



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

**Μελέτη Εξωστρέφειας των Ελληνικών
Επιχειρήσεων**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητής: Καμπίτη, Χριστίνα, 890

Επιβλέπων: Σκουλουδάκης, Εμμανουήλ

©
2022



HELLENIC MEDITERRANEAN UNIVERSITY

**SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS
SCIENCE**

**DEPARTMENT OF MANAGMENT SCIENCE AND
TECHNOLOGY**

Study of Extroversion of Greek Companies

DIPLOMA THESIS

Student: Kampiti, Christina, 890

Supervisor: Skouloudakis, Emmanouil

©
2022

Υπεύθυνη Δήλωση: Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του ΕΛ.ΜΕ.ΠΑ.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Με την εκπόνηση της παρούσας πτυχιακής εργασίας, θα ήθελα αρχικά να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου, Κύριο Σκουλουδάκη Εμμανουήλ, για την συνεργασία μας, την καθοδήγηση και την πολύτιμη βοήθεια που μου προσέφερε ώστε να ολοκληρωθεί αυτή η εργασία. Επίσης θα ήθελα να τον ευχαριστήσω για την συχνή επικοινωνία μας και την άμεση ανταπόκρισή του σε κάθε απορία μου. Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω την οικογένεια μου και ειδικότερα τον αδερφό μου, για την στήριξη τους, όλα αυτά τα χρόνια που χρειάστηκαν ώστε να ολοκληρώσω τις σπουδές μου. Και φυσικά τους φίλους που γνώρισα και έκαναν αυτά τα χρόνια να κυλίσουν ακόμη πιο ευχάριστα και ξεχωριστά.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα πτυχιακή εργασία, έχει ως θέμα την μελέτη εξωστρέφειας των ελληνικών επιχειρήσεων, δηλαδή την διάθεση των ελληνικών προϊόντων σε ξένες αγορές. Η έννοια της εξωστρέφειας υποδηλώνει την μεταστροφή των επιχειρήσεων στις εξαγωγές των προϊόντων τους σε άλλες χώρες. Οι εξαγωγές είναι εξαιρετικά σημαντικές για μία χώρα, διότι συμβάλλουν ουσιαστικά στην ανάπτυξη της οικονομίας. Αναλυτικότερα, η εργασία περιλαμβάνει:

Το πρώτο κεφάλαιο, που αναφέρεται στον ορισμό και στα επιμέρους στοιχεία της επιχείρησης, στο αντικείμενο της επιχειρηματικότητας, στα στάδια, στις μορφές και στους παράγοντες που την επηρεάζουν.

Το δεύτερο κεφάλαιο, στο οποίο αναλύονται η έννοια της εξωστρέφειας και της διεθνούς επιχειρηματικότητας, τα μειονεκτήματα και τα πλεονεκτήματα που απορρέουν από αυτήν, οι διεθνείς επιχειρηματικές δραστηριότητες καθώς και οι παράγοντες που πρέπει να λάβουν υπόψιν τους οι επιχειρηματίες, συν τους τρόπους με τους οποίους μπορούν να πραγματοποιήσουν μία τέτοια δραστηριότητα. Τέλος, αναγράφονται τα οφέλη που προσκομίζουν οι επιχειρήσεις από τις εξαγωγές των προϊόντων τους.

Το τρίτο κεφάλαιο, το οποίο εστιάζει στις πρώτες εξαγωγές που έγιναν στην Ελλάδα, στο πόσο επηρέασε η οικονομική κρίση, που ξέσπασε το 2010, την εκπλήρωση εξαγωγών, στα εμπόδια που συναντούν οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να εξάγουν, στις ωφέλειες που απορρέουν για το Ελληνικό Κράτος από τις εξαγωγές και στο ποια βοήθεια προσφέρει στις επιχειρήσεις αυτές.

Το τέταρτο κεφάλαιο, που περιγράφονται η ιστορία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η ωφελιμότητα της δημιουργία της, το πότε εντάχθηκε η Ελλάδα, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα αυτής της ένταξης και οι προϋποθέσεις εξαγωγής σε χώρες μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Το πέμπτο και τελευταίο, κεφάλαιο με έμφαση στην προώθηση των Ελληνικών εξαγωγών και στους τρόπους πρόσβασης σε χρηματοδότηση.

Λέξεις Κλειδιά: Επιχειρήσεις, Επιχειρηματικότητα, Εξωστρέφεια, Εξαγωγές, Ελληνικό Κράτος, Ευρωπαϊκή Ένωση.

ABSTRACT

The subject of this thesis is the study of extroversion of Greek companies, that is the sale of Greek products in foreign markets. The concept of extroversion implies the shift of companies to the export of their products to other countries. Exports are extremely important for a country, because they contribute substantially to the development of the economy. In more detail the thesis includes:

The first chapter refers to the definition and the individual elements of the business, the object of entrepreneurship, the stages, the forms and the factors that affect it.

The second chapter analyzes the concept of extroversion and international entrepreneurship, the disadvantages and the advantages arising from it, the international business activities as well as the factors that entrepreneurs need to consider, plus the ways in which they can achieve a such activity. Finally, the benefits provided by companies from the exports of their products are listed.

The third chapter focuses on the first exports made to Greece, on how much the economic crisis that broke out in 2010 affected the fulfillment of exports, on the obstacles faced by companies wishing to export, to the benefits deriving for the Greek State from exports and on what assistance the Greek state offers to these companies.

The fourth chapter describes the history of the European Union, the utility of its creation, when Greece joined, the advantages and disadvantages of this accession and the conditions for export to EU member states.

The fifth and final chapter focuses on the promotion of Greek exports and access to finance.

Keywords: Business, Entrepreneurship, Extroversion, Exports, Greek State, European Union

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	11
Επιχειρήσεις και Επιχειρηματικότητα.....	11
1.1 Ο Ορισμός της Επιχείρησης και τα Χαρακτηριστικά της.....	11
1.2 Το Περιβάλλον της Επιχείρησης.....	13
1.3 Τα Συστατικά Μέρη της Επιχείρησης.....	14
1.4 Η Έννοια της Επιχειρηματικότητας	15
1.5 Τα Στάδια της Επιχειρηματικότητας	16
1.6 Μορφές και Είδη Επιχειρηματικότητας	18
1.7 Παράγοντες που Επηρεάζουν την Ανάπτυξη της Επιχειρηματικότητας.....	20
1.8 Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις και Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	23
Εξωστρέφεια και Διεθνής Επιχειρηματικότητα.....	23
2.1 Η Έννοια της Εξωστρέφειας στις Επιχειρήσεις	23
2.2 Η Έννοια της Διεθνούς Επιχειρηματικότητας.....	23
2.3 Τα Πλεονεκτήματα και τα Μειονεκτήματα της Διεθνοποίησης	23
2.3.1 Τα Πλεονεκτήματα της Διεθνοποίησης.....	24
2.3.2 Τα Μειονεκτήματα της Διεθνοποίησης.....	24
2.4 Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες	24
2.5 Σημαντικοί Παράγοντες για την Ανάπτυξη Διεθνών Επιχειρηματικών Δραστηριοτήτων	25
2.6 Μορφές Διεθνούς Επιχειρηματικής Δραστηριοποίησης.....	27
2.7 Τα Πλεονεκτήματα των Εξαγωγών.....	28
2.8 Μορφές Εξαγωγών.....	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	30
Ανάπτυξη και Αύξηση των Εξαγωγών.....	30
3.1 Οι Πρώτες Εξαγωγές της Ελλάδας.....	30
3.2 Πως Επηρέασε η Οικονομική Κρίση τις Εξαγωγές	30
3.3 Εμπόδια που Συναντούν οι Επιχειρήσεις στις Εξαγωγές	31
3.4 Οφέλη των Εξαγωγών για την Εθνική Οικονομία	32
3.5 Σχέδιο Δράσης του Ελληνικού Κράτος για την Ενίσχυση των Εξαγωγών.....	33
3.6 Η Πορεία των Εξαγωγών από το 2010 έως και Σήμερα	34

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	39
Ευρωπαϊκή Ένωση και Εξαγωγές.....	39
4.1 Προσδιορισμός και Σύντομο Ιστορικό της Ευρωπαϊκής Ένωσης.....	39
4.1.1 Ωφέλειες που απορρέουν από την Ευρωπαϊκή Ένωση.....	40
4.2 Η Ιστορία της Ευρωπαϊκής Ένωσης.....	41
4.3 Ελλάδα και Ευρωπαϊκή Ένωση.....	44
4.3.1 Θετικά Αποτελέσματα Ένταξης της Ελλάδας στην Ε.Ε.....	44
4.3.2 Μειονεκτήματα Ένταξης της Ελλάδας στην Ε.Ε.....	45
4.4 Προϋποθέσεις Εξαγωγής σε Χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.....	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	48
5.1 Κίνητρα Εξαγωγής.....	48
5.2 Οδηγός Εξαγωγής Εμπορευμάτων.....	49
5.2.1 Επιλογή Προϊόντων 50	
5.2.2 Τιμολόγηση Προϊόντων.....	51
5.2.3 Εξαγωγές Μέσω Τρίτων.....	52
5.2.4 Προώθηση Προϊόντων.....	52
5.3 Τρόποι Χρηματοδότησης.....	53
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	54
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	55
A. ΕΛΛΗΝΙΚΗ.....	55
B. ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ.....	57

ΛΙΣΤΑ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

Σχήμα 1. Το Εξωτερικό Περιβάλλον της Επιχείρησης.....	12
Σχήμα 2. Το Εσωτερικό Περιβάλλον της Επιχείρησης.....	13
Σχήμα 3. Εισροές και Εκροές της Επιχείρησης.....	13
Σχήμα 4. Πορεία Συνολικών Εισαγωγών κ' Εξαγωγών (2010-2020), σε δις €.....	36
Σχήμα 5. Πορεία Συνολικών Εισαγωγών κ' ΑΕΠ (2010-2020), σε δις €.....	37
Σχήμα 6. Πορεία Εισαγωγών – Εξαγωγών Υπηρεσιών (2010-2020), σε δις €.....	38
Σχήμα 7. Πορεία Εξαγωγών Υπηρεσιών κ' ΑΕΠ (2010-2020), σε δις €.....	38
Σχήμα 4. Εισαγωγές κ' Εξαγωγές της Χώρας (Ιανουάριος 2020 – Ιανουάριος 2022), σε εκατ. €.....	39

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο όρος εξωστρέφεια που χρησιμοποιείται στον επιχειρηματικό χώρο αφορά τις εξαγωγές των προϊόντων και των υπηρεσιών που παράγονται εγχώρια. Η εξωστρέφεια είναι πολύ σημαντική τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για ένα κράτος. Στις μέρες μας δεν είναι λίγες οι επιχειρήσεις που εξάγουν τα προϊόντα τους αλλά και αυτές που επιθυμούν να διεισδύσουν στις ξένες αγορές, καθώς με αυτόν τον τρόπο εξελίσσονται, αυξάνεται το φάσμα του πελατολογίου τους, γίνονται ευρέως γνωστές και όλα αυτά έχουν σαν αποτέλεσμα την μεγιστοποίηση των κερδών, που είναι και ο απώτερος σκοπός κάθε επιχείρησης. Μία χώρα, με τις εξαγωγές, μπορεί να κερδίσει νέες εμπορικές σχέσεις, νέες επενδύσεις που θα οδηγήσουν σε κίνηση του χρήματος και της οικονομίας γενικότερα. Οι εξαγωγές είναι ικανές να φέρουν ανάπτυξη και να αποτραβήξουν μία χώρα από οικονομική κρίση, αποτελούν τον βασικότερο πυλώνα οικονομικής διπλωματίας και στρατηγικής για οικονομική ανάπτυξη.

Η παρούσα εργασία εξετάζει το θέμα της εξωστρέφειας με επίκεντρο τις εξαγωγές των ελληνικών επιχειρήσεων επισημαίνοντας τα οφέλη αλλά και τα μειονεκτήματα που μπορούν να εντοπισθούν, τις προϋποθέσεις εξαγωγής σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, την βοήθεια που προσφέρει το κράτος στις επιχειρήσεις αυτές και με ποιους τρόπους μπορούν να εξάγουν τα προϊόντα τους και να αντλήσουν χρηματοδότηση ώστε να επιτευχθεί αυτός ο στόχος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Επιχειρήσεις και Επιχειρηματικότητα

1.1 Ο Ορισμός της Επιχείρησης και τα Χαρακτηριστικά της

Επιχείρηση είναι ένας οικονομικός οργανισμός ο οποίος διαθέτει κινητή και ακίνητη περιουσία, εφαρμόζει την οικονομική αρχή και διαθέτοντας αγαθά και υπηρεσίες επιδιώκει την πραγματοποίηση ενός αντικειμενικού σκοπού, που συνήθως είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους. Είναι μια αυτοτελής οικονομική μονάδα που συνδυάζει τους διάφορους συντελεστές της παραγωγής (φύση, εργασία, κεφάλαιο) με διαφορετικούς τρόπους και έχει σαν τελικό στόχο την προμήθεια ή την παραγωγή και διάθεση αγαθών και υπηρεσιών στην συναλλακτική αγορά. Με απλά λόγια επιχείρηση είναι μία οργανωμένη προσπάθεια ανθρώπων που επιδιώκουν την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών και την αύξηση των κερδών της κατά επαναλαμβανόμενο τρόπο.

- Είδη επιχειρήσεων:
 - i. Ιδιωτικές επιχειρήσεις.
 - ii. Δημόσιες επιχειρήσεις.
 - iii. Μικτές επιχειρήσεις.

- Νομικές μορφές επιχειρήσεων:
 - i. Ατομικές

 - ii. Εταιρικές
 - Ομόρρυθμη Εταιρία (Ο.Ε.)
 - Ετερόρρυθμη Εταιρία (Ε.Ε.)
 - Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.)
 - Ανώνυμη Εταιρία (Α.Ε.)
 - Ανώνυμη Ναυτιλιακή Εταιρία (Α.Ν.Ε.)
 - Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρία (Ι.Κ.Ε.)
 - Συνεταιρισμός
 - Συμπλοιοκτησία

➤ Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση (ΚΟΙΝ.ΣΕ.Π.)

iii. Άλλες

- Κομματικές Επιχειρήσεις
- Ποδοσφαιρικές Ανώνυμες Επιχειρήσεις (Π.Α.Ε.)
- Καλαθοσφαιρικές Ανώνυμες Επιχειρήσεις (Κ.Α.Ε.)

• Επιχειρήσεις σύμφωνα με το μέγεθός τους:

- i. Πολύ μικρές επιχειρήσεις με αριθμό εργαζομένων μικρότερο από δέκα, ετήσιο εισόδημα μικρότερο από τριακόσιες χιλιάδες ευρώ και συνολική αξία περιουσίας μικρότερη από επτακόσιες χιλιάδες ευρώ.
- ii. Μικρές επιχειρήσεις με αριθμό εργαζομένων έως πενήντα ατόμων, ετήσιο εισόδημα μεταξύ επτακοσίων χιλιάδων ευρώ έως τεσσάρων εκατομμυρίων πεντακοσίων χιλιάδων ευρώ και συνολική αξία περιουσίας μεγαλύτερη από επτακόσιες χιλιάδες ευρώ και μικρότερη από οκτώ εκατομμύρια ευρώ
- iii. Μεσαίες επιχειρήσεις με αριθμό εργαζομένων μεγαλύτερο από πενήντα έως διακόσιους πενήντα, ετήσιο εισόδημα μεγαλύτερο από τέσσερα εκατομμύρια πεντακόσιες χιλιάδες ευρώ και μικρότερο από σαράντα εκατομμύρια ευρώ και συνολική αξία περιουσίας από οκτώ έως είκοσι εκατομμύρια ευρώ.
- iv. Μεγάλες επιχειρήσεις με αριθμό εργαζομένων μεγαλύτερο από διακόσους πενήντα έως δύο χιλιάδες, ετήσιο εισόδημα μεγαλύτερο από σαράντα εκατομμύρια ευρώ έως ένα δισεκατομμύριο ευρώ.
- v. Επιχειρήσεις κολοσσοί με περισσότερους από δύο χιλιάδες εργαζόμενους, με ετήσιο εισόδημα και συνολική αξία περιουσίας που ξεπερνούν το ένα δισεκατομμύριο ευρώ.

• Επιχειρήσεις με βάση το αντικείμενό τους:

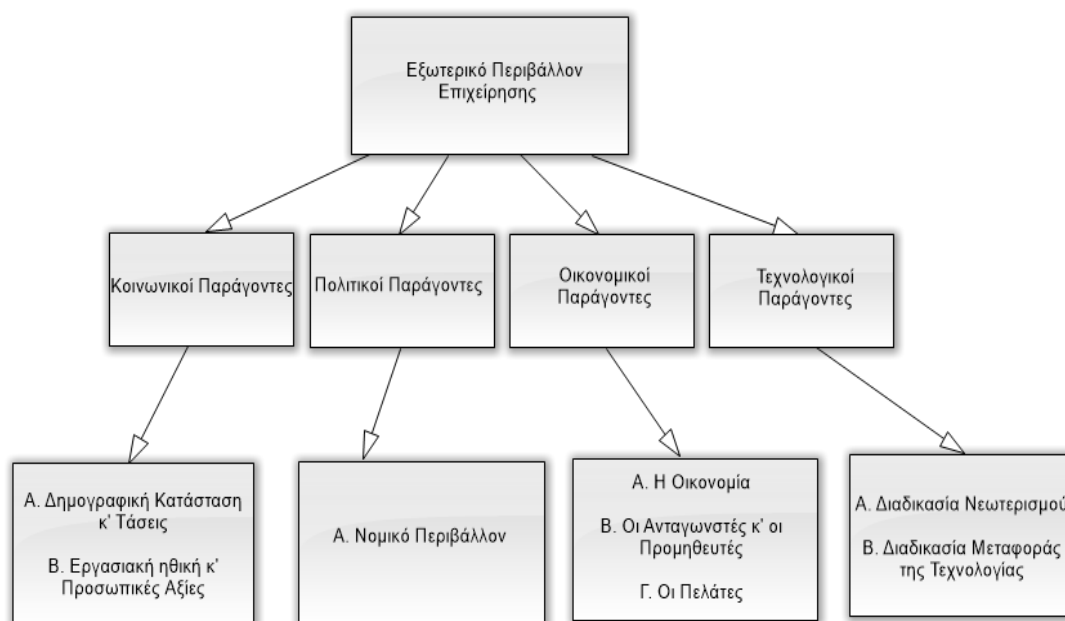
- i. Επιχειρήσεις πρωτογενούς παραγωγής.
- ii. Επιχειρήσεις παραγωγής ή μεταποίησης ή μετασχηματισμού (στην κατηγορία αυτή εντάσσονται όλες οι βιομηχανίες και οι βιοτεχνίες).
- iii. Επιχειρήσεις γενικού εμπορίου, ή εμπορικές.
- iv. Επιχειρήσεις ασφαλιστικές.
- v. Επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών.

- vi. Τραπεζικές επιχειρήσεις.
- vii. Επιχειρήσεις μεταφορών, που διακρίνονται σε χερσαίες, θαλάσσιες και εναέριες μεταφορές.

1.2 Το Περιβάλλον της Επιχείρησης

Όλοι οι οικονομικοί οργανισμοί βρίσκονται σε ένα περιβάλλον που επηρεάζει τον τρόπο τον οποίο λειτουργούν. Τα μέλη μίας επιχείρησης θα πρέπει να ανταποκρίνονται σε παράγοντες του περιβάλλοντος που επηρεάζουν την λειτουργία της επιχείρησης ώστε να μην έχουν επίπτωση στην παραγωγή και στα έσοδα. Οι παράγοντες αυτοί, αφορούν τόσο το εσωτερικό όσο και το εξωτερικό της περιβάλλον.

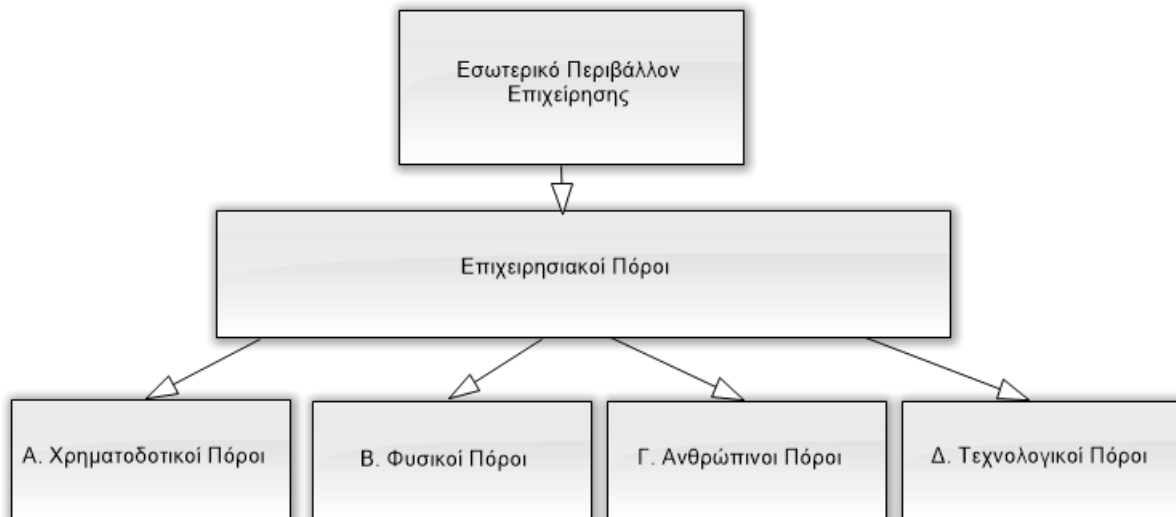
Το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης περιλαμβάνει τους κοινωνικούς, τους τεχνολογικούς τους πολιτικούς και τους οικονομικούς παράγοντες. Πιο συγκεκριμένα παράγοντες όπως τα συνδικάτα, οι τράπεζες, οι πελάτες και οι προμηθευτές έχουν άμεση επίδραση στην επιχείρηση.



Σχήμα 1. Το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης

Το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης αποτελείται από τους χρηματοοικονομικούς, τους ανθρώπινους, τους φυσικούς και τους τεχνολογικούς πόρους. Τα στοιχεία που βρίσκονται μέσα στην επιχείρηση και είναι διαθέσιμα να χρησιμοποιηθούν, ονομάζονται επιχειρησιακοί πόροι. Αν και αυτοί οι πόροι μοιάζουν με τους παράγοντες του εξωτερικού περιβάλλοντος, στην ουσία έχουν σημαντικές

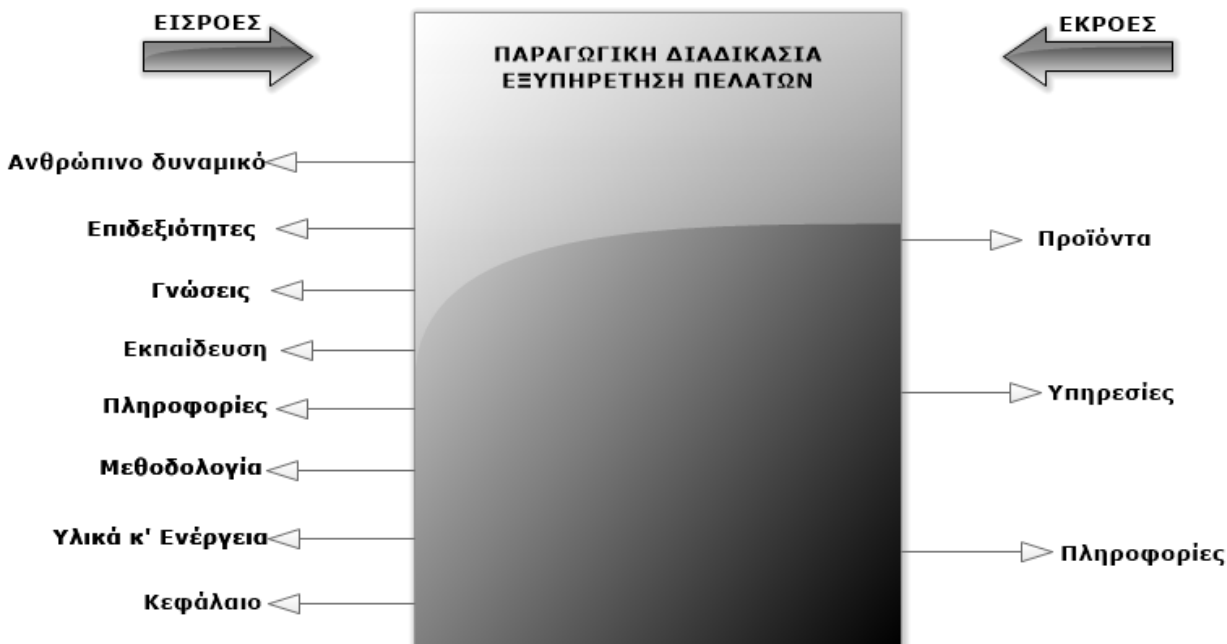
διαφορές μεταξύ τους. Οι διαφορές τους προέρχονται από τον χώρο τον οποίο λειτουργούν. Για παράδειγμα οι τεχνολογικοί παράγοντες είναι διαφορετικοί στο εσωτερικό και διαφορετικοί στο εξωτερικό περιβάλλον και αυτό γιατί μία επιχείρηση μπορεί να μην διαθέτει την τεχνολογία που είναι διαθέσιμη ή μπορεί να έχει εφεύρει τεχνολογικές διαδικασίες που δεν είναι διαθέσιμες σε άλλες επιχειρήσεις.



Σχήμα 2. Το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης

1.3 Τα Συστατικά Μέρη της Επιχείρησης

Όπως αναφέραμε και παραπάνω, μία επιχείρηση επηρεάζεται συνεχώς από το περιβάλλον της. Αυτό συμβαίνει καθώς η επιχείρηση λαμβάνει εισροές και ταυτόχρονα τις μετασχηματίζει σε εκροές. Έτσι τα συστατικά μέρη μίας επιχείρησης είναι οι εισροές που αποτελούνται από τους συντελεστές παραγωγής, δηλαδή από το ανθρώπινο δυναμικό, τις επιδεξιότητες, τις γνώσεις, τις πληροφορίες, την εκπαίδευση, τη μεθοδολογία, τα υλικά, την ενέργεια και το κεφάλαιο. Η παραγωγική διαδικασία, και η εξυπηρέτηση πελατών και οι εκροές που παίρνουν την μορφή προϊόντων ή υπηρεσιών, δηλαδή μεταποιούνται ή συναρμολογούνται σε τελικά αγαθά ή υπηρεσίες.



Σχήμα 3. Εισροές και Εκροές της επιχείρησης

Επομένως οι τρεις πιθανές καταστάσεις που αντιμετωπίζει μία επιχείρηση είναι οι ακόλουθες:

- i. Οι εισροές να είναι μεγαλύτερες από τις εκροές, πράγμα που σημαίνει ότι τα έξοδα της επιχείρησης υπερβαίνουν τα έσοδα, οπότε η επιχείρηση σημειώνει ζημία.
- ii. Οι εισροές να είναι ίσες με τις εκροές, δηλαδή η επιχείρηση να έχει ίσα έσοδα και ίσα έξοδα, το λεγόμενο νεκρό σημείο της επιχείρησης. Και
- iii. Οι εισροές να είναι μικρότερες από τις εκροές, περίπτωση η οποία η επιχείρηση έχει κέρδος καθώς τα έσοδα είναι περισσότερα από τα λειτουργικά έξοδα της επιχείρησης.

1.4 Η Έννοια της Επιχειρηματικότητας

Επιχειρηματικότητα είναι η σύλληψη και η υλοποίηση μίας ιδέας, η οποία μπορεί να επιφέρει κάποια προστιθέμενη αξία στον επιχειρηματία και αποτελείται από το σύνολο των δραστηριοτήτων που είναι απαραίτητες για την δημιουργία μίας ολοκαίνουριας επιχείρησης ή την εξέλιξη μίας ήδη υπάρχουσας. Περιλαμβάνει δύο περιπτώσεις, πρώτον την έναρξη μίας νέας επιχείρησης από έναν ή περισσότερους επιχειρηματίες και δεύτερον την ενδοεπιχειρηματικότητα όπου οι ιδιοκτήτες ή τα στελέχη μίας υπάρχουσας ιδιωτικής, δημόσιας ή μεικτής επιχείρησης προβαίνουν σε κάποια νέα επιχειρηματική κίνηση.

Το ρήμα <<επιχειρώ>> σημαίνει ξεκινώ κάτι καινούριο, έτσι και ο όρος επιχειρηματικότητα, ο οποίος προέρχεται από το συγκεκριμένο ρήμα, σηματοδοτεί την έναρξη μίας νέας επιχειρηματικής

δραστηριότητας. Με απλά λόγια η επιχειρηματικότητα είναι μία έννοια που αναφέρεται στην δημιουργία μίας νέας επιχείρησης, με σκοπό το κέρδος ή στην ενδυνάμωση μίας ήδη υπάρχουσας επιχείρησης και στην επέκταση της σε νέες αγορές, με σκοπό την αύξηση των κερδών.

1.5 Τα Στάδια της Επιχειρηματικότητας

Η δημιουργία μίας νέας επιχείρησης δεν είναι μία απλή διαδικασία, χρειάζεται αρκετή σκέψη και χρόνος ώστε να υλοποιηθεί. Τα στάδια λοιπόν που θα πρέπει να ακολουθηθούν είναι τα εξής:

- I. Η διαμόρφωση της ιδέας.
- II. Ο εντοπισμός της επιχειρηματικής ευκαιρίας.
- III. Η φάση του σχεδιασμού και της προετοιμασίας πριν την έναρξη της επιχειρηματικής ιδέας.
- IV. Η έναρξη υλοποίησης της επιχειρηματικής ιδέας.
- V. Η έναρξη λειτουργίας της νέας επιχείρησης και η ανάπτυξη της.

Κάθε ένα από αυτά τα στάδια ενδεχομένως να επηρεάζονται από διάφορα γεγονότα, λόγου χάρη από το περιβάλλον του επιχειρηματία, την ψυχολογική του κατάσταση και τα χαρακτηριστικά που διαθέτει, όπως η ικανότητα, η αποφασιστικότητα, η επιμονή και η υπομονή στο να αντιμετωπίζει και να λύνει προβλήματα που μπορεί να προκύψουν και η αντοχή και η θέληση να προχωράει παρακάτω ώστε να ανακάμψει η επιχείρηση.

I. Διαμόρφωση ιδέας

Ο τρόπος με τον οποίο θα πάρει μορφή μία ιδέα, επηρεάζεται κυρίως από τις εμπειρίες, την εκπαίδευση και τα προσωπικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία. Ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες που συνδέεται με την διαμόρφωση ιδεών είναι η δημιουργικότητα. Με τον όρο δημιουργικότητα εννοούμε την δεξιότητα, το ταλέντο στο να μπορεί κάποιος να συσχετίζει πράγματα και ιδέες που δεν φαίνεται να υπάρχει κάτι κοινό στα δύο αυτά στοιχεία. Το άτομο λοιπόν που έχει ανεπτυγμένη δημιουργικότητα μπορεί να βρει περισσότερες από μία λύσεις για ένα πρόβλημα και μάλιστα καινοτόμες λύσεις.

Για την διαμόρφωση μίας ιδέας εκτός από την δημιουργικότητα, που όπως προ αναφέραμε είναι πολύ σημαντική, ιδιαίτερη σημασία έχει και ο χρόνος καθώς, μέσα σε αυτόν, το άτομο μπορεί να αναπτύξει νέες δεξιότητες, να τροποποιήσει σχέδια και εντέλει να πραγματοποιηθεί αυτή η επιχειρηματική ιδέα.

II. Εντοπισμός επιχειρηματικής ευκαιρίας

Για τον εντοπισμό μίας επιχειρηματικής ευκαιρίας είναι αναγκαίο ο επιχειρηματίας να γνωρίζει κάποια δεδομένα. Αυτά τα δεδομένα αφορούν το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, δηλαδή τους κοινωνικούς, τους πολιτικούς, τους οικονομικούς και τους τεχνολογικούς παράγοντες. Κατά καιρούς προκύπτουν διάφορες ευκαιρίες και ο επιχειρηματίας θα πρέπει σύμφωνα με τα δεδομένα που υπάρχουν την συγκεκριμένη χρονική στιγμή, να έχει την ικανότητα να αντιλαμβάνεται αν αυτό που προέκυψε είναι όντως ευκαιρία, η οποία είναι δυνατόν να χαθεί αν δεν την εκμεταλλευτεί και ο κατάλληλος καιρός ώστε να δημιουργηθεί ή να εξελιχθεί μία επιχείρηση. Τέλος είναι απαραίτητο ο επιχειρηματίας να έχει υπόψιν του τους πιθανούς κινδύνους που μπορούν να συμβούν απροσδόκητα αλλά και την πιθανή αποτυχία που μπορεί να οδηγήσει στην χρεοκοπία της υπάρχουσας επιχείρησης ή στην μη υλοποίηση της.

III. Φάση σχεδιασμού και προετοιμασίας πριν την έναρξη επιχειρηματικής ιδέας

Η φάση του σχεδιασμού και της προετοιμασίας για το ξεκίνημα μίας νέας επιχείρησης περιλαμβάνει: α) τον εντοπισμό του κατάλληλου εργατικού δυναμικού, πρόκειται για το σημαντικότερο στοιχείο καθώς οι άνθρωποι που θα εργαστούν για την επιχείρηση με τα προσόντα τους, τις ικανότητες τους και τις γνώσεις τους συμβάλλουν στην βιωσιμότητά της, στην ανάδειξή της και στην μεγιστοποίηση των κερδών της, β) την δυνατότητα άντλησης κεφαλαίων και χρηματοδότησης ώστε να μπορεί να πραγματοποιηθεί αυτή η ιδέα, γ) τους προμηθευτές στο είναι συνεπείς, να τηρούν τις συμφωνίες και να προσέχουν την ποιότητα των προϊόντων καθώς από αυτά εξαρτάται σε μεγάλο ποσοστό η φήμη της επιχείρησης δ) την έρευνα αγοράς για την τοποθεσία που θα είναι ευνοϊκή για την δημιουργία μίας νέας επιχείρησης καθώς και για το είδος ανάλογα με τις καταναλωτικές προτιμήσεις των πολιτών και του ανταγωνισμού που κυριαρχεί, στην περιοχή, σε ίδιου κλάδου επιχειρήσεις και ε) τις πληροφορίες που πρέπει να συλλέξει ο επιχειρηματίας σχετικά με το πως θα αντιδράσει η τοπική κοινωνία, στην οποία έχει επιλέξει να επενδύσει, στο άνοιγμα μίας καινούριας επιχείρησης.

IV. Έναρξη υλοποίησης της επιχειρηματικής ιδέας.

Αυτό το στάδιο αφορά στη χρονική στιγμή εισόδου της επιχείρησης στην αγορά. Το άτομο που επιθυμεί να δραστηριοποιηθεί σε μία αγορά πέρα από τα εξίσου σημαντικά στοιχεία που προαναφέραμε, δηλαδή την έρευνα για το προσωπικό, τα κεφάλαια που χρειάζονται, τους προμηθευτές, την τοποθεσία, το είδος, τον ανταγωνισμό και τους πελάτες, θα πρέπει να σκεφτεί πολύ καλά και να αποφασίσει πότε θα ανοίξει την επιχείρηση. Οι γρήγορες κινήσεις μπορεί να επιφέρουν αρνητικά αποτελέσματα, είτε στο ξεκίνημα της επιχείρησης, είτε μελλοντικά.

V. Έναρξη λειτουργίας της νέας επιχείρησης και ανάπτυξής της

Για να μπορέσει να λειτουργήσει, να βιοποριστεί και να αναπτυχθεί μία επιχείρηση το κλειδί βρίσκεται στην αξιοπιστία. Είναι σημαντικό μία επιχείρηση να κερδίσει πελάτες, αλλά ακόμη πιο σημαντικό είναι να κρατήσει αυτούς τους πελάτες. Με απλά λόγια αν επιχείρηση προσέχει και σέβεται τους εργαζομένους της εκείνοι από μεριά τους κάνουν το καλύτερο δυνατό, επίσης αν διατηρεί ίδια στάση όσον αφορά την ποιότητα και ποσότητα των προϊόντων ή των υπηρεσιών που προσφέρει, εκπέμπει αξιοπιστία και έχει σαν αποτέλεσμα οι καινούριοι πελάτες που προσεγγίζει να γίνονται τακτικοί έως και καθημερινοί πελάτες.

1.6 Μορφές και Είδη Επιχειρηματικότητας

Μορφές επιχειρηματικότητας:

- **Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων:** Είναι μία από τις βασικότερες μορφές επιχειρηματικότητας, αφορά νέους επιχειρηματίες αλλά και επιχειρηματίες οι οποίοι έχουν ήδη ενταχθεί στον κλάδο των επιχειρήσεων και έχουν κοινό στόχο, την ίδρυση μίας νέας επιχείρησης με καινοτόμες και ανταγωνιστικές δραστηριότητες.
- **Τομεακή διάκριση της επιχειρηματικότητας:** Σύμφωνα με την οποία οι επιχειρηματικές δραστηριότητες διακρίνονται σε τέσσερις κατηγορίες. Η πρώτη κατηγορία αποτελείται από την γεωργία, τα ορυχεία, τα δάση και την αλιεία. Η δεύτερη κατηγορία από τις κατασκευές, τις μεταφορές, τη μεταποίηση και τις διανομές χονδρικής. Η τρίτη κατηγορία αποτελείται από τις υπηρεσίες προς τις επιχειρήσεις και η τέταρτη κατηγορία από τις δραστηριότητες που έχουν ως πελάτες φυσικά πρόσωπα, όπως για παράδειγμα οι επιχείρησης εστίασης, τα ξενοδοχειακά καταλύματα κ.α.
- **Ενδοεπιχειρηματικότητα ή Εσωστρεφής επιχειρηματικότητα:** Αναφέρεται στην ικανότητα που κατέχουν τα άτομα τα οποία αποτελούν την ομάδα της επιχείρησης, να διαμορφώνουν τα αποτελέσματα που επακολουθούν από την εφαρμογή της επιχειρηματικότητας στο περιβάλλον της επιχείρησης.
- **Εξωστρεφής επιχειρηματικότητα:** Αναφέρεται στους παράγοντες που βρίσκονται εκτός της επιχείρησης και μπορούν να την επηρεάσουν είτε έμμεσα είτε άμεσα αλλά και στον τρόπο με

τον οποίο η επιχείρηση αντιλαμβάνεται και αξιοποιεί τις ευκαιρίες που προκύπτουν και θα της αποφέρουν κέρδη.

- **Επιχειρηματικότητα ανάγκης:** Στην συγκεκριμένη περίπτωση ο επιχειρηματίας δεν έχει ανταγωνιστικό χαρακτήρα. Ο μόνος λόγος που δραστηριοποιείται είναι για να διατηρήσει την βιωσιμότητα της επιχείρησης του και δεν έχει μακροπρόθεσμα σχέδια ώστε να διαφοροποιηθεί από τις άλλες επιχειρήσεις και να δημιουργήσει νέα ανταγωνιστικά προϊόντα με σκοπό να επεκταθεί σε νέες εγχώριες ή διεθνείς αγορές.
- **Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας:** Περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες τις οποίες ενεργεί ένας επιχειρηματίας προκειμένου να αξιοποιήσει μία επιχειρηματική ευκαιρία. Είναι μία πολύ σημαντική μορφή επιχειρηματικότητας, διότι οι επιχειρηματίες αξιοποιώντας όλες τις ευκαιρίες που προκύπτουν, προς συμφέρον τους, έχουν την δυνατότητα να δημιουργήσουν καινοτόμα και ανταγωνιστικά προϊόντα στην διεθνή αγορά.
- **Επιχειρηματικότητα υψηλών δυνατοτήτων:** Αναφέρεται στους επιχειρηματίες που αναπτύσσουν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες σε διεθνείς αγορές και όχι μόνο στις εγχώριες.

Είδη επιχειρηματικότητας:

- **Αμιγής επιχειρηματικότητα:** Η αμιγής επιχειρηματικότητα περιέχει όλες εκείνες τις δραστηριότητες του επιχειρηματία στις οποίες χρησιμοποιούνται μόνο οι δικές του δυνατότητες και όχι άλλα παραγωγικά μέσα, όπως μηχανήματα, για την εφαρμογή μίας νέας παραγωγικής ιδέας. Οι δραστηριότητες αυτές χαρακτηρίζονται δράσεις υψηλής αποτελεσματικότητας που αν γίνουν από άλλα άτομα ή άλλους φορείς, δεν θα είχαν τα ίδια κερδοφόρα αποτελέσματα. Αυτό το είδος επιχειρηματικότητας δεν συνιστάται και δεν συναντάται συχνά, διότι οποιοσδήποτε επιχειρήσει να υλοποιήσει ένα επιχειρηματικό σχέδιο θα πρέπει να έχει τα ίδια κερδοφόρα αποτελέσματα.
- **Μικτή επιχειρηματικότητα:** Η μικτή επιχειρηματικότητα ασκείται όταν ένας επιχειρηματίας δραστηριοποιείται αναλαμβάνοντας ρόλους τους οποίους θα μπορούσαν να αναληφθούν από άλλα άτομα ή φορείς της οικονομίας (π.χ. διοικητικά στελέχη, τραπεζικό σύστημα). Η μικτή επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει την μικτή επιχειρηματικότητα εργαζομένων και την μικτή επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων. Όσον αφορά την περίπτωση της μικτής επιχειρηματικότητας εργαζομένων, οι επιχειρηματίες μπορούν να αναλάβουν δραστηριότητες οι οποίες θα μπορούσαν να υλοποιηθούν από ανώτερα διοικητικά στελέχη ή μισθωτούς

υπαλλήλους, χωρίς να μειωθεί η αποτελεσματικότητα της εργασίας. Στην περίπτωση της μικτής επιχειρηματικότητας κεφαλαιούχων ασκείται από το ίδιο το άτομο που είναι ο ιδιοκτήτης κεφαλαίου και το διαθέτει στην αξιοποίηση της επιχειρηματικής του ιδέας.

1.7 Παράγοντες που Επηρεάζουν την Ανάπτυξη της Επιχειρηματικότητας

Οι διάφοροι παράγοντες οι οποίοι επηρεάζουν και κινητοποιούν τα άτομα να ασχοληθούν με επιχειρηματικές δραστηριότητες, απαρτίζονται από τους κοινωνικούς, τους γεωγραφικούς και τους πολιτιστικούς παράγοντες.

Η επιρροή που λαμβάνει το άτομο από το κοινωνικό του περιβάλλον, έχει ιδιαίτερη σημασία για το αν θα ξεκινήσει την δική του επιχείρηση, σε ποια περιοχή θα δραστηριοποιηθεί, τι είδους επιχείρηση θα είναι και πως θα κινηθεί ώστε να επιτύχει αυτή η επιχειρηματική του ιδέα. Πιο συγκεκριμένα, η επίδραση του οικογενειακού περιβάλλοντος, όπως το επάγγελμα των γονέων, το επίπεδο εκπαίδευσης που κατέχουν τα μέλη της οικογένειας, και γενικότερα το πολιτιστικό περιβάλλον στο οποίο έχει μεγαλώσει το άτομο επηρεάζουν τις επιχειρηματικές του δραστηριότητες. Αναλυτικότερα, υπάρχουν:

- I. Κοινωνικοί και Γεωγραφικοί παράγοντες ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας που αποτελούνται από:
 - Το οικογενειακό περιβάλλον: Όπου κυριαρχεί η άποψη πως οι επιχειρηματίες που προέρχονται από μία οικογένεια, η οποία δραστηριοποιείται σε έναν κλάδο επιχειρήσεων, έχει την γνώση και την εμπειρία να ξεκινήσει μία νέα επιχείρηση.
 - Τους γεωγραφικοί παράγοντες: Η περιοχή στην οποία θα επιλέξει να δραστηριοποιηθεί ο επιχειρηματίας, είναι ιδιαίτερα σημαντική για τον λόγο ότι δεν είναι όλες οι περιοχές κατάλληλες και πρόσφορες για την δημιουργία μίας επιχείρησης, καθώς μπορεί να μην διαθέτει παραγωγικούς συντελεστές και φυσικούς πόρους. Επίσης υπάρχουν περιφέρειες που μέσω χρηματοδότησης, δημιουργούν τις κατάλληλες υποδομές ώστε να αναπτυχθεί η επιχειρηματικότητα. Και
 - Την εθνικότητα: Υπάρχουν εθνικότητες που παρουσιάζουν ένα μεγάλο ποσοστό αυτό-απασχόλησης και αυτό οφείλεται κυρίως σε τρεις λόγους. Πρώτον, άνθρωποι οι οποίοι έχουν μεταναστεύσει σε άλλες χώρες επιδεικνύουν ιδιαίτερες επιχειρηματικές ικανότητες. Δεύτερον, άτομα τα οποία νιώθουν αποξενωμένοι από το υπάρχον εργασιακό ρεύμα, καταλήγουν στην αυτό-απασχόληση. Και τρίτον, σε ορισμένους λαούς η αυτό-απασχόληση είναι έμφυτη.

II. Πολιτικοί παράγοντες ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας που αποτελούνται από:

- Το επίπεδο εκπαίδευσης: Δηλαδή την γνώση που είναι αναγκαία για την εκτίμηση μίας νέας ευκαιρίας, αλλά και τα προσόντα που διαθέτει κάποιος για να εκμεταλλευτεί αυτή την ευκαιρία με τον καλύτερο δυνατό τρόπο ώστε να υλοποιηθεί ένα επιχειρηματικό σχέδιο.
- Η αντίληψη της κοινωνίας για την επιχειρηματικότητα: Σημαντικά στοιχεία που έχουν αντίκτυπο στον τρόπο σκέψης ενός επιχειρηματία είναι το πως αντιλαμβάνεται μία κοινωνία την επιχειρηματικότητα. Όταν είναι αποδεκτή από την κοινωνία, τότε διευκολύνεται η ανάπτυξή της. Στην αντίθετη περίπτωση, οι επιχειρηματίες διστάζουν να αναπτύξουν την επιχειρηματική τους ιδέα.
- Η έννοια της προσωπικής ανταμοιβής: Η επιθυμία για την δημιουργία μίας νέας επιχείρησης, έχει να κάνει με την ανταμοιβή που θα λάβει ο επιχειρηματίας, που αφορά τόσο στην εσωτερική ικανοποίηση όσο και στις οικονομικές απολαβές που θα αποκομίσει.

1.8 Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις και Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Οι επιχειρήσεις όπως αναφέραμε, σύμφωνα με το μέγεθός τους, μπορούν να διαχωριστούν σε μικρές, μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις. Ανάλογα λοιπόν με το μέγεθός τους ορίζεται και η επιχειρηματική και διοικητική πρακτική που εφαρμόζουν.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν τον σημαντικότερο τύπο επιχειρήσεων καθώς ο αριθμός τους σε σχέση με το σύνολο των επιχειρηματικών μονάδων μιας χώρας είναι ιδιαίτερα υψηλός και η συνεισφορά τους αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

Όπως αναγράφεται στην επίσημη εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης από την σύσταση της επιτροπής του 2003, μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ορίζονται αυτές που απασχολούν λιγότερους από διακόσους-πενήντα εργαζομένους και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει τα πενήντα εκατομμύρια ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα σαράντα-τρία εκατομμύρια ευρώ. Δεν θεωρείται μικρομεσαία επιχείρηση εάν το είκοσι-πέντε τοις εκατό ή περισσότερο του κεφαλαίου της ή των δικαιωμάτων ψήφου της ελέγχεται, άμεσα ή έμμεσα, από έναν ή περισσότερους δημόσιους οργανισμούς ή δημόσιους φορείς, μεμονωμένα ή από κοινού.

Στην Ελλάδα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν ιδιαίτερη σημασία, διότι ένα μεγάλο ποσοστό των επιχειρήσεων είναι τέτοιου τύπου και απασχολούν πολλούς εργαζόμενους.

Μία μικρομεσαία επιχείρηση συνήθως έχει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά:

- Το κεφάλαιο της επιχείρησης ανήκει σε ένα άτομο ή σε μια μικρή ομάδα ατόμων.
- Καλύπτει ένα μικρό μερίδιο της εγχώριας αγοράς και δεν διαθέτει ειδικό τμήμα έρευνας και ανάπτυξης.
- Ο επιχειρηματίας ταυτίζεται συνήθως με τον διευθυντή και διαχειριστή της επιχείρησης και δεν διαθέτει εξειδικευμένα διευθυντικά στελέχη.
- Είναι εντάσεως εργασίας, δηλαδή βασίζεται περισσότερο στην εργασία και στην προσωπική εργασία.
- Δεν έχει την δυνατότητα να επηρεάσει τις τιμές της αγοράς.
- Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις μπορούν να δραστηριοποιούνται σε βασικούς τομείς, όπως για παράδειγμα στο λιανικό εμπόριο, στον αγροτικό τομέα, στη μεταποίηση, στο χονδρικό εμπόριο κ.λπ.
- Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις επίσης μπορούν να δραστηριοποιούνται σε παραδοσιακούς τομείς όπου παράγουν προϊόντα για τις τοπικές και εγχώριες αγορές, καθώς επίσης επιχειρήσεις που παράγουν κατόπιν συμβολαίων και συμφωνιών με άλλες επιχειρήσεις, και τέλος οι ανεξάρτητες επιχειρήσεις που παράγουν για λογαριασμό τους και ασχολούνται με το λιανικό εμπόριο.

Η επιχειρηματικότητα αποτελεί σημαντική συνιστώσα του οικονομικού συστήματος και της οικονομικής ανάπτυξης. Πιο συγκεκριμένα, συμβάλλει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και στη γενικότερη οικονομική ανάπτυξη, αφενός ενισχύοντας την αποτελεσματικότητα των υφιστάμενων επιχειρήσεων και αφετέρου μέσω της δημιουργίας και ανάπτυξης νέων επιχειρήσεων και αποτελεί βασικό παράγοντα για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, τόσο των επιχειρήσεων όσο και της οικονομίας.

Οι σημαντικότεροι λόγοι για τους οποίους οι επιχειρήσεις κάνουν επιχειρηματικά σχέδια είναι το κίνητρο για την έναρξη μίας κερδοφόρας επένδυσης όπου η αποδοτική κατανομή των πόρων, δίνει στην επιχείρηση τη δυνατότητα να μειώσει το κόστος της, να ενδυναμώσει τη θέση της στον κλάδο τον οποίο ανήκει και στην αγορά της και να αυξήσει τα κέρδη της. Επίσης είναι το κίνητρο για στρατηγικό πλεονέκτημα μέσω της εισαγωγής καινοτόμων και βελτιωμένων προϊόντων και διαδικασιών που μπορούν να αυξήσουν το μερίδιο της επιχείρησης στην αγορά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Εξωστρέφεια και Διεθνής Επιχειρηματικότητα

2.1 Η Έννοια της Εξωστρέφειας στις Επιχειρήσεις

Η έννοια της εξωστρέφειας, που χρησιμοποιείται στον επιχειρηματικό χώρο, δηλώνει την στροφή των επιχειρήσεων στις εξαγωγές των προϊόντων και την εισχώρηση σε νέες αγορές του εξωτερικού. Η εξωστρέφεια είναι μία έννοια ευρύτερη των εξαγωγών, καθώς περιλαμβάνει πεδία όπως το Διεθνές Εμπόριο Αγαθών και Υπηρεσιών, τις Διεθνείς Επενδύσεις Χαρτοφυλακίου, τις Άμεσες Ξένες Επενδύσεις και άλλα.

Με τον όρο εξαγωγές εννοούμε την πώληση εμπορικών αγαθών ή υπηρεσιών που έχουν παραχθεί εγχώρια για χρήση ή μεταπώληση σε άλλες χώρες.

Αυτός πρέπει να είναι ο στόχος κάθε παραγωγικής επιχείρησης, ώστε να έχει την δυνατότητα να διαθέτει τα προϊόντα της και σε άλλες μεγαλύτερες αγορές.

2.2 Η Έννοια της Διεθνούς Επιχειρηματικότητας

Η διαδικασία ανάπτυξης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στη διεθνή αγορά είναι ένα γεγονός που διευρύνει τους ορίζοντες της επιχείρησης σε παγκόσμιο επίπεδο. Η επιχείρηση αυξάνει την ανταγωνιστικότητά της τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό της περιβάλλον και εξελίσσεται με εξαιρετικά γρήγορους ρυθμούς, καθώς επίσης αυξάνεται η κερδοφορία της σε βαθμό τέτοιο, που για τις επιχειρήσεις που δρουν μόνο στην εγχώρια αγορά, είναι ανέφικτο.

2.3 Τα Πλεονεκτήματα και τα Μειονεκτήματα της Διεθνοποίησης

Με την διεθνή επιχειρηματικότητα, όπως προ είπαμε, οι επιχειρήσεις μπορούν να κερδίσουν πολλά προνόμια καθώς και οι επιχειρηματίες που έχουν δημιουργήσει ή επενδύσει σε αυτήν την επιχείρηση. Όμως πέρα από τα οφέλη που θα αποκομίσουν, υπάρχουν και κάποιο κίνδυνοι. Παρακάτω, λοιπόν θα δούμε τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που αφορούν την εισχώρηση σε ξένες αγορές από επιχειρήσεις που δρουν αποκλειστικά στην χώρα προέλευσης τους.

2.3.1 Τα Πλεονεκτήματα της Διεθνοποίησης

Οι επιχειρηματίες επιδιώκουν να εισέρχονται στην διεθνή αγορά και κατά συνέπεια στον διεθνή ανταγωνισμό, καθώς προσπαθούν να επωφεληθούν από όλες τις ευκαιρίες που τους παρουσιάζονται. Με την διεθνοποίηση λοιπόν, έχουν την δυνατότητα να επεκτείνουν το μερίδιό τους στην αγορά, δηλαδή να κερδίσουν νέους πελάτες και να αυξήσουν τις πωλήσεις των προϊόντων ή/και των υπηρεσιών που παρέχουν, να εκμεταλλευτούν νέες ευκαιρίες στις διεθνείς αγορές και τις ευνοϊκές συνθήκες που επικρατούν εκεί ώστε να αποκτήσουν γνώσεις και νέες εμπειρίες με τις οποίες θα μπορέσουν να βελτιώσουν την παραγωγική διαδικασία της επιχείρησης. Επιπλέον, μπορούν να αποκομίσουν καλύτερη συνεργασία με τους προμηθευτές τους όσον αφορά την ποιότητα την ποσότητα και το κόστος γιατί θα αυξηθεί η ζήτηση άρα και η ποσότητα παραγγελίας προς αυτούς. Επίσης, κάτι πολύ σημαντικό, η επιχείρηση αποκτά αξία και αποπνέει εγκυρότητα και εμπιστοσύνη, με αποτέλεσμα την δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Τέλος, με την επίτευξη όλων των παραπάνω, αυξάνονται τα έσοδα της επιχείρησης και κατά συνέπεια τα έσοδα των ατόμων που ασχολούνται με αυτήν.

2.3.2 Τα Μειονεκτήματα της Διεθνοποίησης

Η προσπάθεια επέκτασης μίας επιχείρησης σε ξένες αγορές όμως δεν επιφέρει πάντα θετικά αποτελέσματα, διότι υπάρχουν πολλοί κίνδυνοι που αφορούν στο εξωτερικό κυρίως περιβάλλον. Τέτοιοι κίνδυνοι μπορεί να είναι οι αλλαγές στις νομοθεσίες στις χώρες εξαγωγής, οι συναλλαγματικές ισοτιμίες, οι συνεργασίες με νέους εταίρους και ο ρόλος των εργατικών συνδικάτων. Οι επιχειρηματίες ή αλλιώς τα στελέχη μίας επιχείρησης θα πρέπει να είναι συνεχώς σε εγρήγορση, να αντιλαμβάνονται τα εξωτερικά ερεθίσματα, να αντιδρούν και να προσαρμόζονται γρήγορα στις νέες διεθνείς εξελίξεις με σκοπό την οικονομική επιβίωση και την συνέχιση της επιχείρησης.

2.4 Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες

Οι διεθνείς επιχειρηματικές δραστηριότητες συνίστανται σε επιχειρηματικές συναλλαγές μεταξύ διαφόρων μερών που προέρχονται από περισσότερες από μία χώρες. Με απλά λόγια, οι εγχώριες επιχειρηματικές δραστηριότητες αφορούν συναλλαγές που πραγματοποιούνται εντός των συνόρων μίας χώρας, ενώ οι διεθνείς αφορούν συναλλαγές μεταξύ πολλών χωρών. Παραδείγματα διεθνών επιχειρηματικών συναλλαγών είναι η μεταφορά τελικών προϊόντων από μία χώρα σε μία άλλη για λιανική πώληση, η αγορά υλικών και η μεταφορά τους σε μία άλλη χώρα για επεξεργασία ή

συναρμολόγηση και η κατασκευή ενός εργοστασίου σε μία άλλη χώρα είτε γιατί υπάρχει χαμηλότερο κόστος εργασίας είτε για τον δανεισμό χρημάτων από την τράπεζα για την έναρξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου σε μία άλλη χώρα.

Η διεθνής επιχειρηματική δραστηριότητα μπορεί να διαφέρει από την εγχώρια επιχειρηματική δραστηριότητα, για τους εξής λόγους:

- Οι χώρες που θα πραγματοποιούν συναλλαγές μεταξύ τους μπορεί να μην έχουν το ίδιο νόμισμα και η μία χώρα τουλάχιστον θα έπρεπε να μετατρέψει το νόμισμά της.
- Τα νομικά συστήματα των χωρών μπορεί να διαφέρουν, γεγονός που αναγκάζει τουλάχιστον την μία χώρα να προσαρμοστεί στα συστήματα της άλλης.
- Η κουλτούρα κάθε χώρας μπορεί να είναι διαφορετική, για να συνεργαστούν μεταξύ τους απαιτείται να προσαρμοστούν στην συμπεριφορά της.

Η διαθεσιμότητα των πόρων, των πρώτων υλών και του καλά εκπαιδευμένου εργατικού δυναμικού μπορεί να διαφέρουν από χώρα σε χώρα. Δηλαδή μία χώρα μπορεί να έχει πληθώρα φυσικών υλών αλλά να υστερεί σε εξειδικευμένο προσωπικό, ενώ μία άλλη μπορεί να υστερεί σε φυσικούς πόρους αλλά να έχει ένα πολύ καλά εκπαιδευμένο εργατικό δυναμικό. Για αυτό τα προϊόντα και τα είδη των προϊόντων διαφέρουν μεταξύ των χωρών.

2.5 Σημαντικοί Παράγοντες για την Ανάπτυξη Διεθνών Επιχειρηματικών Δραστηριοτήτων

Οι παράγοντες που πρέπει να λάβουν υπόψη τους οι επιχειρηματίες που επιθυμούν να αναπτύξουν διεθνής επιχειρηματικές δραστηριότητες, αποτελούνται από τους πολιτικούς και τους τεχνολογικούς παράγοντες, τους οικονομικούς πόρους, τους προμηθευτές, την αγορά, τον ανταγωνισμό και το μάρκετινγκ.

α) Πολιτικοί Παράγοντες

Οι πολιτικοί παράγοντες αφορούν το θεσμικό πλαίσιο μέσα στο οποίο είναι υποχρεωμένη να λειτουργήσει η επιχείρηση τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Οι μάνατζερ κάθε επιχείρησης οφείλουν να είναι ενημερωμένοι σχετικά με τις πολιτικές συνθήκες, την φορολογική και την εργασιακή νομοθεσία που επικρατεί σε κάθε χώρα καθώς και για τις αλλαγές που προκύπτουν, καθώς το νομοθετικό περιβάλλον μεταβάλλεται συνεχώς.

β) Τεχνολογικοί Παράγοντες

Η τεχνολογία είναι βασικός παράγοντας για μία επιχείρηση, η ανάπτυξη της τεχνολογίας είναι ακόμη πιο σημαντική διότι της δίνεται η δυνατότητα να καινοτομήσει με αποτέλεσμα την απόκτηση μίας ανταγωνιστικής θέσης στην αγορά. Έτσι λοιπόν οι επιχειρηματίες θα πρέπει συνεχώς να παρακολουθούν και να ενημερώνονται σχετικά με την εξέλιξη της τεχνολογίας, καθώς το τεχνολογικό περιβάλλον είναι επίσης ένα περιβάλλον που μεταβάλλεται συνεχώς.

γ) Οικονομικοί Πόροι

Οι οικονομικοί πόροι συνδέονται με την κινητή και ακίνητη περιουσία της επιχείρησης αλλά και τους τρόπους χρηματοδότησης της. Η ρευστότητα που διαθέτει η επιχείρηση καθορίζει την λειτουργία της, για αυτό τον λόγο είναι απαραίτητο να υπάρχει έλεγχος, προγραμματισμός και σωστή διαχείριση όσον αφορά την δαπάνη τους.

δ) Προμηθευτές

Οι προμηθευτές είναι ένας παράγοντας που θα πρέπει να σκεφτούν οι επιχειρηματίες με σκοπό το συμφέρον τους. Τουτέστιν να σκεφτούν αν στην νέα επιχειρηματική τους δραστηριότητα θα συνεχίσουν να συνεργάζονται με τους ίδιους προμηθευτές ή θα ήταν καλύτερο να συνεργαστούν με προμηθευτές από την χώρα στην οποία θα δραστηριοποιηθούν επειδή οι πρώτες ύλες και τα προϊόντα γενικότερα είναι περισσότερο γνώριμα στους καταναλωτές της ξένης χώρας.

ε) Αγορά

Οι επιχειρηματίες θα πρέπει να εξετάσουν πολύ σοβαρά την αγορά την οποία θα επιλέξουν να εισέλθουν. Ουσιαστικά θα πρέπει να πραγματοποιήσουν μία έρευνα για το αν υπάρχει χώρος για μία νέα επιχείρηση και για το συγκεκριμένο είδος που επιθυμούν, για το πως θα αντιμετωπίσει η αγορά την εισχώρηση μίας νέας επιχείρησης, για τα προϊόντα που δείχνουν μεγαλύτερη προτίμηση οι καταναλωτές και για το πως θα τους προσεγγίσει, καθώς μιλάμε για μία ξένη χώρα η οποία ενδεχομένως έχει άλλη κουλτούρα και άλλη ιδιοσυγκρασία σε σχέση με την χώρα που δραστηριοποιείται η επιχείρηση, επομένως ο τρόπος που θα προσεγγίσει τους πελάτες της θα πρέπει να διαφοροποιείται και να προσαρμόζεται στους ρυθμούς της κάθε χώρας.

στ) Ανταγωνισμός

Ένα επίσης σημαντικό δεδομένο που είναι απαραίτητο να λάβουν υπόψιν τους τα άτομα που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν σε μία ξένη αγορά, πέρα από τα παραπάνω που προ αναφέραμε, είναι ο ανταγωνισμός που κυριαρχεί στην αγορά που επιθυμούν να εισέλθουν. Εάν υπάρχουν πολλές

επιχειρήσεις που πωλούν τα ίδια προϊόντα ή παρέχουν τις ίδιες υπηρεσίες, θα πρέπει να αναζητήσουν νέα αγορά ή να σκεφτούν τρόπους με τους οποίους θα διαφοροποιηθούν από τις άλλες επιχειρήσεις και ο κόσμος θα επιλέξει αυτήν την επιχείρηση για να πραγματοποιήσει τις αγορές του.

ζ) Μάρκετινγκ

Τέλος, το μάρκετινγκ αναφέρεται σε όλες τις δραστηριότητες που κάνει μια εταιρεία για την προώθηση και την πώληση προϊόντων ή υπηρεσιών σε καταναλωτές και το πως θα διατηρήσει σχέσεις μαζί τους. Ειδικότερα το μάρκετινγκ έχει να κάνει με το προϊόν ή την υπηρεσία και το πόσο θα καλύψει την ανάγκη ενός καταναλωτή, με την τιμή δηλαδή πόσο αξίζει ένα προϊόν ή μία υπηρεσία και την διαφορά από τον ανταγωνισμό, με τον τρόπο διανομής αν θα είναι ένα φυσικό κατάστημα ή ένα ηλεκτρονικό κατάστημα και τελευταίο έχει να κάνει με την προβολή δηλαδή με την διαφήμιση, την προώθηση και τις δημόσιες σχέσεις.

2.6 Μορφές Διεθνούς Επιχειρηματικής Δραστηριοποίησης

Για την πραγματοποίηση διεθνών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, υπήρχε μόνο ένας τρόπος, μέσω των εισαγωγών και των εξαγωγών. Ωστόσο στην σύγχρονη εποχή που ζούμε, είναι αρκετά διαδεδομένες πολλές άλλες μορφές επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Μορφές διεθνούς επιχειρηματικής δραστηριοποίησης:

i. Εισαγωγές και Εξαγωγές:

Οι εισαγωγές αναφέρονται στα προϊόντα τα οποία έχουν παραχθεί σε μία χώρα και μία άλλη χώρα αγοράζει αυτά τα προϊόντα για χρήση ή μεταπώληση, ενώ οι εξαγωγές αναφέρονται στα προϊόντα που παράγει μία χώρα και τα πουλάει σε μία άλλη επίσης για χρήση ή μεταπώληση. Οι εισαγωγικές και οι εξαγωγικές δραστηριότητες συνήθως κατηγοριοποιούνται σε δύο ομάδες. Η μία ομάδα δραστηριοτήτων είναι το εμπόριο αγαθών, για παράδειγμα είδη ένδυσης, υφάσματα κ.λπ. και η δεύτερη ομάδα το εμπόριο υπηρεσιών, για παράδειγμα ταξιδιωτικές, λογιστικές δραστηριότητες, υπηρεσίες τηλεφωνικού κέντρου κ.λπ.

ii. Διεθνής επενδύσεις:

Πρόκειται για κεφάλαια τα οποία μεταφέρονται από τους κατοίκους μίας χώρας στους κατοίκους μίας άλλης χώρας. Υπάρχουν δύο κατηγορίες διεθνών επενδύσεων. Η μία κατηγορία αφορά τις άμεσες ξένες επενδύσεις οι οποίες αναφέρονται σε επενδύσεις που διενεργούνται με σκοπό τον έλεγχο των ακινήτων,

των περιουσιακών στοιχείων και των εταιρειών στις ξένες χώρες όπου δραστηριοποιείται μία εταιρεία. Η δεύτερη κατηγορία αφορά τις ξένες επενδύσεις χαρτοφυλακίου δηλαδή οποιοδήποτε άτομο το οποίο διαθέτει ένα ποσό χρημάτων και επιθυμεί να το αξιοποιήσει, μπορεί να προβεί στην αγορά ξένων χρηματοοικονομικών περιουσιακών στοιχείων, για παράδειγμα στην αγορά μετοχών, ομολόγων και πιστοποιητικών καταθέσεων.

iii. Άλλες μορφές διεθνών επιχειρηματικών επενδύσεων:

Υπάρχουν και άλλοι τρόποι για την επίτευξη διεθνών επιχειρηματικών επενδύσεων, μέσω της διεθνούς αδειοδότησης, της διεθνούς δικαιόχρησης και της διεθνούς σύμβασης διαχείρισης. Πιο συγκεκριμένα η διεθνής αδειοδότηση είναι μία συμφωνία μεταξύ εταιρειών που βρίσκονται σε διαφορετικές χώρες, όπου η μία επιχείρηση, παραχωρεί το δικαίωμα στην άλλη επιχείρηση για χρήση της πνευματικής της ιδιοκτησίας, με άλλα λόγια πουλάει το εμπορικό σήμα της, την ονομασία της, τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της με σκοπό να τα πωλούν και άλλες επιχειρήσεις με στόχο την αύξηση των πωλήσεων και φυσικά των κερδών. Έπειτα η διεθνής δικαιόχρηση γνωστή και ως Franchising, η οποία είναι μία εξελιγμένη μορφή της διεθνούς αδειοδότησης εμφανίζεται όταν επιχειρήσεις που είναι ευρέως γνωστές με μεγάλο αριθμό πελατών και μεγάλα κέρδη πωλούν επίσης τα πνευματικά τους δικαιώματα, την επωνυμία τους, εμπορικά σήματα, πινακίδες καταστημάτων πρότυπα χρήσεως, σχέδια, δικαιώματα αντιγραφής τεχνογνωσίας και ότι έχει σχέση με την εταιρεία. Τέλος η διεθνής σύμβαση διαχείρισης είναι μία συμφωνία στην οποία μία επιχείρηση σε μία χώρα παραχωρεί τις εγκαταστάσεις της σε μία άλλη επιχείρηση μίας ξένης χώρας έναντι προσυμφωνημένης αμοιβής.

2.7 Τα Πλεονεκτήματα των Εξαγωγών

Η εξαγωγή δίνει την δυνατότητα σε μία επιχείρηση να εισέλθει σε μία ξένη αγορά σταδιακά, έτσι δύναται να αξιολογήσει και να βελτιώσει τα προϊόντα της ώστε να μπορέσει να ικανοποιήσει τις ανάγκες των εν δυνάμει καταναλωτών της στην χώρα που επιθυμεί να εξάγει.

Αναλυτικότερα, η εξαγωγή μπορεί να προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα σε μία επιχείρηση, όπως:

- Αύξηση των πωλήσεων: Η επέκταση της λίστας των πελατών που πιθανότατα θα προκύψουν θα έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση των πωλήσεων και την μεγιστοποίηση των κερδών. Μάλιστα σε περίπτωση που τα εξαγόμενα προϊόντα είναι ιδιαίτερα, καινοτόμα και πρωτοποριακά για την ξένη αγορά, η κερδοφορία θα είναι ακόμη περισσότερη.
- Περιορισμός του ρίσκου: Η επιχειρηματικότητα σε μία μόνο αγορά, εμπεριέχει ένα σημαντικό ρίσκο. Η εξωστρέφεια βοηθά στο να μειωθεί αυτό το ρίσκο το οποίο μπορεί να αντιμετωπίσει μία

επιχείρηση λόγω των αυξομειώσεων στον καταναλωτισμό και των αλλαγών των προτιμήσεων της τοπικής αγοράς. Επομένως, η παρουσία σε πολλές αγορές, εξαλείφει τις διάφορες διακυμάνσεις που μπορεί να υπάρχουν και συνεπάγεται με μεγαλύτερο αριθμό πελατών.

- Μείωση του κόστους κατά μονάδα προϊόντος: Οι επιπλέον πωλήσεις που θα προκύψουν από τις εξαγωγές, θα βελτιώσουν την παραγωγικότητα της επιχείρησης και θα δημιουργηθούν οικονομίες κλίμακας, με αποτέλεσμα την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης.
- Αύξηση αποτελεσματικότητας: Η επιχείρηση προκειμένου να εισέλθει σε νέες αγορές, να επιτύχει και να αντιμετωπίσει τον ανταγωνισμό, καταβάλλει κάθε δυνατή προσπάθεια ώστε να βελτιωθεί σε όλα τα επίπεδα. Αξιοποιεί καλύτερα το εργατικό της δυναμικό και ανανεώνει συνεχώς τις ιδέες τις όσον αφορά τα προϊόντα της.

2.8 Μορφές Εξαγωγών

- i. Έμμεση Εξαγωγή - Όταν μία επιχείρηση πουλάει τα προϊόντα της σε έναν εγχώριο πελάτη ή σε έναν εγχώριο χονδρέμπορο ή σε μία τοπική θυγατρική μίας επιχείρησης που η βάση της είναι στο εξωτερικό και αυτοί στην συνέχεια τα μεταπωλούν, είτε στην αρχική τους μορφή είτε μεταποιημένα, σε ξένη αγορά, τότε λέμε ότι έχουμε έμμεση εξαγωγή. Στις περισσότερες περιπτώσεις οι έμμεσες εξαγωγές δεν προβλέπονται από μία στρατηγική διεθνοποίησης την οποία ακολουθούν συνειδητά οι επιχειρήσεις. Προσδίδουν ελάχιστη εμπειρία ως προς την διεξαγωγή διεθνών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και τα κέρδη που αποφέρουν συχνά είναι περιορισμένα.
- ii. Άμεση Εξαγωγή - Όταν μία επιχείρηση πουλάει τα προϊόντα της στο εξωτερικό, σε πελάτες οι οποίοι είναι οι τελικοί χρήστες και επιλέγει η ίδια τους τρόπους που θα διανέμει αυτά τα προϊόντα, τότε λέμε ότι έχουμε άμεση εξαγωγή. Σε αυτή την περίπτωση οι επιχειρήσεις αποκτούν πολύτιμη εμπειρία και γνώση ως προς την διεθνή δραστηριοποίηση, πως λειτουργεί η αγορά σε άλλες χώρες και πως να αντιλαμβάνεται και να αξιοποιεί σωστά την κάθε διεθνή εξαγωγική ευκαιρία που προκύπτει.
- iii. Ενδοεταιρικές Μεταβιβάσεις - Είναι η πώληση προϊόντων από μία επιχείρηση μιας χώρας σε μία συνδεδεμένη επιχείρηση μίας άλλης χώρας. Είναι μία μορφή εξαγωγικής δραστηριότητας που χρησιμοποιούν κυρίως πολυεθνικές εταιρείες, στην ουσία, μεταβιβάζουν, εισάγοντας και εξάγοντας, ημικατεργασμένα προϊόντα και εξαρτήματα για να μειώσουν το κόστος τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Ανάπτυξη και Αύξηση των Εξαγωγών

3.1 Οι Πρώτες Εξαγωγές της Ελλάδας

Η οικονομία της χώρας, η έλλειψη μεγάλων παραγωγικών μονάδων προϊόντων, ο ελάχιστος πληθυσμός και η περιορισμένη αγοραστική του δυνατότητα, οδήγησαν σε πολύ χαμηλά επίπεδα την εσωτερική εμπορική κίνηση. Στις μεγαλύτερες πόλεις υπήρχε επαυξημένη κατανάλωση αλλά πολλά από τα προϊόντα αυτά ήταν εισαγόμενα. Για τους λόγους αυτούς το εμπόριο της χώρας συνδέθηκε με το εξωτερικό (1913). Την περίοδο εκείνη οι εισαγωγές της χώρας ήταν περισσότερες από τις εξαγωγές, με άλλα λόγια αγόραζε από το εξωτερικό πολλά περισσότερα από αυτά που πωλούσε εκεί, με αποτέλεσμα την δημιουργία προβλήματος όσον αφορά το ισοζύγιο πληρωμών ή αλλιώς ισοζύγιο εμπορευματικών συναλλαγών, δηλαδή τη διαφορά μεταξύ των εισαγωγών και των εξαγωγών αγαθών μίας χώρας. Παρ' όλα αυτά, η σημασία του εμπορίου και των εισαγωγών των προϊόντων ήταν μεγάλη γιατί συνέβαλλε στο να υπάρχει η κατάλληλη ποσότητα για τον πληθυσμό και αποτελούσε πλέον αξιόπιστη πηγή εσόδων για τα δημόσια ταμεία μέσα από τα έσοδα που αποσπούσαν από τα τελωνεία.

Η ελληνική εμπορική δραστηριότητα, λοιπόν δεν περιορίστηκε μέσα στα σύνορα του ελληνικού κράτους. Ισχυροί ελληνικοί εμπορικοί οίκοι είχαν επεκτείνει τον ίδιο καιρό τις δραστηριότητές τους στις γύρω περιοχές από την Ελλάδα. Στη Νότια Ρωσία την Αγγλία, την Γαλλία, το Βέλγιο, την Κωνσταντινούπολη και σε άλλα λιμάνια της Οθωμανικής αυτοκρατορίας, την Σμύρνη και την Αλεξάνδρεια.

Στην Ελλάδα κύρια εξαγώγιμα προϊόντα ήταν τα γεωργικά, ποσοστό που ξεπερνούσε τα τρία τέταρτα των συνολικών εξαγωγών, τα μεταλλευτικά προϊόντα (μόλυβδος, μαγγανιούχα μεταλλεύματα, σμύριδα, θηραϊκή γη) τα βιομηχανικά προϊόντα, οι πρώτες ύλες και τα κατεργασμένα δέρματα όπου εξαφανίστηκαν (έως το 1880). Οι εισαγωγές της αφορούσαν κυρίως αγροτικά προϊόντα (δημητριακά ως επί το πλείστον σιτάρι, βιομηχανικά προϊόντα υφάσματα, νήματα), ορυκτά, ξυλεία, χημικά προϊόντα και μηχανήματα.

3.2 Πως Επηρέασε η Οικονομική Κρίση τις Εξαγωγές

Η οικονομική κρίση που βίωσε η χώρα μας τα προηγούμενα χρόνια, η οποία προκάλεσε οικονομική ύφεση και επιβράδυνση του ρυθμού ανάπτυξης της οικονομικής δραστηριότητας, επέφερε έναν τεράστιο κύκλο συναλλαγών με το διεθνές εμπόριο. Η χώρα μας πραγματοποιούσε εξαγωγές αγαθών

που βοήθησαν στην μείωση των εμπορικών ελλειμμάτων της και βελτίωσε σημαντικά το εμπορικό ισοζύγιό της σε όλους τους κλάδους της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Την περίοδο 2010 έως 2016 που η Ελλάδα αντιμετώπιζε την απόλυτη ύφεση της οικονομίας με την εφαρμογή μνημονίων και οι επιχειρήσεις λειτουργούσαν κάτω από πολύ δύσκολες συνθήκες λόγω της υπέρ φορολόγησης, των capital controls, της μη εύκολης εύρεσης χρηματοδότησης και κυρίως της μειωμένης εμπιστοσύνης για την Ελλάδα από τις ξένες χώρες, παρ' όλα αυτά υπήρξε θετική εξέλιξη του εξωτερικού εμπορίου. Η Ελλάδα κατάφερε την αύξηση εξαγωγών σε είκοσι-δύο από τους είκοσι-τέσσερις κλάδους της εγχώριας παραγωγής, κατόρθωσε να υπερβεί σε ρυθμό αύξησης των εξαγωγών τις περισσότερες χώρες της ευρωζώνης και φυσικά την αύξηση του ΑΕΠ. Τέλος η χώρα μας την περίοδο που διάνυε την οικονομική κρίση κατάφερε να διευρύνει τόσο τα εξαγωγικά προϊόντα της, όσο και τις αγορές στις οποίες απευθυνόταν.

Οι Ελληνικές εξαγωγές έχουν εισέλθει ουσιαστικά σε αγορές σε ολόκληρο τον κόσμο με πάνω από διακόσες χώρες. Ο όγκος των εξαγωγών είναι μεγαλύτερος προς τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε σχέση με τις μεγάλες χώρες ΗΠΑ, Καναδάς, Ιαπωνία Ρωσία και Κορέα.

3.3 Εμπόδια που Συναντούν οι Επιχειρήσεις στις Εξαγωγές

Οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν διάφορες δυσκολίες και εμπόδια, ώστε να καταφέρουν να εξάγουν τα προϊόντα τους σε άλλες χώρες. Οι δυσκολίες αυτές αφορούν τόσο το εξωτερικό όσο και το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης.

Στο εξωτερικό περιβάλλον λοιπόν, που αφορά τα εμπόδια εκείνα που δεν μπορεί να ελέγξει η επιχείρηση, δηλαδή την εγχώρια και την διεθνή οικονομία, τον ανταγωνισμό, την ζήτηση και τις νομοθεσίες, υπάρχουν τα ακόλουθα ζητήματα:

- Οι δυσλειτουργίες του δημόσιου τομέα όπως η έντονη γραφειοκρατία, η πολύ υψηλή φορολογία, οι συνεχόμενες μεταβολές του νομοθετικού πλαισίου, η υπολειτουργία των αρμόδιων φορέων καθώς και η δυσκολία συνεννόησης, η καθυστέρηση επιστροφής του φόρου προστιθέμενης αξίας (κοινώς ως Φ.Π.Α) και η πολιτική και οικονομική αστάθεια που υπάρχει στην Ελλάδα.
- Η αρνητική εικόνα της Ελλάδας στο εξωτερικό.
- Τα προβλήματα χρηματοδότησης και δανεισμού από τις τράπεζες και το κόστος ασφάλισης των εξαγωγών.
- Η έλλειψη υποστήριξης από τα επιμελητήρια της χώρας.
- Τα προβλήματα με τους τοπικούς συνεργάτες όσον αφορά την ποιότητα, την ποσότητα και τις τιμές των προϊόντων.

- Τα προβλήματα στις συμφωνίες για την μεταφορά των προϊόντων σε σχέση με την τιμή, την σωστή και έγκαιρη διανομή των προϊόντων.
- Η εγκεκριμένη πιστοποίηση των προϊόντων.
- Η μειωμένη ζήτηση των προϊόντων.
- Ο ανταγωνισμός σε σχέση με τα πανομοιότυπα προϊόντα και οι χαμηλές τιμές που κυριαρχούν στις ξένες χώρες.
- Και η γραφειοκρατία στις χώρες εξαγωγής.

Από την άλλη, στο εσωτερικό περιβάλλον, που αφορά τις αδυναμίες της επιχείρησης, υπάρχουν τα ακόλουθα ζητήματα:

- Η αδυναμία επικοινωνίας σε ξένες γλώσσες.
- Η έλλειψη γνώσεων και πληροφόρησης πάνω στο κομμάτι των εξαγωγών.
- Η απουσία έμπειρου και εξειδικευμένου προσωπικού.
- Η ανεπάρκεια των δομών της επιχείρησης.
- Το πρόβλημα ρευστότητας της επιχείρησης.
- Το υψηλότερο κόστος παραγωγής.

3.4 Οφέλη των Εξαγωγών για την Εθνική Οικονομία

Με την αύξηση της εξαγωγικής δραστηριότητας δεν επωφελούνται μόνο οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα αυτόν, αλλά και η εθνική οικονομία και κατ' επέκταση η κοινωνία ολόκληρη. Οι εξαγωγές συμβάλουν στην αύξηση του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ) και στην ενίσχυση του ισοζυγίου πληρωμών. Δημιουργείται ευημερία για το κράτος εφόσον μπορεί με τα έσοδα από τις εξαγωγές να πληρώνει τα προϊόντα τα οποία εισάγει, χωρίς να χρειαστεί να δανειστεί χρήματα. Όσοι περισσότερες είναι οι χώρες που μπορεί να συνάψει εμπορικές σχέσεις τόσο περισσότερα και διαφορετικά προϊόντα θα μπορεί να εισάγει ώστε να ικανοποιεί όλες τις ανάγκες και τις επιθυμίες των πολιτών της. Φυσικά μέσα από την ανταλλαγή αγαθών, η χώρα γίνεται ευρέως γνωστή, από πολίτες ξένων κρατών που είναι πιθανόν μέσα από την επαφή τους με τα Ελληνικά προϊόντα να τους γεννηθεί η επιθυμία να επισκεφθούν την Ελλάδα και αυτό συνεπάγεται με επιπλέον έσοδα. Τέλος δημιουργούνται καινούριες θέσεις εργασίας και απασχόλησης σε διάφορους επαγγελματικούς τομείς.

3.5 Σχέδιο Δράσης του Ελληνικού Κράτος για την Ενίσχυση των Εξαγωγών

Μία από τις σημαντικότερες αιτίες του ελλείματος της Ελληνικής οικονομίας είναι οι ολιγοστές εξαγωγές που πραγματοποιούνται από τις επιχειρήσεις. Το φαινόμενο αυτό αντανακλά, τόσο στο χαμηλό εμπορικό ισοζύγιο, όσο και στην ελάχιστη συμμετοχή τους στο ΑΕΠ της χώρας. Από την πλευρά του κράτους υπάρχει μία αδυναμία στο να στηρίζει και να ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις ώστε να εξάγουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους, αυτό οφείλεται κυρίως στην κακή λειτουργία της δημόσιας διοίκησης και στην έλλειψη δραστικού και ικανού συντονισμού των φορέων και των υπηρεσιών που δραστηριοποιούνται στον τομέα της εξωστρέφειας, με την αμέλεια εκπλήρωσης δράσεων και υποχρεώσεων αλλά και την δαπάνη πόρων πέρα από το αναγκαίο, καθώς και στην ανεπαρκή γνώση για τον εντοπισμό εξαγωγικών ευκαιριών και δυνατοτήτων. Είναι λοιπόν απαραίτητο να δημιουργηθεί μία στρατηγική εξωστρέφειας με σκοπό να εντοπίζει όλους τους τομείς και τις αγορές στις οποίες θα έχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα τα ελληνικά προϊόντα και οι υπηρεσίες, είτε λόγω των τιμών, είτε λόγω της διαφορετικότητας, να οργανώνει, να κατευθύνει και να υποστηρίζει τις προσπάθειες των επιχειρήσεων που επιθυμούν να εξάγουν.

Τον Απρίλιο του 2012, καθώς η Ελλάδα διένυε το δεύτερο πρόγραμμα οικονομικής προσαρμογής (ή αλλιώς το δεύτερο μνημόνιο, μετά το πρώτο μνημόνιο που υπογράφηκε τον Μάιο του 2010), ανακοινώθηκε η εθνική στρατηγική για τις εξαγωγές, η οποία στηριζόταν σε τρεις πυλώνες: 1) Την διερεύνηση της εξαγωγικής βάσης 2) Την προώθηση των εξαγωγών και 3) Την απλοποίηση των διαδικασιών για την πραγματοποίηση εξαγωγών. Για την υλοποίηση αυτής της στρατηγικής ζητήθηκε τεχνική βοήθεια, έτσι δημιουργήθηκαν δύο προγράμματα. Το πρώτο πρόγραμμα σχετιζόταν με την στρατηγική για τη διευκόλυνση των εξαγωγών με την βοήθεια της UNECE (United Nations Economic Commission for Europe – Ευρωπαϊκή Επιτροπή των Ηνωμένων Εθνών για την Ευρώπη), η οποία ιδρύθηκε το 1947 και κύριος στόχος της είναι η προώθηση της πανευρωπαϊκής οικονομικής ολοκλήρωσης. Πράγματι τον Οκτώβριο του 2012 συγκροτήθηκε η εθνική στρατηγική για την διευκόλυνση του εξωτερικού εμπορίου δηλαδή την απλοποίηση των προτελωνειακών και τελωνειακών διαδικασιών μειώνοντας έτσι το χρόνο και το κόστος για τις εξαγωγές. Το δεύτερο πρόγραμμα σχετιζόταν με την στρατηγική για την προώθηση των εξαγωγών με την βοήθεια του Υπουργείου Οικονομικών υποθέσεων της Ολλανδίας, το οποίο διέκρινε τις αδυναμίες της χώρας στο να στηρίζει πλήρως ένα εξαγωγικό πρόγραμμα.

Το Υπουργείο Οικονομίας, Ανάπτυξης κ' Τουρισμού επωμίστηκε να διαμορφώσει ένα ολοκληρωμένο και εφικτό «Σχέδιο Προώθησης των Εξαγωγών», το οποίο εκπονήθηκε λαμβάνοντας υπόψη όλες τις συστάσεις που αναφερόντουσαν στην Ολλανδική έκθεση, με στόχο υλοποίησης του στο άμεσο μέλλον. Το σχέδιο αυτό ολοκληρώθηκε στην αρχική του μορφή τον Δεκέμβριο του 2015, σε συνεργασία με το

Υπουργείο Εξωτερικών και τον οργανισμό Enterprise Greece. Η Enterprise Greece είναι ο αρμόδιος εθνικός φορέας, υπό τον έλεγχο του Υπουργείου Εξωτερικών, που προσελκύει ξένες άμεσες επενδύσεις στην Ελλάδα και προωθεί τις εξαγωγές ελληνικών προϊόντων και υπηρεσιών στο εξωτερικό. Το σχέδιο αυτό αρχικά συζητήθηκε με τους επιχειρηματικούς φορείς, έπειτα στις 19 Ιανουαρίου του 2016 πραγματοποιήθηκε συνεδρίαση με τους εκπροσώπους των εξαγωγικών επιχειρήσεων. Τέλος, μετά από ανταλλαγή απόψεων υπήρξε επαναπροσδιορισμός του αρχικού σχεδίου. Τον Μάρτιο του 2016 πραγματοποιήθηκε η οριστική ολοκλήρωση του σχεδίου αυτού, όπου μέχρι και σήμερα βρίσκεται σε πορεία υλοποίησης, καθώς επίσης, διαμορφώθηκε μία «Επιτροπή Εξωστρέφειας» η οποία θα λαμβάνει αποφάσεις για την επίλυση προβλημάτων που συνδέονται με την εξωστρέφεια της Ελληνικής οικονομίας.

Το σχέδιο αυτό αποσκοπεί στην κάλυψη των αναγκών των επιχειρήσεων, που δεν μπορούν να καλυφθούν από τους δημόσιους φορείς, στον προγραμματισμό και στην εφαρμογή τελεσφόρων πολιτικών προώθησης των εξαγωγών. Για το σκοπό αυτό οι ενέργειες που εμπεριέχονται στο σχέδιο εξελίσσονται γύρω από τρεις άξονες. Ο πρώτος άξονας περιέχει δράσεις για την ενίσχυση της γνώσης και της πληροφόρησης σε σχέση με το εξωτερικό περιβάλλον και τις εξαγωγικές δραστηριότητες. Ο δεύτερος άξονας ενέχει δράσεις για την ανέλιξη των δομών και των λειτουργιών της οικονομικής διπλωματίας. Ο τρίτος άξονας σχετίζεται με την διαμόρφωση ενός αποδοτικού συστήματος διοίκησης με ιδιαίτερη βαρύτητα στην ανάπτυξη συνεργασίας μεταξύ των κρατικών και των ιδιωτικών φορέων που επιχειρούν την προώθηση της εξωστρέφειας.

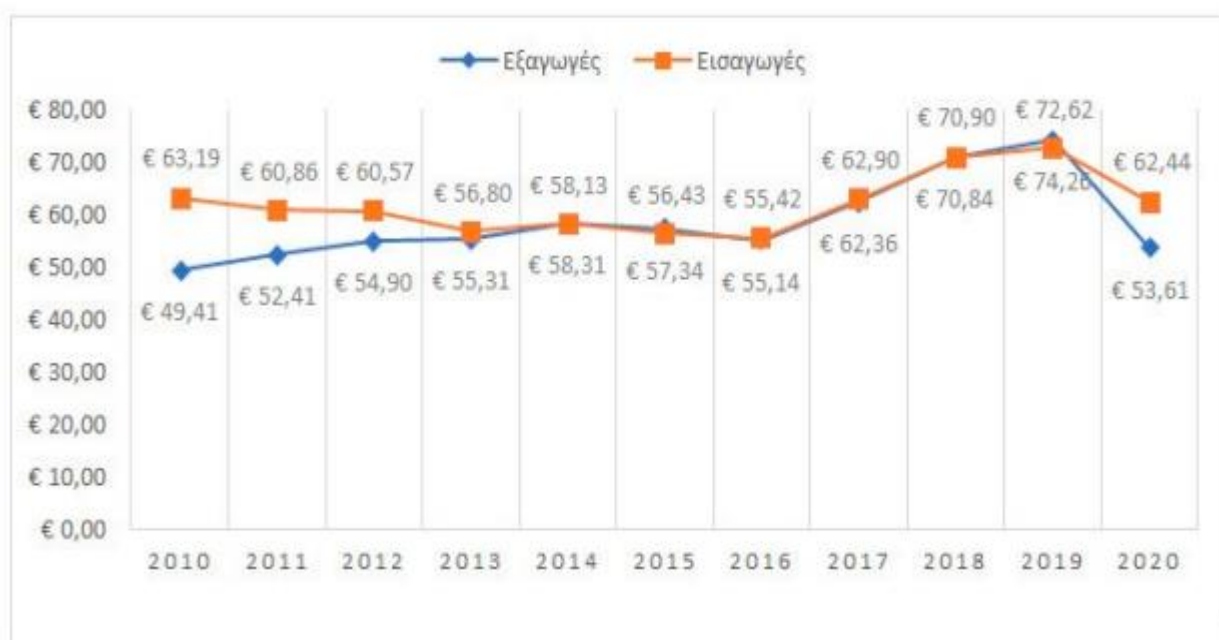
Επίσης το κράτος μέσω του Ταμείου Ανάκαμψης, σκοπεύει να βοηθήσει όλες τις εξαγωγικές επιχειρήσεις, δείχνοντας ειδική μεταχείριση όσον αφορά τα δάνεια που λαμβάνουν και τροποποιώντας τον τρόπο δανεισμού καθώς έχει στόχο να χρηματοδοτεί δεκαπενταετή δάνεια με το χαμηλότερο ποσοστό επιτοκίου που μπορεί να υποστηριχθεί, ένα τέτοιο ποσοστό κυμαίνεται στο 0,35 τοις εκατό παράλληλα με οποιαδήποτε άλλη κρατική ενίσχυση όπως την μείωση των φόρων και των ασφαλιστικών εισφορών.

3.6 Η Πορεία των Εξαγωγών από το 2010 έως και Σήμερα

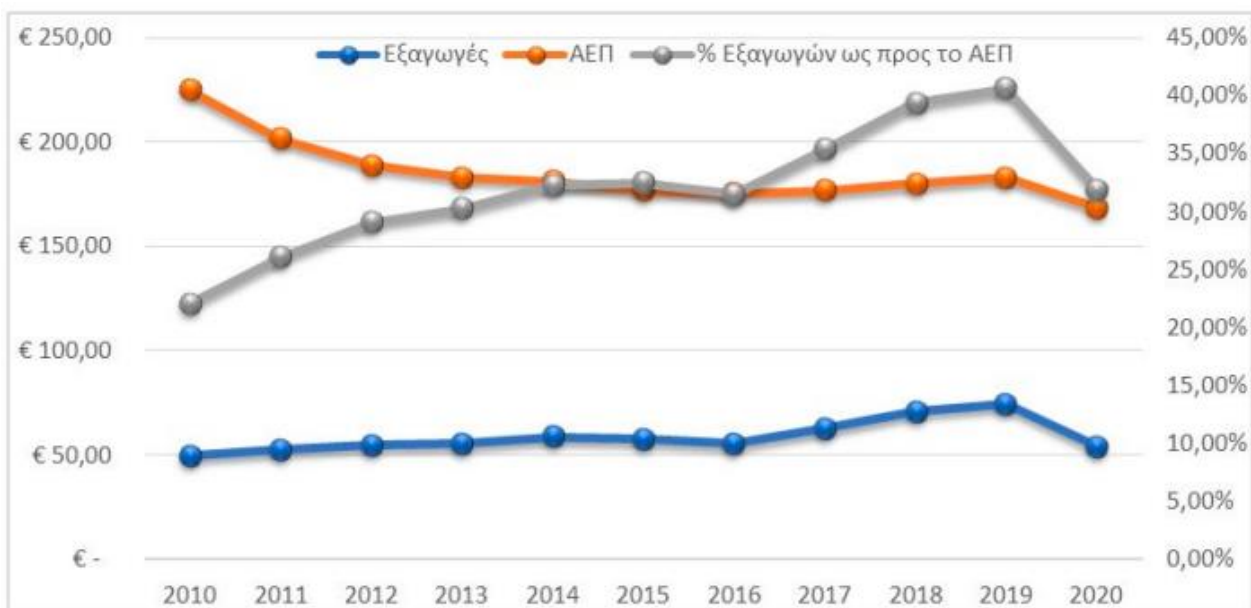
Στα παρακάτω διαγράμματα αναλύονται οι πραγματικές εξαγωγικές επιδόσεις της Ελληνικής οικονομίας, οι οποίες μεταφράζονται σε δισεκατομμύρια ευρώ. Όπως προ αναφέραμε κατά τα έτη που ακολούθησαν την κρίση δημιουργήθηκε ένα κλίμα ευφορίας σχετικά με την ραγδαία αύξηση των εξαγωγών. Η χώρα κατάφερε να πραγματοποιεί περισσότερες εξαγωγές από εισαγωγές προϊόντων, οι οποίες συνέβαλλαν σημαντικά στο ΑΕΠ της. Ωστόσο, η εξέταση βασικών παραμέτρων απέδειξε την

πραγματική αδυναμία της ελληνικής εξωστρέφειας και την ανάγκη θέσπισης νέων στρατηγικών, με στόχο την αναπέρωση των ελληνικών εξαγωγών.

Αναφορικά με το εμπορικό ισοζύγιο της Ελλάδας κατά το διάστημα 2010 με 2020 ήταν αξιοσημείωτο η βελτίωσή του, καθώς και η ανάπτυξη των εξαγωγικών ροών σε υπηρεσίες και προϊόντα στα οποία η Ελλάδα είναι παραδοσιακός παραγωγός και κατέχει συγκριτικά πλεονεκτήματα. Ωστόσο, η Ελληνική οικονομία, αξιοποιεί σε πολύ μικρό βαθμό αυτές τις εξαγωγικές της δυνατότητες και για τον λόγο αυτό, είναι αναγκαία η περαιτέρω στήριξη τους και ο επαναπροσδιορισμός της στρατηγικής ανάπτυξής τους. Το πλεονασματικό εμπορικό ισοζύγιο οφείλεται τόσο στην συρρίκνωση των εισαγωγών, όσο και στις υψηλής αξίας εξαγωγικές υπηρεσίες που προσφέρει η Ελλάδα.



Σχήμα 4. Πορεία Συνολικών Εισαγωγών κ' Εξαγωγών (2010-2020), σε δισ. €



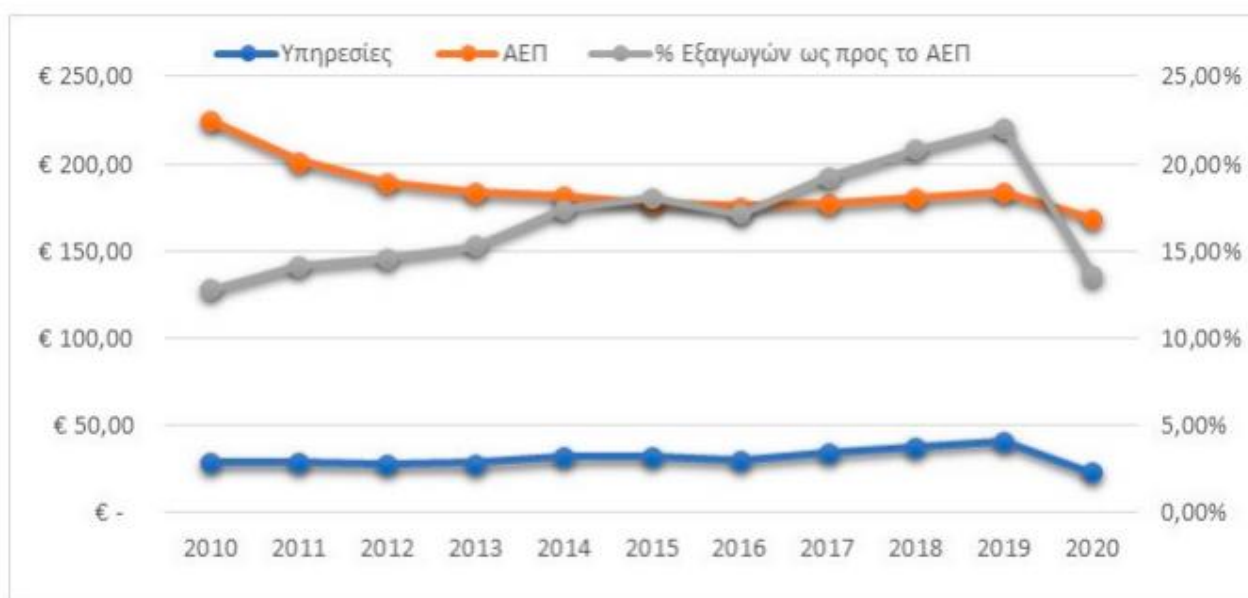
Σχήμα 5. Πορεία Συνολικών Εισαγωγών κ' ΑΕΠ (2010-2020), σε δις €

Παρατηρείται πως διαχρονικά οι υπηρεσίες συνεισφέρουν το μεγαλύτερο μερίδιο στο σύνολο των εξαγωγών, κατά μέσο όρο πενήντα δύο κόμμα οκτώ τοις εκατό. Οι εξαγωγές υπηρεσιών της Ελλάδας, παρουσίασαν την μεγαλύτερη ανάπτυξη κατά την εξεταζόμενη περίοδο.

Σύμφωνα με τα διαγράμματα 6 και 7, η εξαγωγική δραστηριότητα του κλάδου των υπηρεσιών παραμένει όλη την δεκαετία σε υψηλότερα επίπεδα από την εισαγωγική, έχοντας ως αποτέλεσμα το εμπορικό ισοζύγιο να παρουσιάζει διαρκώς πλεόνασμα. Συγκεκριμένα το πλεόνασμα αυξήθηκε κατά πενήντα κόμμα ογδόντα-δύο τοις εκατό από το 2010 έως το 2019, αγγίζοντας το τελευταίο έτος τα είκοσι-τρία κόμμα τριάντα-πέντε δις. ευρώ. Η ενθαρρυντική ανοδική πορεία του εμπορικού ισοζυγίου υπηρεσιών διακόπηκε το 2020, καθώς σημείωσε συρρίκνωση κατά εξήντα-ένα κόμμα είκοσι-δύο τοις εκατό, ποσοστό που αντιστοιχεί σε δέκα-τέσσερα κόμμα τρία δις. ευρώ.



Σχήμα 6. Πορεία Εισαγωγών - Εξαγωγών Υπηρεσιών (2010-2020), σε δις €

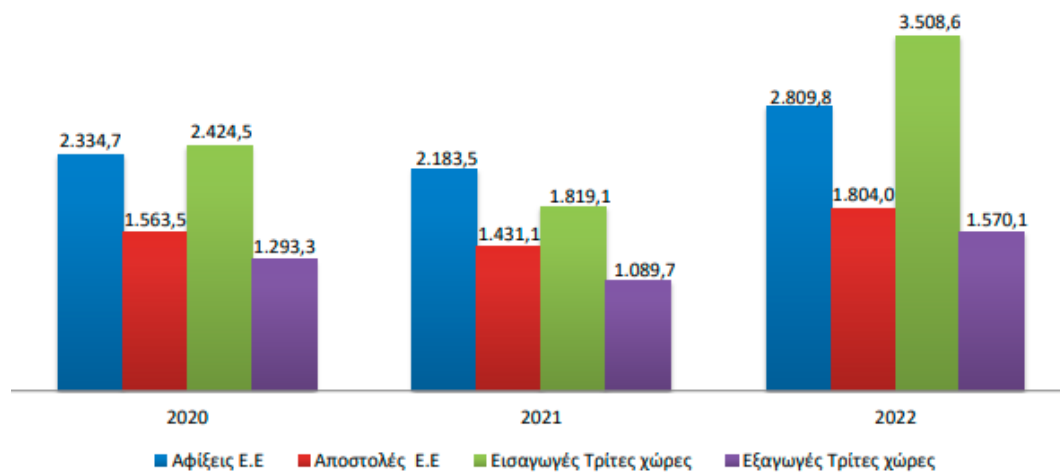


Σχήμα 7. Πορεία Εξαγωγών Υπηρεσιών κ' ΑΕΠ (2010-2020), σε δις €

Σύμφωνα με το διάγραμμα του σχήματος 8, η συνολική αξία των εισαγωγών της χώρας κατά τον μήνα Ιανουάριο του 2022, ανήλθε σχεδόν στο ποσό των έξι κόμμα πέντε εκατομμυρίων ευρώ έναντι των τεσσάρων εκατομμυρίων ευρώ, κατά τον ίδιο μήνα του έτους 2021 παρουσιάζοντας αύξηση, σε ευρώ, πενήντα-εφτά κόμμα εννιά τοις εκατό.

Η συνολική αξία των εξαγωγών τη χώρας κατά τον μήνα Ιανουάριο του 2022 ανήλθε σχεδόν στο ποσό των τριών κόμμα πέντε εκατομμυρίων ευρώ, έναντι των σχεδόν δύο κόμμα πέντε εκατομμυρίων ευρώ,

κατά τον ίδιο μήνα του έτους 2021 παρουσιάζοντας αύξηση, σε ευρώ, τριάντα-τρία κόμμα εννιά τοις εκατό.



Σχήμα 8. Εισαγωγές κ' Εξαγωγές της Χώρας (Ιανουάριος 2020 - Ιανουάριος 2022), σε εκατ. €

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Ευρωπαϊκή Ένωση και Εξαγωγές

4.1 Προσδιορισμός και Σύντομο Ιστορικό της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.) είναι ένας υπερεθνικός οργανισμός που αποτελείται από είκοσι-επτά ανεξάρτητα Ευρωπαϊκά Κράτη, τα οποία έχουν ενιαία κοινή γραμμή όσον αφορά κοινωνικά, πολιτικά, πολιτιστικά, οικονομικά θέματα, θέματα εξωτερικής πολιτικής κ.λπ., με σκοπό την καλύτερη και αποτελεσματικότερη αντιμετώπιση τυχόν προβλημάτων που μπορεί να συμβούν, σε στενή συνεργασία μεταξύ τους.

Ιδρύθηκε επίσημα με την «Συνθήκη της Ρώμης» στις 25 Μαρτίου του 1957 από τις χώρες της Δυτικής Ευρώπης: Το Βέλγιο, την Γαλλία, την Δυτική Γερμανία, την Ιταλία, την Ολλανδία και το Λουξεμβούργο. Στις 7 Φεβρουαρίου του 1992 υπεγράφη η «Συνθήκη του Μάαστριχτ», γεγονός που πήρε το όνομα του από την πόλη Μάαστριχτ, όπου είναι δήμος και πρωτεύουσα της Ολλανδικής επαρχίας της Λιμβουργίας και βρίσκεται στις δύο πλευρές του ποταμού Μεύση στο νοτιοανατολικό μέρος της Ολλανδίας μεταξύ Βελγίου και Γερμανίας. Πρόκειται για την τρίτη κατά σειρά καθοριστική συνθήκη με την οποία ολοκληρώθηκε η Ευρωπαϊκή Ένωση και θεωρείται η σημαντικότερη και ιστορικότερη συνθήκη της Ευρωπαϊκής Ηπείρου, καθώς δεν υπήρξε ποτέ παρόμοια συνθήκη με τόσο πλούσιο οικονομικό πολιτισμικό, κοινωνικό, πολιτικό περιεχόμενο που συμφωνήθηκε και διατηρήθηκε ισότιμα ταυτόχρονα από όλα τα μέλη κράτη.

Η αρχή της Ευρωπαϊκής συνεργασίας ήταν δημιουργία των Ευρωπαίων, με οικονομικούς και ειρηνικούς σκοπούς, ώστε να προλάβουν μελλοντικές συγκρούσεις στην Ευρώπη. Η άθλια οικονομική κατάσταση των Ευρωπαϊκών χωρών μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου πολέμου οδήγησαν σε μία κοινότητα με κοινούς στόχους, γιατί το ενδεχόμενο ενός τρίτου Παγκοσμίου πολέμου θα σήμαινε την ολοκληρωτική και πλέον ανεπανόρθωτη καταστροφή.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι μια από τις μεγαλύτερες οικονομικές και πολιτικές οντότητες στον κόσμο. Έχει καταφέρει να δημιουργήσει μια εσωτερική αγορά με ελεύθερη κυκλοφορία εμπορευμάτων, προσώπων, υπηρεσιών και κεφαλαίων, διαθέτει κοινή αγροτική και αλιευτική πολιτική, κοινή εμπορική πολιτική προς τις τρίτες χώρες, όπως επίσης και περιφερειακή πολιτική για την υποστήριξη των φτωχότερων περιφερειών της. Επιδιώκει να αποτελέσει ένα χώρο ελευθερίας, ασφάλειας και δικαιοσύνης, που καθίσταται όλα τα κράτη μέλη της να συνεργάζονται στενά σχετικά με τις γενικές πολιτικές, τους ελέγχους στα σύνορα (εντός και εκτός), το άσυλο, τη μετανάστευση, τη δικαστική συνεργασία σε αστικές και ποινικές υποθέσεις και την αστυνομική συνεργασία. Επίσης προωθεί μια

κοινή εξωτερική πολιτική ασφαλείας, προς το παρόν σε διακυβερνητικό επίπεδο. Στο πλαίσιο της οικονομικής και νομισματικής ένωσης εισήγαγε ενιαίο νόμισμα, το ευρώ, που έχει υιοθετηθεί από δεκαεννέα κράτη μέλη μέχρι σήμερα. Με την ίδρυσή της η Ευρωπαϊκή Ένωση, εισήγαγε για πρώτη φορά την έννοια της Ευρωπαϊκής Ιθαγένειας, δηλαδή οι πολίτες των κρατών μελών είναι παράλληλα και πολίτες της ένωσης και έχουν το δικαίωμα να κυκλοφορούν και να διαμένουν ελεύθερα στα κράτη μέλη και να εκλέγουν ή/και να εκλέγονται μία φορά κάθε πέντε έτη στις εκλογές του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και φυσικά στις εθνικές εκλογές της χώρας τους. Παράλληλα οι έλεγχοι διαβατηρίων στα εσωτερικά της σύνορα καταργήθηκαν με τη Συμφωνία του Σένγκεν, η οποία υπογράφηκε στις 14 Ιουνίου του 1985 στην κωμόπολη Σένγκεν του Λουξεμβούργου, εξού και η ονομασία της, επίσης από τις χώρες Βέλγιο, Γερμανία, Λουξεμβούργο, Γαλλία και Ολλανδία .

Για όλα τα παραπάνω η Ευρωπαϊκή Ένωση τιμήθηκε με Νόμπελ Ειρήνης το 2012.

4.1.1 Ωφέλειες που απορρέουν από την Ευρωπαϊκή Ένωση

Η Ευρωπαϊκή Ένωση, όπως προ είπαμε, δημιουργήθηκε με σκοπό την ειρήνη μεταξύ των χωρών μελών της και την διάσωση της οικονομίας αυτών. Πέρα από αυτά, τα οποία είναι πολύ σημαντικά, έχει καταφέρει και άλλα σπουδαία πράγματα ώστε να προσφέρει μία καλύτερη ζωή στους πολίτες της. Οι ωφέλειες λοιπόν αυτές, είναι:

- Οικονομικές: Καλύτερος έλεγχος της οικονομίας και διαχείριση οικονομικών προβλημάτων, προώθηση προϊόντων σε άλλες αγορές, ανάπτυξη της τεχνολογίας και διεύρυνση της τεχνογνωσίας, ίδρυση εταιριών ικανών να ανταγωνιστούν εταιρίες άλλων μεγάλων χωρών εκτός Ε.Ε., μείωση της ανεργίας προστατεύοντας τα εργασιακά δικαιώματα και διασφαλίζοντας καλύτερες συνθήκες εργασίας, ελεύθερη μεταφορά κεφαλαίων, κατάργηση των δασμών και των ποσοστώσεων στην διανομή προϊόντων μεταξύ των κρατών μελών, κοινοί δασμοί και ποσοστώσεις σε προϊόντα που εισάγονται από χώρες μη μέλη, τέλος και πολύ σημαντικό μέσα από όλα αυτά διασφαλίζεται ένα καλύτερο βιοτικό επίπεδο για τους πολίτες που ζουν σε χώρες της Ε.Ε.
- Κοινωνικοπολιτικές: Θέσπιση νόμων που εξασφαλίζουν, τα κοινωνικά δικαιώματα και την ελευθερία των πολιτών. Βασική προϋπόθεση για την ένταξη μίας χώρας στην Ε.Ε. είναι να έχει δημοκρατικό πολίτευμα.
- Διεθνιστικές: Καλλιέργεια σχέσεων φιλίας, συνεργασίας, εμπιστοσύνης και αλληλεγγύης μεταξύ ατόμων από διαφορετικές χώρες της Ε.Ε.

- Εθνικές: Κάθε χώρα προστατεύεται σε μεγάλο βαθμό από ξένες οντότητες που ασκούν εξουσία.
- Πολιτιστικές: Ανταλλαγή εμπειριών και εκμάθηση νέων γραμμάτων, τεχνών και κουλτούρας.
- Πνευματικές: Διευρύνεται ο πνευματικός ορίζοντας, καθώς γινόμαστε δεκτικοί σε νέες ιδέες και μαθαίνουμε καινούρια πράγματα.
- Ηθικές - Ψυχικές: Υπάρχει ασφάλεια και περιορίζεται ο φόβος και η εκμετάλλευση, επίσης ενισχύεται ο σεβασμός μεταξύ των κρατών μελών.
- Διατήρηση της ειρήνης: Με την επιρροή που ασκεί και την δύναμη που διαθέτει η Ε.Ε. μπορεί να διασφαλίσει την ειρήνη όχι μόνο στις χώρες μέλη αλλά και σε όλον τον κόσμο.
- Διάσωση και αναβάθμιση των δημοκρατικών θεσμών: Δημιουργία συνεργασίας με στόχο την προσπάθεια εξέλιξης και προσαρμογής της δημοκρατίας στις ανάγκες των καιρών.
- Διάσωση και ανάπτυξη του ευρωπαϊκού πολιτισμού: Αποδυνάμωση του ρατσισμού και όλων των ειδών βίας.
- Διασφάλιση ισχυρότερης οικονομίας: Αξιοποίηση με τον καλύτερο δυνατό τρόπο των φυσικών πόρων και του ανθρώπινου δυναμικού.
- Εξισορρόπηση των δυνάμεων στον κόσμο: Καθορισμός των σχέσεων και ισότητα των δυνάμεων μεταξύ των, ώστε να αποφευχθούν οι πόλεμοι στην Ευρώπη.

4.2 Η Ιστορία της Ευρωπαϊκής Ένωσης

8 Μαΐου 1945: Λήγει ο Β΄ Παγκόσμιος πόλεμος στη Ευρώπη.

4 Απριλίου 1949: Ιδρύεται το ΝΑΤΟ. Μία διακυβερνητική συμμαχία μεταξύ των ΗΠΑ του Καναδά και δέκα ακόμη χωρών της Δυτικής Ευρώπης. Σήμερα το ΝΑΤΟ αποτελείται από τριάντα χώρες μέλη, όπου τα είκοσι-ένα από αυτά είναι χώρες της Ε.Ε.

9 Μαΐου 1950: Ο Γάλλος, τότε υπουργός εξωτερικών, Ρομπέρ Σουμάν παρουσιάζει ένα σχέδιο νέας πολιτικής συνεργασίας, προτείνοντας την ολοκλήρωση των βιομηχανιών άνθρακα και χάλυβα της Δυτικής Ευρώπης. Η ημέρα αυτή καθιερώθηκε ως η «Ημέρα της Ευρώπης».

18 Απριλίου 1951: Το σχέδιο του Ρομπέρ Σουμάν για συνένωση στην βιομηχανία άνθρακα και χάλυβα εγκρίνεται, υπογράφεται μία συνθήκη συνεργασίας από την Γερμανία, την Γαλλία, την Ιταλία, τις Κάτω Χώρες, το Βέλγιο και το Λουξεμβούργο και έτσι δημιουργείται η Ευρωπαϊκή Κοινότητα Άνθρακα και Χάλυβα (ΕΚΑΧ). Η Ευρωπαϊκή κοινότητα άνθρακα και χάλυβα ιδρύεται τελικά το 1952.

25 Μαρτίου 1957: Οι έξι προ αναφερθείσες χώρες υπογράφουν δύο νέες συνθήκες, με τις οποίες ιδρύονται η Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα (ΕΟΚ) και η Ευρωπαϊκή Κοινότητα Ατομικής Ενέργειας (ΕΥΡΑΤΟΜ).

- 1 Ιανουαρίου 1958:** Δημιουργούνται οι δύο Κοινότητες (γνωστές ως Συνθήκες της Ρώμης).
- 19 Μαρτίου 1958:** Διεξάγεται, στο Στρασβούργο της Γαλλίας, η πρώτη Ευρωπαϊκή Κοινοβουλευτική Συνέλευση, με πρόεδρο τον Ρομπέρ Σουμάν.
- 3 Μαΐου 1960:** Δημιουργείται η Ευρωπαϊκή Ζώνη Ελευθέρων Συναλλαγών (ΕΖΕΣ). Είναι ένας οργανισμός που δημιουργήθηκε από Ευρωπαϊκές χώρες, που δίσταζαν να ενταχθούν ολοκληρωτικά στην ΕΟΚ, με σκοπό την προώθηση του ελεύθερου εμπορίου. Οι χώρες αυτές ήταν η Αυστρία, η Νορβηγία, η Δανία, η Σουηδία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ελβετία και η Πορτογαλία. Σήμερα μέλη της ΕΖΕΣ είναι Η Ισλανδία, η Ελβετία, η Νορβηγία και το Λίχτενσταϊν.
- 30 Μαρτίου 1962:** Η Συνέλευση της Ευρωπαϊκής Κοινότητας Άνθρακα και Χάλυβα μετονομάζεται σε Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο.
- 30 Ιουλίου 1962:** Πραγματοποιείται η πρώτη κοινή γεωργική πολιτική, γεγονός που δίνει στις χώρες της ΕΟΚ τον κοινό έλεγχο παραγωγής τροφίμων, τα οποία πλέον επαρκούν για όλο τον κόσμο και οι αγρότες λαμβάνουν μεγαλύτερα χρηματικά ποσά.
- 20 Ιουλίου 1963:** Τα μέλη της ΕΟΚ υπογράφουν την Σύμβαση του Γιαουντέ, με δέκα-οκτώ πρώην αποικίες της Αφρικής, με σκοπό την μεταξύ τους συνεργασία στο εμπόριο. Σήμερα η Ε.Ε. διατηρεί σχέσεις εμπορίου με εβδομήντα-εννιά χώρες της Αφρικής, της Καραϊβικής και του Ειρηνικού.
- 8 Απριλίου 1965:** Υπογράφεται στις Βρυξέλλες η «Συνθήκη Συγχώνευσης» των τριών κοινοτήτων (ΕΚΑΧ-ΕΟΚ-ΕΥΡΑΤΟΜ).
- 1 Ιουλίου 1967:** Τίθεται σε ισχύ η «Συνθήκη Συγχώνευσης» και πλέον οι τρεις κοινότητες έχουν ενιαίο διοικητικό όργανο, την Επιτροπή και ενιαίο εκτελεστικό όργανο, το Συμβούλιο.
- 1 Ιουλίου 1968:** Τα έξι κράτη μέλη της ΕΟΚ καταργούν τους τελωνειακούς δασμούς στις εμπορικές συναλλαγές μεταξύ τους και ορίζουν κοινούς δασμούς στις εισαγωγές προϊόντων από άλλες χώρες που δεν είναι μέλη.
- 1 Ιανουαρίου 1973:** Η Δανία, η Ιρλανδία και το Ηνωμένο Βασίλειο εντάχθηκαν στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα.
- 10 Δεκεμβρίου 1974:** Οι ηγέτες της ΕΟΚ δημιουργούν ένα ταμείο με στόχο οι πλούσιες περιφέρειες να βοηθήσουν οικονομικά τις φτωχότερες περιφέρειες. Ένα χρόνο μετά ιδρύθηκε το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης.
- Ιούλιος 1979:** Για πρώτη φορά οι ψηφίζουν οι Ευρωπαίοι πολίτες και όχι τα εθνικά κοινοβούλια, τα μέλη του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου.
- 1 Ιανουαρίου 1981:** Η Ελλάδα γίνεται το δέκατο μέλος της Ευρωπαϊκής Κοινότητας.
- 1 Ιανουαρίου 1986:** Η Ισπανία και η Πορτογαλία εντάσσονται στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα.

1 Ιουλίου 1987: Μπαίνει σε εφαρμογή ένα εξαετές πρόγραμμα, με το οποίο υπογράφεται η Ενιαία Ευρωπαϊκή Πράξη τον Φεβρουάριο του 1986, που σύμφωνα με αυτό, ξεπερνιούνται τα κύρια εμπόδια προς την ελεύθερη αγορά, μεταξύ των χωρών μελών, λόγω των διαφορετικών νομοθεσιών.

7 Φεβρουαρίου 1992: Υπογράφεται στο Μάαστριχτ η Συνθήκη για την Ε.Ε., με προϋποθέσεις, το κοινό νόμισμα, την κοινή εξωτερική πολιτική, πολιτική ασφαλείας και συνεργασία στον τομέα της δικαιοσύνης και των εσωτερικών υποθέσεων.

1 Ιανουαρίου 1993: Θεσπίζεται η ενιαία αγορά και πλέον υπάρχει ελευθερία κίνησης αγαθών, υπηρεσιών, προσώπων και κεφαλαίων.

1 Νοεμβρίου 1993: Δημιουργείται επίσημα και τίθεται σε ισχύ η Ε.Ε.

1 Ιανουαρίου 1994: Δημιουργείται ο Ευρωπαϊκός Οικονομικός Χώρος (ΕΟΧ), επεκτείνοντας την ενιαία αγορά στις χώρες της ΕΖΕΣ. Σήμερα,, πρόσωπα, αγαθά, υπηρεσίες κι κεφάλαια μπορούν να κυκλοφορούν ελεύθερα εντός των τριάντα χωρών του ΕΟΧ.

1 Ιανουαρίου 1995: Εντάσσονται στην Ε.Ε. η Αυστρία, η Φιλανδία και η Σουηδία.

26 Μαρτίου 1995: Τίθεται σε εφαρμογή η Συνθήκη του Σένγκεν, ανάμεσα στο Βέλγιο, στην Γαλλία, στην Γερμανία, στην Ισπανία, στις Κάτω Χώρες, την Πορτογαλία και το Λουξεμβούργο. Με την Συνθήκη αυτή, οι πολίτες μπορούν ταξιδεύουν μεταξύ αυτών των χωρών χωρίς διαβατήριο. Σήμερα η Συνθήκη αυτή ακολουθείται από είκοσι-έξι χώρες.

2 Φεβρουαρίου 1997: Υπογράφεται η Συνθήκη του Άμστερνταμ, η οποία είχε ως βάση τα επιτεύγματα της συνθήκης του Μάαστριχτ, με στόχο να εφαρμοστούν μεταρρυθμίσεις στα θεσμικά όργανα της Ε.Ε., που να αποσκοπούν στη διάθεση περισσότερων πόρων για την απασχόληση και τα δικαιώματα των πολιτών.

1 Ιανουαρίου 1999: Θεσπίζεται ως ενιαίο νόμισμα στην Ευρώπη, για τις εμπορικές συναλλαγές, το ευρώ από έντεκα χώρες.

1 Μαΐου 1999: Τίθεται σε ισχύ η Συνθήκη του Άμστερνταμ.

26 Φεβρουαρίου 2001: Υπογράφεται η Συνθήκη της Νίκαιας, ώστε να μπορεί η Ε.Ε. να λειτουργεί αποτελεσματικά και να ανταπεξέρχεται στις απαιτήσεις των 25 κρατών μελών της.

1 Ιανουαρίου 2002: Χρίζεται ως νόμιμο νόμισμα το ευρώ σε δώδεκα χώρες.

1 Φεβρουαρίου 2003: Η αρχή της Συνθήκης της Νίκαιας.

1 Μαΐου 2004: Εντάσσονται στην Ε.Ε. η Κύπρος, η Μάλτα, η Ουγγαρία, η Εσθονία, η Τσεχία, η Λετονία, η Λιθουανία, η Πολωνία, η Σλοβακία και η Σλοβενία.

Οκτώβριος 2005: Υπογράφεται η Συνθήκη για την θέσπιση του Συντάγματος από είκοσι-πέντε χώρες.

1 Ιανουαρίου 2007: Η Βουλγαρία και η Ρουμανία γίνονται μέλη της Ε.Ε.

13 Δεκεμβρίου 2007: Υπογράφεται, από είκοσι-επτά χώρες, η Συνθήκη της Λισαβόνας, η οποία επιφέρει επουσιώδεις αλλαγές στις προηγούμενες Συνθήκες με πρόθεση την ανάπτυξη μίας πιο δημοκρατικής, ικανής και αποτελεσματικής Ένωσης.

10 Δεκεμβρίου 2012: Επιβραβεύεται με Νόμπελ Ειρήνης η Ε.Ε.

1 Ιουλίου 2013: Προστίθεται το τελευταίο μέλος της Ε.Ε., η Κροατία.

12 Δεκεμβρίου 2015: Ανακηρύσσεται μία νέα Συμφωνία, η Συμφωνία του Παρισιού, η οποία επιδιώκει στην καλύτερη αντιμετώπιση του περιβάλλοντος.

Δεκέμβριος 2019: Αναπτύσσεται η Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία, σύμφωνα με την οποία η Ευρώπη καθίσταται ουδέτερη κλιματικά έως το 2050.

31 Ιανουαρίου 2020: Το Ηνωμένο Βασίλειο αποχωρεί από την Ε.Ε.

4.3 Ελλάδα και Ευρωπαϊκή Ένωση

Στις 28 Μαΐου του 1979 υπογράφηκε στο Ζάμπειο Μέγαρο, επί πρωθυπουργίας Κωνσταντίνου Καραμανλή, η συνθήκη για την ένταξη της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα (Ε.Ο.Κ.) και στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα Ατομικής Ενέργειας. Στην πρώτη Ιανουαρίου του 1981 η Ελλάδα γίνεται επίσημα το δέκατο κράτος μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης (πρώην Ε.Ο.Κ.), μετά την ανατροπή του στρατιωτικού καθεστώτος και την αποκατάσταση της δημοκρατίας το χρονολογικό έτος 1974. Την πρώτη Ιανουαρίου του 2001, το ευρώ αποτελεί το επίσημο νόμισμα της χώρας. Η Ελλάδα, μετά από την ένταξη της στην Ε.Ε., θεωρείται πλέον μία αναπτυσσόμενη χώρα έχοντας την ευκαιρία να ανανεωθεί και να αναπτυχθεί εσωτερικά, να αποκτήσει νέες απόψεις, να υιοθετήσει νέες αντιλήψεις και να ανασυγκροτήσει τις δυνάμεις της, δεδομένα που θα την βοηθήσουν να εξελιχθεί, να προσφέρει μία άνετη ζωή στους πολίτες της και να αντιμετωπίζει με καλύτερο τρόπο προβλήματα που είναι πιθανόν να προκύψουν.

4.3.1 Θετικά Αποτελέσματα Ένταξης της Ελλάδας στην Ε.Ε.

- **Οικονομικός Τομέας:** Γίνονται περισσότερες επενδύσεις στην χώρα μας, παρέχονται προγράμματα τα οποία βοηθούν να αναπτύσσονται παραγωγικοί κλάδοι, όπως είναι η γεωργία, η κτηνοτροφία, το εμπόριο, ο τουρισμός κ.α., με φυσικό επόμενο νέες θέσεις εργασίας, αύξηση εσόδων μέσω των εξαγωγών σε χώρες μέλη της Ε.Ε., μέσω της κατάργησης των δασμών, υιοθετούνται νέοι οικονομικοί μέθοδοι, χρηματοδοτούνται και κατασκευάζονται δημόσια έργα που αφορούν τις μεταφορές όπως δρόμοι, λιμάνια, αεροδρόμια αλλά και έργα που αφορούν την υγεία και την παιδεία των πολιτών, τέλος εκσυγχρονίζεται το φορολογικό σύστημα. Με

όλα τα παραπάνω η ελληνική οικονομία καθίσταται πιο ανταγωνιστική και ανέρχεται ένα βιοτικό επίπεδο.

- Εθνικός Τομέας: Στρατιωτική ενίσχυση και αλληλεγγύη από άλλες χώρες μέλη.
- Κοινωνικοπολιτικός Τομέας: Αναπροσαρμόζονται οι νόμοι, ενστερνίζονται νέοι τρόποι πάταξης του εγκλήματος, αποκτούνται σταθερές βάσεις όσον αφορά την κοινωνική ελευθερία και αναβαθμίζεται σε όλα τα επίπεδα ο δημόσιος τομέας.
- Ηθικοπνευματικός Τομέας: Με την ένταξη της χώρας μας σε μία “ομάδα” που σήμερα αποτελείται από είκοσι-επτά χώρες, αποκτούμε περισσότερες γνώσεις, ενστερνιζόμαστε νέες ιδέες και αντιλήψεις και γινόμαστε πιο δεκτικοί στην διαφορετικότητα των ανθρώπων και στην ανομοιότητα της κουλτούρας.

4.3.2 Μειονεκτήματα Ένταξης της Ελλάδας στην Ε.Ε.

Όσα προ αναφέραμε ως προνόμια ένταξης της Ελλάδας στην Ε.Ε., παράλληλα μπορεί να είναι και κίνδυνοι για αυτήν. Πιο συγκεκριμένα όσον αφορά τον:

- Οικονομικό Τομέα: Οικονομική εξάρτηση, ενίσχυση της ανεργίας γιατί μπορεί να έρχονται από άλλα κράτη μέλη υποψήφιοι εργαζόμενοι, μπορεί να γίνονται περισσότερες εισαγωγές από ότι εξαγωγές και να υιοθετηθούν οικονομικά συστήματα τα οποία στις άλλες χώρες μπορεί να λειτουργούν, στην δική μας όμως να αποδειχθούν εξουθενωτικά τόσο για την οικονομία όσο και τους πολίτες.
- Κοινωνικοπολιτικό Τομέα: Κίνδυνος πολιτικής εξάρτησης, αλλαγή των νόμων, κίνδυνος αλλοίωσης παραδοσιακών θεσμών και εκδήλωση ατομικισμού και ανταγωνισμού, καθώς αυτό είναι ένα μοντέλο ζωής που επικρατεί στις άλλες χώρες.
- Ηθικοπνευματικό Τομέα: Κίνδυνος αλλοίωσης αξιών, ηθικής χαλάρωσης και μίμηση ξενικών προτύπων.
- Ψυχολογικό Τομέα: Άγχος προκειμένου να προλάβουμε σε εξέλιξη τις άλλες πιο αναπτυγμένες χώρες.

4.4 Προϋποθέσεις Εξαγωγής σε Χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Πώληση προϊόντων στην Ε.Ε.

Μία επιχείρηση πριν διαθέσει τα προϊόντα της στην αγορά της Ε.Ε., πρέπει να διασφαλίσει ότι τα προϊόντα αυτά πληρούν τις απαιτήσεις της Ε.Ε. Αρχικά για την προστασία της υγείας των ανθρώπων και

της ασφάλειας των ζώων και του περιβάλλοντος. Οι απαιτήσεις αυτές μπορεί να είναι είτε κανόνες και προδιαγραφές που έχουν οριστεί από την Ε.Ε., είτε απαιτήσεις που έχουν οριστεί από το ίδιο το κράτος, οι οποίες συχνά συμβαδίζουν με τα πρότυπα της Ε.Ε. Πιο συγκεκριμένα, ορισμένες κατηγορίες προϊόντων καθορίζονται από πρότυπα και τεχνικές προδιαγραφές που ισχύουν σε όλη την Ε.Ε., επομένως τα προϊόντα αυτά θα πρέπει να συμμορφώνονται με όλους τους σχετικούς κανόνες, ώστε να μπορούν να διατεθούν προς πώληση. Υπάρχουν και οι περιπτώσεις που η κάθε χώρα έχει τους δικούς της κανόνες οπότε ομοίως τα προϊόντα θα πρέπει να συμμορφώνονται μόνο σε αυτούς τους κανόνες. Οι απαιτήσεις λοιπόν αυτές, αφορούν το ίδιο το προϊόν (την ευφλεκτότητα, τις ηλεκτρικές ιδιότητες, την υγιεινή), την διαδικασία παραγωγής και τις επιδόσεις του προϊόντος (ενεργειακή απόδοση). Δεύτερο και επίσης σημαντικό, είναι η προστασία των δικαιωμάτων των καταναλωτών. Όλοι οι πελάτες οι οποίοι είναι κάτοικοι σε κάποια από τις χώρες της Ε.Ε., πρέπει να έχουν ίση πρόσβαση στα διαθέσιμα προϊόντα, στις εκπτώσεις και στους ειδικούς όρους πώλησης, ανεξαρτήτως από την υπηκοότητά τους, είτε πραγματοποιούν τις αγορές τους διαδικτυακά, είτε όχι. Επίσης οι πελάτες θα πρέπει να μπορούν να έχουν πρόσβαση σε κάθε έκδοση της ιστοσελίδας, για παράδειγμα, αν πληκτρολογούν την Αγγλική διεύθυνση URL της ιστοσελίδας ενώ βρίσκονται στην Γαλλία, δεν θα πρέπει να μεταφέρονται αυτόματα στην Γαλλική έκδοσή του. Πρέπει να δοθεί η συγκατάθεσή τους για να γίνει αυτό και έχουν το δικαίωμα να την ανακαλέσουν οποιαδήποτε στιγμή. Τέλος οι πελάτες έχουν το δικαίωμα να επιλέξουν τον τρόπο παραλαβής των προϊόντων που επιθυμούν να παραγγείλουν μέσω της ιστοσελίδας.

Κατά συνέπεια, αν πληρούνται αυτές οι προδιαγραφές στην χώρα που εδρεύει η επιχείρηση, τότε οι άλλες χώρες δεν μπορούν να απαγορεύσουν την πώληση των προϊόντων, να υποχρεώσουν ώστε να τροποποιηθούν και να γίνουν επιπλέον συμπληρωματικοί έλεγχοι στα προϊόντα αυτά.

Πρότυπα στην Ευρώπη

Τα πρότυπα συνεισφέρουν στην προστασία του περιβάλλοντος και της υγείας των ανθρώπων. Τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που έχουν σχεδιαστεί και δοκιμαστεί βάσει προτύπων, εξασφαλίζουν ένα υψηλό επίπεδο ποιότητας και ασφάλειας με αποτέλεσμα την ενίσχυση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών προς την επιχείρηση που παρέχει αυτά τα προϊόντα και τις υπηρεσίες, την διείσδυση σε νέες αγορές και την αύξηση των κερδών της επιχείρησης. Τα ευρωπαϊκά πρότυπα τα εκδίδει ένας από τους τρεις ευρωπαϊκούς οργανισμούς τυποποίησης (Ε.Ο.Τ.):

- i. Ευρωπαϊκή Επιτροπή Τυποποίησης (European Committee for Standardization – CEN <https://www.cencenelec.eu/>)
- ii. Ευρωπαϊκή Επιτροπή Ηλεκτροτεχνικής Τυποποίησης (European Committee for Electrotechnical Standardization – CENELEC <https://www.cencenelec.eu/>)

iii. Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Τηλεπικοινωνιακών Προτύπων (European Institute of Telecommunications Standards – ETSI <https://www.etsi.org/>)

Τα ευρωπαϊκά πρότυπα καταρτίζονται σε συνεργασία με τη βιομηχανία και άλλα σχετικά μέλη ή εταίρους των ευρωπαϊκών οργανισμών τυποποίησης. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις εκπροσωπούνται από μία ευρωπαϊκή μη κερδοσκοπική ένωση την Small Business Standards (SBS) η οποία συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Σε εθνικό επίπεδο, την τυποποίηση την διαχειρίζονται οι εθνικοί φορείς τυποποίησης. Επίσης υπάρχουν και τα εναρμονισμένα πρότυπα, τα οποία είναι μία ειδική κατηγορία ευρωπαϊκών προτύπων που συντάσσονται από έναν Ε.Ο.Τ. ύστερα από αίτημα που υποβάλει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Τα εναρμονισμένα πρότυπα χρησιμοποιούνται για να αποδειχθεί πως τα προϊόντα και οι υπηρεσίες, που παρέχει μία επιχείρηση, συμμορφώνονται με τις τεχνικές απαιτήσεις της σχετικής νομοθεσίας της Ε.Ε.

Απαιτήσεις οικολογικού σχεδιασμού

Ορισμένα προϊόντα τα οποία πρέπει να συμμορφώνονται με τις ελάχιστες απαιτήσεις ως προς την ενεργειακή απόδοση. Πρόκειται για απαιτήσεις οικολογικού σχεδιασμού που επιδιώκουν τη μείωση του αρνητικού περιβαλλοντικού αντίκτυπου σε όλο τον κύκλο ζωής των προϊόντων. Προτού λοιπόν διατεθούν στην αγορά της Ε.Ε. τέτοιου είδους προϊόντα που καταναλώνουν ενέργεια, θα πρέπει να τηρούνται αυτοί οι κανόνες. Υπάρχουν δύο είδη απαιτήσεων, οι ειδικές απαιτήσεις που αφορούν την μέτρηση ακριβών τιμών ή τον καθορισμό ενός ορίου και οι γενικές απαιτήσεις οι οποίες απαιτούν το προϊόν να είναι ενεργειακά αποδοτικό ή ανακυκλώσιμο, να δίνονται πληροφορίες για τον καλύτερο τρόπο χρήσης τους και συντήρησής τους ώστε να μειωθούν οι επιπτώσεις στο περιβάλλον και να πραγματοποιείται ανάλυση του κύκλου ζωής του προϊόντος προκειμένου να βελτιωθεί ή να αναβαθμιστεί το προϊόν.

Φόρος επιχειρήσεων στην Ε.Ε.

Οι χώρες της Ε.Ε. χρησιμοποιούν διάφορα είδη συντελεστών φόρου προστιθέμενης αξίας (Φ.Π.Α.), όπως πάγιους, μειωμένους και ειδικούς συντελεστές. Κάποια προϊόντα και υπηρεσίες εξαιρούνται από τον φόρο. Οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων στην Ε.Ε. έχουν την υποχρέωση να γνωρίζουν τους εθνικούς κανόνες φορολογίας για την εγγραφή στο φορολογικό μητρώο και την συμπλήρωση της φορολογικής δήλωσης στις χώρες στις οποίες επιθυμούν να προχωρήσουν σε μία επιχειρηματική δραστηριότητα. Υπάρχουν και οι ειδικοί φόροι κατανάλωσης όπου εξαιρούνται μικρές επιχειρήσεις και προϊόντα που ανήκουν στις κατηγορίες αλκοολούχων ποτών, ηλεκτρικής ενέργειας και προϊόντων καπνού.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Εξαγωγές, Επιχειρήσεις και Ελληνικό Κράτος

5.1 Κίνητρα Εξαγωγής

Δεν είναι λίγες οι επιχειρήσεις οι οποίες έχουν αμφιβολίες και φοβούνται να μπου σε μία άγνωστη αγορά, οπότε αποστρέφονται τέτοιου είδους επιχειρηματικές δραστηριότητες. Υπάρχουν πάρα πολλά και ικανά κίνητρα με τα οποία μπορεί να πειστούν οι επιχειρήσεις να πραγματοποιήσουν τελικά εξαγωγικές δραστηριότητες. Τέτοιου είδους κίνητρα είναι τα εξής:

- Η αύξηση των πωλήσεων και η ενίσχυση της πελατειακής βάσης. Η επέκταση της δραστηριότητας της επιχείρησης σε νέες αγορές, θα οδηγήσει σε αύξηση της ζήτησης και των πωλήσεων καθώς τα προϊόντα θα διατίθενται σε περισσότερους πελάτες.
- Η αύξηση των κερδών. Η αύξηση των πωλήσεων φέρνει και αύξηση των κερδών, σε γρηγορότερο χρόνο.
- Η επίτευξη οικονομικών κλίμακας. Αξιοποιούνται όλοι οι παραγωγικοί συντελεστές και οι πόροι στο έπακρο, καθώς σχεδόν με το ίδιο κόστος παραγωγής, παρασκευάζονται περισσότερα προϊόντα. Η μείωση του μοναδιαίου κόστους παραγωγής ανά προϊόν επιφέρει μείωση των τιμών και κάνει τα προϊόντα πιο ανταγωνιστικά.
- Η βελτίωση της ποιότητας του προϊόντος. Μαθαίνοντας τις απαιτήσεις και τα πρότυπα της διεθνούς αγοράς, είναι πιο εύκολο να εξελίξει την ποιότητα των αγαθών που παράγει μία επιχείρηση.
- Η τεχνολογική ανωτερότητα του προϊόντος. Μέσα από τα πρότυπα που κυριαρχούν στις ξένες αγορές δεν πληροφορείσαι μόνο για τρόπους βελτίωσης της ποιότητας των αγαθών αλλά και για τα νέα τεχνολογικά μέσα που βοηθούν στην αναβάθμιση των προϊόντων και στην μείωση του χρόνου παραγωγής τους.
- Η περισσότερη και η καλύτερη πληροφόρηση. Οι ιδιαιτερότητες των αγορών του εξωτερικού, αποτελούν πολύτιμη πηγή άντλησης πληροφοριών, νέων ιδεών, γνώσεων και εμπειριών.
- Η διαφοροποίηση του επιχειρηματικού κινδύνου. Η δραστηριοποίηση σε περισσότερες από μία αγορές, ελαχιστοποιεί τον κίνδυνο μείωσης των πωλήσεων σε περίπτωση οικονομικής δυσχέρειας.
- Η ενδυνάμωση του προφίλ της επιχείρησης στους πελάτες της εγχώριας αγοράς. Μία επιχείρηση που εξάγει τα προϊόντα της έχει μεγαλύτερο κύρος και οι εγχώριοι καταναλωτές την εμπιστεύονται ευκολότερα.

- Η αποκατάσταση των εποχιακών πωλήσεων. Αν η ζήτηση μερικών ή όλων των προϊόντων, που παράγονται από μία επιχείρηση, πωλούνται μία συγκεκριμένη εποχή στην εγχώρια αγορά, σε κάποιες άλλες αγορές μπορεί να υπάρχει ενδιαφέρον από τους καταναλωτές όλο το χρόνο.
- Ο εκτεταμένος κύκλος ζωής του προϊόντος. Όταν ένα προϊόν έχει χάσει την αξία του και πλέον οι εγχώριοι καταναλωτές δεν το χρειάζονται ή το έχουν αντικαταστήσει με ένα άλλο, σε κάποια άλλες αγορές το ίδιο προϊόν μπορεί να είναι περιζήτητο και έτσι δεν μένουν αποθέματα στις αποθήκες χάνοντας τα χρήματα που δαπανήθηκαν για να δημιουργηθεί αυτό το προϊόν.
- Η εμφάνιση ευκαιριών. Η υποστήριξη και η ενίσχυση της εξαγωγικής δραστηριότητας, από το κράτος είναι ένα σημαντικό δεδομένο για να ξεκινήσει μία επιχείρηση να εξάγει.
- Η προσέγγιση από την μεριά ξένων πελατών. Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι πολύ διαδεδομένο στις μέρες μας, εξάγοντας λοιπόν προϊόντα σε άλλες χώρες, αυξάνονται οι πωλήσεις όχι μόνο στα φυσικά καταστήματα αλλά και των διαδικτυακών.

5.2 Οδηγός Εξαγωγής Εμπορευμάτων

Μία επιχείρηση που επιθυμεί να ασχοληθεί με εξαγωγικές δραστηριότητες, είναι απαραίτητο να γνωρίζει κάποιες πληροφορίες. Η Enterprise Greece, ο εθνικός αυτός φορέας που είναι υπεύθυνος για την προώθηση των εξαγωγών των ελληνικών προϊόντων και των υπηρεσιών, έχει αναπτύξει έναν οδηγό ώστε να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να ξεκινήσουν ή και να αυξήσουν τις εξαγωγές τους.

Η εισχώρηση σε ξένες αγορές αποτελεί μακροχρόνια δέσμευση για την επιχείρηση, απαιτεί ιδιαίτερες προσπάθειες, πόρους και χρόνο για αυτό οι επιχειρηματίες θα πρέπει να είναι σίγουροι ότι η επιχείρησή τους μπορεί να ανταπεξέλθει σε αυτές τις απαιτήσεις.

Η εξαγωγή των προϊόντων σε παγκόσμιες αγορές απαιτεί ιδιαίτερη μελέτη και στρατηγική για την επιλογή των κατάλληλων προϊόντων. Για την επιλογή αυτή θα πρέπει να ληφθούν υπόψη οι παρακάτω προϋποθέσεις:

- Σωστός σχεδιασμός.
- Μελετημένη συσκευασία.
- Πιστοποιημένα προϊόντα και υλικά συσκευασιών.

Ο επιχειρηματίας θα πρέπει να εξετάσει:

- Την ανταγωνιστικότητα του προϊόντος.
- Τα χαρακτηριστικά του προϊόντος.
- Τους ανθρώπινους πόρους και την παραγωγική δυναμικότητα της επιχείρησης.
- Την χρηματοδότηση που μπορεί να λάβει.

- Τις προσδοκίες και τους στόχους.
- Τους πιθανούς πελάτες που θα απευθύνεται το προϊόν.

5.2.1 Επιλογή Προϊόντων

Όσον αφορά την επιλογή των προϊόντων, είναι απαραίτητη:

i. Η μελέτη και η καταγραφή των ανταγωνιστικών προϊόντων

- Τεχνικά χαρακτηριστικά: Πρώτες ύλες, μορφή προϊόντος, ποικιλία, μέγεθος, εμφάνιση, χρώματα, τροποποιήσεις σε ήδη υπάρχοντα.
- Εκτίμηση της ποιότητας: Ανθεκτικότητα, αντοχή, απόδοση, καταλληλότητα, ευκολία στην χρήση, βελτίωση.
- Νομική κατοχύρωση: Εγκρίσεις, δικαιώματα κατοχύρωσης.

ii. Η δημιουργία συσκευασίας

- Τεχνικά χαρακτηριστικά: Σχεδιασμός, σχήμα, υλικά της κατασκευής, ευκολία χρήσης, αντοχή στις κλιματολογικές αλλαγές, εύκολος τρόπος αποθήκευσης, φόρτωσης και εκφόρτωσης, προσαρμογή στους επίσημους κανόνες της κάθε χώρας.
- Ελκυστικότητα: Μέγεθος, σχήμα, χρώμα.
- Στοιχεία ταυτότητας: Λογότυπο, σχεδιασμός ετικέτας.
- Πληροφορίες: Περιγραφή του προϊόντος και αναφορά των στοιχείων που περιέχει η συσκευασία, οδηγίες χρήσης, σφραγίδα ποιότητας.
- Παροχή υπηρεσιών: Εγγύηση προϊόντος

iii. Η ανταγωνιστική τιμή

- Τιμές για τον καταναλωτή: Κατάλογος βασικών τιμών, προστιθέμενοι φόροι, εκπτώσεις, τρόποι πληρωμής.
- Τιμές για το εμπόριο: Κατάλογος ειδικών τιμών (χονδρεμπόριο), ειδικές εκπτώσεις, όρους πληρωμής.

iv. Η αποδοχή του προϊόντος

Θα πρέπει να γίνει παρουσίαση των προϊόντων στους υποψήφιους πελάτες ώστε να συμφωνηθούν οι συνθήκες πώλησης, οι διαστάσεις, η συσκευασία, η μεταφορά και τιμές.

5.2.2 Τιμολόγηση Προϊόντων

Η τιμολόγηση των προϊόντων που εξάγονται εξαρτάται από πολλούς παράγοντες όπως:

- Το κόστος παραγωγής και συσκευασίας.
- Τα κόστη μεταφοράς και παράδοσης των προϊόντων.
- Τα κόστη διαφήμισης και προώθησης.
- Τις ισοτιμίες των νομισμάτων.
- Την οικονομική κατάσταση της χώρας εξαγωγής και το κατά κεφαλήν εισόδημα των καταναλωτών της.
- Τις ειδικές συσκευασίες που μεταφέρονται τα εξαγόμενα προϊόντα.
- Την ασφάλιση των εμπορευμάτων.
- Την ζήτηση που έχουν τα συγκεκριμένα προϊόντα.
- Και φυσικά τι τιμές κυριαρχούν στον ανταγωνισμό.

Εναλλακτικές μορφές τιμολόγησης:

- Στατική τιμολόγηση: Ίδια τιμή για όλους τους πελάτες.
- Ευέλικτη τιμολόγηση: Διαφορετικές τιμές και προσφορές για συχνούς πελάτες (πελάτες-μέλη).
- Τιμολόγηση βάσει του σταθερού κόστους: Συνυπολογίζονται το κόστος λειτουργίας την επιχείρησης και τα κόστη παραγωγής των προϊόντων.
- Τιμολόγηση βάσει του μεταβλητού κόστους: Πιθανά έξοδα που μπορεί να προκύψουν.
- Τιμολόγηση γνωριμίας: Χαμηλές σε νέα εξαγόμενα προϊόντα.
- Τιμολόγηση βάσει της υπάρχουσας αγοράς: Προσαρμογή των τιμών ανάλογα με τον ανταγωνισμό. Αν υπάρχουν πολλές επιχειρήσεις που πωλούν τα ίδια προϊόντα είναι φρόνιμο οι τιμές να είναι χαμηλές, αν δεν υπάρχει ανταγωνισμός οι τιμές μπορούν να είναι λίγο πιο υψηλές.

5.2.3 Εξαγωγές Μέσω Τρίτων

Για τις επιχειρήσεις που δεν έχουν τον χρόνο και την οικονομική δυνατότητα να ανοίξουν ένα κατάστημα σε μία ξένη χώρα ώστε να πωλούν τα προϊόντα τους απευθείας στους καταναλωτές, υπάρχουν άλλοι τρόποι με τους οποίους μπορούν να διακινήσουν τα εμπορεύματά τους, εξοικονομώντας έτσι χρόνο και χρήματα. Οι τρόποι με τους οποίους μπορεί μία επιχείρηση να πωλήσει τα προϊόντα της είναι μέσω:

- Σύναψης συνεργασίας με άλλη επιχείρηση: Πωλώντας τα εμπορεύματα σε μία ήδη υπάρχουσα επιχείρηση στην χώρα εξαγωγής.
- Αντιπροσώπων: Είναι άτομα τα οποία εκπροσωπούν μία επιχείρηση, έχουν εξουσιοδότηση να κλείνουν συμφωνίες με πελάτες και πληρώνονται με ποσοστά από τις πωλήσεις.
- Χονδρέμπορων ή Διανομέων: Οι χονδρέμποροι και οι διανομείς αγοράζουν μία μεγάλη ποσότητα εμπορευμάτων και τα διοχετεύουν στην αγορά. Καθορίζουν οι ίδιοι τις τιμές και παρακολουθούν την πορεία των προϊόντων αυτών στην αγορά. Με απλά λόγια αγοράζουν και μεταπωλούν σε ακριβότερες τιμές από τις αρχικές και αυτό είναι το κέρδος τους.

Η επιλογή του μεσάζοντα είναι μία πολύ σημαντική απόφαση, διότι από αυτόν εξαρτώνται οι πωλήσεις και κατ' επέκταση η βιωσιμότητα ολόκληρης της επιχείρησης.

5.2.4 Προώθηση Προϊόντων

- Διαφήμιση: Υφίστανται πάρα πολλοί τρόποι να διαφημιστεί ένα προϊόν. Η επιλογή εξαρτάται από την προτίμηση και την δυνατότητα της κάθε επιχείρησης.
- Προσωπικές επισκέψεις: Οι προσωπικές επαφές με τους πελάτες αποτελεί ίσως και τον καλύτερο τρόπο προώθησης, ασφαλώς βασιζόμενη στην κουλτούρα της χώρας εξαγωγής.
- Συμμετοχή σε εκθέσεις: Η συμμετοχή σε διάφορες εκθέσεις προώθησης προϊόντων είναι υψίστης σημασίας επειδή εκεί έρχεται για πρώτη φορά ο κόσμος σε επαφή με το προϊόν και ο επιχειρηματίας γνωρίζει τον ανταγωνισμό.
- Ιστοσελίδα: Κάθε επιχείρηση που έχει φιλοδοξία να ξεκινήσει εμπορικές συναλλαγές με ξένους πελάτες, οφείλει να έχει ιστοσελίδα με συχνή ανατροφοδότηση και μεταφρασμένη σε αρκετές γλώσσες ώστε να μπορεί κάθε πελάτης της να την επισκέπτεται και να ενημερώνεται για κάθε προϊόν της ή/και υπηρεσία της.

5.3 Τρόποι Χρηματοδότησης

Οι ελληνικές και οι διεθνείς Τράπεζες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα προσφέρουν στους επιχειρηματίες ένα μεγάλο φάσμα χρηματοδοτικών εργαλείων που προσαρμόζονται στις ανάγκες τους και συμπληρώνουν που συμπληρώνουν και καλύπτουν ανάγκες χρηματοδότησης που δεν ικανοποιούνται από άλλες πηγές ή από το μετοχικό κεφάλαιο.

Ένας άλλος τρόπος εύρεσης κεφαλαίων είναι μέσω των διαφόρων χρηματοδοτικών προγραμμάτων της Ε.Ε. Η Ε.Ε. χορηγεί χρηματοδότηση σε όλα τα είδη εταιρειών, κάθε μεγέθους και κλάδου, σε επιχειρηματίες, σε νέες επιχειρήσεις, πολύ μικρές, μικρομεσαίες, μεσαίες και σε μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Διατίθεται ένα ευρύ φάσμα χρηματοδοτήσεων: επιχειρηματικά δάνεια, χρηματοδοτήσεις, εγγυήσεις και επιχειρηματικά κεφάλαια.

Υπάρχει και η έμμεση χρηματοδότηση την οποία διαχειρίζονται οι εθνικές και οι περιφερειακές αρχές, αποτελεί το ογδόντα τοις εκατό του προϋπολογισμού του έργου και παρέχεται κυρίως μέσω των πέντε ταμείων των Ευρωπαϊκών Διαρθρωτικών και Επενδυτικών Ταμείων. Τα ταμεία αυτά είναι:

- i. Το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης.
- ii. Το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο.
- iii. Το Ταμείο Συνοχής.
- iv. Το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης.
- v. Το Ευρωπαϊκό Ταμείο Θαλάσσιας Αλιείας.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ένα από τα σημαντικότερα ζητήματα που απασχολούν την χώρα μας, είναι το μοντέλο ανάπτυξης που θα πρέπει να ακολουθήσει αλλά και με ποιους τρόπους θα πραγματοποιήσει αυτό το μοντέλο, ώστε να υπάρχει εξέλιξη στην οικονομία. Ένας από τους αποτελεσματικότερους τρόπους να επιτευχθεί αυτός ο στόχος είναι η εξωστρέφεια των ελληνικών επιχειρήσεων.

Από τα παραπάνω διαπιστώνουμε ότι η εξωστρέφεια είναι ικανή να αποτελέσει το σημαντικότερο πυρήνα για την οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας. Τα ελληνικά προϊόντα έχουν τεράστια δυναμική, ίσως μεγαλύτερη από αυτήν που πιστεύουμε. Τα προϊόντα που παράγονται εγχώρια είναι πολύ καλής ποιότητας και αν διαδοθούν, γίνουν γνωστά και ανταγωνιστικά, θα επιφέρουν σπουδαία οφέλη στην οικονομία της χώρας. Αν επιτευχθούν σταθερές εμπορικές σχέσεις της Ελλάδας με άλλες χώρες, αν δοθούν οι κατάλληλες υποδομές, κυρίως τεχνολογικές και τα κατάλληλα κίνητρα στις επιχειρήσεις, μπορούν να πραγματοποιήσουν μία σειρά από ελπιδοφόρα βήματα στις εξαγωγές. Όλα αυτά μπορούν πραγματικά να ωφελήσουν την χώρα όχι μόνο στην οικονομία αλλά και σε πολλούς άλλους τομείς.

Η αύξηση της εξωστρέφειας των ελληνικών επιχειρήσεων λοιπόν αποτελεί σήμερα την μεγαλύτερη πρόκληση για την εθνική οικονομία, διότι δυστυχώς δεν έχει συγκροτηθεί ένα σύστημα το οποίο θα βοηθήσει να μεγιστοποιηθούν οι εξαγωγές και οι εφαρμοζόμενες, μέχρι σήμερα, πολιτικές δεν έχουν οδηγήσει σε ουσιαστικά αποτελέσματα. Οι εξαγωγές θα μπορούσαν να είναι πιο ανταγωνιστικές και να συμβάλλουν περισσότερο στην οικονομία.

Οι εξαγωγές και η εξωστρέφεια αποτελούν πλέον μονόδρομο για την επιβίωση των ελληνικών επιχειρήσεων αλλά και για την έξοδο της χώρας από την οικονομική κρίση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Α. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

Αράπογλου Ε., 2012. ΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ – ΜΕΛΕΤΗ ΤΩΝ ΕΝΕΡΓΕΙΩΝ –ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΗΣ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ. Διαθέσιμο από: <http://digilib.teiimt.gr/jspui/bitstream/123456789/761/1/022013190.pdf>

Γκαβέρα Ο., 2015. ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ. Διαθέσιμη από: <http://repository.library.teimes.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/3412/%CE%95%CE%9E%CE%A9%CE%A3%CE%A4%CE%A1%CE%95%CE%A6%CE%95%CE%99%CE%91%20%CE%9C%CE%99%CE%9A%CE%A1%CE%9F%CE%9C%CE%95%CE%A3%CE%91%CE%99%CE%A9%CE%9D%20%CE%95%CE%A0%CE%99%CE%A7%CE%95%CE%99%CE%A1%CE%97%CE%A3%CE%95%CE%A9%CE%9D..pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Γκέκα Β., 2015. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΤΑ ΤΟ 19^ο ΑΙΩΝΑ. Διαθέσιμη από: https://laventer.blogspot.com/2015/08/v-behaviorurldefaultvml_17.html

Κορρές Γ., 2015. Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη. Διαθέσιμη από: https://repository.kallipos.gr/bitstream/11419/693/3/Korres_all.pdf

Λυμπέρης Γ., 2018. Η Εξωστρέφεια των ελληνικών επιχειρήσεων στο διάστημα της οικονομικής κρίσης: Εντοπισμός των κινήτρων που συμβάλλουν στην αύξηση των εξαγωγών. Διαθέσιμη από: https://repositoryesdda.ekdd.gr/bitstream/123456789/217/1/%CE%9B%CE%A5%CE%9C%CE%A0%CE%95%CE%A1%CE%97%CE%A3_%CE%93%CE%95%CE%A9%CE%A1%CE%93%CE%99%CE%9F%CE%A3_%CE%A4%CE%95.pdf

Τζωρτζάκης Κ., & Τζωρτζάκη Α.Μ., (2007). ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ [ΤΟ MANAGEMENT ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΓΕΝΙΑΣ. (4^η Έκδοση). ΑΘΗΝΑ: Εκδοτικός Οίκος Rosili

Τσερπέ Ε., 2014. ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΣΥΓΧΡΟΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ. Διαθέσιμο από:

http://oceanis.lib2.uniwa.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/2592/de_201400232.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Φαραζή Κ.-Σ., 2017. Διεθνής Επιχειρηματικότητα και Αναγνώριση Διεθνών Ευκαιριών. Διαθέσιμη από: https://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/10761/Farazi_Konstantina_Sofia.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Υπουργείο Οικονομίας Ανάπτυξης & Τουρισμού, 2016. ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ. Διαθέσιμο από: <https://www.mindev.gov.gr/wp-content/uploads/2018/04/sxedio-drasis-proothisis-exagagon.pdf>

Griffin R., & Pustay M., (2015). ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ. Μια Διοικητική Οπτική (Μανωλόπουλος Δ. & Σαπουνά Π.Α., Μετάφ.). (8^η Έκδοση). Αθήνα: 2018 ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΤΖΙΟΛΑ

B. ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΟΙ ΤΟΠΟΙ

<https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%AF%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B7>

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32003H0361&from=PL>

https://europa.eu/youreurope/business/selling-in-eu/selling-goods-services/selling-products-eu/index_el.htm

https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/standards/standards-in-europe/index_el.htm

https://europa.eu/youreurope/business/product-requirements/compliance/ecodesign/index_el.htm

https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/history-eu_el

<https://dkmarketing.gr/wp-content/uploads/2021/05/%CE%95%CE%A1%CE%95%CE%A5%CE%9D%CE%91.pdf>

https://www.statistics.gr/el/statistics?p_p_id=documents_WAR_publicationsportlet_INSTANCE_qDQ8fBKKo4IN&p_p_lifecycle=2&p_p_state=normal&p_p_mode=view&p_p_cacheability=cacheLevelPage&p_p_col_id=column-2&p_p_col_count=4&p_p_col_pos=1&documents_WAR_publicationsportlet_INSTANCE_qDQ8fBKKo4IN_javax.faces.resource=document&documents_WAR_publicationsportlet_INSTANCE_qDQ8fBKKo4IN_in=downloadResources&documents_WAR_publicationsportlet_INSTANCE_qDQ8fBKKo4IN_documentID=458704&documents_WAR_publicationsportlet_INSTANCE_qDQ8fBKKo4IN_locale=el

<https://www.mindev.gov.gr/exostrefeia/>

<https://www.enterprisegreece.gov.gr/proothisi-eksagogon/diadikasia-eksagogon/odigos-eksagogon-vima-pros-vima#%CF%80%CF%89%CF%82-%CE%BD%CE%B1-%CE%B5%CE%BE%CE%AC%CE%B3%CE%B5%CF%84%CE%B5-4>

https://europa.eu/youreurope/business/finance-funding/getting-funding/eu-funding-programmes/index_el.htm