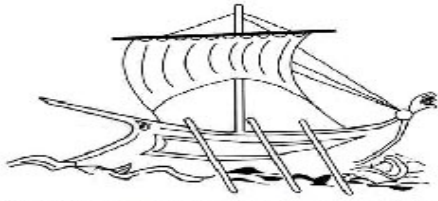
**ΑΜ: 32700**

Επιβλέπων Καθηγητής

**ΝΙΚΟΣ ΚΟΚΛΑΣ**

**12/06/2014**

Αθήνα 2014



Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα

**Τ.Ε.Ι. ΠΕΙΡΑΙΑ**

Τμήμα Κλωστοϋφαντουργίας

# **THE CLOTHING INDUSTRY IN GREECE AT THE BEGINNING OF THE 21st CENTURY**

## **Degree Thesis**

**Student(s): Fotios Michos**

**Andreas Douridas**

**Registration Number: 32835**

**32700**

Supervisor

**Nikos Koklas**

**12/06/2014**

Athens 2014

**ΜΙΧΟΣ ΦΩΤΙΟΣ  
ΔΟΥΡΙΑΔΑΣ ΑΝΔΡΕΑΣ**

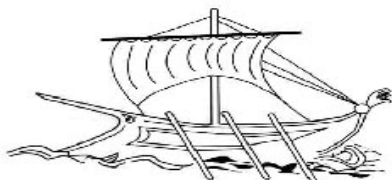
**Copyright © ΜΙΧΟΣ ΦΩΤΙΟΣ  
ΔΟΥΡΙΑΔΑΣ ΑΝΔΡΕΑΣ**

**Ημερομηνία 12/06/2014**

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος, All rights reserved

Απαγορεύεται η αντιγραφή, αποθήκευση και διανομή της παρούσας εργασίας, εξ ολοκλήρου ή τμήματος αυτής, για εμπορικό σκοπό. Επιτρέπεται η ανατύπωση, αποθήκευση και διανομή για σκοπό μη κερδοσκοπικό, εκπαιδευτικής ή ερευνητικής φύσης, υπό την προϋπόθεση να αναφέρεται η πηγή προέλευσης και να διατηρείται το παρόν μήνυμα. Ερωτήματα που αφορούν τη χρήση της εργασίας για κερδοσκοπικό σκοπό πρέπει να απευθύνονται προς τους συγγραφείς.

Οι απόψεις και τα συμπεράσματα που περιέχονται σε αυτό το έγγραφο εκφράζουν τους συγγραφείς και δεν πρέπει να ερμηνευθεί ότι αντιπροσωπεύουν τις επίσημες θέσεις του Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Πειραιά .



Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα  
**Τ.Ε.Ι. ΠΕΙΡΑΙΑ**

Τμήμα Κλωστοϋφαντουργών Μηχανικών Τ.Ε.

## Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΗΣ ΕΝΔΥΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟΝ 21ο ΑΙΩΝΑ

### **Πτυχιακή Εργασία**

Επιβλέπων Καθηγητής

**ΝΙΚΟΣ ΚΟΚΛΑΣ**  
Καθηγητής Εφαρμογών

.....  
.....  
**Εξεταστής**  
**(Θέση / Τίτλος)**

.....  
.....  
**Εξεταστής**  
**(Θέση / Τίτλος)**

.....  
.....  
**Εξεταστής**  
**(Θέση / Τίτλος)**

**Ημερομηνία**

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία ασχολείται με τον κλάδο ένδυσης στην Ελλάδα κατά την πρώτη δεκαετία του 21<sup>ου</sup> αιώνα. Για την επισκόπηση του εν λόγω θέματος γίνεται βιβλιογραφική ανασκόπηση, τόσο για θέματα που αφορούν τον κλάδο, όσο και στο τί επικρατεί στις Ευρωπαϊκές χώρες, αλλά και στην Ελλάδα. Η έκταση της εν λόγω εργασίας είναι σχετικά μικρή. Παρακάτω, παραθέτουμε επιγραμματικά το τί περιέχει το κάθε κεφάλαιο.

Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στις επιχειρήσεις του κλάδου της ένδυσης, όπως αυτές λειτουργούν τη τελευταία δεκαπενταετία. Παρουσιάζεται ο αριθμός των επιχειρήσεων σε σχέση με τους υπαλλήλους και τους τζίρους των επιχειρήσεων αυτών, η απασχόληση στο κλάδο καθώς και οι μισθολογικές απολαβές των εργαζομένων στο κλάδο.

Επίσης, παρουσιάζονται τα τέσσερα μοντέλα επιχειρήσεων ένδυσης που υπάρχουν στην Ελλάδα και ενδεικτικά δίνονται παραδείγματα επιχειρήσεων. Στη συνέχεια γίνεται αναφορά στον ανταγωνισμό μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου και στο πως αυτό επηρεάζει τη λειτουργία και την ύπαρξη τους μέσα στο ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Το κεφάλαιο κλείνει με αναφορά στις σημαντικότερες επιχειρήσεις του κλάδου ένδυσης με βάση το κύκλο εργασιών τους.

Το δεύτερο κεφάλαιο αναφέρεται στο εμπορικό ισοζύγιο στο κλάδο της ένδυσης και στο πως αυτό μεταβάλλεται διαχρονικά, αλλά και στο πως αυτό επηρεάζει τη λειτουργία των επιχειρήσεων του κλάδου.

Επίσης, παρέχονται δεδομένα σχετικά με τις εξαγωγές του κλάδου ανά χώρα προορισμού και ανά κατηγορία και συγκρίνονται με δεδομένα παλαιότερων ετών. Δεδομένα παρέχονται και για τις εισαγωγές του κλάδου ένδυσης ανά χώρα και ανά κατηγορία.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα προβλήματα του κλάδου καθώς και ο τρόπος που αυτά επηρεάζουν τις επιχειρήσεις, ενώ παρουσιάζονται ορισμένοι τρόποι προκειμένου να εξομαλυνθεί η κατάσταση και να επέλθει εξυγίανση και πρόοδος στο κλάδο.

Τέλος, αναφορά γίνεται και σε διάφορους τρόπους αντιμετώπισης των κρίσεων στο κλάδο.

## Περιεχόμενα

<b>1.Εισαγωγή.....</b>	<b>3</b>
1.1 Αντικείμενο της πτυχιακής εργασίας.....	3
1.2 Μεθοδολογία.....	3
1.3 Δομή.....	3
<b>2 Πρώτο κεφάλαιο Ο κλάδος ένδυσης στην Ελλάδα.....</b>	<b>5</b>
2.1 Εισαγωγή.....	5
2.2 Επιχειρήσεις του κλάδου ένδυσης.....	5
2.3 Εργατικό δυναμικό στον κλάδο ένδυσης.....	10
2.4 Τα τέσσερα επιχειρησιακά-εμπορικά μοντέλα του κλάδου.....	13
2.5 Ο ανταγωνισμός στον ευρωπαϊκό κλάδο ένδυσης.....	16
2.6 Σημαντικότερες επιχειρήσεις του κλάδου ένδυσης διεθνώς.....	17
2.7 Συμπεράσματα.....	18
<b>3 Δεύτερο κεφάλαιο Εμπορικές συναλλαγές με τις χώρες του εξωτερικού.....</b>	<b>20</b>
3.1 Εισαγωγή.....	20
3.2 Εξαγωγές ανά κατηγορία προϊόντος.....	20
3.3 Χώρες προορισμού ελληνικών εξαγωγών.....	21
3.4 Εισαγωγές προϊόντων ανά χώρα προέλευσης και ανά κατηγορία προϊόντος.....	23
3.5 Εμπορικό ισοζύγιο στον κλάδο ένδυσης.....	25
3.6 Συμπεράσματα.....	26
<b>4 Τρίτο κεφάλαιο: Προβλήματα και προοπτικές του κλάδου την τρέχουσα δεκαετία.....</b>	<b>28</b>
4.1 Εισαγωγή.....	28
4.2 Ο κλάδος της ένδυσης την εποχή της κρίσης.....	28
4.3 Η ανταγωνιστικότητα την εποχή της κρίσης.....	28
4.4 Λόγοι της μείωσης της κατανάλωσης ενδύματος.....	29
4.5 Αποτελέσματα των προβλημάτων του κλάδου.....	29
4.6 Σχεδιασμός για την εξυγίανση του κλάδου.....	30
4.6.1 Καινοτομία και διαφοροποίηση.....	30
4.6.2 Έρευνα και εκπαίδευση.....	31
4.6.3 Περιορισμός του παραεμπορίου και ονομασία προέλευσης των προϊόντων.....	31
4.6.4 Δημόσια διοίκηση και γραφειοκρατία.....	31
4.6.5 Υποδομές.....	32
4.6.6 Οργανωμένες βιομηχανικές περιοχές.....	32
4.6.7 Χρηματοπιστωτικό σύστημα.....	32
4.6.8 Εργασιακός νόμος.....	32
4.6.9 Σύστημα πληρωμών.....	33
4.6.10Εταιρική, κοινωνική ευθύνη και περιβάλλον.....	34
4.7 Μελλοντικές τάσεις.....	34
4.8 Προοπτικές του κλάδου.....	35
4.9 Μηχανισμοί αντιμετώπισης των κρίσεων στον κλάδο της ένδυσης.....	42
4.10 Συμπεράσματα.....	43
Βιβλιογραφία / Links.....	44
Κατάλογος Πινάκων.....	45

## **1. Εισαγωγή**

### **1.1 Αντικείμενο της πτυχιακής εργασίας**

Αντικείμενο της πτυχιακής αυτής εργασίας είναι ο κλάδος της ένδυσης και συγκεκριμένα οι επιχειρήσεις του κλάδου όσον αφορά το μέγεθος τους και την ποσότητα τους διαχρονικά και σε σχέση με το εργατικό δυναμικό που απασχολείται σε αυτές. Επίσης, η πτυχιακή αυτή εξετάζει τις εμπορικές συναλλαγές του κλάδου ένδυσης την τελευταία δεκαετία. Τέλος, παρουσιάζει τα προβλήματα που έχουν δημιουργηθεί στο κλάδο τη περίοδο της κρίσης και προτείνει μια σειρά από παρεμβάσεις σε συγκεκριμένους τομείς προκειμένου ο κλάδος να επανέλθει σε ανοδική πορεία.

### **1.2 Μεθοδολογία**

Σε αυτήν την εργασία χρησιμοποιούμε τη βιβλιογραφική ανασκόπηση, μέσα από την οποία μπορέσαμε να βρούμε πληροφορίες για το θέμα μας και μετά την παρουσίαση τους προσπαθήσαμε να τις αναπτύξουμε. Η καταγραφή των στοιχείων της βιβλιογραφίας είναι προϊόν επεξεργασίας και όχι προϊόν λογοκλοπής ή μετάφρασης ή κατάχρησης των βιβλιογραφικών πηγών. Η βιβλιογραφική ανασκόπηση είναι μια συλλογή από επιλεγμένες δημοσιευμένες πηγές σχετικές με το θέμα της εργασίας και οι οποίες συνοδεύονται από σχολιασμό, κριτική ανάλυση των περιεχομένων και παράθεση σε ορισμένες περιπτώσεις των βασικών συμπερασμάτων κάθε μελέτης. Δεν περιορίζεται μόνο σε βιβλία και άρθρα περιοδικών, αλλά αντικείμενο της βιβλιογραφικής ανασκόπησης μπορεί να αποτελεί και ποικίλο άλλο υλικό πληροφόρησης όπως π.χ. Ιστοσελίδες.

Η βιβλιογραφική ανασκόπηση δεν αποτελεί μια απλή παράθεση της σχετικής βιβλιογραφίας. Η τελευταία συνοδεύει κάθε εργασία και εμφανίζεται στο τέλος του κειμένου.

Μέσω της βιβλιογραφικής ανασκόπησης τεκμηριώνεται και η πρωτοτυπία της έρευνάς και η συμβολή της στο συγκεκριμένο γνωστικό αντικείμενο. Προκειμένου να συγκεντρώσουμε το υλικό για την εργασία ανατρέξαμε, τόσο στο κατάλογο της βιβλιοθήκης και στις βάσεις δεδομένων όσο και στο διαδίκτυο.

### **1.3 Δομή**

Παραθέτουμε λίγα λόγια για τα θέματα που θα πραγματευτούμε σε αυτήν την πτυχιακή εργασία. Η δομή της εργασίας αποτελείται από τρία κεφάλαια. Η δομή του κάθε κεφαλαίου είναι η εξής: στο πρώτο κεφάλαιο αναφερόμαστε στο κλάδο ένδυσης στην Ελλάδα, τόσο αναφορικά με τις επιχειρήσεις, όσο και το εργατικό δυναμικό. Επιπλέον, συνοψίζουμε τα τέσσερα επιχειρησιακά -

εμπορικά μοντέλα του κλάδου και αναφερόμαστε, τόσο στον ευρωπαϊκό ανταγωνισμό που επικρατεί στον εν λόγω κλάδο, όσο και στις σημαντικότερες επιχειρήσεις του.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφερόμαστε στις εμπορικές συναλλαγές της Ελλάδος με τις χώρες του εξωτερικού, αναφορικά με το εξωτερικό εμπόριο ένδυσης, τις εξαγωγές ανά κατηγορία προϊόντος, αλλά και τις χώρες προορισμού των ελληνικών προϊόντων. Στο ίδιο κεφάλαιο αναφερόμαστε στις εισαγωγές προϊόντων, τόσο ανά κατηγορία προϊόντος, όσο και ανά χώρα προέλευσης. Επίσης, αναφερόμαστε και στο εμπορικό ισοζύγιο στο κλάδο ένδυσης.

Τέλος, στο τρίτο κεφάλαιο αναφερόμαστε στα προβλήματα που ταλανίζουν το κλάδο την τελευταία δεκαετία και ειδικά την εποχή της κρίσης. Επίσης, στο ίδιο κεφάλαιο αναφερόμαστε στο σχεδιασμό για την εξυγίανση του κλάδου, την καινοτομία, την εκπαίδευση, τον περιορισμό του παραεμπορίου, τις προοπτικές του κλάδου στο μέλλον και τους μηχανισμούς αντιμετώπισης της κρίσης στο κλάδο ένδυσης.



## **2. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: Ο κλάδος της ένδυσης στην Ελλάδα**

### **2.1 Εισαγωγή**

Σε αυτό το κεφάλαιο αναφερόμαστε στις επιχειρήσεις του κλάδου της ένδυσης, αναφορικά με τη λειτουργία τους, αλλά και τα μεγέθη τους. Επίσης, γίνεται αναφορά στις μισθολογικές απολαβές των εργαζομένων, αλλά και στην ανταγωνιστικότητα που παρουσιάζεται στον κλάδο. Τέλος, το κεφάλαιο κλείνει με τις σημαντικότερες επιχειρήσεις του κλάδου με βάση τον κύκλο εργασιών τους.

### **2.2 Επιχειρήσεις του κλάδου ένδυσης**

Υπάρχουν επιχειρήσεις του κλάδου ένδυσης των οποίων η δομή είναι απλή, αλλά υπάρχουν και επιχειρήσεις των οποίων η δομή είναι περισσότερο σύνθετη. Το πόσο πολύπλοκη μπορεί να είναι η οργάνωση των διαδικασιών μιας τέτοιας επιχείρησης εξαρτάται από διάφορους παράγοντες όπως το μέγεθος της, την αγορά στην οποία απευθύνεται η επιχείρηση, το είδος του προϊόντος που παράγει και την προστιθέμενη αξία του προϊόντος αυτού. Δηλαδή μια επιχείρηση που το προϊόν που παράγει δεν έχει προστιθέμενη αξία μπορεί να μην χρειάζεται η διαδικασία του σχεδιασμού.

Η διαδικασία της κατασκευής ενδυμάτων ακολουθεί, στις περισσότερες περιπτώσεις, μια κάθετη διαβάθμιση που ξεκινάει από την έρευνα αγοράς και την επιλογή της πρώτης ύλης και τέλος ολοκληρώνεται με την κατασκευή πολλαπλών κομματιών τα οποία στη συνέχεια θα προωθηθούν στην αγορά.

Αυτή η διαβάθμιση μπορεί να είναι η ακόλουθη :

#### 1) Έρευνα αγοράς πάνω στις τάσεις της μόδας.

Όπου περιλαμβάνονται επισκέψεις σε διεθνείς εκθέσεις, συμβουλευτικές υπηρεσίες από γραφεία πρόγνωσης και μελέτη των σχετικών περιοδικών πρόγνωσης και των διεθνών αγορών.

#### 2) Επιλογή υφασμάτων και αξεσουάρ.

Η επιλογή αυτή γίνεται από τους κατασκευαστές που συμμετέχουν στις διεθνείς εκθέσεις ως εκθέτες ή από τους εγχώριους κατασκευαστές ή και τους τοπικούς αντιπροσώπους. Ιδιαίτερη σημασία έχει η ταχύτητα του προμηθευτή και η αξιοπιστία του προκειμένου το τελικό προϊόν να βγει έγκαιρα στην αγορά.

3) Σχεδιασμός Συλλογής

Ο σχεδιασμός γίνεται με βάση την παραπάνω έρευνα, αλλά και σύμφωνα με την εικόνα της επιχείρησης, το πελατολόγιο και την αγορά στην οποία στοχεύει και τη στρατηγική που ακολουθεί. Το marketing μπορεί να παρέμβει σε αυτό το στάδιο όπου εμπλέκεται το δημιουργικό τμήμα της επιχείρησης.

4) Κατασκευή πρώτου δείγματος

Εδώ περιλαμβάνονται οι διαδικασίες κατασκευής πατρών, στρώσεις, κοπής, ραφής, πρέσα οι οποίες αφορούν το τμήμα παραγωγής της επιχείρησης. Στο συγκεκριμένο στάδιο είναι αναγκαία η ύπαρξη ποιοτικού ελέγχου προκειμένου να διασφαλιστεί η ποιότητα των παραπάνω διαδικασιών. Στο στάδιο αυτό γίνεται η δημιουργική ταυτότητα του δείγματος και κοστολογείται το προϊόν. Σε αυτή την διαδικασία συμμετέχει και το τμήμα marketing.

5) Κατασκευή πολλαπλών προϊόντων

Αφού πλέον έχει εγκριθεί το δείγμα εισερχόμαστε πλέον στο τελικό στάδιο όπου το δείγμα μπαίνει στη παραγωγή, ανάλογα με τις παραγγελίες, ακολουθώντας σε μαζική κλίμακα τις διαδικασίες που ακολουθήθηκαν για την κατασκευή του πρώτου δείγματος.

6) Προώθηση του προϊόντος στην αγορά

Εδώ έχει μεγάλη σημασία ο τρόπος που θα προωθηθούν τα προϊόντα στην αγορά αλλά και τα άτομα που εμπλέκονται στην προώθηση του προϊόντος καθώς και ο τρόπος που δραστηριοποιείται η επιχείρηση στην αγορά όπως π.χ. αν τα προϊόντα διατίθενται μέσω χονδρεμπόρων, αντιπροσώπων ή μέσω δικτύου καταστημάτων λιανικής πώλησης.

Για να μπορέσει μια επιχείρηση να πράξει τις παραπάνω λειτουργίες στην διαδικασία παραγωγής πρέπει να είναι οργανωμένη σε επιμέρους τμήματα και να εμπλέκονται το καθένα ξεχωριστά, αλλά και συνολικά στα διάφορα στάδια παραγωγής του προϊόντος.

Τα τμήματα που πρέπει να έχει μια σύγχρονη επιχείρηση ενδυμάτων είναι :

- 1) Η διοίκηση
- 2) Το δημιουργικό τμήμα

- 3) Το εμπορικό τμήμα
- 4) Το τμήμα marketing
- 5) Η παραγωγή

Λόγω των ιδιαιτεροτήτων των διαφόρων τύπων των επιχειρήσεων τα τμήματα που ενσωματώνει μια επιχείρηση σύγχρονη ποικίλλουν ανά επιχείρηση, ενώ ο συνδυασμός διοίκησης και παραγωγής είναι η πιο απλή μορφή οργάνωσης των λειτουργιών των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Στις σύγχρονες επιχειρήσεις τείνει να εκλείψει το δημιουργικό τμήμα ενώ το εμπορικό κομμάτι είναι σχεδόν αναπόσπαστο στο πλαίσιο εφαρμογής νέων στρατηγικών που έχουν σαν στόχο την κατάκτηση νέων αγορών. Το πιο δύσκολο κομμάτι των επιχειρήσεων ένδυσης παραμένει αυτό της παράγωγης. Η παραγωγή είναι η διαδικασία η οποία έχει το μεγαλύτερο μερίδιο στο κόστος του τελικού προϊόντος. Δέχεται όμως μεγάλο ανταγωνισμό από άλλες με χαμηλό κόστος παραγωγής όπως η Κίνα και η Ινδία. Έτσι πολλές επιχειρήσεις έχουν αποφασίσει να μεταφέρουν το τμήμα παραγωγής του σε άλλη χώρα όπου το κόστος παραγωγής είναι κατά πολύ χαμηλότερο. Ταυτόχρονα όμως διατηρούν την έδρα τους και τα υπόλοιπα τμήματά τους στη χώρα τους. Θα μπορούσαμε να πούμε πως παρατηρείται μια μετάλλαξη των εταιρειών του κλάδου σε εταιρίες παροχής υπηρεσιών.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις του κλάδου της ένδυσης που βρίσκονται στην Ελλάδα είναι μικρές παραγωγικές μονάδες που απασχολούν λίγα άτομα (0-9) , δηλαδή ανήκουν στην κατηγορία των Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΠΜΕ). Ένα άλλο ποσοστό ανήκει στην κατηγορία των Μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) ενώ δεν υπάρχουν πολλές μεγάλες παραγωγικές μονάδες. Ωστόσο, το ποσοστό των μεγάλων παραγωγικών μονάδων του κλάδου, αν και μικρό στο σύνολο των επιχειρήσεων του κλάδου της ένδυσης, αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους δείκτες όσον αφορά το σύνολο των παραγωγικών κλάδων της ελληνικής βιομηχανίας.

Ένα δείγμα των οικονομικών και ενοποιημένων μεγεθών των επιχειρήσεων του κλάδου αλλά και του συνόλου της μεταποίησης βρίσκεται στους πίνακες 2.1 και 2.2.

Ο κλάδος εξακολουθεί να κατέχει πολύ μεγαλύτερο ποσοστό μεγάλων μονάδων σε σχέση με το σύνολο της μεταποίησης στην Ελλάδα. Ο κλάδος της ένδυσης περιλαμβάνει μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων οι οποίες απασχολούν λιγότερα από 10 άτομα , στο σύνολο της μεταποίησης και αποτελεί έναν από τους κλάδους με το μικρότερο τέτοιο ποσοστό.

Πίνακας 2.1: Οικονομικά μεγέθη του συνόλου μεταποίησης

(Επιχειρήσεις άνω των δέκα ατόμων)

	2001	2002	2004	2005	2006	2007
Αριθμός επιχειρήσεων	3.918	3.821	3.449	3.376	3.641	3.674
Απασχολούμενοι	233.340	230.293	214.617	206.793	214.964	217.822
Ακαθάριστη Αξία (Σε ευρώ)	30.030.153	29.571.509	31.360.717.638	33.603.361.968	38.552.647.256	42.340.740.010
Πωλήσεις	25.791.411	26.298.539	28.146.174.441	29.944.093.384	34.837.862.272	38.351.644.731
Προστιθέμενη Αξία Παραγωγής (Σε ευρώ)	11.067.403	11.136.130	11.575.342.553	11.474.174.167	12.739.901.073	13.802.618.729

Πηγή: ΕΣΥΕ, Επεξεργασία στοιχείων: IOBE

Ο πίνακας αυτός αναφέρει τα οικονομικά μεγέθη του συνόλου μεταποίησης. Από το 2000 και έπειτα παρατηρούμε μια μεγάλη πτώση έως το 2004. Το ίδιο θα λέγαμε και για το εργατικό δυναμικό. Από το έτος 2004 με 2005 υπάρχει μια μικρή μείωση του αριθμού των εργαζομένων της τάξεως του 3.8%, ενώ το επόμενο έτος έρχεται και πάλι στα επίπεδα του 2004. Βέβαια, να τονίσουμε ότι οι αριθμοί των απασχολούμενων με τους αριθμούς των επιχειρήσεων, εδώ, συμβαδίζουν. Στις πωλήσεις, τώρα και εκεί υπάρχουν αυξομειώσεις. Τέλος, στην προστιθέμενη αξία παραγωγής και εκεί οι διαφορές από έτος σε έτος είναι μικρές.

Πίνακας 2.2 : Ενοποιημένα μεγέθη του κλάδου παραγωγής ενδύματος

(Επιχειρήσεις άνω των δέκα ατόμων)

	2000	2002	2004	2006	2008	2010	2011
Αριθμός επιχειρήσεων	543	338	253	291	315	282	253
Απασχολούμενοι	18.304	14.668	11.157	10.887	11.806	8.855	7.595
Ακαθάριστη Αξία (Σε χιλ. ευρώ)	1.041.567	904.860	748.952	919.891	1.095.750	743.835.	608.811
Πωλήσεις (Σε χιλ. ευρώ)	903.390	822.841	691.240	837.079	1.003.420	708.969.205	745.070
Προστιθέμενη Αξία Παραγωγής (Σε χιλ. ευρώ)	446.120	366.447	286.575	327.053	409.000	260.968.	258.687

Πηγή: ΕΣΥΕ, Επεξεργασία στοιχείων: IOBE

Παρατηρώντας τον πίνακα, όσον αφορά τον αριθμό των επιχειρήσεων, το διάστημα 2000-2010 θα παρατηρήσουμε μια διπλή αυξομείωση, το 2000 είναι μια χρονολογία με αρκετά υψηλό αριθμό επιχειρήσεων και απασχόλησης εργατικού δυναμικού. Αυτός ο αριθμός όμως δεν μένει σταθερός για μεγάλο διάστημα, παρά μειώνεται αρκετά σε μια δεκαετία. Ένας βασικός λόγος είναι η μετατόπιση των βιομηχανιών και των βιοτεχνιών σε χώρες του ανατολικού μπλοκ, προφανώς για φθηνότερο εργατικό δυναμικό και χαμηλότερη φορολογία. Αυτό έχει αρνητικό αποτέλεσμα και ως προς τον Έλληνα εργαζόμενο, αλλά και ως προς το Ελληνικό κράτος, το οποίο χάνει πολλές εισφορές. Η ίδια κατάσταση διαπιστώνεται και στη διετία 2000-2004. Μεγάλη μείωση των επιχειρήσεων στον ελληνικό χώρο που αγγίζει σχεδόν το 38% από το διάστημα 2000-2004. Βασική αιτία αυτής της κατάστασης είναι το παραεμπόριο. Λαθραίες εισαγωγές και λαθρεμπόριο μαστίζουν την αγορά με αποτέλεσμα να κλείνουν οι επιχειρήσεις και οι απασχολούμενοι να μένουν χωρίς δουλειά. Ετήσιοι τζίροι, απασχολούμενοι και πωλήσεις πέφτουν σε μεγάλο βαθμό και αυτό έχει άσχημες επιπτώσεις στο ελληνικό εμπόριο. Στο διάστημα 2004-2006 διαπιστώνεται μια παροδική αύξηση στον αριθμό των επιχειρήσεων με φυσικό επακόλουθο την αύξηση των πωλήσεων, των τζίρων όχι όμως και των εργαζομένων. Αλλά αντίθετα στη μείωσή τους. Τα ποσά της αύξησης των επιχειρήσεων και των απασχολούμενων είναι αντιστρόφως ανάλογα. Αυτό συνέβη προφανώς διότι ανέλαβε ο κάθε εργαζόμενος περισσότερες αρμοδιότητες, ώστε τα νούμερα των πωλήσεων να αυξηθούν προς όφελος των εταιριών και κατ' επέκταση των υψηλόβαθμων στελεχών. Αυτό συνεχίζεται μέχρι και το 2008. Καθώς τα σημάδια της κρίσης έχουν αρχίσει να γίνονται αισθητά

στις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες, δεν έχουν αρχίσει ακόμα να εμφανίζονται στο ελληνικό εμπόριο. Στην τριετία 2008-2011 ο αριθμός των επιχειρήσεων μειώνεται κατακόρυφα. Το 2011 μειώνεται στις 253 μονάδες. Ακριβώς δηλαδή όσες ήταν το 2004. Αυτό έχει ως φυσικό επακόλουθο, βλέποντας να φαίνεται και από τα στοιχεία, τη μείωση των μισθών, την αύξηση των ωραρίων, τις απολύσεις και κατ' επέκταση το κλείσιμο των επιχειρήσεων. Οι τζίροι ανεβαίνουν χρόνο με το χρόνο, ενώ το εργατικό δυναμικό μειώνεται. Ιδιαίτερως, το 2010 η ακαθάριστη αξία εκτινάσσεται σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα. Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι η αναλογία μεταξύ των τζιρών και του εργατικού δυναμικού είναι δυσανάλογη και αυτό έχει αρνητικές επιπτώσεις στους εργαζομένους. Τέλος, όσον αφορά την προστιθέμενη αξία παραγωγής υπάρχει και εκεί μια ανοδική τάση χρόνο με το χρόνο. Επομένως, αυξάνεται και η εμπορική αξία κάθε προϊόντος.

### **2.3 Εργατικό δυναμικό στον κλάδο ένδυσης**

Το μεγαλύτερο μέρος του προσωπικού που ασχολείται στον κλάδο του ενδύματος αποτελούνταν ανέκαθεν από γυναίκες. Οι τελευταίες παραδοσιακά χρησιμοποιούνται σχεδόν κατά αποκλειστικότητα στα στάδια της παραγωγής, κοπή-ραφή, ενώ οι άνδρες απασχολούνται κυρίως στην πρέσα.

Τα κύρια χαρακτηριστικά της δομής της βιομηχανίας του έτοιμου ενδύματος είναι τα παρακάτω :

- 1) Ο κλάδος αποτελείται κυρίως από μονάδες μικρού και μεσαίου μεγέθους.
- 2) Τα περισσότερα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας είναι έντασης εργασίας.
- 3) Το εργατικό δυναμικό που ασχολείται είναι στην πλειοψηφία του γυναίκες. Δεν απαιτείται μεγάλη εξειδίκευση

Οι μισθολογικές αμοιβές των εργαζομένων στον κλάδο στην ΕΕ-15, είναι μεν ελαφρά χαμηλότερες, αλλά δεν αποφεύγεται η διαμόρφωση του κόστους εργασίας ανά μονάδα προϊόντος στον κλάδο σε επίπεδα υψηλότερα από το μέσο επίπεδο της μεταποιητικής βιομηχανίας. Ωστόσο η παραγωγικότητα της εργασίας στο κλάδο της κλωστοϋφαντουργίας και της ένδυσης ενισχύθηκε την τελευταία δεκαπενταετία με την πραγματοποίηση μεγάλων και σημαντικών επενδύσεων σε μηχανολογικό εξοπλισμό σύγχρονης τεχνολογίας. Από το 1995 και μετά η Ελλάδα, η Ιρλανδία, η Πορτογαλία και το Βέλγιο επένδυσαν μεγαλύτερο ποσοστό της προστιθέμενης αξίας του κλάδου συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες τη Ευρωπαϊκής Ένωσης. Το υψηλότερο ποσό επενδύσεων ανά κλάδο απασχόλησης παρατηρείται στο Βέλγιο, την Ολλανδία και την Αυστρία οι οποίες έχουν καταφέρει να εγκαταστήσουν μηχανολογικές εφαρμογές υψηλής παραγωγικότητας ώστε η παραγωγή τους να είναι ανταγωνιστική και να έχουν καινοτομικά προϊόντα τα οποία να έχουν ζήτηση στην Διεθνή Αγορά.



Στην ελληνική βιομηχανία της ένδυσης η απασχόληση τα τελευταία 20 χρόνια παρουσιάζει μεγάλη ύφεση. Είναι χαρακτηριστικό πως από το 1995 έως το 2003 ο κλάδος στο σύνολο του υπέστη τεράστιες απώλειες αφού έχασε περίπου 20.000 θέσεις εργασίας είχε μια πτώση της τάξεως του 16,5% . Από το 2003 και μετά η πτώση ήταν ακόμα μεγαλύτερη.

Πίνακας 2.3. Διαχρονική εξέλιξη των μισθολογικών απολαβών των εργαζομένων στο κλάδο ένδυσης. (2003-2010)

	2003	2004	2006	2008	2010
Απασχολούμενοι	13.453	11.157	10.663	11.806	8.588
Αμοιβές	160.869.397	143.522.852	153.478.786	204.971.957	153.025.082
Μ.Ο. αμοιβής	11.957	12.863	14.393	17.361	17.818

Πηγή ΕΣΥΕ, Επεξεργασία στοιχείων: ΙΟΒΕ



Από αυτές οι μεγαλύτερες απώλειες είναι στον κλάδο του έτοιμου ενδύματος, ενώ σύμφωνα με στοιχεία μετά το 2003 φαίνεται πως η πλεκτική ανακάμπτει λίγο από πλευράς απασχόλησης.

Αναφορικά με την στελέχωση των επιχειρήσεων παρατηρείται το φαινόμενο της εμφάνισης μιας σειράς από νέες ειδικότητες που έχουν καθοριστική επιρροή προκειμένου να επιτύχει η άσκηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι νέες αλλαγές στον τρόπο λειτουργίας της αγοράς σε συνδυασμό με την ολοένα αυξανόμενη είσοδο νέων τεχνολογιών και μηχανημάτων στη παραγωγή, του σχεδιασμού προϊόντων και της διοίκησης μεταβάλλουν από την μια τη δομή της απασχόλησης στην επιχείρηση και από την άλλη τις ανάγκες για απαιτούμενες γνώσεις και δεξιότητες και του εργατικού αλλά και του στελεχειακού δυναμικού των επιχειρήσεων.

Η σύγχρονη επιχειρηματική κουλτούρα προσδιορίζεται πλέον κατά κύριο λόγο από τα νέα αυτά επαγγελματικά προφίλ και οι επιχειρήσεις που μπορούν να τα εξασφαλίσουν θα είναι κυρίαρχες στον επαγγελματικό στίβο, διότι, πλέον, θα είναι πιο σύγχρονες και με καινούργιες ιδέες. Στον 21<sup>ο</sup> αιώνα, της ψηφιακής οικονομίας και της κοινωνίας της γνώσης, η προστιθέμενη αξία που θα ενσωματώνει το ανθρώπινο δυναμικό σε κάθε επιχείρηση θα είναι το βασικό κριτήριο της επιβίωσης και της επιτυχίας της εκάστοτε επιχείρησης.



Αναφορικά με τον τομέα της απασχόλησης και της κατάρτισης του κλάδου όπως και σε άλλους τομείς της βιομηχανίας υπάρχει δυσκολία στο να βρεθεί ειδικά καταρτισμένο προσωπικό για πρόσληψη, κυρίως όσον αφορά δραστηριότητες που έχουν σχέση με τον τομέα των νέων τεχνολογιών, πληροφοριών και επικοινωνίας. Η κυριότερη ανάγκη σχετικά με τους εργαζόμενους που δουλεύουν στα εργοστάσια είναι η αύξηση της εξειδίκευσης μαζί με την αυξανόμενη σημασία



των κατασκευαστών δειγμάτων ιματισμού και άλλων πολύ-ειδικευμένων εργαζομένων. Τέτοιοι εργαζόμενοι είναι απαραίτητοι στις επιχειρήσεις προκειμένου να ενισχύσουν την δημιουργική ώθηση που δίνεται από τους σχεδιαστές και τους υπεύθυνους παραγωγής, στην πραγματοποίηση στόχων όπως ευκολοφόρετα και προσιτά ενδύματα.

## **2.4 Τα τέσσερα επιχειρησιακά μοντέλα του κλάδου**

Οι σύγχρονες δραστηριότητες των επιχειρήσεων του κλάδου ένδυσης, όπως αυτές υπαγορεύονται από τις διεθνείς απαιτήσεις της αγοράς παρουσιάζονται μέσα από το προφίλ των τεσσάρων μοντέλων αντιπροσωπευτικών επιχειρήσεων που καταγράφονται αυτή τη στιγμή στην Ελλάδα. Οι επιχειρήσεις αυτές έχουν τις δυνατότητες να ανταπεξέλθουν στο νέο επιχειρηματικό περιβάλλον, υιοθετώντας νέες στρατηγικές επιλογές. Οι τύποι αυτοί περιγράφονται αναλυτικά στη συνέχεια.

### A) Επιχειρήσεις ένδυσης κατασκευής επώνυμων προϊόντων με ανεπτυγμένο δίκτυο σημείων λιανικής πώλησης στο εσωτερικό της χώρας:

Ο πρώτος τύπος επιχειρήσεων είναι αυτές που κατασκευάζουν επώνυμα προϊόντα τα οποία στη συνέχεια διατίθενται μέσω καταστημάτων στην ελληνική αγορά. Τέτοιου τύπου επιχειρήσεις διαθέτουν δημιουργικό τομέα ο οποίος είναι υψηλού επιπέδου, τα προϊόντα τους είναι υψηλού επιπέδου προϊόντα και με υψηλή προστιθέμενη αξία. Αυτά τα προϊόντα τα διαθέτουν σε μεγάλο ποσοστό απευθείας στη λιανική είτε μέσω δικών τους σημείων πώλησης είτε μέσω franchising.

Αυτού του τύπου οι επιχειρήσεις όμως αντιμετωπίζουν δυσκολίες οι οποίες έχουν σχέση με την διαχείριση της ανάπτυξης του δικτύου πωλήσεων (καταστήματα, franchising) καθώς επίσης και στην οργάνωση εργασίας αλλά και την ανάπτυξη των ικανοτήτων των υπαλλήλων που εργάζονται στις διάφορες επιχειρήσεις λιανικής πώλησης.

Η ανάπτυξη του δικτύου πωλήσεων δημιουργεί μεγαλύτερες διαχειριστικές ανάγκες οι οποίες μπορεί να επιλυθούν μέσω της εφαρμογής προηγμένων τεχνολογικών συστημάτων.

Ενδεικτικά μια εταιρία που πουλάει επώνυμα τα ενδύματα που παράγει μέσω δικτύου λιανικής είναι η ΕΛΒΕ ενδυμάτων. Η ΕΛΒΕ ενδυμάτων Α.Ε ιδρύθηκε το 1971 και πλέον σήμερα είναι μια από τις μεγαλύτερες εταιρίες κατασκευής και προώθησης επώνυμων ρούχων στην ελληνική αγορά και το εξωτερικό.

Η ΕΛΒΕ ενδυμάτων είναι μητρική εταιρία ομίλου που συμμετέχει στην CALIN Α.Ε. Κύρια δικαιούχοι των εταιριών Intimissimi, Calzedonia και Tezenis (107 σημεία λιανικής πώλησης στην ελληνική αγορά), και ΛΗΤΩ Α.Ε. (7 καταστήματα στην ελληνική αγορά ). Η ΛΗΤΩ Α.Ε.

ειδικεύεται στην ένδυση μωρού.

Η ΕΛΒΕ ενδυμάτων είναι η πρώτη ελληνική εταιρία που εισήχθη στο χρηματιστήριο, ενώ έχει έντονο εξαγωγικό χαρακτήρα διατηρώντας περισσότερα από 920 σημεία πώλησης σε χώρες όπως η Αγγλία, Γαλλία, Ισπανία, Ιταλία, Ιρλανδία, Ουκρανία, Ρωσία, Κύπρος.

B) Επιχειρήσεις ένδυσης που διαθέτουν στην εγχώρια αγορά τα προϊόντα τους επώνυμα μέσω δικτύου χονδρικής πώλησης:

Ο δεύτερος τύπος επιχειρήσεων ένδυσης είναι εκείνες που κατασκευάζουν επώνυμα προϊόντα τα οποία διατίθενται στην αγορά την εσωτερική μέσω δικτύου χονδρικής πώλησης. Οι επιχειρήσεις αυτές κατασκευάζουν τα προϊόντα τους στην Ελλάδα και σε γειτονικές χώρες της Νοτιοανατολικής Ευρώπης. Έχουν δημιουργικό τμήμα υψηλού επιπέδου, διαθέτουν επώνυμα προϊόντα, μέσης προς υψηλής ποιότητας και τιμής και η διάθεση των προϊόντων αυτών γίνεται μέσω αντιπροσώπων.

Οι επιχειρήσεις αυτές αντιμετωπίζουν αρκετά προβλήματα προσαρμογής στις απαιτήσεις αλλά και στις αλλαγές της αγοράς και αυτό είναι κάτι που τις υποχρεώνει στην παραγωγή ενός αρκετά μεγάλου αριθμού προϊόντων, σε μικρές ποσότητες και σε σύντομους χρόνους παράδοσης.

Οι ανάγκες αυτού του τύπου των επιχειρήσεων είναι η οργάνωση της εργασίας και η υιοθέτηση συστημάτων που να

- 1) προγραμματίζουν την παραγωγή με στόχο την εκπλήρωση των παραγγελιών με μηδενικά αποθέματα.
- 2) οργανώνουν την αποθήκη έτοιμων προϊόντων με τρόπο που να ανταποκρίνεται στις παραγγελίες και να μη δημιουργεί υψηλά αποθέματα στις επιχειρήσεις.

Τα παραπάνω προϋποθέτουν νέα μορφή οργάνωσης της εργασίας και υιοθέτηση νέων τεχνολογιών διαχείρισης που θα επιτρέψουν τον καλύτερο προγραμματισμό της παραγωγής και την σημαντική μείωση των αποθεμάτων.

Ενδεικτικά μία εταιρία που διαθέτει επώνυμα τα προϊόντα της μέσω δικτύου χονδρικής πώλησης στην Ελλάδα είναι η DUR A.E..

Η DUR A.E. είναι μια αμιγώς ελληνική εταιρία ανδρικής ένδυσης που εδώ και πάνω από μισό αιώνα δημιουργεί ρούχα τα οποία αποτελούν σημείο αναφοράς για το ανδρικό ντύσιμο.

Διαθέτει ένα ισχυρό δίκτυο χονδρικής πώλησης των προϊόντων της. Πέρα από την εγχώρια δραστηριότητά της η DUR A.E. πραγματοποιεί εξαγωγές σε χώρες όπως ο Λίβανος, η Μέση Ανατολή, η Αρμενία, η Κύπρος.

### Γ) Επιχειρήσεις ένδυσης που πουλούν επώνυμα στο εξωτερικό:

Ο τρίτος τύπος επιχειρήσεων είναι αυτές που προσανατολισμό καθαρά εξαγωγικό και διαθέτουν τα προϊόντα τους σε μεγάλους πελάτες του εξωτερικού (πολυκαταστήματα, αλυσίδες καταστημάτων).

Αυτός ο τύπος των επιχειρήσεων παράγει κατά βάση τα προϊόντα του εκτός Ελλάδος στις γειτονικές χώρες της νοτιοανατολικής Ευρώπης, έχει δημιουργικό τμήμα μετρίου επιπέδου και παράγει προϊόντα με το brand name του πελάτη τα οποία είναι μέσης ποιότητας και τιμής.

Οι επιχειρήσεις αυτού του τύπου έχουν αναπτύξει καλή σχέση με τους πελάτες, είναι ευέλικτες και μπορούν να ανταποκριθούν σε μεγάλες παραγγελίες σε σύντομους χρόνους παράδοσης.

Στο παρελθόν υπήρχαν δύο συλλογές (χειμώνας, καλοκαίρι), ενώ σήμερα απαιτούνται 4 έως 6 ή και παραπάνω πολλές φορές συλλογές, γεγονός που απαιτεί και την αντίστοιχη προσαρμογή των επιχειρήσεων, αλλά και νέο τρόπο στη διαχείριση του όλου συστήματος από την παράγωγή μέχρι την τελική εκτέλεση της.

Οι επιχειρήσεις αυτές χρειάζονται ενίσχυση των δημιουργικών τους τμημάτων με ανθρώπινο δυναμικό κατάλληλα εκπαιδευμένο, με γρήγορη πρόσβαση στις πληροφορίες και τις αλλαγές της μόδας.

### Δ) Επιχειρήσεις ένδυσης που διαθέτουν προϊόντα στο εξωτερικό με το brand name του πελάτη:

Ένας τέταρτος τύπος επιχειρήσεων είναι εκείνες που έχουν κατά βάση εξαγωγικό χαρακτήρα και προσανατολισμό και διαθέτουν τα προϊόντα τους επώνυμα μέσω δικτύου αντιπροσώπων.

Οι επιχειρήσεις αυτού του τύπου έχουν κυρίως την παραγωγή τους εκτός Ελλάδος, έχουν πολύ καλό δημιουργικό τμήμα, παράγουν επώνυμα προϊόντα υψηλής ποιότητας και τιμής τα οποία προωθούνται στις αγορές του εξωτερικού μέσω αντιπροσώπων.

Σημαντικές στρατηγικές που πρέπει να ακολουθούνται από αυτού του είδους τις επιχειρήσεις είναι η ανταπόκριση στη δημιουργία πολλών συλλογών μέσα σε μία σεζόν (εξάμηνο) και η ανάπτυξη του δικτύου των αντιπροσώπων σε νέες αγορές.

## 2.5 Ο ανταγωνισμός στον Ευρωπαϊκό κλάδο ένδυσης

Το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής του κλάδου της κλωστοϋφαντουργίας και της ένδυσης περίπου τα  $\frac{3}{4}$  δηλαδή παράγεται στις 5 μεγάλες χώρες της Ευρώπης των 15 (Ιταλία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία, Ισπανία, Γερμανία). Οι χώρες όμως που έχουν την μεγαλύτερη εξειδίκευση σε αυτούς τους κλάδους είναι η Πορτογαλία, η Ελλάδα, η Ιταλία και το Βέλγιο. Κυρίως η Ελλάδα και η Πορτογαλία αλλά και η Ισπανία και η Γαλλία σε μικρότερο βαθμό εξειδικεύονται κυρίως σε τομείς ένδυσης, ενώ το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γερμανία, το Βέλγιο και η Ολλανδία παράγουν κυρίως κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα καλής ποιότητας. Η παραγωγικότητα της εργασίας στο κλάδο της κλωστοϋφαντουργίας και της ένδυσης κυμαίνεται γύρω στο 50% της παραγωγικότητας στην βιομηχανία της μεταποίησης και είναι υψηλότερη στην κλωστοϋφαντουργία από ότι στην ένδυση.

Στα κυριότερα προϊόντα από πλευράς όγκου παραγωγής, στην Ελλάδα υπάρχει μια μεγάλη μείωση. Όπως παραδείγματος χάρη στα είδη καλτσοποιίας τα οποία είναι βασικό προϊόν του κλάδου πλεκτικής, παρατηρείται στην επταετία 1995-2002 μείωση του όγκου παραγωγής κατά το ένα τρίτο περίπου (32%), ενώ στα είδη έτοιμου ενδύματος η μείωση είναι ελάχιστα μικρότερη (30%), αλλά πολύ μεγάλη. Από διάφορα στοιχεία διαπιστώνεται πως το κύριο μερίδιο της παραγωγής κατέχουν προϊόντα που είναι περισσότερο παραδοσιακά αναφορικά με την άποψη των υλικών και του σχεδιασμού, τα οποία ενσωματώνουν σε μικρό βαθμό τεχνολογίες αιχμής, τάσεων μόδας και σχεδιαστικού περιεχομένου. Γεγονός το οποίο επηρεάζει το βαθμό ανταγωνιστικότητας του κλάδου και μπορεί να προσδιορίσει των τύπο των αγορών στις οποίες απευθύνονται τα προϊόντα του κλάδου.

Η μείωση της παραγωγής των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων την τελευταία δεκαετία ανέρχεται στο 25% περίπου και οφείλεται στο ότι δεν αντιμετωπίστηκαν αποτελεσματικά οι πιέσεις που ασκήθηκαν από τις ανταγωνιστικές χώρες, πιέσεις οι οποίες προέρχονταν εξαιτίας της παραγωγής προϊόντων χαμηλού σχεδιαστικού και τεχνολογικού περιεχομένου και του προσανατολισμού των επιχειρήσεων σε επενδύσεις οι οποίες δεν έπιαναν τόπο. Έτσι με τον καιρό σταμάτησαν τελείως σοβαρές επενδύσεις και οδηγηθήκαμε στη σταδιακή μεταφορά των παραγωγικών δραστηριοτήτων εκτός Ελλάδος, κυρίως σε γειτονικές χώρες (Βουλγαρία, Σκόπια, Αλβανία και Ρουμανία).

Οι μεγάλες επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου που δραστηριοποιούνται στην Ευρωπαϊκή Ένωση αλλά και σε άλλες ανεπτυγμένες χώρες έχουν την δυνατότητα να οργανώσουν τις προμήθειες τους από χώρες και περιοχές όπου το κόστος είναι χαμηλότερο κυρίως δηλαδή από την Κίνα και την Ινδία. Αυτή η δυνατότητα παρέχεται λόγω της πλήρους απελευθέρωσης του διεθνούς εμπορίου των προϊόντων κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης αλλά και τις ανάπτυξης των

τεχνολογιών της πληροφορικής, του Internet και τον τηλεπικοινωνιών. Ταυτόχρονα δίνεται και η δυνατότητα να μην μειώνεται η ποιότητα όταν αυτό είναι αναγκαίο. Υπάρχει η εκτίμηση ότι το μεγαλύτερο μέρος των εξαιρετικά υψηλής ποιότητας επώνυμων προϊόντων που είναι διεθνώς αναγνωρίσιμα παράγεται σήμερα στην Κίνα ή σε κάποιες άλλες χώρες, όπου το κόστος εργασίας είναι χαμηλότερο σε σχέδια και προδιαγραφές που διαμορφώνονται από τις μεγάλες επιχειρήσεις στις ανεπτυγμένες χώρες.

## 2.6 Σημαντικότερες επιχειρήσεις του κλάδου ένδυσης

Μια από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου ένδυσης στην Ελλάδα με το μεγαλύτερο κύκλο εργασιών είναι η ΕΛΒΕ ενδυμάτων η οποία ιδρύθηκε το 1971 και κατασκευάζει επώνυμα ρούχα τα οποία προωθεί στην ελληνική αγορά και το εξωτερικό. Ενδεικτικά ο κύκλος εργασιών της ανήλθε σε 56.6 εκ ευρώ το 2012.

Μια άλλη εταιρία είναι η BSB η οποία έρχεται δεύτερη σε κύκλο εργασιών και πίσω από την ΕΛΒΕ ενδυμάτων με κύκλο εργασιών 37.1 εκατ. ευρώ. Η BSB είναι η μοναδική εταιρία η οποία είχε άνοδο το 2012 στο κύκλο εργασιών της σε σχέση με το 2011.

Τρίτη εταιρία σε κύκλο εργασιών είναι η STAFF η οποία έχει κύκλο εργασιών 31 εκ. το 2012.

Ακολουθούν άλλες εταιρίες με μικρότερο κύκλο εργασιών όπως η AXF A.E και η BLYE POINT οι οποίες έχουν μικρότερους κύκλους εργασιών.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι κύκλοι εργασιών των παραπάνω εταιριών διαχρονικά.

Πίνακας 2.4 Κύκλοι εργασιών των σημαντικότερων επιχειρήσεων ειδών ένδυσης.

( σε εκ. Ευρώ)

	2007	2011	2012	M%
ΕΛΒΕ ενδυμάτων	57.044	62.827	56.613	- 9.9%
BSB	44.397	32.823	37.161	13.3%
STAFF	35.062	31.391	31.056	-1.1%
A.X.F A.E	27.152	36.273	29.141	-19.7%
BLUE POINT	25.284	37.505	25.893	-30.9%

Πηγή : voria.gr

## 2.7 Συμπεράσματα

Σε αυτό το κεφάλαιο έγινε αναφορά στη δομή των επιχειρήσεων του κλάδου της ένδυσης καθώς και του πως αυτές λειτουργούν.

Ο κλάδος της ένδυσης αποτελείται κυρίως από πολλές μικρές επιχειρήσεις οι οποίες έχουν κύκλο εργασιών έως 1.5 εκατομμύριο ευρώ ανά έτος. Ταυτόχρονα η πλειονότητα των επιχειρήσεων αυτών απασχολούν από 1 έως 9 άτομα και τα περισσότερα από αυτά είναι γυναίκες οι οποίες απασχολούνται στα στάδια της παραγωγής της κοπής και της ραφής. Λιγότερες επιχειρήσεις απασχολούν περισσότερα από 10 άτομα και αυτές παρουσιάζουν μείωση τη τελευταία εικοσαετία. Οι μισθολογικές απολαβές των εργαζομένων αυτών είναι λίγο μικρότερες από το μέσο όρο αμοιβής των εργαζομένων άλλων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης που εργάζονται στο στάδιο της μεταποίησης, κάτι το οποίο όμως είναι ανάλογο και της οικονομικής κατάστασης της κάθε χώρας.

Τα τελευταία χρόνια λόγω της κρίσης στο κλάδο έχουν χαθεί πάρα πολλές θέσεις εργασίας. Υπολογίζεται ότι την έχουν χαθεί πάνω από 100.000 θέσεις εργασίας από το 1995 και μετά. Παρόλα αυτά, υπάρχουν ανεπτυγμένες επιχειρήσεις στην Ελλάδα οι οποίες κάνουν προσπάθειες εκσυγχρονισμού και προσπαθούν να ανταπεξέλθουν στις δυσκολίες και στο νέο επιχειρηματικό περιβάλλον που δημιουργείται τα τελευταία χρόνια, υιοθετώντας νέες στρατηγικές και τρόπους ανάπτυξης.

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση αλλά και στις Η.Π.Α. ο κλάδος της ένδυσης διανύει μεταβατική περίοδο. Πολλές είναι αυτές οι επιχειρήσεις που στρέφουν το ενδιαφέρον τους στο να κατασκευάσουν ενδύματα με έμφαση στην ποιότητα των υλικών, τα σχεδιασμό αλλά και στις ανάγκες και τις προτιμήσεις του καταναλωτή και συγκεκριμένα ενδύματα υψηλής προστιθέμενης αξίας.

Ο αυξανόμενος ανταγωνισμός στα ενδύματα χαμηλής και μέσης προστιθέμενης αξίας από τις χώρες χαμηλού κόστους, όπως για παράδειγμα η Κίνα, η Τουρκία και η Ινδία, έχουν συμβάλει στην απόφαση πολλών επιχειρήσεων να στραφούν στα προϊόντα μεγαλύτερης προστιθέμενης αξίας.

Κάποιες άλλες επιχειρήσεις, βέβαια, είτε προτιμούν την μετεγκατάσταση τους στα προαναφερθέντα κράτη, είτε την παύση των εργασιών τους, είτε ακόμα και τη μερική ανάθεση κάποιου μέρους της παραγωγής τους σε παρόμοιες εταιρείες των προαναφερθέντων χωρών.

Ο ανταγωνισμός του εμπορίου ειδών ένδυσης αυξάνεται συνεχώς, ιδιαιτέρως από τις αλυσίδες και τα πολυκαταστήματα, τα οποία εκμεταλλευόμενοι το μέγεθος τους αυξάνουν τη διαπραγματευτική τους δύναμη απέναντι στους προμηθευτές. Έχοντας ως στόχο χαμηλότερες τιμές για τα προϊόντα που εμπορεύονται. Όμως σοβαρό πλήγμα, από αυτή την πολιτική, παθαίνουν τα ανεξάρτητα καταστήματα που αδυνατούν να ακολουθήσουν τις εξελίξεις.

Η εμπορική δραστηριότητα, τόσο των Η.Π.Α., όσο και της Ευρώπης υπέστη ύφεση την

περίοδο από το 2000 και μετά, αντιθέτως, αναπτύσσεται αρκετά η εμπορική δραστηριότητα στην Ινδία και την Κίνα.

Όλες αυτές οι μεταβολές στον κλάδο της ένδυσης, έχουν σοβαρές επιπτώσεις τόσο στον αριθμό των βιομηχανικών επιχειρήσεων όσο και στην απασχόληση. Όμως, οι εκτιμήσεις είναι θετικές, όσον αφορά, τόσο την παραγωγική, όσο και την εμπορική δραστηριότητα του κλάδου στο μέλλον.

### **3. Κεφάλαιο 2: Εμπορικές συναλλαγές με τις χώρες του εξωτερικού**

#### **3.1 Εισαγωγή**

Σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται αναφορά στις εξαγωγές και τις εισαγωγές των προϊόντων έτοιμου ενδύματος ανά κατηγορία και ανά χώρα. Επίσης παρουσιάζεται και το εμπορικό ισοζύγιο στο κλάδο.

#### **3.2 Εξαγωγές ανά κατηγορία προϊόντος**

Το έτοιμο ένδυμα χωρίζεται σε διάφορες κατηγορίες όπως το ανδρικό το παιδικό το γυναικείο και τα συμπληρώματα ένδυσης. Το γυναικείο και το παιδικό ένδυμα παρουσιάζουν σημαντική υποχώρηση του μέσου ετήσιου ρυθμού μεταβολής των εξαγωγών τους για την περίοδο της πρώτης δεκαετίας του 2000. Σε αντίθεση με τις εξαγωγές ανδρικών ενδυμάτων όπου σημειώνουν οριακή ενίσχυση που ανέρχεται σε ποσοστό περίπου 0,1% το χρόνο έως το 2003.

Πίνακας 3.1 Εξαγωγές έτοιμου ενδύματος ( σε χιλιάδες ευρώ ).

	2001	2003	2007	2009	2012
Ανδρικά ενδύματα	68.059	61.096	55.721	56.612	46838
Γυναικεία ενδύματα	100.245	83.357	109.618	93.985	83.071
Σύνολο κλάδου	168.304	144.453	165.339	150.597	129.909

Πηγή: Eurostat

Το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών του κλάδου ένδυσης στην Ελλάδα καλύπτει το γυναικείο και το παιδικό ένδυμα.

Αυτό που παρατηρείται από το παραπάνω πίνακα είναι πως σε όλες τις κατηγορίες του κλάδου ένδυσης υπάρχει μείωση στις εξαγωγές χρόνο με το χρόνο. Ειδικότερα το έτος 2012 και μέσα σε μια τριετία η πτώση είναι αρκετά μεγάλη περίπου όση ήταν και την οκταετία από το 2001 έως το 2009. Αυτό συμβαίνει διότι τα τελευταία χρόνια παρουσιάζεται μείωση του αριθμού των επιχειρήσεων στο κλάδο αλλά και μείωση της ζήτησης για ελληνικά ενδύματα.



Αξίζει να αναφερθεί πως από το 2003 έως το 2007, ενώ στο ανδρικό ένδυμα υπάρχει πτώση των εξαγωγών, στο γυναικείο ένδυμα υπάρχει μια αρκετά μεγάλη άνοδος της τάξεως του 30%.

Αιτία της ανόδου αυτής είναι κάποιες μεμονωμένες συμφωνίες που υπήρξαν από βιομηχανίες παραγωγής γυναικείου ενδύματος προκειμένου να εξάγουν κάποιες μεγάλες παρτίδες ενδυμάτων.

Η μείωση που καταγράφουν οι εξαγωγές του γυναικείου και του παιδικού ενδύματος είναι της τάξεως του 20% και επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό το ρυθμό μεταβολής του συνόλου των εξαγωγών του κλάδου και αυτό γίνεται διότι αποτελούν το 65% του συνόλου των εξαγωγών του κλάδου. Αναφορικά με τη βαρύτητα των υπόλοιπων επιμέρους κλάδων του έτοιμου ενδύματος το ανδρικό ένδυμα βρίσκεται στη δεύτερη θέση της κατάταξης καταλαμβάνοντας το 35% των συνολικών εξαγωγών.

Όσον αφορά στα γυναικεία και παιδικά ενδύματα τα μόνα είδη που παρουσιάζουν θετικό ρυθμό μεταβολής εξαγωγών είναι τα φανελάκια, τα πουκάμισα, τα νυχτικά και οι ρόμπες για γυναίκες. Ενώ όσον αφορά τις εξαγωγές ειδών ανδρικής ένδυσης τα μόνα είδη που καταγράφουν θετικό ρυθμό εξαγωγών είναι τα αντρικά πουκάμισα με μέση αύξηση των εξαγωγών ίση με 11,7%. Η εξέλιξη αυτή συνοδεύεται και από αύξηση του ετήσιου ρυθμού μεταβολής των εξαγωγών κατά 9.9%.

### **3.3 Χώρες προορισμού ελληνικών εξαγωγών**

Η Γερμανία κατατάσσονταν στη πρώτη θέση μεταξύ των Ευρωπαϊκών χωρών σε απορρόφηση με ποσοστό 16.7%, όσον αφορά τα ελληνικά προϊόντα έτοιμου ενδύματος για το έτος 2003 και ακολουθούν η Γαλλία και η Ιταλία. Όσον αφορά τα τότε εκτός Ευρωπαϊκής Ένωσης κράτη αυτά που προτιμούσαν την εισαγωγή ελληνικών ενδυμάτων είναι η Βουλγαρία και η Κύπρος σε υψηλότερο ποσοστό απορρόφησης και ακολουθούσαν σε απορρόφηση η Αλβανία και τα Σκόπια.

Μια δεκαετία αργότερα η απορρόφηση του ελληνικού ενδύματος από τη Γερμανία έχει υποχωρήσει αρκετά και καταλαμβάνει πλέον το 7.7% των συνολικών εξαγωγών της Ελλάδας. Η Βουλγαρία και η Κύπρος έχουν αυξήσει το ποσοστό των εισαγωγών τους από την Ελλάδα. Και οι δυο προαναφερόμενες χώρες έχουν αυξήσει τις εισαγωγές τους σε ελληνικά ενδύματα κατά 40% περίπου σε σχέση με τη προηγούμενη δεκαετία.

Η Ρουμανία το 2012 έχει αυξήσει σε σχέση με τη προηγούμενη δεκαετία στο εξαπλάσιο τις εισαγωγές της από την Ελλάδα σε ενδύματα. Ταυτόχρονα αύξηση παρουσιάζουν και οι εξαγωγές προς τη Γαλλία και την Ιταλία. Στον αντίποδα μείωση ως προς τις εισαγωγές τους από την Ελλάδα παρουσιάζουν οι Η.Π.Α και η Αλβανία. Η Γερμανία φαίνεται να προτιμά πλέον την εισαγωγή ελληνικών προϊόντων υψηλής και μέσης αξίας, ενώ η Ιταλία προτιμά να εισάγει προϊόντα ένδυσης

χαμηλής και μέσης αξίας. Σημαντικές χώρες που δεν βρίσκονται εντός της Ευρωπαϊκής Ενώσεως, όπως η Τουρκία εμφανίζουν ιδιαίτερα αυξημένη ζήτηση, αναφορικά με την εισαγωγή έτοιμου ενδύματος,

Πίνακας 2.2 Γεωγραφική διάρθρωση των εξαγωγών (ποσοστό %).

	2003	2012
Γερμανία	16.7%	7.7%
Βουλγαρία	12.3%	20.5%
Αλβανία	7.2%	1.9%
Ηνωμένο Βασίλειο	4.0%	1.9%
Ιταλία	4.3%	5.9%
Σκόπια	3.0%	1.4%
Κύπρος	15.4%	25.5%
Ρουμανία	1.2%	6.6%
Γαλλία	0.7%	4.2%
Η.Π.Α	1.4%	0.3%
Τουρκία	2.3%	2.0%
Λοιπές χώρες	21.5%	22.1%

Πηγή: Eurostat, IOBE, Ελληνικός Οργανισμός Εξωτερικού Εμπορίου

Οι λόγοι προτίμησης των ελληνικών προϊόντων από αυτές τις χώρες αποτελεί συνάρτηση τόσο της εγγύτητας τους με την Ελλάδα, το οποίο συνεπάγεται και χαμηλότερο μεταφορικό κόστος, όσο και την ανάπτυξη καλών διμερών σχέσεων των τελευταίων χρόνων.

Επίσης, το Ελληνικό Σχέδιο Οικονομικής Ανασυγκρότησης των Βαλκανίων (ΕΣΟΑΒ) έχει ενισχύσει πολύ τόσο τις σχέσεις όσο και την οικονομική συνεργασία των Βαλκανικών χωρών με την Ελλάδα. Ένας ακόμα λόγος που ενισχύονται εκεί οι εξαγωγές είναι και ο αυξημένος αριθμός, ελληνικών συμφερόντων, επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται εκεί. Πολλές φορές, γίνονται εξαγωγές εκεί ημι- έτοιμων ενδυμάτων με στόχο την τελειοποίηση τους από αντίστοιχες επιχειρήσεις (όπως πχ η ραφή) και έπειτα οι επιχειρήσεις είτε τα προωθούν και πάλι στην Ελλάδα, είτε τα προωθούν κατευθείαν σε άλλες χώρες. Κυρίως επιλέγεται η δεύτερη επιλογή.

### 3.4 Εισαγωγές προϊόντων ανά χώρα προέλευσης και ανά κατηγορία προϊόντος

Η εισαγωγή παιδικού και γυναικείου ενδύματος δείχνει αύξηση για την περίοδο 1999-2003. Η αύξηση αυτής της κατηγορίας ενδυμάτων επηρεάζει σημαντικά τις συνολικές εισαγωγές, μιας και ισοδυναμούν με το 44% των συνολικών εισαγωγών έτοιμου ενδύματος για το 2003.

Σημαντικό, αλλά σαφώς μικρότερο μερίδιο κατέχει το ένδυμα για τον άντρα που φτάνει το 35,5%, ενώ τα συμπληρώματα ένδυσης φτάνουν το 20,5% του συνόλου των εισαγωγών. Στις άλλες υποκατηγορίες, όπως είναι τα μαντήλια, τα φουλάρια, κασκόλ και άλλα παρόμοια είδη αυξάνεται η ζήτηση, πάλι για την περίοδο 2003, ενώ μειώνεται η ζήτηση για τις υποκατηγορίες των γραβατών, παπιγιόν κ.α.

Όσον αφορά, τώρα, την αύξηση των εισαγωγών, αυτό αποτελεί συνάρτηση, τόσο ενδογενών, όσο και εξωγενών παραγόντων. Μεγάλος όγκος σε είδη ένδυσης με χαμηλές τιμές προσφέρεται ιδιαίτερος από Ασιατικές χώρες της ανατολικής Ευρώπης, κυρίως λόγω χαμηλού εργατικού κόστους.

Η χώρα από την οποία εισάγει έτοιμο ένδυμα, περισσότερο, η Ελλάδα είναι η Ιταλία. Ακολουθεί η Ισπανία και έπειτα η Γερμανία. Από αυτές τις χώρες, η Ελλάδα, εισάγει κυρίως ένδυμα υψηλής μέσης τιμής. Εκτός των χωρών της Ε.Ε. η χώρα που προμηθεύει κυρίως την Ελλάδα με έτοιμο ένδυμα είναι η Κίνα και ακολουθεί η Τουρκία. Παρότι η Κίνα θεωρείται πως εξάγει ενδύματα χαμηλής μέσης τιμής, αναδεικνύεται, με βάση τα ποσοστά εισαγωγής μας, σε χώρα η οποία κατασκευάζει προϊόντα ένδυσης και υψηλής προστιθέμενης αξίας, εν συγκρίσει με την Τουρκία. Βέβαια, η Τουρκία αποτελεί τον κυριότερο εγχώριο προμηθευτή σε σχέση με τις άλλες χώρες της ανατολικής Μεσογείου. Αντιθέτως, οι εισαγωγές προϊόντων από τις γειτονικές χώρες (Αλβανία, Σκόπια, Βουλγαρία) περιορίζονται. Παρόλο που η Ιταλία αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους προμηθευτές για την Ελλάδα, όσον αφορά το έτοιμο ένδυμα, με την πάροδο των χρόνων αυτό έχει αρχίσει να φθίνει.

Πίνακας 3.3 Συνολικό ποσό εισαγωγών ενδυμάτων διαχρονικά ( σε δις Ευρώ).

	2003	2008	2012
Εισαγωγές ενδυμάτων	2.95	2.1	1.25

Πηγή: voria.gr

Πίνακας 3.4 Εισαγωγές ενδυμάτων κατά χώρα προέλευσης (σε εκ. Ευρώ)

	2003	2008	2012
Ιταλία	482	502	255
Κίνα	234	255	152

Πηγή: voria.gr

Όπως φαίνεται από τον παραπάνω πίνακα η κρίση δε χτύπησε μόνο τις ελληνικές εταιρίες παραγωγής ενδυμάτων, αλλά έπληξε σε μεγάλο βαθμό και τις εισαγωγές. Πριν από τη κρίση οι Έλληνες καταναλωτές αγόραζαν προϊόντα από ξένες εταιρίες και ξόδευαν αρκετά χρήματα για εισαγόμενα ρούχα, τα οποία βρίσκονταν στη μόδα, αλλά είχαν δείξει ιδιαίτερο ενδιαφέρον και για το πολύ φθινό και χαμηλής ποιότητας Ασιατικό ένδυμα, το οποίο είχε ως κύρια χώρα προέλευσης τη Κίνα.

Την τελευταία τετραετία, στα χρόνια δηλαδή της κρίσης το σκηνικό έχει αλλάξει δραματικά. Η αλλαγή αυτή φαίνεται στη μείωση των εισαγωγών ενδυμάτων συνολικά κατά 40% περίπου. Ταυτόχρονα τη περίοδο αυτή υπάρχει αλλαγή της καταναλωτικής συμπεριφοράς των Ελλήνων που προσπαθούν να στηρίξουν πλέον τα εγχώρια προϊόντα και κατ' επέκταση να συντηρήσουν τις ήδη λίγες υπάρχουσες θέσεις εργασίας.

Οι εισαγωγές των ιταλικών και κινέζικων ενδυμάτων δεν ξέφυγαν από τη μείωση της ζήτησης και ήταν αυτές που επλήγησαν περισσότερο.

Η Ιταλία ήταν και παραμένει η χώρα από την οποία η Ελλάδα εισάγει τη μεγαλύτερη ποσότητα ενδυμάτων και η Κίνα καταλαμβάνει τη δεύτερη θέση μακράν από τις υπόλοιπες χώρες.

Συγκεκριμένα το 2008 οι εισαγωγές ενδυμάτων στην Ελλάδα έφτασαν τα 2.1 δις ευρώ. Η κάμψη ξεκίνησε από το 2009 και μετά εξαιτίας της μεγάλης μείωσης των εισοδημάτων και το 2012 οι εισαγωγές ήταν μόλις στα 1.25 δις ευρώ. Υπέστησαν, δηλαδή, μείωση κατά 40% περίπου.

Το 2008 οι εισαγωγές ενδυμάτων από την Ιταλία ανήλθαν στα 502 εκ. ευρώ και το 2012 έπεσαν στα 255 εκ. ευρώ καταγράφοντας μια μείωση της τάξης του 50% περίπου. Μείωση η οποία ήταν αρκετά μεγαλύτερη από τη μείωση στο σύνολο των εισαγωγών των ειδών ένδυσης.

Όσον αφορά την Κίνα η μείωση ήταν της τάξεως του 40% καθώς από τα 256 εκ. ευρώ το 2008 οι εισαγωγές έπεσαν στα 152 εκ. ευρώ το 2012.

Βεβαίως, υπάρχει ένας αστάθμητος παράγοντας ο οποίος παρεμβαίνει στον ακριβή υπολογισμό της μείωσης των εισαγωγών από την Κίνα. Ο παράγοντας αυτός συνδέεται με τις εισαγωγές Ιταλικών ενδυμάτων που έχουν στη πραγματικότητα χώρα προέλευσης την Κίνα. Αυτά το πιθανότερο είναι να ανήκουν στη κατηγορία των ρούχων που παράγονται με αυστηρές ποιοτικές προδιαγραφές των

μεγάλων Ευρωπαϊκών εταιριών.

Άλλωστε σχεδόν όλες οι μεγάλες εταιρίες ένδυσης έχουν τα εργοστάσια παραγωγής τους στη Κίνα. Μεγάλη δύναμη στην ένδυση είναι και η Ισπανία, η οποία κατέχει τη τρίτη θέση λόγω της ανάπτυξης των αλυσίδων καταστημάτων του ομίλου Inditex (Zara, Bershka, Pull & Bear). Στη σειρά ακολουθούν η Γαλλία και η Γερμανία.

Ωστόσο στη ελληνική αγορά υπάρχει η πολυχρωμία της λιανικής ένδυσης, όπου πολλά προϊόντα πωλούνται χωρίς παραστατικά από παράνομους μικροπωλητές.

Θεωρείται βέβαιο πως η πτωτική τάση που καταγράφηκε τα προηγούμενα χρόνια θα συνεχιστεί και τις επόμενες χρονιές.

### 3.5 Εμπορικό ισοζύγιο στον κλάδο ένδυσης

Ο κλάδος της ένδυσης και συγκεκριμένα του έτοιμου ενδύματος αντιμετωπίζει σοβαρά προβλήματα καθώς το περιβάλλον είναι άκρως ανταγωνιστικό. Συγκεκριμένα οι εξαγωγές κατά τη προηγούμενη δεκαετία οι εξαγωγές καταγράφουν υποχώρηση περίπου 7% σε αξία προϊόντων. Την ίδια περίοδο ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής των εισαγωγών είναι θετικός σε όρους αξίας προϊόντων. Αυτό έχει σαν άμεση συνέπεια να διευρύνεται το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου.

Πίνακας 3.5 Διαχρονική εξέλιξη των βασικών μεγεθών του εξωτερικού εμπορίου. (1999-2005). ( Τα ποσά είναι σε χιλιάδες ευρώ).

	1999	2001	2003	2005
ΕΞΑΓΩΓΕΣ	230003	190904	173850	154670
ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ	451451	482642	473208	464541
ΡΟΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	681454	673546	647058	619211
ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ	-221448	-291738	-295725	-309871

Πηγή: Eurostat., ΕΣΥΕ.

Αυτό που παρατηρούμε και από τον παραπάνω πίνακα είναι πως εκτός από το ότι το εμπορικό ισοζύγιο είναι αρνητικό, οι εξαγωγές ολοένα και μειώνονται.

Το γεγονός αυτό μπορεί να έχει σχέση με το ότι πολλές βιομηχανικές μονάδες προσανατολίζονται στη μείωση της παραγόμενης ποσότητας έτοιμων ενδυμάτων και στη βελτίωση της ποιότητας των πρώτων υλών και της ραφής υιοθετώντας τις νέες τάσεις της μόδας.

Τα αποτελέσματα αυτά οφείλονται σε διάφορους παράγοντες που έχουν σχέση, τόσο με την εγχώρια αγορά, όσο και με την αγορά του εξωτερικού. Συγκεκριμένα, οι αγορές του εξωτερικού ξεκινούν τη σταδιακή άρση των ποσοστώσεων σε παγκόσμιο επίπεδο για τις χώρες που είναι μέλη του ΠΟΕ, την ανάδειξη χωρών χαμηλού εργατικού κόστους και μεγάλης πληθυσμιακής σύνθεσης όπως η Κίνα και η Ινδία. Παράλληλα, οι αγορές απελευθερώνονται από τον κρατικό παρεμβατισμό και ταυτόχρονα γίνεται άρση της απομόνωσης των αγορών γειτονικών κρατών, όπως της Βουλγαρίας, των Σκοπίων της Ρουμανίας και της Αλβανίας. Οι παραπάνω χώρες είναι πλέον την εποχή αυτή μεγάλος πόλος έλξης για πολλές ελληνικές επιχειρήσεις του κλάδου της ένδυσης, λόγω χαμηλού εργατικού κόστους, της χαμηλής φορολογίας, αλλά και λόγω του ότι είναι χώρες οι οποίες βρίσκονται πιο κοντά στις ανεπτυγμένες χώρες της δυτικής Ευρώπης.

Συγκεκριμένα, στις αρχές της δεκαετίας 2000-2010 μετανάστευσαν από την Κεντρική Μακεδονία προς γειτονικές Βαλκανικές χώρες 400 επιχειρήσεις του κλάδου της ένδυσης, ενώ περίπου οι μισές από τις βιομηχανικές επιχειρήσεις που βρίσκονται ακόμα στον ελληνικό χώρο επιθυμούν κι αυτές να μετεγκατασταθούν πλήρως ή μερικώς σε κάποια άλλη Βαλκανική χώρα μέσα στα επόμενα χρόνια.

Όσον αφορά τους εγχώριους παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά το εμπορικό ισοζύγιο, αυτοί εστιάζονται στο ότι υπάρχουν πολλές μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις όπου το ποσοστό τους αγγίζει το 99,9% του συνόλου των επιχειρήσεων με άμεσο αποτέλεσμα την εσωστρέφεια του κλάδου, αφού οι περισσότερες επιχειρήσεις δεν διαθέτουν τις υποδομές ώστε να μπορέσουν να εμπλακούν ενεργά στο εξαγωγικό εμπόριο και μοιραία αναγκάζονται να ασχοληθούν με την περιορισμένη εγχωρία αγορά, κάτι που οδηγεί ορισμένες φορές στο μαρασμό ορισμένων επιχειρήσεων.

### **3.6 Συμπεράσματα**

Τα τελευταία χρόνια το περιβάλλον στο κλάδο της ένδυσης είναι ανταγωνιστικό με αποτέλεσμα το εμπορικό ισοζύγιο στο κλάδο να είναι αρνητικό καθώς οι εξαγωγές ολοένα και μειώνονται, ενώ οι εισαγωγές συνεχώς αυξάνονται λόγω της άρσης των ποσοστώσεων που εφαρμόζουν όλα τα κράτη αλλά και λόγω της ζήτησης που παρουσιάζουν τα φθηνά προϊόντα που προέρχονται από Ασιατικές χώρες.

Έτσι, πλέον, στο περιβάλλον που δημιουργείται ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις αποφασίζουν να μεταναστεύσουν σε γειτονικές χώρες προκειμένου να βρουν καλύτερες συνθήκες για να επιβιώσουν.

Η Ελλάδα εισάγει προϊόντα υψηλής τιμής από Ευρωπαϊκές χώρες, αλλά και χαμηλής ποιότητας και τιμής από Ασιατικές κυρίως χώρες. Τα παιδικά και τα γυναικεία ενδύματα είναι αυτά

που καλύπτουν το μεγαλύτερο μέρος των εισαγωγών, ενώ τα αντρικά ενδύματα παρουσιάζουν μικρότερο μέρος εισαγωγών σε σχέση με τα γυναικεία και παιδικά.

Οι εξαγωγές παρουσιάζουν σημαντική μείωση τα τελευταία χρόνια, τόσο στα γυναικεία, όσο και στα αντρικά ενδύματα. Οι όποιες εξαγωγές γίνονται στα ανεπτυγμένα Ευρωπαϊκά κράτη όπως η Γερμανία και η Ιταλία οι οποίες προτιμούν προϊόντα υψηλής και μέσης αξίας, ενώ οι εξαγωγές γίνονται και προς τα γειτονικά κράτη κυρίως λόγω της εγγύτητας αλλά και λόγω της θέλησης των κρατών για σύσφιξη των μεταξύ τους σχέσεων.

Οι λόγοι για τους οποίους οι εξαγωγές των προϊόντων ένδυσης παραμένουν σε τόσο χαμηλά επίπεδα και με μειωτικές τάσεις είναι ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στη Ελλάδα είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους με αποτέλεσμα πολλές επιχειρήσεις από αυτές να μην έχουν τις υποδομές ώστε να εμπλακούν στο εξαγωγικό εμπόριο.

## **4. ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Προβλήματα και προοπτικές του κλάδου την τρέχουσα δεκαετία**

### **4.1 Εισαγωγή**

Σε αυτό το κεφάλαιο γίνεται αναφορά στα προβλήματα που παρουσιάζονται στον κλάδο του ενδύματος και στη συνέχεια γίνεται αναφορά στο τρόπο με τον οποίο μπορούν να λυθούν κάποια από αυτά.

### **4.2 Ο κλάδος της ένδυσης την εποχή της κρίσης**

Σύμφωνα με στοιχεία του ΣΚΕΕ η διεθνής οικονομική κρίση επηρέασε σοβαρά τον κλάδο που σύμφωνα με στοιχεία οι παραγγελίες έχουν μειωθεί και η εγχώρια παραγωγή έχει συρρικνωθεί σε μεγάλο βαθμό.

Ειδικότερα από το 2010 στην Ευρωπαϊκή Ένωση σημειώθηκε μικρή αύξηση της παραγωγής κατά 0.9%, ενώ καταγράφηκε μείωση των νέων παραγγελιών κατά 2% και της απασχόλησης σε ποσοστό περίπου 10%. Οι εξαγωγές αυξήθηκαν κατά 6.2%, ενώ άνοδο παρουσίασαν και οι εισαγωγές κατά 7.6%.

Όσον αφορά την ελληνική βιομηχανία ένδυσης το 2010 εξελίχθηκε σε έτος κρίσης. Αξίζει να σημειωθεί πως το έτος αυτό ήταν το χειρότερο. Η παραγωγή εμφάνισε πτώση κατά 21.4%, ενώ μείωση κατά 17% σημείωσαν οι νέες παραγγελίες. Επίσης, οι εξαγωγές κατέγραψαν πτώση κατά 6.8% και οι εισαγωγές κατά 12%.

Η οικονομική κρίση φαίνεται πως έπληξε περισσότερο τις επιχειρήσεις που απευθύνονται στην εσωτερική αγορά, ενώ τόσο ο κύκλος εργασίας όσο και οι νέες παραγγελίες στις εξαγωγικές επιχειρήσεις παρουσίασαν πτώση κατά 5.8%.

Αυτό που παρατηρείται είναι πως η μείωση της κατανάλωσης στο κλάδο της ένδυσης είναι αρκετά μεγάλη και αυτό εξηγείται από το γεγονός πως το ρούχο είναι μια παρορμητική αγορά και όχι είδος πρώτης ανάγκης.

### **4.3 Η ανταγωνιστικότητα την εποχή της κρίσης**

Τα τελευταία χρόνια ο κλάδος της ένδυσης κινείται σε ρυθμούς ανταγωνιστικότητας, όπως επιβάλλει το παγκοσμιοποιημένο εμπόριο.

Η βιομηχανία της ένδυσης ύστερα από το απότομο άνοιγμα των αγορών με τις εισαγωγές προϊόντων από χώρες προέλευσης χαμηλού κόστους, έχασε τη παραδοσιακή μορφή και υπέστη



σοβαρούς κλυδωνισμούς κατά τις προηγούμενες δεκαετίες.

Τα σοβαρά προβλήματα που προκλήθηκαν στην αγορά της ένδυσης ήταν η μείωση της απασχόλησης, της παραγωγής, των εξαγωγών, σημεία της έντονης κρίσης που απαιτούσαν τη λήψη δραστικών μέτρων.

#### **4.4 Λόγοι της μείωσης κατανάλωσης ενδύματος**

Κατά την εποχή της κρίσης ο κύκλος εργασιών της ένδυσης κατέγραψε μείωση κατά 16% περίπου. Σύμφωνα με παράγοντες της αγοράς λόγοι της μείωσης της κατανάλωσης του ενδύματος είναι το περιορισμένο εισόδημα και η αρνητική ψυχολογία. Αυτοί είναι οι λόγοι που συντελούν στην καθοδική πορεία που έχει τα τελευταία χρόνια ο κλάδος.

Αυτό το γεγονός σε συνδυασμό με την υπερκατανάλωση των προηγούμενων ετών και την υπερπροσφορά των σημείων πώλησης σε σχέση με αυτά που άντεχε η αγορά δημιουργούν συνθήκες ασφυξίας και σκιαγραφούν μια δύσκολα αναστρέψιμη κατάσταση.

Η κατανάλωση στην ένδυση επηρεάστηκε σημαντικά από τη κρίση γεγονός που οδήγησε αλυσιδωτά στη μείωση των παραγγελιών και των πωλήσεων καθώς και σε επιμήκυνση των αποπληρωμών των υποχρεώσεων των πελατών αλλά και σε εκτίναξη των ακάλυπτων επιταγών.

Την ίδια ώρα πολλές επιχειρήσεις είναι αυτές που έκλεισαν ή βρίσκονται στο όριο του κλεισίματος λόγω της δραστηκής μείωσης του δανεισμού από το τραπεζικό σύστημα αλλά και την αύξηση του κόστους δανεισμού.

#### **4.5 Αποτελέσματα των προβλημάτων του κλάδου**

Τα αποτελέσματα των προβλημάτων που υπάρχουν στο κλάδο είναι το κλείσιμο των επιχειρήσεων, πτωχεύσεις, φυλακή πολλές φορές για τους επιχειρηματίες και υψηλά ποσοστά ανεργίας. Αυτά είναι τα αποτελέσματα που καταγράφονται στο χώρο της ένδυσης που κάποτε ήταν λαμπερός, αλλά τα τελευταία χρόνια έχει χάσει τη λάμψη του.

Ειδικά, τα επώνυμα ρούχα και οι ακριβές φίρμες είναι αυτές που έχουν υποστεί τις μεγαλύτερες απώλειες και συνολικά ο κλάδος έχει καταγράψει μείωση έως και 70% από το 2009 μέχρι σήμερα.

Σε διαδικασία πτώχευσης βρίσκονται πολλά καταστήματα, ενώ αρκετά κανόνια έχουν σκάσει και εταιρίες αντιπροσώπευσης με γνώστες φίρμες ενδυμάτων βρίσκονται σε διαδικασία πτώχευσης και έχουν χάσει τις μάρκες που διακινούσαν.

Το 2013 ήταν μια πολύ δύσκολη χρονιά με λουκέτα σε ιστορικά καταστήματα όπως Fokas, Carouzos, άρθρο 99 για τον όμιλο Γλου, φυλακή για τον επιχειρηματία Γαβαλά, ενώ έμποροι και επιχειρηματίες κρατούν στάση αναμονής για τα επόμενα έτη.

Άλλη μια εταιρία που μεσουρανούσε τη δεκαετία του 1990 και τώρα έχει μείνει χωρίς καταστήματα, εμπορεύματα και προμηθευτές αλλά με τεράστιες ζημιές και χρέη είναι η Ridenco, η οποία δε κατάφερε να συμβιβαστεί με τους πιστωτές της με αποτέλεσμα να απορριφθεί η αίτηση της για το άρθρο 99.

#### **4.6 Σχεδιασμός για την εξυγίανση του κλάδου**

Χρειάζεται μια σφαιρική ανάλυση και μελέτη των δυνατοτήτων και προοπτικών του κλάδου ώστε να χαραχθεί μια συνολική στρατηγική για την αναβάθμιση της ανταγωνιστικότητας και της εξωστρέφειας του κλάδου. Πλέον, είναι ανάγκη η πολιτεία να επιδιώξει την έγκριση από την Ευρωπαϊκή Ένωση για την στήριξη της ελληνικής κλωστοϋφαντουργίας μέσω εθνικών πόρων. Υπάρχουν διάφορα παραδείγματα χωρών που αντέδρασαν μέσα από ένα οργανωμένο σχέδιο στο οποίο συμμετείχαν το κράτος και οι επιχειρήσεις.

Η Ισπανία πέτυχε ειδικά κίνητρα με την έγκριση της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τις επιχειρήσεις του κλάδου σε αντίθεση με την Ελλάδα όπου έχουν γίνει μόνο μεμονωμένες προσπάθειες από διάφορες επιχειρήσεις, οι οποίες όμως επωμίζονται κόστος και χρόνο.

Μερικά χρόνια πιο πριν και συγκεκριμένα την δεκαετία του 1990 η Πορτογαλία, η Ιταλία και η Τουρκία πήραν διάφορα μέτρα για την ενδυνάμωση της κλωστοϋφαντουργίας και της ένδυσης στη χώρα τους.

##### **4.6.1 Καινοτομία και διαφοροποίηση**

Στόχος όλων όσων ασχολούνται με την κλωστοϋφαντουργία θα πρέπει να είναι η συνεχής βελτίωση της ποιότητας και της παραγωγικής διαδικασίας καθώς και η διαφοροποίηση των παραγόμενων προϊόντων.

Επίσης χρειάζεται αλλαγή της φιλοσοφίας με διάφορες καινοτόμες αλλαγές όπως :

- 1) Μετατόπιση από τη παραγωγή φθηνών προϊόντων σε παραγωγή ποιοτικών προϊόντων σε ανταγωνιστικές τιμές.
- 2) Έμφαση σε νέες τεχνολογίες.
- 3) Ιδιαίτερη έμφαση στη μείωση του χρόνου παράδοσης.
- 4) Παράλληλη αξιοποίηση εξειδικευμένων αγορών ή υπό-αγορών στις οποίες θα προωθούνται προϊόντα υψηλού βαθμού διαφοροποίησης.
- 5) Βιώσιμη ανάπτυξη με φίλο- περιβαλλοντικά και βιολογικά προϊόντα.

#### **4.6.2 Έρευνα και Εκπαίδευση**

Προκειμένου να αναπτυχθεί περαιτέρω το εμπόριο των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων θα πρέπει να δοθεί έμφαση στην έρευνα. Στις μέρες μας κρίνεται απαραίτητη η επένδυση στην έρευνα γιατί μόνο αυτή αναμένεται να δώσει καινοτόμα προϊόντα και υλικά τα οποία θα έχουν πολύ χρήσιμες ιδιότητες και υψηλή προστιθέμενη αξία

Επίσης θα πρέπει να γίνει σύνδεση της παραγωγής με την εκπαίδευση που σαν κύριο στόχο θα έχει από τη μία πλευρά ενίσχυση της βιομηχανικής έρευνας με έμφαση στην επίτευξη καινοτομιών και αφετέρου τη στενή επαφή των επιστημόνων με τα δεδομένα της αγοράς

#### **4.6.3 Περιορισμός του παραεμπορίου και ονομασία προέλευσης των προϊόντων**

Το Ελληνικό κράτος θα πρέπει να στηρίζει κάθε προσπάθεια που γίνεται για την εξασφάλιση των αυστηρών κανονισμών στην ονομασία προέλευσης των προϊόντων.

Το ζήτημα της συμμόρφωσης των προϊόντων με συγκεκριμένες προδιαγραφές και ο έλεγχος της αγοράς, θα πρέπει να αντιμετωπίζεται συνεχώς με συνέπεια και περισσότερο εντατικά από πλευράς πολιτείας, κάτι το οποίο μέχρι σήμερα γίνεται σε πολύ μικρό βαθμό και δίνει την ευκαιρία στο παραεμπόριο να ανθεί, κυρίως όσον αφορά προϊόντα που έρχονται από χώρες του εξωτερικού.

Για το λόγο αυτό θα πρέπει να αναλάβει πρωτοβουλίες η πολιτεία και να πατάξει, τόσο το εξωτερικό, όσο και το εσωτερικό παραεμπόριο. Κυρίως, όσον αφορά το εξωτερικό παραεμπόριο θα πρέπει να θεσπιστούν αυστηροί κανόνες βάσει των οποίων τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα θα εισέρχονται στη χώρα.

#### **4.6.4 Δημόσια Διοίκηση και Γραφειοκρατία**

Οφείλουμε να εντείνουμε τις προσπάθειες για τον περιορισμό της γραφειοκρατίας η οποία δημιουργεί καθυστερήσεις και πολυπλοκότητα συναλλαγών με την δημόσια διοίκηση. Το World Economic Forum σχολίασε ότι η γραφειοκρατία φέρει σοβαρές ευθύνες για την μείωση της ανταγωνιστικότητας της χώρας μας και τρέπει σε φυγή τις ξένες επενδύσεις. Αυτό επιβεβαιώνεται σύμφωνα με τους δείκτες βάσει των οποίων η Ελλάδα βρίσκεται στην 120<sup>η</sup> θέση από της 132.

Η αξιοποίηση του διαδικτύου και των τηλεπικοινωνιακών εφαρμογών από την ελληνική πολιτεία καθώς και ο καθορισμός χρονικών προθεσμιών στο κράτος για ολοκληρωμένες λύσεις επιχειρηματικών θεμάτων, είναι μερικές από τις γνωστές προτάσεις που θα βοηθήσουν.

#### **4.6.5 Υποδομές**

Είναι απαραίτητη η βελτίωση των υποδομών στην περιφέρεια. Ακόμη και τώρα, η ελληνική περιφέρεια αντιμετωπίζει προβλήματα αξιοπιστίας στο internet, τις τηλεπικοινωνίες και το οδικό δίκτυο.

#### **4.6.6 Οργανωμένες βιομηχανικές περιοχές**

Με το μέτρο αυτό το κράτος πρέπει να έχει σαν στόχο την ενίσχυση των επιχειρηματικών πάρκων και ΒΙ.ΠΕ, όπου θα αποτελούν κίνητρο για την εγκατάσταση επιχειρήσεων και μεγάλη εξοικονόμηση πόρων των ήδη εγκατεστημένων.

#### **4.6.7 Χρηματοπιστωτικό Σύστημα Εργασιακός Νόμος**

Είναι αναγκαίο να εκσυγχρονιστεί το Χρηματοπιστωτικό μας σύστημα υιοθετώντας νέους κανόνες και εξασφαλίζοντας άνετες και φθηνές χρηματοδοτήσεις σε κάθε βιώσιμο, καινοτόμο και εξωστρεφές επιχειρηματικό σχέδιο, ακόμα κι αν ο φορέας αυτού δεν διαθέτει τις απαιτούμενες εμπράγματα ασφάλειες.

#### **4.6.8 Εργασιακός Νόμος**

Εκσυγχρονισμός του εργασιακού νόμου και προσαρμογή της αγοράς εργασίας στα νέα δεδομένα που επέβαλε η παγκοσμιοποίηση. Το World Economic Forum αναφέρει ότι η ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας βρίσκεται σε συνεχή πτωτική πορεία λόγω των αγκυλώσεων στην αγορά εργασίας.



#### 4.6.9 Σύστημα πληρωμών

Πριν από μερικά χρόνια είχε δημιουργηθεί μια ανεξέλεγκτη κατάσταση που προερχόταν από την έκδοση μεταχρονολογημένων επιταγών οι οποίες δημιουργούσαν σημαντικό χρηματοοικονομικό κόστος το οποίο επιβάρυνε αποκλειστικά τις μεταποιητικές επιχειρήσεις. Ειδικότερα η πρακτική έκδοσης μεταχρονολογημένων επιταγών σε συνδυασμό με την πολιτική των τραπεζών οι οποίες έβαζαν και συνεχίζουν να βάζουν ολοένα και αυστηρότερα κριτήρια δανειοδότησης, μετέφερε το βάρος της πίστωσης στις παραγωγικές επιχειρήσεις.

Η Γαλλία πήρε κάποια μέτρα, τα οποία αργότερα υιοθετήθηκαν και από την ελληνική πολιτεία καθώς ήταν μεγάλη η ανάγκη ώστε να εξεταστεί η θέσπιση συγκεκριμένων κανόνων που θα είχαν σαν στόχο την εξυγίανση της αγοράς και τον εξορθολογισμό της συγκεκριμένης πρακτικής η οποία αποτελούσε ελληνικό φαινόμενο.

Πλέον τα τελευταία χρόνια η αγορά έχει κολλήσει τελείως, κυρίως λόγω της κρίσης και της μειωμένης αγοραστικής δυνατότητας των καταναλωτών. Επιπλέον, οι τράπεζες έχουν σταματήσει να δίνουν δάνεια σε επιχειρήσεις και έτσι αυτές αδυνατούν να ανταπεξέλθουν στις υποχρεώσεις τους. Αυτά έχουν σαν αποτέλεσμα την συρρίκνωση της ελληνικής κλωστοϋφαντουργίας, λόγω του ότι πολλές επιχειρήσεις κλείνουν, ενώ άλλες αδυνατώντας να πληρώσουν τους εργαζόμενους τους οδηγούνται σε μαρασμό και μοιραία κάποια στιγμή θα κλείσουν και αυτές.

Η μόνη λύση που μπορεί να υπάρξει σε αυτή την κατάσταση που έχει δημιουργηθεί είναι η ανάπτυξη των επιχειρήσεων μέσω νέων επενδύσεων. Επομένως και οι τράπεζες θα πρέπει να

συμβάλλουν προς τη κατεύθυνση αυτή δίνοντας δάνεια με όσο το δυνατόν μικρότερα επιτόκια. Ταυτόχρονα, όμως, θα πρέπει να αυξηθεί και η αγοραστική δύναμη του καταναλωτικού κοινού προκειμένου να αυξηθεί ο τζίρος των επιχειρήσεων.

#### **4.6.10 Εταιρική , κοινωνική ευθύνη και περιβάλλον**

Οι ελληνικές επιχειρήσεις του κλάδου θα πρέπει να δώσουν έμφαση στην εταιρική κοινωνική ευθύνη, καθώς και στην υιοθέτηση πρακτικών διασφάλισης και προστασίας του περιβάλλοντος. Για να αντιμετωπιστεί η φθίνουσα πορεία της ελληνικής κλωστοϋφαντουργίας θα πρέπει όλοι μας να δράσουμε. Θα πρέπει να δοθεί άμεση προτεραιότητα στην χάραξη μιας δυναμικής πολιτικής από την κυβέρνηση και τους φορείς του κλάδου και την προσαρμογή τόσο στην πολιτική όσο και στα νέα.

Ο κλάδος κλωστοϋφαντουργίας συνιστά όμως και έναν από τους κυριότερους τομείς βιομηχανικής δραστηριότητας στην Ελλάδα επειδή :

- 1) Αποτελεί μία από τις ελάχιστες μεταποιητικές δραστηριότητες στον ελλαδικό χώρο που χρησιμοποιούν μεγάλο μέρος εγχώριων πρώτων υλών, όπως το βαμβάκι. Κατά συνέπεια, η προστιθέμενη ελληνική αξία επί των προϊόντων φτάνει σε μεγάλο ποσοστό επί του τελικού προϊόντος της και προσδίδει εξαιρετική σημασία στην ελληνική βιομηχανία
- 2) Είναι ο μεγάλος προμηθευτής του κλάδου της ένδυσης.

#### **4.7 Μελλοντικές τάσεις**

- 1) Στο χώρο της κλωστοϋφαντουργίας, οι μεταβολές που καταγράφονται στα μηχανήματα, στις ίνες, στα νήματα, στα τελικά προϊόντα και γενικά στα συστήματα παραγωγής είναι σαρωτικές και έχουν μεγάλο αντίκτυπο στην απασχόληση στον κλάδο, αλλά και στην ποιότητα των προϊόντων που παράγονται.
- 2) Λόγω των νεότερων ερευνητικών επιτευγμάτων που κατεγράφησαν στον ευρύτερο χώρο της κλωστοϋφαντουργίας οι εφαρμογές των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων βρίσκουν εφαρμογή με αρκετά μεγάλη επιτυχία σε διάφορους τομείς, όπως στην οικοδομή, στην ενέργεια, στις υγειονομικές υπηρεσίες, στην προστασία του περιβάλλοντος και σε οδικά δίκτυα.
- 3) Η καινοτομία, η ευελιξία και η ταχύτητα είναι σημερινά χαρακτηριστικά στοιχεία της κλωστοϋφαντουργίας και σίγουρα αυτό θα ισχύει και στο μέλλον, καθώς αυτό είναι κάτι που το επιζητούν όλες οι επιχειρήσεις – βιομηχανίες στην εποχή του έντονου ανταγωνισμού.
- 4) Στη σύγχρονη εποχή παρατηρούμε την ενσωμάτωση περιβαλλοντολογικών κριτηρίων στα

προϊόντα (π.χ. βιολογική παραγωγή) καθώς πλέον η διαφοροποίηση των προϊόντων με βάση τα ποιοτικά τους χαρακτηριστικά δεν αρκεί. Για το μέλλον προβλέπεται στα προϊόντα να ενσωματωθούν και κοινωνικά κριτήρια, όπως η εργασία και οι ενέργειες κοινωνικής ευθύνης.

- 5) Στο μέλλον η βελτίωση του βιοτικού επιπέδου στις αναπτυσσόμενες χώρες ή στις ήδη ανεπτυγμένες πρόκειται να ωθήσει σε υψηλότερα επίπεδα τη ζήτηση για υφάσματα οικιακής χρήσης και για άλλες περισσότερο εξεζητημένες ίνες.
- 6) Η κατανάλωση του νήματος προβλέπεται να αυξηθεί διεθνώς περίπου 30% και να φτάσει τους 95 εκατομμύρια τόνους το 2020, με το συνθετικό νήμα να κερδίζει ολοένα και μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς έναντι του βαμβακερού, κυρίως λόγω της φθηνότερης τιμής του, αλλά και διότι μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε περισσότερες περιπτώσεις από ότι το βαμβακερό.
- 7) Η βιομηχανία της μόδας είναι άμεσα συνδεδεμένη με τη βιομηχανία της ένδυσης και έμμεσα με της κλωστοϋφαντουργίας και εκτιμάται ότι για το μέλλον θα προβλέψει προϊόντα υψηλής ποιότητας αλλάζοντας τη μέχρι σήμερα στρατηγική του μικρού κύκλου ζωής των προϊόντων της ένδυσης. Τα υψηλής ποιότητας προϊόντα εκτιμάται ότι θα μπορούν να είναι ανταγωνιστικά στην ενιαία Ευρωπαϊκή αγορά.

#### 4.8 Προοπτικές του κλάδου ένδυσης

Τα τελευταία χρόνια, τόσο η Ευρωπαϊκή, όσο και η Ελληνική κλωστοϋφαντουργία δέχονται μεγάλες πιέσεις και σοβαρό ανταγωνισμό από τις Ασιατικές χώρες. Τόσο η απασχόληση, όσο και η παραγωγή έχουν παρουσιάσει εμφανή κάμψη. Η Ελληνική βιομηχανία κλωστοϋφαντουργίας είναι χαμηλής τεχνολογίας, παραδοσιακή και ευάλωτη στον ανταγωνισμό των γειτονικών χωρών οι οποίες έχουν χαμηλότερο εργατικό κόστος (Thessalytex: Τεχνολογική Πλατφόρμα Καινοτομίας για τη Θεσσαλική Κλωστοϋφαντουργία, 2008).

Ένας από τους πιο παραδοσιακούς τομείς της ελληνικής μεταποίησης αποτελεί ο κλάδος της κλωστοϋφαντουργίας και της ένδυσης, η οποία έχει μεγάλη συμμετοχή τόσο στην εγχώρια απασχόληση όσο και τις εξαγωγές. Παρόλα αυτά, τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει μεγάλη κάμψη ο τομέας της ελληνικής κλωστοϋφαντουργίας.

Αυτό εύκολα διαπιστώνεται από την πτώση, ανά τα χρόνια, της παραγωγής μιας και το πιο μεγάλο ποσοστό των επιχειρήσεων έχει μειώσει τον κύκλο των εργασιών τους. Η κερδοφορία και τα αποτελέσματα των επιχειρήσεων δείχνουν επιδείνωση κάτι το οποίο δεν προβλέπεται να αλλάξει στο άμεσο μέλλον. Από την άλλη μεριά, η ένδυση παρουσιάζει μια πιο ευοίωνη εικόνα σε σχέση με τον τομέα της κλωστοϋφαντουργίας, παρότι υπάρχει έντονος ανταγωνισμός ίδιων προϊόντων από τρίτες χώρες, μέσα και έξω από την Ευρωπαϊκή Ένωση (Κουτσού, 2006).

Τα τελευταία χρόνια ύφεση αντιμετωπίζει ο χώρος της ένδυσης, λόγω τόσο του έντονου ανταγωνισμού των τρίτων χωρών, οι οποίες έχουν πολύ χαμηλότερο κόστος, όπως για παράδειγμα η Κίνα, όσο και του παραεμπορίου προϊόντων, τα οποία προέρχονται από τις χώρες αυτές. Έπειτα, από την εισαγωγή της Κίνας στον Παγκόσμιο Οργανισμό εμπορίου τα προϊόντα της έχουν κατακλύσει την αγορά της Ελλάδος και σε τιμές σχεδόν κάτω του κόστους, όπου πολλές φορές μπορεί να φθάνουν και την τιμή της αξίας της πρώτης ύλης. Επιπλέον, πρέπει να προσθέσουμε πως υπήρξε μεγάλη αύξηση της τιμής του βαμβακιού (πρώτη ύλη) η οποία όμως δεν επέφερε την αντίστοιχη αύξηση τιμής του έτοιμου προϊόντος, λόγω ακριβώς αυτού του μεγάλου ανταγωνισμού που υπάρχει (Κουτσού, 2006).

Η νέα αυτή κατάσταση στον κλάδο της κλωστοϋφαντουργίας έχει σοβαρές επιπτώσεις στην απασχόληση, την οικονομία αλλά και την κοινωνική συνοχή. Για να μπορέσει ο κλάδος να αντιμετωπίσει αυτές τις μεταλλαγές που συμβαίνουν στη βιομηχανία ειδών ένδυσης και κλωστοϋφαντουργικών ειδών, θα πρέπει στα πλαίσια ενός νέου παγκόσμιου εμπορίου, να συνεχίσει να αναπτύσσεται με ανταγωνιστικό τρόπο σε τομείς όπως καινοτομία, έρευνα, τεχνολογία, κατάρτιση, βελτίωση δεξιοτήτων κ. α. (Thessalytex: Τεχνολογική Πλατφόρμα Καινοτομίας για τη Θεσσαλική Κλωστοϋφαντουργία, 2008).

Διεθνείς παράμετροι οι οποίες έχουν συμβάλει στην γενική εικόνα που παρουσιάζει ο κλάδος της ένδυσης είναι παραδείγματος χάριν η ισοτιμία του ευρώ έναντι του δολαρίου, του γιεν έναντι των νομισμάτων τρίτων χωρών με εξαγωγές ένδυσης, η αύξηση τιμής του βαμβακιού (πρώτη ύλη), η κατάργηση των περιορισμών όσον αφορά τις ποσότητες εισαγωγής των προϊόντων και η αύξηση τιμής του εργατικού κόστους.

Επιπλέον, οι παράμετροι αυτοί σε συνδυασμό με τον ανταγωνισμό που υπάρχει με τις τρίτες χώρες (Τουρκία, Ινδία, Κίνα κ. α), των οποίων το κόστος είναι δυσανάλογα χαμηλότερο (λόγω του πολύ χαμηλού κόστους εργασίας), συμβάλλουν στην ολοένα αυξανόμενη τάση για εισαγωγές από εκείνες τις χώρες και άρα, συνεπώς, στην μείωση των αντίστοιχων μεριδίων για τις εγχώριες και ευρωπαϊκές επιχειρήσεις. Παρότι, οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις στηρίζονται στα μέτρα που λαμβάνονται από την Ευρωπαϊκή επιτροπή, όσον αφορά τον περιορισμό των εξαγωγών από την Κίνα μέχρι κ το 2007 (μνημόνιο – Ιούνιος 2005, συμφωνία Σαγκάης, Σεπτέμβριος 2005), υπάρχει μεγάλη άνθηση του παράνομου εμπορίου, το οποίο και επιδεινώνει τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο κλάδος (Κουτσού, 2006).

Από τις σοβαρότερες επιπτώσεις που έχει υποστεί το παγκόσμιο εμπόριο προϊόντων κλωστοϋφαντουργίας είναι εκείνη που έχει προκληθεί από τη χώρα της Κίνας, η οποία και καλύπτει το 1/3 περίπου της παγκόσμιας παραγωγής. Σημειωτέον, πως οι εισαγωγές από την Κίνα κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων στην Ε.Ε. έχει τριπλασιαστεί σε σχέση με τις εξαγωγές από τις Ευρωπαϊκές χώρες προς την Κίνα (Κουτσού, 2006).



Μετά την κατάργηση του συστήματος ποσοτώσεων στις εισαγωγές ο τομέας της κλωστοϋφαντουργίας υπόκειται πλέον στους ίδιους κανόνες εισαγωγών και εμπορίου με όποιον άλλον τομέα της βιομηχανίας. Κατά συνέπεια, από την ανταγωνιστικότητα του όγκου προσφορά αλλά και των τιμών τους ο κλάδος αντιμετωπίζει μεγάλες προκλήσεις, εφόσον θα υπάρξει μεγάλη πρόσβαση στις αγορές της Αμερικής, του Καναδά και της Ευρώπης. Εξάλλου, βασικοί εγχώριοι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν τον κλάδο της ελληνικής κλωστοϋφαντουργίας είναι μεταξύ άλλων η έλλειψη υποδομών, ο εκσυγχρονισμός του οικονομικού περιβάλλοντος, η γραφειοκρατία και το εργασιακό κόστος τα οποία υπεισέρχονται στο τελικό προϊόν (Κουτσού, 2006).

Την περίοδο 1995-2002 πολλές επιχειρήσεις προσπαθώντας να υπερπηδήσουν το πρόβλημα του ανταγωνισμού το οποίο προκύπτει από την αύξηση του κόστους εργασίας, πραγματοποίησαν συγχωνεύσεις και εξαγορές επιχειρήσεων, στοχεύοντας στην καταπολέμηση της σπατάλης και στην εξοικονόμηση του κόστους εργασίας. Όμως για τους προαναφερθείς λόγους στην Ελλάδα οι επενδύσεις στον τομέα της ένδυσης και της κλωστοϋφαντουργίας σταμάτησαν να είναι αποδοτικές από τις αρχές τις δεκαετίας του 2000. Τότε ήταν που άρχισαν να μεταφέρονται οι παραγωγικές μονάδες σε γειτονικές χώρες των Βαλκανίων, οι οποίες πρόσφεραν τόσο ένα πιο χαμηλό κόστος εργασίας όσο και πιο ευνοϊκή φορολογική μεταχείριση (Κουτσού, 2006).

Από την μια μεριά, οι ελληνικές επιχειρήσεις στον τομέα της ένδυσης και της κλωστοϋφαντουργίας ακόμα και σήμερα κατέχουν, εν συγκρίσει, σημαντικά πλεονεκτήματα. Αυτά εντοπίζονται στην ύπαρξη μιας σχετικής ευελιξίας που έχουν οι επιχειρήσεις, λόγω του σχετικά μικρού μεγέθους τους, στην εμπειρία όπου κατέχουν λειτουργώντας για πολλά χρόνια σε ξένες αγορές, στην ποιότητα της πρώτης ύλης (βαμβακιού) και στην επιχειρηματικότητα η οποία είναι ιδιαίτερος ανεπτυγμένη.

Από την άλλη μεριά όμως, λόγω του μεγέθους των επιχειρήσεων το οποίο είναι σχετικά μικρό διογκώνονται οι αρνητικές επιπτώσεις και από το μέγεθος, το οποίο είναι και αυτό σχετικά μικρό, της εγχώριας αγοράς. Αυτό έχει ως συνέπεια να μην μπορούν να αυξηθούν και οι κατηγορίες των προϊόντων που παράγονται, αλλά ούτε και να κατοχυρωθεί εύκολα μια ισχυρή επωνυμία κάποιου προϊόντος στις εκτός Ελλάδος αγορές. Τέλος, παρατηρείται έλλειψη στελεχών τα οποία θα έχουν κάποια εξειδίκευση και θα μπορούσαν να δώσουν μια νέα πνοή και ώθηση στις διάφορες επιχειρήσεις πάνω στον συγκεκριμένο κλάδο (Κουτσού, 2006).

Σε ένα τέτοιο περιβάλλον, όπως είναι κατανοητό, η μεταφορά κάποιων μονάδων παραγωγής, αλλά και ελληνικών επιχειρήσεων σε χώρες με πιο χαμηλό κόστος κρίνεται απαραίτητο για να μπορεί να συνεχιστεί η λειτουργία τους. Χάρη στη μεταφορά των τομέων παραγωγής που ήταν εντάσεως εργασίας στις χώρες χαμηλού κόστους διατηρήθηκαν αρκετές θέσεις εργασίας (διοικητικών στελεχών, χρηματοοικονομικών συμβούλων λογιστών, στελεχών πωλήσεων και marketing, σχεδιαστών μόδας, δοκιμαστών και ελεγκτών ποιότητας προϊόντων, βαφών κ. α. ) που

συμβάλλουν στη διαμόρφωση ακόμα και σήμερα ενός υψηλού ποσοστού της προστιθέμενης αξίας των προϊόντων στην Ελλάδα. Αυτή η προστιθέμενη αξία που παράγεται στην Ελλάδα μειώνεται όταν χειροτερεύει η ανταγωνιστικότητα της εγχώριας οικονομίας και αυξάνεται όταν η ανταγωνιστικότητα βελτιώνεται” (Κουτσού, 2006: 45).

Γεγονός αποτελεί πως η Ελλάδα έχει χάσει σε μεγάλο βαθμό το πλεονέκτημα το οποίο χαρακτήριζε μέχρι πριν μερικά χρόνια την οικονομία της όσον αφορά τον τομέα του χαμηλού κόστους εργασίας. Δυστυχώς, σήμερα δεν υπάρχει η δυνατότητα αύξησης, τόσο του κόστους εργασίας, όσο και των μισθών των ανταγωνιστικών χωρών. Οι συνέπειες μιας τέτοιας πολιτικής θα έχει αρνητικές συνέπειες, εφόσον ο ρυθμός συρρίκνωσης των κλάδων θα ήταν μεγαλύτερος από αυτόν που μπορεί να απορροφήσει η οικονομία. Τότε τα προβλήματα που δημιουργούνται από την έξοδο των ελληνικών επιχειρήσεων και μονάδων παραγωγής σε άλλες χώρες με πιο χαμηλό κόστος αυξάνονται με μεγαλύτερο ρυθμό και έχουμε ως αποτέλεσμα την αύξηση της ανεργίας και τη μείωση, τόσο του βιοτικού επιπέδου, όσο και της εγχώριας παραγωγής (Κουτσού, 2006).

Έτσι λοιπόν, υπάρχει επιτακτική ανάγκη να υλοποιηθούν κάποιες αλλαγές στις στρατηγικές κινήσεις, λόγω του ότι τα διάφορα διοικητικά μέτρα δεν θα είναι ικανά να προστατεύσουν σε βάθος χρόνου τις επιχειρήσεις των οποίων το κόστος είναι πολύ μεγαλύτερο του αντίστοιχου της Κίνας ή της Ινδίας παραδείγματος χάριν. Πράγματι, κάποιες από τις ελληνικές επιχειρήσεις ως αντίδραση στον ανταγωνισμό έκανα διαρθρωτικές ανακατατάξεις, επένδυσαν σταδιακά σε καλύτερο μηχανολογικό εξοπλισμό, περιόρισαν όσο ήταν δυνατό το κόστος της παραγωγής και της υπεραπασχόλησης των υπαλλήλων τους, περιόρισαν ή διέκοψαν τη λειτουργία όποιων μονάδων παραγωγής αντιμετώπιζαν προβλήματα, ενώ παράλληλα προχώρησαν και στη μεταφορά σε γειτονικές χώρες των μονάδων παραγωγής τους (Κουτσού, 2006).

Παρ’ όλες τις δυσοίωνες προβλέψεις, όσον αφορά την εξέλιξη του τομέα μετά την κατάργηση των ποσοτικών περιορισμών (όπως αναφερθήκαμε παραπάνω), δεν υπάρχει ένα προδιαγεγραμμένο μέλλον. Αντιθέτως, οι προσεκτικές και εύστοχες επιλογές που θα γίνουν σε επίπεδο κυβερνήσεων και επιχειρήσεων θα είναι εκείνες που θα δείξουν εκείνους που θα επιτύχουν ή που θα αποτύχουν. Προβλέψεις για μια απόλυτη κυριαρχία των ειδών με χαμηλό κόστος πρέπει να αντιμετωπίζεται με επιφύλαξη. Το πλεονέκτημα το οποίο διαθέτουν κάποιες χώρες λόγω των χαμηλών αμοιβών δεν πρέπει να μεταφραστεί απαραίτητα σε πλεονέκτημα ανταγωνισμού, εκτός και αν συνδυαστεί και με άλλους παράγοντες (Κουτσού, 2006).

Οι σημαντικότερες προκλήσεις του μέλλοντος τις οποίες ήδη αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις είναι τα νέα χαρακτηριστικά των καταναλωτών και των αγορών, η αξιοποίηση της τεχνολογίας, η μορφή που έχει πάρει το εμπόριο σε παγκόσμιο επίπεδο και ο χειρισμός της γνώσης και των ανθρώπινων πόρων. Πιο αναλυτικά, συνεχίζεται η στρατηγική του μειωμένου κόστους. Αυτή η ίδια στρατηγική η οποία ακολουθείται τα τελευταία είκοσι χρόνια και δυστυχώς έχουν

οδηγηθεί πολλές επιχειρήσεις, είτε στη μεταφορά τους σε γειτονικές χώρες, είτε στο κλείσιμο τους. Πλέον από μόνη της αυτή η στρατηγική δεν μπορεί να αποτελέσει το δρόμο για την επιβίωση των ελληνικών επιχειρήσεων (Κουτσού, 2006).

Οι τάσεις στη μόδα, στις τεχνολογίες και στις καινοτομίες αναπτύσσονται με πολύ γρήγορους ρυθμούς στο εξωτερικό και για να τις ακολουθήσουμε χρειάζονται πολύ μεγάλες ταχύτητες από εμάς και κάτι τέτοιο θα ήταν άνισος αγώνας για δύο λόγους. Πρώτον, αυτές οι δυνάμεις οι οποίες θα καθορίζουν τους κανόνες και θα καθοδηγούν θα βρίσκονται εκτός των συνόρων μας και δεύτερον, γιατί οι αγορές οι οποίες θα εισάγουν τα νέα προϊόντα δεν θα είναι κατ' ανάγκη αυτές στις οποίες απευθύνονται οι ελληνικές επιχειρήσεις (Κουτσού, 2006).

Αυτό το οποίο χρειάζεται για να υπάρξει οικονομική ανάπτυξη προς την Ε.Ε. και ανάπτυξη των εφαρμογών νέων τεχνολογιών στον τομέα της κλωστοϋφαντουργίας είναι η υψηλή εξειδίκευση και στόχευση. Θα πρέπει λοιπόν, οι επιχειρήσεις να εντάξουν την τεχνολογία, τη γνώση, την καινοτομία και την δημιουργικότητα στις στρατηγικές που ακολουθούν. Μόνο τότε θα μπορούν να αναζητούν και να αξιοποιούν τις διάφορες ευκαιρίες οι οποίες θα εμφανίζονται σε παγκόσμιο επίπεδο και θα μπορούν να εστιάσουν τμήματα με προϊόντα που απαιτούν υψηλή εξειδίκευση αλλά και προστιθέμενη αξία (Κουτσού, 2006).

Καταλήγοντας, προκύπτει από τα παραπάνω πως θα πρέπει οι επιχειρήσεις να δώσουν προσοχή και να εστιάσουν στη μείωση της εφοδιαστικής τους αλυσίδας, την ανάπτυξη και εφαρμογή νέων τεχνολογιών, την ανάπτυξη ορισμένων τμημάτων τα οποία θα εστιάζουν σε συγκεκριμένα τμήματα της αγοράς και συγκεκριμένους πελάτες. Οι αλλαγές που πρέπει να γίνουν όσον αφορά τις νέες τεχνολογίες αφορούν και τα τέσσερα τμήματα της εφοδιαστικής αλυσίδας του κλάδου: ίνες, υφάσματα, ενδύματα, διανομή και πώληση (Κουτσού, 2006).

Σε επίπεδο κυβερνητικό θα πρέπει να υπάρξει η προώθηση των νέων τεχνολογιών, να προσαρμοστεί το ανθρώπινο δυναμικό στις νέες απαιτήσεις που υπάρχουν και να δημιουργηθεί καταλληλότερο περιβάλλον, όσον αφορά τους φόρους, τους δασμούς τον έλεγχο, την εποπτεία την ενημέρωση και προστασία του καταναλωτή κ. α.

Η Γενική Διεύθυνση της Ε.Ε. υλοποιεί πρωτοβουλίες και έρευνα μέσω της EURATEX (Ευρωπαϊκός Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Κλωστοϋφαντουργίας και Ένδυσης) του TEXTRANET (Ευρωπαϊκού Δικτύου Τεχνολογικών Κέντρων) και του AUTEX (Δικτύου Πανεπιστημίων με περιεχόμενο για την κλωστοϋφαντουργία και ένδυση). Αυτή η νέα πλατφόρμα θα είναι το πλαίσιο μέσα στο οποίο θα πάρουν μέρος οι ερευνητικές δραστηριότητες οι οποίες θα καταλήξουν σε τεχνολογικές εξελίξεις για τον κλάδο. Όσον αφορά την Ελλάδα, σε αυτή την τεχνολογική πλατφόρμα συμμετέχει και η Εταιρεία Τεχνολογικής Ανάπτυξης Κλωστοϋφαντουργίας Ένδυσης και Ινών (ETAKEI A.E.), η οποία είναι ένα εξειδικευμένο τεχνολογικό κέντρο όσον αφορά την κλωστοϋφαντουργία στην Ελλάδα και είναι υπό την αιγίδα του Υπουργείου Ανάπτυξης και υπό την

εποπτεία της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας (Κουτσού, 2006).

Επιπρόσθετα η Ελληνική κυβέρνηση μέσω του προγράμματος πόλου καινοτομίας Θεσσαλίας υποστηρίζει μια περιφερειακή πλατφόρμα στον τομέα της κλωστοϋφαντουργίας και μια σειρά από δράσεις βασικής και εφαρμοσμένης έρευνας και κατάρτισης σε νέες τεχνολογίες για την κλωστοϋφαντουργία. Όλοι οι εμπειρογνώμονες που συμμετέχουν στην Θεσσαλική πλατφόρμα συμφωνούν ότι η βιωσιμότητα και ανάπτυξη της κλωστοϋφαντουργικής βιομηχανίας συνδέεται άμεσα με την ικανότητά της να βρίσκεται σε διαρκή επαφή με τη γνώση και να αξιοποιεί τα επιτεύγματα της τεχνολογικής έρευνας. Τέτοιες πρωτοβουλίες πρέπει να υποστηριχθούν και μέσα από τα αντισταθμιστικά προγράμματα του Υπουργείου Άμυνας (Thessalytex: Τεχνολογική Πλατφόρμα Καινοτομίας για τη Θεσσαλική Κλωστοϋφαντουργία, 2008: 30).

Συγκεκριμένα, πρέπει το εργατικό δυναμικό να προσαρμοστεί στις νέες τεχνολογίες και αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω μιας στρατηγικής δια βίου μάθησης ευρωπαϊκής κλίμακας. Είναι σημαντικό να υπάρχει μια συνεχής επαγγελματική κατάρτιση όλων των επιπέδων, από τους εργαζομένους μέχρι και τους επικεφαλής των διαφόρων επιχειρήσεων. Η συνέπεια των αλλαγών που βιώνει ο κλάδος θα είναι η αναπροσαρμογή ενός μέρους από το εργατικό δυναμικό. Και αυτό απαιτεί την ύπαρξη επιμορφωτικών προγραμμάτων για τους εργαζομένους, τόσο στον κλάδο της κλωστοϋφαντουργίας, όσο και σε άλλους κλάδους (Thessalytex: Τεχνολογική Πλατφόρμα Καινοτομίας για τη Θεσσαλική Κλωστοϋφαντουργία, 2008).

Είναι ανάγκη να ανασυγκροτηθεί η Ελληνική κλωστοϋφαντουργία και είναι αναγκαίο να αναπτυχθεί ένας στρατηγικός σχεδιασμός για αυτόν το σκοπό, ο οποίος θα στηρίζεται στην αποκτηθείσα γνώση, στην καινοτομία και τα νέα προϊόντα, την έρευνα, την ποιότητα σε όλους τους τομείς και την τεχνολογία. Ο κλάδος αυτός διαθέτει κάποια πλεονεκτήματα τα οποία μπορούν να οδηγήσουν σε ένα πιο ελπιδοφόρο μέλλον (Thessalytex: Τεχνολογική Πλατφόρμα Καινοτομίας για τη Θεσσαλική Κλωστοϋφαντουργία, 2008).

Η Ελληνική κλωστοϋφαντουργική βιομηχανία ως χώρος προέλευσης ενός κλωστοϋφαντουργικού προϊόντος μπορεί να εγγυηθεί την ποιότητα του. Τα προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας είναι η δύναμη της Ελληνικής και όχι μόνο κλωστοϋφαντουργικής βιομηχανίας. Θα πρέπει μέσω κρατικής παρέμβασης να ενισχυθεί η καινοτομία προκειμένου να καταστεί η κλωστοϋφαντουργική βιομηχανία πιο ανταγωνιστική. Μόνο με καινοτόμα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα μπορούμε να έρθουμε απέναντι στους μεγάλους παραγωγούς νήματος (Ινδία, Πακιστάν, Κίνα κ.τ.λ.), όπως παραγωγή νημάτων με αντιμικροβιακή προστασία, νήματα τα οποία θα είναι με εξωτερική υφή βαμβακιού αλλά θα αναφλέγονται δύσκολα κ.τ.λ. (Thessalytex: Τεχνολογική Πλατφόρμα Καινοτομίας για τη Θεσσαλική Κλωστοϋφαντουργία, 2008: 33). Τελειώνοντας, αυτό που έχει σημασία είναι να υπάρχει μια αγορά η οποία θα είναι και ανταγωνιστική αλλά και ελεύθερη, αλλά κυρίως με θεμιτό ανταγωνισμό. Οι αρχές που θα πρέπει να

διέπουν τις διάφορες συναλλαγές θα πρέπει να είναι η αμοιβαιότητα και η δικαιοσύνη.

Σύμφωνα με τη μελέτη του IOBE (Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών) για τον κλάδο της κλωστοϋφαντουργίας μια από τις βασικές αδυναμίες της ελληνικής κλωστοϋφαντουργίας είναι η επικέντρωση σε προϊόντα με χαμηλό επίπεδο διαφοροποίησης κάτι που δυσχεραίνει την ανταγωνιστικότητα της, όσον αφορά την παραγωγή των αναπτυσσόμενων χωρών σε επίπεδο τιμών. Για να επανατοποθετηθεί ο κλάδος, με επιτυχία στις διεθνείς αγορές θα πρέπει, σύμφωνα με το IOBE, να υπάρξει τεχνολογική αναβάθμιση, ανάπτυξη νέων προϊόντων ακόμα πιο καινοτόμων, να γίνει εκμετάλλευση, τόσο της γεωγραφικής θέσης, όσο και της πολυετούς εμπειρίας (IOBE, 2010).

Την τελευταία εικοσαετία η συνεχής απώλεια της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής κλωστοϋφαντουργίας έχει ως αποτέλεσμα όχι μόνο τη μείωση της παραγωγής, αλλά και την έξοδο της από τους κλάδους αρκετών επιχειρήσεων, πράγμα το οποίο έχει επιπτώσεις και στην απασχόληση εν γένει, αλλά και στην ανάπτυξη των περιοχών που είναι κυρίως συγκεντρωμένες οι περισσότερες επιχειρήσεις (όπως για παράδειγμα η κεντρική και βόρεια Ελλάδα) (IOBE, 2010).

Το γεγονός που επηρεάζει αρνητικά την εγχώρια ζήτηση προϊόντων κλωστοϋφαντουργίας εν γένει είναι η άσχημη οικονομική κατάσταση που επικρατεί. Ειδικότερα για τα τελικά προϊόντα, όπως επί παραδείγματι των ειδών οικιακής ένδυσης, οι παράγοντες που συμβάλλουν καταλυτικά στη μείωση της ζήτησης τους είναι πολλοί. Τέτοιοι παράγοντες είναι ο περιορισμένος δανεισμός από το χρηματοπιστωτικό σύστημα, η ύφεση που έχει υποστεί η ελληνική τουριστική βιομηχανία, η μειωμένη ζήτηση κατασκευής νέων κατοικιών και η συγκράτηση των καταναλωτικών δαπανών. Επιπλέον, η μειωμένη ανταγωνιστικότητα των τελικών εγχώριων κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων και έτοιμων ενδυμάτων δεν προμηγύουν θετικές εξελίξεις όσον αφορά το μέγεθος της ζήτησης των 'ενδιάμεσων' προϊόντων κλωστοϋφαντουργίας για τα επόμενα χρόνια (IOBE, 2010).

Εφόσον δεν υπάρξουν κάποιες αλλαγές, όπως η άρση σημαντικών χρηματοδοτικών περιορισμών με τους οποίους έρχονται αντιμέτωπες οι επιχειρήσεις, η ανάπτυξη νέων προϊόντων πιο καινοτόμων και η περαιτέρω εισχώρηση στις ξένες αγορές, ο κλάδος θα συρρικνωθεί περαιτέρω. Μια ενδεχόμενη μείωση της ποιότητας του βαμβακιού θα μπορούσε να κοστίσει στις ελληνικές επιχειρήσεις ένα βασικό τους πλεονέκτημα.

Παράλληλα, επιδείνωση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις του συγκεκριμένου κλάδου ενδέχεται να επιδεινωθούν λόγω της μη προσέλκυσης ικανού ανθρωπίνου δυναμικού, λόγω της μειωμένης ελκυστικότητας του κλάδου, την έλλειψη ρευστότητας, του κόστους που επέρχεται από την περιβαλλοντική συμμόρφωση και της αύξησης του ενεργειακού κόστους (IOBE, 2010: 2).

Όπως τονίσαμε και παραπάνω, ο κλάδος χρειάζεται ενδυνάμωση μέσα από την εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων που διαθέτει και δείχνοντας ενδιαφέρον σε τομείς όπως η

έρευνα και παραγωγή καινοτόμων προϊόντων σε συνεργασία και με τους υπόλοιπους κλάδους της βιομηχανίας, η αναβάθμιση και εξέλιξη της τεχνολογίας που χρησιμοποιείται, αλλά και σε διάφορες αλλαγές (διοικητικές, οργανωτικές) οι οποίες μπορούν να μειώσουν το κόστος και να προωθήσουν την εξωστρέφεια του κλάδου.

Επιπρόσθετα, υπάρχει η δυνατότητα για επωφελείς συνεργασίες λόγω της γεωγραφικής θέσεως της χώρας στη Μεσόγειο αλλά και την εγγύτητα που υπάρχει με αναδυόμενες αγορές. Η συστηματική ενημέρωση, σχετικά με περιβαλλοντικά ζητήματα, αλλά και η έγκαιρη και άμεση υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών (όσον αφορά τα περιβαλλοντικά) είναι ικανά να συμβάλλουν στο να αναδειχθούν νέα ανταγωνιστικότερα πλεονεκτήματα όσον αφορά την εγχώρια παραγωγή (IOBE, 2010).

#### **4.9 Μηχανισμοί αντιμετώπισης των κρίσεων στον κλάδο της ένδυσης**

Για να μπορέσουν οι επιχειρήσεις να ανταποκριθούν στις αλλαγές, οι οποίες είναι συνεχείς, θα πρέπει να είναι ικανές να προβλέπουν, να διαχειρίζονται και να αποφεύγουν με αποτελεσματικό τρόπο τις όποιες πιθανές κρίσεις. Ο ευρωπαϊκός κλάδος ένδυσης έχει επηρεαστεί σε σημαντικό βαθμό από την παγκοσμιοποίηση της οικονομίας και από τις διάφορες οικονομικές αναδιαρθρώσεις στα μέλη της Ευρωπαϊκής Ενώσεως. Παρόλα αυτά επιχειρεί να συμβαδίσει με τα νέα εργασιακά, οικονομικά και τεχνολογικά δεδομένα.

Έχοντας ως στόχο την ευελιξία και την αύξηση της ανταγωνιστικότητας η οργάνωση των επιχειρήσεων, όσον αφορά την εργασία και την παραγωγή, υπόκεινται σε σημαντικές διαφοροποιήσεις. Η πίεση που ασκείται από τον διεθνή ανταγωνισμό και οι οικονομικές αλλαγές του κλάδου επηρεάζουν με αρνητικό τρόπο τις εργασιακές σχέσεις και την απασχόληση εν γένει, τόσο σε περιφερειακό, όσο και σε τοπικό επίπεδο. Κατά συνέπεια, υπάρχει ένας αιφνιδιασμός των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και του δυναμικού τους, από τις οποίες γίνεται προσπάθεια εύρεσης ευέλικτων τρόπων αντιμετώπισης του αρνητικού αντίκτυπου που έχει η αναδιάρθρωση του κλάδου και η μετατροπή του από κλάδο εργασίας σε κλάδο υπηρεσιών, κεφαλαίου και γνώσεως. Η κατάσταση, όπως διατυπώθηκε παραπάνω, σκιαγραφεί ευμετάβλητη, όπου το μέλλον των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και των τοπικών κοινωνιών όπου και εδράζουν διαφαίνεται αβέβαιο, διότι υπάρχει μεγάλη καθυστέρηση στο να αντιληφθούν έγκαιρα τις συνεχείς αλλαγές στο διεθνή χώρο και να γίνει εκτίμηση των επιπτώσεων τους.

#### 4.10 Συμπεράσματα

Τα προβλήματα που υπάρχουν στο κλάδο είναι πάρα πολλά αλλά για όλα αυτά μπορούν να υπάρξουν λύσεις αρκεί να υπάρξουν και πρωτοβουλίες από τα κατάλληλα πρόσωπα. Οι εταιρίες δεν θα πρέπει να βρίσκουν εμπόδια, τόσο από τη βραδυκίνητη γραφειοκρατική μηχανή, όσο και από την αδιαφορία των ιθυνόντων του κράτους.

Οι υποδομές θα πρέπει να βελτιωθούν προκειμένου οι επιχειρήσεις να μπορέσουν ανταπεξέλθουν στις σύγχρονες απαιτήσεις της εποχής και να μην είναι προσκολλημένες σε πεπαλαιωμένες συνήθειες και πρακτικές που δεν τις αφήνουν να προοδεύσουν και ενταχθούν στο σύνολο των εταιρειών εκείνων που ανταποκρίνονται έστω και με δυσκολία στις απαιτήσεις της εποχής.

Επίσης οι εταιρίες θα πρέπει να επενδύσουν στο εκπαιδευμένο υπαλληλικό προσωπικό το οποίο θα είναι ειδικευμένο και θα μπορεί να ανταπεξέλθει και αυτό στις συνθήκες έντονου ανταγωνισμού που επικρατεί.

Το κράτος θα πρέπει να λάβει πολύ σοβαρά υπόψη τις συνέπειες της οικονομικής κρίσης στο εμπόριο και στην κλωστοϋφαντουργία. Μια από τις πιο άσχημες συνέπειες είναι ότι πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις πτώχευσαν. Όπου εκεί στηριζόταν το εμπόριο όλα αυτά τα χρόνια. Θα πρέπει να δοθούν πιο συμβιβαστικές λύσεις στο πρόβλημα που λέγεται οικονομική κρίση, και όχι με απολύσεις και μειώσεις μισθών.

Η αγορά θα γνωρίσει ανάκαμψη μόνο αν δοθούν επιχορηγήσεις σε ελληνικές εταιρίες ώστε νέοι και νέες να αναπτυχθούν οικονομικά και πνευματικά. Θα πρέπει σιγά-σιγά να αναπτυχθεί το καλό και ποιοτικό προϊόν προς τον καταναλωτή στην ανάλογη προσιτή τιμή. Καλύτερα ελεγμένα δάνεια από τραπεζίτες και όχι με τόσο υψηλά επιτόκια. Συνεχή και σωστοί έλεγχοι του υπουργείου εμπορίου και οικονομικών. Σωστά και δίκαια πρόστιμα προς τους παραβάτες από κράτος και δήμους.

Έλεγχο στην αισχροκέρδεια και στον ΦΠΑ. Σωστή κατανομή ΦΠΑ ειδικά σε προϊόντα πρώτης ανάγκης ώστε να είναι προσιτά σε χαμηλόμισθους και χαμηλοσυνταξιούχους. Για να υπάρξει σωστή και ποιοτική ανάκαμψη του εμπορίου θα πρέπει το κράτος να συμβάλλει δημιουργικά και αποτελεσματικά. Η ανάπτυξη του εμπορίου έχει αποδείξει στο παρελθόν πως ισούται με καλύτερη και ποιοτικότερη ζωή του καταναλωτή.

## **Βιβλιογραφία/ links**

- Thessalytex: Τεχνολογική Πλατφόρμα Καινοτομίας για τη Θεσσαλική Κλωστοϋφαντουργία, 2008, «Το μέλλον της κλωστοϋφαντουργίας και παραγωγής βαμβακιού στη Θεσσαλία», ΠΠΚ, Θεσσαλίας.
- Κουτσού, Β., 2006, «Μελέτη αγοράς εργασίας κλάδου ένδυσης», Γραφείο διασύνδεσης Α.Τ.Ε.Ι. Θεσσαλονίκης.
- Ίδρυμα οικονομικών και βιομηχανικών ερευνών, Μανιάτης, Γ. 2010.
- [www.hepo.gr](http://www.hepo.gr)
- [www.tovima.gr/finance/article/?aid=539506](http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=539506)
- [www.medvoi365.gr/.../5405-hellastat-σε-κρίση-ο-κλάδος-ένδυσης-](http://www.medvoi365.gr/.../5405-hellastat-σε-κρίση-ο-κλάδος-ένδυσης-)
- [www.businessoffashion.com/.../the-fashion-industry-still-has-an-image-p..](http://www.businessoffashion.com/.../the-fashion-industry-still-has-an-image-p..)
- Ελληνική στατιστική υπηρεσία
- <http://www.greekfashion.gr/default.asp?pid=9&issueID=22&la=1>



## **Κατάλογος πινάκων**

- 2.1 Οικονομικά μεγέθη συνόλου μεταποίησης (επιχειρήσεις άνω των 10 ατόμων).
- 2.2 Ενοποιημένα μεγέθη του κλάδου παραγωγής ενδύματος.
- 2.3 Διαχρονική εξέλιξη μισθολογικών απολαβών των εργαζομένων στο κλάδο ένδυσης.
- 2.4 Κύκλοι εργασιών των σημαντικότερων επιχειρήσεων ειδών ένδυσης.
- 3.1 Εξαγωγές έτοιμου ενδύματος (σε χιλ. Ευρώ).
- 3.2 Γεωγραφική διάρθρωση των εξαγωγών.
- 3.3 Συνολικό ποσό εισαγωγών ενδυμάτων διαχρονικά (σε δις Ευρώ).
- 3.4 Εισαγωγές ενδυμάτων κατά χώρα προέλευσης (σε εκ. Ευρώ).
- 3.5 Διαχρονική εξέλιξη των βασικών μεγεθών του εξωτερικού εμπορίου (σε χιλ. Ευρώ).