



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΠΑΤΡΩΝ**
UNIVERSITY OF PATRAS

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
ΠΠΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

[Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ
ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΥΗΜΕΡΙΑ ΤΗΣ
ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ]

ΜΠΙΤΡΑΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ - ΣΕΡΓΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ

Επιβλέπων καθηγητής ή καθηγήτρια
[ΜΑΥΡΙΔΑΚΗΣ ΘΕΟΦΑΝΗΣ]

Μεσολόγγι [2020]

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
ΠΠΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

[Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ
ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΥΗΜΕΡΙΑ ΤΗΣ
ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ]

Επιβλέπων καθηγητής ή καθηγήτρια
[ΜΑΥΡΙΔΑΚΗΣ ΘΕΟΦΑΝΗΣ]

Μεσολόγγι [2020]

UNIVERSITY OF PATRAS

SCHOOL OF ECONOMICS & BUSINESS

DEPARTMENT OF MANAGEMENT SCIENCE AND
TECHNOLOGY

**FORMER DEPARTMENT OF BUSINESS
ADMINISTRATION AT MESSOLONGHI**

THESIS

[THE IMPORTANCE AND CONTRIBUTION OF
EXPORTS TO THE ECONOMIC PROSPERITY OF
THE GREEK ECONOMY]

[MPITRAS ANTONIOS - SERGIS PANAGIOTIS]

Messolonghi [2020]

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του Πανεπιστημίου Πατρών δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Τα τελευταία χρόνια καταγράφηκε σημαντική αύξηση των εισαγωγών με ταυτόχρονη μείωση μεγάλου όγκου των εξαγωγών για την Ελλάδα, μεγεθύνοντας τις επιπτώσεις από την κρίση χρέους της χώρας, όπως προκύπτουν από τις τιμές του ΑΕΠ την τελευταία δεκαετία. Σύμφωνα λοιπόν με τα στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ από το 2007 είχε ξεκινήσει η πτωτική πορεία της Ελλάδος καθώς το εμπορικό ισοζύγιο συνέχιζε να είναι αρνητικό και τα επόμενα χρόνια με μόνη εξαίρεση το 2008, όπου υπήρξε μια μικρή βελτίωση των εξαγωγών. Ωστόσο, ακόμη και με βάση τα στοιχεία του 2013 οι ελληνικές εξαγωγές σημειώνουν σημαντική πτώση τουλάχιστον για το πρώτο εξάμηνο του έτους (Ιανουάριου-Ιούνιος) κατά 2,5% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2012, που κυμαίνονταν στα 8,3δισ ευρώ, και χαμηλότερες ακόμη και από το 2011 όπου οι εξαγωγές είχαν φτάσει στα 8,47δισ ευρώ. Παρ' όλα αυτά υπάρχουν αρκετά ενθαρρυντικά στοιχεία που δείχνουν μια κατεύθυνση βελτίωσης των συνθηκών στην εξαγωγική δραστηριότητα της χώρας. Συγκεκριμένα, παρατηρείται ορατή αύξηση της συμμετοχής των νέων στον πρωτογενή κλάδο, ο οποίος τις τελευταίες δεκαετίες είχε μείνει σχεδόν ανεκμετάλλευτος. Επίσης, ακόμη και τις περιόδους που το εμπορικό ισοζύγιο ήταν ελλειμματικό και οι ελληνικές εξαγωγές δεν σημείωναν τα προσδοκώμενα αποτελέσματα, η Ελλάδα έκανε κάποια σημαντικά βήματα, εντάσσοντας νέες χώρες προορισμού για τις εξαγωγές της. Επομένως, η διεύρυνση των Ελληνικών εξαγωγών τόσο με νέους εξαγωγικούς προορισμούς όσο και με νέα προϊόντα, συνδυασμένα με την ανασύνταξη του αγροτικού κλάδου παρουσιάζει μια ουσιαστική πρόοδο των εξαγωγικών επιδόσεων της χώρας και ταυτόχρονα ένα καθοριστικό βήμα για την ενίσχυση της εγχώριας οικονομίας όπως εμφανίζονται από τις τιμές του Α.Ε.Π.

ABSTRACT

In recent years, there has been a significant increase in imports while reducing a large volume of exports to Greece, increasing the effects of the country's debt crisis, as evidenced by GDP prices in the last decade. According to ELSTAT data, the downward trend of Greece had started in 2007 as the trade balance continued to be negative in the following years with the sole exception of 2008, where there was a slight improvement in exports. However, even based on 2013 data, Greek exports recorded a significant decline at least for the first half of the year (January-June) by 2.5% compared to the corresponding period of 2012, which amounted to 8.3 billion euros, and even lower than in 2011 when exports had reached 8.47 billion euros. Nevertheless, there is a lot of encouraging evidence that shows a direction for improving conditions in the country's export activity. In particular, there is a visible increase in the participation of young people in the primary sector, which in recent decades had remained almost untapped. Also, even during the periods when the trade balance was in deficit and Greek exports did not record the expected results, Greece took some important steps, including new countries of destination for its exports. Therefore, the expansion of Greek exports with both new export destinations and new products, combined with the restructuring of the agricultural sector shows a substantial progress of the country's export performance and at the same time a decisive step to strengthen the domestic economy as shown by prices. of A.E.P.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Περιεχόμενα

ABSTRACT	vii
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	ix
ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ	xiv
ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ	xvi
ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ	xviii
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	xix
1 ΘΕΜΕΛΙΩΔΗ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	1
1.1 ΤΙ ΟΝΟΜΑΖΟΥΜΕ ΕΞΑΓΩΓΕΣ;	1
1.2 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	1
1.3 ΣΚΟΠΟΙ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	3
1.4 ΠΡΟΤΕΡΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	4
1.4.1 ΠΡΟΤΕΡΗΜΑΤΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	4
1.4.2 ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	5
1.5 ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	7
1.6 ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΕΡΟΙ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	8
2.ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ-ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ-ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	9
2.1 ΤΥΠΟΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗΣ (ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ) ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	9
2.2 ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΩΝ	17
2.2.1 ΟΜΑΔΟΠΟΙΗΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΩΝ	17
2.2.2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ	20
2.3 ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ	28
2.3.1 ΑΜΕΣΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ	28
2.3.1.1 ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΡΑΓΜΑΤΩΣΗΣ ΑΜΕΣΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	29

2.3.1.2 ΘΕΤΙΚΑ-ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΑΜΕΣΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	30
2.3.2 ΕΜΜΕΣΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ	31
2.3.2.1 ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΕΜΜΕΣΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	32
2.3.2.2 ΤΑ ΥΠΕΡ ΚΑΙ ΤΑ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΕΜΜΕΣΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	33
2.4 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	34
2.4.1 ΠΛΑΝΟ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ	35
2.5 ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	36
2.5.1 ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	36
2.5.2 ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	36
2.5.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΙΣΟΔΟΥ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΕ ΜΙΑ ΧΩΡΑ 38	
2.6 ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΑΡΕΜΒΟΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	41
2.7 ΚΕΡΔΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ.....	43
3. ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΑ- ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ-ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ- ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	45
3.1 ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ - ΕΞΑΓΩΓΕΑ	45
3.1.1 ΣΤΑΔΙΑ ΕΞΑΓΩΓΗΣ	45
3.1.1.1 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΜΕΑ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ.....	45
3.1.2 ΕΝΤΑΞΗ ΣΤΟ ΕΙΔΙΚΟ ΜΗΤΡΩΟ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ	46
3.1.2.2 ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΕΓΓΡΑΦΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ ΣΤΟ ΕΙΔΙΚΟ ΜΗΤΡΩΟ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ.....	47
3.2 ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	48
3.2.1 ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΠΟΥ ΔΕΝ ΕΠΙΠΤΟΥΝ ΣΕ ΑΠΟΔΟΣΗ ΦΠΑ	48
3.3 ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΠΡΟΣΚΟΜΑΤΑ	48
3.3.1 ΔΑΣΜΟΙ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ	49

3.3.2 ΕΘΝΙΚΗ ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ.....	50
3.3.3 ΝΟΜΙΣΜΑΤΙΚΕΣ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΕΙΣ.....	51
3.4 ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	51
3.4.1 ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ (ΟΠΕ)	51
3.4.2 ΕΜΠΟΡΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΑ	52
3.4.3 ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ (ΟΑΕΠ)	52
3.4.4 ΕΞΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ.....	53
4. ΠΛΑΝΟ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ.....	54
4.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	54
4.2 ΟΡΙΣΜΟΣ-ΦΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ	57
4.2.1 ΕΥΡΕΣΗ ΑΓΟΡΑΣ-ΣΤΟΧΟΥ.....	58
4.2.2 ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ-ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	59
4.2.3 ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ	60
4.2.4 ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΤΙΣ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ.....	61
4.2.5 ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΕ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ.....	62
4.3 ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	65
4.3.1 ΠΡΟΩΘΗΣΗ	65
4.3.2 ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ	66
4.3.3 ΖΗΤΗΣΗ	66
4.3.4 ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ.....	66
4.3.5 ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ.....	67
5. ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΙΝΔΥΝΟΥ-ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΕΝΑ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ	67
5.1 ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΩΝ ΚΙΝΔΥΝΩΝ	67
5.2 ΤΥΠΟΙ ΚΙΝΔΥΝΩΝ	68

5.2.1	ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΟΣ ΚΙΝΔΥΝΟΣ.....	69
5.2.2	ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΑΓΟΡΑΣ.....	71
5.2.3	ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΧΩΡΑΣ.....	72
5.2.4	ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ.....	73
5.2.5	ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΣ ΚΙΝΔΥΝΟΣ.....	74
5.2.6	ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΣ ΚΙΝΔΥΝΟΣ.....	75
5.3	ΠΟΛΙΤΙΚΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ.....	76
5.4	ΤΙ ΟΡΙΖΕΤΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	77
5.5	ΕΠΙΚΑΙΡΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΜΕ ΣΚΟΠΟ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....	79
5.6	ΔΥΣΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ.....	82
6.	ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ-ΚΙΝΗΤΡΑ-ΕΜΠΟΔΙΑ ΚΑΙ Η ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΝΕΩΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ-ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΣΤΟΝ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ ΤΟΜΕΑ.....	86
6.1	ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ.....	86
6.2	ΑΝΤΙΕΘΟΤΗΤΕΣ ΑΥΞΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	90
6.3	ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ.....	92
6.4	ΤΙ ΟΡΙΖΕΤΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΠΟΙΑ Η ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ.....	94
6.5	Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΚΑΙ Η ΣΥΝΔΡΟΜΗ ΤΟΥΣ ΣΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	99
7.1	ΒΙΑΝΕΞ Α.Ε.....	105
	ΓΕΝΙΚΑ.....	105
7.2	ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε.....	107
7.3	ΜΙΝΕΡΒΑ Α.Ε.....	109
7.4	ΜΕΛΙΝΤΑ Α.Ε.....	110
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	113
	WEBSITE.....	115

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Ο κατάλογος πινάκων έχει αντίστοιχη μορφή με τον πίνακα περιεχομένων.

Συνίσταται η αυτόματη δημιουργία καταλόγου πινάκων μέσω του επεξεργαστή κειμένου. Στο Microsoft Word Στο Microsoft Word εισάγεται λίστα διαγραμμάτων (νοουμένου ότι έχει χρησιμοποιηθεί για κάθε πίνακα η ετικέτα λεζάντας -caption label- «Πίνακας») ως εξής:

Insert => Reference => Index and Tables => Table of Figures και στο Caption label χρησιμοποιήστε τη λέξη Πίνακας.

Πίνακας 1 Εξωτερικό εμπόριο αγαθών Ελλάδας, Απρίλιος 2018/2019	87
Πίνακας 2: Εξωτερικό εμπόριο αγαθών Ελλάδας, Ιανουάριος-Απρίλιος 2018/2019	87
Πίνακας 3: Εξαγωγές ανά κλάδο, άνευ πετρελαιοειδή, Ιανουάριος-Απρίλιος 2018/2019	88

ΣΥΝΤΟΜΟΓΡΑΦΙΕΣ

Παρουσιάζονται συνοπτικά όλες οι σημαντικές συντομογραφίες που έχουν χρησιμοποιηθεί στο κείμενο της πτυχιακής π.χ.:

ΑΕΠ:	Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν
ΕΛΣΤΑΤ:	Ελληνική Στατιστική Αρχή
EUROSTAT:	Ευρωπαϊκή Στατιστική Αρχή
ΑΞΕ:	Άμεσες Ξένες Επενδύσεις
ΕΚΕΣ:	Εταιρείες Κεφαλαίου Επιχειρηματικών Συμμετοχών
ΙΣΟ:	Διεθνής Οργανισμός Τυποποίησης
ΚΙΠΣ:	Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης
ΗΠΑ:	Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής
ΕΜΕ:	Ειδικό Μητρώο Εξαγωγέων
ΟΕ:	Ομόρρυθμη Εταιρεία
ΕΕ:	Ετερόρρυθμη Εταιρεία
ΕΠΕ:	Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης
ΑΕ:	Ανώνυμη Εταιρεία
ΦΠΑ:	Φόρος Προστιθέμενης Αξίας
ΚΔΠ:	Κανονιστικές Διοικητικές Πράξεις
ΟΠΕ:	Οργανισμός Προώθησης Εξαγωγών
ΟΑΕΠ:	Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων
ΕΚΠ:	Ευρωπαϊκό Κέντρο Πληροφοριών
ΕΕ:	Ευρωπαϊκή Ένωση

ΟΟΣΑ:	Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης
ΔΝΤ:	Διεθνές Νομισματικό Ταμείο
ΜΜΕ:	Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης
Α&Υ:	Αγαθών και Υπηρεσιών
ΜΕΡΜ:	Μέσος Ετήσιος Ρυθμός Μεταβολής
ΙΕΕΣ:	Ινστιτούτο Εξαγωγικών Ερευνών και Σπουδών
ΣΕΒΕ:	Σύνδεσμος Εξαγωγέων
ΟΝΕ:	Οικονομική Νομισματική Ένωση
ΔΕΤΕ:	Δικαιώματα Εκτέλεσης Τελωνειακών Εργασιών
ΕΣΚ:	Εθνικό Σύστημα Καινοτομίας
Ε&Α:	Έρευνα και Ανάπτυξη
ΤΠΕ:	Τεχνολογία Πληροφοριών και Επικοινωνιών

ΑΠΟΔΟΣΗ ΟΡΩΝ

Στην περίπτωση χρήσης ορολογίας από ξενόγλωσση βιβλιογραφία, η οποία δεν έχει αποδοθεί επισήμως στην ελληνική γλώσσα, μπορεί να αναφερθεί σε αυτήν την ενότητα η απόδοση στην ελληνική που θεωρείται περισσότερο δόκιμη. π.χ.:

Data

Δεδομένα

Metadata

Μεταδεδομένα

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η οικονομική δραστηριότητα μιας χώρας επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό το βιοτικό επίπεδο των πολιτών της. Ιδιαίτερα σε περιόδους βαθιών κρίσεων όπου ραγδαία γεγονότα επιδρούν αρνητικά στην διαμόρφωση των συνθηκών λειτουργίας μιας οικονομίας και στην κοινωνία, ο εντοπισμός των δυνατών σημείων μιας χώρας κρίνεται απαραίτητη. Ειδικότερα, η πρόσφατη παγκόσμια οικονομική κρίση, η οποία έφερε την τρέχουσα κρίση χρέους που βρίσκεται αντιμέτωπη η Ελλάδα με τα γνωστά αποτελέσματα, επισήμανε με τον πιο εμφατικό τρόπο την ανάγκη της ελληνικής επικράτειας για ενίσχυση της παραγωγικότητας της και την επέκταση των εξαγωγικών δραστηριοτήτων των ελληνικών επιχειρήσεων. Αναλυτικότερα, η σημαντική μείωση των εξαγωγών σε σχέση με την αντίστοιχη αύξηση των εισαγωγών που έλαβε χώρα τα τελευταία έτη, προκάλεσε σημαντικές επιπτώσεις στην Ελληνική οικονομία οι οποίες ωστόσο διευρυνθήκαν ακόμα περισσότερο με την εμφάνιση της κρίσης χρέους. Με λίγα λόγια, η κρίση χρέους ανέδειξε το πρόβλημα της μη παραγωγής αγαθών και προσφοράς υπηρεσιών στην ελληνική επιχειρηματικότητα, τα οποία επιδείνωσαν την τρέχουσα οικονομική κατάσταση. Πιο συγκεκριμένα, πολλές από τις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις –βιομηχανίες, και νεοϊδρυθείσες επιχειρήσεις απέκτησαν εξαγωγικό προσανατολισμό δεδομένου ότι αντιλήφθηκαν ότι η βιωσιμότητα και η επέκταση των επιχειρήσεων τους συνδέεται άμεσα με την εξαγωγική τους δραστηριότητα. Επομένως, οι εξαγωγές παρουσιάζονται ως βασικό χαρακτηριστικό για την ενίσχυση της ελληνικής ανάπτυξης, που θα την βοηθήσει να βγει από την τρέχουσα κρίση. Άρα προκύπτει ότι οι ελληνικές εξαγωγές διαδραματίζουν καθοριστικό ρολό στην βιωσιμότητα της ελληνικής οικονομίας. Για το λόγο αυτό στην παρούσα πτυχιακή εργασία επικεντρωνόμαστε στις εξαγωγές και στην συμβολή αυτών στην ελληνική οικονομία. Ειδικότερα, αναφέρουμε τα κυριότερα θεωρητικά στοιχεία που σχετίζονται με τις εξαγωγές. Έπειτα παρουσιάζουμε την τεράστια σημασία των εξαγωγών στην παγκοσμιοποιημένη οικονομία που υπάρχει σήμερα. Στην συνέχεια καταγράφουμε τα δικαιολογητικά, τα φορολογικά, τα νομικά θέματα που ισχύουν για τις εξαγωγές. Στο δεύτερο μέρος της εργασίας αναλύουμε το πλάνο οργάνωσης των εξαγωγικών δραστηριοτήτων, τους κινδύνους που υφίστανται κατά την άσκηση εξαγωγικών δραστηριοτήτων, τις ελληνικές εξαγωγές και το πως με την κατάλληλη χρήση διάφορων καινοτομιών και νέων τεχνολογιών τους προσφέρεται η δυνατότητα να αναβαθμίσουν ακόμα περισσότερο την επιχείρησή τους. Στο τέλος,

προβάλλουμε κάποιες επιτυχημένες εξωστρεφείς επιχειρήσεις με προοπτικές στον εξαγωγικό κλάδο.

1 ΘΕΜΕΛΙΩΔΗ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

1.1 ΤΙ ΟΝΟΜΑΖΟΥΜΕ ΕΞΑΓΩΓΕΣ;

Με τον όρο εξαγωγή (export) ορίζεται η διαδικασία μεταφοράς εγχώριων προϊόντων, υπηρεσιών και εμπορευμάτων σε μία άλλη χώρα με σκοπό την επεξεργασία, την χρησιμοποίηση, την πώληση ή την εξαγωγή σε μία τρίτη χώρα. Ένας άλλος ορισμός είναι ο εξής: «Εξαγωγή ονομάζεται η αποστολή στο εξωτερικό εμπορευμάτων εγχώριων, αλλοδαπών ή μεταποιημένων ή η αντίστοιχη εισαγωγή συναλλάγματος ή χωρίς αυτή με την τήρηση τελωνειακών, τραπεζικών ή άλλων διατυπώσεων και διαδικασιών».

1.2 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Οι εξαγωγές και οι εισαγωγές αποτελούν σημαντικές μακροοικονομικές μεταβλητές για μια οικονομία. Αναλυτικότερα, δείχνουν την πορεία μιας οικονομίας σχετικά με τις παραγωγικές της δυνατότητες. Ειδικότερα, η εμφάνιση εμπορικού πλεονάσματος, δηλαδή η αξία των εξαγωγών να υπερβαίνει την αξία των εισαγωγών είναι θετικό για τις παραγωγικές δυνατότητες της χώρας με αποτέλεσμα την μεγέθυνση της ανάπτυξης. Όσον αφορά τώρα τις εξαγωγές, υπάρχουν δύο κύριες κατηγορίες στις οποίες διαχωρίζονται, τις εξαγωγές με συναλλαγματικές διατυπώσεις, και τις εξαγωγές χωρίς συναλλαγματικές διατυπώσεις.

- **Εξαγωγές με συναλλαγματικές διατυπώσεις:**

Στη συγκεκριμένη κατηγορία η συναλλαγή γίνεται μέσω εισαγωγής συναλλάγματος η αξία του οποίου είναι ίση με την αξία του εμπορεύματος. Οι συναλλαγές πραγματοποιούνται από τις εγχώριες εμπορικές τράπεζες οι οποίες υπόκεινται στον έλεγχο της κάθε συνεργαζόμενης τράπεζας.

- **Εξαγωγές χωρίς συναλλαγματικές διατυπώσεις:**

Οι εξαγωγές χωρίς την παρουσία συναλλαγματικών διατυπώσεων πραγματοποιούνται είτε απευθείας από τις τελωνειακές αρχές π.χ. εξαγωγή δειγμάτων για την λήψη παραγγελιών μικρής αξίας, είτε ανατίθεται στις υπεύθυνες τράπεζες για να χορηγούν σε κάθε ενδιαφερόμενο

άδειες εξαγωγής χωρίς συναλλαγματικές διατυπώσεις. Σε περίπτωση σημαντικού ποσού, τα αιτήματα χρειάζονται την έγκριση της επιτροπής ρυθμίσεων θεμάτων εξαγωγών.

Ακόμα, σύμφωνα με την τωρινή νομοθεσία οι τράπεζες πρέπει να δίνουν άδειες εξαγωγής εμπορευμάτων αλλοδαπής προελεύσεως που κρίνονται κατάλληλες. Επίσης, ανατίθενται στις περιφερειακές υπηρεσίες να χορηγούν άδειες εξαγωγής εγχώριων προϊόντων. Ωστόσο, υπάρχουν άλλες τρεις κατηγορίες εξαγωγών οι οποίες σχετίζονται με τις καταρτιζόμενες στατιστικές του εξωτερικού εμπορίου. Οι κατηγορίες αυτές περιγράφονται ακολούθως (Eurostat, 2012):

- **Κανονικές Εξαγωγές:**

Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν όλα τα εξαγόμενα εμπορεύματα που έχουν παραχθεί στο στατιστικό έδαφος της χώρας, ή που έχουν εισαχθεί και βρίσκονται στην διάθεση των εισαγωγέων.

- **Εξαγωγές ύστερα από τελειοποίηση στο εσωτερικό:**

Εδώ παρατηρούμε τα εξαχθέντα έτοιμα προϊόντα που προέρχονται από την ολοκλήρωση των εισαχθέντων με την μέθοδο της «ενεργητικής τελειοποίησης».

- **Εξαγωγές προς τελειοποίηση στο εξωτερικό:**

Σε αυτές βλέπουμε τα αποστελλόμενα στο εξωτερικό εγχώρια προϊόντα προς τελειοποίηση και την επανεισαγωγή τους. Στην προκείμενη περίπτωση ισχύει το καθεστώς της «παθητικής τελειοποίησης».

Τέλος οι κυρίες μορφές εξαγωγών υπηρεσιών στην Ελλάδα είναι ο τουρισμός, η εμπορική ναυτιλία, η εργασία των Ελλήνων μεταναστών στο εξωτερικό, οι κατασκευές στο εξωτερικό από ελληνικές εταιρείες κ.λπ. Ενθαρρυντικό είναι το γεγονός ότι οι εξαγωγές υπηρεσιών μας αποφέρουν κάθε χρόνο μεγαλύτερα ποσά συναλλάγματος σε αντίθεση με τις εξαγωγές αγαθών.

1.3 ΣΚΟΠΟΙ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Οι στόχοι των εξαγωγών κατανέμονται ως εξής:

- Επιλογή των χωρών-στόχων.
- Κατασκευή σωστών προϊόντων που ταιριάζουν σε επιλεγμένες χώρες.
- Δημιουργία υποδομής η οποία θα βελτιώνει στο εσωτερικό και στο εξωτερικό τις εξαγωγές, μέσω ενός στρατηγικού πλάνου.
- Διαρκής συνεργασία με τους εξαγωγικούς κλάδους της χώρας για την εύρεση προβλημάτων, ευκαιριών, στήριξης της εξαγωγικής προσπάθειας.
- Αύξηση εξαγωγών.

Για να επιτευχθούν οι παραπάνω σκοποί προϋποθέτει μια σειρά στρατηγικών κινήσεων τις οποίες αναφέρουμε επιγραμματικά παρακάτω:

- Διασύνδεση των εξαγωγών με την ανάπτυξη, τις επενδύσεις, την τεχνολογική αναβάθμιση της παραγωγής.
- Απόκτηση εξαγωγικής ταυτότητας από τα ελληνικά προϊόντα με στόχο την ανταγωνιστικότητα στις διεθνείς αγορές.
- Διεύρυνση της εξαγωγικής βάσης με συνεργασία εξειδικευμένων επαγγελματιών και οργανισμών σε όσες αγορές έχουν προτεραιότητα για την εφαρμογή στρατηγικής, την στήριξη

με συνέχεις πρωτοβουλίες με ετήσια προγράμματα βελτίωσης των αδυναμιών των ελληνικών εξαγωγών στις αγορές αυτές.

- Συλλογή στοιχείων για τον εντοπισμό νέων αγορών που να είναι έτοιμες να δεχτούν εξαγωγικά προϊόντα.

Όλες οι στρατηγικές που δόθηκαν παραπάνω συμβάλλουν στον σχηματισμό μιας σταθερής υποδομής στις εξαγωγές με τέτοιο τρόπο που θα χαρακτηρίζονται επιτυχημένες φυσικά με αντικειμενικά κριτήρια, διαφάνεια των επιλογών έτσι ώστε να πληρούνται οι προϋποθέσεις για την υλοποίηση των φιλοδοξιών, την εκμετάλλευση των ευκαιριών.

1.4 ΠΡΟΤΕΡΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

1.4.1 ΠΡΟΤΕΡΗΜΑΤΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Τονίστηκε ήδη η επίδραση των εξαγωγών στην ευημερία ενός κράτους η οποία είναι καθοριστική. Ειδικότερα, η είσοδος πόρων που δεν προέρχονται από κατοίκους της χώρας είναι ιδιαίτερα κρίσιμη για όλες τις χώρες ανεξαρτήτως μεγέθους. Επομένως, τα πλεονεκτήματα που επισημαίνονται στην συνέχεια αποτελούν προτερήματα του κυρίαρχου γνωρίσματος των εξαγωγών το οποίο αφορά στην άνοδο της οικονομίας της εκάστοτε χώρας . Όπως είναι φυσιολογικό από την συνολική ενίσχυση της οικονομίας, οι ίδιες επιχειρήσεις κερδίζουν σε ατομικό επίπεδο. Οι εξαγωγές βοηθούν σε μεγάλο βαθμό στην:

- Μέγιστη εκμετάλλευση των εθνικών πόρων.
- Μείωση της ενέργειας και μετατροπής της σε εισόδημα ρευστού χρήματος.
- Αύξηση ροής ξένου συναλλάγματος.
- Βελτίωση ισοζυγίου πληρωμών.

- Περικοπή του κόστους προμήθειας πρώτων υλών.
- Συγκράτηση γενικών δαπανών.
- Τροποποίηση εξόδων σε υλικό εξοπλισμό.
- Έρευνα και ανάπτυξη.
- Δυνατότητα ορθολογικής παραγωγής, καλύτερης χρήσης της παραγωγικής ικανότητας.
- Ενίσχυση τζίρου εξαγωγικής επιχείρησης με ταυτόχρονη συγκράτηση του κόστους.
- Κεφαλαιοποίηση οικονομιών κλίμακας.
- Προώθηση της θέσης του προϊόντος στην εγχώρια αγορά.

Πραγματικά, για αρκετές χώρες το κομμάτι των εξαγωγών είναι απαραίτητο για την οικονομική εξυγίανση τους. Πρέπει να εισάγουν αναγκαία είδη σε τρόφιμα και πρώτες ύλες αφού με τις εξαγωγές τους δίνεται η ευκαιρία να πληρώσουν τα εισαχθέντα είδη.

1.4.2 ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Η ενασχόληση με τις εξαγωγές αποδεικνύεται επικερδής για την ίδια την επιχείρηση και για την ανάκαμψη της οικονομίας, ωστόσο, υπάρχουν αρκετοί περιορισμοί που ενδέχεται να

αντιμετωπίσει μια επιχείρηση που επιθυμεί να προχωρήσει σε εξαγωγές είτε αγαθών είτε υπηρεσιών. Χαρακτηριστικά προβλήματα προέρχονται μέσω των υψηλών δασμών, των συναλλαγματικών περιορισμών που επιβάλλονται, ο κρατικός προστατευτισμός σε συνδυασμό με τις αυστηρές προδιαγραφές. Ειδικότερα, το ουσιώδες μειονέκτημα που προκύπτει στις εξαγωγές, αναδεικνύεται η αδυναμία επέκτασης από την ίδια την επιχείρηση της παραγωγής της. Βέβαια, το μικρό μέγεθος της παραγωγής αποτελεί εμπόδιο για την εξαγωγική προοπτική. Αντιθέτως, συχνά σε μικρού μεγέθους παραγωγές, οι οποίες εργάζονται σε περιορισμένες υποδομές, απουσιάζει ο ποιοτικός έλεγχος στα διάφορα στάδια της παραγωγής ή συμπληρωματικά να παρατηρείται δυσκολία κατασκευής υποδομών για τέτοιου είδους ελέγχους. Σε γενικές γραμμές η έλλειψη υποδομών ως αποτέλεσμα της μικρής παραγωγής ή και το αντίστροφο παράλληλα με την ανεπαρκή εκτέλεση σωστού ποιοτικού ελέγχου καθιστούν πολλές επιχειρήσεις ευάλωτες στο να οργανωθούν έγκαιρα καθώς και να επεκταθούν σε αγορές του εξωτερικού. Επιπλέον, η απουσία προσφοράς ουσιαστικών κινήτρων δρα περιοριστικά για επιχειρήσεις που ήδη σε ατομικό επίπεδο αντιμετωπίζουν δυσκολίες όπως εκείνους που προαναφέρθηκαν. Ειδικότερα, τα κίνητρα που προσφέρονται για την ενίσχυση των εξαγωγών μεταβάλλονται διαρκώς, το σημαντικότερο όμως είναι ότι δεν διασφαλίζουν την διαφάνεια των εξαγωγικών ενεργειών δεδομένου ότι στηρίζονται σε μια χρονοβόρα γραφειοκρατική διαδικασία. Επίσης, προς την ίδια κατεύθυνση κινείται η χρηματοδότηση της παραγωγικής προσπάθειας για την δημιουργία ενός πλάνου εξαγωγικού προσανατολισμού από τις επιχειρήσεις. Πιο συγκεκριμένα, οι μικρές και οι μεσαίες επιχειρήσεις δεν διαθέτουν εύκολη πρόσβαση στην οποιαδήποτε χρηματοδότηση προκειμένου να αναπτύξουν τις εξαγωγικές τους δραστηριότητες. Επιπρόσθετα, συνήθως δεν υφίσταται το ικανό πλαίσιο για την χρηματοδότηση των εξαγωγών και ούτε το κατάλληλο συμβουλευτικό περιβάλλον για το συγκεκριμένο θέμα. Περαιτέρω, η γεωγραφική θέση της χώρας σε συνάρτηση με την απόσταση από πολλές αγορές φαίνεται να αποτελούν εμπόδιο στον στόχο προς τις εξαγωγές. Συμπερασματικά, οι δύο αυτοί παράγοντες επιδρούν καθοριστικά στις μεταφορικές δυνατότητες των αγαθών. Τέλος, ένα βασικό ελάττωμα είναι η παράλειψη τρόπων προστασίας ασφαλιστικών καλύψεων των εξαγωγών απέναντι στους πελάτες τους, αναφορικά με τον επιχειρηματικό κίνδυνο στον κλάδο των εξαγωγών.

1.5 ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Η εξαγωγή συμμετέχει αρκετά στην οικονομική δραστηριότητα μιας χώρας και θεωρείται από τα κυρία στοιχεία για την οικονομική ανάπτυξη ενός κράτους . Οι επιχειρήσεις, μέσω των εξαγωγών, εξασφαλίζουν στην πολιτεία που δραστηριοποιούνται νέες χρηματικές ροές από το εξωτερικό, με συνέπεια να ενισχύουν την ρευστότητα της χώρας, και ταυτόχρονα της ίδιας της επιχείρησης. Ακόμα, τα έσοδα που εισέρχονται στην επιχείρηση μέσω των εξαγωγών δίνουν πολύτιμη βοήθεια για την πραγματοποίηση εισαγωγών έτσι αντιλαμβανόμαστε ότι αποτελεί ένα χρήσιμο στοιχείο για την εξέλιξη της οικονομίας ενός κράτους. Συνεπώς, η μεγέθυνση των εξαγωγών συνεισφέρει στο ΑΕΠ της χώρας. Για τους παραπάνω λόγους, συμπεραίνουμε ότι αναβαθμίζει το βιοτικό επίπεδο μιας χώρας. Θα πρέπει να σημειωθεί, ότι η διεθνοποίηση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και των αγορών οφείλεται κατά μεγάλο ποσοστό η αιτία των εξαγωγών, καθώς μέσω της διεθνοποίησης η επιχείρηση:

- Αυξάνει το πελατολόγιο της.
- Πετυχαίνει την διασπορά του επιχειρηματικού κινδύνου (απεξαρτάται η επιχείρηση από συγκεκριμένη εγχώρια αγορά).
- Στις ξένες αγορές δημιουργούνται νέες ευκαιρίες για τα προϊόντα της.
- Συναντά ευνοϊκότερο φορολογικό καθεστώς.

Βρίσκονται πολλές παράμετροι, για το γεγονός ότι οι επιχειρήσεις αποφασίζουν να ξεκινήσουν την εξαγωγική δραστηριότητα. Ένα πιθανό κίνητρο προκύπτει όταν το προϊόν ενδέχεται να αρχίζει ο κορεσμός στην εγχώρια αγορά . Ένας άλλος παράγοντας αφορά το νομοθετικό πλαίσιο της χώρας δεν ευνοεί την διαδικασία εντός συνόρων. Οι εξαγωγές αποτελούν ένα βασικό θέμα στην οικονομική θεωρία, καθώς επηρεάζουν αποφασιστικά την ανάπτυξη και το εμπόριο εφ' όσον βελτιώνουν την αποδοτικότητα κατά την κατανομή των παραγωγικών πόρων. Βέβαια, οι εξαγωγές ως στρατηγική προώθησης νέων προϊόντων στις ξένες αγορές δεν

σημαίνει ούτε μεγάλη κεφαλαιακή δέσμευση ούτε μεγάλες νέες επενδύσεις. Ωστόσο, ελαχιστοποιεί την ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου. Κρίσιμη προϋπόθεση, σε μία επιχείρηση για να πετύχει στο εξαγωγικό της εμπόριο, το οποίο έχει αποκτήσει στην εποχή μας τεράστια αξία, χρειάζεται να διαθέτει εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό στην εξαγωγική διαδικασία και στις ξένες αγορές.

1.6 ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΕΡΟΙ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Ουσιαστικοί παράμετροι που επηρεάζουν καθοριστικά τις ελληνικές εξαγωγές είναι οι εξής:

- Οι προτιμήσεις των καταναλωτών για εισαγόμενα αγαθά.
- Οι τιμές των εγχώριων προϊόντων.
- Τα εσωτερικά εισοδήματα, τα χρήματα στο εξωτερικό.
- Οι ροές συναλλάγματος.
- Το κόστος μεταφοράς από μια χώρα σε μια άλλη.
- Οι κυβερνητικές πολιτικές που διαμορφώνουν τις εξελίξεις στο διεθνές εμπόριο.

Δυο επιπλέον παράγοντες που επιδρούν στις εξαγωγές, σχετίζονται με το μέγεθος μιας χώρας, την απόσταση ανάμεσα σε 2 χώρες. Εκτός όμως από τους συγκεκριμένους, εντοπίζουμε κάποιους διαφορετικούς συντελεστές που καθορίζουν τις εξαγωγές. Συνοπτικά καταγράφονται παρακάτω:

- Η απόσταση μεταξύ των αγορών διαμορφώνει το κόστος μεταφοράς, άρα και το κόστος των εξαγωγών.
- Η κουλτούρα των κρατών γιατί εάν δυο χώρες διαθέτουν κοινά χαρακτηριστικά είναι πιθανόν να εκφράζουν παρομοίους οικονομικούς δεσμούς.
- Η γεωγραφία των εθνών, διότι τα λιμάνια, η έλλειψη βουνών διευκολύνουν το εμπόριο.
- Οι πολυεθνικές επιχειρήσεις μιας χώρας.
- Τα σύνορα των χωρών εξαιτίας ότι το πέρασμα από ένα κράτος σε ένα άλλο μπορεί να προκαλέσει σοβαρά προβλήματα στις εμπορικές συναλλαγές.

2.ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΠΕΚΤΑΣΗΣ-ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ-ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

2.1 ΤΥΠΟΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗΣ (ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ) ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η διεθνής επέκταση αποτελεί ένα σίγουρο πλεονέκτημα για κάθε επιχείρηση, αφού μπορεί να την οδηγήσει είτε στην επιτυχία με πολλαπλά οφέλη είτε στην αποτυχία με αρνητικές συνέπειες. Η διεύρυνση των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης στο διεθνές προσκήνιο συνθέτει μια χρήσιμη απόφαση, η οποία πρέπει να βαδίζει σύμφωνα με το όραμα, την πολιτική και τους στόχους της. Δεδομένου ότι κάθε επιχειρηματική απόφαση λαμβάνει μια μορφή κινδύνου που σχετίζεται με μια τεράστια γκάμα παραγόντων, χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή στην υλοποίηση και στην οργάνωση της. Στην περίπτωση της διεθνούς επέκτασης,

έναν από τους κυρίους συντελεστές επίδρασης παρουσιάζει η μορφή της εξαγωγικής δραστηριότητας που επιλέγει η επιχείρηση. Η μέθοδος διαδραματίζει σπουδαίο ρόλο τόσο στο σύνολο της συγκεκριμένης επιχειρηματικής δραστηριότητας όσο και στα αποτελέσματα που αναμένεται να επιφέρει. Στην συνέχεια, θα αναλυθούν όλες οι μορφές εξαγωγικής δραστηριότητας που μπορεί να εντοπίσει ο κάθε οικονομικός οργανισμός.

➤ **Συμβάσεις - συμφωνίες:**

Ένας από τους πιο εύκολους τρόπους διεθνούς επέκτασης γίνεται μέσω συμβάσεων, συμφωνιών, καθώς τα αποτελέσματα που προκύπτουν αποδεικνύονται θετικά και δεν προϋποθέτουν αρκετές απαιτήσεις. Ορισμένα από τα οφέλη είναι τα άμεσα κέρδη, η εξασφάλιση ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων, η μη αναγκαιότητα πραγματοποίησης επενδύσεων κ.α. Παρόλα αυτά, όπως κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα έτσι και οι συμβάσεις, συμφωνίες αναλαμβάνουν ρίσκα, τα οποία απαιτούν συστηματική μελέτη. Τα ζητήματα που μπορεί να εμφανιστούν αφορούν την εμπιστοσύνη στην ποιότητα, την αξιοπιστία του τοπικού συμβαλλόμενου και με νομικά θέματα. Στη συνέχεια παρουσιάζονται όλες οι εναλλακτικές μορφές συμβάσεων και συμφωνιών.

➤ **Συμβάσεις παραχώρησης δικαιωμάτων εκμετάλλευσης (Licensing):**

Στην διαδικασία εφαρμογής της συγκεκριμένης μεθόδου αναφέρονται δύο ενδιαφερόμενοι, ο αδειοδότης (licensor) και ο αδειολήπτης (licensee). Ουσιαστικά, μέσω μιας τέτοιας συμφωνίας, η αδειοδότης επιτρέπει σε μια άλλη επιχείρηση να χρησιμοποιήσει όλα τα ανταγωνιστικά της πλεονεκτήματα έναντι αμοιβής, όπως αυτή ορίζεται στην συμφωνία. Αξίζει να τονιστεί ότι η εν λόγω συμφωνία ισχύει για συγκεκριμένη χρονική περίοδο, σε προκαθορισμένη χώρα και βασίζεται σε αυστηρά νομικά πλαίσια. Η μέθοδος του Licensing χαρακτηρίζεται ως ωφέλιμη για την αδειοδόχο επιχείρηση, αφού με τον τρόπο αυτό η μορφή εισόδου απλοποιείται, η προϋπόθεση υψηλών επενδυτικών κεφαλαίων ελαττώνεται, ενώ η παρούσα αξία της ξένης επιχείρησης αυξάνεται. Ωστόσο, υπάρχουν ορισμένα μειονεκτήματα, τα οποία θεωρούνται ως αξιόλογα. Το κυριότερο πρόβλημα βρίσκεται στην θεμελιώδη βάση μιας τέτοιας συμφωνίας. Πιο συγκεκριμένα, εάν η αδειοδόχος επιχείρηση υπογράψει μια

συμφωνία Licensing, τότε παραχωρεί οικειοθελώς όλα τα δικαιώματα της σε μια ξένη επιχείρηση. Επομένως, η αδειοδόχος επιχείρηση διατρέχει τον κίνδυνο της αντιγραφής ή της εκμετάλλευσης όλων των προτερημάτων της που μέχρι σήμερα την κάνουν να τροποποιείται από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις. Η πιθανότητα αυτή συμβαίνει αρκετά συχνά, διότι ενδεχομένως να δημιουργηθεί ένα αρνητικό κλίμα που να την οδηγήσει ακόμα και εκτός αγοράς. Σκοπός της αδειοδόχου επιχείρησης λοιπόν πρέπει να είναι τόσο η αποφυγή εντάσεων και παράνομων διαδικασιών, όσο και η διασφάλιση της επιστροφής του ανάλογου κέρδους. Οι συμφωνίες Licensing εφαρμόζονται συνήθως σε μη πολύπλοκες παραγωγικές τεχνικές.

➤ **Δικαιόχρηση (Franchising):**

Μία παρόμοια μέθοδο με αυτή του Licensing αποτελεί η Δικαιόχρηση ή αλλιώς το Franchising. Η μόνη διαφορά τους εντοπίζεται στα στοιχεία που καταθέτουν προς εξαγωγή. Το Franchising περιλαμβάνει δύο ενδιαφερόμενα μέρη, τον δικαιοπάροχο (franchiser) και τον δικαιοδόχο (franchisee), όπου ο πρώτος εξουσιοδοτεί τον δεύτερο να δρα και να λειτουργεί υπό την εποπτεία της ονομασίας του, θέτοντας κάποιες προϋποθέσεις. Τα προαπαιτούμενα αφορούν τις δεσμεύσεις που λαμβάνει η δικαιοπάροχος επιχείρηση σχετικά με τις παροχές που οφείλει να προσφέρει στην δικαιοδόχο επιχείρηση. Ο μηχανολογικός εξοπλισμός, ο καθορισμός της παραγωγικής διαδικασίας, τα ενδιάμεσα προϊόντα που χρειάζονται για την δημιουργία των τελικών προϊόντων καθώς και οποιαδήποτε άλλη εισροή που απαιτείται για την κατασκευή και διανομή του προϊόντος είναι παραδείγματα των παροχών που πρέπει να παραχωρούνται. Το Franchising καταγράφεται ως αποδοτική μέθοδο, μέσω της οποίας η δικαιοπάροχος επιχείρηση δύναται να αυξήσει το μερίδιο της στις διεθνείς αγορές. Η μείωση των κεφαλαιακών απαιτήσεων σε συνάρτηση με την ισχυρή διάδοση του brand name της επιχείρησης στον διεθνή επιχειρηματικό κόσμο παράγοντες που ενισχύουν την αξία της συγκεκριμένης μεθόδου. Ωστόσο, όπως κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα, έτσι και στο Franchising караδοκούν επιχειρηματικοί κίνδυνοι σχετικά με την αξιοπιστία της δικαιοδόχου επιχείρησης καθώς και με τα εμπόδια διενέργειας ελέγχου των κινήσεων και γενικότερα της λειτουργίας της. Σχετικά τώρα με το οικονομικό σκέλος, η αμοιβή του δικαιοπάροχου μπορεί να περιλαμβάνει διάφορες μορφές, όμως αυτή που συμφωνείται τελικά προσδιορίζεται στο συμβόλαιο συμφωνίας. Οι μορφές που ενδέχεται να λάβει η Δικαιόχρηση διαφέρουν ανάλογα με το αντικείμενο και διαχωρίζονται ως εξής:

- Δικαιόχρηση Διανομής- Εμπορική Δικαιόχρηση: στοχεύει στην δημιουργία ενός διευρυμένου δικτύου προώθησης του προϊόντος που παράγει ή εμπορεύεται. Σε αυτό το είδος δικαιόχρησης ο δικαιοπάροχος παραχωρεί το δικαίωμα διακίνησης και προβολής των προϊόντων που παράγει στο δικαιοδόχο.
- Δικαιόχρηση Παραγωγής- Βιομηχανική Δικαιόχρηση: όπου τα προϊόντα βρίσκονται σε διαδικασία παραγωγής από την δικαιοδόχο επιχείρηση υπό την επίβλεψη της δικαιοπάροχου επιχείρησης. Έπειτα, η πρώτη πουλάει τα τελικά προϊόντα χρησιμοποιώντας το brand name της δεύτερης.
- Δικαιόχρηση Υπηρεσιών: ασχολείται με την παραχώρηση δικαιώματος χρήσης του διακριτικού χαρακτηριστικού της δικαιοπάροχου επιχείρησης. Μέσω αυτής, η δικαιοδόχος επιχείρηση ολοκληρώνει την παροχή υπηρεσιών σε όλους τους τελικούς αποδέκτες.
- Μεικτή Δικαιόχρηση: περιλαμβάνει την πρώτη και την τρίτη μορφή, όπου ο δικαιοπάροχος εξουσιοδοτεί τον δικαιοδόχο για την διακίνηση των προϊόντων του και παράλληλα του επιτρέπει να παρουσιάζει το ισχυρό γνώρισμα του.

➤ **Υπεργολαβίες (Subcontracting):**

Στην συγκεκριμένη περίπτωση, ο όρος «Υπεργολαβίες» αναφέρεται στην πραγματοποίηση δραστηριοτήτων και λειτουργιών της επιχείρησης από κάποιον τρίτο, ο οποίος ονομάζεται υπεργολάβος. Κατά κανόνα, ο υπεργολάβος εργάζεται σε αναπτυσσόμενες χώρες, διότι εκεί επικρατεί ένας αυξανόμενος ρυθμός δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων, επομένως υπάρχει ισχυρή δυνατότητα απόκτησης εμπειρίας. Τέλος, σε αυτή την μορφή συμφωνίας δίνεται έμφαση στην μείωση των λειτουργικών εξόδων της επιχείρησης, η οποία επιτυγχάνεται είτε μέσω οικονομιών κλίμακας είτε μέσω εξασφάλισης φθηνότερων παραγωγικών πόρων, γεγονός που κατορθώνει ο υπεργολάβος, κυρίως λόγω της εμπειρίας του.

➤ **Συμφωνίες κατασκευής «με το κλειδί» στο χέρι (Turn-key agreements):**

Οι συμφωνίες κατασκευής «με το κλειδί στο χέρι» επισημαίνουν συμβάσεις ανάμεσα αναδόχου και ξένης επιχείρησης. Η πρώτη αναλαμβάνει τον προγραμματισμό και την οργάνωση της κατασκευής των εγκαταστάσεων της δεύτερης, ενώ ταυτόχρονα δεσμεύεται για την προμήθεια των απαιτούμενων υλικών και την εκπαίδευση του προσωπικού. Εφόσον, ολοκληρωθούν όλες οι απαραίτητες ενέργειες και η ξένη επιχείρηση ξεκινήσει την λειτουργία της, τότε η ανάδοχος σταματάει να έχει οποιαδήποτε ευθύνη και δικαίωμα, αφού πλέον την διοίκηση την έχει παραχωρήσει στην ξένη επιχείρηση. Η μοναδική πηγή εσόδων των συμφωνιών για την ανάδοχο επιχείρηση προκύπτουν από τις ικανότητες, τις γνώσεις που κατέχει και τις θέτει προς εξαγωγή. Αυτό το πλεονέκτημα της όμως, μπορεί να μετατραπεί σε απώλειες. Η ξένη επιχείρηση κρατάει πλέον στη διάθεση της την τεχνογνωσία της αναδόχου επιχείρησης, οπότε εάν την χρησιμοποιήσει, με στόχο να ανέβει η ίδια, ουσιαστικά στρέφεται απέναντι στην ανάδοχο, διότι μετασχηματίζεται σε ανταγωνιστή της. Με σκοπό την αποφυγή τέτοιων φαινομένων, οι συμφωνίες υπογράφονται μεταξύ επιχειρήσεων με διαφορετικές αγορές και γεωγραφικώς απομακρυσμένες μεταξύ τους. Σχετικά με το οικονομικό κόστος που εισάγει αυτή η μέθοδος, όλα τα έξοδα της συγκεκριμένης διαδικασίας αναλαμβάνει ολοκληρωτικά η αλλοδαπή επιχείρηση. Όσον αφορά την επιλογή της αναδόχου επιχείρησης, η εκχώρηση πραγματοποιείται είτε με προκηρύξεις διεθνών διαγωνισμών είτε με άμεση ανάθεση σε αυτήν. Συνήθως, σε τέτοιου είδους συμφωνίες εξελίσσονται όταν προγραμματίζονται μεγάλα επενδυτικά έργα, και όταν λείπει η τεχνογνωσία ή οι διοικητικές ικανότητες.

➤ **Συμβόλαια διοίκησης:**

Τα Συμβόλαια Διοίκησης αναλύουν συμφωνίες που βασίζονται στην οργάνωση μιας λειτουργικής διοίκησης μιας επιχείρησης. Η ολοκλήρωση αυτής της προσπάθειας προϋποθέτει την παρουσία δυο πλευρών, της επιχείρησης-προμηθευτή και της επιχείρησης-πελάτη, όπου η πρώτη προσφέρει στην δεύτερη διοικητικές ικανότητες. Η επιχείρηση-προμηθευτής διαθέτει έμπειρα στελέχη με δεξιότητες, τα οποία εκμεταλλεύεται μέσω αμοιβής η επιχείρηση-πελάτης για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Οι απολαβές διαφέρουν ανάλογα με τα αποτελέσματα που θα αποφέρει η διαδικασία αυτή στην επιχείρηση-πελάτη. Μέσω των συμβολαίων διοίκησης, οι επιχειρήσεις ενισχύουν την παραγωγικότητά τους, να διορθώσουν την

επιχειρησιακή δομή τους ώστε να πετύχουν αυξημένες αποδόσεις. Ωστόσο, η συγκεκριμένη μέθοδος περιλαμβάνει και αρνητικά. Η μη αρμονία των στελεχών της μιας και του ανθρώπινου δυναμικού της άλλης δημιουργεί υψηλή αμφισβήτηση στην τελική έκβαση της. Για παράδειγμα, όταν οι εργαζόμενοι της επιχείρησης-πελάτης δεν θα αποδεχθούν την κουλτούρα, τις αρχές και τις κατευθύνσεις των στελεχών της επιχείρησης-προμηθευτή, τότε είναι απίθανο να κερδηθούν τα αναμενόμενα οφέλη. Ένα ακόμα μειονέκτημα σχετίζεται με την πιθανότητα αντιγραφής των δεξιοτήτων και της στρατηγικής της επιχείρησης-προμηθευτή, αιτία που μπορεί να προκαλέσει στην τελευταία δυσάρεστες συνέπειες, σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ίδιο κλάδο.

➤ **Επενδύσεις:**

Σίγουρα, η διεθνής εμπορική δραστηριότητα αποτελεί μία από τις πιο γνωστούς τρόπους εισόδου σε νέους εμπορικούς ορίζοντες. Η εξαγωγική δραστηριότητα προβάλλεται ως η πιο σύγχρονη μέθοδος άσκησης του διεθνούς εμπορίου, αφού οι απαιτήσεις της είναι ελάχιστες και το κόστος της χαμηλό. Το γεγονός ότι τα κέρδη της είναι ικανοποιητικά πάρα τα διάφορα προβλήματα που είναι πιθανό να εμφανιστούν, απεικονίζουν στην εξαγωγική διαδικασία τους κινδύνους που ελλοχεύουν. Με την πάροδο του χρόνου οι ξένες επενδύσεις μετατρέπονται σε μια αρκετά ενδιαφέρουσα τακτική διεθνοποίησης. Η κατάταξη τους διασπάται με βάση την αυστηρή τήρηση του ελέγχου που πρέπει να ασκούν τα διοικητικά στελέχη της επιχείρησης καθώς και με το πόσο που συμμετέχουν στην δημιουργία ενός νέου παραγωγικού κεφαλαίου σε άμεσες ξένες επενδύσεις και σε ξένες μετοχικές επενδύσεις χαρτοφυλακίου. Ως μειονέκτημα της συγκεκριμένης πολιτικής εξάπλωσης εντοπίζομαι τον υψηλό βαθμό κινδύνου που αναλαμβάνει η επιχείρηση, ενώ ως πλεονέκτημα θεωρούνται τα υψηλά επίπεδα αποδόσεων του επενδυμένου κεφαλαίου.

➤ **Άμεσες ξένες επενδύσεις:**

Τα τελευταία χρόνια καταγράφεται μια στροφή των επιχειρήσεων στις άμεσες ξένες επενδύσεις (ΑΞΕ). Η αλλαγή αυτή οφείλεται σε διάφορους παράγοντες, όπως το άνοιγμα των αγορών, η αυξημένη μεταφορά παραγωγικών πόρων, ο αυξημένος ρυθμός βελτίωσης των παραγωγικών ικανοτήτων, ως επακόλουθο της τεχνολογικής προόδου. Οι ΑΞΕ χαρακτηρίζονται ως μια μορφή επένδυσης που υλοποιείται από ανεξάρτητο επενδυτή σε μια

ξένη χώρα. Πρόκειται δηλαδή για την ίδρυση μιας νέας οικονομικής μονάδας σε μια άλλη χώρα, η οποία θα κατέχει είτε εμπορικό, είτε παραγωγικό, είτε επιχειρησιακό χαρακτήρα. Η οικονομική αυτή οντότητα εντάσσεται ως θυγατρική επιχείρηση, η οποία όμως βρίσκεται υπό τον έλεγχο της μητρικής. Ως μειονέκτημα των ΑΞΕ θεωρείται ο χρόνος και το κόστος που απαιτούνται για την επίτευξη τους, ενώ ως πλεονεκτήματα ερμηνεύονται όλα τα οφέλη που αποδίδει, όπως η συμμετοχή στα ξένα γεγονότα, οι προοπτικές διεθνούς καταξίωσης και η συνεχής πρόοδος. Καθοριστικός παράγοντας στην πραγματοποίηση των ΑΞΕ αποτελεί η κυβερνητική πολιτική. Πιο συγκεκριμένα, υπάρχουν κράτη που επιθυμούν την είσοδο των ΑΞΕ, διότι συμβάλλουν στην βελτίωση της κοινωνικής προόδου καθώς και στην ανάπτυξη μιας χώρας είναι ικανοποιητική. Αντιθέτως, συναντάμε χώρες που δεν επικροτούν τις ΑΞΕ, συνήθως με έμμεσο τρόπο, με στόχο την προστασία των εγχώριων επιχειρήσεων. Παρόλα αυτά, μια ενδεχόμενη συνεργασία μεταξύ εγχώριων και ξένων επιχειρήσεων είναι σε κάθε περίπτωση επιθυμητή. Επομένως, κάθε επιχείρηση που σκοπεύει να ασχοληθεί με την ανάληψη ΑΞΕ οφείλει να εκτιμήσει εάν το χρηματοοικονομικό και πολιτικό περιβάλλον μιας αλλοδαπής χώρας ενδείκνυται για την πραγματοποίησή τους. Όσον αφορά τις μορφές που μπορεί να λάβουν οι ΑΞΕ επισημαίνονται παρακάτω:

- ΑΞΕ προς εκμετάλλευση πλουτοπαραγωγικών πόρων: όπου η επιχείρηση έχει ως σκοπό την χρήση παραγωγικών πόρων, είτε πρόκειται για ανθρώπινο δυναμικό είτε για πρώτες ύλες. Ωστόσο, η μορφή αυτή αποδυναμώνεται διαρκώς.
- ΑΞΕ για την εύρεση νέων αγορών: όπου η επιχείρηση αναζητεί την εξασφάλιση ενός καλύτερου επιπέδου εξυπηρέτησης των πελατών της στην αλλοδαπή χώρα, την μείωση του μεταφορικού κόστους και την εξυγίανση του ανταγωνισμού. Σημαντικό ρόλο καθορίζει το μέγεθος της αγοράς-στόχου.
- ΑΞΕ για την διεύρυνση της αποδοτικότητας: τις οποίες αναλαμβάνουν κατά βάση πολυεθνικές επιχειρήσεις που επιθυμούν μια πιο οργανωμένη διεξαγωγή των δραστηριοτήτων τους.
- ΑΞΕ για τον εντοπισμό στρατηγικών πόρων ή ικανοτήτων: μέσω των οποίων οι επιχειρήσεις προσπαθούν να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους. Αυτή η μορφή των ΑΞΕ εφαρμόζεται κυρίως από οργανισμούς που επιχειρούν για πρώτη φορά την είσοδο σε μια ξένη χώρα.

Η υιοθέτηση των ΑΞΕ είναι μια πολύπλοκη διαδικασία που απαιτεί πολλές δεσμεύσεις. Για το λόγο αυτό, κάθε επιχείρηση που αναλαμβάνει να εκτελέσει μια ΑΞΕ οφείλει να εκτιμήσει σωστά τις εναλλακτικές επενδυτικές επιλογές, καθώς και την αναμενόμενη απόδοση της επένδυσης που θα επιλέξει. Επιπλέον, η μορφή των ΑΞΕ που θα αποφασιστεί πρέπει να συνδέεται με την πολιτική, το όραμα, τους στόχους, την στρατηγική και τις ανάγκες της επιχείρησης. Ωστόσο, εκτός από τις μορφές υπάρχουν και οι τύποι των ΑΞΕ, μεταξύ των οποίων μπορεί να επιλέξει μια επιχείρηση:

- Η Θυγατρική Πλήρους Ιδιοκτησίας.
- Η Κοινοπραξία.
- Η Στρατηγική Συμμαχία.

➤ **Επενδύσεις χαρτοφυλακίου:**

Με χρηματοοικονομικούς όρους το χαρτοφυλάκιο αναφέρεται στην συλλογή περιουσιακών στοιχείων που αποτελείται από διάφορα είδη αξιόγραφων, τα οποία καθορίζουν το μέγεθος και την δομή του. Βασικά κριτήρια για την διάκριση των χαρτοφυλακίων καταγράφεται η σταθερότητα, ο βαθμός επενδυτικού κινδύνου και η απόδοση. Πρόθεση των επενδυτών χαρτοφυλακίου είναι η μεγιστοποίηση της απόδοσης τους και η ελαχιστοποίηση του κινδύνου. Τα χαρτοφυλάκια με την μεγαλύτερη απόδοση περιλαμβάνουν αξιόγραφα μεταβλητής απόδοσης, τίτλους χαμηλής σταθερότητας και υψηλότερου βαθμού κινδύνου, όπως για παράδειγμα οι μετοχές και τα παράγωγα. Αντίθετα, τα χαρτοφυλάκια με το μικρότερο κέρδος ενσωματώνουν τίτλους με μεγαλύτερη μονιμότητα και λιγότερο ρίσκο, όπως τα κρατικά ομόλογα, οι ομολογίες και τα έντοκα γραμμάτια. Οι επενδυτές επιλέγουν τις επενδύσεις χαρτοφυλακίου για δύο λόγους. Ο πρώτος αφορά την καλύτερη απόδοση που αποφέρει ως κέρδος ένα χαρτοφυλάκιο στον επενδυτή του, ενώ ο δεύτερος σχετίζεται με την ελαχιστοποίηση του επενδυτικού κινδύνου, η οποία εξασφαλίζεται με τα μη επικίνδυνα αξιόγραφα. Τέλος, με βάση όλα τα παραπάνω τα χαρτοφυλάκια φανερώνουν μία από τις βασικότερες πηγές εισοδήματος, αφού αποτελούν ταυτόχρονα την πιο τρόπο πρόσβασης σε χρηματικούς πόρους και τον βασικό μοχλό ανάπτυξης των επιχειρήσεων.

2.2 ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΩΝ

2.2.1 ΟΜΑΔΟΠΟΙΗΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΩΝ

- **Κατάταξη σύμφωνα με τη χρονική περίοδο:**

Μακροπρόθεσμη(long term) χρηματοδότηση σημαίνει πως οι κεφαλαιακές ανάγκες ξεπερνούν τα 5 χρόνια, συνήθως φτάνουν έως και τα 20 χρόνια ανάλογα την κάθε περίπτωση μπορεί και παραπάνω. Οι κεφαλαιουχικές δαπάνες σε πάγιο ενεργητικό, όπως μηχανήματα, ακίνητα και κτήρια χρηματοδοτούνται από μακροπρόθεσμες πηγές χρηματοδότησης. Επίσης με την πολυετή χρηματοδότηση δίνεται η δυνατότητα να εξασφαλιστεί μέρος του κεφαλαίου κίνησης στην πιθανότητα που παραμένει σε όλη την διάρκεια της λειτουργίας της επιχείρησης. Οι μακροπρόθεσμες χρηματοδοτήσεις είναι οι εξής:

- Το μετοχικό κεφάλαιο(κοινές και προνομιούχες μετοχές).
- Τα κεφαλαιοποιημένα πραγματοποιηθέντα κέρδη(αποθεματικά).
- Τα ομόλογα.
- Τα δάνεια(τραπεζικά, ομολογιακά, ενιαία).
- Τα επιχειρηματικά κεφάλαια(venture funding).
- Η τιτλοποίηση περιουσιακών στοιχείων.

Μεσοπρόθεσμη(medium term) χρηματοδότηση λέγεται η χρονική περίοδος η οποία αφορά χρηματοδότηση από 1 έως 5 χρόνια και ταιριάζει κυρίως για δύο λόγους. Πρώτον, όταν η διαρκής χρηματοδότηση δεν είναι διαθέσιμη σαν επιλογή και δεύτερον όταν υπάρχουν

καθυστερημένα έσοδα από δαπάνες, όπως για παράδειγμα μία διαφημιστική καμπάνια της οποίας τα κέρδη θα εμφανιστούν μέσα σε μία περίοδο 3 με 5 χρόνων. Οι μεσοπρόθεσμες χρηματοδοτήσεις είναι οι εξής:

- Οι προνομιούχες μετοχές.
- Τα ομόλογα.
- Ο μεσοπρόθεσμος δανεισμός από εμπορική τράπεζα ή πιστωτικό ίδρυμα.
- Η μίσθωση(λειτουργική ή χρηματοδοτική).

Βραχυπρόθεσμη(short term) χρηματοδότηση ονομάζεται το χρονικό διάστημα που δεν υπερβαίνει τον 1 χρόνο ή μικρότερο. Η ανάγκη για χρηματοδότηση του κυκλοφορόντος ενεργητικού (οι προμήθειες σε πρώτες ύλες, η εξόφληση απαιτήσεων σε προμηθευτές ή η διατήρηση ενός ελάχιστου κεφαλαίου κίνησης) αποτελεί ο λόγος για τον οποίο μία επιχείρηση αναζητεί την βραχυπρόθεσμη χρηματοδότηση. Οι βραχυπρόθεσμες χρηματοδοτήσεις είναι:

- Οι αλληλόχρεοι λογαριασμοί.
- Τα δάνεια κεφαλαίου κίνησης.
- Οι προθεσμιακές καταθέσεις διάρκειας 1 έτους ή λιγότερο.
- Η πίστωση προκαταβολής από πελάτες.
- Η πρακτορεία ή η πώληση επιχειρηματικών απαιτήσεων(factoring ή forfaiting).

ο **Κατάταξη των χρηματοδοτήσεων ανάλογα με την κυριότητα και την αξιολόγηση:**

Σε αυτό τον διαχωρισμό οι χρηματοδοτήσεις χωρίζονται σε δύο κατηγορίες ανάλογα με την κατοχή του κεφαλαίου: Ίδιο ή ξένο κεφάλαιο. Ο επικεφαλής της επιχείρησης θα πρέπει να αποδεχθεί ή να μοιραστεί την ιδιοκτησία με τρίτους και επομένως τον πλήρη έλεγχο των επιχειρηματικών αποφάσεων είτε να δεχθεί ένα κόστος που θα προέρχεται από οφειλόμενους τόκους, αντίστοιχα. Το ίδιο κεφάλαιο προκύπτει είτε από τους ίδιους τους υπευθύνους της επιχείρησης είτε από τους μετόχους και αφορά το κεφάλαιο στο οποίο στηρίζεται η σύσταση, η λειτουργία της επιχείρησης. Το κεφάλαιο διακρίνεται σε ιδρυτικό(ατομικό, εταιρικό ή μετοχικό) και στο αποθεματικό. Η χρηματοδότηση από το ίδιο κεφάλαιο γίνεται με τους εξής τρόπους:

- Ενίσχυση του αρχικού ποσού με μεταγενέστερες εισφορές των επιχειρηματιών.
- Αύξηση μετοχικού κεφαλαίου.
- Κεφαλαιοποίηση πραγματοποιηθέντων κερδών(αποθεματικά).
- Απώλεια περιουσιακών στοιχείων.
- Μετατροπή των πιστωτών σε μετόχους (convertible bonds).
- Μέσω επιχειρηματικών κεφαλαίων(venture funding).

Επιπλέον τα ίδια κεφάλαια αποτελούν μακροπρόθεσμο κεφάλαιο το οποίο συνεχίζουν να υφίσταται όσο και η διάρκεια λειτουργίας της επιχείρησης και το οποίο δεν περιέχει κόστος για την πληρωμή τόκων. Αυτό με τη σειρά του μειώνει τον κίνδυνο χρεοκοπίας. Τα ξένα κεφάλαια είναι στην ουσία τα δανειζόμενα κεφάλαια και οι πηγές τους προέρχονται από τις εμπορικές τράπεζες, ή τα υπόλοιπα πιστωτικά ιδρύματα, ή το κοινό μέσω ομολόγων. Στο

ενδεχόμενο αυτό και προκειμένου να εξασφαλιστεί η χρηματοδότηση πολλές φορές η επιχείρηση υποθηκεύει τα περιουσιακά της στοιχεία για να εξοφλήσει τα δανειζόμενα κεφάλαια σε περίπτωση ρευστοποίησης της επιχείρησης. Επιπλέον ένα στοιχείο των ξένων κεφαλαίων παρουσιάζεται η τακτική αποπληρωμή τόκων και κεφαλαίου με αρνητική επίδραση σε πιθανό κίνδυνο χρεοκοπίας της επιχείρησης. Ωστόσο, δεν υπάρχει παραχώρηση εκ μέρους της ιδιοκτησίας της επιχείρησης, αρά και του ελέγχου της. Επίσης, η επιχείρηση πληρώνει λιγότερους φόρους, διότι η αποπληρωμή των δανειζόμενων κεφαλαίων αφορά το κόστος για την επιχείρηση, επομένως αφαιρείται από τα κέρδη κατά των υπολογισμό των φορολογήσιμων κερδών.

2.2.2 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

ο Αποθεματικά:

Κατά την διάρκεια της δραστηριότητας της, η επιχείρηση πραγματοποιεί κέρδη τα οποία είτε διανέμονται στους ιδιοκτήτες της επιχείρησης είτε μοιράζονται σε κάποιο ποσοστό, ενώ τα υπόλοιπα που απομένουν κεφαλαιοποιούνται έτσι ώστε να δημιουργηθούν τα αποθεματικά, τα οποία συγκροτούν το ίδιο κεφάλαιο της και συμβάλλουν στην εξασφάλιση της οικονομικής σταθερότητας της επιχείρησης. Γενικά, η επένδυση των αποθεματικών σε στοιχεία του ενεργητικού αποτελεί ένα είδος εσωτερικής χρηματοδότησης που δεν επιβαρύνεται από τόκους, ενώ ταυτόχρονα είναι απαραίτητο για την φορολογική μεταχείριση της επιχείρησης (Ευθύμογλου και Ελευθεριάδης, 2012).

ο Μετοχές και μετοχικό κεφάλαιο:

Το μετοχικό κεφάλαιο των ανώνυμων εταιριών διασπάται σε ίσα μέρη κεφαλαίου, που ορίζονται ως μετοχές και οι κάτοχοι τους μέτοχοι. Οι μέτοχοι εμφανίζονται ως συνέταιροι στην επιχείρηση κατά το αντίστοιχο ποσό των μετοχών τους, με μοναδική υποχρέωση το αντίτιμο της αξίας της μετοχής. Παράλληλα, δεν φέρουν την παραμικρή ευθύνη πέρα από την ονομαστική αξία των μετοχών τους, όμως διαθέτουν κατοχυρωμένα δικαιώματα. Όπως η συμμετοχή στα καθαρά κέρδη της ανώνυμης εταιρίας μέσω της λήψης μερίσματος, παρουσία

στο προϊόν εκκαθάρισης της εταιρικής περιουσίας σε τυχόν διάλυση της επιχείρησης, παρέμβαση στις γενικές συνελεύσεις με καθήκον ψήφου, δυνατότητα πρόσκλησης της γενικής συνέλευσης, δικαίωμα λήψης του ισολογισμού της επιχείρησης μαζί με τις εκθέσεις του διοικητικού συμβουλίου και των ελεγκτών, μεταβίβαση των μετοχών χωρίς περιορισμούς, και επιλογή προτίμησης κατά την έκδοση νέων μετοχών(υπό περιορισμούς) (Θάνος, Κιόχος και Παπανικολάου, 2002). Οι μετοχές χωρίζονται σε δυο κατηγορίες, τις κοινές και τις προνομιούχες, οι οποίες μπορεί να είναι ονομαστικές ή ανώνυμες. Οι κοινές μετοχές χρησιμοποιούνται κυρίως στην αγορά και εκδίδονται από τις επιχειρήσεις για την άντληση κεφαλαίων μέσω του χρηματιστηρίου. Αποτελούν μια μορφή δανείου από την κεφαλαιαγορά, όπως τα μακροπρόθεσμα δάνεια ή τα χρεόγραφα δανείων με χαμηλό κόστος. Οι προνομιούχες μετοχές, όπως και οι κοινές, αντιπροσωπεύουν ένα μέρος της περιουσίας της επιχείρησης συνήθως όμως οι κάτοχοι δεν μπορούν να ψηφίσουν. Οι μέτοχοι με προνομιούχες μετοχές, ασχολούνται την ιδιοκτησία μαζί με τους μέτοχους που διατηρούν κοινές μετοχές και απολαμβάνουν κέρδη μόνο εάν προκύψουν. Οι κάτοχοι των προνομιούχων μετοχών προηγούνται έναντι των κοινών μετοχών στην λήψη πρώτου μερίσματος και εξασφαλίζουν κατώτατο υποχρεωτικό μέρισμα 5% επί της ονομαστικής αξίας της μετοχής, επιπλέον, έχουν προτεραιότητα στο προϊόν εκκαθάρισης. Κατά την διάλυση της εταιρίας αποπληρώνεται πρώτα στους ιδιοκτήτες των προνομιωκών μετοχών στο κεφάλαιο που καταθέσαν και έπειτα λαμβάνουν το ίδιο ποσοστό με τους κατόχους των κοινών μετοχών.

ο **Δάνεια από τράπεζες:**

Ο τραπεζικός δανεισμός αποτελεί την βασική δραστηριότητα των τραπεζών και η πιο διάσημη πολιτική χρηματοδότησης. Οι κατηγορίες για την έκδοση δανείων περιλαμβάνουν τα δάνεια κεφαλαίου κίνησης και τα μακροπρόθεσμα δάνεια. Οι παράγοντες για την σωστή επιλογή του δανείου προϋποθέτοντας από τις ανάγκες της επιχείρησης, το μέγεθος της, το αντικείμενο εργασιών της, καθώς και από τον τρόπο εξόφλησης του δανείου ανάλογα με το είδος του. Οι τράπεζες, προκειμένου να χρηματοδοτήσουν μία επιχείρηση, αξιολογούν, μέσω μίας ομάδας εξειδικευμένων υπαλλήλων, την πρόταση χρηματοδότησης αναλύοντας τις οικονομικές καταστάσεις της επιχείρησης με την χρήση χρηματοοικονομικών δεικτών, την εξέλιξη των ταμειακών εισροών και εκροών που υποβάλλονται στην τράπεζα, και τέλος την επαγγελματική σχέση της επιχείρησης με την τράπεζα. Ο τραπεζικός δανεισμός, ωστόσο, επηρεάζεται από αρκετούς εξωτερικούς παράγοντες όπως η πολιτική, η οικονομική κατάσταση μίας χώρας. (Νούλας, 2016).

- **Ενιαία δάνεια:**

Τα ενιαία δάνεια λαμβάνουν την μορφή μεσοπρόθεσμου ή μακροπρόθεσμου δανεισμού για μεγάλες επιχειρήσεις και χορηγούνται κυρίως από εμπορικές τράπεζες, εταιρίες επενδύσεων, ασφαλιστικές εταιρίες. Ωστόσο, πολλές φορές, οι χρηματοδοτικές απαιτήσεις μίας επιχείρησης εάν δεν μπορούν να καλυφθούν από έναν μόνο δανειστή για αυτό το λόγο προσφέρεται η δυνατότητα συνεργασία ανάμεσα σε δύο ή περισσότερους δανειστές για την επικύρωση ενός δανείου. Μερικά από τα πλεονεκτήματα των ενιαίων δανείων: συνάπτονται γρήγορα καθώς ο αριθμός των ενδιαφερόμενων είναι μικρός, η εξόφληση τους μπορεί να γίνει με τρόπο που να εξυπηρετεί την επιχείρηση, η δανειζόμενη επιχείρηση δεν υποχρεούται να δημοσιεύσει τους λόγους για τους οποίους κατέληξε σε αυτή την λύση, και τα επιχειρηματικά της στοιχεία, σχέδια. Τέλος, δίνεται η ευκαιρία τροποποίησης των αρχικών όρων. Το επιτόκιο του δανείου εξαρτάται από την διάρκεια του δανείου, την πιστοληπτική ικανότητα της επιχείρησης, από τις συνθήκες της αγοράς, και στις συμβάσεις με τράπεζες. Η εξόφληση των ενιαίων δανείων γίνεται είτε τμηματικά σε ισόποσες δόσεις, ή με τοκοχρεολυτική απόσβεση, είτε εφάπαξ με κεφαλαιοποίηση των τόκων και η εξόφληση να πραγματοποιηθεί στην λήξη του δανείου μαζί με το αρχικό κεφάλαιο. Ακόμα, μετά από συμφωνία όλων των πλευρών ή εφαρμόζοντας όρο στην δανειακή σύμβαση, το δάνειο μπορεί να αποπληρωθεί ή να μετατραπεί (Ευθύμογλου και Ελευθεριάδης, 2012).

- **Ομόλογα:**

Τα ομόλογα είναι χρεόγραφα που εκδίδονται από τις κυβερνήσεις των κρατών, τους δημόσιους οργανισμούς, ανώνυμες εταιρίες. Η έκδοση τους πραγματοποιείται με σκοπό την άντληση μεσοπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων κεφαλαίων μέσω των κεφαλαιαγορών, χωρίς την χρήση της τραπεζικής διαμεσολάβησης, αρά αναδεικνύεται ως μία καλή εναλλακτική λύση χρηματοδότησης. Η δομή τους δημιουργείται με τέτοιο τρόπο ετσι ώστε να εξυπηρετεί τις ταμειακές ροές και τις χρηματοδοτικές ανάγκες της επιχείρησης, η αποπληρωμή τους υλοποιείται είτε πρόωρα, είτε σταδιακά, είτε με μετρητά είτε με άλλους τρόπους. Επίσης, σε

περιόδους χαμηλών επιτοκίων παρατηρείται αύξηση των εκδόσεων εταιρικών ομολόγων, επειδή οι επιχειρήσεις μπορούν να δανειστούν μακροπρόθεσμα με μικρά επιτόκια.

- **Ομολογιακά δάνεια:**

Τα ομολογιακά δάνεια αναδεικνύονται ως μία σημαντική μακροπρόθεσμη χρηματοδότηση τόσο των μεγάλων επιχειρήσεων όσο και του δημοσίου τομέα, η έκδοσή τους γίνεται με δημόσια εγγραφή και εφαρμόζονται για την κάλυψη δαπανών, για τεράστια επενδυτικά έργα. Οι τίτλοι τους, ονομάζονται ομολογίες, καταγράφονται ως αντικείμενο διαπραγμάτευσης στην αγορά κεφαλαίων και τα κεφάλαια που αποκτώνται κατευθύνονται για την οργάνωση μελλοντικών σχεδίων.

- **Μίσθωση:**

Το Leasing πρόκειται για μια εξειδικευμένη μακροπρόθεσμη πηγή χρηματοδότησης που απευθύνεται αποκλειστικά για την απόκτηση παγίων στοιχείων, εξοπλισμού για επαγγελματίες και επιχειρήσεις χωρίς να διαθέτουν τα δικά τους κεφάλαια. Οι εμπλεκόμενοι χωρίζονται σε δυο κατηγορίες: τον εκμισθωτή (lessor), τον μισθωτή (lessee), ενώ ως έμμεσο συμβαλλόμενο μέρος, σε κάποιες μορφές του leasing, θεωρείται ο προμηθευτής του παγίου. Η έναρξη της μίσθωσης ξεκινάει όταν ο μισθωτής αναζητεί στον εκμισθωτή την χρηματοδότηση ενός παγίου στοιχείου ή αλλιώς το μίσθιο. Στο μεταξύ, η εταιρεία leasing εγκρίνει το αίτημα της επιχείρησης, ο προμηθευτής του παγίου, πουλάει το πάγιο στην εταιρεία leasing, η οποία με την σειρά της το νοικιάζει για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα (ανάλογα με το είδος του παγίου), στην επιχείρηση υπογράφοντας την σύμβαση χρηματοδοτικής μίσθωσης, παράλληλα ρυθμίζοντας τις καταβολές(μισθώματα), και το χρονοδιάγραμμα της μίσθωσης. Η εταιρεία leasing θέλοντας να αποφύγει την εμπλοκή της σε περιπτώσεις τεχνικών ελαττωμάτων, διαφωνίες ανάμεσα σε προμηθευτή- πελάτη, καθώς και σε φορολογικά ή τελωνειακά θέματα, ζητά από την επιχείρηση να βρει η ίδια τον προμηθευτή του παγίου και να τον υποδείξει έτσι ώστε να ολοκληρωθεί η συναλλαγή. Το μίσθιο ή το πάγιο, αναφέρεται ως ένας ορός που αφορά την απόκτηση εξοπλισμού (μηχανήματα, έπιπλα, μεταφορικά μέσα, ακίνητα). Κατά την διάρκεια της μίσθωσης το μίσθιο ασφαλίζεται προς αποφυγή όλων των κινδύνων είτε από τον μισθωτή είτε από τον εκμισθωτή, ανάλογα με την κατηγορία leasing. Τρίτα πρόσωπα δεν επιχειρούν να ασκήσουν κυριότητα επί του παγίου, επειδή η ιδιοκτησία του παγίου δεν ανήκει

στο μισθωτή, αλλά στην εταιρία leasing, εξέλιξη ουσιαστική για την κατοχύρωση όλων των δικαιωμάτων σε πιθανή πτώχευση του μισθωτή ή οικονομικών προβλημάτων που αντιμετωπίζει. Τέλος, οι εταιρίες Leasing διεξάγουν αποσβέσεις στα μίσθια ίσες προς τις αποσβέσεις που πρέπει να υπολογίσει ο μισθωτής εάν έκανε την αγορά των ίδιων παγίων. Με την μίσθωση ο μισθωτής μπορεί να αγοράσει το μίσθιο στην έναρξη ή στην λήξη της σύμβασης μίσθωσης έναντι ενός ποσού (συμφωνημένου κατά την υπογραφή της) αποκτώντας την ευκαιρία να ανανεώσει την συμφωνία ή ακόμα και να διακόψει την συνεργασία επιστρέφοντας τον εξοπλισμό (Χριστόπουλος και Ντόκας, 2012).

ο **Πρακτορεία επιχειρηματικών αποφάσεων (factoring):**

Η Πρακτορεία Επιχειρηματικών Απαιτήσεων ή factoring, αποτελεί ένα σύνθετο, ευέλικτο, σύγχρονο χρηματοπιστωτικό εργαλείο για επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα, το factoring συνδέεται με χρηματοοικονομικές υπηρεσίες για την κάλυψη των αναγκών επιχειρήσεων που πωλούν προϊόντα ή παρέχουν υπηρεσίες με βραχυπρόθεσμη πίστωση σε πελάτες. Η πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων διασπάται σε τρία συμβαλλόμενα μέλη τα οποία διορίζει η εταιρία factoring ή πράκτορα απαιτήσεων γνωστό διεθνώς ως factor, ο οποία ανήκει σε τράπεζα ή θυγατρική της με ειδική άδεια από την τράπεζα της Ελλάδος με μετοχικό κεφάλαιο που δεν μπορεί να είναι μικρότερο από το μισό του ελάχιστου μετοχικού κεφαλαίου που απαιτείται για την σύσταση ανώνυμων τραπεζικών εταιριών. Η πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων καταγραφεί μία σύμβαση μεταξύ μίας επιχείρησης και μίας εταιρείας πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων, στα πλαίσια της οποίας, η επιχείρηση εκχωρεί το σύνολο των απαιτήσεων που εκφράζονται από τους πελάτες της στην εταιρεία πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων, ενώ η τελευταία προσφέρει διάφορες υπηρεσίες στην επιχείρηση. Ενδεικτικά:

- την χρηματοδότηση της επιχείρησης: ο προμηθευτής επιθυμεί την μετατροπή των εισπρακτέων απαιτήσεών του σε μετρητά για την ενίσχυση της ρευστότητάς του, ο πράκτορας χορηγεί προκαταβολή επί της ονομαστικής αξίας των τιμολογίων του με την προεξόφληση να γίνεται σε σύντομο χρονικό διάστημα επιτυγχάνοντας άμεση ρευστότητα και χρηματοδότηση,

- την αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας των αγοραστών: ο πράκτορας αξιολογεί την πιστοληπτική ικανότητα των οφειλετών του προμηθευτή, τόσο αυτών που έχουν ενταχθεί στο πελατολόγιό του από την αρχή της συνεργασίας όσο και αυτών που εισέρχονται στην σύμπραξη αργότερα,
- την λογιστική παρακολούθηση, την διαχείριση, την είσπραξη των τιμολογίων: στα πλαίσια της διαχείρισης των εκχωρημένων απαιτήσεων ο πράκτορας αναλαμβάνει την λογιστική παρακολούθηση των λογαριασμών των πελατών, όλους τους ελέγχου των εισπρακτέων λογαριασμών και την είσπραξη των απαιτήσεων στην αντίστοιχη πίστωση του προμηθευτή,
- την αναγνώριση του πιστωτικού κινδύνου: ο πράκτορας παραδέχεται τον πιστωτικό κίνδυνο κάτω από προϋποθέσεις και εφόσον αυτό ζητηθεί από τον συνεργαζόμενο προμηθευτή. Ο αναλαμβανόμενος πιστωτικός κίνδυνος συσχετίζεται με την οικονομική αδυναμία του αγοραστή να καταβάλει την αξία των τιμολογίων και όχι την άρνησή του να τα εξοφλήσει λόγω διαφωνιών μεταξύ προμηθευτή και αγοραστή.

Με την υπογραφή της σύμβασης από τον προμηθευτή, ως πελάτης της εταιρίας factoring, ο προμηθευτής παραδίδει τις απαιτήσεις απέναντι στον πελάτη του με συμφωνημένο ποσό αμοιβής και επιτόκιο χρηματοδότησης. Με την πάροδο του χρόνου πίστωσης, και εφόσον δεν τροποποιήσει ο πελάτης τις υποχρεώσεις του, γίνεται η είσπραξη της επιχειρηματικής απαίτησης, εκκαθάριση της απαίτησης ,και η εταιρία factoring κρατά την αμοιβή της.

ο **Εκχώρηση επιχειρηματικών αποφάσεων (forfaiting):**

Η εκχώρηση επιχειρηματικών απαιτήσεων (forfaiting), εμφανίζεται ως μια νέα πηγή χρηματοδότησης με σκοπό την εξυπηρέτηση του μεσοπρόθεσμου και του μακροπρόθεσμου διεθνούς εμπορίου και εφαρμόζεται, κατά κύριο λόγο από επιχειρήσεις με εξαγωγικό προσανατολισμό. Τα συγκεκριμένα αξιόγραφα, εκτός των συναλλαγματικών, αφορούν εγγυητικές, υποσχετικές επιστολές, ανέκκλητες πιστώσεις κ.α.. Η υπηρεσία λειτουργεί συνδυαστικά με την ύπαρξη αποδεκτού μέσου πληρωμής για κάθε συναλλαγή, συνήθως βραχυχρόνιας πιστώσεως, εγγυημένης συναλλαγματικής, ή γραμματίου σε διαταγή, προκειμένου να προσδιοριστεί η αποδοχή της οφειλής και ο ακριβής χρόνος πληρωμής. Στην διαδικασία του forfaiting, εμπλέκονται τρεις ή τέσσερις άμεσα συμβαλλόμενοι και ειδικότερα ο εξαγωγέας (exporter), ή προμηθευτής, ή εκχωρητής, ο οποίος πουλάει αγαθά ή υπηρεσίες στον εισαγωγέα, ο εισαγωγέας (importer), ή πελάτης του προμηθευτή, ο forfaitier ο οποίος

ενδεχομένως να παρουσιάζεται ως θυγατρική τράπεζας που παρέχει και υπηρεσίες factoring και η τράπεζα του εισαγωγέα που δραστηριοποιείται σε υπηρεσίες factoring. Η διαδικασία του forfaiting αρχίζει πριν από την πώληση προϊόντων ή υπηρεσιών σε μια εισαγωγική επιχείρηση, διότι η εξαγωγική επιχείρηση ή ο προμηθευτής ρωτά πρώτα σε μια τράπεζα, η οποία ασχολείται με υπηρεσίες και καλύψεις κινδύνων, όπως η χρηματοδότηση με την μορφή προεξόφλησης των απαιτήσεων, προστασία από κινδύνους που προέρχονται από την εμπορική συναλλαγή, ανασφάλεια με την διακύμανση του επιτοκίου, προφύλαξη από τον πολιτικές αναταράξεις στην χώρα εισαγωγής, και απουσία συναλλαγματικών κινδύνων. Οι προϋποθέσεις για την σωστή εφαρμογή του forfaiting: η χώρα εισαγωγής να είναι αποδεκτού κινδύνου (οικονομικού και πολιτικού), και η καλή φερεγγυότητα του αγοραστή (εισαγωγέα). Τέλος, στο forfaiting υφίστανται ελάχιστες γραφειοκρατικές διαδικασίες, που αφορούν την εξαγωγή μεταχειρισμένων κεφαλαιουχικών αγαθών, επίσης θέτει λίγους περιορισμούς ως προς την περίοδο και την μορφή παροχής πίστωσης και αναλαμβάνει πλήρως όλο το ρίσκο του πιστωτικού κίνδυνου.

- ο **Εταιρίες κεφαλαίου επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capital):**

Οι εταιρίες κεφαλαίου επιχειρηματικών συμμετοχών (ΕΚΕΣ), γνωστές ως Venture Capital, ονομάζονται οι χρηματοπιστωτικές εταιρίες που θέτουν ως πρωταρχικό στόχο την χορήγηση κεφαλαίων σε επιχειρήσεις μέσω της συμμετοχή τους στο μετοχικό κεφάλαιο των επιχειρήσεων είτε με την παρουσία τους σε αύξηση μετοχικού κεφαλαίου της επιχείρησης ή με την εξαγορά μετοχών υπό την μορφή μετατρέψιμου ομολογιακού δανείου. Σκοπός των Venture Capital είναι η προώθηση και η υλοποίηση επενδύσεων με την ίδρυση ή με την ανάμειξη τους σε νέες εταιρείες οι οποίες δεν επιθυμούν να αντλήσουν κεφάλαια από άλλες πηγές χρηματοδότησης. Οι επενδύσεις τους γίνονται μακροχρόνιο ορίζοντα, και η συνεισφορά τους ρευστοποιείται σε καθορισμένο χρόνο, με συμφωνημένο τρόπο, περνώντας κέρδη από την υπεραξία των μετοχών που δημιουργήθηκε κατά την παραμονή τους στην εταιρεία. Έτσι ενδιαφέρονται για την μεγιστοποίηση της κερδοφορίας και την αξία της χρηματοδοτούμενης επιχείρησης χωρίς όμως ο έλεγχος των μετοχών ή η κατοχή της πλειοψηφίας να αποτελεί τον αυτοσκοπό τους. Η χρηματοδότηση μπορεί να ξεκινήσει από τα αρχικά στάδια ανάπτυξης της επιχείρησης και να φθάσει στη φάση που από μόνη της η επιχείρηση θα είναι σε θέση να αποκτήσει τα απαιτούμενα κεφάλαια από τις παραδοσιακές πηγές χρηματοδότησης όπως τράπεζες, χρηματιστήριο.

- **Επιχειρηματικοί άγγελοι (Business Angels):**

Οι Επιχειρηματικοί άγγελοι (business angels), προβάλλονται ως ιδιώτες επενδυτές, οι οποίοι επενδύουν χρήματα, διαθέτουν χρόνο, εμπειρία, και τεχνογνωσία σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις, που παρουσιάζουν προοπτικές ανάπτυξης. Συνήθως, οι επιχειρηματικοί άγγελοι χαρακτηρίζονται ως άτομα με προϋπηρεσία στην διοίκηση και στην οργάνωση επιχειρήσεων, στο marketing που κατά κύριο λόγο δραστηριοποιούνται μέτοχοι, ιδιοκτήτες, σύμβουλοι ή στελέχη επιχειρήσεων (Mason, 2013). Η χρηματοδότηση είναι ανεπίσημη σε σχέση με τους άλλους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς, και για αυτό δεν απαιτεί ελέγχους και εγγυήσεις. Το μέγεθος της επένδυσης διαφέρει ανάλογα με την κάθε περίπτωση ξεχωριστά και το μέγεθος του κινδύνου είναι χαμηλότερο, άρα φαίνεται ως μια πιο προσιτή πηγή χρηματοδότησης για τις μικρές επιχειρήσεις (Agyarong, 2010).

- **Θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων (Business incubators):**

Οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων (business incubators) εκφράζουν θεσμούς που υποστηρίζουν νεοϊδρυθείσες επιχειρήσεις που βρίσκονται σε πρώιμο στάδιο, προσφέροντάς τους χρηματοδότηση, καθοδήγηση, δικτύωση, στέγαση και υποστήριξη γραφείου συνδυάζοντας αποτελεσματικά το κεφάλαιο, την τεχνολογία, την τεχνογνωσία, με στόχο την δημιουργία αξίας και την επιτάχυνση της ανάπτυξης των επιχειρήσεων, την ανακάλυψη ταλέντων-επιχειρηματικών ευκαιριών, καθώς και την εκμετάλλευση των τεχνολογικών επιτευγμάτων τους (Grimaldi and Grandi, 2005). Οργανωμένα δίκτυα επιχειρηματικότητας, τα οποία δομούνται από μία κεντρική μονάδα (γραφείο στήριξης), και από περισσότερες περιφερειακές μονάδες (ενοίκους). Αυτός ο συντονισμός των θερμοκοιτίδων επιδρά σε ένα σύστημα διοίκησης δύο επιπέδων, ένα σε επίπεδο κεντρικής μονάδας, το οποίο χειρίζεται τα ζητήματα που ανακύπτουν είτε μεταξύ των ενοίκων, είτε ταυτόχρονα της θερμοκοιτίδας και τρίτων, και σε ένα επίπεδο ενοίκων, το οποίο ασχολείται με τα θέματα που σχετίζονται με τις καθημερινές δραστηριότητες των νεοφυών επιχειρήσεων, που αφορά την ανάπτυξη προϊόντων, το μάρκετινγκ, τις πωλήσεις, την προσέλκυση, την επιλογή προσωπικού και την χρηματοδότηση.

- **Χρηματοδότηση από το πλήθος (Crowdfunding):**

Η χρηματοδότηση από το πλήθος (γνωστό ως crowdfunding) προωθείται ως μια μέθοδος για την άντληση κεφαλαίων από μεγάλο αριθμό ενδιαφερόμενων, κατά βάση μέσω του διαδικτύου, καθώς λειτουργεί συνήθως μέσω μίας ιστοσελίδας, στην οποία παρουσιάζονται εταιρείες ή έργα που χρειάζονται χρηματοδότηση και στην οποία έχει πρόσβαση το κοινό. Ενώ αρχικά συνδέθηκε με την χρηματοδότηση κοινωφελών έργων ή με την χρηματοδότηση της τέχνης, τον τελευταίο καιρό αναδεικνύεται ως ένας τρόπος απόκτησης κεφαλαίων για νεοσύστατες εταιρίες ή για άλλα εμπορικά εγχειρήματα. Αίτια της οικονομικής κρίσης και των αδυναμιών της αγοράς όπου οι σύγχρονες πηγές χρηματοδότησης (τραπεζικά δάνεια, κλπ) δεν αρκούν για να στηρίξουν, να διαθέσουν ικανή χρηματοδότηση για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, στον αντίποδα λόγω της ραγδαίας εξέλιξης στον τομέα της τεχνολογίας και των επικοινωνιών, η οποία διευκολύνει απεριόριστα την πρόσβαση καινοτόμων επιχειρήσεων σε επενδυτές και το ανάποδο.

2.3 ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ

Δύο τρόποι με τους οποίους μπορεί να ασκηθεί η εξαγωγική δραστηριότητα έτσι ώστε να επιτευχθεί η είσοδος σε μία νέα αγορά: Η άμεση εξαγωγή ή η έμμεση εξαγωγή. Το τμήμα μάρκετινγκ της εταιρείας θα πρέπει, μέσω της απαραίτητης έρευνας αγοράς, να αποφασίσει τον τρόπο εξαγωγής που ταιριάζει καλύτερα στην εταιρεία ανάλογα με το προϊόν που εξάγει. Ο διαχωρισμός στις δύο κατηγορίες γίνεται με βάση το ποσοστό συμμετοχής της επιχείρησης που παράγει το προϊόν στην διανομή, στην προώθηση του τελικού προϊόντος στις ξένες αγορές. Συνεπώς, η θεμελιώδης διαφορά ανάμεσα στον άμεσο και στον έμμεσο τρόπο εξαγωγής εξαρτάται από τον βαθμό επιρροής της επιχείρησης στην εξαγωγική διαδικασία.

2.3.1 ΑΜΕΣΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Οι άμεσες εξαγωγές, δραστηριοποιούνται με την άμεση εξαγωγή των προϊόντων. Η επιχείρηση αναλαμβάνει να ολοκληρώσει την εξαγωγική δραστηριότητα παραμερίζοντας τους

χονδρέμπορους. Στην άμεση εξαγωγή, η ίδια η επιχείρηση οφείλει να ασφαλίσει το προϊόν, έπειτα να το μεταφέρει, στην συνέχεια να εισπράξει το συμφωνημένο αντίτιμο της αξίας της παραγγελίας από τους πελάτες του εξωτερικού. Επιπροσθέτως, σε αυτήν την κατηγορία των εξαγωγών η επιχείρηση είναι υπεύθυνη για την αναζήτηση, καθώς και να αντιληφθεί εγκαίρως τον βαθμό φερεγγυότητας της ξένης επιχείρησης που λαμβάνει τα προϊόντα. Ακόμα, πρέπει να επιλύει θέματα που αφορούν γραφειοκρατικές διαδικασίες για τις εξαγωγές όπως (νομικό καθεστώς εκάστοτε χώρας, φορτωτικά έγγραφα). Συνοψίζοντας, όταν αναφερόμαστε στις άμεσες εξαγωγές εννοούμε τις απευθείας πωλήσεις σε μία ξένη αγορά. Στην άμεση εξαγωγή, ο κίνδυνος αποτυχίας της επένδυσης είναι μεγαλύτερος, σε συνδυασμό με το περιθώριο κέρδους μεγαλώνει από την στιγμή που δεν υπάρχουν μεσάζοντες. Ο άμεσος τρόπος προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα. Η επιχείρηση αποκτά μερικό ή πλήρη έλεγχο στα κανάλια διανομής, στην προώθηση, στο service στην ξένη αγορά. Προκύπτει λοιπόν, ότι το βάρος πέφτει στην παραγωγό επιχείρηση καθώς, η παραγωγός επιχείρηση αναλαμβάνει τον εντοπισμό, την επικοινωνία με τους αλλοδαπούς πελάτες, το μάρκετινγκ των προϊόντων στις ξένες αγορές, την ολοκλήρωση των απαραίτητων εγγράφων, την εξασφάλιση της χρηματοδότησης και την πρόβλεψη της αξιοπιστίας των ξένων αγοραστών. Αυτή η μορφή εξαγωγής, βέβαια, απαιτεί περισσότερο χρόνο, ενέργεια και χρήμα από τις επιχειρήσεις, εφόσον κατέχει όλο το μερίδιο της ευθύνης.

2.3.1.1 ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΡΑΓΜΑΤΩΣΗΣ ΑΜΕΣΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

➤ Η ίδια η επιχείρηση:

Μέσω του τμήματος εξαγωγών που διαθέτει η επιχείρηση, αναλαμβάνει όλες τις λεπτομέρειες σχετικά με τις εξαγωγικές δραστηριότητες. Οι Manager των πωλήσεων μέσω δειγμάτων, διαφημίσεων, καθώς και επιδείξεων προωθούν τα προϊόντα της κάθε επιχείρησης .

➤ **Έμποροι:**

Η επιχείρηση στην δεδομένη περίπτωση πουλάει το προϊόν σε εμπόρους στο εξωτερικό με σκοπό ο έμπορος να το μεταποιήσει και να το πουλήσει σε τιμή που θα επιλέξει ο ίδιος, δηλαδή ο παραλήπτης στο εξωτερικό έχει την ελευθερία να καθορίσει τους όρους πώλησης. Θεωρείται άμεσος τρόπος εξαγωγής, διότι η επιχείρηση πουλάει το προϊόν (ημιτελές), εισπράττει το ποσό και από εκεί και πέρα αναλαμβάνει ο έμπορος του εξωτερικού να το προβάλλει, οπότε απομακρύνονται οι μεσάζοντες.

2.3.1.2 ΘΕΤΙΚΑ-ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΑΜΕΣΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Θετικά:

- Καλύτερη επαφή με την αγορά και τους καταναλωτές.
- Δυνατότητα ελέγχου της εξαγωγικής δραστηριότητας.
- Άμεση επαφή με τις ανάγκες της αγοράς, προσαρμογή σε αυτές.
- Μεγαλύτερο κέρδος καθώς δεν υφίστανται μεσάζοντες.
- Πλήρης επίβλεψη στα κανάλια διανομής.
- Επιλογή των χωρών που θα εξαχθεί το προϊόν.
- Καθορισμός των τιμών που πωλείται το προϊόν.
- Προσωπικές σχέσεις με τον πελάτη.

Αρνητικά:

- Τεράστιο κόστος επένδυσης.
- Υψηλό ρίσκο.
- Ακριβή μέθοδος η εκπαίδευση των πωλητών της επιχείρησης, όπως και η χρηματοδότηση των πωλητών που διαμένουν στο εξωτερικό για αρκετές μέρες.
- Η επένδυση- ή η στελέχωση ενός τμήματος εξαγωγών προϋποθέτει αξιοσημείωτες δαπάνες.

- Η ανάπτυξη της εταιρείας εξελίσσεται με αργούς ρυθμούς, διότι δεν υπάρχει η απαραίτητη γνώση της νέας αγοράς.
- Ενδέχεται στελέχη να πρέπει να ταξιδέψουν πολλές φορές σε μικρό χρονικό διάστημα στον τόπο εξαγωγής για να λύσουν προβλήματα που κοστίζουν.

2.3.2 ΕΜΜΕΣΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Οι έμμεσες εξαγωγές είναι η πιο συνηθισμένη στρατηγική εισόδου σε νέες αγορές. Οι επιχειρήσεις έρχονται σε συμφωνία με κάποιον διανομέα με στόχο την πώληση, την διανομή των προϊόντων τους στις αγορές του εξωτερικού. Σε αυτή την κατηγορία εξαγωγικής δραστηριότητας, οι εξαγωγικές εταιρείες αποτελούν είτε πράκτορες που έχουν συμφωνήσει σε ένα ποσοστό επί των πωλήσεων, στο οποίο θα συμπεριλαμβάνεται η αμοιβή τους, είτε μέσω κάποιας ρύθμισης πληρωμής όπως για παράδειγμα με ένα ποσοστό ιδιοκτησίας του προϊόντος στην συγκεκριμένη αγορά. Αν μπορούσαμε να δώσουμε έναν ορισμό θα λέγαμε ότι οι έμμεσες εξαγωγές προκύπτουν από τις πωλήσεις που κάνει μια εξαγωγική επιχείρηση σε μία ξένη χώρα με την βοήθεια μιας ανεξάρτητης επιχείρησης, η οποία λειτουργεί ως διαμεσολαβητής στην εγχώρια αγορά μεταξύ της παραγωγού επιχείρησης και του αλλοδαπού αγοραστή. Η επιχείρηση που ασχολείται ως εγγυητής εκτελεί συγχρόνως και τον ρόλο του μεσάζοντα. Οι διαμεσολαβητές εμφανίζονται ως οι αντιπρόσωποι του προϊόντος σε μία χώρα, οι οποίοι δουλεύουν για να πουλήσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες στους καταναλωτές. Χαρακτηρίζεται ως ένας ασφαλής τρόπος προώθησης στις νέες αγορές από τις επιχειρήσεις, διότι δεν χρειάζεται από την πλευρά της η επιχείρηση να κάνει κάτι εκτός από το να προσαρμόσει το προϊόν της, και όλα τα υπόλοιπα αφήνονται στην αρμοδιότητα των ενδιάμεσων παραγόντων. Συνοπτικά, θα αναφέραμε ότι στις έμμεσες εξαγωγές η παραγωγός επιχείρηση δραστηριοποιείται μόνο με την παραγωγή του προϊόντος ενώ τα στάδια της εξαγωγικής δραστηριότητας παραχωρούνται σε άλλη επιχείρηση που θα εκπληρώσει όλες τις υπόλοιπες διαδικασίες. Με την πράξη αυτή, η επιχείρηση που παράγει το προϊόν δεν γνωρίζει τους αγοραστές, γεγονός που δημιουργεί ένα σοβαρό μειονέκτημα για τις έμμεσες εξαγωγές.

2.3.2.1 ΤΕΧΝΙΚΗ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΕΜΜΕΣΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Οι τρεις τρόποι για να ασκηθούν οι έμμεσες εξαγωγές :

- **Εμπορικός Αντιπρόσωπος:** Ο αντιπρόσωπος, ο οποίος εκπροσωπεί την επιχείρηση και έχει ως κύρια ευθύνη να πουλάει τα προϊόντα της στους υποψήφιους πελάτες. Οι αντιπρόσωποι χωρίζονται σε τοπικούς πράκτορες που ονομάζονται μεσάζοντες (brokers), μεταξύ των πελατών και της επιχείρησης, και σε τοπικούς διανομείς, που διατηρούν την αποκλειστικότητα όσο αναφορά την απεικόνιση των προϊόντων της εξαγωγικής εταιρείας σε μία χώρα, καθώς πρώτα τα αγοράζει από την ίδια και έπειτα τα εμπορεύεται.
- **Θυγατρική εταιρεία ή Υποκατάστημα:** Οι εσωτερικές μεταφορές πραγματοποιούνται όταν πωλούνται από μία επιχείρηση σε κάποια άλλη, που θεωρείται θυγατρική σε μια άλλη χώρα, στο διεθνές εμπόριο παρουσιάζεται ως ένα πολύ διαδεδομένο πλάνο εξαγωγής, γεγονός που το καταλαβαίνουμε από την συνεχή αύξηση της συμμετοχής των πολυεθνικών σε τέτοιου είδους συναλλαγές. Εξάγουν πρώτες ύλες είτε προϊόντα που παραμένουν ημιτελή ώστε να μειώσουν το κόστος τους. Το υποκατάστημα αναλαμβάνει την εξεύρεση πελατών, την συλλογή των πληροφοριών και την ενημέρωση της μητρικής εταιρείας σχετικά με τις παραγγελίες. Ακόμη, ένα παράρτημα πρέπει να διεισδύσει στην κουλτούρα, στις απαιτήσεις της κάθε αγοράς του εξωτερικού και να πληροφορήσει την μητρική εταιρεία.
- **Εταιρείες Διαχείρισης Εξαγωγών:** Αυτές οι εταιρείες ασχολούνται με όλες τις δραστηριότητες του εξαγωγέα παρέχοντας μια ολοκληρωμένη άποψη, που εστιάζει στην έρευνα αγοράς, την διανομή του προϊόντος, την προώθηση, την επαφή με τους αντιπροσώπους. Οι εταιρείες διαχείρισης εξαγωγών διαδραματίζουν ουσιαστικό ρόλο σε επιχειρήσεις, εξαιτίας του μικρού μεγέθους αδυνατούν να χρηματοδοτήσουν την συγκεκριμένη διαδικασία για να εισέλθουν σε νέες αγορές. Αυτές οι εταιρείες χρησιμοποιούνται περισσότερο από τους εξαγωγείς στα πρώτα στάδια, μέχρι την στιγμή της καθιέρωσης.

2.3.2.2 ΤΑ ΥΠΕΡ ΚΑΙ ΤΑ ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΕΜΜΕΣΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Υπέρ:

- Μικρό κόστος επένδυσης, ρίσκου.
- Πρόσθετες γνώσεις , επαφές, εμπειρίες τρίτων.
- Περιορισμένη δέσμευση.
- Η επιχείρηση δεν απαιτείται να μελετήσει, να εκτιμήσει τον κίνδυνο στις ξένες αγορές διότι αυτό είναι ευθύνη των χονδρεμπόρων.
- Ο μεσάζοντας αποπληρώνει απευθείας την επιχείρηση, οπότε αφαιρείται ο συναλλαγματικός κίνδυνος.
- Η επιχείρηση που παράγει το προϊόν δεν εμπλέκεται άμεσα με την εξαγωγή, εξέλιξη που βοηθάει την επιχείρηση ώστε να μην αναζητεί επιπλέον ανθρώπινους πόρους για να ασχολούνται αποκλειστικά με αυτό το κομμάτι συνεπώς έχουμε εξοικονόμηση χρημάτων.
- Καμία δέσμευση κεφαλαίων για εγκαταστάσεις στις αγορές του εξωτερικού.

Κατά:

- Παύει η αμεσότητα μεταξύ επιχείρησης-καταναλωτή οπότε δεν υφίσταται διαπροσωπική σχέση.
- Απουσία πλήρη ελέγχου στην τελική συναλλαγή.
- Χαμηλότερα κέρδη, από το σημείο που εντοπίζονται προμήθειες ανάμεσα στην επιχείρηση και τον διαμεσολαβητή.
- Μη επαρκείς ενέργειες προώθησης από την πλευρά των μεσαζόντων.
- Η εικόνα του προϊόντος μπορεί να διαφέρει ανάλογα με τα δεδομένα που παρουσιάζει ο μεσολαβητής.

- Απώλεια κέρδους.
- Οι μεσάζοντες καλύπτουν μια συγκεκριμένη περιοχή, γεγονός που επιβάλλει στην επιχείρηση να απασχολεί μεγάλο αριθμό υπάλληλων, εάν επιθυμεί παγκόσμια δράση, οπότε αυξημένα έξοδα.
- Οι μεσολαβητές ασχολούνται ταυτόχρονα με πολλά προϊόντα με αποτέλεσμα να αποπροσανατολίζονται και για αυτό να επηρεάζεται η γνώμη τους για την πορεία του προϊόντος που προβάλλουν.
- Η επιχείρηση δεν γνωρίζει τον πελάτη της στο εξωτερικό, άρα χάνεται η ευκαιρία να προσαρμόσει τις προσφορές της στις μεταβαλλόμενες ανάγκες τους.

2.4 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Η στρατηγική που εφαρμόζεται από μια εξαγωγική επιχείρηση πρόκειται στην ουσία για αυτήν που καθορίζει την επιτυχία των εξαγωγών. Ειδικότερα καταγράφονται στρατηγικές που θεωρούνται ως επιτυχημένες, αφού οδηγούν στην αύξηση τόσο της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης, όσο και της εξαγωγικής δυναμικότητάς της.

- **Διασφάλιση ποιότητας:** Η πρώτη στρατηγική αφορά την ασφάλεια των προσφερόμενων αγαθών ή των υπηρεσιών. Η προστασία της ποιότητας προέρχεται από την τήρηση των προκαθορισμένων προτύπων ISO, αλλά και τις πιστοποιήσεις για τα αγαθά- υπηρεσίες της επιχείρησης. Αξίζει να σημειώσουμε ότι για να επιτευχθεί η ανθεκτικότητα ενός αγαθού, η επιχείρηση πρέπει να προφυλάξει όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας έως την τελική διάθεση του αγαθού- υπηρεσίας.
- **Εκσυγχρονισμός επιχειρήσεων:** Ο εκσυγχρονισμός της επιχείρησης ασχολείται τόσο με την αναβάθμιση της παραγωγικής διαδικασίας, όσο και με την συνεχή εκπαίδευση, κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού σε συνδυασμό με την υιοθέτηση των πιο βιώσιμων πρακτικών διοίκησης. Βέβαια, όταν οι εξαγωγές προέρχονται από μικρομεσαίες επιχειρήσεις, κρίνεται ακόμα πιο αναγκαία η αξιοποίηση των κατάλληλων επενδυτικών προγραμμάτων με στόχο επιτυχημένες εξαγωγές.

- **Προσέλκυση ξένων επενδύσεων:** Οι περισσότερες ξένες αγορές τροφοδοτούν την εσωτερική αγορά και τις αγορές των μητρικών συμβάλλοντας στην ενίσχυση του εξαγωγικού τομέα. Επίσης, με τις ξένες επενδύσεις επιτυγχάνεται η τροφοδοσία των εγχώριων επιχειρήσεων με φθηνά και ικανοποιητικά ενδιάμεσα αγαθά, αφήνοντας το περιθώριο για αύξηση εξαγωγών.
- **Υποδομή:** Οι υποδομές είναι απαραίτητες. Αναλυτικότερα, η κατασκευή ειδικών υποδομών επιχειρησιακού και θεσμικού χαρακτήρα σε συνάρτηση με την βελτίωση των ήδη υπάρχοντων θα ενισχύσουν την εγχώρια εξαγωγική δραστηριότητα.

2.4.1 ΠΛΑΝΟ ΕΚΤΕΛΕΣΗΣ ΤΗΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Η κάθε στρατηγική χρειάζεται τους ανάλογους άξονες δράσης για να θεωρείται επιτυχημένη. Παρακάτω, τονίζονται οι άξονες δράσεις ανά στρατηγική όπως αναλυθήκαν:

- **Ως προς την διασφάλιση ποιότητας:** Κρίνεται σκόπιμο η ενημέρωση των ενδιαφερομένων μελών αναφορικά με τα κέρδη που προκύπτουν από την υιοθέτηση ενός συστήματος διασφάλισης από μια επιχείρηση ή έναν οργανισμό. Φυσικά, η επιχορήγηση επιχειρήσεων για την εγκατάσταση συστημάτων έλεγχου ποιότητας σε συνδυασμό με φορολογικές απαλλαγές θα ενθάρρυνε τις επιχειρήσεις για την ίδρυση τέτοιων συστημάτων.
- **Ως προς τον εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων:** Η αξιοποίηση των κινήτρων που προσφέρονται από το Γ' ΚΠΣ για τον εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων. Επιπλέον, η εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού σε θέματα διεθνών πωλήσεων, αλλά και η υποστήριξη των επιχειρήσεων για την απόκτηση του αναγκαίου εξοπλισμού είναι εξίσου σημαντικοί.
- **Ως προς τη προσέλκυση ξένων επενδύσεων:** Για να έρθουν ξένες επενδύσεις πρέπει να γίνεται συστηματική προβολή της Ελλάδας ως ελκυστικού τόπου εγκατάστασης ξένων επιχειρήσεων. Παράλληλα, αξίζει η ενθάρρυνση των ξένων επενδύσεων στα στάδια εγκατάστασης τους, λεπτομερής διερεύνηση των πιθανοτήτων διασυνοριακής συνεργασίας επιχειρήσεων, και τέλος η απλοποίηση των διαδικασιών αναφορικά με την αδειοδότηση επιχειρήσεων.

- **Ως προς την υποδομή:** Η δημιουργία, η ενίσχυση θεσμών και φορέων που προωθούν την εφαρμοσμένη έρευνα στο ελληνικό παραγωγικό δυναμικό. Περαιτέρω, η διοργάνωση μιας έκθεσης με σταθερό χαρακτήρα, η οποία θα προάγει τα ελληνικά προϊόντα, υπηρεσίες με εξαγωγικές δυνατότητες στην Αθήνα, είναι μια νέα πρόταση για υποδομή. Βέβαια, η συνεχής στήριξη των ήδη υπαρχόντων μηχανισμών παρακολούθησης των αγορών του εξωτερικού καθώς και η έμφαση των στοιχείων αυτών αποτελούν ιδιαίτερα χρήσιμες ενέργειες που μπορούν να γίνουν.

2.5 ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

2.5.1 ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Οι πολυεθνικές επιχειρήσεις ορίζονται οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε παραπάνω από μία χώρες. Συνήθως, η έδρα τους βρίσκεται σε συγκεκριμένη χώρα, διαθέτουν όμως ικανοποιητικό μερίδιο και σε επιχειρήσεις που ενεργούν στο εξωτερικό. Σύμφωνα με την νομοθεσία των Η.Π.Α., μία επιχείρηση που κατέχει τουλάχιστον το 10% μιας επιχείρησης στο εξωτερικό χαρακτηρίζεται ως πολυεθνική. Οι επιχειρήσεις αναδεικνύονται ως πολυεθνικές μέσω άμεσων επενδύσεων στο εξωτερικό. Αυτή η προοπτική εξελίσσεται είτε μέσω συγχωνεύσεων και εξαγορών με επιχειρήσεις του εξωτερικού, είτε μέσω δημιουργίας θυγατρικών επιχειρήσεων στο εξωτερικό. Επίσης, πολυεθνική επιχείρηση ονομάζεται η επιχείρηση η οποία πραγματοποιεί άμεσές ξένες επενδύσεις (ΑΞΕ), ελέγχει με οποιονδήποτε τρόπο δραστηριότητες προστιθέμενης αξίας σε περισσότερες από μία χώρες.

2.5.2 ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Οι άμεσες ξένες επενδύσεις ενσωματώνουν την μεταφορά από τα εθνικά σύνορα ενός πακέτου παραγωγικών πόρων. Οι εισροές αποτελούνται είτε από υλικές (π.χ. μετοχικό κεφάλαιο, εξοπλισμός, ενδιάμεσες και πρώτες ύλες), είτε από άυλες (π.χ. τεχνογνωσία οργάνωσης της παραγωγής, ποιοτικού ελέγχου, marketing). Η μεταβίβαση των ροών γίνεται χωρίς την παρέμβαση της αγοράς, δηλαδή ανεξάρτητα από την μορφή μιας εμπορικής συναλλαγής ή συμφωνίας μεταξύ δύο ανεξάρτητων επιχειρηματικών οντοτήτων, όμως εμπλέκονται δύο

επιχειρήσεις, οι οποίες συνδέονται με σχέση ιδιοκτησίας. Οι άμεσες ξένες επενδύσεις υποδηλώνουν τον έλεγχο της θυγατρικής επιχείρησης που δημιουργείται μέσω των ΑΞΕ από την μητρική επιχείρηση. Με άλλα λόγια, η μητρική επιχείρηση επηρεάζει την διαδικασία και τα κριτήρια λήψης αποφάσεων της θυγατρικής, καθορίζει την συμπεριφορά της θυγατρικής σε μια σειρά από ζητήματα, όπως η επιλογή της τεχνολογίας, οι πηγές των πρώτων υλών κ.λπ. Μια επιχείρηση, η οποία δεν ασχολείται με τις άμεσες ξένες επενδύσεις δεν λογίζεται για πολυεθνική. Γενικότερα, οι πολυεθνικές επιχειρήσεις ορίζονται ως εξής: επιχειρήσεις που διατηρούν ή ελέγχουν παραγωγικές μονάδες σε περισσότερες από μία χώρες. Επομένως, τα δομικά στοιχεία για την ύπαρξη μιας πολυεθνικής επιχείρησης είναι τα παρακάτω:

- Η παρουσία παραπάνω από δύο παραγωγικών μονάδων.
- Οι επιχειρήσεις πρέπει να βρίσκονται σε διαφορετικές χώρες.
- Η κατοχή όλου ή μέρους του μετοχικού κεφαλαίου μιας τουλάχιστον θυγατρικής επιχείρησης που είναι στην αλλοδαπή.
- Ο έλεγχος μιας κατά το ελάχιστο θυγατρικής επιχείρησης που εδρεύει σε ξένο κράτος.

Επιπροσθέτως θα τονίσουμε μερικά επιπλέον στοιχεία για τις πολυεθνικές επιχειρήσεις:

- Μια πολυεθνική επιχείρηση χαρακτηρίζεται από «κάθετη ολοκλήρωση», όταν αυτή διαχειρίζεται όλα τα στάδια της παραγωγής ενός προϊόντος μέχρι την τελική του διανομή.
- Μια πολυεθνική επιχείρηση δομείται από «οριζόντια ολοκλήρωση», όταν οι θυγατρικές της αναλαμβάνουν παρόμοιες δραστηριότητες σε διαφορετικές χώρες.
- Η μητρική εταιρία της πολυεθνικής επιχείρησης είναι εγκατεστημένη στην χώρα προέλευσης. Η χώρα προέλευσης αποτελεί την αφετηρία των εξερχόμενων άμεσων ξένων επενδύσεων (ΑΞΕ).
- Η πολυεθνική επιχείρηση διαθέτει θυγατρικές σε μία ή περισσότερες χώρες υποδοχής. Η χώρα υποδοχής εμφανίζεται ως ο προορισμός των εξερχόμενων άμεσων ξένων επενδύσεων.
- Οι παραγωγικοί πόροι της πολυεθνικής επιχείρησης, υλικοί και άυλοι, κατασκευάζονται σε οποιοδήποτε γεωγραφικό σημείο του συστήματος και μεταφέρονται από την μητρική επιχείρηση στις θυγατρικές, ενώ παράλληλα η μητρική διατηρεί την επίβλεψη σχετικά με την χρήση των εισροών από τις θυγατρικές.

- Η εσωτερική μεταφορά των πόρων (όπως για τις ΑΞΕ) γίνεται σε τιμές, οι οποίες δεν καθορίζονται από τον μηχανισμό της αγοράς, αλλά από την διοικητική ιεραρχία της πολυεθνικής, με βάση τους στρατηγικούς της στόχους και δεν υπακούσουν στο κριτήριο της μεγιστοποίησης του κέρδους της κάθε θυγατρικής, αλλά της πολυεθνικής επιχείρησης στο σύνολό της.

Όπως προκύπτει από τα παραπάνω, οι πολυεθνικές επιχειρήσεις συνδέονται στενά με τις άμεσες ξένες επενδύσεις. Συνεπώς, για την ανάλυση των πολυεθνικών επιχειρήσεων χρειάζεται η ανάλυση των ΑΞΕ.

2.5.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΙΣΟΔΟΥ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΕ ΜΙΑ ΧΩΡΑ

Πλεονεκτήματα:

- Ενίσχυση επενδύσεων, εισοδημάτων.
- Απόκτηση γνώσης, τεχνολογίας, τεχνικών διοίκησης.
- Βελτίωση δεξιοτήτων (κατάρτιση, εκπαιδευτικά προγράμματα, κ.λπ.).
- Πηγή για φορολογικά έσοδα.
- Ευκαιρίες για παραγωγή πρώτων υλών προμήθειων για εκμετάλλευση από ξένες επιχειρήσεις.
- Ευκολότερη πρόσβαση στις διεθνείς αγορές.
- Χρήση των διεθνών πρακτικών.

- Αναβάθμιση των τοπικών υποδομών (σχολεία, νοσοκομεία, τοπικές δημοσιές υπηρεσίες, κ.λπ.).
- Δυνατότητες εύρεσης εργασίας για τον πληθυσμό και περισσότερες δουλειές.
- Υψηλότεροι μισθοί σε σχέση με αυτούς που προσφέρονται στην εγχώρια αγορά.
- Εκπαίδευση, κατάρτιση, αξιοποίηση ανθρώπινων πόρων.
- Ο ερχομός ισχυρών επιχειρησέων με αναγνώριση διεθνώς που αναβαθμίζει περιοχές και βοηθάει στον υγιή ανταγωνισμό μεταξύ περιφερειών για την καλύτερη διαχείριση των εθνικών κονδυλίων.

Μειονεκτήματα:

- Εξάρτηση από εξωτερικό παράγοντες.
- Πιο συχνό κλείσιμο επιχειρήσεων που έχει ως αποτέλεσμα απώλειες θέσεων εργασίας.
- Απουσία παραδοσιακών δεξιοτήτων, ειδίκευσης.
- Ανάπτυξη με μικρή συμμετοχή στην εγχώρια οικονομία, όμως με στενούς δεσμούς στην παγκόσμια αγορά.
- Περιθωριοποίηση, εξαφάνιση άλλων οικονομικών δραστηριοτήτων.

- Αυξημένος ανταγωνισμός στις τοπικές αγορές.
- Πληθώρα επιλογών για εργασία, γη και κεφάλαιο.
- <<Εκμετάλλευση>> από προμηθευτές.
- Καταστροφή του τοπικού χαρακτήρα και των παραδόσεων.
- Μείωση των διαθέσιμων φυσικών πόρων.
- Υποδομές με βάση τις ανάγκες της ξένης επιχείρησης, χωρίς οφέλη τοπική οικονομική δραστηριότητα
- Εισαγωγή περισσότερο αυστηρών μεθόδων διοίκησης.
- Ανειδίκευτες δουλείες και επαναλαμβανόμενες.
- Εκπαίδευση σε δεξιότητες που είναι χρήσιμες αποκλειστικά για τη συγκεκριμένη επιχείρηση.
- Οι τοπικές αναπτυξιακές προτεραιότητες βασίζονται στις επιδιώξεις της επιχείρησης που φιλοξενείται.
- Κάθε εναλλακτικός αναπτυξιακός προβληματισμός μπαίνει στην άκρη.

2.6 ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΑΡΕΜΒΟΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Η εξαγωγική δραστηριότητα καταγράφεται γενικά ως μια δύσκολη διαδικασία, συγκριτικά με την προώθηση και την πώληση προϊόντων μιας επιχείρησης στην εγχώρια αγορά. Παρά τη δεδομένη πολυπλοκότητα που παρουσιάζουν οι εξαγωγές, όλο και περισσότερες εταιρείες αποφασίζουν να ασχοληθούν με το εξαγωγικό εμπόριο. Σε αυτό την ενότητα θα αναδείξουμε τα βασικότερα κίνητρα ενασχόλησης με τις εξαγωγές, καθώς και τα μεγαλύτερα εμπόδια που πρέπει οι επιχειρήσεις να αντιμετωπίσουν, είναι προφανές ότι το κυριότερο κίνητρο μιας επιχείρησης αποτελεί το κέρδος. Όμως για να φτάσουμε στο τελικό αποτέλεσμα απαιτείται να εντοπιστούν οι κατάλληλες τεχνικές για να επιτευχθούν σταδιακά οι στόχοι που έχουν τεθεί. Έτσι, τα πιο ουσιαστικά κίνητρα ενασχόλησης με το εξαγωγικό εμπόριο αναφέρονται παρακάτω:

➤ Η πραγμάτωση οικονομιών κλίμακας:

Οι οικονομίες κλίμακας αποδίδουν μέσω της έντονης εξαγωγικής δραστηριότητας, καθώς τα διάφορα κόστη της επιχείρησης (κόστη διαφήμισης, διοίκησης, έρευνας και ανάπτυξης νέων προϊόντων) κατανέμονται σε περισσότερες μονάδες. Επομένως, το μοναδιαίο κόστος παραγωγής μειώνεται, επομένως η ανταγωνιστικότητα των προϊόντων της επιχείρησης βελτιώνεται. Παράλληλα, οι εξαγωγικές επιχειρήσεις φαίνεται να επωφελούνται από τις διεθνείς διασυνδέσεις τους, αποκτώντας την αναγκαία γνώση και τεχνολογία σε μεγαλύτερο βαθμό, με τελικό αποτέλεσμα την επίτευξη οικονομιών κλίμακας.

➤ Εναλλαγή επιχειρηματικού κινδύνου:

Η οικονομική επίδοση μιας επιχείρησης που δραστηριοποιείται μόνο στην εγχώρια αγορά, εξαρτάται αποκλειστικά από τις συνθήκες (κοινωνικές, πολιτικές οικονομικές) που επικρατούν σε αυτή. Οι επιχειρήσεις που διαθέτουν τα προϊόντα τους και σε ξένες αγορές δεν αντιμετωπίζουν αυτό το πρόβλημα, διότι τα κέρδη τους προέρχονται από πωλήσεις σε διαφορετικές χώρες και εάν οι συνθήκες σε μια χώρα δεν ευνοούν, τότε η επιχείρηση θα χάσει μόνο ένα μικρό μέρος των κερδών της.

➤ Παραγωγικότητα:

Πολλές φορές, η παραγωγική δυναμικότητα μιας επιχείρησης προκύπτει μεγαλύτερη από τον όγκο των πωλήσεων της στην τοπική αγορά. Έτσι, προκειμένου για να μην υπολειμθούν οι παραγωγικές εγκαταστάσεις της επιχείρησης, ή να καταλήγουμε σε συσσώρευση αποθεμάτων, η επιχείρηση στρέφεται σε ξένες αγορές ώστε να διανείμει σε αυτές το επιπλέον αποθέματά της. Η παραγωγικότητα της επιχείρησης αναδεικνύεται ως ένας καθοριστικός παράγοντας για να ξεκινήσει να εξαγάγει μια επιχείρηση. Οι εξαγωγικές επιχειρήσεις εμφανίζουν καλύτερη παραγωγικότητα από τις μη εξαγωγικές, πριν μπου στο στάδιο της εξαγωγής.

➤ Δυσκολίες στην εθνική αγορά:

Τα πιο συνήθη προβλήματα που αντιμετωπίζει μια επιχείρηση στην εγχώρια αγορά, εστιάζονται στον έντονο ανταγωνισμό, στο μέγεθος και στον κορεσμό της τοπικής αγοράς. Αναλυτικότερα, εάν η αγορά διαθέτει περιορισμένο μέγεθος, λογικά έπειτα από ένα σημείο η ζήτηση του προϊόντος θα φθίνει και κατά συνέπεια θα μειώνεται ο ρυθμός αύξησης των κερδών της επιχείρησης. Όσον αφορά τον ανταγωνισμό, είναι πιθανό η εγχώρια αγορά να υπολείπεται υψηλών εμποδίων εισόδου για τις ξένες επιχειρήσεις, με αποτέλεσμα αυτές να δραστηριοποιούνται στην εγχώρια αγορά σε βάρος των τοπικών επιχειρήσεων. Και στις δυο περιπτώσεις, θεωρείται αναγκαίο για τις εγχώριες επιχειρήσεις να στραφούν στις ξένες αγορές. Από την άλλη πλευρά, η επιχείρηση οφείλει να ανταπεξέλθει σε διάφορες δυσκολίες, προκειμένου αρχικά να διεισδύσει στις ξένες αγορές και σε δεύτερο επίπεδο να καταστεί επιτυχημένη η παρουσία της σε αυτές. Ορισμένα από τα εμπόδια που συναντούν οι εξαγωγικές εταιρείες με την εύρεση πελατών, με την επικοινωνία, την έλλειψη έγκυρης πληροφόρησης για τις συνθήκες που επικρατούν στις ξένες αγορές, στον έλεγχο όλων των δραστηριοτήτων της επιχείρησης στις ξένες χώρες, προβλήματα με την είσπραξη της πληρωμής και καθυστερήσεις στην εξασφάλιση χρηματοδότησης για να προχωρήσουν τις εξαγωγικές δραστηριότητες. Τις αντιξοότητες όμως που θα πρέπει οι επιχειρήσεις να ξεπεράσουν αφορούν συνήθως θέματα οικονομικά και νομικά που αποτυπώνονται με τον όρο «εμπόδια εισόδου» (entry barriers). Τα κόστη εισόδου (entry costs) αποτελούν ένα κόστος που έχει ήδη πραγματοποιηθεί επομένως, δεν μπορεί να ανακτηθεί. Ένα εφάπαξ κόστος διαφέρει από τα μελλοντικά έξοδα που σε μια επιχείρηση τίθεται, όπως για παράδειγμα το κόστος των αποθεμάτων ή οι δαπάνες για ερευνά και ανάπτυξη. Τέτοια κόστη καλύπτουν δαπάνες συμμετοχής σε διεθνείς εκθέσεις προϊόντων, το κόστος προσαρμογής των προϊόντων στα

δεδομένα της χώρας-στόχου, το κόστος για έρευνες αγοράς των κρατών που απευθύνονται. Τα κόστη αυτά προβάλλονται συχνά ως ανατρεπτικός παράγοντας στην απόφαση μιας επιχείρησης να κατευθυνθεί προς ξένες αγορές. Το ύψος του εφάπαξ κόστους λειτουργεί σαν μια αργά αποσβεννύμενη επένδυση. Παράλληλα, το κόστος αυτό υποχρεώνει επί της ουσίας την επιχείρηση να επιμείνει στην προσπάθεια της να εξάγει. Η αύξηση της παραγωγικότητας της επιχείρησης πριν ξεκινήσει να εξάγει αποδεικνύεται απαραίτητη, αφού της δίνει την δυνατότητα να πετύχει κέρδη ώστε να έρθουν σε μια ισορροπία με τα κόστη εισόδου. Ένας άλλος παράγοντας που καθίσταται αποτρεπτικός για την άσκηση εξαγωγικής δραστηριότητας παρουσιάζονται οι διεθνείς (συναλλαγματικές) ισοτιμίες. Όσον αφορά τα νομικά εμπόδια εισόδου, αυτά εφαρμόζονται από την κάθε χώρα για να περιορίσουν τις εισαγωγές προϊόντων ώστε να προστατέψουν τις εγχώριες επιχειρήσεις από τον ξένο ανταγωνισμό. Συνήθως η συγκράτηση των εισαγωγών κατορθώνεται με την μείωση των ποσοτήτων που επιτρέπεται να εισαχθούν, με την καθιέρωση χρονοβόρων διαδικασιών εισαγωγής των ξένων προϊόντων και με την θεσμοθέτηση αυστηρών προτύπων και προδιαγραφών ποιότητας. Τέλος, το πιο κρίσιμο νομικό-οικονομικό εμπόδιο που δυσχεραίνει τις επιχειρήσεις είναι η επιβολή δασμολογικών περιορισμών από κάποιες χώρες, οι οποίες θέλουν τα εισαγόμενα προϊόντα ακριβότερα από τα εγχώρια ώστε με αυτό τον τρόπο οι καταναλωτές να προτιμούν τα τοπικά προϊόντα.

2.7 ΚΕΡΔΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Η εξαγωγική επέκταση αποφέρει στην επιχείρηση πολλαπλά οφέλη, τα οποία συνδέονται άμεσα με την παροχή των κατάλληλων κίνητρων. Η εξαγωγική δραστηριότητα συνεπάγεται ότι με σωστές κινήσεις υπάρχει κερδοφορία για τις επιχειρήσεις. Παρόλα αυτά, ο διεθνής προσανατολισμός δεν αποτελεί την μοναδική λύση για τα πολλά προβλήματα που ενδεχομένως να αντιμετωπίζει ένας οργανισμός. Κάθε επιχείρηση που αποφασίζει να ασχοληθεί με την διεθνοποίηση της οφείλει να εμφανίζεται συνειδητοποιημένη στους στόχους της και με τον τρόπο αυτό έρθουν τα επιθυμητά αποτελέσματα. Τα βασικότερα κέρδη των εξαγωγών αναλύονται ως εξής:

- **Οικονομίες κλίμακας.** Οι επιχειρήσεις μπορούν να επιτύχουν οικονομίες κλίμακας στην παραγωγή άρα και στις πωλήσεις τους, μέσω της διεύρυνσης των δραστηριοτήτων τους, κυρίως με την επέκτασή τους στις διεθνείς αγορές.
- **E&A.** Λαμβάνοντας υπόψη ότι το τεχνολογικό επίπεδο αλλάζει διαρκώς, ο κύκλος ζωής των προϊόντων συρρικνώνεται με αποτέλεσμα την μεταβολή της ζήτησης για νέα προϊόντα. Επομένως, η εξασφάλιση μιας παραγωγής μεγάλης δυναμικότητας καθώς και η έρευνα και η ανάπτυξη αναδεικνύονται σε πολύ ουσιαστικά στοιχεία για την επιβίωση μιας επιχείρησης στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Μέσω της έρευνας και της ανάπτυξης προσφέρεται στις επιχειρήσεις η δυνατότητα να εφαρμόσουν στην πράξη οικονομίες κλίμακας τόσο στην παραγωγή, στην εμπειρία και στην γνώση σχετικά με το προϊόν. Τα αποτελέσματα που προκύπτουν οδηγούν στην μείωση του κόστους των επιχειρήσεων που σημαίνει μεγιστοποίηση του κέρδους και από την άλλη οι επιχειρήσεις γίνονται πιο ανταγωνιστικές.
- **Απόκτηση πείρας.** Η εμπειρία καθορίζει σε σημαντικό βαθμό την επιτυχία μιας επιχείρησης. Ακόμα γνωρίζουμε ότι όσο αυξάνεται η παραγωγή τόσο πιο εύκολο γίνεται για μια επιχείρηση να εντοπίσει λάθη, αστοχίες στα προϊόντα της. Οι παραλείψεις για μια επιχείρηση, διαδραματίζουν πρωταγωνιστικό ρόλο στην βελτίωση και στην εξέλιξη των προϊόντων της. Η απόκτηση εμπειρίας, δεν συμβάλλει μόνο στην αναβάθμιση ενός προϊόντος μιας επιχείρησης αλλά και στο προφίλ της προς τους πελάτες της.
- **Μειωμένη απόδοση.** Μέσω της διεθνούς επέκτασής τους, μπορούν να μειώσουν τα κόστη τους με διάφορους τρόπους. Ένας από τους πιο βασικούς πραγματοποιείται με την μείωση του εργατικού κόστους, εκμεταλλευόμενη η επιχείρηση τους χαμηλότερους μισθούς άλλων χωρών. Επιπλέον, η δημιουργία ή η μεταφορά μέρους των εγκαταστάσεων και του εξοπλισμού της επιχείρησης στην χώρα της αγοράς-στόχου. Η επιλογή της άριστης περιοχής ενδεχομένως να συμπίπτει με τον τόπο προέλευσης ορισμένων προμηθευτών της επιχείρησης. Η πρακτική αυτή θα οδηγήσει σε ελάττωση του κόστους της επιχείρησης, η οποία πλέον θα βρίσκεται σε θέση να χρεώσει μια πιο ανταγωνιστική τιμή και έτσι να εξασφαλίσει το μέγιστο κέρδος.

3. ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΑ- ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ-ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ- ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

3.1 ΠΡΟΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ - ΕΞΑΓΩΓΕΑ

Για την εξαγωγή προϊόντων και υπηρεσιών, απαιτούνται κάποιες προϋποθέσεις από την πλευρά του εξαγωγέα:

- Ο εξαγωγέας πρέπει να είναι μέλος του Βιοτεχνικού ή Εμπορικού Επιμελητηρίου της περιοχής του και να διαθέτει έγγραφα στο Ειδικό Μητρώο Εξαγωγέων.
- Διαρκής συνεργασία με εμπορική τράπεζα για την τήρηση των συναλλαγματικών διατυπώσεων, για την θεώρηση από την τράπεζα της δήλωσης τιμολογίου εξαγωγής.
- Έκδοση τιμολογίου ξενόγλωσσου.
- Πιστοποιητικό καταγωγής, το οποίο εκδίδεται από το Βιομηχανικό Επιμελητήριο.

3.1.1 ΣΤΑΔΙΑ ΕΞΑΓΩΓΗΣ

3.1.1.1 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΤΟΜΕΑ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Το τμήμα των εξαγωγών σε μια επιχείρηση επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό την μεγέθυνση της. Γι' αυτό το λόγο χρειάζεται να είναι αρκετά οργανωμένο ετσι ώστε όλα να εξελίσσονται ομαλά. Οι κύριοι τομείς του τμήματος εξαγωγών αναφέρονται ακολούθως:

- Οργάνωση του δικτύου πωλήσεων των εξωτερικών αγορών της επιχείρησης.
- Επικοινωνία του τμήματος με τους πωλητές του εξωτερικού, τους τοπικούς αντιπροσώπους.
- Συχνή επαφή με το τμήμα της παραγωγής τους εργοστασίου, ώστε να παρακολουθείται η σωστή εκτέλεση των παραγγελιών του εξωτερικού πραγματοποιείται σύμφωνα με τα χρονικά όρια που τέθηκαν από την επιχείρηση.
- Ταξινόμηση των κλεισμένων παραγγελιών εξωτερικού, ανάλογα με την ημερομηνία παράδοσης που συμφωνήθηκε με τους πελάτες.
- Εκπλήρωση των παραγγελιών του εξωτερικού και μεταφορά τους στο τμήμα παραγωγής.
- Τερματισμός της παραγγελίας. Τα βήματα που πρέπει να υλοποιηθούν είναι τα εξής: παραλαβή των καταστάσεων φορτώσεων από το τμήμα παραγωγής, έκδοση εμπορικό τιμολόγιο, καθώς και των απαραίτητων έγγραφων που απαιτούνται για την χορήγηση από την τράπεζα του τιμολογίου εξαγωγής. Ακόμα, συνεχής συνεννόηση με την μεταφορική εταιρεία για την φόρτωση, την αποστολή του εμπορεύματος, με το εκτελωνιστικό γραφείο για τον εκτελωνισμό, και με την ασφαλιστική εταιρεία για την ασφαλιστική κάλυψη των εμπορευμάτων. Επίσης, την συλλογή των χρήσιμων φορτωτικά έγγραφα για να κατατεθούν στην τράπεζα και να σταλθούν στον πελάτη, να γίνει η υποβολή της αίτησης στην τράπεζα, να εκδοθεί το πιστοποιητικό εξαγωγικής δραστηριότητας, να αποσταλεί η προμήθεια του αντιπροσώπου μέσω της τράπεζας. Τέλος, στην μόνιμη παρακολούθηση του φακέλου για την συναλλαγματική τακτοποίηση της εξαγωγής σε συχνά χρονικά διαστήματα και να ολοκληρωθεί με το κλείσιμο του φακέλου εξαγωγής, με την τοποθέτηση του πιστοποιητικού συνδήλωσης του τελωνείου εξαγωγής, την παραλαβή του πιστοποιητικού εξαγωγικής δραστηριότητας.

3.1.2 ΕΝΤΑΞΗ ΣΤΟ ΕΙΔΙΚΟ ΜΗΤΡΩΟ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ

Για την έναρξη άσκησης εξαγωγικού εμπορίου προβλέπεται η καταχώρηση της επωνυμίας του εξαγωγέα στο Ειδικό Μητρώο Εξαγωγέων που τηρείται στο Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο στην περιφέρεια του οποίου διατηρεί την έδρα του ο εξαγωγέας. Επιπλέον, ο εξαγωγέας του οποίου η εξαγωγική επωνυμία του εγγράφεται στο Ειδικό Μητρώο Εξαγωγέων

των τοπικών Επιμελητηρίων σύμφωνα με το άρθρο 9 του Ν 936/79, οφείλει να εφοδιαστεί με την σχετική βεβαίωση της εξαγωγικής επωνυμίας, δηλαδή παίρνει την μορφή εξαγωγικής ταυτότητας.

3.1.2.2 ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΑ ΕΓΓΡΑΦΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΙΣΟΔΟ ΣΤΟ ΕΙΔΙΚΟ ΜΗΤΡΩΟ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ

- Αίτηση ή έντυπο αυτής χορηγείται από την αρμόδια Υπηρεσία του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών (ΕΜΕ), με συμπλήρωση των στοιχείων της επιχείρησης από το Επιμελητήριο.
 - Κατάθεση ατομικών στοιχείων, καταγραφή των νόμιμων εκπροσώπων της επιχείρησης, από την αρμόδια Υπηρεσία του Επιμελητηρίου (ΕΜΕ).
 - Πληρωμή παράβολου προς το ταμείο του κράτους.
 - Συστατική επιστολή της τράπεζας στην οποία θα αναφέρεται από την τράπεζα ότι σχετίζεται με την επιχείρηση και με τα πρόσωπα που την εκπροσωπούν (οικονομική κατάσταση, φερεγγυότητα κ.τ.λ.).
 - Καταστατικό που εγκρίθηκε από το Πρωτοδικείο, για τις προσωπικές εταιρείες (ομόρρυθμες, ετερόρρυθμες) για τους συνεταιρισμούς (αγροτικούς, αστικούς), και για τις κεφαλαιουχικές εταιρείες (ανώνυμες, περιορισμένης ευθύνης).
 - Πιστοποιητικό από το Πρωτοδικείο περί μη πτωχέσεως:
- Στις ατομικές επιχειρήσεις, για το φυσικό πρόσωπο.
 - Στις Ο.Ε. και στις Ε.Ε., για όλους τους ομόρρυθμους εταίρους, για το νομικό πρόσωπο (εταιρεία).
 - Στις Ε.Π.Ε., για τον διαχειριστή ή τους διαχειριστές, για το νομικό πρόσωπο.
 - Στις Α.Ε., για τον Πρόεδρο του Διοικητικού Συμβουλίου, τους διευθύνοντες συμβούλους και για το νομικό πρόσωπο (εταιρεία).

- Στους Συνεταιρισμούς (αγροτικούς - αστικούς), για όλα τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου ή για τα πρόσωπα που τους εκπροσωπούν, για το σύνολο του Συνεταιρισμού.
- Αντίγραφο ποινικού μητρώου δικαστικής χρήσης.

3.2 ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Η φορολογική μεταχείριση των εξαγωγών προσδιορίζεται από το άρθρο 275 του περί Φ.Π.Α νόμου (Ν 246/90), και στους περί Φ.Π.Α κανονισμούς του 1999 (Κ.Δ.Π 210/91) .

3.2.1 ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΠΟΥ ΔΕΝ ΕΠΗΠΤΟΥΝ ΣΕ ΑΠΟΔΟΣΗ ΦΠΑ

Δεν αποδίδουμε ΦΠΑ όταν:

- Γίνεται μεταφορά ιδιόκτητων αγαθών.
- Υπάρχει σκοπός προσωρινής έκθεσης ή επεξεργασίας.
- Η εξαγωγή πραγματοποιείται με στόχο την πώληση ή την επιστροφή.
- Σε περίπτωση απολεσθέντων ή καταστραφέντων αγαθών.

3.3 ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΠΡΟΣΚΟΜΑΤΑ

Εμπορικοί φραγμοί σε μια ξένη αγορά αποτελούν οι εξής διαδικασίες:

- Δασμολογικές επιβαρύνσεις και ποσοστώσεις.
- Φορολογικές επιβαρύνσεις.
- Συναλλαγματικοί περιορισμοί.
- Υγειονομικοί κανονισμοί, διατάξεις.
- Πολιτικά γεγονότα.

3.3.1 ΔΑΣΜΟΙ ΚΑΙ ΠΟΣΟΤΙΚΟΙ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ

Οι επιχειρήσεις που θέλουν να εισέλθουν σε νέες αγορές πρέπει να ελέγχουν τους πιθανούς δασμούς που επιβάλλει μια χώρα στις εισαγωγές. Τα κυριότερα προβλήματα που προκύπτουν από την εφαρμογή δασμών στην οικονομία μια; χώρας αναφέρονται παρακάτω:

- Οι δασμοί επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα ενός προϊόντος.
- Το μέγεθος των δασμών διαφέρει από μια χώρα σε μια άλλη, με συνέπειες στην παράγωγη, στην ποιότητα, στην δημιουργία καλών θέσεων εργασίας, και στην προσέλκυση νέων επενδυτών.
- Μεταβολές στην τιμή προς τα πάνω συνήθως, λόγω προσθέτων οικονομικών επιβαρύνσεων από την επιβολή δασμών.

Οι περιορισμοί αυτοί μετατρέπονται σε εμπόδια, που πολλές φορές μπορούν να αποκλείσουν ένα μέρος ή το σύνολο των εισαγωγών ενός προϊόντος . Για αυτό το λόγο κάθε επιχείρηση πρέπει να εξετάσει πιθανούς δασμούς, πριν επενδύσει σε μια χώρα

καθώς και να συγκεντρώσει πληροφορίες για μελλοντικές αλλαγές. Πολλές φορές οι περιορισμοί τροποποιούνται όταν ένα κράτος λάβει μέρος σε εμπορικές διαπραγματεύσεις ή σε μια ενιαία ένωση όπως για παράδειγμα η Ευρωπαϊκή Ένωση.

3.3.2 ΕΘΝΙΚΗ ΦΟΡΟΛΟΓΙΑ

Οι εσωτερικοί φόροι επηρεάζουν την κοστολόγηση, την τελική τιμή του προϊόντος στην αγορά. Τέτοιοι φόροι εισάγονται στις συναλλαγές, όπως π.χ. ο φόρος προστιθέμενης αξίας. Οι εσωτερικοί φόροι θεσπίζονται, με σκοπό να περιορίσουν την εισροή ξένων προϊόντων, οπότε επιδρούν σε παρόμοιο βαθμό με τους εμπορικούς δασμούς. Οι περιορισμοί για ένα συγκεκριμένο προϊόν, αναλύονται αντίστοιχα με την μορφή του δασμού και την επιρροή του. Οι δασμοί λαμβάνουν συνήθως μια από τις εξής μορφές:

- Δασμοί που εφαρμόζονται ανάλογα με το κόστος, τα έξοδα μεταφοράς εισαγόμενων προϊόντων.
- Δασμοί ενάντια σε εισαγόμενα προϊόντα.
 - Τα εισαγόμενα προϊόντα, εάν μειωθούν οι τιμές τους, μπορούν να διεισδύσουν πιο ευκολά σε αγορές που προστατεύονται από δασμούς κατά αξία, από ότι σε αγορές κατά είδος.
- Δασμοί κατά είδος αγαθών.
 - Δασμοί σύμφωνα με την αξία, όπου ο εξαγωγέας θα πετύχει μεγαλύτερο όφελος, διότι ο πληρωτέος φόρος θα μειωθεί μαζί με την τιμή.

3.3.3 ΝΟΜΙΣΜΑΤΙΚΕΣ ΕΠΙΒΑΡΥΝΣΕΙΣ

Η ποσότητα του ξένου συναλλάγματος που ξοδεύεται για εισαγόμενα είδη- υπηρεσίες, συχνά δέχεται ελέγχους και περιορισμούς από πολλές κυβερνήσεις. Ανάλογα εμπόδια απομονώνει από την αγορά προμηθευτές προϊόντα, εκτός από τα πιο απαραίτητα. Οι περιορισμοί παρουσιάζονται απαιτητικοί και χρησιμοποιούνται για να ρυθμίσουν την μορφή των εισαγωγών από πλευράς προϊόντων και προέλευσης. Οι νομισματικοί περιορισμοί τροποποιούνται διαρκώς. Υπάρχουν όμως κράτη τα οποία τους υλοποιούν μακροπρόθεσμα χωρίς να τους αλλάζουν, σαν ένα συστηματικό τρόπο μείωσης των εισαγωγών. Ακόμα και εάν δεν επηρεάζουν τις εισαγωγές, ο εισαγωγέας οφείλει να τους γνωρίζει γιατί μπορεί να διαμορφώσουν την εξέλιξη των συναλλαγών του σε μια αγορά. Αυτό σημαίνει ότι κάθε φορά που ένας εισαγωγέας μελετάει μια αγορά αναγκάζεται να εντοπίσει νομισματικούς περιορισμούς εάν υφίστανται, εάν ισχύουν συνεχώς η αναπροσαρμόζονται συστηματικά και ποιες είναι οι συνέπειες στο προϊόν.

3.4 ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Οι συναλλαγές με το εξωτερικό, δηλαδή οι διεθνείς συναλλαγές, για να διεξαχθούν προϋποθέτουν την ύπαρξη οργανωμένων κρατικών φορέων, θεσμών με σκοπό την εξυπηρέτηση τέτοιους είδους εξαγωγών. Υπηρεσίες που βοηθούν τις δραστηριότητες αυτές αναδεικνύονται ο Οργανισμός Προώθησης Εξαγωγών (Ο.Π.Ε.), τα Εμποροβιομηχανικά Επιμελητήρια, ο Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων (Ο.Α.Ε.Π), και οι Εξαγωγικές Εμπορικές Εταιρείες.

3.4.1 ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ (ΟΠΕ)

Ο επίσημος κρατικός οργανισμός ο οποίος ασχολείται με την ανάπτυξη των ελληνικών εξαγωγών. Ο Οργανισμός Προώθησης Εξαγωγών προσφέρει στους πιθανούς ξένους αγοραστές πληροφορίες σχετικά με τις εξαγωγικές δυνατότητες της χώρας και στοιχεία για την αγορά, διευκολύνοντας τις επαφές τους με τους έλληνες εξαγωγείς, ενημερώνει τους υποψήφιους επενδυτές για τους κανονισμούς, τις διαδικασίες εξαγωγών της χώρας, παρέχει

στατιστικά στοιχεία, λεπτομέρειες για τις υπάρχουσες εξαγωγικές επιχειρήσεις, για κάθε προϊόν και συντονίζει τις εμπορικές συνεργασίες. Επιπλέον, αναλύει τις ξένες αγορές, συμβουλεύει τους έλληνες εξαγωγείς που ενδιαφέρονται για τις ευκαιρίες που βρίσκονται στην αγορά ελεύθερες, διαφημίζει, αναβαθμίζει τα ελληνικά προϊόντα στο εξωτερικό, συμμετέχει επίσημα σε διεθνείς εμπορικές εκθέσεις και τέλος διοργανώνει εκδηλώσεις προώθησης ελληνικών προϊόντων.

3.4.2 ΕΜΠΟΡΟΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΑ

Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου που υπάγονται στην αρμοδιότητα του Υπουργείου Εμπορίου. Τα Εμποροβιομηχανικά Επιμελητήρια ενημερώνουν τα μέλη τους για κάθε εξέλιξη σχετικά με εξαγωγές προϊόντων, δημοπρασίες προμηθειών εξωτερικού, διοργανώνουν επιχειρηματικές αποστολές στο εξωτερικό σε διεθνείς εκθέσεις και προβάλλουν τοπικά προϊόντα. Η ουσιαστική δράση των Επιμελητηρίων αποτελεί η έκδοση του Πιστοποιητικού Καταγωγής με το οποίο βεβαιώνεται ο εγχώριος χαρακτήρας των εξαγόμενων προϊόντων.

3.4.3 ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ (ΟΑΕΠ)

Ασφαλιστικός οργανισμός μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα με την παροχή εγγύησης του Ελληνικού Δημοσίου. Η νομική του μορφή υπόκειται σε Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου διότι μπορεί να λειτουργεί ετσι πιο ευέλικτα. Σκοπός του Ο.Α.Ε.Π. είναι η συμβολή του στην ενίσχυση της εξαγωγικής προσπάθειας της χώρας. Η βοήθεια του συνίσταται στην απαραίτητη κάλυψη των εξαγωγέων έναντι πολιτικών, εμπορικών, οικονομικών και καταστροφικών κινδύνων που παρουσιάζονται κατά την διάρκεια των διεθνών συναλλαγών. Οι μεγαλύτεροι κίνδυνοι τους οποίους καλύπτει ο Ο.Α.Ε.Π. σχετίζονται με:

- Αφερεγγυότητα του αγοραστή κατά την εκτέλεση του συμβολαίου, δηλαδή την πληρωμή.
- Άρνηση παραλαβής εμπορεύματος ή μη εξόφληση της αξίας του από τον αγοραστή, λόγω μερικής ή ολικής καταστροφής κατά την μεταφορά, χωρίς ευθύνη του πωλητή.
- Τροποποίηση ή μη εκτέλεση της συμφωνίας από την πλευρά του αγοραστή.
- Γεγονότα που καθιστούν αδύνατη την ολοκλήρωση της συμβάσης .

Ο Ο.Α.Ε.Π. προσφέρει στους εξαγωγείς διάφορους τρόπους ασφάλισης:

- Ασφάλιση μιας συγκεκριμένης εξαγωγής.
- Ασφάλιση των εξαγωγών προς όλες τις χώρες για ένα χρόνο.
- Ασφάλιση των εξαγωγών σε κάθε χώρα με αγοραστή-αγοραστές ένα πρόσωπο ή περισσότερα για προκαθορισμένη περίοδο.

Η σημασία του Ο.Α.Ε.Π. για την κάλυψη των εξαγωγικών κινδύνων που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις, ειδικά στις αναπτυσσόμενες χώρες του τρίτου κόσμου διευκολύνει τα μέγιστα τους εξαγωγείς.

3.4.4 ΕΞΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

Οι εξαγωγές καθορίζουν την πορεία της οικονομίας κάτι αποτυπώνεται και στα προβλήματα που αντιμετωπίζει η ελληνική οικονομία. Σε γενικές γραμμές θα λέγαμε ότι συναντάμε πολλές μικρές εξαγωγικές επιχειρήσεις με βασικά χαρακτηριστικά την έλλειψη εξαγωγικής εμπειρίας, την αδυναμία εκτέλεσης μαζικών παραγγελιών, και την απουσία απαραίτητων στοιχείων για εξαγωγή, όπως πληροφορίες, οργανωτική δομή, ποιοτικό έλεγχο. Επομένως, από τη μια καταγράφεται ικανοποιητικό παραγωγικό δυναμικό προς εξαγωγή αγαθών και υπηρεσιών, σε αντίθεση με το μικρό μέγεθος της πλειοψηφίας των εξαγωγικών επιχειρήσεων απομακρύνει τους ξένους αγοραστές, που σημαίνει αυτομάτως απώλεια αγορών. Το παραπάνω ζήτημα, φαίνεται να λύνεται με διάφορες προσπάθειες που γίνονται με στόχο την ομαδοποίηση των

εξαγωγικών προσπαθειών με την θέσπιση του κατάλληλου πλαισίου λειτουργίας, το οποίο να ρυθμίζει τις προϋποθέσεις, την διαδικασία και τα κίνητρα για την δημιουργία και την ανάπτυξη των Εξαγωγικών Εμπορικών Εταιρειών. Οι Εξαγωγικές Εμπορικές Εταιρείες αυξάνουν, επεκτείνουν τις διαπραγματευτικές δυνατότητες των ελληνικών επιχειρήσεων στο εξωτερικό, ενώ ταυτόχρονα διαθέτουν την απαραίτητη εξειδίκευση με αποτέλεσμα να μπορούν συμμετέχουν σε πρωτοβουλίες που διαδραματίζουν κυρίαρχο ρόλο στις διεθνείς συναλλαγές.

4. ΠΛΑΝΟ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ

4.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΣΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Στην αρχή της οποιαδήποτε μορφής εξαγωγικής δραστηριότητας, απαιτείται η παραγωγή ενός εξαγωγικού επιχειρηματικού σχεδίου (Export Business Plan), με μια αναλυτική αναπαράσταση των υφιστάμενων δραστηριοτήτων της επιχείρησης η οποία επιθυμεί να εξάγει, με σκοπό να προσδιοριστεί η σκοπιμότητα της ανάπτυξής και της αξιολόγησής των χαρακτηριστικών στοιχείων της συγκεκριμένης εταιρείας. Ένα εξαγωγικό επιχειρηματικό σχέδιο βασίζεται περισσότερο στην εξειδίκευση σε αντίθεση με ένα παραδοσιακό επιχειρηματικό σχέδιο. Τα σημαντικότερα σημεία ενός εξαγωγικού επιχειρηματικού σχεδίου μιας επιχείρησης αναλύονται ως εξής:

Η **περίληψη**, περιλαμβάνει το σκοπό για τον οποίο αναζητά να επεκταθεί μια επιχείρηση στη διεθνή αγορά, το ποσό τη υποχρεωτικής χρηματοδότησης, μια αφήγηση των εξαγωγικών προϊόντων/υπηρεσιών καθώς και τη διοικητική εμπειρία και τη φιλοσοφία του ανθρώπινου δυναμικού της επιχείρησης, στον τομέα των εξαγωγών.

Η **γενική περιγραφή της επιχείρησης**, η οποία με τη σειρά της αποτελεί το όραμα-μέλλον της επιχείρησης για παγκόσμια επέκταση, που στοχεύει να φτάσει, τους στόχους της και την επιχειρηματική της γνώση. Αναλύονται τα δυνατά και ανταγωνιστικά σημεία της επιχείρησης, η ανταγωνιστικότητα του κλάδου, ο αριθμός των επιχειρήσεων που επιδρούν στην διεθνή

αγορά και οι βασικές υποθέσεις του κλάδου που μπορεί να αλλοιώσουν τις εξαγωγικές αποφάσεις.

Η διοίκηση και το ανθρώπινο δυναμικό, τα οποία για την άσκηση διεθνών δραστηριοτήτων και κυρίως των εξαγωγών συμπεριλαμβάνεται και η εμπειρία καθώς και οι γνώσεις, με στόχο να μπορεί να αντέξει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο σε τυχόν προβλήματα που μπορούν να προκύψουν για να επιτύχει.

Ο προσδιορισμός των προϊόντων με εξαγωγικές δυνατότητες, σημαντικό και βασικό σημείο της επιχειρηματικής ανάλυσης της επιχείρησης είναι ο προσδιορισμός και ορισμός εκείνων των προϊόντων/υπηρεσιών που έχουν τη τάση να επιβιώσουν στη διεθνή αγορά. Θεωρείται απαραίτητη:

- Η απαρίθμηση των δυνατών και αδύνατων σημείων των προϊόντων/υπηρεσιών που υπάρχει ενδεχόμενο εξαγωγής.
- Η ορθή επιλογή των περισσότερο εξαγωγίμων προϊόντων/υπηρεσιών που θα προσφέρονται.
- Η αξιολόγηση των προϊόντων/υπηρεσιών που θα προσφέρονται.
- Η τιμολογιακή πολιτική των προϊόντων/υπηρεσιών που θα προσφέρονται.

Η αγορά και το μάρκετινγκ της επιχείρησης, μόλις επιλεγούν και ελεγχθούν τα κατάλληλα εξαγωγίμα προϊόντα/υπηρεσίες, το επόμενο βήμα είναι να προσδιοριστούν οι αγορές με το μεγαλύτερο κέρδος στο εξωτερικό, που θα προσφερθούν αυτά τα προϊόντα. Σ' αυτό το σημείο, η επιχείρηση πρέπει να μελετήσει τις χώρες στις οποίες οι εγχώριοι ανταγωνιστές της εξάγουν. Με μια μελέτη των δραστηριοτήτων των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων, του μεριδίου της αγοράς τους, καθώς και τη θέση τους στην αγορά και τις προοπτικές τους, μεγαλώνει η αξιοπιστία του επιχειρηματικού σχεδιασμού και έτσι η επιχείρηση έχει μια πιο ρεαλιστική εικόνα, ώστε να υποστηρίξει τις εξαγωγές της. Ακόμη αναφέρεται το προφίλ των πελατών και των καταναλωτών στις χώρες που πραγματοποιείται η εξαγωγή, τα χαρακτηριστικά τους, οι απαιτήσεις τους και ο τρόπος λήψης των αγοραστικών αποφάσεών τους. Σύμφωνα με την αναζήτηση των πελατών-στόχων προσφέρονται οι παρακάτω δυνατότητες:

- Ανταλλαγή απόψεων ή άμεση επαφή με το γραφείο του Εμπορικού Ακολούθου της Ελληνικής Πρεσβείας και αίτημα για την προμήθεια στοιχείων εισαγωγέων της χώρας για το συγκεκριμένο προϊόν.
- Αναζήτηση μέσω του Επιμελητηρίου, που αναλαμβάνει μέσω του ξένου επιμελητηρίου να παίρνει επιχειρήσεις στο συγκεκριμένο αντικείμενο.

- Αναζήτηση πελατών-στόχων μέσω δικτύων, όπως το Ευρωπαϊκό Κέντρο Πληροφοριών (Ε.Κ.Π.), τα Επιμελητήρια όπου κωδικοποιείται το αίτημα τη Ελλάδα, και αναζητά τη διασταύρωση του σε Πανευρωπαϊκή κλίμακα αναζήτησης συνεργατών.
- Αναζήτηση μέσω άλλων μέσων-βάσεων πληροφοριών όπως το Internet, Kompass, ICAP.

Θεωρείται λογικό ότι για τη φερεγγυότητα των μελετημένων πελατών κανείς δεν εγγυάται, διερεύνηση αυτής μπορεί να γίνει μόνο μέσω του Οργανισμού Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων (Ο.Α.Ε.Π.). Την ώρα που πραγματοποιείται η διερεύνηση των ξένων αγορών-στόχων υπάρχουν και κάποιοι άλλοι παράγοντες οι οποίοι είναι καθοριστικοί και έχουν σχέση με τα παρακάτω:

- **Την νομιμότητα της εμπορικής συναλλαγής:** Υπάρχουν χώρες οι οποίες απαγορεύουν τις εμπορευματικές συναλλαγές με συγκεκριμένα πάντα κριτήρια, γνωστοποιώντας μια λίστα με τις επιχειρήσεις που δεν τους δίνεται η άδεια και ιδιώτες.
- **Την εξοικείωση με την υψηλή τεχνολογία:** Οι τεχνικές προδιαγραφές του προϊόντος/υπηρεσίας που διατίθενται πρέπει να είναι σύμφωνες με τους τυπικούς και πολιτιστικούς κανόνες της χώρας εξαγωγής από άποψη περιεχομένου καθώς και από την πλευρά της συσκευασίας.

Η ολοκλήρωση της έρευνας με τις ανάλογες επιλογές της επιχείρησης πρέπει να περιοριστούν στις μεγαλύτερες και ταχύτερα αναπτυσσόμενες αγορές, αποφασίζοντας ποιες από αυτές είναι οι κατάλληλες για την εξαγωγή του προσφερόμενου προϊόντος/υπηρεσίας. Είναι επιβεβλημένο να γίνει δοκιμή αρχικά σε μια αγορά και στη συνέχεια στη διεύθυνση σε δευτερεύουσες αγορές. Η επιλογή της αγοράς-στόχου πρέπει να λάβει μέρος με τα ανάλογα γεωγραφικά κριτήρια, διότι είναι περισσότερο αποδοτικό από οικονομικής απόψεως, να επιλεγούν οι κοντινότερες χώρες παρά αυτές που είναι σε μεγαλύτερη απόσταση.

Η Διερεύνηση των αναγκών στήριξης. Η στήριξη που παρέχεται από την Ευρωπαϊκή Ένωση μπορεί να είναι:

- Υλική, έχει σχέση με επιδοτήσεις, δάνεια, εγγυήσεις και οτιδήποτε σχετίζεται άμεσα ή έμμεσα με χρήμα (οικονομική στήριξη) και
- Άυλη, έχει σχέση με πληροφορίες που παρέχονται για τις αγορές σε διάφορες χώρες, τις εκθέσεις, τα δίκτυα καταστημάτων, το νομικό πλαίσιο που ισχύει για τις συναλλαγές ή τις επενδύσεις και γενικά κάθε είδους υπηρεσία η οποία δεν σχετίζεται με το χρήμα (μη οικονομική στήριξη). Παρά το γεγονός ότι είναι άυλες οι υπηρεσίες αυτές δεν

έχουν αξιολογηθεί όσο τους αξίζει, αφού οι πιο πολλές επιχειρήσεις επικεντρώνονται στην οικονομική υποστήριξη. Ωστόσο ίσως αξίζουν περισσότερο καθώς μέσα από αυτές ρέει το χρήμα. Μια οικονομική στήριξη έχει ημερομηνία λήξης ακόμα και όταν με διάφορες μορφές αυτή είναι επαναλαμβανόμενη. Σε αντίθεση με τις άυλες υπηρεσίες οι οποίες είναι διαχρονικές. Άλλωστε αν δεν υπάρχει η σωστή ενημέρωση για το τι μπορεί μια επιχείρηση να πουλήσει, που να επενδύσει και με ποιους μπορεί αυτή να συνεργαστεί, πρόοδος δεν σημειώνεται, όση δυνατότητα για οικονομική ενίσχυση κι αν υπάρχει. Η φιλοσοφία λοιπόν που κερδίζει έδαφος αφορά την παροχή ενισχύσεων, όχι τόσο για την κάλυψη της δαπάνης ενός έργου, αλλά κυρίως για πόλο έλξης ιδιωτικών κεφαλαίων με σκοπό να μεγιστοποιηθούν και να πολλαπλασιαστούν τα κονδύλια της Ε.Ε.

Το Ρίσκο και οι αναμενόμενες αμοιβές. Η αξιοπιστία ενός εξαγωγικού επιχειρηματικού σχεδίου οφείλεται στη διάκριση των κινδύνων. Έτσι απεικονίζονται τα ριψοκίνδυνα σενάρια και αναζητούνται οι τρόποι αντιμετώπισής τους. Προσδιορίζονται τα ρίσκα που υπάρχουν σε κάθε ένα από τα βήματα του εξαγωγικού επιχειρηματικού σχεδίου και πιθανολογείται κατά πόσο αυτά μπορούν να αποτελέσουν αναποδιά στην εξαγωγική δραστηριότητα της επιχείρησης. Επίσης πρέπει να αναλύονται τα σχέδια που θα ακολουθηθούν, ώστε να μειωθεί η επιρροή των ρίσκων στην απόδοση της επιχείρησης. Σημαντικό θεωρείται η ανάλυση της επίδρασης των κερδών και των ρευστών στην επιχείρηση. Η ανάλυση δεν θα πρέπει να είναι απαισιόδοξη. Πρέπει να υπάρχουν ισορροπίες έτσι ώστε να μην δημιουργηθεί κινδυνολογία σχετικά με τα ρίσκα και τις επιδράσεις τους στην επιχείρηση.

4.2 ΟΡΙΣΜΟΣ-ΦΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Το εξαγωγικό επιχειρηματικό σχέδιο μάρκετινγκ αποτελείται από ένα σύνολο πρωταρχικών λειτουργιών που θα πρέπει να ακολουθηθούν με σωστό τρόπο ώστε να προετοιμαστεί η επιχείρηση για να εισέλθει στις παγκόσμιες αγορές (Hultman, Katsikeas & Robson 2011, pp.17-39). Η επίτευξη ενός σχεδίου μάρκετινγκ ξεκινάει με την επιμελημένη έρευνα αγοράς. Αυτό το αρχικό βήμα θεωρείται και το πιο δύσκολο λόγω των ελλείπων πληροφοριών. Όταν

όμως μαζευτούν τα απαραίτητα δεδομένα που απαιτούνται και εξακριβωθεί ότι ένα συγκεκριμένο προϊόν/υπηρεσία θα πουληθεί σε μια συγκεκριμένη γεωγραφική θέση, τότε αυτά μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως ένδειξη για την εξαγωγή παρόμοιων προϊόντων/υπηρεσιών. Τα ουσιαστικότερα στάδια για τη εφαρμογή ενός εξαγωγικού επιχειρηματικού σχεδίου μέσω διαδικτύου, αναλύονται παρακάτω:

4.2.1 ΕΥΡΕΣΗ ΑΓΟΡΑΣ-ΣΤΟΧΟΥ

Ως πρώτο βήμα για την επεξεργασία ενός εξαγωγικού σχεδίου μάρκετινγκ είναι η αναγνώριση της αγοράς-στόχου καθώς και τις ανάγκες της συγκεκριμένης αγοράς έτσι ώστε τα προϊόντα/υπηρεσίας μιας επιχείρησης να έχουν ικανοποιητικές πιθανότητες ζήτησης. Επειδή υπάρχουν αρκετές χώρες στον κόσμο θα πρέπει να επιλεγεί ή μία σωστή ή ορισμένες από αυτές για τη διάθεση των προϊόντων/υπηρεσιών. Όταν η αγορά και οι ανάγκες της γίνουν αναγνωρισμένα, μπορούν να γίνουν ευκολότερα οι παραγγελίες εξαγωγών από τις χώρες αυτές. Η αναγνώριση της αγοράς-στόχου γίνεται με εκτέλεση Διεθνούς Έρευνας της δραστηριότητας της αγοράς και με αυτόν τον τρόπο αναγνωρίζονται με σαφήνεια οι ευκαιρίες στη διεθνή αγορά. Πρέπει να εξερευνηθούν οι μεγαλύτερες εξαγωγικές αγορές της χώρας επειδή μπορεί να αντικαθρεπτίζουν τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του κράτους αλλά και να αξιοποιηθούν όσο το δυνατόν περισσότερο ιστορικά εμπορικοί εταίροι. Στοιχεία για την εξεύρεση της κατάλληλης αγοράς μπορεί να δοθούν από κρατικά γραφεία συναλλαγών, από επαγγελματικές ενώσεις που δραστηριοποιούνται μέσω του διαδικτύου, από τις ελληνικές βάσεις δεδομένων της κυβέρνησης καθώς και από εκθέσεις και παγκόσμιους οργανισμούς. Ορίζεται και περιορίζεται η διερεύνηση σε μερικές υποψήφιες ξένες αγορές για την πώληση του εξαγωγικού προϊόντος/υπηρεσίας και στη συνέχεια εξετάζονται διεξοδικά. Επιλέγονται εκείνες που έπειτα από έρευνα έχουν αποδειχθεί ότι είναι περισσότερο αρμόζουσες για τη διάθεση του προϊόντος και συνεχίζεται εις βάθος η διερεύνησή τους.

4.2.2 ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ-ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Το δεύτερο στάδιο για τη σχεδίαση ενός στρατηγικού εξαγωγικού σχεδίου μάρκετινγκ είναι η ανάπτυξη μιας στρατηγικής εξαγωγικού μάρκετινγκ από τα στελέχη μάρκετινγκ της επιχείρησης η οποία θα εμπεριέχει μια στρατηγική εισχωρήσεως στις νέες αγορές που έχουν επιλεγεί ως αγορές-στόχοι για τη διάθεση του αντίστοιχου προϊόντος που τίθεται να εξαχθεί. Γενικά πρέπει να εκπονηθεί από τα στελέχη της επιχείρησης μια στρατηγική εισαγωγής στη νέα αγορά, στρατηγική τοποθέτησης του προϊόντος, στρατηγική του προϊόντος, στρατηγική τιμολόγησης και branding και την αξιολόγηση της εφοδιαστικής αλυσίδας και της λανσαρίσματος του ανάλογου προϊόντος σύμφωνα με τις ανάγκες της αγοράς-στόχου. Η στρατηγική του εξαγωγικού μάρκετινγκ που θα επιλεγεί παίζει καθοριστικό ρόλο για το επακόλουθο της εξαγωγικής δραστηριότητας της επιχείρησης και για το λόγο αυτό είναι αναγκαίο:

- Τα προϊόντα/υπηρεσίες να εισχωρήσουν στην κατάλληλη αγορά όπου θα έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες ζήτησης και κατάκτησης της αγοράς.
- Να γίνει η ορθή τοποθέτησή τους με στόχο την απόκτηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.
- Να αναπτυχθούν προϊόντα και υπηρεσίες που να ικανοποιούν τις ανάγκες των υποψήφιων αγορών και να καλύπτουν τρεις βασικές προϋποθέσεις: σωστό σχεδιασμό (design), σχεδιασμένη συσκευασία και πιστοποίηση του προϊόντος και των υλικών συσκευασίας.
- Η τιμολόγηση των προϊόντων να γίνεται με τρόπο που να προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, τόσο στην εξαγωγική επιχείρηση όσο και στον αγοραστή-πελάτη.
- Να αναπτυχθεί και να διατηρηθεί ένα υπολογίσιμο brand name.

4.2.3 ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

Η τιμολόγηση των προϊόντων που εξάγονται θεωρείται ένα ζήτημα ικανοποιητικά σημαντικό καθώς εκτός από τους συντελεστές του κόστους παραγωγής υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που συνδέονται με τη μεταφορά και την παράδοση των εμπορευμάτων σε ξένες χώρες-κράτη. Ορισμένοι απ' αυτούς αναγράφονται παρακάτω:

- ✓ οι διαφορές στις ισοτιμίες των νομισμάτων,
- ✓ το κόστος μεταφοράς,
- ✓ η ειδική συσκευασία των εξαγόμενων προϊόντων,
- ✓ η ασφάλιση των προϊόντων,
- ✓ οι προμήθειες και λοιπές χρεώσεις που αφορούν τους ενδιάμεσους.

Η διαμόρφωση της τιμολόγησης εξαρτάται σε μέγιστο βαθμό από τη ζήτηση του προϊόντος/υπηρεσίας που προσφέρεται. Στα περισσότερα καταναλωτικά προϊόντα το κατά κεφαλήν εισόδημα αποτελεί ένα δείκτη δυναμικής της αγοράς. Οι τιμές πώλησης των προϊόντων εξαρτώνται αρκετά κι από τον ανταγωνισμό. Για την είσοδο ενός προϊόντος/υπηρεσίας σε μια ξεχωριστή ανταγωνιστική αγορά μπορεί να απαιτείται η πώλησή του σε χαμηλή τιμή με στόχο να κερδίσει μια θέση στην αγορά. Για τον προσδιορισμό της τιμής πώλησης συντελούν πολλοί στόχοι. Τέτοιοι μπορεί να είναι η ταχεία διάδοση στην αγορά, η αλλαγή των υπάρχοντων προϊόντων, η αργή αλλά ατράνταχτη διείσδυση στην αγορά κ.α. Ένα προϊόν/υπηρεσία που εισέρχεται στην αγορά μέσω του διαδικτύου μπορεί να έχει διάφορες δεύτερες μορφές τιμολόγησης όπως:

- Στατική τιμολόγηση → ίδια τιμή για όλους τους πελάτες.
- Ευκίνητη τιμολόγηση → προσαρμογή της τιμής ανάλογα με τις ποικιλίες των πελατών.
- Τιμολόγηση βάσει κόστους → τιμολόγηση για την ολοσχερή κάλυψη των σταθερών και ρευστών δαπανών της παραγωγής και εξαγωγής των προϊόντων.
- Τιμολόγηση βάσει του μεταβλητού κόστους → τιμολόγηση για την εξασφάλιση των μεταβλητών δαπανών παραγωγής και εξαγωγής των προϊόντων, ενώ οι σταθερές δαπάνες καλύπτονται από τις πωλήσεις στην εσωτερική αγορά.
- Τιμολόγηση διείσδυσης → χαμηλή τιμή για γρήγορη εισαγωγή στην αγορά με σκοπό την αποθάρρυνση των ανταγωνιστών.
- Τιμολόγηση σε αγορά με μικρό ανταγωνισμό → αύξηση της τιμής των προϊόντων με μεγάλο περιθώριο κέρδους σε αγορές με μικρό ανταγωνισμό.

Αφού έχει σχεδιαστεί μια στρατηγική τιμολόγησης και έχουν υπολογιστεί τα διάφορα κόστη τιμολογούνται τα προϊόντα με βάση το επιθυμητό περιθώριο κέρδους. Για να τιμολογήσει μια επιχείρηση με τον πιο αποτελεσματικό τρόπο θα πρέπει να λάβει υπόψη της και τα ενδεχόμενα κόστη όπως:

- Κόστος μάρκετινγκ και προέλασης → διανομής, διαφήμισης, έντυπου διαφημιστικού υλικού, συμμετοχή σε εκθέσεις.
- Κόστος παραγωγής → ανά προϊόν, κόστος συσκευασίας ή συναρμολόγησης.
- Κόστος συσκευασίας → υλικά, μακέτα, ετικέτες.
- Κόστος οργάνωσης και διοίκησης → πιστοποιήσεις, ασφάλεια μεταφορών.
- Κόστος μεταφοράς εμπορευμάτων → κόστος αποθήκευσης, ασφάλισης μεταφοράς.
- Χρηματοοικονομικό κόστος → κόστος χρηματοδότησης των εξαγωγών, κόστος λόγω μεταβολών στις ισοτιμίες νομισμάτων, κόστος από τις τροποποιήσεις των επιτοκίων.

4.2.4 ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΤΙΣ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Σημαντικό ρόλο για την εκπόνηση ενός επιτυχημένου εξαγωγικού επιχειρησιακού σχεδίου αποτελεί η προώθηση του προϊόντος. Ως πρωταρχικό σκοπό έχει τον σχηματισμό αναγνωρισιμότητας της εξαγωγικής επιχείρησης ανάμεσα στους εισαγωγείς/αγοραστές. Το διαφημιστικό μείγμα θα πρέπει να είναι οικονομικό και δραστικό, έτσι ώστε να έλξει το ενδιαφέρον των εισαγωγέων/αγοραστών με στόχο τη δημιουργία επικοινωνίας με την εξαγωγική επιχείρηση. Το πιο γρήγορο, οικονομικό και αποτελεσματικότερο μέσω προβολής θεωρείται το διαδίκτυο. Η εισφορά της επιχείρησης σε διεθνείς εκθέσεις και εκδηλώσεις προϊόντων αποτελεί επίσης μια αποδοτική στρατηγική διαφήμισης, η οποία δημιουργεί μια άμεση και ζωντανή συνεννόηση με τους αγοραστές/εισαγωγείς. Εργαλεία που μπορεί να διαθέτει μια επιχείρηση για την προώθηση των προϊόντων της στις ξένες αγορές είναι τα εξής:

- Διαφήμιση – πρέπει να επιλεγούν με προσοχή τα κατάλληλα μέσα για να έχουν την επιθυμητή απήχηση στους πιθανούς καταναλωτές.
- Προωθητικό υλικό – αυτό πρέπει να τροποποιείται και να σχεδιάζεται ανάλογα με τις ανάγκες του προϊόντος που διατίθεται.

- Μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου – εφόσον έχει γίνει επιμελημένη έρευνα της αγοράς στόχου και μετά από εμπειρία στην πώληση στη συγκεκριμένη αγορά τότε μπορεί να σταλούν μηνύματα μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου κατευθείαν στους πελάτες.
- Προσωπικές επισκέψεις – θεωρούνται ίσως ο καλύτερος τρόπος προώθησης. Πολλές φορές όμως εξαρτάται και από την επιχειρηματική μάρφωση της συγκεκριμένης αγοράς της πόλης-κράτους.
- Συμμετοχή σε εκθέσεις – θεωρείται ένα καλό μέσο προώθησης διότι συνεισφέρει στην καλύτερη γνωριμία με την αγορά αλλά και με τους ανταγωνιστές της επιχείρησης.
- Δημιουργία ιστοσελίδας – η δημιουργία μιας ιστοσελίδας της επιχείρησης θεωρείται αναγκαία στην εξαγωγική της δραστηριότητα για διαφημιστικούς λόγους αλλά και την υπηρεσία των πελατών της στο εξωτερικό. Αναγκαία προϋπόθεση είναι η συνεχή ενημέρωσή αλλά και βελτίωσή της από τα στελέχη της επιχείρησης που ασχολούνται με το διαδικτυακό μάρκετινγκ, καθώς η μη επικαιροποίηση των στοιχείων της μπορεί να ζημιώσει παρά να εξυπηρετήσει την εξαγωγική δραστηριότητα της επιχείρησης.

4.2.5 ΕΙΣΟΔΟΣ ΣΕ ΞΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Επόμενο στάδιο για την ολοκλήρωση ενός διαδικτυακού εξαγωγικού σχεδίου μάρκετινγκ είναι η διείσδυση στην αγορά που έχει κριθεί η καταλληλότερη. Τα στοιχεία που πρέπει να ληφθούν υπόψη είναι τα εξής:

- ✓ Η χρηματοοικονομική δυναμική της επιχείρησης.
- ✓ Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα των προϊόντων στις αγορές του εξωτερικού και οι πιθανοί κίνδυνοι.
- ✓ Οι πιθανές δυσκολίες που μπορεί να συναντήσει η επιχείρηση στην προσπάθειά της να διεισδύσει στην αγορά.
- ✓ Το είδος του προϊόντος/υπηρεσίας που θα εξαχθεί.
- ✓ Τις ιδιαιτερότητες της κάθε αγοράς.

Οι μέθοδοι εισαγωγής ενός προϊόντος/υπηρεσίας σε μια αγορά του εξωτερικού είναι οι ακόλουθες:

Επιτόπιες εξαγωγές:

Οι επιτόπιες εξαγωγές αφορούν την πώληση των προϊόντων απευθείας από την επιχείρηση στον τελικό πελάτη. Τα θετικά αυτής της μεθόδου μπορεί να θεωρηθούν το μεγάλο περιθώριο κέρδους της επιχείρησης από την ανεπάρκεια των ενδιάμεσων, η δυνατότητα οριοθέτησης χαμηλής τιμολόγησης του προϊόντος και την άμεση επαφή με τους πελάτες με τα προϊόντα της επιχείρησης. Η μεθοδολογία αυτή όμως έχει και τα αρνητικά της ότι η επιχείρηση δηλαδή θα πρέπει να έχει κορυφαία γνώση της αγοράς, ενώ η εκτίμηση του προϊόντος είναι αργή.

Εξαγωγές μέσω αντιπροσώπων:

Οι εξαγωγές μέσω αντιπροσώπων αφορούν την πώληση των προϊόντων της επιχείρησης μέσω ενός ενδιάμεσου, χονδρέμπορου ή διανομέα. Ακόμη η επιχείρηση μπορεί να συνεργάζεται και με ένα ενδιάμεσο που εκφράζει τη συγκεκριμένη αγορά.

Συμφωνία για συνεργασίες με επιχειρήσεις του εξωτερικού ή του εσωτερικού:

Η συμφωνία συνεργασίας με μια άλλη επιχείρηση για τη δημιουργία εξαγωγικής δραστηριότητας παρέχει σημαντικά πλεονεκτήματα όπως μεταφορά τεχνογνωσίας, διαίρεση του ρίσκου, ισόποση συνεισφορά στα απαιτούμενα κεφάλαια, ταυτόχρονη διείσδυση σε άλλες αγορές κ.α. Η σύναψη της στρατηγικής συνεργασίας με μια άλλη επιχείρηση της αγοράς αποδίδει πολλά οφέλη καθώς διαλέγονται κατά κανόνα επιχειρήσεις με συμπληρωματικά προϊόντα με στόχο τη μέγιστη καταβολή των υφιστάμενων δικτύων διανομής και προώθησης. Η ύπαρξη των ενδιάμεσων αποφέρει σημαντική εξοικονόμηση χρόνου και κέρδους για την επιχείρηση. Η εισαγωγή ενός προϊόντος/υπηρεσίας στην αγορά του εξωτερικού μπορεί να γίνει μέσω ενδιάμεσων οι οποίοι αναφέρονται αναλυτικά παρακάτω:

- **Αντιπρόσωποι:** αντιπροσωπεύουν τη συγκεκριμένη αγορά-στόχο του εξωτερικού και συνήθως διαθέτουν προς πώληση και συμπληρωματικά προϊόντα. Συνάπτουν συμφωνητικά πωλήσεων εκ μέρους των επιχειρήσεων που αντιπροσωπεύουν και πληρώνονται με προμήθεια επί των πωλήσεων που καταφέρνουν. Προτερήματα αυτής

της μορφής εισαγωγής σε αγορά του εξωτερικού θεωρείται η βραχυπρόθεσμη παρουσία της επιχείρησης και του προϊόντος στην αγορά. Από τις κατευθείαν εξαγωγές προκύπτει μικρό κόστος, ενώ η επιχείρηση έχει τον έλεγχο του προϊόντος και την τιμή πώλησής του. Οι αντιπρόσωποι βοηθούν την επιχείρηση στην πραγμάτωση της έρευνας αγοράς, στην παροχή συμβουλών σε θέματα μεταφοράς εμπορευμάτων, στη διείσδυση σε συγκεκριμένες κατηγορίες πελατών, στην παροχή πληροφοριών σε νομικά, οικονομικά και διαδικαστικά ζητήματα.

- **Χονδρέμποροι:** μια επιχείρηση είναι δυνατόν να πουλήσει σε αγορές του εξωτερικού μέσω των χονδρεμπόρων που σε κάποιες περιπτώσεις προμηθεύονται και μεταπωλούν τα προϊόντα, ενώ σε άλλες περιπτώσεις πωλούν με παροχή. Εξειδικεύονται σε συγκεκριμένα ή κατηγορίες προϊόντων. Σε πολλές περιπτώσεις ενεργούν στην προώθηση των προϊόντων στην αγορά του εξωτερικού μέσω διαφήμισης, συμμετοχής σε εκθέσεις, προσωπικών πωλήσεων κ.α.
- **Διανομείς:** Μια επιχείρηση μπορεί να υποστηρίξει τα προϊόντα/υπηρεσίες της μέσω των διανομέων οι οποίοι τα προμηθεύονται και τα μεταπωλούν σε καταναλωτές της αγοράς του εξωτερικού. Κατά κανόνα οι ίδιοι καθορίζουν την τιμή πώλησης και αναλαμβάνουν τον έλεγχο της πορείας του προϊόντος στην αγορά. Το ελάττωμα αυτής της μεθόδου βρίσκεται στο μικρό περιθώριο κέρδους για την εξαγωγική επιχείρηση καθώς και στο μειωμένο έλεγχο της θέσης του προϊόντος και της τιμής του. Για να επονομαστεί ο αρμόζων διανομέας που θα συνεργαστεί από την επιχείρηση πρέπει να ληφθούν υπόψη ορισμένοι παράγοντες, ενώ η σχεδίαση ενός εξαγωγικού επιχειρηματικού σχεδίου στο διαδίκτυο θεωρείται απαραίτητο για την προβολή του προϊόντος/υπηρεσίας στην αγορά του εξωτερικού. Τέτοιοι παράγοντες είναι οι ακόλουθοι:
 - Το δίκτυο πωλήσεων στο οποίο ενεργεί ο ενδιάμεσος καθώς και ο βαθμός ανοίγματος κι εξάπλωσής του με το πέρασμα του χρόνου.
 - Το τμήμα της αγοράς-στόχου που καλύπτει και η αλληλεξάρτηση αυτού με τις επιδιώξεις της εξαγωγικής επιχείρησης.
 - Η ποικιλία των προϊόντων που εκπροσωπεί, η σχέση του με τα προϊόντα της επιχείρησης, οι αμυδρές πωλήσεις που μπορεί να επιτύχει, η αποτελεσματικότητά του από την πώληση συμπληρωματικών προϊόντων.

- Η μέθοδος αποθήκευσης των προϊόντων, η ευκολία επικοινωνίας της επιχείρησης με τον ενδιαμέσο, η οργάνωσή του, η υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρει για την επιχείρηση.
- Η μέθοδος των πωλήσεων που ακολουθεί, ο τρόπος παρακολούθησης αυτών, η εκπαίδευση του προσωπικού που εμπλέκεται στο τμήμα των πωλήσεων.
- Τα γνώρισμα των πελατών του, ποιοι και πόσοι είναι.
- Η παροχή τεχνικής βοήθειας στην ανακάλυψη της αγοράς, τα μέσα προώθησης που ακολουθεί, τα μερίσματα που είναι διατεθειμένος να επενδύσει σε κινήσεις διαφήμισης και προώθησης, η πρόθεσή του να μοιραστεί το κόστος της διαφήμισης, η ύπαρξη ιστοσελίδας και η προώθηση των προϊόντων της επιχείρησης που εκφράζει μέσω αυτής.

Η ανάπτυξη της εξαγωγικής επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελεί μια πολυετής δέσμευση και προϋποθέτει ιδιαίτερες προσπάθειες, πόρους και χρόνο. Αυτό πρέπει να γίνει κατανοητό αρχικά από τα στελέχη της διεύθυνσης της επιχείρησης, που επιθυμεί να δραστηριοποιηθεί στις ξένες αγορές. Σ' αυτή τη φάση, η επιχείρηση ουσιαστικά έχει ολοκληρώσει το Export Marketing Plan της στο διαδίκτυο και είναι έτοιμη να προοδεύσει στην εξαγωγική της δραστηριότητα.

4.3 ΜΕΘΟΔΟΙ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

4.3.1 ΠΡΟΩΘΗΣΗ

Η επιχείρηση εκμεταλλεύεται εργαλεία που προωθούν το promotion mix για την προβολή των προϊόντων της, όπως:

- Διαφήμιση.
- Δημόσιες σχέσεις.
- Άμεση πώληση.

4.3.2 ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Διαφήμιση είναι η διαδικασία γνωστοποίησης και επηρεασμού του καταναλωτικού κοινού για ένα προϊόν ή μία υπηρεσία επί πληρωμή. Η διαφήμιση ανήκει στο μείγμα προβολής και επικοινωνίας του τμήματος μάρκετινγκ. Ο διαφημιστικός τομέας συνδέεται παραδοσιακά με προϊόντα προς κατανάλωση, όμως το μάρκετινγκ έχει επεκταθεί και σε διαφορετικούς τομείς, όπως στην πολιτική διαφήμιση (διαφημιστικά μηνύματα στο μήκος προεκλογικών ιδίως περιόδων) καθώς και βαθύτερα στην πολιτική ζωή.

4.3.3 ΖΗΤΗΣΗ

Η τιμή του προϊόντος προσδιορίζεται από την προσφορά και ζήτηση και κάποιοι παράγοντες που επιδρούν την αναλογία προσφοράς και ζήτησης είναι:

- Η μοναδικότητα.
- Η άγνοια της ύπαρξης υποκατάστατων.
- Η δυσκολία κατά την σύγκριση.
- Η συνολική δαπάνη.
- Το τελικό πλεονέκτημα.
- Η συνδυασμένη επένδυση.

4.3.4 ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Οι Δημόσιες Σχέσεις αποτελούν κομμάτι της στρατηγικής, τόσο των δημόσιων, όσο και των ιδιωτικών οργανισμών. Οι δημόσιες σχέσεις αναφέρονται στην προσπάθεια μιας επιχείρησης/οργανισμού να προβληθεί ευρέως και να δημιουργήσει ευμενή εικόνα γύρω από το προϊόν/υπηρεσία που προσφέρει στο καταναλωτικό κοινό. Η μεταχείριση των δημόσιων σχέσεων εφαρμόζεται με εσωτερικό έλεγχο. Κάθε δραστηριότητα επικοινωνίας είναι σχεδιασμένη έτσι ώστε να δημιουργεί την καλή υπόληψη σε ένα συγκεκριμένο περίγυρο.

4.3.5 ΔΙΚΤΥΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Εξ' ίσου αξιόλογο τμήμα του μάρκετινγκ είναι το τμήμα διανομής, το οποίο έχει να κάνει με:

- Την λήψη παραγγελιών.
- Την κατεργασία των παραγγελιών.
- Την προετοιμασία της παραγγελίας.
- Την φυσική διανομή των προϊόντων.

Η διανομή των προϊόντων αποτελεί έναν από τους βασικότερους παράγοντες του customer service, μέσα από το οποίο επιχειρείται η ευχαρίστηση του πελάτη. Το απόθεμα των καναλιών διανομής είναι συνεχώς υπό επίβλεψη, επαληθεύοντας με αυτόν τον τρόπο ότι υπάρχει η ικανότητα ζήτησης σε ένα ικανοποιητικό χρονικό διάστημα. Το απόθεμα αξιολογείται από ειδικευμένο λογισμικό σύστημα ηλεκτρονικού υπολογιστή.

5. ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΝΝΟΙΕΣ ΚΙΝΔΥΝΟΥ-ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΕΝΑ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΚΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

5.1 ΒΑΣΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΩΝ ΚΙΝΔΥΝΩΝ

«Κίνδυνος ορίζεται η πιθανότητα να συμβούν κάποια γεγονότα τα οποία θα οδηγήσουν είτε σε κέρδη είτε σε απώλειες χαμηλότερα από τα αναμενόμενα» (Jorge R. Sobehart & Sean C. Keenan 2006). Ετυμολογικά, η λέξη Risk (κίνδυνος) πηγάζει από την λατινική λέξη rescum που σημαίνει «κίνδυνος στη θάλασσα». Στην καθημερινότητα μας, όλες οι οικονομικές διενεργήσεις και μη, εμπεριέχουν τον κίνδυνο, για τον λόγο ότι χαρακτηρίζονται από την αβεβαιότητά τους σε συνδυασμό με την πορεία τους στο μέλλον. Η έννοια του κινδύνου υπάρχει σε όλες τις ανθρώπινες δραστηριότητες και προέρχεται από την άγνοια

μεταγενέστερων γεγονότων. Ευρύτερα ο κίνδυνος μπορεί να οριστεί ως η έκθεση στην αβεβαιότητα (Lhabitant & Tinguely, 2001), ενώ αναφορικά σε μια καθορισμένη δραστηριότητα κίνδυνος είναι η πιθανότητα παρουσίας ενός μη επιθυμητού ή ακόμη και η έλλειψη ενός επιθυμητού αποτελέσματος. Γενικότερα, καταφθάνουμε αντιμέτωποι με προβλήματα, όπου η απόφαση που θα πάρουμε για να τα υπερβούμε περιέχει το συστατικό του κινδύνου, διότι δεν κατέχουμε εκ των προτέρων εάν η απόφαση που πήραμε είναι ορθή και εάν θα μας οδηγήσει στην απάντηση του προβλήματος ή όχι. Πρέπει να αποσαφηνίσουμε ότι «ο κίνδυνος» σαν λέξη δεν είναι αποκλειστικά συναφής με την πιθανότητα της «ζημιάς-απώλειας», αλλά και με τη περίπτωση σχηματισμού κέρδους.

5.2 ΤΥΠΟΙ ΚΙΝΔΥΝΩΝ

Σε γενικές γραμμές, οι επιχειρήσεις εκτίθενται σε τρεις κατηγορίες κινδύνων:

- Επιχειρηματικοί Κίνδυνοι (Business Risk).
- Στρατηγικοί Κίνδυνοι (Strategic Risk).
- Χρηματοοικονομικοί Κίνδυνοι (Financial Risk).

Παρακάτω θα πραγματοποιηθεί λεπτομερής ανάλυση στα είδη των χρηματοοικονομικών κινδύνων τα οποία είναι τα εξής:

- Κίνδυνος Αγοράς (Market Risk).
- Κίνδυνος Χώρας (Country Risk).
- Κίνδυνος Ρευστότητας (Liquidity Risk).
- Πιστωτικός Κίνδυνος (Credit Risk).
- Λειτουργικός Κίνδυνος (Operational Risk).

5.2.1 ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΟΣ ΚΙΝΔΥΝΟΣ

Ως χρηματοπιστωτικός κίνδυνος εννοείται η διαφθορά που θα δημιουργηθεί εκεί που θα πραγματοποιηθεί κάποιο πιστωτικό γεγονός, πρόκειται με άλλα λόγια για την απώλεια που συμβαίνει εξαιτίας της μεταβολής της επιδεξιότητας ενός από τα αντισυμβαλλόμενα μέρη να ολοκληρώσει τις υποχρεώσεις του. Σε γενικές γραμμές, είναι το ελάττωμα ορισμένων επιχειρήσεων να μην ανταποκρίνονται στα οικονομικά τους καθήκοντα, όπως για παράδειγμα η μη εξόφληση ενός δανείου ή η επιβράδυνση της αποπληρωμής του. Πρέπει να αναφερθεί, ότι στη περίπτωση του χρηματοπιστωτικού κινδύνου υπάρχει πιθανότητα να προκληθεί ζημιά νωρίτερα από το πιστωτικό γεγονός. Λόγου χάρη μια τράπεζα θα έχει πιστωτικό πρόβλημα αν δεν της ξεπληρώσουν τα δάνεια που έχει κυκλοφορήσει ή μια επιχείρηση αν δεν της ανταποδώσουν το αντίτιμο για την εξαγωγή που έχει προσφέρει. Στον πιστωτικό κίνδυνο επιπλέον δεν είναι ανάγκη να αθετηθεί η υποχρέωση, συνεπώς να σημάνει την ειδοποίηση κινδύνου καθώς φτάνει και η μη αποπληρωμή μιας δόσης. Είναι εμφανές ότι ο πιστωτικός κίνδυνος (credit risk) υφίσταται σε κάθε συναλλαγή και αφορά κάθε επιχείρηση. Οι μορφές του πιστωτικού κινδύνου αναλύονται ως εξής:

- **Κίνδυνος Έκθεσης:** Κίνδυνος έκθεσης εμφανίζεται τη περίοδο που ο οφειλέτης δεν είμαι σε θέση να ανταποδώσει το ποσό που έχει συμφωνηθεί και άρα έχουμε την «έκθεση κατά τη στιγμή της αθέτησης». Ο κίνδυνος έκθεσης αναφέρεται κατά κανόνα στον τραπεζικό κλάδο. Γι' αυτό το λόγο και οι τράπεζες φέρουν μια μεγάλη ποικιλία μεθοδολογιών και έπειτα κρίνουν ποια θα χρησιμοποιήσουν για να μετρήσουν τον συγκεκριμένο κίνδυνο αντίστοιχα με τη φύση του κάθε ενδεχόμενου.
- **Κίνδυνος Ανάκτησης:** Ο κίνδυνος ανάκτησης εξετάζει και αναπαριστά ποιο κομμάτι του ποσού, που οφείλεται τη καθορισμένη στιγμή της αθέτησης, έχει καταφέρει η επιχείρηση να ανακτήσει από τον οφειλέτη. Το ποσοστό του ποσού που έχει ανακτηθεί σε σχέση με το συνολικό οφειλόμενο ποσό ονομάζεται ποσοστό ανάκτησης, καθώς το

υπόλοιπο, δηλαδή το ποσό που δεν έχουμε επιτύχει να ανακτήσουμε, ως προς την συνολική οφειλή το ονομάζουμε απώλεια δεδομένης της αθέτησης. Η ποσοστιαία ζημιά σε ενδεχόμενο αθέτησης ορίζεται ως ο λόγος της ζημιάς από άνοιγμα προς το ανεξόφλητο ποσό κατά το χρόνο της αθέτησης.

- **Κίνδυνος Αθέτησης:** Ο κίνδυνος αθέτησης περιγράφεται από την περίπτωση στην οποία ο πελάτης δεν είναι σε θέση να είναι σωστός απέναντι στις υποχρεώσεις του με επακόλουθο να κωλύεται στην πληρωμή του υπολοίπου του. Σε γενικές γραμμές, ο κίνδυνος πτώχευσης αναφέρεται στην πιθανότητα πτώχευσης σε αυτούς που έχουν πιστωθεί. Ακόμη, υπάρχει και η τεχνική πτώχευση, σε ένα περιστατικό όπου αυτός που έχει πιστωθεί καταπατήσει κάποια από τις δεσμεύσεις του συμβολαίου, συμβάν που προκαλεί την επαναδιαπραγμάτευση των δεδομένων του συμβολαίου. Ο κίνδυνος αθέτησης λέγεται και κίνδυνος παραλήψεων. Αυτός ο κίνδυνος συμπεριλαμβάνει την πιθανότητα να μην είναι εφικτό από μια επιχείρηση να εξοφλήσει τόκους και αρχικό κεφάλαιο. Στα πιστωτικά ιδρύματα έχουμε αθέτηση υποχρέωσης όταν αυτός που έχει πιστωθεί παρουσιάζει αργοπορία άνω των 90 ημερών στην πληρωμή μερικών εκ των υποχρεώσεων του προς το πιστωτικό ίδρυμα, με επακόλουθο είτε επιμέρους είτε πλήρης απώλεια του οφειλόμενου ποσού. Αξίζει να διατυπωθεί ότι στον τραπεζικό κλάδο έχει τεράστια σημασία, τουλάχιστον αν ένας ελάχιστος αριθμός σημαντικών πελατών αθετήσει τις υποχρεώσεις του, διότι υπάρχει πιθανότητα να οδηγήσει έως και στην χρεοκοπία του ιδρύματος. Δεν ενδείκνυται να ταυτίζεται η έννοια αθέτησης (default) με την απλή καθυστέρηση διευθέτησης των υποχρεώσεων (delinquency). Στις μέρες μας η πιο συνηθισμένη μορφή αθέτησης υποχρεώσεων στο τραπεζικό σύστημα περιλαμβάνει τη μη πληρωμή στεγαστικών δανείων.

5.2.2 ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΑΓΟΡΑΣ

Ο κίνδυνος αγοράς επικεντρώνεται ιδίως στην τιμολογιακή πολιτική των στοιχείων του ενεργητικού για να ευδοκιμήσουν την αντίστοιχη αποδοχή στην αγορά των διαπραγματεύσεων. Η αγορά της ισχύς προσφοράς και ζήτησης καθορίζει τις τιμές, τα χρηματοοικονομικά προϊόντα, όπως και τη χρονική διάρκεια κατά την οποία θα πραγματοποιηθεί η συναλλαγή. Πρόκειται για τον κίνδυνο ελάττωσης του επιπέδου των τιμών της αγοράς γενικά ή διατυπωμένης κατηγορίας στοιχείων του ενεργητικού του εκάστοτε επενδυτικού προϊόντος, λόγω των μετατροπών των παραγόντων που σχηματίζουν την αξία της αγοράς. Τον συγκεκριμένο χαρακτήρα κινδύνου τον βρίσκουμε περισσότερο σε μετοχικές ή ομολογιακές δραστηριότητες, καθώς και στη αλλαγή στις συναλλαγματικές ισοτιμίες. Στα χρηματοοικονομικά, ο κίνδυνος αγοράς (Market Risk) σημαίνει κίνδυνος μείωσης της αξίας μίας επένδυσης λόγω μεταβολών στους συντελεστές που διαμορφώνουν την αξία της αγοράς. Η μέτρηση του συγκεκριμένου κινδύνου γίνεται χρησιμοποιώντας τη μεθοδολογία που παραχωρεί το μέτρο Αξία σε Κίνδυνο (Value at Risk). Οι πιο συχνοί παράγοντες κινδύνου της αγοράς είναι οι εξής:

- ✓ Κίνδυνος Δείκτη Χρηματιστηριακών Τιμών (Equity Index Risk): ο κίνδυνος στην αλλοίωση των τιμών των μετοχών, γεγονός το οποίο είναι ακολουθία διάφορων παραγόντων, μπορεί να επηρεάσει την ρύθμιση υποχρεώσεων των χρηματοπιστωτικών φορέων.
- ✓ Κίνδυνος Επιτοκίου (Interest Rate Risk): ο επιτοκιακός κίνδυνος είναι ο κίνδυνος να μετατρέπεται η αξία μιας επένδυσης εξαιτίας μετατροπής στο επίπεδο των επιτοκίων.
- ✓ Συναλλαγματικός Κίνδυνος (Foreign Exchange Risk): Ο συναλλαγματικός ή νομισματικός κίνδυνος, επακολουθεί από τις αλλαγές των συναλλαγματικών ισοσταθμίσεων. Μια επένδυση είναι δυνατόν να επηρεαστεί από τις συναλλαγματικές ισοσταθμίσεις, εφ' όσον το νόμισμα που πραγματοποιείται η επένδυση είναι αλλιώτικο από εκείνο του επενδυτή.

- ✓ Κίνδυνος στα εμπορεύματα , αφορά τον κίνδυνο μετατροπής των τιμών των εμπορευμάτων , όπως η τιμή του μετάλλου, η τιμή του σιταριού ή η τιμή του πετρελαίου.
- ✓ Κίνδυνος μεταβλητότητας ή διακύμανσης (Volatility Risk), που οφείλεται στις δυνατές παραλλαγές των τιμών της αγοράς.
- ✓ Κίνδυνος αναγκαστικής πώλησης (Forced Sale Risk), όταν αντιμετωπίζεται δυσκολία ρευστότητας στην αγορά και είναι υποχρεωμένος ο επενδυτής να κλείσει θέσεις για να καλύψει το πρόβλημα της ρευστότητας.
- ✓ Κίνδυνος διακανονισμού (Settlement Risk), ο κίνδυνος για να καλυφθούν τα αλλιώτικα ωράρια στις παγκόσμιες αγορές συναλλαγών.

5.2.3 ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΧΩΡΑΣ

Ο συγκεκριμένος κίνδυνος συνδέεται με το θεσμικό πλαίσιο του κράτους στο οποίο επενδύονται στοιχεία του ενεργητικού της επένδυσης σε αυτές τις αγορές. Ο κίνδυνος κράτους πηγάζει από τις διαφθορές που προκαλούνται εξαιτίας εμπορικών εγκλεισμών που επιβάλλονται σε διαφορετικές χώρες. Η ύπαρξη μίας αβεβαιότητας είτε πολιτικής είτε οικονομικής στην χώρα που γίνεται η επένδυση μπορεί να αποφέρει αποφατικές επιπτώσεις στον επενδυτή. Μια επιχείρηση που ενεργεί σε μια ξένη χώρα είναι πιθανόν να αντιμετωπίζει δυσκολίες για κάμποσους και διάφορους λόγους. Πιθανόν να υπάρξουν συναλλαγματικοί περιορισμοί (capital controls), φορολογικές διακρίσεις στις ξένες επιχειρήσεις, καθώς και διάφοροι περιορισμοί στην εργατική νομοθεσία. Επιπροσθέτως, η πολιτική φάση της χώρας ενδέχεται να είναι αφορμή κινδύνου για μία επιχείρηση. Οι πολιτικές αναπτύξεις στο επίπεδο χωρών, αλλά και σε διεθνές επίπεδο δημιουργούν ευμενείς ή απορριπτικές επιπτώσεις στις χρηματοοικονομικές αγορές. Η πολιτική είναι εκείνη που καθοδηγεί τα διεθνή πράγματα και προσδιορίζει τις μελλοντικές εξελίξεις και διαθέσεις των οικονομικών αγορών. Ενώ υπάρχει πολιτική σταθερότητα, υφίσταται και θετικό κλίμα στην οικονομία και κάθε αναπάντεχη παραλλαγή του πολιτικού σκηνικού δημιουργεί αμφιβολία και κίνδυνο στην οικονομία της χώρας. Οι δυσμενείς πρόοδοι στη διεθνή πολιτική σκηνή, για παράδειγμα ένας πόλεμος ή ένα

εμπάργκο, δημιουργεί αλυσιδωτές επιδράσεις στην διανομή πρώτων υλών, στην κατάχρηση αυτών, στην παραγωγή προϊόντων και κατ' επέκταση στις χρηματοοικονομικές αγορές. Ο πολιτικός κίνδυνος μπορεί να αλλάξει σε κίνδυνο χώρας (country risk), καθόσον μια πολιτική αντιπαράθεση μπορεί αυτόματα να διεγείρει προβλήματα στο εμπόριο και την οικονομία. Κατ' ακολουθίαν, εξακριβώνουμε ότι ο πολιτικός κίνδυνος μπορεί να εισέλθει στον κίνδυνο χώρας και, στην ουσία, θα λέγαμε ότι ο ένας ακολουθεί τον άλλον. Για να αποφευχθούν αυτοί οι κίνδυνοι και για να βοηθηθούν οι επιχειρήσεις που ενεργούν στο εξωτερικό, έχουν δημιουργηθεί μηχανισμοί οι οποίοι ζυγίζουν και περιορίζουν τον αντιληπτό κίνδυνο. Για αυτή τη αισθητή αξιολόγηση, υπάρχουν διεθνείς οίκοι που αναλαμβάνουν να «μετρήσουν» το ποσοστό της ανησυχίας μιας χώρας απέναντι του συγκεκριμένου κινδύνου. Οι μηχανισμοί που μετριάζουν τον κίνδυνο είναι οι ακόλουθοι:

- Εναλλαγή χρέους με χρέος (Debt for Debt Swaps).
- Εναλλαγή χρέους για κεφάλαιο (Debt for Equity Swaps).
- Πώληση δανείων στην δευτερογενή αγορά.
- Πολυετής αναδιάρθρωση των δανείων (Multi Year Restructuring Agreements).

5.2.4 ΚΙΝΔΥΝΟΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ

Ο κίνδυνος ρευστότητας ενσωματώνεται στους χρηματοοικονομικούς κινδύνους και δημιουργείται άμα δεν υπάρχει η αναγκαία ρευστότητα στην αγορά. Πρόκειται για τον κίνδυνο της ανικανότητας να ρευστοποιηθούν στοιχεία του ενεργητικού της επένδυσης τη σωστή ώρα και σε μια λογική τιμή, ως επακόλουθο να επακολουθούν διαφθορές για τον επενδυτή λόγω των σκαμπανεβασμάτων των τιμών κατά τον χρόνο που μεσολαβεί από τη λήψη της εντολής του έως την εφαρμογή της. Επιπλέον, κίνδυνος ρευστότητας είναι η δυσκολία της επιχείρησης να ανταπεξέλθει στα τρέχοντα καθήκοντα της και να μην φθάνουν τα αποθεματικά της για να τα διακανονίσει. Αυτός ο κίνδυνος μπορεί να οφείλεται στην χρήση του ενεργητικού και του παθητικού. Πιθανές λύσεις είναι ο δανεισμός κεφαλαίων σε μεγαλύτερο ποσοστό, όσο αυτό είναι εφικτό, ή διαφορετικά να ρευστοποιηθούν στοιχεία του ενεργητικού με το αντίστοιχο κόστος, είτε να εκποιηθούν τα υπάρχοντα της επιχείρησης. Ασφαλώς, σε αυτά τα περιστατικά

πρέπει να παρατηρηθεί ότι υπάρχει άλλη μια παράμετρος σχετικά με τον καιρό που θα διαρκέσει, από το σημείο που θα δώσουμε την εντολή για εκποίηση μέχρι τη στιγμή που θα παραλάβουμε τα χρήματα. Το συγκεκριμένο διάστημα τις περισσότερες φορές δεν είναι μετρήσιμο. Ακόμη, ο κίνδυνος ρευστότητας έχει να κάνει άμεσα με τη ρευστότητα της αγοράς (Market Liquidity Risk). Όμως, ο κίνδυνος ρευστότητας της αγοράς σχετίζεται με την πιθανή αλλοίωση της τιμής της υποκειμενικής αξίας, η οποία πηγάζει από συναλλαγή, η οποία μετατρέπει τη ζήτηση ή την προσφορά ενός χρηματοοικονομικού εργαλείου. Ο κίνδυνος της ρευστότητας έχει ως επακόλουθο την παρουσία του κινδύνου της αγοράς (Market Risk). Ο κίνδυνος της έλλειψης ρευστότητας, ειδικά για χρηματοδότηση, σχετίζεται με την έλλειψη ρευστότητας για τη χρηματοδότηση των επειγόντων αναγκών που σχετίζονται με το χρηματοοικονομικό μέσο κατά την ημερομηνία διακανονισμού.

5.2.5 ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΣ ΚΙΝΔΥΝΟΣ

Πιστωτικός κίνδυνος (Credit Risk) είναι ο κίνδυνος που διανύει μια επιχείρηση ή μια μονάδα να μην εισπράξει επίκαιρα τις διεκδικήσεις της ή ακόμα σε ορισμένες περιπτώσεις να μην τις εισπράξει ποτέ. Ο πιστωτικός κίνδυνος δημιουργείται όταν η πιστοληπτική επιδεξιότητα της επιχείρησης είναι χαμηλή και επομένως ευπαθής ακόμα και από όχι τόσο σημαντικές παραλλαγές του οικονομικού περιβάλλοντος. Σε γενικές γραμμές, αλλαγές στο μικροοικονομικό ή στο μακροοικονομικό περιβάλλον μπορεί εύκολα να φέρουν τις επιχειρήσεις σε δυσκολία τακτοποίησης των υποχρεώσεων τους. Η πιο συχνή ακολουθία του πιστωτικού κινδύνου στις επιχειρήσεις που τον αντεπεξέρχονται, είναι ο μετριασμός της ρευστότητας, η ελάττωση της πιστοληπτικής ικανότητας και σε κάθε ενδεχόμενο η πτώχευση της εταιρείας. Το βασικότερο στοιχείο της πιστωτικής ανάλυσης στον παρόντα τραπεζικό χώρο είναι η ταμειακή πορεία. Εφ' όσον αναλυθεί η ταμειακή πορεία, προκύπτει ότι ο δανειστής έχει ικανοποιητικά μετρητά για την κάλυψη τις αναγκαίων λειτουργιών της εταιρείας και τις υποχρεώσεις του. Η ταμειακή πορεία, ωστόσο, αναφέρεται ως μια κίνηση που παρουσιάζει πού ήταν η επιχείρηση σε δεδομένη χρονική περίοδο και πού εντοπίζονται οι πηγές των μετρητών στο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Η ταμειακή ροή εξετάζει τα μετρητά του δανειζόμενου κατά τη μήκος μιας ετήσιας ή ενδιάμεσης λειτουργικής φάσης. Η

σταθερή διαδικασία της ταμειακής πορείας δείχνει πως τα ρευστά μετακινούνται μέσω της επιχείρησης και κατά πόσον είναι ικανοποιητικά ή όχι, εάν δημιουργούνται με στόχο την εξασφάλιση των υποχρεώσεων της επιχείρησης. Το τρέχον ενεργητικό και τα μετρητά πληρώνουν βραχυπρόθεσμα το παθητικό, ενώ μακροπρόθεσμες οφειλές πληρώνονται από τις απολαβές. Πρέπει να σημειωθεί, ότι ο πιστωτικός κίνδυνος ισχύει σε μεγαλύτερο βαθμό στην περίπτωση των χρηματοοικονομικών προϊόντων. Σε αυτό το ενδεχόμενο, η ζημία πηγάζει από την αδυναμία των αντισυμβαλλόμενων τμημάτων να ελέγξουν τις συναλλαγές και να ικανοποιήσουν τις επενδυτικές τους υποχρεώσεις. Στα χρηματοοικονομικά παράγωγα, ο κίνδυνος έχει μέγιστη σημασία σε σχέση με τα μοντέρνα επενδυτικά προϊόντα, καθότι έχει μεγάλο βαθμό επιρροής (Leverage) σε περίπτωση χρηματοδοτικής στήριξης των επενδυτών ή της διαχείρισης κεφαλαίων υψηλού κινδύνου.

5.2.6 ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΣ ΚΙΝΔΥΝΟΣ

Ο λειτουργικός κίνδυνος (operational risk) οφείλεται στο χειρισμό και χρήση τεράστιων όγκων συναλλαγών, στα πληροφοριακά και τηλεπικοινωνιακά συστήματα, στις τρόπους και τεχνικές εκτίμησης και αξιολόγησης των διαδικασιών ελέγχου και λειτουργίας των χρηματιστηριακών αγορών. Επιπλέον, στους λειτουργικούς κινδύνους συμπεριλαμβάνονται οι επιπτώσεις από πιθανά ανθρώπινα σφάλματα, αποτυχίες της διοίκησης και δυσλειτουργίες μεταξύ των πρωταρχικών παραγόντων της εταιρικής διακυβέρνησης. Ο κίνδυνος αυτός υφίσταται σε όλα τα χρηματοοικονομικά προϊόντα και όσο περισσότερο σύνθετα και πολύπλοκα είναι αυτά, τόσο μεγαλύτερος είναι και ο κίνδυνος. Για να αποφευχθεί ο έλεγχος αυτού του κινδύνου απαιτούνται αποτελεσματικά συστήματα λογιστικής αποτίμησης. Η σωστή ενημέρωση της διοίκησης για τα ουσιαστικά γεγονότα και τα οικονομικά αποτελέσματα του επιχειρηματικού φορέα μπορεί να παρεμποδίσει τον συγκεκριμένο κίνδυνο. Στην διεθνή βιβλιογραφία, στον λειτουργικό κίνδυνο συγκαταλέγεται και ο κίνδυνος από φυσικές καταστροφές ή τρομοκρατικές επιθέσεις που βάζουν εκτός λειτουργίας τα συστήματα διεύθυνσης των συναλλαγών ή ελαττώνουν το αντίτιμο των περιουσιακών στοιχείων που αποτελούν βλέψεις των συναλλαγών. Δηλαδή, μια δολοπλοκία από έναν υπάλληλο μιας επιχείρησης ή ακόμα και του ίδιου του ιδιοκτήτη (έλλειψη τιμιότητας) ή τουλάχιστον ένα σφάλμα από παραμέληση ενός υπαλλήλου μπορεί να έχει βαριές επιπτώσεις στον οργανισμό (ανθρώπινος παράγοντας). Όσο για τις φυσικές καταστροφές, ένας σεισμός, μια πυρκαγιά ή μια δυνατή καταιγίδα δύνανται να

πλήξουν την επιχείρηση με επιπλέον έξοδα, λόγω καταστροφών στα κτίρια και τις εγκαταστάσεις, συμβάν το οποίο στο μέλλον μπορεί να έχει αρνητικά επακόλουθα στη φήμη της επιχείρησης (επίφοβα κτίρια, ελλιπής προστασία). Στο τραπεζικό σύστημα, όταν μιλάμε για λειτουργικούς κινδύνους κατά κανόνα αντιλαμβανόμαστε τους παράγοντες αυτούς που διαταράσσουν την φυσιολογική λειτουργία του οργανισμού όπως για παράδειγμα, λειτουργικός κίνδυνος για ένα υποκατάστημα τράπεζας είναι η περίπτωση ληστείας, η εσωτερική εξαπάτηση μεταξύ των υπαλλήλων, όπως και τα πλαστά χαρτονομίσματα που είναι πιθανόν να ανιχνευθούν σε συναλλαγές. Επιπλέον είναι και το ανθρώπινο παράπτωμα όπως, ένας υπάλληλος αν πιστώσει ένα όγκο μετρητών σε λάθος λογαριασμό, είτε αν δεν έχει ικανοποιητικά στοιχεία και διασταυρωμένα για ένα πελάτη καθώς έχει γίνει να εκδοθεί δάνειο σε μη υπαρκτό πρόσωπο. Οι εταιρείες, κατ' ακολουθίαν, από όλους τους τομείς έχουν αφοσιωθεί στην καταπολέμηση του λειτουργικού κινδύνου και κατ' επέκταση στην παρεμπόδιση της εξαπάτησης.

5.3 ΠΟΛΙΤΙΚΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ

Οι επιχειρήσεις που εξάγουν, με άλλα λόγια ενεργούν στο διεθνές περιβάλλον, εκτίθενται σε ξεχωριστούς κινδύνους με ουσιαστικότερους τους πολιτικούς κινδύνους. Γενικότερα, υπάρχουν διάφορων ειδών κίνδυνοι που σχετίζονται με το έλεγχο της θυγατρικής από τη μητρική, την περιουσία κάθε οργανισμού ακόμη και τη ικανότητα προσέγγισης σε καθορισμένη αγορά. Ασφαλώς, υπάρχουν και περισσότερο αναμενόμενοι κίνδυνοι που ενδέχεται μια επιχείρηση να επιλύσει όπως τον δυσμενή νομοθετικό διακανονισμό με τη μορφή της φορολογίας, των δασμών, επιπρόσθετων καθηκόντων και γραφειοκρατικών περιορισμών. Οι πιο γνωστοί κίνδυνοι αναλύονται ακολούθως:

- **Εθνικοποίηση:** Η εθνικοποίηση, σε γενικές γραμμές δικαιολογείται από την βαρύτητα που αξίζει η ξένη επένδυση στην εθνική οικονομία, υπεράσπιση, εθνικό πλούτο και τεχνοτροπία ανάπτυξης της χώρας.
- **Εθνική αυτοκατάκριση της επιχείρησης:** Η φιλοξενούσα χώρα, αφού ενδημεί η πολιτική βούληση, έχει όλα τα μέσα για να δημιουργήσει δυσκολίες μεγάλου βαθμού στο χειρισμό της θυγατρικής μονάδας, επηρεάζοντας όλα τα μέλη του καναλιού διανομής του προϊόντος: προμηθευτές πρώτων υλών, καταναλωτές. Η εθνική κυβέρνηση μπορεί, εφόσον το θέλει, να ασκήσει επιρροή στην αποτελεσματικότητα

της πολιτικής μάρκετινγκ της επιχείρησης επηρεάζοντας την τιμολογιακή πολιτική, την πολιτική προϊόντος, την επιλογή μαζικών μέσων διαφήμισης και καναλιών διανομής.

- **Συναλλαγματικοί έλεγχοι:** Οι Συναλλαγματικοί έλεγχοι είναι κατά κανόνα το επακόλουθο των συναλλαγματικών δυσκολιών που αντεπεξέρχεται η χώρα.
- **Δασμοί εισαγωγών-εξαγωγών:** Υπάρχουν αρκετές μορφές δασμών και ελέγχων που συνδέονται με τις εξαγωγές και τις εισαγωγές. Οι παραπάνω έλεγχοι επιδρούν άμεσα στη μορφή και στην ποικιλία των προϊόντων που δύνανται να συγκροτήσουν το προϊόν εισαγωγών ή εξαγωγών. Οι περιορισμοί στις εισαγωγές αποτελούν στις μέρες μας ένα ξεχωριστό εμπόδιο στην ελεύθερη ανταλλαγή εμπορευμάτων ανάμεσα στα κράτη.
- **Φορολογικό σύστημα:** Η φορολογία, αρκετές φορές, εφαρμόζεται ως ένα σύστημα παρακολούθησης των ξένων επενδύσεων όπως και του ύψους των κερδών τους.
- **Αξιολόγηση της εξαγωγικής τεχνολογίας:** Η επιδίωξη μιας πολιτικής ελέγχου ενδέχεται να είναι η επαλήθευση ότι η συγκεκριμένη τεχνολογία θα μεταβιβαστεί στην χώρα προορισμού της ή ότι η τεχνολογία που εισέρχεται εισακούμενη στις εθνικές ανάγκες.
- **Πρόσθετοι φόροι:** Οι πρόσθετοι φόροι στοχεύουν προπαντός στη ελάττωση ορισμένων εισαγωγών.
- **Εθνικισμός:** Ο εθνικισμός είναι ένα διαφορετικό στοιχείο που κατευθύνει αξιόλογα το πολιτικό περίγυρο μιας χώρας. Οι κάτοικοι των ποικίλων κρατών έχουν συγκεκριμένη εθνική ταυτότητα, που εκφράζεται με εθνικιστικές αντιλήψεις και προϋποθέσεις συγκριτικά με τις ξένες επιχειρήσεις και προϊόντα.

5.4 ΤΙ ΟΡΙΖΕΤΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

Η διαμόρφωση της σύγχρονης και πολυδιάστατης έννοιας της ανταγωνιστικότητας αποτελεί αρκετά πρόσφατη εξέλιξη και προκύπτει από τη σύνθεση οικονομικών εννοιών και ιδεών, που προέρχονται, κυρίως, από τον χώρο της διοικητικής επιστήμης. Πριν από μερικές δεκαετίες, οι περισσότεροι αναλυτές περιορίζονταν αυστηρά στην οικονομική προσέγγιση της έννοιας, δίνοντας έμφαση σε παράγοντες κόστους και τιμών, ταυτίζοντας, έτσι, την ανταγωνιστικότητα, με την παραδοσιακή έννοια του στατικού, συγκριτικού πλεονεκτήματος. Υπό την προσέγγιση

αυτή, παραγνωρίζοταν ένας αριθμός παραγόντων, που δεν σχετίζονται με τις τιμές, αλλά έχουν ιδιαίτερη σημασία για μία χώρα καθώς προχωρά σε ανώτερα στάδια οικονομικής ανάπτυξης. Ταυτόχρονα, η στενή προσέγγιση σε όρους τιμών αγνοεί τη δυναμική αντίληψη της ανταγωνιστικότητας και τον χρονικό ορίζοντα, στον οποίο οφείλει να αναφέρεται η έννοια. Οι σύγχρονοι αναλυτές κατευθύνονται προς μια δυναμική, πολυδιάστατη έννοια της ανταγωνιστικότητας, η οποία εστιάζεται στο μέλλον (forward - looking) και ενσωματώνει αξιολογικές κρίσεις και στόχους πολιτικής. Η ανταγωνιστικότητα των εθνικών οικονομιών είναι σήμερα εξέχουσα σημασία για τη μακροπρόθεσμη εξέλιξη του βιοτικού επιπέδου των πολιτών και έχει καταστεί βασική φροντίδα τόσο των προηγμένων όσο και των αναπτυσσόμενων χωρών σε μια όλο και πιο ανοιχτή και ολοκληρωμένη παγκόσμια οικονομία. Μέσα σε ένα οικονομικό περιβάλλον, που συνεχώς εξελίσσεται και διεθνοποιείται, κανείς δεν αμφισβητεί την ανάγκη για τόνωση της ανταγωνιστικότητας κάθε χώρας, η οποία αποτελεί μια διαρκή και σύνθετη διαδικασία, εξαρτώμενη από πολλούς παράγοντες. Η ανταγωνιστικότητα είναι από τη φύση της μια συγκριτική έννοια και προκύπτει από τις επιδόσεις της κάθε χώρας σε σύγκριση με άλλες τόσο σε μακροοικονομικό, όσο και σε μικροοικονομικό επίπεδο. Ωστόσο, ξεκινώντας κάποιος να βρει ένα σαφή ορισμό για την έννοια της ανταγωνιστικότητας, θα συναντήσει πολλές δυσκολίες και αντιφάσεις. Και αυτό διότι είναι μια έννοια πολύπλοκη και πολυδιάστατη, η οποία εξαρτάται από πολλούς παράγοντες και η οποία διασπάται σε πολλούς επιμέρους τομείς. κοινός παρονομαστής των σύγχρονων προσεγγίσεων, όπως αυτές αποτυπώνονται πλέον είναι η πεποίθηση ότι:

- Η ανταγωνιστικότητα είναι μια πολυδιάστατη, δυναμική έννοια, που δε μπορεί να ταυτιστεί με το απλό συγκριτικό πλεονέκτημα κόστους, ούτε αναλύεται μόνο σε έναν, ή δύο, παράγοντες.
- Η ανταγωνιστικότητα είναι μια σχετική και συγκριτική έννοια, δηλαδή ορίζεται σε σχέση με τις επιδόσεις και τα χαρακτηριστικά άλλων εθνικών οικονομιών, που συμμετέχουν στο διεθνές σύστημα.
- Η ανταγωνιστικότητα σχετίζεται με τις εμπορικές επιδόσεις της οικονομίας υπό την ευρεία έννοια (διακίνηση αγαθών, υπηρεσιών, κεφαλαίου, τεχνογνωσίας, κ.λπ.) αλλά δεν περιορίζεται μόνο σε αυτές· αντίθετα.
- Η ανταγωνιστικότητα ενσωματώνει συγκεκριμένες αξιολογικές κρίσεις και στόχους σχετικά με τη μακροχρόνια προοπτική του βιοτικού επιπέδου, του επιπέδου απασχόλησης, κοινωνικής συνοχής και ποιότητας ζωής των κατοίκων της οικονομίας.

Με δύο λόγια θα λέγαμε ότι η ανταγωνιστικότητα σήμερα είναι:

- Βασική προϋπόθεση για την επιβίωση, την ανάπτυξη και την ενίσχυση των επιχειρήσεων.
- Κλειδί για τη δυναμική και τη διατηρήσιμη ανάπτυξη.
- Όρος και προϋπόθεση για την αύξηση του παραγόμενου προϊόντος και τη δικαιότερη κατανομή του.
- Πλούτος για την οικονομία.
- Κέρδος και επενδύσεις για τις επιχειρήσεις.
- Εισόδημα και εργασία για τους εργαζόμενους.

Ανταγωνιστικότητα επιχείρησης:

Ωστόσο πριν από την έναρξη κάθε επιχειρηματικής δραστηριότητας, καλό θα ήταν ο επιχειρηματίας να γνωρίζει:

- Την άποψη των καταναλωτών των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων για το προϊόν το οποίο επιθυμεί να παράγει και να προσφέρει και ο ίδιος.
- Την οικονομική ευχέρεια των ανταγωνιστικών επιχειρήσεων που υπάρχουν στο κλάδο στον οποίο ο επιχειρηματίας επιθυμεί να δραστηριοποιηθεί.
- Το μερίδιο αγοράς των ανταγωνιστών του.
- Τη δυνατότητα εφαρμογής καινοτομιών από τους ανταγωνιστές στον χώρο που επιθυμεί να δραστηριοποιηθεί.

5.5 ΕΠΙΚΑΙΡΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΥΒΕΡΝΗΤΙΚΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΜΕ ΣΚΟΠΟ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Το βάθος μιας σημαντικής επιβράδυνσης του ρυθμού αύξησης της οικονομίας, ενδέχεται να φέρει την ανάδειξη των προβλημάτων που σχετίζονται με το χαμηλό επίπεδο ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας και έως τώρα συγκαλύφθηκαν, ως ένα βαθμό, από την εισροή πόρων από το εξωτερικό καθώς και από τη αδιάληπτη αναδιανομή

εισοδήματος προς κέρδος των επιχειρήσεων και σε βάρος των μισθωτών. Η συνεχιζόμενη εξασθένηση του αναπτυξιακού και παραγωγικού αποθέματος, η ελαττωμένη παραγωγικότητα του κεφαλαίου παρά τη διαρκή ανατίμηση των κερδών σε ένα υψηλό επίπεδο για την Ευρωπαϊκή Ένωση, η ανικανότητα εξέλιξης της κοινωνικής συνοχής, ιδίως η διατήρηση σε χαμηλά επίπεδα των κοινωνικών δαπανών και τέλος, το ελάττωμα διαχείρισης σοβαρών περιβαλλοντικών προβλημάτων όπως η ακραία κατανάλωση ενέργειας, οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα, η αναποτελεσματική χρήση των ακαθαρσιών και η αδυναμία προφύλαξης των δασών, θα δεχθούν νέες και σοβαρές διαστάσεις, σε μια κατάσταση με πιο αργούς ρυθμούς μεγάλωματος, με επιτάχυνση της ανατίμησης των τιμών και με αύξηση της ανεργίας. Οι εισαγωγές πόρων και η εκχώρηση εισοδήματος από τους μισθωτούς προς τα επιχειρηματικά κεφάλαια, απαρτίσανε παράγοντες δυναμικής της οικονομίας, εκεί που αντίστοιχα η άσκηση πολιτικών προς τις κατευθύνσεις που φέρουν τη δυνατότητα να εξελίξουν την ανταγωνιστικότητα της οικονομίας παρουσίασε μια εκθαμβωτική αδράνεια. Ως ακολούθως:

- Η πολιτική στο τμήμα της έρευνας καταλύει ακατάλληλη να θέσει επιδιώξεις, αλλά και να αυξήσει τις δαπάνες, σύμφωνα με τους ευρύτερους στόχους της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Τα όργανα πολιτικής που επιζητούν να υποστηρίξουν το άνοιγμα και την αξιοποίηση καινοτομιών στην οικονομική δραστηριότητα και ειδικότερα στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, δεν έχουν παρακωλύσει την ύφεση της ανταγωνιστικότητας και την αναπαραγωγή ξεπερασμένων παραγωγικών δομών.
- Η διαχείριση των δημοσίων οικονομικών παραμένει επικεντρωμένη στη εγκράτεια των εξόδων και δεν δύναται να αναβαθμίσει την είσπραξη των εσόδων.
- Η εκπαιδευτική πολιτική έχει παγιδευτεί στη αδράνεια των πόρων και στην προσμονή των ιδιωτικοποιήσεων.
- Οι πολιτικές για το ανθρώπινο δυναμικό είναι συνένωση έλλειψης πόρων, μειονεκτήματος των πολιτικών παρεμβολής στην αγορά εργασίας και υπομονής της εκτενούς αδήλωτης εργασίας.

Η τρέχουσα διακυβέρνηση παρουσιάζεται ως μεταρρυθμιστική στρατηγική και το άθροισμα των πολιτικών της έχουν τέσσερις βασικούς στόχους:

- Τη αδιάκοπη μεταφορά οικονομικών δραστηριοτήτων στον ιδιωτικό τομέα.
- Τη συνεχιζόμενη επιχορήγηση και ενδυνάμωση της κερδοφορίας του επιχειρηματικού τομέα.
- Τη αναχαίτιση των εργατικών πληρωμών με κύριο εργαλείο την πολυμερή ευελιξία των εργασιακών σχέσεων.
- Τη διαχείριση των δημοσίων οικονομικών με αξιόπιστο μέσο τη επιφύλαξη των δαπανών και ειδικότερα των κοινωνικών δαπανών.

Η στρατηγική αυτή απαρτίζει μεταφορά στο επίπεδο μιας εθνικής ισχύος του προτύπου που πρεσβεύει και υποστηρίζει η βασική ιδέα, των οικονομικών της προσφοράς, την οποία προτιμούν οι διεθνείς οργανισμοί, όπως, ο ΟΟΣΑ, το ΔΝΤ και η Παγκόσμια Τράπεζα. Αφορά την ήδη απλοποιημένη αντίληψη των πολιτικών της προσφοράς, η οποία συνοψίζεται σε ένα άθροισμα πολιτικών που ως όμοιο και αποκλειστικό συστατικό έχουν την ισχυροποίηση σε οικονομικό και πολιτικό επίπεδο της κυριαρχίας του κεφαλαίου και των επιχειρήσεων. Πρόκειται για ένα μείγμα οικονομικής και κοινωνικής πολιτικής, το οποίο στην Ελλάδα συνυπάρχει με το ελάττωμα του πολιτικού συστήματος να επιληφθεί και να εκπληρώσει τουλάχιστον μεμονωμένες μεταρρυθμιστικές προσπάθειες, αλλά σε ελάχιστες από τις αναπτυγμένες χώρες δέχεται μια τόσο καθαρή απεικόνιση, αν και στο επίπεδο της Ευρωπαϊκής Ένωσης η στρατηγική αυτή συγκροτεί το ενοποιητικό πλαίσιο των κοινών επιλογών σχετικά με τις οικονομικές πολιτικές. Αυτό που περιγράφει το «ελληνικό πρότυπο» κατά τη παρούσα περίοδο είναι από τη μία ότι εφαρμόζει με ακρίβεια τις ήδη απλοϊκές νεοφιλελεύθερες κατευθύνσεις, και από την άλλη ότι έχει ελαχιστοποιηθεί η ικανότητα του να ασπαστεί μεταρρυθμιστικές πρωτοβουλίες, οι οποίες να πηγάζουν από τις κρατικές υπηρεσίες, ή από τις διάφορες μορφές συστηματοποίησης της κοινωνίας. Η υστέρηση που εμφάνιζε το ελληνικό πρότυπο σε ότι έχει να κάνει με την εξέλιξη του κράτους-πρόνοιας, την εκπλήρωση της συγκατάθεσης που απαιτείται και ειδικότερα τη συνοχή της τεχνολογικής ανάπτυξης με την οικονομική ανάπτυξη απαρτίζει μια βαριά κληρονομιά. Το σύστημα άσκησης πολιτικών στο άθροισμα του δεν φαίνεται διαθέσιμο να επιτελέσει τη μεταστροφή που είναι απαραίτητη για να αξιοποιηθούν τα διαθέσιμα παραγωγικά περιθώρια και τη διαθέσιμη ετήσια εθνική απολαβή. Η μεταστροφή αυτή που στην ουσία αφορά τη αλλαγή σε ένα νέο αναπτυξιακό πρότυπο, χρειάζεται να έχει τις ακόλουθες διαστάσεις:

- ✓ Την εισαγωγή στις πολιτικές και τις προτάσεις πολιτικών του σχεδιασμού, δηλαδή της προβολής ποσοτικών και ποιοτικών επιδιώξεων με χρονοδιαγράμματα.
- ✓ Την ενίσχυση του σχεδιασμού πολιτικών με την εφαρμογή κατάλληλων θεσμών παραγωγής πληροφόρησης.
- ✓ Την υιοθέτηση οικονομικών ή κοινωνικών επιδιώξεων σε επιχειρηματικό ή περιφερειακό επίπεδο, μέσω της συνεννόησης, συνεργασίας και διαπραγμάτευσης ανάμεσα στους εργαζομένους και στους εργοδότες και ανάμεσα στους δημόσιους φορείς, εκπροσώπους του ιδιωτικού τομέα και αντιπροσωπευτικούς κοινωνικούς φορείς.
- ✓ Την διαμόρφωση μιας νέας κουλτούρας ηγεσίας σε προσφορές και επιχειρήσεις, το οποίο να εναρμονίζει την άμεση εμπλοκή των εργαζομένων, με την αξιοποίηση εποικοδομητικών συστημάτων διοίκησης και οργάνωσης.

Η αφοσίωση της αναπτυξιακής στρατηγικής στις απλοϊκές συνταγές των διεθνών οργανισμών, κατευθύνει την ελληνική οικονομία σε ένα λαβύρινθο, την εγκαθιδρύει πια σε μια περίπτωση κρίσης και την αποτρέπει οριστικά από την ευφορία της τελευταίας δεκαετίας. Συγχρόνως εντούτοις, η συνένωση δογματισμού, αδρανείας και απόρριψης μιας κριτικής αξιολόγησης σε οποιονδήποτε τομέα, φέρνει την απομάκρυνση σε διαδικασίες συνομιλίας και διερεύνησης συγκατάθεσης με εκπροσώπους κοινωνικών τάξεων και συνόλων, που φέρουν ένα ουσιαστικό περιεχόμενο. Αυτή η απομάκρυνση από τους κοινωνικούς συνομιλητές, διχάζει σε μέγιστο βαθμό, τα γεφυρώματα συνεννόησης με την κοινωνία, που βασίζεται στην εικασία ότι έχει αποδυναμωθεί η δεξιοσύνη αντενέργειας της κοινωνίας.

5.6 ΔΥΣΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Το κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον, αποτελεί υποδιαίρεση του άτυπου θεσμικού πλαισίου. Οι χώροι του εμπεριέχουν τις θέσεις, τις κλίσεις, τις πεποιθήσεις, τις διαγωγές, τον τρόπο ζωής και τις ομοιομορφίες ανάμεσα στον πληθυσμό. Σε περίπτωση διεθνούς επιχειρηματικής δράσης, η κατάσταση του κοινωνικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος είναι βασική. Επιπλέον, ενδημούν οριοθετήσεις που συνδέονται με τις λειτουργικές πλευρές των

συναλλαγών με ξένους πελάτες. Αξιοσημείωτο ρόλο εμφανίζουν και οι ανεπιβεβαίωτες διαδικασίες εξαγωγής-γραφειοκρατία:

- **Δυσκολία στην κατανόηση ή και χρήση τελωνειακών εγγράφων:** ναυτιλιακών διευθετήσεων και απώτερων διαδικασιών εξαγωγής.
- **Εμπόδια στην δοσοληψία με ξένους πελάτες:** λειψή ή και σπάνια επαφή με τους αγοραστές εξαιτίας των υπερβολικά μεγάλων γεωγραφικών και ψυχολογικών αποστάσεων ανάμεσα σε καταναλωτές και πωλητές καθώς και ανάξιο βάθρο συνεννοήσεων.
- **Αργή είσπραξη καταβολών από το εξωτερικό:** δυσκολία ικανοποίησης σύγχρονης είσπραξης καταβολών από το εξωτερικό εξαιτίας της άυλης άμεσης επαφής με υπερπόντιες αγορές, ξένων καταναλωτών που ψάχνουν για καλύτερες πιστωτικές διευκολύνσεις, χρήσης μεσαζόντων για την είσοδο σε μια ξένη αγορά όπως και αυστηρών συναλλαγματικών περιορισμών που επιβλήθηκε από την κεντρική τράπεζα της ξένης αγοράς.
- **Προβλήματα στην χρήση συμβάσεων και επίλυση αντιθέσεων:** δυσκολίες που συνδέονται με την επικράτηση συμβάσεων λόγω επίβουλης φύσεως π.χ. λανθασμένα στοιχεία, ασάφεια, έλλειψη αντιπαραβολής ή αμοιβαίας συγκατάθεσης της σύμβασης.

Δυσκολίες επιπροσθέτως παρουσιάζονται στην λειτουργία συμβάσεων λόγω δυσαρέσκειας, «κακής πίστης» καθώς και μη διάθεσης των συμβαλλομένων εταίρων να συνεργαστούν με τη σύμβαση, την τακτοποίηση αντιθέσεων εξαιτίας ανύπαρκτων ή εύπιστων μηχανισμών τακτοποίησης αντιθέσεων, χρόνου ή ακόμη και αξία προσέγγισης σε ξένα νομικά συστήματα, έλλειψης ενημέρωσης ξένων νομοθετημάτων και αντιπαραθέσεων νόμων και γενικότερα την μη διάθεση των συμβαλλομένων εταίρων να δρουν στους μηχανισμούς τακτοποίησης αντιθέσεων. Επιπλέον, επιβάλλεται να τονιστεί ότι βασικό ρόλο εμφανίζουν και οι κυβερνητικοί εγκλεισμοί οι οποίοι έχουν ομοιότητα με τους εγκλεισμούς που σχετίζονται με τις κινήσεις ή την βραδυκίνησια της κυβέρνησης τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό σε αντιστοιχία με τις επιχώριες εταιρείες και τους εξαγωγείς. Αρκετές φορές που παρατηρείται έλλειψη κυβερνητικής εφεδρείας- κινήτρων από την εξουσία που αναφέρεται στη στήριξη ή την παρακίνηση των κυβερνητικών υπηρεσιών ενώπιον στα ΜΜΕ για πράξεις εξαγωγής και διεθνοποίησης. Η αρωγή αυτή είναι σπάνια και πολλές φορές μη υφιστάμενη. Οι δυσμενείς κανόνες επίσης είναι πιθανόν να διεγείρουν σοβαρούς περιορισμούς. Πιο λεπτομερειακά οι τοπικοί εξαγωγείς περιορίζονται από τους ελέγχους που επιβάλλει η πολιτεία του κράτους

καταγωγής, συμπεριλαμβανομένων μετριάσεων στις εξαγωγές εξαρτημάτων ή τελικών προϊόντων σε καθορισμένες δυσμενείς χώρες ή και περικοπών σε προϊόντα με εθνική σύμβαση ή βαρύτητα για την εξωτερική πολιτική. Λεπτομερειακά ενδημούν ενδεχόμενα όπως:

- **Μετριάσεις στην δικαίωμα ξένου ιδιοκτησιακού καθεστώτος:** Φανερά οι αλλοεθνείς κοινοπραξίες καταπιέζονται στο μετοχικό μερίδιο που κατέχουν από την αλλογενή κυβέρνηση.
- **Περιορισμοί στην μετακίνηση ανθρώπων / επιχειρηματιών:** (όπως εμπόδια απόκτησης θεωρήσεων, καθορισμένη διάρκεια διαμονής κτλ.): υπάρχουν περιορισμοί στη μετακίνηση των ατόμων, επιπλέον και στον αριθμητικό μετριάσμό της μεταφοράς των φυσικών ανθρώπων που προσφέρουν μια αντιληπτή υπηρεσία σαν τις υπηρεσίες πληροφορικής και τη νομική υπηρεσία.
- **Αθέμιτη μεταχείριση σε αντιστοιχία με τις εγχώριες επιχειρήσεις σε θέματα φορολογίας:** Οι ξένες εταιρείες μεταχειρίζονται αντίθετα με τους φόρους, συμπεριλαμβανομένων των υψηλότερων άμεσων ή έμμεσων φόρων που παίρνουν ισχύ σε ξένες εταιρείες.
- **Ανεπίτρεπτη μεταχείριση σε αντιστοιχία με τις εγχώριες επιχειρήσεις στις δημόσιες συμβάσεις:** Οι ξένες εταιρείες μεταχειρίζονται πιο λίγο ευνοϊκά έναντι με τη συμβολή στις δημόσιες συμβάσεις, περιλαμβάνοντας την εύνοια κατά την εφαρμογή οικονομικών ή τεχνικών κριτηρίων για το καθήκον ή και την υπερίσχυση τοπικού ενδιαφέροντος.
- **Παράτυπη μεταχείριση σε αντιστοιχία με τις εγχώριες επιχειρήσεις στον κανονισμό ανταγωνισμού:** Οι ξένες εταιρείες μεταχειρίζονται πιο λίγο ευνοϊκά έναντι με την αντιπαράθεση με τις εγχώριες εταιρείες, περιλαμβάνοντας τη περίπτωση ότι οι ελεγχόμενες από το δημόσιο επιχειρήσεις υπόκεινται σε αποκλεισμό ή σωτηρία, είτε ολοσχερώς είτε μερικώς, από την εφαρμογή του καθολικού νόμου περί ανταγωνισμού.

Τα νομοθετήματα και οι κανονισμοί δεν είναι σαφείς ενώπιον την ξένη χώρα. Υπάρχει κανονιστική έλλειψη, περιλαμβάνοντας και το πρόβλημα στην ανεύρεση των αναγκαίων πληροφοριών στις νομοθετικές και κανονιστικές προστάσεις ή ακόμη και της αξίας των πληροφοριών και της φάσης απόκτησης των απαιτούμενων αδειών. Συγκεκριμένα, δημιουργούνται ρίσκα όπως:

- **Περιορισμοί πελατών και ξένων ανταγωνιστών:** Προβλήματα που συνδέονται με τους πελάτες και τους ανταγωνιστές της επιχείρησης σε ξένες αγορές, οι οποίες μπορούν να οδηγήσουν απευθείας τις εξαγωγικές της δραστηριότητες.
- **Εμπόδια που δεν αποκλείεται να πηγάζουν από διαφορετικές συνήθειες / και συμπεριφορές των ξένων πελατών:** π.χ. πρόβλημα στον διακανονισμό της στρατηγικής της εταιρείας για προσαρμογή στις διακυμάνσεις των καταναλωτικών πρωτοτυπιών και θέσεων που παράγονται από αλλιώτικες τοπογραφικές και κλιματολογικές περιστάσεις, από το μέγεθος και τη διάρθρωση του νοικοκυριού, το επίπεδο τεχνικής αφομοίωσης, το επίπεδο εισοδήματος και κατανομής και τα πρότυπα.
- **Φραγμοί επιχειρηματικού περιγύρου:** Φραγμοί που συνδέονται με το οικονομικό, πολιτικό, κοινωνικό, πολιτιστικό και νομικό περίγυρο της ξένης αγοράς ή και επιπλέον τις αγορές στις οποίες εκτελεί ή σχεδιάζει να λειτουργεί.
- **Επίβουλες οικονομικές καταστάσεις στο εξωτερικό:** όπως π.χ. η απρόβλεπτη συμπεριφορά των καταναλωτών λόγω οικονομικών επιπτώσεων, αξιόλογα εξωτερικά χρέη, σημαντικό ποσοστό πληθωρισμού και ανώτερα ποσοστά ανεργίας στις ξένες αγορές, οι οποίες διαβρώνουν την καταναλωτική τους δύναμη και επενεργούν στις καταναλωτικές τους καινοτομίες, εφοδιάζοντας αγαθά λιγότερο συχνά και διαλέγοντας λεπτομερή αυτά που αντλούνε.
- **Ρίσκα συναλλαγματικών ισοτιμιών:** όπως είναι ρίσκα για τις διεθνείς εμπορικές συναλλαγές που προκύπτουν από ευμετάβλητες συναλλαγματικές εξισορροπήσεις που καταλήγουν σε скаμπανεβάσματα των τιμών εξαγωγής στο εξωτερικό.
- **Αναπροσαρμογή του νομίσματος του εξαγωγέα:** με αποτέλεσμα να δημιουργηθούν λιγότερο ευνοϊκές τιμές για τους τελικούς χρήστες και μη μετατρέψιμα ξένα νομίσματα που παρεμποδίζουν την επάνοδο των ζήτησης / κέρδους από το εξωτερικό.
- **Ανεπιβεβαίωτες ξένες επιχειρηματικές εμπειρίες που αφορούν παραλλαγές στις επιχειρηματικές πρακτικές από κράτος σε κράτος:** από τις οποίες δεν αποκλείεται να προκύψει έντονη σύγχυση ή να στείλουν παραμορφωμένα μηνύματα σε εταιρείες που δεν είναι μαθημένες με τις επίσημες και ανεπίσημες διαδικασίες που δημιουργούνται στις ξένες αγορές.
- **Διάφορα κοινωνικό-πολιτισμικά χαρακτηριστικά:** Οι προκλήσεις που συνδέονται με την αφομοίωση και την προσαρμογή δρουν στις αντιθέσεις με τη θρησκεία, τις εκτιμήσεις, τις στάσεις, τους τρόπους, τα ήθη, την διαπαιδαγώγηση και την κοινωνική

συστηματοποίηση στη συμπεριφορά των καταναλωτών, στις προσεγγίσεις στόχευσης και στις μεθοδολογίες μάρκετινγκ.

6. ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ-ΚΙΝΗΤΡΑ-ΕΜΠΟΔΙΑ ΚΑΙ Η ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΝΕΩΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ-ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ ΣΤΟΝ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ ΤΟΜΕΑ

6.1 ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

Η Ελλάδα είναι μια χώρα που διαθέτει τα προϊόντα της διαρκώς σε όλο τον κόσμο. Τα τελευταία χρόνια ενδημεί μια έντονη διάθεση για λανσάρισμα των εξαγωγών και σε χώρες έξω από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Δηλαδή, η Ελλάδα εξευρίσκει νέες αγορές, οι οποίες βεβαίως δεν πάσχουν έντονα από την οικονομική κρίση και συγχρόνως παρουσιάζονται να φέρουν μεγαλύτερη αξιοπιστία στην ελληνική οικονομία σε συσχετισμό με την Ευρώπη. Διακρίνεται σαν να λέμε ένας δυνατός αγώνας ανεξάρτησης των ελληνικών εξαγωγών αποκλειστικά εντός Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σε γενικές γραμμές, τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει σημαντικές τροποποιήσεις στον τομέα των εξαγωγών, οι οποίες προξενούν με τη σειρά τους συγκεκριμένες κυρώσεις για την ολότητα της ελληνικής οικονομίας. Η οικονομική κρίση που έζησε η χώρα μας τα περασμένα χρόνια επέφερε έναν παραπάνω ηθικό κύκλο νταραβεριών εξωτερικού εμπορίου. Τα μεγάλα υστερήματα, ειδικά στο τμήμα του εξωτερικού εμπορίου αγαθών, αν και παραμένουν ακόμη και στο παρόν, είναι αξιόλογα και πιο αναβαθμισμένα έναντι με εκείνα της φάσεως προ οικονομικής κρίσεως. Η χώρα αναβάθμισε το εμπορικό της ισοζύγιο όχι απλώς στον κλάδο των πετρελαιοειδών που έγινε περισσότερο φανερό τα τελευταία χρόνια, αλλά επίσης και σε όλους τους κλάδους της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Στην πορεία αυτή, ήταν προπαντός οι εξαγωγές αγαθών που έφεραν τη μείωση των εμπορικών υστερημάτων της χώρας. Οι αποδείξεις της ΕΛΣΤΑΤ που εξέτασε η εταιρεία συμβούλων Stochasis A.E., εμφανίζουν ξεκάθαρα τον νέο και πιο ορθολογικό κύκλο εξωτερικού εμπορίου στον οποίο εισχώρησε η χώρα από το 2010 και έπειτα. Η έρευνα που επέδειξε η εταιρεία συμβούλων τον προηγούμενο Ιούλιο, προβάλλει τη καταφατική πρόοδο του εξωτερικού εμπορίου της χώρας κατά την περίοδο 2009-2018. Και με βάση την έρευνα, «η εξέλιξη των ελληνικών εξαγωγών

αγαθών και υπηρεσιών (A&Y) κατά τη συγκεκριμένη περίοδο ήταν απολύτως ικανοποιητική». Αξιόλογη αύξηση των ελληνικών εξαγωγών επισημάνθηκε τόσο σε τρέχουσες και άσειστες τιμές (2010), όσο και σε αναλογία με τους ρυθμούς που πέτυχε η Ευρωζώνη και η Ε.Ε.-28. Σαφώς, πρόοδος υπήρξε και σε αναλογία με την βελτίωση του εγχώριου ΑΕΠ το οποίο, κατά την εξεταζόμενη φάση, υποχώρησε. Σύμφωνα με τον επικεφαλής της εταιρείας, Βασίλη Ρεγκούζα, μεγέθυνση των εξαγωγών καταγράφηκε επιπλέον και την περίοδο 2010-2016, δηλαδή κατά την εκτέλεση των μνημονίων από την Ελλάδα όπου οι επιχειρήσεις της χώρας εργάστηκαν κάτω από πολύ αντίξοες περιστάσεις (υποχρηματοδότηση, υπερφορολόγηση, capital controls, περιορισμένη εμπιστοσύνη για την Ελλάδα, κ.α.). Συγκεκριμένα, το σύνολο των εξαγωγών A&Y το 2018 ανέβηκε σε 66,7 δισ. ευρώ (τρέχουσες τιμές) και πραγματοποίησαν μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής (MEPM) 4,5% μεταξύ 2010-2018. Πιο μικρός ήταν ο MEPM (3,5%) σε σταθερές τιμές του 2010. Ως ποσοστό του ΑΕΠ, οι εξαγωγές A&Y διευρύνθηκαν από 19,9% το 2009 σε 34,0% το 2018. Σύμφωνα με τον επικεφαλής της έρευνας Δημήτρη Μαρούλη, η Ελλάδα πέτυχε να υπερτερήσει σε ρυθμό αύξησης των εξαγωγών το σύνολο της Ευρωζώνης και τις περισσότερες ανταγωνιστικές χώρες, όπως Ιταλία και Ισπανία. Ο MEPM των ελληνικών εξαγωγών A&Y ήταν υψηλότερος από το MEPM της Ευρωζώνης, της Ιταλίας, της Ισπανίας, και της Γερμανίας. Μόνο η Πορτογαλία ευδοκίμησε σε υψηλότερους ρυθμούς αύξησης των εξαγωγών της. Ωστόσο, ο κ. Μαρούλης επισημαίνει ότι ο υψηλός ρυθμός μεταβολής των εξαγωγών για την Ελλάδα επιτυγχάνεται και στο γεγονός ότι οι εξαγωγές μας ξεκινούν από χαμηλά επίπεδα σε αναλογία με τις άλλες εξεταζόμενες χώρες. Αξίζει να τονιστεί ότι οι εξαγωγές A&Y, παρά τη σημαντική αύξηση τους, υπολείπονται έναντι των εισαγωγών, καθώς βαριά ελλειμματικό παραμένει το ισοζύγιο εξωτερικού εμπορίου αγαθών. Από το Μάρτιο 2019, σημειώθηκε τον Απρίλιο του τρέχοντος έτους καθώς οι εξαγωγές αυξήθηκαν κατά 12,1% και κατά 4,4% στο α' τετράμηνο 2019. Σύμφωνα με τα παροδικά στοιχεία που ανακοίνωσε την Παρασκευή 07.06.19 η Ελληνική Στατιστική Αρχή και εξέτασε το Ινστιτούτο Εξαγωγικών Ερευνών και Σπουδών (ΙΕΕΣ) του ΣΕΒΕ, οι ελληνικές εξαγωγές αγαθών τον Απρίλιο 2019 ανήλθαν σε €2.930,7 εκατ. αναλογικά €2.615,4 τον αντίστοιχο μήνα του 2018, με την αύξηση να διαμορφώνεται σε €315,3 εκατ., δηλαδή 12,1%. Αυξητική ήταν αντίστοιχα και η τάση των εισαγωγών και συγκεκριμένα κατά €224,1 εκατ., με επακόλουθο αυτές να ανέλθουν σε €4.585,0 εκατ. έναντι €4.360,9 τον Απρίλιο 2018. Ως ακολούθως, το εμπορικό έλλειμμα μαζεύτηκε από €1.745,5 εκατ. τον Απρίλιο 2018 σε €1.654,3 εκατ., πραγματοποιώντας πτώση κατά €91,2 εκατ. όπως επιδεικνύει ο παρακάτω πίνακας:

Πίνακας 1: Εξωτερικό εμπόριο αγαθών Ελλάδας, Απρίλιος 2018/2019

ποσά σε εκατ. €)	Απρ 19	Απρ 18	Διαφορά 19/18	ΕΤ 19/18
Εξαγωγές	2.930,7	2.615,4	315,3	12,1%
Εισαγωγές	4.585,0	4.360,9	224,1	5,1%
Εμπορικό Ισοζύγιο	-1.654,3	-1.745,5	-91,2	-5,2%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Επεξεργασία: ΙΕΕΣ-ΣΕΒΕ, ΕΤ: Ετήσια Τάση

Σε επίπεδο τετράμηνου, οι εξαγωγές κράτησαν την αύξουσα πορεία τους ανερχόμενες σε €10.942,7 εκατ. έναντι €10.483,2 εκατ. στο α' τετράμηνο 2018, με την αύξηση να διαμορφώνεται σε €459,5 εκατ., δηλαδή 4,4%. Αντίστοιχα, οι εισαγωγές μας αυξήθηκαν κατά €1.006,7 εκατ., δηλαδή 5,7%, ανερχόμενες στο ποσό των €18.559,6 εκατ. Δεδομένης της μείζονας αύξησης των εισαγωγικών εμπορευμάτων, το εμπορικό έλλειμμα κινήθηκε ανοδικά και διαμορφώθηκε στο ποσό των €7.616,9 εκατ. έναντι €7.069,7 εκατ. το α' τετράμηνο 2018.

Πίνακας 2: Εξωτερικό εμπόριο αγαθών Ελλάδας, Ιανουάριος-Απρίλιος 2018/2019

(ποσά σε εκατ. €)	Ιαν-Απρ 19	Ιαν-Απρ 18	Διαφορά 19/18	ΕΤ 19/18
Εξαγωγές	10.942,7	10.483,2	459,5	4,4%
Εισαγωγές	18.559,6	17.552,9	1.006,7	5,7%
Εμπορικό Ισοζύγιο	-7.616,9	-7.069,7	547,2	7,7%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Επεξεργασία: ΙΕΕΣ-ΣΕΒΕ, ΕΤ: Ετήσια Τάση

Την καθοδική τους πορεία κράτησαν οι εξαγωγές λιπών και ελαίων κατά €171,5 εκατ., δηλαδή 53,2%, όντας ο αποκλειστικός κλάδος στον οποίο σημειώθηκε ελάττωση της εξαγωγικής επίδοσης. Αντίθετα, αύξηση εξαγωγών επέδειξαν τα βιομηχανικά προϊόντα (€53,1 εκατ., δηλαδή 3,2%), τα τρόφιμα (€24,9 εκατ., δηλαδή 1,7%), τα χημικά (€237,2 εκατ., δηλαδή 21,6%), τα μηχανήματα-οχήματα (€8,3 εκατ., δηλαδή 0,8%), τα διάφορα βιομηχανικά προϊόντα (€175,7 εκατ., δηλαδή 25,1%), οι πρώτες ύλες (€109,5 εκατ., δηλαδή 25,3%) και τα ποτά και καπνά (€40,4 εκατ., δηλαδή 20,8%).

Πίνακας 3:Εξαγωγές ανά κλάδο, άνευ πετρελαιοειδή, Ιανουάριος-Απρίλιος 2018/2019

(ποσά σε εκατ. €)	Ιαν-Απρ 19	Ιαν-Απρ 18	Διαφορά 19/18	ΕΤ 19/18
Βιομηχανικά	1.726,7	1.673,6	53,1	3,2%
Τρόφιμα	1.505,8	1.480,9	24,9	1,7%
Χημικά	1.332,9	1.095,7	237,2	21,6%
Μηχανήματα-Οχήματα	1.009,2	1.000,9	8,3	0,8%
Διαφ. Βιομηχανικά	875,3	699,6	175,7	25,1%
Πρώτες Ύλες	542,0	432,5	109,5	25,3%
Ποτά-Καπνά	234,5	194,1	40,4	20,8%
Λίπη-Έλαια	150,9	322,4	-171,5	-53,2%

Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Επεξεργασία: ΙΕΕΣ-ΣΕΒΕ, ΕΤ: Ετήσια Τάση

6.2 ΑΝΤΙΕΘΟΤΗΤΕΣ ΑΥΞΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Υπολογίζοντας το Εμπορικό Ισοζύγιο της Ελλάδας συνεπάγεται ότι η Ελλάδα είναι μια ελλειμματική χώρα. Αναλυτικά, από το 2002 (με την εισαγωγή της Ελλάδας στην ΟΝΕ) έως το 2008 το έλλειμμα της χώρας μεγαθύνεται δραματικά, πιάνοντας ακόμα και το ποσό των 4.404.880.000 ευρώ. Πάντως, παρά τις δυσοίωνες οικονομικές κυρώσεις που επέφερε η οικονομική ύφεση στη χώρα, από το 2009 έως και το 2012 διακρίνεται μια αισθητή υποχώρηση του ελλείμματος, η οποία όμως δε φαίνεται να αντέχει. Το 2013 και το 2014 η μεγέθυνση του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου επέστρεψε κατασκευάζοντας μια έντονη αποφαιτική ατμόσφαιρα για τις εμπορικές δραστηριότητες και συναλλαγές της χώρας. Οι αδιάληπτες παραλλαγές αλλά προπαντός η διόγκωση του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου της χώρας αντικατοπτρίζει την έλλειψη συγκριτικών προτερημάτων στα τμήματα παραγωγής διεθνώς εμπορεύσιμων αγαθών. Τούτο αναμφίβολα είναι φανερό και από τη σύγκριση ανάμεσα στα μεγέθη των εισαγωγών και των εξαγωγών. Από το 2002 έως και το 2010 η δυσαναλογία μεταξύ εισαγωγών και εξαγωγών είναι κατά προσέγγιση τριπλάσια, με τις πρώτες να πλεονεκτούν σημαντικά. Αντίστροφα από το 2011 και μετά τα πράγματα μεταβάλλονται. Οι εξαγωγές αυξάνονται σημαντικά, ενώ συγχρόνως οι εισαγωγές περιορίζονται έκδηλα σε σχέση με τα περασμένα έτη. Το συμβάν αυτό κατευθύνει σε μια σημαντική ελάττωση της αντίθεσης εισαγωγών – εξαγωγών ακόμη και πάνω από το 50%. Οι αλλοιώσεις αυτές που έλαβαν μέρος από το 2011 και έπειτα, οφείλονται φανερά στην οικονομική ύφεση που υπέπεσε η χώρα, αλλά και στην προβολή των εξαγωγών, ως μια άψογη λύση επιβίωσης και ανάπτυξης. Αφετηρία της εξαγωγικής δραστηριότητας της χώρας συγκρότησε η κατάταξη της στην ΟΝΕ, η οποία επιφέρει αξιοσημείωτες ευκαιρίες αλλά και δραστικές ωθήσεις που επιδρούν στην ολόκληρη της εγχώριας αγοράς. Στη προσπάθεια της σύνθεσης της εξαγωγικής δραστηριότητας της χώρας διατέλεσαν μερικοί παράγοντες με αποφαιτική επιρροή. Πρωτίστως, ο μακροοικονομικός παράγοντας έχει να κάνει με τη ελαττωμένη ανταγωνιστικότητα της οικονομίας, εξαιτίας των χαμηλών ιδιωτικών επενδύσεων, η οποία ισοδυναμεί με μειωμένη παραγωγικότητα και δυσανάλογη μεγέθυνση των τιμών που επιδρούν άμεσα τις τιμολογιακές στρατηγικές των εξαγωγικών επιχειρήσεων.

Ένας περαιτέρω παράγοντας είναι ο πολιτικός, ο οποίος αντικαθρεπτίζει την δυνατή γραφειοκρατία, τις αδιάληπτες παραλλαγές του νομικού πλαισίου και της φορολογίας αλλά και το τραχύ πλαίσιο λειτουργίας της αγοράς εργασίας. Όλες αυτές οι παράμετροι πολλαπλασίασαν έμμεσα το κόστος λειτουργίας των επιχειρήσεων και συνεπώς λειτούργησαν δυσμενώς στην ανάπτυξη τους. Ο τρίτος παράγοντας συνδέεται με το μακροοικονομικό επίπεδο της οικονομίας. Αναλυτικά, φέρουν μερίδιο ευθύνης και οι επιχειρήσεις για τη διαμόρφωση της συγκεκριμένης κατάστασης, μιας και πολυάριθμες ελληνικές επιχειρήσεις δεν είμαι σε θέση να αυξήσουν και να υποστηρίξουν τις πρωτοπόρες απόψεις και προϊόντα τους και αυτό τους στερεί μεγάλα επίπεδα πωλήσεων και περιθώρια κέρδους. Σχετικά με τις δυσκολίες των ελληνικών εξαγωγών, θεμελιώδη προβλήματα για την προβολή και εξάπλωση τους ορίζονται:

- οι γραφειοκρατικές διαδικασίες,
- τα μεγάλα ασφάλιστρα κάλυψης των εξαγωγικών πιστώσεων,
- τα μεταφορικά κόστη,
- ο ελάχιστος όγκος εξαγόμενων προϊόντων,
- τα φορολογικά μέτρα,
- οι υψηλές εργοδοτικές εισφορές,
- οι επιβραδύνσεις στα σημεία ελέγχου,
- η εποχικότητα των εξαγωγών,
- η μη ύπαρξη καταλληλών λιμενικών εγκαταστάσεων,
- η έλλειψη τακτικών θαλάσσιων γραμμών,
- η ακαμψία των μεταφορικών εταιριών,
- το υψηλό κόστος ενέργειας,
- οι ζημιές που πιθανώς να υπάρξουν στα προϊόντα κατά τη διακίνησή τους,
- οι χρονοβόρες και δαπανηρές διαδικασίες νέων επενδύσεων.

Επιπλέον, ενδημούν κάποια αξιόλογα στοιχεία στα οποία οι διεθνείς ανταγωνιστές υπερέχουν των ελληνικών επιχειρήσεων. Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που έχουν υπό την κατοχή τους οι ξένες ανταγωνιστικές επιχειρήσεις συγκροτούν το κλειδί για το λανσάρισμα των προϊόντων τους. Τα προτερήματα αυτά είναι η μειωμένη τιμή, η ποιότητα, το επώνυμο προϊόν (branded), η γεωγραφική εγγύτητα, η κρατική ενίσχυση και οι αρμονίες με εγχώριες επιχειρήσεις.

Επιπροσθέτως, δηλωτικό ρόλο για τη δυσμενή θέση της Ελλάδας στο Διεθνές Εμπόριο έχει διαδραματίσει και το περιστατικό ότι οι ελληνικές εξαγωγές κλίνουν περισσότερο προς το διακλαδικό εμπόριο που είναι περισσότερο επισφαλές και πιο λίγο στον ενδοκλαδικό, το οποίο εκδηλώνεται και ως το υπόδειγμα του υγιούς εμπορίου. Η Ελλάδα σε γενικές γραμμές ωθείται περισσότερο προς τρίτες χώρες παρά προς την Ε.Ε. Το ελάττωμα της πλειοψηφίας των ελληνικών επιχειρήσεων να προσδιορίσουν τις καταναλωτικές προτιμήσεις και να εναρμονίσουν αντίστοιχα τα προϊόντα τους κατευθύνει τα ελληνικά προϊόντα εκτός των τεράστιων αναδυόμενων αγορών. Τέλος, ένας από τους μείζονες περιορισμούς προβολής και εξάπλωσης των ελληνικών εξαγωγών είναι το ελάττωμα προσέγγισης και η δυσκολία σχηματισμού δικτύων διανομής. Γενικά, οι Έλληνες εξαγωγείς βασικά ασχολούνται περισσότερο με το προϊόν και την τιμή από τα δίκτυα διανομής. Αυτό το γεγονός πιθανώς να αποτελεί και ερμηνεία αλληλένδετα με τον λόγο τον οποίο οι ελληνικές επιχειρήσεις προσεγγίζουν πιο σίγουρα χώρες με μη δομημένα δίκτυα (όπως η Ανατολική Ευρώπη και η Μέση Ανατολή) σε αντιπαράθεση με χώρες με δομημένα δίκτυα (όπως η Δυτική Ευρώπη). Η αποστροφή των ελληνικών επιχειρήσεων στα οργανωμένα δίκτυα διανομής είναι ορατή ακόμα και στις εξαγωγικές επιδόσεις της χώρας. Στα περιστατικά όπου δεν είναι υποχρεωτική κάποια ύπαρξη δικτύου, δηλαδή ενώ οι ελληνικές επιχειρήσεις είναι προμηθευτές ή υπερβολάβοι, τότε οι εξαγωγές βρίσκονται σε εξαιρετικά ικανοποιητικό επίπεδο. Σε άλλες περιστάσεις, οι ελληνικές επιχειρήσεις ξεχωρίζουν τα outsourcing δίκτυα.

6.3 ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Η εισαγωγή της Ελλάδας στην ΟΝΕ σηματοδότησε τη μέθεξη της χώρας στην ανοιχτή αγορά και την ενιαία οικονομία της ευρωζώνης, καθώς συγχρόνως επινόησε αξιοσημείωτες ευκαιρίες, οι οποίες ωστόσο συνοδεύονταν και από δραστικές πιέσεις. Πάντως, τα περιθώρια της ελληνικής οικονομίας ακόμη και σήμερα δε δύνανται να τα βγάλουν πέρα στις προϋποθέσεις και τους υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης της ευρωζώνης. Γενικά, η παγκοσμιοποίηση όπως και οι περιστάσεις που υπερτερούν διεθνώς έχουν τροποποιήσει τις εξαγωγές σε μία άψογη λύση τόσο για την εξάπλωση όσο και στην επιβίωση των ελληνικών επιχειρήσεων. Τα καθεστώτα της εποχής υποχρεώνουν τις ελληνικές επιχειρήσεις να προοδέσουν σε μια διευρυμένη κλίμακα και ως ακολούθως να κερδίσουν αξιόλογα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Το ελάττωμα ωστόσο των ελληνικών επιχειρήσεων για

εξωστρέφεια και εξαγωγικό προσανατολισμό παρακωλύουν τη στάση της χώρας στην ΟΝΕ όπως και στην Ε.Ε. Έτσι κατά κάποιο τρόπο, απαιτείται η δημιουργία και η εφαρμογή μιας νέας στρατηγικής ανάπτυξης και προέλασης των εξαγωγών της χώρας, η οποία θα στοχεύει στην ισχυροποίηση της ανταγωνιστικότητας καθώς και την εξαγωγή των επιδόσεων της χώρας. Εξαγόμενο της εκτέλεσης αυτής της στρατηγικής θα είναι ο σχηματισμός εύθετων συνθηκών καθώς και η εξέλιξη του μακροοικονομικού περιγύρου της χώρας. Σαφώς, η στρατηγική που πρέπει να εκτελεστεί επιβάλλεται να έχει σαν επιδίωξη την ενίσχυση και προβολή τόσο της εξαγωγικής όσο και της παραγωγικής δραστηριότητας των ελληνικών επιχειρήσεων, καθώς συγχρόνως χρειάζεται να εκδίδονται κίνητρα και κατευθύνσεις τόσο για την παραγωγή νέων προϊόντων όσο και για τη εξέλιξη των πλέον εξαγόμενων προϊόντων της. Αξιοσημείωτος ακόμη, είναι ο ρόλος που κατέχουν και τα διάφορα επενδυτικά και επιδοτούμενα προγράμματα προέλασης των εξαγωγών τα οποία ασφαλώς ενδείκνυται να ενισχυθούν ακόμα περισσότερο. Σε γενικές γραμμές, η συγκεκριμένη στρατηγική πρέπει να αποβλέπει στη πρόοδο της εξαγωγικής υποδομής και την ενίσχυση της εξαγωγικής και επενδυτικής δραστηριότητας. Πιο συγκεκριμένα, ενδημούν κάποια μέτρα, τα οποία σε περίπτωση που ενσωματωθούν στην στρατηγική προβολής και ανοίγματος των εξαγωγών θα αναβαθμίσουν συνολικά το επίπεδο της εθνικής εξαγωγικής δραστηριότητας. Ένα από τα πιο πρωταρχικά μέτρα είναι η άμεση ανάκληση των φόρων που επιβάλλονται στις εξαγωγές. Στη φορολόγηση των ελληνικών εξαγωγών ενδημούν μερικές επιπτώσεις, οι οποίες πολλαπλασιάζουν σημαντικά την αξία των εξαγόμενων προϊόντων. Η πρόσθετη παροχή στα χορηγούμενα δάνεια ή πιστώσεις, η ειδική παροχή που καταβάλλεται επί της αξίας FOB των εξαγόμενων αγροτικών προϊόντων για τη διενέργεια του ποιοτικού ελέγχου, η καταβολή Δικαιωμάτων Εκτέλεσης Τελωνειακών Εργασιών (ΔΕΤΕ) στους τελωνειακούς υπαλλήλους καθώς και οι τρίτοι φόροι συγκροτούν ουσιώδη παραδείγματα σημαντικών φορολογικών επιπτώσεων των εξαγωγών. Επιπροσθέτως, ένα αξιόλογο μέτρο για το άνοιγμα των εξαγωγών είναι η διαφήμιση και προέλαση των ελληνικών προϊόντων στον παγκόσμιο εμπορικό χάρτη. Μία πετυχημένη κίνηση θα ήταν η προβολή χαρακτηριστικών ελληνικών προϊόντων όπως είναι το λάδι, το κρασί, η φέτα αλλά και η προβολή συγκεκριμένων προϊόντων σε επιλεγμένες αγορές. Όσον αφορά το ρόλο τους κυβέρνησης σε αυτό, θα επιβάλλεται να δημιουργηθούν σημαντικά κίνητρα που να παροτρύνουν τη μέθεξη των ΜΜΕ στις εξαγωγές και συγχρόνως να ενθαρρύνουν τις ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις μέσω διεθνών εκδηλώσεων, παρουσιάσεων και προσεχών συναφών δραστηριοτήτων. Για την ενδυνάμωση της ανάπτυξης των εξαγωγών σημαντική θεωρείται και η εισφορά της έρευνας και ανάπτυξης τους. Στην παράμετρο αυτή συνυπολογίζεται η

πραγματοποίηση μελετών σχετικά με αγορές – στόχους, προϊόντα – στόχους αλλά και ο σχηματισμός νέων προϊόντων, η ανάπτυξη της τεχνολογίας προέλασης των εξαγωγών καθώς και η εκπαίδευση νέων εξαγωγέων ή γενικότερα εξαγωγικών στελεχών. Ιδιαζόντως αξιόλογα σε αυτή τη διαδικασία αποτελούν τα προϊόντα υψηλής τεχνολογίας τα οποία αναβαθμίζουν την αποδοτικότητα των επιχειρήσεων και συγχρόνως αναβαθμίζουν την ιδιοσυστασία των παραγόμενων εξαγωγικών προϊόντων. Τέλος, για την συστηματοποίηση και διαμόρφωση της εξαγωγικής δραστηριότητας των ελληνικών επιχειρήσεων αξιόλογη κρίνεται η μέθεξη τους στο Γ' ΚΠΣ καθώς και ο προσανατολισμός και διαγωγή τους από τις εμπορικές και οικονομικές υπηρεσίες του εξωτερικού.

6.4 ΤΙ ΟΡΙΖΕΤΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΠΟΙΑ Η ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ

Η έννοια της καινοτομίας στη παρούσα οικονομία της γνώσης είναι αδιαμφισβήτητη. Η καινοτομία αναδύεται σήμερα ως μια από τις πιο αξιόλογες παραμέτρους για την εξάπλωση, τόσο στο επίπεδο εθνικής οικονομίας όσο και στο επίπεδο της επιχείρησης, καθώς τίθεται σε θέση ανωτέρας προτεραιότητας στη πολιτική όλων περίπου των χωρών. Οι ανομοιότητες ανταγωνιστικότητας και του κατά κεφαλήν εισοδήματος που διακρίνονται αναμεταξύ των εθνικών οικονομιών δύνανται σε ένα βαθμό έστω, να παραχθούν σε αλλιώτικα επίπεδα καινοτομικής δραστηριότητας και ανάπτυξης. Ως καινοτομία εκφράζουμε τη χρήση νέας γνώσης έτσι ώστε να διατεθεί (με άλλα λόγια να σχεδιαστεί και να εμπορευματοποιηθεί) ένα καινούργιο προϊόν ή μια νέα υπηρεσία που επιζητούν οι καταναλωτές. Η καινοτομία ενδέχεται να έχει να κάνει με ένα νέο προϊόν ή μια νέα υπηρεσία, τον τρόπο ή την τεχνολογία παρασκευής ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας, ενώ επιπλέον ενδέχεται να επισημαίνεται σε διοικητική διαδικασία ή οργανωτική δομή (εσωτερικά ή εξωτερικά σε αναλογία με τους καταναλωτές ή τους προμηθευτές). Μια καινοτομία είναι δυνατόν να είναι ριζική, ή σταδιακή (αντίστοιχα με το πόσο μεταβάλλει και μειώνει τις ήδη επιδεξιότητες της επιχείρησης). Βασικό «εργαλείο» της ανάλυσης του περιεχομένου της καινοτομίας αποτελεί η έννοια του Εθνικού Συστήματος Καινοτομίας (ΕΣΚ), που ενσωματώνει τρία επίπεδα: το επίπεδο εθνικής οικονομίας (μακρο-επίπεδο), το επίπεδο δικτύων επιχειρήσεων (clusters, μέσο επίπεδο) και το επίπεδο επιχείρησης (μικρο-επίπεδο) (Porter, M. and Stern, S., *The New Challenge to America's Prosperity*:

Findings from the Innovation Index, Council on Competitiveness, 1999). Σε επίπεδο εθνικής οικονομίας, τα στοιχεία που μετασχηματίζουν το περιθώριο ανάπτυξης καινοτομίας εμπειρικλείουν:

- ✓ Το επίπεδο επενδύσεων σε πρωταρχική μελέτη, δημόσιες πολιτικές ενισχύσεως, και χρηματοδότησης της μελέτης, οι πολιτικές που συνδέονται με την φορολόγηση κεφαλαίων για E&A. Ο ρόλος των κρατικών επενδύσεων είναι δραστικός, μιας και μέσα από τη βασική μελέτη ευδοκιμεί το ανθρώπινο κεφάλαιο της χώρας. Αξιόλογη σε αυτό το σημείο είναι και η προσφορά των ιδιωτικών επενδύσεων σε E&A.
- ✓ Τη διαθεσιμότητα κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου (venture capital), κάτι που θα ενισχύσει την πρωταρχική φάση του σχεδιασμού και της πειραματικής εισαγωγής της καινοτομίας, εφόσον είναι γνωστό ότι μόνο ένα μικρό ποσοστό των καινοτομικών αγώνων καταλήγουν να είναι εύστοχοι στην αγορά.
- ✓ Η ποσότητα και η ποιότητα του ερευνητικού δυναμικού της χώρας και το επίπεδο της πανεπιστημιακής παιδείας, σε περιβάλλοντα τεχνολογικά όπως ακόμη και σε περιβάλλοντα που έχουν να κάνουν με τη διοίκηση και οργάνωση, τη κατανάλωση κτλ.
- ✓ Το βάθος σε τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών, που δίνουν την δυνατότητα για άμεση συνεννόηση και διασύνδεση, την άντληση τεράστιου όγκου δεδομένων, την ταυτόχρονη εργασία και συνεργασία, κτλ.
- ✓ Το επίπεδο ολοκλήρωσης της αγοράς, όσον αφορά την εγχώρια ζήτηση για καινοτομικά προϊόντα, παρουσίαση στο διεθνή ανταγωνισμό και προσέλκυση επενδύσεων, κτλ.

Σε επίπεδο δικτύων επιχειρήσεων (με άλλα λόγια επιχειρήσεων που εκδηλώνονται από μια γεωγραφική εγγύτητα ή παρεμφερής εξειδίκευση – π.χ. επιχειρήσεις πληροφορικής) τα στοιχεία που βοηθούν στο άνοιγμα της καινοτομικότητας περιέχουν:

- ✓ Την διαθεσιμότητα και ιδιοσυστασία αναγκαίων εισροών στο δίκτυο (με άλλα λόγια μέθοδοι μεταφοράς και ανταλλαγής πληροφοριών μέσα στις επιχειρήσεις του συνόλου, ικανότητα άντλησης χρηματοδοτικών κεφαλαίων, έλξης ανθρώπινου δυναμικού ανωτέρου επιπέδου, κτλ.).
- ✓ Την δημιουργία ενός υγιούς ανταγωνιστικού περιθωρίου καταμεσής των επιχειρήσεων, που έχει να κάνει με τους κανόνες, τα κίνητρα, και τις ωθήσεις που δέχονται οι

επιχειρήσεις (για παράδειγμα εσωτερικός ή διεθνής ανταγωνισμός) και που τις στρέφουν προς την καινοτομία.

- ✓ Το επίπεδο ολοκλήρωσης της αγοράς, ό,τι έχει να κάνει με την εγχώρια ζήτηση για αδιάληπτη πρόοδο της ποιότητας, εξασφάλιση των μεταβαλλόμενων πιέσεων της αγοράς, ευαρέσκεια των απαιτητικών πελατών, κλπ.
- ✓ Την δημιουργία σχετικών και «υποστηρικτικών» κλάδων οι οποίοι είναι αναγκαίοι για την εξάπλωση καινοτομικών δραστηριοτήτων (π.χ. κατασκευαστές εξαρτημάτων, κτλ.).

Σε επίπεδο επιχείρησης τα στοιχεία που βοηθούν στην εξάπλωση καινοτομιών εμπεριέχουν:

- ✓ Η δημιουργία ανθεκτικού τμήματος E&A και το ανάστημα των επενδύσεων της επιχείρησης σε E&A, η δημιουργία επιχειρησιακής ατμόσφαιρας και ηγετικής ομάδας που να διευκολύνει την ανάληψη κινδύνου.
- ✓ Η δημιουργία και καταβολή διανοητικού κεφαλαίου (intellectual capital) και η χρήση της ενημέρωσης της επιχείρησης, μιας και η ενημέρωση-πληροφόρηση απαραίτητη καθοριστικό στοιχείο στην εξάπλωση της καινοτομίας. Στη χρήση της πληροφόρησης συνεισφέρει η τεχνολογία της πληροφορικής, όπως και η δημιουργία ενός αρμόζοντος περιβάλλοντος εμπιστοσύνης για ανταλλαγή πληροφόρησης.
- ✓ Η αποδοχή αποκεντρωμένων και ευκίνητων οργανωτικών δομών με «ανοιχτή» μέθεξη τόσο κάθετα (αναμεταξύ των οργανωτικών επιπέδων) όσο και οριζόντια (εντός των οργανωτικών επιπέδων).
- ✓ Η σύναψη στρατηγικών συνεννοήσεων και σε γενικές γραμμές η δικτύωση των επιχειρήσεων, ή ακόμη και η εισαγωγή τους σε τεχνολογικά δίκτυα, κάτι που βοηθάει αξιολογικά την ανταλλαγή της πληροφόρησης και τις σχέσεις με ομοιόμορφες επιχειρήσεις, με προμηθευτές, με καταναλωτές, κτλ.
- ✓ Η προσέγγιση σε χρηματοδοτικά κεφάλαια.

Εκτός όμως από την ερμηνεία των στοιχείων που επιδρούν στη καινοτομία, στα αρκετά επίπεδα ανάλυσης, είναι εξίσου αξιολογική και η διασύνδεση ανάμεσα στη πρωταρχική μελέτη με τη παραγωγή. Ενδημούν, παραδείγματος χάρη, μεθοδικοί και προπαντός, δραστηριοί θεσμοί που να ενώνουν – μεταφέρουν τα κατορθώματα της πρωταρχικής μελέτης σε καθιερωμένα ή

αναδυόμενα δίκτυα επιχειρήσεων. Σε κάποιες χώρες (π.χ., Γερμανία και ΗΠΑ), εμφανίζεται ξεχωριστή δραστηριοποίηση σε κοινές ερευνητικές κινήσεις μεταξύ πανεπιστημίων, επιχειρήσεων και κράτους, δείχνοντας την δυσκολία έκλυσης των επακόλουθων της πρωταρχικής μελέτης σε όλη τη πτυχή της οικονομίας. Στην Ελλάδα, παρόλο που έχει φανεί πρόοδος στο άνοιγμα των καινοτομιών, το επίπεδο καινοτομίας εξακολουθεί να είναι ιδιαίτερα χαμηλό και η χώρα μας εξακολουθεί να είναι παραπάνω χρήστης των καινοτομιών που έχουν προοδέψει αλλού. Μια αρχική απεικόνιση των προσημάτων που έφεραν τη χώρα σε αυτή τη δύσκολη θέση θα μπορούσε να είναι:

- Ο τεράστιος αριθμός μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων, που κυβερνούνται από τον ιδιοκτήτη-επιχειρηματία.
- Το δυσοίωνα φορολογικό καθεστώς και ο πρώην προστατευτισμός των ελληνικών προϊόντων (που παρακάλυψε τον διεθνή ανταγωνισμό), κ.ά.

Κατά ακολουθία, η δημιουργία όλων των παραπάνω συνθηκών έφερε τη χώρα μας στις κατώτατες θέσεις σε αρκετούς διεθνείς δείκτες τεχνολογικής έρευνας και καινοτομίας. Αν και η χώρα μας παρουσιάζεται ελαφρώς αναβαθμισμένη στα πιο πολλά από τα στοιχεία που επιδρούν στη καινοτομία τόσο σε εθνικό, όσο και σε επίπεδο δικτύων επιχειρήσεων (π.χ., κρατικές επενδύσεις σε E&A, δια βίου μάθηση, άτομα με ειδικευμένη καλλιέργεια, επιχειρηματικά κεφάλαια υψηλού ρίσκου κ.α.), πάντως εξελίσσεται σε σημαντικό βαθμό συγκριτικά με το μέσο όρο της ΕΕ. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα, οι θετικές τάσεις να επιταχύνονται και να διευρύνονται σε όλα τα επίπεδα του συστήματος καινοτομίας («μάκρο», «μέσο» και «μίκρο»). Μια τυπική ελληνική επιχείρηση δύνανται να ισχυριστεί ότι η «γρήγορη υιοθέτηση» καινοτομιών δια της μεταφοράς τεχνολογίας απαρτίζει σε μεγαλύτερο βαθμό ρεαλιστική προοπτική από ότι η «πρωτογενής» ανάπτυξη τεχνολογίας. Αντίθετα, η εκπλήρωση ανώτερων επιδόσεων στην καινοτομία δύνανται να επιτευχθεί από την σύγκλιση μιας σειράς στοιχείων όπως:

- ✓ Υιοθέτηση επιδέξιων κινήτρων για άνοιγμα καινοτομιών σε επίπεδο επιχείρησης, όπως η υπεράσπιση της πνευματικής ιδιοκτησίας, φορολογικά κίνητρα, κλπ.
- ✓ Εξασφάλιση της δημιουργίας νέας γνώσης, με αποδοχή ευθύνης από το κράτος να χρηματοδοτήσει την πρωταρχική μελέτη, και αποδοχή της ευθύνης για εμπορευματοποίηση των επακόλουθων από τον ιδιωτικό τομέα. «Συνεταιρισμοί» (public-private partnerships) καταμεσής των δημόσιων και ιδιωτικών φορέων

ενδέχεται να είναι ιδιαίζόντως εποικοδομητικοί σε αυτό το πλαίσιο, εφόσον εγκρίνουν τον επιμερισμό του κόστους και την εξασφάλιση της καταβολής των ερευνητικών επακόλουθων από τον ιδιωτικό τομέα.

- ✓ Αποτελεσματικότητα στις δημόσιες δαπάνες για καινοτομία. Ταυτόχρονα με την χρηματοδότηση της πρωταρχικής μελέτης οι διοικήσεις προτιμούν την E&A στον ιδιωτικό τομέα εντός διάφορων μορφών άμεσων και έμμεσων χρηματοδοτήσεων (π.χ. άμεσες επιχορηγήσεις, φορολογικές ανακουφίσεις κλπ.). Είναι αξιόλογο να εξασφαλίζεται η αποτελεσματικότητα στην καταβολή εκείνων των πόρων μέσα από π.χ. εισαγωγή ανταγωνιστικών διαδικασιών στο διάλεγμα των φορέων που χρηματοδοτούνται από το κράτος.
- ✓ Ενδυνάμωση της αλληλεπίδρασης αναμεταξύ των φορέων του Εθνικού Συστήματος Καινοτομίας (επιχειρήσεις, πανεπιστήμια, κρατικοί ερευνητικοί φορείς) της χώρας μας. Η αλληλεπίδραση καταμεσής των βασικών αυτών φορέων που ασχολούνται με την καινοτομία, συγκροτεί πολύ σημαίνουσα δύναμη πραγματοποίησης ενός Εθνικού Συστήματος Καινοτομίας. Κανόνες και πολιτικές που πολλαπλασιάζουν τα περιθώρια μεταθέσεως ερευνητών από τον δημόσιο στον ιδιωτικό τομέα και την διασύνδεση δημόσιων και ιδιωτικών φορέων, με επιδίωξη την αύξηση της διακίνησης της γνώσης.
- ✓ Καλλιέργεια και καταβολή των δικτύσεων καταμεσής των επιχειρήσεων, που στη χώρα μας υπολείπονται σημαντικά αναλογικά των άλλων χωρών της ΕΕ. Κινήσεις και κανόνες όπως κινήσεις ευαισθητοποίησης για τα οφέλη των δικτύων, ενίσχυση start-ups σε ορισμένα δίκτυα, σχηματισμός κέντρων πληροφόρησης και τεχνολογικών κέντρων, κ.α. που έχουν κριθεί ως αξιόλογα.
- ✓ Χειρισμός των οργανωτικών και διοικητικών ελλείψεων που συνάγεται να υποκρύπτουν την αδυναμία ή ακόμη και την αμεριμνησία των επιχειρήσεων να εμπλακούν σε καινοτομική δραστηριότητα.

6.5 Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΚΑΙ Η ΣΥΝΔΡΟΜΗ ΤΟΥΣ ΣΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Ο τωρινός ανταγωνιστικός και αδιάκοπα μεταβαλλόμενος περίγυρος στον οποίο ενεργούν οι επιχειρήσεις σήμερα, καθορίζει την πληροφόρηση ως το ουσιαστικότερο στρατηγικό εργαλείο, για την επιτυχής συστηματοποίηση, ηγεσία και εξάπλωση τους. Η σημαντικότητα, η ισχύς και η ταχύτητα αυτής της πληροφόρησης συγκροτεί σε ουκ λίγες περιπτώσεις το στοιχείο που ξεχωρίζει τις επιτυχημένες από τις πιο λίγο επιτυχημένες ή ακόμη και αποτυχημένες επιχειρήσεις. Πιο συγκεκριμένα, με την πάροδο των χρόνων αφθονία επιστημόνων και ερευνητών εισηγούνται διάφορους τρόπους Διοίκησης και Οργάνωσης των σημερινών επιχειρήσεων, για την πιο ευδόκιμη και παραγωγικότερη λειτουργία τους. Γενικά, έπειτα την ωρίμανση νέων και αξιέπαινων τεχνολογιών και τη διαχείριση υπολογιστών με αξιόλογες δυνατότητες, πραγματοποιούνται διαρκώς αναβαθμίσεις στους όρους λειτουργίας μιας επιχείρησης. Παλαιότερα οι μόχθοι που γίνονταν από διαπρεπείς επιστήμονες για την φυσιολογική και εποικοδομητική διείσδυση τόσο της τεχνολογίας όσο και της καινοτομίας στο περιβάλλον και τις λειτουργίες των επιχειρήσεων ήταν αλλά και συνεχίζουν να είναι ιδιαίδωντως δραστικές και αποτελεσματικές. Πιο αναλυτικά, στα τέλη του 19ου αιώνα, οι Taylor, Gantt και Fayol, που προήλθαν από το περιβάλλον της κατανάλωσης (μηχανικοί) υποδεικνύαν μεταξύ άλλων μεθόδους αναβάθμισης της παραγωγικότητας και της αποτελεσματικότητας μέσω της χρονομέτρησης των γόνιμων και νεκρών κινήσεων μιας καθορισμένης εργασίας (Taylor), εφαρμόζοντας πίνακες ελέγχου του χρόνου πραγματοποίησης του έργου (Gantt) και συνδυάζοντας την αμοιβή του εργαζόμενου με την παραγωγικότητα (Taylor). Ο Fayol καθόρισε λεπτομερείς χειρισμούς του management (προγραμματισμό, οργάνωση, διεύθυνση, συντονισμό, έλεγχο). Μετέπειτα οι Follet και Mayo προσέγγισαν την κοινωνική - ψυχολογική αλληλεξάρτηση των λειτουργιών των εργαζομένων ενώ ο Weber καθόρισε και υποστήριξε (υπό όρους) του γραφειοκρατικού συστήματος. Στη δεκαετία του 1930, οι Maslow (ιεράρχηση ανθρώπινων αναγκών), McGregor (θεωρία X και Y) και μετέπειτα ο Έλληνας Chris Argyris, προσέγγισαν το management από την άποψη της

κοινωνικής ψυχολογίας υποδεικνύοντας μεθοδολογίες παρότρυνσης των εργαζομένων. Κατά την διάρκεια του Β΄ Παγκοσμίου Πολέμου, λόγω της ανάγκης μεταφοράς και συντονισμού τεραστίων ποσοτήτων στρατευμάτων και προμηθειών, αναδείχθηκε η οργάνωση μέσα από την εφαρμογή ποσοτικών τεχνικών και μεθόδων, με την χρήση των μαθηματικών και της στατιστικής (quantitative approach/Operations research) για την επίλυση των επιχειρησιακών προβλημάτων (Οικονόμου κ.α. 1999). Οι γνώστες του management με ηγέτη τον (Demming 1982), καθόρισαν την ευδόκιμη ανταγωνιστική διοίκηση εντός συστημάτων ολικής ποιότητας (Total Quality Management), καθώς ταυτοχρόνως ο καθηγητής του Harvard M. Porter, ανέπτυξε τα ανταγωνιστικά προτερήματα (competitive advantage) των επιχειρήσεων αλλά και των εθνών (Porter 1990). Κατ' ακολουθίαν, απαρτίζει καθαρό και αδιαμφισβήτητο πια το περιστατικό ότι η εισαγωγή στον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων και η τεράστια αξιοποίηση από αυτές των σύγχρονων τεχνολογιών πληροφορικής αποτελεί ένα σημαίνον στρατηγικό προτέρημα για τις επιχειρήσεις. Οι δραστηριότητες της λειτουργίας του Λογιστηρίου, του Εμπορικού Τμήματος και του τμήματος Διασφάλισης Ποιότητας συγκροτούν για τις επιχειρήσεις, βασικές πηγές πληροφόρησης και θεμελίωσης Επιχειρησιακής Γνώσης. Η καταβολή της Επιχειρησιακής Γνώσης (enterprise knowledge) στη λήψη αποφάσεων ενδέχεται να προωθηθεί από σύγχρονα πληροφοριακά συστήματα μελετημένα με βάθρο τις σύγχρονες τεχνολογίες της Επιστήμης της Πληροφορικής. Συνεπώς, η διεθνή οικονομία έχει δεχθεί μία σειρά μεταβολών με την πάροδο των χρόνων. Ενδημούν αρκετοί προσδιοριστικοί λόγοι που σχετίζονται με τη γνώση η οποία είναι βασισμένη στην οικονομία τόσο για επιχειρήσεις, όσο και για χώρες. Παραδείγματος χάρη, επιχειρήσεις που μεταχειρίζονται τεχνολογίες πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών έχουν την ικανότητα να πολλαπλασιάσουν τις σχέσεις τους τόσο με πελάτες όσο και με εταίρους. Ωστόσο, ακόμη και η διαχείριση αυτών των τεχνολογιών δεν είναι δεδομένη, διότι προαπαιτούνται νέες ικανότητες και προσωπικό. Οι επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο, προκειμένου να προοδέψουν στη σημερινή εποχή, επιβάλλεται να καινοτομούν, αφού ο ρόλος της καινοτομίας και της τεχνολογίας γίνεται όλο και πιο ουσιαστικός. Η επιστήμη και η τεχνολογία μοιάζουν να είναι η καταγωγή της καινοτομίας, μιας και συγκροτούν πηγές αφετηρίας της γνώσης. Εντούτοις, οι απόψεις δεν είναι αποδεκτές, αν δεν εντοπιστεί το αρμόζον επιχειρηματικό σχήμα το οποίο θα τις προβάλλει ή και ακόμη αν δεν εντοπιστεί τρόπος να δημιουργηθούν ουσιαστικές ανάγκες των πελατών των επιχειρήσεων. Ενδημούν σημαντικοί συντελεστές που επιδρούν στη αναλογία αναμεταξύ της παροχής και ζήτησης της καινοτομίας υπολογίζοντας ακόμη και των μακρο-οικονομικών και μικρο-οικονομικών συνθηκών. Τέτοιοι συντελεστές είναι τα πνευματικά δικαιώματα, η

διάρθρωση της οικονομίας, το ανθρώπινο δυναμικό και οι επενδύσεις που πραγματοποιούνται σε αυτό. Αν αυτές οι συνθήκες δεν είναι ικανοποιητικά ανεπτυγμένες, τότε μία επιχείρηση δεν είναι δυνατόν να ωφεληθεί σημαντικά από τα παράγωγα της οικονομίας της γνώσης. Στην Ελλάδα ωστόσο συγκαταλέγεται και ο βαθμός στον οποίο οι Έλληνες επιχειρηματίες σε γενικές γραμμές είναι πληροφορημένοι στην πραγματική έννοια της γνώσης για αυτούς και τη κατάσταση της επιχείρησης. Η διεθνοποίηση και το άνοιγμα της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών παραχωρούν νέα περιθώρια στην εξάπλωση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Μια επιχείρηση ενδέχεται όχι μόνο να έχει κλάδους σε εναλλακτικές χώρες του κόσμου και να παρέχει υπηρεσία με τη διαχείριση εξελιγμένων τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών όμως, έστω και θεωρητικά, είναι δυνατόν να διατυπώνει και να προσαρμόζεται στη διεθνή αγορά με τη δική της οπτική γωνία. Πρωταρχικό ρόλο παίζουν τα προτερήματα που εκδηλώνει η ευελιξία της μικρής επιχείρησης και τα περιθώρια που παρέχει η παγκόσμια αγορά από το σχηματισμό δικτύων εταίρων, συνεργαζόμενων επιχειρήσεων και καταναλωτών, όπου η χρήση υπεργολάβων συγκατατίθεται σε μια πιο εποικοδομητική και οικονομικά συμφέρουσα κατάσταση της επιχείρησης. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν το προτέρημα της ευκίνητης και άμεσης προσαρμογής στην καινοτομία, παρέχοντας την ικανότητα άμεσης απόκρισης σε μεταβολές της ζήτησης και πραγματοποίησης νέων ιδεών. Αν ενδημεί το αρμόζον θεσμικό και νομικό περιβάλλον, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δύνανται να δουλέψουν ως θερμοκοιτίδες νέων ιδεών μιας και αυτό παρέχεται από την ευελιξία τους. Από αντίθετη άποψη, διατελούν και περιορισμοί εφόσον το άνοιγμα και η πρόοδος αυτών των επιχειρήσεων καταπιέζεται από την ανεπάρκεια διεθνών δικτύων και κεφαλαίου που είναι ευχερώς προσβάσιμα από μεγάλες επιχειρήσεις. Σε αυτόν το ρόλο επιχειρήσεων βασίζεται και η συνθήκη της Λισσαβόνας που προβάλλει το ρόλο τους και τη αξιόλογη προσφορά τους στο λανσάρισμα της καινοτομίας. Για να προωθηθεί σε εθνικό επίπεδο η διάχυση της καινοτομίας και για να πραγματοποιηθεί με επιτυχία η χρήση των αρμοζόντων τεχνολογιών με τον ήδη γόνιμο και από μεριάς κόστους αποτελεσματικό τρόπο επιβάλλεται να συμπεριληφθούν τα παρακάτω:

- Παραδοχή των μετατροπών που πραγματοποιούνται και διεκδίκηση για άμεση πρόοδο και εισαγωγή καινοτομίας.
- Ερμηνεία και εκτίμηση των πιέσεων των επιχειρήσεων.
- Έρευνα των λύσεων για ευαρέσκεια των δυσκολιών, με χρήση εναλλακτικών μεθοδολογιών, υπολογίζοντας την έρευνα.
- Διάχυση της τεχνολογίας και της πληροφορίας στις επιχειρήσεις, καλλιέργεια της δεξιοσύνης και των κατάλληλων πόρων που απαιτούνται για καινοτομία.

- Ρύθμιση και πραγματοποίηση νέων τεχνολογιών από τους αποδέκτες.
- Πρόοδος της απόδοσης των επιχειρήσεων μέσω της καινοτομίας.
- Ανατροφοδότηση του εθνικού συστήματος καινοτομίας με νέα στοιχεία.
- Εκπλήρωση μετατροπών σε βήματα, για την εισαγωγή καινοτομίας και νέας τεχνολογίας, όπου είναι εφικτό.

Οπωσδήποτε, σε έναν τέτοιο περίγυρο η εσωτερική διαδικασία της επιχείρησης επιβάλλεται να βαδίζει ανάλογα με το αναπτυσσόμενο περιβάλλον καινοτομίας και ανάποδα, για να φέρουμε το επιθυμητό, το οποίο καθορίζει μια ανταγωνιστική επιχείρηση με ανοιχτό προσανατολισμό. Ενταύθα, σημαίνοντα ρόλο προβάλλουν οργανισμοί σε εθνικό ή περιφερειακό επίπεδο που επινοούν τις προεικασίες για ανακάλυψη τεχνογνωσίας και τεχνολογιών, προάγουν αναλογίες με διεθνείς οργανισμούς, ενισχύοντας με αυτό τον τρόπο συνεργασίες, αλλά και εξεύρεση επιτρεπτών τεχνολογιών και ανθρώπινου δυναμικού. Ο σχηματισμός συστάδων επιχειρήσεων και κοινοπραξιών τεχνολογίας φέρει πιο αποτελεσματική καταβολή πόρων, διότι η προσέγγιση στην έρευνα και το ανθρώπινο δυναμικό είναι καλύτερη. Γενικά, στις προσαρτήσεις αυτές των επιχειρήσεων παίρνουν μέρος πανεπιστήμια και ερευνητικά κέντρα που ωφελούν τις επιχειρήσεις στο να κερδίζουν το συγκριτικό πλεονέκτημα, κατά κανόνα μεταξύ ανταγωνιστών σε όλο τον κόσμο. Το μοντέλο αυτό για την Ευρώπη φαίνεται να απαρτίζει μία ικανότητα που απαιτείται να προωθηθεί σημαντικά κατά την πάροδο των χρόνων και να επινοήσει το βάθρο για ενδυνάμωση ομίλων και στρατηγικών αλληλεξαρτήσεων μεταξύ επιχειρήσεων, που ωστόσο εμπλουτίζονται και από ανθρώπινο δυναμικό και υποδομή ερευνητικών μονάδων. Αυτές οι ενώσεις των εταιριών κατά κανόνα αφήνουν και ένα προτέρημα αγοράς, το οποίο πηγάζει από τους εταίρους αυτούς που έχουν τη το εφικτό πρόσβασης σε αυτήν ή σε τμήμα της. Επιπροσθέτως, οι τεχνολογικές λύσεις που υποστηρίζονται σε ένα πεδίο εφαρμογής δύνανται να διευρυνθούν και να εξαπλωθούν σε διαφορετικούς τομείς. Αυτό γίνεται, παραδείγματος χάρη, με συστήματα εντοπισμού που στις μέρες μας έχουν τεράστια εφαρμογή σε οχήματα και διαχείριση στόλου οχημάτων. Η τεχνολογική πλατφόρμα, που προόδεψε ευχερώς, ακόμη και σήμερα μεταδίδεται σε διερεύνηση αγαθών και ατόμων που αντιμετωπίζουν δυσκολίες προσανατολισμού, δίχως άλλη ξεχωριστή επένδυση σε τεχνολογία. Η άλλη άποψη του ανοίγματος επιχειρήσεων που βασίζεται στην τεχνολογία είναι την εξάπλωση των αγορών. Η ανάπτυξη εξαγωγικών προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας, η μεγιστοποίηση του κέρδους από τις εξαγωγές και

η ανάπτυξη ικανοτήτων σε αυτή την κατεύθυνση συγκροτούν την έγνοια του κρατικού μηχανισμού που ενισχύει κάτι τέτοιο. Σε μία εθνική πολιτική που ενισχύει αυτό τον προβληματισμό επιβάλλεται να προοδέψουν:

- Ένα δίκτυο με εταίρους από τον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα.
- Μία μεθοδική προσέγγιση που εντείνει τους δεσμούς μεταξύ εξαγωγικού προσανατολισμού και καινοτομίας των επιχειρήσεων.
- Ικανότητες που προϋποθέτονται για την πραγματοποίηση ενός τέτοιου προσανατολισμού.
- Πολιτικές που αναγκάζουν την γεφύρωση καινοτομία - εξαγωγές.

Η διαδικασία αυτή σε γενικές γραμμές αξίζει να αποτυπωθεί ως μία συνεχής προσπάθεια από το σχηματισμό ως την ωριμότητα μιας επιχείρησης για ενίσχυση εξαγωγών. Ως ακολούθως, αν έχει προοδέψει συνεργασία μεταξύ του κρατικού μηχανισμού, των επιχειρήσεων και ερευνητών, το σύνολο των συμμετεχόντων επιβάλλεται:

- Να κατανοήσει τις επιδιώξεις των υπαρχόντων μηχανισμών που αναλαμβάνουν το ρόλο της στήριξης των εξαγωγών.
- Να θέσει τους μηχανισμούς αυτούς στη διαδικασία λειτουργίας του συνόλου.
- Να ερευνήσει τρόπους γεφύρωσης αυτών των μηχανισμών και να εισηγηθεί τρόπους σμίκρυνσης της απόστασης.

Σύμφωνα με το προηγούμενο, οι χώρες που σήμερα έχουν πλάσει μία εθνική στρατηγική αυτού του τύπου ψάχνουν για συναστροφές στον ερευνητικό και παραγωγικό τομέα, είσοδος τεχνολογιών πληροφορικής και τηλεπικοινωνιών, στρατηγικές συμμαχίες, μηχανισμούς πραγματοποίησης εξαγωγών, εισαγωγών και προσέλκυσης επενδύσεων. Τα ηλεκτρονικά και το λογισμικό είναι κατά κανόνα τα μέσα με τα οποία η καινοτομία εντάσσεται στα ανταγωνιστικά προϊόντα όλων των παραγωγικών τμημάτων. Η Ελλάδα ακόμη και σε αυτά τα τμήματα, τα τελευταία χρόνια δεν έχει τις αντίστοιχες αποδόσεις. Η πραγματοποίηση των προσεγγίσεων σε διεθνείς αγορές είναι η αποκλειστική μέθοδος για να προοδέψουν και να εξαπλωθούν οι επιχειρήσεις καινοτομίας. Στη χώρα μας, ουκ ολίγων εξαιρέσεων, οι επιχειρήσεις και οι επιχειρηματίες φέρουν αδυναμία στη τροποποίηση ευδόκιμων ευκαιριών της αγοράς και ερευνητικών προϊόντων με εμπορική αξία σε χρησιμοποιήσιμα προϊόντα της διεθνούς αγοράς. Εκεί δημιουργείται και το συνηθισμένο πρόβλημα των πρακτικών καινοτομίας. Η επίλυση είναι ζόρικη και προϋποθέτει προσαρμογή σε κάθε ενδεχόμενο. Η πρακτική ορίζει τουλάχιστον το σχηματισμό πρωτοτύπων των προϊόντων αυτών σε απεικόνιση

που αυτά να είναι λειτουργικά και σχεδιασμένα ομόγωνα με τα διεθνή πρότυπα, συνεπώς να επεξηγούν τη σημαντική επένδυση που απαιτείται για την προέλαση ενός προϊόντος τεχνολογικής καινοτομίας στις διεθνείς αγορές. Όσο αφορά τις μικρές επιχειρήσεις όμως, τα εργαλεία που προϋποθέτονται για να πραγματοποιηθεί κάτι τέτοιο είναι αρκετά πολυδάπανα και σε αρκετές περιπτώσεις λείπουν. Συμπερασματικά λοιπόν, η συστηματοποίηση των επιχειρήσεων, η ικανότητα προσέγγισης στη γνώση, τα εμπορεύματα κεφαλαίου και ανθρώπινου δυναμικού, οι δεξιότητες διαχείρισης και άλλα στοιχεία ανθρώπινου κεφαλαίου είναι ορισμένοι από τους συντελεστές που δύνανται να επιδράσουν στην εξάπλωση και στην ανταγωνιστική στάση των επιχειρήσεων. Η ανταγωνιστικότητα που εξαρτάται από την καινοτομία παρουσιάζεται τόσο ανθεκτική, όσο και η ανταγωνιστικότητα των εκτιμήσεων που συνεπάγεται ως αντενέργεια των επιχειρήσεων σε πιέσεις της αγοράς. Σε αρκετούς επιχειρηματικούς κλάδους, μία επιχείρηση που έχει μείνει πίσω στην παραγωγή νέων αναβαθμισμένων προϊόντων και υπηρεσιών και σε αναβαθμισμένους τρόπους παραγωγής και χορήγησης αυτών, ανάλογα, εντοπίζεται σε υπερβολικά χαμηλό επίπεδο ανταγωνιστικότητας. Καθώς η εξερεύνηση είναι η αφετηρία στην τεχνολογία και στην καινοτομία, αν δεν διατελέσει επιχειρηματική δραστηριότητα, δεν παράγεται προστιθέμενη αξία. Με τη ελάττωση του κύκλου ζωής των προϊόντων, οι επιχειρήσεις υποχρεώνονται να αντεπεξέρχονται επενδύσεις αυξημένες σε κεφάλαιο και υποχρεώνονται επίσης, να επενδύουν στο εφικτό που έχουν να αντενεργούν ταχέως. Για τις επιχειρήσεις οι νέες τεχνολογίες και η καινοτόμες λύσεις είναι κρίσιμος παράγοντας στη δημιουργία συγκριτικού πλεονεκτήματος και προστιθέμενης αξίας για τον πελάτη (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2003). Η στοιχειώδης υποδομή ΤΠΕ όπως τα απλά δίκτυα υπολογιστών και η πρόσβαση στο Διαδίκτυο απαρτίζει πια ουσιαστικό αγαθό για τις περισσότερες επιχειρήσεις ανεξαρτήτως τμήμα. Οι τεχνολογίες αυτές χρησιμοποιούνται πια τόσο ευρέως που φαίνονται πρωταρχικές για τη λειτουργία των επιχειρήσεων. Αντίθετα, οι εξελιγμένες υποδομές και οι παροχές πληροφόρησης βρίσκονται σε πιο αξιόλογη θέση στην οικονομία του μέλλοντος σε αναλογία με τις μεθόδους και την τεχνολογία, διότι εγκρίνουν και εμπνέουν το σχηματισμό νέων τρόπων χρήσης των επιχειρηματικών αλληλεξαρτήσεων και νέων μοντέλων επιχειρηματικότητας στην εξελισσόμενη ψηφιακή οικονομία. Μολονότι οι μεγάλες εταιρείες βρίσκονται σε θέση να υιοθετήσουν και να προαγάγουν αυτά τα πρότυπα, οι πιο μικρές πρέπει να τις ακολουθήσουν. Διαφορετικά, απειλούνται να αποκλειστούν από τα δεσμά προμήθειας. Αν και οι ΤΠΕ συνεχίζουν να απαρτίζουν έναν εποικοδομητικό πόρο για την ελάττωση των υφιστάμενων δαπανών, θεωρούνται ολοένα και παραπάνω ως ένα σύνεργο καινοτομίας και μεγέθυνσης των εισοδημάτων μέσω του σχηματισμού νέων υπηρεσιών και

μέσων εργασίας σε δεσμά και δίκτυα αξίας. Όσο επεκτείνονται αυτές οι νέες δραστηριότητες ανώτερης οξύτητας γνώσεων (όχι αποκλειστικά στον τομέα των υπηρεσιών αλλά και των δημιουργιών), παρακολουθούν νέοι έμπειροι μεσάζοντες, οι οποίοι αναλαμβάνουν τις μη πρωταρχικές επιχειρηματικές διαδικασίες προσεχών εταιρειών παραχωρώντας τους το εφικτό να επικεντρωθούν στις κύριες δραστηριότητες τους.

7. ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

7.1 BIANEΞ A.E

ΓΕΝΙΚΑ

Η BIANEΞ A.E. είναι ελληνική φαρμακευτική εταιρία που ιδρύθηκε το 1971 από την οικογένεια του Γιαννακόπουλου η οποία ασχολείται με τη φαρμακευτική βιομηχανία από το 1924. Η εταιρεία παρασκευάζει, εισάγει, συσκευάζει, εμπορεύεται και κατανέμει τεράστιο αριθμό φαρμακευτικών προϊόντων που περιλαμβάνουν όλες τις διάφορες θεραπευτικές κατηγορίες. Έχει επιπλέον διαμορφώσει στρατηγικές συνεργασίες και συμμαχίες με μεγάλες φαρμακευτικές οντότητες σε ολόκληρο τον κόσμο, όπως η Merck&Co, (ΗΠΑ), Sanofi Pasteur MSD (Γαλλία) και Takeda Pharmaceutical Company Limited (Ιαπωνία). Τα κεντρικά γραφεία εντοπίζονται στην Αθήνα, ενώ η εταιρεία έχει στη διάθεση της τρία εργοστάσια στην περιοχή της Αττικής και ένα στην Πάτρα. Η BIANEΞ A.E. έχει ακόμη ιδρύσει το δικό της κλάδο έρευνας και ανάπτυξης, στον οποίο λαμβάνει μέρος η ανάπτυξη νέων φαρμακευτικών σκευασμάτων για τη νοσηλεία διαφόρων φαρμακευτικών αιτιών. Η εταιρεία ξεκίνησε πρόσφατα να συνεργάζεται με διάφορα Πανεπιστήμια για την έρευνα και την ανάπτυξη νέων πετυχημένων μορίων τα οποία είναι αποτελεσματικά στη νοσηλεία σοβαρών ασθενειών. Η BIANEΞ A.E. παίρνει αρκετές πρωτοβουλίες Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης (CSR), μέσω των οποίων υποστηρίζει μια ποικιλία ενώσεων, οργανισμών και οργανισμών κοινωνικής πρόνοιας που ενεργούν στο τμήμα της υγείας. Συνεργάζεται επίσης στενά με τις πανεπιστημιακές κλινικές και ερευνητικά κέντρα της χώρας για την προβολή της

επιστημονικής γνώσης και την βραχυπρόθεσμη χρήση της έρευνας στα κέντρα παραγωγής της Βιανέξ, προς όφελος του ευρέος κοινού.

Εξαγωγές

Η εξαγωγική δραστηριότητα της ΒΙΑΝΕΞ μετρά πάνω από 20 χρόνια. Η εξάπλωση της, διεθνώς, πληθαίνει ατράνταχτα τα τελευταία 10 χρόνια περιστατικό που την καθιστά ανάμεσα στις μεγαλύτερες εξαγωγές της Ελλάδας. Η Εταιρεία είναι παρούσα, έχοντας επίσημα και σε διακίνηση προϊόντα σε 35 χώρες στην Ευρώπη (Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία, Ισπανία, Γερμανία, Δανία, Ολλανδία, Κύπρο), στη Μέση Ανατολή (Ιορδανία, Σ. Αραβία), στην Αφρική (Τυνησία, Σουδάν, Νότια Αφρική, Ακτή Ελεφαντοστού) και στην Ασία (Φιλιππίνες, Ιαπωνία, Βιετνάμ, Σιγκαπούρη, Ταϊβάν). Τα επιτυχημένα επακόλουθα των εξαγωγών της Εταιρείας, οφείλονται σε αρκετούς παράγοντες, όπως:

- Υψηλή ποιότητα των προϊόντων.
- Αξιόλογη ικανότητα παραγωγής μεγάλης κλίμακας, εξαιτίας των αδιάληπτων επενδύσεων που επιτελεί η Εταιρεία σε σύγχρονο μηχανολογικό εξοπλισμό.
- Αδιάληπτες επενδύσεις σε ανθρώπινο δυναμικό.
- Βραχυπρόθεσμη παράδοση των προϊόντων.
- Διαρκής έρευνα αγοράς.
- Συντονισμένη προέλαση.
- Εκλεκτή διανομή των προϊόντων.
- Εξαιρετική συνεργασία με τους συνεργάτες, εξαιτίας της έγκαιρης συνεννόησης με όλους τους εταίρους σε όλο τον κόσμο, της ευελιξίας στα διεκδικήσεις των πελατών μας και της οικονομικής ελευθερίας της ΒΙΑΝΕΞ.

Οι εξαγωγές διαιρούνται σε δύο τμήματα:

- Συμφωνίες εσοδείας προϊόντων τρίτων κατ' ανάθεση (Contract Manufacturing) με αρκετές πολυεθνικές εταιρείες.
- Εξαγωγές των προϊόντων της ΒΙΑΝΕΞ, μέσω τοπικών διανομέων (εταιρειών) σε όλες τις χώρες.

Πρέπει να διατυπωθεί ότι η BIANEΞ παρέχει ένα ειδικό τμήμα εγκρίσεων, το οποίο είναι ανταποκρινόμενο απολύτως στις ζητήσεις των οργανισμών υγείας κάθε χώρας, προάγει και διαρρυθμίζει φακέλους σύμφωνα με τις κατατοπίσεις των ανάλογων οργανισμών και έχει τεράστια εμπειρία στις Ευρωπαϊκές διαδικασίες MRP ή DCP.

7.2 ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε

Γενικά

Ήταν 1929 όταν οι Ιωάννης και Μαρία Γιώτη επινόησαν τη Γιώτης Α.Ε., ανοίγοντας έναν πρωτόγνωρο κλάδο για τα ελληνικά στοιχεία και το καχεκτικό ακόμη εμπόρευμα της ρημαγμένης τότε χώρας μας. Πρόκειται για την πρώτη εταιρεία παιδικών τροφών στην ελληνική αγορά. Από μια μικρή βιοτεχνία στην οδό Στρατηγού Καλλάρη στα Κάτω Πατήσια, που στην άλλη πλευρά εντοπίζονταν το σπίτι τους, το ζευγάρι Γιώτη κατασκεύασε αυτό που σήμερα όλοι οι γκουρού του μάρκετινγκ και των πωλήσεων αναφέρουν: «την κρίση ευκαιρία». Κάτι αντίστοιχο επιδιώκουν τώρα τα εγγόνια τους. Για την ακρίβεια, εντός στο κραχ της χώρας μας, ο Ιωάννης Γιώτης ο 2ος μαζί με τον εξάδελφο και συνονόματό του Ιωάννη επιζητούν το όμοιο με αυτό που κατασκεύασε ο παππούς τους, αλλά με πιο σύγχρονους όρους. Να επεκταθούν με άλλα λόγια στην οικογενειακή βιομηχανία σε συνθήκες χάους εξαιτίας των capital controls και υπό τον αποπνικτικό κλοιό που οι μεγάλοι πολυεθνικοί παίκτες προσδιορίζουν. Κι όλα αυτά εκεί που οι σχέσεις με τα σούπερ μάρκετ δοκιμάζονται και οι Έλληνες δεν δύνανται να επιτελέσουν τουλάχιστον τον στοιχειώδη προγραμματισμό. Εντούτοις, η Γιώτης επιτυγχάνει στο να διατηρεί δυνάμεις, να πολλαπλασιάζει το στίγμα της στην αγορά καθώς όλα τα νέα προϊόντα της κατακτούν σημαντικά μερίδια αγοράς, να συνεχίζει να εμφανίζει κέρδη και να πιστεύει ότι κάτι καλύτερο πλησιάζει. Κι όλα αυτά ενώ η αγορά καταρρέει, η χώρα δεν ξέρει ποιο θα είναι το μέλλον της και βεβαίως χωρίς αρωγές από το τραπεζικό σύστημα που βρίσκεται σε μεταίχμιο. Όμως, το πιο ενδιαφέρον στοιχείο στη ευμενή πορεία της βιομηχανίας Γιώτης είναι ότι οι πωλήσεις της μέσα στη κρίση αυξήθηκαν κατά 19 ολόκληρα εκατ. ευρώ. Κι αυτό με ταυτόχρονη διατήρηση της κερδοφορίας σε υψηλά επίπεδα. Για την ακρίβεια, το 2015 η εταιρεία εμφάνισε πωλήσεις κοντά στα 71 εκατ. ευρώ από 70,1 εκατ. ευρώ πέρυσι, εκεί που αυτές το 2009-10 ήταν στα 53-55 εκατ. ευρώ. Και αυτό με κέρδη άνω των 3,5 εκατ. ευρώ, κάτι διόλου εύκολο. Παρόλα αυτά υπάρχει κάτι που κάνει την

συγκεκριμένη ελληνική εταιρεία να αισιοδοξεί. Και αυτό είναι ότι οι Έλληνες μπορεί να περιορίσαν δραματικά τα έξοδα τους σε αναλογία με την ένδυση, την υπόδηση, τα ηλεκτρικά ή ηλεκτρονικά είδη, και γενικά πολλές δραστηριότητες, δύσκολα όμως θα στερούσαν κάτι αναφορικά με τη σίτιση των παιδιών τους. Πρόκειται για ένα ζήτημα ταμπού, που συνεχίζει και παραμένει ανθεκτικό στην Ελλάδα της καχεξίας.

Εξαγωγές

Η ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε έχει καρπωθεί από την αξιοπιστία και το γούστο αρκετών καταναλωτών και στις αγορές του εξωτερικού, μέσω της διαλεκτής γεύσης και υψηλής ιδιοσυστασίας των καινοτόμων προϊόντων της. Συνεπεί με το όραμα και τον σκοπό της εταιρείας, οι εξαγωγές πληθαίνουν κάθε χρόνο, καλύπτοντας περισσότερους από 25 προορισμούς στις πέντε ηπείρους. Στόχοι της εταιρείας είναι σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο βαθμό η λειτουργική τελειότητα, η ηγετική θέση των προϊόντων και η στενή αλληλεξάρτηση με τους καταναλωτές, με σκοπό να ικανοποιηθούν και οι πιο απαιτητικές ανάγκες και επιθυμίες τους, μέσω της προσαρμογής των προϊόντων της εταιρείας στις διατροφικές και καταναλωτικές συνήθειες κάθε χώρας. Σύνθημά της εταιρείας για τις εξαγωγές: «Σκέψου παγκόσμια – Δούλεψε τοπικά». Σε γενικές γραμμές, χώρια από τα προϊόντα που παράγει η εταιρεία και εξάγει διεθνώς, παράγει επίσης, συγκεκριμένα προϊόντα που εκδίδονται αποκλειστικά στις αγορές του εξωτερικού, όπως επίσης και τις Βρεφικές Κρέμες Fytrolac και Jotis, με ξεχωριστή σύνθεση, που διατίθενται αποκλειστικά στην Κίνα και τις Cremilac που διατίθενται στην Αίγυπτο.

Τα προϊόντα που δημιουργούνται από τη ΓΙΩΤΗΣ Α.Ε. και εκδίδονται αποκλειστικά στο εξωτερικό είναι τα εξής:

- ✓ Cake Mixes
- ✓ Cocoa & Chocolate Drinks
- ✓ Cooking Agents
- ✓ De la crème instant pudding
- ✓ Puddings
- ✓ Tortas
- ✓ Traditional desserts
- ✓ Waffle Sticks

- ✓ Mix for ice cream
- ✓ Βρεφικές Κρέμες Κίνας Fytrolac
- ✓ Βρεφικές Κρέμες Κίνας JOTIS
- ✓ Βρεφικές Κρέμες Αιγύπτου Cremilac

7.3 MINEPBA Α.Ε

Γενικά

Αρχίζοντας τη δραστηριότητα της στην ελληνική αγορά στις αρχές του 1900 στο τμήμα του ελαιόλαδου, η MINEPBA έχει εξελιχθεί σήμερα σε μία από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις της χώρας στο τμήμα των τροφίμων, με αξιόλογη εξαγωγική δραστηριότητα. Περπατώντας στο δεύτερο αιώνα ζωής της, η MINEPBA θέτει το όραμα της για το μέλλον, την επένδυση στην αειφόρο ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα της αγροτικής οικονομίας. Στο δρόμο των 115 χρόνων της, η MINEPBA διάβηκε από το εμπόριο στη βιομηχανία, επένδυσε στην ελληνική παραγωγή και κατασκεύασε βιομηχανικές εγκαταστάσεις. Τόνωσε τις αλληλεξαρτήσεις της με τους Έλληνες αγρότες και προέκτεινε τη δραστηριότητα της από το τμήμα του ελαιόλαδου σε πολλές ομοταξίες τροφίμων. Έφτιαξε ισχυρές εμπορικές μάρκες που έχουν πλεονεκτήσει στην αγάπη και στην πεποίθηση των καταναλωτών στην Ελλάδα και συνείσφερε στην προέλαση των ελληνικών προϊόντων και της μεσογειακής διατροφής σε 25 χώρες του κόσμου, ελαιόλαδο κορυφαίας ποιότητας, ο καρπός της ελληνικής γης, συνδυάζει άρρηκτα την MINEPBA με την ελληνική γεωργική παραγωγή και το ελληνικό χωριό. Μαργαρίνες, βούτυρα, τυροκομικά προϊόντα με αιχμή την ελληνική φέτα, που συναρτώνται με τις παραδοσιακές ελληνικές γεύσεις και προβάλλουν τις αξίες της μεσογειακής διατροφής. Καινοτόμα προϊόντα, επακόλουθο πολυετούς έρευνας, παρέχουν στον καταναλωτή υγιεινές επιλογές για μια ορθή και ισορροπημένη διατροφή. Στρατηγικές συνεργασίες στο τμήμα των λειτουργικών τροφίμων, επενδύσεις στην κατηγορία των τυροκομικών προϊόντων, εξαγορές εταιρειών και ισχυρών brand names, τεράστια γκάμα βιολογικών προϊόντων, ταξινομούν τη MINEPBA ανάμεσα στις πιο δυναμικές εταιρείες τροφίμων στην Ελλάδα.

Εξαγωγές

Με συστηματική εξαγωγική δραστηριότητα από τη δεκαετία του 1950, η MINEPBA είναι η μεγαλύτερη εξαγωγική εταιρεία τυποποιημένου ελαιόλαδου στην Ελλάδα. Η εξάπλωση των διεθνών δραστηριοτήτων συγκροτεί πρωταρχικό κομμάτι της στρατηγικής της εταιρείας και τα τελευταία χρόνια αναδεικνύεται σε έναν αξιόλογο εξαγωγικό φορέα που συνεισφέρει στην προβολή των ελληνικών προϊόντων στο εξωτερικό. Η διανομή των προϊόντων γίνεται σε 25 χώρες και στις 5 ηπείρους μέσω ενός τεράστιου δικτύου διανομής, το οποίο παραχωρεί την ευκαιρία στον καταναλωτή σε όλον τον κόσμο να κατέχει την γνήσια γεύση του ελαιόλαδου και την ιδιοσυστασία των ελληνικών προϊόντων. Η MINEPBA προβάλλει ένα ολοκληρωμένο καλάθι ελληνικών προϊόντων -πρωταρχικών συστατικών της μεσογειακής κουζίνας- βάζοντας στόχο να καταστήσει το όνομα της κήρυκα της ποιότητας των ελληνικών προϊόντων. Ποικιλίες όπως ελαιόλαδο, λευκά τυριά, μαργαρίνες, βιολογικά τρόφιμα, βαλσάμικο ξίδι και κρέμες βαλσάμικου, παραχωρούν την ευκαιρία στους ξένους καταναλωτές να μάθουν την αυθεντική γεύση και την ιδιοσυστασία των ελληνικών προϊόντων και της μεσογειακής διατροφής. Τώρα η εξαγωγική δραστηριότητα της MINEPBA προοδεύει ατράνταχτα με ρυθμούς της τάξης του 15%, μέσα από νέες στρατηγικές προέλασης προϊόντων και νέες συνεργασίες. Επιδίωξη της MINEPBA είναι η επιπλέον επέκταση τόσο των αγορών όπου απευθύνεται όσο και των προϊόντων του εξαγωγικού καλαθιού της, συνεισφέροντας ως ακολούθως στην προέλαση των ελληνικών προϊόντων σε όλο τον κόσμο.

7.4 ΜΕΛΙΝΤΑ Α.Ε

Γενικά

Η Melinda από την ίδρυση της, το έτος 2000, εναρμονίζει τις παραδοσιακές τεχνικές μελισσοκομίας με τις πιο σύγχρονες εγκαταστάσεις τυποποίησης μελιού στην Ελλάδα. Η πλούσια φύση της Ελλάδας, βοηθάει τη Melinda στο να ξεχωρίζει και να παρέχει μια ευρύχωρη ποιοτική γκάμα μελιών για κάθε γευστική απαίτηση. Η Melinda είναι, στις μέρες μας, ένας από τους μεγαλύτερους μεταποιητές – συσκευαστές μελιού στην Ευρώπη, με τεράστια εξαγωγική δραστηριότητα και ετήσια παραγωγή 8.000 τόνων. Οι ζητήσεις των πελατών της έθεσαν εγκαίρως την ανάγκη σχηματισμού υψηλών προτύπων ποιότητας στην κατεργασία και

τυποποίηση του μελιού. Η εταιρεία Melinda, πιστεύει ότι η εξειδίκευση είναι αυτή που κάνει τη διαφορά. Η διευρυμένη και σε βάθος γνώση των αγορών που απευθύνεται, η υψηλή τεχνογνωσία πάνω στο μέλι, όπως και η επιδεξιότητα συνδυασμού αυτών με το εμπορικό know-how, της επιτρέπει να συσσωρεύει αξία σε όλες τις επιχειρηματικές της αλληλεξαρτήσεις και συνεργασίες.

Εξαγωγές

Η ικανότητα της Melinda να αντιλαμβάνεται τις ανάγκες του κάθε συνεργάτη – πελάτη της εταιρίας, παρέχοντας συγχρόνως το εφικτό αγοράς σημαντικών ποσοτήτων υψηλής ποιότητας μελιού, είναι δυνατόν να ικανοποιεί κάθε ζήτηση. Τα προϊόντα της Melinda διακινούνται με τεράστια επιτυχία στο εξωτερικό τροφοδοτώντας προπαντός τις αγορές της Κεντρικής και Δυτικής Ευρώπης όπως και τις Η.Π.Α. – Καναδά, περιστατικό που καθιστά τη Melinda τη μεγαλύτερη ελληνική εξαγωγική εταιρεία μελιού. Η δράση της εταιρείας όμως δεν περιορίζεται αποκλειστικά στα δικά της προϊόντα ενώ πέρα από αυτά βγάζει σημαντική γκάμα κωδικών μελιού ως private label για διακεκριμένες αλυσίδες Super market τόσο στον ελληνικό όσο και στο διεθνή χώρο. Επιπροσθέτως, στο πελατολόγιο της εντάσσονται και μεγάλοι εγχώριοι και ξένοι βιομηχανικοί πελάτες που ενεργούν στις ειδικότητες των γαλακτοκομικών, των ζαχαρωδών προϊόντων και της αρτοποιίας – ζαχαροπλαστικής. Η Melinda είναι άσειστος πρεσβευτής του ελληνικού μελιού και της ελληνικής επιχειρηματικότητας σε όλες τις μεγάλες εκθέσεις του εξωτερικού επιχειρώντας συνεχώς να προεκτείνει τον κύκλο των επιχειρηματικών της συνεργασιών με τους πελάτες του εξωτερικού, ενώ είναι σε θέση ακόμη να τους παρέχει πάντα προϊόντα με τη βέλτιστη αναλογία ποιότητας - τιμής.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η τελευταία δεκαετία αποτελεί μια αρκετά δύσκολη από οικονομικής και κοινωνικής περιόδο για την Ελλάδα. Ειδικότερα, μέσα σε αυτό το διάστημα το Α.Ε.Π. της χώρας συρρικνώθηκε περίπου κατά 25% ως αποτέλεσμα της εξαγωγικής δραστηριότητας και της μείωσης της εγχώριας παραγωγής, οδηγώντας ακόμη μεγαλύτερο μέρος του πληθυσμού στην ανεργία, όπως άλλωστε αποδεικνύεται από τα στοιχεία όχι μόνο του ΑΕΠ που παρουσιάστηκαν παραπάνω αλλά και από τα στοιχεία για τις εξαγωγές των τελευταίων ετών, τα οποία περιγράφουν σε ένα βαθμό την κατάσταση της οικονομίας το συγκεκριμένο χρονικό διάστημα. Ωστόσο, έγιναν και γίνονται προσπάθειες για την ανάκαμψη της χώρας μέσω της μείωσης των μισθών αλλά και μέσω ελαστικότερων μορφών εργασιακών σχέσεων με στόχο την προσέλκυση ξένων επενδύσεων αλλά και την ενθάρρυνση νέων εγχώριων επενδύσεων που θα βοηθήσουν στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και ως φυσική εξέλιξη στην σταδιακή ανάκαμψη της χώρας. Όσον αφορά τώρα τις εγχώριες επιχειρήσεις, οι οποίες κατά 99% είναι μικρομεσαίες, δίνονται κίνητρα για εξαγωγές μέσω απλούστευσης των γραφειοκρατικών διαδικασιών για την ολοκλήρωση μιας εξαγωγής. Οι εξαγωγές αποτελούν την κύρια λύση για την αύξηση των εσόδων των επιχειρησέων. Επομένως, κινήσεις για την επαναπροσέγγιση των Ευρωπαϊκών αγορών αλλά και την επέκταση προς τις Αραβικές αγορές δημιουργούν ουσιαστικές συνθήκες για την ανάκαμψη των εξαγωγών και την άνοδο της εγχώριας παραγωγής. Ταυτόχρονα, η ενασχόληση των νέων με τον αγροτικό τομέα δηλώνουν μια τάση για αύξηση των ελληνικών εξαγωγών. Άρα, όλες οι ενέργειες που μόλις περιγράψαμε είναι ιδιαίτερα θετικές για την ελληνική οικονομία για το παρόν και συνεπώς και για το άμεσο μέλλον.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ✓ Μελάς Κ. και Πολλάλης Ι. (2005), Παγκοσμιοποίηση και Πολυεθνικές επιχειρήσεις, εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
- ✓ Γεωργιάδης Σ.Α (2000), Νέες Μορφές Συμβάσεων της σύγχρονης οικονομίας: Leasing, Factoring, Forfaiting, Franchising, 4η έκδοση, εκδόσεις Αντ. Ν. Σάκκουλα, Αθήνα
- ✓ Κυρκίλης Δ. (2002), Άμεσες Ξένες Επενδύσεις Α' έκδοση, εκδόσεις: Κριτική, Αθήνα
- ✓ Ευθύμογλου, Π. Ελευθεριάδης, Ι. (2012), Θέματα Χρηματοοικονομικής Διοίκησης, Τεύχος Β', αυτοέκδοση
- ✓ Θάνος, Γ. Κιόχος, Π. Παπανικολάου, Γ. (2002), Χρηματοδότηση των επιχειρήσεων, α' Έκδοση, Σύγχρονη Εκδοτική Ε.Π.Ε..
- ✓ Νούλας, Α. (2016), Αγορές Χρήματος και Κεφαλαίου, β' Έκδοση, Ανικούλα.
- ✓ Χριστόπουλος, Α. Ντόκας, Ι., (2012) Θέματα Τραπεζικής και Χρηματοοικονομικής Θεωρίας, Κριτική.
- ✓ Παπαδόπουλος, Κ. (2012), Εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης επιχειρήσεων, Μεταπτυχιακή Διατριβή, Πανεπιστήμιο Πειραιώς.
- ✓ Mason, C. and Botelho, T. (2013) «The transformation of the business angel market: evidence from Scotland», https://www.gla.ac.uk/media/Media_302219_smxx.pdf.
- ✓ Agyarong, D. (2010), "Micro, Small and Medium Enterprises' Activities, Income Level and Poverty Reduction in Ghana—A Synthesis of Related Literature", International Journal of Business and Management, Vol. 5, No 12, pp.196–205.
- ✓ Grimaldi, R. and Grandi, A. (2005), “Business incubators and new venture creation: an assessment of incubating models”, Technovation, Vol. 25, pp. 111-121.
- ✓ Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες, Χατζηδημητρίου Α.Ιωάννης, Εκδόσεις Ανικούλα Αμαλία, 2003.
- ✓ Αλογοσκούφης Γεώργιος, Διάλεξη «Πολυεθνικές επιχειρήσεις, ενδιάμεση παραγωγή στο εξωτερικό και ενδιάμεσες προμήθειες από το εξωτερικό», 25.4.2012.
- ✓ Χατζηδημητρίου, Ι.Α (2003): «Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες», Εκδόσεις ΑΝΙΚΟΥΛΑ, Θεσσαλονίκη.
- ✓ Makris, I.A. (2014): «Associating firm characteristics with dynamic exporting activity», International Journal of Business Environment, Vol. 6, No 4.

- ✓ Bernard, A.B., Jensen B.J. (2001): «Why some firms Export», National Bureau of Economic Research (NBER), working paper, 2001.
- ✓ INTERNATIONAL ECONOMICS, (9TH EDITION) PAUL KRUGMAN & MAURICE OBSTFELD.
- ✓ Hultman M., Katsikeas C. and Robson M.J. (2011) «Export Promotion Strategy and Performance: The Role International Experience», Journal of International Marketing.
- ✓ Toevs Alden L.”Gap Management: Managing interest rate risk in banks and thrifts, economic review, Federal Reserve Bank Of San Francisco, Spring 1983
- ✓ Παπαβασιλείου Ν. και Ήντουνας Κ. (2005), Η Τιμολογιακή Στρατηγική της επιχείρησης, Σταμούλης, Αθήνα
- ✓ Χρηματιστηριακές κρίσεις & επενδυτικά εργαλεία : μια κριτική προσέγγιση βασιζόμενη στα νέα δεδομένα της παγκοσμιοποίησης, της ΟΝΕ, των χρηματιστηριακών αγορών και κινδύνων ,Γιάννη Θ. Μητσιόπουλου, Εκδόσεις Σταμούλης,2001
- ✓ Becketti Sean , Are Derivatiew too risky for Banks? Economic Review, Federal Reserve Bank of Kansas City, Third Quarter 1993
- ✓ Μαρούλη Κ. Δημητρίου και Ευστρατόγλου Β. Κλεάρχου (1996), Διαρθρωτικά και θεσμικά προβλήματα των ελληνικών εξαγωγών. Υφιστάμενη κατάσταση και προτάσεις πολιτικής, Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών
- ✓ Porter, M.E. and Stern, S.,(1999). The New Challenge to America’s Prosperity: Findings from the Innovation Index, Council on Competitiveness
- ✓ Porter, M.E. (1990) The Competitive advantage of nations, New York: The Free Press.
- ✓ World Economic Forum (2003) Executive Opinion Survey, Cornelius P. K. (ed), Porter M. E., Schwab K., Switzerland.

WEBSITE

- <https://www.euretiro.com/>
- <http://exagoges.gr/>
- <https://eurostat.statistics.gr/>
- <http://www.pse.gr/exporters>
- <http://www.pspa.uoa.gr/> Άρθρο «Οι πολυεθνικές επιχειρήσεις στην παγκόσμια οικονομία».
- <https://www.aueb.gr/> Μελέτη «Ορισμοί, βασικές έννοιες και χαρακτηριστικά των πολυεθνικών επιχειρήσεων».
- <https://www.acci.gr/acci/Home/tabid/28/language/el-GR/Default.aspx> (Εμπορικό & Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών, 2013)
- https://www.specisoft.gr/home/news/docs/Arthro_Business_Plan.pdf
- <https://www.hba.gr/Home/History?page=8-top>
- https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%9A%CE%AF%CE%BD%CE%B4%CF%85%CE%BD%CE%BF%CF%82_%CE%B1%CE%B3%CE%BF%CF%81%CE%AC%CF%82
- <http://repository.edulll.gr/edulll/retrieve/4619/1315.pdf> (Χλέτσος, 2005)
- <https://www.kathimerini.gr/economy/local/1045894/i-krisi-apogeiose-tis-ellinikes-exagoges/>
- <https://www.statistics.gr/>
- <https://www.seve.gr/%CE%B1%CF%8D%CE%BE%CE%B7%CF%83%CE%B7-%CE%B5%CE%BE%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CF%8E%CE%BD-%CE%BA%CE%B1%CE%B9-%CF%80%CE%B5%CF%81%CE%B9%CE%BF%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82-%CF%84%CE%BF%CF%85-%CE%B5/>
- <https://onthedottranslations.com/greek-translation-services/>
- https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%92%CE%99%CE%91%CE%9D%CE%95%CE%9E_%CE%91.%CE%95.
- <https://www.vianex.gr/intro>

- <https://www.jotis.gr/>
- <https://www.minerva.com.gr/>
- <http://melinda.gr/>

Πνευματικά δικαιώματα

Copyright © Πανεπιστήμιο Πατρών. Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Δηλώνω ρητά ότι, σύμφωνα με το άρθρο 8 του Ν. 1599/1988 και τα άρθρα 2,4,6 παρ. 3 του Ν. 1256/1982, η παρούσα εργασία αποτελεί αποκλειστικά προϊόν προσωπικής εργασίας και δεν προσβάλλει κάθε μορφής πνευματικά δικαιώματα τρίτων και δεν είναι προϊόν μερικής ή ολικής αντιγραφής, οι πηγές δε που χρησιμοποιήθηκαν περιορίζονται στις βιβλιογραφικές αναφορές και μόνον.

ΜΠΙΤΡΑΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ – ΣΕΡΓΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ, [2020]