

5.2 Διάγνωση Εξαγωγικής Ετοιμότητας - νέες τεχνολογίες και υποβοήθηση εξαγωγών



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

- ☐ Εργαλείο για τη διάγνωση της εξαγωγικής ετοιμότητας
- ☐ Εσωτερικό Περιβάλλον μίας επιχείρησης
- ☐ Παράμετροι του εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης
- ☐ Νέες τεχνολογίες και υποβοήθηση εξαγωγών
- ☐ Κατηγορίες ηλεκτρονικού εμπορίου
- ☐ Πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου

Εργαλείο για τη διάγνωση της εξαγωγικής ετοιμότητας

SWOT ανάλυση: Κατάλληλο εργαλείο για τη διάγνωση της εξαγωγικής ετοιμότητας

- Αποτυπώνει τα **δυνατά σημεία** (Strengths), τις **αδυναμίες** (Weaknesses), τις **ευκαιρίες** που μπορεί να προκύψουν (Opportunities) και τις **απειλές** (Threats).
- Τα τέσσερα σημεία που πρέπει να συμπληρωθούν για τη SWOT ανάλυση αφορούν στο προϊόν, στην παραγωγή, στους διαθέσιμους πόρους, στο χρόνο, στα χρηματικά κεφάλαια, στη γνώση της αγοράς – στόχου και στη γνώση της εγχώριας αγοράς.
- Εφόσον η επιχείρηση αναλύσει την υφιστάμενη κατάστασή της, είναι σε θέση να αποφανθεί για το αν είναι έτοιμη να εξάγει το προϊόν της στις διεθνείς αγορές.



Εσωτερικό Περιβάλλον μίας επιχείρησης

Εσωτερικό περιβάλλον: καθορίζεται από τους **εσωτερικούς παράγοντες**, οι οποίοι σχετίζονται άμεσα με την ενδοεπιχειρησιακή λειτουργία και επηρεάζονται τόσο από τις διαδικασίες, όσο και από τις αποφάσεις που εφαρμόζει η ίδια η επιχείρηση.

Μια επιχείρηση είναι έτοιμη να εξάγει όταν διαθέτει την απαιτούμενη παραγωγική δυναμικότητα, τους διαθέσιμους πόρους και τη δέσμευση της διοίκησης για να παραδώσει ένα εμπορεύσιμο προϊόν ή υπηρεσία σε παγκόσμια κλίμακα και σε μια ανταγωνιστική τιμή, ώστε να μπορέσει να εξασφαλίσει μερίδιο αγοράς.



Παράμετροι του εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης

01

Οργάνωση και διαδικασίες

- ✓ Βασικές
- ✓ Υποστηρικτικές

02

Προϊόντα και πελάτες

- ✓ Κατάταξη σε σχέση με ανάπτυξη και μερίδιο αγοράς
- ✓ Ιεράρχηση σε σχέση με ανταγωνιστικότητα και ελκυστικότητα αγοράς

03

Χρηματοοικονομική απόδοση

- ✓ Διάρθρωση
- ✓ Κερδοφορία

04

Πόροι

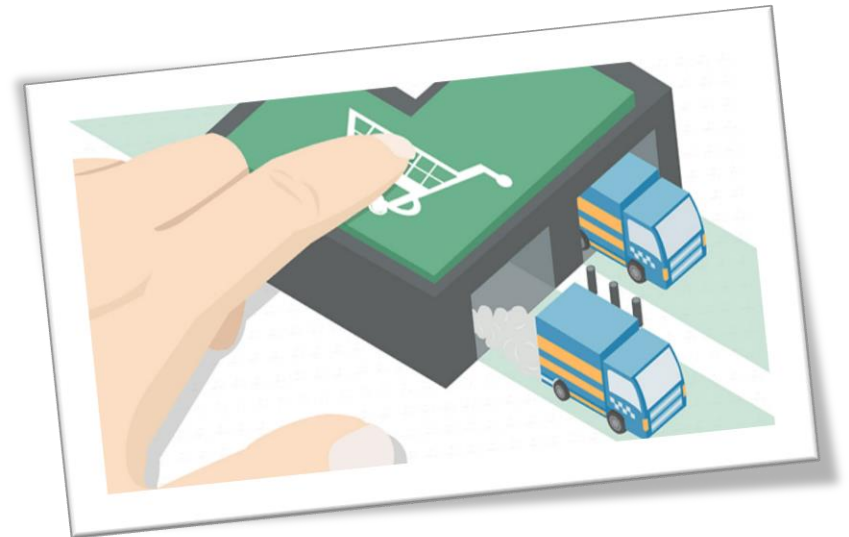
- ✓ Ανθρώπινοι πόροι
- ✓ Ενσώματες και ασώματες παγιοποιήσεις

Νέες τεχνολογίες και υποβοήθηση εξαγωγών

➤ Ηλεκτρονικό εμπόριο

Η διαδικασία αγοράς, πώλησης, μεταφοράς ή ανταλλαγής προϊόντων, υπηρεσιών και/ή πληροφοριών μέσω του **Internet** (Διαδικτύου) και ενδοδικτύων.

Μπορεί να πάρει πολλές μορφές ανάλογα με το **βαθμό ψηφιοποίησης** (μετασχηματισμό από φυσικό σε ψηφιακό) του **προϊόντος** (υπηρεσίας) που πωλείται, της **διαδικασίας** (π.χ. παραγγελία, πληρωμή, εκπλήρωση) και της **μεθόδου διανομής**.



Κατηγορίες ηλεκτρονικού εμπορίου

1 **B2B** (Business to Business)

Οι συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων πραγματοποιούνται ηλεκτρονικά, μέσω extranets που αποτελούνται από δύο ή περισσότερα intranets τα οποία συνδέονται μεταξύ τους μέσω διαδικτύου ώστε να μοιράζονται πληροφορίες, να ανταλλάσσουν δεδομένα και να εκτελούν συναλλαγές.

2 **B2C** (Business to Consumers)

Η επιχείρηση χρησιμοποιεί το ηλεκτρονικό της κατάστημα με σκοπό να διεκπεραιώσει ηλεκτρονικά την πώληση ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας σε ένα απομακρυσμένο πελάτη, μέσω διαδικτύου, ηλεκτρονικού ταχυδρομείου ή διανομέα.

3 **B2B2C** (Business to Business to Consumers)

Η επιχείρηση παρέχει κάποιο προϊόν ή υπηρεσία σε μία επιχείρηση-πελάτη. Η επιχείρηση-πελάτης έχει τους δικούς της πελάτες, στους οποίους παρέχεται το προϊόν ή η υπηρεσία, χωρίς να προσθέτει κάποια αξία σε αυτό.

Πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου (1)

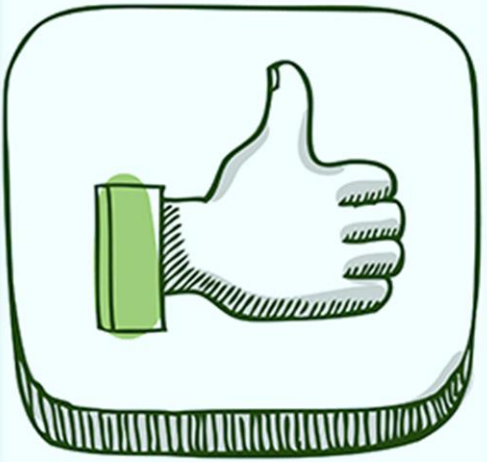
Τα πλεονεκτήματα που έχει το ηλεκτρονικό εμπόριο στις επιχειρήσεις είναι:



- ❖ **Μεγαλύτερο πελατολόγιο**, καθώς η επιχείρηση απευθύνεται σε πελάτες σε παγκόσμια κλίμακα.
- ❖ **Ελαχιστοποίηση Κόστους**. Το κόστος αποθήκευσης, επεξεργασίας και διανομής πληροφοριών μειώνεται, ενώ παράλληλα επιτυγχάνεται η προβολή των προϊόντων της επιχείρησης μέσω του Διαδικτύου, που μπορεί να συνδυάσει κείμενο, εικόνα και ήχο με χαμηλό κόστος.
- ❖ **Βελτιωμένη αλυσίδα προμηθειών** με μείωση των καθυστερήσεων, των αποθεμάτων και του κόστους.
- ❖ **Συνεχής και αδιάκοπη λειτουργία** της επιχείρησης χωρίς επιπλέον κόστη για λειτουργικά έξοδα.
- ❖ **Γρήγορη και εύκολη εξειδίκευση και προσαρμογή στις επιθυμίες των πελατών**.

Πλεονεκτήματα του ηλεκτρονικού εμπορίου (2)

Τα πλεονεκτήματα που έχει το ηλεκτρονικό εμπόριο στις επιχειρήσεις είναι:



- ✖ Γρήγορη εισαγωγή στην αγορά με **λιγότερο χρονοβόρες διαδικασίες**.
- ✖ **Μικρό κόστος επικοινωνίας** με τους πελάτες.
- ✖ **Καλύτερη εξυπηρέτηση πελατών**. Για ορισμένα προϊόντα η τεχνολογία επιτρέπει την άμεση (μέσω διαδικτύου) παράδοση με αποτέλεσμα ο καταναλωτής να έχει στη διάθεσή του το προϊόν, την ίδια στιγμή.
- ✖ **Συνεχής ενημέρωση** του πελάτη για προϊόντα ή για την ίδια την εταιρία.
- ✖ **Καλύτερες προοπτικές για τις μικρές επιχειρήσεις** στον ανταγωνισμό που υπάρχει με τις μεγαλύτερες.
- ✖ **Τεράστια μείωση κόστους διανομής** στα ψηφιακά προϊόντα.