

Ινδική αγορά και αναζήτηση ελληνικής εξωστρέφειας

Βασίλης Αχ.Σκρόνιας *

Η Ινδία, με δυτικού τύπου κοινοβουλευτική δημοκρατία, αποτελεί την πολυπληθέστερη (1,5 δις κατοίκους) και έβδομη χώρα στον κόσμο σε έκταση. Σε συνέχεια του ιστορικού ανοίγματος της αγοράς της στις Άμεσες Ξένες Επενδύσεις (ΑΞΕ) (1991) και μέσω των μεταρρυθμίσεων που ακολούθησαν, ιδιαίτερα από το 2014 (κυβερνήσεις Μόντι), η τεράστια αυτή χώρα αποτέλεσε καταλύτη της παγκοσμιοποίησης μέσω της οποίας η πλειοψηφία του πληθυσμού της ξέφυγε από την φτώχεια. Η οικονομία της απογειώθηκε. Είναι πια η πέμπτη μεγαλύτερη οικονομία παγκοσμίως με ονομαστικό ΑΕΠ άνω των 3,173 τρισ. δολ.) ενώ ανέπτυξε, επίσης, πυρηνική, διαστημική και κάθε είδους υψηλή τεχνολογία. Τελικά η Ινδία κατέστη, μεταξύ άλλων τομέων, παγκόσμιο κέντρο στον τομέα της πληροφορικής. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι από το έτος 2019 ο τομέας Υπηρεσιών υπερβαίνει το 53,9% του ΑΕΠ. Επίσης, η χώρα είναι το τέταρτο μεγαλύτερο κέντρο εταιρειών start-up παγκοσμίως ενώ το έτος 2025 ο κύκλος εργασιών του “e-commerce” αναμένεται να ανέλθει σε 250 δις. δολ. αφού το ηλεκτρονικό εμπόριο αποτελεί τον τρόπο προώθησης των περισσότερων καταναλωτικών προϊόντων.

Η ινδική υπο-ήπειρος διαθέτει μια μεγεθυνόμενη μεσαία τάξη, μεταξύ 250-280 εκατομμυρίων κατοίκων (22% του πληθυσμού περίπου), με αυξανόμενο ρυθμό εγχώριας και διεθνούς κατανάλωσης, γεγονός που την καθιστά πολύ σημαντική αγορά. Η μεσαία τάξη της, με εισόδημα μεταξύ 5.500 έως 33.000 ευρώ, αναμένεται να αποτελέσει το 43% του πληθυσμού το έτος 2025 (ήτοι 550 εκατομμύρια καταναλωτών) ενώ διαβιοί κυρίως στα δέκα μεγαλύτερα μητροπολιτικά κέντρα της χώρας. Οι δε πλούσιοι, από πενήντα έξη εκατομμύρια θα ανέλθουν διαδοχικά σε 169 (2030/31) και 437 εκατομμύρια(2046/47). Ανάλογη εξέλιξη έχουν οι πολύ πλούσιοι και οι υπερπλούσιοι ενώ οι Ινδοί δισεκατομμυριούχοι συνωστίζονται κάθε χρόνο στον κατάλογο του περιοδικού FORBES.

Οι φιλοδοξίες της χώρας ξεπερνούν την περιοχή της Ν.Α. Ασίας. Υπενθυμίζεται το σχέδιο δημιουργίας Ινδο-Αραβικού διαδρόμου (India-Middle East Economic Corridor –IMEEC) από την Βομβάη στον Πειραιά, ανταγωνιστικού του κινεζικού “Δρόμου του Μεταξιού”. Ο διάδρομος αυτός θαλάσσιων, οδικών και σιδηροδρομικών μεταφορών, θα συμβάλλει ώστε η άφιξη εμπορευμάτων από την Νότια Ασία να πραγματοποιείται εντός ενός δεκαήμερου. Το σχέδιο δε για την ινδική “γαλάζια-θαλάσσια οικονομία”, με ορίζοντα το έτος 2047 είναι μεν φιλόδοξο αλλά υλοποιήσιμο. Το επενδυτικό

ύψος των απαραίτητων για τον σκοπό αυτό έργων, πχ δημιουργίας κόμβων πολλαπλών μεταφορών (κλπ), θα ανέρθει στα 900 δισ. ευρώ.

Η Ινδία, παραμένει φυσικά, μια χώρα αντιθέσεων, οικονομικών, κοινωνικών, θρησκευτικών ή πολιτισμικών, αλλά σε μια σταθερή πορεία γενικής μετεξέλιξης. Οι ανάγκες της σε υποδομές είναι τεράστιες, όπως και οι ανάλογες εν εξελίξει σχετικές επενδύσεις της (προς το παρόν ύψους 3 τρισ. δολ. ΗΠΑ). Ως φυσικό επακόλουθο η Ινδία, που αποτελεί πλέον μια περιφερειακή, οικονομική, διπλωματική και στρατηγική δύναμη στην Νότια και Νοτιο-Ανατολική Ασία αλλά και με ευρύτερες φιλοδοξίες σε άλλες ηπείρους, αποτελεί αγορά στόχο για τις ξένες επιχειρήσεις, τις διπλωματικές Αρχές και τις κυβερνήσεις τους, τουλάχιστον από τις αρχές της δεκαετίας του 2000 έως τώρα. Παρότι πρόκειται για μια δύσκολη αγορά με πολλά εμπόδια πρόσβασης για τις ξένες εταιρείες λόγω κυρίως της επίσημης κυβερνητικής προστατευτικής πολιτικής του Ν.Δελχί (δασμολογικά και μη δασμολογικά εμπόδια, όπως υψηλοί εισαγωγικοί δασμοί, φυτο-υγειονομικά μέτρα-SPS ,τεχνικά εμπόδια στο εμπόριο-TBT-). Το κανονιστικό δε πλαίσιο συναλλαγών μεταβάλλεται ακόμη και αναδρομικά. Λόγου χάρη η εταιρική φορολογία όχι μόνο σε εθνικό επίπεδο αλλά κυρίως στα πολυάριθμα κρατίδια από τις τοπικές κυβερνήσεις τους δεν είναι σταθερή. Παρατηρείται, επίσης γραφειοκρατία, διαφθορά, έντονος ανταγωνισμός (κ.λπ).

Οι εξωστρεφείς, βέβαια, χώρες και οι εταιρείες τους, κατά την τελευταία 25ετία, προσπαθούν να αποκτήσουν σταθερούς δεσμούς με τις ινδικές Αρχές και μόνιμη επιχειρηματική παρουσία στη χώρα αυτή. Η συνήθης τακτική που ακολουθούν συνοψίζεται επιγραμματικά στις ακόλουθες ενέργειες και δράσεις:

- Ανταλλαγή συχνών επίσημων επισκέψεων σε υψηλό επίπεδο (πρωθυπουργών ή αναπληρωτών πρωθυπουργών, ΥΠΕΞ, οικονομικών υπουργών, εξαγωγικών φορέων, επιμελητηρίων κλπ), ακόμη και σε ετήσια βάση (πχ Ιταλία, Τουρκία, Ισπανία, Αυστρία, Βέλγιο κ.α.). Κατά κανόνα συνάπτονται διμερείς συμφωνίες για κοινά αναπτυξιακά, ενεργειακά, περιβαλλοντικά, επιχειρηματικά και άλλα προγράμματα που συνήθως εφαρμόζονται εντός των προβλεπόμενων προθεσμιών
- Δημιουργία αρκετών μεικτών επιμελητηρίων στην Ινδία (πχ ινδο-τουρκικό, ινδο-γαλλικό, ινδο-ιταλικό κλπ, ακόμη και ινδο-ευρωπαϊκό) που ενημερώνουν τα μέλη τους για τις συνεχείς οικονομικές εξελίξεις και υποστηρίζουν τα κλαδικά συμφέροντά τους στις ινδικές Αρχές
- Συμμετοχή ξένων εταιρειών σε μεγάλες διεθνείς κλαδικές εκθέσεις και οικονομικά Φόρουμ (real estate, start-ups κ.λπ) που πραγματοποιούνται στις σημαντικότερες mega- πόλεις της Ινδίας ή “οικονομικούς πόλους” της χώρας (Βομβάη, Ν. Δελχί, Μπαγκαλόρ, Τζενάι, Καλκούτα κ.λπ). Τα οργανωμένα Γραφεία Οικ. & Εμπ. Υποθέσεων (Ο.Ε.Υ.) εξωστρεφών χωρών διοργανώνουν συχνές

κλαδικές αποστολές επιχειρηματιών τους στα μεγάλα οικονομικά κέντρα της χώρας. Σημειώνεται ότι, στο πλαίσιο μιας επιτυχημένης ως προς το αποτέλεσμα κλαδικής επιχειρηματικής αποστολής (πχ δέκα πέντε εκπροσώπων εταιρειών), σε κάθε εξαγωγή θα πρέπει να αντιστοιχούν πέντε τουλάχιστον στοχευμένες συναντήσεις με αντίστοιχους Ινδούς επιχειρηματίες. Δηλαδή, επιδιώκεται αντιστοιχία στον κλάδο, στο μέγεθος εταιρειών, στους εκατέρωθεν στόχους και συνεπώς απαιτείται σοβαρή προετοιμασία των “B2B” συναντήσεων επί 30/45 συνήθως ημέρες, πλήρους απασχόλησης από δύο τουλάχιστον άτομα, γνώστες των τοπικών εταιρειών αλλά και διαλέκτων. Τα ανωτέρω Γραφεία Ο.Ε.Υ. που βρίσκονται συνήθως στο Νέο Δελχί ή στην Βομβάη, για να ανταποκρίνονται στις προαναφερθείσες αιτήσεις μιας επιτυχημένης επιχειρηματικής αποστολής, εκτός από έναν ή δύο υπαλλήλους καριέρας Ο.Ε.Υ., στελεχώνονται επί μονίμου βάσεως και από Ινδούς υπαλλήλους, πρώην στελέχη τοπικών επιμελητηρίων ή εταιρειών, των οποίων το μισθολογικό κόστος μπορεί μετά βίας να υπερβαίνει τα χίλια ευρώ. Στις δε λοιπές μεγάλες ινδικές πόλεις διαθέτουν έναν ή δύο τοπικούς υπάλληλους, γνώστες της εκεί αγοράς. Μικρά αντιπροσωπευτικά Γραφεία Ο.Ε.Υ. που υπάγονται και συντονίζονται από αυτό του Ν. Δελχί ή της Βομβάης, υπάρχουν και σε γειτονικές πρωτεύουσες χωρών αρμοδιότητας τους (πχ Μπαγκλαντές, Σρι Λάνκα, Νεπάλ, Μαλδίβες κλπ) που επίσης στελεχώνονται από έναν ή δύο επιτόπιους υπαλλήλους, επίσης γνώστες της αγοράς. Ο υπογράφων, κατά την διάρκεια της θητείας του, όταν είχε την τιμή να προϊσταται του Γραφείου Ο.Ε.Υ Νέου Δελχί (2016-2019), έχοντας υπό την αρμοδιότητα του άλλες τέσσερις χώρες (Μπαγκλαντές, Σρι Λάνκα, Νεπάλ, Μαλδίβες), “ζήτησε” την προαναφερθείσα δομή άλλων αντίστοιχων Γραφείων Ο.Ε.Υ., όπως παραδείγματος χάρη αυτό παρά την Αυστριακή Πρεσβεία, το οποίο ήταν σε θέση να διοργανώσει με πλήρη επιτυχία, κάθε δεκαπενθήμερο, μια κλαδική αποστολή σε κάποια/ες από τις ινδικές Μεγαλοπόλεις ή και σε γειτονικές χώρες αρμοδιότητάς του. Η κινητικότητα των στελεχών του ελληνικού Γραφείου Ο.Ε.Υ. Ν. Δελχί, για υπηρεσιακούς λόγους εντός της Ινδίας ή στις “χώρες αρμοδιότητας” του, είναι εξαιρετικά περιορισμένη και δεν ενθαρρύνεται επί δεκαετίες, ακόμη και στην σπάνια περίπτωση που τα σχετικά έξοδα καλύπτονται από ελληνικούς επιχειρηματικούς φορείς. Εξ όσων γνωρίζουμε, πχ ούτε ένα στέλεχος του Γραφείου Ο.Ε.Υ. Ν. Δελχί δεν έχει ποτέ επισκεφτεί υπηρεσιακά την πρωτεύουσα Μάλε των Μαλδιβών, παρότι οι τελευταίες, επί πολλά χρόνια αποτελούν “χώρα αρμοδιότητας” του Γραφείου Ο.Ε.Υ. Νέου Δελχί και τα τελευταία έτη μερικές ελληνικές εταιρείες δραστηριοποιούνται στην πρωτεύουσά τους.

- Σύναψη εταιρικών συνεργασιών μεταξύ ξένων εξαγωγέων, Ινδών εισαγωγέων- διανομέων, πραγματοποίηση συχνών προωθητικών

εκδηλώσεων (προσφορές προϊόντων σε “φιλικές” τιμές, γευσιγνωσία ξένης μαγειρικής, οίνου, ποτών κ.λπ), διαμοιρασμό πχ διαφημιστικού κόστους στα ινδικά ΜΜΕ, στο διαδίκτυο (e-commerce) ή εντός των χώρων διαφόρων σημείων πώλησης μεγάλων δικτύων διανομής (ήτοι άνω των 5000 super markets και 500 υπεραγορών και εμπορικών κέντρων)

- Οικονομικά και άλλα κίνητρα για προσέλκυση κινηματογραφικών και διαφημιστικών εταιρειών του Bollywood αναφορικά με την παραγωγή ταινιών στις χώρες υποδοχής Ινδών τουριστών, συνοδευόμενα και από συχνές προσκλήσεις παραγωγών, σκηνοθετών, tour operators, δημοσιογράφων. Εκτός της προσέλκυσης Ινδών τουριστών, οι προσπάθειες αυτές αποσκοπούν και στην οικονομικά πολύ προσοδοφόρα “βιομηχανία” διοργάνωσης ινδικών γαμήλιων δεξιώσεων σε ευρωπαϊκές χώρες (πχ Ιταλία, Γαλλία, Ισπανία)
- Προσφορά υποτροφιών προς Ινδούς φοιτητές, διενέργεια ερευνητικών προγραμμάτων μεταξύ ινδικών ερευνητικών κέντρων ή πανεπιστημίων με αντίστοιχα ξένων χωρών.

Δυστυχώς η “ελληνική περίπτωση” δεν αντέχει, ακόμη, σε καμία σύγκριση έναντι των “εξωστρεφών” ανταγωνιστών μας. Θα μπορούσε κάποιος να ισχυριστεί ότι το παράδειγμα αντιμετώπισης της ινδικής αγοράς αφενός από τους κύριους ανταγωνιστές μας, Μεσόγειους ή Ευρωπαίους, και αφετέρου από ημάς, επιβεβαιώνει τον ισχυρισμό όσων πιστεύουν ότι χαρακτηριζόμαστε από έλλειμα εξωστρεφούς νοοτροπίας.

Αναφέρουμε εντελώς ενδεικτικά μερικά παραδείγματα:

Πόσοι Έλληνες επιχειρηματίες ενδιαφέρονται για την τεράστια, συνεχώς αναπτυσσόμενη αγορά της ινδικής υπο-ηπείρου; Εκ του αποτελέσματος περίπου είκοσι (20) ελληνικών συμφερόντων εταιρείες δραστηριοποιούνται στην Ινδία έναντι έξι τουλάχιστον χιλιάδων (6.000) ευρωπαϊκών, τουρκικής, ιταλικής, ισπανικής, ιρλανδικής, βελγικής, πορτογαλικής, αυστριακής κ.λπ προελεύσεως. Υπάρχει η εύγλωττη περίπτωση μεγάλων ελληνικών ομίλων γαλακτοκομικών προϊόντων που δήλωναν κατά την περίοδο 1997-2001 ότι “η Ινδία βρισκόταν έξω από το χώρο του στρατηγικού ενδιαφέροντός τους”, παρότι η τοπική αγορά χαρακτηριζόταν τότε ως “παρθένα” σε όρους ανταγωνισμού (βλ. Ι. Α. Ζέπος, «Μια διπλωματική διαδρομή-Υπηρετώντας την Ελλάδα σε τέσσερις ηπείρους», στο Πετρόπουλος, Σ. και Α. Χουλιάρας (επιμ.), *Η Ινδία και οι άλλοι*, Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση, 2021, σελ. 156-157).

Προφανώς, έκτοτε, το στρατηγικό ενδιαφέρον τους σχετικά με την Ινδία δεν υπέστη σοβαρές μεταβολές. Ως ηθικό δίδαγμα των ανωτέρω, αναφέρουμε ότι στις αρχές του έτους 2002, οι ευρωπαϊκοί κολοσσοί γαλακτοκομικών, αρχικά οι Danone και Nestlé, εισέβαλαν με επιθετική στρατηγική στην ινδική αγορά. Έκτοτε αρκετοί γαλλικοί, ιταλικοί, βελγικοί και άλλοι όμιλοι επένδυσαν στην

Ινδία και μέσω των εκεί παραγωγικών μονάδων τους, των δικτύων διανομής που δημιούργησαν σε συνεργασία με ινδικές εταιρείες, ελέγχουν έως τώρα τον ανταγωνισμό, την αγορά με αποτέλεσμα να έχει καταστεί πολύ δύσκολη η είσοδος “νέων παιχτών”. Ο ελληνο-ινδικός όγκος εμπορίου, επιτέλους (!), κατόρθωσε το έτος 2022, να υπερβεί σε αξία το ποσό των 1 δις ευρώ, αλλά αφενός το ύψος του είναι πολύ υποδεέστερο του αντίστοιχου όγκου του εξωτερικού εμπορίου μεταξύ της Ελλάδος και της μικρής Κύπρου (των 800.000 κατοίκων) και αφετέρου το μεγαλύτερο μέρος του αποτελείται από τις ινδικές εξαγωγές προς την χώρα μας. Ο δε όγκος διμερούς εμπορίου αποτελεί σημαντικό κριτήριο αξιολόγησης από μέρους των ινδικών Αρχών όσον αφορά τις σχέσεις τους με άλλες χώρες. Κάτι που ενίοτε ξαφνιάζει τους Έλληνες υπουργούς κατά τις επίσημες συναντήσεις τους με τους Ινδούς ομολόγους τους. Όσον αφορά τις ελληνικές επενδύσεις στην Ινδία, χώρα που πρωταγωνιστεί διεθνώς στην προσέλκυση ΑΞΕ, αναφέρουμε ως ένδειξη, ότι η Ελλάδα κατά τις αρχές της τρέχουσας δεκαετίας, έπεται των ογδόντα πέντε πρώτων ξένων επενδυτριών χωρών. Η αξία των επενδύσεών μας ανήλθε στο “περιθωριακό” ποσό των εννέα εκατ. δολαρίων ΗΠΑ (2000/2019) ενώ οι συνολικές ΑΞΕ αφορούσαν το ποσό των 609,8 δις. δολ. ΗΠΑ. Όπως ήδη αναφέρθηκε, οι ανταγωνιστές μας προβαίνουν σε πληθώρα επίσημων επισκέψεων και εξωστρεφών δράσεων κάθε χρόνο (πχ κλαδικές εκθέσεις, επιχειρηματικές αποστολές, προωθητικές ενέργειες μέσω διαφημίσεων των προϊόντων και υπηρεσιών τους στα ινδικά ΜΜΕ ή μέσω παραγωγών του Bollywood), ενώ από ελληνικής πλευράς παρατηρείται μια σχετική “ηρεμία”. Λίγες είναι οι επίσημες επισκέψεις σε επίπεδο κορυφής από την ανεξαρτησία της Ινδίας (1947) έως σήμερα, όπως αυτή του πρωθυπουργού Κυριάκου Μητσοτάκη (Ν. Δελχί, 20/21.02.2024), ενώ περιορισμένες είναι και οι υπουργικές που όμως κάπως αυξήθηκαν μόνο κατά τα τελευταία έξι περίπου χρόνια. Ορισμένες διμερείς συμφωνίες που συνάφθηκαν συναντούν δυσκολίες στην υλοποίησή τους. Παρατηρείται μόνο μια επιχειρηματική αποστολή κατά μέσο όρο ανά δεκαετία, ενώ περιορισμένες είναι οι συμμετοχές ελληνικών εταιρειών στις πολυάριθμες διεθνείς κλαδικές εκθέσεις της Ινδίας. Κανένας αερομεταφορέας έως τώρα δεν έχει επιδείξει ενδιαφέρον να οργανώσει αεροπορική απευθείας σύνδεση ανάμεσα στις δύο χώρες παρά την υφιστάμενη διμερή συμφωνία μεταξύ των δύο αντίστοιχων υπηρεσιών πολιτικής αεροπορίας. (Ν. Δελχί, 2016), ενώ τα τελευταία μόνο χρόνια η Ελλάδα συμμετέχει με ελληνικό περίπτερο σε μεγάλη έκθεση τουρισμού στη Βομβάη.

Είθε η παρούσα ελληνική κυβέρνηση, που φαίνεται να έχει θέσει μεταξύ των στόχων της την θεραπεία μερικών χρόνιων αδυναμιών της χώρας μας (πχ παιδεία, υγεία κ.λπ), να αντιμετωπίσει όχι μόνο τα δημοσιονομικά ελλείματα, αλλά και το γενικευμένο έλλειμα πνεύματος εξωστρέφειας που χαρακτηρίζει, λίγο πολύ, τόσο τον δημόσιο όσο και τον ιδιωτικό τομέα. Εξάλλου τα δύο αυτά ελλείματα είναι αλληλο-εξαρτώμενα και αλληλο-τροφοδοτούμενα.

***Πρώην Γενικός Σύμβουλος Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων
Α', Υπουργείο Εξωτερικών.**