01

ΙΟΥΝΙΟΣ **2018** ΤΕΥΧΟΣ **01** ΤΙΜΗ **€3,90**

QUATTRORUOTE

QUATTRORUOTE ΙΟΥΝΙΟΣ 2018

ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΗ ΔΟΚΙΜΗ

MERCEDES A CLASS

+

VW ARTEON
CITROEN C4 CACTUS
SKODA KAROQ
FORD FIESTA
HONDA CIVIC
SEAT IBIZA

ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΔΟΚΙΜΗ ALFA ROMEO STELVIO vs PORSCHE MACAN



FORD GT



FERRARI 812 SUPERFAST



HYUNDAI i30 N

ISSN 0036-5815

ΚΥΚΛΟΦΟΡΕΙ ΣΤΙΣ 26.05 ΜΕ ΤΟΝ ΕΛΕΥΘΕΡΟ ΤΥΠΟ ΤΗΣ ΚΥΡΙΑΚΗΣ ΚΑΙ ΣΤΗ ΣΥΝΕΧΕΙΑ ΣΤΑ ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ ΜΕ €3,90

ΑΝΤΙΦΑΣΕΙΣ ΕΝ ΟΡΟΙΣ

Την στιγμή που η ζήτηση καινούργιων αυτοκινήτων στο δυτικό ημισφαίριο αυξάνεται με το σταγονόμετρο, στην ελληνική αγορά χειραγωγούνται εθνικές προσδοκίες για αλματώδη αύξηση ετησίως και ρεκόρ 120 χιλιάδων το 2021. Ακόμα κι αν η αντίφαση αποδειχθεί αυτό-εκπληρούμενη προφητεία, ποιοι πρέπει να είναι οι στρατηγικοί μετασχηματισμοί στην γηρασμένη υποδομή των δικτύων διανομής ώστε ο κλάδος να αποδείξει ότι μπορεί να επιβιώσει παρά τα θανάσιμα αμαρτήματα του παρελθόντος;

Σύνταξη και απόδοση από τους
Mark SCHMIDT – CFA
Ηλίας ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΟΥ – CFA, CPA
Αντώνης ΒΑΡΔΑΚΑΣΤΑΝΗΣ – CFA, CPA

Αποκλειστική αξιολόγηση της ICONIC Project Finance Advisory (UK) για το ελληνικό QUATTRORUOTE

Από το 1987 η **ICONIC Project Finance Advisory (UK)** είναι ανεξάρτητος Σύμβουλος Εργο-Χρηματοδοτήσεων, Ναυτιλιακών Επενδύσεων κι Εταιρικής Διαχείρισης με προτεραιότητα κατά κύριο λόγο στις αναπτυσσόμενες και δευτερεύοντως στις ανεπτυγμένες αγορές. Το αντικείμενο δραστηριοτήτων της εστιάζεται ως επί το πλείστον στις μελέτες (συγ)χρηματοδοτήσεων Έργων Υποδομής υψηλού πιστωτικού κινδύνου (PPP), Επενδυτικής Τραπεζικής (Investment Banking), Εναλλακτικών Χρηματοδοτήσεων (Private Equities) και Κεφαλαιαγορών (Capital Markets).
Η IPFA καλύπτει τους κλάδους **Ενέργειας, Έργων Υποδομής, Ναυτιλίας, Μεταφορών, Τηλεπικοινωνιών, ΜΜΕ και Αυτοκινητοβιομηχανίας.**

ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΕΙΣ ΚΑΙΝΟΥΡΓΙΩΝ ΕΠΙΒΑΤΙΚΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ



Διαχρονική εξέλιξη ελληνικής αγοράς καινούργιων επιβατικών: ταξινομήσεις Μαϊ 2016-Απρ 2018

Στην Μ. Βρετανία του πρώτου τετραμήνου 2018 οι πωλήσεις αυτοκινήτων μειώθηκαν κατά 86 χιλιάδες μονάδες. Στην Ιρλανδία κατά 4 χιλ., ενώ στη Δανία κατά 2 χιλ. Ωστόσο, στην Ελλάδα της ίδιας περιόδου η ζήτηση καινούργιων αυτοκινήτων σημειώνει **«πρωτοφανή & ανεξήγητη»** αύξηση 26.1% συγκριτικά με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο[1], η οποία αντιστοιχεί σε 10πλάσιο ρυθμό συγκριτικά με την μεγέθυνση των EU+EFTA[2] –μόλις 2.6%

«Πρωτοφανής Ζήτηση», διότι η ελληνική αγορά μετά το κραχ και για τα πρώτα χρόνια του μνημονίου είτε παρέμενε καθοδική είτε αναπτύχθηκε με χαμηλό ρυθμό μεταξύ 2014-2016.

«Ανεξήγητη Ζήτηση» διότι κανένας από τους βασικούς μακρο-οικονομικούς δείκτες, δεν μπορεί να δικαιολογήσει την εκτόξευση. Στον αντίποδα υπάρχει η εξήγηση του «μηχανικού ελατηρίου» που αναλύεται παρακάτω.

Ταυτόχρονα, κάθε μήνα, οι προσδοκίες της ελληνικής αγοράς καταρρίπτονται από μία ακόμα αισιοδοξότερη. Στις αρχές του έτους οι προβλέψεις ξεκίνησαν συντηρητικά με αναφορές «γύρω στις 100 χιλ.» ταξινομήσεις, αλλά πλέον όλοι-βλέπουν-την-αγορά να 'καταρρίπτει το ψυχολογικό όριο των 100 χιλ'.

QVO VADIS ELLADA

Θεωρητικά, η ζήτηση αυτοκινήτων κινείται σε μια ζώνη διαστάσεων λίγο μεγαλύτερη ή λίγο μικρότερη από τον ρυθμό εξέλιξης του ΑΕΠ[3]. Σε μακρο-οικονομικούς όρους, λοιπόν, η μεταβολή του ΑΕΠ ισοδυναμεί με μεταβολή στη ζήτηση αυτοκινήτων. Όμως στην ελληνική τάξη του 2018 ο παγκόσμιος κανόνας επιβεβαιώνεται από την εθνική μας εξαίρεση όπου η ζήτηση στην εγχώρια αγορά είναι 10-13 φορές μεγαλύτερη από το προσδωκόμενο ΑΕΠ.

Για να αντιληφθούμε πόσο εξωτική είναι η ζήτηση αυτοκινήτων, αρκεί να ανατρέξουμε στις εκτιμήσεις του ΟΟΣΑ για το παγκόσμιο ΑΕΠ το 2018[4], ώστε μετά να δούμε σε τι παγκόσμιες ταξινομήσεις αντιστοιχεί. Αν λοιπόν ισχύσει η εκτίμηση ΟΟΣΑ για το 2018, το παγκόσμιο ΑΕΠ αναμένεται να αναπτυχθεί κατά 3.7% (και πιθανόν κατά 4.0% μετά την πρόσφατη αναθεώρησή του). Όμως, αντίστοιχα, η παγκόσμια μεγέθυνση επιβατικών εκτιμάται μέχρι το 2024 στο 2.2% κατά τους πιο απαισιόδοξους[5] ή κατά 2,7% το 2018 για τους πλέον αισιοδοξότερους[6].

Ο συσχετισμός **«ΑΕΠ-Ζήτησης»** επιβεβαιώνεται επίσης από την ευρωπαϊκή αγορά. Στην ίδια περίοδο αναφοράς (πρώτο τετράμηνο 2018), τόσο η εικόνα των ταξινομήσεων στην ΕΕ μαζί με Ελβετία, Ισλανδία, Νορβηγία (EFTA) όσο κι η παγκόσμια εικόνα επιβεβαιώνουν σχεδόν καθολικά τα εξής: (α) την αποδεδειγμένη συνάρτηση «ΑΕΠ – Πωλήσεων Αυτοκινήτου» και (β) τις υπερσυντηρητικές εκτιμήσεις των αναλυτών που τις τοποθετούν σε μονοψήφια ποσοστά κάπου μεταξύ 2% και 4%. Συγκεκριμένα, το πρώτο τετράμηνο 2018 οι ταξινομήσεις σε EU+EFTA αναπτύχθηκαν με ρυθμό +2.6%, παραμέ- →



ΤΡΕΙΣ (ΑΥΘΑΙΡΕΤΕΣ) ΓΝΩΜΕΣ ΚΑΙ ΚΑΜΙΑ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΜΕΘΟΔΟΣ (ΩΣ ΤΩΡΑ)

Του **Γιώργου Ανδριανόπουλου** EUR-ING, CEng, MS, ME

Η πρόβλεψη είναι πολύ δύσκολη υπόθεση, ειδικά αν πρόκειται για το μέλλον ήταν η άποψη του Δανού φυσικού και νομπελίστα Niels Bohr. Πράγματι, η μεγαλύτερη πρόκληση στην ανάλυση χρονοσειρών είναι οπωσδήποτε η επιστημονική πρόβλεψη, δηλαδή το πώς η ακολουθία των παρατηρήσεων θα συνεχιστεί στο μέλλον, ενώ ασφαλώς η διαδικασία δεν είναι και ούτε πρέπει να ταυτίζεται με την προφητεία.

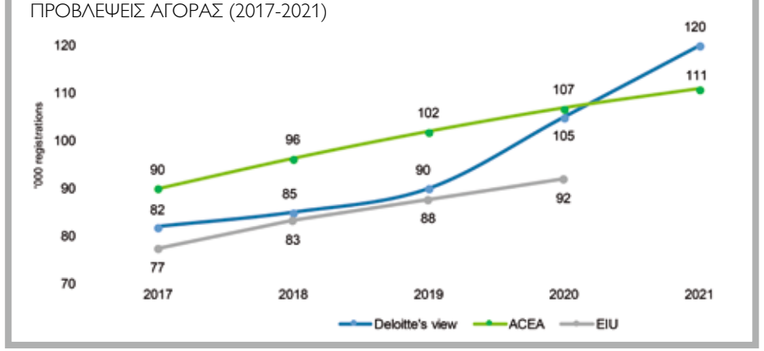
Ως σήμερα υπάρχουν τρεις «αρμόδιες» εκτιμήσεις σχετικά με την μελλοντική ζήτηση αυτοκινήτων στην ελληνική αγορά που ειδικά για το 2018 κυμαίνονται μεταξύ 83 χιλ. και 96 χιλ. ταξινομήσεων. Όμως το πλέον ανησυχητικό ζήτημα και στις τρεις αυτές εκτιμήσεις δεν είναι τόσο οι προφανείς αποκλίσεις μεταξύ τους ούτε ενδεχομένως η ακρίβεια της καθεμιάς ούτε και φυσικά ότι σχεδόν όλες έχουν πέσει έξω (κατ' αναλογία τετραμήνου).

Από μεθοδολογική αποψη, η κριτική εστιάζει στο γεγονός ότι κανένας από τους τρεις φορείς δεν αποκαλύπτει τα βασικά βήματα που ακολούθησε στη διαδικασία των προβλέψεών του και κυρίως στο πώς εφάρμοσε το σημαντικότερο βήμα όλων, την Επιλογή & Προσαρμογή Μοντέλου. Επίσης, ανησυχητική είναι η απουσία Διαστήματος Εμπιστοσύνης το οποίο θα αποτελούσε μέτρο εγκυρότητας της ζήτησης που προβλέπουν.

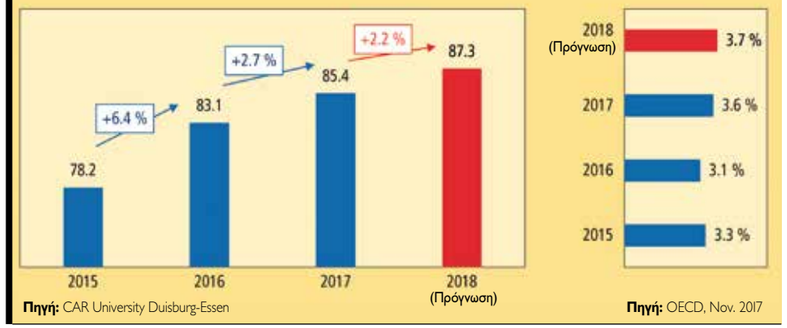
Βεβαίως, υπάρχει πάντοτε πιθανότητα οι προβλέψεις που προαναφέθηκαν να μην είναι Στατιστικές αλλά Κριτικές οπότε να αποτελούν προϊόν διαίσθησης, κρίσης και συσσωρευμένης γνώσης. Όμως ασυνέπεια, συντηρητισμός, επιμονή σε πρόσφατα γεγονότα, ευσεβείς πόθοι, υποτίμηση, αβεβαιότητα, επιλεκτική αντίληψη και κυρίως η προκατάληψη είναι οι πολλαπλές αυθαιρεσίες που επιβαρύνουν αρνητικά τη συγκεκριμένη τεχνική Κριτικής Πρόβλεψης.

Κοινός παρανομαστής των τριών αυθαίρετων προσεγγίσεων (μέχρι αποκαλύψεως της μεθοδολογίας θα παραμένουν αυθαίρετες) είναι η απόπειρα χειραγώγησης ολόκληρης της αλυσίδας όπου τόσο τα αριθμητικά αποτελέσματα όσο και τα ψευδή συμπεράσματα στα οποία καταλήγουν καταναλωτές, εισαγωγείς, επιχειρηματίες και δημόσια διοίκηση, **έλεγχονται με κριτήρια λογικής και ηθικής.**

ΑΓΟΡΑ ΕΠΙΒΑΤΙΚΩΝ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ
ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΑΓΟΡΑΣ (2017-2021)



ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2



Πηγή: CAR University Duisburg-Essen

Πηγή: OECD, Nov. 2017

→νοντας κατ' ουσία αντίστοιχες του συνολικού ΑΕΠ. Το πλέον σημαντικό όμως είναι ότι κάτω από την ισχνή μεσοσταθμική αύξηση κρύβονται ισχυρές ανακατατάξεις που προέρχονται από την αύξηση ζήτησης στις πρώην ανατολικές χώρες η οποία πρακτικά ισοσκελίζει την πτώση σε δυτικές αγορές όπως Μ. Βρετανία (-85.692), Ιρλανδία (-3.959) και Δανία (-1.857).

Ενώ, λοιπόν, σε οποιαδήποτε άλλη αγορά του δυτικού ημισφαιρίου το ΑΕΠ, το διαθέσιμο εισόδημα κι η ανεργία - οι βασικότεροι μακρο-οικονομικοί δείκτες - επηρρεάζουν την ζήτηση αυτοκινήτων σε απόλυτους όρους, η ελληνική πραγματικότητα του 2018 αποτελεί μια παγκόσμια νησίδα όπου αμφισβητείται το ενιαίο κι αδιαίρετο black box μακρο-οικονομικών μεταβλητών με διαχρονική επιρροή στη ζήτηση αυτοκινήτων[7].

Θεωρία όμως χωρίς επιτυχία είναι τυφλή και κατ' αντιδιαστολη η επιτυχία χωρίς θεωρία προσωρινή. Υπάρχουν συνεπώς τρεις στρατηγικές κατευθύνσει τις οποίες ο εγχώριος κλάδος αυτοκινήτου μπορεί να επιλέξει σε αυτό το στάδιο (α) την νιουτραλιστική, (β) την επιφαινομεναλιστική και (γ) την ρεαλιστική.

Στην νιουτραλιστική, δηλαδή στην ουδέτερη κατεύθυνση, επαναπαύεται κι απλώς αναγνωρίζει την ύπαρξης της παγκόσμιας ταυτότητας «Ζήτηση-ΑΕΠ» προσπαθώντας να επιλέξει αντικειμενικά (πλήν νωχελικά και με χρονο-υστέρηση) τις επόμενες κινήσεις του.

Στην επιφαινομεναλιστική, όπου ο κλά-→

Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΟΥ «ΜΗΧΑΝΙΚΟΥ ΕΛΑΤΗΡΙΟΥ»

Οι οικονομολόγοι συμφωνούν στα δεδομένα, διαφωνούν σχεδόν πάντοτε, στην ερμηνεία τους. Έτσι, ενώ η ζήτηση αυτοκινήτων συμβαδίζει με το ΑΕΠ, η εφαρμογή στην ελληνική μικρο-πραγματικότητα και εν πολλοίς η εξήγηση του ελληνικού φαινομένου αποτελεί ιδιαίτερο σημείο τριβής για αναλυτές κι οικονομολόγους.

Σε αντιδιαστολή λοιπόν με την θέση που βλέπει 'πρωτοφανή & ανεξήγητη' την ανάπτυξη της ελληνικής αγοράς, εμφανίζεται η αντίθεση που τονίζει πως η συμπίεση του ΑΕΠ κατά περίπου 25% αντιστοιχεί σε δυσανάλογα πολλαπλάσια υποχώρηση των ταξινομήσεων. Πράγματι, από τις σχεδόν 300.000 μονάδες του 2007 η ελληνική αγορά είχε διορθώσει βίαια σε λιγότερο από 60.000 μέχρι το 2013, μείωση 76% συγκριτικά με το απόλυτο ρεκόρ πωλήσεων. Η 'πρωτοφανής' αύξηση εξηγείται με το μοντέλο λειτουργίας της οικονομίας ως ένα μηχανικό ελατήριο. Αν λοιπόν προσομοιώσουμε την βίαιη διόρθωση της αγοράς με την θέση πλήρους αποσυμπίεσης ενός ελατηρίου, ενώ στο παρόν στάδιο υποθέτουμε ότι έχει ξεκινήσει η αντίστροφη φάση επανα-συμπίεσής του, είναι αντιληπτό ότι η ευκολία κι η ταχύτητα με την οποία το ελατήριο επιστρέφει στην θέση ισορροπίας είναι μεγαλύτερη στην αρχή της διαδρομής. Όσο δηλαδή βρισκόμαστε ακόμα πολύ κοντά στα χαμηλά της αγοράς τόσο μεγαλύτερη είναι η ταχύτητα μεγέθυνσής της (δηλαδή συμπίεσης), γεγονός που κατά ένα τρόπο εξηγεί την εκρηκτική άνοδο κατά 26.1% το πρώτο τετράμηνο του 2018.

Κοινός παρανομαστής, πάντως, ανεξαρτήτου αφετηρίας, είναι ότι τελικά ο ρυθμός ανόδου υποχωρεί όσο μεγεθύνεται η αγορά για να προσεγγίσει τελικά την ανάπτυξη του ΑΕΠ.

ΠΩΣ Η ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΣΤΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΓΙΝΕΤΑΙ ΕΥΚΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΣΤΑΘΕΡΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ

Ενώ κάθε προοπτική ανάπτυξης -είτε πρόκειται για τις παραγωγικές δυνατότητες μιας Οικονομίας είτε για την ενίσχυση του οικονομικού κυκλώματος- οδηγεί σε μαζική τόνωση των επιμέρους κλάδων, η ταχύτητα κι η σταθερότητα με την οποία πραγματοποιείται η ανάπτυξη διακρίνει τις ανεπτυγμένες από τις αναδυόμενες αγορές. Η επιτάχυνση της ζήτησης στον ελληνικό κλάδο αυτοκινήτου έρχεται εν μέσω μιας περίοδου όπου η παγκόσμια ζήτηση παραμένει σχεδόν αμετάβλητη, παρατήρηση ιδιαίτερα ανησυχητική ως προς τη σταθερότητα και τη έστω μεσο-πρόθεσμη βιωσιμότητα της ελληνικής σκηνής.

Η επόμενη δυσκολία με το ελληνικό φαινόμενο, πέραν της μακρο-οικονομικά ανεξήγητης ζήτησης, είναι το γεγονός ότι παρουσιάζει συμπεριφορά αναδυόμενης αγοράς σε ένα εξολοκλήρου δυτικό περιβάλλον ανεπτυγμένων αγορών κι ιδιαίτερα των Ευρωπαϊκών. Δηλαδή κατά πόσο τελικά η ελληνική ζήτηση θα εκτοξεύεται ανεπηρέαστη από τις πλευρικές τάσεις γύρω της σε Παγκόσμιο/Ευρωπαϊκό Χώρο (EU+EFTA) και βεβαίως από τις επιπλοκές των μνημονιακών υποχρεώσεων; Ενδεικτικά σε σύγκριση με πέρσι η αύξηση σε EU+EFTA είναι μόλις +2.6%

Σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα, αυτές οι 'αναδυόμενες' συνθήκες στα ελληνικά δίκτυα πωλήσεων μυρίζουν αναστάτωση και υψηλό επιχειρησιακό κίνδυνο, όπως ακριβώς οι εθνικές οικονομίες που συνήθως υπόσχονται υψηλές αποδόσεις αλλά σε χαμηλότατη πιστοληπτική διαβάθμιση CCC. Αν υπάρχει έστω ένα αντίδοτο, αυτό είναι η επαν-επένδυση της κερδοφορία προς τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας – (α) οργανική ανάπτυξη, (β) στρατηγικές εξαγορές, (γ) λειτουργικές βελτιώσεις και για το τέλος η ανάληψη των κεφαλαιακών κι εγχρήματων αποδόσεων.

Αν τώρα στο ήδη πτητικό πλαίσιο προσθέσουμε:

1. το mega-trend της ηλεκτροκίνησης (που ανατρέπει ολόκληρο το μοντέλο λειτουργίας ενός δικτύου διανομής),

2. τις νέες 'υπηρεσίες κινητικότητας' (που με τη σειρά τους μετατοπίζουν την κατοχή αυτοκινήτου προς την χρήση αυτοκινήτου),

3. την σχεδόν παντελή απουσία εκσυγχρονισμού του ελληνικού δικτύου επί σχεδόν μια δεκαετία, και

4. την ουσιαστική παύση των τραπεζικών χρηματοδοτήσεων

ο μοναδικός σταθεροποιητικός πόρος που υπάρχει στον ορίζοντα είναι πράγματι η επανε-επένδυση της οργανικής κερδοφορίας.

Εφόσον, πρώτα, μεγιστοποιηθεί κάνοντας χρήση των ήδη εγκατεστημένων μέσων και υποδομών των δικτύων διανομής, ιδανικά θα πρέπει να επαν-επενδυθεί στην αναδιάρθρωση και στις ψηφιακές υποδομές τους ώστε να εξοικονομηθούν λειτουργικά κοστολόγια και να προσελκυστούν οι νέες γενιές καταναλωτών –Generation Y (Millennials) και πολύ σύντομα Generation Z (iGeneration).

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει επίσης η ανάπτυξη των ελληνικών δικτύων διαμέσου στρατηγικών εξαγορών και συγχωνεύσεων –πράξεις που σχετικά πρόσφατα το απασχόλησαν άλλωστε.

Όμως ακόμα πιο άμεση κι ελκυστική φαίνεται η προοπτική απορρόφησης κεφαλαίων από Εργο-Χρηματοδοτήσεις (Project Finance) προερχόμενες είτε από Private Equities είτε από πιστώσεις της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων ή/και του EFSI σε projects αναβάθμισης, επέκτασης υποδομών και γενικότερα δραστηριότητες με προβλέψιμη σταθερότητα χρηματοροών.



ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΠΥΓΜΑΛΙΩΝΑ: ΨΥΧΟΛΟΓΙΑ vs ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

Του **Γρηγόρη Λεμονή** Σύμβουλος Επιχειρήσεων – Εργασιακός Ψυχολόγος

Με την ευρύτερη έννοια των κοινωνικών επιστημών ίσως πλέον χρειαζόμαστε και πιο ειδήμονες της συμπεριφοράς του καταναλωτή για να κατανοήσουμε καλύτερα αυτό το φαινόμενο που περιγράφει την ελληνική αγορά αυτοκινήτου το πρώτο τετράμηνο του 2018.

Τα στοιχεία πλέον αρχίζουν να δείχνουν αδιάψευστα ότι στην Ελλάδα ίσως και πάνω από το 60% της αγοράς είναι ψυχολογία. Το ίδιο φαινόμενο ας θυμηθούμε ότι παρατηρήσαμε και το 2014. Τότε διαπιστώθηκε ξαφνικά ότι πολλές βιομηχανίες ζητούσαν να κάνουν service στον εξοπλισμό τους καθώς διέβλεπαν αύξηση παραγγελιών, που και πάλι δεν στηριζόταν σε κάτι απτό πλέον της σχετικής πολιτικής σταθερότητας που θα δημιουργούσε σχετικά θετική διάθεση στην οικονομία.

Γνωρίζουμε βέβαια όλοι που πήγε η οικονομία με τις πολιτικές καταστάσεις του 2015 και τα capital controls. Φαίνεται πλέον ότι όλοι μας, συμπεριλαμβανομένου και του επιχειρηματικού κόσμου, είμαστε έτοιμοι να αγοράσουμε τα καλά νέα. Φυσικά με την έννοια αυτή η οποιαδήποτε θετική πρόβλεψη πλέον μπορεί να είναι και μία αυτοεκπληρούμενη προφητεία. Ίσως πλέον πάσχουμε από ένα γενικευμένο φαινόμενο του Πυγμαλίωνα.

Στην ουσία και οι Ευρωπαίοι «εταίροι» μας, εκθειάζουν την προσπάθεια και προσπαθούν να ρίχνουν ψήφο εμπιστοσύνης στην οικονομία. Γνωρίζουν ότι τα καλά νέα μπορεί να φέρουν περαιτέρω επενδύσεις. Ωστόσο, ας μη γελιόμαστε, όλοι αγοράζουν καλύτερα τα θετικά νέα. Μερικά μάλιστα αποτελούν εκέγγυα και για οικονομίες υπό κατάρρευση. Αν λοιπόν εμάς μας ξενίζει λίγο το πώς οι Έλληνες έδωσαν πάλι ψήφο εμπιστοσύνης στην οικονομία μας, και κάνουν μία τόσο σοβαρή επένδυση σε οχήματα, ας μην ξεχνάμε ότι οι γείτονές μας πιθανώς έδωσαν γη και ύδωρ για να φέρουν τη TESLA στη χώρα τους, σε μία οικονομία υπό πραγματική ελεύθερη πτώση.



➔δος αγιοποιεί την συγκυρία της ζήτησης και εφησυχάζει, διατρέχοντας όμως κίνδυνο να κατρακυκλίσει στην εσωστρέφεια ή την απομόνωση. Τέλος, στην ρεαλιστική, όπου η αναπάντεχη ένεση κερδοφορίας επενδύεται στον στρατηγικό του μετασχηματισμό με προοπτική να μην παραμείνει ούτε συγκυριακή ούτε προσωρινή.

1. *ACEA – European Automobile Manufacturers Association, 17 May 2018*
2. *EFTA είναι η αγορά Ελβετίας, Ισλανδίας, Νορβηγίας*
3. *Nanaki, E, Measuring the Impact of Economic Crisis to the Greek Vehicle Market, Sustainability 2018, 10, 510; doi:10.3390/su10020510, 2018*
4. *OECD Economic Outlook The policy challenge: Catalyse the private sector for stronger and more inclusive growth*
5. *F. Dudenhöffer, Global automotive market slows down in 2018 – Diesel burdens Europe, Center Automotive Research, University of Duisburg-Essen, Germany*
6. *Alix Partners, Automotive Study 2017, Ιούλιος 2017*
7. *Haugh, D.; Mourougane, A.; Chatal, O. The Automobile Industry in and Beyond the Crisis, OECD Economics, Department Working Papers; Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD): Paris, France, 2010.*

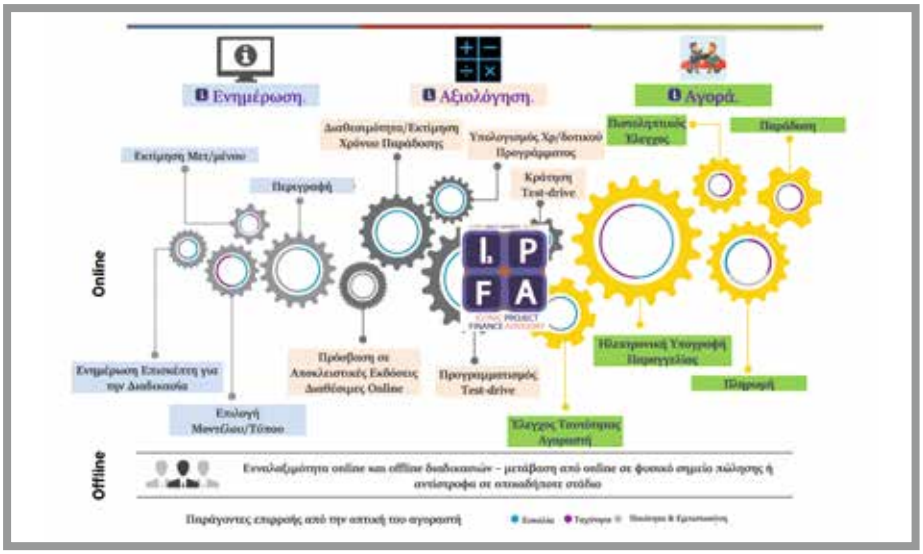
ΥΨΗΛΑ ΚΕΡΔΗ ΣΗΜΑΙΝΕΙ ΡΕΑΛΙΣΤΙΚΗ ΕΠΑΝ-ΕΠΕΝΔΥΣΗ ΣΤΟ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΨΗΦΙΑΚΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ

Ο ελληνικός κλάδος λιανικής αυτοκινήτου βγαίνει από μια δεκαετία όπου τον πρώτο λόγο στις επιχειρήσεις είχε η εξυπηρέτηση του τραπεζικού δανεισμού. Η παγκόσμια αυτοκινητοβιομηχανία μετασχηματίζεται, ωστόσο, προς οχήματα που δεν χρησιμοποιούν ορυκτά καύσιμα, οχήματα που κινούνται αυτόνομα και πλατφόρμες υπηρεσιών που προωθούν την κοινόχρηστη κατοχή με την ώρα ή το χιλιόμετρο (ride-sharing).

Μαζί με τον μετασχηματισμό της αυτοκινητοβιομηχανίας έρχεται η προσαρμογή των δικτύων διανομής από **«σημεία πώλησης»** σε **«κέντρα προώθησης κινητικότητας»**, ένα ζήτημα που βρίσκεται ιδιαίτερα ψηλά στην παγκόσμια ατζέντα και είναι οπωσδήποτε επιτακτική για τον ελληνικό κλάδο.

Ειδικότερα, όμως, για την ελληνική αγορά έχει ιδιαίτερη σημασία στο πόσο γρήγορα και κυρίως πόσο αποτελεσματικά θα μετασχηματιστεί ο κρίκος διανομής προς τον τελικό καταναλωτή ώστε να στηρίξει την ζήτηση –ιδιαίτερα όσο αυτή θα επιβραδύνεται και θα προσεγγίζει την ανάπτυξη του ΑΕΠ.

Όμως εξίσου ψηλά με τον μετασχηματισμό των δικτύων διανομής, βρίσκεται το ζήτημα της 'ψηφιακής λειτουργίας' από την επίσκεψη μέχρι την παράδοση του αυτοκινήτου και το aftersales. Η 'ψηφιακή λειτουργία', όπως απεικονίζεται στο διάγραμμα δίνει ιδιαίτερο βάρος στην ικανότητα ενός δικτύου λιανικής να συνθέτει την φυσική του παρουσία (σημεία πώλησης) και την εικονική του διάσταση (κοινωνικά δίκτυα, internet) σε μία μοναδιαία εικόνα για τον καταναλωτή. Υπό αυτή την έννοια, οι διαδικασίες λειτουργίας γίνονται συμπληρωματικές κι εναλλάξιμες μεταξύ τους ανεξαρτήτως αν προέρχονται από το φυσικό δικτύο και ολοκληρώνονται στο εικονικό ή αντίστροφα.



ΣΤΑΘΕΡΗ ΖΗΤΗΣΗ ΣΤΟ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΔΙΚΤΥΟ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

ΠΕΛΑΤΟΚΕΝΤΡΙΚΟΤΗΤΑ & ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ

Στο εκσυγχρονισμένο δίκτυο διανομής ενοποιούνται **πωλήσεις-πελατοκεντρικότητα-aftersales.** Παρακολουθούμε, λοιπόν, την αυτοκινητοβιομηχανία και μαζί τα δίκτυα διανομής της –παγκοσμιοποιημένη κλίμακα- να στέκονται σε ένα αποφασιστικό σταυροδρόμι που θα επηρρεάσει τις μακροπρόθεσμες επιδόσεις τους τουλάχιστον ως το 2030.

Σε αντίθεση όμως με τους παλαιότερους αναπτυξιακούς/υφεσιακούς οικονομικούς κύκλους, παρακολουθούμε στο ίδιο σταυροδρόμι να ανοίγονται διαδρομές τεχνολογικών μετασχηματισμών και διαφοροποιημένων καταναλωτικών απαιτήσεων που σε μεγάλο βαθμό αλλάζουν ολοκληρωτικά την εικόνα της αυτοκίνησης –τουλάχιστον όπως την γνωρίζαμε τα προηγούμενα 10 ίσως και 20 χρόνια.

Δεν έρχεται καθόλου ως έκπληξη ότι τα δίκτυα διανομής πλέον απομακρύνονται από το προϊόν (αυτοκίνητο) και γίνονται πελατοκεντρικά. Η ενίσχυση νέων αντιλήψεων κινητικότητας όπως κοινόχρηστη κατοχή (το 24%-44% σε Μ. Βρετανία, Γερμανία, Ρωσία αναμένουν το ride-sharing), ηλεκτροκίνηση καθώς κι η αυξανόμενη συμμετοχή μεταχειρισμένων στόλων κι αυτοκινήτων υποχρεώνουν τα δίκτυα διανομής σε αναθεώρηση των business models. Παράλληλα, οι χρήστες-αγοραστές παραμένουν πληροφορημένοι απ' όλες τις πλευρές και για όλα τα ζητήματα, ένα μοναδικό χαρακτηριστικό που αλλάζει τις προσδοκίες τους και με την σειρά του μετασχηματίζει τις στρατηγικές μάρκετινγκ των εταρειών. Από νησίδες πληροφορίας μεταξύ πωλήσεων, after sales, δικτύου διανομής η πελατειακή εμπειρία ενοποιείται και εξελίσεται κάτω από ενιαία ομπρέλα.

