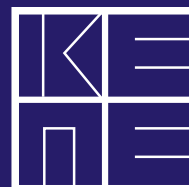


# ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ



- Μακροοικονομική ανάλυση και προβλέψεις
- Δημόσια οικονομικά
- Ανθρώπινοι πόροι και κοινωνικές πολιτικές
- Αναπτυξιακές πολιτικές και κλάδοι
- Ειδικά Θέματα



# 4. Αναπτυξιακές πολιτικές και κλάδοι

## 4.1. Ανάλυση των τάσεων του Τουρισμού στην Ελλάδα

**Νίκος Βαγιονής**

### 4.1.1. Ανάλυση του τουριστικού κύκλου εργασιών

Όπως έχει σημειωθεί, η οικονομική δραστηριότητα στον Τουρισμό είναι σημαντική και απεδείχθη ανθεκτική στην κρίση και πρωτοπόρος στην ανάκαμψη της οικονομικής δραστηριότητας στη χώρα μας.

Εξετάζουμε κατ' αρχήν το *Δείκτη Κύκλου Εργασιών στον Τομέα Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος και Εστίασης*.<sup>1</sup> Με την ανάλυση της ανά έτος και τρίμηνο διαμόρφωσης,<sup>2</sup> και με τη βοήθεια επίσης των Διαγραμμάτων 4.1.1 και 4.1.2 μπορεί να παρατηρηθεί ότι:

Ξεκινώντας με βάση 100 το 2005, ο **μέσος ετήσιος δείκτης** κατέγραψε τις ανώτερες ιστορικά εισπράξεις στον τομέα του τουρισμού το έτος 2008, φτάνοντας στο **113,9**. Κατόπιν ξεκίνησε μια φάση μείωσης του κύκλου εργασιών και ο μέσος δείκτης έτους έπεσε στο **103,6** το 2009. Η καθοδική τάση συνεχίστηκε το 2010 με τον ετήσιο δείκτη να πέφτει στο **95,1**, όπως και το 2011 με την τιμή του δείκτη στο **88,1**, αλλά και για το 2012 φτάνοντας στο **72,9**, μειωμένος συνολικά κατά **36%** από το 2008.

Η Ελληνική Στατιστική Αρχή άλλαξε το 2012 το έτος βάσης του δείκτη, τοποθετώντας ως νέα βάση το 100 για το μέσο ετήσιο δείκτη του έτους 2010. Με την κατάλληλη μετατροπή προς τη νέα βάση ακολουθεί ο Πίνακας 4.1.1, που παρουσιάζει τις αντίστοιχες **νέες τιμές** του δείκτη από το 2005 μέχρι σήμερα (Β' τρίμηνο του 2014).

Αναλύοντας τα δεδομένα, παρατηρούμε τα εξής: Το 2012 παρουσιάστηκε η χαμηλότερη μέση ετήσια τιμή του Δείκτη Κύκλου Εργασιών στον Τομέα Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος-Εστίασης, σημειώνοντας αρνη-

τικό ρεκόρ δεκαετίας, καθώς και σε όλα τα επιμέρους τρίμηνα. Η πτωτική τάση συνεχίστηκε μέχρι και το Α' τρίμηνο του 2013.

Η ανάκαμψη ξεκίνησε το Β' τρίμηνο του 2013, οπότε υπήρξε αύξηση του δείκτη τριμήνου στο 84,2, κατά 5% υψηλότερα από το Β' τρίμηνο του 2012 (βλ. Διάγραμμα 4.1.2 και Πίνακα 4.1.1). Στο Γ' τρίμηνο του 2013 ο δείκτης έφτασε το 147,5 και 1,2% υψηλότερα από το αντίστοιχο Γ' τρίμηνο του 2012. Εν συνεχεία στο Δ' τρίμηνο του 2013 έφτασε στο 57,6, αυξημένος σημειωτέον κατά 36% από το Δ' τρίμηνο του 2012. Η αυξητική τάση του δείκτη συνεχίζεται στο πρώτο τρίμηνο του 2014 με τον εντυπωσιακό ρυθμό 45% σε σχέση με το αντίστοιχο (αδύναμο) Α' τρίμηνο του 2013, η οποία συνεχίστηκε με αύξηση 6,6% για το Β' τρίμηνο του 2014 έναντι του αντίστοιχου του προηγούμενου έτους. Σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις αναμένεται να υπάρξει αύξηση και στα υπόλοιπα τρίμηνα του 2014. Σημειώνεται πάντως ότι ακόμα και αυτά τα σημαντικά αυξημένα από πλευράς τζίρου τρίμηνα του 2014 υπολείπονται σημαντικά, περίπου 30%, σε σχέση με τα αντίστοιχα του 2008, χρονιά με τον υψηλότερο δείκτη σε όλα τα τρίμηνα (βλ. Πίνακα 4.1.1).

Παρατηρείται, επομένως, ότι αρχής γενομένης από το Β' τρίμηνο του 2013 λαμβάνει χώρα μια συνεχής αύξηση η οποία αποτυπώνεται τόσο με την ποσοστιαία μεταβολή κατά +4,5% του μέσου **ετήσιου** δείκτη εργασιών από το 2012 στο 2013, όσο και με τις επιμέρους μεταβολές των αντιστοιχών τριμήνων, που είναι παντού αυξητικές.

Παρατηρείται ακόμα ότι τα εκτός «αιχμής» Δ' και Α' τρίμηνα του κάθε έτους παρουσίασαν τις μεγαλύτερες μεταβολές στην εξεταζόμενη περίοδο (βλ. Διαγράμματα 4.1.1 και 4.1.2), γεγονός που αναδεικνύει και την υψηλή εποχικότητα του τουριστικού φαινομένου η οποία εντάθηκε στις χρονιές του 2011 και 2012. Οι μεταβολές αυτές ήταν έντονα πτωτικές, που σε σημαντικό βαθμό οφείλεται στην καθίζηση του εσωτερικού μη θερινού τουρισμού, αλλά και στην μη ελκυστικότητα στη διεθνή αγορά των αστικών προορισμών για δράσεις εναλλακτικές του μοντέλου 'ήλιος-θάλασσα' (ή 'sss') εντείνοντας την εποχικότητα και τα συνδεδεμένα με αυτήν προβλήματα.

1. Ο δείκτης, με βάση την ταξινόμηση NACE rev.2, παρουσιάζεται αναλυτικά στο: *Οικονομικές Εξελίξεις*, τεύχος 22, "4.1 Πρόσφατες τουριστικές εξελίξεις στην Ελλάδα".

2. Ελληνική Στατιστική Αρχή: *Δείκτης Κύκλου Εργασιών στον Τομέα Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος και Εστίασης, Β' τριμήνου 2014*. Πειραιάς, Σεπτ. 2014.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 4.1.1 Δείκτης Κύκλου Εργασιών Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος - Εστίασης**  
Μέσος ετήσιος και τρίμηνα, ΝΕΑ ΒΑΣΗ 2010=100

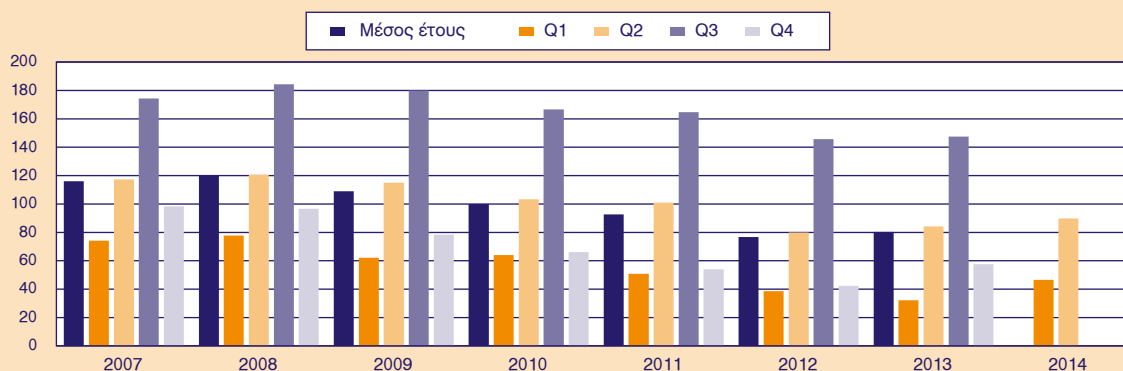
	Μέσος ετήσιος	Q1	Q2	Q3	Q4
2005	105,2				
2006	109,0	67,4	111,4	168,1	89,3
2007	116,1	74,1	117,4	174,3	98,3
2008	119,8	77,7	120,6	184,3	96,6
2009	108,9	62,1	115,0	180,0	78,4
2010	100	64	103,3	166,6	66,1
2011	92,6	50,8	101	164,7	54
2012	76,7	38,6	80	145,7	42,3
2013	80,3	32,1	84,2	147,5	57,6
2014	n/a	46,5	89,8	n/a	n/a

Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή, επεξεργασία του συγγραφέα.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.1.1**

**Ελλάδα: Δείκτης κύκλου εργασιών «Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος και Εστίασης», 2007-2014**

Νέα βάση 2010 = 100

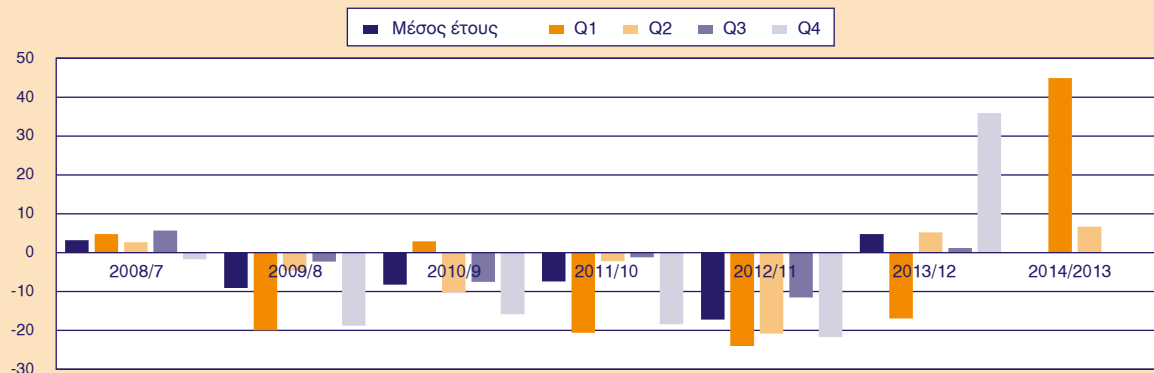


Πηγή στοιχείων: Ελληνική Στατιστική Αρχή: Δείκτης Κύκλου Εργασιών στον Τομέα Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος και Εστίασης, Α' Τρίμηνο του 2014.

**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.1.2**

**Ελλάδα: Δείκτης κύκλου εργασιών «Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος και Εστίασης», 2007-2014**

Ετήσια % μεταβολή του δείκτη μέσου έτους και τριμήνων



Πηγή στοιχείων: Ελληνική Στατιστική Αρχή: Δείκτης Κύκλου Εργασιών στον Τομέα Υπηρεσιών Παροχής Καταλύματος και Εστίασης, Α' Τρίμηνο 2014.

Επισημαίνεται, όμως, ότι αρχής γενομένης από το Δ' τρίμηνο 2013 και το Α' τρίμηνο 2014 καταγράφηκε εντυπωσιακή αύξηση που αμβλύνει –ως ένα βαθμό– την ενταθείσα εποχικότητα. Ο εισερχόμενος τουρισμός στις πόλεις (μικρές ή μεγάλες) και μάλιστα σε εναλλακτικές των 'sss' μορφές, (συνεδριακός, ιατρικός, επαγγελματικός, πολιτιστικός, θρησκευτικός) φαίνεται να συμβάλλει τα μέγιστα στην ανάκαμψη αυτή καθώς ο εσωτερικός τουρισμός δεν έχει ανακάμψει στο βαθμό που απαιτείται ώστε να επηρεάσει επαρκώς την αύξηση των αφίξεων στις χαμηλής ζήτησης περιόδους (off-peak). Η αύξηση συνεχίστηκε και στο Β' τρίμηνο 2014, με ποσοστό 6,7% φτάνοντας τις 89,8 μονάδες.

#### 4.1.2. Ανάλυση των διεθνών τουριστικών αφίξεων ανά χώρα προέλευσης

Η συστηματική ανάλυση των πρόσφατων στοιχείων **αφίξεων μη κατοίκων** στη χώρα<sup>3</sup> δίνει μια καλή ένδειξη της τουριστικής κίνησης προς την Ελλάδα και των πρόσφατων τάσεων των επισκεπτών από τις χώρες προέλευσης.

Ο **συνολικός αριθμός** των αφιχθέντων επισκεπτών στη χώρα για το 2008 ήταν 15,939 εκατομμύρια άτομα, ενώ το 2009 μειώθηκαν σε 14,916 εκατ. και το 2010 σε 15,008 εκατ., το 2011 ανέκαμψαν στον αριθμό των 16,427 εκατ. ατόμων, το 2012 ανήλθαν σε 15,518 εκατ. ταξιδιώτες, ενώ το 2013 ανήλθαν σε **17,920** εκατ. ταξιδιώτες, αριθμό που αποτελεί ιστορικό ρεκόρ αφίξεων.

Ας δούμε την ανάλυση ανά περιοχές και χώρες προέλευσης για την περίοδο 2008-2013. Τα Διαγράμματα 4.1.3, 4.1.4 και 4.1.5 παρουσιάζουν λεπτομερώς τα δεδομένα.

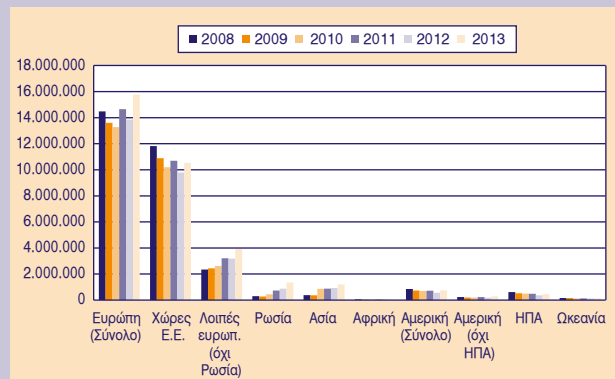
#### Ευρώπη

Αναλύοντας την προέλευση των επισκεπτών παρατηρούμε ότι οι αφίξεις από την Ευρώπη (Ε.Ε. και λοιπές ευρωπαϊκές χώρες) για το 2008 ήταν 14,475 εκατ. άτομα και αντιστοιχούσαν στο 90,8% του συνόλου των αφίξεων. Κατά τη διάρκεια του 2009, μειώθηκαν σε 13,601 εκατ. άτομα αλλά το ποσοστό επί του συνόλου αυξήθηκε σε 91,2%. Το 2010 οι αφίξεις από την Ευρώπη έφτασαν τις 13,276 εκατ. άτομα και για το 2011 αυξήθηκαν σε 14,652 εκατ. Τα ποσοστά επί του συνόλου για τα δύο έτη ήταν 88,5% και 89,2%, αντιστοίχως. Το 2012 οι αντίστοιχες αφίξεις μειώθηκαν σε 13,851 εκατ. άτομα και αντιστοιχούσαν στο 89,3% των συνολικών αφίξεων, ενώ το **2013** αυξήθηκαν κατά 13,9% και ανήλθαν σε **15,778** εκατ. άτομα και αντιστοιχούσαν στο **88,1%** του συνόλου

των αφίξεων. Παρατηρείται ειδικότερα το εξής (βλέπε και Διάγραμμα 4.1.3):

#### ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.1.3

#### Διεθνείς τουριστικές αφίξεις (στα σύνορα) στην Ελλάδα από επιλεγμένες περιοχές, 2008-2013



Οι αφίξεις από την ομάδα των **χωρών της Ε.Ε.** για το 2008 ήταν 11,815 εκατ. και αντιστοιχούσαν στο 74,1% του συνόλου των επισκεπτών. Αυτές **μειώθηκαν** στα 10,888 εκατ. ή 73% το 2009 και στα 10,200 εκατ. ή 68% του συνόλου των επισκεπτών το 2010, ενώ μικρή αύξηση (4,9%) παρουσίασαν το 2011 φτάνοντας τα 10,698 εκατ. άτομα, με μείωση ωστόσο στο ποσοστό επί του συνόλου των αφίξεων (65,1%). Για το 2012 είχαμε μείωση στα 9,792 εκατ. ή 63,1% του συνόλου των επισκεπτών και το **2013** αύξηση στα 10,525 εκατ. άτομα με μείωση του ποσοστού για πρώτη φορά κάτω του 60% επί του συνόλου των αφίξεων (58,7%). Η σταδιακή και συνεχής αυτή πτώση από το 74,1% στο 58,7% θεωρείται **σημαντική και συστημική**, που δεν είναι εύκολο να αναστραφεί χωρίς σημαντικές αλλαγές στη δομή του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος και στη συνολικότερη προσέγγιση του τουρισμού. Βέβαια στο βαθμό που ανακάμπτουν οι ευρωπαϊκές αφίξεις σε απόλυτους αριθμούς, –έστω και όχι ως ποσοστά του συνόλου των επισκεπτών– αυτό είναι θετικό και, όπως θα δούμε αμέσως μετά, αποδεικνύει μια αυξημένη ελκυστικότητα της Ελλάδας σε χώρες άλλων ηπείρων.

Σε αντιδιαστολή, οι αφίξεις από τις **εκτός Ε.Ε. ευρωπαϊκές χώρες** ακολούθησαν μια **σταθερά ανοδική πορεία** κατά την εξεταζόμενη περίοδο και αναφορικά με το ποσοστό τους επί των συνολικών αφίξεων. Πιο συγκεκριμένα, για το 2008 το ποσοστό κυμάνθηκε στο 16,7%, το 2009 στο 18,2% και το 2010 στο 20,5%. Έπειτα το ποσοστό των αφίξεων από τις εκτός Ε.Ε. ευρωπαϊκές χώρες παρουσίασε μια σχετικά μεγάλη αύξηση φτάνο-

3. Ελληνική Στατιστική Αρχή: Αφίξεις μη κατοίκων από το εξωτερικό, Ιανουαρίου-Δεκεμβρίου 2013.

ντας το 2011 στο 24,1%, το 2012 στο 26,2% και τέλος το **2013 στο 29,3%**. Εδώ μπορεί να εκτιμηθεί μια ισχυρή τάση, αυξητική και ιδιαίτερης σημασίας. Πρώτον, καθότι υποδηλώνει μια μεταστροφή στις αγορές που 'πωλείται' το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Δεύτερον, λόγω της τρέχουσας οικονομικής διάστασης αυτής της αναδιάρθρωσης, αλλά και της μεσο-μακροπρόθεσμης δυναμικής που διαγράφεται.

Φυσικά και κάθε μία αγορά χωριστά έχει την αξία της (βλέπε και Διαγράμματα 4.1.4 και 4.1.5.) Όπως διαμορφώθηκε η κατάσταση όσον αφορά στην κατανομή των αφίξεων μη κατοίκων κατά χώρα, ως ποσοστό επί του συνόλου, τη μεγαλύτερη συμμετοχή για το 2013 κατέχει η Γερμανία με **12,7%** (αντίστοιχα, 13,6% το 2012 και 15,5% το 2008) και ακολουθούν το Ηνωμένο Βασίλειο με **10,3%** (12,4% το 2012 και 14,3% το 2008), η Ρωσία με **7,5%** (αντίστοιχα, 5,6% το 2012 και 1,9% το 2008), η Γαλλία με 6,4% με αξιοσημείωτη πιστότητα, (βλ. και Διάγραμμα 4.1.4), και η Ιταλία με 5,4% (από 6,9% το 2008). Η μεγάλη **άνοδος** των αφίξεων των **Ρώσων τουριστών** οφείλεται πιθανότατα και στο εστιασμένο μάρκετινγκ του ελληνικού τουρισμού στη Ρωσία, το οποίο **φαίνεται ότι είχε αποτέλεσμα**. Αντιθέτως, οι παραδοσιακές αγορές της Γερμανίας και του Ηνωμένου Βασιλείου σημείωναν **ως ποσοστό συνεχή πτώση** τη συγκεκριμένη περίοδο, με πρόσφατα σημάδια **ανάκαμψης σε απόλυτους αριθμούς**.

### Ασία

Οι αφίξεις επισκεπτών από την Ασία το 2013 ήταν 1,353 εκατ. άτομα, ενώ το 2012 ήταν 875 χιλιάδες άτομα έναντι 739 χιλ. το 2011 και μόλις 385 χιλ. το 2008. Το **2013** αντιστοιχούσαν στο **6,8%** του συνόλου των αφίξεων στη χώρα μας έναντι 6,0% το 2012 και μόλις 2,4% το 2008. Όπως φαίνεται οι αφίξεις από την Ασία ως μεγέθη

παρουσιάζουν μεγάλη αυξητική τάση, που αποτελεί σχεδόν 'τριπλασιασμό' μεταξύ του 2008 και του 2013. Η κύρια χώρα που συνετέλεσε σε αυτό είναι η Τουρκία, με **4,6%** εκ του 6,3% της 'Ασίας', ή 831 χιλ. επισκέπτες το 2013 (έναντι 602 χιλ. το 2012 και 208 χιλ. το 2008). Η επόμενη σημαντική χώρα προέλευσης τουριστικών ροών είναι το Ισραήλ με 212,5 χιλιάδες τουρίστες το 2013 (έναντι 208 χιλ. αντίστοιχα το 2012). Πρέπει να σημειωθεί επίσης η αυξητική τάση από την Κίνα με 28 χιλ. τουρίστες το 2013 έναντι, αντίστοιχα, 12 χιλ. το 2012 και 6 χιλ. το 2008, που είναι σημαντική, **τετραπλασιασμός από το 2008**, αλλά τα μεγέθη είναι ακόμα πολύ μικρά. Αυξημένες αφίξεις καταγράφονται από το Λίβανο και τη Συρία, από 13 χιλ. το 2012 σε 36,6 χιλ. το 2013, δυστυχώς όμως κυρίως λόγω του πολέμου εκεί, επίσης από τη Νότια Κορέα και από άλλες χώρες της Ασίας, ενώ καθίζηση παρουσιάζεται στους επισκέπτες από το Ιράν με 13,6 χιλ. το 2012 έναντι 5 χιλ. το 2013.

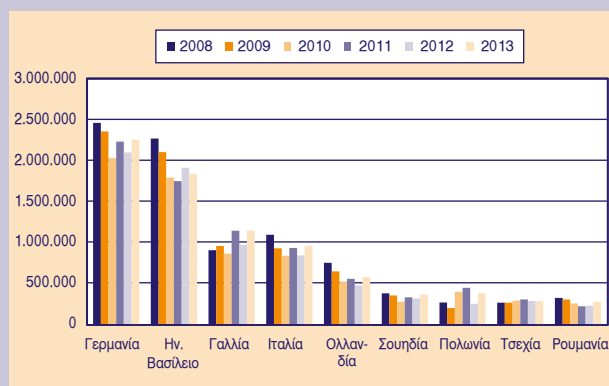
### Αμερική - Αφρική - Ωκεανία

Συνολικά οι αφίξεις από την αμερικανική ήπειρο ήταν 754,5 χιλιάδες το 2013, σημειώνοντας ανάκαμψη έναντι των 559 χιλιάδων, αντίστοιχα, του 2012 και 719,6 χιλ. του 2011 έναντι όμως 849 χιλ. το 2008. Η ανάκαμψη χρειάζεται να συνεχιστεί και να σταθεροποιηθεί με δραστηριοποίηση του τουριστικού μας μάρκετινγκ στην ήπειρο αυτή. Από την Ωκεανία ήλθαν στην Ελλάδα 142,6 χιλιάδες επισκέπτες το 2013, έναντι 133 χιλ. το 2012 και 160 χιλ. το 2008. Τέλος, το 2013 ήλθαν από την Αφρική 31 χιλιάδες επισκέπτες, εκ των οποίων οι 17,6 χιλιάδες από τη Νότια Αφρική έναντι 19,7 χιλ. το 2012 από την ίδια χώρα.

Στο Διάγραμμα 4.1.3 φαίνονται οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις στην Ελλάδα από επιλεγμένες **γεωγραφικές περιοχές**. Παρατηρείται ότι η Ε.Ε. παραμένει ο κύριος,

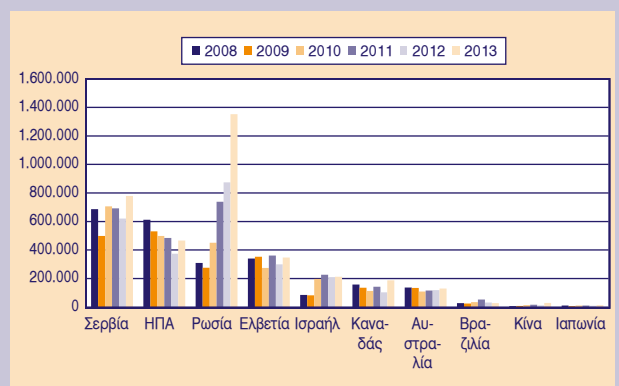
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.1.4**

**Διεθνείς τουριστικές αφίξεις στην Ελλάδα από επιλεγμένες χώρες της Ε.Ε.: 2008-2013**



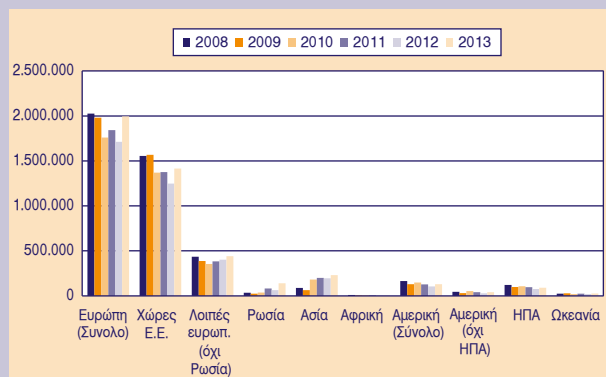
**ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.1.5**

**Διεθνείς τουριστικές αφίξεις στην Ελλάδα από επιλεγμένες χώρες εκτός Ε.Ε.: 2008-2013**



#### ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.1.6

Διεθνείς τουριστικές αφίξεις (στα σύνορα) στην Ελλάδα από επιλεγμένες περιοχές, Δ' τρίμηνο 2008-2013



και με σημαντική διαφορά, τροφοδότης του ελληνικού τουρισμού, όμως με μια πτωτική κατά βάση τάση, **που φαίνεται ωστόσο ότι μπορεί να σταθεροποιηθεί** και ενδεχομένως να αναστραφεί στο μέλλον. Παράλληλα γίνεται φανερή η αύξηση από τις λοιπές ευρωπαϊκές χώρες, τη Ρωσία και την Ασία, αλλά και οι αντίστοιχες αναλογίες των μεγεθών (βλ. και Διαγράμματα 4.1.4 και 4.1.5)

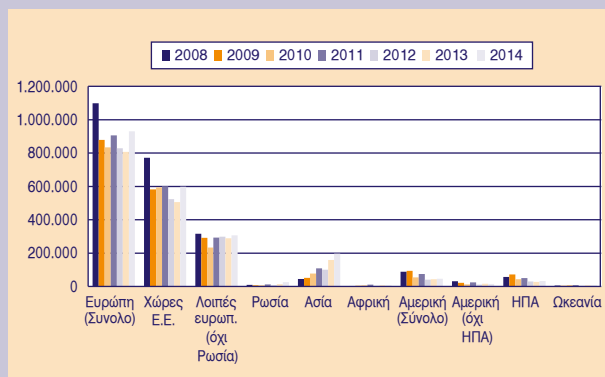
Ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα στοιχεία των αφίξεων στα σύνορα που αφορούν τα τρίμηνα της χαμηλής τουριστικής ζήτησης, δηλαδή το Α' και το Δ'. (Διάγραμμα 4.1.6 και Διάγραμμα 4.1.7). Όπως παρατηρείται, μετά το 2008 το Δ' τρίμηνο παρουσίασε διαχρονική πτώση, που οφείλεται κυρίως στη μείωση των αφίξεων από τις χώρες της Ευρώπης. Όμως το 2013 παρουσιάζεται ανάκαμψη που αγγίζει σε απόλυτους αριθμούς τα επίπεδα του 2008. Αναφορικά με το Α' τρίμηνο 2014, παρουσιάζεται σημαντική αύξηση το έτος που διανύουμε κυρίως από τις χώρες της Ευρώπης, χωρίς όμως να πλησιάζουν τα μεγέθη του 2008.

Είναι χαρακτηριστικό πάντως ότι, και στα δύο τρίμηνα, παρουσιάζεται σημαντική και σταθερή αύξηση, τόσο από τη χώρα της Ρωσίας όσο και από την ήπειρο της Ασίας. Ειδικότερα, αναφορικά με τις αφίξεις από την Ασία για το Δ' τρίμηνο παρουσιάστηκε μέση ετήσια αύξηση για την περίοδο 2008-2013, 21,07% και συνολική 160%. Τα μεγέθη για το Α' τρίμηνο, συμπεριλαμβανομένου και του τρέχοντος έτους, ήταν 28,1% και 342%, αντιστοίχως.

Τα παραπάνω μεγέθη αποτυπώνουν την τάση βελτίωσης στα δύο τρίμηνα της χαμηλής τουριστικής ζήτησης και αναδεικνύουν την αναγκαιότητα στήριξης των παραδοσιακών τουριστικών αγορών μέσω προώθησης ειδικών μορφών τουρισμού που ενδείκνυνται για τις περιόδους

#### ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.1.7

Διεθνείς τουριστικές αφίξεις (στα σύνορα) στην Ελλάδα από επιλεγμένες περιοχές, Α' τρίμηνο 2008-2014



αυτές (όπως π.χ. συνεδριακός και επαγγελματικός τουρισμός). Ταυτοχρόνως, υπογραμμίζουν τη σημασία των αναδυόμενων αγορών που προέρχονται κυρίως από την ήπειρο της Ασίας και ενδεχομένως να συμβάλλουν στην άμβλυνση του φαινομένου της εποχικότητας της ζήτησης.

#### 4.1.3. Συμπεράσματα

Οι **τουριστικές αφίξεις** μετά την πτώση του 2009 και 2010 ανέκαμψαν το 2011, για να συνεχίσουν πτωτικά και το 2012. Από το 2013, σημειώνεται αυξητική πορεία η οποία καταγράφεται και στα πρώτα τρίμηνα του 2014. Σαφώς σημειώθηκε αύξηση της τουριστικής προσέλευσης με σημαντικό χαρακτηριστικό την αναδιάρθρωση των περιοχών προέλευσης των τουριστών, με υπερδιπλασιασμό του τουριστικού ρεύματος από την Ανατολή (Ρωσία και Ασία), σταθεροποίηση από τη Δυτική Ευρώπη και μερική ανάκαμψη από την Αμερική. Επισημαίνονται, βέβαια, προβληματισμοί αναφορικά με την πορεία της ρωσικής αγοράς και τη διαχείριση των αρνητικών επιπτώσεων που αναμένονται από γεγονότα όπως η ουκρανική κρίση και η πτώχευση ρωσικών ταξιδιωτικών πρακτορείων.

Τα **τουριστικά έσοδα** μέχρι και το 2012 παρουσιάζουν μια συνεχή κάμψη, έναντι του 2008, ενώ η ανάκαμψη του 2011 αφορούσε μόνο τις αφίξεις και όχι τα έσοδα. Το 2013 επεφύλαξε μια μικρή άνοδο στα τουριστικά έσοδα έναντι του 2012. Επιπροσθέτως, τα δύο πρώτα τρίμηνα του 2014 παρουσιάζεται αύξηση που εκτιμάται ότι θα συνεχισθεί σε όλη τη διάρκεια του έτους. Το αποτέλεσμα είναι μεν θετικό, αλλά δεν είναι αντίστοιχο των δυνατοτήτων μας. Οι συνθήκες στη Μεσόγειο είναι ιδιαίτερα ευνοϊκές δεδομένης της κατάστασης σε όλη τη Βόρεια Αφρική και εγγύς Ανατολή. Πέραν της αύξησης των μαζικών αφίξεων τουρισμού από τη Ρωσία – η οποία

ενδέχεται να περιοριστεί για ένα διάστημα– και από αλλού, χρειάζεται παράλληλα η στήριξη και προβολή ειδικών μορφών τουρισμού και δραστηριοτήτων –π.χ. ιατρικός, συνεδριακός, οικολογικός, γευσισγνωστικός, ευεξίας και αποκατάστασης, μουσείων, φεστιβάλ, σπορ, κ.ά.– που διαφοροποιούν το τουριστικό προϊόν από το στερεότυπο ‘ήλιος-θάλασσα’, δρώντας προσθετικά και όχι ανταγωνιστικά, αυξάνουν την τουριστική κατανάλωση και συμβάλλουν στη διεύρυνση της τουριστικής περιόδου, ενώ ανοίγουν και νέες αγορές. Σημειώνεται,

επίσης, ότι κρίνεται σκόπιμο να εξεταστούν τρόποι αξιοποίησης των πόρων της χώρας σε περιόδους χαμηλής ζήτησης (Α΄ και Δ΄ τρίμηνο) όπου διαγράφεται ζήτηση από αρκετές αγορές (χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η Κίνα), ειδικότερα όσον αφορά τα αστικά κέντρα. Τέλος, πρέπει να σημειωθεί η σημαντική κάμψη του εσωτερικού τουρισμού και του αριθμού των διανυκτερεύσεων που δημιουργεί, λόγω της μείωσης του διαθέσιμου (μετά τους φόρους) εισοδήματος και της υψηλής ανεργίας.

## 4.2. Ο κλάδος της Πληροφορικής και των Επικοινωνιών: Συνεισφορά στην Ελληνική Οικονομία και αναπτυξιακές προτάσεις πολιτικής

Γιάννης Παναγόπουλος

### 4.2.1. Εισαγωγή: Η οικονομική συνεισφορά του κλάδου

Ο τομέας της Πληροφορικής και των Επικοινωνιών (Information & Communication) αποτελεί έναν από τους σπουδαιότερους και τεχνολογικά εξελισσόμενους κλάδους της οικονομικής και κοινωνικής ζωής όχι μόνο της χώρας μας αλλά και κάθε ανεπτυγμένου κράτους. Σε πιο γενική βάση η σημασία του είναι πολυδιάστατη, μιας και επηρεάζει σημαντικά την κατανομή των συντελεστών παραγωγής σε κάθε τομέα της οικονομίας και κατ' επέκταση τη συνολική παραγωγικότητα. Με απλά λόγια ο συγκεκριμένος τομέας (κλάδος) δημιουργεί έντονες οικονομίες κλίμακας και για πολλούς από τους υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας. Το Διάγραμμα 4.2.1 που ακολουθεί αναδεικνύει την οικονομική σημασία της διείσδυσης της Πληροφορικής και των Επικοινωνιών στην ελληνική οικονομία και κοινωνία τα τελευταία χρόνια.

Με βάση το Διάγραμμα 4.2.1 δεν υπάρχουν μεγάλες αποκλίσεις το χρονικό διάστημα 2001-2013 στην ανάπτυξη του κλάδου ως ποσοστού του ΑΕΠ. Συγκεκριμένα, η ανάπτυξη του κλάδου, σε τρέχουσες τιμές, κυμαινόταν μεταξύ 3,49% και 4,27% το εξεταζόμενο διάστημα, ενώ

το μέσο επίπεδο ανάπτυξης ήταν της τάξης του 3,91%. Βέβαια αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι η συμμετοχή του συγκεκριμένου κλάδου στο συνολικό ΑΕΠ της χώρας είχε μια υποχώρηση κατά τη διάρκεια της κρίσης (2009-2013) που έφθασε τα 3 δις ευρώ περίπου. Συγκεκριμένα η συμμετοχή αυτή υποχώρησε από 4,42% στο ΑΕΠ (και 10,2 δις ευρώ, σε τρέχουσες τιμές) το 2009 στο 3,98% (και 7,2 δις ευρώ, σε τρέχουσες τιμές) το 2013. Αξιοσημείωτη, τέλος, είναι επίσης και η μικρή πτώση της συνεισφοράς του κλάδου ως % του ΑΕΠ κατά την περίοδο των Ολυμπιακών αγώνων (2002-2004).

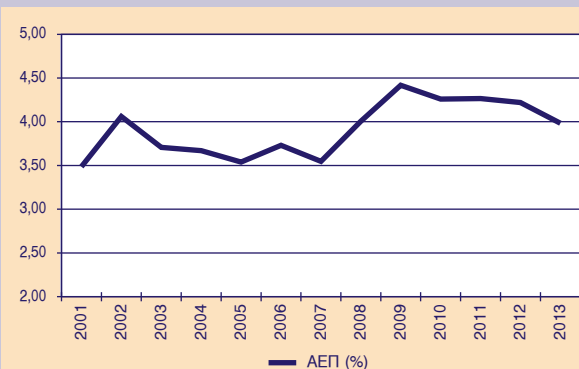
### 4.2.2. Η απασχόληση στον κλάδο

Σε ό,τι αφορά την πορεία της απασχόλησης στον κλάδο σε σχέση με το σύνολο της απασχόλησης τα πράγματα είναι λίγο διαφορετικά από ό,τι στη συμμετοχή του κλάδου στο ΑΕΠ. Συγκεκριμένα, η απασχόληση έφθασε στην κορύφωσή της την περίοδο των Ολυμπιακών αγώνων το 2004 (100,3 χιλιάδες απασχολούμενοι), ενώ στη μικρότερη τιμή της το 2012 (76,5 χιλιάδες απασχολούμενοι). Για την ακρίβεια μέχρι και το 2010 η απασχόληση στο κλάδο κινούνταν σταθερά στα 86-88 χιλιάδες άτομα, ενώ την περίοδο 2002-2004 παρουσίασε μια απότομη αύξηση 15 χιλιάδων θέσεων περίπου λόγω των αγώνων. Τον τελευταίο καταγεγραμμένο χρόνο (2013) παρατηρείται μια κάποια ανάκαμψη της απασχόλησης κατά 4 χιλιάδες άτομα περίπου (80,6 χιλιάδες απασχολούμενοι), γεγονός που αποτελεί ένα αισιόδοξο μήνυμα για την περαιτέρω πορεία του κλάδου.

Το Διάγραμμα 4.2.2 αναδεικνύει τη διαχρονική πορεία της απασχόλησης στον κλάδο της Πληροφορικής και των Επικοινωνιών σε σχέση με τη συνολική πορεία της απασχόλησης στην ελληνική οικονομία και κοινωνία. Συγκεκριμένα φαίνεται καθαρά αυτό που περιγράψαμε παραπάνω: το μερίδιο της απασχόλησης φθάνει στην

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.2.1

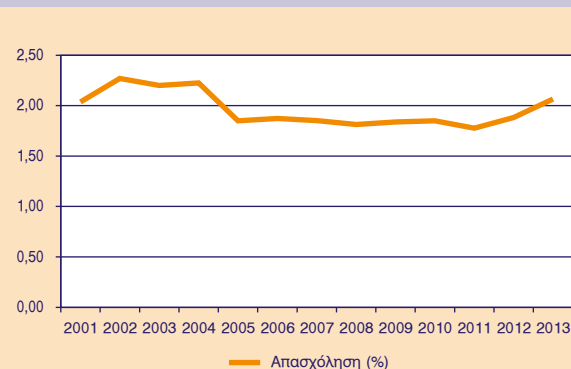
Το ποσοστό της Πληροφορικής & Επικοινωνιών στο ΑΕΠ



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4.2.2

Το ποσοστό απασχόλησης της Πληροφορικής & των Επικοινωνιών στην οικονομία





υψηλότερη τιμή του το 2004 (με 2,22% του συνόλου) και τη χαμηλότερη το 2011 (με 1,77% του συνόλου), ενώ για σημαντική χρονική περίοδο (2005-2010) κινείται σταθερά στο 1,85% περίπου του συνόλου.

### 4.2.3. Το εμπορικό ισοζύγιο του κλάδου

Σε ό,τι αφορά το εμπορικό ισοζύγιο θα πρέπει να αναφέρουμε εδώ ότι αναλυτικά στοιχεία χρησιμοποιήθηκαν τόσο για την Παραγωγή Αγαθών όσο και για την Παροχή Υπηρεσιών του συγκεκριμένου κλάδου. Συγκεκριμένα, στην ανάλυση του εμπορίου της Παραγωγής Αγαθών τα υπάρχοντα στοιχεία αφορούν τις Τηλεπικοινωνίες και πιο συγκεκριμένα την καταγραφή παραγόμενου Τηλεπικοινωνιακού Υλικού. Τα στοιχεία που προέκυψαν προέρχονται από τη βάση δεδομένων COMTRADE του ΟΟΣΑ (OECD) και αφορούν την περίοδο από το 2008 έως το 2013 (βάσει της κωδικοποίησης ISIC Rev 4).

Στον Πίνακα 4.2.1α παρουσιάζεται αναλυτικά η πορεία των εξαγωγών αλλά και των εισαγωγών για την υποκατηγορία των Τηλεπικοινωνιών, Μηχανημάτων ηχοληψίας και αναπαραγωγής και Τηλεπικοινωνιακού Υλικού (SITC Rev.4 - 76) που αποτελεί και το μεγαλύτερο τμήμα εμπορίου του τομέα παραγωγής.<sup>1</sup> Με βάση τα στοιχεία του πίνακα, οι επιπτώσεις από την ύφεση στην ελληνική οικονομία είναι εμφανείς στα στοιχεία του συγκεκριμένου υποκλάδου. Αναλυτικότερα, διαπιστώνεται μεγάλη

πτώση του ελλείμματος από τα 1,75 δισ. δολάρια το 2009 στα 822,8 εκατ. δολάρια το 2013. Η πτώση αυτή προέρχεται κυρίως από τη μείωση των εισαγωγών και όχι από σημαντική αύξηση των εξαγωγών Τηλεπικοινωνιακού Υλικού.

Εκτός όμως από την Παραγωγή Αγαθών υπάρχει και ο τομέας Παροχής Υπηρεσιών. Έτσι στον Πίνακα 4.2.1β παρουσιάζεται η διαχρονική πορεία των εξαγωγών αλλά και των εισαγωγών τόσο στις Επικοινωνίες (το μεγαλύτερο τμήμα των οποίων αποτελούν οι Τηλεπικοινωνίες ως υπηρεσία, κωδικός: S245) αλλά και στις Υπηρεσίες Πληροφορικής (ακριβέστερα Η/Υ και Πληροφορικής, κωδικός: S262). Τα στοιχεία και οι κωδικοί για τις δύο αυτές κατηγορίες προέρχονται από τη βάση δεδομένων του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου (WTO) και αφορούν την περίοδο από το 2008 έως το 2013. Ο Πίνακας 4.2.1β παρουσιάζει αναλυτικά την πορεία των εξαγωγών αλλά και των εισαγωγών για τις δύο αυτές κατηγορίες Παροχής Υπηρεσιών του κλάδου.

Με βάση τα αποτελέσματα του πίνακα είναι εμφανές ότι σε συνολικό επίπεδο ο τομέας Παροχής Υπηρεσιών δείχνει να έχει είτε πολύ μικρότερο εμπορικό έλλειμμα, σε σχέση με το αντίστοιχο έλλειμμα του τομέα της Παραγωγής Αγαθών, είτε πλεόνασμα (βλέπε Πίνακα 4.2.1α). Συγκεκριμένα, ο υποκλάδος των Επικοινωνιών ως υπηρεσία, που περιλαμβάνει κυρίως τις Τηλεπικοινωνιακές

**ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2.1α Εμπόριο προϊόντων Π&Ε\* (σε χιλ. δολ.)**

Κωδ.	2009	2010	2011	2012	2013
76 (Εισαγωγές)	2.048.409	1.650.805	1.336.501	1.320.470	1.175.052
76 (Εξαγωγές)	296.204	329.596	442.877	450.177	352.212
<b>Εξαγωγές - Εισαγωγές</b>	<b>-1.752.205</b>	<b>-1.321.208</b>	<b>-893.623</b>	<b>-870.293</b>	<b>-822.840</b>

Πηγή: Comtrade, UN. \* (Π&Ε: Πληροφορικής & Επικοινωνιών).

**ΠΙΝΑΚΑΣ 4.2.1β Εμπόριο Υπηρεσιών Π&Ε\* (σε χιλ. δολ.)**

Κωδ.	2009	2010	2011	2012	2013
245 (Εισαγωγές)	678.411	518.710	551.132	649.703	523.813
245 (Εξαγωγές)	410.811	414.531	517.255	455.200	532.669
<b>Εξαγωγές - Εισαγωγές</b>	<b>-267.600</b>	<b>-104.179</b>	<b>-33.877</b>	<b>-194.503</b>	<b>-8.856</b>
262 (Εισαγωγές)	497.580	543.570	497.417	272.955	275.444
262 (Εξαγωγές)	401.281	472.289	493.886	439.525	505.987
<b>Εξαγωγές - Εισαγωγές</b>	<b>-96.298</b>	<b>-71.280</b>	<b>-3.530</b>	<b>166.570</b>	<b>230.543</b>

Πηγή: World Trade Organization (WTO). \* (Π&Ε: Πληροφορικής & Επικοινωνιών).

1. Στις τηλεπικοινωνίες υπάρχει επίσης και η υποκατηγορία του Υπόλοιπου υλικού και μηχανημάτων ειδικά σχεδιασμένων για Τηλεπικοινωνίες (SITC Rev.4 - 87477). Η συγκεκριμένη όμως υποκατηγορία έχει πολύ μικρούς τζίρους (π.χ. 2-5 εκατομμύρια δολάρια το 2013), γι' αυτό και δεν την παρουσιάζουμε αναλυτικά.

Υπηρεσίες (κωδικός: S245), εμφανίζει ένα έλλειμμα που προσεγγίζει τα 8,8 εκατ. δολάρια το 2013. Πιο αναλυτικά, διαπιστώνουμε μια ξεκάθαρη πτώση (με εξαίρεση το 2012) των εισαγωγών λόγω της οικονομικής κρίσης, όπως στην περίπτωση της *Παραγωγής Αγαθών*. Από την άλλη πλευρά, στην περίπτωση του υποκλάδου των υπηρεσιών Πληροφορικής (ακριβέστερα Η/Υ και Πληροφορικής, κωδικός: S262) έχουμε μια πλήρη αντιστροφή των πραγμάτων στο ισοζύγιο. Συγκεκριμένα παρατηρείται όχι μόνο η διαχρονική εξάλειψη του εμπορικού ελλείμματος αλλά και η ύπαρξη πλεονάσματος το 2013 (230,5 εκατ. δολαρίων). Εν κατακλείδι ο υποκλάδος των υπηρεσιών Πληροφορικής φαίνεται να «αποδίδει» καλύτερα από τον αντίστοιχο των Τηλεπικοινωνιακών αγαθών (υλικού).

#### 4.2.4. Προοπτικές ανάπτυξης του κλάδου<sup>2</sup>

Το άμεσο μέλλον της Πληροφορικής αλλά και των Επικοινωνιών στη χώρα μας δεν πρόκειται να διαφοροποιηθεί ριζικά από την πορεία των πραγμάτων στις άλλες ανεπτυγμένες χώρες. Με βάση τις εγχώριες αλλά και διεθνείς τάσεις του κλάδου λόγω του υπάρχοντος ανταγωνισμού και των συνεχών τεχνολογικών καινοτομιών, οι προοπτικές για τις εταιρείες του κλάδου στη χώρα μας (αλλά και διεθνώς) –ειδικά για τις εταιρείες κινητής τηλεφωνίας που αποτελούν το σημαντικότερο ίσως κομμάτι του κλάδου– είναι σε σύντομο χρονικό διάστημα να μειώσουν τη χρέωση για υπηρεσίες φωνητικής κλήσης στα επίπεδα χρέωσης της σταθερής τηλεφωνίας (η οποία και αυτή παρουσιάζει τάσεις συνεχούς μείωσης) προκειμένου να προσεγγίσουν νέους πελάτες, ενώ ταυτόχρονα θα προσφέρουν προστιθέμενες υπηρεσίες 4<sup>ης</sup> γενιάς. Απαραίτητη προϋπόθεση γι' αυτό αποτελεί η δημιουργία ενός πυκνότερου και αναβαθμισμένου δικτύου κεραιών, το οποίο σημαίνει αυτομάτως νέες επενδύσεις. Η ικανότητα των εταιρειών πληροφορικής και τηλεπικοινωνίας να λειτουργήσουν αποτελεσματικά και να συμπίεσουν την κοστολογική τους βάση είναι κρίσιμη για τη μελλοντική εικόνα του κλάδου στη χώρα μας, ενώ οι συνθήκες είναι προφανώς ευνοϊκές για επιχειρηματικές κινήσεις, εξαγορές ή συγχωνεύσεις, που θα ευνοήσουν τον στόχο αυτό και θα δημιουργήσουν μεγαλύτερες ενότητες πελατειακής βάσης. Κατ' επέκταση, και με εξαίρεση πιθανώς τον χώρο του τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού (υλικού), στον ευρύτερο χώρο της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών, λόγω και της φύσης των αγαθών και υπηρεσιών που επιτρέπει την απουσία διαχωριστικών ορίων μεταξύ των επιμέρους κλάδων της αγοράς, αναμένεται μια σταδιακή αύξηση του αριθμού των παρόχων ποικίλων τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών. Η δυνατότητα αυτών των παρόχων να προ-

σφέρουν ολοκληρωμένες πλέον υπηρεσίες στην αγορά έχει ενισχύσει τον ανταγωνισμό και έτσι ο καταναλωτής/χρήστης βρίσκεται στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος απολαμβάνοντας (Περαντώνης, 2011):

- α. αυξημένες επιλογές παροχών,
- β. προσφορά νέων σύγχρονων υπηρεσιών (π.χ. Mobile marketing, υπηρεσίες τηλεμετρίας, υπηρεσίες πληρωμών κ.λπ.),
- γ. βελτιωμένη ποιότητα νέων και παλαιών υπηρεσιών,
- δ. συνεχώς μειούμενες τιμές.

Με βάση την παραπάνω ανάλυση δεν μπορούμε στο άμεσο μέλλον να αποκλείσουμε την περαιτέρω σύγκλιση υπηρεσιών σταθερής και κινητής τηλεφωνίας και broadband σε όλα τα επίπεδα (όχι μόνο σε επίπεδο υπηρεσιών και δικτύων αλλά ακόμα και τηλεπικοινωνιακών συσκευών). Μια τέτοια εξέλιξη μπορεί να γίνει πιο γρήγορα υλοποιήσιμη μέσω περαιτέρω συμμαχιών, εξαγορών και συγχωνεύσεων. Παρ' όλα αυτά οι συνεχείς τεχνολογικές καινοτομίες επιτρέπουν σε μικρές εταιρείες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών να επιδοθούν, με σχετικά όχι υψηλές επενδύσεις, στη δημιουργία νέων υπηρεσιών και προϊόντων τις οποίες μπορούν εν συνεχεία είτε να υπενοικιάσουν είτε να μεταπωλήσουν στους μεγάλους παρόχους. Έτσι λόγω και της ύπαρξης υψηλής τεχνολογικής εξειδίκευσης προσωπικού στη χώρα μας, είναι δυνατή η δημιουργία τέτοιων ΜΜΕ στον χώρο της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών που μπορούν να παίξουν δυναμικό ρόλο στην ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας.

Ειδικά σε ό,τι αφορά τον κρίσιμο χώρο του διαδικτύου, θα μπορούσαμε να αναφέρουμε εδώ ότι, σύμφωνα με την έκθεση της BCG (Boston Consulting Group, 2012), η χώρα μας υστερεί στο ηλεκτρονικό εμπόριο το οποίο, όπως προαναφέραμε, υπολείπεται σημαντικά της υπόλοιπης Ευρώπης όπου η εμπορική χρήση του διαδικτύου φθάνει το 40%. Συγκεκριμένα σχετικά λίγες επιχειρήσεις εμπιστεύονται και αποδέχονται τις on line πληρωμές, διεξάγουν ηλεκτρονικό εμπόριο B2B με τους προμηθευτές και τους πελάτες τους, προχωρούν σε διαδικτυακή διαφήμιση ή μοιράζονται ηλεκτρονικά ευαίσθητες εταιρικές πληροφορίες με τους συνεργάτες τους. Η διεύρυνση της χρήσης του διαδικτύου στον χώρο των επιχειρήσεων σύμφωνα με την BCG αναμένεται να αυξήσει την παραγωγικότητά τους από 10% έως και 20% είτε μέσω της μείωσης του κόστους των συναλλαγών τους είτε μέσω της επιτάχυνσης και απλοποίησης των διαδικασιών τους. Μια τέτοια εξέλιξη θα μπορούσε δυνητικά να ανεβάσει τη συμβολή του διαδικτύου στο ΑΕΠ της χώρας έως και στα 6,5 δισ. ευρώ το 2015 (βλέπε BCG, 2012).

2. Η συγκεκριμένη ενότητα βασίζεται στην αντίστοιχη κλαδική ανάλυση που παρουσιάστηκε στη μελέτη του ΚΕΠΕ για το Υπουργείο Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας «Το Αναπτυξιακό Όραμα για την Ελλάδα του 2020».

## Στοχεύσεις-Προτάσεις πολιτικής

- Η Πληροφορική και οι Επικοινωνίες, λόγω του ειδικού τους ρόλου, αποτελούν κλάδο που οδηγεί τις εξελίξεις, διαμορφώνει όραμα οικονομικής ανάπτυξης και μεταδίδει μήνυμα σε εγχώριους και ξένους επενδυτές. Επειδή μάλιστα δημιουργεί έντονες οικονομίες κλίμακας για πολλούς από τους υπόλοιπους κλάδους της οικονομίας, θα πρέπει να προσεχθεί ιδιαίτερα από μέρους της Πολιτείας.
- Περαιτέρω ενδυνάμωση της ανεξαρτησίας της Εθνικής Επιτροπής Ταχυδρομείων και Τηλεπικοινωνιών (ΕΕΤΤ) σε θέματα ρύθμισης της αγοράς και προώσπισης του ανταγωνισμού κρίνεται αναγκαία. Συγκεκριμένα, η ΕΕΤΤ θα πρέπει να ενισχυθεί με όσο το δυνατόν πιο ειδικευμένο (τεχνολογικά και νομικά) προσωπικό, μιας και οι συνεχείς και ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις το επιβάλλουν.
- Η πορεία της συγκεκριμένης αγοράς, λόγω και της ιδιαιτερότητας του κλάδου, αναμένεται να είναι σύνθετη στο άμεσο μέλλον. Πιο συγκεκριμένα, η δυνατότητα διείσδυσης διαφορετικά κατηγοριοποιημένων επιχειρήσεων στις περισσότερες αγορές του χώρου αναμένεται να εντείνει τον ανταγωνισμό. Ταυτόχρονα όμως οι ραγδαίες εξελίξεις στις τεχνολογίες του χώρου επιτρέπουν τη δημιουργία νέων αναγκών, οι οποίες με τη σειρά τους γεννούν νέα προϊόντα και ως εκ τούτου νέες δυναμικές μικρομεσαίες εταιρείες (ΜΜΕ). Για παράδειγμα, παλαιότερα οι μεγάλες εταιρείες κινητής τηλεφωνίας δεν είχαν εξαρχής προβλέψει την τεράστια απήχηση που θα είχαν τα σύντομα μηνύματα (sms) και αιφνιδιάστηκαν από την καινούρια αγορά που αναδύθηκε. Κατ' επέκταση η στρατηγική της κυβέρνησης στη συγκεκριμένη αγορά θα πρέπει να έχει ως στόχο τους νέους κυρίως επιχειρηματίες, οι οποίοι τείνουν γρηγορότερα από τους άλλους να υιοθετούν νέες τεχνολογίες (συνέβη παλαιότερα και με την κινητή τηλεφωνία και με το διαδίκτυο). Οι γενικές κατευθύνσεις λοιπόν του κράτους θα μπορούσε να είναι: ενίσχυση από μέρους των τραπεζών νέων τέτοιων ΜΜΕ εταιρειών που δημιουργούνται από νέους επιστήμονες οι οποίοι και μπορούν να προτείνουν πρωτότυπες ιδέες στον χώρο.
- Η περαιτέρω διείσδυση της πληροφορικής (και ιδιαίτερα του διαδικτύου) μπορεί να βοηθήσει αποφασιστικά στην αύξηση της παραγωγικότητας σε μια σειρά από επιστημονικούς χώρους όπως, για παράδειγμα, η τηλε-εκπαίδευση και η τηλε-ιατρική. Ένας επιπρόσθετος επιθυμητός στόχος, μέσω της πληροφορικής, μπορεί να θεωρηθεί και ο περαιτέρω εκσυγχρονισμός του δημόσιου τομέα. Συγκεκριμένα,

η ευρεία εφαρμογή της μπορεί να έχει θετική επίδραση στη βελτίωση για μια σειρά από συστήματα του Δημοσίου όπως: προμήθειες, διαδικασίες εξαγωγών, διαχείρισης δικτύων, υποδομών και φυσικών πόρων, δημόσιας ασφάλειας και προστασίας, δικαιοσύνης και φορολογίας, παρακολούθησης τεχνικών έργων, προβολής πολιτισμού κ.ά.

### 4.2.5. Συμπεράσματα

Η πορεία του κλάδου της Πληροφορικής και των Επικοινωνιών στη χώρα μας είναι μια σύνθετη διαδικασία. Πιο συγκεκριμένα, παρατηρούμε τη συνεχή προσφορά νέων πακέτων υπηρεσιών σε ανταγωνιστικές και συνεχώς μειούμενες τιμές αλλά και τη δημιουργία νέων καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών. Έχουμε δηλαδή έναν κλάδο σε διαδικασία συνεχούς εξέλιξης και απελευθέρωσης. Ως εκ τούτου σκοπός και στρατηγική της Πολιτείας θα πρέπει να είναι:

- Η αυστηρή και συνεχής παρακολούθηση, μέσω των ρυθμιστικών αρχών, τόσο της απελευθέρωσης του κλάδου όσο και των πιθανών επερχόμενων συμμαχιών-εξαγορών-συγχωνεύσεων των μεγάλων παρόχων (εταιρειών τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής) για λόγους βιωσιμότητας στο άμεσο μέλλον.
- Η χρηματοδοτική ενίσχυση (για την πραγματοποίηση των αναγκών επενδύσεων σε επίπεδο τουλάχιστον του τεχνολογικού εξοπλισμού) των παλαιών αλλά και των νεοεισερχόμενων ΜΜΕ του κλάδου. Οι εταιρείες αυτές μπορούν να αναλάβουν, μέσω των καινοτομιών που επιβάλλει η ταχύτατη τεχνολογική εξέλιξη, την αύξηση της προστιθέμενης αξίας (ικανοποιώντας τις συνεχώς εξελισσόμενες ανάγκες στον χώρο) αλλά και της απασχόλησης στον κλάδο.
- Η διευκόλυνση και ενίσχυση νέων αγορών του ηλεκτρονικού επιχειρείν αλλά και των ΜΜΕ που δραστηριοποιούνται δυναμικά σε αυτές και βρίσκονται σε αρχικό στάδιο ανάπτυξης.

### Βιβλιογραφία

Boston Consulting Group (2012), "Παράγων Ίντερνετ: Το Διαδίκτυο ως μοχλός ανάπτυξης της Ελληνικής Οικονομίας", Annual Report.

International Telecommunication Union, "Measuring the Information Society" (2013), Annual Report.

Περαντώνης, Γ. (2011), "Κλάδος Τηλεπικοινωνιών: Ανάλυση Περιβάλλοντος στην Ελλάδα", Μεταπτυχιακή Διατριβή, Οικονομικό τμήμα, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.