



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητής: Σπυρίδων Νικολακάκης, AM1328
Παναγιώτης Ντάκας, AM1305

Επιβλέπων: Εμμανουήλ Σκουλουδάκης

©
2023



HELLENIC MEDITERRANEAN UNIVERSITY

**SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS
SCIENCE**

**DEPARTMENT OF MANAGMENT SCIENCE AND
TECHNOLOGY**

EXPORTING OF GREEK COMPANIES

DIPLOMA THESIS

Student: Spyridon Nikolakakis, DE1328
Panagiotis Ntakas, DE1305

Supervisor: Emmanouil Skouloudakis

©
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.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στον όρο εξωστρέφεια περιλαμβάνονται οι δραστηριότητες του διεθνούς εμπορίου προϊόντων και υπηρεσιών, οι διεθνείς επενδύσεις χαρτοφυλακίου αλλά και οι άμεσες ξένες επενδύσεις (ΑΞΕ). Η εξωστρέφεια προϋποθέτει την αύξηση της ανταγωνιστικότητας και δημιουργεί νέες ευκαιρίες υπερβαίνοντας τα εθνικά σύνορα και αναπτύσσοντας δραστηριότητες στο εξωτερικό. Σημαντική είναι η συμβολή του ιδιωτικού τομέα ο οποίος σε περιόδους κρίσεων και προκειμένου να περιορίσει τις αρνητικές επιπτώσεις και να αυξήσει τα εταιρικά κέρδη, δίνει ιδιαίτερα σημασία στον τομέα του εξαγωγικού εμπορίου.

Από την μελέτη των στοιχείων της τελευταίας δεκαπενταετίας, προκύπτει ότι η Ελλάδα καταγράφει συνεχή αυξητική τάση της αξίας των εξαγωγών της, που όμως συνοδεύεται από επίσης συνεχή αυξητική τάση της αξίας των εισαγωγών της. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την αδιάκοπη διατήρηση αρνητικού εμπορικού ισοζυγίου. Το γεγονός αυτό υπογραμμίζει την σημασία των εξαγωγών υπηρεσιών που επιτυγχάνονται μέσω του τομέα του τουρισμού και της ναυτιλίας και που λειτουργούν ως αντιστάθμισμα.

Η πορεία των ελληνικών εξαγωγών προς τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης εμφανίζει μια ομαλή και αυξητική πορεία η οποία δικαιολογείται από τον ευρωπαϊκό συντονισμό της πολιτικής διεθνούς εμπορίου και την απαλοιφή των διοικητικών και οικονομικών εμποδίων μεταξύ των κρατών μελών της ΕΕ. Αντίθετα, η πορεία των ελληνικών εξαγωγών προς τρίτες χώρες εκτός ΕΕ παρουσιάζει έντονες αυξομειώσεις, οι οποίες πιθανά να οφείλονται στις εθνικές πολιτικές προστατευτισμού των τρίτων χωρών, στον παγκόσμιο ανταγωνισμό, στους περιορισμούς εντός της Ελλάδας κ.ο.κ.

Με το «υπόδειγμα της βαρύτητας» του διεθνούς εμπορίου εξηγείται ικανοποιητικά το γεγονός ότι η Ιταλία και η Γερμανία είναι οι σημαντικότεροι εμπορικοί εταίροι και αποδέκτες των ελληνικών εξαγωγών, όπως και χώρες με μικρές οικονομίες όπως η Κύπρος και η Βουλγαρία, οι οποίες όμως γειτνιάζουν γεωγραφικά.

Λέξεις κλειδιά: Εξωστρέφεια, διεθνές εμπόριο, εξαγωγές, υπόδειγμα βαρύτητας

ABSTRACT

The term extroversion includes activities of international trade in goods and services, international portfolio investments and foreign direct investment (FDI). Extroversion presupposes increased competitiveness and creates new opportunities by transcending national borders and developing activities abroad. The contribution of the private sector is significant, which in times of crisis and in order to limit the negative effects and increase corporate profits, can throw its weight behind exports.

From the study of the data of the last fifteen years, it appears that Greece records a continuous increasing trend in the value of its exports, which, however, is also accompanied by a continuous upward trend in the value of its imports. This results in the uninterrupted maintenance of a negative trade balance. This underlines the importance of exports of services achieved through the tourism and maritime sector and acting as a counterpart.

The course of Greek exports to the Member States of the European Union shows a smooth and increasing course which is justified by the European coordination of international trade policy and the elimination of administrative and financial obstacles between EU Member States. On the contrary, the course of Greek exports to third countries outside the EU presents intense ups and downs which may be due to the national protectionist policies of third countries, global competition, restrictions within Greece, etc.

The "gravity model" of international trade satisfactorily explains the fact that Italy and Germany are the most important trading partners and recipients of Greek exports, as well as countries with small economies such as Cyprus and Bulgaria, which are located nearby.

Key Words: Extroversion, international trade, exports, gravity model.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ	v
ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	vi
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	1
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	3
ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ, ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	3
2.1 Εξωστρέφεια	3
2.2 Θεωρίες Διεθνούς Εμπορίου	4
2.2.1. Μερκαντισμός	5
2.2.2. Η Αρχή του Απόλυτου πλεονεκτήματος του Adam Smith	5
2.2.3. Η Αρχή του Συγκριτικού πλεονεκτήματος του David Ricardo	6
2.2.4. Η Νεοκλασική θεωρία Εμπορίου	7
2.3 Σύγχρονες θεωρίες Διεθνούς Εμπορίου	9
2.3.1. Ο κύκλος ζωής των προϊόντων	9
2.3.2. Δύναμη επί της αγοράς	10
2.3.3. Η εκλεκτική θεωρία	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	12
Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΗΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ	12
3.1 Συμμετοχή του διεθνούς εμπορίου στην συνολική οικονομία	12
3.2 Εισαγωγές και εξαγωγές σε παγκόσμιο επίπεδο	14
3.3 Εισαγωγές και εξαγωγές σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης	16
3.4 Εισαγωγές και εξαγωγές στις ΗΠΑ	18
3.5 Εισαγωγές και εξαγωγές στην Ελλάδα	20
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	23
ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΗΣ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ	23
4.1 Διάρθρωση εξωτερικού εμπορίου	23
4.2 Καθοριστικοί παράγοντες της εξαγωγικής στρατηγικής των επιχειρήσεων	28
4.3 Προετοιμασία και οργάνωση της εξαγωγικής δραστηριότητας	30
4.4 Παράδειγμα εφαρμογής πολιτικής εξωστρέφειας στην Ελλάδα	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	37
ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	37

5.1 Ελληνικό διεθνές εμπόριο.....	37
5.2 Ελληνικές εξαγωγές κατά χώρα προορισμού	38
5.3 Ελληνικές εξαγωγές κατά προϊόν	45
5.4 Ελληνικές εξαγωγές κατά επιχειρηματικά χαρακτηριστικά	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	58
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	58
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	61

ΛΙΣΤΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1: Άθροισμα εισαγωγών και εξαγωγών ως ποσοστό του ΑΕΠ για το 2021	13
Πίνακας 2: Εισαγωγές, εξαγωγές ως ποσοστό του παγκόσμιου ΑΕΠ	15
Πίνακας 3: Εισαγωγές, εξαγωγές ως ποσοστό του ΑΕΠ της ΕΕ27.....	17
Πίνακας 4: Εισαγωγές, εξαγωγές ως ποσοστό του ΑΕΠ της ΕΕ27.....	19
Πίνακας 5: Εισαγωγές, εξαγωγές ως ποσοστό του ΑΕΠ της Ελλάδας	21
Πίνακας 6: Συνολική αξία εισαγωγών και εξαγωγών από/προς χώρες της ΕΕ και τρίτες χώρες	37
Πίνακας 7: Ελληνικές εξαγωγές το 2021 στους 30 σημαντικότερους εταίρους	41
Πίνακας 8: Κατάλογος χωρών με τις μεγαλύτερες επιδόσεις των ελληνικών εξαγωγών, το ΑΕΠ και τις αποστάσεις	44
Πίνακας 9: Ελληνικές εξαγωγές 2021 κατά προϊόν.....	48
Πίνακας 10: Ελληνικές εξαγωγές βιομηχανικών και αγροτικών προϊόντων την τελευταία δεκαετία	50
Πίνακας 11: Διεθνές εμπόριο αγαθών κατά τύπο επιχείρησης και τομέα οικονομικής δραστηριότητας για το έτος 2020	52
Πίνακας 12: Εξαγωγές αγαθών κατά τύπο επιχείρησης και τομέα οικονομικής δραστηριότητας για το έτος 2020	53
Πίνακας 13: Εξαγωγές - ποσοστιαία (%) κατανομή αριθμού επιχειρήσεων και αξίας συναλλαγών, κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, έτος 2020	54
Πίνακας 14: Κατανομή αριθμού επιχειρήσεων και αξίας συναλλαγών κατά τάξη μεγέθους επιχείρησης, έτος 2020	55

ΛΙΣΤΑ ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Σχήμα 1: Διεθνές εμπόριο ως ποσοστό του ΑΕΠ για το 2021	13
Σχήμα 2: Εισαγωγές, εξαγωγές ως ποσοστό του παγκόσμιου ΑΕΠ.....	14
Σχήμα 3: Εισαγωγές, εξαγωγές ως ποσοστό του ΑΕΠ της ΕΕ27.....	16
Σχήμα 4: Εισαγωγές, εξαγωγές ως ποσοστό του ΑΕΠ των ΗΠΑ	18
Σχήμα 5: Εισαγωγές, εξαγωγές ως ποσοστό του ΑΕΠ της Ελλάδας.....	20
Σχήμα 6: Απλοποιημένο μοντέλο απόδοσης εξαγωγών	29
Σχήμα 7: Ελληνικές Εξαγωγές την δεκαπενταετία 2008-2021	39
Σχήμα 8: Εξαγωγές προς ΕΕ και τρίτες χώρες το 2021	40
Σχήμα 9: Ελληνικές εξαγωγές το 2021 στους 30 σημαντικότερους εταίρους.....	42
Σχήμα 10: Η σύνθεση του διεθνούς εμπορίου το 2011	45
Σχήμα 11: Διαφοροποίηση της σύνθεσης των εξαγωγών από τις αναπτυσσόμενες χώρες.....	47
Σχήμα 12: Σύνθεση ελληνικών εξαγωγών για το έτος 2021	49
Σχήμα 13: Συμμετοχή αγροτικών και βιομηχανικών προϊόντων στις ελληνικές εξαγωγές την τελευταία δεκαπενταετία	51
Σχήμα 14: Κατανομή αριθμού επιχειρήσεων και αξίας συναλλαγών κατά τάξη μεγέθους επιχείρησης, για το έτος 2020	56

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ενασχόληση της εργασίας αυτής περιστρέφεται γύρω από την έννοια της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων και ασχολείται ειδικότερα με την εξωστρέφεια των ελληνικών επιχειρήσεων. Στον όρο εξωστρέφεια περιλαμβάνονται οι δραστηριότητες του διεθνούς εμπορίου προϊόντων και υπηρεσιών, οι διεθνείς επενδύσεις χαρτοφυλακίου αλλά και οι άμεσες ξένες επενδύσεις (ΑΞΕ).

Η εξωστρέφεια εκφράζει το πλαίσιο απελευθέρωσης των διεθνών αγορών και την ανάπτυξη διεθνών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων από εθνικές εταιρείες. Η εξωστρέφεια συμβαδίζει με την έννοια της ανταγωνιστικότητας και δημιουργεί νέες ευκαιρίες ξεπερνώντας τα εθνικά σύνορα και αναπτύσσοντας δραστηριότητες σε άλλες χώρες. Ο ιδιωτικός τομέας, ειδικά σε περιόδους κρίσεων, μπορεί να υποχρεωθεί να αλλάξει ριζικά τον προσανατολισμό του, ρίχνοντας το βάρος του στις εξαγωγές, προκειμένου να περιορίσει τις αρνητικές επιπτώσεις και να αυξήσει τα εταιρικά κέρδη.

Το διεθνές εμπόριο είναι αυτό που κυριαρχεί στην έννοια της εξωστρέφειας, επηρεάζει ολόκληρες χώρες και έχει σαν στόχο το αμοιβαίο όφελος των χωρών που ανταλλάσσουν αγαθά και υπηρεσίες. Επιτρέπει στις χώρες να εξάγουν αγαθά ή πόρους που είναι σε αφθονία και να εισάγουν αγαθά ή πόρους που είναι τοπικά σε έλλειψη. Σημαντικό ζητούμενο είναι όμως η κατάλληλη ισορροπία που θα μετριάσει τις ανησυχίες ότι το διεθνές εμπόριο μπορεί να γίνει επιζήμιο στις χώρες που δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν στον ανταγωνισμό, ή στις αναπτυγμένες χώρες που οι μισθοί είναι υψηλοί μπορεί να προκαλέσει μείωση της ευημερίας τους.

Η Ελλάδα καταγράφει συνεχή αυξητική τάση της αξίας των εξαγωγών της τα τελευταία 15 χρόνια, που όμως συνοδεύεται από επίσης συνεχή αυξητική τάση της αξίας των εισαγωγών της, διατηρώντας συνεχώς αρνητικό εμπορικό ισοζύγιο. Το γεγονός αυτό υπογραμμίζει την σημασία των εξαγωγών υπηρεσιών που επιτυγχάνονται μέσω του τομέα του τουρισμού και της ναυτιλίας.

Το εμπορικό έλλειμμα της Ελλάδας μειώθηκε στα 2,26 δισεκατομμύρια ευρώ τον Φεβρουάριο του 2023, το χαμηλότερο από τον Σεπτέμβριο του 2021, από 3,34 δισεκατομμύρια ευρώ τον ίδιο μήνα πριν από ένα χρόνο. Οι εξαγωγές αυξήθηκαν κατά 19% σε ετήσια βάση στα 4,40 δισ. ευρώ, ενισχυμένες από τις αποστολές προς την ΕΕ (+27,1%) σε πρωτογενή ορυκτά καύσιμα, λιπαντικά, μεταποιημένα προϊόντα, τρόφιμα και ζώντα ζώα καθώς και σε χημικά και συναφή προϊόντα. Οι αποστολές αυξήθηκαν επίσης σε χώρες εκτός ΕΕ (+10,6%), κυρίως σε ορυκτά καύσιμα, λιπαντικά, μεταποιημένα προϊόντα, τρόφιμα και ζώντα ζώα και μηχανήματα και σε εξοπλισμό μεταφοράς. Αντίθετα, οι εισαγωγές μειώθηκαν κατά 4,9% σε χαμηλό άνω του ενός έτους στα 6,66 δισ. ευρώ, υπό το βάρος των χαμηλότερων αφίξεων από χώρες εκτός ΕΕ (-13,6%) (ΕΛΣΤΑΤ, 2023).

Στο δεύτερο κεφάλαιο γίνεται μια προσπάθεια παρουσίασης των εννοιών της εξωστρέφειας. Επίσης παρατίθενται οι βασικότερες θεωρίες του διεθνούς εμπορίου ήδη από τον 16^ο αιώνα έως και σήμερα που έχουν επικρατήσει οι λεγόμενες «σύγχρονες θεωρίες».

Στο τρίτο κεφάλαιο επιχειρείται μια παρουσίαση της συμμετοχής του διεθνούς εμπορίου στην συνολική οικονομία αλλά και στην σημασία των διεθνών οικονομικών σχέσεων μέσω της παράθεσης στατιστικών στοιχείων σε παγκόσμιο επίπεδο, σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης των 27, των ΗΠΑ και της Ελλάδας την τελευταία δεκαπενταετία. Επιλέχθηκε να παρουσιαστεί η τελευταία δεκαπενταετία επειδή περιλαμβάνει μεταξύ άλλων δύο μεγάλες οικονομικές κρίσεις: την παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση του 2008 και τις οικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας του COVID-19 που εμφανίστηκε το έτος 2019.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται μια προσπάθεια να εξηγηθούν θεωρητικά οι εμπορικές σχέσεις μεταξύ των χωρών και να καταγραφούν οι καθοριστικοί παράγοντες της εξαγωγικής στρατηγικής των επιχειρήσεων.

Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται αναλυτικά στατιστικά στοιχεία για την εξωστρέφεια των ελληνικών επιχειρήσεων. Η αξία των εξαγωγών την τελευταία δεκαπενταετία, η παρουσίαση των ελληνικών εξαγωγών κατά χώρα προορισμού, οι σημαντικότεροι εμπορικοί εταίροι της Ελλάδας, οι ελληνικές εξαγωγές κατά προϊόν και οι ελληνικές εξαγωγές κατά επιχειρηματικά χαρακτηριστικά, γίνονται αντικείμενα μελέτης.

Τέλος, στο έκτο κεφάλαιο παρουσιάζονται κάποια γενικά συμπεράσματα που προέκυψαν από την πτυχιακή εργασία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ, ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

2.1 Εξωστρέφεια

Η εξωστρέφεια, ως έννοια, προέρχεται από τον τομέα της ψυχολογίας και αποτελεί ένδειξη της ψυχολογικής φύσης του ανθρώπου. Η εξωστρέφεια χαρακτηρίζεται από θετική σχέση, ενώ η εσωστρέφεια από αρνητική.

Με την πολιτική της έννοια, άρχισε να χρησιμοποιείται προκειμένου να εκφράσει την διαδικασία οικονομικής ολοκλήρωσης μιας χώρας με τις παγκόσμιες αγορές. Οι κυριότερες δραστηριότητες που περιλαμβάνονται στον όρο εξωστρέφεια είναι το διεθνές εμπόριο προϊόντων και υπηρεσιών, οι διεθνείς επενδύσεις χαρτοφυλακίου και οι άμεσες ξένες επενδύσεις. Στην ουσία, η εξωστρέφεια αναφέρεται σε επιχειρηματικές δραστηριότητες ατόμων ή/και επιχειρηματικών οργανισμών που ξεπερνούν τα εθνικά σύνορα και δραστηριοποιούνται και σε άλλες χώρες.

Με οικονομικούς όρους, η εξωστρέφεια είναι η αξιοποίηση ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων και συνθηκών με ταυτόχρονη επέκταση των επιχειρήσεων (μικρών και μεγάλων) σε νέες αγορές εκτός των εθνικών συνόρων. Για να επιτευχθεί αυτό, είναι απαραίτητο να δημιουργηθεί τόσο ένα υγιές εσωτερικό περιβάλλον όσο και ένα εξωτερικό περιβάλλον έτοιμο να δεχτεί τα προϊόντα τους. Η εξωστρέφεια εκφράζει το πλαίσιο απελευθέρωσης των διεθνών αγορών και την ανάπτυξη διεθνών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων από εθνικές εταιρείες. Οι δραστηριότητες αυτές σχετίζονται με επιχειρηματικές δραστηριότητες, εταιρείες ή/και άτομα που υπερβαίνουν τα εθνικά σύνορα και επεκτείνονται σε άλλες χώρες. Η εξωστρέφεια είναι συνυφασμένη με την έννοια της ανταγωνιστικότητας, διευκολύνει την επιχειρηματικότητα και δημιουργεί νέες ευκαιρίες. Σε περιόδους κρίσης, ο ιδιωτικός τομέας μπορεί να ηγηθεί και να αλλάξει ριζικά τον προσανατολισμό του, εστιάζοντας στις εξαγωγές, κάτι που καθίσταται προτεραιότητα λόγω των αρνητικών επιπτώσεων της οικονομικής κρίσης στα εταιρικά κέρδη και την κατανάλωση (Aspridis, Sdrolias, Blanas, Kyriakou, & Grigoriou, 2013).

Οι Ibeh και Young (Ibeh & Young, 2001) ορίζουν την εξαγωγική δραστηριότητα ως «τη διαδικασία με την οποία οι επιχειρηματίες, εκμεταλλεύονται τις ευκαιρίες των ξένων αγορών λαμβάνοντας υπόψη τους διαθέσιμους πόρους και τους περιβαλλοντικούς παράγοντες που τους επηρεάζουν. Αυτός ο ορισμός υπογραμμίζει την εξάρτηση της εξαγωγικής δραστηριότητας από εσωτερικούς παράγοντες (π.χ. πόρους) και εξωτερικούς παράγοντες (π.χ. περιβάλλον). Στην εξαγωγική δραστηριότητα εξετάζεται επίσης η ταχύτητα, το πεδίο εφαρμογής και ο βαθμός εξωστρέφειας:

- Η ταχύτητα αναφέρεται στον χρόνο που απαιτείται πριν μια επιχείρηση αρχίσει να εξάγει προϊόντα ή υπηρεσίες σε ξένες αγορές
- Το πεδίο εφαρμογής είναι το πλήθος των ξένων αγορών στις οποίες εξάγει
- Ο βαθμός εξωστρέφειας εκφράζεται από την αναλογία: εξαγωγικές πωλήσεις / συνολικές πωλήσεις

Έτσι, οι εξαγωγικές επιχειρήσεις μπορούν να κατηγοριοποιηθούν από την μια, στις «νέες διεθνείς επιχειρήσεις» (international new vendors) μαζί με τις επιχειρήσεις που «γεννιούνται πολυεθνικές» (born globals) των οποίων το κύριο χαρακτηριστικό είναι ότι αρχίζουν και εξάγουν σε διάστημα μικρότερο των πέντε ετών από την ίδρυσή τους, και από την άλλη στις παραδοσιακές εξαγωγικές επιχειρήσεις οι οποίες θεωρούν ότι τα έξι χρόνια (ή και περισσότερα) είναι ένα καλό ορόσημο για την έναρξη των εξαγωγών τους (Navarro-Garcia, Schmidt, & Rey-Moreno, 2015).

2.2 Θεωρίες Διεθνούς Εμπορίου

Ίσως η κυριότερη δραστηριότητα που περιλαμβάνεται στον όρο εξωστρέφεια να είναι το διεθνές εμπόριο, το οποίο έχει σαν στόχο το αμοιβαίο όφελος των χωρών που ανταλλάσσουν αγαθά και υπηρεσίες. Το εμπόριο προσφέρει οφέλη επιτρέποντας στις χώρες να εξάγουν αγαθά χρησιμοποιώντας πόρους που τοπικά είναι σε αφθονία και να εισάγουν αγαθά η παραγωγή των οποίων απαιτεί την χρήση πόρων που είναι τοπικά σε έλλειψη. Είναι όμως και αρκετά διαδεδομένη η άποψη ότι το διεθνές εμπόριο μπορεί να γίνει επιζήμιο για μια χώρα από τη στιγμή που διαπιστώνονται διαφορές στην παραγωγικότητα ή τα επίπεδα μισθών. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα οι λιγότερο αναπτυγμένες χώρες να ανησυχούν ότι το άνοιγμα

των οικονομιών τους μπορεί να προκαλέσει αρνητικές επιπτώσεις αφού δεν θα μπορούν να ανταπεξέλθουν στον ανταγωνισμό, και οι τεχνολογικά αναπτυγμένες χώρες να ανησυχούν ότι το εμπόριο με χώρες όπου οι μισθοί είναι χαμηλοί, μπορεί να προκαλέσει μείωση της ευημερίας τους (Krugman, Obstfeld, & Melitz, 2015).

2.2.1. Μερκαντισμός

Το λεγόμενο δόγμα του «Μερκαντισμού» ή της «Εμποροκρατίας», επικράτησε από τον 16^ο έως τον 18^ο αιώνα και το χαρακτήριζε ο εθνικισμός και η έποψη πως οι σχεδιασμοί των οικονομικών δραστηριοτήτων θα πρέπει πρωτίστως να εξυπηρετούν τους σκοπούς του κράτους. Ως αποτέλεσμα αυτής της άποψης, η ανάπτυξη των εμπορικών σχέσεων με άλλα κράτη αντιμετωπιζόνταν με μεγάλο σκεπτικισμό.

Δεδομένου ότι ο πλούτος των κρατών εκείνη την εποχή οριζόταν από τις διαθέσιμες ποσότητες εντός των θησαυροφυλακίων, πολύτιμων μετάλλων όπως ο χρυσός και το ασήμι, η στάση αυτή διασφάλιζε ότι δεν απομακρύνονταν από την χώρα μέσω του διεθνούς εμπορίου. Δεν ήταν αποδεκτό να επιτραπεί στους ιδιώτες να ανταλλάσσουν εμπορεύματα με πολύτιμα μέταλλα και έτσι να μειωθεί ο πλούτος της χώρας. Και ενώ οι εισαγωγές αγαθών αποθαρρύνονταν, την ίδια στιγμή οι εξαγωγές ενθαρρύνονταν αφού επέτρεπαν την συσσώρευση πολύτιμων μετάλλων και την αύξηση του πλούτου της χώρας.

Η σχολή σκέψης των μερκαντιστών ξεπεράστηκε οριστικά μετά την εμφάνιση του Adam Smith και την έκδοση του βιβλίου του «Ο Πλούτος των Εθνών» που μπορεί να θεωρηθεί ορόσημο αφού έθεσε τα θεμέλια τη οικονομικής επιστήμης (Τσουνής, 2015).

2.2.2. Η Αρχή του Απόλυτου πλεονεκτήματος του Adam Smith

Η βασική αρχή της θεωρητικής προσέγγισης του Adam Smith (1776) ήταν η παραδοχή της ύπαρξης μιας «φυσικής αρμονίας» που υπάρχει ως αποτέλεσμα των αντικρουόμενων συμφερόντων που υπάρχουν εντός μιας κοινωνίας. Σε αυτή την θεωρία καταλυτική είναι η παρουσία του μηχανισμού της ελεύθερης αγοράς ο οποίος χωρίς περιορισμούς και κρατικές παρεμβάσεις και μόνο μέσω του κανόνα της προσφοράς και της ζήτησης, καταφέρνει να

μετασχηματίζει τα αντικρουόμενα αυτά συμφέροντα των διαφόρων οικονομικών οντοτήτων σε μια φυσική αρμονία συμφερόντων.

Μεταφέροντας την ίδια παραδοχή στο εμπόριο μεταξύ χωρών και εφόσον οι οικονομικές οντότητες αφεθούν να αποφασίσουν ελεύθερα και χωρίς κρατικές παρεμβάσεις τον τρόπο χρήσης του εισοδήματός τους, τότε το διεθνές εμπόριο είναι σε θέση να συμβάλει στην αύξηση της ευημερίας (ή τουλάχιστον δεν την μειώνει) των συμμετεχόντων χωρών. Αυτή η αύξηση της ευημερίας επιτυγχάνεται βάσει της αρχής του «απόλυτου πλεονεκτήματος κόστους» και τον διεθνή καταμερισμό της εργασίας, αφού μια χώρα λόγω κάποιων συνθηκών ή ειδικών ικανοτήτων, έχει την δυνατότητα να παράγει ένα συγκεκριμένο προϊόν με κόστος μικρότερο (λιγότερες μονάδες εργασίας) από ότι απαιτείται σε μια άλλη χώρα. Καταληκτικά, κάθε χώρα τείνει να εξειδικεύεται στην παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών για τα οποία έχει τεχνικά ή φυσικά πλεονεκτήματα (Τσουνής, 2015).

2.2.3. Η Αρχή του Συγκριτικού πλεονεκτήματος του David Ricardo

Όταν μια χώρα διαθέτει το απόλυτο πλεονέκτημα κόστους σε ένα αγαθό και μια άλλη χώρα διαθέτει το απόλυτο πλεονέκτημα κόστους σε ένα άλλο αγαθό, τότε είναι προφανές ότι και οι δύο χώρες ωφελούνται από το μεταξύ τους εμπόριο και αυξάνουν την ευημερία τους. Υπάρχει όμως και η περίπτωση μια χώρα να είναι πιο παραγωγική από μια άλλη σε όλους τους κλάδους παραγωγής και όχι μόνο σε έναν. Τότε, η θεωρία του διεθνούς εμπορίου συμπληρώνεται από την αρχή του «συγκριτικού πλεονεκτήματος» του David Ricardo (1821).

Συγκεκριμένα, μια χώρα μπορεί να θεωρηθεί ότι έχει «Συγκριτικό Πλεονέκτημα» στην παραγωγή ενός προϊόντος εάν το κόστος ευκαιρίας της παραγωγής σε αυτήν είναι χαμηλότερο από ότι σε μια άλλη. Ως «κόστος ευκαιρίας» για ένα προϊόν, θεωρείται η ποσότητα άλλων προϊόντων που πρέπει να εγκαταλειφθούν για να παραχθεί μια επιπλέον μονάδα του προϊόντος αυτού. Εάν για παράδειγμα μια χώρα είναι περισσότερο αποτελεσματική στο να παράγει προϊόντα υψηλής τεχνολογίας, είναι προτιμότερο να αποδεσμεύσει πόρους από έναν άλλο τομέα (π.χ. γεωργική παραγωγή) και να τους διαθέσει για την αύξηση της παραγωγής περισσότερων αγαθών τεχνολογίας. Μια άλλη χώρα που δεν είναι τόσο αποτελεσματική στην παραγωγή προϊόντων τεχνολογίας είναι προτιμότερο να ανακατευθύνει τους διαθέσιμους πόρους π.χ. στην γεωργική παραγωγή καλύπτοντας το κενό

που αφήνει η άλλη χώρα. Πρόκειται δηλαδή για αμοιβαία επωφελής διευθέτηση της παγκόσμιας παραγωγής και η κάθε χώρα εξειδικεύεται στην παραγωγή αγαθών που διαθέτει συγκριτικό πλεονέκτημα, μέρος των οποίων εξάγει ώστε να εισάγει άλλα αγαθά που δεν διαθέτει συγκριτικό πλεονέκτημα. (Τσουνής, 2015; Krugman, Obstfeld, & Melitz, 2015).

2.2.4. Η Νεοκλασική θεωρία Εμπορίου

Η θεωρία αυτή επικράτησε στην οικονομική σκέψη για περισσότερο από ογδόντα χρόνια έως και την δεκαετία το '60 χωρίς να έχουν πάψει οι προσπάθειες εμπειρικής επαλήθευσης της μέχρι και σήμερα.

Κύριοι εκπρόσωποι της σχολής των νεοκλασικών είναι οι Hechscher-Ohlin οι οποίοι ανέπτυξαν την «θεωρία της σχετικής αφθονίας παραγωγικών συντελεστών». Είναι μια θεωρία που βασίζεται στην αρχή πως το εμπόριο στηρίζεται και καθορίζεται από τις διαφορετικές διαθέσιμες ποσότητες παραγωγικών συντελεστών μεταξύ των χωρών. Αυτές οι διαφορές στις σχετικές ποσότητες των συντελεστών παραγωγής (σχετική επάρκεια ή ανεπάρκεια) ευθύνονται για τα διαφορετικά συγκριτικά κόστη. Κάποιες χώρες διαθέτουν επάρκεια κεφαλαίου με αποτέλεσμα να εξάγουν αγαθά εντάσεως κεφαλαίου, ενώ κάποιες άλλες χώρες με επάρκεια εργασίας εξάγουν αγαθά εντάσεως εργασίας. (Μελάς, 1987; Τσουνής, 2015).

Η κριτική του Leontief (1947) αποτελεί ίσως την πιο αντιπροσωπευτική κριτική στη νεοκλασική θεωρία. Ο Leontief διαπίστωσε ότι στις ΗΠΑ όπου το κεφάλαιο βρίσκονταν σε σχετική αφθονία, οι περισσότερες εξαγωγές αφορούσαν προϊόντα εντάσεως εργασίας και όχι εντάσεως κεφαλαίου όπως υποστηρίζει η νεοκλασική θεωρία. Σήμερα, παρά το γεγονός ότι θεωρείται μια καλά αρθρωμένη θεωρία, υπάρχει ανάγκη εγκατάλειψης βασικών προτάσεων της (Μελάς, 1987).

Στην θεωρία αυτή, το συγκριτικό πλεονέκτημα επηρεάζεται βεβαίως από την αλληλεπίδραση των πόρων (σχετική επάρκεια ή ανεπάρκεια) αλλά και την τεχνολογία παραγωγής η οποία είναι σε θέση να επηρεάσει την σχετική ένταση με την οποία χρησιμοποιούνται οι συντελεστές παραγωγής στην παραγωγή των διαφόρων προϊόντων (Krugman, Obstfeld, & Melitz, 2015).

2.3 Σύγχρονες θεωρίες Διεθνούς Εμπορίου

Τις τελευταίες δεκαετίες έχουν επικρατήσει νέες συνθήκες στο διεθνές εμπόριο οι οποίες υπαγορεύονται σε μεγάλο βαθμό από το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης. Η σύγχρονη οικονομία παρουσιάζει έντονη διασύνδεση με κύριο μηχανισμό διασύνδεσης το διαδίκτυο, μέσω του οποίου επιτυγχάνεται η ταχύτερη κυκλοφορία των πληροφοριών. Μεγάλη συμβολή στο φαινόμενο αυτό έχουν οι εξαγωγές των αγαθών από τις πολυεθνικές επιχειρήσεις καθώς και οι αποφάσεις των διοικήσεων τους για επενδύσεις εκτός εθνικών συνόρων, δηλαδή τις λεγόμενες άμεσες ξένες επενδύσεις (ΑΞΕ).

Πλέον, δεν είναι απαραίτητο για μια επιχείρηση πρώτα να μεγαλώσει και μετά να διεθνοποιηθεί, αλλά είναι συνηθισμένο μια επιχείρηση να γεννηθεί εξ αρχής παγκόσμια (όπως οι επιχειρήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου) υπερβαίνοντας τα όρια του χώρου και του χρόνου, αναλαμβάνοντας δραστηριότητες ταχύτατα και με μικρό κόστος. Από την άλλη πρέπει να υπογραμμιστεί ο διπλός ρόλος του διαδικτύου, το οποίο μπορεί από τη μια να επιτρέπει την ανάπτυξη και την διεθνοποίηση μικρών επιχειρήσεων, αλλά από την άλλη προσφέρει την δυνατότητα σε κάποιες άλλες να καταστούν μονοπώλια σε ολόκληρο των πλανήτη όπως για παράδειγμα οι μεγάλες εταιρείες τεχνολογίας (Clegg, Pitelis, Schweitzer, & Whittle, 2021).

2.3.1. Ο κύκλος ζωής των προϊόντων

Η θεωρία του Vernon (1966) «Ο Κύκλος ζωής του προϊόντος» υποστηρίζει ότι κάθε προϊόν περνάει από τρεις φάσεις, οι οποίες συνδέονται με την απόφαση για το που θα παράγεται το προϊόν ανάλογα με το στάδιο ζωής στο οποίο αυτό βρίσκεται:

- Στο πρώτο στάδιο (νέο προϊόν) η επιχείρηση διαθέτει το προϊόν της στην εγχώρια αγορά αφού υπάρχει η ανάγκη προσεκτικού ελέγχου και παρακολούθησης της αγοράς.
- Στο δεύτερο στάδιο (ώριμο προϊόν) το προϊόν προσεγγίζει το στάδιο της ωριμότητας, κάτι που σημαίνει ότι λιγότεροι αγοραστές της εγχώριας αγοράς προτίθενται να το αγοράσουν, ή το προϊόν θεωρείται τυποποιημένο πλέον, ή έχουν διοχετευτεί στην αγορά παρόμοια ανταγωνιστικά προϊόντα.

- Στο τρίτο στάδιο (τυποποιημένο προϊόν) οι δασμοί πιέζουν τις εξαγωγές και οι οικονομίες κλίμακας τείνουν να εξαντλούνται στο εσωτερικό, ταυτόχρονα η εξυπηρέτηση των ξένων αγορών γίνεται δυσκολότερη. Ένας τρόπος να ξεπεραστούν τα προβλήματα είναι η επέκταση σε νέες αγορές μέσω ΑΞΕ (Χρυσομαλλίδης, 2020).

2.3.2. Δύναμη επί της αγοράς

Η θεωρία του Hymer (1976) «Δύναμη επί της Αγοράς» βασίζεται στην παρατήρηση πως η επενδυτική δραστηριότητα μεταξύ χωρών εντάσεως κεφαλαίου είναι αυξημένη (π.χ. οι ΗΠΑ και το Ηνωμένο Βασίλειο). Το γεγονός αυτό δεν μπορούσε να εξηγηθεί επαρκώς από την νεοκλασική θεωρία (προσφορά-ζήτηση). Έτσι ο Hymer αποπειράθηκε να εξηγήσει τα κίνητρα των πολυεθνικών εταιρειών και εστίασε την έρευνα του στο μικροοικονομικό επίπεδο και όχι στο μακροοικονομικό περιβάλλον (Πιτέλης & Sugden, 2002).

Η επιχείρηση αντιμετωπίζεται ως το μέσο με το οποίο οι παραγωγοί αγαθών αυξάνουν την δύναμη τους στην αγορά. Κάνοντας την παραδοχή πως οι επιχειρήσεις αυξάνουν το μερίδιό τους στην εγχώρια αγορά μέσω επεκτάσεων στην παραγωγική τους δραστηριότητα ή συγχωνεύσεων με αποτέλεσμα την βιομηχανική συγκέντρωση και την αύξηση της δύναμης επί της αγοράς, με αποτέλεσμα την αύξηση των κερδών. Κάποια στιγμή όμως από ένα σημείο και πέρα είναι δύσκολο επιτευχθεί περαιτέρω συγκέντρωση, μια και δεν υπάρχουν παρά λίγες επιχειρήσεις και τότε τα κέρδη που προήλθαν από τον υψηλό βαθμό μονοπωλιακής δύναμης επενδύονται σε δραστηριότητες του εξωτερικού για να ακολουθηθεί μία παρόμοια διαδικασία συγκέντρωσης στις διεθνείς αγορές.

Βασική προϋπόθεση είναι η επιχείρηση να διαθέτει ένα καλά προσδιορισμένο πλεονέκτημα σε σχέση με τους άλλους ανταγωνιστές. Πιο συγκεκριμένα το πλεονέκτημα μπορεί να είναι ένα ή περισσότερα από τα εξής: οικονομική δύναμη, οικονομίες κλίμακας, διοικητικές δεξιότητες, τεχνογνωσία ή τεχνολογία, μονοπωλιακή δύναμη, διαφοροποίηση προϊόντος. Στην διαδικασία αυτή μπορεί να βοηθήσουν και τυχόν κρατικές πολιτικές όπως π.χ. η διεθνής νομική κατοχύρωση πνευματικών δικαιωμάτων με την επιχείρηση να αποκτά το προνόμιο της διαχείρισης ενός δημόσιου αγαθού όπως είναι η γνώση, ως ενδιάμεσο για την παραγωγική της διαδικασία.

2.3.3. Η εκλεκτική θεωρία

Η «εκλεκτική θεωρία» του Dunning (1973) περιλαμβάνει την ανάλυση τριών κύριων παραμέτρων και είναι γνωστή επίσης ως ΙΤΕ – «Ιδιοκτησία, Τοποθεσία, Εσωτερικοποίηση» (OLI-Owner-specific, Location-specific, Internalisation factors). Η θεωρία αυτή υποθέτει ότι οι επιχειρήσεις παίρνουν την απόφαση της μετατροπής τους σε πολυεθνικές εφόσον ικανοποιούνται οι παρακάτω προϋποθέσεις (Πιτέλης & Sugden, 2002):

- Ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (*Owner-specific*). Προσφέρει το πλεονέκτημα σε ότι αφορά την καινοτομία, τις διοικητικές δεξιότητες ή οργανωτικές και γενικά τη δυνατότητα να διαφοροποιηθεί σε σχέση με τον ανταγωνισμό.
- Πλεονεκτήματα τοποθεσίας (*Location-specific*). Παράγοντες γεωγραφικής θέσης είναι σε θέση να ενθαρρύνουν ή να αποθαρρύνουν την επέκταση της πολυεθνικής επιχείρησης. Ιδιαίτερα πλεονεκτήματα εγκατάστασης σε μια περιοχή, όπως χαμηλότερα έξοδα μεταφοράς, πιθανή γειτνίαση της επιχείρησης σε ευρύτερες αγορές ή ακόμα και η εύκολη πρόσβασή σε παραγωγικούς συντελεστές και σε πρώτες ύλες.
- Πλεονεκτήματα εσωτερικοποίησης (*Internalisation factors*). Δημιουργία θυγατρικών για εσωτερικοποίηση των συναλλαγών της αγοράς. Η επιχείρηση μπορεί να εκμεταλλευτεί οικονομίες κλίμακας ή φάσματος, έχει την δυνατότητα να ελαχιστοποιήσει τον επιχειρηματικό κίνδυνο και τέλος να διατηρήσει τον ποιοτικό έλεγχο της διαδικασίας παραγωγής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΗΣ ΕΓΧΩΡΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ

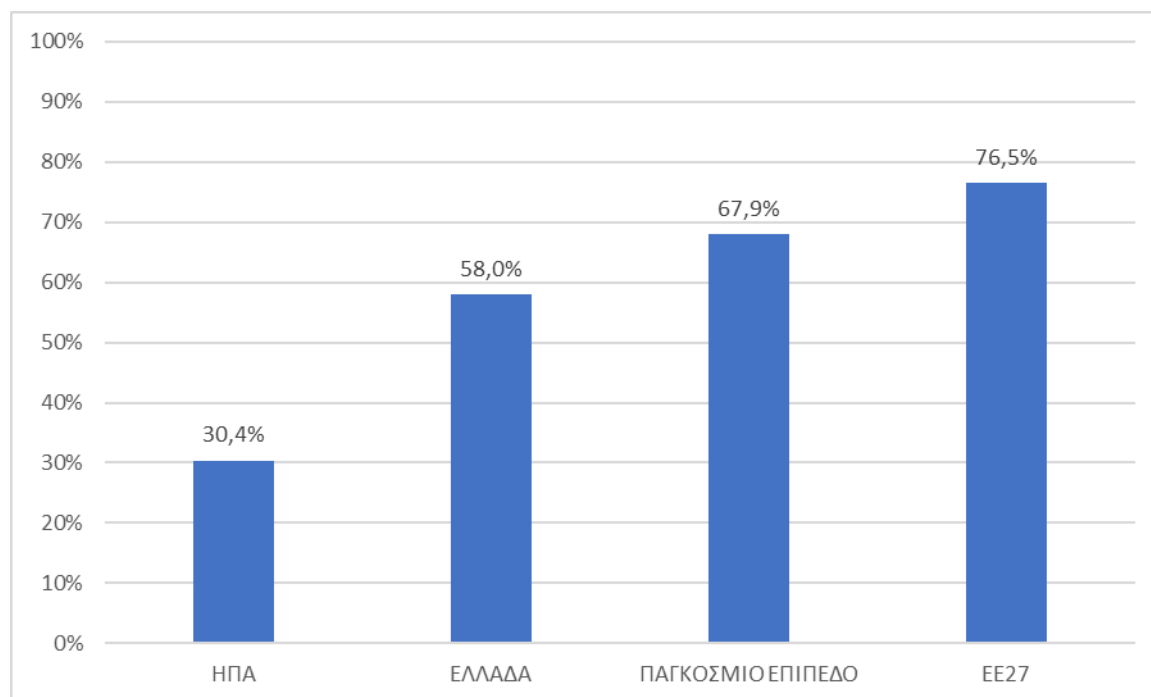
3.1 Συμμετοχή του διεθνούς εμπορίου στην συνολική οικονομία

Από τις αρχές του προηγούμενου αιώνα και μετά, έχει ξεκινήσει η ενίσχυση της σύνδεσης των εθνικών οικονομιών μεταξύ τους, και τώρα πλέον έχει φτάσει να είναι ποιο ισχυρή από ποτέ. Αυτή η σύνδεση επιτυγχάνεται και ενισχύεται από την ενίσχυση του διεθνούς εμπορίου προϊόντων και υπηρεσιών, των επενδύσεων από τη μια χώρα στην άλλη και την γενικότερη ροή χρήματος μεταξύ των εθνικών οικονομιών. Αυτή η ενισχυμένη σύνδεση έχει υποχρεώσει τους πολιτικούς αλλά και τους επιχειρηματικούς ηγέτες των χωρών να παρακολουθούν και να επηρεάζονται από γεγονότα και εξελίξεις που συμβαίνουν σε απομακρυσμένα σημεία του πλανήτη και τα οποία μπορεί να προκαλέσουν αλλαγές στο οικονομικό περιβάλλον (Krugman, Obstfeld, & Melitz, 2015).

Για να τονιστεί η σημασία των διεθνών οικονομικών σχέσεων, αρκεί μια ματιά στα βασικά στατιστικά στοιχεία του διεθνούς εμπορίου. Στα επόμενα γραφήματα παρουσιάζονται οι εξαγωγές και οι εισαγωγές σε παγκόσμιο επίπεδο, σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης των 27, καθώς και οι εξαγωγές και οι εισαγωγές των ΗΠΑ και της Ελλάδας την τελευταία δεκαπενταετία. Επιλέχθηκε να παρουσιαστεί η τελευταία δεκαπενταετία επειδή περιλαμβάνει μεταξύ άλλων δύο μεγάλες οικονομικές κρίσεις: την παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση του 2008 και τις οικονομικές επιπτώσεις της πανδημίας του COVID-19 που εμφανίστηκε το έτος 2019. Χρησιμοποιήθηκαν στοιχεία από την (Παγκόσμια Τράπεζα, 2022), από το (United States Census Bureau, 2022), από την (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2022) και την (ΕΛΣΤΑΤ, 2023).

Για κάποιες χώρες οι διεθνείς οικονομικές σχέσεις και το διεθνές εμπόριο έχουν μεγαλύτερη σημασία από ότι για κάποιες άλλες. Παράγοντες όπως το μέγεθος τους ή η ποικιλία των πόρων που διαθέτουν, μπορούν να τις υποχρεώσουν να στηρίζονται περισσότερο ή λιγότερο στο διεθνές εμπόριο και τις διεθνείς σχέσεις.

Σχήμα 1: Διεθνές εμπόριο ως ποσοστό του ΑΕΠ για το 2021



Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από (Παγκόσμια Τράπεζα, 2022), (United States Census Bureau, 2022), (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2022), (ΕΛΣΤΑΤ, 2023).

Όπως φαίνεται και στο παραπάνω σχήμα, για την Ευρωπαϊκή Ένωση των 27 οι διεθνείς οικονομικές σχέσεις και το διεθνές εμπόριο (εισαγωγές και εξαγωγές) είναι κρισιμότερης σημασίας απ' ό,τι για τον υπόλοιπο κόσμο, την Ελλάδα και πολύ περισσότερο από τις ΗΠΑ. Ειδικά για την Ελλάδα, μπορεί κανείς να υποθέσει ότι ενώ επιθυμεί την περαιτέρω ανάπτυξη του διεθνούς εμπορίου της, εντούτοις δεν τα έχει ακόμα καταφέρει να φτάσει στα επίπεδα την Ευρωπαϊκής Ένωσης στην οποία ανήκει. Αντίθετα, οι ΗΠΑ στηρίζονται πολύ λίγο στο διεθνές εμπόριο και αυτό μπορεί να εξηγηθεί από το ικανό μέγεθος της χώρας και την ποικιλία πόρων που διαθέτει.

Πίνακας 1: Άθροισμα εισαγωγών και εξαγωγών ως ποσοστό του ΑΕΠ για το 2021

	Αξία διεθνούς εμπορίου 2021 (Δις δολάρια)	Ποσοστό του ΑΕΠ
ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	65.297	67,9%
ΕΕ27	11.699	76,5%
ΗΠΑ	5.958	30,4%
ΕΛΛΑΔΑ	110	58,0%

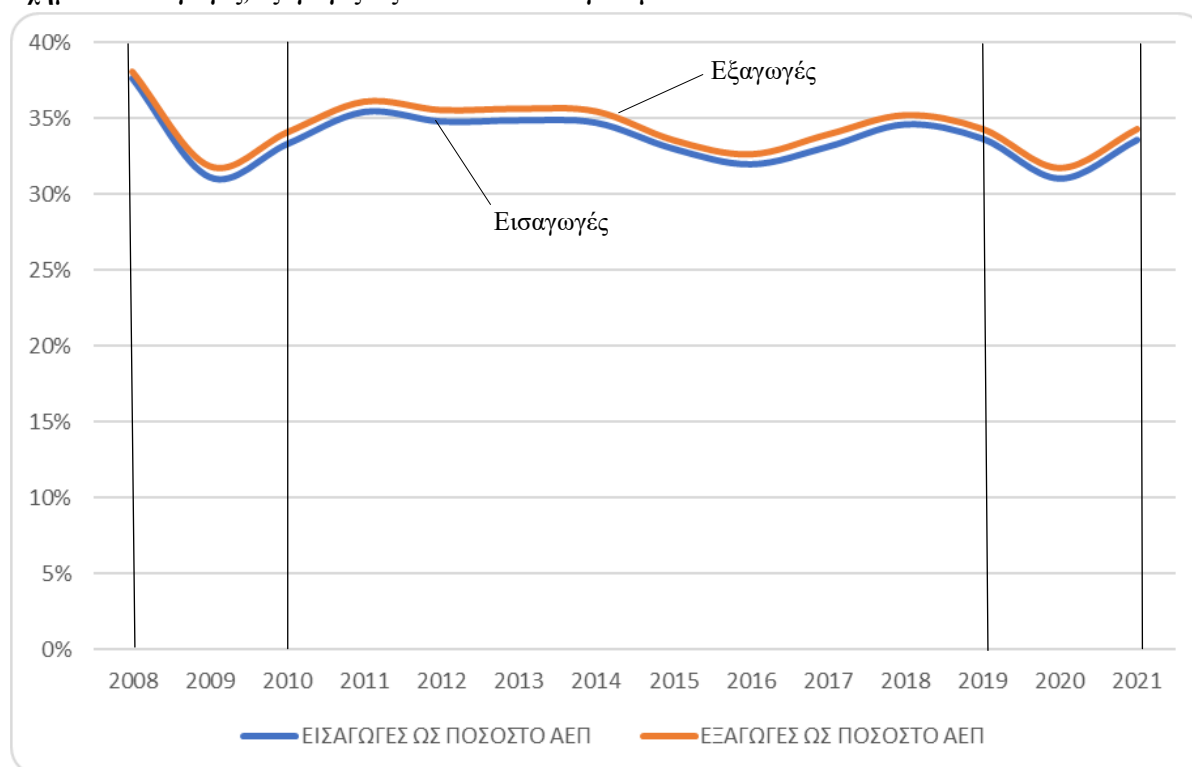
Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από (Παγκόσμια Τράπεζα, 2022), (United States Census Bureau, 2022), (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2022), (ΕΛΣΤΑΤ, 2023).

Η παραπάνω εικόνα όμως δεν είναι πλήρης εάν δεν διαχωριστεί η αξία των εισαγωγών από την αξία των εξαγωγών ώστε να φανεί εάν δημιουργείται έλλειμα στο ισοζύγιο πληρωμών.

3.2 Εισαγωγές και εξαγωγές σε παγκόσμιο επίπεδο

Εξετάζοντας τις εξαγωγές και τις εισαγωγές σε παγκόσμιο επίπεδο, φαίνεται να υπάρχει μια σχετική σταθερότητα αν και διακρίνεται μια ελαφρά φθίνουσα τάση την τελευταία δεκαετία. Επιπρόσθετα, φαίνεται στο γράφημα η σαφής ταυτόχρονη πτώση και των εξαγωγών και των εισαγωγών κατά την διάρκεια των διεθνών κρίσεων (χρηματοοικονομική κρίση [2008-2010] και πανδημία COVID-19 [2019-2021]).

Σχήμα 2: Εισαγωγές, εξαγωγές ως ποσοστό του παγκόσμιου ΑΕΠ



Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από (Παγκόσμια Τράπεζα, 2022)

Από τα αναλυτικά δεδομένα του επόμενου πίνακα, φαίνεται ότι σε παγκόσμιο επίπεδο το διεθνές εμπόριο χαρακτηρίζεται διαχρονικά από μεγαλύτερη αξία εξαγωγών έναντι των εισαγωγών, με αποτέλεσμα ένα θετικό εμπορικό ισοζύγιο. Οι εξαγωγές ως ποσοστό του παγκόσμιου ΑΕΠ υπερβαίνουν τις εισαγωγές κατά ένα ποσοστό που κυμαίνεται από +0,46% έως +0,84% την τελευταία δεκαετία. Μάλιστα, αυτό δεν άλλαξε ούτε κατά την διάρκεια των δύο οικονομικών κρίσεων του 2008 και 2019.

Πίνακας 2: Εισαγωγές, εξαγωγές ως ποσοστό του παγκόσμιου ΑΕΠ

Έτος	ΑΞΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ (τρικ. \$)	ΑΞΙΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ (τρικ. \$)	ΑΕΠ (τρικ. \$)	ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ (% του ΑΕΠ)	ΕΞΑΓΩΓΕΣ (% του ΑΕΠ)	ΔΙΑΦΟΡΑ (Εξαγωγές- Εισαγωγές)
2008	24,1	24,4	64,1	37,66%	38,12%	0,46%
2009	18,9	19,4	60,8	31,15%	31,90%	0,75%
2010	22,2	22,7	66,6	33,32%	34,12%	0,80%
2011	26,2	26,7	73,9	35,44%	36,15%	0,70%
2012	26,3	26,9	75,5	34,81%	35,60%	0,79%
2013	27,1	27,7	77,6	34,89%	35,68%	0,80%
2014	27,7	28,3	79,7	34,73%	35,51%	0,78%
2015	24,8	25,3	75,2	33,02%	33,61%	0,60%
2016	24,5	25,0	76,5	31,99%	32,68%	0,69%
2017	26,9	27,7	81,4	33,15%	33,99%	0,84%
2018	29,9	30,5	86,4	34,62%	35,26%	0,64%
2019	29,5	30,1	87,7	33,68%	34,35%	0,67%
2020	26,4	27,0	84,9	31,06%	31,78%	0,72%
2021	32,3	33,0	96,1	33,60%	34,35%	0,75%

Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από (Παγκόσμια Τράπεζα, 2022)

Επίσης, φαίνεται ότι το παγκόσμιο ΑΕΠ βαίνει συνεχώς αυξανόμενο την τελευταία δεκαπενταετία και από τα 64,1 τρισεκατομμύρια δολάρια το 2008, ανήλθε στα 96,4 τρισεκατομμύρια δολάρια το 2021. Εξαιρέση αποτελούν το έτος 2009 που ακολουθούν την χρηματοπιστωτική κρίση του 2008 καθώς και το έτος 2020 που ακολούθησε την πανδημία COVID-19, οπότε και παρατηρείται μείωση του ΑΕΠ αντί για αύξηση σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά.

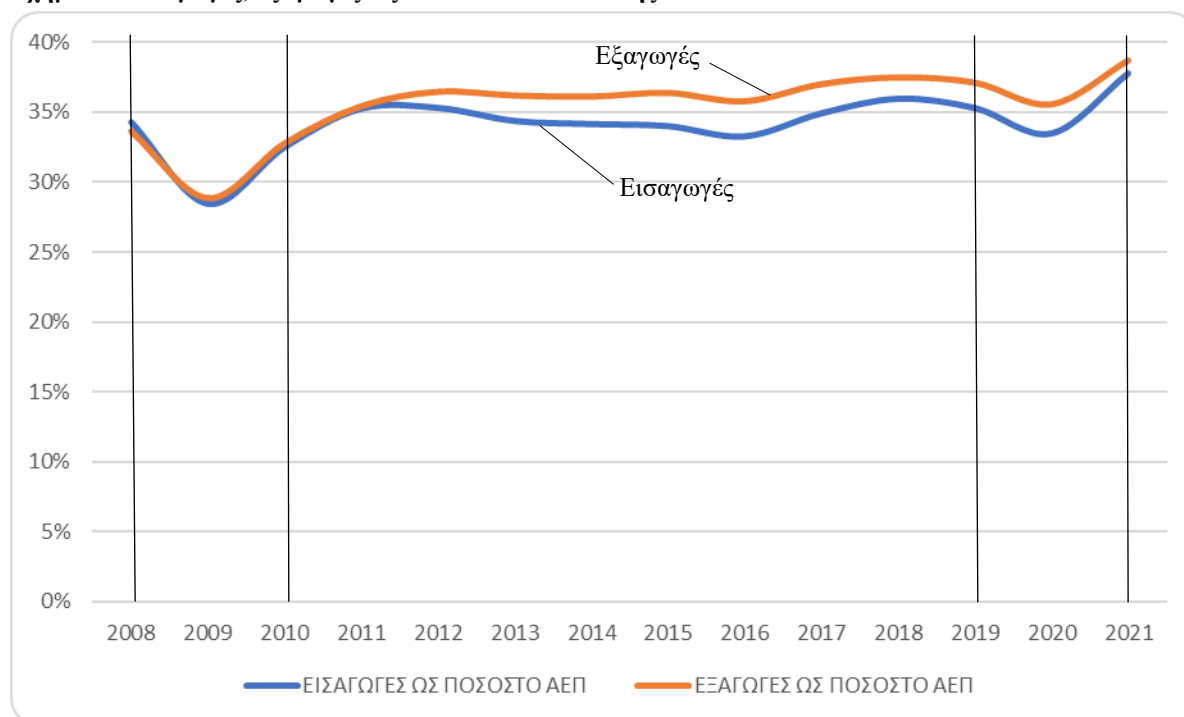
Ταυτόχρονα με την μείωση του ΑΕΠ, παρατηρείται και μείωση της αξίας των εισαγωγών και εξαγωγών τα έτη 2009 και 2020 σε παγκόσμιο επίπεδο. Πάντως είναι αξιοσημείωτο ότι σε καμία χρονιά την τελευταία δεκαπενταετία και σε καμία κρίση, οι εισαγωγές δεν κατάφεραν να ξεπεράσουν την αξία των εξαγωγών.

Τέλος, φαίνεται από τα υψηλά ποσοστά συμμετοχής των εισαγωγών και των εξαγωγών στο παγκόσμιο ΑΕΠ (τα οποία είναι της τάξης του 30%-40%) ότι το διεθνές εμπόριο έχει κατακτήσει πολύ μεγάλα μερίδια στη συνολική οικονομία.

3.3 Εισαγωγές και εξαγωγές σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης

Δεδομένου ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση είναι μια από τις μεγαλύτερες οικονομικές οντότητες σε παγκόσμιο επίπεδο, έχει ενδιαφέρον η μελέτη των διεθνών οικονομικών της σχέσεων. Αναφορικά με τις εισαγωγές και τις εξαγωγές που πραγματοποιεί, διακρίνεται μια αυξητική τάση τα τελευταία 15 χρόνια, η οποία διακόπτεται από τις δύο οικονομικές κρίσεις που μεσολαμβάνουν. Έτσι, τα έτη 2009 και 2020 που ακολουθούν την χρηματοοικονομική κρίση και την πανδημία COVID-19, φαίνεται στο γράφημα η σαφής πτώση των εισαγωγών και των εξαγωγών ταυτόχρονα.

Σχήμα 3: Εισαγωγές, εξαγωγές ως ποσοστό του ΑΕΠ της ΕΕ27



Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2022)

Από τα αναλυτικά δεδομένα του επόμενου πίνακα, φαίνεται ότι σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης το διεθνές εμπόριο χαρακτηρίζεται διαχρονικά από μεγαλύτερη αξία εξαγωγών έναντι των εισαγωγών, με αποτέλεσμα ένα θετικό εμπορικό ισοζύγιο για το σύνολο της

Ευρωπαϊκής Ένωσης. Εξαίρεση αποτελεί το έτος 2008 κατά το οποίο η αξία των εισαγωγών υπερβαίνει έστω και οριακά την αξία των εισαγωγών.

Τα υπόλοιπα έτη, οι εξαγωγές ως ποσοστό του παγκόσμιου ΑΕΠ υπερβαίνουν τις εισαγωγές κατά ένα ποσοστό που κυμαίνεται από +0,4% έως +2,5% την τελευταία δεκαπενταετία. Το γεγονός αυτό δεν άλλαξε ούτε κατά την διάρκεια των δύο οικονομικών κρίσεων του 2008 και 2019.

Πίνακας 3: Εισαγωγές, εξαγωγές ως ποσοστό του ΑΕΠ της ΕΕ27

Έτος	ΑΞΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ (δισ. €)	ΑΞΙΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ (δισ. €)	ΑΕΠ (δισ. €)	ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ (% του ΑΕΠ)	ΕΞΑΓΩΓΕΣ (% του ΑΕΠ)	ΔΙΑΦΟΡΑ (Εξαγωγές- Εισαγωγές)
2008	3.804	3.728	11.085	34,31%	33,63%	-0,7%
2009	3.012	3.054	10.588	28,45%	28,84%	0,4%
2010	3.571	3.598	10.980	32,52%	32,76%	0,2%
2011	3.997	4.014	11.328	35,29%	35,43%	0,1%
2012	4.027	4.156	11.396	35,34%	36,47%	1,1%
2013	3.961	4.168	11.516	34,40%	36,20%	1,8%
2014	4.026	4.256	11.782	34,17%	36,12%	2,0%
2015	4.156	4.445	12.215	34,02%	36,39%	2,4%
2016	4.177	4.491	12.549	33,29%	35,79%	2,5%
2017	4.569	4.839	13.075	34,95%	37,01%	2,1%
2018	4.871	5.074	13.533	35,99%	37,49%	1,5%
2019	4.952	5.204	14.019	35,33%	37,12%	1,8%
2020	4.510	4.789	13.461	33,50%	35,57%	2,1%
2021	5.493	5.622	14.524	37,82%	38,71%	0,9%

Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2022)

Επίσης, φαίνεται ότι το συνολικό ΑΕΠ της ΕΕ των 27, βαίνει συνεχώς αυξανόμενο την τελευταία δεκαπενταετία και από τα 11,1 τρισεκατομμύρια ευρώ το 2008, ανήλθε στα 14,5 τρισεκατομμύρια ευρώ το 2021. Εξαίρεση αποτελούν το έτος 2009 που ακολούθησε την χρηματοπιστωτική κρίση του 2008 καθώς και το έτος 2020 που ακολούθησε την πανδημία COVID-19, οπότε και παρατηρείται μείωση του ΑΕΠ αντί για αύξηση σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά.

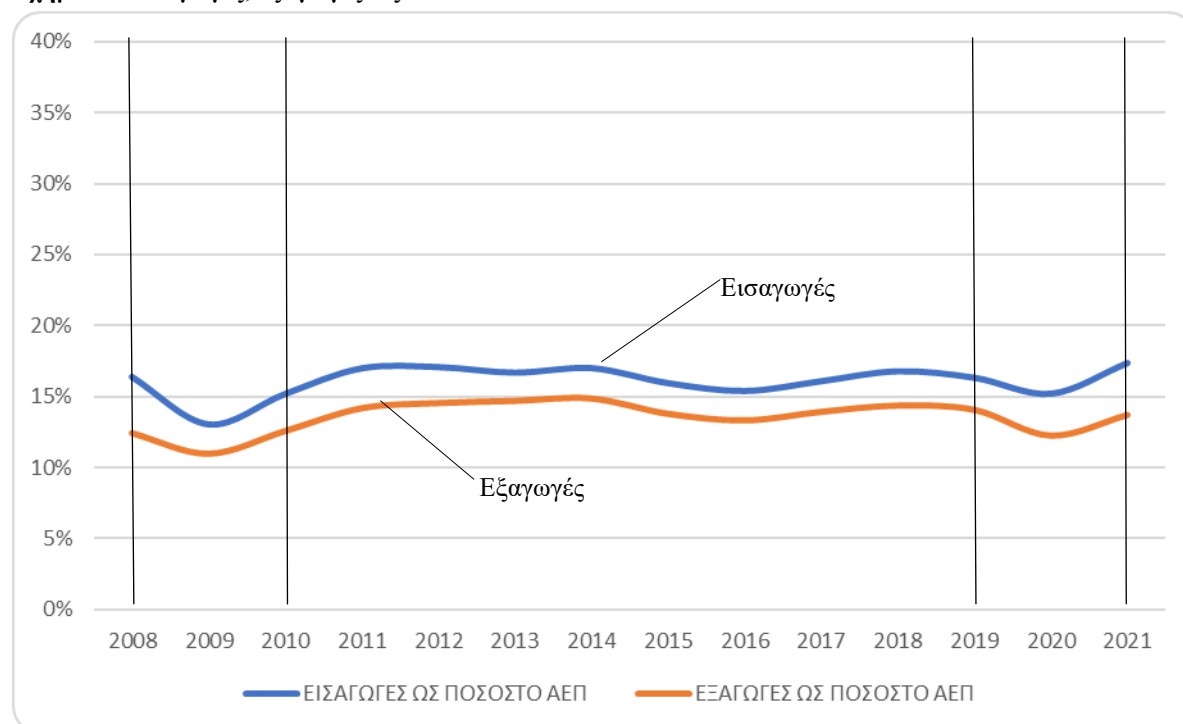
Ταυτόχρονα με την μείωση του ΑΕΠ, παρατηρείται και μείωση της αξίας των εισαγωγών και εξαγωγών τα έτη 2009 και 2020 σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Τέλος, φαίνεται από τα υψηλά ποσοστά συμμετοχής των εισαγωγών και των εξαγωγών στο συνολικό ΑΕΠ της ΕΕ των 27 (τα οποία είναι της τάξης του 30%-40%) ότι το διεθνές εμπόριο έχει κατακτήσει πολύ μεγάλα μερίδια στη συνολική οικονομία της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

3.4 Εισαγωγές και εξαγωγές στις ΗΠΑ

Οι ΗΠΑ είναι μια από τις ισχυρότερες οικονομίες εθνικές οικονομίες παγκοσμίως και κατά συνέπεια έχει ενδιαφέρον η μελέτη των διεθνών οικονομικών τους σχέσεων. Αναφορικά με τις εισαγωγές και τις εξαγωγές που πραγματοποιούν, διακρίνεται μια σταθερότητα τα τελευταία 15 χρόνια, η οποία διακόπτεται μόνο από τις δύο οικονομικές κρίσεις που μεσολαβούν. Έτσι, τα έτη 2009 και 2020 που ακολουθούν την χρηματοοικονομική κρίση και την πανδημία COVID-19, φαίνεται στο γράφημα η σαφής πτώση των εισαγωγών και των εξαγωγών ταυτόχρονα.

Σχήμα 4: Εισαγωγές, εξαγωγές ως ποσοστό του ΑΕΠ των ΗΠΑ



Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από (United States Census Bureau, 2022)

Από τα αναλυτικά δεδομένα του επόμενου πίνακα, φαίνεται ότι αντίθετα από την Ευρωπαϊκή Ένωση, στις ΗΠΑ το διεθνές εμπόριο χαρακτηρίζεται διαχρονικά από μεγαλύτερη αξία εισαγωγών έναντι των εξαγωγών, με αποτέλεσμα ένα αρνητικό εμπορικό ισοζύγιο για όλη την διάρκεια της δεκαπενταετίας 2008-2021. Η εικόνα αυτή δεν αντιστράφηκε ούτε κατά την διάρκεια των δύο οικονομικών κρίσεων του 2008 και 2019.

Πίνακας 4: Εισαγωγές, εξαγωγές ως ποσοστό του ΑΕΠ της ΕΕ27

Έτος	ΑΞΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ (δισ. \$)	ΑΞΙΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ (δισ. \$)	ΑΕΠ (δισ. \$)	ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ (% του ΑΕΠ)	ΕΞΑΓΩΓΕΣ (% του ΑΕΠ)	ΔΙΑΦΟΡΑ (Εξαγωγές- Εισαγωγές)
2008	2.562	1.850	15.643	16,38%	12,45%	-3,9%
2009	1.988	1.593	15.236	13,04%	11,00%	-2,0%
2010	2.375	1.872	15.649	15,18%	12,59%	-2,6%
2011	2.698	2.144	15.892	16,98%	14,20%	-2,8%
2012	2.773	2.247	16.254	17,06%	14,55%	-2,5%
2013	2.760	2.313	16.553	16,67%	14,71%	-2,0%
2014	2.877	2.393	16.932	16,99%	14,87%	-2,1%
2015	2.772	2.281	17.390	15,94%	13,81%	-2,1%
2016	2.720	2.241	17.680	15,39%	13,34%	-2,0%
2017	2.905	2.394	18.077	16,07%	13,94%	-2,1%
2018	3.121	2.542	18.609	16,77%	14,38%	-2,4%
2019	3.106	2.546	19.036	16,32%	14,08%	-2,2%
2020	2.813	2.159	18.509	15,20%	12,28%	-2,9%
2021	3.402	2.557	19.610	17,35%	13,72%	-3,6%

Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από (United States Census Bureau, 2022)

Στο εύλογο ερώτημα πως οι ΗΠΑ είναι σε θέση να πληρώνουν όλα αυτά τα απαιτούμενα εισαγόμενα αγαθά, η απάντηση μάλλον πρέπει να αναζητηθεί στα κεφάλαια που προέρχονται από τις υψηλές εισροές κεφαλαίου, με τα χρήματα δηλαδή που επενδύονται στις ΗΠΑ από κατοίκους του εξωτερικού, αναδεικνύοντας έτσι την άλλη πτυχή των αυξανόμενων διεθνών σχέσεων που βασίζονται στις σχέσεις μεταξύ των εθνικών αγορών κεφαλαίου (Krugman, Obstfeld, & Melitz, 2015).

Αξιοσημείωτο είναι επίσης ότι τα ποσοστά συμμετοχής των εισαγωγών και των εξαγωγών στο συνολικό ΑΕΠ των ΗΠΑ δεν είναι ιδιαίτερα υψηλά (είναι της τάξης του 11%-18%) που σημαίνει ότι το διεθνές εμπόριο είναι μεν σημαντικό για την εθνική οικονομία των ΗΠΑ,

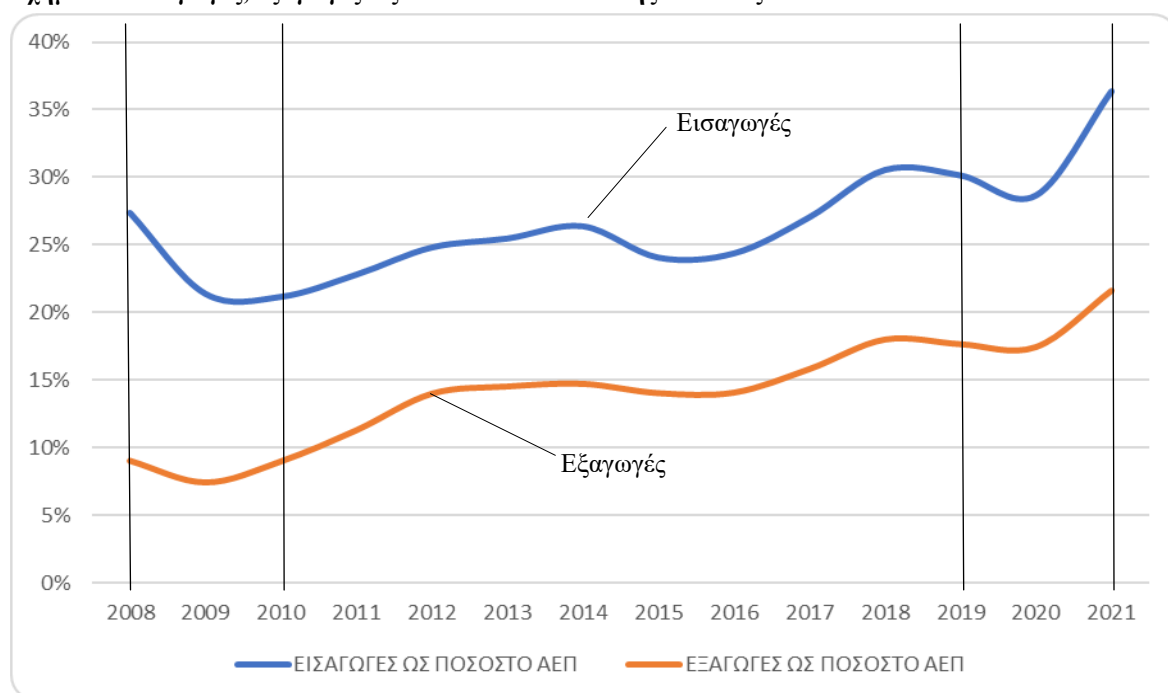
αλλά όχι στον βαθμό που ισχύει για παράδειγμα για την ΕΕ των 27 ή που ισχύει σε παγκόσμιο επίπεδο.

Επίσης, φαίνεται ότι το ΑΕΠ των ΗΠΑ, βαίνει συνεχώς αυξανόμενο την τελευταία δεκαπενταετία και από τα 15,6 τρισεκατομμύρια δολάρια το 2008, ανήλθε στα 19,6 τρισεκατομμύρια δολάρια το 2021. Εξάιρεση αποτελούν το έτος 2009 που ακολούθησε την χρηματοπιστωτική κρίση του 2008 καθώς και το έτος 2020 που ακολούθησε την πανδημία COVID-19, οπότε και παρατηρείται μείωση του ΑΕΠ αντί για αύξηση σε σχέση με την προηγούμενη χρονιά.

3.5 Εισαγωγές και εξαγωγές στην Ελλάδα

Αναφορικά με τις εισαγωγές και τις εξαγωγές που πραγματοποιεί η Ελλάδα, διακρίνεται μια συνεχής αυξητική τάση τα τελευταία 15 χρόνια, η οποία διακόπτεται από τις δύο οικονομικές κρίσεις που μεσολαμβάνουν. Έτσι, τα έτη 2009 και 2020 που ακολουθούν την χρηματοοικονομική κρίση και την πανδημία COVID-19, φαίνεται στο γράφημα η σαφής πτώση των εισαγωγών και των εξαγωγών ταυτόχρονα.

Σχήμα 5: Εισαγωγές, εξαγωγές ως ποσοστό του ΑΕΠ της Ελλάδας



Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από (ΕΛΣΤΑΤ, 2023)

Είναι όμως ορατή και η μεγάλη απόσταση που υπάρχει ανάμεσα στην γραμμή των εισαγωγών και των εξαγωγών η οποία είναι πολύ μεγαλύτερη σε σύγκριση με το παραπάνω γράφημα των ΗΠΑ που επίσης εμφανίζουν αρνητικό εμπορικό ισοζύγιο.

Με τα γραφήματα της ΕΕ των 27 και του παγκόσμιου εμπορίου, δεν τίθεται θέμα σύγκρισης, αφού σε αυτά η γραμμή των εισαγωγών είναι κάτω από την γραμμή των εξαγωγών υποδηλώνοντας θετικό εμπορικό ισοζύγιο.

Από τα αναλυτικά δεδομένα του επόμενου πίνακα, φαίνεται ότι στην Ελλάδα (όπως και στις ΗΠΑ) αντίθετα από την Ευρωπαϊκή Ένωση, το διεθνές εμπόριο χαρακτηρίζεται διαχρονικά από την κατά πολύ μεγαλύτερη αξία εισαγωγών έναντι των εξαγωγών, με αποτέλεσμα το εμπορικό ισοζύγιο της χώρας να είναι διαρκώς αρνητικό για όλη την διάρκεια της δεκαπενταετίας 2008-2021. Η εικόνα αυτή δεν αντιστράφηκε ούτε κατά την διάρκεια των δύο οικονομικών κρίσεων του 2008 και 2019.

Πίνακας 5: Εισαγωγές, εξαγωγές ως ποσοστό του ΑΕΠ της Ελλάδας

Έτος	ΛΕΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ (δισ. €)	ΛΕΙΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ (δισ. €)	ΑΕΠ (δισ. €)	ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ (% του ΑΕΠ)	ΕΞΑΓΩΓΕΣ (% του ΑΕΠ)	ΔΙΑΦΟΡΑ (Εξαγωγές- Εισαγωγές)
2008	66,3	21,9	242,0	27,4%	9,1%	-18,3%
2009	50,9	17,7	237,5	21,4%	7,5%	-14,0%
2010	47,5	20,2	224,1	21,2%	9,0%	-12,2%
2011	46,4	23,0	203,3	22,8%	11,3%	-11,5%
2012	46,8	26,4	188,4	24,8%	14,0%	-10,8%
2013	45,9	26,2	179,9	25,5%	14,6%	-10,9%
2014	46,8	26,2	177,2	26,4%	14,8%	-11,6%
2015	42,5	24,8	176,4	24,1%	14,1%	-10,0%
2016	42,6	24,6	174,5	24,4%	14,1%	-10,3%
2017	47,9	28,0	176,9	27,1%	15,9%	-11,2%
2018	54,9	32,4	179,6	30,6%	18,0%	-12,5%
2019	55,3	32,4	183,4	30,1%	17,7%	-12,5%
2020	47,4	28,9	165,4	28,7%	17,5%	-11,2%
2021	66,0	39,3	181,7	36,4%	21,6%	-14,7%

Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από Τράπεζα της Ελλάδος, 2022

Από τα δεδομένα προκύπτει ότι τα ποσοστά συμμετοχής των εισαγωγών και των εξαγωγών στο συνολικό ΑΕΠ της χώρας δεν είναι ιδιαίτερα υψηλά για τις εξαγωγές (7,5% έως 21,6%) αλλά είναι σχετικά υψηλά για τις εισαγωγές (21,2% έως 36,4%) που σημαίνει ότι το διεθνές εμπόριο είναι μεν σημαντικό για την εθνική οικονομία, αλλά όχι στον βαθμό που ισχύει για την ΕΕ των 27 ή σε παγκόσμιο επίπεδο.

Αξιοπρόσεκτη επίσης είναι μεγάλη απόσταση που χωρίζει την συμμετοχή των εισαγωγών στο ΑΕΠ σε σχέση με την συμμετοχή των εξαγωγών, με διαφορές που κυμαίνονται από 10% έως 18,3% υπέρ των εισαγωγών. Με τόσο σημαντικό ύψος εμπορικού ελλείματος, στο ερώτημα «πως η Ελλάδα πληρώνει όλα αυτά τα απαιτούμενα εισαγόμενα αγαθά;», η απάντηση πρέπει να αναζητηθεί στα κεφάλαια που προέρχονται από τις εισροές ταξιδιωτικού συναλλάγματος μαζί με τις άλλες δύο πηγές εισροής ξένου συναλλάγματος: το ναυτιλιακό και το μεταναστευτικό (Πανταζίδης, 1997).

Τέλος, φαίνεται ότι το ΑΕΠ της Ελλάδας βαίνει συνεχώς μειούμενο έως το 2016 οπότε και από τα 242 δισεκατομμύρια ευρώ το 2008, έπεσε στα 183,6 δισεκατομμύρια ευρώ. Ακολούθησε ελαφρά αυξητική πορεία έως το 2019 οπότε και ανήλθε σε 193 δισεκατομμύρια ευρώ, σημείωσε πτώση το 2020 λόγω των επιπτώσεων της πανδημίας COVID-19, και επανήλθε σε αυξητική πορεία το 2021 (191,2 δις €). Συνολικά πάντως την δεκαετία 2008-2021 το ΑΕΠ της Ελλάδας καταγράφει μείωση από τα 242 δις ευρώ στα 191 δις ευρώ που μεταφράζεται σε απώλεια 51 δισεκατομμυρίων ευρώ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΜΕΘΟΔΟΙ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΗΣ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ

4.1 Διάρθρωση εξωτερικού εμπορίου

Σε μια προσπάθεια να εξηγηθεί γιατί οι χώρες έχουν εκτεταμένες εμπορικές σχέσεις με άλλες, συγκεκριμένες χώρες αναπτύχθηκε μια εμπειρική σχέση που είναι γνωστή ως το «υπόδειγμα της βαρύτητας». Σύμφωνα με αυτό, το μέγεθος των οικονομιών δύο χωρών και η μεταξύ τους γεωγραφική απόσταση, είναι παράγοντες ικανοί να επηρεάσουν σημαντικά τον όγκο του εμπορίου μεταξύ τους, άρα και των εξαγωγών. Συγκεκριμένα, η αξία του εμπορίου ανάμεσα σε δύο χώρες είναι ανάλογη με το γινόμενο του ΑΕΠ τους και αντιστρόφως ανάλογη με την απόσταση που τις χωρίζει. Πήρε το όνομα της από τον γνωστό νόμο της βαρύτητας που είχε διατυπώσει ο Νεύτωνας, κατά τον οποίο η έλξη της βαρύτητας μεταξύ δύο σωμάτων είναι ανάλογη με την μάζα τους και μειώνεται όσο μεγαλώνει η απόσταση μεταξύ τους (Krugman, Obstfeld, & Melitz, 2015).

Πάντως, γενικά έχει παρατηρηθεί ότι το υπόδειγμα της βαρύτητας επαληθεύεται πολύ συχνά και αυτό γίνεται επειδή οι μεγάλες οικονομίες έχουν την τάση να δαπανούν πολύ μεγάλα ποσά για τις εισαγωγές τους δεδομένου ότι διαθέτουν και υψηλά εισοδήματα, ενισχύοντας έτσι τις εξαγωγές των άλλων χωρών. Επιπρόσθετα, λόγω της ικανότητας τους να παράγουν μεγάλη ποικιλία προϊόντων και αγαθών, είναι σε θέση να προσελκύουν τις δαπάνες των άλλων χωρών ώστε να πετυχαίνουν μεγάλο όγκο εξαγωγών. Έτσι παρατηρείται ότι οι χώρες με μεγάλες οικονομίες λειτουργούν ως πόλος έλξης για το διεθνές εμπόριο (Αλογοσκούφης, Η διάρθρωση του Διεθνούς Εμπορίου και το Υπόδειγμα της Βαρύτητας, 2012).

Διάφορες εκτιμήσεις που βασίζονται στο υπόδειγμα της βαρύτητας και εξετάζουν την επίδραση της απόστασης, υποστηρίζουν ότι εάν αυξηθεί η απόσταση που χωρίζει δύο χώρες κατά 1%, τότε το μεταξύ τους εμπόριο μειώνεται κατά 0,7%-1%. Φαίνεται δηλαδή ότι ο παράγοντας απόσταση συνεχίζει να είναι σημαντικός παρά το γεγονός ότι μετριάζεται η επίδραση του από την τεχνολογική εξέλιξη στις μεταφορές και τις επικοινωνίες (ταχύτερα μεταφορικά μέσα, βελτίωση οδικών και σιδηροδρομικών δικτύων, διαδίκτυο κ.λ.π.). Παρόλα αυτά πρέπει να τονιστεί ότι υπάρχουν και πολλοί άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν το εξωτερικό εμπόριο μεταξύ των χωρών όπως για παράδειγμα (Κωστελέτου, 2017;

Αλογοσκούφης, Η διάρθρωση του Διεθνούς Εμπορίου και το Υπόδειγμα της Βαρύτητας, 2012):

- Ύπαρξη ενδιάμεσων συνόρων. Όταν ανάμεσα σε δύο χώρες μεσολαβούν σύνορα και άλλων χωρών, προκύπτουν πολλές χρονοβόρες διαδικασίες που έχουν να κάνουν με ελέγχους, δασμούς, διαφορετικά νομίσματα κ.λ.π. Η ενιαία ευρωπαϊκή αγορά είναι μια σοβαρή προσπάθεια να ξεπεραστούν αυτά τα εμπόδια, αλλά στο εμπόριο με τρίτες χώρες τα προβλήματα παραμένουν.
- Γεωγραφία. Η ύπαρξη μεταφορικών υποδομών (λιμάνια, οδικά δίκτυα, σιδηροδρομικά δίκτυα, αεροδρόμια), το ανάγλυφο μιας χώρας (απουσία ορεινών όγκων) και η πρόσβαση σε θαλάσσιες μεταφορές είναι σε θέση να υποβοηθήσουν την ανάπτυξη του εξωτερικού εμπορίου με άλλες χώρες.
- Πολιτιστική/πολιτισμική συγγένεια. Η κοινή γλώσσα και οι ισχυροί πολιτισμικοί δεσμοί επίσης μπορεί να ενισχύσουν το εξωτερικό εμπόριο μεταξύ χωρών.
- Πολυεθνικές επιχειρήσεις. Η παρουσία αυτών των επιχειρήσεων σε πολλές διαφορετικές χώρες έχει σαν αποτέλεσμα την ανάπτυξη εμπορίου μεταξύ των τμημάτων του δικτύου τους, μέσω των συνεχών εισαγωγών ή/και εξαγωγών πρώτων υλών, ενδιάμεσων προϊόντων και τελικών προϊόντων.
- Διαφορές στην διάρθρωση των οικονομιών και στους πόρους που κατέχουν. Οι χώρες που δεν διαθέτουν για παράδειγμα ορυκτούς πόρους, εμφανίζουν μεγάλους όγκους εμπορίου με χώρες που παράγουν πετρέλαιο και φυσικό αέριο. Από την άλλη, η διαφορετική διάρθρωση για παράδειγμα της ελληνικής οικονομίας οδηγεί σε υψηλό όγκο εμπορίου με τις βιομηχανικές χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης ώστε να εισάγει τα βιομηχανικά προϊόντα που έχει ανάγκη.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι το διεθνές εμπόριο δεν εξαρτάται μόνο από το μέγεθος των οικονομιών και την απόσταση αλλά υπεισέρχονται και πολλοί άλλοι παράγοντες που καθιστούν το ζήτημα πολύ πιο σύνθετο.

Νεότερες θεωρητικές προσεγγίσεις αναδεικνύουν τον ρόλο παραγόντων όπως οι εξωτερικότητες, οι αύξουσες αποδόσεις κλίμακας και ο μονοπωλιακός ανταγωνισμός (Αλογοσκούφης, Διεθνής οικονομική, 2013).

Ο χαρακτήρας των διαρθρωτικών αλλαγών στο διεθνές εμπόριο και το ενδεχόμενο αυτές να επηρεάσουν τις χώρες διαφορετικά ανάλογα με το πρότυπο εξειδίκευσής τους, απασχόλησε πολλούς παρατηρητές από τη δεκαετία του 1950 και μετά. Κοινή διαπίστωση των θεωρητικών της οικονομίας είναι ότι η «δομή» έχει την σημασία της.

Αναλυτικότερα, η παραδοσιακή νεοκλασική θεωρία δεν έδινε μεγάλη σημασία στο εμπόριο, είτε στο εσωτερικό είτε στο εξωτερικό, ως παράγοντα προώθησης της ανάπτυξης. Όσον αφορά το εμπόριο, η λεγόμενη θεωρία αναλογίας παραγόντων υποστήριζε ότι υπήρχαν κάποια κέρδη από το εμπόριο μέσω της αυξημένης εξειδίκευσης σε τομείς χρησιμοποιώντας εντατικά τους παράγοντες με τους οποίους οι χώρες διέθεταν μεγαλύτερη εξειδίκευση. Η συνεισφορά όμως στην οικονομία από τα κέρδη του εμπορίου ήταν σχετικά μικρή με αποτέλεσμα να μην υπάρχει ουσιαστική δυναμική και προοπτική για την συγκεκριμένη οικονομία (Robson, 1987).

Οι κεϋνσιανές θεωρίες, αντίθετα, έδιναν μεγάλη σημασία στη σχέση μεταξύ εμπορίου και ανάπτυξης. Η εξαγωγική ζήτηση θεωρήθηκε ως αυτόνομη δύναμη που προώθησε την ανάπτυξη (μέσω διαφόρων πολλαπλασιαστών). Οτιδήποτε θα μπορούσε να αυξήσει τη ζήτηση εξαγωγών θα αύξανε επίσης την ανάπτυξη (Bhattacharya, 1995; Kaldor, 1970).

Ωστόσο, η σύνθεση των εξαγωγών έχει επίσης σημασία σύμφωνα με αυτή την προσέγγιση, επειδή οι συνθήκες ζήτησης τείνουν να είναι ευνοϊκότερες για ορισμένους τύπους προϊόντων από ό,τι για άλλους (Fazi & Salvadori, 1981).

Κατά συνέπεια, οι χώρες που τυχαίνει να παράγουν προϊόντα που έχουν μεγάλη ζήτηση διεθνώς ενδέχεται να επιτύχουν γρήγορους ρυθμούς ανάπτυξης, ενώ εκείνες που ειδικεύονται σε υστερούσες βιομηχανίες μπορεί να υποφέρουν (Thirlwall, 1979).

Η σχέση μεταξύ της εξειδίκευσης του εμπορίου και της ανάπτυξης έχει επίσης τονιστεί από πρόσφατες μελέτες που επικεντρώνονται στους ρόλους της έρευνας και ανάπτυξης, της μάθησης καθώς και της «αυξανόμενης απόδοσης σε κλίμακα» για την οικονομική ανάπτυξη (Lucas, 1988; Dosi, Pavvit, & Soete, 1990; Grossman & Helpman, 1991). Για παράδειγμα, ο Lucas (1988) υποθέτει μεγάλες διαφορές μεταξύ των τομέων όσον

αφορά το πεδίο της τεχνολογικής προόδου (μάθηση). Ως εκ τούτου, οι χώρες που ειδικεύονται στις τεχνολογικά προοδευτικές βιομηχανίες (βιομηχανία υψηλής τεχνολογίας) μπορεί να βιώσουν ταχύτερη ανάπτυξη από εκείνες που δεν το κάνουν. Έτσι, ακολουθώντας αυτή την προσέγγιση, η ικανότητα αλλαγής του προτύπου εξειδίκευσης προς τους τεχνολογικά πιο προοδευτικούς κλάδους εισέρχεται ως σημαντικός παράγοντας πίσω από τις οικονομικές επιδόσεις. Ωστόσο, λόγω του σωρευτικού χαρακτήρα της τεχνολογικής προόδου, τα υφιστάμενα πρότυπα εξειδίκευσης τείνουν να ενισχύονται με την πάροδο του χρόνου. Ως εκ τούτου, η αλλαγή του αποδεκτού προτύπου εξειδίκευσης μπορεί να μην είναι τόσο εύκολη (και μπορεί να απαιτήσει διάφορους τύπους παρεμβάσεων πολιτικής για να επιτύχει).

Ένα παρόμοιο συμπέρασμα μπορεί να εξαχθεί από την μελέτη των Grossman και Helpman η οποία τονίζει τη σημασία της έρευνας και ανάπτυξης των δευτερογενών επιπτώσεων για την ανάπτυξη και το εμπόριο. Οι χώρες που αφιερώνουν μεγάλο μέρος των πόρων τους στην έρευνα και την ανάπτυξη και οι χώρες με μεγάλες εγχώριες αγορές, θα είναι -σύμφωνα με αυτή την προοπτική- πιο πιθανό από άλλες να ειδικευτούν στη βιομηχανία υψηλής τεχνολογίας και να αναπτυχθούν ταχύτερα. Το αποτέλεσμα εξαρτάται επίσης από τη γεωγραφική εμβέλεια των δευτερογενών επιπτώσεων. Εάν οι δευτερογενείς επιπτώσεις είναι εθνικές και όχι παγκόσμιες, μπορεί να προκύψει μια κατάσταση «εγκλωβισμού», όπου μικρές αρχικές διαφορές οδηγούν σε απόκλιση των προτύπων εξειδίκευσης και ανάπτυξης. Όπως και στο μοντέλο Lucas που συζητήθηκε παραπάνω, πρόκειται για μια κατάσταση στην οποία οι παρεμβάσεις πολιτικής μπορεί να έχουν μεγάλο αντίκτυπο (Grossman & Helpman, 1991).

Εξωτερικότητα είναι ο όρος που χρησιμοποιείται από τους θεωρητικούς του νεοκλασικισμού για να περιγραφούν οι αποτυχίες της αγοράς. Όπως ήδη γνωρίζουμε το οικονομικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει κάθε κοινωνία αφορά την ανεπάρκεια των πόρων παραγωγής για την ικανοποίηση των αναγκών του ανθρώπου (οι οποίες είναι ανεξάντλητες). Η εξωτερικότητα λοιπόν είναι η αναγνώριση της αδυναμίας της οικονομίας στην αποτελεσματική κατανομή πλουτοπαραγωγικών πόρων με αποτέλεσμα να υπάρχει διαφοροποίηση στην ποσότητα διάθεσης ενός αγαθού. Για να επέλθει ισορροπία στην αγορά και να αντιμετωπισθούν οι εξωτερικότητες το κράτος χρειάζεται να παρέμβει. Οι

εξωτερικότητες κατηγοριοποιούνται σε θετικές και αρνητικές. Στην περίπτωση των αρνητικών εξωτερικοτήτων το κράτος επιβάλλει φόρους σε αγαθά με αρνητικές εξωτερικότητες και επιδοτεί αγαθά με θετικές εξωτερικότητες. Η παρέμβαση του κράτους αναφέρεται ως εσωτερικευση εξωτερικοτήτων και συμβαίνει όταν μία κυβέρνηση με τις πολιτικές της καθοδηγεί τους δύο πόλους της οικονομίας, νοικοκυριά και επιχειρήσεις, καταναλωτές και παραγωγούς αντίστοιχα στην λήψη δράσης (θετικής ή αρνητικής) όταν αντιλαμβάνονται την ύπαρξη εξωτερικοτήτων.

Ο νομπελίστας οικονομολόγος Ronald Coase (1910-2013) απέδειξε ότι υπάρχει η λύση της ιδιωτικοποίησης για την αντιμετώπιση των εξωτερικοτήτων. Πρότεινε ότι μπορεί η επιλογή της ιδιωτικής πρωτοβουλίας και συναλλαγής μπορεί να πραγματοποιηθεί χωρίς κόστος για την κοινωνία ώστε να μην υπάρχει αρνητική επίπτωση από την ύπαρξη εξωτερικοτήτων (Αλογοσκούφης, Η διάρθρωση του Διεθνούς Εμπορίου και το Υπόδειγμα της Βαρύτητας, 2012).

Αναφορικά με την εφαρμογή του μονοπωλιακού μοντέλου ανταγωνισμού στο εμπόριο η βασική ιδέα είναι ότι το διεθνές εμπόριο αυξάνει το μέγεθος της αγοράς . Σε κλάδους όπου ισχύει μονοπωλιακός ανταγωνισμός αναπτύσσονται οικονομίες κλίμακας και το μέσο κόστος μειώνεται. Το διεθνές εμπόριο δίνει την δυνατότητα ανάπτυξης μίας παγκόσμιας αγοράς μεγαλύτερης από κάθε εθνική αγορά αντιμετωπίζοντας ζητήματα όπως η ποικιλία των αγαθών που μπορεί να παράγει μια χώρα όσο και η κλίμακα της παραγωγής της, Οι πρακτικές του διεθνούς εμπορίου δίνουν δηλ. Την δυνατότητα αμοιβαίου οφέλους ακόμα και σε περιπτώσεις που οι χώρες δεν διαθέτουν συγκριτικό πλεονέκτημα είτε σε συντελεστές παραγωγής είτε σε φυσικούς πόρους (Βασιλειάδης, 2017).

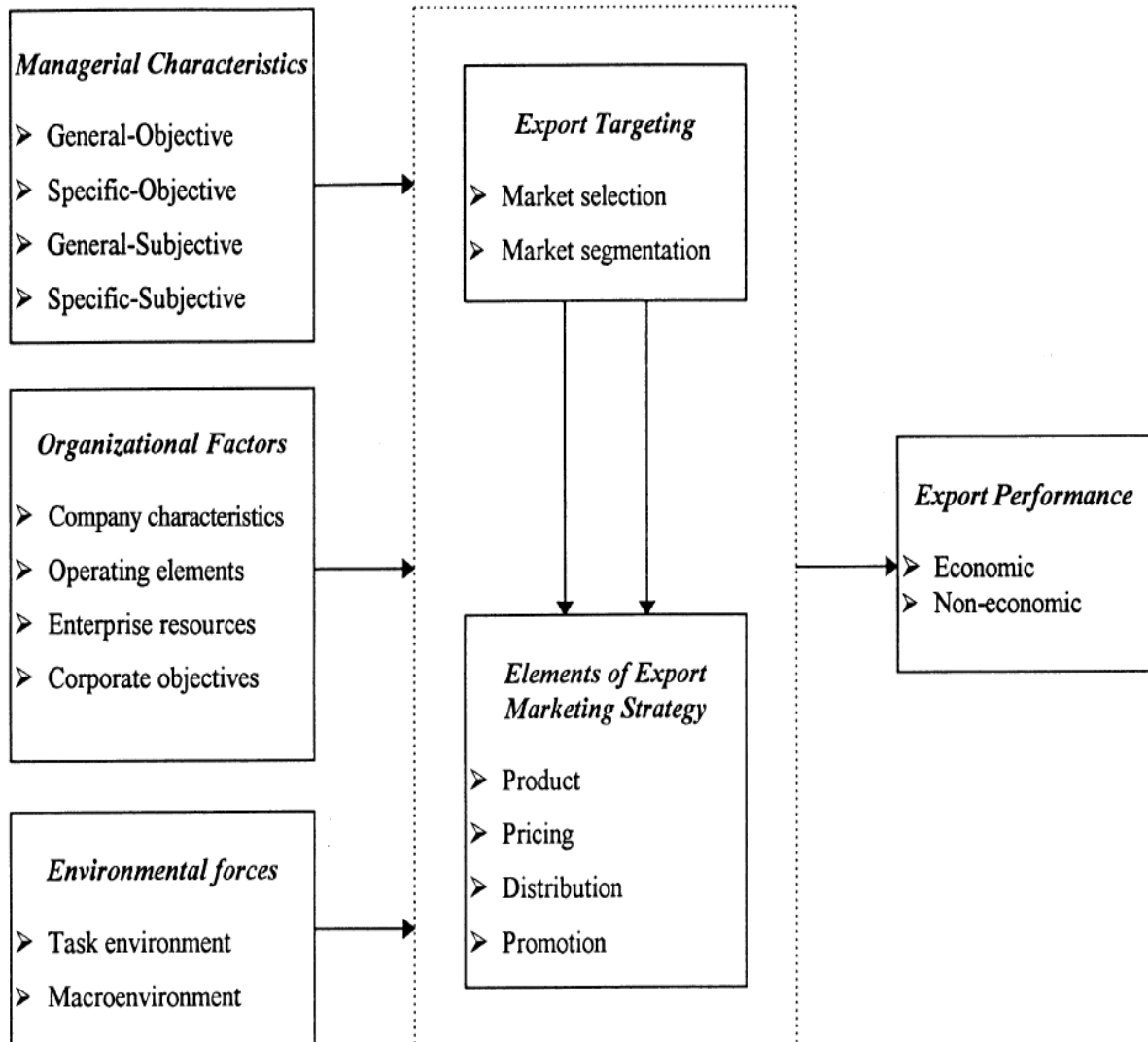
4.2 Καθοριστικοί παράγοντες της εξαγωγικής στρατηγικής των επιχειρήσεων

Ο εντοπισμός των παραγόντων της εξαγωγικής στρατηγικής των επιχειρήσεων που επηρεάζουν την απόδοση των εξαγωγών, έχει αποτελέσει αντικείμενο σημαντικής εμπειρικής έρευνας. Οι ερευνητές έχουν επικεντρωθεί σε πέντε κύριες ομάδες παραγόντων που ευθύνονται για την πορεία των εξαγωγών μιας επιχείρησης (Leonidou, Katsikeas, & Samiee, 2002):

- Managerial Characteristics - Διαχειριστικές ικανότητες και χαρακτηριστικά του υπευθύνου λήψης αποφάσεων όπως βιωματικά χαρακτηριστικά, συμπεριφορικά χαρακτηριστικά και άλλα προσωπικά χαρακτηριστικά.
- Organizational Factors - Οργανωτικές ικανότητες της επιχείρησης που σχετίζονται με τις εσωτερικές λειτουργίες, τους διαθέσιμους πόρους και τους στόχους της επιχείρησης.
- Environmental Forces - Εξωτερικοί, περιβαλλοντικοί παράγοντες της εγχώριας αγοράς αλλά και των διεθνών αγορών, όπως για παράδειγμα οι μακροοικονομικοί δείκτες.
- Export Targeting - Πρόγραμμα στόχευσης που περιλαμβάνει τον προσδιορισμό, την επιλογή και την τμηματοποίηση ή όχι των διεθνών αγορών.
- Export Marketing Strategy - Στρατηγική μάρκετινγκ που περιλαμβάνει το προϊόν προς εξαγωγή, την τιμολόγηση, τα δίκτυα διανομής και τις τακτικές προώθησης.

Η περαιτέρω ομαδοποίηση των παραπάνω παραγόντων μπορεί να οδηγήσει σε τρία σύνολα μεταβλητών στα οποία μπορεί να βασιστεί ένα απλοποιημένο μοντέλο απόδοσης των εξαγωγών μιας επιχείρησης: Οι διαχειριστικοί, οργανωτικοί και περιβαλλοντικοί παράγοντες επηρεάζουν την εξαγωγική στόχευση και το μείγμα μάρκετινγκ της επιχείρησης, που με τη σειρά τους επηρεάζουν την απόδοση των εξαγωγών.

Σχήμα 6: Απλοποιημένο μοντέλο απόδοσης εξαγωγών



Πηγή: (Leonidou, Katsikeas, & Samiee, 2002)

4.3 Προετοιμασία και οργάνωση της εξαγωγικής δραστηριότητας

Ίσως το πιο κρίσιμο στάδιο για την διεθνοποίηση μιας επιχείρησης είναι η προετοιμασία και οργάνωση της εξαγωγικής δραστηριότητας, αφού σε αυτό το στάδιο θα καθοριστεί η κατεύθυνση και η περαιτέρω εξέλιξη της επιχείρησης.

Αρχικά πρέπει να προσδιοριστούν οι παράγοντες που αφορούν την «στόχευση των εξαγωγών» (Leonidou, Katsikeas, & Samiee, 2002):

- Επιλογή αγοράς. Αφορά το πλήθος και τον τύπο των αγορών στις οποίες η επιχείρηση θα εξάγει τα προϊόντα/υπηρεσίες της. Φαίνεται ότι στην περίπτωση που οι εξαγωγές επικεντρώνονται σε μικρό αριθμό ξένων αγορών, παρατηρείται μια θετική συσχέτιση με την συνολική εξαγωγική απόδοση που θα μπορούσε να εξηγηθεί από την καλή γνώση της αγοράς, τον καλύτερο έλεγχο του δικτύου διανομής και την αύξηση των πωλήσεων μέσω των περισσότερο εστιασμένων προσπάθειών προώθησης. Όμως και στην περίπτωση που οι εξαγωγές κατευθύνονται σε μεγαλύτερο αριθμό χωρών, παρατηρείται επίσης μια θετική συσχέτιση με την συνολική εξαγωγική απόδοση η οποία σχετίζεται με το μεγαλύτερο μέγεθος της αγοράς και τον συνολικό όγκο εξαγωγών. Δεν είναι όμως ξεκάθαρο πια από τις δύο επιλογές είναι περισσότερο αποδοτική.
- Τμηματοποίηση της αγοράς. Δεδομένου ότι τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες μιας επιχείρησης δεν μπορεί να ικανοποιούν το σύνολο της αγοράς ή των αγορών, επιβάλλεται ο προσδιορισμός των τμημάτων εκείνων που θα επικεντρωθούν οι προσπάθειες των εξαγωγικών δραστηριοτήτων. Η τμηματοποίηση θα πρέπει να γίνεται με βάση γεωγραφικά, πολιτιστικά και άλλα κριτήρια από τα οποία θα προκύψουν ομοιογενείς ομάδες χωρών και στην συνέχεια να ακολουθήσει διαίρεση των εθνικών αγορών σε τμήματα πελατών που διαφέρουν ως προς την ανταπόκριση στις τεχνικές μάρκετινγκ. Παρατηρείται η ύπαρξη θετικής σχέσης ανάμεσα στην τμηματοποίηση της αγοράς και των εξαγωγικών επιδόσεων.

Στη συνέχεια προσδιορίζονται οι καθοριστικοί παράγοντες που αφορούν την «στρατηγική μάρκετινγκ», την οποία θα ακολουθήσει η επιχείρηση που δραστηριοποιείται στις διεθνείς αγορές.

Συγκεκριμένα, το εξαγωγικό μάρκετινγκ σημαίνει εξαγωγή αγαθών σε άλλες χώρες του κόσμου. Το εξαγωγικό μάρκετινγκ είναι πιο περίπλοκο από το μάρκετινγκ για την εγχώρια αγορά λόγω των διεθνών περιορισμών, του παγκόσμιου ανταγωνισμού, των χρονοβόρων διαδικασιών και διατυπώσεων κ.α.

Το εξαγωγικό μάρκετινγκ έχει ευρύτερη οικονομική σημασία καθώς προσφέρει διάφορα πλεονεκτήματα στην εθνική οικονομία. Προωθεί την οικονομική / επιχειρηματική / βιομηχανική ανάπτυξη για να κερδίσει ξένες ανταλλαγές και εξασφαλίζει τη βέλτιστη αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων. Κάθε χώρα αναλαμβάνει διάφορες πρωτοβουλίες πολιτικής για την προώθηση των εξαγωγών και για την ουσιαστική συμμετοχή στο παγκόσμιο μάρκετινγκ.

Τα κύρια χαρακτηριστικά του εξαγωγικού μάρκετινγκ είναι τα εξής.

1) Συστηματική Διαδικασία: Το εξαγωγικό μάρκετινγκ είναι μια συστηματική διαδικασία ανάπτυξης και διανομής αγαθών και υπηρεσιών σε υπερπόντιες αγορές. Ο διευθυντής εξαγωγικού μάρκετινγκ πρέπει να αναλάβει διάφορες δραστηριότητες μάρκετινγκ, όπως έρευνα μάρκετινγκ, σχεδιασμό προϊόντων, επωνυμία, συσκευασία, τιμολόγηση, προώθηση κ.λπ. Για την ανάληψη των διαφόρων δραστηριοτήτων εμπορίας, ο διευθυντής εξαγωγικού μάρκετινγκ πρέπει να συλλέγει τις σωστές πληροφορίες από τη σωστή πηγή ώστε να ληφθούν στρατηγικής σημασίας αποφάσεις

2) Επιχειρήσεις μεγάλης κλίμακας: Το εξαγωγικό μάρκετινγκ πραγματοποιείται σε μεγάλη κλίμακα, δίνεται δηλ. έμφαση στις μεγάλες παραγγελίες προκειμένου να επιτευχθούν οικονομίες κλίμακας τόσο στην παραγωγή όσο και στα δίκτυα διανομής αγαθών. Οι οικονομίες μεγάλης κλίμακας δίνουν την δυνατότητα στον εξαγωγέα να πετύχει ανταγωνιστικές τιμές στις εξωχώριες αγορές.

3) Κυριαρχία των πολυεθνικών εταιρειών: Το εξαγωγικό μάρκετινγκ κυριαρχείται από πολυεθνικές εταιρείες, από τις ΗΠΑ, την Ευρώπη και την Ιαπωνία γιατί είναι σε θέση να αναπτύξουν παγκόσμιες επαφές μέσω του δικτύου τους και να διεξάγουν επιχειρηματικές δραστηριότητες με λιγότερο κόστος. Οι επιχειρήσεις αυτές επιτυγχάνουν να παράγουν ποιοτικά προϊόντα σε μαζική κλίμακα με χαμηλό κόστος.

4) Εστίαση στον πελάτη - Το επίκεντρο του εξαγωγικού μάρκετινγκ είναι στον πελάτη. Ο εξαγωγέας χρειάζεται να προσδιορίσει τις ανάγκες και τις επιθυμίες των καταναλωτών και,

κατά συνέπεια, να σχεδιάσει και να αναπτύξει προϊόντα που ικανοποιούν αυτές. Η εστίαση στον πελάτη όχι μόνο θα φέρει υψηλότερες πωλήσεις στις υπερπόντιες αγορές, αλλά θα βελτιώσει επίσης και θα ενισχύσει την υπεραξία της εταιρείας.

5) Εμπορικοί φραγμοί: Το εξαγωγικό μάρκετινγκ έχει επιπρόσθετο κόστος από το εγχώριο μάρκετινγκ, γιατί ισχύουν διάφοροι εμπορικοί φραγμοί λόγω των προστατευτικών πολιτικών που ισχύουν στις χώρες. Δασμολογικοί και μη δασμολογικοί φραγμοί χρησιμοποιούνται από τις κυβερνήσεις των χωρών για τον περιορισμό των εισαγωγών ώστε να προστατευθεί η εγχώρια παραγωγή.

6) Εμπορικοί Συνασπισμοί: Το εξαγωγικό εμπόριο επηρεάζεται επίσης από εμπορικούς συνασπισμούς οι οποίοι σχηματίζονται από ορισμένα έθνη για αμοιβαίο όφελος και οικονομική ανάπτυξη. Τα μη μέλη αντιμετωπίζουν προβλήματα στις συναλλαγές με τα μέλη ενός εμπορικού συνασπισμού λόγω των κοινών εξωτερικών φραγμών που ισχύουν.

7) Τριπλός ανταγωνισμός: Στις εξαγωγικές αγορές, οι εξαγωγείς πρέπει να αντιμετωπίσουν τρεις μορφές ανταγωνισμού, δηλ. τους προμηθευτές των χωρών εξαγωγής, τους τοπικούς παραγωγούς της χώρας εισαγωγής και τους εξαγωγείς των ανταγωνιστικών χωρών.

8) Τεκμηρίωση: Το εξαγωγικό μάρκετινγκ υπόκειται σε διάφορα έγγραφα - διατυπώσεις. Οι εξαγωγικές διαδικασίες είναι ιδιαίτερα αυστηρές και απαιτούν διάφορα έγγραφα για να υποβληθούν σε διάφορες αρχές, όπως τελωνεία, προξενεία, κ.λ.π.

9) Κανονισμοί συναλλάγματος: Το εξαγωγικό εμπόριο υπόκειται σε κανονισμούς συναλλάγματος που επιβάλλονται από τις διαφορετικές χώρες. Οι κανονισμοί αυτοί αφορούν εισροές και εκροές που συνοδεύουν τις εξαγωγές περιορίζοντας την ελεύθερη κυκλοφορία των εμπορευμάτων μεταξύ των χωρών του κόσμου.

10) Marketing mix: το μείγμα μάρκετινγκ είναι εξίσου σημαντικό για τις εξαγωγές, χρειάζεται να γίνει συστηματική έρευνα για τις αγορές-στόχους, να επικοινωνηθεί σωστά το προϊόν με την σωστή τιμή, στο το σωστό μέρος και με το σωστό δίκτυο διανομής.

11) Διεθνής έρευνα μάρκετινγκ: Το εξαγωγικό μάρκετινγκ απαιτεί την υποστήριξη της έρευνας μάρκετινγκ με τη μορφή έρευνας αγοράς, έρευνας προϊόντων καθώς όπως ήδη αναλύσαμε ο ανταγωνισμός είναι ιδιαίτερα έντονος.

12) Διάδοση των κινδύνων: Το εξαγωγικό μάρκετινγκ βοηθά στην εξάπλωση των κινδύνων των επιχειρήσεων καθώς οι εξαγωγικές επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται σε πολλές υπερπόντιες αγορές. Εάν επηρεάζονται από κινδύνους (απώλειες) σε μια αγορά, μπορεί να είναι σε θέση να καταναείμουν τους επιχειρηματικούς κινδύνους λόγω της καλής απόδοσης από ορισμένες άλλες αγορές.

13) Φήμη: Το εξαγωγικό μάρκετινγκ «χτίζει» όνομα και θετική εικόνα στην εξαγωγική επιχείρηση. Επίσης, αποκτά αντίστοιχη φήμη και η χώρα προέλευσης των εξαγωγών. Η φήμη αυτή αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για την εξαγωγική επιχείρηση το οποίο λειτουργεί πολλαπλασιαστικά τόσο στην εγχώρια αγορά όσο και στην εξωτερική αγορά ενισχύοντας την αξιοπιστία της επιχείρησης και την αφοσίωση των καταναλωτών στο προϊόν και στην συγκεκριμένη εταιρεία.

Το μάρκετινγκ ορίζεται ως η χρήση όλων των πόρων μιας επιχείρησης για την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών με σκοπό το κέρδος. Η διαφορά μεταξύ εξαγωγικού μάρκετινγκ και εγχώριου μάρκετινγκ είναι απλώς ότι πραγματοποιείται πέρα από τα εθνικά σύνορα. Αυτό σημαίνει ότι οι εξαγωγείς πρέπει να αντιμετωπίσουν εμπόδια όπως την διαφορετική γλώσσα, τις πολιτικές πρακτικές, τη νομοθεσία και την κουλτούρα. Θα πρέπει επίσης να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα υλικότεχνικής υποστήριξης που αφορούν τις εξαγωγές. Το εξαγωγικό μάρκετινγκ περιλαμβάνει επίσης την προετοιμασία μιας οικονομικής πρότασης που θα προσελκύσει τον ξένο αγοραστή και πελάτη. Η προσφορά αυτή περιλαμβάνει ένα προϊόν που προσφέρεται σε μια συγκεκριμένη τιμή και το οποίο διατίθεται ή διανέμεται στον αλλοδαπό πελάτη. Ταυτόχρονα, η προσφορά κοινοποιείται ή προωθείται στον αγοραστή χρησιμοποιώντας ορισμένους διαύλους επικοινωνίας ή προώθησης ολοκληρώνοντας την στρατηγική μάρκετινγκ με το συγκεκριμένο μείγμα μάρκετινγκ (University of Mumbai, 2006).

4.4 Παράδειγμα εφαρμογής πολιτικής εξωστρέφειας στην Ελλάδα

Στο σημείο αυτό παραθέτουμε ως παράδειγμα εφαρμογής πολιτικής εξωστρέφειας την περίπτωση του Χονγκ Κονγκ, το οποίο παρουσιάζει σημαντικές ευκαιρίες ως επιλογή διεξαγωγής διεθνούς εμπορίου για τις ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις.

Σε συνέντευξη που έδωσε ο κ. Henry Tsoi, Αναπληρωτής Εκπρόσωπος του Hong Kong Economic and Trade Office και η κα Paula Kant, Head, Investment Promotion, Invest Hong Kong στην κα Βίκυ Μακρυγιάννη, Διευθύντρια Διεθνών Σχέσεων & Περιφερειακής Πολιτικής του Συνδέσμου Ελλήνων Βιομηχάνων (ΣΕΒ) καταγράψαμε τα κάτωθι συμπεράσματα.

Πρώτον, σύμφωνα με τον κ. Tsoi, το Χονγκ Κονγκ προσφέρει άφθονες ευκαιρίες σε εταιρείες και ταλέντα από το εξωτερικό, συμπεριλαμβανομένων εκείνων από την Ελλάδα σε διάφορους τομείς. Ειδικότερα, στο Χονγκ Κονγκ εφαρμόζεται ένα χαμηλό, απλό και ανταγωνιστικό φορολογικό σύστημα, με συνθήκες ανοιχτού ανταγωνισμού και υποδομές παγκόσμιας κλάσης. Επίσης, σύμφωνα με τελευταίες έρευνες, υπάρχουν 8.978 ηπειρωτικές κινεζικές και ξένες εταιρείες που ιδρύθηκαν στο Χονγκ Κονγκ (δηλαδή οι μητρικές τους εταιρείες βρίσκονται εκτός Χονγκ Κονγκ). Στρατηγικά τοποθετημένο στην καρδιά της Ασίας, το Χονγκ Κονγκ διαδραματίζει πρωταρχικό ρόλο ως πύλη μεταξύ Ανατολής και Δύσης, μπορεί δηλαδή να χρησιμοποιηθεί ως «σκαλοπάτι» για τις ελληνικές επιχειρήσεις που φιλοδοξούν να εξερευνήσουν την ταχέως αναπτυσσόμενη αγορά της ηπειρωτικής Κίνας, ιδιαίτερα την περιοχή Guangdong-Hong Kong-Macao Greater Bay Area (GBA) και την υπόλοιπη Ασία.

Επιπλέον, το Χονγκ Κονγκ ως σύγχρονο κράτος ενισχύει την ελεύθερη ροή κεφαλαίων, σε ένα καθεστώς ελεύθερου εμπορίου και επενδύσεων βασισμένο στην αρχή «μία χώρα, δύο συστήματα». Διαθέτει ισχυρή υποστήριξη από την ηπειρωτική Κίνα για την ανάπτυξη του ενώ παράλληλα αναπτύσσει στενούς δεσμούς με την παγκόσμια αγορά.

Όσον αφορά τις επενδύσεις των ελληνικών επιχειρήσεων στο Χονγκ Κονγκ δίνεται η δυνατότητα συνεργασιών στον τομέα των εξειδικευμένων επαγγελματικών υπηρεσιών, είτε πρόκειται για νομικές, οικονομικές, λογιστικές, υπηρεσίες διαχείρισης έργων ή συμβουλευτικές υπηρεσίες κ.λπ., με στόχο την ανάπτυξη και επέκταση των επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, λαμβάνοντας ως παράδειγμα τον κλάδο της ναυτιλίας και οι δύο χώρες έχουν

να επιδείξουν σημαντικές επενδύσεις και αξιοσημείωτα μεγέθη εταιρειών και κεφαλαίων. Πολλοί από τους κορυφαίους μεσίτες πλοίων στον κόσμο έχουν ιδρύσει γραφεία στο Χονγκ Κονγκ, όπως επίσης εταιρείες παροχών υπηρεσιών διαχείρισης πλοίων έχουν ως έδρα το Χονγκ Κονγκ. Το Χονγκ Κονγκ διαθέτει ένα σύμπλεγμα διεθνών εταιρειών θαλάσσιας ασφάλισης και υψηλή συγκέντρωση τραπεζών που παρέχουν επαγγελματικές υπηρεσίες χρηματοδότησης πλοίων για τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων. Στα τέλη Σεπτεμβρίου 2022, υπήρχαν 84 εξουσιοδοτημένοι ασφαλιστές πλοίων στο Χονγκ Κονγκ, εκ των οποίων οι 32 ήταν ξένοι ασφαλιστές, ενώ γνωστές τράπεζες ναυτιλιακής χρηματοδότησης, όπως η HSH Nordbank και η Credit Agricole, είχαν παρουσία στο Χονγκ Κονγκ. Τέλος, το Χονγκ Κονγκ είναι ένα διεθνές ναυτιλιακό νομικό κέντρο, που υποστηρίζεται από ένα διεθνώς αναγνωρισμένο νομικό σύστημα το οποίο εξειδικεύεται σε υποθέσεις διαιτησίας προσφέροντας ναυτιλιακές νομικές υπηρεσίες. Εκτός αυτού, το Χονγκ Κονγκ διαθέτει ένα προνομιακό φορολογικό σύστημα για επιχειρήσεις που σχετίζονται με τη ναυτιλιακή βιομηχανία. Ο κύριος Τσοί, στην συνέντευξη του προσκαλεί τις ελληνικές ναυτιλιακές εταιρείες και άλλες επιχειρήσεις να προτιμήσουν να δραστηριοποιηθούν στο Χονγκ Κονγκ, ώστε να λάβουν τα οφέλη από τις εξειδικευμένες επαγγελματικές υπηρεσίες που παρέχουν αλλά και για να αδράξουν την ευκαιρία επέκτασης των διεθνών συνδέσεων που τους παρέχει η συγκεκριμένη χώρα.

Επιπροσθέτως, η κα. Kant, τονίζει ότι το Χονγκ Κονγκ είναι μια ανοιχτή οικονομία που αγκαλιάζει ελληνικές και ξένες εταιρείες από όλο τον κόσμο. Η εγκατάσταση στο Χονγκ Κονγκ είναι σχετικά γρήγορη και εύκολη, το κόστος εγκατάστασης είναι χαμηλό και το συνολικό περιβάλλον ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις να ευδοκιμήσουν. Όσον αφορά τη φορολογία, το Χονγκ Κονγκ υιοθετεί μια αρχή εδαφικής πηγής φορολογίας δηλ. δεν υπάρχει φόρος επί των πωλήσεων ούτε φόρος προστιθέμενης αξίας. Επίσης, δεν υπάρχει παρακράτηση φόρου επί των μερισμάτων, των κεφαλαιουχικών κερδών και των τόκων, καθώς επίσης δεν επιβάλλεται φόρος ακίνητης περιουσίας.

Με μια ευρύτερη έννοια, το Χονγκ Κονγκ είναι η παγκόσμια πύλη σύνδεσης μεταξύ της ηπειρωτικής Κίνας, της Ασίας και των υπερπόντιων αγορών, συμπεριλαμβανομένης της Ελλάδας. Ως ελεύθερη οικονομία με υψηλό βαθμό συνδεσιμότητας, το Χονγκ Κονγκ είναι η παγκόσμια πόλη της Ασίας - ένα μέρος όπου επιχειρήσεις και talenta από την Ελλάδα και

όλο τον κόσμο έρχονται για να διερευνήσουν ευκαιρίες στην περιοχή και να αδράξουν την ευκαιρία να πετύχουν.

Η συμβουλή της κας Kant για τους Έλληνες επιχειρηματίες που ενδιαφέρονται να εξάγουν σε χώρες όπως το Χονγκ Κονγκ αφορά τις πολιτικές και τους περιορισμούς που υπάρχουν σε κάθε χώρα όσον αφορά το διεθνές εμπόριο. Σύμφωνα με την κα Kant το Χονγκ Κονγκ υποστηρίζει την πολιτική ελεύθερου εμπορίου και δεν επιβάλλει τελωνειακούς δασμούς στις εισαγωγές ή τις εξαγωγές. Οι τελωνειακές διαδικασίες και οι διαδικασίες αδειοδότησης, κατά περίπτωση, είναι απλές για τους εισαγωγείς/εξαγωγείς διευκολύνοντας σημαντικά την διεθνή επιχειρηματικότητα.

Το Χόνγκ Κόνγκ για να ενισχύσει το διεθνές εμπόριο με την Ευρωπαϊκή Ένωση διαθέτει Οικονομικό και Εμπορικό Γραφείο στις Βρυξέλλες το οποίο είναι υπεύθυνο για την προώθηση του Χονγκ Κονγκ στην Ευρώπη, συμπεριλαμβανομένων των διμερών σχέσεων μεταξύ Ελλάδας και Χονγκ Κονγκ. Όσον αφορά τους Έλληνες επιχειρηματίες, το Ελληνικό Εμπορικό Επιμελητήριο διατηρεί γραφείο στο Χονγκ Κονγκ καθώς και ιστοσελίδα με όλες τις σχετικές πληροφορίες www.greekcham.hk

(ΣΕΒ, 2023)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

5.1 Ελληνικό διεθνές εμπόριο

Όπως έχει ήδη αναφερθεί και παραπάνω στο 3^ο κεφάλαιο στην Ελλάδα, σε αντίθεση με την Ευρωπαϊκή Ένωση, το εξωτερικό εμπόριο χαρακτηρίζεται από την κατά πολύ μικρότερη αξία εξαγωγών έναντι των εισαγωγών, με αποτέλεσμα το εμπορικό ισοζύγιο της χώρας να είναι διαρκώς αρνητικό για όλη την διάρκεια της δεκαπενταετίας 2008-2021.

Πίνακας 6: Συνολική αξία εισαγωγών και εξαγωγών από/προς χώρες της ΕΕ και τρίτες χώρες

ΕΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ	ΑΞΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ ΑΠΟ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΕ	ΑΞΙΑ ΕΙΣΑΓΩΓΩΝ ΑΠΟ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΑΞΙΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	ΑΞΙΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΠΡΟΣ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΕ	ΑΞΙΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΤΡΙΤΕΣ ΧΩΡΕΣ
2008	65.528.262.626	34.586.326.278	30.941.936.348	21.227.704.509	11.740.016.635	9.487.687.874
2009	53.091.111.399	28.501.798.983	24.589.312.416	18.014.958.022	9.445.086.849	8.569.871.173
2010	49.648.399.902	25.863.509.339	23.784.890.563	21.161.226.989	10.550.306.381	10.610.920.608
2011	47.888.168.584	23.776.947.455	24.111.221.129	24.242.491.024	11.558.164.685	12.684.326.339
2012	47.966.691.921	21.563.727.971	26.402.963.950	27.478.389.165	11.330.426.553	16.147.962.612
2013	45.822.998.224	20.958.872.507	24.864.125.717	27.222.987.833	11.823.730.240	15.399.257.593
2014	46.695.220.555	22.057.438.812	24.637.781.743	27.085.481.728	12.123.370.041	14.962.111.687
2015	42.211.335.239	21.852.782.384	20.358.552.855	25.753.649.414	12.928.833.486	12.824.815.928
2016	42.317.819.186	22.925.917.762	19.391.901.424	25.445.760.008	13.257.060.778	12.188.699.230
2017	47.357.263.964	25.002.682.888	22.354.581.076	28.865.382.720	14.378.887.633	14.486.495.087
2018	54.119.701.376	27.088.991.338	27.030.710.038	33.471.360.766	16.479.827.077	16.991.533.689
2019	55.735.290.281	28.572.658.766	27.162.631.515	33.870.979.159	17.749.717.793	16.121.261.366
2020	48.953.806.168	27.975.021.499	20.978.784.669	30.800.214.102	17.703.888.231	13.096.625.871
2021	65.380.585.075	33.748.418.488	31.632.166.587	39.894.600.604	21.505.283.433	18.473.607.171

Πηγή: Πεξεργασμένα στοιχεία από (Enterprise Greece, 2022), (ΕΛΣΤΑΤ, 2023)

Από τον προηγούμενο πίνακα φαίνεται επίσης ότι το σύνολο των συναλλαγών (εισαγωγές + εξαγωγές) που αφορά το εξωτερικό εμπόριο αγαθών της Ελλάδας για το 2021, ανήλθε σε 105,3 δισεκατομμύρια ευρώ. Οι εξαγωγές αγαθών συνέχισαν να είναι μικρότερες από τις εισαγωγές δημιουργώντας ένα εμπορικό έλλειμμα 25,5 δισεκατομμυρίων ευρώ το οποίο πρέπει να καλυφθεί από τις εξαγωγές υπηρεσιών (ναυτιλία, τουρισμός, χρηματοοικονομικές υπηρεσίες κ.α.).

5.2 Ελληνικές εξαγωγές κατά χώρα προορισμού

Εξετάζοντας αρχικά τις επιδόσεις της Ελλάδας στις εξαγωγές την τελευταία δεκαπενταετία, και παρατηρώντας το ακόλουθο σχήμα 7, φαίνεται ότι αυτές επηρεάστηκαν από τις οικονομικές επιπτώσεις των κρίσεων του 2008 (χρηματοοικονομική κρίση) και του 2019 (πανδημία Covid-19).

Έτσι τα έτη 2009 και 2020 εμφανίζεται σαφής πτώση των εξαγωγών είτε προς τις χώρες της ΕΕ είτε προς τρίτες χώρες εκτός ΕΕ.

Επίσης, εάν εξαιρέσει κανείς τα έτη 2009 και 2020, παρατηρείται μια σχετικά ομαλή αυξητική πορεία των εξαγωγών προς τις χώρες της ΕΕ την τελευταία δεκαπενταετία, οι οποίες από 11,7 δις ευρώ το 2008 ανήλθαν σε 21,5 δις ευρώ το 2020 καταγράφοντας έτσι μια αύξηση της τάξης του 83,2%. Η ομαλή αυτή πορεία δικαιολογείται εν μέρει και από τον ευρωπαϊκό συντονισμό της πολιτικής διεθνούς εμπορίου και την δεδομένη απαλοιφή των διοικητικών και οικονομικών εμποδίων μεταξύ των κρατών μελών και εταίρων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, κάτι που δεν ισχύει απαραίτητα στο διεθνές εμπόριο με τρίτες χώρες.

Και η πορεία όμως των ελληνικών εξαγωγών προς τρίτες χώρες εκτός ΕΕ παρουσιάζει αυξητική πορεία με έντονα όμως σκαμπανεβάσματα, τα οποία μπορεί να οφείλονται σε διάφορους παράγοντες όπως οι εθνικές πολιτικές προστατευτισμού που εφαρμόζουν οι τρίτες χώρες, ο παγκόσμιος ανταγωνισμός, περιορισμοί εντός της Ελλάδας κ.ο.κ. Το διάστημα 2009-2012 για παράδειγμα, παρατηρείται μια πολύ έντονη αυξητική πορεία των εξαγωγών οι οποίες από 8,6 δις ευρώ φτάνουν τα 16,1 δισεκατομμύρια και διπλασιάζονται μέσα σε τέσσερα χρόνια. Αμέσως μετά ακολουθεί μια έντονη πτώση έως το 2016, έντονη αύξηση μέχρι το 2018 κ.ο.κ. Τελικά όμως, την τελευταία δεκαπενταετία, οι ελληνικές εξαγωγές προς τρίτες χώρες εκτός ΕΕ παρουσιάζουν θεματική αύξηση και από 9,5 δις ευρώ το 2008, ανέρχονται σε 18,5 δις ευρώ το 2021 καταγράφοντας έτσι μια αύξηση της τάξης του 94,7%.

Σχήμα 7: Ελληνικές Εξαγωγές την δεκαπενταετία 2008-2021

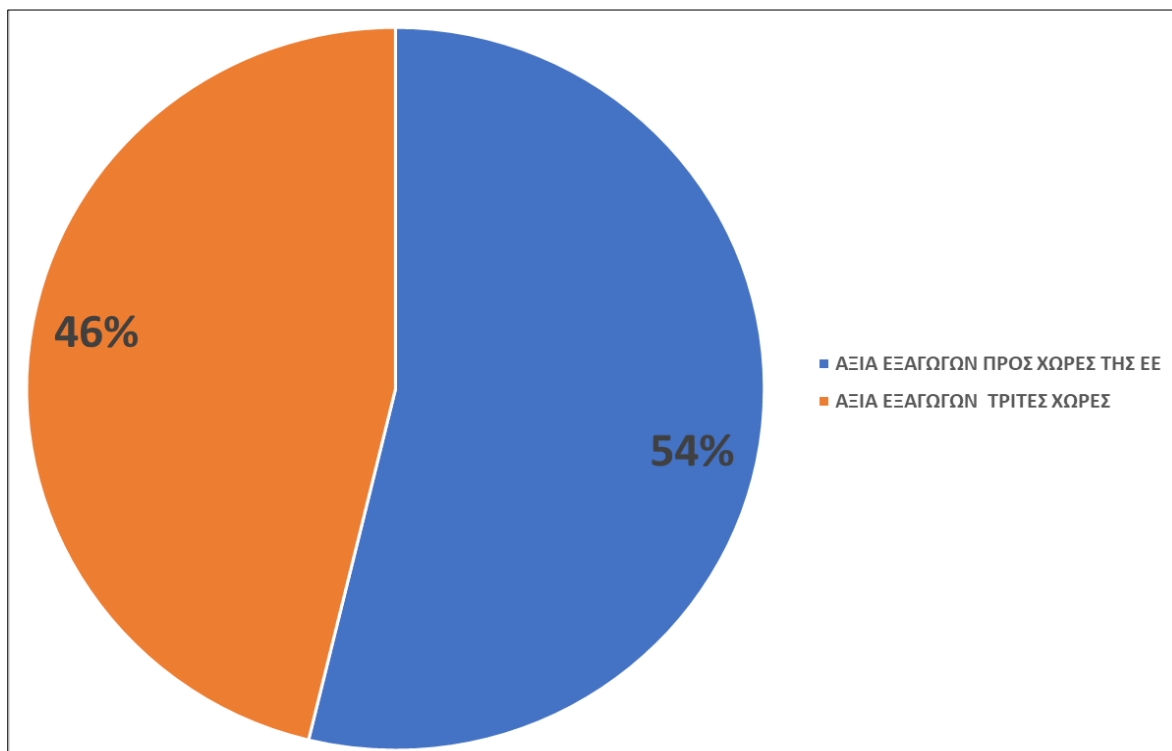


Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από (Enterprise Greece, 2022), (ΕΛΣΤΑΤ, 2023)

Εστιάζοντας τώρα στα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία του 2021, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ, η συνολική αξία των εξαγωγών για το 2021 ανήλθε στο ποσό των 39.894,6 εκατ. ευρώ, έναντι 30.800,2 εκατ. ευρώ κατά το 2020, παρουσιάζοντας σημαντική αύξηση 29,5%.

Φαίνεται ότι οι εξαγωγές που κατευθύνθηκαν προς τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ27) έφτασαν το 54%, έναντι 46% προς τρίτες χώρες, υπογραμμίζοντας το ειδικό βάρος της ΕΕ στο ελληνικό διεθνές εμπόριο.

Σχήμα 8: Εξαγωγές προς ΕΕ και τρίτες χώρες το 2021



Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από (Enterprise Greece, 2022), (ΕΛΣΤΑΤ, 2023)

Από τα δεδομένα του 2021, παρουσιάζονται στον επόμενο πίνακα οι ελληνικές εξαγωγές στους 30 πιο σημαντικούς εμπορικούς εταίρους από τις οποίες:

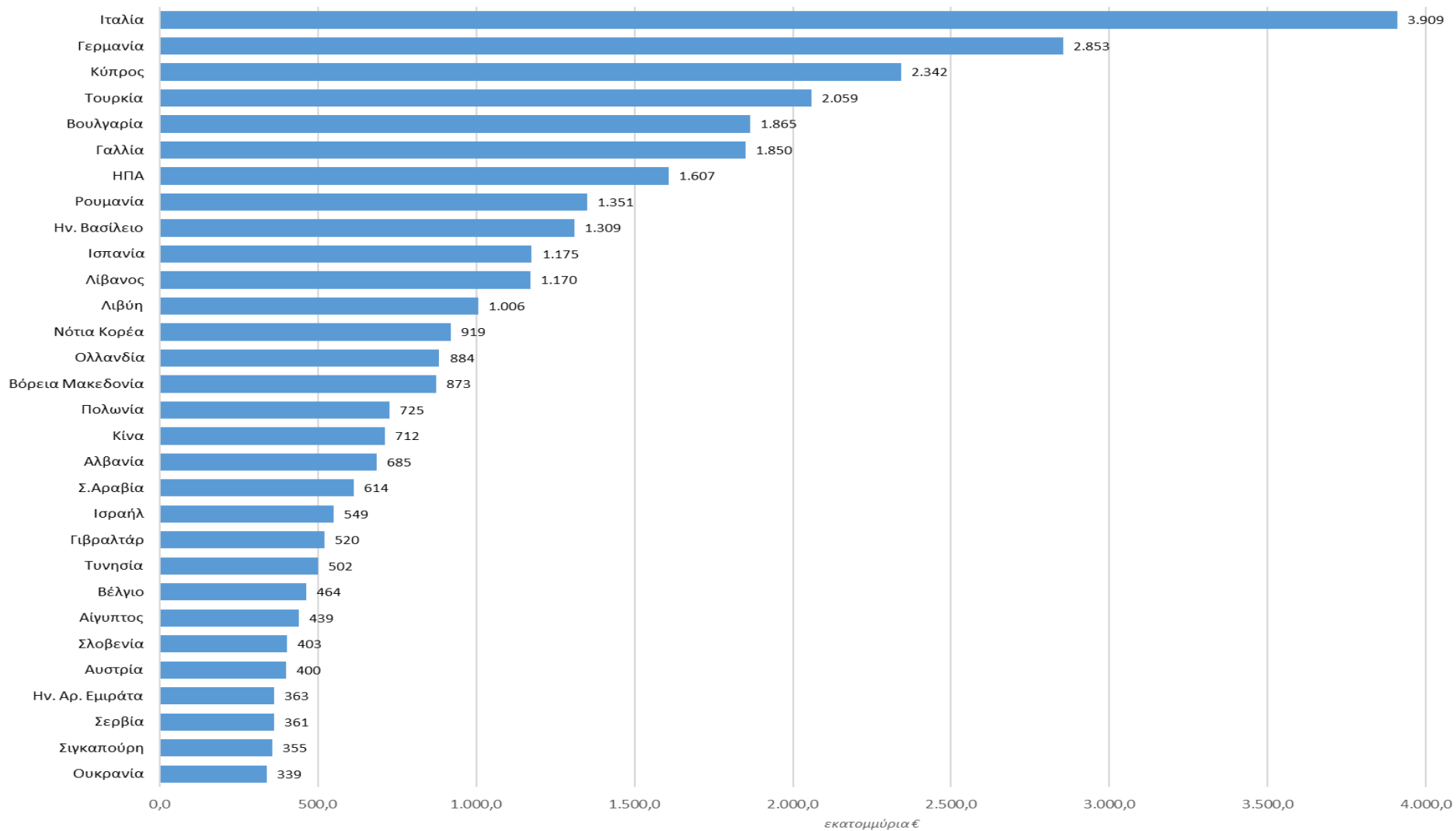
- 12 χώρες είναι κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης
- 4 χώρες είναι γείτονες της Ελλάδας (Τουρκία, Βόρεια Μακεδονία, Αλβανία, Σερβία)
- 3 χώρες έχουν μεγάλη οικονομία (ΗΠΑ, Κίνα, Ηνωμένο Βασίλειο)
- 5 χώρες διαθέτουν ενεργειακούς πόρους (πετρέλαιο, φυσικό αέριο)
- 6 χώρες απ' όλο τον κόσμο (Λίβανος, Νότια Κορέα, Ισραήλ, Γιβραλτάρ, Σιγκαπούρη, Ουκρανία)

Πίνακας 7: Ελληνικές εξαγωγές το 2021 στους 30 σημαντικότερους εταίρους

<i>A/A</i>	<i>Γεωγραφικές περιοχές</i>	<i>Αξία (εκ. €)</i>	<i>Ποσοστό</i>
1	Ιταλία	3.908,6	9,9%
2	Γερμανία	2.853,1	7,3%
3	Κύπρος	2.341,5	6,0%
4	Τουρκία	2.059,4	5,2%
5	Βουλγαρία	1.864,8	4,7%
6	Γαλλία	1.849,9	4,7%
7	ΗΠΑ	1.607,5	4,1%
8	Ρουμανία	1.351,0	3,4%
9	Ην. Βασίλειο	1.309,1	3,3%
10	Ισπανία	1.175,4	3,0%
11	Λίβανος	1.170,5	3,0%
12	Λιβύη	1.006,4	2,6%
13	Νότια Κορέα	918,5	2,3%
14	Ολλανδία	883,7	2,2%
15	Βόρεια Μακεδονία	872,6	2,2%
16	Πολωνία	725,2	1,8%
17	Κίνα	711,7	1,8%
18	Αλβανία	684,5	1,7%
19	Σ. Αραβία	613,9	1,6%
20	Ισραήλ	548,8	1,4%
21	Γιβραλτάρ	520,5	1,3%
22	Τυνησία	501,8	1,3%
23	Βέλγιο	463,9	1,2%
24	Αίγυπτος	438,7	1,1%
25	Σλοβενία	403,5	1,0%
26	Αυστρία	399,7	1,0%
27	Ην. Αρ. Εμιράτα	362,9	0,9%
28	Σερβία	361,2	0,9%
29	Σιγκαπούρη	355,4	0,9%
30	Ουκρανία	338,8	0,9%

Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από (Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγέων, 2022), (ΕΛΣΤΑΤ, 2023)

Σχήμα 9: Ελληνικές εξαγωγές το 2021 στους 30 σημαντικότερους εταίρους



Από τον κατάλογο των 30 σημαντικότερων εμπορικών εταίρων του 2021, προκύπτουν κάποια πρώτα συμπεράσματα όπως ότι:

- Πρώτος αποδέκτης των ελληνικών εξαγωγών είναι η Ιταλία με την αξία τους να φτάνει τα 3,9 δισεκατομμύρια ευρώ
- Προς τις σημαντικότερες 12 χώρες της ΕΕ που περιλαμβάνονται στον κατάλογο, κατευθύνονται εξαγωγές ύψους 18,2 δισεκατομμυρίων ευρώ
- Προς τις 4 χώρες - γείτονες της Ελλάδας, κατευθύνονται εξαγωγές ύψους 3,9 δισεκατομμυρίων ευρώ
- Προς τις 5 χώρες - εξαγωγείς πετρελαίου και φυσικού αερίου, κατευθύνονται εξαγωγές ύψους 2,9 δισεκατομμυρίων ευρώ
- Παρά το μεγάλο μέγεθος της οικονομίας των χωρών ΗΠΑ, Κίνας και Ηνωμένου Βασιλείου, κατευθύνονται εξαγωγές ύψους μόνο το 3,6 δισεκατομμύρια ευρώ συνολικά και για τις 3 χώρες.

Σε μια προσπάθεια να εξηγηθεί η παραπάνω κατάταξη των χωρών και γιατί οι Ιταλία και η Γερμανία είναι οι σημαντικότεροι εμπορικοί εταίροι της Ελλάδας, εξετάζεται το «υπόδειγμα της βαρύτητας» του διεθνούς εμπορίου που αναφέρθηκε παραπάνω στο κεφάλαιο 4. Για τον σκοπό αυτό φτιάχτηκε ένας πίνακας με τις δέκα (10) χώρες προς τις οποίες κατευθύνεται ο μεγαλύτερος όγκος των ελληνικών εξαγωγών (το 48,7%) και προστέθηκαν οι στήλες με το ΑΕΠ της κάθε χώρας καθώς και η απόσταση της πρωτεύουσας της από την Αθήνα.

Όπως φαίνεται στον επόμενο πίνακα που προέκυψε, η σημαντικότερη χώρα για τις ελληνικές εξαγωγές είναι η Ιταλία, η οποία έχει μια από τις μεγαλύτερες οικονομίες στην Ευρώπη και ταυτόχρονα γειτνιάζει με την Ελλάδα (η απόσταση των 1.053 χλμ αφορά την Αθήνα – Ρώμη). Παρόμοιες συνθήκες ισχύουν για την Γερμανία η οποία είναι η μεγαλύτερη οικονομία της Ευρώπης, και βρίσκεται σε σχετικά κοντινή απόσταση από την Ελλάδα.

Επιπρόσθετα, και οι δύο αυτές χώρες ανήκουν στην Ευρωπαϊκή Ένωση γεγονός που περιορίζει σημαντικά τα εμπόδια των ενδιάμεσων συνόρων, διαθέτουν εξαιρετικά μεταφορικά δίκτυα και φυσικά διαθέτουν πολλές πολυεθνικές επιχειρήσεις οι οποίες εξάγουν είτε ενδιάμεσα είτε τελικά προϊόντα μέσω της Ελλάδας.

Πίνακας 8: Κατάλογος χωρών με τις μεγαλύτερες επιδόσεις των ελληνικών εξαγωγών, το ΑΕΠ και τις αποστάσεις

Γεωγραφικές περιοχές		Αξία εξαγωγών (εκ. €)	Ποσοστό	ΑΕΠ 2021 (δισ \$)	Απόσταση (χλμ)
1	Ιταλία	3.908,6	9,9%	2.099,9	1.053
2	Γερμανία	2.853,1	7,3%	4.223,1	1.803
3	Κύπρος	2.341,5	6,0%	27,7	918
4	Τουρκία	2.059,4	5,2%	815,3	820
5	Βουλγαρία	1.864,8	4,7%	80,3	525
6	Γαλλία	1.849,9	4,7%	2.937,5	2.099
7	ΗΠΑ	1.607,5	4,1%	22.996,1	8.273
8	Ρουμανία	1.351,0	3,4%	284,1	744
9	Ην. Βασίλειο	1.309,1	3,3%	3.186,9	2.395
10	Ισπανία	1.175,4	3,0%	1.425,3	2.374

Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από (Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγέων, 2022), (ΕΛΣΤΑΤ, 2023), (Παγκόσμια Τράπεζα, 2022)

Χώρες με μεγάλες οικονομίες και μικρές σχετικά αποστάσεις είναι επίσης η Τουρκία, η Γαλλία, η Ρουμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Ισπανία και είναι λογικό να βρίσκονται στην πρώτη δεκάδα των χωρών προς τις οποίες οδηγείται ο μεγαλύτερος όγκος των ελληνικών εξαγωγών.

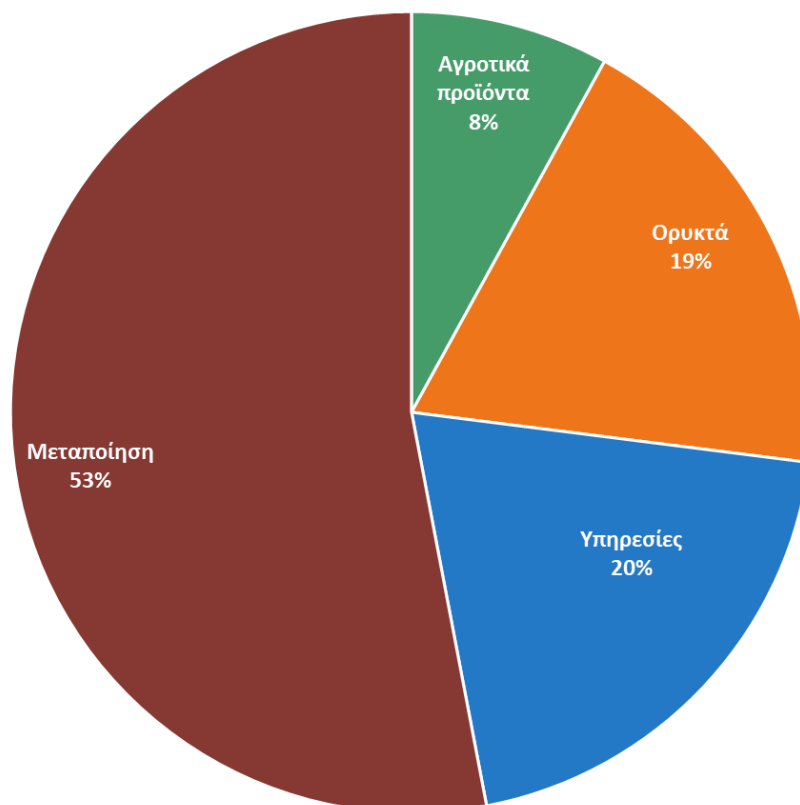
Επίσης, δικαιολογείται η παρουσία των ΗΠΑ στον κατάλογο, αφού πρόκειται για έναν οικονομικό γίγαντα, ο οποίος ανεξαρτήτως αποστάσεων είναι σε θέση να απορροφήσει μεγάλο όγκο ελληνικών εξαγωγών. Το αξιοσημείωτο είναι ότι στην δεκάδα δεν υπάρχει η Κίνα (βρίσκεται στην 17^η θέση) παρά την επίσης μεγάλη οικονομία που διαθέτει.

Τέλος, με το υπόδειγμα της βαρύτητας εξηγείται ικανοποιητικά και το γεγονός της ανάπτυξης δυσανάλογα μεγάλου όγκου εξωτερικού εμπορίου μεταξύ της Ελλάδας και χωρών με μικρές οικονομίες όπως η Κύπρος και η Βουλγαρία, οι οποίες όμως βρίσκονται σε κοντινές αποστάσεις. Επιπρόσθετα, στην περίπτωση της Κύπρου παίζει ρόλο και η πολιτισμική συγγένεια των δύο χωρών, η κοινή γλώσσα και η γεωγραφία (θαλάσσια σύνδεση).

5.3 Ελληνικές εξαγωγές κατά προϊόν

Τα προϊόντα τα οποία εμπορεύονται οι χώρες μεταξύ τους είναι κυρίως μεταποιημένα προϊόντα, ορυκτά και καύσιμα, αγροτικά προϊόντα και υπηρεσίες. Επειδή το εμπόριο των αγροτικών προϊόντων είναι κρίσιμο για την σίτιση κάθε χώρας, στο παρελθόν είχε κυρίαρχο ρόλο, κάτι που δεν ισχύει σήμερα και πλέον αντιπροσωπεύει μικρό μέρος της αξίας του παγκόσμιου εμπορίου. Τα ορυκτά αφορούν κυρίως τις εξαγωγές πετρελαίου και άλλων καυσίμων, ενώ τα μεταποιημένα (βιομηχανικά) προϊόντα καταλαμβάνουν με διαφορά το μεγαλύτερο ποσοστό παγκοσμίως (Krugman, Obstfeld, & Melitz, 2015):

Σχήμα 10: Η σύνθεση του διεθνούς εμπορίου το 2011

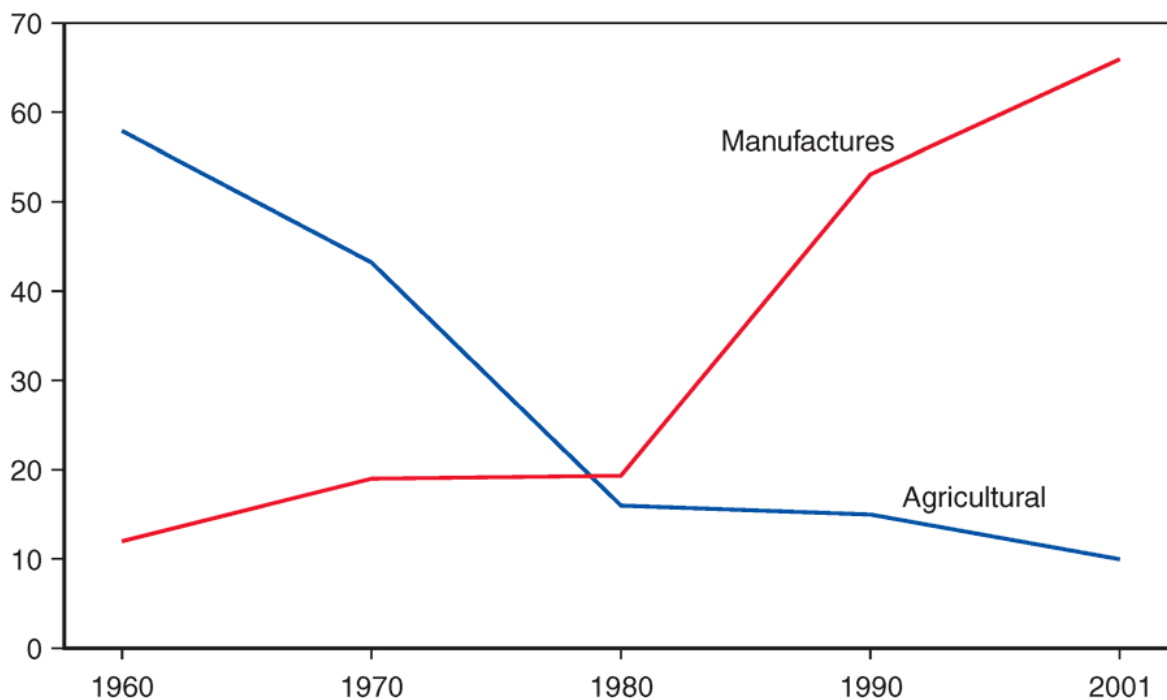


Πηγή: (Krugman, Obstfeld, & Melitz, 2015)

Η αλλαγή στο διεθνές εμπόριο ώστε να κυριαρχήσουν τα μεταποιημένα προϊόντα έναντι των αγροτικών και των ορυκτών, είναι σχετικά πρόσφατη και συντελέστηκε από την δεκαετία του 1970 και μετά οπότε και ξεκίνησε η αύξηση των εξαγωγών μεταποιημένων προϊόντων από τις αναπτυσσόμενες χώρες προς τις ανεπτυγμένες χώρες.

Στο επόμενο σχήμα απεικονίζεται αυτή η μεταβολή τα τελευταία 60 χρόνια σύμφωνα με στοιχεία των Ηνωμένων Εθνών (Krugman, Obstfeld, & Melitz, 2015):

Σχήμα 11: Διαφοροποίηση της σύνθεσης των εξαγωγών από τις αναπτυσσόμενες χώρες
Percent of exports



Πηγή: (Krugman, Obstfeld, & Melitz, 2015)

Εστιάζοντας τώρα στις ελληνικές εξαγωγές και όπως φαίνεται και στον ακόλουθο πίνακα, το μεγαλύτερο ποσοστό των εξαγωγών για το έτος 2021 καταλαμβάνουν τα βιομηχανικά προϊόντα (46,9%) τα οποία περιλαμβάνουν χημικά προϊόντα (14,2%), βιομηχανικά είδη ταξινομημένα κυρίως κατά πρώτη ύλη (15,6%), μηχανήματα και υλικό μεταφορών (9,6%) καθώς και διάφορα άλλα βιομηχανικά είδη (7,2%).

Πίνακας 9: Ελληνικές εξαγωγές 2021 κατά προϊόν

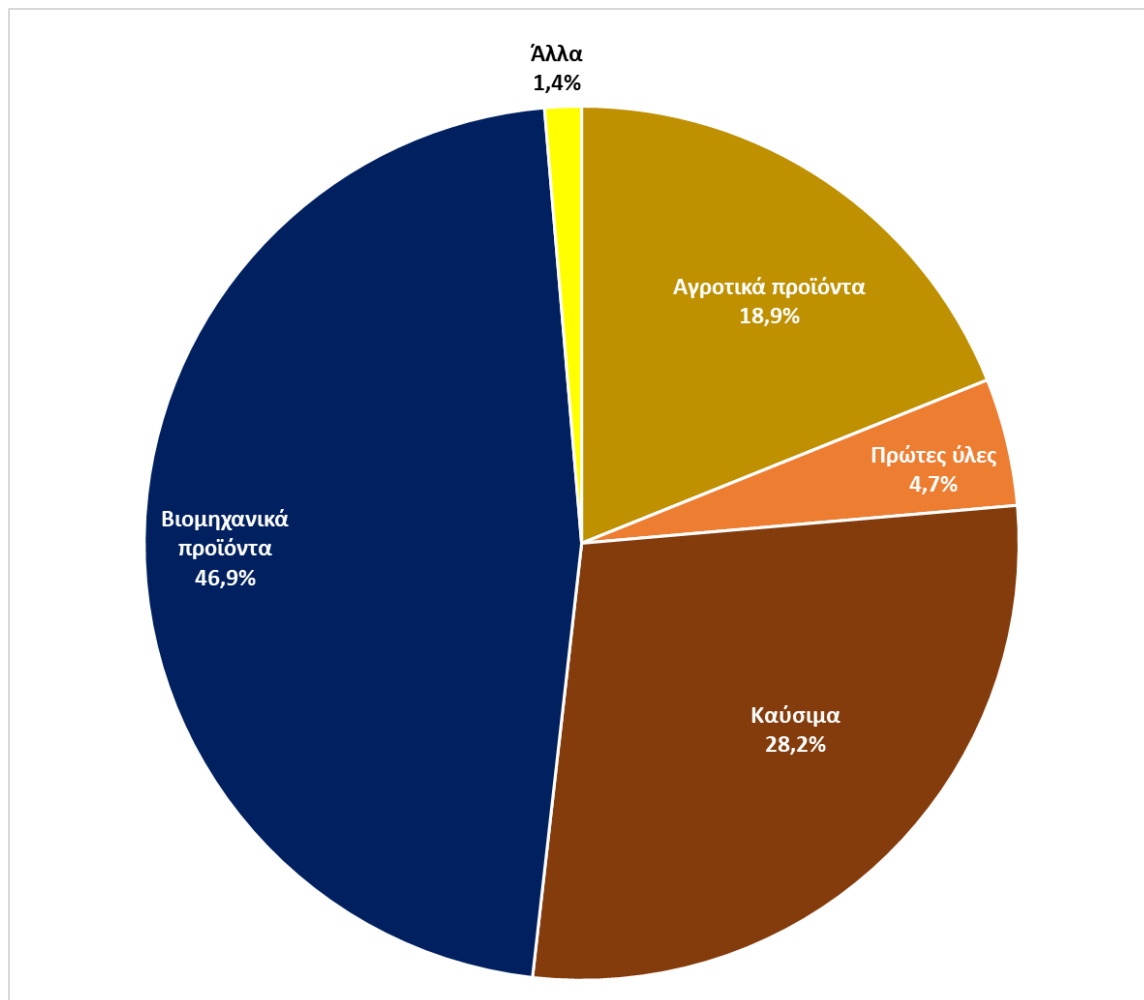
<i>A/A</i>	<i>Προϊόν</i>	<i>Αξία (εκ. €)</i>	<i>Σύνθεση</i>
	Αγροτικά προϊόντα	7.558,9	18,8%
1	Τρόφιμα και ζώα ζωντανά	5.889,2	14,7%
2	Ποτά & καπνός	924,8	2,3%
3	Λάδια και λίπη ζωϊκής ή φυτικής προέλευσης	744,9	1,8%
	Πρώτες ύλες	1.882,8	4,7%
4	Πρώτες ύλες μη edώδιμες εκτός από καύσιμα	1.882,8	4,7%
	Καύσιμα	11.264,6	28,2%
5	Ορυκτά, καύσιμα, λιπαντικά, κ.λπ.	11.264,6	28,6%
	Βιομηχανικά προϊόντα	18.730,5	46,9%
6	Χημικά προϊόντα & συναφή (μ.α.κ.)	5.658,5	14,2%
7	Βιομηχανικά είδη ταξινομημένα κατά πρώτη ύλη	6.236,4	15,6%
8	Μηχανήματα & υλικό μεταφορών	3.877,8	9,6%
9	Διάφορα βιομηχανικά είδη	2.957,7	7,2%
	Άλλα	542,0	1,4%
10	Είδη & συναλλαγές μη ταξινομημένα κατά κατηγορίες	542,0	1,4%
	Συνολικές εξαγωγές	39.978,9	100,0%

Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από (Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγέων, 2022), (ΕΛΣΤΑΤ, 2023)

Εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι την δεύτερη θέση καταλαμβάνουν τα καύσιμα (28,2%), παρόλο που η Ελλάδα δεν είναι σημαντική πετρελαιοπαραγωγός χώρα. Η εξήγηση είναι ότι πρόκειται για εξαγωγές επεξεργασμένων καυσίμων από τα μεγάλα ελληνικά διυλιστήρια προς πλήθος αγορών, αλλά με τον Λίβανο να ξεχωρίζει (1,1 δις. €) καθώς και την Λιβύη (933 εκ €) και την Τουρκία (913 εκ €).

Στην τρίτη θέση των ελληνικών εξαγωγών βρίσκονται τα αγροτικά προϊόντα (18,8%), ακολουθούν οι πρώτες ύλες (4,7%) και τελευταία έρχονται τα άλλα είδη και συναλλαγές με 1,4%.

Σχήμα 12: Σύνθεση ελληνικών εξαγωγών για το έτος 2021



Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από (Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγέων, 2022), (ΕΛΣΤΑΤ, 2023)

Όπως προαναφέρθηκε, στο διεθνές εμπόριο πλέον κυριαρχούν τα μεταποιημένα προϊόντα έναντι των αγροτικών, μέσα από μια διαδικασία που ξεκίνησε την δεκαετία του 1970 και οδήγησε αφενός στην αύξηση του ποσοστού συμμετοχής στο διεθνές εμπόριο των βιομηχανικών προϊόντων σε επίπεδα κοντά στο 70% και αφετέρου στην συμπίεση του ποσοστού των αγροτικών προϊόντων σε επίπεδα κοντά στο 10%.

Στο επόμενο πίνακα παρουσιάζονται τα στοιχεία των ελληνικών εξαγωγών σχετικά με τα προϊόντα μεταποίησης (βιομηχανικά προϊόντα) και τα αγροτικά προϊόντα.

Πίνακας 10: Ελληνικές εξαγωγές βιομηχανικών και αγροτικών προϊόντων την τελευταία δεκαπενταετία

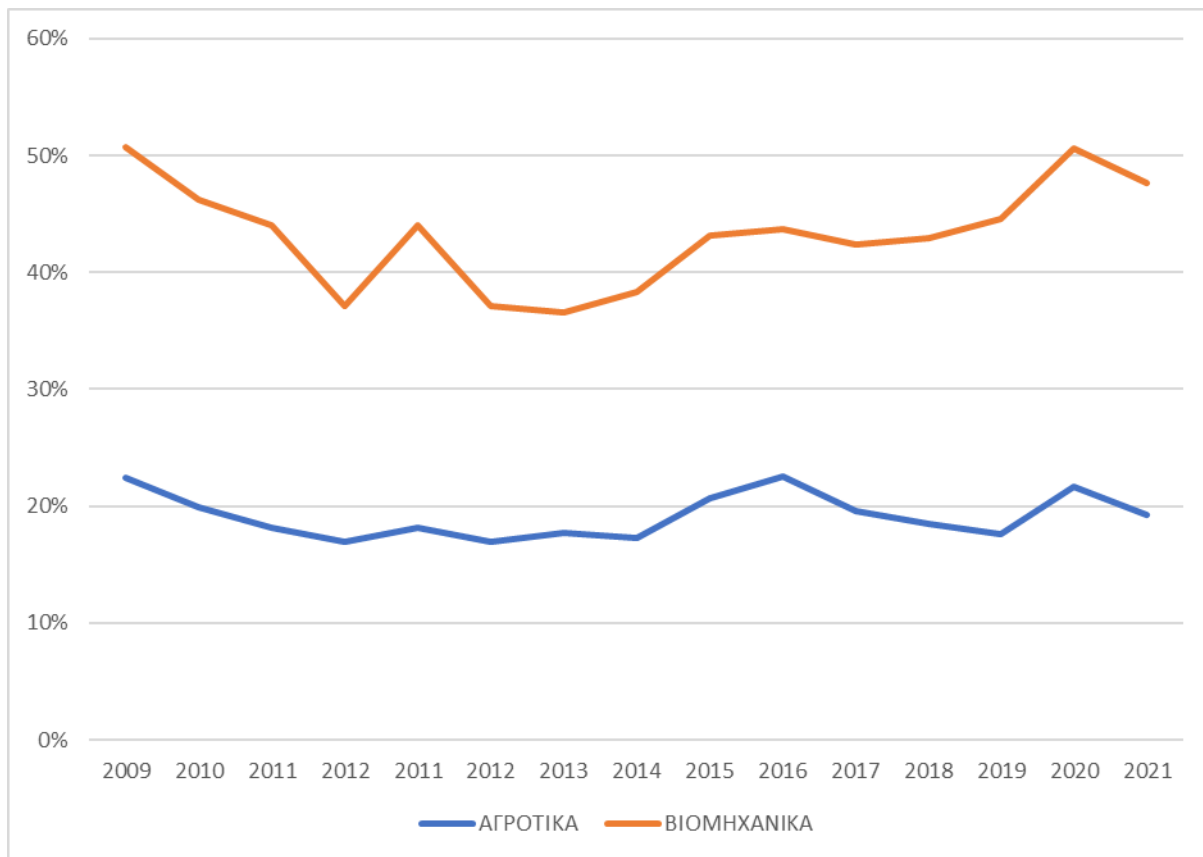
ΕΤΟΣ	Συμμετοχή εξαγωγών αγροτικών προϊόντων	Συμμετοχή εξαγωγών βιομηχανικών προϊόντων
2009	22,4%	50,7%
2010	19,9%	46,3%
2011	18,2%	44,1%
2012	16,9%	37,1%
2011	18,2%	44,1%
2012	16,9%	37,1%
2013	17,7%	36,6%
2014	17,3%	38,3%
2015	20,6%	43,1%
2016	22,5%	43,7%
2017	19,6%	42,4%
2018	18,4%	42,9%
2019	17,6%	44,5%
2020	21,7%	50,6%
2021	19,2%	47,6%

Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από (Δ/ση Εξαγωγικής Πολιτικής & Παρακολούθησης Διμερών Οικονομικών Σχέσεων, 2017) (Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγέων, 2022)

Όπως φαίνεται από τα στοιχεία του πίνακα, ότι οι εξαγωγές βιομηχανικών προϊόντων (μεταποίηση) βρίσκονται σε υψηλά επίπεδα την τελευταία δεκαπενταετία, με ποσοστά που κυμαίνονται από 36,6% έως 50,7% επί του συνόλου των εξαγωγών. Όμως, τα ποσοστά αυτά κρίνονται χαμηλά εάν συγκριθούν με τα στοιχεία σε παγκόσμιο επίπεδο όπου οι εξαγωγές βιομηχανικών προϊόντων (μεταποίηση) φτάνουν και το 70%.

Οι εξαγωγές αγροτικών προϊόντων βρίσκονται σε σαφώς χαμηλότερα επίπεδα και την τελευταία δεκαπενταετία, κυμαίνονται από 16,9% έως 22,5% επί του συνόλου των εξαγωγών. Όμως, τα ποσοστά αυτά κρίνονται υψηλά εάν συγκριθούν με τα στοιχεία σε παγκόσμιο επίπεδο όπου οι εξαγωγές αγροτικών προϊόντων κινούνται γύρω στο 10%.

Σχήμα 13: Συμμετοχή αγροτικών και βιομηχανικών προϊόντων στις ελληνικές εξαγωγές την τελευταία δεκαπενταετία



Πηγή: Επεξεργασμένα στοιχεία από (Δ/ση Εξαγωγικής Πολιτικής & Παρακολούθησης Διμερών Οικονομικών Σχέσεων, 2017) (Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγέων, 2022)

5.4 Ελληνικές εξαγωγές κατά επιχειρηματικά χαρακτηριστικά

Η παρουσίαση του διεθνούς εμπορίου της Ελλάδας κατά επιχειρηματικά χαρακτηριστικά, σκοπό έχει την παρουσίαση των εξαγωγών και των εισαγωγών ανά τομείς οικονομικών δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων για το έτος 2020 (ΕΛΣΤΑΤ, 2022).

Από τα δεδομένα του επόμενου πίνακα φαίνεται ότι 37.595 επιχειρήσεις προχώρησαν το 2020 σε εξαγωγές, εισαγωγές ή και τα δύο (εξαγωγές και εισαγωγές). Από αυτές τις επιχειρήσεις οι 19.593 πραγματοποίησαν συναλλαγές με κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ενώ 29.707 επιχειρήσεις πραγματοποίησαν συναλλαγές με τρίτες χώρες. Πρέπει να σημειωθεί ότι το άθροισμα των επιχειρήσεων (19.593+29.707) υπερβαίνει το σύνολο (37.595) γιατί πολλές από αυτές προσμετρούνται και ως εξαγωγείς και ως εισαγωγείς.

Η συνολική αξία εξαγωγών και εισαγωγών το 2020 ανήλθε στα 73.739 εκατομμύρια ευρώ από τα οποία τα 41.565 εκ. ευρώ αφορούσαν συναλλαγές με χώρες της ΕΕ και τα 32.174 εκ. ευρώ αφορούσαν συναλλαγές με τρίτες χώρες.

Πίνακας 11: Διεθνές εμπόριο αγαθών κατά τύπο επιχείρησης και τομέα οικονομικής δραστηριότητας για το έτος 2020

ΤΥΠΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	ΣΥΝΟΛΟ		ΓΕΩΡΓΙΑ, ΔΑΣΟΚΟΜΙΑ, ΑΛΙΕΙΑ, ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ, ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ (Πλην εμπορίου)		ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ, ΠΑΡΟΧΗ ΗΛΕΚΤΡΙΚΟΥ ΡΕΥΜΑΤΟΣ, ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΕΡΙΟΥ, ΝΕΡΟΥ ΚΛΠ, ΟΡΥΧΕΙΑ & ΛΑΤΟΜΕΙΑ		ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ, ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΟΧΗΜΑΤΩΝ & ΜΟΤΟΣΥΚΛΕΤΩΝ		
	Αριθμός επιχειρήσεων	Αξία συναλλαγών (εκ. €)	Αριθμός επιχειρήσεων	Αξία συναλλαγών (εκ. €)	Αριθμός επιχειρήσεων	Αξία συναλλαγών (εκ. €)	Αριθμός επιχειρήσεων	Αξία συναλλαγών (εκ. €)	
Εξαγωγές, εισαγωγές ή και τα δύο	Συναλλαγές με όλες τις χώρες	37.595	73.739	8.721	3.933	8.296	40.705	20.578	29.099
	Με χώρες της ΕΕ	19.593	41.565	3.096	2.343	4.604	18.018	11.893	21.203
	Με Τρίτες Χώρες	29.707	32.174	7.046	1.589	7.072	22.687	15.589	7.896

Πηγή: (ΕΛΣΤΑΤ, 2022)

Αναφορικά με τις εξαγωγές του 2020, φαίνεται στον επόμενο πίνακα ότι 17.151 ελληνικές επιχειρήσεις πέτυχαν συνολικές εξαγωγές ύψους 28.488 εκατομμυρίων ευρώ από τις οποίες το μεγαλύτερο μέρος (11.719) αφορούσε επιχειρήσεις που πραγματοποιούν ταυτόχρονα και εισαγωγές και εξαγωγές. Μόλις 5.432 επιχειρήσεις λειτουργούν αποκλειστικά ως εξαγωγείς.

Πίνακας 12: Εξαγωγές αγαθών κατά τύπο επιχείρησης και τομέα οικονομικής δραστηριότητας για το έτος 2020

ΤΥΠΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	ΣΥΝΟΛΟ		ΓΕΩΡΓΙΑ, ΔΑΣΟΚΟΜΙΑ, ΑΛΙΕΙΑ, ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ, ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ (Πλην εμπορίου)		ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ, ΠΑΡΟΧΗ ΗΛΕΚΤΡΙΚΟΥ ΡΕΥΜΑΤΟΣ, Φ. ΑΕΡΙΟΥ, ΝΕΡΟΥ ΚΑΠ, ΟΡΥΧΕΙΑ & ΛΑΤΟΜΕΙΑ		ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ, ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΟΧΗΜΑΤΩΝ & ΜΟΤΟΣΥΚΛΕΤΩΝ		
	Αριθμός επιχειρήσεων	Αξία συναλλαγών (εκ. €)	Αριθμός επιχειρήσεων	Αξία συναλλαγών (εκ. €)	Αριθμός επιχειρήσεων	Αξία συναλλαγών (εκ. €)	Αριθμός επιχειρήσεων	Αξία συναλλαγών (εκ. €)	
ΕΞΑΓΩΓΕΣ	Συναλλαγές με όλες τις χώρες	17.151	28.488	3.001	1.790	5.363	19.603	8.787	7.094
	Με χώρες της ΕΕ	10.683	15.928	1.298	948	3.406	9.986	5.979	4.993
	Με Τρίτες Χώρες	12.225	12.560	2.334	842	4.296	9.617	5.595	2.101
Μόνο Εξαγωγείς	Συναλλαγές με όλες τις χώρες	5.432	1.690	1.395	231	1.699	343	2.338	1.116
	Με χώρες της ΕΕ	1.944	1.130	404	91	546	216	994	821
	Με Τρίτες Χώρες	4.187	560	1.094	139	1.397	126	1.696	294
Εισαγωγείς & Εξαγωγείς	Συναλλαγές με όλες τις χώρες	11.719	26.797	1.606	1.559	3.664	19.259	6.449	5.977
	Με χώρες της ΕΕ	8.739	14.797	894	856	2.860	9.770	4.985	4.171
	Με Τρίτες Χώρες	8.038	11.999	1.240	702	2.899	9.489	3.899	1.806

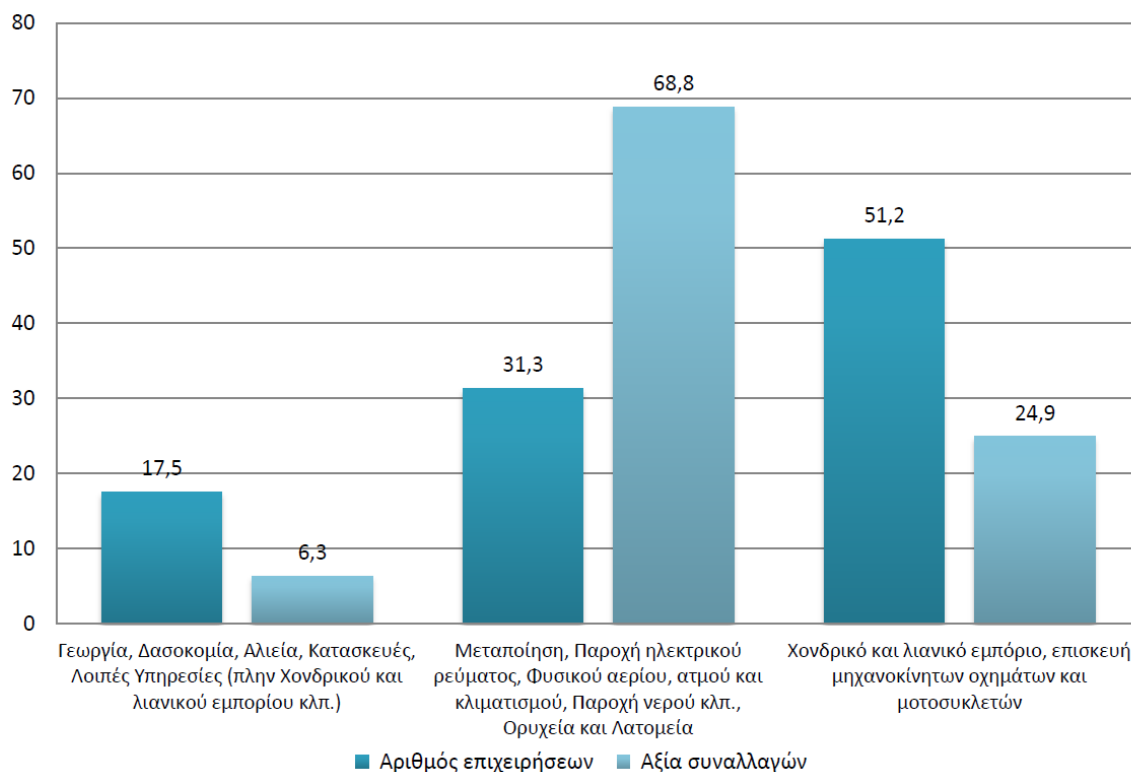
Πηγή: (ΕΛΣΤΑΤ, 2022)

Στο επόμενο γράφημα φαίνεται ότι οι ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις πέτυχαν εξαγωγές από τις οποίες το 68,8% της συνολικής αξίας τους προήλθε από επιχειρήσεις που ανήκουν στον οικονομικό τομέα «μεταποίηση, παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου, ατμού, κλιματισμού, νερού, επεξεργασίας λυμάτων κ.λ.π. καθώς και ορυχείων και λατομείων» και αντιπροσωπεύουν το 31,3% του συνόλου των επιχειρήσεων.

Στην δεύτερη θέση βρέθηκε ο τομέας «χονδρικό και λιανικό εμπόριο, επισκευή μηχανοκίνητων οχημάτων και μοτοσυκλετών», οι επιχειρήσεις του οποίου πραγματοποίησαν το 24,9% της συνολικής αξίας των εξαγωγών, ενώ αντιπροσωπεύουν το 51,2% του συνόλου των επιχειρήσεων.

Στην τελευταία θέση βρέθηκε ο τομέας «γεωργία, δασοκομία, αλιεία, κατασκευές και λοιπές υπηρεσίες πλην εμπορίου», οι επιχειρήσεις του οποίου πραγματοποίησαν μόλις το 6,3% της συνολικής αξίας των εξαγωγών, ενώ αντιπροσωπεύουν το 17,5% του συνόλου των επιχειρήσεων.

Πίνακας 13: Εξαγωγές - ποσοστιαία (%) κατανομή αριθμού επιχειρήσεων και αξίας συναλλαγών, κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας, έτος 2020



Πηγή: (ΕΛΣΤΑΤ, 2022)

Τέλος, ενδιαφέροντα συμπεράσματα μπορούν να προκύψουν εάν εξεταστεί η αξία των ελληνικών εξαγωγών σε σχέση με το μέγεθος των επιχειρήσεων και πως αυτό επηρεάζει τις επιδόσεις τους. Φαίνεται λοιπόν ότι από τις 17.151 επιχειρήσεις, οι περισσότερες μπορούν να χαρακτηριστούν ως «μικρές» ή «πολύ μικρές» επιχειρήσεις, αφού ανέρχονται συνολικά σε 15.439 και απασχολούν από κανένα έως 49 εργαζόμενους. Οι μεσαίες επιχειρήσεις (>250 εργαζόμενοι) ανέρχονται σε 1.357, ενώ οι μεγάλες δεν ξεπερνούν τις 308 σε πλήθος.

Πίνακας 14: Κατανομή αριθμού επιχειρήσεων και αξίας συναλλαγών κατά τάξη μεγέθους επιχείρησης, έτος 2020

Τάξη μεγέθους επιχείρησης (εργαζόμενοι)	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστιαία συμμετοχή	Αξία συναλλαγών (εκ €)	Ποσοστιαία συμμετοχή
0-9	10.370	60,5%	3.226	11,3%
10-49	5.069	29,6%	3.598	12,6%
50-249	1.357	7,9%	6.000	21,1%
>250	308	1,8%	15.659	55,0%
Άγνωστος	47	0,3%	5	0,0%
Σύνολο	17.151	100,0%	28.488	100,0%

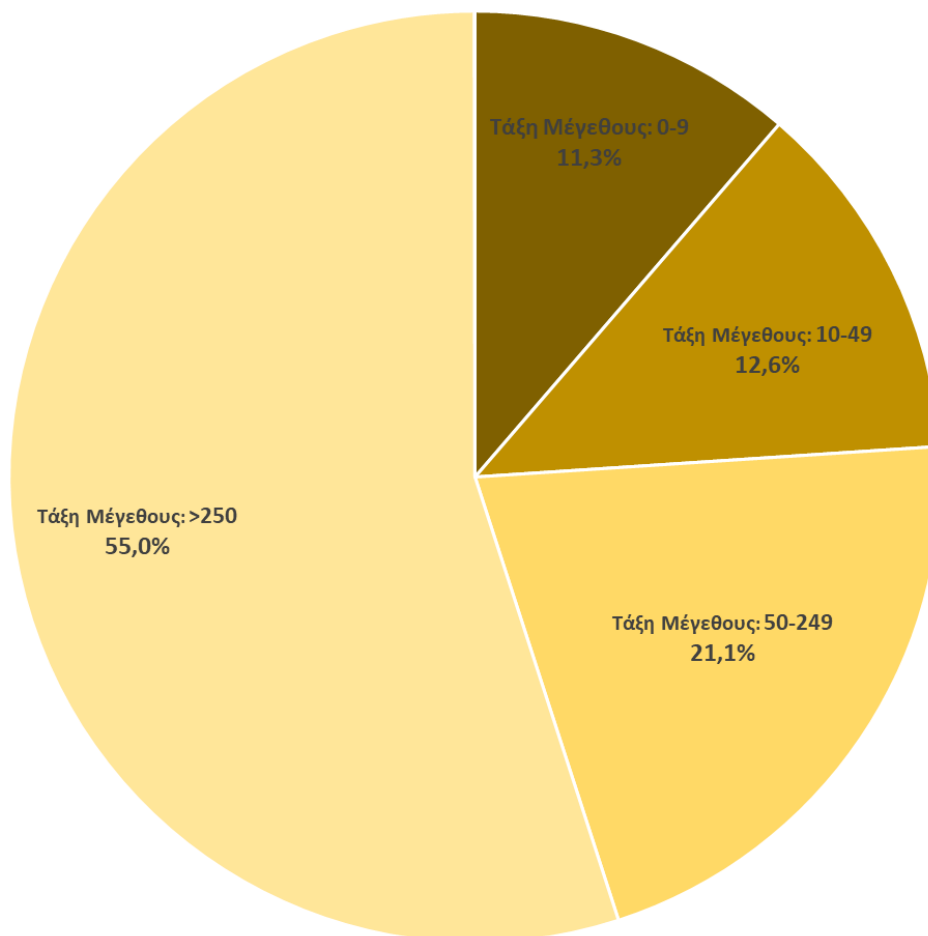
Πηγή: (ΕΛΣΤΑΤ, 2022)

Επίσης, γίνεται φανερό ότι οι μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις που αποτελούν το 90,1% του συνόλου των εξαγωγικών επιχειρήσεων, πέτυχαν μόνο το 23,9% της συνολικής αξίας των εξαγωγών το 2020, δηλαδή 6.824 εκατομμύρια ευρώ.

Οι μεσαίες επιχειρήσεις, που αποτελούν το 7,9% του συνόλου των εξαγωγικών επιχειρήσεων, πέτυχαν το αρκετά υψηλό 21,1% της συνολικής αξίας των εξαγωγών το 2020, δηλαδή 6.000 εκατομμύρια ευρώ.

Το εντυπωσιακό είναι όμως ότι μόλις 308 μεγάλες επιχειρήσεις που αποτελούν το 1,8% του συνόλου των εξαγωγικών επιχειρήσεων, πραγματοποίησαν πάνω από μισό (55%) της συνολικής αξίας των εξαγωγών το 2020, δηλαδή 15.659 εκατομμύρια ευρώ.

Σχήμα 14: Κατανομή αριθμού επιχειρήσεων και αξίας συναλλαγών κατά τάξη μεγέθους επιχείρησης, για το έτος 2020



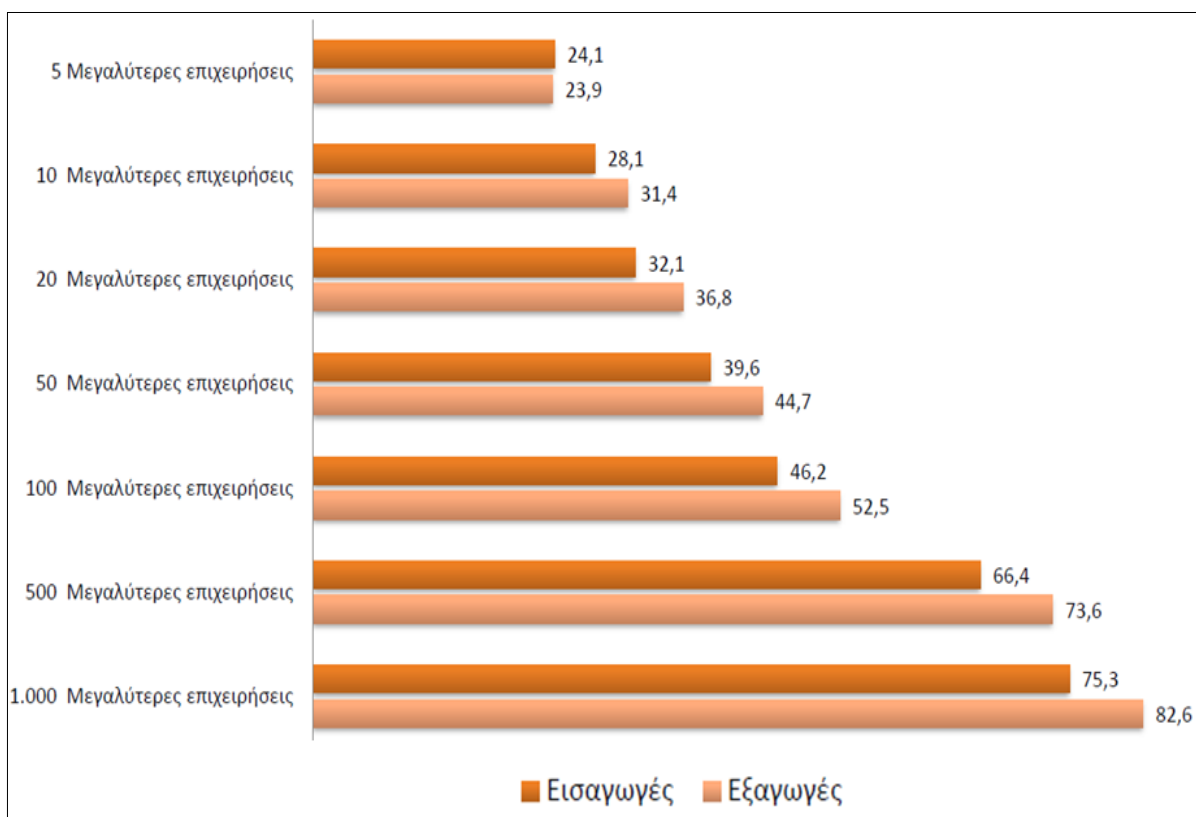
Πηγή: (ΕΛΣΤΑΤ, 2022)

Αλλά και από την μελέτη της κατανομής των επιχειρήσεων αναφορικά με το μέγεθος της αξίας των συναλλαγών που πραγματοποίησαν, φαίνεται ότι:

- Μόλις 5 μεγάλες επιχειρήσεις διενήργησαν το 23,9% της συνολικής αξίας των εξαγωγών (6.794 εκ. €)
- Οι 10 μεγαλύτερες επιχειρήσεις διενήργησαν το 31,4% της συνολικής αξίας των εξαγωγών (8.931 εκ €)
- Οι 20 μεγαλύτερες επιχειρήσεις διενήργησαν το 36,8% της συνολικής αξίας των εξαγωγών (10.484 εκ €)
- Οι 50 μεγαλύτερες επιχειρήσεις διενήργησαν το 44,7% της συνολικής αξίας των εξαγωγών (12.737 εκ €)

- Οι 100 μεγαλύτερες επιχειρήσεις διενήργησαν το 52,5% της συνολικής αξίας των εξαγωγών (14.942 εκ €)
- Οι 500 μεγαλύτερες επιχειρήσεις διενήργησαν το 73,6% της συνολικής αξίας των εξαγωγών (20.970 εκ €)
- Οι 1.000 μεγαλύτερες επιχειρήσεις διενήργησαν το 82,6% της συνολικής αξίας των εξαγωγών (23.526 εκ €)

Σχήμα 15: Αθροιστική κατανομή (%) των επιχειρήσεων, κατά αξία συναλλαγών, το έτος 2020



Πηγή: (ΕΛΣΤΑΤ, 2022)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η εξωστρέφεια είναι στην ουσία το αποτέλεσμα της αξιοποίησης ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων και εκμετάλλευσης των κατάλληλων συνθηκών ώστε οι επιχειρήσεις να επεκταθούν σε νέες αγορές εκτός εθνικών συνόρων. Όμως δεν αρκεί μόνο η ύπαρξη υγιούς εσωτερικού περιβάλλοντος σε μια επιχείρηση, αλλά απαιτείται και ένα τέτοιο εξωτερικό περιβάλλον που να είναι έτοιμο να δεχτεί τα προϊόντα της. Ειδικά σε περιόδους κρίσης, ο ιδιωτικός τομέας μπορεί αλλάξει ριζικά τον προσανατολισμό του εστιάζοντας στις εξαγωγές, αντιμετωπίζοντας εν μέρει της αρνητικές επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στα εταιρικά κέρδη και την κατανάλωση.

Τις τελευταίες δεκαετίες έχουν επικρατήσει νέες συνθήκες στο διεθνές εμπόριο, με την σύγχρονη οικονομία να παρουσιάζει έντονη διασύνδεση με κύριο μηχανισμό διασύνδεσης το διαδίκτυο, μέσω του οποίου επιτυγχάνεται η ταχύτερη κυκλοφορία των πληροφοριών. Η συμβολή των πολυεθνικών επιχειρήσεων συνεχίζει να είναι μεγάλη μέσω των εξαγωγών αγαθών και των αποφάσεων τους για επενδύσεις εκτός εθνικών συνόρων, δηλαδή τις λεγόμενες άμεσες ξένες επενδύσεις (ΑΞΕ). Ταυτόχρονα, είναι πλέον συνηθισμένο μια επιχείρηση εκμεταλλευόμενη τις δυνατότητες του διαδικτύου, να γεννηθεί εξ αρχής παγκόσμια αναλαμβάνοντας δραστηριότητες ταχύτατα και με μικρό κόστος.

Για κάποιες χώρες οι διεθνείς οικονομικές σχέσεις και το διεθνές εμπόριο έχουν μεγαλύτερη σημασία από ότι για κάποιες άλλες. Παράγοντες όπως το μέγεθος τους ή η ποικιλία των πόρων που διαθέτουν, μπορούν να τις υποχρεώσουν να στηρίζονται περισσότερο ή λιγότερο στο διεθνές εμπόριο και τις διεθνείς σχέσεις. Ειδικά για την Ελλάδα, μπορεί κανείς να υποθέσει ότι ενώ επιθυμεί την περαιτέρω ανάπτυξη του διεθνούς εμπορίου της, εντούτοις δεν τα έχει ακόμα καταφέρει να φτάσει στα επίπεδα την Ευρωπαϊκής Ένωσης στην οποία ανήκει, αφού το διεθνές της εμπόριο ως ποσοστό του ΑΕΠ ανέρχεται σε 58% και υστερεί σημαντικά έναντι των ευρωπαϊκών επιδόσεων (76,5%).

Από τα αναλυτικά δεδομένα της τελευταίας 15ετίας, φαίνεται ότι και σε ευρωπαϊκό επίπεδο αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο, το διεθνές εμπόριο χαρακτηρίζεται διαχρονικά από

μεγαλύτερη αξία εξαγωγών έναντι των εισαγωγών, με αποτέλεσμα ένα θετικό εμπορικό ισοζύγιο που παρέμεινε θετικό ακόμα και κατά την διάρκεια των δύο οικονομικών κρίσεων του 2008 και 2019. Αντίθετα, στην Ελλάδα το διεθνές εμπόριο χαρακτηρίζεται διαχρονικά από την κατά πολύ μεγαλύτερη αξία εισαγωγών έναντι των εξαγωγών, με αποτέλεσμα το εμπορικό ισοζύγιο της χώρας να είναι διαρκώς αρνητικό για όλη την διάρκεια της δεκαπενταετίας 2008-2021. Το έλλειμμα αυτό πιθανόν εξισορροπείται από τα κεφάλαια που προέρχονται από τις εισροές ταξιδιωτικού συναλλάγματος μαζί με τις άλλες δύο πηγές εισροής ξένου συναλλάγματος: το ναυτιλιακό και το μεταναστευτικό.

Εξετάζοντας τις επιδόσεις της Ελλάδας στις εξαγωγές την τελευταία 15ετία, παρατηρείται μια έντονη αυξητική πορεία των εξαγωγών και προς τις χώρες της ΕΕ (αύξηση 83,2%) αλλά και προς τρίτες χώρες (αύξηση 94,7%). Ενώ όμως προς τις χώρες της ΕΕ παρατηρείται μια συνεχής αυξητική πορεία, προς τις τρίτες χώρες παρατηρούνται έντονες διακυμάνσεις που θα μπορούσαν να ερμηνευτούν από την ύπαρξη διοικητικών και οικονομικών εμποδίων που στην περίπτωση των χωρών της ΕΕ έχουν αρθεί προ πολλού.

Εστιάζοντας στα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία του 2021, η συνολική αξία των ελληνικών εξαγωγών ανήλθε στο ποσό των 39,9 δις ευρώ, έναντι 30,8 δις ευρώ το 2020, με το 54% της αξίας των εξαγωγών να κατευθύνεται προς χώρες της ΕΕ έναντι του 46% που κατευθύνθηκε προς τρίτες χώρες.

Αναφορικά με τους 30 πιο σημαντικούς εμπορικούς εταίρους για το 2021, παρατηρείται ότι οι 12 χώρες είναι κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι 4 χώρες είναι γείτονες της Ελλάδας, οι 3 χώρες έχουν μεγάλη οικονομία, οι 5 χώρες διαθέτουν ενεργειακούς πόρους (πετρέλαιο, φυσικό αέριο) και οι 6 χώρες είναι απ' όλο τον κόσμο χωρίς να έχουν κάποιο ιδιαίτερο χαρακτηριστικό.

Σε μια προσπάθεια να εξηγηθεί η κατάταξη των σημαντικότερων χωρών που απορροφούν τις ελληνικές εξαγωγές φαίνεται μάλλον αναμενόμενο το γεγονός ότι η σημαντικότερη χώρα για τις ελληνικές εξαγωγές είναι η Ιταλία, η οποία έχει μια από τις μεγαλύτερες οικονομίες στην Ευρώπη και ταυτόχρονα γειτνιάζει με την Ελλάδα. Στην δεύτερη θέση είναι η Γερμανία η οποία είναι η μεγαλύτερη οικονομία της Ευρώπης, και η ιδιότητα της ως κράτους μέλους της Ευρωπαϊκής Ένωσης (όπως και η Ιταλία) περιορίζει σημαντικά τα εμπόδια των ενδιάμεσων

συνόρων, διαθέτει εξαιρετικά μεταφορικά δίκτυα και φυσικά διαθέτει πολλές πολυεθνικές επιχειρήσεις οι οποίες εξάγουν είτε ενδιάμεσα είτε τελικά προϊόντα μέσω της Ελλάδας.

Τα προϊόντα τα οποία εμπορεύονται οι χώρες μεταξύ τους είναι κυρίως μεταποιημένα προϊόντα, ορυκτά και καύσιμα, αγροτικά προϊόντα και υπηρεσίες. Ειδικά για τις ελληνικές εξαγωγές, το μεγαλύτερο ποσοστό των εξαγωγών για το έτος 2021 καταλαμβάνουν τα μεταποιημένα προϊόντα (46,9%) και ακολουθούν τα καύσιμα (28,2%), τα αγροτικά προϊόντα (18,9%), οι πρώτες ύλες (4,7%) και διάφορα άλλα (1,4%). Φαίνεται δηλαδή ότι η σύνθεση των ελληνικών εξαγωγών δεν διαφέρει πολύ από αυτήν του διεθνούς εμπορίου, αλλά το υψηλό ποσοστό των καυσίμων (28,2%) χωρίς η Ελλάδα να είναι πετρελαιοπαραγωγός χώρα, προκαλεί εντύπωση. Η εξήγηση είναι ότι πρόκειται για εξαγωγές επεξεργασμένων καυσίμων από τα μεγάλα ελληνικά διυλιστήρια προς πλήθος αγορών, αλλά με τον Λίβανο να ξεχωρίζει (1,1 δις. €) καθώς και την Λιβύη (933 εκ €) και την Τουρκία (913 εκ €).

Αναφορικά με τα επιχειρηματικά χαρακτηριστικά των ελληνικών εξαγωγών, από τα πιο πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία του 2020, φαίνεται ότι 17.151 ελληνικές επιχειρήσεις πέτυχαν συνολικές εξαγωγές ύψους 28.488 εκατομμυρίων ευρώ από τις οποίες το μεγαλύτερο μέρος (11.719) αφορούσε επιχειρήσεις που πραγματοποιούν ταυτόχρονα και εισαγωγές και εξαγωγές. Μόλις 5.432 επιχειρήσεις λειτουργούν αποκλειστικά ως εξαγωγείς.

Επίσης, ενδιαφέροντα συμπεράσματα προκύπτουν εάν εξεταστεί η αξία των ελληνικών εξαγωγών σε σχέση με το μέγεθος των επιχειρήσεων και πως αυτό επηρεάζει τις επιδόσεις τους. Φαίνεται λοιπόν ότι από τις 17.151 επιχειρήσεις, οι περισσότερες μπορούν να χαρακτηριστούν ως «μικρές» ή «πολύ μικρές» επιχειρήσεις, αφού ανέρχονται συνολικά σε 15.439 και απασχολούν από κανένα έως 49 εργαζόμενους. Οι μεσαίες επιχειρήσεις (>250 εργαζόμενοι) ανέρχονται σε 1.357, ενώ οι μεγάλες δεν ξεπερνούν τις 308 σε πλήθος.

Τέλος, από την μελέτη της κατανομής των επιχειρήσεων αναφορικά με το μέγεθος της αξίας των συναλλαγών που πραγματοποίησαν, φαίνεται ότι μόλις 5 μεγάλες επιχειρήσεις (επί συνόλου 17.151 επιχειρήσεων) διενήργησαν το 23,9% της συνολικής αξίας των εξαγωγών (6.794 εκ. €) και οι 1.000 μεγαλύτερες επιχειρήσεις (επί συνόλου 17.151 επιχειρήσεων) διενήργησαν το 82,6% της συνολικής αξίας των εξαγωγών (23.526 εκ €).

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Aspridis, G., Sdrolias, L., Blanas, N., Kyriakou, D., & Grigoriou, I. (2013). Economic crisis and the extroversion of the enterprises: an empirical approach. *Academic Journal of Interdisciplinary Studies*, σσ. 696-705.
- Bhattacharya, P. (1995). The economics of development: A review article. *Journal of Economic Studies*, σ. 5974.
- Clegg, S., Pitelis, C., Schweitzer, J., & Whittle, A. (2021). *ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ, Θεωρία και Πράξη*. Αθήνα: Gutenberg.
- Dollinger, M. (2008). *Entrepreneurship, Strategies and Resources*. Lombard-Illinois USA: Marsh Publications.
- Dosi, G., Pavvit, K., & Soete, L. (1990). The economics of technical change and international trade. *LEM Book Series*.
- Drucker, P. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*. New York: Butterworth-Heinemann.
- Enterprise Greece. (2022). *Εξαγωγές έτους 2021*. Ανάκτηση από Enterprise Greece - Invest & Trade: <https://www.enterprisegreece.gov.gr/h-ellada-shmera/giati-ellada/eksagoges>
- Fazi, E., & Salvadori, N. (1981). The existence of a two-class economy in the Kaldor model of growth and distribution. *Kyklos*, σσ. 582-592.
- Gedeon, S. (2010). What is entrepreneurship. *Entrepreneurial practice review*, σσ. 16-35.
- Grossman, G., & Helpman, E. (1991). Trade, knowledge spillovers, and growth. *European economic review*, σσ. 517-526.
- Hartman. (1959). Managers and entrepreneurs: a useful distinction? *Administrative Science Quarterly*, σσ. 429-457.
- Ibeh, K., & Young, S. (2001). Exporting as an entrepreneurial act-An empirical study of Nigerian firms. *European Journal of Marketing*, σσ. 566-586.
- Kaldor, N. (1970). The Case for Regional Policies. *Scottish Journal of Political Economy*, σσ. 337-348.
- Krugman, P., Obstfeld, M., & Melitz, M. (2015). *Διεθνής Οικονομική, Θεωρία και Πολιτική* (4η εκδ.). (Ι. Λαντούρης, Ι. Δούλφης, & Σ. Πανταζίδης, Μεταφρ.) Αθήνα: Κριτική.
- Leonidou, L., Katsikeas, C., & Samiee, S. (2002). Marketing strategy determinants of export performance: a meta-analysis. *Journal of Business research*, σσ. 51-67.
- Lucas, R. (1988). On the mechanics of economic development. *Journal of monetary economics*, σσ. 3-42.
- Navarro-Garcia, A., Schmidt, A., & Rey-Moreno, M. (2015). Antecedents and consequences of export entrepreneurship. *Journal of Business Research*, σσ. 1532-1538.
- Robson, P. (1987). *The economics of international integration Peter Robson*. London: Allen & Unwin.
- Schumpeter, J. (1939). *Business cycles*. New York: Mcgraw-hill.
- Stevenson, H. (1983). *A perspective on entrepreneurship (Vol. 13)*. Boston: Harvard Business School.
- Thirlwall, A. (1979). The Balance of Payments Constraint as an Explanation of International Growth Rate Differences. *Banca Nazionale del Lavoro*, σσ. 45-53.
- United States Census Bureau. (2022). *Business and Industry - Time Series/Trend Charts*. Ανάκτηση από <https://www.census.gov/econ/currentdata/dbsearch?programCode=FTD&startYear=2>

- 011&endYear=2021&categories[]=BOPGS&dataType=BAL&geoLevel=US&adjusted=1¬Adjusted=0&errorData=0
- University of Mumbai. (2006). *Introduction to export marketing*. Ανάκτηση από Institute of Distance & Open Learning (IDOL): https://archive.mu.ac.in/myweb_test/TYBCOM%20study%20material/Export%20Mkt...pdf
- Αλογοσκούφης, Γ. (2012). Η διάρθρωση του Διεθνούς Εμπορίου και το Υπόδειγμα της Βαρύτητας. Στο *Διεθνής Οικονομική - σημειώσεις μαθήματος*. Αθήνα: ΟΠΑ.
- Αλογοσκούφης, Γ. (2013). *Διεθνής οικονομική*. Αθήνα: ΟΠΑ-Σημειώσεις μαθήματος.
- Βασιλειάδης, Λ. (2017). *Οικονομική της Ανάπτυξης*. Πάτρα: Πανεπιστήμιο Πατρών - σημειώσεις μαθήματος.
- Βλιάμος, Σ. (2009). *Θεωρία Επιχειρηματικότητας*. ΕΚΠΑ, Θερινό σχολείο Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας. Αθήνα: ΕΚΕΦΕ Δημόκριτος.
- Δ/ση Εξαγωγικής Πολιτικής & Παρακολούθησης Διμερών Οικονομικών Σχέσεων. (2017). *Μακροχρόνιες Σειρές των Εμπορικών Συναλλαγών της Ελλάδας με τους Εμπορικούς της Εταίρους*. Αθήνα: Υπουργείο Οικονομίας & Ανάπτυξης.
- ΕΛΣΤΑΤ. (2022). *Στατιστικές Διεθνούς Εμπορίου Αγαθών κατά Επιχειρηματικά Χαρακτηριστικά έτους 2020*. Αθήνα: ΕΛΣΤΑΤ.
- ΕΛΣΤΑΤ. (2023). *Εισαγωγές-Εξαγωγές Αγαθών και Υπηρεσιών (1995-2021)*. Ανάκτηση από <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SEL30/->
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2003). *Πράσινη βίβλος για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη*. Βρυξέλες: Ευρωπαϊκή Επιτροπή.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή. (2022). *Access2Markets*. Ανάκτηση από Στατιστικές Εμπορίου της ΕΕ: <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/el/statistics>
- Ιωαννίδης, Σ. (2001). *Επιχείρηση και επιχειρηματικότητα*. Αθήνα: Παπαζήση.
- Κορρές, Γ. (2015). *Επιχειρηματικότητα και ανάπτυξη*. Αθήνα: Ελληνικά Ακαδημαϊκά Συγγράμματα και Βοηθήματα.
- Κορρές, Γ., & Μανώλη, Π. (2012). *Επιχειρηματικότητα*. Μυτιλήνη: Πανεπιστήμιο Αιγαίου.
- Κωστέλετου, Ν. (2017). Διεθνές Εμπόριο: μια επισκόπηση. Στο *Διεθνής Οικονομική - σημειώσεις μαθήματος*. Αθήνα: ΕΚΠΑ.
- Μελάς, Κ. (1987). Αντιφάσεις της επονομαζόμενης «νεοκλασικής» οικονομικής θεωρίας. *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών*, σσ. 66-91.
- Μονάδα Καινοτομίας & Επιχειρηματικότητας - ΕΚΠΑ. (2013). *Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα*. Αθήνα: ΕΚΠΑ.
- ΟΟΣΑ. (2021). *Glossary of Foreign Direct Investment Terms and Definitions*. Ανάκτηση από <https://www.oecd.org/daf/inv/investment-policy/2487495.pdf>
- Παγκόσμια Τράπεζα. (2022). *The World Bank - Data*. Ανάκτηση από <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD>
- Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγέων. (2022). *Εξαγωγικό Εμπόριο της Ελλάδας*. Ανάκτηση από Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγέων: <http://www.pse.gr/node/41>
- Πανταζίδης, Σ. (1997). Ο διεθνής τουρισμός στο ελληνικό ισοζύγιο εξωτερικών συναλλαγών. *SPOUDAI-Journal of Economics and Business*, σσ. 192-213.
- Πιτέλης, Χ., & Sugden, R. (2002). *Η Φύση της Πολυεθνικής Επιχείρησης*. Αθήνα: ΤΥΠΩΘΗΤΩ.
- ΣΕΒ. (2023, Μάρτιος 10). <https://en.sev.org.gr>. Ανάκτηση από ΣΕΒ: <https://en.sev.org.gr/news/significant-growth-opportunities-in-hong-kong-for-greek-export-companies/>

Τσουνής, Ν. (2015). *Θεωρία Διεθνούς Εμπορίου*. Αθήνα: ΣΕΑΒ.
Χρυσομαλλίδης, Χ. (2020). *Διεθνές και Ευρωπαϊκό Οικονομικό και Εμπορικό Σύστημα*.
Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Δημόσιας Διοίκησης και Αυτοδιοίκησης-ΕΚΔΔΑ.