



**ΣΚΕΨΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ  
ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΞΟΔΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ  
ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ**

**ΘΕΟΦΙΛΟΣ ΚΑΛΑΜΠΑΚΑΣ**

**ΑΜΒΟΥΡΓΟ, 20 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2014**



---

**Προς**

1. τον Πρόεδρο της Ελληνικής Δημοκρατίας κύριο Κάρολο Παπούλια,
2. τον Πρωθυπουργό της Ελλάδας κύριο Αντώνιο Σαμαρά,
3. τον Πρόεδρο του συμμετάσχοντος στην Κυβέρνηση Κόμματος του ΠΑ.ΣΟ.Κ. κο Ευάγγελο Βενιζέλο,
4. τον Πρόεδρο του συμμετάσχοντος στην Κυβέρνηση Κόμματος της ΔΗΜ.ΑΡ. κο Φώτιο Κουβέλη,
5. τους κ.κ. Υπουργούς της Κυβέρνησης,
6. τον κο Πρόεδρο του Ελληνικού Κοινοβουλίου και τους κ.κ. Βουλευτές,
7. τα Μ.Μ.Ε.,
8. τα Πολιτικά Κόμματα,
9. τον Παναγιότατο Οικουμενικό Πατριάρχη Κωνσταντινουπόλεως κ. Βαρθολομαίο,
10. την Ελληνική Ορθόδοξη Εκκλησία και τις Ορθόδοξες Ελληνικές Εκκλησίες του εξωτερικού,
11. την Τοπική Αυτοδιοίκηση, Περιφερειάρχες, Νομάρχες και Δημάρχους,
12. τους Έλληνες της Ελλάδας και του εξωτερικού

---

Αμβούργο, Ιανουάριος 2012 (Πρώτη Έκδοση)

Αμβούργο, Οκτώβριος 2012 (Δεύτερη Έκδοση)

---

## Αξιότιμοι Κύριοι

Η παρούσα εργασία μου για παραγωγή προϊόντων πρώτης ανάγκης, απασχόλησης, διακίνησης, εμπορίας και προσφοράς αυτών στην εσωτερική και εξωτερική αγορά με ανταγωνιστική δυναμική με οδήγησαν, μεταξύ άλλων, στις αναφερόμενες ιδέες, συμπεράσματα και προτάσεις, που Σας παρουσιάζω.

Αυτές οι ιδέες γεννήθηκαν μέσα από την πολύχρονη εμπειρία μου ως μεγαλέμπορου και παραγωγού κρεάτων, σε χώρες των Βαλκανίων, σε Γερμανία και Ελλάδα, στην προσπάθειά μου να δημιουργήσω κάθετη βιομηχανία κρέατος στην Ελλάδα.

Η προσπάθεια αυτή δεν ευδοκίμησε, διότι χτυπήθηκε στο στάδιο της δημιουργίας της από απρόβλεπτους εσωτερικούς και εξωτερικούς αντιπάλους, οι οποίοι, όπως αποδείχθηκε, είχαν συμφέροντα να μην υλοποιηθεί η προσπάθεια αυτή.

Επίσης αναφέρομαι στην προσπάθεια των συνεργατών μου και εμού, να οργανώσουμε στην Ελλάδα κατά τα έτη 1975-80 μικρές και μεσαίες παραγωγικές επιχειρήσεις με συμμετοχή κεφαλαίων Ελλήνων της Γερμανίας και εν μέρει Ελλήνων παλιννοστούντων της Γερμανίας, σε συνεργασία με το τότε Υπουργείο Συντονισμού και το γερμανικό Υπουργείο Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης. Η προσπάθεια αυτή επίσης δεν ευδοκίμησε λόγω μη συνεργασίας των τότε Υπουργείων Εργασίας και Εξωτερικών με το Υπουργείο Συντονισμού.

Η πολυδιάστατη απασχόλησή μου στον τομέα της Ενέργειας και της Υγείας, τα τελευταία δεκαπέντε χρόνια στην πόλη του Αμβούργου, όπου ζω σήμερα, με οδήγησαν σε σκέψεις και συμπεράσματα, τα οποία Σας παραθέτω περιληπτικά.

---

### Τα πρώτα τρία κεφάλαια της εργασίας μου, που Σας επισυνάπτω, καταλήγουν στα εξής συμπεράσματα:

#### **A**

1. Μείωση σε μεγάλη κλίμακα του κόστους παραγωγής, διακίνησης, εμπορίας, προσφοράς προϊόντων των παραγωγικών μονάδων στις καταναλωτικές αγορές, τόσο στο εσωτερικό, όσο και στο εξωτερικό (εξαγωγές) με ανταγωνιστική ανθεκτικότητα.
2. Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας σε μεγάλη κλίμακα.
3. Δημιουργία ευκαιριών για την ανάπτυξη νέων ιδεών και μεθόδων για την παραγωγή προϊόντων.
4. Παρουσία νέων προϊόντων στις καταναλωτικές αγορές.
5. Ανάπτυξη νέων παραγωγικών μονάδων και καινοτομιών, χωρίς τον κίνδυνο εξαφάνισής τους από τα “μεγαθήρια”.
6. Σταδιακή έξοδος από τις “λίστες αναμονής” επωνύμων ελληνικών προϊόντων, για την προώθησή τους στις διεθνείς αγορές.

#### **B**

Ανάπτυξη του τουρισμού υγείας στην Ελλάδα σε δωδεκάμηνη βάση, με νέες και αποτελεσματικές μεθόδους, καθώς και δημιουργία συγκροτημάτων πέντε αστέρων, που θα προσφέρουν Τουρισμό Υγείας με επενδυτές απόδημους Έλληνες, φιλέλληνες και φυσικά εντόπιους. Τα συγκροτήματα αυτά θα προσφέρουν Τουρισμό Υγείας με δύο οργανωμένα και ανεξάρτητα τμήματα:

α) Τμήμα προσφοράς προληπτικής ομοιοπαθητικής υπό την διεύθυνση της διεθνούς ακαδημίας ομοιοπαθητικής, υπό τον νομπελίστα καθηγητή κο Γεώργιο Βυθούλκα.

β) Φυσιοθεραπευτική προσφορά με βάση την θεραπευτική, βιολογική, ανανεωτική, πολυδιάστατη παρουσία των NANOPULSE, όπου τα τελευταία δεκαπέντε χρόνια πρωτοστατούν στις θεραπευτικές

αγωγές των αναβαθμισμένων Ιατρείων και Θεραπευτηρίων παγκοσμίως, κυρίως στην κεντρική Ευρώπη, Αμερική, Αυστραλία και Καναδά, με το NANOPULSE PAPIMI θεραπευτικό σύστημα. Βλ. [www.papimi.com](http://www.papimi.com)

γ) Ανάπτυξη του Τουρισμού Υγείας σε περιοχές της Ελλάδας, όπου υπάρχουν ιαματικές πηγές και ξενοδοχεία, όπως επίσης σε περιοχές που ενοικιάζονται διαμερίσματα σε παραλιακές συνοικίες, σε δωδεκάμηνη περίοδο, με βάση τις θεραπευτικές και ανανεωτικές ιδιότητες των NANOPULSE.

## Γ

Συμπλήρωση του θεραπευτικού μας συστήματος εισάγοντας το (All Zweck - Therapie-Waffe) των NANOPULSE (βλ. [www.papimi.com](http://www.papimi.com)). Βάση των διεθνώς επιστημονικών ιατρικών μελετών, όσον αφορά στην επίδραση και στις θεραπευτικές, ανανεωτικές ιδιότητες των NANOPULSE.

### **Οι πρακτικές εφαρμογές στα Ιατρεία ανά τον κόσμο και ιδιαίτερα σε Ευρώπη και Αμερική απέδειξαν:**

α) Καλύτερα θεραπευτικά αποτελέσματα σε σχέση με τις ως τώρα γνωστές μεθόδους: Οι Ιατροί που ασχολούνται με το NANOPULSE PAPIMI, θεραπευτικό σύστημα για την θεραπεία των ασθενών τους, βεβαιώνουν, ότι περίπου το 80% των θεραπειών έχουν θετικά αποτελέσματα. Αυτό μπορεί να επαληθευτεί σε σύντομο χρονικό διάστημα σε γερμανόφωνα κράτη της Ευρώπης, ξεκινώντας από το Αμβούργο, αφού χρησιμοποιείται ήδη από Ιατρούς ελληνικής καταγωγής.

β) Εξοικονόμηση χρημάτων: Η εμπειρία στα Ιατρεία που χρησιμοποιούν θεραπείες με το σύστημα NANOPULSE-PAPIMI έχει αποδείξει:

1. Δυνατή θεραπευτική αποτελεσματικότητα
2. Εξοικονόμηση χρημάτων για τους ασθενείς
3. Οικονομικά οφέλη για τους Ασφαλιστικούς Οργανισμούς
4. Ικανοποιητικές αμοιβές για τους θεράποντες Ιατρούς

γ) Η εφαρμογή των NANOPULSE καταπραΰνουν, ή εξαφανίζουν σχεδόν όλους τους πόνους, με χαμηλό οικονομικό κόστος. Στην δε θεραπεία του καρκίνου (σύστημα ΘΕΟΦΙΛΟΣ) έχει δώσει θαρραλέα αποτελέσματα στον κύκλο της θεραπευτικής ιατρικής στην πόλη του Αμβούργου (βλ. [www.papimi.com](http://www.papimi.com)). Η δυναμική των NANOPULSE θεραπεύει ασθένειες, οι οποίες μέχρι σήμερα δύσκολα θεραπεύονταν. Το δε κόστος για φάρμακα, θεραπείες, νοσοκομεία, χειρουργεία και πιθανόν “φακελάκια”, είναι κατά τους υπολογισμούς μας περίπου το διπλάσιο σε σχέση με το κόστος, που θα προκύψει από την εισαγωγή της θεραπείας με τα NANOPULSE στο Σύστημα Υγείας. Η επαληθευτική διαδικασία προς απόδειξη των ανωτέρω, μπορεί να γίνει σε σύντομο χρονικό διάστημα στις γερμανόφωνες χώρες της Ευρώπης, στα Ιατρεία που ήδη λειτουργεί το NANOPULSE PAPIMI - θεραπευτικό σύστημα.

## Δ

Η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη, καθώς και άλλες πόλεις της Ελλάδας είναι δυνατό να γίνουν σε μικρό χρονικό διάστημα Παγκόσμια Κέντρα Επισκεπτών Τουρισμού Υγείας και Πολιτισμού, εφαρμόζοντας τον προαναφερόμενο συνδυασμό στο κεφάλαιο τέσσερα (4), στη Προμελέτη που Σας επισυνάπτω.

## Ε

Δημιουργία βιομηχανίας κατασκευής Ανεμογεννητριών νέας τεχνολογίας, με επενδύσεις των Ελλήνων του εξωτερικού. (βλ. συνημμένο 1, κεφάλαιο 4).

## Ζ

Αξιοποίηση των βραχονησίδων με την οργάνωση σε αυτές Αιολικών Πάρκων νέας τεχνολογίας.

**α)** Θα παράγεται υδρογόνο σε μεγάλη κλίμακα από το ρεύμα των ανεμογεννητριών στις βραχονησίδες.

**β)** Θα αξιοποιούνται οι βραχονησίδες, και πολλές από αυτές θα είναι κατοικήσιμες, άρα θα μπορούν να ενοικιαστούν σε «μεγιστάνες» της οικονομίας, με σημαντικά έσοδα.

Οι απόδημοι Έλληνες και φιλέλληνες του εξωτερικού μπορούν τώρα να επενδύσουν σε αρκετά Projekt των προαναφερομένων κλάδων. Ο παρών φάκελος περιέχει ιδέες, εμπειρίες αλλά και προτάσεις, ούτως ώστε όλες οι προαναφερόμενες ιδέες και σκέψεις να πάρουν τον δρόμο της υλοποίησης τους. Προϋπόθεση για την υλοποίηση αυτή, είναι η συμπαράσταση και υποστήριξη των προσπαθειών τούτων εκ μέρους του Ελληνικού Κράτους, της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και εκπροσώπων της Ορθόδοξης Εκκλησίας Ελλάδας και Εξωτερικού.

Οι συνεργάτες μου και εγώ προσωπικά ξεκινήσαμε προς την κατεύθυνση αυτή, ανταποκρινόμενοι στο κάλεσμα της Ελλάδας.

Με εκτίμηση  
Θεόφιλος Καλαμπάκας

Ιανουάριος 2012

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

Συμπατριώτες και συμπατριώτισσες της Ελλάδας και του εξωτερικού

### ΠΡΟΣΟΧΗ

Πριν αυτό το κείμενο – έρευνα, που έφθασε στα χέρια Σας, πάρει το δρόμο για το ΑΡΧΕΙΟ ή το ΚΑΛΑΘΙ, ρίξτε του μια ματιά. Αμέσως θα καταλάβετε, ότι το κοινωνικό πρόβλημα, στο οποίο αναφέρομαι, αγγίζει όλους εμάς.

Σίγουρα κάτι καλό έχουμε όλοι να πληροφορηθούμε, εμπλουτίζοντας τις γνώσεις μας και ενισχύοντας τον προβληματισμό μας.

Υπάρχει ένας συμπληρωματικός τρόπος ανάμεσα στις δομές του οικονομικού συστήματος, που ζούμε σήμερα, έτσι ώστε να είναι δυνατή η μείωση της ανεργίας και να αναπτυχθεί δυναμικά η απασχόληση σε όλες τις περιφέρειες της Ελλάδος, κατά συνέπεια να υπάρξει οικονομική ανάπτυξη και καταπολέμηση της φτώχειας.

Ο κάθε ένας από εμάς, είτε διάσημος επώνυμος, είτε ανώνυμος, είτε με δημόσιο αξίωμα, είτε απλός πολίτης, είναι ικανός στο μέτρο των δυνατοτήτων του και εφόσον πεισθεί γι' αυτό, να συνδράμει στην κίνηση μιας διαδικασίας για την προώθηση και εφαρμογή ενός μοντέλου απασχόλησης, με την δραστηριοποίηση οικογενειακών ή μικρών και μεσαίων ομάδων, επιχειρήσεων, αλλά και της αυτοαπασχόλησης.

Με την δραστηριοποίηση των αυτοαπασχολούμενων, αλλά και των άλλων παραγωγικών μονάδων, τα παραγόμενα καταναλωτικά προϊόντα θα μπορούν, με την εφαρμογή ενός συστήματος, να προωθούνται και να προσφέρονται στις καταναλωτικές αγορές (λαϊκές αγορές, σούπερ-μάρκετ, ημιχονδρικές και χονδρικές αγορές), προπαντός δε με την σύμπραξη των ιδιοκτητών των μη μισθωμένων καταστημάτων σε όλη την Ελληνική Επικράτεια, με τις εκπαιδευτικο-προωθητικές εταιρίες που θα αναφέρω παρακάτω. Με το μοντέλο αυτό θα υπάρχει διαρκής προσφορά (στην πόρτα των καταναλωτών), με προϊόντα πρώτης ανάγκης, ποιοτικά αναβαθμισμένα, σε προσιτές τιμές.

Οι αναφερόμενες παραγωγικές μονάδες δεν θα εξαναγκάζονται σε πολυδάπανες και χρονοβόρες διαδικασίες, για την προώθηση και διάθεση των προϊόντων τους, ούτε στην χρησιμοποίηση των «επιταγών» και μεσαζόντων, που αναγκαστικώς αυξάνουν τις τιμές των προϊόντων, εξαιτίας αυτών των συνθηκών, με συνέπεια την πτώση της ανταγωνιστικότητάς τους στις καταναλωτικές αγορές.

Παράξενο! Και όμως αληθινό. Παρακαλώ, μην ξαφνιάζεστε, δεν εννοώ Συνεταιρισμό, ούτε κάποια μορφή Κοινοπραξίας, ούτε όμως πρόκειται για όνειρο θερινής νυκτός, αυτό που αναφέρω παρακάτω.

Φανταστείτε μια μεταφορική ταινία, που περνάει έξω από το σπίτι Σας και Εσείς έχετε την δυνατότητα, να τοποθετήσετε τα προϊόντα που παράγετε, ώστε η ταινία να τα μεταφέρει και να τα προωθεί στις καταναλωτικές αγορές!

Τα προϊόντα Σας επάνω στην «μεταφορική ταινία» θα είναι ασφαλισμένα. Θα είναι δική Σας ιδιοκτησία και θα μπορείτε και Εσείς να τα διαθέσετε, εφόσον το επιθυμείτε, σε κάθε καταναλωτική στάση και προς τους καταναλωτικούς αποδέκτες.

Το ρόλο της «μεταφορικής ταινίας» θα αναλάβουν σε όλα τα διαμερίσματα της Ελλάδος εταιρίες εκπαιδευτικοπροωθητικού χαρακτήρα.

Οι εταιρίες αυτές θα πληροφορούν, θα εκπαιδεύουν, θα διακινούν, θα μεταφέρουν και θα πουλούν τα προϊόντα των παραγωγικών μονάδων, με κόστος που δεν θα υπερβαίνει τα έξοδα συντήρησης των εταιριών αυτών, αρχής γενομένης από τα βιολογικά προϊόντα, την οικιακή χειροτεχνία, τα τουριστικά και πολιτιστικά προϊόντα και προπάντων τα προϊόντα που παράγουν πολλές γυναικείες οργανώσεις στις επαρχίες.

Στο κεφάλαιο 2 (δύο) και 3 (τρία) της παρούσης έρευνας υπάρχει περιληπτική ανάλυση, η οποία καταλήγει στην απάντηση, γιατί έχασαν τις αγορές τα Ελληνικά προϊόντα και για ποιους λόγους οι εξαγωγές Ελληνικών προϊόντων υπέστησαν τη γνωστή καθίζηση και έκλεισαν οι περισσότερες βιοτεχνίες, όπως επίσης, πώς μπορούν τα Ελληνικά προϊόντα να κερδίσουν ξανά το χαμένο έδαφος των αγορών του εξωτερικού.

Κατά την μακροχρόνια εμπειρία μου στον τομέα παραγωγής και διάθεσης καταναλωτικών προϊόντων, κατόπιν ερευνάς μου, διαπίστωσα, ότι η ανταγωνιστικότητα των παραγόμενων Ελληνικών προϊόντων στις διεθνείς κυρίως αγορές του εξωτερικού, δεν έχουν σχέση κατά τη γνώμη μου τόσο με το εργατικό κόστος, αλλά με ποιο σύστημα-μοντέλο γίνεται η μεταφορά, διακίνηση, προβολή, προσφορά και τέλος διάθεση των εξαγωγίμων προϊόντων στις διεθνείς αγορές.

Ο ανταγωνισμός των ελληνικών προϊόντων στις αγορές του εξωτερικού μπορεί να είναι πάντα εφικτός και χωρίς περιπλοκές, όταν υπάρχει μια ομαδικότητα στην διακίνηση και διάθεση των προϊόντων, έτσι ώστε να ελαχιστοποιείται το λειτουργικό κόστος για κάθε προϊόν.

Κάνουν μεγάλο λάθος όλοι, όσοι πιέζουν τις αμοιβές των εργαζομένων προς όφελος της ανταγωνιστικότητας των προϊόντων. Και τούτο δε, διότι αν οι εργαζόμενοι είναι ικανοποιητικά αμειβόμενοι, θα είναι και παραγωγικότεροι, χωρίς να κοιτάνε το ρολόι, για το πότε θα σχολάσουν, ώστε να πάνε στην επόμενη δουλειά, για να μπορέσουν να αντεπεξέλθουν οικονομικά. Το κόστος των προϊόντων αυξάνεται, ανεξάρτητα από το πόσο φθηνά είναι στην παραγωγή τους, όταν πάρουν λάθος δρόμο μέσα στις συμπληγάδες των αγορών του εξωτερικού. Επ' αυτού αναφέρομαι στα κεφάλαια 2 και 3.

Οι εκπαιδευτικοπροωθητικές εταιρίες, στις οποίες αναφέρομαι, θα είναι πολύ πιο αποτελεσματικές, εάν στο πρώτο και κρίσιμότερο χρονικό διάστημα του ξεκινήματός τους εισέλθουν σε μια διαδικασία επιδότησης μέσω του Δ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης, ή άλλων οικονομικών πηγών της Ε.Ε..

Βέβαια εξυπακούεται, ότι οι επιδοτήσεις αυτές θα πρέπει να είναι εξαρτημένες από τα επιτυχή αποτελέσματα των δράσεων των εκάστοτε ενεργοποιημένων εκπαιδευτικοπροωθητικών εταιριών, οι οποίες θα υποβάλουν π.χ. ανά τρίμηνο Εκθέσεις των δραστηριοτήτων τους σε μία αρμόδια διεύθυνση, από τις οποίες θα προκύπτει κυρίως μεταξύ άλλων το ύψος της κατανάλωσης και ο αριθμός των συμβαλλομένων παραγωγικών μονάδων, που εμπιστεύονται τα προϊόντα τους σε αυτές.

Εδώ πρέπει να τονίσω, ότι για την χρηματοδότηση των μηχανισμών του εν λόγω μοντέλου θα πρέπει να δανειστούμε ιδέες από το έργο του νομπελίστα Muhammad Yunus. Θα πρέπει για κάθε νέα θέση απασχόλησης να ενισχύονται οικονομικά οι εκάστοτε φορείς, που τις δημιουργούν. Σε αυτή την κατεύθυνση κινούνται ανάλογες διαδικασίες ενίσχυσης παρόμοιων πρωτοβουλιών στην πόλη του Αμβούργου, της Γερμανίας.

Οι εκπαιδευτικοπροωθητικές εταιρίες αυτές θα έχουν την μορφή π.χ. Ε.Π.Ε. και θα είναι μεταξύ άλλων πλαισιωμένες από ένα συμβουλευτικό όργανο (Συμβούλιο), το οποίο θα αποτελείται από συμμετέχουσες παραγωγικές μονάδες, καθώς και άλλους τεχνογνώστες σε περιοδική βάση. Βέβαια εδώ υπάρχουν πολλά ερωτήματα, τα οποία με λίγη καλή διάθεση και εμβάθυνση του εν λόγω μοντέλου μπορούν να απαντηθούν.

Οι συμμετέχουσες παραγωγικές μονάδες σε στενή συνεργασία με τις εκπαιδευτικοπροωθητικές εταιρίες, στους τομείς της πληροφόρησης και της εκπαίδευσης, θα δημιουργήσουν με την πάροδο του χρόνου τις δικές τους βάσεις, με ερευνητικά προγράμματα με τα οποία θα θέσουν τα θεμέλια για πολυάριθμα μικρά και μεσαία ερευνητικά κέντρα, που θα αποτελούν την διαρκή εγγύηση για την αναγέννηση και την εμφάνιση στις αγορές καινούργιων προϊόντων, με ποιοτικά αναβαθμισμένη παρουσία και σε προσιτές για τον καταναλωτή τιμές.

Πριν ξεκινήσει η οργάνωση ενός πιλοτικού εγχειρήματος, πρέπει τα στελέχη που θα πλαισιώσουν τις εκπαιδευτικοπροωθητικές εταιρίες να συμμετάσχουν σε σεμινάρια Νομαρχιακού Χαρακτήρα με ανάλογα προγράμματα.

Βασική προϋπόθεση για να υπαχθούν οι εκπαιδευτικοπροωθητικές εταιρίες σε κάποιο πρόγραμμα του Δ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης, ή σε άλλα Κοινοτικά Προγράμματα, πρέπει τα μελλοντικά στελέχη των εταιριών να αναφέρουν ονομαστικά στις προμελέτες τους ένα ελάχιστο αριθμό συμμετεχόντων-παραγωγών ή μελλοντικών παραγωγών, οι οποίοι θα ενεργοποιηθούν για την παραγωγή καταναλωτικών προϊόντων και θα εμπιστευτούν τα προϊόντα τους στις εν λόγω εταιρίες.

Οι δε εταιρίες στις πρώτες δυο τρίμηνες Εκθέσεις τους θα πρέπει να αποδεικνύουν, ότι το 50% των συμμετεχόντων παραγωγικών μονάδων, που αναφέρονται στις προμελέτες τους, συνεργάζονται με τις εν λόγω εταιρίες.

Κάθε δε Περιφέρεια, Νομαρχία ή Δήμος πρέπει να δημιουργήσει ένα σύστημα ποιοτικού έλεγχου καταλληλότητας των παραγόμενων προϊόντων, τουλάχιστον δε για τα προϊόντα εκείνα που χρήζουν ελέγχου, π.χ. εάν τηρούνται οι όροι διαδικασίας παραγωγής βιολογικών προϊόντων.

Αν παραγωγικές μονάδες εσκεμμένα νοθεύουν τα προϊόντα τους, θα καλούνται προς απολογία και αν δεν συμμορφώνονται, δεν θα συμμετάσχουν στο προαναφερόμενο μοντέλο παραγωγής και διάθεσης καταναλωτικών προϊόντων.

Η λειτουργικότητα και η αποτελεσματικότητα των εκπαιδευτικοπροωθητικών εταιριών αυτών, εξαρτάται από την συμμετοχή και εμπιστοσύνη των ανωτέρω παραγωγικών μονάδων, οι οποίες θα προσφέρουν προς διάθεση τα παραγόμενα προϊόντα τους σε αυτές.

Οι Περιφερειάρχες, Νομάρχες και Δήμαρχοι θα πρέπει να συμμετάσχουν ενεργά, και να διαφωτίσουν τους πολίτες προς αυτήν την κατεύθυνση.

Η ελπίδα και το θάρρος για την καταπολέμηση της ανεργίας και της φτώχειας δεν θα έρθει από το κέντρο, αλλά από την περιφέρεια και από την επαρχία προς το κέντρο.

Η συνισταμένη των επικρατέστερων, βάσει κατανάλωσης, προϊόντων από όλες τις εκπαιδευτικοπροωθητικές εταιρίες, θα αποτελέσει την βάση των εξαγωγών, μαζί με άλλα επώνυμα προϊόντα που παράγει η Ελλάδα.

Οι σημερινές συνθήκες της παγκοσμιοποίησης, οι «συμπληγάδες» των σημερινών συνθηκών του λεγόμενου ελεύθερου ανταγωνισμού των προϊόντων, επιβάλουν όσο ποτέ την δημιουργία αυτού ή παρόμοιου μοντέλου, όσες αδυναμίες και λάθη διαπιστώσει κανείς με μια πρώτη ανάγνωση αυτών των θέσεων.

Η χρόνια εμπειρία μου ως εργάτη καταρχήν στην Γερμανία, ως Εμπόρου έπειτα και Παραγωγού σε μικρά και μεγάλα μεγέθη στον Ευρωπαϊκό χώρο, αλλά και στην Ελλάδα, καθώς και η δεκαετής έρευνά μου στην κατεύθυνση αυτή, μου επιτρέπουν, να Σας παρουσιάσω το παρόν διαφορετικό μοντέλο παραγωγής, απασχόλησης, διακίνησης, διάθεσης και ανταγωνιστικότητας προς τις αγορές των καταναλωτικών προϊόντων.



Συμπερασματικά, με την εφαρμογή του εν λόγω μοντέλου θα προκύψουν οι εξής ωφέλειες:

- Μείωση σε μεγάλη κλίμακα του κόστους διακίνησης και διάθεσης των προϊόντων των παραγωγικών μονάδων στο καταναλωτικό κοινό, τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό
- Δημιουργία ευκαιριών για την ανάπτυξη νέων ιδεών και μεθόδων για την παραγωγή προϊόντων
- Παρουσία νέων προϊόντων
- Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας
- Ανάπτυξη νέων παραγωγικών μονάδων και καινοτομιών χωρίς τον κίνδυνο εξαφάνισής τους από τα «μεγαθήρια»
- Σταδιακή έξοδος επώνυμων Ελληνικών προϊόντων από τη «λίστα αναμονής» για κάποια ευκαιρία προώθησής τους στις διεθνείς αγορές, στο κατώφλι των μεγάλων διεθνών εμπορικών αλυσίδων.

Με εκτίμηση

Θεόφιλος Καλαμπάκας

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

Εισαγωγική συνοπτική παρουσίαση ενός συγχρόνου Μοντέλου Εξαγωγών Ελληνικών Προϊόντων, βασισμένου στη φιλοσοφία της σύγκλισης των κοινωνικών τάξεων, που υπόσχεται μεταξύ άλλων παραγωγική ευρωστία και δυναμική απασχόληση.

Η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας σε συνδυασμό με την ανάπτυξη της τεχνολογίας και των μέσων επικοινωνίας, έχει δημιουργήσει νέα δεδομένα και προοπτικές για το παρόν και το μέλλον σε όλους τους τομείς της οικονομικής και κοινωνικής ζωής των κρατών.

Υπό την επίδραση αυτή της αλματώδους εξέλιξης προέχει η πολυδιάστατη και πολύπλευρη ανάπτυξη των εμπορικών φορέων, σε σχέση με την Διακίνηση και Εμπορία των προϊόντων των Παραγωγικών Μονάδων σε Πανευρωπαϊκή και Παγκόσμια κλίμακα, οι οποίοι επηρεάζουν τα μέγιστα τις καταναλωτικές κοινωνίες.

Η εμφάνιση, η προβολή, η προσφορά, η κερδοσκοπία, η δυσφήμιση, η παρεμπόδιση, η υπονόμευση και η εξαφάνιση ενός μεγάλου αριθμού προϊόντων των Παραγωγικών Μονάδων στις καταναλωτικές κοινωνίες, εξαρτάται κατά ένα μεγάλο μέρος (εκτός των βασικών κριτηρίων ποιότητας, εμφάνισης, προσαρμογής κ.λ.π.), από τα συμφέροντα των εμπορικών φορέων.

Μέσα σε αυτή την πραγματικότητα, εξετάσαμε την διακίνηση μερικών ελληνικών προϊόντων στη γερμανική αγορά και μάλιστα αυτή του Αμβούργου, η οποία θεωρείται η Μητρόπολη, δηλ. το Εμπορικό Κέντρο του Βορρά στο χώρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Μετά από σχετικές έρευνες, που ενήργησε ο υπογράφων το παρόν, στην ανωτέρω αγορά διαπιστώθηκε, ότι στα περισσότερα καταστήματα τροφίμων (Super ή Minimarket), υπάρχουν ελάχιστα ελληνικά προϊόντα και αυτά που υπάρχουν διατίθενται σε πολύ υψηλές τιμές.

Το περίφημο ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΛΑΔΙ, που παράγεται από πολλές ελληνικές επιχειρήσεις και είναι υψηλής ποιότητας με φτηνό κόστος, το βρίσκεις συνήθως (σε Σούπερ ή Μίνι Μάρκετ της Γερμανίας) σε ιταλική συσκευασία με την ένδειξη «ΛΑΔΙ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ», ή αν το βρεις σε ελληνική συσκευασία, είναι πανάκριβο.

Ο αθέμιτος ανταγωνισμός στην αγορά οδηγεί στην εξαφάνιση πολλών ελληνικών προϊόντων από την γερμανική αγορά, τα οποία παλαιότερα την είχαν κατακτήσει, όπως τα σταφύλια, τα κεράσια, τα ροδάκινα, διάφορα είδη ένδυσης, υπόδησης κ.ά., τα οποία πλέον δεν τα βρίσκουμε (στις αγορές αυτές), ή βρίσκουμε ελάχιστα από αυτά.

Λόγου χάριν, όταν εμφανίζονταν παλαιότερα στην γερμανική αγορά τα σταφύλια ΡΟΖΑΚΙ, τα οποία είναι άφθαστα σε ποιότητα, είχαν τρομερή ζήτηση σε σημείο, ώστε να πωλούνται ελάχιστα ή και καθόλου τα άλλα σταφύλια. Η πώληση των ΡΟΖΑΚΙ σαμποταρίστηκε με τον εξής τρόπο: πωλούσαν ελληνικά σταφύλια ΒΙΚΤΩΡΙΑ, Β' κατηγορίας (τα οποία δεν θα έπρεπε λόγω κακής ποιότητας να εξάγονται), ενώ στο τιμολόγιο πώλησεως σε αλυσίδα καταστημάτων ανέγραφαν οι υπεύθυνοι χονδρέμποροι εισαγωγείς φρούτων «ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΡΟΖΑΚΙ».

Όπως ήταν φυσικό ο καταναλωτής απογοητευόταν από αυτό το υποτιθέμενο «ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΡΟΖΑΚΙ», που δεν του θύμιζε σε τίποτε το παραδοσιακό σταφύλι ΡΟΖΑΚΙ με την περίφημη γεύση του.

Παλαιότερα, όταν πωλούνταν στην γερμανική αγορά τα πραγματικά ΡΟΖΑΚΙ, ο καταναλωτής τα αντιμετώπιζε με αδιαφορία και αγόραζε αντί αυτών τα ιταλικά σταφύλια εισαγωγής ΒΙΚΤΩΡΙΑ, Α' κατηγορίας, ή τούρκικα. Σήμερα το ΡΟΖΑΚΙ σταφύλι δεν υπάρχει πλέον στην αγορά της Γερμανίας.

Το ίδιο ακριβώς συμβαίνει και με το κεράσι. Εισάγεται π.χ. στην γερμανική αγορά το ελληνικό κεράσι, Β' ποιότητας (του οποίου η εξαγωγή πρέπει να απαγορεύεται) με ετικέτα συσκευασίας «ΤΡΑΓΑΝΑ ΕΔΕΣΣΗΣ», τα οποία επίσης απογοητεύουν τον αγοραστή και τον κάνουν να στραφεί στα κεράσια εισαγωγής από Ιταλία και Τουρκία.

Το ελληνικό Σπαράγγι κατά την διάρκεια επίσημου διαγωνισμού μαγείρων γνωστών στην τηλεόραση, πριν από μερικά χρόνια στο Αμβούργο, πήρε το πρώτο βραβείο «γεύσης» και νοστιμιάς, σε σύγκριση με σπαράγγια άλλων χωρών, μεταξύ αυτών και Γερμανία..... Αυτό το Ελληνικό σπαράγγι «κατεξυτελείζεται» στην τιμή διάθεσης στις χονδρικές αγορές, π.χ. η μεγάλη αλυσίδα ΕΔΕΚΑ όταν σαμποτάρισε το Ελληνικό σπαράγγι, σε ένα STAND αυτής στην περιοχή Wandsbek του Αμβούργου έγραφε:

«Τι Ελληνικό....; Τι σπαράγγι από το Περού .... ΟΛΑ ΤΑ ΙΔΙΑ ΕΙΝΑΙ».

Το Περουβιανό σπαράγγι που είναι γευστικά πολύ κατώτερο του Ελληνικού, ως γνωστόν πουλιόταν σε λιανική πώληση 1,- € ή 1,5 € το μισό κιλό, την εποχή που έκανε την εμφάνισή του στις αγορές το Ελληνικό.

Έτσι οι τιμές χονδρικής πώλησης του Ελληνικού σπαραγγιού καταπιέζονταν και έπεφτε πολύ χαμηλά στις αγορές του Μονάχου Γερμανίας, που είχε και έχει ως αποτέλεσμα σήμερα, οι Έλληνες παραγωγοί να μην μπορούν να καλύψουν το κόστος παραγωγής και διακίνησής του.

Το ερώτημα είναι: αυτή είναι η γεωργική πολιτική της Ε.Ε.; Στην προκειμένη περίπτωση τι κάνουμε εμείς;

Ένα μήνα αργότερα μετά την παράλυση της προσφοράς του ελληνικού σπαραγγιού, εμφανίζεται στην αγορά της Γερμανίας, το Γερμανικό σπαράγγι, με 8,- ευρώ έως και 12,- ευρώ το κιλό, λιανικής πώλησης.

Η τελευταία και η κατωτέρω παράγραφος προσετέθη, μετά την έρευνα που έκανα το 2010 επί αυτών:

Το Ελληνικό ροδάκινο σχεδόν έχει εξαφανισθεί από την αγορά του Αμβούργου για τους εξής λόγους: εμφανίζονται ιταλικά και ισπανικά ροδάκινα, τα οποία δεν προτιμούνται, διότι απλώς είναι χωρίς γεύση, άνοστα. Η δε ύπαρξη ελληνικών ροδάκινων δεν ξεχωρίζει στην εμφάνιση από τα ιταλικά και ισπανικά, ενώ η γεύση τους είναι θαυμάσια. Αποτέλεσμα; «Κοντά στα ξερά καίγονται και τα χλωρά», οπότε δεν διακρίνονταν κι άρα υπάρχει δυσκολία πώλησης των ελληνικών ροδάκινων. Ο καταναλωτής στράφηκε στην κατανάλωση του καρπουζιού και στα άγρια Ισπανικά ροδάκινα.

Το 2010 τα άγρια ροδάκινα των Ισπανών χαλάσανε σε ποιότητα, και έτσι ο καταναλωτής ψάχνει να βρει ποιοτικά, της «εποχής» προϊόντα. Οι Ισπανοί το 2011 διόρθωσαν την ποιότητα των αγρίων ροδακίνων κι έτσι έχουν μεγάλη ζήτηση, εις βάρος βέβαια των άλλων προσφορών. Σημειώνω δε, ότι τα άγρια ροδάκινα πωλούνται σε διπλάσια τιμή από τα μέχρι τώρα προσφερόμενα ροδάκινα.

Εάν λοιπόν τα Ελληνικά προϊόντα παρουσιαστούν με εμφανή την ελληνική ταυτότητα τους, στα STANDS των καταναλωτικών κέντρων, τότε τα ροδάκινα π.χ. του Ν. Πέλλας και του Ν. Ημαθίας που έχουν ως γνωστό εξαιρετική ποιότητα, ΘΑ ΚΑΤΑΝΑΛΩΝΟΝΤΑΙ ΕΥΚΟΛΑ. Η ζήτηση θα είναι ..... έντονη.

Δεν πρέπει λοιπόν να απορούμε, για το ότι οι εξαγωγές των ελληνικών προϊόντων αντί να αυξάνονται, μειώνονται συνεχώς. Και ενώ οι ελληνικές εξαγωγικές μονάδες, οι οποίες εξήγαν τα προϊόντα τους στη γερμανική αγορά, ήλπιζαν, ότι με την ελεύθερη διακίνηση των προϊόντων στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης θα αυξάνονταν κατά πολύ οι εξαγωγές τους (κατάργηση τελωνειακών περιορισμών), στην πραγματικότητα συμβαίνει το αντίθετο.

Για να αντιμετωπίσουν το αδιέξοδο αυτό και ψάχνοντας εναγωνίως να βρουν κάποιες λύσεις για τις εξαγωγές των προϊόντων τους, πολλές ελληνικές παραγωγικές μονάδες επιχειρούν, να οργανώσουν την δική τους παρουσία στις συγκεκριμένες αγορές, δημιουργώντας την κατάλληλη υποδομή. Δημιουργούν αποθηκευτικούς χώρους για τα προϊόντα τους και αντιπροσωπείες, οι οποίες επιδιώκουν την εξεύρεση αγορών για την διάθεση των προϊόντων τους στη γερμανική αγορά.

Αυτές όμως οι προσπάθειες έχουν μεγάλο λειτουργικό κόστος (ενοίκια, αμοιβές υπαλλήλων, διαδικασία διαθέσεως κ.λ.π.) και κάνουν το προϊόν ακριβό.

Το κεφάλαιο «Πρόταση – Μοντέλο», που αναφέρεται παρακάτω, είναι μια συνοπτική παρουσίαση ενός σύγχρονου Μοντέλου Εξαγωγών ελληνικών προϊόντων, με αφετηρία τα προαναφερόμενα, τα οποία ενισχύουν την φιλοσοφία για σύγκλιση των κοινωνικών τάξεων και υπόσχεται μεταξύ άλλων παραγωγική ευρωστία, απασχόληση, οικονομική ανάπτυξη και δυναμικές εξαγωγές.

Κατωτέρω παραθέτουμε ορισμένες σχετικές απόψεις, οι οποίες μέχρι χθες ίσως θεωρούντο απραγματοποίητες και ρομαντικές, αλλά οι τρέχουσες εξελίξεις τις επιβάλλουν.

## **A**

Ως γνωστόν, για να παράγει μια παραγωγική μονάδα ένα προϊόν υψηλής ποιότητας με χαμηλό σχετικά κοστολόγιο, εκτός από την ύπαρξη συγχρόνου εξοπλισμού, άριστες πρώτες ύλες και τεχνογνωσία, προϋποθέτει προ πάντων την στενή συνεργασία μεταξύ εργοδοτών και εργαζομένων σε όλα τα επίπεδα.

## **B**

Για να προωθηθεί το προϊόν αυτό στο καταναλωτικό κοινό με γρήγορη και αποτελεσματική απορροφητικότητα, πρέπει να μην επιβαρυνθεί οικονομικά πολύ κατά την διαδικασία προώθησης από την παραγωγή στην κατανάλωση.

Πρέπει δηλαδή οι σχέσεις μεταξύ της παραγωγικής μονάδας και του εμπορικού Φορέα Προώθησης του προϊόντος στην κατανάλωση, να είναι συγκλίνουσες και συνεργάσιμες με βασικούς κανόνες κοινής αποδοχής.

## **Γ**

Το κράτος για να εξασφαλίσει κατά ένα μεγάλο μέρος τα έσοδά του για τον «κρατικό προϋπολογισμό» και για να συντηρήσει και ικανοποιήσει ένα μεγάλο μέρος του κοινωνικού συνόλου, που εργάζεται και εξαρτάται από αυτό, πρέπει να είναι συνεργάσιμο, πρακτικό και ανοιχτό προς τις άλλες κοινωνικές τάξεις. Πρέπει επίσης το κράτος με τους Φορείς και τις Υπηρεσίες που διαθέτει, σαν «κοινωνική τάξη», να συνδράμει θετικά και ισορροπημένα στην σύγκλιση και συνεργασία με τις τάξεις των Παραγωγικών Μονάδων, των Εργατών και των Εμπόρων.

Η σύγκλιση και η αποδοχή κοινών κανόνων συνεργασίας, συνύπαρξης και συναίνεσης των Παραγωγικών Μονάδων, των Εργαζομένων, των Εμπορικών Φορέων και του Κράτους, θα έχει ως ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑ μια αρμονική και ισορροπημένη καταναλωτική κοινωνία, με σταδιακή άμβλυνση των ανισοτήτων και την εξαφάνιση της φτώχειας.

Η ανάπτυξη του συγκεκριμένου μοντέλου, που θα βασίζεται στην «Σύγκλιση των Τάξεων», θα αποτελέσει μια σύγχρονη ΔΙΕΞΟΔΟ στο ΑΔΙΕΞΟΔΟ της αγωνίας των παραγωγών, των εργατών, των εμπόρων, αλλά και του κράτους.

Η κατάργηση των συνόρων, η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας, η ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η καθιέρωση του ενιαίου νομίσματος «ΕΥΡΩ», θα κάνει τον ανταγωνισμό πιο ΑΔΥΣΩΠΗΤΟ και πιο ορατό τον κίνδυνο της υποτέλειας και της εξαφάνισης.

Αυτή η εξέλιξη θα είναι η μεγάλη δύναμη-μαγνήτης, που θα σφυρηλατήσει και θα εδραιώσει την σύγκλιση των τάξεων προς το συμφέρον όλων.

Με εκτίμηση

Θεόφιλος Καλαμπάκας

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

### ΠΡΟΤΑΣΗ – ΜΟΝΤΕΛΟ

Της υπό ίδρυση εταιρείας με την επωνυμία «ΣΥΓΚΛΙΣΗ Α.Ε.», με σκοπό τη δημιουργία Κέντρων Διεθνούς Εξαγωγικού Εμπορίου.

Συνοπτική παρουσίαση

#### 1

Τίτλος του έργου: ΚΕΝΤΡΟ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ «ΚΕ.Δ.Ε.Ε.»

#### 2

Τόπος εγκατάστασης : Θα είναι οι περιοχές, όπου υπάρχουν, ή δημιουργούνται Κέντρα Διακίνησης Προϊόντων, καθώς και η περιοχή των Αθηνών για τα οπτικοακουστικά προϊόντα.

#### 3

Φορέας της επένδυσης : Ανώνυμη Πολυμετοχική Εταιρεία, στην οποία μπορούν να συμμετέχουν Παραγωγικοί Φορείς, Φυσικά και Νομικά Πρόσωπα.

#### 4

Σκοπός της επένδυσης : Η διευκόλυνση, μεταφορά, διακίνηση, υποστήριξη, προβολή, προώθηση και διάθεση των εξαγωγών ελληνικών προϊόντων (τρόφιμα, οπωροκηπευτικά, βιομηχανικά, τουριστικά και πολιτιστικά – οπτικοακουστικά προϊόντα), στην ευρωπαϊκή αγορά και στις τρίτες χώρες, καθώς και η προστασία από αθέμιτο ανταγωνισμό.

Για το σκοπό αυτό θα δημιουργηθούν (ενοικιασθούν) κατ' αρχήν τρία ή περισσότερα διακομιστικά Κέντρα με την απαραίτητη υποδομή και τις εγκαταστάσεις για την Υποδοχή – Παραλαβή και Προώθηση των ανωτέρω ελληνικών προϊόντων. Το ένα ή περισσότερα Διακομιστικά κέντρα θα εξυπηρετούν την διακίνηση των οπωροκηπευτικών προϊόντων και τροφίμων, τα δε άλλα την διακίνηση των βιομηχανικών προϊόντων και το τρίτο, το οποίο θα βρίσκεται στην Αθήνα (περιφέρεια Αττικής), θα εξυπηρετεί την διακίνηση των τουριστικών, πολιτιστικών και οπτικοακουστικών προϊόντων. Η κατανομή των Κέντρων μπορεί να εξειδικευθεί περισσότερο, σταδιακά.

#### 5

Η εταιρεία ΚΕ.Δ.Ε.Ε. θα συμμετέχει κατά πλειοψηφία ή εξ ολοκλήρου σε άλλες ανάλογες Ανώνυμες Εταιρείες ή Ε.Π.Ε. του Εξωτερικού.

Η εν λόγω επιχείρηση θα διαθέτει για μεν τις ευρωπαϊκές χώρες (Ε.Ε.) και εν προκειμένω την Γερμανία, την οποία επιλέξαμε ως χώρα της έρευνάς μας (ως πιλοτική χώρα) και δη τη μητρόπολη του Βορρά, που είναι το Αμβούργο, με δύο κεντρικά καταστήματα – αποθήκες για την διάθεση των ελληνικών προϊόντων, σε χονδρική και ημιχονδρική πώληση. Το ένα κατάστημα θα είναι για τα οπωροκηπευτικά προϊόντα και το άλλο για τα υπόλοιπα προϊόντα (βιομηχανικά προϊόντα και τρόφιμα). Στις χονδρικές πωλήσεις των οπωροκηπευτικών προϊόντων, θα επιδιωχθεί η συνεργασία με τις Τουρκικές οπωροκηπευτικές χονδρικής και ημιχονδρικής πωλήσεως μονάδες, για την ομαλή προσγείωση του ξεκινήματος πωλήσεων των ελληνικών προϊόντων στο Αμβούργο.

Θα ιδρυθούν (σταδιακά) ακόμη 30 καταστήματα «Mini – Market» για την λιανική διάθεση των προϊόντων, στα οποία δεσπόζουσα θέση θα έχουν τα τρόφιμα, οπωροκηπευτικά, τουριστικά και πολιτιστικά προϊόντα (πάντα ελληνικής προέλευσης) με την οργανωμένη προβολή των

βιομηχανικών προϊόντων, πλαισιωμένα και από άλλα τοιαύτα, που δεν παράγονται στην Ελλάδα. Τέτοια μαγαζιά οργάνωσαν για παράδειγμα οι Τούρκοι στη Γερμανία.

Για τις τρίτες χώρες επιλέξαμε ως χώρα πιλότο την Αλβανία και συγκεκριμένα την «Ελευθέρα Ζώνη» του Δυρραχίου, με δύο καταστήματα – αποθήκες, ως χώρους υποδοχής των ελληνικών προϊόντων, εκ των οποίων το ένα θα προορίζεται για τα τρόφιμα – οπωροκηπευτικά και το άλλο για τα βιομηχανικά προϊόντα. Από τα καταστήματα αυτά θα γίνεται η χονδρική και ημιχονδρική πώληση στο εσωτερικό της Αλβανίας.

Προβλέπεται να δημιουργηθούν (σταδιακά) 20 Mini – Market στο εσωτερικό της Αλβανίας με συμπληρωματικά προϊόντα της ντόπιας (αλβανικής) παραγωγής.

Η γνωριμία και η προβολή των ελληνικών προϊόντων από το κεντρικό κατάστημα και τα «Μίνι - Μάρκετ» θα έχουν ως περαιτέρω στόχο την δημιουργία αναλόγων Παραγωγικών Μονάδων στην Αλβανία από ελληνικούς φορείς, πουθα συμμετέχουν με τα προϊόντα τους. Επίσης θα μπορούν να συμμετέχουν Βορειοηπειρώτες και Αλβανοί, οι οποίοι εργάζονται, ή εργάστηκαν στην Ελλάδα.

Μέσω δε των δύο Διακομιστικών Κέντρων, που θα βρίσκονται στην Αλβανία, θα μπορεί η Α.Ε. να παραλαμβάνει και αλβανικά προϊόντα, τα οποία θα προωθεί, μέσω του δικού της δικτύου, στις ευρωπαϊκές αγορές, με τις ίδιες προϋποθέσεις, όπως και τα ελληνικά προϊόντα, στα πλαίσια μιας αμοιβαίας συνεργασίας.

Ο συνδυασμός αυτός για τα προϊόντα αλβανικών Παραγωγικών Μονάδων θα βοηθήσει την προσπάθεια της Αλβανίας για εξαγωγές και θα δώσει κίνητρα για στενή συνεργασία μεταξύ των ελληνικών και αλβανικών Παραγωγικών Μονάδων.

Δεν είναι καθόλου τολμηρό και υπερβολικό, το να δημιουργηθεί η υποδομή του προγράμματος «ΠΙΛΟΤΟΣ – ALBANIA» εκ παραλλήλου και σε άλλες χώρες, οι οποίες δεν είναι μέλη της Ε.Ε..

Βεβαίως τα περισσότερα από τα ελληνικά προϊόντα πρέπει να δώσουν εξετάσεις και να γνωριστούν με τις καταναλωτικές αγορές των κρατών αυτών, διότι δεν έχουν το ίδιο υπόβαθρο στην αγορά του εξωτερικού και πιο συγκεκριμένα εννοώ, ότι η ετικέτα «Made in Greece» δεν έχει τις ίδιες προϋποθέσεις (π.χ. φήμη), όπως οι «Made in Germany» και «Made in Japan».

Στον δε Κινέζικο ανταγωνισμό θα αντισταθούμε με την ποιότητα, την ποικιλία, την πρωτοτυπία και με χαμηλό λειτουργικό κόστος στην διαδικασία των πωλήσεων.

## **6**

Τα εξαγώγιμα ελληνικά προϊόντα μέχρι σήμερα δεν είχαν και δεν έχουν την δυνατότητα (με ελάχιστες εξαιρέσεις) εξ' αιτίας των επιπροσθέτων οικονομικών επιβαρύνσεων, να ανταγωνισθούν παρόμοια προϊόντα των άλλων χωρών, για τους εξής τρεις βασικούς λόγους:

α) Όσον αφορά στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε.) και λόγω της γεωγραφικής θέσης της Ελλάδος (πολύ μακρινές αποστάσεις από τα κέντρα διανομής και κατανάλωσης), δεν δίνεται η δυνατότητα στους Παραγωγικούς – Εξαγωγικούς της Φορείς να συμμετέχουν κυρίως στην ημιχονδρική διάθεση των προϊόντων στην κατανάλωση (π.χ. παραγγελίες 100 κιλών ή 3 τόνων), εξ αιτίας των μεγάλων προβλημάτων μεταφοράς και οργάνωσης αυτών.

Η κάλυψη δηλαδή των αποστάσεων είναι εξαιρετικά χρονοβόρα και πολυδάπανη, ενώ προστίθενται σε αυτά και άλλες επιβαρύνσεις, οι οποίες αυξάνουν το κόστος διακίνησης των προϊόντων, κάνοντάς τα ασύμφορα. Εξ αιτίας αυτών των προβλημάτων οι εξαγωγικές Παραγωγικές Μονάδες στερούνται την κατ' ευθείαν ΗΜΙΧΟΝΔΡΙΚΗ διάθεση των προϊόντων των, η οποία ως γνωστόν αποτελεί τον βασικότερο παράγοντα για την διάθεση των προϊόντων των Παραγωγικών Μονάδων. Δηλαδή οι αποστάσεις, στην προκειμένη περίπτωση, είναι εις βάρος της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών προϊόντων, υπό τις σημερινές προϋποθέσεις.



β) Οι προσβάσεις των Ελλήνων εξαγωγέων στα υπάρχοντα ευρωπαϊκά δίκτυα διανομής έχουν καταστήσει να είναι μόνον στις «λίστες αναμονής». Όταν υπάρχει ανάγκη και έλλειψη ζητούνται τα ελληνικά προϊόντα από τους ευρωπαϊκούς εμπορικούς φορείς, τα οποία τις πιο πολλές φορές όμως σαμποτάρουν για ευνόητους λόγους, όσο προσιτές κι αν είναι οι τιμές των, είτε διότι αυτοί προωθούν κυρίως ομοειδή προϊόντα, που τους συμφέρουν περισσότερο, ή θέλουν, να εξαφανίσουν από την αγορά τα συγκεκριμένα ελληνικά προϊόντα. Στην προκειμένη περίπτωση βάλλεται σκληρά η ανταγωνιστικότητα των ελληνικών προϊόντων.

γ) Για δε τις τρίτες χώρες, οι ημιχονδρικές πωλήσεις των προϊόντων των Ελλήνων εξαγωγέων είναι ελάχιστες, παρ' όλο που οι αποστάσεις σε σύγκριση προς τα άλλα ευρωπαϊκά κράτη είναι μικρότερες. Οι δυσκολίες που υπάρχουν στις διαδικασίες εξαγωγής μικρών ποσοτήτων, δηλ. το κόστος μεταφοράς, οι προδιαγραφές μεταφορικών μέσων και οι γραφειοκρατικές επιβαρύνσεις, όλα αυτά είναι τόσο επιβαρυντικά, που κάνουν την διακίνηση προϊόντων μικρών ποσοτήτων εξαιρετικά ασύμφορη. Εν τω μεταξύ από το 1995 έως σήμερα πολλές ελληνικές επιχειρήσεις εδραιώθηκαν στις Βαλκανικές χώρες, παράγοντας τα προϊόντα τους εκεί, κλείνοντας τις ελληνικές επιχειρήσεις τους στην Ελλάδα, ή διατηρώντας τα δίκτυα πωλήσεων των σε αυτήν.

Το προτεινόμενο επενδυτικό σχέδιο επιδιώκει την κατ' ευθείαν συμμετοχή των Παραγωγικών Μονάδων σε όλες τις βαθμίδες της κατανάλωσης, «Χονδρική – Ημιχονδρική – Λιανική», στις χώρες της Ε.Ε. και στις τρίτες χώρες, αυτό θα επιτευχθεί με:

- Την ύπαρξη συνεργάσιμου και συγκλίνοντος προς τους Παραγωγούς Εμπορικού Φορέως, ο οποίος θα είναι στην διάθεση των Παραγωγικών Μονάδων και θα υπηρετεί τα συμφέροντά τους.
- Τούτο θα διασφαλίζεται από το Καταστατικό της Ανωνύμου Εταιρείας, τον εσωτερικό Κανονισμό Λειτουργίας της, καθώς και από το αντιπροσωπευτικό Ελεγκτικό Συμβούλιο αυτής, την ελαχιστοποίηση του λειτουργικού κόστους, λόγω υποδομής, για κάθε προϊόν.
- Την άμεση πληρωμή (έμβασμα της αξίας του προϊόντος), στην δικαιούχο Μονάδα μετά την διάθεση του προϊόντος. Τα προς πώληση προϊόντα αποτελούν εγγυημένη ιδιοκτησία των Παραγωγικών Μονάδων.
- Οι διευθύνσεις των παραγωγικών μονάδων θα έχουν το δικαίωμα να διαθέτουν και οι ίδιοι τα προϊόντα τους στις αγορές του εξωτερικού, σε συνεργασία πάντα με την κεντρική διεύθυνση του συγκροτήματος στην εν λόγω περιοχή.
- Την συνεχή υποστήριξη εκ μέρους επιτελικών στελεχών της Ανωνύμου Εταιρείας με συμβουλευτικές υπηρεσίες και τεχνογνωσία στις μετέχουσες επιχειρήσεις, όσον αφορά στην παραγωγικότητα, στην ποιότητα, στο κόστος παραγωγής, στα καινούργια προϊόντα, στην συσκευασία κ.λ.π.
- Να εξασφαλίσει ευνοϊκότερα οικονομικά αποτελέσματα, να συμβάλλει στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών προϊόντων και να ενισχύσει τα αναμφισβήτητα, λόγω κλίματος, πλεονεκτήματά τους, για την διάθεσή τους στους καταναλωτές του εξωτερικού.
- Να δημιουργήσει θετικό κλίμα για την διαρκή ποιοτική αναβάθμιση των ελληνικών προϊόντων, όπως επίσης με εκθέσεις ελληνικών προϊόντων, πλαισιωμένες με μεζεδάκια και ευχάριστη ελληνική μουσική (ρεμπέτικα, ζεϊμπέκικους και χασάπικους χορούς) συνοδευόμενες από την λύρα των Ποντίων και των Κρητικών, που θα κλείνει, όπως πάντα, μ' ένα συρτάκι.
- Την επαναλειτουργία πολλών Παραγωγικών Μονάδων, οι οποίες ανέστειλαν την παραγωγή τους.
- Να δημιουργήσει έναν ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΘΕΣΜΟ για την προώθηση των ελληνικών εξαγωγών στο νέο περιβάλλον των αγορών του εξωτερικού.

## ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΡΓΟΥ

α) Ιδια κεφάλαια των υποψηφίων επενδυτών (τουλάχιστον κατά 20% έως 30% του κόστους της επένδυσης).

β) Δημόσια επιχορήγηση κατά 50% από τον αναπτυξιακό νόμο, ή ένταξή του σε άλλο Κοινοτικό Πρόγραμμα με ενδεχόμενη υψηλότερη επιχορήγηση.

γ) Μακροχρόνιο δάνειο, του οποίου το επιτόκιο θα είναι πολύ χαμηλό, ενώ συγχρόνως θα επιδιωχθεί, τα πακέτα των μετοχών που θα αγοραστούν από τις παραγωγικές μονάδες, να είναι προνομιακού χαρακτήρα.

Εφόσον θεωρείτε το προτεινόμενο επενδυτικό σχέδιο ενδιαφέρον, χρήσιμο και αποτελεσματικό, είμαι στην διάθεσή Σας για περαιτέρω ενημέρωση.

Με εκτίμηση

Θεόφιλος Καλαμπάκας



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

### ΑΜΕΣΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΚΑΙ ΦΙΛΕΛΛΗΝΩΝ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Παραγωγή και Ανάπτυξη ελληνικών πολιτιστικών οπτικοακουστικών προϊόντων, με σκοπό την κοινωνική, οικονομική και πολιτιστική αναβάθμιση της Ελλάδος και του Αποδήμου Ελληνισμού.

#### Συνοπτική Παρουσίαση

Η πραγματοποιούμενη με γοργούς ρυθμούς παγκοσμιοποίηση (διεθνοποίηση) της οικονομίας σημαίνει συναγερμό πρώτου βαθμού για την ύπαρξη των λαών σαν εθνικότητες. Όσο οι οικονομίες θα καταργούν, σε όλους τους τομείς, το ένα μετά το άλλο τα σύνορα των σημερινών κρατών, τόσο οι πολιτισμοί των διαφόρων εθνικοτήτων θα αλληλοσυγκρούονται και ο «δυνατός» θα επικρατεί επί του «αδυνάτου»!!

Καθοριστικό ρόλο θα διαδραματίσει σχετικά στο άμεσο και απώτερο μέλλον, το είδος των «Πολιτιστικών Προϊόντων – Όπλων», που διαθέτει, ή μπορεί να διαθέσει η κάθε εθνικότητα για την «Πολιτιστική Άμυνα» και επικράτηση ή επιβίωσή της.

Εθνικότητες, που δεν έχουν «πολιτιστικά αποθέματα», μπορούν να επιβιώσουν με την ανάπτυξη της Τεχνολογίας, του Αθλητισμού και της σύγχρονης οπτικο-ακουστικής τέχνης, προβαλλόμενα δια της οδού των Οπτικοακουστικών Μέσων.

Πολλά Ευρωπαϊκά Κράτη διαθέτουν:

- α) πολιτιστικά αποθέματα
- β) ανάπτυξη τεχνολογίας σε όλα τα επίπεδα της σύγχρονης οπτικο-ακουστικής τέχνης.

Βλέπουμε, ότι στην Ευρώπη υπάρχει μια ισορροπία μεταξύ των εντός του χώρου της ανεπτυγμένων πολιτιστικά κρατών, ενώ σε σύγκριση με τις Η.Π.Α. η Ευρώπη βάλλεται, ως σύνολο αλλά και ως ξεχωριστές εθνικότητες, καταπιεστικά από τον Γίγαντα «Η.Π.Α.- Αμερική», που εξουσιάζει όλα τα κανάλια με την τεράστια βιομηχανία «Πολιτιστικών Προϊόντων» σύγχρονης τέχνης.

Η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια αρχίζει να αντιλαμβάνεται, τι σημαίνει βιομηχανική παραγωγή «Πολιτιστικών Προϊόντων» για την υπόστασή της, ως Έθνος και την οικονομική, πολιτιστική και κοινωνική της ανάπτυξη.

Η Ελλάδα και ο Ελληνισμός έχουν το μεγάλο προνόμιο ανά τον κόσμο να διαθέτουν τα μεγαλύτερα αποθέματα «πρώτης ύλης» για την δημιουργία παραγωγής «Πολιτιστικών Προϊόντων».

Παρόλα αυτά ο Απόδημος Ελληνισμός ελάχιστα και σποραδικά βρίσκει στην Διεθνή Αγορά ελληνικά – πολιτιστικά προϊόντα. Η απαραίτητη αυτή πνευματική τροφή του απελευθερώνει δυνάμεις δράσεως, οι οποίες ενισχύοντας την εθνική του συνείδηση και τονίζοντας την ταυτότητά του, τον ενεργοποιούν θετικά σε μεγάλο βαθμό προς ίδιο όφελος και φυσικά τον προσανατολίζουν με τις καλύτερες προδιαθέσεις στην Μητέρα Ελλάδα. (Για παράδειγμα τα τελευταία 5 χρόνια η τηλεοπτική εκπομπή της Ε.Ρ.Τ., υπό την διεύθυνση του κ. Σπύρου Παπαδόπουλου, καλύπτει ένα μεγάλο μέρος του κενού αυτού, καθώς και η εκπομπή της Ν.Ε.Τ. „Στα Ακρα“, με την κυρία Βίκυ Φλέσσα. Αυτό όμως δεν αρκεί).

Είναι αναγκαίο, να δημιουργηθεί μια καθημερινή τηλεοπτική εκπομπή στην κρατική τηλεόραση, η οποία θα προβάλλει νέες δημιουργικές ιδέες, αναπτυξιακά προγράμματα για επενδύσεις,

πρωτοποριακές εφευρέσεις, συνδέοντας παράλληλα τους απόδημους Έλληνες. Είναι καιρός, να θεμελιωθεί μια φωνή αισιοδοξίας, μια φωνή που προσμένουν όλοι οι Έλληνες της Ελλάδας και του εξωτερικού. Αυτή η φωνή θα αποτελέσει σημείο αναφοράς, προσφοράς και αισιοδοξίας των Ελλήνων.

Η αξέχαστη Μελίνα Μερκούρη είχε συλλάβει την μεγάλη αποστολή για το Ελληνικό έθνος, την ανάπτυξη και παραγωγή «Πολιτιστικών Προϊόντων» υψηλής ποιότητας και χαίρομαι που οι Κοινοβουλευτικοί Εκπρόσωποι όλων των κομμάτων έμειναν πιστοί στην κατεύθυνση αυτή.

Ο Απόδημος Ελληνισμός παλεύει πολιτιστικά αδύναμος και φθίνει σιγά-σιγά, εκεί όπου υπάρχει μεγάλη διασπορά και αναπτυσσόμενη ξένη κουλτούρα, π.χ. Ελληνισμός στην Γερμανία. Η μεγάλη προσφορά της Ελληνικής Ορθόδοξης Εκκλησίας και τα μέτρα, που παίρνει το Ελληνικό Κράτος, συμβάλλουν μόνον, στο να επιβραδύνουν την αλλοτρίωσή του.

Η δε παιδεία για τα ελληνόπουλα της Γερμανίας πρέπει να μελετηθεί και να προσανατολιστεί σε διαφορετική βάση, απ' ότι ισχύει μέχρι σήμερα (π.χ. υπάρχουν σχολεία με περισσότερους δασκάλους, απ' ότι μαθητές).

Οι πολιτιστικές συγκρούσεις των διαφόρων εθνικοτήτων έχουν δύο μεγάλα πεδία μαχών:

- α) την κοινωνικο- πολιτιστική σύγκρουση δια της επαφής και
- β) την κοινωνικο- πολιτιστική επίδραση των οπτικοακουστικών μέσων στην «Λεωφόρο» των Μέσων Επικοινωνίας.

Κάτω από το πρίσμα αυτό πρέπει να εξετασθούν τα εξής ζητήματα:

#### 1.

- α) πώς θα ενισχυθεί πολιτιστικά και θα δραστηριοποιηθεί ο Απόδημος Ελληνισμός
- β) πώς θα επιτευχθεί η επικοινωνία μεταξύ των Ελλήνων της διασποράς, κάτι που δεν συμβαίνει σχεδόν καθόλου και πρέπει απαραίτητα να γίνει.

2. Σε ποια βάση ο Απόδημος Ελληνισμός και η Ελλάδα μπορούν να αναπτύξουν τις σχέσεις τους, ώστε να υπάρξει και για τις δύο πλευρές κοινό όφελος.

3. Πώς μπορούν να δραστηριοποιηθούν οι φιλέλληνες σε σχέση με την Ελλάδα και τους Απόδημους Έλληνες.

4. Πώς θα αποκτήσει ο Ελληνισμός και η Ελλάδα καινούργιους φιλέλληνες.

5. Με ποιο τρόπο οι Απόδημοι Έλληνες με την συμπαράσταση του Ελληνικού Κράτους, από κοινού ή μεμονωμένα, θα αναπτύξουν οικονομικά προγράμματα προς όφελος όλων.

6. Πώς η Ορθοδοξία στο εξωτερικό θα συμπορευθεί με τον Ελληνισμό πιο αποτελεσματικά.

Η προσωπική μου εμπειρία απέδειξε, ότι μόνον σωστά και ποιοτικά «Πολιτιστικά Προϊόντα» σε οπτικοακουστική βάση μπορούν, με την κατάλληλη οργανωτική υποδομή, να φέρουν θετικά και ωφέλιμα αποτελέσματα για τους Απόδημους Έλληνες και την Ελλάδα.

#### **Προτείνω:**

για την υλοποίηση των ανωτέρων περιπτώσεων και άλλων προγραμμάτων, που αναφέρω κατωτέρω, να ιδρυθεί, υπό τύπον ανώνυμης εταιρείας, μια βιομηχανία παραγωγής οπτικοακουστικών «Πολιτιστικών Προϊόντων, «Α.Ε.», με έδρα την Θεσσαλονίκη. Στο Ελεγκτικό Συμβούλιο αυτής της Ανώνυμης Εταιρείας θα συμμετέχει και η Κοινοβουλευτική Διακομματική Επιτροπή.

Προς το σκοπό αυτό θα εκδοθούν μετοχές, π.χ. της τάξεως των 500 εκατομμυρίων ευρώ, οι οποίες θα διατεθούν κατά ένα μεγάλο μέρος στους αποδήμους Έλληνες.

Επίσης θα συσταθεί Τράπεζα Αποδήμων Ελλήνων με έδρα την Θεσσαλονίκη και με παραρτήματα, όπου υπάρχει συγκεντρωμένος απόδημος ελληνισμός.

Στο Κεφάλαιο της Τραπεζής θα συμμετέχουν επιχειρηματίες, βιομήχανοι και εργάτες απόδημοι Έλληνες και βεβαίως και Έλληνες από το εσωτερικό της Ελλάδος.

Ενας βασικός τομέας με τον οποίο θα ασχοληθεί η Ανώνυμη εταιρία, είναι εκείνος της τηλεόρασης, όπως ανέφερα ανωτέρω. Θα περιέχει λοιπόν η Α.Ε. την ανάπτυξη υποδομής για ποιοτικά άριστες μεταγωγές, που θα παρουσιάζουν τα ελληνικά κανάλια. Ως είναι γνωστόν, οι υπότιτλοι κουράζουν και ταλαιπωρούν τον τηλεθεατή και προπάντων του στερούν την ευκαιρία, να αντιληφθεί εις βάθος αυτό που βλέπει, καθώς επίσης του αφαιρούν το δικαίωμα να απολαύσει την γλώσσα του, για την οποία πρέπει και μπορεί να είναι περήφανος, με θεμελιωμένα επιχειρήματα.

Εδώ καλό είναι, να μελετήσουμε και τους Γερμανούς, που σε όλα τα οπτικοακουστικά μέσα έχουν εφαρμόσει μια αναβαθμισμένη μεταγλώττιση.

Επίσης βασικά μέρη του προγράμματος της Α.Ε. θα αποτελούν:

- η απόκτηση δικαιωμάτων προβολής και μεταγλώττισης παγκοσμίως, όλων των ελληνικού περιεχομένου οπτικοακουστικών προγραμμάτων (ιστορικού, καλλιτεχνικού, μυθολογικού περιεχομένου)
- η έκδοση πρακτικών οδηγιών για την εκμετάλλευση των δυνατοτήτων του διαδικτύου, όσον αφορά στην προσφορά ελληνικών πολιτιστικών προγραμμάτων, κυρίως για τα παιδιά των αποδήμων
- δυναμικές επενδύσεις των αποδήμων Ελλήνων και Φιλελλήνων στην Ελλάδα, όπως αναφέρω στα κεφάλαια 5 και 6, είναι επίσης άμεσα εφικτές.

Εδώ αναφέρω μερικές πρακτικές επενδύσεις των Ελλήνων του εξωτερικού:

Οι Έλληνες του εξωτερικού και οι φιλέλληνες επιθυμούν να έχουν μια κατοικία στην Ελλάδα όχι μόνο λόγω κλιματολογικών συνθηκών, αλλά πολύ περισσότερο για λόγους συναισθηματικούς και μάλιστα το επιδιώκουν τούτο στην Περιφέρεια, απ' όπου κατάγονται.

Αυτή η κατοικία-διαμέρισμα θα τους προσφέρει πάρα πολλές ανέσεις και θα ανήκισε ένα συγκρότημα πέντε αστέρων και που η οικοδόμησή του (του συγκροτήματος) μπορεί να εφαρμοστεί από την υπό ίδρυση Ανώνυμη Εταιρία, για τον σκοπό αυτό.

Το συγκρότημα που θα ανήκουν τα διαμερίσματα αυτά, θα παρέχει στους διαμένοντες προσφορά βελτίωσης της υγείας, αναγέννησης του οργανισμού και της ευρωστίας τους.

Στο συγκρότημα αυτό η προσφορά για τον αθλητισμό θα είναι πολύ δυναμική. Με την θεραπευτική επίδραση των NANOPULSE - PAPIMI Θεραπευτικό Σύστημα ([www.papimi.com](http://www.papimi.com)), το οποίο με τα NANOPULSE που παράγει στο εσωτερικό του σώματος, επιτυγχάνει την καταπράυνση ή εξαφάνιση του πόνου, τη βελτίωση της απόδοσης του κινητικού συστήματος, την καταπράυνση ή εξαφάνιση του πόνου, τόσο για τον τουρίστα, όσο ακόμη και για τον ιδιοκτήτη του διαμερίσματος, ως ένα μεγάλο δώρο. Καταπολεμά ακόμη, ή βελτιώνει και τη νέα ασθένεια της εποχής, την κατάθλιψη και πλήθος άλλων ψυχοσωματικών ασθενειών.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

Στο κεφάλαιο πέντε θα αναλύσουμε συστηματικά και διεξοδικά με αποδεικτικά στοιχεία, το πώς επιτυγχάνονται τα παραπάνω, μαζί με άλλες επιτυχίες των NANOPULSE από το NANOPULSE – PAPIMI Θεραπευτικό Σύστημα.

Στο διαδίκτυο ([www.papimi.com](http://www.papimi.com)) Σας παρουσιάζω, την μέθοδο του PAPIMI και μεταξύ άλλων μια μέθοδο δυναμικής ενδυνάμωσης του ανοσοποιητικού συστήματος του ανθρώπινου οργανισμού, με την παράλληλη επίδραση των NANOPULSE-Βιταμινών και οξυγόνου.

Οι Ιατροί στην πόλη του Αμβούργου χρησιμοποιούν αυτή τη μέθοδο με απίστευτα θεραπευτικά αποτελέσματα για την υποστήριξη της θεραπείας του καρκίνου, ακόμη και σε προχωρημένα στάδια. Βέβαια τέτοιες θεραπείες θα γίνονται με τους Ιατρούς της περιοχής.

Μάλιστα οι κατοικίες των ιδιοκτητών θα μπορούσαν να ενοικιάζονται, σε άτομα που θέλουν να κάνουν Τουρισμό Υγείας, (σε περιόδους που δεν χρησιμοποιούνται από τους ίδιους), βελτιώνοντας έτσι τα οικονομικά τους. Τέτοια πρότυπα Τουρισμού Υγείας, λόγω της ιδιαιτερότητάς τους, θα είναι περιζήτητα κυρίως από τουρίστες τρίτης ηλικίας σε παγκόσμια βάση. Η κατοικία αυτή για τον Έλληνα ή τον φιλέλληνα θα είναι βάση προσανατολισμού και για άλλες οικονομικές δραστηριότητες στην Ελλάδα.

Το επενδυτικό πρώτο ξεκίνημα των αποδήμων Ελλήνων μπορεί να αρχίσει από τη δημιουργία συγκροτήματος 450 διαμερισμάτων πέντε αστέρων, με δύο πτέρυγες προσφοράς για τον Τουρισμό Υγείας, σε περιοχή της πόλης της Έδεσσας (δυνατή η ανέγερση του συγκροτήματος σε προσφερόμενο οικόπεδο), με φωτοβολταϊκή υποστήριξη. Στην πρώτη πτέρυγα θα εφαρμόζεται η προληπτική ομοιοπαθητική υπό την διεύθυνση και επίβλεψη της διεθνούς ακαδημίας ομοιοπαθητικής επιστήμης, που εδρεύει στη νήσο Αλόνησσο, υπό τον Νομπελίστα Καθηγητή κύριο Γεώργιο Βυθούλα.

Στην δεύτερη πτέρυγα θα εφαρμόζονται τα NANOPULSE, που παράγονται από το PAPIMI-Θεραπευτικό Σύστημα με ανάλογες, μη πολυδάπανες υποδομές. Βλ. [www.papimi.com](http://www.papimi.com)

Πρέπει να σημειώσω, ότι εκτός από τις γνωστές φυσικές ομορφιές της Έδεσσας, υπάρχουν τριγύρω της τα ξακουστά ιαματικά λουτρά της Αριδαίας και το χιονοδρομικό κέντρο του Βορρά, Καϊμακτσαλάν.

Οι αγοραστές των διαμερισμάτων του συγκροτήματος πέντε αστέρων, που θα τους προσφέρει Τουρισμό Υγείας υψηλής ποιότητας και αποτελεσματικότητας στην περιοχή της Έδεσσας, καθώς και στις γύρω περιοχές, έχουν να επωφεληθούν τα εξής πλεονεκτήματα:

1. Η επένδυση θα επιδοτηθεί από την Ε.Ε. μέσω του αναπτυξιακού νόμου έως 50% επί του επενδυτικού κεφαλαίου. Κατά αυτόν τον τρόπο το διαμέρισμα που θα προσφέρει επί 12μηνιαία βάση Τουρισμό Υγείας, στο συγκρότημα των πέντε αστέρων, θα είναι σχετικά οικονομικό για τον αγοραστή.
2. Για το διάστημα που ο αγοραστής του διαμερίσματος δεν θα το χρησιμοποιεί ο ίδιος, θα ενοικιάζεται σε άλλους τουρίστες, που θέλουν, να απολαύσουν Τουρισμό Υγείας, μέσω της διεύθυνσης του συγκροτήματος. Τα δε έσοδα από την ενοικίαση του διαμερίσματος θα είναι σημαντικά εν σχέση με το ύψος της επένδυσης του διαμερίσματος.
3. Τα έσοδα του ιδιοκτήτη του διαμερίσματος για τα πρώτα χρόνια θα απαλλάσσονται κατά ένα μεγάλο μέρος από τη φορολογία, λόγω αποσβέσεων.
4. Ο κάτοχος του διαμερίσματος θα μπορεί να διαμένει και σε άλλες περιοχές της Ελλάδας, όπου θα υπάρχουν παρόμοια συγκροτήματα Τουρισμού Υγείας, χωρίς καμία προσωπική οικονομική επιβάρυνση. Αυτό θα επιτυγχάνεται με κάλυψη των εξόδων παραμονής του, από ένα μέρος των

εσόδων που θα έχει ο ίδιος από το διαμέρισμά του, μέσω της διεύθυνσης του συγκροτήματος υγείας, όπου ανήκει το διαμέρισμά του.

5. Οι κάτοικοι της περιοχής του συγκροτήματος Τουρισμού Υγείας θα έχουν τη δυνατότητα να επωφεληθούν από την υποδομή και το προσωπικό του εν λόγω συγκροτήματος.

6. Επειδή η ζήτηση του ειδικού προϊόντος του Τουρισμού Υγείας θα είναι μεγάλη, λόγω της υψηλής και αποτελεσματικής πρωτοτυπίας του με ελάχιστο κόστος, τότε οι περιοχές Εδεσσας, Σκύδρας και Αριδαίας, όπως και τα γύρω χωριά, θα έχουν πολλούς επισκέπτες, που θα επιθυμούν να βελτιώσουν την υγεία τους χρησιμοποιώντας το συγκρότημα Τουρισμού Υγείας. Κατά αυτόν τον τρόπο θα υπάρχει διαρκής τουριστική κίνηση στις περιοχές αυτές.

7. Οι εκπαιδευτικοπροωθητικές εταιρίες της περιοχής, που αναφέρω στο κεφάλαιο ένα, θα έχουν υποστήριξη προσφέροντας βιολογικά και άλλα προϊόντα στο συγκρότημα και θα τονώσουν δυναμικά τους παραγωγούς των περιοχών Εδέσσης, Σκύδρας και Αριδαίας.

Οποιος Έλληνας ή φιλέλληνας έχει ενδιαφέρον, να εμβαθύνει και να βοηθήσει στην υλοποίηση των προγραμμάτων που αναφέρουμε, ή να συμπληρώσει με δικές του ιδέες το πρόγραμμά μας, ας δώσει την παρουσία του στην διάθεσή μου: [Th.Kalabakas@gmx.de](mailto:Th.Kalabakas@gmx.de).

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

Ο μεγάλος Βίκτωρ Ουγκώ, διατύπωσε: „Γίποτε δεν είναι δυνατότερον από μια ΙΔΕΑ στον κατάλληλο χρόνο“.

Ο δε Πυθαγόρας είπε: „Ο γραμμάτων άπειρος ου βλέπει, βλέπων“.

Στο κεφάλαιο 6 αναφέρεται ο τρόπος και η διαδικασία παραγωγής μεγάλων ποσοτήτων υδρογόνου (ήδη σε Ασία, Αμερική και Ευρώπη δημιουργούνται πρατήρια υδρογόνου ως εναλλακτικό καύσιμο, βλ. συνημμένα) στις μη κατοικήσιμες βραχονησίδες, ως και η μεταβολή αυτών σε κατοικημένες περιοχές. Αυτό θα επιτευχθεί με την δημιουργία μιας νέας βιομηχανίας κατασκευής νέου τύπου ανεμογεννητριών. Για τη δημιουργία της βιομηχανίας αυτής και την εισαγωγή του Knowhow επενδυτές θα είναι οι Έλληνες του εξωτερικού. (Βλέπε την παρακάτω εικόνα).

Πρέπει λοιπόν να αρχίσουν αμέσως εκ παραλλήλου σοβαρές «Οικονομικο- Εθνικές» μελέτες για όλες αυτές τις ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ, που σκοπό έχουν την πολιτιστική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της Ελλάδος και του Αποδήμου Ελληνισμού.

Θερμή παράκληση, εάν και εφόσον συμφωνείτε με το περιεχόμενο των κεφαλαίων αυτών, μεταβιβάστε το σε φίλους και γνωστούς Σας, έτσι ώστε τέτοιου είδους ιδέες-σκέψεις για τα ως άνω αναφερόμενα να αναπτυχθούν και στη δική Σας περιοχή.

Με εκτίμηση

Θεόφιλος Καλαμπάκας

THEOFILOS KALABAKAS  
TRAUNS ALLEE 15  
22043 HAMBURG  
GERMANIA  
ΤΗΛ./FAX: 0049-40-68283790  
E – MAIL: TH.KALABAKAS@GMX.DE



## GE liefert Göteborg Offshore-Turbine

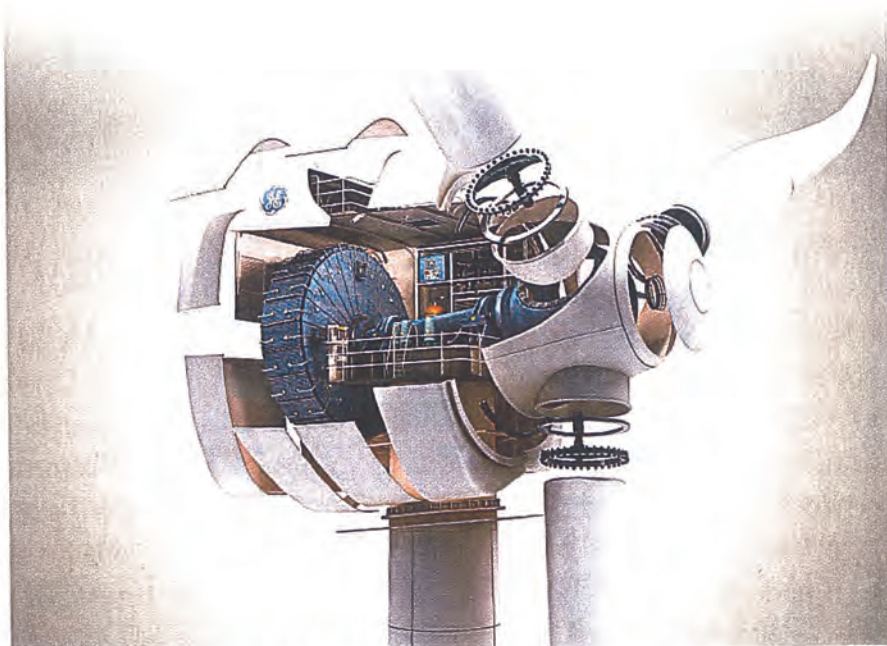
■ Mit Göteborg Energi hat GE Energy einen Vertrag über die Lieferung der ersten Offshore-Turbine vom Typ 4.1-113 abgeschlossen. In der zweiten Jahreshälfte soll die Windenergieanlage im Hafen der schwedischen Stadt Göteborg aufgestellt werden.

Die Turbine ist laut GE die derzeit einzige getriebelose Offshore-Windenergieanlage auf dem Markt. Da teure Getriebeteile bei dieser Antriebstechnologie entfallen, erwartet der Hersteller geringere Betriebskosten. Die meisten Reparaturen könnten zudem aufgrund des modularen Ansatzes vor Ort durchgeführt werden, weshalb keine teuren Service-Schiffe erforderlich seien. Durch das spezielle Konzept der Anlage solle sich zudem die Montagezeit um

50 % reduzieren. Darüber hinaus liefere die Turbine 5 % mehr Ertrag als vergleichbare Anlagen bis zu 3 MW.

Das Design der 4.1-113 beruht auf der getriebelosen 3,5-MW-Anlage des norwegischen Unternehmens Scanwind, das GE 2009 übernommen hatte. Eingeflossen in die Anlagentechnologie sind auch die Erfahrungen und Lösungen aus dem Onshore-Bereich von GE, beispielsweise zur Steuerung von Lasten, mit der die an die Anlage weitergegebenen Kräfte gemindert und die Fundamentkosten reduziert werden können.

Das Projekt in Schweden ist Teil der Strategie von GE, in Europa eine Offshore-Präsenz aufzubauen. Der Konzern will dafür in den kommenden Jahren rund 340 Mio. € investieren. **(te)**



Ein Blick ins Innere: Die Turbine ist laut GE die derzeit einzige getriebelose Offshore-Windenergieanlage auf dem Markt.

Grafik: GE