

ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ ΤΩΝ ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΒΟΡΕΙΟΕΛΛΑΔΙΚΟΥ ΤΟΞΟΥ: ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΟΜΕΝΗ ΔΕΚΑΕΤΙΑ

Γιώργος Μυλωνάς
Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος
ΑΛΟΥΜΥΛ Α.Ε.

1. Εισαγωγή

Η διεθνοποίηση και η εξωστρέφεια σήμερα αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα τμήματα της μακροπρόθεσμης στρατηγικής των επιχειρήσεων. Μάλιστα, έχει αποδειχθεί ότι αποτελεί έναν από τους κυριότερους παράγοντες ανάπτυξης και απόκτησης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος για τις επιχειρήσεις. Παρά το γεγονός αυτό μόνο το 8% των μικρομεσαίων επιχειρήσεων της ΕΕ- 27 εξάγει στις διεθνείς αγορές¹.

Αν η εμπειρία μας ως επιχειρηματίες που έχουμε δραστηριοποιηθεί στις διεθνείς αγορές, συνδυασθεί με τη διεθνή βιβλιογραφία για τα ζητήματα της διεθνοποίησης, θα διαπιστώσουμε ότι οι κυριότεροι λόγοι που αποτρέπουν τις επιχειρήσεις διεθνώς, αλλά και στη χώρα μας, να αναλαμβάνουν δράσεις διεθνοποίησης είναι δυο: α) η έλλειψη χρηματοδότησης, και, β) η έλλειψη στελεχών που θα ασχοληθούν με τη διεθνοποίηση μιας επιχείρησης.

Για την υποβοήθηση της διεθνοποίησης των επιχειρήσεων και την άρση των εμποδίων πρόσβασής τους στις διεθνείς αγορές οι κυβερνήσεις των ανεπτυγμένων και των αναπτυσσομένων χωρών θεσμοθετούν σχετικές πολιτικές, διότι κατανοούν πως η διεθνοποίηση των εγχώριων επιχειρήσεων θα έχει θετική επίπτωση στην οικονομία και ανάπτυξη, και κατ' επέκταση στη διεθνή ανταγωνιστικότητα της χώρας.

Με βάση αυτό το πλαίσιο παρακάτω θα αναλυθούν στοιχεία που αφορούν την εξωστρέφεια της ελληνικής οικονομίας και της ελληνικής μεταποίησης. Ακολούθως, θα παρουσιασθούν τα κίνητρα διεθνοποίησης των μεταποιητικών επιχειρήσεων στο Βορειοελλαδικό Τόξο, αλλά κυρίως τα κύρια προσκόμματα που συναντούν οι μεταποιητικές επιχειρήσεις της περιοχής μας στην προσπάθεια ανάληψης δράσεων διεθνοποίησης στις αγορές του εξωτερικού.

Τέλος, θα αναλυθούν οι αναγκαίες προτάσεις πολιτικής για την ενίσχυση της διεθνοποίησης και της ανταγωνιστικότητας των μεταποιητικών επιχειρήσεων στις διεθνείς αγορές.

¹ Πηγή: Supporting the internationalization of SMEs, Final Report of the Expert Group, European Commission, Enterprise and Industry Directorate - General, Brussels, December 2007, p. 4

2. Η εξωστρέφεια² της ελληνικής οικονομίας και της ελληνικής μεταποίησης: κύριες διαπιστώσεις

Η μελέτη των ρυθμών μεταβολής της εξωστρέφειας και του ΑΕΠ της Ελλάδος από το 1960 - 2007³ αποδεικνύει ότι η χώρα μας κατάφερε να έχει τον δεύτερο υψηλότερο ρυθμό ανάπτυξης στην ΕΕ-15 τα περασμένα σαράντα σχεδόν χρόνια, αλλά πολύ χαμηλό ρυθμό μεταβολής της εξωστρέφειάς της.

Η διαπίστωση αυτή θα έπρεπε να οδηγεί σε υψηλή εξωστρέφεια, και ιδιαίτερα υψηλές εξαγωγές, κάτι το οποίο δεν έγινε, συνιστώντας το «ελληνικό παράδοξο».

Πίνακας 1:

Ρυθμοί μεταβολής εξωστρέφειας και ΑΕΠ για τις 15 χώρες - μέλη της ΕΕ.

Μέσοι ετήσιοι ρυθμοί, 1960 - 2007

Χώρα	Διαφορά στην εξωστρέφεια (%)	Διαφορά στο παραγόμενο ΑΕΠ (%)
ΕΕ-15	1,6	2,99
Βέλγιο	1,97	2,94
Δανία	1,03	2,77
Γερμανία	2,05	2,88
Ιρλανδία	2,05	5,02
Ελλάδα	1,68	4,11
Ισπανία	3,11	4,06
Γαλλία	1,69	3,09
Ιταλία	1,98	3,05
Λουξεμβούργο	1,66	4,11
Ολλανδία	1,03	3,13
Αυστρία	1,92	3,1
Πορτογαλία	1,94	3,88
Φινλανδία	1,63	3,40
Σουηδία	1,85	2,72
Ηνωμένο Βασίλειο	0,83	2,49

Από την άλλη μεριά, η μελέτη του λόγου των εξαγωγών προϊόντων στο ΑΕΠ, δηλαδή των προϊόντων που παράγονται από τις μεταποιητικές επιχειρήσεις, για τα τελευταία έντεκα χρόνια δείχνει ότι το ποσοστό αυτό διαχρονικά είναι σχετικά χαμηλό και μικρότερο από 10% για το 2008.

Αν μάλιστα συγκρίνουμε αυτόν τον δείκτη με ανταγωνίστριες χώρες, όπως η γειτονική μας Τουρκία, η Ιταλία, η Ισπανία, η Πορτογαλία, που, εν πολλοίς,

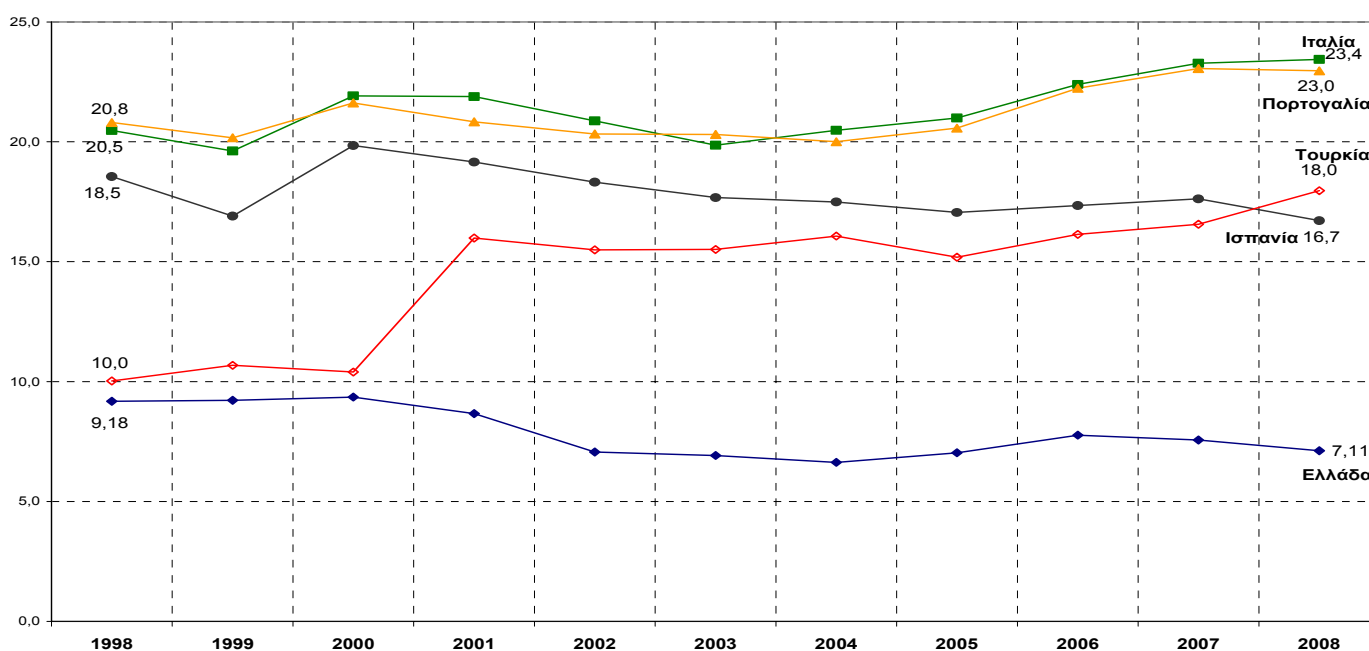
² Με τον όρο «εξωστρέφεια» εννοούμε το εξωτερικό εμπόριο μιας χώρας, δηλαδή το άθροισμα των εισαγωγών και των εξαγωγών ως ποσοστού του ΑΕΠ

³ Πηγή: Στουρνάρας, Ι., Αλμπάνη, Μ., «Η ελληνική οικονομία μετά την κρίση: αναζητώντας ένα νέο αναπτυξιακό πρότυπο», Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ), Αθήνα, 2008, σελ. 84

έχουν παρόμοια χαρακτηριστικά με τα δικά μας, χώρες της «ευρωπαϊκής περιφέρειας» με μέση κατάταξη στις διεθνείς μετρήσεις ανταγωνιστικότητας⁴, θα διαπιστώσουμε τη σαφή πτωτική του τάση για την Ελλάδα, αλλά κυρίως το μεγάλο χάσμα που υπάρχει σε σύγκριση με τις παραπάνω χώρες.

Διάγραμμα 1:

Διαχρονική εξέλιξη του δείκτη των εξαγωγών προϊόντων ως προς το παραγόμενο ΑΕΠ, 1998 - 2008



Πηγή: World Trade Organization Statistics database, IMD World Competitiveness Yearbook 2009, Επεξεργασία στοιχείων: Διεύθυνση Τεκμηρίωσης και Μελετών ΣΒΒΕ

Πίνακας 2:

Εξαγωγές προϊόντων ως προς το παραγόμενο ΑΕΠ: διαφορές της Ελλάδας με βασικές ανταγωνίστριες χώρες τη δεκαετία 1998 - 2008

Διαφορά Ελλάδας με...	1998	2008	Αύξηση της διαφοράς κατά ... μονάδες
Τουρκία	-0,8	-10,8	10,0
Ισπανία	-11,3	-16,3	5,0
Πορτογαλία	-11,6	-15,8	4,2
Ιταλία	-11,3	-16,3	5,0

Πηγή: World Trade Organization Statistics database, IMD World Competitiveness Yearbook 2009, Επεξεργασία στοιχείων: Διεύθυνση Τεκμηρίωσης και Μελετών ΣΒΒΕ

⁴ Υπουργείο Ανάπτυξης (ΥΠΑΝ), Εθνικό Συμβούλιο Ανταγωνιστικότητας και Ανάπτυξης, «Ετήσια Έκθεση για την Ανταγωνιστικότητα 2003», Αθήνα, 2004

Παράλληλα, η χώρα μας καταφέρνει να έχει υψηλά ποσοστά ιδιωτικής και δημόσιας κατανάλωσης, πράγμα που σημαίνει ότι η δομή της είναι παρόμοια με τη δομή ανεπτυγμένων οικονομιών. Αυτό αποτελεί αντίφαση αφού οι μεγαλύτερες οικονομίες έχουν περιθώρια εσωστρεφούς ανάπτυξης, σε αντίθεση με την Ελλάδα, όπου τα περιθώρια εσωστρεφούς ανάπτυξης πλέον είναι σχεδόν ανύπαρκτα.

Κατά συνέπεια η ενίσχυση της διεθνοποίησης και της εξωστρέφειας της οικονομίας και των επιχειρήσεων αποτελεί μονόδρομο, ειδικά την τρέχουσα χρονική περίοδο της διεθνούς οικονομικής κρίσης.

Σε συνέχεια των παραπάνω, η ανταγωνιστικότητα της χώρας μας, με όρους εξωστρέφειας διαρκώς μειώνεται:

- Το 1999, οι εξαγωγές προϊόντων της χώρας προς τις χώρες της ΕΕ ως ποσοστό των εισαγωγών προϊόντων από τις χώρες της ΕΕ ήταν 0,41. Το 2008 ο δείκτης αυτός είναι 0,23, μειωμένος δηλαδή κατά περίπου 50%, κυρίως λόγω αύξησης των εισαγωγών⁵.
- Ομοίως, το 1999, ο λόγος των εξαγωγών προϊόντων και υπηρεσιών συνολικά, προς τις εισαγωγές προϊόντων και υπηρεσιών ήταν 0,36, ενώ το 2008 ήταν 0,28, μειωμένος δηλαδή κατά 23%⁶.

Τέλος, και αναφορικά με την ενσωμάτωση της χώρας μας στην ΕΕ τα στοιχεία είναι επίσης αρνητικά:

- Οι εξαγωγές ελληνικών προϊόντων στις χώρες της ΕΕ ως προς το σύνολο των εξαγωγών προϊόντων το 1999 ήταν 0,66, ενώ το 2008 ήταν 0,64⁷.
- Ομοίως, οι εισαγωγές προϊόντων από τις χώρες της ΕΕ προς τις συνολικές εισαγωγές προϊόντων που πραγματοποιεί η χώρα το 1999 ήταν 0,70, ενώ το 2008 είναι 0,55⁸.
- Τέλος, το εμπορικό ισοζύγιο με τις χώρες της ΕΕ ως ποσοστό του ΑΕΠ από 0,10 το 1999 έχει μειωθεί ελαφρώς στο 0,092 το 2008⁹.

Συμπληρωματικά με τα παραπάνω το μερίδιό μας στις διεθνείς εξαγωγές προϊόντων μειώνεται την τελευταία εικοσαετία: το 1990 ήταν 0,55 και τον Οκτώβριο του 2009 είναι 0,16¹⁰.

⁵ Πηγή: Eurostat, External Trade database

⁶ Πηγή: Eurostat, External Trade database

⁷ Πηγή: Eurostat, External Trade database

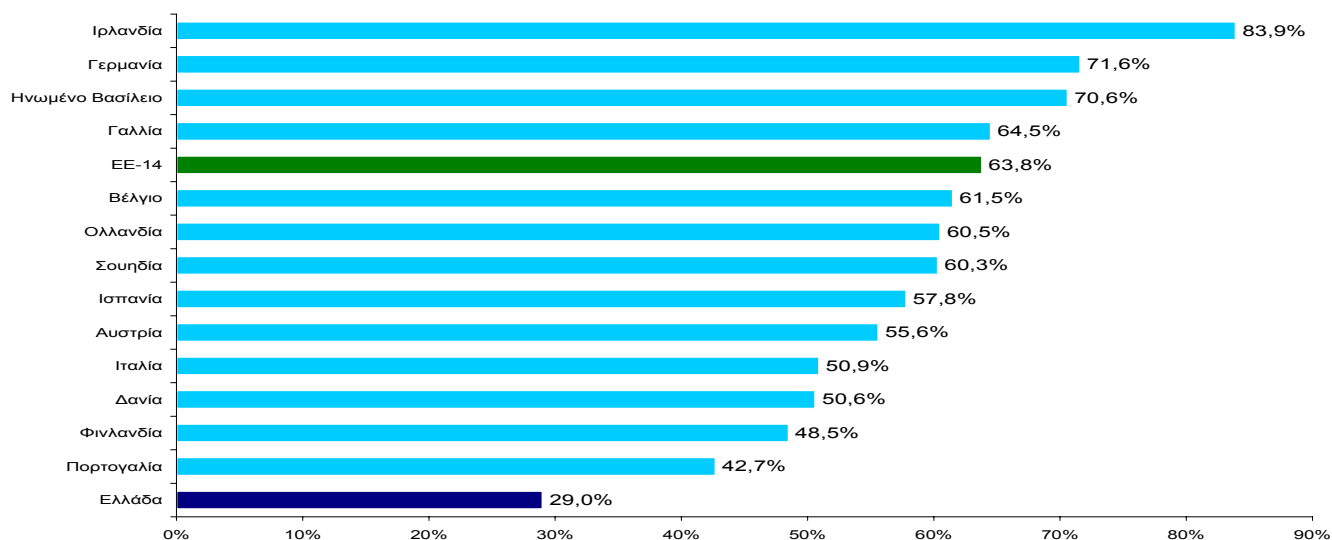
⁸ Πηγή: Eurostat, External Trade database

⁹ Πηγή: Eurostat, External Trade database

¹⁰ World Trade Organization (WTO), Greece - Country Profile, October 2009

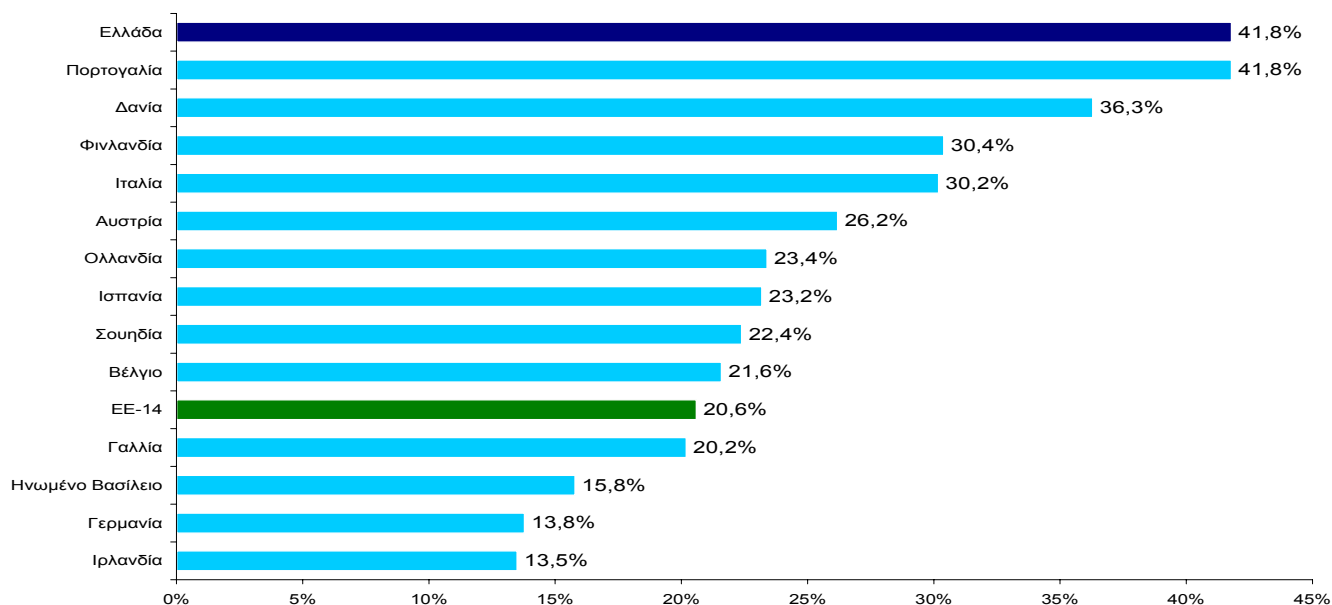
Όσον αφορά τη δομή των εξαγωγών που πραγματοποιεί η μεταποιητική βιομηχανία της χώρας μας, για το 2003¹¹:

- Το 29% των εξαγωγών προϊόντων της μεταποίησης στην Ελλάδα είναι υψηλής και μεσαίας - υψηλής τεχνολογίας,



και,

- Το 41,8%, για το ίδιο έτος, είναι εξαγωγές προϊόντων χαμηλής τεχνολογίας



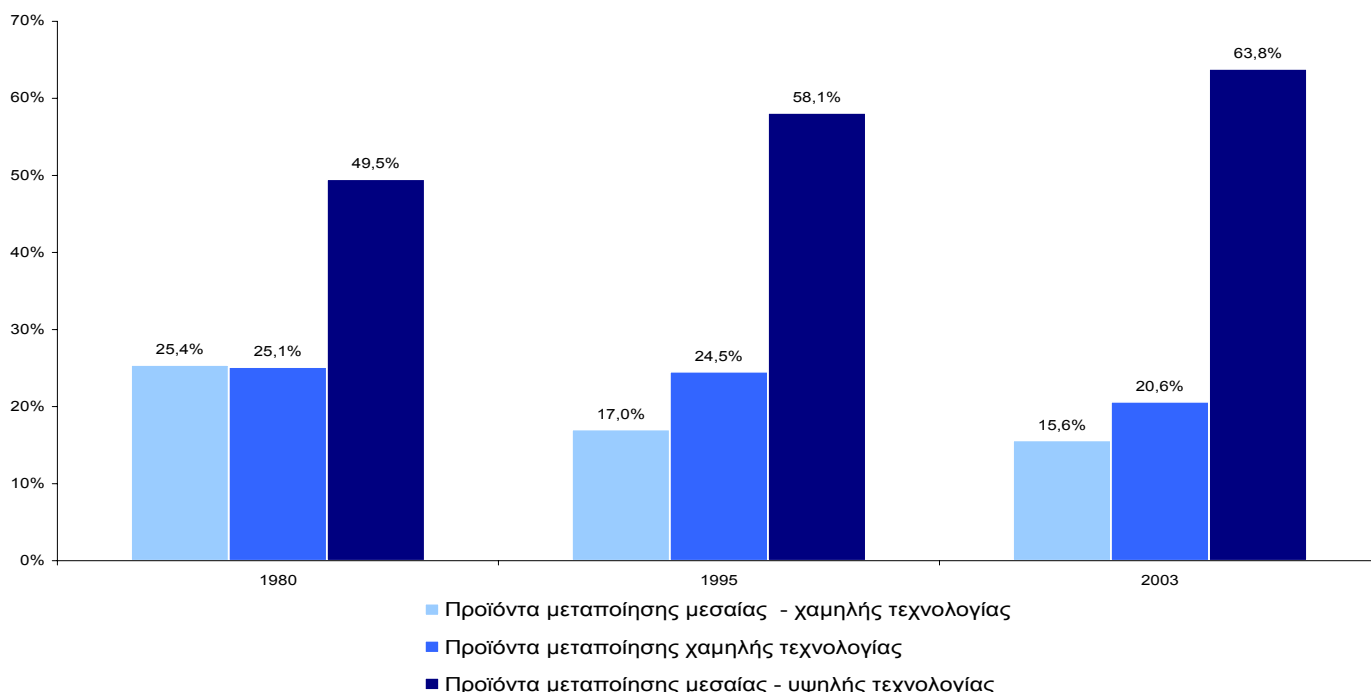
¹¹ Πηγή: Στουρνάρας, Ι., Αλπάνη, Μ., «Η ελληνική οικονομία μετά την κρίση: αναζητώντας ένα νέο αναπτυξιακό πρότυπο», Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ), Αθήνα, 2008, σελ. 92, 93 και 101

την ίδια ώρα που η δομή των εξαγωγών της μεταποίησης στην ΕΕ μετατοπίζεται από το 1980 μέχρι το 2003, ολοένα και περισσότερο προς την παραγωγή και συνεπακόλουθα εξαγωγή προϊόντων υψηλής τεχνολογίας. Τα σχετικά στοιχεία (διάγραμμα 2) είναι ενδεικτικά αυτής της διαπίστωσης:

1. το ποσοστό των εξαγόμενων προϊόντων μεταποίησης μεσαίας και χαμηλής τεχνολογίας από 25,4% το 1980, μειώθηκε στο 15,6% το 2003. Η μείωση αυτή είναι της τάξης του 39%
2. τα προϊόντα μεταποίησης χαμηλής τεχνολογίας το 1980 συμμετείχαν με 25,1% στις εξαγωγές των μεταποιητικών επιχειρήσεων. Το 2003 το ποσοστό αυτό ανήλθε σε 15,6%, γεγονός που συνιστά διαχρονική μείωση της τάξης του 38%, και, τέλος,
3. τα προϊόντα μεταποίησης υψηλής και μεσαίας - υψηλής τεχνολογίας από 49,5% το 1980, συμμετείχαν το 2003 στο σύνολο των εξαγωγών των μεταποιητικών επιχειρήσεων σε ποσοστό 63,8%, γεγονός που συνιστά αύξηση κατά 29%.

Διάγραμμα 2:

Δομή των εξαγωγών των μεταποιητικών επιχειρήσεων στην ΕΕ-14,
1980 - 2003



Σε κάθε περίπτωση η Ελλάδα από το 1980 μέχρι και το 2003 αυξάνει τη συμμετοχή των προϊόντων υψηλής και μεσαίας - υψηλής τεχνολογίας στο σύνολο των εξαγωγών της μεταποίησης. Παρά ταύτα η συμμετοχή των συγκεκριμένων προϊόντων στις εξαγωγές της χώρας παραμένει σε πολύ

χαμηλότερα επίπεδα από αυτά της ΕΕ, όπως αυτό φαίνεται στον πίνακα 3 που ακολουθεί.

Πίνακας 3:

Συμμετοχή των προϊόντων υψηλής και μεσαίας - υψηλής τεχνολογίας στις εξαγωγές στην Ελλάδα και στην ΕΕ, 1980 - 2003

	1980	1995	2003
Ευρωπαϊκή Ένωση	49,5	58,1	63,8
Ελλάδα	12,4	16,6	29,0
Διαφορά	-37,1	-41,5	-34,8

Τα παραπάνω στοιχεία αποδεικνύουν ότι παρά τη διαχρονική βελτίωση των μεγεθών των εξαγωγών της, η ελληνική μεταποίηση ακολουθεί ακόμη το παραγωγικό πρότυπο των προηγούμενων δεκαετιών και εξακολουθεί ακόμη και σήμερα να δίνει ιδιαίτερη έμφαση σε παραδοσιακούς κλάδους εντάσεως εργασίας, παρά την τεχνολογική αναβάθμιση που γενικά έχει συντελεσθεί με τη βοήθεια και των κοινοτικών χρηματοδοτήσεων.

Από την άλλη μεριά οι κλάδοι που κατάφεραν να υιοθετήσουν στρατηγικές τεχνολογικής αναβάθμισης σε όρους συντελεστών παραγωγής, κατάφεραν να διατηρήσουν και να διευρύνουν τα μερίδιά τους στις διεθνείς αγορές, ιδιαίτερα στις ανεπτυγμένες¹².

3. Τα κίνητρα διεθνοποίησης των μεταποιητικών επιχειρήσεων στο Βορειοελλαδικό Τόξο

Τα κίνητρα που οδήγησαν τις μεταποιητικές επιχειρήσεις του Βορειοελλαδικού Τόξου στην ανάληψη δράσεων διεθνοποίησης, έχουν καταγραφεί από έρευνες που έχουν υλοποιηθεί από τη Διεύθυνση Τεκμηρίωσης και Μελετών του Συνδέσμου μας κατά την τελευταία πενταετία.

Τα κίνητρα, ή αν θέλετε οι πιέσεις για διεθνοποίηση, προέρχονται τόσο από το εξωτερικό όσο και από το εσωτερικό περιβάλλον των επιχειρήσεων. Ας δούμε λοιπόν τα κίνητρα ανά περιβάλλον.

Οι επιχειρήσεις της Βορείου Ελλάδος επιλέγουν να διεθνοποιηθούν διότι επιθυμούν:

1. να αποκτήσουν ενεργητικό των ανταγωνιστών τους, μέσω της απόκτησης άυλων στοιχείων του ενεργητικού, κυρίως φήμης και πελατείας,

¹² βλ. και Παλάσκας, Θ., Στοφόρος, Χ., Χαλαμανδάρης, Δ., «Η θέση της ελληνικής παραγωγής (μεταποίηση) στις διεθνείς αγορές», Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ), Αθήνα 2007, σελ. 115

2. να έχουν άμεση πρόσβαση στην ξένη αγορά, εκμεταλλευόμενοι το μέγεθός της,
3. να έχουν πρόσβαση σε πόρους και υποδομές,
4. να εκμεταλλευθούν χρηματοδοτικά και άλλα κίνητρα στις χώρες υποδοχής, δηλαδή επιδοτήσεις, επιχορηγήσεις, φορολογικές απαλλαγές κλπ, ενώ,
5. δεν λείπουν και κάποιοι γενικότεροι, αλλά πολύ σημαντικοί λόγοι, όπως είναι η μικρότερη ανάπτυξη της εγχώριας αγοράς από την ξένη.

Τα παραπάνω αναφέρονται στις πιέσεις από το εξωτερικό περιβάλλον. Οι πιέσεις από το εσωτερικό περιβάλλον των επιχειρήσεων που οδηγούν σε ανάληψη δράσεων διεθνοποίησης είναι δυο:

1. η πρώτη αφορά την ανάγκη των επιχειρήσεων για βελτίωση της αποτελεσματικότητάς τους και για να το επιτύχουν αυτό επιδιώκουν να αποκτήσουν οικονομίες κλίμακας και οικονομίες που συνδέονται με συνέργιες και συνεργασίες στη χώρα υποδοχής, και,
2. η δεύτερη αφορά την ανάπτυξη των ικανοτήτων της επιχείρησης, και για να το επιτύχουν αυτό οι επιχειρήσεις ενισχύουν τα δίκτυα πωλήσεών τους και βελτιώνουν την εμπορία των προϊόντων τους στην ξένη αγορά.

4. Τα προσκόμματα διεθνοποίησης των μεταποιητικών επιχειρήσεων

Όμως, τόσο η διαδικασία μέχρι την ανάληψη δράσεων διεθνοποίησης όσο και η δραστηριοποίηση των επιχειρήσεων στις ξένες αγορές δεν είναι και δεν μπορεί να είναι απρόσκοπτες. Τα προσκόμματα για τη διεθνοποίηση των επιχειρήσεων είναι πολλά και ποικίλα.

Και το θέμα αυτό έχει διερευνηθεί από τον Σύνδεσμο. Ειδικότερα, η αποτύπωση των προσκομμάτων διεθνοποίησης των επιχειρήσεων της Βόρειας Ελλάδας, αποτέλεσε αντικείμενο έρευνας στο πλαίσιο του συνεδρίου μας. Σύντομα, σας παρουσιάζω τα δυο κύρια προσκόμματα διεθνοποίησης όπως αυτά αναδείχθηκαν από τις απαντήσεις 200 περίπου μελών μας:

A] Προσκόμματα πληροφόρησης

1. Ελλιπής ή/και περιορισμένη πληροφόρηση για τον εντοπισμό & την ανάλυση νέων αγορών
2. Εντοπισμός επιχειρηματικών ευκαιριών σε νέες αγορές

B] Κυβερνητικά προσκόμματα

1. Γραφειοκρατία στη χώρα υποδοχής
2. Γενικότερη λειτουργία του δημόσιου τομέα στη χώρα υποδοχής

Γ] Προσκόμματα από την εσωτερική λειτουργία των επιχειρήσεων

1. Ανεπαρκής αριθμός ή/και μη επαρκώς εκπαιδευμένο προσωπικό για την ανάπτυξη δράσεων διεθνοποίησης

2. Ανεπάρκεια κεφαλαίων κίνησης για χρηματοδότηση εξαγωγικών δραστηριοτήτων

Δ] Προσκόμματα που αφορούν το προϊόν και την τιμή

1. Προσφορά ικανοποιητικών τιμών για τους πελάτες
2. Δυσκολία προσφοράς ίδιων τιμών με τις τιμές που προσφέρουν οι ανταγωνιστές

Ε] Προσκόμματα στη διανομή και την προώθηση

1. Επίτευξη αξιόπιστης αντιπροσώπευσης στο εξωτερικό
2. Υψηλό κόστος για τη μεταφορά και την ασφάλιση των προϊόντων

ΣΤ] Διαδικαστικά προσκόμματα

1. Καθυστέρηση στις πληρωμές της επιχείρησης από τους πελάτες του εξωτερικού
2. Δυσκολία τόσο για τη σύναψη συμφωνιών όσο και για την επίλυση διαφωνιών

Ζ] Προσκόμματα που προέρχονται από προμηθευτές και πελάτες

1. Οξύς ανταγωνισμός στην ξένη αγορά
2. Διαφορετικές συνήθειες και στάσεις των πελατών στις ξένες αγορές

Η] Προσκόμματα από το επιχειρηματικό περιβάλλον

1. Επιδεινούμενες οικονομικές συνθήκες που επικρατούν στην αγορά - στόχο
2. Κίνδυνοι συναλλαγματικών ισοτιμιών

Θ] Δασμολογικά και μη δασμολογικά προσκόμματα

1. Ύπαρξη υψηλών δασμών στην αγορά - στόχο
2. Αυστηροί κανονισμοί για την εισαγωγή προϊόντων στην αγορά - στόχο

Ι] Άλλα προσκόμματα

1. Ισχύουσα εργατική νομοθεσία
2. Σταθερότητα νομικού και διοικητικού πλαισίου

Σε κάθε περίπτωση τα εμπόδια αυτά υπάρχουν και προσπαθούμε να τα ξεπεράσουμε. Αλλά θέλω να τονίσω τη στρατηγική που ακολουθήσαμε στις διεθνείς αγορές: στις επτά (7) από τις δέκα (10) φορές ακολουθήσαμε τη στρατηγική ανάπτυξης της αγοράς, γεγονός που σημαίνει και αποδεικνύει ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις προσπαθούν να προωθήσουν τα ελληνικά προϊόντα σε ξένες αγορές.

5. Προτάσεις πολιτικής για την ενίσχυση της διεθνοποίησης και της ανταγωνιστικότητας των μεταποιητικών επιχειρήσεων στις διεθνείς αγορές

Οι ελληνικές μεταποιητικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται με δυναμικό τρόπο στις διεθνείς αγορές παράγουν και διανέμουν:

- Προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας,
- Προϊόντα τυποποιημένα και ελκυστικά συσκευασμένα,
- Προϊόντα πιστοποιημένα, και,
- Προϊόντα και υπηρεσίες ανταγωνιστικές.

Όμως, υπάρχουν τρία ζητήματα τα οποία κατά τη γνώμη μου απασχολούν τους βορειοελλαδίτες επιχειρηματίες στην προσπάθειά τους να διεθνοποιηθούν. Αυτά είναι:

- Το κόστος λειτουργίας των επιχειρήσεών τους,
- Οι συνθήκες που επικρατούν στο περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται, και,
- Οι γενικότερες προοπτικές της χώρας και της συγκεκριμένης περιοχής που επιλέγουν να εγκατασταθούν.

Στο πλαίσιο αυτό οι προτάσεις μας για την ενίσχυση της διεθνοποίησης και της ανταγωνιστικότητας των μεταποιητικών επιχειρήσεων στις διεθνείς αγορές κατηγοριοποιούνται ως εξής:

- προτάσεις πληροφόρησης για τις ξένες αγορές
- προτάσεις προβολής των προϊόντων μας
- προτάσεις για τη βελτίωση του εγχώριου επιχειρηματικού περιβάλλοντος που θα διευκολύνουν τις επιχειρήσεις μας να διεθνοποιηθούν, και,
- προτάσεις για παροχή κινήτρων κεφαλαιουχικού και φορολογικού χαρακτήρα, που επίσης θα διευκολύνουν τη διεθνοποίηση των επιχειρήσεών μας.

Στον Σύνδεσμο τα τελευταία χρόνια παρακολουθούμε στενά το θέμα της διεθνοποίησης των επιχειρήσεων της Βορείου Ελλάδος. Για το λόγο αυτό πιστεύουμε ότι θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα «Παρατηρητήριο Διεθνών Επιχειρηματικών Δραστηριοτήτων», με έδρα τη Θεσσαλονίκη, το οποίο θα παράγει πολιτικές που θα υποβοηθούν τη διεθνοποίηση των ελληνικών επιχειρήσεων.

Όσον αφορά τις προτάσεις μας για τη βελτίωση των δράσεων διεθνοποίησης των ελληνικών μεταποιητικών επιχειρήσεων, αυτές είναι:

Α] ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

1. Αναβάθμιση των τμημάτων ΟΕΥ στις ελληνικές πρεσβείες στο εξωτερικό. Οι υπάλληλοι ΟΕΥ θα πρέπει να δρουν ως στελέχη των

ελληνικών επιχειρήσεων και όχι ως δημόσιοι υπάλληλοι του ελληνικού κράτους που απλώς εργάζονται στο εξωτερικό.

2. Υλοποίηση ερευνών αγοράς του εξωτερικού και μελετών διερεύνησης επενδυτικών ευκαιριών σε χώρες - στόχους από οργανισμούς όπως ο ΟΠΕ.
3. Δημιουργία βάσης δεδομένων από το Υπουργείο Εξωτερικών στην οποία θα υπάρχουν καταχωρημένες όλες οι επιχειρήσεις ελληνικών συμφερόντων που δρουν στο εξωτερικό.
4. Δημιουργία δικτύου πληροφόρησης και ενημέρωσης επιχειρήσεων που προτίθενται να αναλάβουν δράσεις διεθνοποίησης, κατά το πρότυπο του αντίστοιχου δικτύου του ΣΒΒΕ για τα Βαλκάνια.

Β] ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

1. Δημιουργία προγραμμάτων προβολής ελληνικών προϊόντων στο εξωτερικό, με στόχευση την αύξηση της κατανάλωσής τους στις διεθνείς αγορές. Η οργανωμένη προβολή και προώθηση μεμονωμένων προϊόντων ή/και ομάδων προϊόντων στο εξωτερικό θα πρέπει να στοχεύει στη διεθνή αναγνωρισιμότητα του “Made in Greece”.
2. Οι επιχειρηματικές αποστολές να είναι εστιασμένες σε συγκεκριμένα τμήματα των ξένων αγορών, και να συμμετέχουν σε αυτές προσεκτικά επιλεγμένες επιχειρήσεις.

Γ] ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

1. Απλοποίηση των διαδικασιών και μείωση της γραφειοκρατίας για τις εξαγωγές
2. Διευκόλυνση εισόδου, παραμονής και εργασίας στη χώρα αλλοδαπών στελεχών
3. Δημιουργία εργαστηρίων έρευνας και ανάπτυξης με την υποστήριξη του κράτους, με στόχο την πιστοποίηση των προϊόντων μας για την ευκολότερη πρόσβαση στις διεθνείς αγορές
4. Υποστήριξη στην ανάπτυξη στελεχών που θ’ αναλάβουν εξαγωγικές δραστηριότητες: επιδότηση της παρακολούθησης σχετικών μεταπτυχιακών προγραμμάτων στο εξωτερικό, της εκμάθησης ξένων γλωσσών κλπ.

Δ] ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΑΡΟΧΗ ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥΧΙΚΟΥ ΚΑΙ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

1. Δημιουργία νέου σχεδίου «Οικονομικής Ανασυγκρότησης των Βαλκανίων». Στο πλαίσιο ενός τέτοιου σχεδίου τα Δυτικά Βαλκάνια θα πρέπει ν’ αποτελέσουν το γεωγραφικό χώρο εφαρμογής του νέου σχεδίου, με παράλληλη δυνατότητα υποστήριξης δράσεων σε Βουλγαρία και Ρουμανία, οι οποίες είναι χώρες για τις οποίες έχουν εξαντληθεί τα σχετικά κονδύλια του υπάρχοντος σχεδίου.

2. Επιστροφή του ΦΠΑ των εξαγωγικών επιχειρήσεων ή/και συμψηφισμός του με άλλες οικονομικές υποχρεώσεις των επιχειρήσεων προς το κράτος
3. Μείωση του συντελεστή φορολογίας εισοδήματος για διεθνοποιημένες επιχειρήσεις
4. Θεσμοθέτηση ειδικών προγραμμάτων ενίσχυσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που έχουν υψηλές επιδόσεις εξαγωγικής δραστηριότητας και κερδοφορίας. Προτείνουμε οι κάθε είδους επενδυτικές προτάσεις των επιχειρήσεων αυτών είτε να εγκρίνονται κατά προτεραιότητα, στο πνεύμα ενίσχυσης της εξωστρεφούς και υγιούς επιχειρηματικότητας, είτε να δέχονται αυξημένο ποσοστό ενίσχυσης από το κράτος.
5. Επιδότηση των εργοδοτικών εισφορών για την πρόσληψη στελεχών που θα απασχοληθούν σε τμήματα εξαγωγών ελληνικών επιχειρήσεων.
6. Καλύτεροι όροι και επιτόκια δανεισμού από τράπεζες για επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν και υλοποιούν δράσεις διεθνοποίησης.
7. Κάλυψη ασφαλιστικών κινδύνων στο 100% των συναλλαγών.

Σε κάθε περίπτωση το ζήτημα των εξαγωγών της μεταποίησης είναι κρίσιμο για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της χώρας μας. Γι' αυτό προτείνω να θέσουμε ως στόχο τον διπλασιασμό των εξαγωγών προϊόντων στο ΑΕΠ από 7% που είναι σήμερα στο 15% μέχρι το 2014.

Άλλωστε, η Ελλάδα δεν είναι δυνατόν να συνεχίσει να είναι η λιγότερο εξωστρεφής οικονομία της Ευρωζώνης και να έχει σημαντική απόσταση από τις υπόλοιπες χώρες. Αν συνεχίσουμε έτσι, καθημερινά οι αναπτυξιακές δυνατότητες της χώρας θα μειώνονται.

Χρειαζόμαστε επείγοντως την αύξηση των εξαγωγών μας.

Η αύξηση των εξαγωγών μπορεί να προέλθει μόνο με την αύξηση συνολικά της ανταγωνιστικότητας της χώρας. Όμως, η αύξηση της ανταγωνιστικότητας δεν είναι κάτι που έρχεται από μόνο του. Απαιτούνται μια σειρά από βελτιώσεις:

- στο εκπαιδευτικό σύστημα της χώρας,
- στο επιχειρηματικό περιβάλλον,
- στο πλαίσιο λειτουργίας των αγορών, και,
- στη δημόσια διοίκηση.

Τελικά, για τις μεταποιητικές επιχειρήσεις για να υπάρξει αύξηση των εξαγωγών θα πρέπει να ασκηθεί μια νέα βιομηχανική πολιτική που θα δράσει ως καταλύτης στην αναστροφή της υπάρχουσας κατάστασης και θα συμβάλλει αποφασιστικά στη δημιουργία του εξωστρεφούς μοντέλου της ελληνικής οικονομίας, που οραματίζεται επί δεκαετίες η ελληνική μεταποίηση.