



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ

ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

**ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ
ΣΤΗΝ Ε.Ε.**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητής: Λέπουρι Κλετιάνα, ΔΕ1162

Επιβλέπων: Σκουλουδάκης Εμμανουήλ

©

2021-2022



HELLENIC MEDITERRANEAN UNIVERSITY

**SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS
SCIENCE**

**DEPARTMENT OF MANAGEMENT SCIENCE AND
TECHNOLOGY**

**INTERNATIONAL TRADE AND
TECHNOLOGY
IN EUROPEAN UNION**

DIPLOMA THESIS

Student : Lepuri Kletjana DE1162

Supervisor : Skouloudakis Emmanouil

©
2021-2022

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΔΗΛΩΣΗ:

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

Η παγκοσμιοποίηση είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται για να περιγράψει πώς το εμπόριο και η τεχνολογία έχουν μετατρέψει τον κόσμο σε ένα πιο συνδεδεμένο και αλληλεξαρτώμενο μέρος. Παρόλα αυτά, όμως, η παγκοσμιοποίηση δεν αποτελεί μία νέα έννοια. Στην αρχαιότητα, οι έμποροι ταξίδευαν σε διένυαν τεράστιες αποστάσεις για να αγοράσουν εμπορεύματα που αδυνατούσαν να βρουν στο τόπο τους είτε επειδή ήταν σπάνια, είτε επειδή ήταν ακριβά προς πώληση. Η Βιομηχανική Επανάσταση έφερε πρόοδο στις μεταφορές και τις επικοινωνίες τον 19ο αιώνα που διευκόλυνε το διασυνοριακό εμπόριο. Η παγκοσμιοποίηση συνεχίζει να είναι σημαντική επειδή είναι μια από τις πιο ισχυρές δυνάμεις που επηρεάζουν τον σύγχρονο κόσμο, τόσο πολύ που μπορεί να είναι δύσκολο να κατανοήσει κανείς τον κόσμο χωρίς να κατανοήσει την παγκοσμιοποίηση. Τους τελευταίους δύο αιώνες, συγκεκριμένα, το εμπόριο έχει αυξηθεί εντυπωσιακά, μεταμορφώνοντας πλήρως την παγκόσμια οικονομία. Σήμερα περίπου το ένα τέταρτο της συνολικής παγκόσμιας παραγωγής εξάγεται. Καταλήγουμε στο συμπέρασμα πως αν ο κόσμος δεν είχε παγκοσμιοποιηθεί το διεθνές εμπόριο δε θα είχε αναπτυχθεί.

ΛΕΞΕΙΣ ΚΛΕΙΔΙΑ

Διεθνές Εμπόριο, Τεχνολογία, Ευρωπαϊκή Ένωση, Παγκοσμιοποίηση, Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες, Εισαγωγές – Εξαγωγές, Διεθνείς Επενδύσεις, Ηλεκτρονικό Εμπόριο

ABSTRACT

Globalization is a term used to describe how trade and technology have made the world a more connected and interdependent place. However, globalization is not a new concept. In ancient times, merchants traveled great distances to buy goods that they could not find locally either because they were rare or because they were expensive to sell. The Industrial Revolution brought advances in transportation and communications in the 19th century that facilitated cross-border trade. Globalization continues to be important because it is one of the most powerful forces affecting the modern world, so much so that it can be difficult to understand the world without understanding globalization. In the last two centuries, trade has grown dramatically, completely transforming the global economy. Today about a quarter of the total world production is exported. We come to the conclusion that if the world had not been globalized, international trade would not have developed.

KEYWORDS

International Trade, Technology, European Union, Globalization, International Business Activities, Imports - Exports, International Investments, E-Commerce

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Ολοκληρώνοντας τη πτυχιακή μου εργασία, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους όσους στάθηκαν δίπλα μου όλο αυτό το διάστημα, που με στήριξαν και με πίστεψαν σε μένα.

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέπων καθηγητή μου, τον κ. Εμμανουήλ Σκουλουδάκη για την άψογη συνεργασία που είχαμε όλο αυτό το διάστημα, για την υπομονή που έδειξε και την άμεση ανταπόκριση σε όποια βοήθεια χρειαζόμουν.

Θα ήθελα, επίσης, να ευχαριστήσω την οικογένειά μου που πάντα ήταν δίπλα μου και συνεχίζει να είναι. Που με εμπύχωναν διαρκώς, δείχνοντάς μου εμπιστοσύνη.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές του τμήματος για τις γνώσεις που μου προσέφεραν και που πάντα ήταν πρόθυμοι να βοηθήσουν σε κάθε δυσκολία.

Πίνακας περιεχομένων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ABSTRACT	5

1. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ: ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ.....	9
1.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗΣ	10
1.2. ΦΑΣΕΙΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗΣ.....	11
1.3. ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	12
1.3.1. ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ - ΕΞΑΓΩΓΕΣ	13
1.3.2. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	17
1.3.3. ΔΙΕΘΝΗΣ ΡΟΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	23
2. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ: ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	26
2.1. ΜΕΡΚΑΝΤΙΛΙΣΜΟΣ	27
2.2. ΑΠΟΛΥΤΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ	29
2.3. ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ	32
2.4. ΘΕΩΡΙΑ ΤΗΣ ΑΝΑΛΟΓΙΑΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ.....	36
2.5. ΘΕΩΡΙΑ ΚΥΚΛΟΥ ΖΩΗΣ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ.....	37
2.6. ΝΕΑ ΘΕΩΡΙΑ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.....	39
3. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ: ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ	41
3.1. ΛΙΓΑ ΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΠΩΣ ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ	41
3.2. ΤΑ ΔΥΟ ΚΥΜΑΤΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗΣ	42
3.3. ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.....	42
3.4. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΝ ΚΑΙΡΟ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ.....	46
4. ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ: ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΣΗΜΑΝΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.....	50
4.1. ΕΝΝΟΙΑ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	50
4.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.....	51
4.3. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.....	53
4.4. ΤΥΠΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	54
4.5. ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ.....	57
4.5.1. AMAZON	57
4.5.2. WAL – MART STORES Inc.....	58

4.5.3. ALIBABA GROUP HOLDING LTD.....	59
4.5.4. FACEBOOK	61
4.5.5. MICROSOFT	63
4.6. ΜΕΡΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ	65
4.6.1. SKROUTZ.....	65
4.6.2. BESTPRICE.GR	66
4.7. ΑΥΞΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ (ΕΝ ΚΑΙΡΟ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ).....	67
ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	68
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	69
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	69
ΜΕΤΕΦΡΑΣΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	69
ΙΣΤΟΤΟΠΟΙ.....	69

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας θα μιλήσουμε για ένα φαινόμενο που αυξάνεται με ραγδαίο ρυθμό . Πρόκειται για το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης. Ο κόσμος παγκοσμιοποιείται με ραγδαίο ρυθμό και αυτό παρέχει πολλές ευκαιρίες αλλά και μεγάλες προκλήσεις για τα κράτη και τους ανθρώπους. Η παγκοσμιοποίηση έχει ως αποτέλεσμα να αυξάνονται σημαντικά οι συναλλαγές μεταξύ κρατών, να αυξάνεται δηλαδή το διεθνές εμπόριο. Η παγκοσμιοποίηση και το διεθνές εμπόριο αποτελούν δύο αλληλένδετες έννοιες.

Τα τελευταία χρόνια παρουσιάζεται μία ραγδαία ανάπτυξη των διεθνών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Ζούμε σε ένα κόσμο που μπορούμε να συνδεθούμε άμεσα με κάθε γωνιά του, κυρίως, χάρη στην εξέλιξη της τεχνολογίας. Η παγκοσμιοποίηση όχι μόνο έχει μειώσει τα εμπορικά σύνορα αλλά έχει μειώσει και την απόσταση μεταξύ διάφορων οικονομιών. Έχει βοηθήσει στο να αναμειχθούν διάφοροι πολιτισμοί και κουλτούρες, στο να μεταφέρονται πληροφορίες και τεχνολογία καθώς και στην αύξηση της ομάδας αγοραστών και πωλητών προϊόντων και υπηρεσιών κ.τ.λ. Αυτά ήταν λίγα από τα πλεονεκτήματα που έχει επιφέρει η παγκοσμιοποίηση. Πολλά από τα αγαθά που καταναλώνουμε είτε παράγονται εξ ολοκλήρου στο εξωτερικό είτε ένα μικρό μέρος τους. Το ίδιο συμβαίνει και με τις υπηρεσίες που χρησιμοποιούμε. Πολλές από παρέχονται από κάποιον ξένο.

Η παγκοσμιοποίηση είναι μία περίπλοκη έννοια, για την οποία υπάρχουν πολλοί και διάφοροι ορισμοί, κανένας όμως δεν είναι ακριβής. Το σίγουρο, όμως, είναι πως επιφέρει πολλά οφέλη αλλά με κάποιο αντίτιμο. Λόγω της παγκοσμιοποίησης το εμπόριο γίνεται πιο αλληλοεξαρτώμενο και για την προστασία των συμφερόντων κάθε έθνους, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου παρακολουθεί στενά το εμπόριο κάθε έθνους.

Θα ξεκινήσουμε λοιπόν το πρώτο κεφάλαιο με μία σύντομη επισκόπηση της επανάστασης της παγκοσμιοποίησης, που λαμβάνει χώρα μέχρι και σήμερα.

1.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗΣ

Πριν από αρκετά χρόνια η παγκοσμιοποίηση εμφανιζόταν σπάνια. Πλέον αποτελεί μία από τις πιο πολυσυζητημένες έννοιες και επίκεντρο κάθε πολιτικού

διαλόγου. Ακριβής ορισμός, παρόλα αυτά, δεν υπάρχει με αποτέλεσμα να έχουν διατυπωθεί πολλοί και διαφορετικοί ορισμοί.

Το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, το 1997, δίνει ένα τυπικό αλλά περιοριστικό ορισμό για τη παγκοσμιοποίηση. Συγκεκριμένα, δίνει έμφαση στην συνεχή αύξηση της οικονομικής αλληλεξάρτησης των χωρών παγκόσμια μέσω του συνεχούς αυξανόμενου όγκου και της ποικιλίας των διεθνών συναλλαγών αγαθών και υπηρεσιών, της ελεύθερης ροής του κεφαλαίου διεθνώς, και της γρήγορης και ευρείας διάχυσης της τεχνολογίας.

Με άλλα λόγια, το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης, χρησιμοποιείται για να εκφράσει την κατάσταση της παγκόσμιας οικονομίας, αλλά και μία διαδικασία συνεχούς αλληλεξάρτησης των εθνικών οικονομιών, των εθνικών και χρηματοπιστωτικών ροών, όπως και του συνεχούς αυξανόμενου ρόλου των πολυεθνικών εταιριών.

Βλέπουμε πως κυριαρχούν κυρίως δύο απόψεις. Πολλοί ειδικοί είναι αυτοί που πιστεύουν πως εξαιτίας της παγκοσμιοποίησης θα έχουμε έναν κόσμο χωρίς σύνορα, όπου τα κράτη-έθνη θα παίζουν έναν περιορισμένο ρόλο. Από την άλλη πλευρά έχουμε και εκείνους που διαφωνούν με την άποψη αυτή. Συγκεκριμένα θεωρούν τη παγκοσμιοποίηση υπεύθυνη για τη παγκόσμια φτώχεια και την παιδική εργασία στις φτωχές χώρες. Επίσης τη θεωρούν υπεύθυνη για την απώλεια αρκετών θέσεων εργασίας όπως επίσης και για τους χαμηλότερους μισθούς στις φτωχές αλλά και στις πλούσιες χώρες. Τέλος πολλοί είναι εκείνοι που θεωρούν πως οδηγούμαστε σε μία κλιματική καταστροφή, διότι οι φυσικοί πόροι, όπως το πετρέλαιο και άλλα ορυκτά αλλά και το νερό εξαντλούνται.

Επιπλέον, υπάρχει μεγάλο ποσοστό ανθρώπων που υποστηρίζει πως οι κυρίαρχοι της εποχής, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου, η Παγκόσμια Τράπεζα και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, προωθούν τα συμφέροντα των οικονομικά ισχυρών έναντι των χαμηλότερων κοινωνικών τάξεων. Βλέπουμε, δηλαδή, πως άλλοι επωφελούνται από τη παγκοσμιοποίηση, ενώ άλλοι αδικούνται.

Ένα όμως είναι το σίγουρο, μπορεί να έχει επιφέρει πολλά οφέλη και πλεονεκτήματα, αλλά έχει και μερικά μειονεκτήματα ή επιβλαβείς παρενέργειες. Όπως ανέφερα και νωρίτερα το αντίτιμο το πληρώνουν άτομα χαμηλότερων

κοινωνικών τάξεων με λιγότερες οικονομικές δυνατότητες, το φυσικό μας περιβάλλον κ.λπ.

1.2. ΦΑΣΕΙΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗΣ

Κάποιος θα μπορούσε να χαρακτηρίσει τη παγκοσμιοποίηση ως μία επανάσταση με αρκετές ομοιότητες με τη βιομηχανική επανάσταση με τη μόνη διαφορά να εμφανίζεται στις διάρκειες τους. Η Βιομηχανική Επανάσταση διήρκησε πάνω από έναν αιώνα, ενώ η Παγκοσμιοποίηση λαμβάνει χώρα από παλιά έως και σήμερα. Χωρίζεται σε τρεις φάσεις οι οποίες είναι:

1. Η πρώτη φάση η οποία έλαβε χώρα από το 1870-1914
2. Η δεύτερη φάση η οποία έλαβε χώρα από το 1945-1980
3. Η Τρίτη φάση η οποία ξεκίνησε από το 1980 και συνεχίζει έως και σήμερα.

Η πρώτη φάση φαίνεται να ξεκινάει από τη Βιομηχανική Επανάσταση στην Ευρώπη, αλλά και από το άνοιγμα νέων περιοχών στη Βόρεια και Νότια Αμερική, συγκεκριμένα στις ΗΠΑ, στο Καναδά, Αργεντινή, Χιλή και Ουρουγουάη. Άλλες περιοχές ήταν στην Αυστραλία, στη Νέα Ζηλανδία και στη Νότια Αφρική. Πολλοί ήταν οι μετανάστες που εγκαταστάθηκαν στα εδάφη αυτά και πολλές οι ξένες επενδύσεις που πραγματοποιήθηκαν. Οι περισσότερες επενδύσεις πραγματοποιήθηκαν από την Αγγλία, η οποία επιθυμούσε να χρησιμοποιήσει νέα εδάφη για τη παραγωγή. Με τα χρόνια οι περιοχές αυτές αυξήθηκαν εξάγοντας τρόφιμα και πρώτες ύλες στην Ευρώπη με αντάλλαγμα μεταποιημένα προϊόντα. Με το ξέσπασμα του Α' Παγκοσμίου Πολέμου, το 1914, έφτασε και το τέλος της πρώτης φάσης της παγκοσμιοποίησης.

Πριν το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, κατά τη διάρκεια της Μεγάλης Ύφεσης, είχε εφαρμοστεί έντονος εμπορικός προστατευτισμός. Το μέτρο αυτό εφαρμόστηκε από την οικονομική πολιτική για τη προστασία της εγχώριας παραγωγής αγαθών. Με άλλα λόγια η χώρα ήθελε να τονώσει την εγχώρια παραγωγή αγαθών, να την αυξήσει έναντι του ξένου ανταγωνισμού.

Κάπου στο 1945, υπήρξε χαλάρωση του μέτρου αυτού, με αποτέλεσμα το διεθνές εμπόριο να παρουσιάσει μία ραγδαία αύξηση. Κάπου εδώ λοιπόν φαίνεται να

ξεκινάει η δεύτερη φάση της παγκοσμιοποίησης η οποία, συγκεκριμένα, ξεκίνησε μετά τη λήξη του Β' Παγκοσμίου Πολέμου το 1945 και τελείωσε περίπου το 1980.

Από το 1980 και μετά περνάμε στη Τρίτη φάση της παγκοσμιοποίησης. Η περίοδος αυτή χαρακτηρίζεται ως η πιο γνωστή. Αυτό συμβαίνει κυρίως λόγω της ταχύτητας, του βάθους και της αμεσότητας της που προκύπτουν από τις σημαντικές βελτιώσεις που παρουσιάζονται στον τομέα των τηλεπικοινωνιών και των μεταφορών, καθώς και στις διεθνείς ροές κεφαλαίων. Μετά το 1945, στις διεθνείς σχέσεις και στην εξωτερική πολιτική κυριάρχησαν οι ΗΠΑ με τις συμμαχίες τους, και προώθησαν το καπιταλιστικό πρότυπο, μιας ελεύθερης αγοράς, βασισμένης σε αρχές και κανόνες μιας φιλελεύθερης οικονομίας. Ωστόσο μετά Το τέλος του πολέμου, η κυριαρχική θέση της Αμερικής όσον αφορά την παγκόσμια οικονομία, εξασθένησε δίνοντας την θέση της σε άλλες δυνάμεις και λογικές. Από τη μια οι ΗΠΑ, επιδίωξαν σύμφωνα με τον Gilpin μια παρεμβατική πολιτική και προστατευτισμό της οικονομίας τους, όπως φαίνεται με την επικύρωση της Συμφωνίας Ελεύθερου Εμπορίου 19 Βόρειας Αμερικής. Από την άλλη, άλλαξαν και οι προτεραιότητες των υπολοίπων καπιταλιστικών χωρών, όπως χώρες της Δυτικής Ευρώπης και της Ιαπωνίας, οι οποίες επιδίωξαν τα δικά τους οικονομικά συμφέροντα, αρνούμενες την πρωτοκαθεδρία της Αμερικής επί των παγκόσμιων οικονομικών θεμάτων.

Παρατηρείται πως η σημερινή παγκοσμιοποίηση είναι πιο διεισδυτική, αλλά και πιο δραματική από τις προηγούμενες περιόδους

1.3. ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Ως Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες θα μπορούσαμε να ορίσουμε τις επιχειρηματικές συναλλαγές υλικών, υπηρεσιών και κεφαλαίου μεταξύ διάφορων χωρών. Για παράδειγμα μία χώρα μπορεί να παραλάβει πρώτες ύλες από μία άλλη χώρα και με τη σειρά της να τις στείλει για επεξεργασίας σε μία τρίτη. Ως Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες θα μπορούσαμε, επίσης, να θεωρήσουμε και τις διεθνείς άμεσες επενδύσεις. Τα μέλη που εμπλέκονται συνήθως σε τέτοιες δραστηριότητες μπορεί να είναι ιδιώτες, εταιρίες, κυβερνητικές υπηρεσίες κ.λπ..

Αρχικά οι Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες έλαβαν τη μορφή εισαγωγών και εξαγωγών, πριν από πάρα πολλά χρόνια. Με το πέρας τον χρόνων, όμως, αναπτύχθηκαν πολλές άλλες μορφές δραστηριοτήτων. Όπως ανέφερα και στην αρχή, άλλη μία συνιστώσα των διεθνών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων θα μπορούσαν να θεωρηθούν οι άμεσες επενδύσεις. Εμφανίστηκαν κατά τη διάρκεια της της αποικιακής περιόδου και συνεχίστηκαν στην εποχή του ιμπεριαλισμού. Μία Τρίτη συνιστώσα των διεθνών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων θα μπορούσε να θεωρηθεί η διεθνής ροή εργασίας και κεφαλαίου. Με απλά λόγια εννοούμε τη μετακίνηση (μετανάστευση) ανθρώπων μεταξύ των εθνικών συνόρων, κυρίως για οικονομικούς λόγους.

1.3.1. ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Μία οικονομία, η οποία πραγματοποιεί εμπορικές συναλλαγές με άλλες χώρες ονομάζεται ανοικτή οικονομία. Όλες οι οικονομίες του κόσμου είναι ανοικτές, αλλά διαφέρουν κατά την έκταση των διεθνών συναλλαγών τους, κατά το απόλυτο μέγεθος και κατά τη σημασία τους σε σχέση με το ΑΕΠ. Το μέγεθος και η εξέλιξη των εισαγωγών και των εξαγωγών είναι ένας σημαντικός δείκτης των επιδόσεων της οικονομίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) , που δείχνει πώς αλληλοεπιδρά με άλλες χώρες και τη θέση της.

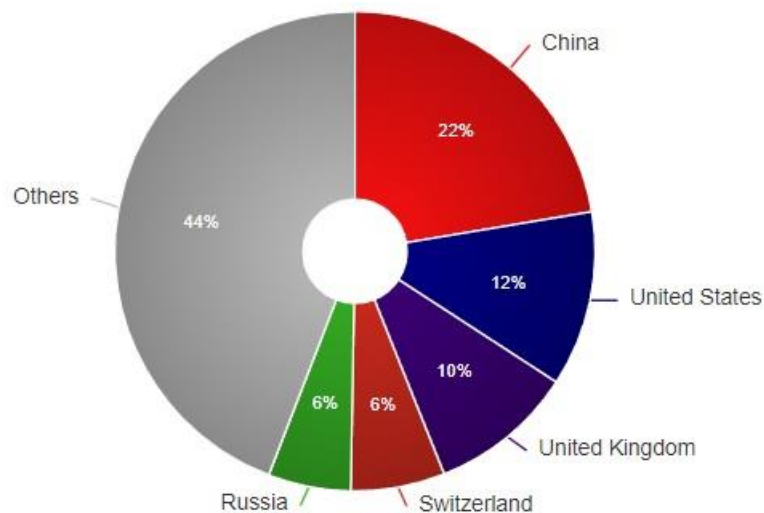
Ας δούμε, όμως, πρώτα τι σημαίνουν οι έννοιες εισαγωγή και εξαγωγή προϊόντων και αγαθών. Ως εισαγωγές μπορούμε να χαρακτηρίσουμε την αγορά προϊόντων από άλλες χώρες, είτε για προσωπική χρήση είτε για μεταπώληση στην εγχώρια αγορά. Ως εξαγωγές, χαρακτηρίζουμε τις πωλήσεις των προϊόντων που έχουν παραχθεί εγχώρια για χρήση ή μεταπώληση σε άλλες χώρες.

Οι καθαρές εξαγωγές εκφράζουν αν μία χώρα είναι αγοραστής ή πωλητής στις παγκόσμιες αγορές για υπηρεσίες και αγαθά. Τις καθαρές εξαγωγές μπορεί να τις συναντήσουμε και ως εμπορικό ισοζύγιο. Όταν οι εξαγωγές είναι μεγαλύτερες από τις εισαγωγές, είναι δηλαδή θετικές, καταλαβαίνουμε πως η χώρα πουλά περισσότερα αγαθά και περισσότερες υπηρεσίες στο εξωτερικό από ό,τι αγοράζει. Σε αυτή τη περίπτωση η χώρα παρουσιάζει εμπορικό

πλεόνασμα. Όταν οι καθαρές εξαγωγές είναι μικρότερες από τις εισαγωγές, είναι αρνητικές, καταλαβαίνουμε πως η χώρα που πουλάει λιγότερα αγαθά και λιγότερες υπηρεσίες στο εξωτερικό από ό,τι αγοράζει από άλλες χώρες. Σε αυτή τη περίπτωση η χώρα παρουσιάζει εμπορικό έλλειμμα. Όταν οι καθαρές εξαγωγές είναι μηδενικές, και εισαγωγές είναι ίσες η χώρα παρουσιάζει ισοσκελισμένο εμπορικό ισοζύγιο.

Οι καθαρές εξαγωγές και εισαγωγές μίας χώρας επηρεάζονται από αρκετούς παράγοντες. Μερικοί από αυτούς είναι:

- Οι προτιμήσεις των καταναλωτών
- Οι τιμές των αγαθών, είτε πρόκειται για εγχώρια προϊόντα είτε για εισαγόμενα
- Οι τιμές συναλλάγματος
- Το μεταφορικό κόστος
- Οι κυβερνητικές πολιτικές



ΣΧΗΜΑ 1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΑΓΑΘΩΝ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΕΝΤΕ ΚΟΡΥΦΑΙΟΥΣ ΕΤΑΙΡΟΥΣ, ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ, 2020

Πηγή: Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία (Eurostat)

Στο παραπάνω διάγραμμα βλέπουμε από ποιες χώρες, η Ευρωπαϊκή Ένωση εισήγαγε αγαθά για το έτος 2020.

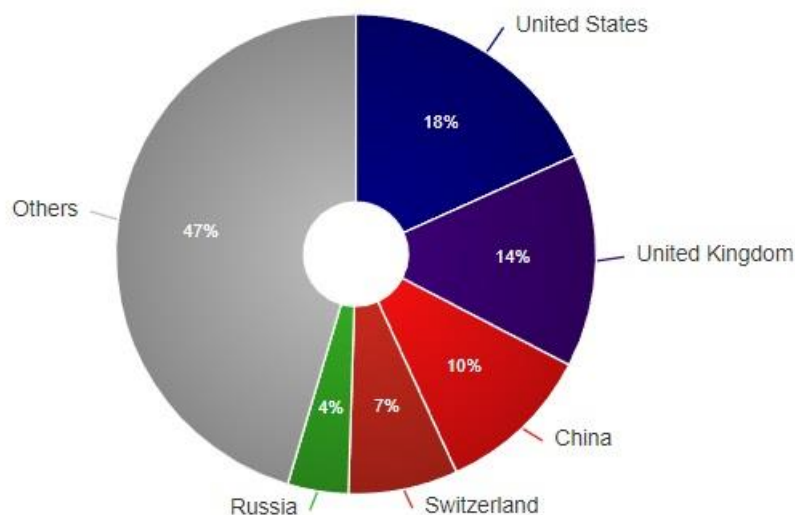
Τα περισσότερα αγαθά φαίνεται πως τα παρέλαβε από τη Κίνα. Γενικότερα τα τελευταία χρόνια παρουσιάζεται μεγάλη αύξηση στη ζήτηση προϊόντων από τη Κίνα. Αυτό συμβαίνει χάρη στις πολύ χαμηλές τιμές που έχουν τα προϊόντα της. Το 2020, τα περισσότερα εισαγόμενα μεταποιημένα προϊόντα που εισήχθησαν ήταν μηχανήματα και οχήματα, ακολουθούμενα από τα λοιπά μεταποιημένα προϊόντα και διάφορα χημικά.

Ακολουθούν οι ΗΠΑ. Οι Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής, επίσης, προσφέρουν προϊόντα σε ανταγωνιστικές τιμές, αυτός είναι και ο λόγος που βρίσκονται δεύτερες στη κατάταξη. Το 2020, οι μεγαλύτερες εξαγωγές των ΗΠΑ στην ΕΕ ήταν αεροδιαστημικά προϊόντα και ανταλλακτικά. Ακολούθησαν τα ορυκτά καύσιμα και τα μηχανήματα. Τα επόμενα πιο εισαγόμενα βιομηχανικά προϊόντα ήταν τα μηχανήματα και τα οχήματα, ακολουθούμενα από τα χημικά και τα άλλα μεταποιημένα προϊόντα.

Στη συνέχεια έχουμε το Ηνωμένο Βασίλειο, με μικρή διαφορά από τις ΗΠΑ. Το Ηνωμένο Βασίλειο αποχώρησε από την Ευρωπαϊκή Ένωση στις 31 Ιανουαρίου 2020. Κατέληξαν σε συμφωνία για τη μελλοντική τους σχέση στις 24 Δεκεμβρίου 2020. Υπέγραψαν επίσημα τη Συμφωνία Εμπορίου και Συνεργασίας ΕΕ-ΗΒ στις 30 Δεκεμβρίου 2020. Από τη 1^η Ιανουαρίου του 2021, τέθηκε σε ισχύ η συμφωνία εμπορίου και συνεργασίας, η οποία προβλέπει μηδενικούς δασμούς και μηδενικές ποσοστώσεις για όλες συναλλαγές εμπορευμάτων ΕΕ και Ηνωμένου Βασιλείου που πληρούν τους κατάλληλους κανόνες καταγωγής. Αυτός είναι και ο λόγος που η ΕΕ εισάγει αρκετά αγαθά από τη χώρα αυτή. Οι κύριες εξαγωγές αγαθών του Ηνωμένου Βασιλείου στην ΕΕ περιλαμβάνουν μηχανήματα και συσκευές, χημικά προϊόντα, εξοπλισμό μεταφορών, ορυκτά προϊόντα, βασικά μέταλλα, τρόφιμα, ποτά και καπνό.

Τέλος, με ίδιο ποσοστό εισαγωγών, έχουμε τη Ρωσία και την Ελβετία. Η Ρωσία αντιπροσωπεύει το 4,8% του συνολικού εμπορίου αγαθών της ΕΕ με τον κόσμο για το 2020. Στις εισαγωγές στην ΕΕ κυριαρχούσαν τα καύσιμα και τα μεταλλευτικά προϊόντα, κυρίως το πετρέλαιο, η γεωργία και οι πρώτες ύλες, τα χημικά και σίδηρος και χάλυβας. Η Ελβετία από την άλλη επικεντρώνει της

εξαγωγές της σε ορισμένους τομείς, κυρίως σε χημικά, φαρμακευτικά και ιατρικά προϊόντα, μηχανήματα, όργανα και ρολόγια. Η Ελβετία παρέχει κυρίως εμπορικές υπηρεσίες στην ΕΕ.



ΣΧΗΜΑ 1.2 ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΑΓΑΘΩΝ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΕΝΤΕ ΚΟΡΥΦΑΙΟΥΣ ΕΤΑΙΡΟΥΣ, ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ, 2020

Πηγή: Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία (Eurostat)

Σε αυτό το διάγραμμα βλέπουμε σε ποιες χώρες, η Ευρωπαϊκή Ένωση εξήγαγε αγαθά για το έτος 2020.

Φαίνεται πως το μεγαλύτερο ποσοστό αγαθών, για το έτος 2020, το εξήγαγε στις ΗΠΑ. Στη κορυφή της λίστας βρίσκονται τα φαρμακευτικά προϊόντα. Ακολουθούν μηχανήματα, συγκεκριμένα γεωργικά και βιομηχανικά μηχανήματα. Τέλος, έχουμε τα μηχανοκίνητα οχήματα που στη κατηγορία περιλαμβάνονται αυτοκίνητα, αμαξώματα μηχανοκίνητων οχημάτων, ρυμουλκούμενα, και ανταλλακτικά αυτοκινήτων.

Μετά τις ΗΠΑ, μεγαλύτερο ποσοστό εξαγωγών βλέπουμε πως έχουμε στο Ηνωμένο Βασίλειο. Οι κύριες εξαγωγές, λοιπόν, περιλαμβάνουν διάφορα μηχανήματα και συσκευές και εξοπλισμός μεταφορών. Περιλαμβάνουν,

επίσης, χημικά προϊόντα, τρόφιμα, ποτά, καπνό, βασικά μέταλλα, πλαστικά και καουτσούκ.

Τρίτη βρίσκεται η Κίνα, με τα περισσότερα εισαγόμενα μεταποιημένα προϊόντα να είναι μηχανήματα και οχήματα, ακολουθούμενα από λοιπά μεταποιημένα προϊόντα και τα χημικά.

Προτελευταία βρίσκεται η Ελβετία τα περισσότερα εισαγόμενα μεταποιημένα προϊόντα είναι τα χημικά, ακολουθούμενα από τα λοιπά μεταποιημένα προϊόντα, διάφορα μηχανήματα και οχήματα.

Και στη τελευταία θέση βρίσκεται η Ρωσία. Τα περισσότερα εξαγόμενα βιομηχανικά προϊόντα διάφορα μηχανήματα και οχήματα, άλλα μεταποιημένα προϊόντα και χημικά προϊόντα. Τα πρωτογενή αγαθά είχαν υψηλότερο μερίδιο από τα μεταποιημένα αγαθά. Τα περισσότερα εισαγόμενα πρωτογενή αγαθά ήταν η ενέργεια, ακολουθούμενα από τις πρώτες ύλες, τρόφιμα και ποτά.

1.3.2. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Αρχικά ως επένδυση μπορούμε να χαρακτηρίσουμε την διοχέτευση κεφαλαίων από έναν άνθρωπο σε έναν άλλον, από μία εταιρία σε μία άλλη κ.λπ. Ως διεθνή επένδυση χαρακτηρίζουμε τη διοχέτευση κεφαλαίου από έναν κάτοικο μίας χώρας σε κάτοικο μίας άλλης χώρας. Οι διεθνείς επενδύσεις χωρίζονται σε δύο σημαντικές κατηγορίες: στις άμεσες ξένες επενδύσεις και στις ξένες επενδύσεις χαρτοφυλακίου.

Σύμφωνα με τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (2008) και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2010) ως άμεσες ξένες επενδύσεις χαρακτηρίζουμε μια κατηγορία επενδύσεων, εκτός των ορίων της χώρας, που πραγματοποιούνται από την επιχείρηση ή από κάποιον κάτοικο μιας χώρας (η χώρα στην οποία βρίσκεται ο κάτοικος ή η μητρική εταιρίας ονομάζεται *χώρα προέλευσης*) με σκοπό τον έλεγχο ακινήτων, περιουσιακών στοιχείων και εταιριών των άλλων χωρών, των χωρών υποδοχής (οποιαδήποτε άλλη χώρα στην οποία δραστηριοποιείται η εταιρία ονομάζεται *χώρα υποδοχής*). Όμως για να πάρει μία επιχείρηση την απόφαση να πραγματοποιήσει μία ΑΞΕ θα πρέπει

να λάβει υπόψιν της μερικούς παράγοντες. Οι παράγοντες αυτοί χωρίζονται σε δύο κατηγορίες: στους παράγοντες προσφοράς και τους παράγοντες ζήτησης.

Ας ξεκινήσουμε με τους παράγοντες προσφοράς, οι οποίοι αποτελούνται από το κόστος παραγωγής, την εφοδιαστική διαχείριση, τη διαθεσιμότητα των πόρων και τη πρόσβαση σε βασική τεχνολογία.

ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ: Οι επιχειρηματίες πολλές φορές επιλέγουν να πραγματοποιήσουν μία Άμεση Ξένη Επένδυση σε κάποια ξένη χώρα (και όχι στην εγχώρια αγορά), διότι κρίνουν πως το κόστος παραγωγής εκεί θα είναι χαμηλότερο. Αυτό συμβαίνει, λόγω των χαμηλότερων τιμών γης, των χαμηλότερων φορολογικών συντελεστών, των χαμηλότερων ενοικίων επαγγελματικής στέγης και τέλος λόγω της μεγαλύτερης διαθεσιμότητας σε εργατικό δυναμικό, που συμβιβάζεται με χαμηλότερες αποδοχές.

ΕΦΟΔΙΑΣΤΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ: Εφόσον το κόστος παραγωγής στο εξωτερικό είναι χαμηλότερο, κατά συνέπεια αυτό σημαίνει πως και το κόστος μεταφοράς των αγαθών και των υπηρεσιών θα είναι χαμηλότερο. Έτσι η επιχείρηση θα προτιμήσει να παράγει και να εξάγει τα προϊόντα της στη ξένη χώρα αντί για την εγχώρια αγορά.

ΔΙΑΘΕΣΙΜΟΤΗΤΑ ΦΥΣΙΚΩΝ ΠΟΡΩΝ: Χώρες με χαμηλά αποθέματα σε φυσικούς πόρους διαπραγματεύονται με τις κυβερνήσεις των χωρών που έχουν μεγάλα αποθέματα, φυσικών πόρων, για να πραγματοποιούν, οι πρώτες στις δεύτερες, ΑΞΕ με συνάλλαγμα τις πρώτες ύλες.

ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΕ ΒΑΣΙΚΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ: Ένας άλλος παράγοντας είναι η πρόσβαση σε βασική αλλά και υψηλή τεχνολογία.

Θα συνεχίσουμε με τους παράγοντες ζήτησης, οι οποίοι είναι η πρόσβαση στους πελάτες, τα πλεονεκτήματα μάρκετινγκ η εκμετάλλευση ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων και τέλος η κινητικότητα των πελατών.

ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΕ ΠΕΛΑΤΕΣ: Πολλά είδη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων απαιτούν από τις επιχειρήσεις να έχουν φυσική παρουσία στην αγορά.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ: Μπορεί να δημιουργηθούν πολλά πλεονεκτήματα στον τομέα του μάρκετινγκ, από την εφαρμογή μίας ΑΞΕ. Η

φυσική παρουσία ενός εργοστασίου μπορεί να ενισχύσει την προβολή των προϊόντων μίας ξένης επιχείρησης στη χώρα υποδοχής. Επίσης, οι επιχειρήσεις θα μπορούσαν να πραγματοποιήσουν μία επένδυση για να βελτιώσουν την ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχουν στους πελάτες τους.

ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΩΝ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΩΝ: Οι ΑΞΕ αποτελούν τον καλύτερο τρόπο με τον οποίο μία επιχείρηση μπορεί να εκμεταλλευτεί ένα ήδη υπάρχον ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Μία επιχείρηση με ένα δυνατό και ισχυρό εμπορικό σήμα, ή μια επιχείρηση με πολύ γνωστή ονομασία ή πολύ καλή τεχνολογία έχει τη δυνατότητα να δραστηριοποιείται σε μία ξένη χώρα, αντί να κάνει απλές εξαγωγές σε αυτή. Εφαρμόζοντας τα παραπάνω, μία επιχείρηση, βελτιώνει τη δυνατότητα προσαρμογής των προϊόντων της, ενώ εξακολουθεί να επωφελείται από την υπεροχή της στον παραγωγικό τομέα, σε σχέση με άλλες όμοιες επιχειρήσεις.

ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑ ΠΕΛΑΤΩΝ: Οι ΑΞΕ μίας επιχείρησης υπάρχει μεγάλη πιθανότητα να επηρεάζονται και να παρακινούνται από της ξένες επενδύσεις που πράττουν οι πελάτες της.

Η δεύτερη σημαντική κατηγορία των διεθνών επενδύσεων είναι οι ξένες επενδύσεις χαρτοφυλακίου. Με τον όρο αυτό χαρακτηρίζουμε τις αγορές ξένων χρηματοοικονομικών περιουσιακών στοιχείων. Οι επενδύσεις έχουν τη μορφή παροχής δανείων στο εξωτερικό, είτε τη μορφή κατοχής μετοχών επιχειρήσεων, είτε τη μορφή της βραχυχρόνιας τραπεζικής τοποθέτησης σε ξένο νόμισμα. Η πολιτική τους είναι να μπορεί ο επενδυτής να συμμετέχει τόσο στα έξοδα όσα και στα έσοδα της επιχείρησης, μέσω της μεταφοράς κεφαλαίων.

Φαίνεται πως και οι άμεσες ξένες επενδύσεις και οι ξένες επενδύσεις χαρτοφυλακίου είναι δύο σημαντικές έννοιες, πολύ διαφορετικές μεταξύ τους, όμως. Οι ΑΞΕ ξεχωρίζουν από τις ΞΕΧ, διότι οι προθέσεις του επενδυτή είναι διαφορετικές σε κάθε περίπτωση και το ποσοστό της συμμετοχής στην εταιρία διαφέρει ανάλογα με τη περίπτωση.

Οι ΑΞΕ, επίσης, χωρίζονται και σε δύο μορφές, τις οριζόντιες και τις κάθετες. Οι οριζόντιες ΑΞΕ εμφανίζονται όταν μια εταιρεία προσπαθεί να ανοίξει μια νέα αγορά, για παράδειγμα, ένας λιανοπωλητής που χτίζει ένα κατάστημα σε

μια νέα χώρα για να το πουλήσει στην τοπική αγορά. Κάθετες ΑΞΕ είναι όταν μια εταιρεία επενδύει διεθνώς για να παράσχει στοιχεία στις βασικές της δραστηριότητες, συνήθως στη χώρα καταγωγής της. Μια επιχείρηση μπορεί να επενδύσει σε εγκαταστάσεις παραγωγής σε άλλη χώρα. Όταν μια επιχείρηση φέρνει τα αγαθά ή τα εξαρτήματα πίσω στη χώρα καταγωγής της, δηλαδή γίνεται προμηθευτής της χώρας της, αυτό αναφέρεται ως προς τα πίσω κάθετες ΑΞΕ. Όταν μια επιχείρηση πουλά τα αγαθά στην τοπική ή περιφερειακή αγορά, γίνεται, δηλαδή, ο διανομέας, αυτό ονομάζεται μελλοντικές κάθετες ΑΞΕ. Οι μεγαλύτερες παγκόσμιες εταιρείες συχνά συμμετέχουν σε κάθετες ΑΞΕ τόσο προς τα πίσω όσο και προς τα εμπρός ανάλογα με τον κλάδο τους.

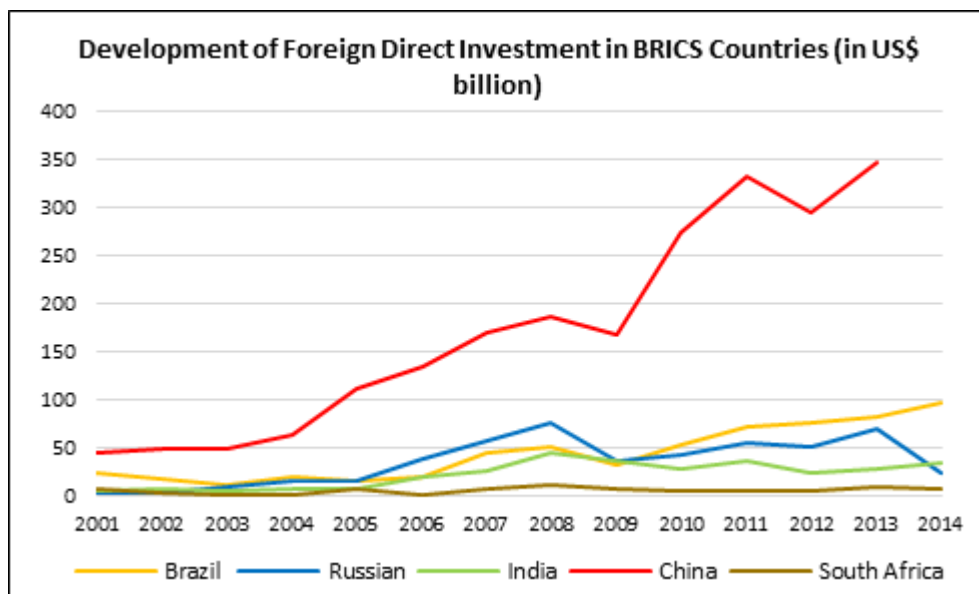
ΑΝΑΔΥΟΜΕΝΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Οι Άμεσες Ξένες Επενδύσεις (ΑΞΕ) στις αναδύμενες οικονομίες ήταν και συνεχίζουν να είναι εκπληκτικές και συμβάλλουν σημαντικά στη συνολική οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας. Σύμφωνα με την Παγκόσμια Έκθεση Επενδύσεων (2011), οι αναδύμενες οικονομίες μαζί προσέλκυσαν περισσότερες από τις μισές παγκόσμιες εισροές ΑΞΕ το έτος 2010. Καθώς η διεθνής κατανάλωση και η διεθνής παραγωγή έχουν μετατοπιστεί στις αναδύμενες οικονομίες, οι πολυεθνικές εταιρείες επενδύουν ολοένα και περισσότερο τόσο στην αναζήτηση αποδοτικότητας όσο και στην αγορά - αναζήτηση έργων σε αυτές τις αναδύμενες χώρες. Υπάρχουν διάφορες εμπειρικές μελέτες που δείχνουν ότι υπάρχει θετική σχέση μεταξύ ΑΞΕ και Οικονομικής Ανάπτυξης και οι ΑΞΕ αποτελούν βασικό συστατικό της παγκόσμιας αναπτυξιακής μηχανής, ως εκ τούτου οι χώρες προσπαθούν να δημιουργήσουν ευνοϊκές συνθήκες για να προσελκύσουν περισσότερες εισροές ΑΞΕ στις οικονομίες τους.

Οι ΑΞΕ όχι μόνο αυξάνουν το επίπεδο των επενδύσεων ή του κεφαλαίου αλλά αυξάνουν την απασχόληση δημιουργώντας νέα παραγωγική ικανότητα και θέσεις εργασίας. μεταφορά άυλων περιουσιακών στοιχείων όπως η τεχνολογία και οι διαχειριστικές δεξιότητες στη χώρα υποδοχής και η παροχή μιας πηγής νέων τεχνολογιών, διαδικασιών, προϊόντων, οργανωτικών τεχνολογιών και δεξιοτήτων διαχείρισης.

Ορισμένοι ειδικοί περιορίζουν των όρο στις **BRIC** χώρες, (Βραζιλία, Ρωσία, Ινδία και Κίνα). Οι χώρες αυτές προσελκύουν το μεγαλύτερο μέρος των ΑΞΕ τις τελευταίες δεκαετίες. Για αρκετά χρόνια η Βραζιλία αποτελούσε την κύρια χώρα υποδοχής επενδύσεων ανάμεσα στις BRIC. Από το 1985 και ύστερα η Κίνα κατέκτησε τη πρώτη θέση, κυρίως στην αυτοκινητοβιομηχανία και τα καταναλωτικά αγαθά. Σύμφωνα με την Παγκόσμια Τράπεζα το 2011, η Κίνα κατέχει την τρίτη θέση στον κόσμο σε συνολική εισροή ΑΞΕ το 2009. Οι πολυεθνικές εταιρείες έχουν μεταφέρει τις δραστηριότητές τους στην Κίνα για να επωφεληθούν από το χαμηλό κόστος εργασίας και το τεράστιο μέγεθος της αγοράς. Για παράδειγμα, οι πωλήσεις της Burberry στην Κίνα αυξήθηκαν 20% το 2012. Η Κίνα, δηλαδή, αντιπροσωπεύει το 14% των εσόδων αυτής της επιχείρησης. Η Ρωσική Ομοσπονδία κατατάσσεται στην όγδοη θέση, η Βραζιλία στην ένατη, η Ινδία στην δέκατη τρίτη και η Νότια Αφρική κατατάσσεται στη τριακοστή πέμπτη θέση στον κόσμο. Ινδία Η Βραζιλία και η Νότια Αφρική έλαβαν σχεδόν σταθερό και μικρό μέρος των παγκόσμιων συνολικών ροών ΑΞΕ κατά την τελευταία 5ετία.

Άλλοι ειδικοί χρησιμοποιούν τον όρο για να περιγράψουν τις χώρες που αποκαλούνται **Big Ten**. Πρόκειται για μία ομάδα δέκα μεγάλων χωρών. Οι χώρες αυτές είναι η Αργεντινή, η Βραζιλία, η Κίνα, η Ινδία, η Ινδονησία, το Μεξικό, η Πολωνία, η Νότια Αφρική, η Νότια Κορέα και τέλος η Τουρκία.



ΣΧΗΜΑ 1.3 ΑΜΕΣΕΣ ΞΕΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΩΝ ΑΝΑΔΥΟΜΕΝΩΝ ΑΓΟΡΩΝ (BRICS), 2001-2014

Πηγή: Παγκόσμια Τράπεζα (World Bank Databank)

Στο παραπάνω διάγραμμα, φαίνονται οι άμεσες ξένες επενδύσεις της Βραζιλίας, της Ρωσίας, της Ινδίας, της Κίνας καθώς και της Νότιας Αφρικής.

- Η Κίνα με τα χρόνια παρουσιάζει σημαντικές αυξομειώσεις, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες χώρες που οι αυξομειώσεις είναι λιγότερο διακριτές.
- Από την άλλη πλευρά έχουμε τη Νότια Αφρική η οποία όλα αυτά τα χρόνια παραμένει σχεδόν σταθερή, με εξαίρεση το 2006 που παρουσιάζει μία ελάχιστη μείωση.
- Η Ρωσία από το 2005 έως το 2008, φαίνεται πως είχε μία αισθητή αύξηση στις άμεσες επενδύσεις. Η αύξηση αυτή κράτησε μόνο λίγα έτη, διότι όπως φαίνεται το 2009, οι επενδύσεις μειώθηκαν ξανά.
- Η Ινδία παρουσιάζει μία σταθερότητα στις επενδύσεις της, με εξαίρεση το 2005 που υπάρχει μία μικρή αύξηση η οποία συνεχίζεται.
- Η Βραζιλία, επίσης παρουσιάζει μικρές αυξομειώσεις, όπως οι Νότια Αφρική και Ινδία.

1.3.3. ΔΙΕΘΝΗΣ ΡΟΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Πολλοί είναι εκείνοι που επιλέγουν να περάσουν το υπόλοιπο της ζωής τους σε μία χώρα διαφορετική από εκείνη στην οποία γεννήθηκαν, είτε για οικονομικούς λόγους είτε για να ξεφύγουν από την καταπίεση της χώρας τους.

Κατά τη διάρκεια του δέκατου ενάτου αιώνα, αρκετοί άνθρωποι προτίμησαν να εγκαταλείψουν την Ευρώπη και να μετακινηθούν προς το Νέο Κόσμο. Κύρια επιθυμία τους ήταν να ξεφύγουν από την πολιτική, αλλά και τη θρησκευτική καταπίεση που ασκούσαν επάνω τους στην Ευρώπη. Αυτή η μετανάστευση συνέβαλε σημαντικά στην μεγέθυνση και εξέλιξη του Νέου Κόσμου, ιδίως των Ηνωμένων Πολιτειών. Άλλη μία επιθυμία τους ήταν η αύξηση του εισοδήματός τους, διότι οι μισθοί ήταν καλύτερη από εκείνους της χώρας τους.

Σήμερα πάνω από 190 εκατομμύρια άνθρωποι έχουν μεταναστεύσει σε μία ξένη χώρα. Όχι άδικα, ο 20ος αιώνας έχει χαρακτηριστεί ως «ο αιώνας της μετανάστευσης» διότι σημειώθηκαν οι σημαντικότερες πληθυσμιακές μετακινήσεις και αλλαγές στη σύνθεση του πληθυσμού. Οι περισσότεροι έχουν επιλέξει να μετακινηθούν σε κάποια πλούσια χώρα, συγκεκριμένα το 60% των μεταναστών. Οι δύο κύριοι προορισμοί τους φαίνεται να είναι η Ευρώπη, η οποία φιλοξενεί περίπου 36 εκατομμύρια μετανάστες και οι Ηνωμένες Πολιτείες, οι οποίες φιλοξενούν περίπου 38 εκατομμύρια. Από τους 38 εκατομμύρια μετανάστες, ένα ποσοστό των 12.5% έχουν γεννηθεί σε κάποια ξένη χώρα, και όχι στις Ηνωμένες πολιτείες. Μεγάλο είναι το ποσοστό που προσήλθαν παράνομα στη χώρα, για την ακρίβεια πρόκειται για πάνω από 11 εκατομμύρια κόσμο. Όπως ανέφερα προηγουμένως, ένας από τους λόγους που φεύγουν από τη χώρα τους είναι οικονομικοί λόγοι. Έτσι ένα μεγάλο ποσοστό του αμερικανικού εργατικού δυναμικού, το 16.2%, αποτελείται από αυτούς.

Η μετανάστευση, μπορεί να αναλυθεί με τον ίδιο τρόπο και με τα ίδια εργαλεία, όπως μία επενδυτική απόφαση. Δηλαδή, όπως και κάθε άλλη επένδυση, έτσι και η μετανάστευση έχει κόστος αλλά και αρκετά οφέλη.

Στο κόστος περιλαμβάνονται τα έξοδα για τη μεταφορά του από τη μία χώρα στην άλλη, για τη μεταφορά των αντικειμένων του ατόμου κ.λπ. Άλλο ένα κόστος αποτελεί η απώλεια των μισθών, το χρονικό διάστημα από την μετακόμιση μέχρι την εγκατάσταση και έπειτα το διάστημα που θα χρειαστεί μέχρι να βρεθεί μία καινούρια θέση εργασίας. Εκτός από τις οικονομικές δαπάνες όμως έχουμε κι άλλες λιγότερο σημαντικές. Πρόκειται για τον αποχωρισμό από το οικείο περιβάλλον, από τους συγγενείς, τους φίλους, ο αποχωρισμός από το παλιό σπίτι, τη παλιά γειτονία. Ο μετανάστης θα κληθεί να μάθει μία ξένη γλώσσα, τη τοπική γλώσσα. Θα του δημιουργηθεί η ανάγκη να μάθει και να συνηθίσει τον νέο τρόπο ζωής, τα ήθη και τα έθιμα της νέας χώρας.

Πέρα από κόστη, η επένδυση περιλαμβάνει και πολλά οφέλη για το μετανάστη. Το μεγαλύτερο όφελος, φυσικά, είναι ο μεγαλύτερος μισθός που θα λαμβάνει ο εργαζόμενος στο εξωτερικό (άλλωστε αυτός είναι και ο κυριότερος λόγος της μετανάστευσής του). Οι μετανάστες μετακινούνται πάντα από τις πιο

φτωχές χώρες, με χαμηλότερους μισθούς, προς τις πιο πλούσιες χώρες, με υψηλότερους μισθούς. Άλλο ένα όφελος αποτελεί η καλύτερη μόρφωση και εκπαίδευση των παιδιών των μεταναστών. Τα παιδιά εφόσον θα πάνε σε ένα σχολείο μίας ξένης χώρας θα χρειαστεί να μάθουν τουλάχιστον μία ξένη γλώσσα, εφόσον τα μαθήματα θα παραδίδονται σε γλώσσα διαφορετική από τη μητρική. Επιπλέον, τα παιδιά, θα μάθουν την ιστορία άλλων χωρών, τα ήθη και τα έθιμά τους, τις παραδόσεις τους, θα μάθουν να ζουν με έναν διαφορετικό τρόπο ζωής, από αυτό που έζησαν οι γονείς τους στην πατρίδα τους.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στο πρώτο κεφάλαιο ασχοληθήκαμε με το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης. Είδαμε πως η παγκοσμιοποίηση και το διεθνές εμπόριο είναι δύο έννοιες που αλληλεξαρτώνται. Εάν ο κόσμος δεν είχε παγκοσμιοποιηθεί η οικονομία του κόσμου θα είχε παραμείνει στάσιμη. Δεν θα υπήρχαν εισαγωγές – εξαγωγές προϊόντων, οι διεθνείς επενδύσεις δε θα υπήρχαν και η διεθνής ροή εργασίας δε θα είχε αναπτυχθεί.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο δεύτερο κεφάλαιο θα μιλήσουμε για την ανάπτυξη της θεωρίας του εμπορίου από το δέκατο έβδομο αιώνα μέχρι τον εικοστό πρώτο αιώνα. Θα μιλήσουμε για τις θεωρίες που έχουν αναπτυχθεί, από διάφορους μεγάλους οικονομολόγους, όπως ο Adam Smith , ο οποίος θεωρείται και πατέρας της Οικονομικής Θεωρίας, ο David Ricardo και πολλοί άλλοι. Ανέπτυξαν τις θεωρίες αυτές για να μπορέσουν να

περιγράψουν τι είναι το διεθνές εμπόριο και γιατί είναι τόσο σημαντικό για την οικονομία των κρατών.

Θα ξεκινήσουμε με μία συζήτηση οικονομικών δογμάτων γνωστών ως μερκαντιλισμός, που επικράτησαν κατά το δέκατο έβδομο και δέκατο όγδοο αιώνα. Ο μερκαντιλισμός είναι μια οικονομική θεωρία που υποστηρίζει την κυβερνητική ρύθμιση του διεθνούς εμπορίου για τη δημιουργία πλούτου και την ενίσχυση της εθνικής ισχύος. Οι έμποροι και η κυβέρνηση συνεργάζονται για να μειώσουν το εμπορικό έλλειμμα και να δημιουργήσουν εμπορικό πλεόνασμα. Ο μερκαντιλισμός, μια μορφή οικονομικού εθνικισμού, χρηματοδοτεί την εταιρική, στρατιωτική και εθνική ανάπτυξη. Υποστηρίζει εμπορικές πολιτικές που προστατεύουν τις εγχώριες βιομηχανίες.

Στη συνέχεια θα μιλήσουμε για δύο σημαντικές έννοιες των οικονομικών στο διεθνές εμπόριο. Πρόκειται για το απόλυτο πλεονέκτημα και το συγκριτικό πλεονέκτημα. Δύο έννοιες που επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό το πώς και το γιατί τα έθνη και οι επιχειρήσεις αφιερώνουν πόρους στην παραγωγή συγκεκριμένων αγαθών. Μεμονωμένα, το απόλυτο πλεονέκτημα περιγράφει ένα σενάριο στο οποίο μια οντότητα μπορεί να κατασκευάσει ένα προϊόν σε υψηλότερη ποιότητα και ταχύτερο ρυθμό για μεγαλύτερο κέρδος από ότι μπορεί να επιτύχει μια άλλη ανταγωνιστική επιχείρηση ή χώρα. Το συγκριτικό πλεονέκτημα, από την άλλη διαφέρει στο ότι λαμβάνει υπόψη το κόστος ευκαιρίας που συνεπάγεται όταν επιλέγεται η κατασκευή πολλών τύπων αγαθών με περιορισμένους πόρους. για τη θεωρία του απόλυτου πλεονεκτήματος που αναπτύχθηκε από τον Adam Smith, γνωστό Σκωτσέζο οικονομολόγο. Θα συνεχίσουμε με το νόμο του συγκριτικού πλεονεκτήματος που ανέπτυξε ο David Ricardo, 40 χρόνια αργότερα από την θεωρία που ανέπτυξε ο Adam Smith. Στόχος του ήταν να εξηγήσει πραγματικά τη βάση του εμπορίου και τα οφέλη που αυτό θα επέφερε, με τα χρόνια, στους πολίτες κάθε κράτους. Συνεχίζουμε με τη θεωρία της αναλογίας συντελεστών ή αλλιώς θεωρία του ποσοστού των παραγόντων. Η κύρια θεώρηση αυτής της θεωρίας, προτάθηκε στις πρώτες δεκαετίες του 1900 από τους Σουηδούς οικονομολόγους Eli Heckscher και Bertil Ohlin. Έπειτα θα μιλήσουμε για τη θεωρία του κύκλου ζωής του προϊόντος η οποία προτάθηκε από τον Αμερικανό οικονομολόγο Raymond Vernon το 1966. Και τέλος θα αναφερθούμε στη νέα θεωρία του διεθνούς εμπορίου. Αυτή η έννοια εμφανίστηκε στη δεκαετία του εβδομήντα.

2.1. ΜΕΡΚΑΝΤΙΛΙΣΜΟΣ

Με τον όρο Μερκαντισμός αναφερόμαστε σε μία οικονομική φιλοσοφία που επικράτησε κατά τον δέκατο έβδομο και δέκατο όγδοο αιώνα, σε ένα μεγάλο μέρος της Ευρώπης. Ο όρος, προέρχεται από τη λέξη mercantilism, (mercant = έμπορος), που θα μπορούσε να ερμηνευθεί ως εμποροκρατισμός.

Πολλοί είναι εκείνοι που υποστηρίζουν πως η επιστήμη της οικονομίας ξεκίνησε μετά τη δημοσίευση το *Πλούτου των Εθνών* του Adam Smith, το μεγαλύτερο έργο του Σκωτσέζου οικονομολόγου, το οποίο δημοσιεύτηκε κατά τη διάρκεια του Σκωτσέζικου Διαφωτισμού, το 1776. Όμως τα γραπτά για το διεθνές εμπόριο είχαν ξεκινήσει αρκετά νωρίτερα σε χώρες όπως η Ισπανία, η Ολλανδία, η Πορτογαλία και η Αγγλία, καθώς εξελίσσονταν σε σύγχρονα εθνικά κράτη. Για την ακρίβεια μία ομάδα από έμπορους, τραπεζίτες, κυβερνητικούς αξιωματούχους, φιλόσοφους κ.λ. έγραφαν διάφορα δοκίμια και φυλλάδια σχετικά με το διεθνές εμπόριο με τα οποία υποστήριζαν ένα οικονομικό δόγμα ή μία οικονομική φιλοσοφία γνωστή ως Μερκαντισμός ή αλλιώς Εμποροκρατία. Οι εμποροκράτες υποστήριζαν πως στόχος μίας χώρας θα πρέπει να είναι η αύξηση των εξαγωγών και η μείωση των εισαγωγών από άλλες χώρες. Με άλλα λόγια, κατά την άποψή τους, μία χώρα θεωρούνταν ισχυρή και πλούσια όταν εξήγαγε παραπάνω αγαθά από αυτά που εισήγαγε. Εάν, όμως, οι ξένοι αγόραζαν από μία χώρα περισσότερα αγαθά από όσα αυτή η χώρα αγόραζε από τους ξένους, τότε οι ξένοι θα έπρεπε να της καταβάλουν τη διαφορά σε είδος. Το πλεόνασμα των εξαγωγών που προκύπτει, θα διευθετούνταν από την ανταλλαγή πολύτιμων μετάλλων, κυρίως χρυσό και ασήμι.

Τα μεγάλα αποθέματα χρυσού υποδήλωναν μεγάλο πλούτο και ισχύ για ένα κράτος. Έτσι η κυβερνήσεις έπρεπε με κάθε τρόπο να αυξήσουν τις εξαγωγές τους και να μειώσουν σημαντικά τις εισαγωγές, κυρίως την εισαγωγή των αγαθών πολυτελείας (ως αγαθό πολυτελείας χαρακτηρίζουμε το αγαθό εκείνο που η ζήτηση του αυξάνεται περισσότερο από ότι αυξάνεται το εισόδημα, με άλλα λόγια είναι το αντίθετο από το αναγκαίο αγαθό). Όμως το να έχουν όλα τα κράτη ταυτόχρονα πλεόνασμα εξαγωγών, δηλαδή παραπάνω εξαγωγές από ότι εισαγωγές, ήταν αδύνατο, επομένως ένα κράτος θα έπρεπε να βγάζει κέρδος μόνο εις βάρος των

άλλων κρατών. Έτσι οι μερκαντιλιστές διακήρυξαν τότε τον οικονομικό εθνικισμό, εφόσον πίστευαν πως τα εθνικά συμφέροντα ήταν σε σύγκρουση.

Στα τέλη του 1700, η δημοκρατία και το ελεύθερο εμπόριο τερμάτισαν την κυριαρχία του μερκαντιλισμού. Η αμερικανική και η γαλλική επανάσταση επισημοποίησαν μεγάλα έθνη που κυβερνώνται από τη δημοκρατία. Υποστήριξαν τον καπιταλισμό παρά τον μερκαντιλισμό. Το 1791, ο μερκαντιλισμός καταρρέει, αλλά το ελεύθερο εμπόριο δεν είχε ακόμη αναπτυχθεί. Οι περισσότερες χώρες εξακολουθούσαν να ρυθμίζουν το εμπόριο για να ενισχύσουν την εγχώρια ανάπτυξη. Ο φασισμός και ο ολοκληρωτισμός υιοθέτησαν τον μερκαντιλισμό στις δεκαετίες του 1930 και του 1940. Μετά το κραχ του χρηματιστηρίου του 1929, πολλά έθνη στράφηκαν προς τον εμπορικό προστατευτισμό για να σώσουν τη βιομηχανία και τις θέσεις εργασίας. Απάντησαν στη Μεγάλη Ύφεση με δασμούς και εμπορικούς περιορισμούς.

Η καταστροφή του Β' Παγκοσμίου Πολέμου ανάγκασε τα συμμαχικά έθνη να επιθυμούν παγκόσμια συνεργασία. Δημιούργησαν την Παγκόσμια Τράπεζα, τα Ηνωμένα Έθνη και τον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου. Έβλεπαν τον μερκαντιλισμό επικίνδυνο και την παγκοσμιοποίηση ως εναλλακτική. Βέβαια δεν συμφωνούσαν όλα τα έθνη πως η ελευθέρωση του εμπορίου θα ήταν προς όφελός τους. Τόσο η Ρωσία όσο και η Κίνα συνεχίζουν, μέχρι και σήμερα να προωθούν μια μορφή μερκαντιλισμού. Στην πραγματικότητα, ο νεομερκαντιλισμός ταίριαζε με τις πρώην κομμουνιστικές κυβερνήσεις αυτού του έθνους. Βασίζονταν σε μια κεντρικά σχεδιασμένη διοίκηση οικονομιών που τους επέτρεπε να ρυθμίζουν το εξωτερικό εμπόριο. Έλεγχαν επίσης το ισοζύγιο πληρωμών και τα συναλλαγματικά τους αποθέματα. Οι ηγέτες τους επέλεξαν ποιες βιομηχανίες να προωθήσουν. Συμμετείχαν σε νομισματικούς πολέμους για να δώσουν στις εξαγωγές τους χαμηλότερη τιμολογιακή ισχύ.

Αν και ο μερκαντιλισμός θεωρείται ως μια ξεπερασμένη οικονομική θεωρία, τον τελευταίο καιρό έχει κάνει εμφάνιση μία ομάδα μερκαντιλιστικών πολιτικών. Ο σημερινός μερκαντιλισμός αναφέρεται συνήθως σε προστατευτικές πολιτικές που περιορίζουν τις εισαγωγές για να στηρίξουν τις εγχώριες βιομηχανίες. Μερικές φορές μπορεί να αναφέρεται ως νεομερκαντιλισμός. Ένα παράδειγμα, πως ο μερκαντιλισμός εμφανίζεται ακόμη και σήμερα, αποτελεί ο σχολιασμός που

κάνουν οι δημοσιογράφοι – παρουσιαστές της τηλεόρασης για το εμπορικό ισοζύγιο της χώρας. Όταν, ας πούμε, αναφέρουν πως μία χώρα εμφάνισε αρνητικό εμπορικό ισοζύγιο, εννοούν πως οι εξαγωγές της ήταν λιγότερες από τις εισαγωγές που έκανε.

Προηγουμένως, αναφέραμε πως τον δέκατο έβδομο και δέκατο όγδοο αιώνα μία χώρα θεωρούνταν πλούσια και ισχυρή εάν είχε μεγάλα αποθέματα χρυσού. Στις μέρες μας αυτό έχει αλλάξει και πλέον για να μετρήσουμε το πλούτο μίας χώρας, μετράμε τα αποθέματα ανθρώπινων, τεχνητών και φυσικών πόρων. Όσο μεγαλύτερα είναι τα αποθέματα των πόρων, τόσο μεγαλύτερη είναι και η ροή των αγαθών που παράγονται και των υπηρεσιών που παρέχονται για την ικανοποίηση των αναγκών των ανθρώπων και τόσο υψηλότερο είναι και το βιοτικό επίπεδο του κράτους.

Οι σύγχρονες μερκαντιλιστικές πολιτικές περιλαμβάνουν δασμούς στις εισαγωγές, επιδοτήσεις εγχώριων βιομηχανιών, υποτίμηση των νομισμάτων και περιορισμούς στη μετανάστευση ξένης εργασίας. Οι μερκαντιλιστικές πολιτικές μπορούν επίσης να εξηγήσουν την πρόσφατη κλιμάκωση των δασμών και τους εμπορικούς περιορισμούς μεταξύ των ΗΠΑ και της Κίνας.

2.2. ΑΠΟΛΥΤΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ

Όπως είδαμε και παραπάνω εκείνοι που επηρεάζονται περισσότερο από τις μερκαντιλιστικές πολιτικές είναι εκείνοι που επιθυμούν να ενισχύσουν την οικονομία του κράτους τους. Το ίδιο συνέβαινε και παλαιότερα, εφόσον, κύριος στόχος των μερκαντιλιστών ήταν να αυξάνουν διαρκώς τα αποθέματά τους σε χρυσό και ασήμι, ώστε να αυξάνεται η δύναμη του κράτους. Τις απόψεις αυτές ήρθε να κατακρίνει ο Adam Smith, ο οποίος υποστήριζε πως το εμπόριο μεταξύ δύο κρατών βασίζεται στο απόλυτο πλεονέκτημα.

Η θεωρία του απόλυτου πλεονεκτήματος, διατυπώνει ότι μία χώρα θα πρέπει να εξάγει εκείνα τα αγαθά και τις υπηρεσίες για τις οποίες είναι πιο παραγωγική από ότι είναι άλλες χώρες, ενώ πρέπει να εισάγει εκείνα τα αγαθά και τις υπηρεσίες για τις οποίες άλλες χώρες είναι πιο παραγωγικές από την ίδια. Όπως αναφέραμε και προηγουμένως, η έννοια του απόλυτου πλεονεκτήματος αναπτύχθηκε από τον οικονομολόγο, του 18ου αιώνα, στο βιβλίο του Έρευνα για τη Φύση και τα Αίτια του Πλούτου των Εθνών (1776) για να δείξει πώς οι χώρες μπορούν να ωφεληθούν από το εμπόριο ειδικεύοντας στην παραγωγή και εξαγωγή των αγαθών που μπορούν να παράγουν πιο αποτελεσματικά από άλλες χώρες. Οι χώρες με απόλυτο πλεονέκτημα μπορούν να αποφασίσουν να ειδικευτούν στην παραγωγή και πώληση ενός συγκεκριμένου αγαθού ή υπηρεσίας και να χρησιμοποιήσουν τα κεφάλαια που δημιουργούνται για να αγοράσουν αγαθά και υπηρεσίες από άλλες χώρες.

Μια χώρα έχει απόλυτο πλεονέκτημα στην παραγωγή ενός αγαθού έναντι μιας άλλης χώρας, εάν χρησιμοποιεί λιγότερους πόρους για την παραγωγή αυτού του αγαθού. Αν δύο χώρες έχουν απόλυτο πλεονέκτημα σε διαφορετικά προϊόντα, είναι δυνατό με την εξειδίκευση να υπάρξει αύξηση της παγκόσμιας παραγωγής. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα, μέσω του διεθνούς εμπορίου, να αυξηθεί η ευημερία των χωρών. Το απόλυτο πλεονέκτημα μπορεί να είναι το αποτέλεσμα της φυσικής προικοδότησης μιας χώρας. Για παράδειγμα, η εξόρυξη πετρελαίου στη Σαουδική Αραβία είναι σχεδόν απλώς θέμα «τρύπας». Η παραγωγή πετρελαίου σε άλλες χώρες μπορεί να απαιτεί σημαντική εξερεύνηση και δαπανηρές τεχνολογίες για γεώτρηση και εξόρυξη, αν πράγματι δεν έχουν καθόλου πετρέλαιο. Οι Ηνωμένες Πολιτείες διαθέτουν μερικές από τις πλουσιότερες γεωργικές εκτάσεις στον κόσμο, γεγονός που καθιστά ευκολότερη την καλλιέργεια καλαμποκιού και σιταριού σε σχέση με πολλές άλλες χώρες. Η Γουατεμάλα και η Κολομβία έχουν κλίματα ιδιαίτερα κατάλληλα για την καλλιέργεια καφέ. Η Χιλή και η Ζάμπια διαθέτουν μερικά από τα πλουσιότερα ορυχεία χαλκού στον κόσμο. Η Χιλή θα παρέχει χαλκό και η Γουατεμάλα θα παράγει καφέ και θα εμπορεύονται η μία από την άλλη. Όταν κάθε χώρα έχει ένα προϊόν που χρειάζονται οι άλλοι και μπορεί να παραχθεί με λιγότερους πόρους σε μια χώρα έναντι μιας άλλης, τότε είναι εύκολο να φανταστεί κανείς ότι όλα τα μέρη επωφελούνται από το εμπόριο. Ωστόσο, η σκέψη για το εμπόριο μόνο από άποψη γεωγραφίας και απόλυτου πλεονεκτήματος είναι ελλιπής. Το εμπόριο συμβαίνει πραγματικά λόγω συγκριτικού πλεονεκτήματος.

Ας δούμε πως λειτουργεί η θεωρία του απόλυτου πλεονεκτήματος στη πράξη. Παρακάτω ακολουθεί ένα αριθμητικό παράδειγμα, στο οποίο θα υποθέσουμε πως υπάρχουν μόνο δύο χώρες, η Γαλλία και το Βέλγιο, μόνο δύο αγαθά, το κρουασάν και η σοκολάτα, και μόνο ένας συντελεστής παραγωγής, η εργασία.

	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΑΝΑ ΕΡΓΑΤΟΩΡΑ	
	ΒΕΛΓΙΟ	ΓΑΛΛΙΑ
ΣΟΚΟΛΑΤΑ	2	1
ΚΡΟΥΑΣΑΝ	3	5

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1 Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΟΥ ΑΠΟΛΥΤΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ (ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ)

Στο Βέλγιο, μία εργατοώρα ισούται είτε με δύο σοκολάτες είτε τρία κρουασάν. Στη Γαλλία, μία εργατοώρα ισούται είτε με μία σοκολάτα είτε με πέντε κρουασάν. Από τον παραπάνω πίνακα μπορούμε να διακρίνουμε πως το Βέλγιο έχει απόλυτο πλεονέκτημα στην παραγωγή της σοκολάτας, διότι σε μία εργατοώρα παράγονται δύο σοκολάτες σε αντίθεση με τη Γαλλία που σε μία εργατοώρα παράγεται μόνο μία. Η Γαλλία, από την άλλη, βλέπουμε πως έχει απόλυτο πλεονέκτημα στην παραγωγή κρουασάν. Σε μία εργατοώρα, η Γαλλία μπορεί και παράγει πέντε κρουασάν, ενώ το Βέλγιο μόνο τρία.

Θα ήταν το ιδανικό εάν οι δύο χώρες συναλλάσσονταν μεταξύ τους τα συγκεκριμένα αγαθά. Το Βέλγιο θα ειδικευόταν στην παραγωγή σοκολάτας, θα παρήγαγε δηλαδή περισσότερη σοκολάτα από αυτή που χρειαζόταν η εγχώρια αγορά και θα αντάλλασσε μέρος της παραγωγής (πλεόνασμα) με κρουασάν που παράγονται στη Γαλλία. Έτσι και η Γαλλία, με τη σειρά της, θα ειδικευόταν στην παραγωγή κρουασάν και θα αντάλλασσε μέρος της παραγωγής της με σοκολάτα που παράγεται στο Βέλγιο.

Οπότε, από αυτά που είπαμε και παραπάνω, συμπεραίνουμε πως δεν έχει σημασία ποια χώρα κερδίζει περισσότερα αγαθά, ανάμεσα στο Βέλγιο και τη Γαλλία αυτή

τη στιγμή. Αυτό που έχει σημασία είναι πως εάν οι δύο χώρες συνεργαστούν μεταξύ τους, ξεκινήσουν να συναλλάσσονται αγαθά, τότε και οι δύο θα είναι κερδισμένες, καθώς η κάθε χώρα θα παράγει μόνο το αγαθό που εξειδικεύεται και το άλλο θα το προμηθεύεται από την άλλη. Με απλά λόγια, το Βέλγιο θα πρέπει να παράγει μόνο σοκολάτες και να προμηθεύεται κρουασάν από τη Γαλλία και η Γαλλία να παράγει κρουασάν και να προμηθεύεται σοκολάτα από το Βέλγιο.

2.3. ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ

Σαραντα χρόνια μετά τη θεωρία του απόλυτου πλεονεκτήματος, που ανέπτυξε ο οικονομολόγος Adam Smith, το 1817, ένας ακόμη σπουδαίος οικονομολόγος, ο David Ricardo, δημοσίευσε το πρώτο του βιβλίο, τις *Αρχές Πολιτικής Οικονομίας και Φορολογίας*. Στο βιβλίο του ο Ricardo παρουσίασε τη θεωρία του συγκριτικού πλεονεκτήματος.

Μπορεί ο νόμος του απόλυτου πλεονεκτήματος να είχε μία λογική βάση, όμως η θεωρία αυτή, μετά από καιρό αποδείχθηκε πως είχε αρκετές ατέλειες. Στο προηγούμενο παράδειγμα, στον πίνακα 2.1, είδαμε πως από τη διεξαγωγή εμπορίου υπάρχουν οφέλη, όμως οι δύο χώρες είχαν απόλυτο πλεονέκτημα σε ένα αγαθό η καθεμία, το Βέλγιο, δηλαδή είχε απόλυτο πλεονέκτημα στη παραγωγή σοκολάτας, ενώ η Γαλλία είχε απόλυτο πλεονέκτημα στη παραγωγή κρουασάν. Τι θα γινόταν εάν η μία από τις δύο χώρες είχε πλεονέκτημα στην παραγωγή και των δύο προϊόντων; Ο νόμος του απόλυτου πλεονεκτήματος δεν ισχύει στην περίπτωση αυτή από ότι φαίνεται. Στο πρόβλημα αυτό ήρθε να δώσει λύση, ένας Βρετανός οικονομολόγος, του δέκατου ενάτου αιώνα, αναπτύσσοντας τη θεωρία του συγκριτικού πλεονεκτήματος. Έτσι ο David Ricardo, διατύπωσε πως μια χώρα θα πρέπει να παράγει και να εξάγει εκείνα τα αγαθά και τις υπηρεσίες για τις οποίες είναι σχετικά πιο παραγωγική από άλλες χώρες και να εισάγει αγαθά και υπηρεσίες για τις οποίες άλλες χώρες είναι σχετικά πιο παραγωγικές σε σχέση με την ίδια.

Ο David Ricardo, βασιζόμενος στις ιδέες του Σκωτσέζου οικονομολόγου Adam Smith, διατύπωσε το νόμο του συγκριτικού πλεονεκτήματος ως τον βασικό νόμο του ελεύθερου εμπορίου. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, ο Smith πίστευε ότι το διεθνές εμπόριο βασίζεται στο απόλυτο πλεονέκτημα, δηλαδή ότι οι εξαγωγείς με

ορισμένους πόρους παραγωγής μπορούν να παράγουν μια συγκεκριμένη ποσότητα αγαθών με χαμηλότερο κόστος από τους ανταγωνιστές τους. Το κόστος ευκαιρίας ενός συγκεκριμένου είδους ορίζεται ως το ποσό που θυσιάζεται για την παραγωγή άλλης μονάδας του συγκεκριμένου είδους. Η θεωρία υποστηρίζει ότι εάν μια χώρα έχει πλεονέκτημα έναντι άλλων στην παραγωγή ορισμένων αγαθών και υπηρεσιών, θα πρέπει να περιοριστεί στην παραγωγή αυτών των αγαθών και υπηρεσιών και θα πρέπει να εισάγει άλλα αγαθά και υπηρεσίες που είναι αναποτελεσματικά στη χώρα. Η Βιομηχανική Επανάσταση και η ανάπτυξη της βιομηχανίας το άλλαξαν και η ιδιοφυΐα του Ricardo αποδεικνύεται ακριβώς από το γεγονός ότι αναγνώρισε το βάθος αυτής της μεταμόρφωσης. Ο νόμος του συγκριτικού πλεονεκτήματος, με βάση τον Βρετανό οικονομολόγο, ορίζει ότι οι εμπορικές ροές μεταξύ των χωρών καθορίζονται από το σχετικό κόστος ευκαιρίας των παραγόμενων αγαθών.

Ο διεθνής καταμερισμός της εργασίας βασίζεται στο συγκριτικό πλεονέκτημα και οι χώρες θα τείνουν να εξειδικευθούν σε εκείνα τα εμπορεύματα που το κόστος τους είναι σχετικά χαμηλό. Ακόμη κι αν ένα έθνος μπορεί να έχει απόλυτο πλεονέκτημα έναντι όλων των εθνών σε κάθε αγαθό, εξειδικεύεται στα αγαθά στα οποία έχει το χαμηλότερο συγκριτικό κόστος αφήνοντας την παραγωγή των άλλων αγαθών στις άλλες χώρες, πράγμα που επιτρέπει σε όλες τις χώρες να ωφελούνται από την ανταλλαγή. Το δόγμα αυτό, η αρμονία συμφερόντων αποτελεί τη βάση της φιλελεύθερης άποψης στις Διεθνείς Οικονομικές Σχέσεις. Η κλασική εμπορική θεωρία, η οποία αναπτύχθηκε από κορυφαίους οικονομολόγους όπως ο David Ricardo, ο John Stuart Mill και άλλους στηρίζονταν σε έναν αριθμό σημαντικών παραδοχών και αφαιρέσεων από την πραγματικότητα. Η θεωρία, αυτή, αγνοεί το κόστος μεταφοράς και υποθέτει ότι οι συντελεστές παραγωγής είναι κινητοί εντός της εγχώριας οικονομίας, αλλά όχι και στη διεθνή οικονομία. Η θεωρία βασίζεται επίσης στην εργασιακή θεωρία της αξίας, δηλαδή πεποίθηση ότι η ποσότητα και η αποδοτικότητα της εισροής εργασίας αποτελεί τον κύριο καθοριστικό παράγοντα του κόστους παραγωγής. Τέλος, ο νόμος του συγκριτικού πλεονεκτήματος βασίζεται στο μοντέλο των δύο κρατών.

Ας δούμε πως λειτουργεί η θεωρία του συγκριτικού πλεονεκτήματος στη πράξη. Παρακάτω ακολουθεί ένα αριθμητικό παράδειγμα, στο οποίο να υπενθυμίσουμε πως υπάρχουν μόνο δύο χώρες, η Γαλλία και το Βέλγιο, μόνο δύο αγαθά, το κρουασάν και η σοκολάτα, και μόνο ένας συντελεστής παραγωγής, η εργασία.

Να επανέλθουμε στο προηγούμενο παράδειγμα στο πίνακα 2.1.

	ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΑΝΑ ΕΡΓΑΤΟΩΡΑ	
	ΒΕΛΓΙΟ	ΓΑΛΛΙΑ
ΣΟΚΟΛΑΤΑ	2	1
ΚΡΟΥΑΣΑΝ	3	5

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.1 Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΟΥ ΑΠΟΛΥΤΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ (ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ)

Ας θυμηθούμε, ξανά, πως το Βέλγιο έχει απόλυτο πλεονέκτημα στη παραγωγή σοκολάτας, ενώ η Γαλλία έχει απόλυτο πλεονέκτημα στη παραγωγή κρουασάν. Με βάση τη θεωρία του απόλυτου πλεονεκτήματος το Βέλγιο θα πρέπει να εξάγει σοκολάτες στη Γαλλία και η Γαλλία αντίστοιχα να εξάγει στο Βέλγιο κρουασάν.

Παρατηρούμε πως το Βέλγιο παρουσιάζει και συγκριτικό πλεονέκτημα στη παραγωγή σοκολάτας. Το Βέλγιο, σε χρονικό διάστημα μίας εργατοώρας, παράγει διπλάσια ποσότητα σοκολάτας από αυτή που παράγει η Γαλλία. Με τα κρουασάν βλέπουμε πως δεν τα πάει τόσο καλά εφόσον, σε μία εργατοώρα, παράγει μόνο 0,6 φορές την ποσότητα του (αυτό προκύπτει από τη διαίρεση της ποσότητας των κρουασάν που παράγει το Βέλγιο σε μία εργατοώρα, διά την ποσότητα των κρουασάν που παράγει η Γαλλία σε μία εργατοώρα). Οπότε το Βέλγιο είναι σχετικά πιο παραγωγικό στη σοκολάτα.

Η Γαλλία, από την άλλη, παρατηρούμε πως παρουσιάζει συγκριτικό πλεονέκτημα στη παραγωγή κρουασάν. Σε μία εργατοώρα, η Γαλλία, παράγει 1,66 φορές παραπάνω κρουασάν από το Βέλγιο. Όσον αφορά τη σοκολάτα όμως, σε μία εργατοώρα, παράγει μόνο 0,5 φορές τη ποσότητά της. Επομένως η Γαλλία είναι σχετικά πιο παραγωγική στα κρουασάν.

Ας δούμε ένα ακόμη παράδειγμα, αυτή τη φορά, όμως, και οι δύο χώρες θα έχουν πλεονέκτημα στη παραγωγή προϊόντων.

ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΑΝΑ ΕΡΓΑΤΟΩΡΑ

	ΒΕΛΓΙΟ	ΓΑΛΛΙΑ
ΣΟΚΟΛΑΤΑ	3	1
ΚΡΟΥΑΣΑΝ	7	5

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2 Η ΘΕΩΡΙΑ ΤΟΥ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟΥ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΟΣ (ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ)

Θα πάρουμε τον πίνακα που χρησιμοποιήσαμε και προηγουμένως, με διαφορετικά ποσά αυτή τη φορά. Το Βέλγιο τώρα θα μπορεί να παράγει, σε μία εργασία, τρεις σοκολάτες ή επτά κρουασάν. Η Γαλλία με τη σειρά της, θα μπορεί να παράγει είτε μία σοκολάτα, είτε πέντε κρουασάν. Είναι εμφανές πως το Βέλγιο τώρα έχει απόλυτο πλεονέκτημα τόσο στη παραγωγή σοκολάτας, όσο και στη παραγωγή κρουασάν. Οπότε, σύμφωνα με το νόμο του απόλυτου πλεονεκτήματος δε θα έπρεπε να πραγματοποιηθεί κάποια συναλλαγή μεταξύ των δύο αυτών χωρών, εφόσον το Βέλγιο είναι πιο παραγωγικό από τη Γαλλία και για τα δύο αγαθά.

Με βάση το νόμο του συγκριτικού πλεονεκτήματος, θα δούμε πως ακόμη και με τώρα θα χρειαστεί να πραγματοποιηθούν εμπορικές συναλλαγές μεταξύ Βελγίου και Γαλλίας. Το Βέλγιο είναι τρεις φορές πιο παραγωγικό από τη Γαλλία στη παραγωγή σοκολάτας, αλλά μόνο 1,4 φορές πιο αποτελεσματικό στη παραγωγή κρουασάν. Μπορούμε να δούμε την εφαρμογή του νόμου και από τη πλευρά της Γαλλίας. Η Γαλλία έχει 0,33 φορές την παραγωγικότητα του Βελγίου στην παραγωγή σοκολάτας και 0,71 φορές την παραγωγικότητα του Βελγίου στην παραγωγή κρουασάν. Βλέπουμε, λοιπόν, πως το Βέλγιο είναι συγκριτικά καλύτερο στη παραγωγή σοκολάτας, ενώ η Γαλλία είναι συγκριτικά καλύτερη στη παραγωγή κρουασάν.

Επομένως, σύμφωνα με την θεωρία του Ricardo, και οι δύο χώρες θα κερδίσουν από το εμπόριο, ανεξάρτητα από το γεγονός ότι η πρώτη χώρα, το Βέλγιο, έχει απόλυτο πλεονέκτημα στην παραγωγή και της σοκολάτας και του κρουασάν. Άρα είναι συμφέρον και για τις δυο χώρες να εξειδικευθούν στην παραγωγή προϊόντων όπου έχουν συγκριτικό πλεονέκτημα, και να συνάψουν εμπορικές σχέσεις μεταξύ τους, διότι το συγκριτικό πλεονέκτημα είναι αυτό που ωθεί τις διεθνείς εμπορικές συναλλαγές και όχι το απόλυτο πλεονέκτημα.

2.4. ΘΕΩΡΙΑ ΤΗΣ ΑΝΑΛΟΓΙΑΣ ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΩΝ

Η θεωρία της αναλογίας των συντελεστών ή αλλιώς θεωρία του ποσοστού των παραγόντων αναπτύχθηκε από τον Σουηδό οικονομολόγο Bertil Ohlin, ο οποίος βασίστηκε στην εργασία του δασκάλου του, Σουηδού οικονομολόγου Eli Filip Heckscher.

Ο Hecksche υπήρξε καθηγητής, στην πρόσφατα ιδρυθείσα τότε, Σχολή Οικονομικών Επιστημών της Στοκχόλμης, το 1909. Το 1929 ήταν ένας από τους ιδρυτές του Ινστιτούτου Οικονομικής Ιστορίας της Στοκχόλμης. Πέρα από ιδρυτής, ο Σουηδός οικονομολόγος ήταν και διευθυντής του Ινστιτούτου. Μπορεί να ήταν ένας οικονομικός ιστορικός, όμως συνέφερε σημαντικά στην οικονομική θεωρία, συμπεριλαμβάνοντας την έννοια των σημείων εμπορευμάτων, η οποία περιορίζει τις διακυμάνσεις των μη μετατρέψιμων νομισμάτων χαρτιού. Σε ένα διάσημο άρθρο του, το οποίο δημοσίευσε κάπου στα μέσα του 1919, υποστήριξε το ελεύθερο εμπόριο, υποστηρίζοντας πως το συγκριτικό εμπορικό πλεονέκτημα των διαφορετικών χωρών οφείλεται σε διαφορές στους παραγωγικούς παράγοντες. Σε αυτή την άποψη του Hecksche, βασίστηκε ο τότε μαθητής του, Bertil Ohlin, και πλέον έγινε γνωστή ως η Θεωρία Heckscher – Ohlin.

Η θεωρία Heckscher-Ohlin είναι μία θεωρία συγκριτικού πλεονεκτήματος στο διεθνές εμπόριο. Η θεωρία αυτή υποστηρίζει πως χώρες στις οποίες το κεφάλαιο είναι σχετικά άφθονο και η εργασία είναι σχετικά σπάνια θα τείνουν να εξάγουν προϊόντα έντασης κεφαλαίου και να εισάγουν προϊόντα έντασης εργασίας. Έτσι και οι χώρες στις οποίες η εργασία είναι σχετικά άφθονη και το κεφάλαιο σχετικά σπάνιο θα τείνουν να εξάγουν προϊόντα έντασης εργασίας και να εισάγουν προϊόντα έντασης κεφαλαίου. Για τη δουλειά του στη θεωρία, ο Ohlin τιμήθηκε με το Νόμπελ Οικονομικών (το Βραβείο Sveriges Riksbank στις Οικονομικές Επιστήμες στη μνήμη του Άλφρεντ Νόμπελ) το 1977.

Παρά την αληθοφάνειά της, η θεωρία Heckscher-Ohlin είναι συχνά σε αντίθεση με τα πραγματικά πρότυπα του διεθνούς εμπορίου. Σε μια μελέτη της θεωρίας Heckscher-Ohlin που πραγματοποιήθηκε από τον Ρωσικής καταγωγής οικονομολόγο, Wassily Leontief, παρατηρήθηκε πως οι Ηνωμένες Πολιτείες ήταν σχετικά καλά προικισμένες με κεφάλαιο. Σύμφωνα με τη θεωρία, λοιπόν, οι Ηνωμένες Πολιτείες θα πρέπει να εξάγουν αγαθά έντασης κεφαλαίου και να

εισάγουν αγαθά έντασης εργασίας. Ο οικονομολόγος, διαπίστωσε ότι στην πραγματικότητα συνέβαινε το αντίθετο: οι εξαγωγές των ΗΠΑ είναι γενικά πιο εντάσεως εργασίας από τους τύπους προϊόντων που εισάγουν οι Ηνωμένες Πολιτείες. Επειδή τα ευρήματά του ήταν αντίθετα από αυτά που προέβλεπε η θεωρία, είναι γνωστά ως το Leontief Paradox .

2.5. ΘΕΩΡΙΑ ΚΥΚΛΟΥ ΖΩΗΣ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ

Η Θεωρία του Κύκλου Ζωής Προϊόντος αναπτύχθηκε από τον Αμερικανό οικονομολόγο Raymond Vernon, το 1966. Ο Vernon υποστηρίζει ότι τα χαρακτηριστικά εξαγωγής και εισαγωγής ενός προϊόντος μπορεί να διαφέρουν κατά τη διάρκεια της διαδικασίας εμπορευματοποίησης. Η Θεωρία του Vernon καθορίζει 3 φάσεις στον κύκλο του προϊόντος: το νέο προϊόν, το ώριμο προϊόν και το τυποποιημένο προϊόν.

Ο Raymond Vernon, το χρονικό διάστημα 1956-1959, ηγήθηκε της Μητροπολιτικής Περιφέρειας της Νέας Υόρκης για τη Μεταπτυχιακή Σχολή Δημόσιας Διοίκησης του Χάρβαρντ , προβλέποντας τη μελλοντική ανάπτυξη του αστικού συγκροτήματος. Από το 1959 μέχρι τη συνταξιοδότησή του, ήταν μέλος στο ΔΕΠ (Διδακτικό Ερευνητικό Προσωπικό), στο Χάρβαρντ, αρχικά στο Harvard Business School. Το 1966 ο Vernon δημοσίευσε ένα άρθρο, «Διεθνείς επενδύσεις και διεθνές εμπόριο στον κύκλο προϊόντων». Το άρθρο αυτό το δημοσίευσε τροποποιώντας την Θεωρία του Κύκλου Ζωής ενός Προϊόντος, με σκοπό να δημιουργήσει μία θεωρία για το διεθνές εμπόριο, η οποία βασίζεται στην επιχείρηση. Η Θεωρία, αυτή, προέρχεται από τον τομέα του μάρκετινγκ. Σκοπός της είναι να περιγράψει την εξέλιξη των στρατηγικών μάρκετινγκ κατά την ωρίμανση ενός προϊόντος. Σύμφωνα με την θεωρία του Αμερικανού οικονομολόγου, ο διεθνής κύκλος ζωής του προϊόντος αποτελείται από τρία στάδια: το νέο προϊόν, το ώριμο προϊόν και το τυποποιημένο προϊόν.

Στο πρώτο στάδιο, το στάδιο του νέου προϊόντος, η επιχείρηση αναπτύσσει και παρουσιάζει ένα νέο και καινοτόμο προϊόν. Επειδή το προϊόν είναι νέο στην αγορά, η επιχείρηση που το προωθεί δεν είναι βέβαιη πως θα υπάρξει ανταπόκριση από την πλευρά των πελατών. Για το λόγο αυτό, θα πρέπει τα στελέχη του τμήματος

μάρκετινγκ να παρακολουθούν τις αντιδράσεις τους, ώστε να τροποποιούν το νέο προϊόν, έως ότου καταλήξουμε σε ένα τελικό προϊόν που θα ικανοποιεί πλήρως τις ανάγκες των πελατών. Η παραγωγή βρίσκεται κοντά στην αγορά στην οποία απευθύνεται, προκειμένου να ανταποκριθεί γρήγορα στη ζήτηση και να λάβει άμεση ανατροφοδότηση από τους καταναλωτές. Σε αυτή τη φάση, το διεθνές εμπόριο δεν υπάρχει ακόμη.

Στο δεύτερο στάδιο, το στάδιο της ωρίμανσης του προϊόντος, η ζήτηση για το προϊόν αρχίζει και αυξάνεται σημαντικά, διότι οι καταναλωτές ξεκινούν να αναγνωρίζουν την αξία του. Η παραγωγή ενσωματώνει πιο εξελιγμένα τεχνικά στοιχεία, τα οποία επιτρέπουν την κατασκευή σε μεγαλύτερη κλίμακα. Η ζήτηση για το προϊόν μπορεί να αρχίσει να παράγεται εκτός της χώρας παραγωγής και αρχίζει να εξάγει σε άλλες ανεπτυγμένες χώρες.

Σε αυτή τη φάση η ανεπτυγμένη χώρα που δημιούργησε το καινοτόμο προϊόν προωθεί την παραγωγή αυτού του προϊόντος στο εξωτερικό, όποτε είναι οικονομικά συμφέρουσα.

Στο τρίτο και τελευταίο στάδιο, το στάδιο του τυποποιημένου προϊόντος, η αγορά για το συγκεκριμένο προϊόν αρχίζει και σταθεροποιείται. Το προϊόν αρχίζει να χάνει την αξία του, να μην υπάρχει πλέον μεγάλη ζήτηση για αυτό, με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις να πιέζονται να μειώσουν το κόστος παραγωγής εργασίας. Επειδή στις αναπτυσσόμενες χώρες το κόστος παραγωγής είναι χαμηλότερο από ό, τι στις αναπτυγμένες χώρες, σε αυτό το στάδιο οι ανεπτυγμένες χώρες θα μπορούσαν να εισάγουν το εν λόγω προϊόν από τις αναπτυσσόμενες χώρες.

Σύμφωνα με αυτά που είδαμε παραπάνω, η παραγωγή του προϊόντος ξεκινά στο πρώτο και κορυφώνεται στο δεύτερο στάδιο, ενώ παρουσιάζει κάμψη στο τρίτο στάδιο. Οι εξαγωγές από την χώρα παραγωγής, ξεκινούν στο πρώτο στάδιο και κορυφώνονται στο δεύτερο. Από το τρίτο στάδιο, όμως, κι έπειτα η χώρα παραγωγής καθίσταται εισαγωγέας του προϊόντος από τις αναπτυσσόμενες χώρες.

2.6. ΝΕΑ ΘΕΩΡΙΑ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Η νέα θεωρία του εμπορίου αναπτύχθηκε από τον Ισραηλινό οικονομολόγο Elhanan Helpman, τον Αμερικανό οικονομολόγο Paul Krugman και τέλος τον

Αυστραλό οικονομολόγο – μαθηματικό Kelvin Lancaster. Αυτή η έννοια εμφανίστηκε στη δεκαετία του εβδομήντα και προτείνει λύσεις στις αποτυχίες που διαπιστώθηκαν σε προηγούμενες θεωρίες.

Η νέα θεωρία του εμπορίου επεκτείνει την ανάλυση που είχε κάνει λίγα χρόνια πριν ο Σουηδός οικονομολόγος Steffan Linder. Πρόκειται για την θεωρία της ομοιότητάς των χωρών. Η θεωρία αυτή υποστηρίζει πως το μεγαλύτερο μέρος του εμπορίου των επεξεργασμένων προϊόντων θα πρέπει να το συναλλάσσονται μεταξύ τους χώρες με παρόμοια εισοδήματα. Επιπλέον υποστηρίζει πως το ενδοκλαδικό εμπόριο των επεξεργασμένων προϊόντων θα πρέπει να πραγματοποιείται συχνά. Ως εμπόριο ορίζουμε την ανταλλαγή προϊόντων που ανήκουν στον ίδιο παραγωγικό κλάδο.

Οι τρεις οικονομολόγοι που αναφέραμε και νωρίτερα, ανέπτυξαν τη νέα θεωρία του εμπορίου επεκτείνοντας την ανάλυση του Linder ενσωματώνοντας την επίδραση των οικονομιών κλίμακας στο εμπόριο των επεξεργασμένων προϊόντων. Οικονομίες κλίμακας είναι η τάση του μακροχρόνιου μέσου συνολικού κόστους να μειώνεται όταν αυξάνεται η ποσότητα της παραγωγής. Σε βιομηχανίες στις οποίες οι οικονομίες κλίμακας είναι σημαντικές, οι επιχειρηματίες γίνονται αρκετά επιθετικοί όσο αφορά την επέκταση των επιχειρήσεών τους πέρα από την εγχώρια αγορά. Οι επιχειρήσεις που ανταγωνίζονται στην παγκόσμια αγορά κατέχουν αρκετούς τρόπους για να εξασφαλίσουν ένα αρκετά βιώσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφερθήκαμε στις διάφορες θεωρίες που έχουν αναπτυχθεί κατά καιρούς για το διεθνές εμπόριο. Είδαμε πως πολλοί οικονομολόγοι μίλησαν για το διεθνές εμπόριο και ο καθένας ανέπτυξε μία διαφορετική άποψη για αυτό. Κάθε οικονομολόγος βασιζόταν σε θεωρία που είχε αναπτύξει κάποιος προηγούμενος και πρόσθετε δικές του απόψεις.

Καταλήγουμε, λοιπόν, στο συμπέρασμα πως το διεθνές εμπόριο δεν έχει κάποιον σαφή ορισμό, μόνο τις διάφορες θεωρίες που έχουν αναπτύξει μεγάλοι οικονομολόγοι όπως ο Adam Smith, ο David Ricardo και πολλοί άλλοι.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο τρίτο κεφάλαιο θα μιλήσουμε για την εξέλιξη του διεθνούς εμπορίου μέσα στο χρόνο. Θα κάνουμε μία ιστορική αναδρομή στην οποία θα δούμε πως ξεκίνησαν οι συναλλαγές ανάμεσα στα κράτη. Θα αναφερθούμε στα υλικά και τις υπηρεσίες που συνάλλαζαν, τα τότε χρόνια, τι έπαιρνε ως συνάλλαγμα η χώρα εξαγωγής κ.λπ. Στη συνέχεια δούμε πως εξελίχθηκαν οι συναλλαγές με το πέρασ

του χρόνου. Τι άλλαξε, τι προϊόντα προτιμούσαν να συναλλάσσουν πλέον. Και τέλος θα δούμε πως επηρεάστηκαν οι διεθνείς συναλλαγές μετά το ξέσπασμα της παγκόσμιας πανδημίας Covid-19.

3.1. ΛΙΓΑ ΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΠΩΣ ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ

Αρχικά οι Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες έλαβαν τη μορφή εισαγωγών και εξαγωγών, πριν από πάρα πολλά χρόνια. Με το πέρας των χρόνων, όμως, αναπτύχθηκαν πολλές άλλες μορφές δραστηριοτήτων.

Το διεθνές εμπόριο ξεκίνησε πριν από αρκετά χρόνια, στο 2000π.Χ συγκεκριμένα, από φυλές της Βόρειας Αφρικής. Μετέφεραν σε φυλές της Μέσης Ανατολής χουρμάδες και είδη ένδυσης. Με τη πάροδο των χρόνων το εμπόριο επεκτάθηκε και σε άλλες περιοχές με τη Κίνα να εξάγει μετάξι και νεφρίτη σε Ινδία και Ευρώπη. Οι χώρες με τη μεγαλύτερη επιτυχία στο διεθνές εμπόριο είχαν και μεγαλύτερη πολιτική και στρατιωτική ισχύ. Έτσι οι αρχαίοι πόλεμοι διεξάγονταν, κυρίως, για αυτό το λόγο. Όλες οι χώρες ήθελαν να έχουν τη κυριαρχία του εμπορίου, ώστε να έχουν μεγαλύτερη δύναμη από τις υπόλοιπες. Για 100 συνεχόμενα χρόνια η Καρχηδόνα ήταν πρώτη στις εμπορικές συναλλαγές, το 146 π.Χ. όμως ηττήθηκε από τους Ρωμαίους με αποτέλεσμα να χάσει την ισχύ της.

Η Ιταλία, λόγω της κεντρικής της τοποθεσίας, κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα αποτελούσε κεντρικό σημείο για τις διεθνείς επιχειρηματικές δραστηριότητες. Τρεις από τις μεγαλύτερες πόλεις της χώρας, η Βενετία, η Γένοβα και η Φλωρεντία συνέδεαν τις διαδρομές Ευρώπης Κίνας. Μετά από λίγα χρόνια όμως, το 1453, οι διαδρομές διακόπηκαν από τους Τούρκους, όταν απέκτησαν τον έλεγχο της Μέσης Ανατολής. Έτσι η Ευρώπη έδειξε μεγάλο ενδιαφέρον για την Άπω Ανατολή. Κάπως έτσι ξεκίνησε ο αποικισμός της Αμερικής από ευρωπαϊκές χώρες, με τον Χριστόφορο Κολόμβο, να είναι ο πρώτος Ευρωπαίος που πήγε στα νησιά της Κούβας και της Ισπανιόλας. Πολλές από τις χώρες της Αμερικής με το καιρό έγιναν ανεξάρτητες χώρες και σημαντικοί συντελεστές για τη παγκόσμια οικονομία.

Όπως ανέφερα και στην αρχή, άλλη μία συνιστώσα των διεθνών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων θα μπορούσαν να θεωρηθούν οι άμεσες επενδύσεις. Εμφανίστηκαν κατά τη διάρκεια της της αποικιακής περιόδου και συνεχίστηκαν στην εποχή του ιμπεριαλισμού. Από ιμπεριαλιστικές δυνάμεις όπως η Γαλλία, η Ισπανία, η Ολλανδία, η Πορτογαλία, το Βέλγιο και το Ηνωμένο Βασίλειο, οι

ευρωπαϊοί καπιταλιστές έφτιαζαν νέες επιχειρήσεις στην Αφρική, την Αμερική και στην Ασία ιδρύοντας δίκτυα τραπεζικών συναλλαγών, μεταφορών και εμπορίου. Κάπου στα μέσα μέσα του δέκατου ένατου αιώνα η τελειοποίηση της ατμομηχανής μαζί με την εξάπλωση των σιδηροδρόμων συνέβαλλαν στη μείωση του κόστους μεταφοράς υλών στη ξηρά.

3.2. ΤΑ ΔΥΟ ΚΥΜΑΤΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗΣ

Το πρώτο «κύμα παγκοσμιοποίησης» ξεκίνησε κάπου στα μέσα του 19ου αιώνα, ενώ το δεύτερο κύμα μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Κατά την πρώιμη σύγχρονη περίοδο, οι υπερωκεάνιες ροές αγαθών μεταξύ αυτοκρατοριών και αποικιών αποτελούσαν σημαντικό μέρος του διεθνούς εμπορίου.

Το πρώτο κύμα της παγκοσμιοποίησης σηματοδεύτηκε από την άνοδο και την κατάρρευση του ενδοευρωπαϊκού εμπορίου. Η ανάπτυξη του δυτικοευρωπαϊκού εμπορίου καθ' όλη τη διάρκεια του 19ου αιώνα οφειλόταν σε μεγάλο βαθμό από το εμπόριο εντός της περιοχής: Την περίοδο 1830-1900 οι ενδοευρωπαϊκές εξαγωγές αυξήθηκαν από 1% του ΑΕΠ σε 10% του ΑΕΠ. Αυτό σήμαινε ότι το σχετικό βάρος των ενδοευρωπαϊκών εξαγωγών διπλασιάστηκε κατά τη διάρκεια της περιόδου. Αυτή η διαδικασία ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης, όμως, στη συνέχεια, κατέρρευσε απότομα στον Μεσοπόλεμο.

Μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο το εμπόριο εντός της Ευρώπης ανέκαμψε και από τη δεκαετία του 1990 και μετά ξεπέρασε τα υψηλότερα επίπεδα του πρώτου κύματος της παγκοσμιοποίησης. Επιπλέον, η Δυτική Ευρώπη άρχισε τότε όλο και περισσότερο το εμπόριο με την Ασία, την Αμερική και σε μικρότερο βαθμό την Αφρική και την Ωκεανία.

Το δεύτερο κύμα παγκοσμιοποίησης, από την άλλη, κατέστη δυνατό από την εξέλιξη της τεχνολογίας. Η παγκόσμια επέκταση του εμπορίου μετά τον Δεύτερο Παγκόσμιο Πόλεμο ήταν σε μεγάλο βαθμό δυνατή λόγω της μείωσης του κόστους συναλλαγών που προέκυψε από τις τεχνολογικές εξελίξεις, όπως η ανάπτυξη της εμπορικής πολιτικής αεροπορίας, η βελτίωση της παραγωγικότητας των εμπορικών ναυτικών και η ένταξη του τηλεφώνου στις ζωές μας, ως κύριος τρόπος επικοινωνίας. Από τα παραπάνω δεδομένα καταλήγουμε πως σε παγκόσμιο

επίπεδο, το κόστος σε αυτές τις τρεις μεταβλητές έχει μειωθεί από το 1930. Οι μειώσεις στο κόστος των συναλλαγών είχαν αντίκτυπο, όχι μόνο στον όγκο των συναλλαγών, αλλά και στους τύπους συναλλαγών που ήταν δυνατές και κερδοφόρες.

Το πρώτο κύμα της παγκοσμιοποίησης χαρακτηρίστηκε από το διβιομηχανικό εμπόριο. Με αυτό τον όρο εννοούμε πως οι χώρες εξήγαγαν προϊόντα που ήταν πολύ διαφορετικά από αυτά που εισήγαγαν, για παράδειγμα η Αγγλία αντάλλαξε μηχανές με αυστραλιανό μαλλί και ινδικό τσάι. Καθώς, όμως, το κόστος συναλλαγής μειώθηκε, αυτό άλλαξε. Στο δεύτερο κύμα της παγκοσμιοποίησης βλέπουμε μια άνοδο του ενδοβιομηχανικού εμπορίου, βλέπουμε δηλαδή την ανταλλαγή παρόμοιων αγαθών και υπηρεσιών σε γενικές γραμμές να γίνεται ολοένα και πιο κοινή. Η Γαλλία, για παράδειγμα, τώρα εισάγει και εξάγει μηχανές από και προς τη Γερμανία.

3.3. ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Το ηλεκτρονικό εμπόριο ξεκίνησε πριν από αρκετά χρόνια, από το Βερολίνο, τη πρωτεύουσα της Γερμανίας. Πλέον οι περισσότεροι καταναλωτές προτιμούν το ηλεκτρονικό εμπόριο από το εμπόριο δια ζώσης.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο ξεκίνησε το χρονικό διάστημα μεταξύ των ετών 1948 – 1949. Συγκεκριμένα, ξεκίνησε, όταν η ανατολική Γερμανία ξεκίνησε τον αποκλεισμό όλων των σιδηροδρομικών, οδικών και υδάτινων επικοινωνιών μεταξύ Βερολίνου και Δύσης. Στις 24 Ιουνίου οι Σοβιετικοί ανακοίνωσαν ότι η διοίκηση των τεσσάρων δυνάμεων του Βερολίνου είχε παύσει και ότι οι Σύμμαχοι δεν είχαν πλέον κανένα δικαίωμα εκεί. Στις 26 Ιουνίου, οι Ηνωμένες Πολιτείες και η Βρετανία άρχισαν να προμηθεύουν την πόλη με τρόφιμα και άλλες ζωτικής σημασίας προμήθειες αεροπορικώς. Η αερομεταφορά συνεχίστηκε μέχρι τις 30 Σεπτεμβρίου, με συνολικό κόστος 224 εκατομμύρια δολάρια και μετά την παράδοση 2.323.738 τόνων τροφίμων, καυσίμων, μηχανημάτων και άλλων προμηθειών.

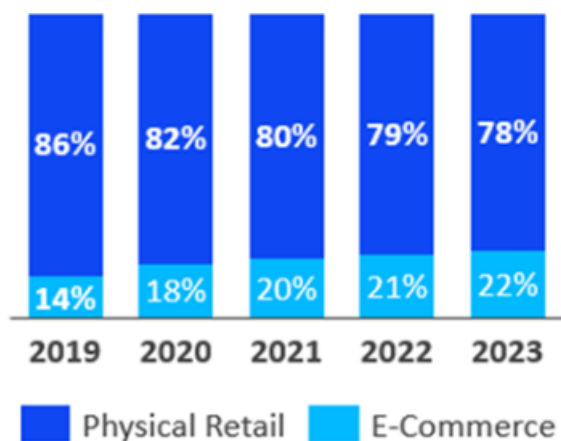
Η αερομεταφορά με σύστημα παραγγελιών αγαθών κυρίως, του Βερολίνου πραγματοποιήθηκε μέσω τέλεξ. Ως τέλεξ, ορίζουμε τη διεθνή υπηρεσία μεταφοράς

μηνυμάτων που αποτελείται από δίκτυοηλετυπωτές που συνδέονται με σύστημα μεταγωγής. Οι συνδρομητές μιας υπηρεσίας τέλεξ μπορούν να ανταλλάσσουν γραπτές επικοινωνίες και δεδομένα απευθείας και με ασφάλεια μεταξύ τους. Διάφορες βιομηχανίες ανέπτυξαν αυτό το σύστημα τις επόμενες δεκαετίες πριν από τη δημοσίευση του πρώτου γενικού προτύπου το 1975.

Με την ευρεία υιοθέτηση του Διαδικτύου και την εισαγωγή του Παγκόσμιου Ιστού το 1991 και του πρώτου προγράμματος περιήγησης για πρόσβαση σε αυτό το 1993, το μεγαλύτερο μέρος του ηλεκτρονικού εμπορίου μετατοπίστηκε στο Διαδίκτυο . Πιο πρόσφατα, με την παγκόσμια εξάπλωση των smartphone και την προσβασιμότητα των γρήγορων συνδέσεων στο Διαδίκτυο, μεγάλο μέρος του ηλεκτρονικού εμπορίου μετακινήθηκε σε κινητές συσκευές, οι οποίες περιλάμβαναν επίσης tablet , φορητούς υπολογιστές και φορετά προϊόντα, όπως ρολόγια. Το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει επηρεάσει βαθιά την καθημερινή ζωή και τον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων και των κυβερνήσεων. Το εμπόριο διεξάγεται σε ηλεκτρονικές αγορές και στις αλυσίδες εφοδιασμού που λειτουργούν στο Διαδίκτυο. Οι αγορές προσανατολισμένες στον καταναλωτή περιλαμβάνουν μεγάλα ηλεκτρονικά εμπορικά κέντρα, όπως η Amazon, πλατφόρμες δημοπρασιών από καταναλωτές σε καταναλωτές όπως το eBay, λιανοπωλητές πολλαπλών καναλιών, όπως το LL Bean, και πολλά εκατομμύρια ηλεκτρονικοί λιανοπωλητές. Τεράστιες αγορές από επιχειρήσεις σε επιχειρήσεις έχουν δημιουργηθεί από την Alibaba και άλλες εταιρείες.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο ήταν κάτι πρωτόγνωρο για την εποχή του και επέφερε μεταξύ άλλων και πολλές καινοτομίες που συνέβαλαν στην ανάπτυξη του εμπορίου. Μερικές από τις καινοτομίες αυτές είναι οι ηλεκτρονικοί κατάλογοι και οι μηχανές αναζήτησης για την εύρεση πληροφοριών στον Ιστό. Πράκτορες λογισμικού που ενεργούν αυτόνομα για τον εντοπισμό αγαθών και υπηρεσιών, συστήματα που προτείνουν προϊόντα στους χρήστες με βάση το προφίλ τους, και υπηρεσίες ψηφιακής επαλήθευσης ταυτότητας που εγγυώνται ταυτότητες μέσω του Διαδικτύου. Αυτές οι ενδιάμεσες υπηρεσίες διευκολύνουν την πώληση αγαθών, την παροχή υπηρεσιών όπως τραπεζικές συναλλαγές, κρατήσεις εισιτηρίων και χρηματιστηριακές συναλλαγές, καθώς και την παροχή εκπαίδευσης και ψυχαγωγίας εξ αποστάσεως.

Με τη πάροδο των χρόνων το ηλεκτρονικό εμπόριο εξελίχθηκε όλο και περισσότερο. Όλο και περισσότεροι καταναλωτές χρησιμοποιούν το διαδίκτυο για τις αγορές τους. Οι ηλεκτρονικές αγορές, όμως, κορυφώθηκαν κατά τη περίοδο του ξεσπάσματος της παγκόσμιας πανδημίας Covid-19. Η πανδημία πρωτοεμφανίστηκε το 2019 αλλά ταλαιπώρησε όλο το πλανήτη για δύο συνεχόμενα έτη. Έτσι η παγκόσμια αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου έχει υποστεί τα τελευταία δύο χρόνια επαναστατική αλλαγή. Οι καταναλωτές έχουν συνηθίσει να αγοράζουν αντικείμενα από την άνεση του σπιτιού τους, μια αλλαγή που ωθήθηκε σε μεγάλο βαθμό από τα αυστηρά lockdown και τους περιορισμούς στις μετακινήσεις, και σύμφωνα με αρκετούς αναλυτές φαίνεται ότι αυτή η αλλαγή στη συμπεριφορά των καταναλωτών έχει ωθήσει τον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου προς τα εμπρός κατά τουλάχιστον πέντε χρόνια. Αυτή η αλλαγή στην αγοραστική συμπεριφορά, επιπλέον, φαίνεται πιθανό να είναι μόνιμη και όχι παροδική.



ΣΧΗΜΑ 3.4.1 ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΜΕ ΦΥΣΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ – ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ (2019 – 2023)

Πηγή: infomineo, BRAINSHORING SERVICES

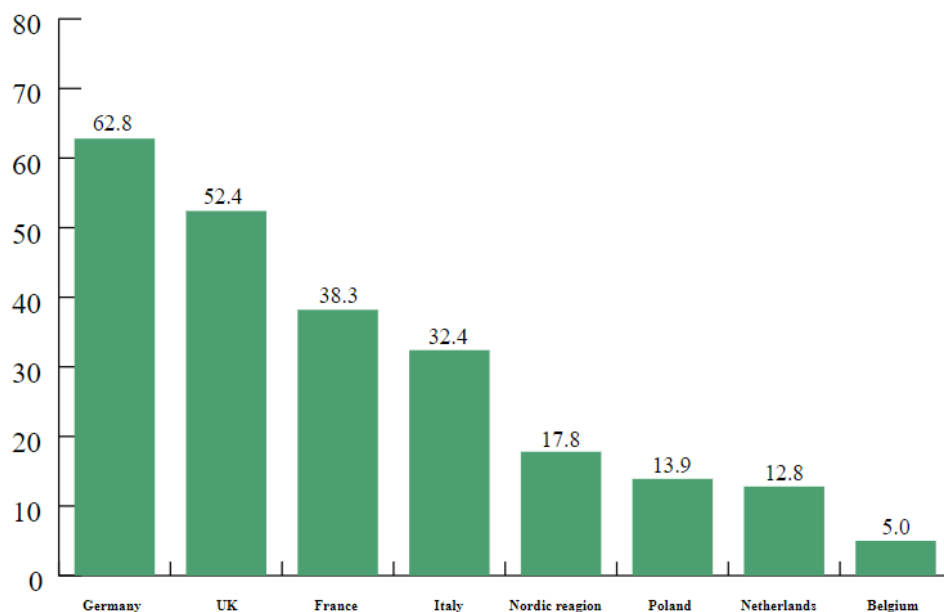
Στο παραπάνω σχήμα φαίνονται, με σκούρο χρώμα οι πωλήσεις που πραγματοποιούνται με φυσική παρουσία, ενώ με το πιο ανοιχτό οι πωλήσεις μέσω διαδικτύου.

3.4. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΝ ΚΑΙΡΟ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ

Η κρίση του COVID-19 επιτάχυνε την επέκταση του ηλεκτρονικού εμπορίου προς νέες επιχειρήσεις, πελάτες και τύπους προϊόντων. Αυτό συνέβη, διότι η κρίση έχει οδηγήσει τους ανθρώπους σε πολλές χώρες να περιορίσουν σημαντικά τις σωματικές αλληλεπιδράσεις.

Ήταν στις 11 Μαρτίου 2020 που ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας κήρυξε τον Covid-19 πανδημία. Από τότε, ο κόσμος έχει ανατραπεί. Υπήρξαν (και εξακολουθούν να υπάρχουν) lockdown και απαγορεύσεις κυκλοφορίας σε αρκετές ευρωπαϊκές χώρες. Οι εργασιακές καταστάσεις έχουν αλλάξει, η κοινωνική αποστασιοποίηση είναι απαραίτητη, και πάνω από όλα, η συνεχής ανησυχία ότι κάποιος ή κάποιο κοντινό του πρόσωπο θα μολυνθεί. Η κοινωνική απόσταση, που επέβαλε το κράτος κάθε χώρας να κρατάμε, για την αποφυγή της μετάδοσης, μαζί με τα αυστηρά μέτρα περιορισμού που εφαρμόζονται σε πολλές χώρες του ΟΟΣΑ, είχαν θέσει ένα μεγάλο μέρος του παραδοσιακού λιανικού εμπορίου σχεδόν σε αναμονή για δύο συνεχόμενα έτη (2020 – 2021). Οι λιανικές πωλήσεις μέσω ταχυδρομικών παραγγελιών ή μέσω Διαδικτύου τον Απρίλιο του 2020 αυξήθηκαν κατά 30% σε σύγκριση με τον Απρίλιο του 2019, ενώ οι συνολικές λιανικές πωλήσεις μειώθηκαν κατά 17,9%.

Στην αρχή της πανδημίας, οι αγορές πανικού ήταν γεγονός. Άνθρωποι καταστράφηκαν με κονσέρβες, ζυμαρικά, ρύζι, χαρτί υγείας, απολυμαντικό χεριών και μάσκες προσώπου. Ήταν δύσκολο για τις εταιρείες να καλύψουν τη ζήτηση για τα προϊόντα. Τα ράφια ήταν άδεια και οι παραδόσεις δεν έγιναν όπως θα έπρεπε. Με την πάροδο του χρόνου, υπήρξαν απαγορεύσεις κυκλοφορίας, καραντίνες, περιορισμοί και ολοκληρωτικά lockdown, όπως αναφέραμε και νωρίτερα. Έτσι οι ηλεκτρονικές αγορές έγιναν η ασφαλέστερη επιλογή για αγορές και σε ορισμένες περιπτώσεις η μόνη επιλογή. Το ηλεκτρονικό εμπόριο αναπτύχθηκε όσο ποτέ άλλοτε.



ΣΧΗΜΑ 3.5.1 ΑΡΙΘΜΟΣ ΔΙΣΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΩΝ ΠΟΥ ΞΟΔΕΨΑΝ ΕΥΡΩΠΑΙΟΙ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΕΣ, ΤΟ 2020, ΣΤΙΣ ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Πηγή: APTUS, a Voyado company

Στο παραπάνω σχήμα, φαίνεται ο αριθμός των δισεκατομμυρίων ευρώ που ξόδεψαν οι Ευρωπαίοι καταναλωτές το 2020 στις ηλεκτρονικές τους αγορές.

- Πρώτη φαίνεται να είναι η Γερμανία, η οποία φαίνεται να ξόδεψε 62,8 δις ευρώ.
- Ακολουθεί το Ηνωμένο Βασίλειο, με 52,4 δις ευρώ.
- Στη συνέχεια έχουμε τη Γαλλία με 38,3 δις ευρώ.
- Μετά βλέπουμε την Ιταλία, η οποία φαίνεται να ξόδεψε 32,4 δις ευρώ.
- Ακολουθεί η Σκανδιναβική περιοχή, με 17,8 δις ευρώ.
- Η Πολωνία με 13,9 δις ευρώ.
- Προτελευταία είναι η Πολωνία, η οποία ξόδεψε 12,8 δις ευρώ.
- Τελευταίο βρίσκεται το Βέλγιο με ακριβώς 5 δις ευρώ έξοδα.

Συνολικά υπάρχουν

- 293 εκατομμύρια καταναλωτές στην Ευρώπη ψωνίζουν διαδικτυακά και έχουν ξοδέψει
- 269 δισεκατομμύρια ευρώ, το σύνολο που εκτιμούν οι ευρωπαίοι καταναλωτές ότι ξόδεψαν διαδικτυακά κατά τη διάρκεια του περασμένου έτους (2020).

Σύμφωνα με τα δεδομένα της EUROSTAT, οι πιο συνηθισμένες ηλεκτρονικές αγορές αγαθών ήταν ρούχα (συμπεριλαμβανομένων αθλητικών ενδυμάτων), παπούτσια ή αξεσουάρ (παραγγελίες από το 68% των διαδικτυακών αγοραστών). Τα wearables ακολουθήθηκαν από παραδόσεις από εστιατόρια, αλυσίδες γρήγορου φαγητού και υπηρεσίες catering (31%), έπιπλα, αξεσουάρ σπιτιού ή προϊόντα κηπουρικής (29%), καλλυντικά, προϊόντα ομορφιάς ή ευεξίας (27%), ακολουθούμενα από έντυπα βιβλία, περιοδικά ή εφημερίδες (25%), αθλητικά είδη (εκτός αθλητικών ενδυμάτων) (24%), υπολογιστές, tablet, κινητά τηλέφωνα ή αξεσουάρ τους (23%) και παιδικά παιχνίδια ή είδη παιδικής φροντίδας (20%).

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στο τρίτο κεφάλαιο αρχικά κάναμε μία ιστορική αναδρομή του διεθνούς εμπορίου. Είδαμε από που ξεκίνησε, πως, ποια ήταν τα πρώτα αγαθά που μεταφέρθηκαν σε μία άλλη χώρα. Το διεθνές εμπόριο διευκόλυνε αρκετά τις χώρες, διότι η κάθε μία χώρα παρήγαγε πλέον μόνο τα αγαθά στα οποία ειδικεύοταν.

Με τα χρόνια είδαμε πως το εμπόριο εξελίχθηκε αρκετά και σε συνδυασμό με τη ταυτόχρονη εξέλιξη και ανάπτυξη του διαδικτύου φτάσαμε πλέον στο σημείο να μιλάμε για το ηλεκτρονικό. Το ηλεκτρονικό εμπόριο είχε πολλά πλεονεκτήματα αλλά και τόσα μειονεκτήματα. Όταν ξεκίνησε να λειτουργεί, πολλοί καταναλωτές ήταν δύσπιστοι, διότι αυτό ήταν κάτι πρωτόγνωρο για εκείνους. Ήταν δύσπιστοι εφόσον δεν μπορούσαν να ελέγξουν τη ποιότητα ενός αγαθού, το κόστος μεταφοράς ήταν υψηλό, ο χρόνος παραλαβής ακαθόριστος κ.λπ. Με τα χρόνια τα μειονεκτήματα αυτά εξαλείφθηκαν και οι ηλεκτρονικές αγορές έγιναν η αγαπημένη συνήθεια κάθε καταναλωτή.

Η κορύφωση των ηλεκτρονικών αγορών ήρθε όταν ξέσπασε η παγκόσμια πανδημία. Το 2020, καταγράφηκε μια αξιοσημείωτη άνοδος στις συνήθειες αγορών μέσω διαδικτύου σε όλη την Ευρώπη, με πολλούς καταναλωτές από διαφορετικές χώρες να δηλώνουν ότι άρχισαν περισσότερες ηλεκτρονικές αγορές λόγω των επιπτώσεων της πανδημίας του κορωνοϊού (COVID-19). Το 2021, οι περισσότερες από τις ίδιες χώρες

σημείωσαν αύξηση στον αριθμό των ανθρώπων που δήλωσαν ότι αγόρασαν περισσότερα από τον Ιστό λόγω της κρίσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΔΙΕΘΝΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΣΗΜΑΝΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο αποτελεί συνέχεια του προηγούμενου κεφαλαίου. Προηγούμενος μιλήσαμε για το διεθνές και το ηλεκτρονικό εμπόριο. Είδαμε πως ξεκίνησε το διεθνές εμπόριο, τι ξεκίνησαν να συναλλάσσονται αρχικά οι χώρες, τα κράτη μεταξύ τους. Με το πέρασ του χρόνου η τεχνολογία παρουσίασε ραγδαία εξέλιξη, με αποτέλεσμα να αρχίζει

να διεισδύει σημαντικά στις ζωές μας. Ξεκινήσαμε να εντάσσουμε τη τεχνολογία στη καθημερινότητά μας, στην επικοινωνία, στην μεταφορά και φυσικά στις αγορές μας.

Στο κεφάλαιο αυτό θα δούμε μερικές από τις πιο δημοφιλείς επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου. Πρόκειται για επιχειρήσεις διεθνούς φήμης, οι οποίες έχουν γίνει γνωστές στο ευρύ κοινό, κυρίως από τη διαφήμιση που τους κάνουν άτομα που ασκούν επιρροή στο κοινό τους, κοινώς influencers. Από αυτές τις επιχειρήσεις άνθρωποι από όλο το κόσμο προμηθεύονται ενδύματα, είδη περιποίησης, είδη διασκέδασης και πολλά άλλα.

4.1. ΕΝΝΟΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Αν και οι διαδικτυακές αγορές αποτελούν το πιο διαδεδομένο τρόπο αγορών σήμερα, υπήρξε μια εποχή που ήταν μια εντελώς καινοτομία. Η πρώτη διαδικτυακή πώληση έγινε το 1994, όταν ένας άντρας πούλησε ένα CD Sting σε έναν φίλο του μέσω της ιστοσελίδας του, NetMarket, της πρώτης διαδικτυακής πλατφόρμας λιανικής .

Από τότε, το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει εκτιναχθεί σε έκταση, επαναπροσδιορίζοντας πλήρως το παγκόσμιο τοπίο λιανικής στη διαδικασία. Οι παγκόσμιες πωλήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου αναμένεται να φτάσουν τα 5 τρισεκατομμύρια δολάρια το 2022 και τα 6 τρισεκατομμύρια δολάρια έως το 2024. Στις Ηνωμένες Πολιτείες, το ηλεκτρονικό εμπόριο αντιπροσωπεύει περισσότερο από το 13% των συνολικών πωλήσεων.

Το ηλεκτρονικό εμπόριο, είναι ένα επιχειρηματικό μοντέλο στο οποίο προϊόντα και υπηρεσίες αγοράζονται και πωλούνται μέσω του Διαδικτύου. Με άλλα λόγια, οι άνθρωποι προτιμούν να αγοράζουν ή να πωλούν τις απαιτήσεις τους από το Διαδίκτυο. Οι παράγοντες όπως η εμπιστοσύνη, η ασφάλεια και η διαθεσιμότητα παίζουν σημαντικό ρόλο σε αυτές τις συναλλαγές. Έτσι, οι εταιρείες προσπαθούν να βελτιώσουν την ποιότητα των παραγόντων για να προκαλέσουν καλύτερη αίσθηση στους πελάτες. Οι ερευνητές προτείνουν διαφορετικά πλαίσια που μπορούν να καλύψουν ορισμένα από αυτά και να

κάνουν τους ανθρώπους πρόθυμους να χρησιμοποιήσουν τους ιστότοπους τους για καθημερινές συναλλαγές. Το ηλεκτρονικό εμπόριο, αφορά επίσης, τη μεταφορά χρημάτων και δεδομένων που καθιστούν δυνατές αυτές τις συναλλαγές. Αν και πολλοί καταναλωτές συσχετίζουν το ηλεκτρονικό εμπόριο μόνο με προϊόντα, ο όρος περιλαμβάνει όλες τις εμπορικές συναλλαγές που γίνονται δυνατές μέσω του Διαδικτύου είτε πρόκειται για αγορά πουλόβερ από έναν κατασκευαστή στη Νέα Ζηλανδία είτε για πρόσληψη υπηρεσιών τεχνίτη μέσω κάποιας ιστοσελίδας εύρεσης εργασίας.

4.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Μερικά από τα οφέλη του ηλεκτρονικού εμπορίου αποτελούν η διαθεσιμότητά του όλο το εικοσιτετράωρο, η ταχύτητα πρόσβασης στους διάφορους ιστότοπους (site), η ευρεία διαθεσιμότητα αγαθών και υπηρεσιών για τον καταναλωτή και τέλος το χαμηλό λειτουργικό κόστος που απαιτείται.

Ένα από τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου αποτελεί η δυνατότητα που παρέχεται να μπορούμε να επισκεπτόμαστε τα ηλεκτρονικά καταστήματα ανά πάσα ώρα και στιγμή. Ελάχιστες έως και σπάνιες φορές ένα ηλεκτρονικό κατάστημα δε θα λειτουργεί και αυτό μόνο εφόσον υπάρξουν προγραμματισμένες διακοπές λειτουργίας ή προγραμματισμένη συντήρηση.

Τα φυσικά καταστήματα φυσικά, δε λειτουργούν όλο το εικοσιτετράωρο όπως τα ηλεκτρονικά καταστήματα, αντιθέτως λειτουργούν μόνο συγκεκριμένες ώρες και ημέρες.

Το δεύτερο, εξίσου σημαντικό με το πρώτο, πλεονέκτημα είναι η ταχύτητα πρόσβασης που μπορούμε να έχουμε στα ηλεκτρονικά καταστήματα. Ενώ οι αγοραστές σε ένα φυσικό κατάστημα μπορεί να επιβραδυνθούν από τα πλήθη, οι ιστότοποι ηλεκτρονικού εμπορίου εκτελούνται γρήγορα, κάτι που καθορίζεται από υπολογισμούς και εκτιμήσεις εύρους ζώνης τόσο σε συσκευές καταναλωτών όσο και σε ιστότοπους ηλεκτρονικού εμπορίου. Οι σελίδες προϊόντων και οι σελίδες καταλόγου αγορών φορτώνονται σε λίγα δευτερόλεπτα ή και σε μικρότερο χρονικό διάστημα. Μια συναλλαγή ηλεκτρονικού εμπορίου

μπορεί να περιλαμβάνει μερικά κλικ και να διαρκέσει λιγότερο από πέντε λεπτά.

Τρίτο πλεονέκτημα αποτελεί η ευρεία διαθεσιμότητα αγαθών και υπηρεσιών για τον καταναλωτή. Το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει στις επωνυμίες να διαθέσουν ένα ευρύ φάσμα προϊόντων, τα οποία στη συνέχεια αποστέλλονται από μια αποθήκη μετά την πραγματοποίηση μιας αγοράς. Οι πελάτες πιθανότατα θα έχουν μεγαλύτερη επιτυχία βρίσκοντας αυτό που θέλουν. Δεν είναι λίγες οι φορές που αναζητάμε κάτι σε ένα φυσικό κατάστημα, αυτό που αναζητάμε είτε δεν υπάρχει είτε έχει τελειώσει τελείως, με αποτέλεσμα να χρειαστεί να το προμηθευτούν ξανά.

Τέλος έχουμε το χαμηλό λειτουργικό κόστος που χρειάζεται ένα ηλεκτρονικό κατάστημα για να λειτουργήσει. Χωρίς να απαιτείται φυσική βιτρίνα (και υπάλληλοι για να το εργατικό δυναμικό), οι έμποροι λιανικού εμπορίου μπορούν να ξεκινήσουν καταστήματα με ελάχιστο λειτουργικό κόστος. Και όσοι διαχειρίζονται μια επιχείρηση τέτοιου είδους μπορούν ακόμη και να ελαχιστοποιήσουν το κόστος αρχικής επένδυσης. Καθώς οι πωλήσεις αυξάνονται, οι επωνυμίες μπορούν εύκολα να κλιμακώσουν τις δραστηριότητές τους χωρίς να κάνουν μεγάλες επενδύσεις σε ακίνητα ή να προσλάβουν μεγάλο εργατικό δυναμικό, αυτό σημαίνει συνολικά υψηλότερα περιθώρια κέρδους.

4.3. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Αν και το σύγχρονο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι όλο και πιο ευέλικτο σήμερα, εξακολουθεί να έχει τα δικά του μειονεκτήματα. Μερικά από αυτά είναι τα προβλήματα μπορεί να υπάρξουν σε σχέση με τη τεχνολογία, ο χρόνος παραλαβής και το κόστος των μεταφορικών, το οποίο για ορισμένες περιοχές είναι αρκετά υψηλό.

Ένα από τα μεγαλύτερα μειονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι όταν κάποιος δεν μπορεί να αγοράσει από ένα κατάστημά, επειδή η ιστοσελίδα (site) έχει κολλήσει. Άλλο ένα θέμα που θα μπορούσε να συμβεί είναι το σύστημα να είναι αργό, να μην ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις μας και πολλά

άλλα. Αυτό βέβαια είναι κάτι που συμβαίνει συχνά σε πολλές ιστοσελίδες. Κάτι τέτοιο όμως, γενικά εάν ο ιστότοπος ηλεκτρονικού εμπορίου είναι αργός, όπως αναφέραμε και προηγουμένως, είναι χαλασμένος ή μη διαθέσιμος, για τεχνικούς λόγους συνήθως, στους πελάτες, αυτό μπορεί να επηρεάσει την ικανότητά σας να πραγματοποιηθούν πωλήσεις. Τα σφάλματα ιστότοπου και οι τεχνολογικές αποτυχίες μπορούν να βλάψουν σημαντικά τις σχέσεις με τους πελάτες και να επηρεάσουν αρνητικά την απόδοση σας.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι οι χρόνοι παράδοσης και οι καθυστερήσεις μπορεί να είναι ένα από τα μεγαλύτερα μειονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου. Όταν οι πελάτες θέλουν ή χρειάζονται πραγματικά ένα αντικείμενο, μπορούν να το παραλάβουν πολύ πιο γρήγορα αν πάνε σε ένα παραδοσιακό κατάστημα για να το αγοράσουν. Αντίθετα, όταν κάνουν μια αγορά μέσω διαδικτύου, πρέπει να περιμένουν να ετοιμαστεί το προϊόν και στη συνέχεια να αποσταλεί. Υπάρχει επίσης πάντα η πιθανότητα καθυστερήσεων με την υπηρεσία αλληλογραφίας. Οι διαδικτυακοί αγοραστές γίνονται ολοένα και πιο ανυπόμονοι για να λάβουν τα προϊόντα τους που όλο και περισσότεροι εγγράφονται σε συνδρομές επί πληρωμή και υπηρεσίες γρήγορης παράδοσης.

Ένα ακόμη σημαντικό μειονέκτημα του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι το κόστος. Σε περίπτωση που το προϊόν που παραγγείλαμε είναι από μία άλλη περιοχή, θα υπάρχει ένα επιπλέον κόστος για τα έξοδα των μεταφορικών. Ιδίως όταν η παραγγελία πρόκειται να παραδοθεί σε μία απομακρυσμένη περιοχή, για παράδειγμα στα πιο απομακρυσμένα νησιά τα μεταφορικά έξοδα μερικές φορές ξεπερνούν και τα 20€ και πάνω. Βεβαίως αυτό δεν ισχύει για τις περιοχές που τα καταστήματα στεγάζονται στην ίδια περιφέρεια, γειτονιά κ.λπ.

Τελευταίο μειονέκτημα αποτελεί το γεγονός πως στις ηλεκτρονικές αγορές δεν παρέχεται η δυνατότητα δοκιμής του προϊόντος ή του αγαθού που επιθυμούμε να αγοράσουμε. Οι άνθρωποι πρέπει να βασίζονται σε ηλεκτρονικές εικόνες για να αγοράσουν προϊόντα. Μερικές φορές, κατά την παράδοση των προϊόντων, το προϊόν μπορεί να μην ταιριάζει με ηλεκτρονικές εικόνες. Τέλος, μπορεί να μην ταιριάζει στις ανάγκες των αγοραστών. Η έλλειψη «αφής και αίσθησης» αποτρέπει τους ανθρώπους από τις ηλεκτρονικές αγορές. Βέβαια, αυτό είναι ένα μειονέκτημα το οποίο πλέον έχει λυθεί εν μέρη

εφόσον οι επιχειρήσεις παρέχουν στους πελάτες τους τη δυνατότητα να δοκιμάσουν το προϊόν, αποστέλλοντας τους διάφορα δείγματα.

Αν και το ηλεκτρονικό εμπόριο προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα στους πελάτες, τις επιχειρήσεις, την κοινωνία και το έθνος, εξακολουθούν να υπάρχουν ορισμένοι τομείς, μερικούς από τους οποίους αναφέραμε προηγουμένως, ανησυχίας που πρέπει να αντιμετωπιστούν.

4.4. ΤΥΠΟΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Ο όρος εμπόριο αναφέρεται στο εμπόριο αγαθών και υπηρεσιών. Το ηλεκτρονικό εμπόριο είναι μια σύγχρονη εφεύρεση που διευκολύνει το εμπόριο αγαθών και υπηρεσιών μέσω ηλεκτρονικών μέσων, ή για την ακρίβεια, του διαδικτύου. Παρακάτω θα αναλύσουμε τους τύπους επιχειρήσεων ηλεκτρονικού εμπορίου, καθένας από τους οποίους εξυπηρετεί διαφορετικά επιχειρηματικά μοντέλα.

Οι τύποι ηλεκτρονικού εμπορίου είναι έξι και είναι οι εξής ακόλουθοι:

- Business-to-Business (B2B)
- Business-to-Consumer (B2C)
- Consumer-to-Consumer (C2C)
- Consumer-to-Business (C2B)
- Business-to-Administration (B2A)
- Consumer-to-Administration (C2A)

Business-to-Business (B2B)

Ένα επιχειρηματικό μοντέλο B2B περιλαμβάνει τη διεξαγωγή συναλλαγών μεταξύ δύο ή περισσότερων επιχειρήσεων/εταιρειών. Με άλλα λόγια αναφέρεται στην ηλεκτρονική ανταλλαγή προϊόντων, υπηρεσιών ή πληροφοριών μεταξύ επιχειρήσεων και όχι μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών. Τα κανάλια αυτού του εμπορίου περιλαμβάνουν γενικά τους συμβατικούς χονδρεμπόρους και τους παραγωγούς που συναλλάσσονται με λιανοπωλητές.

Business-to-Consumer (B2C)

Το επιχειρηματικό μοντέλο Business-to-Consumer ασχολείται με τις πτυχές λιανικής του ηλεκτρονικού εμπορίου, δηλαδή την πώληση αγαθών ή/και υπηρεσιών στον τελικό καταναλωτή μέσω ψηφιακών μέσων. Η διευκόλυνση, η οποία έχει κατακλύσει τον επιχειρηματικό κόσμο, δίνει τη δυνατότητα στον καταναλωτή να έχει μια λεπτομερή ματιά στις προτεινόμενες προμήθειες πριν κάνει μια παραγγελία. Μετά την τοποθέτηση τέτοιων παραγγελιών, η εταιρεία που λαμβάνει την παραγγελία θα παραδώσει την ίδια στον καταναλωτή σε ένα βολικό χρονικό διάστημα.

Consumer-to-Consumer (C2C)

Αυτό το επιχειρηματικό μοντέλο, το μοντέλο Consumer-to-Consumer, αξιοποιείται από έναν καταναλωτή για την πώληση μεταχειρισμένων αγαθών ή/και υπηρεσιών σε άλλους καταναλωτές μέσω του ψηφιακού μέσου. Αυτές οι συναλλαγές διενεργούνται γενικά μέσω τρίτου μέρους που παρέχει μια διαδικτυακή πλατφόρμα στην οποία πραγματοποιούνται οι συναλλαγές αυτές.

Consumer-to-Business (C2B)

Ένα μοντέλο C2B είναι η ακριβής αντιστροφή ενός μοντέλου B2C. Ενώ το τελευταίο εξυπηρετείται στον καταναλωτή από μια επιχείρηση, το μοντέλο C2B παρέχει στους τελικούς καταναλωτές την ευκαιρία να πουλήσουν τα προϊόντα/υπηρεσίες τους σε εταιρείες.

Business-to-Administration (B2A)

Αυτό το μοντέλο επιτρέπει τις διαδικτυακές συναλλαγές μεταξύ εταιρειών και δημόσιας διοίκησης, δηλαδή της κυβέρνησης, επιτρέποντας την ανταλλαγή πληροφοριών μέσω κεντρικών ιστοσελίδων. Παρέχει στις επιχειρήσεις μια πλατφόρμα για να υποβάλουν προσφορές σε κυβερνητικές ευκαιρίες, όπως δημοπρασίες, διαγωνισμοί, υποβολή αιτήσεων κ.λπ. Το πεδίο εφαρμογής αυτού του μοντέλου έχει πλέον ενισχυθεί, χάρη στις επενδύσεις που έγιναν στην ηλεκτρονική διακυβέρνηση.

Consumer-to-Administration (C2A)

Η πλατφόρμα C2A προορίζεται για καταναλωτές, οι οποίοι μπορούν να τη χρησιμοποιήσουν για να ζητήσουν πληροφορίες ή να δημοσιεύσουν σχόλια σχετικά με δημόσιους τομείς απευθείας στις κυβερνητικές αρχές/διαχείριση.

Η κυβέρνηση σπάνια αγοράζει προϊόντα ή υπηρεσίες από πολίτες, αλλά τα άτομα χρησιμοποιούν συχνά ηλεκτρονικά μέσα στους ακόλουθους τομείς:

- **Εκπαίδευση**
Διάδοση πληροφοριών, εξ αποστάσεως εκπαίδευση/διαλέξεις μέσω Διαδικτύου κ.λπ.
- **Κοινωνική ασφάλιση**
Διανομή πληροφοριών, πραγματοποίηση πληρωμών κ.λπ.
- **Φόροι**
υποβολή φορολογικών δηλώσεων, πραγματοποίηση πληρωμών κ.λπ.
- **Υγεία**
Κλείσιμο ραντεβού, παροχή πληροφοριών για ασθένειες, πληρωμή υπηρεσιών υγείας κ.λπ.

Αυτοί ήταν οι έξι τύποι ηλεκτρονικού εμπορίου από τους οποίους ο καθένας εξυπηρετεί διαφορετικά επιχειρηματικά μοντέλα. Στην επόμενη ενότητα δούμε μερικές από τις πιο σημαντικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται διεθνώς και στη συνέχεια θα αναλύσουμε ποιον τύπο ηλεκτρονικού εμπορίου χρησιμοποιεί η καθεμία.

4.5. ΚΟΡΥΦΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

4.5.1. AMAZON

Πρώτη στη κατάταξη δε θα μπορούσε να είναι άλλη πέρα από την Amazon. Πρόκειται για μία από τις πιο γνωστές εταιρείες ηλεκτρονικού εμπορίου στο κόσμο.

Η Amazon ξεκίνησε κάπου στα μέσα του 1994 ως μια αγορά ηλεκτρονικού εμπορίου για βιβλία κάθε είδους. Η έδρα της βρίσκεται στο Σιάτλ της Ουάσιγκτον. Σήμερα, πρόκειται για μια τεράστια επιχείρηση που πουλά βιβλία, μουσική, ταινίες, είδη σπιτιού, ηλεκτρονικά είδη, παιχνίδια και πολλά άλλα

αγαθά, είτε απευθείας είτε ως μεσάζων μεταξύ άλλων εμπορών λιανικής και των εκατομμυρίων πελατών της. Οι δραστηριότητές της στις υπηρεσίες Ιστού περιλαμβάνει την ενοικίαση αποθήκευσης δεδομένων και υπολογιστικών πόρων, το λεγόμενο « υπολογιστικό σύννεφο », μέσω του Διαδικτύου.

Το 1994 ο Jeff Bezos, πρώην στέλεχος της Wall Street , ενσωμάτωσε την Amazon, επιλέγοντας το όνομα κυρίως επειδή ξεκινούσε με το πρώτο γράμμα του αλφαβήτου και λόγω της σχέσης του με τον τεράστιο ποταμό της Νότιας Αμερικής. Οι πωλήσεις μουσικής και βίντεο ξεκίνησαν το 1998. Την ίδια χρονιά ξεκίνησε τις διεθνείς δραστηριότητές της με την εξαγορά διαδικτυακών βιβλιοπωλείων στο Ηνωμένο Βασίλειο και τη Γερμανία . Μέχρι το 1999 η εταιρεία πουλούσε επίσης ηλεκτρονικά είδη ευρείας κατανάλωσης, βιντεοπαιχνίδια, λογισμικό , είδη οικιακής βελτίωσης, παιχνίδια και παιχνίδια και πολλά άλλα. Το 2002, ο ιδρυτής της, θέλοντας να τονίσει πως δεν πρόκειται μόνο για λιανοπωλητή αλλά για εταιρεία τεχνολογίας η Amazon ξεκίνησε την Amazon Web Services (AWS), η οποία αρχικά προσέφερε δεδομένα σχετικά με τα μοτίβα κυκλοφορίας στο Διαδίκτυο, τη δημοτικότητα του ιστότοπου και άλλα στατιστικά στοιχεία για προγραμματιστές και εμπόρους. Το 2002 η εταιρεία ξεκίνησε μια υπηρεσία που επιτρέπει σε μικρές εταιρείες και ιδιώτες να πωλούν τα προϊόντα τους μέσω του Amazon.com και μέχρι το 2006 είχε ξεκινήσει την υπηρεσία Fulfillment by Amazon που διαχειριζόταν το απόθεμα μιας τέτοιας επιχείρησης. Η αναπτυσσόμενη επιχείρηση διαχείρισης αποθεμάτων της ώθησε την αγορά της Kiva Systems, μια εταιρεία ρομποτικής, της οποίας οι συσκευές αυτοματοποιούν τα καθήκοντα εκπλήρωσης αποθέματος, το 2012 με 775 εκατομμύρια δολάρια.

Το 2007 η Amazon.com άρχισε να πουλάει τους δικούς της ηλεκτρονικούς αναγνώστες Kindle, οι οποίοι βοήθησαν στην ενεργοποίηση του αγορά ηλεκτρονικών βιβλίων . Το 2011 η εταιρεία παρουσίασε έναν σχετικό υπολογιστή tablet χαμηλού κόστους , τον Το Kindle Fire, και μέχρι το 2012, το Kindle Fire εκτιμήθηκε ότι αποτελούσε το 50 τοις εκατό των tablet που πωλήθηκαν και χρησιμοποιούσαν το λειτουργικό σύστημα Android της Google για κινητά. Η τελευταία επιχειρηματική κίνηση που έκανε η εταιρεία ήταν η συμφωνία που ανακοίνωσε το 2017, είχε συμφωνήσει να αγοράσει την αλυσίδα σούπερ μάρκετ Whole Foods Market, Inc.

Με λίγα λόγια βλέπουμε πως πρόκειται για μια πετυχημένη εταιρεία, που μέσα σε μικρό χρονικό διάστημα απέκτησε μεγάλα κέρδη. Για την ακρίβεια οι καθαρές πωλήσεις της Amazon για ολόκληρο το έτος 2021 αυξήθηκαν κατά 22% στα 469,8 δισ . δολάρια, σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

4.5.2. WAL – MART STORES Inc.

Δεύτερη στη λίστα είναι μία αμερικάνικη επιχείρηση, επίσης αρκετά γνωστή σε όλο το κόσμο, όχι όμως όσο η προηγούμενη.

Όπως ανέφερα και προηγουμένως, πρόκειται για Αμερικάνικη εταιρεία, εκπαιδευτικών καταστημάτων που ήταν, και συνεχίζει να είναι, μία από τις μεγαλύτερους λιανοπωλητές στον κόσμο και μεταξύ των μεγαλύτερων εταιρειών του κόσμου. Τα κεντρικά γραφεία της εταιρείας βρίσκονται στο Bentonville του Αρκάνσας . Η Wal-Mart ιδρύθηκε από τον Sam Walton στο Rogers του Αρκάνσας το 1962.

Καθώς μεγάλωνε, η εταιρεία ανέπτυξε νέες μορφές λιανικής, συμπεριλαμβανομένων των εκπαιδευτικών αποθηκών Sam's Club, το 1983 και το 1998, τη Wal-Mart Supercenters. Μέχρι τα τέλη του 1990, η Wal-Mart είχε καταφέρει να γίνει ένα από τα μεγαλύτερα παντοπωλεία στις Ηνωμένες Πολιτείες. Αυτό το κατάφερε δίνοντας έμφαση στην προσοχή των πελατών (π.χ. διαφήμιση απευθείας αλληλογραφίας), στους ελέγχους κόστους (π.χ. εισαγωγές χαμηλού κόστους) και στην αποτελεσματικότητα στα δίκτυα διανομής της (π.χ. περιφερειακή αποθήκευση). Από το 1992 και για τα επόμενα χρόνια, η εταιρεία παρουσίασε πτώση στις πωλήσεις αμέσως μετά τον θάνατο του Walton. Μέχρι το 1995 οι πωλήσεις της Wal-Mart είχαν διπλασιαστεί. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα, το 1999 η εταιρεία είχε γίνει ο μεγαλύτερος ιδιωτικός εργοδότης στον κόσμο. Μέσα σε λίγα έτη (1995 – 2001) οι συνολικές πωλήσεις της είχαν ξεπεράσαν αυτές της Exxon Mobil , κατατάσσοντας τη Wal-Mart ως τη μεγαλύτερη εταιρεία στον κόσμο.

Η εταιρεία παρέμεινε παγκόσμιος ηγέτης τα επόμενα χρόνια, και τη δεκαετία του 2010 άρχισε να αποκτά πολυάριθμες επιχειρήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου, συμπεριλαμβανομένων των Jet.com, το 2016 και Moosejaw το 2017. Το 2018

η εταιρεία άλλαξε το όνομά της σε Walmart, από Wal-Mart Stores, Inc. που ονομαζόταν τα προηγούμενα χρόνια.

Το ισχυρότερο τμήμα της Walmart, όσον αφορά τα έσοδα, είναι η Walmart US, η οποία κατέγραψε καθαρές πωλήσεις περίπου 393 δισεκατομμυρίων δολαρίων ΗΠΑ το οικονομικό έτος 2021, οι πωλήσεις, δηλαδή αυξήθηκαν κατά 8,7%.

4.5.3. ALIBABA GROUP HOLDING LTD.

Στη Τρίτη θέση των κορυφαίων επιχειρήσεων ηλεκτρονικού εμπορίου βρίσκεται ο Όμιλος Alibaba, κινέζικης προέλευσης. Χωρίς αμφιβολία, η Alibaba κατέχει μια τεράστια ιστορία επιτυχίας στο ηλεκτρονικό εμπόριο που συνεχίζει να αναπτύσσεται.

Ο Όμιλος Alibaba ιδρύθηκε τον Δεκέμβριο του 1999 από 18 άτομα με επικεφαλής τον Jack Ma, έναν πρώην καθηγητή Αγγλικών από το Hangzhou της Κίνας. Από την αρχή, οι ιδρυτές της εταιρείας μοιράστηκαν την πεποίθηση ότι το Διαδίκτυο θα ισοπεδώσει τους όρους ανταγωνισμού επιτρέποντας στις μικρές επιχειρήσεις να αξιοποιήσουν την καινοτομία και την τεχνολογία για να αναπτυχθούν και να ανταγωνιστούν πιο αποτελεσματικά στην εγχώρια και παγκόσμια οικονομία. Από τότε που κυκλοφόρησε τον πρώτο του ιστότοπο που βοηθά τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις στην Κίνα να πωλούν διεθνώς, ο όμιλος Alibaba έχει εξελιχθεί σε ένα ψηφιακό οικοσύστημα με επιχειρήσεις που περιλαμβάνουν το εμπόριο, το cloud computing, τα ψηφιακά μέσα και την ψυχαγωγία και πρωτοβουλίες καινοτομίας.

Ας δούμε με λίγα λόγια τη πορεία του ομίλου, από την ίδρυσή του μέχρι και σήμερα. Το 2002, ο όμιλος, πραγματοποίησε τα πρώτα του κέρδη, Τα επόμενα δύο έτη, 2003 – 2004, η Alibaba λανσάει το Taobao, τον ιστότοπο ηλεκτρονικού εμπορίου των καταναλωτών, καθώς και το Alipay, το ηλεκτρονικό σύστημα πληρωμών της. Το 2007 η Alibaba εισάγεται στο χρηματιστήριο του Χονγκ Κονγκ, ενώ δύο χρόνια αργότερα, το 2009, την ημέρα της 10ης επετείου της, η Alibaba παρουσιάζει τη νέα της πλατφόρμα υπολογιστικού νέφους.

Το 2010 αποτελεί μία από τις πιο σημαντικές ημερομηνίες για τον όμιλο, εφόσον σηματοδοτεί την έναρξη των ηλεκτρονικών αγορών. Ανοίγουν ηλεκτρονικά καταστήματα στο εμπορικό κέντρο Ταοβαο της Alibaba, ανοίγοντας έναν νέο δρόμο προς το κέρδος για τις αμερικανικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Κίνα. Τρία χρόνια αργότερα, όμως, ο επικεφαλής του ομίλου, Jack Ma, Ο Τζακ Μα παραιτείται από διευθύνων σύμβουλος της Alibaba και τον διαδέχεται ο Jonathan Lu, ο επιλεγμένος διάδοχος του Ma.

Η εταιρεία εξελίσσεται όλο και περισσότερο με το πέρασ των χρόνων. Αποκτάει όλο και περισσότερους διαδικτυακούς πελάτες και γίνεται η μεγαλύτερη διαδικτυακή πλατφόρμα εμπορίου για μικρές επιχειρήσεις. Το 2014, επίσης, η εταιρεία εισέρχεται στο χρηματιστήριο, με IPO 25 δισεκατομμυρίων δολαρίων και νέα τιμή διαπραγμάτευσης 68 \$ ανά μετοχή κερδίζοντας μεγάλες τεχνολογικές δυνάμεις όπως το Facebook (FB) και Google (GOOGL).

Το 2016 είναι μία μαύρη χρονιά. Ξεσπάει σκάνδαλο και ξεκινούν διαμάχες με αντίπαλες εταιρείες, καθώς η Alibaba συνδέεται άμεσα με την πώληση παράνομων, απατηλών προϊόντων. Η κυβέρνηση των ΗΠΑ πυροδοτεί τη φωτιά χαρακτηρίζοντας το Ταοβαο ως πλατφόρμα πλαστών ηλεκτρονικού εμπορίου. Το σκάνδαλο κράτησε για περίπου δύο χρόνια, καθώς από το 2018 Η Alibaba ανακάμπτει από το σκάνδαλο καθώς το Ταοβαο έχει 580 εκατομμύρια ενεργούς μηνιαίους χρήστες και το Tmall αγγίζει τους 500 μηνιαίους χρήστες. Την ίδια χρονιά, ο Jack Ma ανακοινώνει ότι θα παραιτηθεί από πρόεδρος της Alibaba το 2019. Μέχρι τον Σεπτέμβριο του 2019 ο Jack Ma συνέχισε να υπηρετεί τη θέση του διευθύνοντα συμβούλου. Αυτός ήταν και ο τελευταίος του μήνας που υπηρετούσε τη θέση αυτή άλλωστε, αφού ύστερα την θέση του πήρε ο Daniel Zhang, ο οποίος είναι διευθύνων σύμβουλος της Alibaba μέχρι και σήμερα.

Η Alibaba μέσα σε είκοσι χρόνια, κατάφερε να γίνει μία από τις μεγαλύτερες διαδικτυακές αγορές εμπορίου στον κόσμο και συνεχίζει να είναι μία από τις μεγαλύτερες διαδικτυακές αγορές στον κόσμο έχοντας αποκτήσει αμέτρητους πελάτες. Μια μελέτη αποκάλυψε ότι το 2021, οι καθαρές πωλήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου της Alibaba ανήλθαν σε περίπου 258 δισεκατομμύρια δολάρια ΗΠΑ.

4.5.4. FACEBOOK

Το Facebook, το οποίο κατέχει άλλες εταιρείες όπως το Instagram και το WhatsApp, μπορεί να μην διαθέτει κατάστημα ηλεκτρονικού εμπορίου, αλλά διευκολύνει τις ηλεκτρονικές αγορές μέσω συνομιλιακού ηλεκτρονικού εμπορίου και θυγατρικών.

Η Meta Platforms, παλαιότερα γνωστή ως Facebook, είναι μια αμερικανική πολυεθνική εταιρεία τεχνολογίας με έδρα το Menlo Park της Καλιφόρνια. Η εταιρεία είναι ίσως πιο διάσημη ως η μητρική εταιρεία των πλατφορμών κοινωνικών μέσων Facebook, Instagram και WhatsApp. Λειτουργεί επίσης το Facebook Marketplace, το οποίο λειτουργεί παρόμοια με το Craigslist όσον αφορά την προσφορά πωλήσεων και υπηρεσιών συναυλιών από καταναλωτές σε καταναλωτές, καθώς και λειτουργικότητα ηλεκτρονικού εμπορίου για το Instagram, η οποία επιτρέπει στους χρήστες να κάνουν κλικ στις αναρτήσεις του Instagram για να αγοράσουν επιλεγμένα προϊόντα.

Από την ημέρα που δημιουργήθηκε το Facebook συνεχώς ανανεώνεται και εξελίσσεται. Σχεδόν κάθε χρόνο προσθέτει καινούριες εφαρμογές, παρέχει νέες δυνατότητες στους χρήστες του κ.λπ.

- Αρχικά να αναφέρουμε πως το Facebook έκανε την εμφάνισή του στο κοινό τον Φεβρουάριο του 2004. Βέβαια τότε δεν είχαν πρόσβαση όλοι οι χρήστες, μόνο όσοι πληρούσαν μερικές προϋποθέσεις.
- Δύο χρόνια αργότερα, το 2006, πρόσβαση είχαν όλοι οι χρήστες δεκατριών (13) ετών και άνω.
- Ένα χρόνο αργότερα, το 2007, κυκλοφόρησε για πρώτη φορά η πλατφόρμα εικονικών αγαθών, Marketplace και εφαρμογών Facebook. Επίσης το Facebook Pages κυκλοφορεί δίνοντας στις επωνυμίες ένα δυναμικό παιχνίδι για αγορές προϊόντων και υπηρεσιών.
- Το 2008, ανακοινώθηκε το Facebook Connected, επιτρέποντας στους χρήστες να συνδέσουν την ταυτότητά τους στο FB με οποιονδήποτε ιστότοπο. Η πράξη αυτή έγινε περισσότερο για να μπορούν να ταυτοποιούνται οι χρήστες.
- Το 2009, το κουμπί "Μου αρέσει" παίρνει έναν αντίχειρα. Επιπλέον, έχουμε τη πρώτη συναλλαγή στο Facebook, γίνεται παραγγελία λουλουδιών από 1-800-Flowers.

- Το 2010, η Delta Airlines προσφέρει τη δυνατότητα αγοράς εισιτηρίων απευθείας από το Facebook. Μία πολύ καλή ιδέα, διότι είναι πολύ πιο εύκολο για ένα χρήστη να κλείνει απευθείας τα εισιτήρια από εκεί παρά να μπαίνει και να ψάχνει εισιτήρια σε άλλες ιστοσελίδες. Η Target είναι η πρώτη εταιρεία λιανικής που πούλησε δωροκάρτες Facebook. Τέλος, την ίδια χρονιά, το Places προσθέτει "Προσφορές", ώστε όταν οι χρήστες κάνουν check-in να μπορούν να χρησιμοποιούν πιστώσεις Facebook για να αγοράσουν πράγματα.
- Το 2011, ακόμη περισσότερες επωνυμίες προσφέρουν κοινωνικό εμπόριο.
 - Συγκεκριμένα η Warner Brothers προσφέρει ταινίες, ξεκινώντας από το Dark Knight.
 - Το Facebook ζήτησε από τους προγραμματιστές παιχνιδιών να επεξεργάζονται πληρωμές μέσω Facebook Credits.
 - Το Facebook παίρνει 30% σε όλες τις πιστωτικές συναλλαγές Facebook.
 - Το Facebook έφτασε τα 800 εκατομμύρια χρήστες.
 - Η Inside Virtual Goods λέει ότι η αγορά εικονικών αγαθών των ΗΠΑ θα είναι 2,1 δισεκατομμύρια \$.

Βέβαια, το Facebook συνεχίζει να εξελίσσεται συνεχώς, να παρέχει κάθε μέρα καινούριες δυνατότητες στους χρήστες του, είτε οι δυνατότητες αυτές αφορούν το κομμάτι της επικοινωνίας, είτε το κομμάτι των ηλεκτρονικών αγορών.

4.5.5. MICROSOFT

Πέμπτη στη κατάταξη βρίσκεται η εταιρεία Microsoft. Η Microsoft ελέγχει εταιρείες όπως το Skype, το Bing και το Xbox, οι οποίες πωλούν λογισμικό και υλικό σε επιχειρήσεις και καταναλωτές. Αυτή η εταιρεία με επιρροή βγάζει το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων της από την πώληση ψηφιακών προϊόντων και υπηρεσιών.

Πρόκειται για έναν από τους κορυφαίους προγραμματιστές προσωπικών υπολογιστών συστημάτων και εφαρμογών λογισμικού. Η εταιρεία εκδίδει

επίσης βιβλία και τίτλους πολυμέσων, παράγει τη δική της σειρά υβριδικών υπολογιστών (tablet), προσφέρει υπηρεσίες ηλεκτρονικού ταχυδρομείου και πουλά συστήματα ηλεκτρονικών παιχνιδιών και περιφερειακά υπολογιστών (συσκευές εισόδου/εξόδου). Διαθέτει γραφεία πωλήσεων σε όλο τον κόσμο.

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 1975 από δύο παιδικούς φίλους από το Σιάτλ, τον Bill Gates και τον Paul G. Allen. Οι δύο φίλοι δημιούργησαν μια δημοφιλή γλώσσα προγραμματισμού υπολογιστών mainframe, την BASIC για χρήση σε έναν πρώιμο προσωπικό υπολογιστή (PC), τον Altair. Λίγο αργότερα ίδρυσαν τη Microsoft, το όνομα της εταιρείας προέρχεται από τις λέξεις μικροϋπολογιστής και λογισμικό. Στα τέλη του 1978, οι πωλήσεις της Microsoft ξεπέρασαν το 1 εκατομμύριο δολάρια και το 1979 η επιχείρηση μετέφερε την έδρα της στο Bellevue, στην Ουάσιγκτον, ένα προάστιο του Σιάτλ, όπου μεγάλωσαν ο Gates και ο Allen. Η εταιρεία συνέχισε να χορηγεί άδεια χρήσης του λειτουργικού της συστήματος MS-DOS (λειτουργικό σύστημα που αγόρασε η Microsoft από άλλη εταιρεία και το τροποποίησε) στην IBM για τον πρώτο της προσωπικό υπολογιστή, ο οποίος έκανε το ντεμπούτο της το 1981. Δύο χρόνια αργότερα, το 1983, ο Allen αποχώρησε από τη Microsoft αφού διαγνώστηκε με λέμφωμα Hodgkin. Αφού θεραπεύτηκε επιτυχώς από την ασθένεια, συνέχισε να ακολουθεί μια ποικιλία άλλων επιχειρηματικών εγχειρημάτων. Το 1985, η Microsoft κυκλοφόρησε ένα νέο λειτουργικό σύστημα, τα Windows, με γραφικό περιβάλλον χρήστη που περιλάμβανε αναπτυσσόμενα μενού, γραμμές κύλισης και άλλες δυνατότητες. Το επόμενο έτος, η εταιρεία μετέφερε την έδρα της στο Ρέντμοντ της Ουάσιγκτον και εισήχθη στο χρηματιστήριο με 21 δολάρια ανά μετοχή, αντλώντας 61 εκατομμύρια δολάρια. Στα τέλη της δεκαετίας του 1980, η Microsoft είχε γίνει η μεγαλύτερη εταιρεία λογισμικού προσωπικών υπολογιστών στον κόσμο, με βάση τις πωλήσεις. Το 1995, εν μέσω αυξανόμενων αγορών προσωπικών υπολογιστών για χρήση στο σπίτι και στο γραφείο, τα Windows 95 έκαναν το ντεμπούτο τους. Περιλάμβανε καινοτομίες όπως το μενού Έναρξη και 7 εκατομμύρια αντίτυπα του νέου προϊόντος πουλήθηκαν τις πρώτες πέντε εβδομάδες. Κατά το δεύτερο μισό της δεκαετίας του 1990, η χρήση του Διαδικτύου απογειώθηκε και η Microsoft παρουσίασε το πρόγραμμα περιήγησής της, τον Internet Explorer, το 1995. Το 1998, το Υπουργείο Δικαιοσύνης των ΗΠΑ και 20 γενικοί εισαγγελείς

κατηγόρησαν τη Microsoft για παραβίαση της αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας χρησιμοποιώντας την κυριαρχία της για να εκδιώξει τους ανταγωνιστές της. το 2001, η εταιρεία κατέληξε σε συμφωνία με την κυβέρνηση που επέβαλε περιορισμούς στις εταιρικές της πρακτικές. Επίσης το 2001, η Microsoft εντάχθηκε στην αγορά βιντεοπαιχνιδιών με την κυκλοφορία της κονσόλας Xbox. Αργότερα, η εταιρεία ξεκίνησε από την αρχή και το νέο λειτουργικό σύστημα , που μετονομάστηκε σε Vista, κυκλοφόρησε σε άλλους προγραμματιστές λογισμικού στα τέλη του 2006 και στο ευρύ κοινό το 2007. Παρά τα προβλήματά της στην αγορά, η Microsoft παρέμεινε ο κυρίαρχος προμηθευτής λειτουργικών συστημάτων. Το 2012 η εταιρεία κυκλοφόρησε Windows 8, που προσέφεραν μια οθόνη έναρξης με εφαρμογές που εμφανίζονται ως πλακίδια σε ένα πλέγμα. Το 2015, κυκλοφόρησαν τα Windows 10. Παρουσιάστηκε η Cortana, ένας ψηφιακός προσωπικός βοηθός ικανός να ανταποκρίνεται σε φωνητικές εντολές (όπως έκανε το Siri του iPhone) και ένα νέο πρόγραμμα περιήγησης στο Web, Microsoft Edge , ο οποίος αντικατέστησε τον Internet Explorer.

Τα επόμενα χρόνια η Microsoft συνέχισε να πρωτοτυπεί, να λανσάρει συνεχώς νέες ιδέες, ιδέες που βοηθάνε τους χρήστες στην καθημερινότητά τους, για την ακρίβεια ιδέες που διευκολύνουν τη ζωή των χρηστών. Η εταιρεία αυτή συνεχίζει να υπάρχει και να δραστηριοποιείται μέχρι και σήμερα με μεγάλη επιτυχία. Για την ακρίβεια το προηγούμενο έτος, 2021, τα έσοδα της από τις πωλήσεις ήταν 51,7 δισεκατομμύρια δολάρια και αυξήθηκαν κατά 20% σε σχέση με το 2020.

4.6. ΜΕΡΙΚΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

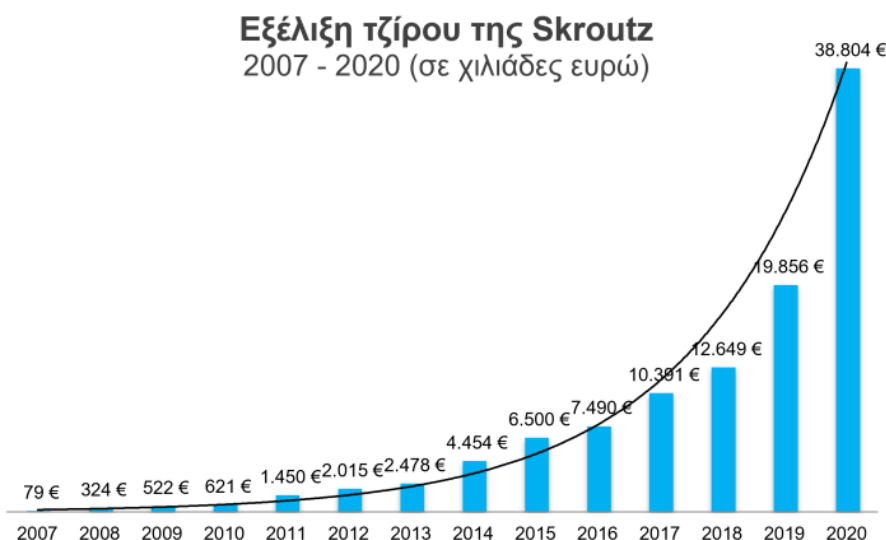
Παραπάνω αναφέραμε μερικές κορυφαίες επιχειρήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου στο εξωτερικό. Τις τελευταίες δεκαετίες, όμως, το ηλεκτρονικό εμπόριο έχει αναπτυχθεί αρκετά και στη χώρα μας. Παρακάτω θα αναφέρουμε συνοπτικά, μερικές από τις κορυφαίες επιχειρήσεις ηλεκτρονικού εμπορίου της Ελλάδας.

4.6.1. SKROUTZ

Σύμφωνα με έρευνες που έγιναν, για το προηγούμενο έτος 2021, πρώτο e-shop στις προτιμήσεις των Ελλήνων καταναλωτών, ήταν το Skrutz.

Πρόκειται για την μεγαλύτερη πλατφόρμα ηλεκτρονικών αγορών στην Ελλάδα. Η συγκεκριμένη πλατφόρμα περιλαμβάνει οτιδήποτε ένας καταναλωτής μπορεί να χρειαστεί. Περιλαμβάνει από οικιακά είδη (πιάτα, ποτήρια, μαχαιροπίρουνα, κατσαρόλες κ.λπ.), ηλεκτρονικές συσκευές (συσκευές κουζίνας, κινητά τηλέφωνα, Η/Υ κ.λπ.) μέχρι είδη προσωπικής υγιεινής, καλλυντικά και πολλά ακόμη. Θα μπορούσε κανείς να πει πως πρόκειται για την “AMAZON” της Ελλάδας.

Η Skrutz ιδρύθηκε το 2005 από τους Γιώργο Χατζηγεωργίου, Γιώργο Αυγουστίδη και Βασίλη Δήμο. Ως έδρα έχει την Αθήνα και δραστηριοποιείται στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου. Σήμερα, η εταιρεία απασχολεί πάνω από 700 εργαζόμενους.



Πηγή: Skrutz AE

neoecommerce.gr

ΣΧΗΜΑ 4.4.6.1. ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΖΙΡΟΥ SKROUTZ (2007 – 2020)

Πηγή: Skrutz AE

Στο παραπάνω σχήμα φαίνεται η εξέλιξη του τζίρου της εταιρείας από το 2007 μέχρι και το 2020 (τη χρονιά που ξέσπασε η παγκόσμια πανδημία). Βλέπουμε πως κάθε η χρόνο οι πωλήσεις παρουσίαζαν ραγδαία αύξηση με αποκορύφωμα το 2020 που ο τζίρος της skroutz έφτασε τις 38.804€, με καθαρά έσοδα 15.000.000€.

4.6.2. BESTPRICE.GR

Σύμφωνα με τις ίδιες έρευνες που αναφέραμε και παραπάνω, για το προηγούμενο έτος 2021, δεύτερο e-shop στις προτιμήσεις των Ελλήνων καταναλωτών, ήταν το BestPrice.gr. Το e-shop αυτό αποτελεί τον κύριο ανταγωνιστή του Skroutz που είδαμε παραπάνω.

Πρόκειται για μία εξίσου μεγάλη πλατφόρμα ηλεκτρονικών αγορών στην Ελλάδα. Η συγκεκριμένη πλατφόρμα παρέχει τη δυνατότητα αναζήτησης προϊόντων, αλλά και σύγκρισης τιμών. Περιλαμβάνει, και αυτή, οτιδήποτε ένας καταναλωτής μπορεί να χρειαστεί. Περιλαμβάνει, πολλά είδη όπως οικιακά είδη, ηλεκτρονικές συσκευές και πολλά άλλα.

Η εταιρεία ιδρύθηκε το 2001 από τους Δημήτρη Χατζηδάκη, Γιώργο Παπαδάκη και Μάρκο Παπαδάκη. Ως έδρα έχει τις Μοίρες (περιοχή της Κρήτης). Από την έναρξή της η επιχείρηση, μέχρι και σήμερα συνεχίζει να δραστηριοποιείται στον κλάδο του ηλεκτρονικού εμπορίου με μεγάλη επιτυχία, καθώς οι πωλήσεις ολοένα και αυξάνονται. Φιλοξενεί περισσότερα από 3.500 ηλεκτρονικά καταστήματα πλέον και απασχολεί μεγάλο αριθμό εργαζομένων. Στο BestPrice Give συμμετέχουν και μερικές ΜΚΟ:

1. *Το Χαμόγελο του Παιδιού*
2. *Make-A-Wish (Κάνε-Μια-Ευχή Ελλάδος)*
3. *Αμωμώνη*
4. *Παιδικά Χωριά SOS*
5. *ΑΜΚΕ «Μέριμνα»*
6. *«Φλόγα», Σύλλογος γονιών παιδιών με νεοπλασματική ασθένεια*
7. *ARTemeis - ΕΛΕΠΑΠ*
8. *ΑΡΚΤΟΥΡΟΣ*

9. WWF Greece

10. ΕΛΠΙΔΑ-Σύλλογος Φίλων Παιδιών με καρκίνο

11. Κέντρο Παροχής Υπηρεσιών σε Άτομα με νοητική αναπηρία «Το Εργαστήρι»

Οικονομικά στοιχεία, δημόσια, για την επιχείρηση δεν υπάρχουν.

4.7. ΑΥΞΗΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΑΝΑ ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ (ΕΝ ΚΑΙΡΟ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ)

Όπως είδαμε και προηγουμένως με το ξέσπασμα της πανδημίας οι ηλεκτρονικές αγορές εκτοξεύτηκαν στα ύψη. Στην χώρα μας οι αγορές αυξήθηκαν μόνο σε συγκεκριμένα είδη. Παρακάτω ακολουθούν οι κατηγορίες των ειδών που αυξήθηκαν οι πωλήσεις τους τα έτη 2019 – 2021.

Η πρώτη κατηγορία είναι αυτή της *Τεχνολογίας*. Οι πωλήσεις της κατηγορίας αυτής αυξήθηκαν κατά 76% (πολύ παραπάνω σε σχέση με τις υπόλοιπες κατηγορίες) σε σχέση με τα προηγούμενα έτη. Ο λόγος που συνέβη αυτό ήταν πως λόγω των συνεχόμενων καραντινών ένα μεγάλο ποσοστό εργαζόμενων εργαζόταν από το σπίτι μέσω τηλεδιασκέψεων. Για το λόγο αυτό χρειάστηκε, όσοι δεν είχαν μία ηλεκτρονική συσκευή σπίτι τους, να αποκτήσουν μια.

Για την αύξηση των πωλήσεων των υπόλοιπων κατηγοριών υπαίτιοι είναι οι διάφοροι "influencers" που συνήθως αναπτύσσουν και λανσάρουν περιεχόμενο από το σπίτι, προσαρμόζοντας στρατηγικές μάρκετινγκ που ταιριάζουν στις ανάγκες του κάθε ατόμου που τους παρακολουθεί από το σπίτι. Εστιάζουν σε θέματα όπως η φυσική κατάσταση, η υγιεινή διατροφή, τα χόμπι και πολλά άλλα. Στην πραγματικότητα, αυτό οδήγησε τους "influencers" του Instagram να αυξήσουν τα likes κατά 67,7% και τα σχόλια να αυξηθούν περισσότερο από 50%. Ως εκ τούτου, οι ιστότοποι επιρροής παρουσιάζουν μια ισχυρότερη ροή επισκεψιμότητας και αφοσίωσης.

Παρακάτω ακολουθούν αναλυτικά τα ποσοστά αύξησης των πωλήσεων των προϊόντων κάθε κατηγορίας.

1. ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ +76%

2. ΠΑΙΔΙΚΑ ΚΑΙ ΒΡΕΦΙΚΑ ΕΙΔΗ +61%

3. ΜΟΔΑ +60%
4. ΨΥΧΑΓΟΓΙΑ +40%
5. ΣΠΙΤΙ ΚΑΙ ΚΗΠΟΣ +33%
6. ΜΗΧΑΝΟΚΙΝΗΣΗ +21%
7. ΥΓΙΕΙΑ ΚΑΙ ΟΜΟΡΦΙΑ +19%
8. ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ +16%

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο είδαμε μερικές από τις πιο δημοφιλείς επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου. Επιχειρήσεις διεθνούς φήμης, οι οποίες έχουν γίνει γνωστές στο ευρύ κοινό, κυρίως από τη διαφήμιση που τους κάνουν άτομα που ασκούν επιρροή στο κοινό τους, κοινώς influencer.

ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σκοπός της εργασίας αυτής ήταν να δούμε πως συνδέονται οι έννοιες διεθνές και εμπόριο και τεχνολογία. Σε δεύτερη φάση εξετάσαμε πως έχει αναπτυχθεί στην Ε.Ε. τόσο το διεθνές εμπόριο όσο και η τεχνολογία.

Αρχικά συζητήσαμε για το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης. Εάν ο κόσμος δεν είχε παγκοσμιοποιηθεί, τότε ούτε το διεθνές εμπόριο δε θα είχε αναπτυχθεί. Οι χώρες θα συνέχιζαν να παράγουν αγαθά και υπηρεσίες μόνο για την εγχώρια αγορά. Αυτό θα επέφερε μεγάλες επιπτώσεις στην παγκόσμια οικονομία, για την ακρίβεια η παγκόσμια οικονομία θα έμενε στάσιμη, εφόσον το χρήμα δεν θα έρρεε. Δε θα υπήρχαν οι διεθνείς εισαγωγές και εξαγωγές προϊόντων και υπηρεσιών, όπως και οι διεθνείς επενδύσεις. Και τέλος ούτε η ροή εργασίας δε θα είχε αναπτυχθεί. Ο κόσμος δε θα μετανάστευε για να εργαστεί σε μία άλλη χώρα με καλύτερες συνθήκες εργασίας και υψηλότερους μισθούς. Αυτό θα είχε ως αποτέλεσμα μερικές χώρες να γίνονται όλο και πιο φτωχές, να έχουν μεγάλα ποσοστά ανεργίας, ενώ άλλες χώρες να αυξάνουν τα έσοδά τους διαρκώς.

Στη συνέχεια ασχοληθήκαμε με την εξέλιξη της τεχνολογίας και πως αυτή συσχετίζεται με την εξέλιξη του διεθνούς εμπορίου. Χάρη στην συνεχή εξέλιξη της τεχνολογίας το ποσοστό των ηλεκτρονικών αγορών από τους καταναλωτές αυξάνεται ολοένα και περισσότερο. Οι τεχνολογικές βελτιώσεις έχουν τη δυνατότητα να αυξήσουν την αποτελεσματικότητα και να ανοίξουν νέες αγορές. Ορισμένες τεχνολογίες θα επηρεάσουν το μέλλον του εμπορίου, καθώς αυτές οι εξελίξεις μπορούν να βελτιώσουν σημαντικά τη συνολική προσφορά για πολλούς κλάδους, προωθώντας χαμηλότερες τιμές και υψηλότερη παραγωγή. Ωστόσο, όμως, είδαμε πως η τεχνολογία αποτελεί επίσης απειλή για το εμπόριο, καθώς ορισμένες τεχνολογίες μπορεί να διαταράξουν τα τρέχοντα πρότυπα παραγωγής και εμπορίου.

Αυτά ήταν τα θέματα που μας απασχόλησαν στη συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία. Το γενικό συμπέρασμα, αυτής, είναι πως εάν δεν υπήρχε η παγκοσμιοποίηση δε θα υπήρχε διεθνές εμπόριο και εάν δεν είχε εξελιχθεί η τεχνολογία το διεθνές εμπόριο θα είχε παραμείνει στάσιμο.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Λιαργκόβας Π. (2007), Ξένες Άμεσες επενδύσεις και ανταγωνιστικότητα: Η εμπειρία της Ελλάδας και των άλλων Ευρωπαϊκών χωρών, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα

ΜΕΤΕΦΡΑΣΜΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Griffin Ricky W., Pustay M.W., (2018), Διεθνείς Επιχειρήσεις και Επιχειρηματικότητα, 8^η Έκδοση, Δημήτρης Μανωλόπουλος, Παναγιώτα Σαπουνά (επιμέλεια).
- Mankin G., Mark T., (2017 – 2018), Οικονομική Μακροοικονομική, 3^η Έκδοση, Εκδόσεις Τζιόλα, Θεσσαλονίκη, Σπύρος Ζήκος, Αγαμέμνων Μήλιος (επιμέλεια).
- Salvatore D., (2017), Διεθνής Οικονομική, 12^η έκδοση, Εκδόσεις Τζιόλα, Θεσσαλονίκη, Γρηγόριος Σιουρούνης (επιμέλεια).
- Stepfen I., (2002), Εισαγωγή στην Οικονομική, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα, Ανδρέας Σοκοδήμος (επιμέλεια).

ΙΣΤΟΤΟΠΙΟΙ

- <https://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/6361/Papageorgiou%2c%20A..pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- <https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/23077/3/BagiosSpyridonMsc2018.pdf>
- <https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CE%B1%CE%B3%CE%BA%CE%BF%CF%83%CE%BC%CE%B9%CE%BF%CF%80%CE%BF%CE%AF%CE%B7%CF%83%CE%B7>
- <https://docplayer.gr/6151802-Pagkosmiopoiisi-enopoiisi-tis-oikoymenis-epoptikos-pinakas-istorika-stoiheia-morfes-oikonomiki-politiki-politistiki-aities-protaseis-antimetopisis.html>
- <https://dspace.lib.uom.gr/bitstream/2159/25654/1/GkatzamanisAnastasiosMsc2021.pdf>
- <https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/>
- <https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/russia/>
- <https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/switzerland/>
- <https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/china/>
- <https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/united-kingdom/>
- <https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/united-states/>
- <https://www.investopedia.com/investing/how-much-does-us-trade-eu/>
- https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Extra-EU_trade_in_goods
- https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=China-EU_-_international_trade_in_goods_statistics#EU-China_most_traded_goods
- <https://www.investopedia.com/terms/a/absoluteadvantage.asp>
- https://eclass.unipi.gr/modules/document/file.php/BDT242/%CE%A4%CE%A3%CE%9F%CE%A5%CE%9D%CE%97%CE%A3_%CE%98%CE%95%CE%A9%CE%A1%CE%99%CE%91%20%CE%94%CE%99%CE%95%CE%98%CE%9D%CE%9F%CE%A5%CE%A3%20%CE%95%CE%9C%CE%A0%CE%9F%CE%A1%CE%99%CE%9F%CE%A5.pdf
- <https://gr.weblogographic.com/difference-between-absolute-and-comparative-advantage-297>
- <https://powerpolitics.eu/%CE%B2%CE%B1%CE%B3%CE%B3%CE%AD%CE%BB%CE%B7%CF%82-%CE%B4%CF%81%CE%AD%CE%BB%CE%BB%CE%B9%CE%B1%CF%82-18-03-%CE%BA%CE%BB%CE%B1%CF%83%CF%83%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B8%CE%B5%CF%89%CF%81%CE%AF%CE%B1-%CF%84/>
- <https://el.economy-pedia.com/11036763-theory-of-comparative-advantage>
- http://repository.library.teiwest.gr/xmlui/bitstream/handle/123456789/972/diks_eo_1001.pdf?sequence=1&isAllowed=y

- <https://www.thebalance.com/mercantilism-definition-examples-significance-today-4163347>
- <https://www.investopedia.com/ask/answers/033115/what-difference-between-comparative-advantage-and-absolute-advantage.asp>
- <https://el.thpanorama.com/articles/cultura-general/las-6-teoras-del-comercio-internacional-principales.html>
- <https://www.britannica.com/topic/Heckscher-Ohlin-theory>
- <https://opentext.wsu.edu/cpim/chapter/2-7-foreign-direct-investment/>
- <https://www.britannica.com/topic/Amazoncom>
- <https://www.indiafilings.com/learn/types-of-e-commerce/>
- <https://www.britannica.com/topic/supermarket>
- <https://www.thestreet.com/world/history-of-alibaba-15145103>
- <https://www.alibabagroup.com/en/about/history?year=2021>
- <https://www.britannica.com/biography/Jack-Ma>
- <https://accountlearning.com/limitations-or-disadvantages-of-electronic-commerce/>
- <https://www.britannica.com/technology/Internet-Explorer>
- <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/online-companies>
- <https://opentext.wsu.edu/cpim/chapter/2-2-international-economic-cooperation-among-nations/>
- <https://www.apptus.com/whitepapers/how-covid-19-affected-ecommerce-in-europe/>
- <https://ec.europa.eu/eurostat/web/products-eurostat-news/-/ddn-20220202-1>
- <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/e-commerce-in-the-time-of-covid-19-3a2b78e8/>
- <https://el.wikipedia.org/wiki/Skroutz>
- <https://neocommerce.gr/2021/09/30/skroutz-ektouefsi-poliseon-kai-kerdon/>
- <https://el.wikipedia.org/wiki/BestPrice.gr>