

## 5.1 Εισαγωγικές έννοιες στο εξαγωγικό εμπόριο



**ReinFORCE SOCIAL Entrepreneurial Spirit through setting up  
Innovative Support Structures in the cross-border Territory  
“Social Forces”**

**4.9.2: Design and Development of the Training Material**





# Περιεχόμενα

- ☐ Αναγκαιότητα εξαγωγών
- ☐ Λόγοι ανάπτυξης εξαγωγικής δραστηριότητας
- ☐ Μέθοδοι εξαγωγών
- ☐ Έμμεσες εξαγωγές
- ☐ Άμεσες εξαγωγές
- ☐ Κίνητρα για εξαγωγές
- ☐ Ενδογενή κίνητρα
- ☐ Εξωγενή κίνητρα
- ☐ Προβλήματα – εμπόδια εξαγωγών
- ☐ Τα πλεονέκτημα των εξαγωγών
- ☐ Τα μειονεκτήματα των εξαγωγικών επιχειρήσεων

## Αναγκαιότητα εξαγωγών

Η **παρουσία στις διεθνείς** αγορές οδηγεί τις επιχειρήσεις σε σταδιακή αύξηση των πωλήσεών τους, αποτελώντας διέξοδο από μία κορεσμένη εγχώρια αγορά, η οποία:

- + αυξάνει τα καθαρά κέρδη τους,
- + ενισχύει την ευελιξία της επιχειρηματικής δραστηριότητας,
- + ελαχιστοποιεί την ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου
- + μειώνει σημαντικά το παραγωγικό και λειτουργικό κόστος.



Η **διείσδυση** στις διεθνείς αγορές και η **ενίσχυση της εξωστρέφειας** αποτελούν στόχους κάθε επιχείρησης που είναι αποφασισμένη να επιβιώσει σε ένα άκρως ανταγωνιστικό οικονομικό περιβάλλον.

# Λόγοι ανάπτυξης εξαγωγικής δραστηριότητας

1 Η φάση του κύκλου ζωής του προϊόντος στη διεθνή αγορά

Όταν στην εγχώρια αγορά ένα προϊόν θεωρείται ώριμο, η επιχείρηση μπορεί να βρει νέες αγορές στο εξωτερικό, όπου οι πωλήσεις του δεν έχουν φθάσει στο ίδιο επίπεδο ανάπτυξης.

2 Ο ανταγωνισμός σε μία επιλεγμένη αγορά-στόχο

Μπορεί να βρίσκεται σε χαμηλότερα επίπεδα από ότι ο εγχώριος ανταγωνισμός.

3 Η χρήση της πλεονάζουσας παραγωγικής ικανότητας

Όταν η εσωτερική αγορά γνωρίζει πτωτικές τάσεις, οι επιχειρήσεις μπορεί να στραφούν στις αγορές εξωτερικού για να αντισταθμίσουν το έλλειμμα.

4 Το δυναμικό πληθυσμού και αγοραστικής δύναμης

Η ικανότητα κατανάλωσης ή απορρόφησης του προϊόντος συμβαδίζει με την οικονομική δυνατότητα για την απόκτηση του προϊόντος

4 Το στρατηγικό πλεονέκτημα

Στόχος της επιχείρησης είναι η είσοδος σε μία αγορά που θεωρεί ότι έχει στρατηγικό πλεονέκτημα, έναντι των ανταγωνιστών της

## Μέθοδοι εξαγωγών

Οι δυο κατηγορίες μεθόδων άσκησης εξαγωγικών δραστηριοτήτων είναι οι εξής:



- ✖ Οι έμμεσες εξαγωγές.
- ✖ Οι άμεσες εξαγωγές.

Η παραγωγός επιχείρηση αποφασίζει η ίδια ποια μέθοδο θα ακολουθήσει, έχοντας υπόψη τους στόχους που θέλει να πετύχει αλλά και τους πόρους που διαθέτει.

## Έμμεσες εξαγωγές (1)

### INDIRECT EXPORT



- ✓ Όταν οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στην ξένη αγορά μέσω **ανεξάρτητων** και **ενδιάμεσων** φορέων της αγοράς.
- ✓ Η επιχείρηση παράγει τα προϊόντα, αλλά δεν ασχολείται, ούτε ελέγχει τη διαδικασία εξαγωγής των προϊόντων της στις ξένες αγορές.
- ✓ Οι εξαγωγικές διαδικασίες **ελέγχονται** και **διεκτεριώνονται** από **κάποια άλλη επιχείρηση** η οποία είναι εγκατεστημένη ή/και δραστηριοποιείται στην εγχώρια αγορά και λειτουργεί ως διαμεσολαβητής του εξαγωγικού εμπορίου μεταξύ της παραγωγού επιχείρησης και του αλλοδαπού αγοραστή.

## Έμμεσες εξαγωγές (2)

Οι έμμεσες εξαγωγές υλοποιούνται με τους εξής τέσσερις τρόπους:

### ✓ Εγχώριοι Πράκτορες

Δραστηριοποιούνται στη χώρα της επιχείρησης-παραγωγού. Αντιπροσωπεύουν αλλοδαπές επιχειρήσεις αγοραστές, που ενδιαφέρονται να αγοράσουν προϊόντα με συγκεκριμένες προδιαγραφές στη χαμηλότερη δυνατή τιμή.

### ✓ Εγχώριοι Έμπορες

Δραστηριοποιούνται στη χώρα παραγωγής, όμως λειτουργούν ως τοπικοί χονδρέμποροι. Αγοράζουν οι ίδιοι τα προϊόντα της παραγωγού-επιχείρησης την οποία πληρώνουν με τον ίδιο τρόπο που πληρώνεται από τους υπόλοιπους τοπικούς πελάτες. Αναλαμβάνουν όλες τις λειτουργίες μάρκετινγκ στις αγορές που σκοπεύουν να εξάγουν.

### ✓ Εταιρίες Διαχείρισης Εξαγωγών

Αναλαμβάνουν τις περισσότερες εξαγωγικές διαδικασίες της επιχείρησης. Λειτουργούν ουσιαστικά σαν να είναι το τμήμα εξαγωγών μιας μικρομεσαίας επιχείρησης.

### ✓ Εταιρία Διεθνούς Εμπορίου

Επιδίδονται σε εξαγωγές και εισαγωγές προϊόντων που αγοράζουν από παραγωγούς άλλων χωρών. Η διαφορά με τις εταιρίες διαχείρισης εξαγωγών είναι ότι δεν λειτουργούν μόνο ως αντιπρόσωποι των εγχώριων παραγωγών, αλλά και ως επιχειρήσεις που διερευνούν τις ανάγκες των αγοραστών.

## Άμεσες εξαγωγές (1)



Άμεσες εξαγωγές: οι **απευθείας πωλήσεις** σε μία ξένη επιχείρηση ή σε έναν τελικό καταναλωτή που βρίσκεται σε μια ξένη αγορά (Albaum et al., 1998).

**Συνεπάγονται για την επιχείρηση:**

- οργάνωση του Τμήματος Εξαγωγών,
- ανάληψη ερευνών αγοράς,
- διαμόρφωση ολοκληρωμένης στρατηγικής μάρκετινγκ,
- προσέγγιση πελατών,
- διαπραγμάτευση,
- έκδοση των απαραίτητων πιστοποιητικών και φορτωτικών εγγράφων
- μεταφορά των προϊόντων στο εξωτερικό.



## Άμεσες εξαγωγές (2)

Οι άμεσες εξαγωγές υλοποιούνται με τους εξής τέσσερις τρόπους:

✓ **Με το τμήμα  
εξαγωγών**

Με περιορισμένες αρμοδιότητες ή αυτόνομο, αναλαμβάνοντας όλες τις λειτουργίες που σχετίζονται με την εξαγωγική δραστηριότητα της επιχείρησης.

✓ **Με αντιπροσώπους στη  
χώρα εξαγωγής**

Με έναν τοπικό εμπορικό πράκτορα ή εκπρόσωπο, μεσάζοντα μεταξύ της εξαγωγικής επιχείρησης και των πελατών της.  
Με έναν τοπικό έμπορο ή διανομέα που έχει την αποκλειστική αντιπροσώπευση των προϊόντων της εξαγωγικής επιχείρησης για μια χώρα, που αγοράζει προϊόντα από την εξαγωγική επιχείρηση και τα μεταπωλεί στους πελάτες της.

✓ **Με υποκατάστημα  
στη χώρα  
εξαγωγής**

Αποτελεί τη φυσική προέκταση της επιχείρησης, αφού αυτή εδραιώσει τη θέση των προϊόντων της στην ξένη αγορά, ενώ έγκειται στη διεκπεραίωση εργασιών αντίστοιχων με αυτών της μητρικής.

✓ **Θυγατρική Εμπορική  
Εταιρία στη χώρα  
εξαγωγής**

Αυτόνομη και πλήρως οργανωμένη τοπική εταιρία, η οποία παρέχει εμπορικές υπηρεσίες και είναι αλλοδαπής ιδιοκτησίας (ανήκει στη μητρική εξαγωγική επιχείρηση που την ιδρύει και που κατέχει το 100% του μετοχικού της κεφαλαίου).

## Κίνητρα για εξαγωγές

Ως **κίνητρα διεθνοποίησης**, ορίζονται οι **εσωτερικές** και **εξωτερικές** δυνάμεις που επηρεάζουν την απόφαση μιας επιχείρησης να **ξεκινήσει**, να **αναπτύξει** ή να **διατηρήσει** τις διεθνείς της δραστηριότητες

Οι δυο κατηγορίες κινήτρων για εξαγωγές είναι οι εξής:

- ❖ **Ενδογενή** κίνητρα.
- ❖ **Εξωγενή** κίνητρα.



## Ενδογενή κίνητρα

**01** Αύξηση κερδών και πωλήσεων

**02** Προστασία εγχώριων αγορών

**03** Επίτευξη οικονομιών κλίμακας και εμβέλειας

**04** Διαφοροποίηση επιχειρηματικών κινδύνων με γεωγραφική επέκταση

**05** Εκμετάλλευση πρώτων υλών

**06**

Μείωση κόστους παραγωγής μέσω φθηνότερων πρώτων υλών και ανθρώπινων πόρων

**07**

Ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στο μάρκετινγκ

**08**

Ποιοτική και τεχνολογική ανωτερότητα των προϊόντων

**09**

Ύπαρξη στελεχών με διεθνή εμπειρία και γνώσεις

**10**

Βούληση της διοίκησης για διεθνή ανάπτυξη και επιχειρηματική φήμη

## Εξωγενή κίνητρα

- 01 Αυτόκλητες παραγγελίες από πελάτες του εξωτερικού
- 02 Κορεσμός της τοπικής αγοράς
- 03 Έντονο ανταγωνιστικό περιβάλλον στην εγχώρια αγορά
- 04 Στρατηγική θέση ξένης χώρας και πρόσβαση σε νέες αγορές
- 05 Δυνατότητα επέκτασης πωλήσεων εποχιακών προϊόντων
- 06 Εχθρικό θεσμικό πλαίσιο και μη ελκυστική μακροοικονομική πολιτική από την εγχώρια κυβέρνηση
- 07 Πρόσβαση σε εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό
- 08 Οικονομικά κίνητρα από ξένες κυβερνήσεις
- 09 Πολιτική και οικονομική σταθερότητα σε ελκυστικές χώρες
- 10 Ευνοϊκές συναλλαγματικές ισοτιμίες

## Προβλήματα – εμπόδια εξαγωγών (1)


Τα σημαντικότερα εμπόδια των επιχειρήσεων σχετικά με τις εξαγωγές είναι:



- ❖ Η δυσκολία εύρεσης πελατών και ο υψηλός ανταγωνισμός.
- ❖ Η έλλειψη στελεχών με κατάλληλες γνώσεις, ικανότητες και εμπειρία στις εξαγωγές.
- ❖ Η έλλειψη στελεχών που να γνωρίζουν τη γλώσσα των χωρών-στόχων.
- ❖ Οι δυσκολίες στην επικοινωνία με αλλοδαπούς πελάτες.
- ❖ Η δυσκολία εύρεσης αξιόπιστων αντιπροσώπων ή/και διανομέων στις διεθνείς αγορές, καθώς και υποκίνησής τους για ενεργή προώθηση των προϊόντων της επιχείρησης.
- ❖ Η έλλειψη έγκυρης και έγκαιρης πληροφόρησης για τις ξένες αγορές.
- ❖ Οι δυσχέρειες στον έλεγχο των δραστηριοτήτων της στις αλλοδαπές αγορές.

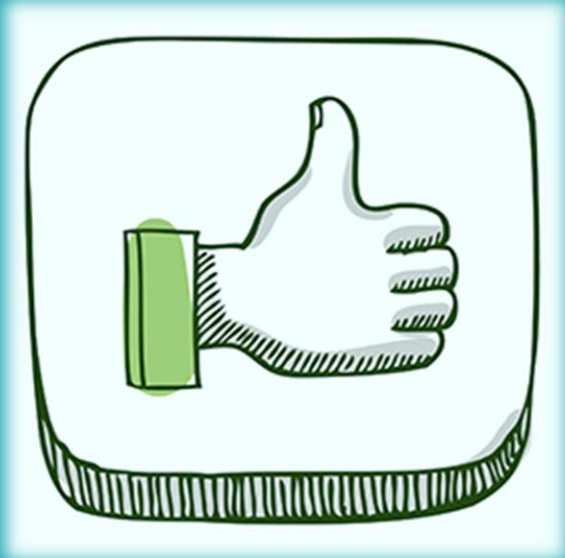
## Προβλήματα – εμπόδια εξαγωγών (2)

**Τα σημαντικότερα εμπόδια των επιχειρήσεων σχετικά με τις εξαγωγές είναι:**

- 
- ❑ Έλλειψη γνώσεων σχετικά με γραφειοκρατικές διαδικασίες στις χώρες προορισμού.
  - ❑ Προβλήματα σχετικά με την εξασφάλιση χρηματοδότησης.
  - ❑ Προβλήματα σχετικά με δασμολογικούς και μη δασμολογικούς περιορισμούς κάθε χώρας.
  - ❑ Προβλήματα σχετικά με την εξασφάλιση κατάλληλων μεταφορικών μέσων.
  - ❑ Έλλειψη ικανοποιητικής βοήθειας και τεχνικής υποστήριξης από αρμόδιους οργανισμούς της μητρικής χώρας.
  - ❑ Επιπλέον κόστος προσαρμογής προϊόντος στις προτιμήσεις των πελατών και στις απαιτήσεις της νομοθεσίας της χώρας εξαγωγής.

# Τα πλεονέκτηματα των εξαγωγών

Τα πλεονέκτημα των εξαγωγών συνοψίζονται ως εξής:



- ❑ Αποτελούν έναν γρήγορο και οικονομικά αποδοτικό τρόπο εισόδου σε νέες αγορές.
- ❑ Οι επιχειρηματικοί κίνδυνοι που αναλαμβάνει η εξαγωγική επιχείρηση είναι σχετικά μικροί καθώς χρησιμοποιεί τις υπάρχουσες παραγωγικές εγκαταστάσεις.
- ❑ Οι εξαγωγικές δραστηριότητες δίνουν στην επιχείρηση την ευκαιρία να κατανοήσει τις απαιτήσεις και τις ιδιαιτερότητες των αλλοδαπών αγορών.
- ❑ Είναι μια ευκαιρία για την επιχείρηση να διερευνήσει την αποδοχή, τις δυνατότητες καθώς και την ανταγωνιστικότητα των προϊόντων της στην ξένη αγορά.



# Τα πλεονέκτηματα των εξαγωγών

## Τα μειονεκτήματα των εξαγωγικών επιχειρήσεων:



- ❖ Το επιπρόσθετο κόστος για προώθηση και διακίνηση των εξαγόμενων προϊόντων.
- ❖ Οι άμεσοι και έμμεσοι φραγμοί που θέτουν πολλές εθνικές κυβερνήσεις στις εισαγωγές μέσω δασμών, ποσοστώσεων, συναλλαγματικών περιορισμών κ.α..
- ❖ Έλλειψη άμεσης επαφής με τις αγορές όπου εξάγονται τα προϊόντα, ιδιαίτερα στην περίπτωση των έμμεσων εξαγωγών.
- ❖ Ορισμένα προϊόντα απαιτούν υποστήριξη από τον πωλητή και μετά την ολοκλήρωση της πώλησης (after sales service), κάτι που παρουσιάζει δυσκολίες όταν υπάρχει απόσταση μεταξύ επιχείρησης και χώρας προορισμού εξαγωγών.
- ❖ Οι επιχειρήσεις που πωλούν επώνυμα προϊόντα, αντιμετωπίζουν δυσκολίες όπως ο έλεγχος της νόμιμης ή μη χρησιμοποίησής τους.