

1
2
3

Ανάληψη Διεθνούς Περιβάλλοντος
για την Ανάπτυξη Ελληνικών Εξαγωγών

Δημήτρης Φωτίνας & Παναγιώτης Μπάτος

4

5

6

7

8

9

10

11

12

13

14

Ανάλυση Διεθνούς Περιβάλλοντος για την Ανάπτυξη Ελληνικών Εξαγωγών

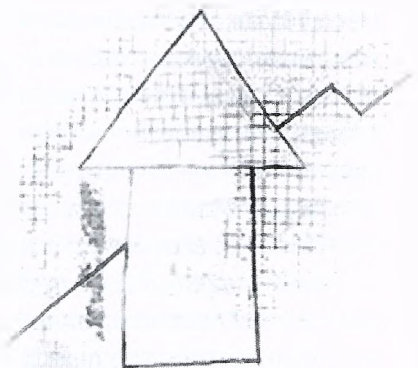
International Environment Analysis for Greek Export Activities

Δημήτρης Φωλίνας*

Επιστημονικός Συνεργάτης
Τμήμα Λογιστικής - ΑΤΕΙ Θεσσαλονίκης

Παναγιώτης Μπάτος**

Εργαστηριακός Συνεργάτης
Τμήμα Διεθνούς Εμπορίου - ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας



Abstract

This study deals with the critical issue of Greek exporting initiatives. Initially, a brief analysis of Greek exporting products is presented, categorized by the business domain, the volume of exporting activities in the last three years, and the geographical area - continent. Based on the above, the existing and target - markets are identified, and the main characteristics of export and exportable products are distinguished. Finally, various entrance approaches into the foreign markets are described.

1. Εισαγωγή

Ένα από τα πιο σοβαρά προβλήματα της Ελληνικής οικονομίας, είναι ότι οι ποσότητες και αξίες οι εξαγωγών των Ελληνικών προϊόντων στις διεθνείς αγορές βρίσκονται σε χαμηλά επίπεδα. Αυτό έχει ως συνέπεια να παρατηρείται κάθε χρόνο έλλειμμα στο ισοζύγιο πληρωμών της Ελλάδας. Οι χαμηλές εξαγωγικές επιδόσεις οφείλονται σε πολλούς παράγοντες. Ένας από αυτούς είναι η εσωστρέφεια που διακρίνει τις Ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις οι

* **Dimitris Folinas**, Scientific Associate. Department of Accounting, Technological Education Institute of Thessaloniki.

** **Panagiotis Mpatos**, Scientific Assistant, Department of International Commerce, Technological Educational Institute of Western Macedonia.

οποίες δεν έχουν αναπτύξει ακόμη τα κατάλληλα δίκτυα διανομής στις περισσότερες χώρες του κόσμου και δεν έχουν χρησιμοποιήσει την πλειοψηφία των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (Μ.Μ.Ε.) για την διεθνή προβολή των προϊόντων τους. Επιπρόσθετα, η ελλιπής ανάπτυξη της κατάστασης του διεθνούς εμπορίου που οδηγεί στην αδυναμία καθορισμού των αγορών στόχων αποτελεί έναν ακόμα ανασταθτικό παράγοντα αύξησης των εξαγωγών των ελληνικών επιχειρήσεων. Με την συγκεκριμένη ανάπτυξη των διεθνών αγορών ασχολούνται όλοι οι εξαγωγικοί φορείς της Ελλάδος (Σ.Ε.Β.Ε., Ο.Π.Ε. κ.λ.π.) αλλά πολλές Ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις μάλλον αγνοούν το γεγονός.

Στην παρούσα εργασία εκτός των άλλων καταγράφονται και προτείνονται ιδέες για μελλοντική έρευνα. Η εργασία επιδιώκει να αποτελέσει ένα χρήσιμο οδηγό καταγραφής αρχικά και ανάπτυξης έπειτα της παρούσας κατάστασης των αγορών της διεθνούς παγκόσμιας σκηνής για κάθε ελληνική επιχείρηση που επιθυμεί την ανάπτυξη και επέκταση εξαγωγικών πρωτοβουλιών με στόχο την αύξηση των εξαγωγών σε ποσότητα και αξία.

2. Τα Ελληνικά εξαγόμενα-εξαγώγιμα προϊόντα

Εξαγώγιμα Ελληνικά προϊόντα χαρακτηρίζονται αυτά που έχουν έστω και την ελάχιστη πιθανότητα να πωληθούν στις διεθνείς αγορές. Εξαγόμενα Ελληνικά προϊόντα είναι αυτά που τελικώς θα πωληθούν σε αυτές. Με βάση την τυποποιημένη ταξινόμηση του διεθνούς εμπορίου (Τ.Τ.Δ.Ε.) τα προϊόντα χωρίζονται σε 11 γενικές κατηγορίες. (Πηγή: Σύνοδος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος - Σ.Ε.Β.Ε., 2005 και Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος - Ε.Σ.Υ.Ε., 2005). Με βάση την Ελληνική παραγωγή, κάθε κατηγορία από τις 11 περιλαμβάνει μία σειρά συγκεκριμένων προϊόντων. Αναλυτικότερα: *Τρόφιμα*. Περιλαμβάνονται: Το κρέας, τα ψάρια, τα οστρακοειδή, τα μαλάκια, τα υδρόβια ασπόνδυλα (με τα παρασκευάσματά τους), τα γαλακτοκομικά προϊόντα και τα αυγά. Ακόμη: τα δημητριακά, το αλεύρι, τα λαχανικά και τα νωπά φρούτα (με τα παρασκευάσματά τους). Κατηγορίες φρούτων είναι τα εσπεριδοειδή (πορτοκάλια, λεμόνια, μανταρίνια και γκρέϊν φρούτ), τα ροδάκινα, τα νεκταρίνια, τα βερίκοκα τα κεράσια, τα μήλα και αχλάδια, τα ακτινίδια, τα επιτραπέζια σταφύλια και τα κηπευτικά: καρπούζια, πατάτες, σπαράγγια, αγγούρια. Τα παραπάνω φρούτα θεωρούνται εξαγώγιμα υπό την προϋπόθεση ότι δεν έχουν υπολείμματα φαρμάκων και λιπασμάτων και μπορούν να εξαχθούν με τη λειτουργία του μηχανισμού της άμεσης εξαγωγής. Εξαγώγιμα προϊόντα της κατηγορίας αυτής είναι επίσης η ζάχαρη, το κακάο (με τα παρασκευάσματά τους), τα μπαχαρικά, οι σπόροι, οι διάφοροι καρποί,

το μέλι και οι ζωοτροφές. Περιλαμβάνονται τέλος τα λίπη και έλαια φυτικής και ζωικής προέλευσης ακατέργαστα, κατεργασμένα και εξευγενισμένα.

Ποτά και καπνός. Περιλαμβάνονται: Όλα τα Ελληνικά κρασιά, το ξύδι, τα διάφορα αλκοολούχα ποτά και ο καπνός. (κατεργασμένος και ακατέργαστος)

Κλωστοϋφαντουργία - Ένδυση. Περιλαμβάνονται: Το βαμβάκι, οι συνθετικές ίνες (συνεχείς και ασυνεχείς), το μαλλί, τα νήματα, (από τρίχες και χαρτί) οι σπάγκοι και σχοινιά, τα ράκη, τα υφάσματα, τα πάσης φύσεως ενδύματα και συμπληρώματα τους (πλεκτά, σταθερά), οι ακατέργαστες δορές, δέρματα και γουναρικά. Επίσης περιλαμβάνονται και άηλη έτοιμα προϊόντα όπως: βάτες, υποδήματα, τάπητες, προϊόντα δαπέδων, δαντέλες, καπέλα και ομπρέλες.

Πετρελαιοειδή. Περιλαμβάνεται το πετρέλαιο και τα προϊόντα του, το φωταέριο, το φυσικό αέριο και τα πάσης φύσεως ορυκτά καύσιμα.

Χημικά προϊόντα και Πλαστικά. Περιλαμβάνονται: Ιατρικά, φαρμακευτικά προϊόντα, σαπούνια, αιθέρια έλαια, ρητινοειδή, αρωματικές ύλεις, παρασκευάσματα καλλωπισμού στίλβωσης καθαρισμού, βαφικές δεψικές, χρωστικές ύλεις, βιομηχανικά λιπάσματα, πλαστικές ύλεις σε πρωτογενή και μη πρωτογενή μορφή, χημικά παρασκευάσματα οργανικά και ανόργανα. Επίσης, καουτσούκ, κεριά, λιπάσματα, λευκωματοώδεις ύλεις, κόλλες, φωτογραφικά και κινηματογραφικά προϊόντα και εύφλεκτες-εκρηκτικές ύλεις.

Ξύλο Χαρτί. Περιλαμβάνονται το χαρτί και χαρτόνι, τα προϊόντα των εκδοτικών οίκων, η πάσης φύσεως ξυλεία (με τα τεχνουργήματα της), ο ποιτός από ξύλο και χαρτί, τα προϊόντα καθαθοποιίας και ο φελιός.

Μετάλλια. Περιλαμβάνονται: Το αργίλιο, ο σίδηρος, ο χάλυβας, ο χυτοσίδηρος, ο χαλκός, ο ψευδάργυρος, ο μόλυβδος, ο κασσίτερος, το νικέλιο και τα τεχνουργήματα όλων των παραπάνω μετάλλων. Επίσης, τα εργαλεία και είδη μαχαιροποιίας και ακόμη διάφορες κέραμο - μεταλλουργικές συνθέσεις.

Μη μεταλλικά ορυκτά. Περιλαμβάνονται: Το αλάτι, το θείο, ο γύψος, το τσιμέντο, ο ασβέστης, τα αδρανή υλικά, ο αμίαντος τα μάρμαρα και τα τεχνουργήματα τους. Επίσης, το γυαλί τα μαργαριτάρια, οι πολύτιμες πέτρες, τα κοσμήματα, οι απομιμήσεις κοσμημάτων, τα προϊόντα κεραμεικής, τα πάσης φύσεως μεταλλεύματα, οι σκουριές και οι τέφρες.

Μηχανήματα και συσκευές. Περιλαμβάνονται: Μηχανήματα - εξοπλισμός παραγωγής ενέργειας, κατεργασίας μετάλλων, μηχανές γραφείου, επεξεργασίας στοιχείων, συσκευές-εξοπλισμός τηλεπικοινωνιών, συσκευές εγγραφής αναπαραγωγής ήχου. Επίσης, τα αυτόνομα μέρη και επινοήσεις των παραπάνω μηχανημάτων και συσκευών. Τέλος, στην κατηγορία αυτή ανήκει ο πάσης φύσεως γενικός βιομηχανικός εξοπλισμός.

Οχήματα. Περιλαμβάνονται πάσης φύσεως οχήματα και μεταφορικά

υλικά, ποδήλατα, μέσα θαλάσσιας και ποτάμιας ναυσιπλοΐας, μέσα χειρσαίας μεταφοράς, αερόπλοια και υλικό για σιδηροδρομικές γραμμές.

Μη αλλοιού κατατασσόμενα προϊόντα. Περιλαμβάνονται είδη όπως Όργανα-συσκευές φωτογραφίας, μέτρησης, ελέγχου, ακρίβειας, έπιπλα, συσκευές, φωτισμού, φωτεινές πινακίδες, παιχνίδια, είδη διασκέδασης, όπλα, πυρομαχικά, (μέρη και εξαρτήματα τους) προϊόντα ωρολογοποιίας, γόμες, ρητίνες, φυτά, (και εκχυλίσματα τους) ζωντανά ζώα, μουσικά όργανα (και εξαρτήματα τους), αντικείμενα τέχνης και διάφορα είδη μη αλλοιού κατατασσόμενα.

3. Οι εξαγωγές των Ελληνικών προϊόντων την τελευταία ζετία

Οι εξαγωγές των Ελληνικών προϊόντων τα τελευταία 3 έτη βρίσκονται σε χαμηλά επίπεδα. Παρ' όλη αυτά παρουσιάζουν σταθερότητα και σε ποσότητες και σε αξίες. Αυτό φαίνεται και από τους παρακάτω πίνακες (Πίνακες 1 και 2) με τις εξαγωγές σε ποσότητα (τόνοι) και σε αξία (χιλιάδες) και των 11 γενικών κατηγοριών προϊόντων που αναφέρθηκαν παραπάνω και οι οποίοι βρίσκονται στην συνέχεια. Στην τελευταία στήλη και των δύο πινάκων αναγράφονται τα ποσοστά του κάθε κλάδου επί των συνολικών εξαγωγών.

Πίνακας 1: Εξαγωγές ελληνικών προϊόντων ανά κλάδο σε τόνους για την τριετία 2001-2003

(Υπολογισμένα βάσει των πινάκων εξαγωγών Ελληνικών προϊόντων του αρχείου του Σ.Ε.Β.Ε. και των φυηλαδίων της ΕΣΥΕ, (2001, 2002, 2003), Ενδοκοινοτικό και εξωτερικό εμπόριο Ελλάδας)

Κλάδος / Έτος	2001	2002	2003	Μερίδιο
Μη μεταλλικά ορυκτά	8.067.064	5.453.301	6.535.113	37,1%
Πετρελαιοειδή	5.609.045	4.061.075	3.269.638	18,5%
Χημικά και Πλαστικά	2.076.022	1.970.654	2.409.980	13,7%
Τρόφιμα	4.079.734	2.879.416	2.341.173	13,2%
Μετάλλια	1.180.919	1.086.188	1.222.367	6,9%
Κλωστοϋφαντουργία και Ένδυση	728.901	856.321	705.572	4,0%
Μηχανές και Συσκευές	173.222	174.712	433.893	2,5%
Ποτά και Καπνά	347.562	269.658	306.721	1,7%
Ξύλο και Χαρτί	234.462	223.898	297.370	1,7%
Άλλα	101.567	60.729	83.028	0,5%
Οχήματα	23.418	20.752	33.042	0,2%
Σύνολο	22.621.916	17.056.705	17.637.897	100,0%

**Πίνακας 2: Εξαγωγές ελληνικών προϊόντων ανά κλάδο σε τόνους
για την τριετία 2001-2003**

*(Υπολογισμένα βάσει των πινάκων εξαγωγών Ελληνικών προϊόντων του
αρχείου του Σ.Ε.Β.Ε. και των φυηλαδίων της ΕΣΥΕ, (2001, 2002, 2003),
Ενδοκοινοτικό και εξωτερικό εμπόριο Ελλάδας)*

Κλάδος / Έτος	2002	2003	2004	Μερίδιο
Κλωστοϋφαντουργία & Ένδυση	2.084.695	2.533.457	2.415.235	21,9%
Τρόφιμα	2.075.215	1.975.405	1.957.548	17,1%
Χημικά & Πηαστικά	1.224.263	1.652.152	1.894.939	14,3%
Μέταλλια	1.318.943	1.434.161	1.675.739	12,4%
Μηχανές & Συσκευές	1.099.396	1.186.387	1.327.403	10,3%
Πετρελαιοειδή	894.343	818.254	840.267	7,1%
Ποτά & Καπνά	479.419	548.058	494.987	4,7%
Μη μεταλλικά ορυκτά	428.224	460.611	447.801	4,0%
Άλλα	237.915	435.663	237.230	3,8%
Οχήματα	244.109	298.281	297.459	2,5%
Ξύλο & Χαρτί	192.324	226.278	239.737	1,9%
Σύνολο	10.278.846	11.568.707	11.828.344	100,0%

Για κάθε μία από τις παραπάνω 11 γενικές κατηγορίες αξίζει να αναφερθούν κάποια συγκεκριμένα προϊόντα τα οποία συγκεντρώνουν την μερίδα του λέοντος στις Ελληνικές εξαγωγές δηλαδή παρουσιάζουν τα μεγαλύτερα εξαγωγικά ποσοστά στην κατηγορία τους (Σ.Ε.Β.Ε.: 2005). Αναλυτικότερα έχουμε:

Τρόφιμα: Νωπά - κατεψυγμένα φρούτα, λαχανικά, δημητριακά (σκληρό σιτάρι, καλαμπόκι) και τα παρασκευάσματα τους, τοματοπολτοί, Κορινθιακή σταφίδα ελαιόλαδο, ελιές, ψάρια, οστρακοειδή, μαλλάκια, γαλακτοκομικά (Φέτα-κεφαλοτύρι - κασέρι), ζάχαρη, ζαχαρώδη παρασκευάσματα και ζωοτροφές.

Ποτά και καπνός: Καπνά τσιγάρα και πάσης φύσεως αλκοολούχα ποτά.

Κλωστοϋφαντουργία-Ένδυση: Έτοιμα ενδύματα (πλεκτά σταθερά) και αξεσουάρ, βαμβάκι σε μάζες, δέρματα γουναρικά, νήματα υφαντουργίας, μεταχειρισμένα ενδύματα και ράκη, βαμβακερά και μάλλινα υφάσματα, και διάφορα έτοιμα είδη από υφαντικές ύφες.

Πετρελαιοειδή: Ορυκτέλαια-λιάδια από πετρέλαιο, ασφαλωτικές ύφες.

Χημικά προϊόντα και Π्लाστικά: Φάρμακα, πλαστικές ύλες, αιθέρια έλαια, καλλυντικά παρασκευάσματα, Χρώματα, δεψικές ύλες και ανόργανα χημικά.

Ξύλο Χαρτί: χαρτί χαρτόνι, βιβλία, έπιπλα και τεχνιτουργήματα ξυλείας.

Μέταλλα: Αργίλιο, χαλκός, σίδηρος, χυτοσίδηρος, Σωλήνες σιδήρου-εξαρτήματα σωληνώσεων, Ελάσματα σιδήρου χάλυβα εργαλεία-προϊόντα μαχαιροποιίας, διάφορα μέταλλα και μεταλλεύματα.

Μη μεταλλικά ορυκτά: Ασβέστης, Τσιμέντο - Υλικά κατασκευών.

Μηχανήματα και συσκευές: Λέβητες, καλνδία, αγωγοί ηλεκτρικού ρεύματος.

Οχήματα: Γεωργικοί ελκυστήρες, Ποδήλατα, χειραία οχήματα.

Άλλα: Όργανα συσκευές φωτογραφίας, μέτρησης, ελέγχου, ακρίβειας, έπιπλα, συσκευές, φωτισμού, φωτεινές πινακίδες, προκατασκευές, παιχνίδια, είδη διασκέδασης και αθλητισμού.

4. Οι υπάρχουσες αγορές για τα Ελληνικά εξαγόμενα προϊόντα

Οι κυριότερες αγορές για τα Ελληνικά εξαγόμενα προϊόντα είναι η Ευρωπαϊκή Ένωση, τα Βαλκάνια η Βόρεια Αμερική και η Κεντροαμερική Ευρώπη. Μικρότερο μερίδιο κατέχουν η Ασία και η Αφρική. Οι επόμενοι πίνακες (Πίνακας 3,4) παρουσιάζουν τις Ελληνικές εξαγωγές προϊόντων ανά Ήπειρο σε ποσότητα (τόνοι) και αξία (χιλιάδες _). Ο πίνακας 5 παρουσιάζει την ποσοστιαία κατανομή των εξαγωγών ανά γεωγραφική ζώνη στον κόσμο.

Πίνακας 3: Εξαγωγές ελληνικών προϊόντων ανά ήπειρο σε τόνους για την τριετία 2001-2003

(Υπολογισμένα βάσει των πινάκων εξαγωγών Ελληνικών προϊόντων του αρχείου του Σ.Ε.Β.Ε. και των φυλλαδίων της Ε.Σ.Υ.Ε., (2001, 2002, 2003), Ενδοκοινοτικό και εξωτερικό εμπόριο Ελλάδας)

Ήπειρος / Έτος	Σε τόνους		
	2001	2002	2003
Ευρώπη	16.468.504	11.614.781	11.846.831
Ασία	1.522.385	1.552.850	1.651.359
Αφρική	1.540.548	1.131.650	1.484.636
Αμερική	3.040.342	2.701.382	2.608.328
Ωκεανία	50.136	56.042	46.743
Σύνολο	22.621.916	17.056.705	17.637.897

Πίνακας 4: Εξαγωγές ελληνικών προϊόντων ανά ήπειρο σε χιλιάδες ευρώ για την τελευταία τριετία
(Υπολογισμένα βάσει των πινάκων εξαγωγών Ελληνικών προϊόντων του αρχείου του Σ.Ε.Β.Ε.)

Ήπειρος / Έτος	Σε χιλιάδες		
	2002	2003	2004
Ευρώπη	7.935.313	9.362.198	9.901.710
Ασία	1.010.116	824.573	506.700
Αφρική	431.527	373.769	519.944
Αμερική	820.883	923.741	809.307
Ωκεανία	81.002	84.425	90.683
Σύνολα	10.278.846	11.568.707	11.828.344

Στο σημείο αυτό έχει αξία να παρουσιαστούν τα ποσοστά των εξαγωγών των Ελληνικών προϊόντων ανά γεωγραφική ζώνη στον κόσμο (Πίνακας 5).

Πίνακας 5: Ποσοστιαία κατανομή εξαγωγών ανά γεωγραφική ζώνη του κόσμου για τα τελευταία 3 έτη
(Υπολογισμένα βάσει των πινάκων εξαγωγών Ελληνικών προϊόντων του αρχείου του Σ.Ε.Β.Ε.)

Γεωγραφική ζώνη / έτος	2002	2003	2004
Ευρωπαϊκή Ένωση	50,1%	55,6%	55,8%
Βαλκάνια	21,2%	20,7%	21,7%
Βόρεια Αμερική	6,4%	7,3%	6,0%
Αφρική	4,2%	3,2%	4,3%
Εγγύς & Μέση Ανατολή	4,7%	3,6%	3,3%
Ασία	4,7%	3,3%	3,1%
Πρώην Σοβιετικές Δημοκρατίες	4,5%	3,6%	3,0%
Λοιπές Ευρωπαϊκές	1,8%	1,3%	1,3%
Ωκεανία	0,8%	0,7%	0,7%
Κεντρική & Νότια Αμερική	1,6%	0,7%	0,7%
Σύνολο	100,0%	100,0%	100,0%

Διαπιστώνεται ότι η Ευρώπη είναι η κύρια αγορά των Ελληνικών εξαγόμενων προϊόντων με ποσοστό άνω του 75% των Ελληνικών εξαγωγών να κατευθύνεται προς τις χώρες της. Στο 17% είναι το ποσοστό των Ελληνικών

εξαγωγών σε Αμερική και Ασία. Το ποσοστό αυτό είναι δυσανάλογα μικρό σε σχέση με τον πληθυσμό των δύο αυτών Ηπείρων. Τα μικρότερα μερίδια στις εξαγωγές κατέχουν η Αφρική και η Ωκεανία (περίπου 5%).

5. Οι αγορές στόχοι για τα Ελληνικά εξαγόμενα-εξαγώγιμα προϊόντα

Οι παραπάνω πίνακες αναδεικνύουν το πρόβλημα των χαμηλών εξαγωγικών επιδόσεων της Ελλάδας σε όλες τις Ηπείρους πηλη της Ευρώπης. Αυτό οφείλεται σε μία σειρά από παράγοντες που μεταξύ άλλων είναι και οι εξής:

1. Περιορισμένες δυνατότητες πρόσβασης σε πολικές χώρες λόγω μεγάλης χιλιομετρικής απόστασης της Ελλάδας από αυτές.
2. Μηδαμινή προβολή των Ελληνικών εξαγόμενων προϊόντων σε πολικές χώρες, είτε λόγω του μεγάλου κόστους προβολής, είτε λόγω άλλων εμποδίων, όπως π.χ. το νομικό πλαίσιο (όταν υπάρχει) που διέπει το καθεστώς λειτουργίας των μέσων διαφήμισης στις χώρες αυτές.
3. Έλλειψη αναζήτησης νέων αγορών από τις Ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις και στην άγνοια της ύπαρξης πολικών «παρθένων» αγορών παγκοσμίως. Αυτό οφείλεται στην αδιαφορία και τον ωχαδερφισμό που διέπει πολικές από τις Ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις.
4. Ανυπαρξία ευέλικτων συστημάτων διανομής των προϊόντων.

62

Παρατηρούμε ότι υπάρχουν πολικές χώρες του κόσμου στις οποίες η Ελλάδα παρουσιάζει χαμηλές εξαγωγικές επιδόσεις. Παρόλα αυτά, πολικές από τις χώρες αυτές, έχουν μεγάλο πληθυσμό και υπάρχουν μεγάλες δυνατότητες πρόσβασης και προβολής των εξαγώγιμων και εξαγόμενων προϊόντων σε αυτές. Επίσης, υπάρχουν πολικές χώρες οι οποίες εισάγουν προϊόντα που η Ελλάδα παράγει και μπορεί εξάγει. Οι χώρες αυτές πρέπει να αποτελέσουν αγορές στόχους μαζί φυσικά με τις παραδοσιακές αγορές στις οποίες σε καμία περίπτωση δεν θα πρέπει να συρρικνωθεί η ποσότητα και αξία των εξαγωγών, ενώ αντίθετα αυτή θα πρέπει να διευρυνθεί.

Παρακάτω παρουσιάζονται ορισμένες χώρες από κάθε ήπειρο, που αποτελούν αγορές - στόχους και τα προϊόντα τα οποία οι Ελληνικές επιχειρήσεις είτε εξάγουν σήμερα, (εξαγόμενα) είτε μπορούν να εξάγουν (εξαγώγιμα) στο μέλλον.

Ευρώπη: Οι μεγαλύτερες σε πληθυσμό χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης δηλαδή η Γερμανία, η Ιταλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Γαλλία και η Ισπανία είναι οι κύριες αγορές των Ελληνικών εξαγόμενων προϊόντων. Σημαντικό μερίδιο στις Ελληνικές εξαγωγές κατέχουν οι Βαλκανικές χώρες, η Τουρκία και η Κύπρος. Ακολουθούν οι άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της

υπόλοιπης Ευρώπης ενώ πιο χαμηλά στον πίνακα βρίσκονται χώρες που προέκυψαν από την διάλυση της πρώην Ε.Σ.Σ.Δ. όπως η Ρωσία, η Ουκρανία, η Λευκορωσία, η Λετονία, η Λιθουανία και το Αζερμπαϊτζάν. Αρκετές από αυτές τις χώρες, είναι πληθυσμιακά μεγάλης αγοράς, δεν έχουν μεγάλη χηλιομετρική απόσταση από την Ελλάδα και υπάρχουν άριστες διμερείς οικονομικές σχέσεις της Ελλάδος με αυτές. Συνεπώς αποτελούν αμέσους σημαντικούς εξαγωγικούς στόχους.

Αφρική: Στην ήπειρο αυτή παρουσιάζονται οι χαμηλότερες εξαγωγικές επιδόσεις σε σχέση με τις υπόλοιπες ηπείρους. Οι χώρες της Βόρειας Αφρικής συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο μερίδιο των εξαγωγών ενώ υπάρχουν και άλλες πιο ανεπτυγμένες χώρες σε σχέση με άλλες όπως η Νιγηρία, ο Νίγηρας, η Νότια Αφρική, η Γουινέα, το Καμερούν, η Λιβερία και η Σενεγάλη όπου η Ελλάδα εξαγει αρκετά προϊόντα της. Από εκεί και πέρα υπάρχει μία σειρά χωρών που θα μπορούσαν υπό προϋποθέσεις να αποτελέσουν αγορές στόχους. Ενδεικτικά να αναφερθούν η Λαϊκή Δημοκρατία του Κονγκό, η Ουγκάντα, η Κένυα, το Σουδάν, η Αιθιοπία, και η Μαδαγασκάρη. Οι χώρες αυτές έχουν τα εξής χαρακτηριστικά: Ολοκληρωτικά πολιτικά καθεστώτα, μεγάλο πληθυσμό, χαμηλή οικονομική ανάπτυξη, πολύ χαμηλό βιοτικό επίπεδο των κατοίκων, οικονομική εξάρτηση από άλλες χώρες όπως Γαλλία, Η.Π.Α., Ηνωμένο Βασίλειο, έλλειψη Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης (Μ.Μ.Ε.), έλλειψη πληροφόρησης των κατοίκων και λογοκρισία, ενώ δεν υπάρχει σταθερό νομικό καθεστώς που να διέπει την λειτουργία των Μ.Μ.Ε. Στην ίδια κατηγορία χωρών με πολύ πιο έντονα τα παραπάνω χαρακτηριστικά εντάσσονται και οι χώρες: Ζάμπια, Burkina Faso, Τσαντ, Μοζαμβίκη, Ζιμπάμπουε, Ρουάντα, Μάλι, Μαλάουι, Μπενίν, Αγκόλη, Ακτή Ελεφαντοστού, Γκάνα και Τανζανία. Οι περιπτώσεις των χωρών αυτών σε ότι αφορά την προώθηση των Ελληνικών εξαγόμενων προϊόντων είναι εξαιρετικά δύσκολες σήμερα.

Ασία: Η ήπειρος αυτή είναι η μεγαλύτερη πληθυσμιακά στην γη. Θα λέγαμε ότι υπάρχουν μεγάλες διαφοροποιήσεις τόσο στο επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης των χωρών όσο και στο πολιτισμικό επίπεδο ανά χώρα. Οι εξαγωγικές επιδόσεις της Ελλάδας είναι χαμηλές στις περισσότερες χώρες της ηπείρου αυτής. Είναι όμως χρήσιμο να τονισθούν κάποια ιδιαίτερα χαρακτηριστικά κάποιων χωρών από τα οποία θα προκύψουν οι αγορές - στόχοι:

- Υπάρχουν χώρες με πολύ υψηλό πληθυσμό και με πολλή από τα χαρακτηριστικά που αναφέρθηκαν πιο πάνω για τις χώρες του τρίτου κόσμου της Αφρικής όπως: Βόρεια Κορέα Βιρμανία, Αφγανιστάν, Νεπάλη, Καμπότζη, Βιετνάμ, Μπαγκλαντές, Υεμένη και Πακιστάν. Στις χώρες αυτές η Ελλάδα παρουσιάζει χαμηλές εξαγωγικές επιδόσεις.

- Υπάρχουν αντιθέτως χώρες με υψηλή οικονομική ανάπτυξη όπου η Ελλιάδα παρουσιάζει καλύτερες εξαγωγικές επιδόσεις και με προοπτική αύξησης τους. Τέτοιες χώρες είναι η Ιαπωνία, η Νότια Κορέα, η Κίνα, η Σιγκαπούρη η Ινδία, το Χονγκ Κονγκ, Ινδονησία, Ταϊβάν και Ταϊλάνδη. Στις χώρες αυτές υπάρχει μεγάλη δυνατότητα προβολής των εξαγόμενων Ελλήνικών προϊόντων διαμέσου των πολυών Μ.Μ.Ε. και του διαδικτύου.
- Στις χώρες της Μέσης Ανατολής η Ελλιάδα παρουσιάζει αξιόλογες εξαγωγικές επιδόσεις και με προοπτική αύξησης τους. Δυστυχώς όμως λόγω του πολεμικού κλίματος σε πολλές από τις χώρες αυτές, υπάρχει αστάθεια. Αυτό ενδεχομένως να κάνει διστακτικές τις Ελλήνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις σε ότι αφορά την προβολή των προϊόντων τους στις χώρες αυτές.
- Στις χώρες που προέκυψαν από την διάλυση της πρώην Ε.Σ.Σ.Δ. όπως: Καζακστάν, Ουζμπεκιστάν, Τατζικιστάν η Ελλιάδα δεν παρουσιάζει ικανοποιητικές εξαγωγικές επιδόσεις προφανώς λόγω έλλειψης σωστής εξαγωγικής στρατηγικής των Ελλήνικών επιχειρήσεων.
- Υπάρχουν τέλος χώρες όπως η Σρι Λάνκα, η Μαλαισία και οι Φιλιππίνες όπου και εδώ η Ελλιάδα δεν παρουσιάζει ικανοποιητικές εξαγωγικές επιδόσεις. Αυτό οφείλεται στην μεγάλη χιλιόμετρική απόσταση της Ελλιάδας από αυτές και στην εξαγωγική κυριαρχία της Κίνας της Ιαπωνίας και των άλλων γειτονικών ανεπτυγμένων χωρών στις χώρες αυτές.

Ωκεανία: Οι εξαγωγικές επιδόσεις της Ελλιάδος είναι χαμηλές στις χώρες της ηπείρου αυτής λόγω της τεράστιας χιλιόμετρικής απόστασης που υπάρχει. Παρόλα αυτά και στην Αυστραλία και στους Νήσους Marshall όπου υπάρχει έντονο το Ελληνικό στοιχείο και καλό σύστημα διανομής υπάρχουν πολλές δυνατότητες αύξησης των εξαγωγών σε συγκεκριμένους κλάδους.

Αμερική: Οι μεγαλύτερες εξαγωγικές επιδόσεις της Ελλιάδας παρουσιάζονται στις Η.Π.Α. ενώ ακολουθούν ο Καναδάς, η Βραζιλία, το Μεξικό, ο Παναμάς και τα νησιά της Καραϊβικής. Από εκεί και πέρα υπάρχουν κράτη της Κεντρικής και της Λατινικής Αμερικής με πολύ μεγάλους πληθυσμούς, όπου να μιν υπάρχουν προοπτικές εξαγωγών σε πολλούς κλάδους αλλά πάντα υπάρχει σοβαρό το μειονέκτημα της τεράστιας χιλιόμετρικής απόστασης από αυτές. Επιπλέον υπάρχουν μεγάλες διαφοροποιήσεις από χώρα σε χώρα όσο αναφορά την οικονομική τους ανάπτυξη, το νομικό καθεστώς που διέπει το εξαγωγικό εμπόριο τους καθώς και την λειτουργία των Μ.Μ.Ε. Τέτοιες χώρες είναι: Η Γουατεμάλα, η Κούβα, η Βενεζουέλα, η Κολομβία, το Περού, η Αργεντινή, η Χιλή και ο Ισημερινός.

Στο σημείο αυτό είναι σκόπιμο να παρουσιασθεί πίνακας όπου καταγράφονται οι χώρες / αγορές - στόχοι ανά ήπειρο, τα κυριότερα προϊόντα που οι

Ελληνικές επιχειρήσεις εξάγουν σήμερα (εξαγόμενα) στις χώρες αυτές, καθώς και τα προϊόντα που μπορούν να εξάγουν (εξαγώγιμα) στο μέλλον.

Πίνακας 5: εξαγώγιμα και εξαγόμενα ελληνικά προϊόντα ανά χώρα (αγορά στόχο)
(Υπολογισμένα βάσει της πηγής: CIA world fact book, 2005,
<http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/geos/>)

Ευρώπη		
Χώρες	Εξαγόμενα Ελληνικά προϊόντα	Εξαγώγιμα Ελληνικά προϊόντα
Γερμανία	Ποτά-καπνός, μεταλλία, ορυκτά.	Όλα τα είδη.
Ιταλία	Ιχθυρά, μεταλλία, ορυκτά, καπνός.	Ιχθυρά, πηαστικά, καπνός, μεταλλία.
Ην. Βασίλειο	Καπνός, τρόφιμα, α' ύλης ένδυσης.	Φρούτα, τοματοποητός, καπνός.
Βουλγαρία	Τρόφιμα, α' ύλης ένδυσης, μεταλλία.	Τρόφιμα, α' ύλης ένδυσης, μεταλλία.
Κύπρος	Ενδύματα, δεξαμενόηοια.	Ενδύματα, καλλυντικά, δεξαμ/ηοια.
Γαλλία	Α' ύλης ένδυσης, μεταλλία, ορυκτά.	Πηαστικά, χημικά, μεταλλία.
Τουρκία	Ποτά-καπνός, βαμβάκι, τρόφιμα.	Τρόφιμα, βαμβάκι, ποτά, καπνός.
Ισπανία	Α' ύλης ένδυσης, ποτά-καπνός.	Τρόφιμα, α' ύλης ένδυσης, ποτά.
Π.Γ.Δ.Μ.	Δομικά υλικά, τρόφιμα, υφάσματα.	Προϊόντα κεραμοποιίας, τσιμέντο.
Αθβανία	Όλα τα είδη.	Όλα τα είδη.
Ρουμανία	Μηχανήματα, μεταλλία, πηαστικά.	Πηαστικά, μεταλλία, χημικά, μηχανές.
Ολλανδία	Ποτά-καπνός, α' ύλης ένδυσης.	Ενδύματα, χημικά, ποτά, καπνός.
Ρωσία	Καπνός, γούνες, ζάχαρη, μεταλλία.	Καπνός, γούνες, ζάχαρη, μεταλλία.
Σερβία-Μαυρ.	Πετρελαιοειδή, τρόφιμα, ενδύματα.	Πηαστικά, τρόφιμα, πετρελαιοειδή.
Πολωνία	Μη μεταλλικά ορυκτά, μεταλλία.	Μη μεταλλικά ορυκτά, χημικά.
Βέλγιο	Μηχανήματα, ποτά-καπνός.	Μηχανές, συσκευές, πετρελαιοειδή.
Σουηδία	Τρόφιμα, ενδύματα, μεταλλία.	Τρόφιμα, ενδύματα, μεταλλία.
Ελβετία	Μεταλλία, α' ύλης ένδυσης.	Μεταλλία, ενδύματα, δημοτριακά
Αυστρία	Τρόφιμα, χημικές ουσίες.	Χημικά, πετρελαιοειδή, τρόφιμα.
Δανία	Τρόφιμα, ποτά-καπνός.	Σιτάρι, τρόφιμα, χημικά, ποτά.
Πορτογαλία	Χημικές ουσίες, ενδύματα.	Πετρελαιοειδή, χημικά, υφάσματα.
Φινλανδία	Μεταλλία, σιτάρι, τρόφιμα, χημικά.	Υφάσματα, μεταλλία, σιτάρι, χημικά.
Μάλτα	Μηχανήματα, ποτά-καπνός.	Μηχανήματα-εργαλεία, ποτά, καπνός
Ουγγαρία	Α' ύλης ένδυσης, τρόφιμα, ποτά.	Α' ύλης ένδυσης, τρόφιμα, ποτά.
Τσεχία	Μεταλλία, τρόφιμα, ενδύματα.	Χημικά, μεταλλία, τρόφιμα, ορυκτά.
Ουκρανία	Τρόφιμα, ενδύματα, μηχανήματα.	Όλα τα είδη.
Λευκορωσία	Τρόφιμα, ποτά, Μη μεταλλ. Ορυκτά.	Τρόφιμα, ποτά, μεταλλία, ορυκτά.
Αζερμπαϊτζάν	Ενδύματα, δέρμα, γούνες.	Ενδύματα, υφάσματα, δέρμα, τρόφιμα.
Αφρική		
Χώρες	Εξαγόμενα Ελληνικά προϊόντα	Εξαγώγιμα Ελληνικά προϊόντα
Λιβύη	Μηχανήματα, ενδύματα.	Μηχανήματα, τρόφιμα, ενδύματα.
Αίγυπτος	Τρόφιμα, χαρτί, ξύλο.	Ξύλο, χαρτί, τρόφιμα, χημικές ουσίες.
Νιγηρία	Τρόφιμα, ζωντανά ζώα, φάρμακα.	Τρόφιμα, ζωντανά ζώα, φάρμακα.

Αλγερία	Ενδύματα, τρόφιμα, ποτά, χημικά.
Τυνησία	Ενδύματα, τρόφιμα, ποτά, χημικά.
Μαρόκο	Ενδύματα, τρόφιμα, ποτά, χημικά.
Νότια Αφρική	Μηχανήματα, τρόφιμα, χημικά.
Νίγηρας	Τρόφιμα.
Γουινέα	Τρόφιμα.
Καμερούν	Τρόφιμα, μηχανήματα.
Λιβερία	Δεξαμενόπλοια,
Σενεγάλη	Τρόφιμα.
Σουδάν	Τρόφιμα.
Μαδαγασκάρη	Τρόφιμα.
Κένυα	Τρόφιμα.
Ουγκάντα	Τρόφιμα.
Κονγκό Λ.Δ.	Τρόφιμα.

Ασία – Ωκεανία

Χώρες	Εξαγόμενα Ελληνικά προϊόντα
Ισραήλ	Ενδύματα, τρόφιμα, δημοπρασιακά.
Αραβικά Εμιρ.	Γούνες, μηχανήματα, ποτά-καπνός.
Συρία	Μετάλλια, μεταλλεύματα, ορυκτά.
Ιαπωνία	Κοσμήματα, α' ύλης ένδυσης.
Νότια Κορέα	Α' ύλης ένδυσης, μετάλλια.
Κίνα	Α' ύλης ένδυσης, μετάλλια, ορυκτά.
Σ. Αραβία	Ποτά-καπνός, α' ύλης ένδυσης.
Σιγκαπούρη	Α' ύλης ένδυσης, τρόφιμα.
Ινδία	Ενδύματα, τρόφιμα, ποτά-καπνός.
Λίβανος	Μετάλλια, καπνός, ενδύματα.
Χονγκ Κονγκ	Α' ύλης ένδυσης, μετάλλια, πηλαστικά
Ιορδανία	Ενδύματα, μηχανήματα.
Ινδονησία	Τρόφιμα.
Ταϊβάν	Τρόφιμα.
Ταϊλάνδη	Α' ύλης ένδυσης, ενδύματα.
Πακιστάν	Ενδύματα, λάδια, μετάλλια, χαρτί.
Ιράν	Α' ύλης ένδυσης, φάρμακα, τρόφιμα
Υεμένη	Τρόφιμα. Ενδύματα.
Ιράκ	Α' ύλης ένδυσης, φάρμακα, τρόφιμα
Μπαγκλαντές	Ενδύματα, μετάλλια.
Φιλιππίνες	Ενδύματα, φάρμακα, χημικά.
Τατζικιστάν	Μετάλλια, τρόφιμα, ενδύματα.
Καζακστάν	Μετάλλια, τρόφιμα, ενδύματα.
Ουζμπεκιστάν	Μετάλλια, τρόφιμα, ενδύματα.
Μαλαισία	Ενδύματα, μηχανήματα, τρόφιμα.
Σρι Λάνκα	Ενδύματα, μηχανήματα, τρόφιμα.
Βιετνάμ	Βαμβάκι, δημοπρασιακά, ενδύματα.
Βόρεια Κορέα	Α' ύλης ένδυσης, μετάλλια, ορυκτά.
Καμπότζη	Καπνός, φάρμακα, τρόφιμα.

Όλα τα είδη.

Α' ύλης ένδυσης, τρόφιμα, φάρμακα.
Α' ύλης ένδ., δημοπρασιακά, πηλαστικά.
Τρόφιμα, χημικές ουσίες.
Δημοπρασιακά, τρόφιμα, μηχανήματα.
Τρόφιμα, δημοπρασιακά, φάρμακα, μετάλλια.
Τρόφιμα, καύσιμα, χημικά, μηχανήματα.
Μεταφ. μέσα, τρόφιμα, καύσιμα.
Τρόφιμα, ποτά, καύσιμα, φάρμακα.
Τρόφιμα, σιτάρι, ενδύματα, φάρμακα.
Όλα τα είδη.
Μετάλλια, πηλαστικά, ξύλο, τρόφιμα.
Καύσιμα, φάρμακα, δημοπρασιακά.
Τρόφιμα, μετάλλια, φάρμακα, καύσιμα

Εξαγωγή Ελληνικά προϊόντα

Στρατιωτικά είδη, σιτάρι, τρόφιμα.
Μηχανήματα, τρόφιμα, ενδύματα.
Μετάλλια, πηλαστικά, ξύλο, νήμα.
Όλα τα είδη.
Όλα τα είδη.
Όλα τα είδη.
Α' ύλης ένδυσης, τρόφιμα, χημικά.
Καύσιμα, τρόφιμα, μηχανήματα.
Όλα τα είδη.
Καπνός, ενδύματα, ζωντανά ζώα.
Πηλαστικά, τρόφιμα, α' ύλης ένδυσης.
Αε ύλης ένδυσης, μηχανήματα.
Καύσιμα, τρόφιμα, χημικά.
Μεταλλεύματα, μηχανήματα.
Τρόφιμα, α' ύλης ένδυσης, καύσιμα.
Λάδια, μετάλλια, χαρτί, πηλαστικά.
Στρατιωτικά είδη, τρόφιμα, φάρμακα.
Τρόφιμα, ζωντανά ζώα, μηχανήματα.
Στρατιωτικά είδη, τρόφιμα, φάρμακα.
Τσιμέντο, μετάλλια, χημικά, ενδύματα.
Χημικά, καύσιμα, α' ύλης ένδυσης.
Μετάλλια, τρόφιμα, καύσιμα.
Προϊόντα μετάλλων, τρόφιμα.
Μετάλλια, τρόφιμα, χημικά.
Μετάλλια, πηλαστικά, μηχανήματα.
Α' ύλης ένδυσης, τρόφιμα, ορυκτά.
Βαμβάκι, σιτάρι, τσιμέντο, χημικά.
Α' ύλης ένδυσης, σιτάρι, μηχανήματα.
Καπνός, δομικά υλικά, φάρμακα.

Νεπάλη	Τρόφιμα, ενδύματα.	Λιπάσματα, μηχανήματα, τρόφιμα.
Αφγανιστάν	Τρόφιμα, ενδύματα.	Α' ύλης ένδυσης, τρόφιμα.
Βιρμανία	Τρόφιμα, ενδύματα.	Όλα τα είδη.
Αυστραλία	Μηχανήματα, μεταλλία, ορυκτά.	Μηχανήματα, μέρη μηχανημάτων.

Αμερική

Χώρες	Εξαγόμενα Ελληνικά προϊόντα	Εξαγωγίμα Ελληνικά προϊόντα
Η.Π.Α.	Όλα τα είδη.	Όλα τα είδη.
Καναδάς	Όλα τα είδη.	Όλα τα είδη.
Βραζιλία	Μηχανήματα εξοπλισμός, μεταλλία.	Μηχανήματα εξοπλισμός, χημικά.
Μεξικό	Μηχανήματα εξοπλισμός, μεταλλία.	Μηχανήματα εξοπλισμός, μεταλλία.
Παναμάς	Χημικές ουσίες, τρόφιμα.	Τρόφιμα, χημικές ουσίες, καύσιμα.
Ν. Καραϊβ.	Ζωντανά ζώα, τρόφιμα.	Ζωντανά ζώα, τρόφιμα, ορυκτά.
Ισημερινός	Ενδύματα, μηχανήματα.	Ενδύματα, μηχανήματα.
Αργεντινή	Κομπόστα ροδάκινο, μεταλλία, ορυκτά.	Τρόφιμα, μεταλλία, πηλαστικά, χημικά.
Χιλή	Χημικά, μεταλλία, ορυκτά.	Τρόφιμα, χημικά, μηχανήματα.
Περού	Μεταλλία, χημικά, πηλαστικά.	Μεταλλία, φάρμακα, τρόφιμα, χημικά.
Κολομβία	Κομπόστα ροδάκινο.	Χαρτί, τρόφιμα, μηχανήματα.
Γουατεμάλα	Δομικά υλικά, μηχανήματα.	Δομικά υλικά, σιτάρι, μηχανήματα.
Βενεζουέλα	Δομικά υλικά, μηχανήματα.	Δομικά υλικά, ενδύματα, μηχανήματα
Κούβα	Χημικά, πηλαστικά, τρόφιμα.	Τρόφιμα, χημικά, μηχανήματα.

6. Τρόποι εισόδου στις αγορές του εξωτερικού

67

Βασικός στόχος των Ελληνικών εξαγωγικών επιχειρήσεων είναι η αύξηση των πωλήσεων σε ποσότητα και αξία προς όλη τις χώρες του κόσμου. Ο στόχος αυτός είναι δυνατόν να επιτευχθεί, εκτός των άλλων, και με την όσο το δυνατόν καλύτερη χρησιμοποίηση των μέσων προβολής που είναι διαθέσιμα σε κάθε χώρα, από κάθε εξαγωγική επιχείρηση ή από πολλές επιχειρήσεις μαζί. Σε κάθε περίπτωση πάντως υπάρχει το μεγάλο πρόβλημα της χιλιομετρικής απόστασης που εμποδίζει την ανάπτυξη ευέλικτων δικτύων διανομής των προϊόντων αλλιά και την προβολή τους. Με άλλα λόγια αν μία επιχείρηση αποφασίσει να προβάλλει τα προϊόντα της στην Ιαπωνία χρησιμοποιώντας συγκεκριμένα Μ.Μ.Ε. που θα επιλέξει, τότε άμεσα θα προκύψουν δύο προβλήματα: α) Πρέπει να βρίσκεται σε διαρκή επαφή με αυτά τα Μ.Μ.Ε., β) Πρέπει να υπάρξει απαραίτητα δραστηριοποίηση της επιχείρησης αυτής στην συγκεκριμένη αγορά στόχο με την ανάπτυξη ικανών δικτύων διανομής. Μία σειρά ενεργειών στις οποίες μπορεί να προβεί μία Ελληνική εξαγωγική επιχείρηση για να επιλύσει τα παραπάνω προβλήματα είναι η εξής:

- Συνεργασία - συμφωνίες με τοπικές επιχειρήσεις - αντιπροσώπους.

- Καθορισμός Έλληνα ή τοπικού υπεύθυνου για την προώθηση των προϊόντων, και δημιουργία τοπικού γραφείου ή υποκαταστήματος.
- Δημιουργία θυγατρικής εταιρείας ή μεικτής εταιρείας με ντόπιους.
- Licensing σε Τοπικές Εταιρείες - Franchising.
- Επένδυση σε επίπεδο παραγωγής.

Όλα τα παραπάνω προϋποθέτουν συνεργασίες των επιχειρήσεων με άλλες επιχειρήσεις (εσωτερικού - εξωτερικού), κρατική συμπαράσταση, βοήθεια των εξαγωγικών φορέων της Ελλάδας η οποία δίνεται σήμερα «απλόχερα» από όλους ανεξαιρέτως τους φορείς και αξιοποίηση των στελεχών διεθνούς εμπορίου.

Συμπεράσματα

Από την παραπάνω μελέτη προκύπτουν πολλή χρήσιμα συμπεράσματα:

Η Ελλάδα λόγω της γεωγραφικής της θέσης, των κλιματολογικών συνθηκών που επικρατούν όλες τις εποχές του χρόνου και λόγω του γεγονότος ότι είναι μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης και άλλων διεθνών οργανισμών έχει την δυνατότητα να γίνει μία χώρα όπου μπορούν να παραχθούν πάρα πολλά είδη προϊόντων και μάλιστα σε μεγάλες ποσότητες. Κάτι τέτοιο δεν συμβαίνει σήμερα σε μεγάλο βαθμό και είναι κοινό μυστικό ότι σήμερα η Ελλάδα έχει χαμηλούς δείκτες παραγωγικότητας.

Η εικόνα που παρουσιάζει η Ελλάδα όσο αναφορά τις εξαγωγικές της επιδόσεις δεν είναι η καλύτερη. Υπάρχουν πολλά προϊόντα που παράγονται σήμερα στην Ελληνική επικράτεια τα οποία μπορούν να εξαχθούν σε πολλές χώρες του κόσμου, οι οποίες εισάγουν τα συγκεκριμένα προϊόντα από άλλες χώρες (συνήθως με μεγαλύτερο κόστος). Σήμερα υπάρχουν πολλές χώρες με μεγάλους πληθυσμούς όπου οι εξαγωγικές επιδόσεις της Ελλάδος είναι απογοητευτικές αλλά έχουν πολλά περιθώρια βελτίωσης. Περιθώρια βελτίωσης υπάρχουν και στις υπάρχουσες αγορές εάν φυσικά γίνουν τα σωστά βήματα.

Υπάρχουν σήμερα πολλά «εργαλεία που μπορούν να χρησιμοποιηθούν με στόχο την αύξηση των εξαγωγικών επιδόσεων της Ελλάδος συνολικά. Ανάμεσα σε αυτά, σημαντική θέση κατέχουν: α) Η δημιουργία (στις περισσότερες περιπτώσεις) και η βελτίωση του συστήματος διανομής των Ελληνικών εξαγόμενων προϊόντων στις αγορές στόχους και β) Η διεθνής προβολή των εξαγόμενων / εξαγώγιμων Ελληνικών προϊόντων μέσω των εργαλείων προώθησης και ειδικά της διαφήμισης.

Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί ότι οι Ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις

είναι απαραίτητο να εκμεταλλευτούν τις δυνατότητες του διαδικτύου για μία πρωτογενή έρευνα των αγορών στόχων ανά τον κόσμο. Ποιή καλή sites για αυτό είναι:

- «CIA world fact book», <http://www.cia.gov/cia/publications/factbook/geos/> όπου υπάρχουν όλη τα οικονομικά στοιχεία για κάθε χώρα του κόσμου.
«International Press & media of the world», <http://www.escapeartist.com/media/>, όπου γίνεται η αναζήτηση όλων των διαφημιστικών μέσων στον κόσμο.
«Kidon media-link», <http://www.kidon.com/media-link/>, που είναι ίσως η πιο πλήρης και ενημερωμένη σελίδα για τα μέσα μαζικής ενημέρωσης στον κόσμο.
- «News and Media yahoo directory», http://dir.yahoo.com/News_and_Media/. όπου γίνεται η αναζήτηση όλων των διαφημιστικών μέσων στον κόσμο.
«News Link» <http://newslink.org/news.html>. όπου γίνεται η αναζήτηση όλων των διαφημιστικών μέσων στον κόσμο.
- «Thousands of Newspapers of the net», <http://www.onlinenewspapers.com/>, όπου γίνεται η αναζήτηση όλων των διαφημιστικών μέσων στον κόσμο.

Βιβλιογραφία

- «Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλήδας», (2005), <http://statistics.gr/>, (28-08-2005)
- «Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου Ελλήδας Σ.Ε.Β.Ε.», (2005), <http://www.seve.gr/>
- «Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία- EURO STAT», (2005), <http://europa.eu.int/comm/eurostat>.
- Ε.Σ.Υ.Ε., (2003), *Ενδοκοινοτικό και εξωτερικό εμπόριο Ελλήδας 2004-2005*, Ειδική ενημερωτική έκδοση, Αθήνα: Γ.Γ. Ε.Σ.Υ.Ε.
- Ε.Σ.Υ.Ε., (2002), *Ενδοκοινοτικό και εξωτερικό εμπόριο Ελλήδας 2003-2004*, Ειδική ενημερωτική έκδοση, Αθήνα: Γ.Γ. Ε.Σ.Υ.Ε.
- Ε.Σ.Υ.Ε.,(2001), *Ενδοκοινοτικό και εξωτερικό εμπόριο Ελλήδας 2002-2003*, Ειδική ενημερωτική έκδοση, Αθήνα: Γ.Γ. Ε.Σ.Υ.Ε.

