



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ
ΙΔΡΥΜΑ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΣΤΗ
ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Οι ελληνικές ιδιωτικές επιχειρήσεις και οι εξαγωγικές
τους επιδόσεις την τελευταία περίοδο πριν και μετά την
οικονομική κρίση»**

Φοιτητής 1: Ελευθεριάδης Χαράλαμπος (Α.Μ. 14283)

Φοιτητής 2: Φράγκος Ηλίας (Α.Μ. 15013)

Επιβλέπων: Μαυριδάκης Θεοφάνης

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2018

Περίληψη

Τα τελευταία χρόνια υπάρχει μια σπουδαία αύξηση των εισαγωγών με αντίστοιχη ελάττωση αρκετά μεγάλου ποσού των εξαγωγών στην χώρα μας, αυξάνοντας τις επιδράσεις από την ύφεση της, όπως δηλώνουν τα ποσοστά του ΑΕΠ τα τελευταία τέσσερα χρόνια. Με βάση τα στατιστικά στοιχεία, στην πραγματικότητα είχε ξεκινήσει η μειωτική τάση της χώρας μας, όπως επίσης και το εμπορικό ισοζύγιο παρέμεινε αρνητικό τα χρόνια της ύφεσης, με μοναδική εξαίρεση το έτος 2008, όπου καταγράφηκε μια μικρή ανάπτυξη των ελληνικών εξαγωγών. Επομένως, εφόσον με βάση τα στατιστικά του έτους 2013, οι εξαγωγές της Ελλάδας καταγράφουν μεγάλη μείωση και συγκεκριμένα για το πρώτο εξάμηνο του έτους 2013 το ποσοστό κυμαίνονταν 2,5% ερχόμενο σε αντίθεση με το χρονικό διάστημα του 2012, όπου διαμορφώθηκε στα 8,3 δισεκατομμύρια ευρώ, όπου καταγράφηκε το χαμηλότερο ποσοστό εξαγωγών όπου ακολούθησε μετέπειτα το έτος 2011 που οι εξαγωγές κυμαίνονταν στα 8,47 δισεκατομμύρια ευρώ. Εκτός από αυτά υπάρχουν πολλά σημαντικά στατιστικά που δείχνουν μια τάση προς ανάπτυξη των καταστάσεων στις εξαγωγικές δραστηριότητες της Ελλάδας. Ιδιαίτερα, γίνεται λόγος για μια σπουδαία μεγιστοποίηση της συμμετοχής των νέων στον πρωτογενή τομέα, όπου τα τελευταία χρόνια δεν έχει πειραχτεί καθόλου. Ταυτόχρονα βελτιώνονται τα εργοστάσια της ελληνικής κλωστοϋφαντουργίας αλλά παράλληλα υπάρχουν χρηματοδοτήσεις μέσω ευρωπαϊκών προγραμμάτων που ωθούν τις εξαγωγικές δραστηριότητες των εργοστασίων στο εξωτερικό. Επομένως, η εξάπλωση των Ελληνικών εξαγωγών αναφορικά και με καινούργιες εξαγωγικές τοποθεσίες και με καινούργια αγαθά, σχετιζόμενα με την εξάπλωση του αγροτικού τομέα αλλά και του τομέα της κλωστοϋφαντουργίας προσφέρουν μια ροπή προς ανάπτυξη των επιδόσεων στις εξαγωγικές δραστηριότητες της Ελλάδας και συγχρόνως ένα σπουδαίο βήμα για τη ανάπτυξη της τοπικής οικονομίας όπως φαίνεται και από τα ποσοστά του Α.Ε.Π. Έτσι ο σκοπός της εργασίας είναι να ενημερώσει τους αναγνώστες για τις εξαγωγικές επιδόσεις που έχουν οι ελληνικές ιδιωτικές επιχειρήσεις στην περίοδο της κρίσης και μετά. Η μεθοδολογία που ακολουθείται είναι αναφορική με στόχο στην μελέτη περίπτωσης που παραθέτετε για τον αγροδιατροφικό κλάδο και τα επιπλέον στοιχεία θα παρατεθούν παρακάτω έτσι ώστε να γίνει κατανοητό το υλικό.

Λέξεις Κλειδιά : Διεθνοποίηση, Παγκοσμιοποίηση, Εξαγωγικές επιχειρήσεις, Τοπική οικονομία, οικονομική κρίση

Abstract

In recent years, there has been a significant increase in imports, with a corresponding reduction in a fairly large amount of exports in our country, increasing the effects of its recession, as reported by GDP rates over the last four years. On the basis of the statistics, the downward trend of our country, as well as the trade balance remained negative in the years of the recession, with the exception of the year 2008, where there was a slight increase in Greek exports. Therefore, since on the basis of the 2013 statistics, Greece's exports record a significant decrease, namely for the first half of 2013, the rate was 2.5% in contrast to the 2012 period, where it stood at 8.3 billion euros, where the lowest export rate was recorded, followed by exports in the year to EUR 8.47 billion. In addition, there are many important statistics that show a trend towards developing the situation in Greece's export activities. In particular, there is talk of a major increase in the participation of young people in the primary sector, where in the last few years they have not been bothered. At the same time, the factories of the Greek textile industry are being improved, but there are also European funding programs that drive the export activities of factories abroad. Therefore, the expansion of Greek exports in terms of both new export sites and new commodities related to the expansion of the agricultural sector and the textile sector offers a momentum to develop performance in Greece's export activities and, at the same time, an important step in the development of the local economy, as shown by GDP rates. So the purpose of the paper is to inform readers about the export performance of Greek private companies during the crisis period and beyond. The methodology followed is relevant to the case study you quote for the agri-food industry and the additional data will be listed below to understand the material.

Key words: *Internationalization, Globalization, Exporting Companies, Local Economy, Financial Crisis*

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	1
Περιεχόμενα	3
Κατάλογος διαγραμμάτων.....	5
Κατάλογος πινάκων.....	6
Κατάλογος εικόνων	7
Ευχαριστίες.....	8
Εισαγωγή	9
Κεφάλαιο 1ο : Παγκοσμιοποίηση	12
1.1 Εισαγωγή.....	12
1.2 Η έννοια της παγκοσμιοποίησης	13
1.3 Η διεθνοποίηση αγορών και επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.....	18
1.4 Οι πολυεθνικές επιχειρήσεις.....	20
1.5 Η επιχειρηματική στρατηγική ανάπτυξης	22
1.6 Άλλες Στρατηγικές Επιλογές Ανάπτυξης.....	28
1.6.1 Συγκέντρωση-Διείσδυση Αγοράς.....	29
1.6.2 Ανάπτυξη αγοράς	31
1.6.3 Ανάπτυξη προϊόντων.....	32
1.7 Οι παράγοντες και οι λόγοι διεθνοποίησης	33
Κεφάλαιο 2ο: Η εξωστρέφεια και κρίση.....	35
2.1 Μακροοικονομικοί προσδιοριστικοί παράγοντες εξωστρέφειας	35
2.1.1 Εγχώριες επενδύσεις.....	36
2.1.2 Ξένες άμεσες επενδύσεις.....	38
2.1.3 Συναλλαγματική ισοτιμία.....	40
2.1.4 Φορολογική πολιτική	42
2.1.5 Μέγεθος της χώρας.....	44
2.1.6 Χρηματοπιστωτικό σύστημα.....	45
Κεφάλαιο 3ο: Το εμπορικό ισοζύγιο στην Ελλάδα.....	46
3.1 Εισαγωγές.....	46

3.2 Οι εξαγωγές και οικονομική κρίση	47
3.2.1 Τα εμπόδια των εξαγωγών	49
3.3 Οι πολιτικοί κίνδυνοι.....	54
3.4 Οι στρατηγικές μείωσης του πολιτικού κινδύνου	56
Κεφάλαιο 4ο: Η εξαγωγική δραστηριότητα των ελληνικών επιχειρήσεων	58
4.1 Εμπόριο και εισοδος στην Ε.Ε.	58
4.2 Οι ελληνικές εξαγωγές τότε και σήμερα	60
4.3 Η ιστορική αναδρομή στις επενδύσεις	61
Κεφάλαιο 5° : Τα στατιστικά στοιχεία των εξαγωγών.....	63
5.1 Η γεωγραφική κατανομή των εξαγωγών.....	63
5.2 Οι εξαγωγές σε σχέση με το ΑΕΠ της Ελλάδας.....	65
5.3 Στοιχεία εισαγωγών και εξαγωγών την περίοδο 2004-2016	66
5.4 Κριτική προσέγγιση.....	67
Κεφάλαιο 6ο: Αγροδιατροφικός κλάδος στην Ελλάδα	70
6.1 Περιγραφή κλάδου	70
6.2 Στατιστικά στοιχεία εξαγωγών του αγροδιατροφικού κλάδου.....	74
6.2.1 Ακαθάριστη προστιθέμενη αξία αγροδιατροφικού τομέα.....	74
6.2.2 Η απασχόληση.....	75
6.2.3 Το Ισοζύγιο του κλάδου	77
Επίλογος	78
Βιβλιογραφία.....	79

Κατάλογος διαγραμμάτων

Διάγραμμα 1: Η συμμετοχή της γεωργίας και της μεταποίησης τροφίμων στην εθνική οικονομία σε όρους προστιθέμενης αξίας, 2000-2011 (τρέχουσες τιμές, εκατ. ΕΥΡΩ)

Διάγραμμα 2: Η συμμετοχή της γεωργίας και της μεταποίησης τροφίμων στην εθνική οικονομία σε όρους απασχόλησης, 2000-2011 (000 φυσικά πρόσωπα)

Διάγραμμα 3: Η απασχόληση στη γεωργία σε όρους Ατόμων και Ισοδύναμων Ετήσιων Μονάδων Πλήρους Απασχόλησης (AWUs), Συνολικό Τακτικό Εργατικό Δυναμικό, 2005, 2007, 2010

Διάγραμμα 4: Εξαγωγές γεωργικών και μεταποιημένων γεωργικών προϊόντων, 2004-2011 (€'000)

Κατάλογος πινάκων

Πίνακας 1: Κύριοι εξαγωγικοί προορισμοί

Πίνακας 2: Ελληνικές Εξαγωγές κατά Γεωγραφικές Περιοχές (Ιανουάριος - Νοέμβριος 2009 -2010)

Πίνακας 3: ΑΕΠ & Εξαγωγές

Πίνακας 4: Το εμπορικό ισοζύγιο για την περίοδο 2004-2016

Κατάλογος εικόνων

Εικόνα 1 : Τα ποσοστά του αγροδιατροφικού κλάδου

Εικόνα 2 : Τα ποσοστά προϊόντων του αγροδιατροφικού κλάδου

Ευχαριστίες

Ολοκληρώνοντας την παρούσα πτυχιακή εργασία, θα ήθελα να εκφράσουμε τις ειλικρινείς μας ευχαριστίες σε όσους βοήθησαν τόσο στα πλαίσια της παρούσας πτυχιακής εργασίας, όσο και κατά τη διάρκεια των σπουδών μου.

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε πρώτα από όλους τον καθηγητή κ. Μαυριδάκη για την ανάθεση και την επίβλεψη της πτυχιακής μας εργασίας καθώς και για την άψογη συνεργασία και καθοδήγηση του σε όλη τη διάρκεια της εκπόνησης αυτής της εργασίας.

Θα ήθελα επίσης, να ευχαριστήσω τα μέλη της εξεταστικής επιτροπής, καθώς και όλους τους διδάσκοντες του τμήματος ΣΔΟ/ΕΠΔΟ για τις γνώσεις που μας παρείχαν όλα αυτά τα χρόνια.

Τέλος, επειδή με την εργασία αυτή ολοκληρώνονται και οι σπουδές μας ως προπτυχιακοί φοιτητές θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε την οικογένεια μας για την αμέριστη στήριξη που μας παρείχε όλα αυτά τα χρόνια.

Εισαγωγή

Από τα μέσα της δεκαετίας του 1990, έως και το 2007, μπορούμε να πούμε ότι η Ελλάδα βρισκόταν σε συνεχή οικονομική ανάπτυξη, ενώ συμπεριλαμβανόταν στις αναπτυσσόμενες οικονομίες της Ευρωζώνης, στην ίδια κατηγορία με την Ιρλανδία και το Λουξεμβούργο. Η ανάπτυξη αυτή στηριζόταν ως επί το πλείστον στην εσωτερική κατανάλωση, είτε ήταν δημόσια, είτε ήταν ιδιωτική, ενώ σημαντικό ρόλο διαδραμάτισε στην αναπτυξιακή διαδικασία, η εισροή κονδυλίων από τα ευρωπαϊκά διαρθρωτικά ταμεία, με την ναυτιλία και τον τουρισμό να αποτελούν εξέχοντος τομείς στην ανάπτυξη.

Ωστόσο, από το 2008, η Ελλάδα βρίσκεται σε βαθιά οικονομική κρίση, με την απώλεια του ΑΕΠ, να είναι μεγάλη αγγίζοντας το 25%. Ειδικότερα, το 2008 το ΑΕΠ της χώρας ήταν 233.197,7 εκ. €, ενώ το 2016 σε 175.888 εκ. €, ενώ και για το 2017 δεν φαίνεται να υπάρχει ισχυρή αναπτυξιακή δυναμική, καθώς την οικονομία την χαρακτηρίζει μια στασιμότητα. Η κρίση χρέους που δημιουργήθηκε, ανέσυρε στην επιφάνεια σημαντικά, χρόνια και δομικά προβλήματα της οικονομίας και είχε ως αποτέλεσμα να παρθούν δραστικά μέτρα δημοσιονομικής προσαρμογής, αλλά και να ξεκινήσουν δειλά δειλά να γίνονται μεταρρυθμίσεις στην αγορά εργασίας, προϊόντων και υπηρεσιών.

Το 2016, παγκοσμίως, φαίνεται να σταθεροποιήθηκε η παγκόσμια ανάπτυξη στο 3,1% , ενώ για τα έτη 2017 και 2018, αναμένεται ισχυροποίηση, παρόλο που στην αρχή της χρονιάς υπήρξε έντονος προβληματισμός και αβεβαιότητα λόγω της ανασφάλειας που προκαλούσε το επικείμενο Brexit. Άλλα σημαντικά στοιχεία που πρέπει να αναφερθούν αναφορικά με το έτος 2016, είναι ότι το εμπόριο συνέχισε τη ανοδική του πορεία, παρουσιάζοντας ωστόσο μια κάμψη συγκριτικά με το 2016, ενώ η Ευρώπη αλλά και η Ευρωζώνη, εξακολούθησαν να έχουν χαμηλούς ρυθμούς ανάπτυξης.

Στην Ελλάδα, τα χρόνια που ακολούθησαν το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης και όπου εφαρμόστηκαν τα προγράμματα διάσωσης της οικονομίας, αυξήθηκε σε πολύ

μεγάλο βαθμό η ανεργία, φθάνοντας από 388.000 ανέργους το 2008 σε 1.330.000 το 2013, ενώ αξιοσημείωτο είναι ότι παρατηρήθηκε ελάττωση της ανεργίας το 2016 με τον αριθμό των ανέργων να φθάνει το 1.131.000. Παρά την μείωση, το ποσοστό της ανεργίας παραμένει σε δυσθεώρητα επίπεδα, καθώς αγγίζει το 23,5% < συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης αλλά και γενικότερα του ανεπτυγμένου δυτικού κόσμου.

Οι σημαντικότεροι κλάδοι που παρατηρήθηκε αύξηση της απασχόλησης ήταν ο κλάδος της μεταφοράς και αποθήκευσης, ο κλάδος των ασφαλιστικών δραστηριοτήτων και της δημόσιας διοίκησης, ενώ υπήρχαν και κλάδοι που παρουσίασαν μείωση της απασχόλησης, όπως είναι ο κλάδος των επιστημονικών-τεχνικών και επαγγελματικών δραστηριοτήτων καθώς και τα επαγγέλματα που αφορούν τον πρωτογενή τομέα.

Όσον αφορά το οικονομικό κλίμα, μπορούμε να πούμε ότι το 2016, εμφανίστηκε μικρό έλλειμμα στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, που άγγιξε το 0,6%, ποσοστό που είναι σημαντικό μειωμένο με τα προ κρίσης επίπεδα. Επίσης, το έλλειμμα στο ισοζύγιο εμπορικών αγαθών παρουσίασε κάμψη κατά 3,5%, όπως και οι εξαγωγές συνολικά οι οποίες διαμορφώθηκαν στα 25 δις €.

Όσον αφορά τα στοιχεία που αφορούν το 2017, τα δημοσιονομικά αποτελέσματα του πρώτου εξαμήνου, ήταν σημαντικά βελτιωμένα τόσο έναντι του στόχου, όσο και έναντι των περυσινών αποτελεσμάτων. Πιο συγκεκριμένα, τα στοιχεία από την εκτέλεση του Προϋπολογισμού 2017, αποτυπώνουν ότι το πρωτογενές ισοζύγιο του κρατικού προϋπολογισμού βρίσκεται στα επίπεδα του 1,9 δις € αυξημένο κατά 1,5 δις € σε σχέση με τον στόχο που είχε τεθεί για το πρώτο εξάμηνο του έτους από το Μεσοπρόθεσμο Πρόγραμμα Δημοσιονομικής Στρατηγικής 2018-2021.

Όσον αφορά τις εξαγωγές, η διεύρυνση τους συνεχίστηκε στο τελευταίο τρίμηνο του 2016, όπου υπάρχουν και τα πιο πρόσφατα στοιχεία, ωστόσο αυτό έγινε σε μικρότερο βαθμό, 5,7% έναντι 11% στο προηγούμενο τρίμηνο. Το δεύτερο εξάμηνο του 2016 παρατηρήθηκε αύξηση των εξαγωγών κατά 8,3%, ωστόσο δεν αρκούσε το ποσοστό αυτό για να ισοσταθμίσει την μείωση που εμφάνισαν οι εξαγωγές κατά το πρώτο εξάμηνο του 2016. Η μικρή πτώση των εξαγωγών για το 2016, που για πρώτη φορά

έγινε μετά το 2009, και έφτασε το 1,5% οφείλεται κυρίως στην κάμψη που εμφάνισαν το πρώτο εξάμηνο του 2016, κάτι που διαμόρφωσε εν τέλει και τις τάσεις όλης της χρονιάς. Οι εξαγωγές αγαθών διαμορφώθηκαν σε μέγιστο επίπεδο, τουλάχιστον από το 1960, φθάνοντας τα 31,1 δις € και η αναλογία τους στο ΑΕΠ διαμορφώθηκε στο 16,9%.

Συνολικά, από το 2010, τα μακροοικονομικά στοιχεία δείχνουν μια αύξηση των εξαγωγών κυρίως των αγαθών, καθώς η επιβίωση πολλών επιχειρήσεων σε μεγάλο βαθμό διαμορφώθηκε από την ικανότητα τους να απευθυνθούν στην εξωτερική ζήτηση για να καλύψουν το κενό της ζήτησης στην εγχώρια αγορά. Επιπρόσθετα, υπάρχει μια στροφή της οικονομίας προς εμπορεύσιμα αγαθά και υπηρεσίες και γενικότερα σε επιχειρηματικές δραστηριότητες σε όλους τους τομείς. Σύμφωνα με πλήθος ερευνών και μελετών που διεξήχθησαν τα τελευταία χρόνια οι επιχειρήσεις που εμφανίζουν εξαγωγική δραστηριότητα φαίνεται να έχουν καλύτερες επιδόσεις, συγκριτικά με αυτές που δεν προχωρούν σε εξαγωγές. Οι επιχειρήσεις που αναπτύσσουν πρώτες παραγωγική δραστηριότητα είναι οι παραγωγικές, ενώ οι επιχειρήσεις που πραγματοποιούν εξαγωγές ενισχύουν σημαντικά την απασχόληση με υγιείς και βιώσιμες θέσεις αυξάνοντας παράλληλα την παραγωγικότητα τους.

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία διερευνάται η ανάπτυξη των ελληνικών εξαγωγικών επιχειρήσεων και κυρίως οι επιδόσεις τους πριν και μετά την οικονομική κρίση. Η σύγκριση αυτή αποσκοπεί στο να διαπιστώσει σε τι βαθμό ενίσχυσε την εξωστρέφεια των ελληνικών επιχειρήσεων η οικονομική κρίση και ο περιορισμός της εγχώριας κατανάλωσης, ενώ παράλληλα εξετάζεται και η ανάπτυξη εξαγωγικής δραστηριότητας από τους σημαντικότερους οικονομικούς κλάδους. Στόχος της εργασίας είναι να αναδειχθεί η συμβολή των εξαγωγών στην ανάπτυξη της οικονομίας, ενώ παράλληλα να διερευνηθεί παραθέτοντας ποσοτικά και συγκριτικά στοιχεία η δυνατότητα οι εξαγωγές να αποτελέσουν την κορυφή στην πυραμίδα της αναπτυξιακής προσπάθειας που πραγματοποιεί ή θα έπρεπε να πραγματοποιεί η χώρα. Τέλος, μελετάται διεξοδικά από την πλευρά των εξαγωγών ο αγροδιατροφικός κλάδος, καθώς πιστεύουμε ότι πρωτοστατεί στις εξαγωγές, ενώ εμφανίζει τεράστιες δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης ιδίως μέσω της μεταποίησης, της τυποποίησης και της διάθεσης διεθνώς πιστοποιημένων και επώνυμων προϊόντων με σημαντική προστιθέμενη αξία.

Κεφάλαιο 1ο : Παγκοσμιοποίηση

1.1 Εισαγωγή

Από τα αρχαία χρόνια, οι Κινέζοι, οι Φοίνικες και οι Αρχαίοι Έλληνες ανέπτυσαν σημαντική δράση στο τότε διεθνές εμπόριο, συμβάλλοντας στην ίδρυση αποικιών, ενώ το εμπόριο της εποχής μπορούμε να πούμε ότι συντέλεσε στην εξάπλωση των αναπτυγμένων αυτών πολιτισμών. Τα πρώτα χρόνια τα προϊόντα που διακινούσαν ήταν πολυτελή, ενώ τα επόμενα χρόνια, οι Έλληνες ξεκίνησαν τις εξαγωγές μαζικών προϊόντων (Βαμβούκας, 2004).

Αργότερα οι Ρωμαίοι εστίασαν σε εξειδικευμένα προϊόντα, ενώ κατά τη διάρκεια των Βυζαντινών χρόνων, η Κωνσταντινούπολη εξελίχθηκε σε σημαντικό εμπορικό λιμάνι του τότε γνωστού κόσμου, ενώ η σύγχρονη μορφή της διεθνούς επιχειρηματικότητας άρχισε να κάνει την εμφάνισή της στον μεσαίωνα.

Η ανακάλυψη των νέων χωρών και το πέρασμα των ωκεανών, δημιούργησε την ανάγκη για την ανάπτυξη πολυεθνικής δραστηριότητας των εταιριών, οι οποίες έπρεπε να δεσμεύουν σημαντικά κεφάλαια για τα δεδομένα της εποχής προκειμένου να καταφέρουν και να διενεργήσουν τα εξερευνητικά και εμπορικά ταξίδια (Βερναδάκης, 2006).

Στα χρόνια που ακολούθησαν και ιδίως από τις αρχές της δεκαετίας του 1950, το διεθνές εμπόριο και οι επενδύσεις σε διεθνές επίπεδο, έγιναν από τους σημαντικότερους τομείς της οικονομίας.

Η διεθνής επιχειρηματική δραστηριότητα περιλαμβάνει τη διεθνή ανταλλαγή συντελεστών παραγωγής, αγαθών, όπως για παράδειγμα είναι οι πρώτες ύλες, καθώς και η διεθνής διακίνηση κεφαλαίων. Με την διαρκή ανάπτυξη του διεθνούς εμπορίου, ξεκίνησε η ανάπτυξη των επενδύσεων, κυρίως των άμεσων επενδύσεων, παράλληλα, δημιουργήθηκε η ανάγκη διοίκησης των υπεροπόντιων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων (Γεωργόπουλος, 1994).

1.2 Η έννοια της παγκοσμιοποίησης

Παρόλο που η παγκοσμιοποίηση είναι μια έννοια που συγκεντρώνει το ενδιαφέρον σε όλα τα επίπεδα της καθημερινότητας καθώς φαίνεται να επιδρά σημαντικά στη ζωή μας, δεν έχει καθιερωθεί κάποιος ορισμός ο οποίος να μπορούσαμε να πούμε ότι είναι κοινός αποδεκτός.

Το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης περιγράφει την διεθνή ολοκλήρωση των προϊόντων, της τεχνολογίας, της εργασίας αλλά και του κεφαλαίου. Στο υπό διαμόρφωση ανταγωνιστικό περιβάλλον, οι επιχειρήσεις προσπαθούν να εφαρμόσουν παγκόσμιες στρατηγικές, που να έχουν ως στόχο τη σύνδεση αλλά και τον συντονισμό των διεθνών δραστηριοτήτων σε μια παγκόσμια βάση (Θανόπουλος, 2006).

Η παγκοσμιοποίηση μπορεί να διακριθεί στην παγκοσμιοποίηση των αγορών και στην παγκοσμιοποίηση της οικονομίας. Η παγκοσμιοποίηση των αγορών ορίζεται ως η διαρκής διαδικασία ενδυνάμωσης του βαθμού αλληλεξάρτησης και αλληλεπίδρασης των αγορών των χωρών όλου του κόσμου.

Καθώς η οικονομία μιας χώρας εμπεριέχει τις αγορές της, η παγκοσμιοποίηση των αγορών, οδηγεί στην παγκοσμιοποίηση της οικονομίας, δηλαδή στην ενίσχυση του βαθμού αλληλεξάρτησης των εθνικών οικονομιών.

Η έννοια της παγκοσμιοποίησης χαρακτηρίζεται από μείωση της σημασίας των αποστάσεων, αλλά και κατά κάποιον τρόπο «κατάργηση» της έννοιας των εθνικών συνόρων για την άσκηση κάθε είδους διεθνούς επιχειρηματικής δραστηριότητας (Κεφαλάς, 1999).

Η παγκοσμιοποίηση / διεθνοποίηση ταυτίζεται με κάποιες τάσεις που έκαναν την εμφάνιση τους μετά το 1950 ή τουλάχιστον από τότε ενισχύθηκαν σημαντικά, όπως είναι η διεθνή κινητικότητα αγαθών, χρημάτων, πληροφοριών και ανθρώπων, ενώ εδώ μπορούν να συμπεριληφθούν και η ανάπτυξη της τεχνολογίας, των οργανισμών, των νομικών συστημάτων και των υποδομών που οδήγησαν και ενίσχυσαν περαιτέρω αυτή τη κινητικότητα (Κυρικλής, 2002).

Η παγκοσμιοποίηση μπορεί να χαρακτηριστεί ως ιδιαίτερα έντονη μορφή διεθνοποίησης, η οποία ωστόσο φαίνεται να έχει υπάρξει και στο παρελθόν σε διαφορετικές χρονικές περιόδους, παρόλο που πολλοί θεωρούν ότι αποτελεί φαινόμενο μόνο της σημερινής εποχής.

Για παράδειγμα, κάποιες συγκεκριμένες σημαντικές διαστάσεις της παγκοσμιοποίησης όπως είναι η μετακίνηση εμπορευμάτων, κεφαλαίων και ανθρώπων, διαπιστώνουμε ότι εμφανίζουν ιδιαίτερα αναπτυγμένη δραστηριότητα και κατά τη διάρκεια του 19^{ου} αιώνα (Πολλαλής, 2005).

Η παγκοσμιοποίηση ως μια διαδικασία που ενοποιεί τις αγορές και τους παραγωγικούς συντελεστές, οδηγεί μέσω της αλληλεξάρτησης και της αλληλοσύνδεσης των εθνικών οικονομικών στη διαμόρφωση μιας νέας παγκόσμιας τάξης.

Χαρακτηριστικό τις εποχής που διανύουμε, είναι ότι πλέον η ανθρωπότητα έχει απομακρυνθεί από ένα οικονομικό σύστημα στο οποίο οι αγορές εθνικών κρατών είναι απομονωμένες από τις άλλες εξαιτίας δασμών, απόστασης, χρόνου και κουλτούρας,, ενώ συγκλίνει προς ένα σύστημα που οι εθνικές αγορές συγχωνεύονται για να δημιουργήσουν μια μεγάλη παγκόσμια αγορά (Μελάς, 2005).

Κάθε χώρα έχει συμφέρον να εξάγει προϊόντα που παράγονται με χαμηλό κόστος συγκριτικά με τους ανταγωνιστές της στο εσωτερικό, ενώ επιδιώκει να εισάγει προϊόντα τα οποία παράγονται με χαμηλότερο κόστος στο εξωτερικό.

Οι διαφορές αυτές του κόστους μπορεί να σχετίζονται με τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που εμφανίζει κάθε χώρα, λόγω π.χ. του κλίματος, του εδάφους, των φυσικών πόρων, της τεχνολογίας, της τεχνογνωσίας, της ποσότητας και της ποιότητας των συντελεστών παραγωγής που χρησιμοποιεί και τέλος του μεγέθους της εσωτερικής αγοράς, δηλαδή αν μπορούν να δημιουργούνται οικονομίες κλίμακας (Παπαδάκης, 2002).

Η παγκοσμιοποίηση συνιστά ένα μέσο για την επίτευξη προόδου, η δημιουργίας πλούτου, επέκτασης των ευκαιριών, καθώς και παροχής προστατευτικού περιβάλλοντος για την επιχειρηματικότητα αλλά και για επιχειρήσεις.

Επιπλέον, η παγκοσμιοποίηση προσφέρει πρόσβαση σε ιδιαίτερα σημαντικές ευκαιρίες όπως είναι η αξιοπρεπής εργασία, η προώθηση της ανάπτυξης που σέβεται την κοινωνική δικαιοσύνη στο ευρύτερο πλαίσιο της ανοικτής οικονομίας και των ανοικτών κοινωνιών (Πανηγυράκης, 1999).

Η παγκοσμιοποίηση θα μπορούσαμε να πούμε ότι επικράτησε για μια σειρά από λόγους και παράγοντες ιδίως στο πιο πρόσφατο παρελθόν.

Οι σημαντικότεροι από αυτούς είναι οι ακόλουθοι (Παπάζογλου, 2014) :

- Η χαλάρωση στους ελέγχους κατά την κίνηση των διεθνών κεφαλαίων, καθώς τα τελευταία χρόνια διακινούνται σημαντικά χρηματικά ποσά σε διάφορες χώρες του κόσμου με ευκολότερο τρόπο συγκριτικά με το παρελθόν.
- Ο περιορισμός των εμπορικών φραγμών και των τιμολογίων για αγαθά και υπηρεσίες μεταξύ των εθνών.
- Η άνοδος και επικράτηση του ευρωπαϊκού μοντέλου, όπου ουσιαστικά έχουν καταργηθεί οι δασμοί αλλά και διάφορες στρεβλώσεις μεταξύ των κρατών μελών, ενώ δεν μπορεί να παραβλεφθεί η συνεισφορά του ευρώ προς αυτή τη κατεύθυνση.
- Η διάδοση των επιχειρηματικών και οικονομικών γνώσεων σε παγκόσμιο επίπεδο.
- Η ταχεία και δυναμική ανάπτυξη της τεχνολογίας, καθώς και η ενίσχυση της καινοτομίας σε παράγοντες όπως είναι οι συγκοινωνίες, οι μεταφορές, η πληροφορική και οι τηλεπικοινωνίες, όπως είναι για παράδειγμα το διαδίκτυο και το πλήθος λειτουργιών και ευκολιών που προσφέρει. Οι παράγοντες αυτοί εκτός από την μείωση του κόστους οδηγούν στην αύξηση της ταχύτητας διακίνησης των παραγωγικών συντελεστών σε διεθνές επίπεδο.

- Η επικράτηση σε παγκόσμιο επίπεδο τάσεων που αποζητούν οικονομική ολοκλήρωση, και ιδίως στον ευρωπαϊκό χώρο, όπου κοινός στόχος των 28 είναι η σύγκλιση.
- Οι ανάπτυξη και εφαρμογή των διεθνών συμφωνιών που στοχεύουν στην απελευθέρωση των διεθνών συναλλαγών, προϊόντων, υπηρεσιών, κεφαλαίων και τεχνολογίας.
- Το άνοιγμα των αγορών στις χώρες που βρίσκονταν παλαιότερα στο σοβιετικό μπλοκ, αλλά και στις χώρες που τα τελευταία χρόνια άλλαξαν πολιτικές διακυβέρνησης (όπως για παράδειγμα η Κούβα)

Οι παράγοντες που διευκόλυναν τη διάδοση της διεθνοποίησης η οποία με τη σειρά της επέφερε σημαντική αύξηση στην αξία των διεθνών συναλλαγών, καθώς και στη διερεύνηση των καναλιών διανομή προϊόντων. Έτσι, ενισχύθηκε η αλληλεπίδραση των αγορών και των οικονομιών των χωρών του κόσμου.

Είναι κοινή πεποίθηση, ότι οι χώρες που απομακρύνονται από την παγκοσμιοποίηση, απομονώνονται και προσπαθούν να επιβιώσουν με αυτάρκεια, αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα, τα οποία είναι αρκετά πολύπλοκο έως αδύνατον να επιλύσουν. Για τα λόγο αυτό η συντριπτική πλειοψηφία των κρατών, στρέφονται και αγωνίζονται προς μια κατεύθυνση παγκόσμιας ολοκλήρωσης (Σιώμκος, 2004).

Ωστόσο, αξίζει να αναφέρουμε τις σημαντικότερες συνέπειες της παγκοσμιοποίησης όπου είναι οι ακόλουθες (Fujita, 2012) :

- Η σημαντική επίδραση που ασκούν οι διεθνείς εξελίξεις στις επιχειρήσεις και στους πολίτες, ανεξάρτητα από το μέγεθος της επιχείρησης καθώς και τον τομέα. Για παράδειγμα, μια επιχείρηση μπορεί να επηρεαστεί από τις διεθνείς οικονομικές, κοινωνικές και πολιτικές εξελίξεις. Για παράδειγμα αν παράγει ένα προϊόν με εισαγόμενη πρώτη ύλη ή είναι εισαγόμενο ένα μέρος των πρώτων υλών και αλλάζει διεθνώς η τιμή, τότε αμέσως επηρεάζεται και το κόστος και η λειτουργία της επιχείρησης που το χρησιμοποιεί ως πρώτη ύλη.

- Αλλαγές στον ανταγωνισμό, που θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως κοσμογονικές. Τέτοιου είδους αλλαγές είναι η ενίσχυση του διεθνούς ή αλλιώς εισαγόμενου ανταγωνισμού, η έλλειψη κρατικής προστασίας από τον διεθνή ανταγωνισμό, η ραγδαία εντατικοποίηση των συνθηκών ανταγωνισμού που επικρατούν και αφορούν τόσο τη τιμή όσο και την ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρονται στις τοπικές και διεθνείς αγορές. Η συνεχής αύξηση του ρόλου της καινοτομίας για τη βελτίωση της παραγωγικότητας, για την μείωση του κόστους αλλά και για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας γενικότερα.
- Η αύξηση της σημασίας που έχει η εικόνα μιας εθνικής οικονομίας στις διεθνείς αγορές κεφαλαίων για την ευημερία των επιχειρήσεων αλλά και των νοικοκυριών. Για παράδειγμα, μια επιχείρηση που δραστηριοποιείται σε μια χώρα που η εθνική της οικονομία δεν είναι σε καλή κατάσταση, δυσκολεύεται και η ίδια καθώς ενδεχομένως να μην μπορεί να αντλήσει χρηματοδότηση από τις διεθνείς αγορές, με αποτέλεσμα να εμφανίζει πρόβλημα στη λειτουργία της και στην παραγωγή.

1.3 Η διεθνοποίηση αγορών και επιχειρηματικών δραστηριοτήτων

Η μεθοδολογία της διεθνοποίησης των επιχειρήσεων αλλάζει και συνδέεται από το τύπο της επιχείρησης και από τον τομέα στον οποίο ανήκει. Από την άλλη πλευρά, το ποσοστό επέκτασης και διεξόδου των εταιρειών στις ξένες αγορές εξαρτάται βασικά από τα δεδομένα που έχει διαθέσιμα η εταιρεία για την ξένη αγορά, και στην συνέχεια από την πείρα που λαμβάνει η εταιρεία έχοντας ήδη εισέλθει σε νέες αγορές και παρακολουθώντας τον τρόπο λειτουργίας της (Χαζάκης, 2003).

Χρησιμοποιώντας και πράττοντας τα παραπάνω δεδομένα η εταιρεία θα κατευθυνθεί σε μία ορθή αξιολόγηση της αγοράς. Ένας από τους βασικότερους λόγους διεθνοποίησης των εταιρειών και εισχώρησης τους σε καινούργιες αγορές είναι συνήθως, η κακή θέση στην οποία τοποθετείται η εγχώρια αγορά με αποτέλεσμα οι αφορμές για την επέκταση της εταιρείας να είναι πολύ περιορισμένες.

Ταυτόχρονα, πρέπει να αναφερθεί ότι τα τελευταία χρόνια, μια ακόμη αιτία για τον οποίο οι εταιρείες έχουν εισέλθει προς τη παγκόσμια αγορά, απαρτίζει την ανάγκη τους να επεκταθούν σε νέες περιοχές όπου υπάρχουν πολλές αφορμές προς εκμετάλλευση όπως επίσης και η ανάγκη τους να τα βγάλουν πέρα στις διαρκώς αυξανόμενες ανάγκες των καταναλωτών σε διεθνές επίπεδο.

Επομένως, η τακτική της διεθνοποίησης υποχρεώνει τις εταιρείες να δημιουργήσουν νέες τακτικές και να εφαρμόσουν τα νέα στοιχεία προκειμένου να διατηρηθεί η εταιρεία ανταγωνιστική. Κάποιες από τις τακτικές όπου πρέπει να εφαρμόσουν οι επιχειρήσεις είναι η δημιουργία νέων προϊόντων με χαμηλότερο κόστος και η δημιουργία νέων προϊόντων που έχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι κάποιων άλλων (Χατζηδημητρίου, 2003).

Εξαιτίας του υπάρχον ανταγωνισμού οι εταιρείες πρέπει με τα λιγότερα μέσα για την παραγωγική διαδικασία να έχουν τα μεγαλύτερα δυνατά αποτελέσματα. Η εισχώρηση στις ξένες αγορές πρέπει να πραγματοποιείται σταθερά και κατέχοντας άριστη γνώση της φύσης του προϊόντος προερχόμενο από τις ανάγκες των καταναλωτών από την παγκόσμια αγορά.

Έτσι, οι εταιρείες αφού στοχεύσουν την αγορά στην οποία θα εισχωρήσουν θα πρέπει, αφού έχει γίνει η απαιτούμενη διαδικασία ανάλυσης της συγκεκριμένης αγοράς, πρέπει να δημιουργήσουν ένα σημαντικό πλάνο στρατηγικού μάρκετινγκ (Czinkota, 1993).

Με την προαπαιτούμενη έρευνα αγοράς η εταιρεία είναι σε διαρκή ενημέρωση για τις απαιτήσεις των καταναλωτών καθώς και για τις ανταγωνιστικές εταιρείες που δρουν στην παγκόσμια αγορά. Για την έρευνα αγοράς χρειάζονται είτε πρωτογενή, είτε δευτερογενή στοιχεία.

Τα πρωτογενή στοιχεία, όπου είναι πολύ χρονοβόρα για να συλλεχθούν, συγκεντρώνονται συγκεκριμένα για την παρούσα έρευνα και εμπεριέχουν ακριβές δεδομένα που να είναι σημαντικά για τον έλεγχο των διαδικασιών του μάρκετινγκ.

Αντιθέτως, τα δευτερογενή στοιχεία είναι δεδομένα που προϋπάρχουν ήδη και έχουν συγκεντρωθεί για λόγους εκτός από εκείνους που αφορούν την έρευνα.

Είναι αλήθεια ότι κάθε εταιρεία που εξαπλώνεται παγκοσμίως, θέλει να μεταβάλλει καταλλήλως το προϊόν, την τιμή, τη διανομή και την προβολή του προϊόντος στις παγκόσμιες αγορές. Με αποτέλεσμα, η σχέση των πρωτογενών και των δευτερογενών στοιχείων είναι πλήρης για την λήψη στρατηγικού σχεδίου μάρκετινγκ (Rokainen, 1993).

Στη παγκόσμια επιχειρηματικότητα, η εταιρεία έχει τη ευκαιρία να ελέγχει ποικίλες μεταβλητές, όπως την πολιτική των πωλήσεών της, την διαδικασία παραγωγής, κ.α. Εκτός τις σταθερές μεταβλητές, υπάρχουν μερικές που δεν ελέγχονται από την εταιρεία και τις οποίες πρέπει να πάρει στα σοβαρά, για να προχωρήσει σε επιλογή της συγκεκριμένης αγοράς.

Το συμπέρασμα δηλαδή απ' όλο αυτό είναι, ότι στηριζόμενοι στην πληροφόρηση που μας δίνουν οι έρευνες αγοράς, στοχεύουμε την αγορά βασιζόμενοι σε συγκεκριμένες παραμέτρους (Daniels, 1998).

1.4 Οι πολυεθνικές επιχειρήσεις

Ως πολυεθνική ή διεθνική επιχείρηση είναι μία εταιρεία που λαμβάνει μέρος σε μία άμεση ξένη επένδυση και έχει στην κατοχή της ή ελέγχει παραγωγικές μονάδες σε παραπάνω από ένα κράτος.

Αυτές είναι τα βασικά στοιχεία, που υποχρεούται να πληροί μια εταιρεία για να ονομάζεται πολυεθνική και αυτή η έννοια είναι παγκοσμίως αποδεκτή στους ακαδημαϊκούς και επιχειρησιακούς κύκλους, από παγκόσμιους οργανισμούς, όπως ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης, το κέντρο Ηνωμένων Εθνών για τις παγκόσμιες επιχειρήσεις, από τις πιο πολλές εθνικές κυβερνήσεις, καθώς και από οργανισμούς συλλογής στατιστικών στοιχείων (Radebaugh, 1998).

Επομένως, όταν μία πολυεθνική εταιρεία πραγματοποιεί μία επένδυση στο εξωτερικό, φτιάχνοντας ένα καινούργιο κτίριο ή φτιάχνοντας μία καινούργια εταιρεία εκεί ή να αποκτήσουν μία εταιρεία στο εξωτερικό αυτό αποτελεί μία άμεση ξένη επένδυση. Το επιτόκιο, τα κέρδη και τα μερίσματα που απορρέουν από τις ξένες επενδύσεις μπορούν να επενδυθούν ξανά στο εξωτερικό.

Στη παγκόσμια βιβλιογραφία έχουν διευκρινιστεί ποικίλα κριτήρια για το επίπεδο διεθνοποίησης και πολυεθνικότητας μιας εταιρείας τα οποία μπορούν να χωριστούν σε τρεις ομάδες όπου είναι τα οικονομικά, η οργάνωση και το management. Στηριζόμενοι στα στοιχεία αυτά προκύπτουν ποικίλοι ορισμοί. Τα οικονομικά στοιχεία ερευνούν το μέγεθος, τη γεωγραφική διασπορά και την έκταση των ενεργειών των πολυεθνικών εταιρειών σε ξένες χώρες (Darling, 2004).

Στηριζόμενοι στα στοιχεία αυτά, το επίπεδο της πολυεθνικότητας μιας εταιρείας σχετίζεται με τον αριθμό των συνολικών πωλήσεων, του ενεργητικού, της παραγωγής και των κερδών που εξαρτώνται από ενέργειες της επιχείρησης σε ξένες χώρες. Με βάση τα στοιχεία αυτά προκύπτει ο παρακάτω ορισμός ότι κάθε εταιρεία με μία ή παραπάνω από μία θυγατρικές μονάδες σε ξένη χώρα είναι αποδεκτό να ονομάζονται πολυεθνικές εταιρείες (Seristo, 2004).

Τακτικά στη βιβλιογραφία διαπιστώνουμε ότι για να γίνει μια εταιρεία πολυεθνική πρέπει να έχει υλοποιηθεί ένα μέρος της συνολικής δραστηριότητας σε άλλες χώρες. Ο αριθμός αυτός είναι μεταξύ 20-25% των συνολικών πωλήσεων, στο σύνολο του ενεργητικού, στα συνολικά κέρδη, ή στη συνολική παραγωγική διαδικασία της εταιρείας.

Τα διαχειριστικά δεδομένα λαμβάνουν ως στοιχείο το μέγεθος και τη γεωγραφική διασπορά των μονάδων, ενώ υπολογίζεται η δομή της οργάνωσης τους, η συγκεντροποίηση των βασικών αποφάσεων, η συνολική στρατηγική και η δεξιότητα της εταιρείας να αναπτυχθεί σαν ένα βασικό σύνολο στον διεθνή τομέα υπό μεταβαλλόμενες καταστάσεις.

Έτσι μία εταιρεία λαμβάνεται ως πολυεθνική, με βάση το επίπεδο ενσωμάτωσης των θυγατρικών εταιρειών της στο σύστημα οργάνωσης, παραγωγής διοίκησης και στρατηγικής της πολυεθνικής ομάδας στο σύνολο του έτσι ώστε να επιταχύνεται η επίτευξη των σκοπών του (Dunning, 2008).

Τα στοιχεία management δημιουργήθηκαν από τους ειδικούς της διοίκησης επιχειρήσεων και έχουν να κάνουν με τη στρατηγική των θυγατρικών της πολυεθνικής ομάδας σε άλλες χώρες που έχει μία γεωκεντρική ή διεθνή κατεύθυνση.

Επομένως στηριζόμενοι στο στοιχείο αυτό, ως πολυεθνική εταιρεία ορίζεται η εταιρεία, που οι θυγατρικές της σε ξένες χώρες έχουν διεθνή κατευθυντήρια στρατηγική και έχουν ως σκοπό την δημιουργία παγκοσμίων ή περιφερειακά ολοκληρωμένων διαδικασιών.

Οι πολυεθνικές εταιρείες έχουν την ευθύνη για το μεγαλύτερο μέρος των άμεσων ξένων επενδύσεων, για αυτό τα πιο πολλά στατιστικά στοιχεία που χρησιμοποιούνται αφορούν τις άμεσες ξένες επενδύσεις (Lundan, 2008).

1.5 Η επιχειρηματική στρατηγική ανάπτυξης

Οι πιο περιζήτητες και παγκοσμίως διαδεδομένες επιλογές εταιρικής/επιχειρηματικής στρατηγικής είναι αυτές που έχουν δημιουργηθεί για να πετύχουν την βελτίωση των πωλήσεων, των κεφαλαίων, των κερδών ή την συσχέτιση αυτών (Micek, 2011).

Η λογική που ορίζει τις στρατηγικές ανάπτυξης είναι ότι οι εταιρείες αναπτύσσονται σε ένα δυναμικό και μεταβαλλόμενο κλίμα και πρέπει να βελτιωθούν για να επιβιώσουν.

Οι κύριες κατηγορίες στρατηγικών ανάπτυξης είναι οι εξής (Hardy, 2011) :

- Κάθετη ολοκλήρωση.
- Οριζόντια ολοκλήρωση όπου διαχωρίζεται σε διασπορά-διαφοροποίηση δραστηριοτήτων, η οποία εξειδικεύεται σε συσχετισμένη και ασυσχετιστη.
- Συγκέντρωση-διείσδυση αγοράς.
- Ανάπτυξη αγοράς.
- Ανάπτυξη προϊόντων.

1.5.1 Στρατηγική κάθετης ολοκλήρωσης

Στρατηγική κάθετης ολοκλήρωσης ονομάζουμε την ευκαιρία μιας εταιρείας να λάβει παρουσία είτε προς τα μπροστά, δηλαδή στους διανομείς ή/και στους λιανοπωλητές των προϊόντων ή υπηρεσιών της, είτε προς τα πίσω δηλαδή στους προμηθευτές της.

Η κατοχή παρουσίας μπορεί να σημαίνει ότι η εταιρεία δημιουργεί με δικά της στοιχεία μια άλλη εταιρεία που ξεκινάει τη διανομή των προϊόντων/υπηρεσιών ή την προμήθεια των πρώτων υλών, είτε εξαγοράζει/συγχωνεύεται με μια άλλη εταιρεία (Carik, 2011).

Επομένως, η εταιρεία μπορεί να δημιουργήσει στρατηγικές συμμαχίες με άλλες εταιρείες που υπάρχουν σε προηγούμενα ή επόμενα επίπεδα παραγωγής και διάθεσης. Ως αποτέλεσμα, οι δύο στρατηγικές κάθετης ολοκλήρωσης η μία είναι προς τα μπροστά και η άλλη προς τα πίσω.

Σε κάθε επίπεδο της παραγωγικής αλυσίδας δημιουργείται αξία για το προϊόν/υπηρεσία. Έτσι, η εταιρεία που ενεργεί σε ένα συγκεκριμένο επίπεδο της διαδικασίας παραγωγής λαμβάνει το προϊόν/υπηρεσία του προηγούμενου επιπέδου και το τροποποιεί με τρόπο έτσι ώστε να αξίζει περισσότερο για την επιχείρηση που θα το λάβει στο επόμενο επίπεδο της αλυσίδας αξίας, έως ότου το προϊόν/υπηρεσία καταλήξει στον τελικό καταναλωτή (Hill, 2007).

1.5.2 Νέες τάσεις πέρα από την κάθετη ολοκλήρωση

Για αρκετές επιχειρήσεις τα μειονεκτήματα από την κάθετη ολοκλήρωση είναι πιθανόν περισσότερα από τα πλεονεκτήματα. Λόγω αυτού προκρίνονται διαφορετικές στρατηγικές επιλογές.

Ακόμα και στην σημερινή εποχή, μπορεί οποιοσδήποτε να βρει αρκετά καθετοποιημένα συγκροτήματα. Είναι βέβαιο ότι τα τελευταία χρόνια η κάθετη ολοκλήρωση προς τα πίσω δεν είναι ομοίως γνωστή στις διεθνείς επιχειρήσεις.

Είναι εφικτό να πούμε ότι κατά μέσο όρο υπάρχει μια ροπή για μικρότερη κάθετη ολοκλήρωση προς τα πίσω. Ο σκεπτικισμός που υπερισχύει με βάση το κατά πόσο οι στρατηγικές καθετοποίησης συνδυάζονται στη παρούσα τάχιστα μεταβαλλόμενη πραγματικότητα σε μεγάλες εταιρείες όπου η σκέψη της καθετοποίησης είναι ένα σύνολο για έναν αυξανόμενο ποσοστό επιχειρήσεων (Jones, 2007).

Μερικές γιγάντιες κάθετα ολοκληρωμένες εταιρείες προσπαθούν να αποσπαστούν σε μικρότερες, όπου είναι ευκολότερα διοικούμενες και περισσότερο ενεργητικές μονάδες, επομένως απολοκληρώνονται. Επομένως προσπαθούν να συμμαζέψουν τα κομμάτια τους, όχι όμως μέσω εξαγορών αλλά μέσω στρατηγικών συμμαχιών με διαφορετικού μεγέθους και είδους στρατηγικούς συμμάχους (Hollensen, 2001).

Παρακάτω πραγματοποιείται η ανάλυση τριών μεθόδων που επιλέγονται έναντι της καθετοποίησης με βάση των ιδιόκτητων επιχειρηματικών μονάδων (Kotler, 2003) :

- Των μακροχρόνιων συμφωνιών συνεργασίας /στρατηγικών συμμαχιών.
- Των βραχυχρόνιων συνεργασιών.
- Των συνεργασιών προστιθέμενης αξίας.

1.5.3 Οριζόντια ολοκλήρωση

Στρατηγική οριζόντιας ολοκλήρωσης είναι ότι μια εταιρεία θέλει να βελτιωθεί μέσω εξαγοράς, συγχώνευσης ή δημιουργίας όμοιων εταιρειών που λειτουργούν σε όμοιο επίπεδο της παραγωγικής αλυσίδας (Krugman, 2002).

Η οριζόντια ολοκλήρωση να έχει ως σκοπό την κατοχή μονοπωλιακών πλεονεκτημάτων σε στοχευόμενη αγορά, αλλά και με βάση της στρατηγικής αυτής μια εταιρεία αυξάνει τα μερίδια αγοράς της κι έτσι ελαττώνει ή εξαφανίζεται ο ανταγωνισμός.

Οι εταιρείες όπου εκτιμούν ότι είναι δυνατόν να αντλήσουν βασικές οικονομίες κλίμακας στην διάθεση ή τη δημιουργία του προϊόντος πολλές φορές τις εφαρμόζουν (Willard, 1990).

Επομένως, αρκετές φορές οι εταιρείες θέλουν να εξαγοράσουν τους ανταγωνιστές όπου έχουν χρηματοοικονομικά προβλήματα, όταν υπολογίζουν ότι βασιζόμενες στο διοικητικό ταλέντο και στα ποιοτικότερα διοικητικά συστήματα που οι ίδιες κατέχουν είναι δυνατόν πολύ εύκολα να αντιστρέψουν τα αρνητικά ποσοστά των επιχειρήσεων-στόχων.

Τα όμοια μειονεκτήματα που υπάρχουν για την κάθετη ολοκλήρωση υπάρχουν και για την οριζόντια ολοκλήρωση. Αρχικά, μια εταιρεία που εφαρμόζει στρατηγική οριζόντιας ολοκλήρωσης σε μακροχρόνια βάση εμπίπτει με τον τομέα και τις προοπτικές του (Levitt, 1983).

Επιπλέον, πολύ συχνά με βάση του κακού συντονισμού ανάμεσα στον ποικίλων επιχειρηματικών μονάδων, οι εταιρείες που περίμεναν να πετύχουν συνεργασίες με βάση τις κινήσεις οριζόντιας ολοκλήρωσης δεν κατάφεραν να τις πραγματοποιήσουν (Esch, 2004).

Συγκεκριμένα στην πλευρά της οριζόντιας ολοκλήρωσης με βάση των επιθετικών εξαγορών, οι άλλες κουλτούρες και το αρνητικό περιβάλλον μπορεί να αναστρέψουν τα περισσότερα αναμενόμενα κέρδη από την οριζόντια ολοκλήρωση.

Επομένως, δε θα πρέπει να ακυρώνεται η ανασταλτική δράση των εθνικών ή υπερεθνικών οργάνων προστασίας του ανταγωνισμού, όπου ερευνούν τις οριζόντιες κινήσεις και μπορούν να εισάγουν πρόστιμα ή ακόμα και να διαμορφώσουν την ακύρωση τους, εφόσον εκτιμήσουν πως θέτουν σε περιορισμό τις συνθήκες του ανταγωνισμού (Root, 1994).

Η οριζόντια ολοκλήρωση στο πρακτικό μέρος κυριεύει στη σκακιέρα των στρατηγικών βημάτων των εταιρειών στην σημερινή εποχή.

Αφού, οι τομείς όπου παίρνουν μέρος οι σημαντικότερες συγχωνεύσεις και εξαγορές είναι αυτοί που ενδεχομένως να υποστούν τροποποιήσεις του κλίματος του παρόντος μεγέθους και συχνότητας, έτσι ώστε η οριζόντια ολοκλήρωση να είναι απαραίτητη για τη εξασφάλιση της ανταγωνιστικότητας των εταιρειών, αλλά περισσότερο για την διατήρηση της ύπαρξης τους. Αυτές οι κινήσεις είναι προβλεπόμενες, αφού ουδεμία εταιρεία δε έχει διεθνή μερίδιο αγοράς πάνω από 10-12% (Tomczak, 2004).

1.5.4 Διαφοροποίηση δραστηριοτήτων (συσχετισμένη ή ασυσχέτιστη)

Όπως ήδη προαναφέραμε, η κατασκευή αξίας με βάση την συσχετισμένη διαφοροποίηση μπορεί να έρθει εις πέρας με μεταφορά δεξιοτήτων, εκμετάλλευση των οικονομιών εύρους ή/και μεγιστοποίησης της δύναμης στην αγορά.

Αντίθετα, ο μοναδικός τρόπος για τη κατασκευή αξίας με βάση της ασυσχέτιστης διαφοροποίησης είναι η εξαγορά και η αναδιοργάνωση των παρουσών διαδικασιών.

Επομένως η συσχετισμένη διαφοροποίηση είναι δυνατόν να δημιουργήσει αξία με πολλούς τρόπους και ισούται με ελάχιστο ρίσκο όταν η εταιρεία μεταβαίνει σε μία διαδικασία που σχετίζεται με τις ήδη παρούσες όπου θα περίμενε κάποιος να είναι και περισσότερο αποτελεσματική (Rundh, 2003).

Αντιθέτως, τα αποτελέσματα μελετών δείχνουν τη συσχετισμένη διαφοροποίηση να είναι σταδιακά πιο αποτελεσματική από την ασυσχέτιστη.

Όπως προαναφέραμε, τα γραφειοκρατικά κόστη είναι συνάρτηση του ποσοστού των διαδικασιών και του συγχρονισμού που προαπαιτείται ανάμεσα τους.

Στην συσχετισμένη διαφοροποίηση δημιουργούνται γραφειοκρατικά κόστη και εξαιτίας του ποσοστού των διαδικασιών της εταιρείας και εξαιτίας του απαραίτητου ανάμεσα σε αυτών συντονισμού. Από την άλλη, στην ασυσχέτιστη διαφοροποίηση δημιουργούνται γραφειοκρατικά κόστη μόνο εξαιτίας του ποσοστού των εταιρειών (Casillas, 2011).

1.6 Άλλες Στρατηγικές Επιλογές Ανάπτυξης

Οι παραπάνω στρατηγικές που έχουν αναλυθεί βασίζονται στην επέκταση μιας εταιρείας σε καινούργιες επιχειρηματικές διαδικασίες και καινούργιες αγορές.

Δηλαδή, μπορεί να στοχεύσει στα υπάρχοντα προϊόντα και στις υπάρχουσες αγορές δηλαδή να χρησιμοποιήσει την στρατηγική διείσδυσης και συγκέντρωσης αγοράς, μπορεί να εξαπλωθεί σε καινούργιες αγορές με τα παρόντα προϊόντα της δηλαδή να χρησιμοποιήσει την στρατηγική ανάπτυξης αγοράς, ή μπορεί να επεκταθεί με καινούργια προϊόντα στις παρούσες αγορές δηλαδή να χρησιμοποιήσει την στρατηγική ανάπτυξης προϊόντων (Rippel, 2008).

1.6.1 Συγκέντρωση-Διείσδυση Αγοράς

Η στρατηγική συγκέντρωσης αγοράς προϋποθέτει ότι η εταιρεία πρέπει να διαθέσει τα μέσα της στην πιο επιτυχή ανάπτυξη ενός προϊόντος, μιας αγοράς, ή μιας κυρίαρχης τεχνολογίας.

Αυτό μπορεί να το επιτευχθεί με τρεις συγκεκριμένους τρόπους (Terly, 2008) :

1. Με την αύξηση της χρήσης του προϊόντος της από τους υπάρχοντες πελάτες. Έτσι για θα βελτιώσει τις ποσότητες αγορών από τους καταναλωτές, ή θα βελτιώσει το επίπεδο απαξίωσης του προϊόντος, ή θα προωθήσει καινούργιες χρήσεις του προϊόντος, ή θα παρέχει ευκαιρίες τιμής για αγορά παραπάνω μονάδων προϊόντων.
2. Με την προσέλκυση των πελατών των ανταγωνιστών. Όπου μπορεί να καταφέρει να διαφοροποιήσει το προϊόν στα μάτια του καταναλωτή, με την βελτίωση των ευκαιριών προώθησης του προϊόντος, ή με την προσφορά μικρότερης τιμής.
3. Η εταιρεία μπορεί να στοχεύσει στην προσέλκυση μη χρηστών του προϊόντος. Όπου μπορεί να παρακινήσει δοκιμαστική χρήση μέσω δειγμάτων ή κουπονιών, ή να προωθήσει καινούργιες χρήσεις του προϊόντος.

Η παρούσα στρατηγική συνίσταται όταν (Weber, 2003) :

- Οι παρούσες αγορές δεν είναι κορεσμένες.
- Υπάρχει περιθώριο αύξησης της χρήσης του προϊόντος από τους υπάρχοντες καταναλωτές.
- Τα μερίδια αγοράς μειώνονται και η αγορά αναπτύσσεται.

- Οι οικονομίες κλίμακας προσφέρουν σημαντικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.
- Ο κλάδος δεν είναι αντικείμενο τεχνολογικών καινοτομιών.
- Όταν υπάρχουν εμπόδια εισόδου νέων ανταγωνιστών.

Οι εταιρίες που διαλέγουν τη στρατηγική αυτή είναι πιο τρωτές σε μεγάλες τροποποιήσεις στην αγορά, αλλά και σε τροποποιήσεις του οικονομικού κλίματος. Επιπλέον, υφίσταται ένα μεγάλο κόστος ευκαιρίας λόγω της εμμονής τους σε ένα τομέα και της απώλειας αφορμών επένδυσης στους υπόλοιπους τομείς (Camerer, 2003).

1.6.2 Ανάπτυξη αγοράς

Η στρατηγική ανάπτυξης αγοράς σημαίνει ότι η εταιρεία μπορεί να πουλήσει παρόν προϊόντα σε καινούργιες αγορές.

Αυτό μπορεί να πραγματοποιηθεί με την βελτίωση πιο πολλών γεωγραφικών αγορών όπως για παράδειγμα η εξάπλωση σε ένα συγκεκριμένο μέρος, εξάπλωση σε εθνικό ή παγκόσμιο επίπεδο.

Επιπλέον, η στρατηγική αυτή μπορεί να πραγματοποιηθεί με την έλευση πελατών από διαφορετικά τμήματα της αγοράς. Όπως είναι δυνατόν η εταιρεία να βελτιώσει καινούργιες παραλλαγές προϊόντων που έχουν να κάνουν με διαφορετικά τμήματα της αγοράς (Mas- Ruiz, 2002).

Επομένως, ενδιάμεσως από μια στρατηγική ανάπτυξης αγοράς, η εταιρεία μπορεί να θέλει να μπει σε καινούργια κανάλια διανομής. Η στρατηγική ανάπτυξης της αγοράς σημαίνει όταν υπάρχουν καινούργια, όχι ακριβά αλλά αξιόπιστα κανάλια διανομής.

Κλείνοντας, όταν υπάρχουν ανεκμετάλλευτες ή μη κορεσμένες αγορές, αρκετές εταιρείες είναι υποχρεωμένες να ακολουθήσουν αυτή τη στρατηγική, λόγω ότι κατέχουν υπερβάλλουσα δυναμικότητα παραγωγής, όπου πρέπει κάπου να μεταδοθεί (Westhead, 1990).

1.6.3 Ανάπτυξη προϊόντων

Η στρατηγική ανάπτυξης των προϊόντων είναι ότι βελτιώνονται καινούργια προϊόντα για τις προαπαιτούμενες αγορές ή δέχονται σημαντικές αλλαγές των παρόντων προϊόντων.

Η στρατηγική αυτή μπορεί να πραγματοποιηθεί με τρεις τρόπους (Nicolau-Gonzalbez, 2002) :

- Η επιχείρηση βελτιώνει καινούργια χαρακτηριστικά των προϊόντων όπως να αλλάξει το χρώμα, τον ήχο ή το σχήμα, μεγαλώσει το προϊόν, προσπαθεί να δημιουργήσει την σωστή αναλογία γεύσεων ή ιδεών.
- Η εταιρεία βελτιώνει ποιοτικές τροποποιήσεις του προϊόντος.
- Η εταιρεία βελτιώνει περισσότερα μεγέθη και μοντέλα.

1.7 Οι παράγοντες και οι λόγοι διεθνοποίησης

Στη παρούσα κοινωνία, κάθε εταιρεία δίνει πλέον πολύ σημασία στην βελτίωση της δραστηριότητάς των επενδύσεων της και εκτός της χώρας της. Η παγκόσμια εξάπλωση μιας εταιρείας εισέρχεται στα πλαίσια του μακροχρόνιου στρατηγικού σχεδιασμού της και καταλήγει στην επιτυχία συγκεκριμένων στρατηγικών στόχων (Βαμβούκας, 2004).

Έτσι ο τελικός σκοπός είναι η συντήρηση ή/και η αναβάθμιση της ανταγωνιστικότητάς της και η μεγιστοποίηση των κερδών της.

Οι επιμέρους αιτίες που κάνουν μια επιχείρηση να θέλει να εξαπλωθεί εκτός των συνόρων της, έχουν υποχρέωση την ύπαρξή τους στη συχνή επιμονή τους να καταφέρουν να πετύχουν τους σκοπούς όπου είναι (Ruiz-Moreno, 2002) :

- Βιωσιμότητα της επιχείρησης : Με την πρόσβαση σε καινούργιους πελάτες, η επιχείρηση θέλει να αυξήσει τα έσοδα της, τα κέρδη και την μακροπρόθεσμη ανάπτυξη.
- Επίτευξη χαμηλότερου κόστους και αύξηση της ανταγωνιστικότητας της εταιρείας : Όταν οι εγχώριες πωλήσεις δεν είναι αρκετές, η δραστηριοποίηση της επιχείρησης σε πιο πολλά κράτη, όπου επωφελούνται πλήρως οι οικονομίες κλίμακας στην παραγωγή διαδικασία της, αυξάνει ουσιαστικά την ανταγωνιστικότητα κόστους της επιχείρησης.
- Εκμετάλλευση θεμελιωδών ικανοτήτων της εταιρείας : Επαναφορά των δεξιοτήτων και διαδικασιών της, ώστε να πετύχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις παγκόσμιες αγορές, όπως και στις τοπικές.
- Διασπορά του επιχειρηματικού κινδύνου σε μια ευρύτερη αγοραστική βάση: Απαλλαγή της διαδικασίας της επιχείρησης από τη παρούσα τοπική αγορά και αντιμετώπιση της κατάστασης από πιθανής ύφεσης στις πωλήσεις.

- Κορεσμός ή αυξημένος ανταγωνισμός στην εγχώρια αγορά.
- Σε αγορές του εξωτερικού παρουσιάζονται νέες ευκαιρίες για τα προϊόντα της επιχείρησης.
- Αναζήτηση φυσικών πόρων ή εκμετάλλευση πρώτων υλών : Οι εταιρείες αναζητούν φθηνό ανειδίκευτο ή μερικώς εξειδικευμένο προσωπικό, τεχνολογική ικανότητα, δεξιότητες, υλικούς πόρους.
- Κυβερνητικές ρυθμίσεις και επενδυτικά κίνητρα για εξαγωγές προϊόντων.
- Εμπόδια από το υφιστάμενο νομοθετικό πλαίσιο ή την γραφειοκρατία στην εγχώρια οικονομία.
- Πρόσφορη αγορά : Οι εταιρείες εξαπλώνονται σε αγορές που κατέχουν ευνοϊκή φορολογία και χαμηλούς δασμούς, για την ελαχιστοποίηση κόστους παραγωγής και μεταφοράς των προϊόντων στη διεθνοποιημένη χώρα.
- Αποτελεσματικότητα : Οι εταιρείες στοχεύουν στην ανάγκη να επωφεληθούν από οικονομίες κλίμακας, σκοπιμότητας και διαχείρισης κινδύνου.
- Στροφή των πελατών σε ξένες αγορές : Η εταιρεία εξαπλώνεται σε καινούργιες αγορές όπου το έχουν κάνει ήδη οι πελάτες της.
- Ευκαιριακοί – προσωρινοί λόγοι προσανατολίζουν πολλές επιχειρήσεις σε διεθνείς αγορές, ώστε εκμεταλλευόμενες τις ευκαιρίες να λύσουν πιεστικά προβλήματα τους, τα οποία εμφανίζονται περιοδικά.
- Αποδοχή της έννοιας του παγκόσμιου marketing.

Κεφάλαιο 2ο: Η εξωστρέφεια και κρίση

2.1 Μακροοικονομικοί προσδιοριστικοί παράγοντες εξωστρέφειας

Η παγκόσμια βιβλιογραφία είναι πλούσια αναφορικά με τους προσδιοριστικούς παράγοντες που επιδρούν στις εξαγωγές ενός κράτους. Οι παράγοντες αυτοί προσδιορίζουν και το μακροοικονομικό και στο μικροοικονομικό περιβάλλον των κρατών και των εταιρειών (Βερναδάκης, 2006).

Επιπλέον, οι παράγοντες που επιδρούν στην εξωστρέφεια ενός κράτους είναι είτε εσωτερικοί λόγω από το εγχώριο κλίμα ενός κράτους είτε εξωτερικοί λόγω ότι προέρχονται από το διεθνές περιβάλλον και μεταβιβάζονται στο συγκεκριμένο κράτος από τις διακυμάνσεις και των εμπορικές συναλλαγές που πραγματοποιούν τα κράτη μεταξύ τους. Επομένως οι πιο σπουδαίοι παράγοντες που επηρεάζουν τις εξαγωγές πραγματοποιούνται σε περιόδους οικονομικής κρίσης.

Μία σημαντική παρατήρηση που απορρέει από την ανάλυση των παρακάτω σημαντικών παραγόντων είναι πως υπάρχει όμοια εξάρτηση ανάμεσα τους και ο επηρεασμός στις εξαγωγές απαρτίζει έναν συνεχή κύκλο, λόγω ότι ο οποιοσδήποτε παράγοντας επιδράει στον άλλο και τα κράτη τοποθετούνται σε έναν αέναο κύκλο (Θανόπουλος, 2006).

2.1.1 Εγγώριες επενδύσεις

Οι επενδύσεις είναι από τους πιο βασικούς παράγοντες που επιδρούν τόσο στη λειτουργία, στην ανάπτυξη και στην εξωστρέφεια των εταιρειών όσο και στην ευρύτερη εξαγωγική παρουσία ενός κράτους.

Οι επενδύσεις είναι εκείνες όπου θα παρασκευάσουν τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα για τις εταιρείες, όπου με τη σειρά τους θα κατασκευάσουν καινούργια προϊόντα για να μεγιστοποιήσουν τις εξαγωγές τους με πρωτοπόρα και καινοτόμα προϊόντα (Κυρικλής, 2002).

Οι απαιτούμενες επενδύσεις που υποχρεούνται να υλοποιηθούν στο εσωτερικό ενός κράτους από τους τοπικούς επενδυτές είναι (Κεφαλάς, 1999) :

- Επενδύσεις σε υποδομές : Οι επενδύσεις σε υποδομές αναφέρονται στη βελτίωση των συγκοινωνιακών δομών, των τηλεπικοινωνιακών δομών και των κτιριακών εγκαταστάσεων. Επίσης, οι εν λόγω επενδύσεις αναφέρονται σε βελτιώσεις των οργανισμών προώθησης εξαγωγών.
- Επενδύσεις σε συνεργασίες με πανεπιστήμια, τεχνολογικά πάρκα και καινοτομίες : Οι συγκεκριμένες επενδύσεις αφορούν συνεργασίες των επιχειρήσεων με τα πανεπιστήμια και με τεχνολογικά πάρκα, στα οποία καλλιεργείται η γνώση, η οποία με τη σειρά της είναι υπεύθυνη για τη δημιουργία καινοτομιών και βελτίωσης των υπάρχοντων προϊόντων.
- Επενδύσεις επέκτασης ήδη υπάρχοντων επιχειρήσεων : Αφορούν στη δημιουργία νέων θυγατρικών επιχειρήσεων από τις μητρικές επιχειρήσεις. Είναι, δηλαδή, επεκτάσεις των υπάρχοντων επιχειρήσεων που έχουν έδρα στο εσωτερικό της χώρας. Αυτό σημαίνει μεγαλύτερη παραγωγική δραστηριότητα και ως εκ τούτου περισσότερη παραγόμενη ποσότητα που μπορεί να διατεθεί προς το εξωτερικό.

- Επενδύσεις σε μηχανολογικό εξοπλισμό : Οι επενδύσεις σε μηχανολογικό εξοπλισμό περιλαμβάνουν επενδύσεις σε μηχανικά-τεχνολογικά κεφαλαιουχικά αγαθά. Οι συγκεκριμένες επενδύσεις αναμένεται να έχουν αυξημένη επίδραση, γιατί η προηγμένη τεχνολογία και η εξειδίκευση ενσωματώνονται ταχύτερα σε αυτές τις επενδύσεις, ενώ προκαλούνται και θετικές εξωτερικές επιδράσεις στην οικονομία λόγω της διάχυσης της τεχνολογίας.

Οι επενδύσεις σε εξοπλισμό μηχανολογίας ανεβάζουν σημαντικά την αποδοτικότητα και την μεγέθυνση της οικονομίας. Σημαντική συνθήκη για την υλοποίηση επενδύσεων είναι η συγκέντρωση κεφαλαίου, ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες που στοχεύουν στην κατασκευή επενδύσεων.

Οι επενδύσεις θα συμμαζέψουν με τη σειρά τους, την μεγέθυνση της οικονομίας και συγκεκριμένα θα παράξουν ευνοϊκές καταστάσεις στο οικονομικό κλίμα του κράτους για να εξαπλώσουν τις εξαγωγές του κράτους (Μελάς, 2005).

Συχνά, η καταμέτρηση της επιρροής των επενδύσεων στην μεγέθυνση της οικονομίας πραγματοποιείται με τέτοιο τρόπο όπου όλα τα είδη των επενδύσεων επιδρούν σε όμοιο βαθμό με τη διαδικασία της βελτίωσης.

2.1.2 Ξένες άμεσες επενδύσεις

Σημαντικό γεγονός στην παρούσα εποχή είναι η σπουδαιότητα των εξωτερικών άμεσων επενδύσεων στην βελτίωση και στην επιτάχυνση της ανάπτυξης μιας οικονομικής κατάστασης και συγκεκριμένα στην εξωστρέφειά της, αφού είναι από τους πιο σπουδαίους προσδιοριστικούς παράγοντες των εξαγωγών ενός κράτους.

Οι εξωτερικές άμεσες επενδύσεις, αποτελούν βασικό σκοπό όλων των οικονομιών, όπως επίσης συμβάλλουν σημαντικά στην ανάπτυξη των οικονομιών με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που αποδίδουν (Πολλαλής, 2005).

Επομένως, πρέπει να τονισθεί πως κύριος παράγοντας των επενδύσεων, είτε αυτές είναι από τους τοπικούς επενδυτές είτε είναι από εξωτερικές άμεσες επενδύσεις, είναι το επιτόκιο, όπου τα μεγάλα επιτόκια μεγιστοποιούν το τελικό κόστος της επένδυσης, κάτι που είναι πολύ αποθαρρυντικό για τους μελλοντικούς επενδυτές.

Πολλές μελέτες έχουν δείξει ότι η επιρροή που έχουν οι άμεσες εξωτερικές επενδύσεις συμβάλλουν στην εξαγωγική συμπεριφορά των κρατών υποδοχής αυτών. Οι εξωτερικές άμεσες επενδύσεις έχουν ονομασθεί σαν την μηχανή της βελτίωσης. Οι γνώμες που πρωτοστατούν στοχεύουν κατά συγκεκριμένο λόγο στην θετική επιρροή των εξωτερικών άμεσων επενδύσεων επάνω στις εξαγωγές της παραλήπτριας χώρας (Παπαδάκης, 2002).

Οι γνώμες που δεν κατασταλάζουν σε συμπέρασμα, βασίζονται πως υπάρχουν ανάμεικτες επιδράσεις στις εξωτερικές άμεσες επενδύσεις. Επομένως, αντίθετα υπάρχουν και οι έρευνες επιστημόνων που αναφέρουν ότι οι εξωτερικές άμεσες επενδύσεις καταλήγουν σε αρνητικά αποτελέσματα στο οικονομικό κλίμα του κράτους υποδοχής. Το τελικό συμπέρασμα δείχνει ότι οι εισροές εξωτερικών άμεσων επενδύσεων έχει θετική επιρροή στην υποψήφια εξαγωγική συμπεριφορά των βιομηχανικών κλάδων (Παπάζογλου, 2014).

Η σχέση ανάμεσα στις εξωτερικές άμεσες επενδύσεις και στις εξαγωγές είναι ανάμεικτη και για τα μικρότερο αναπτυγμένα και για τα αρκετά αναπτυγμένα κράτη.

Οι πολυεθνικές εταιρείες συμβάλλουν λιγότερο στις μικροαναπτυγμένες χώρες για να αναπτύξουν τις βιομηχανικές εξαγωγές τους, αλλά αυτή η επιρροή είναι ελάχιστη σε αντίθεση με την σχετική επιρροή στις αναπτυγμένες χώρες.

Το τελικό συμπέρασμα δείχνει ότι δεν υπάρχει μετρίσιμη σχέση ανάμεσα στην εισροή εξωτερικών άμεσων επενδύσεων και εξαγωγών στον βαθμό των περισσότερων βιομηχανιών και των περισσότερων μεταποιητικών βιομηχανιών, ενώ παρατηρείται ότι μια συγκεκριμένη σχέση υπάρχει στις εξωτερικές άμεσες επενδύσεις προς τις εξαγωγές σε βαθμό βιομηχανιών και μια αμφίδρομη συσχέτιση σε βαθμό μεταποιητικών βιομηχανιών (Παηγυράκης, 1999).

2.1.3 Συναλλαγματική ισοτιμία

Η συναλλαγματική ισοτιμία είναι σπουδαίος προσδιοριστικός παράγοντας των εξαγωγών και της οικονομικής ανταγωνιστικότητας. Ένας αρκετά σπουδαίος μακροοικονομικός παράγοντας προσδιορισμού της συναλλαγματικής ισοτιμίας και της ζήτησης των καθαρών εξαγωγών είναι το τοπικό προϊόν ή το τοπικό εισόδημα.

Εφόσον η δαπάνη των καταναλωτών σχετίζεται με βάση το εισόδημά τους, όταν μεγιστοποιείται το τοπικό εισόδημα, τότε οι καταναλωτές θα αυξάνουν τα έξοδά τους για προϊόντα, δεδομένου και των εισαγωγών. Οπότε, οι καθαρές εξαγωγές θα ελαττωθούν, βασιζόμενοι ότι οι υπόλοιποι παράγοντες παραμένουν σταθεροί. Επομένως, οι πολίτες του κράτους, για να πάρουν στην κατοχή τους αγαθά από το εξωτερικό, συναλλάσσουν το τοπικό νόμισμα με νομίσματα άλλων κρατών (Σιώμοκος, 2004).

Επομένως, δημιουργείται μεγιστοποίηση της προσφοράς του τοπικού νομίσματος, πράγμα που καταλήγει στην υποτίμησή του. Από την άλλη πλευρά, μία αύξηση του εισοδήματος των εξωτερικών εμπορικών εταίρων του κράτους, κάνει τους εξωτερικούς καταναλωτές να αυξήσουν τη δαπάνη τους για προϊόντα και υπηρεσίες, μαζί και των τοπικών.

Στην περίπτωση αυτή, οι εξωτερικοί καταναλωτές πρέπει να πραγματοποιήσουν ανταλλαγή του νομίσματος τους με το τοπικό, για να πάρουν στην κατοχή τους τα τοπικά προϊόντα, διεγείροντας την μεγιστοποίηση της ζήτησης του τοπικού νομίσματος και επομένως την ανατίμησή του.

Ο δεύτερος σπουδαιότερος μακροοικονομικός παράγοντας προσδιορισμού της συναλλαγματικής ισοτιμίας και της ζήτησης καθαρών εξαγωγών είναι το πραγματικό επιτόκιο, το οποίο όταν μεγιστοποιείται, αφού όμως οι άλλοι παράγοντες μείνουν σταθεροί, προσδιορίζει τα χρηματοοικονομικά περιουσιακά δεδομένα του κράτους πιο ελκυστικά για τους εξωτερικούς αποταμιευτές, όπου ψάχνουν τη μέγιστη δυνατή απόδοση για τα κεφάλαια τους. Για την κατάκτηση των εγχώριων περιουσιακών στοιχείων είναι αναγκαία η απόκτηση τοπικού νομίσματος (Fujita, 2012).

Ως αποτέλεσμα, η μεγιστοποίηση του τοπικού πραγματικού επιτοκίου πραγματοποιεί μεγιστοποίηση της ζήτησης του τοπικού νομίσματος και επομένως την ανατίμησή του.

Αντιθέτως με το τοπικό εισόδημα, το πραγματικό επιτόκιο δεν επιδράει άμεσα, αλλά έμμεσα τις καθαρές εξαγωγές, όπως οι τοπικές εξαγωγές είναι ακριβότερες εξαιτίας της αύξησης της συναλλαγματικής ισοτιμίας. Είναι αντίθετο αποτέλεσμα όπου θα αυξηθεί το εξωτερικό πραγματικό επιτόκιο (Χατζηδημητρίου, 2003).

Οι τοπικοί αποταμιευτές θα στοχεύσουν τα εξωτερικά χρηματοοικονομικά περιουσιακά στοιχεία αλλάζοντας το τοπικό νόμισμα με ξένο, πραγματοποιώντας με αυτό τον τρόπο την μεγιστοποίηση της προσφοράς του και συνεπώς την υποτίμησή του. Πράγμα που παρουσιάζει φθηνότερες τις εξαγωγές της ημεδαπής οικονομίας και μπορεί να προκαλέσει αύξηση στις καθαρές εξαγωγές της.

Η υψηλότερη μόχλευση, σε σχέση με τις σφιχτές χρηματοπιστωτικές αγορές, θα πραγματοποιούσε τον περιορισμό στις τοπικές επιχειρήσεις και στην είσοδο τους στις χρηματοπιστωτικές αγορές, όπως και για τη χρηματοδότηση νέων επενδυτικών δυνατοτήτων για την γνώμη της διαθεσιμότητας εμπορικών πιστώσεων (Χαζάκης, 2003).

2.1.4 Φορολογική πολιτική

Όσον για τη φορολογική πολιτική που ακολουθούν οι κυβερνήσεις, μπορεί να αποτελέσει σπουδαίο παράγοντα προσέλκυσης εξωτερικών άμεσων επενδύσεων, καθώς ο βαθμός της φορολογίας επιδρά στην κερδοφορία και επομένως στην βιωσιμότητα των εταιρειών (Βαμβούκας, 2004).

Επομένως, τα κράτη με μεγάλους φορολογικούς συντελεστές στα κέρδη των εταιρειών δεν γίνεται να προκαλέσουν τον προορισμό των επενδύσεων που παίρνουν στην κατοχή τους οι πολυεθνικές εταιρείες.

Απ' ότι φαίνεται, οι φορολογικές ελαφρύνσεις στις πολυεθνικές εταιρείες απαρτίζουν ένα από τα πιο τακτικά κίνητρα που κατέχουν τα κράτη που θέλουν να προσελκύσουν εξωτερικές άμεσες επενδύσεις (Βερναδάκης, 2006).

Ο πιο σύνηθες τρόπος που πραγματοποιείται ο ανταγωνισμός ανάμεσα σε εθνικές κυβερνήσεις για την προσφυγή επενδύσεων παγίου κεφαλαίου είναι η φορολογική κατάσταση που πραγματοποιείται στις εταιρείες.

Ο φορολογικός ανταγωνισμός στοχεύει στην ελάττωση της φορολογίας ανά μονάδα επένδυσης, αλλά την ίδια στιγμή δίνει στα κράτη την δυνατότητα να προσελκύσουν περισσότερες εταιρείες με συνέπεια να μεγαλώσουν τη φορολογική τους βάση σε σχέση με το εισόδημα των εταιρειών.

Η φορολογία, που πραγματοποιεί μια κυβέρνηση, μπορεί να λάβει ποικίλες μορφές, όπως οι έμμεσοι φόροι. Η επιρροή των έμμεσων φόρων μπορεί να είναι αντίστροφη σε σχέση με τις αποφάσεις παραγωγής. Δηλαδή, όσο μεγαλώνουν οι έμμεσοι φόροι αναμένεται ότι θα προσέλθει ελάττωση της παραγωγικής διαδικασίας και επομένως των εξαγωγών μιας εταιρείας (Γεωργόπουλος, 1994).

Αντιθέτως, δεν μπορεί να ειπωθεί με σιγουριά η πιθανότητα της θετικής επιρροής των έμμεσων φόρων στις εξαγωγές λόγω των δημοσιονομικών ευκαιριών που δίνονται

από την κυβέρνηση για να σταματήσουν οι μελλοντικές αρνητικές επιδράσεις των φόρων.

Ιδιαίτερα, εάν η κυβέρνηση δώσει φορολογικές απαλλαγές για την εξάπλωση του κλάδου των εξαγωγών, μεγαλύτερο ποσοστό των έμμεσων φόρων μπορεί να έχει αρνητική επιρροή στην τοπική ζήτηση όπου μπορεί να δημιουργηθεί μεγαλύτερο πλεόνασμα στις εξαγωγές.

Η εμπειρική επαλήθευση λέει ότι οι έμμεσοι φόροι έχουν θετική επιρροή στις εξαγωγές. Ο αριθμός των έμμεσων φόρων διαφοροποιείται σε όλα τα προϊόντα. Επομένως, δεν είναι γεγονός ότι οι έμμεσοι φόροι είναι μεγάλοι για τα εξαγωγίμα προϊόντα.

Επιπλέον, η κυβέρνηση δίνει φορολογικές απαλλαγές για τους εξαγωγείς. Εννοείται ότι στην περίπτωση όπου η κυβέρνηση δεν δώσει τις απαλλαγές που πρέπει στους εξαγωγείς, είναι δεδομένο ότι οι εξαγωγείς θα δεχτούν πλήγμα και θα ελαττωθεί η εξωστρέφεια τόσο της εταιρείας όσο και του κράτους (Θανόπουλος, 2006).

2.1.5 Μέγεθος της χώρας

Το μέγεθος μιας χώρας αντανακλά την εγχώρια αγορά και είναι πιθανό να συνδέεται με το μέγεθος του εξωτερικού τομέα και τις τιμές εξαγωγής. Επικρατεί η άποψη πως όσο μεγαλύτερη είναι μια χώρα τόσο περισσότερες πιθανότητες έχει να εξάγει, καθώς η μεγαλύτερη χώρα προσφέρει ασφάλεια, φήμη και αξιοπιστία στους πελάτες της (Κεφαλάς, 1999).

Επίσης, το υψηλότερο ΑΕΠ δημιουργεί οικονομίες κλίμακας, κάτι που διευκολύνει ιδιαίτερα την παραγωγική διαδικασία και συνεπακόλουθα την εξωστρέφεια της χώρας μέσω της δυνατότητας εξαγωγής μεγάλης ποσότητας προϊόντων στο εξωτερικό, καθώς οι επιχειρήσεις παράγουν φθηνότερα με τις ίδιες εισροές.

Ακόμη, το μεγάλο μέγεθος μιας χώρας υποδηλώνει πως η χώρα αυτή θα έχει και μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη, εξασφαλίζοντας την ομαλή διεκπεραίωση των διαπραγματευτικών διαδικασιών με τους πελάτες της.

Παράλληλα, μια χώρα που χαρακτηρίζεται μεγάλη θα έχει, τις περισσότερες φορές, και υψηλό κατά κεφαλήν ΑΕΠ, το οποίο με τη σειρά του δείχνει πως η συγκεκριμένη χώρα διαθέτει ένα αρκετά υψηλό βιοτικό επίπεδο, εμπνέοντας σιγουριά και αξιοπιστία στους υποψήφιους αγοραστές.

Τέλος, το υψηλό ΑΕΠ οδηγεί σε μεγαλύτερες αποταμιεύσεις, οι οποίες θα επιφέρουν αύξηση των επενδύσεων, κάτι ιδιαίτερα ενθαρρυντικό για τις εξαγωγές. Από την άλλη πλευρά, έρχεται να αποδειχτεί και οικονομετρικά τη σημαντικότητα και την επίδραση του ΑΕΠ πάνω στις εξαγωγές. Καταλήγει, όπως ισχυρίστηκαν και άλλοι ερευνητές πριν από αυτόν, ότι οι μεγαλύτερες χώρες είναι λιγότερο ανοικτές και εξωστρεφείς (Κυρικλής, 2002).

Δηλαδή, οι μεγάλες χώρες τείνουν να εξάγουν σχετικά λίγο, παρόλο που οι μεγάλες χώρες είναι εκείνες των οποίων η ένταση των εξαγωγών τείνουν να είναι μεγαλύτερη. Ταυτόχρονα, ο συνολικός πληθυσμός ποτέ δεν έχει αποδειχτεί να έχει κάποια σημαντική επίδραση στην εξαγωγική συμπεριφορά μιας χώρας.

2.1.6 Χρηματοπιστωτικό σύστημα

Επομένως, μια οικονομία πρέπει να κατέχει αυξημένο βαθμό επενδύσεων για να πετύχει και να διατηρήσει μεγάλους ρυθμούς ανάπτυξης, είναι σπουδαία η εξασφάλιση των απαιτούμενων υλικών με βάση του χρηματοπιστωτικού συστήματος, που θα εξασφαλίσει την σταθερή ροή των υλικών για τη χρηματοδότηση των επενδύσεων.

Όπως είναι δεδομένο, όσο περισσότερο βελτιώνονται οι οικονομίες, τόσο σημαντικότερη γίνεται η ανάγκη για ποιοτικότερη αξιοποίηση των διαρκών διογκούμενων υλικών που παρέχονται για επενδύσεις και πραγματοποιούνται από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα (Μελάς, 2005).

Η έλλειψη χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων, όπως οι τράπεζες και οι ασφαλιστικές εταιρείες με πραγματική πείρα στην αντιμετώπιση θεμάτων εξαγωγών είναι επιπλέον μια διαφορετική δομή υποστήριξης των εξαγωγών, που προσμένετε να στοχεύσουν σε κακή εξαγωγική επίδοση των εταιρειών.

Αυτό το ζήτημα είναι πολύ οξύτερο στις πιο ανεπτυγμένες χώρες, όπως η Νιγηρία, όπου ελάχιστα είναι τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα εμπιστοσύνης. Άλλοι μελετητές, έχουν αναφερθεί σε αυτό το ζήτημα ως πρόβλημα για την εξαγωγική επίδοση.

Η χρηματοδότηση των εταιρειών είναι σημαντική και χρειάζεται ασφαλές χρηματοπιστωτικό σύστημα. Ένα ομαλό χρηματοπιστωτικό σύστημα δημιουργεί εμπιστοσύνη και είναι αρκετό για να ελκύσει αρκετές εξωτερικές άμεσες επενδύσεις (Πολλαλής, 2005).

Κεφάλαιο 3ο: Το εμπορικό ισοζύγιο στην Ελλάδα

3.1 Εισαγωγές

Οι εισαγωγές επιδρούν και αυτές με την σειρά τους στις εξαγωγές. Για την ποιοτικότερη εξέταση της επιρροής των εισαγωγών στις εξαγωγές είναι δεδομένο ότι οι εισαγωγές μπορούν να διαχωριστούν σε τρεις ομάδες προϊόντων δηλαδή τα συνολικά, τα ενδιάμεσα και τα κεφαλαιουχικά (Παπαδάκης, 2002).

Οι εισαγωγές συνολικών προϊόντων έχουν μια αρνητική και μια θετική επιρροή στις εξαγωγές ενός κράτους. Όσον αφορά τη θετική επίδραση, οι εισαγωγές συνολικών προϊόντων αναπληρώνουν την κατανάλωση των αντίστοιχων προϊόντων του εσωτερικού. Με αυτό τον τρόπο, η τοπική παραγωγή πραγματοποιεί μικρή τοπική ζήτηση και δεν μπορεί να καταναλωθεί εντός των συνόρων.

Ως αποτέλεσμα, μη κατέχοντας άλλες εναλλακτικές η ποσότητα που παράγεται των συγκεκριμένων προϊόντων πρέπει να στραφεί στο εξωτερικό, μεγιστοποιώντας τις εξαγωγές της αντίστοιχης εταιρείας, και γενικότερα την εξωστρέφεια του κράτους.

Επομένως, οι εισαγωγές συνολικών προϊόντων επιδρούν αρνητικά στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, λόγω ότι όσο αυξάνονται, το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών λαμβάνει αρνητικό πρόσημο και υπάρχουν αρνητικές καθαρές εξαγωγές.

Τα ενδιάμεσα προϊόντα, εισέρχονται σε ένα κράτος για να γίνουν μέρος της παραγωγικής διαδικασίας άλλων, συχνά στα τελικά προϊόντα. Επομένως, μόνο θετική επιρροή μπορούν να κατέχουν οι εισαγωγές ενδιάμεσων προϊόντων στις εξαγωγές ενός κράτους.

Τέλος, τα κεφαλαιουχικά προϊόντα είναι προϊόντα που χρησιμοποιούνται για την κατασκευή καταναλωτικών προϊόντων. Είναι μία μακροπρόθεσμη επένδυση εξαιτίας του κόστους και της αντοχής τους. Αυτά τα προϊόντα χωρίζονται σε πάγια και διακινούμενα προϊόντα (Πανηγυράκης, 1999).

Τα μεν πάγια προϊόντα συμπεριλαμβάνουν τα διαρκή προϊόντα, τα λεγόμενα ακίνητα, ενώ τα διακινούμενα είναι εκείνα που καταναλώνονται κατά την διάρκεια της δραστηριότητας της εταιρείας. Άρα, και τα κεφαλαιουχικά προϊόντα συμβάλλουν στην μεγιστοποίηση των εξαγωγών, καθώς αυξάνουν και βελτιώνουν την παραγωγική διαδικασία για τη μεγαλύτερη και καλύτερη παραγωγή τελικών προϊόντων (Σιώμκος, 2004).

3.2 Οι εξαγωγές και οικονομική κρίση

Κατά τον 21ο αιώνα έχει πραγματοποιηθεί μια σπουδαία τροποποίηση στον κλάδο του παγκόσμιου εμπορίου από τους μεγαλύτερους εξαγωγείς διεθνώς όπως είναι οι Ηνωμένες Πολιτείες, η Ιαπωνία, η Γερμανία και η Κίνα (Czinkota, 1993).

Η συγκεκριμένη ροπή δείχνει τη σχετική ελάττωση των αμερικανικών εξαγωγών όπου έφτασε σε σημείο που η Γερμανία έγινε η πρώτη χώρα παγκοσμίως στις εξαγωγικές της δραστηριότητες το 2003, όπου ξεπεράστηκε από το κράτος της Κίνας το 2009.

Το ποσοστό της Ιαπωνίας έχει ξεκινήσει να ελαττώνεται για σχεδόν 25 χρόνια, σαν αποτέλεσμα της μετεγκατάστασης των μεταποιητικών διαδικασιών εκτός συνόρων. Έτσι, υπήρξε μια γενική σταθεροποίηση του ποσοστού των τεσσάρων μεγαλύτερων εξαγωγέων παγκοσμίως, όπου κάλυψε ένα ποσοστό της τάξεως του 30% των συνολικών εξαγωγών σε όλο τον κόσμο (Rokainen, 1993).

Επομένως, πρέπει να συμπεριληφθεί ότι μερικές αμερικανικές, ιαπωνικές και κορεατικές εταιρείες έχουν μεταφερθεί στην Κίνα για μερικές εγκαταστάσεις στη γραμμή παραγωγής τους, όπου ένα ποσοστό των κινεζικών εξαγωγών να είναι τοποθετημένο σε αλυσίδες εφοδιασμού όπου συγκεκριμένα ελέγχονται από εξωτερικά συμφέροντα.

Τα τωρινά χρόνια εφόσον το εμπόριο αλλά η οικονομία χαρακτηρίστηκε ως εξέχουσα υπήρξε σημαντική ανάπτυξη στις αναπτυγμένες οικονομίες όπου είναι η Κίνα, η Ινδία, η Βραζιλία και η Νότιος Κορέα. Ο βαθμός βελτίωσης τους και ο βαθμός

αύξησης εμπορίου και των εξαγωγών είναι αυξανόμενος από τον αντίστοιχο των αναπτυγμένων κρατών ή ακόμη και των ενωμένων κρατών (Daniels, 1998).

Τα συγκεκριμένα ποσοστά των αναπτυσσόμενων οικονομιών των διεθνών προϊόντων που φορτώνονται και εκφορτώνονται ήταν αντίστοιχα 34% και 43%. Οι μεταβατικές οικονομίες αποτελούν το 6% των εμπορευμάτων που φορτώθηκαν και 1% των εμπορευμάτων που εκφορτώνονται.

Οι αναπτυγμένες χώρες δηλώνουν συμμετοχή σε μια σειρά από πολλές θαλάσσιες εταιρείες, στον πυρήνα του ναυτιλιακού πλέγματος, διατηρώντας δυνατές θέσεις σε διαλύσεις πλοίων, νηολόγηση πλοίων, την παροχή ναυτικών, και έχουν μεγάλα μερίδια αγοράς σε τεχνολογικά και έντασης κεφαλαίου προηγμένους θαλάσσιους τομείς όπως οι κατασκευές πλοίων και η πλοιοκτησία (Radebaugh, 1998).

Η Κίνα και η Δημοκρατία της Κορέας κατασκεύασαν το 72,4% της διεθνούς χωρητικότητας το 2010, και 9 από τα 20 μεγαλύτερα κράτη πλοιοκτησίας τον Ιανουάριο του 2011 είναι τα αναπτυσσόμενα κράτη. Μερικές χώρες όπως η Κίνα, με σημαντικά ποσοστά οικονομικής ανάπτυξης, κατέλαβαν ρεκόρ στις ποσότητες των εξαγωγών αλλά και εισαγωγών (Darling, 2004).

Η άλλη συνιστώσα είχε ακριβώς την αντίθετη κατεύθυνση, με τη χρηματοπιστωτική κρίση να ξεσπάει και να εξελίσσεται σε παγκόσμια οικονομική κρίση το 2007-2009, περίοδος στην οποία μετά το 2008 φάνηκε μια κάμψη στη παγκόσμια οικονομία και μια κατάρρευση του εμπορίου, με τις εισαγωγές και τις εξαγωγές σχεδόν όλων των χωρών να υφίστανται απότομη μείωση.

Από το 2010 και μετά, η παγκόσμια οικονομία άρχισε να ξεπερνάει το σοκ της κρίσης και ξεκίνησε να μπαίνει σε τροχιά ανάκαμψης. Το διεθνές εμπόριο ακολουθεί αυτή την ανάκαμψη και οι συναλλαγές μεταξύ των χωρών (εισαγωγές/εξαγωγές) έχουν αρχίσει πάλι να αναθερμαίνονται.

Την ίδια περίοδο που η παγκόσμια οικονομία ξεπερνάει το σοκ της ύφεσης, η Ευρώπη εισέρχεται σε ένα τούνελ κρίσης χρέους το οποίο επηρέασε στην αρχή τα πράγματα για τις χώρες που αντιμετωπίζουν πρόβλημα χρέους και ανταγωνιστικότητας. Η μεγαλύτερες εξαγωγικές δυνάμεις της Ευρώπης, όπως η

Γερμανία συνεχίζει να κρατάει τα ηνία των εξαγωγών και να καταγράφει ανοδική πορεία κάθε χρόνο μετά τη κρίση (Seristo, 2004).

3.2.1 Τα εμπόδια των εξαγωγών

Τα περιοριστικά χαρακτηριστικά που δρουν για τις εξαγωγές, δεν είναι αυτά που υπονομεύουν την εξέλιξη των εξαγωγών, εφόσον υπάρχουν δυσκολίες που δημιουργούν σοβαρά αρνητικά ζητήματα στις εξαγωγές και μερικές φορές σε αποτυχημένες εξαγωγές (Dunning, 2008).

Οι εταιρίες αντιμετωπίζουν με αρκετά εξαγωγικά προβλήματα και εμπόδια τα οποία προκαλούν ζήτημα για αρκετές εσφαλμένες παγκόσμιες επιχειρηματικές δραστηριότητες δημιουργώντας τεράστιες οικονομικές απώλειες και αρνητική εικόνα για τις εξαγωγές στους μελλοντικούς εξαγωγείς. Έτσι, ο αφανισμός ή έστω και η ελάττωση αυτών των προβλημάτων θα μπορούσε να μεγιστοποιήσει την εξαγωγική επίδοση.

Τα εξαγωγικά προβλήματα χωρίζονται σε (Lundan, 2008) :

- Δασμολογικοί και μη δασμολογικοί περιορισμοί
- Ενδοεπιχειρησιακά και εξωεπιχειρησιακά εμπόδια
- Εγχώριοι και προερχόμενοι από ξένες χώρες περιορισμοί

Πιο συγκεκριμένα:

- Δασμολογικά και μη δασμολογικά εμπόδια

Ο δασμός είναι ο φόρος που καταβάλλεται στα προϊόντα κατά το πέρασμα τους από την χώρα, ενώ δεν επηρεάζει την τιμή των ίδιων προϊόντων που κατασκευάζονται στη χώρα του εξαγωγέα.

Η επιβολή των συγκεκριμένων φόρων έχει ως σκοπό τα χρήματα που έλαβε ο εξαγωγέας για το προϊόν που πούλησε, να είναι μικρότερο σε σχέση με τα χρήματα που θα καταβάλει ο τελικός καταναλωτής για να πάρει το προϊόν. Με την επιβολή των φόρων γίνεται προσπάθεια να μεγιστοποιηθεί η ποσότητα των εισαγόμενων προϊόντων περίπου στο ύψος των τιμών των συγκεκριμένων εγχώριων προϊόντων.

Οι μη δασμολογικοί περιορισμοί είναι οι περισσότεροι ιδιωτικοί και δημόσιοι νόμοι εκτός των φόρων που τοποθετούνται από τις κυβερνήσεις των κρατών και έχουν ως σκοπό τον περιορισμό των εισαγόμενων προϊόντων ή την τεχνητή προώθηση των εξαγωγών της.

- Ενδοεπιχειρησιακά και εξωεπιχειρησιακά εμπόδια

Τα ενδοεπιχειρησιακά προβλήματα προέρχονται από το εσωτερικό περιβάλλον της εταιρείας και σχετίζονται με τη ύπαρξη των οργανωτικών της πόρων ή την προσέγγιση του εξαγωγικού της μάρκετινγκ. Τα εξωεπιχειρησιακά προβλήματα ξεκινούν από το εξωτερικό περιβάλλον όπου ενεργεί η εταιρεία.

- Εγχώριοι και προερχόμενοι από ξένες χώρες περιορισμοί

Οι εγχώριοι περιορισμοί είναι εκείνα τα προβλήματα τα οποία ξεκινούν μέσα από το κλίμα της χώρας-βάσης της εξαγωγικής εταιρείας. Από την άλλη πλευρά, οι περιορισμοί που προέρχονται από άλλες χώρες, είναι προβλήματα τα οποία έχουν να κάνουν με ζητήματα που υπάρχουν σε άλλες χώρες, όπου η εξαγωγική εταιρεία θέλει ή στοχεύει να δραστηριοποιηθεί κάποια φορά στο μέλλον.

Τα σημαντικότερα εμπόδια διαχωρίζονται σε τέσσερις ομάδες.

1^η ομάδα : Τα εμπόδια λόγω χρονοβόρων διαδικασιών.

Πιο συγκεκριμένα είναι τα εξής (Hardy, 2011) :

- Η ύπαρξη μεγάλων αριθμών ελέγχων από πολλαπλούς φορείς και υπηρεσίες που πολλές φορές κάποιιοι είναι όμοιοι.
- Τα πολλά περιττά στάδια κατά τη διάρκεια του εκτελωνισμού από τις τελωνειακές υπηρεσίες.
- Οι ώρες λειτουργίας των τελωνείων δεν βοηθάνε τους εξαγωγείς οι οποίοι έχουν άλλες ανάγκες.
- Τέλος, πολλές υπηρεσίες ζητούν τα ίδια πρωτότυπα δικαιολογητικά.

Το μέγιστο διοικητικό κόστος, το οποίο προέρχεται από (Micek, 2011) :

- Τη μη ύπαρξη σαφής ενημέρωσης από ποιο Υπουργείο ή υπηρεσία είναι υπεύθυνο για τον έλεγχο ανά είδος προϊόντος.
- Την ανυπαρξία συγκεκριμένων απαιτήσεων για τον αριθμό των δικαιολογητικών και για την διαδικασία εξαγωγής.
- Τις χρονοβόρες διαδικασίες που οδήγησαν στη χρήση μεσαζόντων με αποτέλεσμα την αύξηση του κόστους εξαγωγής
- Τη χρήση πολύπλοκων διαδικασιών από πληθώρα εξαγωγέων χρησιμοποιούν πολύπλοκες διαδικασίες και ως απόρροια η φυσική τους παρουσία κρίνεται απαραίτητη.
- Την επιβολή τελών σε πολλά στάδια της εξαγωγικής διαδικασίας.

Τα νομικά ζητήματα, είναι τα εξής (Capik, 2011) :

- Μεγάλος αριθμός ελέγχων από πολλούς φορείς και υπηρεσίες όπου κάποιои είναι ταυτόσημοι.
- Μόνο οι εξαγωγείς, οι εξουσιοδοτημένοι υπάλληλοι αυτών ή οι εκτελωνιστές δύναται να προβούν σε διασάφηση εξαγωγής.
- Οι προτελωνειακές διαδικασίες περιλαμβάνουν περιττά στάδια λόγω νομικών διατάξεων.

Τα ζητήματα ενημέρωσης είναι τα παρακάτω:

- Δεν υπάρχει ενημέρωση ποιά είδη ελέγχονται και από ποιά υπουργεία ή υπηρεσίες
- Ασαφείς απαιτήσεις για αριθμό δικαιολογητικών και διαδικασιών

Τα δύο σημαντικότερα εμπόδια παραθέτονται και στην πρώτη κατηγορία εμποδίων ως ζητήματα εξαιτίας των χρονοβόρων ενεργειών.

Σύμφωνα με τα δεδομένα από Έλληνες εξαγωγείς, τα σημαντικότερα εμπόδια των εξαγωγών παρουσιάζονται παρακάτω (Hill, 2007) :

- Υψηλό κόστος χρήματος.
- Φορολογικά μέτρα.
- Γραφειοκρατικές διαδικασίες.
- Υψηλές εργοδοτικές εισφορές.
- Υψηλά ασφάλιστρα κάλυψης των εξαγωγικών πιστώσεων.
- Υψηλό μεταφορικό κόστος.
- Ασυνέπεια ορισμένων μεταφορικών εταιρειών.
- Καθυστερήσεις στα σημεία ελέγχου (τελωνεία κ.λπ.).
- Μικρός όγκος του εξαγόμενου προϊόντος.
- Ανεπάρκεια τακτικών θαλασσίων γραμμών.
- Εποχικότητα των εξαγωγών.

- Έλλειψη επαρκούς εξυπηρέτησης στα λιμάνια.
- Ανεπαρκής υποδομή των λιμενικών εγκαταστάσεων.
- Μη ευέλικτες μεταφορικές εταιρίες.
- Ζημίες που υφίστανται τα προϊόντα κατά τη διάρκεια της μεταφοράς τους.
- Δυσκολία στην απόκτηση πληροφοριών για τις ξένες αγορές.
- Ύπαρξη σκληρού ανταγωνισμού στις ξένες αγορές.
- Ψυχική απόσταση.
- Έλλειψη γνώσεων σχετικά με τις εξαγωγικές διαδικασίες και τη γραφειοκρατία.
- Ανεπαρκής αντιπροσώπευση και επιλογή ικανών διανομέων.
- Υψηλά κόστη και επιχειρηματικοί κίνδυνοι.
- Προσαρμογή και υποστήριξη των εξαγόμενων προϊόντων.
- Έλλειψη ικανού και εκπαιδευμένου προσωπικού.
- Έλλειψη κεφαλαίου χρηματοδότησης των εξαγωγικών δραστηριοτήτων.
- Περιορισμοί προερχόμενοι από διεθνείς κανόνες.
- Ανεπαρκής παραγωγική ικανότητα.
- Υψηλά φορτωτικά και μεταφορικά κόστη.
- Διακύμανση στις συναλλαγματικές ισοτιμίες.
- Δυσκολία προσφοράς ανταγωνιστικών τιμών στο εξωτερικό.
- Προβλήματα πληρωμών.
- Πρόσβαση σε ξένες αγορές και εξαγωγική προώθηση.
- Έλλειψη χρόνου από τη διοίκηση και το προσωπικό.
- Έλλειψη κυβερνητικής υποστήριξης/κινήτρων.
- Παρωχημένη και οπισθοδρομική νοοτροπία και συμπεριφορά των ιδιοκτητών/ανώτατων στελεχών.
- Περιβαλλοντικά πρότυπα.
- Ύπαρξη πολιτικής αστάθειας στις ξένες αγορές.
- Η δυσκολία εύρεσης πελατών στις αλλοδαπές αγορές.
- Δυσκολίες στην επικοινωνία με τους αλλοδαπούς πελάτες.
- Δυσκολίες στον έλεγχο των δραστηριοτήτων της επιχείρησης στις αλλοδαπές αγορές.

3.3 Οι πολιτικοί κίνδυνοι

Οι εταιρείες που πραγματοποιούν εξαγωγικές δραστηριότητες, επειδή δρουν στο παγκόσμιο περιβάλλον, εκτίθενται σε διάφορες απειλές με κυριότερους τις πολιτικές απειλές. Ιδιαίτερα, υπάρχουν απειλές που σχετίζονται με το προγραμματισμό της δευτερεύουσας επιχείρησης από τη κύρια, την ιδιοκτησία κάθε επιχείρησης αλλά και τη ευκαιρία εισαγωγής σε συγκεκριμένη αγορά (Hill, 2007).

Εννοείται ότι υπάρχουν και πιο αναμενόμενες απειλές που είναι δυνατόν μια εταιρεία να αντιμετωπίσει, όπως τη αρνητική ρύθμιση των μέτρων με τη μορφή των φόρων, των δασμών, επιπλέον υποχρεώσεων και γραφειοκρατικών μέτρων.

Οι βασικές απειλές είναι οι εξής και αναλύονται διεξοδικά (Jones, 2007) :

- Η κρατικοποίηση συχνά εξετάζεται από την έννοια που έχει η εξωτερική επένδυση στην παγκόσμια οικονομία, άμυνα, παγκόσμιο πλούτο και ρυθμό ανάπτυξης του κράτους.
- Ο εθνικός έλεγχος της επιχείρησης όπου το φιλοξενών κράτος, αφού παρατηρείται πολιτική θέληση, κατέχει όλα τα εργαλεία για να δημιουργήσει σημαντικούς κινδύνους στην λειτουργία της θυγατρικής μονάδας, προκαλώντας στα μέλη του καναλιού διανομής του προϊόντος όπου είναι οι προμηθευτές πρώτων υλών, οι μεταποιητές και οι καταναλωτές. Όλες οι κυβερνήσεις είναι σε θέση, εάν το θέλουν, να επιδράσουν στην αποδοτικότητα της πολιτικής marketing της εταιρείας επηρεάζοντας την τιμολογιακή πολιτική, την πολιτική προϊόντος, την επιλογή μαζικών μέσων διαφήμισης και καναλιών διανομής.
- Οι συναλλαγματικοί έλεγχοι όπου συχνά αποτελεί το σύνολο των συναλλαγματικών κινδύνων που έρχεται αντιμέτωπο το κράτος.
- Οι περιορισμοί εισαγωγών και εξαγωγών όπου υπάρχουν αρκετών ειδών όρια και έλεγχοι σε σχέση με τις εξαγωγές και τις εισαγωγές. Οι έλεγχοι επιδρούν

άμεσα στο είδος και την αριθμό των προϊόντων που είναι δυνατόν να παρουσιάσουν το αντικείμενο εισαγωγών ή εξαγωγών. Τα όρια στις εισαγωγές είναι στην σημερινή εποχή ένα ιδιαίτερο πρόβλημα στην ελεύθερη διακίνηση εμπορευμάτων μεταξύ των χωρών.

- Τα φορολογικά μέτρα αρκετές φορές, λειτουργούν σαν έναν τρόπο ελέγχου των εξωτερικών επενδύσεων όπως και του επιπέδου των κερδών τους.
- Ο έλεγχος εξαγωγικής τεχνολογίας όπου στόχος μιας κατάστασης ελέγχου μπορεί να είναι η αποδοχή ότι η συγκεκριμένη τεχνολογία θα μεταφερθεί στην χώρα προορισμού της ή ότι η τεχνολογία που έρχεται συμφωνεί με τα εθνικά ζητήματα.
- Οι έκτακτοι φόροι κυρίως στοχεύουν στη μείωση μερικών εισαγωγών.
- Ο εθνικισμός είναι ένας επιπλέον παράγοντας που επιδρά σημαντικά στο πολιτικό κλίμα ενός κράτους. Οι πολίτες των χωρών έχουν μια συγκεκριμένη εθνική ταυτότητα, που εξωτερικεύεται με εθνικιστικά ζητήματα και προδιαθέσεις σε σχέση με τις εξωτερικές εταιρείες και προϊόντα.

3.4 Οι στρατηγικές μείωσης του πολιτικού κινδύνου

Οι στρατηγικές που πρέπει να ακολουθήσει μια παγκοσμίου φήμης εταιρεία για να έρθει αντιμέτωπη, να ελαττώσει ή ακόμα και να εξαφανίσει τις πολιτικές απειλές είναι οι παρακάτω (Hollensen, 2001) :

- Η αποχώρηση από την δεδομένη χώρα.
- Η προσαρμογή στις νέες πολιτικές συνθήκες.
- Η συνεργασία σε νέα βάση με την φιλοξενούσα κυβέρνηση.

Επιπλέον, υπάρχουν και αρκετοί πρακτικοί τρόποι όπου μπορούν να ενισχύσουν μια παγκοσμίου φήμης εταιρεία να ελαττώσει τις πολιτικές της απειλές, όπως:

- Συνεργασία με ντόπιους συνεταιίρους.

Εδώ ο σκοπός της εταιρείας είναι να διασφαλίσει συσχετισμούς με την κυβερνητική μηχανή της χώρας. Η συμμετοχή τοπικού κεφαλαίου ελαττώνει, συχνά, την απειλή από συνέπειες πολιτικών τροποποιήσεων στο κράτος.

- Εγγώριος δανεισμός.

Η ευκαιρία συμμετοχής στο κεφάλαιο της εταιρείας, συχνά ελκύει τοπικά κεφάλαια στην εταιρεία, οπότε τυχόν αρνητικοί νόμοι για την κατάσταση της δεν μπορεί παρά να έχουν άμεση ανταπόκριση στον οικονομικό κλάδο του κράτους, πραγματοποιώντας τις κυβερνήσεις αναποφάσιστες στο να ακολουθήσουν πιθανούς περιοριστικούς νόμους.

- Ελαχιστοποίηση της επένδυσης σε πάγια.

Το συγκεκριμένο συχνά επιτυγχάνεται με την διαδικασία συστημάτων χρηματοδότησης Leasing, όπου είναι συμβατό σε κράτη τεράστιας επιχειρηματικής απειλής.

- Ασφάλεια έναντι του πολιτικού κινδύνου.

Είναι το χαρακτηριστικό που έχει στην τάση της μια παγκόσμια εξαγωγική εταιρεία για να συμμαζέψει τις επενέργειες της πολιτικής απειλής στην λειτουργία της.

Κεφάλαιο 4ο: Η εξαγωγική δραστηριότητα των ελληνικών επιχειρήσεων

4.1 Εμπόριο και είσοδος στην Ε.Ε.

Η Ελλάδα μπήκε στην Ευρωζώνη στις 1η Ιανουαρίου του 1981. Η είσοδος της Ελλάδας στην Ε.Ε. ήρθε αντιμέτωπη με την προστασία των θεσμών της δημοκρατίας της χώρας μετά από τη δικτατορία και ως μια δυνατότητα να λάβει μέρος σε μια ανεπτυγμένη οικονομική σύμπραξη. Η πολιτική συσχέτιση της Ελλάδας με την Ε.Ε. αποτελούσε έναν από τα τρία στηρίγματα της πολιτικής στρατηγικής του Κ. Καραμανλή (Βαμβούκας, 2004).

Η αρχική ενέργεια ένταξης της Ελλάδας στην Ε.Ε. έγινε με την καταβολή της αίτησης το έτος 1959. Το έτος 1961 η Ελλάδα ήταν η πρώτη χώρα που υπέγραψε συμφωνία συσχέτισης με την Ε.Ε., όπου προβλεπόταν η βεβαιωμένη ένταξη του κράτους το 1984.

Μετέπειτα οι ενέργειες ένταξης σταμάτησαν εξαιτίας της δικτατορίας στην χώρα το έτος 1967, όπου μετά την πτώση της, ο Κ. Καραμανλής κάνει ξανά αίτηση το έτος 1975. Το 1976 η αίτηση γίνεται αποδεκτή από το Συμβούλιο Υπουργών της Ε.Ε. και το 1979 πραγματοποιείται στην Αθήνα η Συνθήκη Ένταξης. Την 1η Ιανουαρίου του 1981 πραγματοποιήθηκε τελικά η επίσημη είσοδο της Ελλάδας στην Ε.Ε.

Πριν την εισχώρηση στην Ε.Ε., η χώρα μας είχε ανεπτυγμένο αγροτικό κλάδο και χαμηλής τεχνολογίας βιομηχανικό κλάδο που απαρτίζονταν από μικρές και μεσαίες οικογενειακές επιχειρήσεις. Επιπλέον, η χώρα μας είχε ανεπτυγμένο χάσμα συγκριτικά με τις άλλες χώρες στο κατά κεφαλήν εισόδημα, την θεσμική ανάπτυξη και τις υποδομές (Βερναδάκης, 2006).

Η χώρα μας από γεωργική οικονομία το έτος 1950, είχε αλλάξει σε ημι-βιομηχανοποιημένη οικονομία το έτος 1970. Εκτός από τη ταχύτατη αυτή εξάπλωση, η οικονομία της Ελλάδας διαφοροποιούνταν από τις υπόλοιπες χώρες της Ε.Ε.

Οι διαφορές ήταν το μέγιστο μερίδιο της γεωργικής παραγωγής και της γεωργικής απασχόλησης στην Ελλάδα συγκριτικά με τις υπόλοιπες χώρες της Ε.Ε.

Ο βιομηχανικός κλάδος στην χώρα μας κατείχε αρκετή αύξηση τις δεκαετίες του '60 και του '70 πριν από την εισχώρηση στην Ε.Ε., αλλά προφυλάχθηκε από τον εξωτερικό ανταγωνισμό και συμπεριέλαβε ένα μεγάλο ποσοστό μικρομεσαίων οικογενειακών επιχειρήσεων (Θανόπουλος, 2006).

Το εξωτερικό εμπόριο με τις άλλες χώρες της Ε.Ε. μεγιστοποιήθηκε μετά την εμπορική συμφωνία στα μέσα του 1961 και οι ελληνικές εξαγωγές στην Ε.Ε. ήταν το 50% των τελικών εξαγωγών εωσότου το τέλος της δεκαετίας του 1970. Έπειτα, το ελληνικό κράτος συμφώνησε με βάση μια ρύθμιση για την απαγκίστρωση του εμπορίου που εξαπλώθηκε στο τέλος της δεκαετίας του '80.

Στη διάρκεια της στιγμής ρύθμισης, η χώρα μας έβαλε φόρους στις εισαγωγές και άλλους εσωτερικούς δασμούς. Μετά από την διαδικασία αυτή στις ρυθμίσεις, η χώρα μας δεν έκανε άλλες τροποποιήσεις στις ελληνικές εισαγωγές και εξαγωγές πριν την είσοδο της στην Ε.Ε. (Κυρικλής, 2002).

Μετά την είσοδο της στην Ε.Ε. το 1981, η Ελλάδα βρήκε δυσκολίες προσαρμογής στις καινούργιες καταστάσεις. Επομένως, η Ελλάδα έπρεπε να καταφύγει σε εξωτερική χρηματοδότηση για να μπορέσει να καλύψει τα αυξανόμενα δημοσιονομικά εξωτερικά ελλείμματα. Επιπλέον, η αυξημένη διένεξη του κράτους στην οικονομία, μεγιστοποίησε την δεξιότητα του ιδιωτικού κλάδου να προετοιμαστεί στις νέες καταστάσεις (Μελάς, 2005).

4.2 Οι ελληνικές εξαγωγές τότε και σήμερα

Τα τελευταία 3 χρόνια έχουν καταγραφεί σημαντικές αλλαγές τόσο στην ελληνική κοινωνία, όσο και στον ελληνικό κλάδο. Συγκεκριμένα, έχει τροποποιηθεί εξ' ολοκλήρου το προφίλ του Έλληνα καταναλωτή, όπου εξαιτίας της οικονομικής ύφεσης, καταναλώνει με επίγνωση και κάνει πρώτα από όλα έρευνα αγοράς. Επιπλέον, σε μια προσπάθεια απαλλαγής της χώρας, μεγάλος αριθμός των Ελλήνων προτιμάει αλλά και να αναζητεί ελληνικά παραγόμενα προϊόντα (Πολλαλής, 2005).

Η παραπάνω αλλαγή στο προφίλ του Έλληνα καταναλωτή ως αποτέλεσμα της παρούσας κρίσης αλλά και η ύφεση η ίδια έχει αλλάξει το εμπορικό ισοζύγιο, όπου έχουν αλλάξει τόσο οι εξαγωγές όσο και οι εισαγωγές, όπως ήταν προβλέψιμο εξαιτίας της οικονομικής ύφεσης της πλειοψηφίας των ελληνικών νοικοκυριών. Γενικά, το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών της Ελλάδας δε θα μπορούσε να μην μεταβληθεί.

Το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών της Ελλάδας, εμφανίζει το όμοιο σχέδιο τα τελευταία 10 χρόνια. Συγκεκριμένα, το ισοζύγιο είναι συχνά αρνητικό και πριν την οικονομική κρίση, η ελλιπής κατάσταση του εμπορικού ισοζυγίου συρρικνώνονταν, ως αποτέλεσμα της διαρκούς συρρίκνωσης της ελληνικής παραγωγικής διαδικασίας αλλά και δραστηριότητας των βιομηχανιών στην Ελλάδα (Παπαδάκης, 2002).

Εφόσον, τα τρία τελευταία χρόνια, εξαιτίας της κατάστασης χρέους, αν και το ελληνικό ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών εξακολουθεί να είναι σε έλλειμμα, έχεις ως αποτέλεσμα το έλλειμμα στο ισοζύγιο τείνει να συμπυκνώνεται.

4.3 Η ιστορική αναδρομή στις επενδύσεις

Η χώρα μας, τα τελευταία χρόνια έχει σπουδαία ελάττωση στην προσέλκυση άμεσων εξωτερικών επενδύσεων και επενδύσεων στην επικράτεια της. Συγκεκριμένα, η αδυναμία για την προσέλκυση άμεσων εξωτερικών επενδύσεων είναι αποτέλεσμα της μη ανταγωνιστικής ελληνικής οικονομίας (Παπαδάκης, 2002).

Οι εξωτερικές επενδύσεις που τραβάει η χώρα μας είναι πολύ μικρότερου κόστους από τις επενδύσεις που κάνουν οι Έλληνες σε χώρες του εξωτερικού. Ειδικότερα, η παγκόσμια επενδυτική κατάσταση όπως εννοιολογείται από την Τράπεζα της Ελλάδος, έχει να κάνει με τις υποχρεώσεις αλλά και τις απαιτήσεις των οικογενειών της χώρας μας σε σχέση με τους μη κατοίκους της χώρας μας.

Ειδικότερα, οι υποχρεώσεις έχουν να κάνουν με όλων των κατηγοριών τις επενδύσεις, από άμεσες εξωτερικές επενδύσεις μέχρι επενδύσεις χαρτοφυλακίου, άλλων επενδύσεων, αλλά και συναλλαγματικών αποθεμάτων. Η παρούσα επενδυτική θέση, τα τελευταία 10 χρόνια αλλάζει συχνά.

Η καθοδική κατάσταση είναι σίγουρη για την Ελλάδα, όπου επιδεινώθηκε ακόμη περισσότερο το 2008, όπου εμφάνισε ζημία άνω των 200.000 εκατομμυρίων ευρώ.

Ως αποτέλεσμα, από το 2008, με συγκεκριμένες τροποποιήσεις η καθαρή θέση συνεχίζει να καταγράφει σπουδαία αρνητικά πρόσημα. Εκτός του 2^{ου} τριμήνου του 2012, όπου διαπιστώθηκε μια ελάχιστη αύξηση της καθαρής θέσης της Ελλάδας, και στο επόμενο τρίμηνο επανήρθε στην προϋπάρχουσα κατάσταση.

Είναι γεγονός ότι η έλλειψη εμπιστοσύνης της Ελλάδας που επήλθε ως αποτέλεσμα των πολλών χρεών και ελλειμμάτων απομακρύνει τους εξωτερικούς επενδυτές να πραγματοποιήσουν επενδύσεις. Συγκεκριμένα, η έλλειψη ισορροπίας που εκτός από την οικονομία υπάρχει και στην κοινωνία λειτουργεί με αποθαρρυντικό τρόπο (Σιώμκος, 2004).

Εκτός από τις σημαντικές προσπάθειες, και από την μεριά αυτών που εφαρμόζουν τις πολιτικές, και από την μεριά των πολιτών που αντιμετωπίζουν αυστηρά μέτρα λιτότητας, οι εξωτερικοί επενδυτές δε είναι έτοιμοι να επενδύσουν στη χώρα μας ακόμη.

Συγκεκριμένα, οι μειώσεις στους μισθούς που πραγματοποιούνται συχνά, γίνονται με σκοπό τη δημιουργία φθηνού εργατικού προσωπικού που θα γίνει κίνητρο για την προσέλκυση εξωτερικών επενδύσεων.

Τέλος, μέχρι τώρα δε φαίνεται να προχωράει, ως αποτέλεσμα τη συχνή ελάττωση του βιοτικού επιπέδου των Ελλήνων, δίχως να υπάρχει συγκεκριμένο αποτέλεσμα, όπως θα ήταν καινούργιες επενδύσεις που θα δημιουργούσαν νέες ευκαιρίες με βάση της δημιουργίας καινούργιων θέσεων εργασίας (Fujita, 2012).

Κεφάλαιο 5^ο : Τα στατιστικά στοιχεία των εξαγωγών

5.1 Η γεωγραφική κατανομή των εξαγωγών

Πίνακας 1: Κύριοι εξαγωγικοί προορισμοί

a/a	Χώρα	Ιαν-Νοε 2008	Ιαν-Νοε 2009	Ιαν-Νοε 2010
1	Γερμανία	1723	1663	1618
2	Ιταλία	1890	1455	1562
3	Κύπρος	1013	967	1040
4	Βουλγαρία	1162	892	952
5	Ηνωμένο Βασίλειο	775	576	793
6	Τουρκία	599	543	762
7	ΗΠΑ	787	677	552
8	Ρουμανία	727	501	550
9	Γαλλία	618	495	500
10	Αλβανία	349	359	353

(Πηγή: Eurostat)

Πίνακας 2: Ελληνικές Εξαγωγές κατά Γεωγραφικές Περιοχές (Ιανουάριος - Νοέμβριος 2009 -2010)

Γεωγραφικές Περιοχές	Εξαγωγές		Μεταβολή 2009- 2010
	2010 σε εκατ. €	2009 σε εκατ. €	
ΟΟΣΑ (29 χώρες)	8.356,40	7.698,20	8,55%
E.E. (25)	7.718,10	7.074,90	9,09%
E.E. (15)	6.077,50	5.607,60	8,38%
B. Αμερική	736,5	773,8	-4,82%
Άλλες ανεπτυγμένες χώρες	116,5	93,6	24,47%
Υπόλοιπες ΟΟΣΑ (εκτός N. Κορέας)	939,7	852,5	10,23%
Βαλκάνια	2.460,60	2.450,30	0,42%
ΚΑΚ	424,3	361,2	17,47%
B. Αφρική & Μ. Ανατολή	963,7	899,9	7,09%

Αφρική (εκτός Β. Αφρικής)	98,1	128,5	-23,66%
N.A. Ασία	190,5	120,9	57,57%
Λατ. Αμερική	50	61,8	-19,09%
Λοιπές χώρες	661,2	594	11,31%
Κόσμος	14.359,30	13.411,20	7,07%

(Πηγή: Eurostat)

Μεταξύ των ετών 2009 και 2010 παρουσιάζεται μια αύξηση των εξαγωγών της Ελλάδας προς τα υπόλοιπα κράτη. Εξαιρέση απαρτίζουν η Β. Αμερική, η Αφρική (εκτός της Β. Αφρικής) και η Λατινική Αμερική. Συγκεκριμένα η Ελλάδα παρουσιάζει αύξηση της δεξιότητας της να εφοδιάζει τα υπόλοιπα κράτη σε ποσοστό της τάξεως του 7,07%. Σημαντικό είναι ο ρυθμός αύξησης των εξαγωγών προς τα κράτη της Ν.Α. Ασίας (Χαζάκης, 2003).

5.2 Οι εξαγωγές σε σχέση με το ΑΕΠ της Ελλάδας

Πίνακας 3: ΑΕΠ & Εξαγωγές

	Εξαγωγές (σε εκατ. €)	ΑΕΠ (σε εκατ. €)	Ποσοστό εξαγωγών επί του ΑΕΠ
2000	34.291,90	137.929,50	24,86%
2001	35.186,40	146.427,80	24,03%
2002	33.003,80	156.615,20	21,07%
2003	34.508,80	172.431,10	20,01%
2004	41.443,40	185.812,60	22,30%
2005	43.696,80	195.366,10	22,59%
2006	47.535,50	210.459,10	22,59%
2007	51.441,20	226.437,00	22,72%
2008	55.528,00	239.141,00	23,22%
2009	44.724,10	237.493,50	18,83%
2010	46.984,20	237.209,50	19,81%
2011	49.890,00	240.039,00	20,78%

(Πηγή: Eurostat)

Στο προηγούμενο πίνακα εμφανίζεται η διαχρονική κατάσταση των εξαγωγών στην Ελλάδα σε σχέση με το ΑΕΠ. Οι εξαγωγές επί του ΑΕΠ για τις χρονιές από το 2000 μέχρι το 2011 φτάνει από το 19% έως το 25% περίπου.

Το ελάχιστο ποσοστό εμφανίζεται το 2009 με 18,83% και το μέγιστο το 2000 με 24,86%. Η ελάττωση στο 18,83% το 2009 μπορεί να γίνεται εξαιτίας της οικονομικής κρίσης, επομένως και της μικρής ανταγωνιστικότητας των ελληνικών προϊόντων (Χατζηδημητρίου, 2003).

5.3 Στοιχεία εισαγωγών και εξαγωγών την περίοδο 2004-2016

Πίνακας 4: Το εμπορικό ισοζύγιο για την περίοδο 2004-2016

ΕΛΛΑΣ: ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ (ετήσια ποσά, σε εκατ. €)				
	ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ	ΕΞΑΓΩΓΕΣ	ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΙΣΟΖΥΓΙΟ	Εξαγωγές/ Εισαγωγές (%)
2004	45.148	13.366	-31.783	30%
2005	46.437	14.857	-31.580	32%
2006	53.574	17.130	-36.444	32%
2007	61.857	19.313	-42.544	31%
2008	65.528	21.228	-44.301	32%
2009	53.135	18.015	-35.120	34%
2010	52.147	21.299	-30.848	41%
2011	48.891	24.377	-24.514	50%
2012	49.537	27.578	-21.959	56%
2013	46.997	27.296	-19.701	58%
2014	48.327	27.119	-21.208	56%
2015	43.617	25.825	-17.793	59%
2016	44.220	25.447	-18.773	58%

(Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ)

5.4 Κριτική προσέγγιση

Έχει διαπιστωθεί ότι οι εξαγωγές έχουν αλλάξει τα τελευταία χρόνια. Οι Έλληνες εξαγωγείς εισέρχονται ολοένα και πιο πολύ σε καινούργιες αγορές, αλλάζοντας το πελατολόγιό τους και ελαττώνοντας την σχέση επιρροής τους από λίγες μόνο παγκόσμιες οικονομίες (Hardy, 2011).

Το έτος 1988, οι πέντε πιο ανεπτυγμένες αγορές, όπου ήταν η Γερμανία, η Ιταλία, η Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο και οι ΗΠΑ. Οι χώρες αυτές δέσμευαν το 64% των ελληνικών εξαγωγών, ενώ το έτος 2013 οι αντίστοιχες χώρες, δέσμευαν μόλις το 38% των ελληνικών εξαγωγών. Οι Έλληνες εξαγωγείς ψάχνουν συνέχεια καινούργιες αγορές και εξαπλώνονται πλέον παγκοσμίως.

Τα τελευταία 25 χρόνια έχει πραγματοποιηθεί μέγιστη και σημαντική αλλαγή στην πεντάδα των αγορών προς αυτές που εξάγει προϊόντα η Ελλάδα. Σε σχέση με το 1988 έχει ανανεωθεί κατά τα 3/5 της κατάταξης.

Ως αρχικό σημείο καμπής γνωστοποιούν τη μέση του έτους 1990, οπότε οι ελληνικές επενδύσεις στα Βαλκάνια και, συγκεκριμένα, στη Βουλγαρία, προσθέτουν τη σημασία και το στίγμα της διπλανής χώρας στις εξαγωγές (Micek, 2011).

Σημαντικό γεγονός είναι ότι, για πρώτη φορά, ο αριθμός των 5 χωρών πέφτει κάτω από το 50%, το 1996, η χρονιά όπου πέφτει η δραχμή σε σχέση με τα λοιπά νομίσματα, ενώ το εμπόδιο του 40% αποσπάστηκε σταδιακά, το 2012.

Το δεύτερο σημαντικό γεγονός έχει να κάνει με την είσοδο στην ΕΕ και της Βουλγαρίας και της Κύπρου, όπου, από το 2007 και μετά, διαδέχονται εναλλάξ την 3η και την 4η θέση.

Δεδομένο στην περίπτωση των δύο χωρών αυτών, βασικό ρόλο παίζει η δραστηριοποίηση ελληνικών εταιρειών και των θυγατρικών εταιρειών τους, καθώς και η μεταφορά των παραγωγικών μονάδων τους, όπου προμηθεύουν με πρώτες ύλες οι αρχικές επιχειρήσεις οι Έλληνες προμηθευτές.

Αντιθέτως, σημαντική είναι η ευστάθεια που πραγματοποιούν οι ελληνικές εξαγωγές προς τις ΗΠΑ όπου το ποσοστό είναι περίπου το 4 με 6% του συνόλου των εξαγωγών, μέρος των οποίων, από το έτος 2003 και μετά, δεν φτάνει για να τις τοποθετήσει ανάμεσα στις 5 κορυφαίες αγορές των ελληνικών προϊόντων (Carik, 2011).

Από την άλλη, σημαντικές αλλαγές πραγματοποιούνται στις ελληνικές εξαγωγές προς τη Γαλλία, όπου κυμάνθηκαν γύρω στο 9% το έτος 1988, σε ποσοστό 4% των συνολικών εξαγωγών τα έτη 1999 έως 2004, οπότε και σταμάτησε να βρίσκεται ανάμεσα στις πέντε κορυφαίες αγορές.

Παραπλήσια είναι και η κατάσταση του Ηνωμένου Βασιλείου, όπου οι ελληνικές εξαγωγές ελαττώθηκαν από το 8% στο 5% του συνόλου το έτος 1988, το έτος 2007 γίνεται η τελευταία παρουσία του στην πεντάδα της κατάταξης, όπου το έτος 1994 είχε φτάσει μέχρι και την 3η θέση (Dunning, 2008).

Διακυμάνσεις έγιναν και στην κορυφή της κατάταξης, όπου η πρωτιά της Γερμανίας σταματάει το έτος 2011 όπου την προσπερνά η Ιταλία.

Αξίζει να ειπωθεί ότι το έτος 1988 οι δύο συγκεκριμένες χώρες δέσμευαν το 40% με αντίστοιχα ποσοστά όπου η Γερμανία είχε το 26% και η Ιταλία το 14% των ελληνικών εξαγωγών, όπου το ποσοστό αυξήθηκε στο 44%, την χρονική περίοδο 1991-1992 με αντίστοιχα ποσοστά όπου είχε η Γερμανία παρέμεινε στο 26% και η Ιταλία αυξήθηκε στο 18%. Από τότε ο ρυθμός της συμμετοχής τους στις ελληνικές εξαγωγές ελαττώνεται συχνά όπου περιορίστηκαν στο 22% του συνόλου το έτος 2012.

Κλείνοντας, θα πρέπει να ειπωθεί η γρήγορη αναβάθμιση της Τουρκίας στην πεντάδα της κατάταξης μετά από το έτος 2012. Σημαντική είναι και η αύξηση του Γιβραλτάρ στην 4η θέση της κατάταξης όπου απομάκρυνε από τη λίστα την Κύπρο.

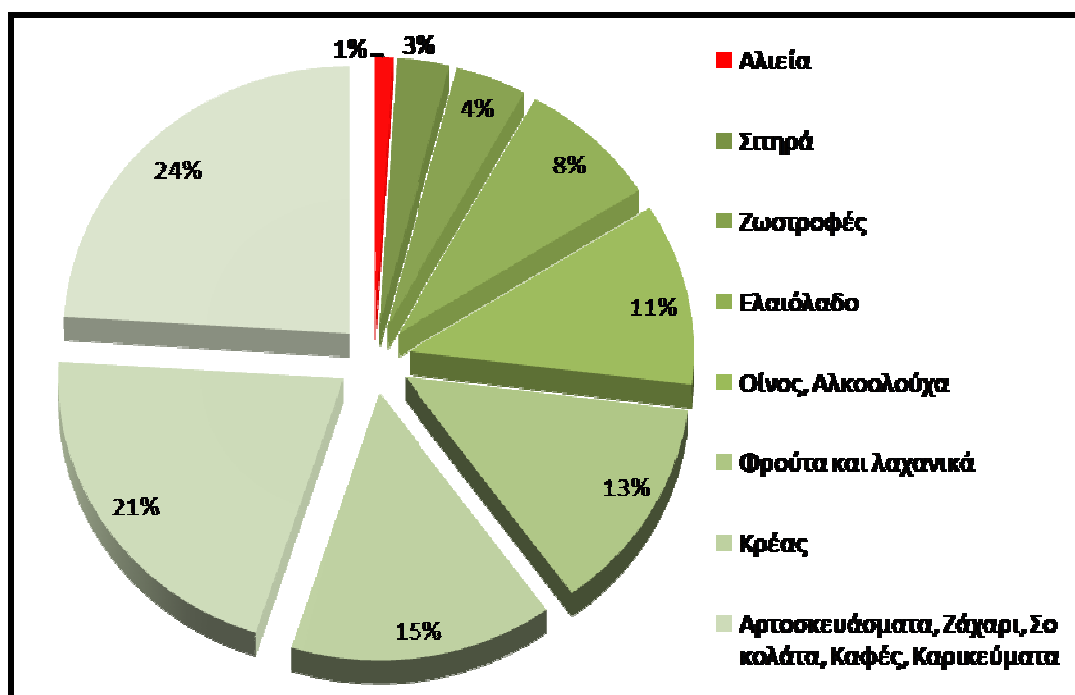
Οι ελληνικές εξαγωγές από τον Ιανουάριο μέχρι τον Ιούνιο του 2013 προέκυψαν στα 8,3 δις. ευρώ όπου είναι ελαττωμένες κατά 2,5% το αντίστοιχο διάστημα του 2012 και μικρότερες από το 2011 που κυμαίνονταν στα 8,47 δις. ευρώ.

Ως αποτέλεσμα, στο πρώτο εξάμηνο τα σημαντικά χαρακτηριστικά της εξαγωγικής δραστηριότητας είναι η εκ νέου προσέγγιση των ευρωπαϊών εταίρων, κι η εξάπλωση των μεριδίων στα αραβικά κράτη, ενώ τα αγροτικά προϊόντα έχουν σταθερούς ρυθμούς αύξησης. Σημαντικό γεγονός αποτελεί η βελτίωση του τομέα της κλωστοϋφαντουργίας, με καινούργια προϊόντα να εισβάλλουν στην κατάταξη των 100 πιο εξαγώγιμων προϊόντων της χώρας (Lundan, 2008).

Κεφάλαιο 6ο: Αγροδιατροφικός κλάδος στην Ελλάδα

6.1 Περιγραφή κλάδου

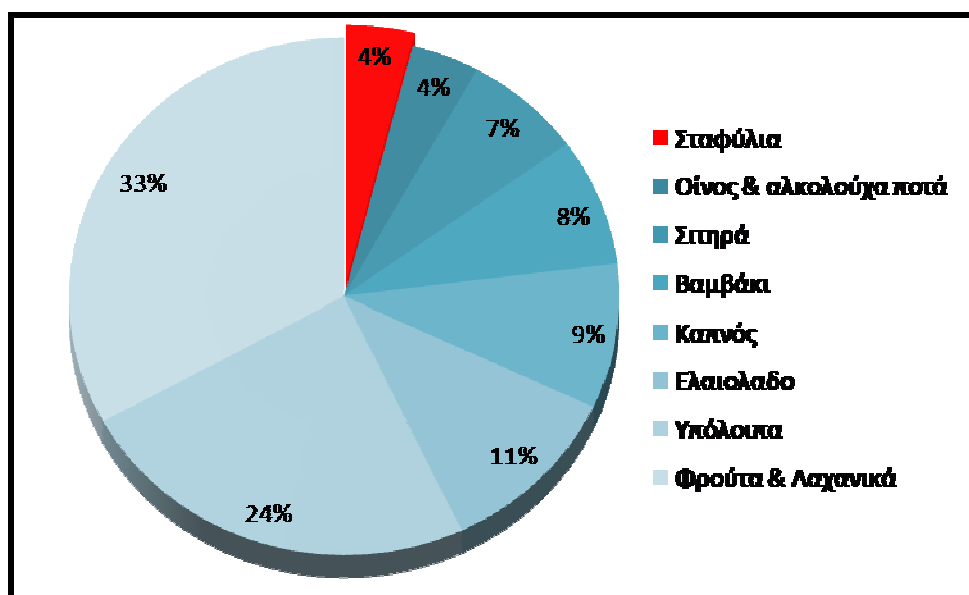
Ο αγροδιατροφικός κλάδος στην χώρα μας είναι από τους πιο αναπτυσσόμενους παραγωγικούς κλάδους, λαμβάνοντας μέρος με ποσοστό 21% στην συνολική Ελληνική Οικονομία, εντάσσοντας 1.300 επιχειρήσεις και δημιουργώντας 70.000 θέσεις για προσωπικό. Την μεγαλύτερη παρουσία στον αγροδιατροφικό κλάδο έχουν τα γαλακτοκομικά προϊόντα, τα αρτοσκευάσματα και τα καρυκεύματα ενώ ακολουθούν το κρασί και το ελαιόλαδο (Παπάζογλου, 2014).



Εικόνα 1 : Τα ποσοστά του αγροδιατροφικού κλάδου

Η Ελλάδα κάνει τις μεγαλύτερες εισαγωγές σε ποικίλα διατροφικά προϊόντα, βασικά εισαγόμενα είναι εκείνα που δεν παράγει σε επαρκή ποσότητα. Οι περισσότερες εξαγωγές της Ελλάδας έχουν να κάνουν με τα φρούτα και τα λαχανικά, και με ποικίλα αγροδιατροφικά προϊόντα όπως και το ελαιόλαδο.

Ο αγροδιατροφικός τομέας της Ελλάδας υποδέχεται φοβερές καταπιέσεις από τις νέες εισερχόμενες δυνάμεις που παρουσιάζονται σε παγκόσμιο επίπεδο. Μέσα στα τελευταία 10 χρόνια το μερίδιο του ελληνικού αγροδιατροφικού τομέα στην διεθνή αγορά έχει ελαττωθεί από 24% σε 20%. Αφού η χώρα μας είναι αδύνατον να συναγωνιστεί με συμβόλαια κόστους, έρχεται στην επιφάνεια η ανάγκη ανάπτυξης γρήγορων και αποτελεσματικών καινοτομιών (Παπάζογλου, 2014).



Εικόνα 2 : Τα ποσοστά προϊόντων του αγροδιατροφικού κλάδου

Αγροτική βιωσιμότητα

Η βιώσιμη γεωργία είναι ένα παραγωγικό, ανταγωνιστικό και αποτελεσματικό μέσο για να κατασκευαστούν ασφαλή αγροδιατροφικά προϊόντα, προφυλάσσοντας και βελτιώνοντας ταυτόχρονα το φυσικό κλίμα και τις κοινωνικοοικονομικές καταστάσεις των τοπικών κοινοτήτων.

Οι κοινωνικές, οικονομικές και οικολογικές παράμετροι πρέπει να ληφθούν υπόψη βελτιώνοντας μια σχέση αλληλεπίδρασης και αλληλεξάρτησης.

Η αγροτική παραγωγική διαδικασία έρχεται αντιμέτωπη σήμερα με μια σειρά από σπουδαίες προκλήσεις όπου είναι (Fujita, 2012) :

- Ο πληθυσμός του πλανήτη αυξάνεται ραγδαία όντας σήμερα στα 7δισ κατοίκους με πρόβλεψη να προστεθεί άλλο ένα δισεκατομμύριο μέχρι το 2024. Συνεπώς το θέμα της επάρκειας ποιοτικής αλλά και έν γένει τροφής τίθεται άμεσα.
- Εξάντληση των φυσικών πόρων. Έντονη ερημοποίηση παρατηρείται στον χάρτη της Ευρώπης.
- Μόνο το 3% του νερού στην γη χαρακτηρίζεται ως φρέσκο ενώ από αυτό το 70% χρησιμοποιείται στην γεωργία. Υπολογίζεται ότι το 2025 ο μισός πληθυσμός του πλανήτη θα αντιμετωπίζει έλλειψη νερού.
- Η ενέργεια είναι ένας καθοριστικός παράγοντας που προσδιορίζει τις μεθόδους, το κόστος αλλά και την εν γένει ανάπτυξη της αγροτικής δραστηριότητας. Έχουμε περάσει από την εποχή της φθηνής ενέργειας στην εποχή της «υπερβολικής ενέργειας». Φαινόμενα αυτής της νέας τάσης είναι για εκμετάλλευση περιβαλλοντικά ευαίσθητων περιοχών, βαθιές γεωτρήσεις νερού, αλλόγιστη χρήση εις βάρος του περιβάλλοντος και της καλλιεργήσιμης γης, των εναλλακτικών πηγών ενέργειας, κ.α.
- Οι έντονες κλιματικές αλλαγές που παρατηρούνται όλο και πιο συχνά σε διάφορες περιοχές του πλανήτη. Πλημμύρες, ξηρασίες, αύξηση θερμοκρασίας, άνοδος της στάθμης της θάλασσας, θερμότερα και ξηρότερα καλοκαίρια, διάβρωση του εδάφους και άλλα κλιματικά φαινόμενα επηρεάζουν δραματικά την αγροτική παραγωγή σε επίπεδο ποιότητας, ποσότητας αλλά και είδους καλλιέργειας.

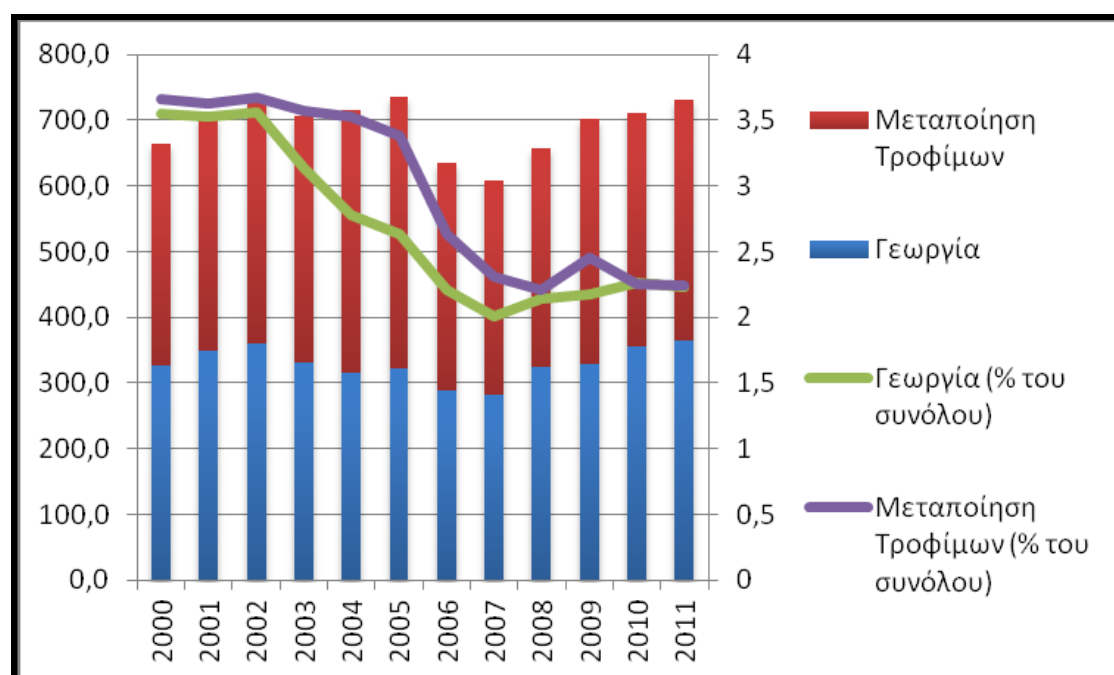
Στην σημερινή εποχή ο αγροδιατροφικός κλάδος ξεπερνάει από το επίπεδο της εντατικής παραγωγικής διαδικασίας σε μια συνολική ενσωμάτωση οργάνωσης των φυσικών πόρων για την εξασφάλιση των διατροφικών πόρων. Η κατασκευή τροφής θα πρέπει να ταιριάζουν στην σημερινή εποχή μαζί με την συσχέτιση και την αλληλεπίδραση 3 βασικών παραγόντων.

- Οικονομία : Το marketing το εμπόριο το εισόδημα και άλλα οικονομικά στοιχεία αλληλεπιδρούν με τον κοινωνικό παράγοντα και ενισχύουν την καλλιέργεια και προώθηση παραδοσιακών προϊόντων.
- Κοινωνία : Οι παράγοντες όπως η υγεία, η κοινωνία, η κουλτούρα και η παράδοση αλληλεπιδρούν με τους περιβαλλοντικούς παράγοντες ενισχύοντας την αναγνώριση της παραδοσιακής και διαφοροποιημένης χρήση της γης.
- Περιβαλλοντικοί : Οι παράγοντες όπως το έδαφος, το νερό, το κλίμα και η βιοποικιλότητα αλληλεπιδρώντας με τους οικονομικούς προσδίδουν αξία στις υπηρεσίες και τους φυσικούς πόρους που προσφέρει το περιβάλλον.

6.2 Στατιστικά στοιχεία εξαγωγών του αγροδιατροφικού κλάδου

6.2.1 Ακαθάριστη προστιθέμενη αξία αγροδιατροφικού τομέα

Όσον αφορά τις οικονομικές διακυμάνσεις, το μέρος που καλύπτει η γεωργία σε όρους Προστιθέμενης Αξίας ελαττώνεται τη χρονική περίοδο 2000-2007, από 3,5% το 2000 σε 2% το 2007, ενώ αντιμετωπίζει μια οριακή αύξηση τη χρονική περίοδο 2008-2011, όπου φτάνει το 2,23% όπως βλέπουμε στο παρακάτω διάγραμμα. Ταυτόχρονα, σε όλη τη χρονική περίοδο από το 2000 μέχρι το 2011, το μέρος που καλύπτει η βιομηχανία τροφίμων ελαττώνεται σταδιακά από 3,7% το 2000 σε 2,2% το 2011 (Παπάζογλου, 2014).



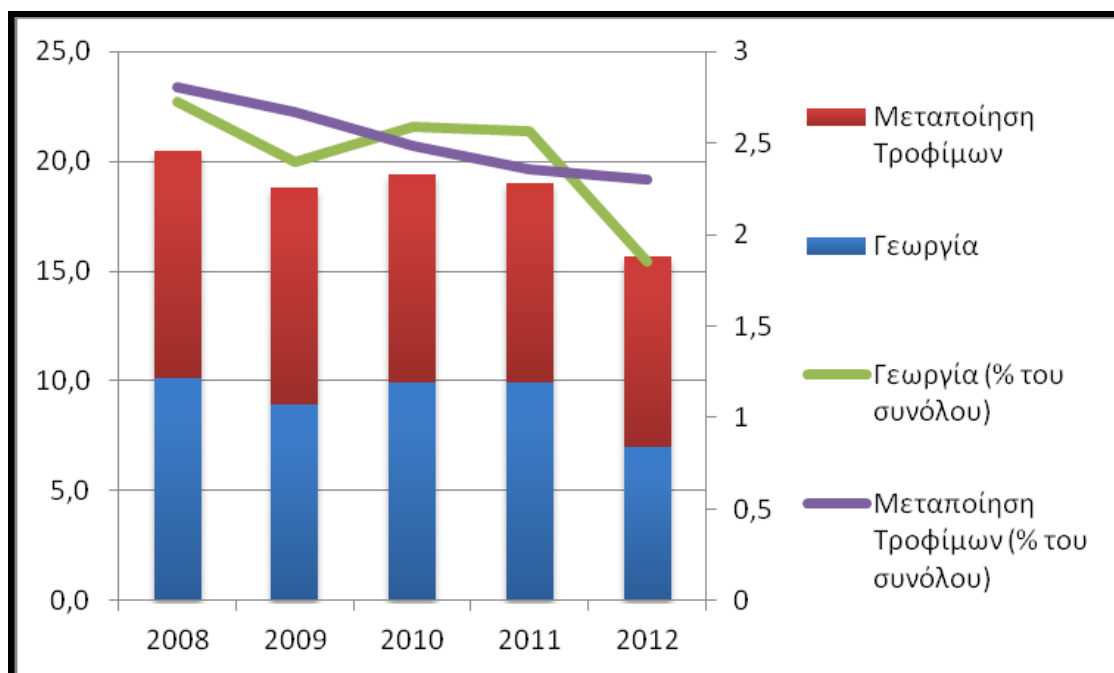
Διάγραμμα 1: Η συμμετοχή της γεωργίας και της μεταποίησης τροφίμων στην εθνική οικονομία σε όρους προστιθέμενης αξίας, 2000-2011 (τρέχουσες τιμές, εκατ. ΕΥΡΩ)

(Πηγή: Eurostat)

6.2.2 Η απασχόληση

Όσον αφορά την απασχόληση στον γεωργικό τομέα, εμφανίζεται μια σταδιακή ροπή ανάμεσα στο έτος 2008 και 2011, και ελάττωσης κατά 30% το έτος 2012. Η ροπή στην απασχόληση της μετατροπής τροφίμων είναι σταδιακά μειωτική, αλλά σε μικρότερο βαθμό συγκριτικά με τη γεωργία. Το έτος 2012 η απασχόληση στη μετατροπή τροφίμων ήταν κατά 16,3% μικρότερη από την αντίστοιχη του 2008 όπως βλέπουμε στο παρακάτω διάγραμμα.

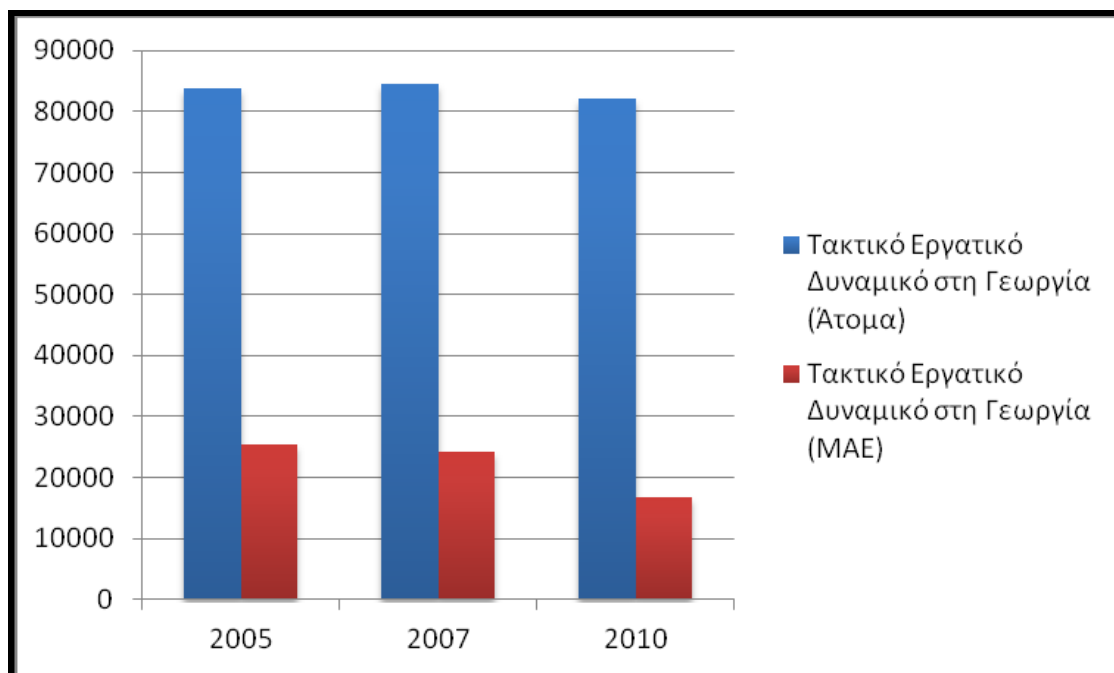
Η παραπάνω πορεία έδρασε αρνητικά και στο μερίδιο των 2 διαδικασιών στο σύνολο της απασχόλησης. Συγκεκριμένα, κατά τη χρονική περίοδο 2008-2011, το μερίδιο της γεωργίας ελαττώθηκε από 2,7% όπου ήταν το 2008 σε 1,9% όπου ήταν το 2011, ενώ το αντίστοιχο της μετατροπής τροφίμων ελαττώθηκε από 2,8% όπου ήταν το 2008 σε 2,3% όπου ήταν το 2011 (Παπάζογλου, 2014).



Διάγραμμα 2: Η συμμετοχή της γεωργίας και της μεταποίησης τροφίμων στην εθνική οικονομία σε όρους απασχόλησης, 2000-2011 (000 φυσικά πρόσωπα)

(Πηγή: Eurostat)

Σε όρους ετήσιων μονάδων πλήρους απασχόλησης στο παρακάτω διάγραμμα προκύπτει μεγαλύτερη ελάττωση της τάξης περίπου του 34% μεταξύ του έτους 2005 και του έτους 2010, κάτι που ανυψώνει το τομέα της γεωργίας σαν πηγή μη ολοκληρωμένης απασχόλησης και μάλλον της ελάττωσης της γεωργικής δραστηριότητας με βάση μερικών αγροτικών νοικοκυριών με ηλικιωμένα μέλη (Fujita, 2012).



Διάγραμμα 3: Η απασχόληση στη γεωργία σε όρους Ατόμων και Ισοδύναμων Ετήσιων Μονάδων Πλήρους Απασχόλησης (AWUs), Συνολικό Τακτικό Εργατικό Δυναμικό, 2005, 2007, 2010

(Πηγή: Eurostat)

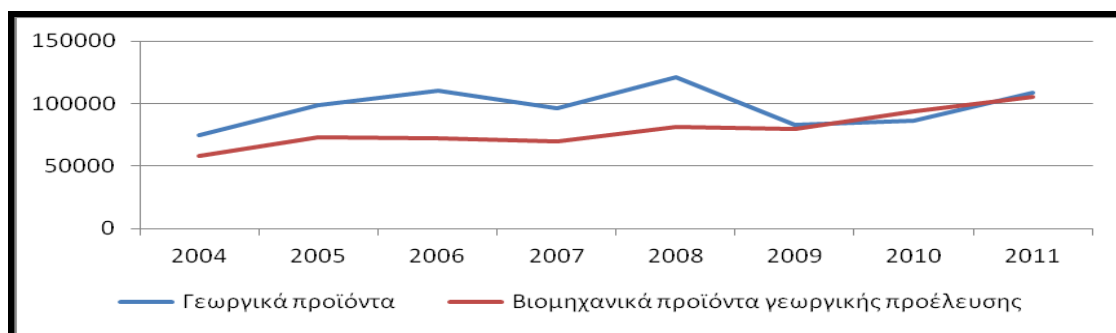
6.2.3 Το Ισοζύγιο του κλάδου

Με βάση το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών που έρχεται σε αντίθεση με την συνολική ανταγωνιστικότητα της οικονομίας, η γεωργία παρουσιάζεται ως μια σπουδαία οικονομική δραστηριότητα. Οι γεωργικές εξαγωγές έχουν κόστος περίπου 200 με 230 εκατομμύρια ευρώ και πραγματοποιούν το 30 με 35% της τελικής αξίας των εξαγωγών (Θανόπουλος, 2006).

Τα βασικότερα εξαγωγίμα προϊόντα είναι οι πατάτες, τα εσπεριδοειδή και τα λαχανικά ως προϊόντα μη μετασχηματισμένης πρωτογενούς παραγωγής με ποσοστό 82% του συνόλου.

Τα προαναφερόμενα προϊόντα κατέχουν μια οριακή έως μειωτική πορεία στους όγκους εξαγωγών ενώ οι ευκαιρίες κερδοφορίας κατέχουν μείωση εξαιτίας της διακύμανσης του ανταγωνισμού στις Ευρωπαϊκές αγορές (Βερναδάκης, 2006).

Οι γεωργικές εισαγωγές κυμαίνονται περίπου στα 900 εκατομμύρια ευρώ και παρουσιάζουν το 15 με 16% περίπου της τελικής αξίας των εισαγωγών της χώρας. Και στις εξαγωγές και στις εισαγωγές υπάρχει ευκαιρία αντίστοιχης μεγιστοποίησης και ελαχιστοποίησης έτσι ώστε να αναπτυχθεί σημαντικά το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών.



Διάγραμμα 4: Εξαγωγές γεωργικών και μεταποιημένων γεωργικών προϊόντων, 2004-2011 (€'000)

(Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ)

Επίλογος

Η διεθνοποίηση και η παγκοσμιοποίηση είναι πλέον από τα πιο γνωστές ενέργειες των επιχειρήσεων που θέλουν να εξαπλωθούν και σε άλλες χώρες. Οι κοινωνιολόγοι, οι οικονομολόγοι, οι πολιτικοί και οι δημοσιογράφοι κάνουν αναφορά για τα διαφορετικά μεγέθη του φαινομένου κάτω από ειδικές πτυχές ενδιαφέροντος. Εδώ και αρκετά χρόνια, οι αναπτυσσόμενες εταιρείες των βιομηχανικά βελτιωμένων κρατών, έχουν αρχίσει να δρουν σε αγορές εκτός των συνόρων τους, με σκοπό την βελτίωση του κεφαλαίου τους, έτσι ώστε να αρπάξουν τις δυνατότητες όπου θα μπορούσαν να προκληθούν από την συγκεκριμένη κίνηση. Έτσι, στην σημερινή εποχή υπάρχει μεγάλο ποσοστό διεθνοποιημένων εταιρειών. Οι ανώτεροι υπάλληλοι των εταιρειών κάνουν τις απαραίτητες ενέργειες για να ενστερνιστούν ορθές και συνολικές στρατηγικές ανάπτυξης της αγοράς σε παγκόσμιο επίπεδο. Οι δυνατότητες και τα πλεονεκτήματα που στοχεύουν τις εταιρείες για να διεθνοποιηθούν, είναι αρκετά και διάφορα, ενώ δεν είναι λίγες οι απειλές που μπορούν να προκληθούν. Η διαδικασία όπου μια εταιρεία μπορεί να καταφέρει να πραγματοποιήσει την σημαντική διαδικασία για να διεθνοποιηθεί στην παγκόσμια αγορά, μπορεί να έχει τυχόν επιδράσεις και στο κλίμα της ίδιας. Η ανάλυση της διαδικασίας αυτής όπου μια εταιρεία λαμβάνει την απόφαση και επιλέγει να διεθνοποιηθεί, έχει ως αποτέλεσμα ότι κάποια δεδομένα μπορεί να την βοηθήσουν ή να την ωθήσουν να διεθνοποιηθεί περαιτέρω, θα χρειαστεί πολύς περισσότερος χρόνος όμως από την εγκατάσταση στην δεύτερη χώρα διεθνοποίησης. Η ανάλυση των μεθόδων όπου μια εταιρεία έχει κάνει την επιλογή διεθνοποίησης, φέρει ως αποτέλεσμα την εισαγωγή σε καινούργια αγορά-στόχο όπου τα αίτια θα την καθοδηγήσουν, ή θα την εξαναγκάσουν να διαλέξει την μέθοδο διεθνοποίησης της, όπως επίσης τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που θα δημιουργήσει η απόφαση αυτή που θα λάβει. Τέλος, πρέπει να τονισθεί ότι είναι πολύ σημαντικό μια επιχείρηση να διεθνοποιηθεί προς οποιαδήποτε χώρα έτσι ώστε θα φέρει και πλεονεκτήματα και στην ίδια όπως επιπλέον κέρδη αλλά και στην χώρα όπου θα διεθνοποιηθεί λόγω ότι ένα από τα πλεονεκτήματα για την χώρα είναι η μείωση της ανεργίας και η προσφορά εργασιών στους πολίτες του κράτους διεθνοποίησης.

Βιβλιογραφία

Ελληνική Βιβλιογραφία

Βαμβούκας, Γ. (2004). Διεθνής Οικονομικές Σχέσεις. Εκδόσεις Γ. Μπένου. Αθήνα.

Βερναδάκης, Ν. (2006). Οικονομική της Τεχνολογίας. Εκδόσεις Τυπωθήτω. Αθήνα.

Γεωργόπουλος, Ν. (1994). Διαδικασίες Παγκόσμιας Οικονομικής Ολοκλήρωσης και Διεθνοποίηση της Παραγωγής στην Ελλάδα, αποτελέσματα πρωτογενούς έρευνας σε επιχειρήσεις. Εκδόσεις Παπαζήση. Αθήνα

Θανόπουλος, Ν. (2006). Διεθνής Επιχείρηση, Περιβάλλον, Δομή, Προκλήσεις. Εκδόσεις Interbooks. Αθήνα.

Κεφαλάς, Α. (1999). Η επιχείρηση στον 21ο αιώνα. Εκδόσεις Ελληνικά γράμματα. Αθήνα.

Κυρικλής, Α. (2002). Άμεσες Ξένες Επενδύσεις. Εκδόσεις Κριτική. Αθήνα

Μελάς, Κ. και Πολλαλής, Γ. (2005). Παγκοσμιοποίηση και Πολυεθνικές Επιχειρήσεις. Εκδόσεις Παπαζήση. Αθήνα.

Παπαδάκης, Β. (2002). Στρατηγική των επιχειρήσεων, Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία. Εκδόσεις Ε. Μπένου. Αθήνα.

Παπάζογλου, Χ. (2014). Ελληνική εξαγωγική επίδοση, Ανταγωνιστικότητα και ξένες άμεσες επενδύσεις. Εκδόσεις Τυπωθήτω. Αθήνα.

Πανηγυράκης, Γ. (1999). Διεθνές Εξαγωγικό Μάρκετινγκ. Εκδόσεις Σταμούλη. Αθήνα.

Σιώμοκος, Γ. (2004). Στρατηγικό Μάρκετινγκ. Εκδόσεις Σταμούλης. Αθήνα.

Fujita, M. (2012). Σχεδιασμός πολιτικών προσέλκυσης ξένων επενδύσεων, οι επιπτώσεις για την οικονομική ανάπτυξη στην Ελλάδα, Capital και Αθηναϊκό και μακεδονικό πρακτορείο εισησεων. Εκδόσεις Γ. Μπένου. Αθήνα.

Χαζάκης, Κ. (2003). Η Αρχιτεκτονική των Στρατηγικών Συμμαχιών, μια κριτική Αξιολόγηση. Εκδόσεις Σταμούλης. Αθήνα.

Χατζηδημητρίου, Ι. (2003). Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες. Εκδόσεις Ανικούλα. Αθήνα.

Ξένη Βιβλιογραφία

Czinkota M.R., Rokainen I.A., International Marketing, Forth Worth, TX:The Dryden Press, 1993.

Daniels J.D. and Radebaugh L.H., International Business: Environments and Operations”, 8th edition, Addison-Wesley Publishing Company, Reading, Mass 1998.

Darling, J.R. & Seristo, H.T., “Key Steps For Success in Export Markets: A New Paradigm for Strategic Decision Making”, European Business Review, Vol. 16, No. 1, 2004.

Dunning, J.H., Lundan, S.M., Multinational Enterprises and the Global Economy, Second Edition, 2nd ed. Edward Elgar Publishing, 2008

Hardy, J., Micek, G., Capik, P., Upgrading Local Economies in Central and Eastern Europe? The Role of Business Service Foreign Direct Investment in the Knowledge Economy. European Planning Studies, 2011.

Hill C. and Jones G., Strategic Management: An Integrated Approach, Houghton Mifflin Company, 7th edition, 2007

Hollensen, S., Global Marketing- A market-responsive approach, 2nd ed.,Prentice Hall, 2001.

Kotler, P., Marketing Management, 11th Edition, Prentice-Hall, Upper Saddle River, NJ, 2003.

Krugman Paul, Obstfield Maurice, International Economics - Theory and Policy, 2002.

Levitt T., “The globalization of the markets”, Harvard Business Review,1983

Mas- Ruiz, F.J., Nicolau-Gonzalbez, J.L. & Ruiz-Moreno, F., “Foreign Expansion Strategy and Performance”, *International Marketing Review*, Vol. 19, No. 2, 2002

Rippel M. & Teply P., *Operational Risk- Scenario Analysis*, Charles University in Prague, Institute of Economic Studies, Working Paper 15/2008, 2008

Root F., *Entry Strategies for International Markets*, Lexington Books, New York, 1994.

Rundh, B., “Rethinking the International Marketing Strategy: New Dimensions in a Competitive Market”, *Marketing Intelligence & Planning*, 2003

Weber, R.A. and Camerer, C.F. “ Cultural conflict and merger failure: an experimental approach”, *Management Science*, Vol 49, No 4, 2003