

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**  
**ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ:**

**« ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ  
ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ & ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΩΝ  
ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ  
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΔΙΕΘΝΩΣ »**



**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΠΑΤΣΙΚΑΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ**

**ΦΟΙΤΗΤΗΣ : ΣΚΟΡΔΙΑΛΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ**

**(Αρ.μητρώου 13050)**

**ΑΚΑΔΗΜΑΙΚΟΕΤΟΣ : 2012-13**

**ΑΘΗΝΑ 2013**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	5
ΠΡΟΛΟΓΟΣ .....	6

### ΜΕΡΟΣ Α' ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ-ΣΥΝΘΗΚΩΝ ΚΑΙ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

1. ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ.....	9
2. ΑΙΤΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ.....	10
3. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΟΣ ΣΚΟΠΟΣ & ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΣΤΟΧΟΙ.....	10
4. ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ & ΣΥΜΒΟΛΗ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΗΔΗ ΚΕΚΤΗΜΕΝΗ ΓΝΩΣΗ.....	11
5. ΑΠΟΔΕΚΤΕΣ-ΠΡΟΣΔΟΚΟΜΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ.....	12
6. ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ-ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ.....	13

### ΜΕΡΟΣ Β' ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΑΠΟΣΑΦΗΝΙΣΗ ΟΡΩΝ

7. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ & ΤΗΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗΣ.....	15
8. ΘΕΩΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ .....	15
9. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ .....	17
10. ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	18
11. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ.....	20
12. ΕΙΔΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	22
13. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΑΝΘΙΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧ/ΤΑΣ.....	23
14. ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ & ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΙΣ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΕΣ .....	23
15. ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΙΣ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	26
16. ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΠΟΥ ΣΥΝΔΕΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ.....	27

### ΜΕΡΟΣ Γ' ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

17. ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ή ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ.....	33
17.1. ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΠΙΧ/ΤΑΣ.....	34
17.2. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΥΝΟΟΥΝ ΤΗΝ ΔΙΕΘΝΗ ΕΠΙΧ/ΤΑ.....	34
17.3. ΕΜΠΟΔΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΠΙΧ/ΤΑΣ.....	34
17.4. ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΠΙΧ/ΤΑΣ.....	38
18. ΘΕΩΡΗΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΠΙΧ/ΤΑΣ.....	40
19. ΔΕΙΚΤΕΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	43
20. ΜΟΡΦΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	44
20.1. ΜΟΡΦΕΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ.....	46
20.2. ΜΟΡΦΕΣ ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΙΟ ΠΡΟΧΩΡΗΜΕΝΕΣ.....	47
21. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΠΙΧ/ΤΑΣ.....	48

**ΜΕΡΟΣ Δ' ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΝΕΩΝ  
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΩΝ**

22. ΠΩΣ ΣΥΝΔΕΕΤΑΙ Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΙΧ/ΤΑ ΜΕ ΤΗΝ ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΩΝ.....	51
23. Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	52

**ΜΕΡΟΣ Ε' ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ**

24. ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧ/ΣΕΩΝ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ.....	58
25. ΜΕΤΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ.....	63
25.1 ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΜΕΤΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΣΤΟΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΧΩΡΟ.....	64
25.2 ΜΕΤΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	64
25.3 ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ(ΚΙΝΑ, ΙΝΔΙΑ, ΑΦΡΙΚΗ (ΑΙΓΥΠΤΟΣ), ΒΑΛΚΑΝΙΑ (ΡΟΥΜΑΝΙΑ, ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ, ΑΛΒΑΝΙΑ, ΠΓΔΜ, ΣΕΡΒΙΑ), ΟΥΚΡΑΝΙΑ.....	68
26. ΕΡΕΥΝΕΣ.....	78

**ΜΕΡΟΣ ΣΤ' ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ  
ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΔΙΕΘΝΩΣ**

27. ΜΕΛΕΤΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ « <b>Μαρινόπουλος Α.Ε</b> ».....	82
28. ΜΕΛΕΤΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ « <b>Angelicoussis Shipping Group</b> ».....	90

**ΜΕΡΟΣ Ζ' ΕΥΡΗΜΑΤΑ-ΣΥΖΗΤΗΣΗ-ΝΕΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ-ΕΠΙΛΟΓΟΣ**

29. ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΕΥΡΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΕΡΜΗΝΕΙΑ.....	97
30. ΤΕΛΙΚΗ ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	99
31. ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΝΕΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΩΝ.....	100
32. ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	102

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	104
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....	107-116
ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ.....	117-119
ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΕΙΣ(ΙΝΤΕΡΝΕΤ).....	120-123

## ***ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ***

Η Πτυχιακή Εργασία με θέμα «**Διεθνής Επιχειρηματικότητα-Υιοθέτηση Νέων Τεχνολογιών και Καινοτομιών- Μελέτη Περιπτώσεων Επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται διεθνώς**» εκπονήθηκε στο πλαίσιο των σπουδών μου στο ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ, τμήμα Λογιστικής, για την ακαδημαϊκή περίοδο 2012-13.

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή μου **κ. Πατσίκα Στυλιανό**, που μου έδωσε την ευκαιρία να παρουσιάσω αυτό το θέμα. Κυρίως όμως τον ευχαριστώ για την συμπαράσταση και την συμβουλευτική του υποστήριξη και καθοδήγηση.

Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους διδάσκοντες καθηγητές μου στο ΤΕΙ Πειραιά, για τις γνώσεις και δεξιότητες που με βοήθησαν να αποκτήσω και που θα αποτελούν για μένα φωτεινό παράδειγμα σε όλη τη διάρκεια της επαγγελματικής μου σταδιοδρομίας.

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Κανείς, δεν μπορεί να παραγνωρίσει ότι η κατάσταση στην Ελλάδα την τελευταία πεντετία και ιδιαίτερα από το 2010 παραμένει δυσχερής. Από την άλλη μεριά κλάδοι όπως είναι τα τρόφιμα, η μεταποίηση, οι τεχνολογίες γενικής εφαρμογής, η ενέργεια, οι τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών, η φαρμακευτική βιομηχανία, οι επιστήμες υγείας, ο τουρισμός, προσπαθούν να αναπτυχθούν πέρα από τους ελληνικούς ορίζοντες.

Η ανάπτυξη της διεθνούς επιχειρηματικότητας και των επενδύσεων, ευνοεί τις δυναμικές επιχειρηματικές συμφωνίες και σε αυτές ακριβώς έχουμε όλοι μας την ελπίδα ότι είναι ο μόνος τρόπος και η μόνη διέξοδος για να βγούμε από αυτήν την κρίση. Μέσα, δηλαδή, από την επιχειρηματικότητα και μέσα από τη ζωντανή δράση του Έλληνα και του ξένου επιχειρηματία.

Στην παρούσα εργασία μελετάμε την έννοια της επιχειρηματικότητας και των κλάδων της με έμφαση στην **διεθνή επιχειρηματικότητα**, συνδέουμε την Διεθνή επιχειρηματική δραστηριότητα με την εφαρμογή καινοτομιών και την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών, μέσα από εκτενή βιβλιογραφική επισκόπηση, στατιστικά δεδομένα, αναλύσεις σύγχρονων οικονομολόγων και αναλυτών. Επίσης μελετάμε περιπτώσεις ελληνικών επιχειρήσεων που αναπτύσσουν διεθνή επιχειρηματική δραστηριότητα και εφαρμόζουν νέες τεχνολογίες και καινοτομίες. Συγκεκριμένα ασχολούμαστε με την «Μελέτη Περίπτωσης» δύο επιχειρήσεων. Πρόκειται για την επιχείρηση **«ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ»** από τον χώρο του εμπορίου και για την επιχείρηση του εφοπλιστή **ΑΓΓΕΛΙΚΟΥΣΗ, η «ANGELICOUSSIS SHIPING GROUP»** από τον χώρο του εφοπλισμού και της ναυτιλίας. Τέλος καταλήγουμε σε συμπεράσματα, προτάσεις για περαιτέρω έρευνα κλείνουμε με τον επίλογο.

\*\*\*\*\*

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Στη σύγχρονη κοινωνία της πληροφορίας, της γνώσης και της εξειδίκευσης, η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και ιδιαίτερα της διεθνούς επιχειρηματικότητας καθώς και η επένδυση στην καινοτομία αποτελούν κύριους παράγοντες ανάπτυξης. Η καινοτομία ταυτίζεται με την ανταγωνιστική οικονομία, την οικονομική ισχύ, τη βιώσιμη ανάπτυξη, την υψηλή ποιότητα ζωής.

Στην περίπτωση της Ελλάδας, ανάπτυξη της διεθνούς επιχειρηματικής δραστηριότητας ή διεθνούς επιχειρηματικότητας και η καινοτομία συνδέονται άμεσα με την υγιή ανάπτυξη των επιχειρήσεων, την εξωστρέφεια της ελληνικής παραγωγής, την αξιοποίηση του δυναμικού της χώρας και των ανθρώπων της, τη μετάβαση σε ένα σύγχρονο οικονομικό μοντέλο. Ειδικά χώρες όπως η δική μας, που δεν μπορούν να συναγωνιστούν εκείνες της ευρύτερης περιοχής, όσον αφορά στο χαμηλό εργατικό κόστος, αλλά διαθέτουν υψηλή ποιότητα ανθρώπινου δυναμικού, πρέπει να δώσουν έμφαση στην καινοτομία, ώστε να βελτιώσουν τη θέση τους στον πίνακα της ανταγωνιστικότητας.

Η ανάπτυξη, που τόσο έχουμε ανάγκη για να εξέλθουμε από την κρίση και να προετοιμαστούμε για την επόμενη μέρα, προϋποθέτει την καινοτομία, την αλλαγή νοοτροπίας και την υιοθέτηση μιας νέας κουλτούρας που να ενθαρρύνει την πρωτοβουλία και την αναζήτηση, καθώς και την ανάπτυξη σοβαρών επενδύσεων σε διεθνές επίπεδο.

**Η Βιβλιογραφική ανασκόπηση αναφορικά με την Διεθνή Επιχειρηματικότητα και την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και καινοτομιών ανέδειξε ότι υπάρχει ένα ζήτημα /ένα κένο το οποίο αποτέλεσε τον προβληματισμό για την διατύπωση του σκοπού /θέματος της δικής μας πτυχιακής εργασίας.**

**Το θέμα που μελετάμε εντάσσεται στο ευρύτερο πεδίο: «Διεθνής επιχειρηματικότητα» και σε μία συγκεκριμένη διάσταση αυτού που είναι: «σύνδεση της ανάπτυξης της διεθνής επιχειρηματικής δραστηριότητας με την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και καινοτομιών καθώς και η μελέτη περιπτώσεων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται διεθνώς».**

Προκειμένου να επιτευχθεί ο παραπάνω στόχος στο **Α'Μέρος** διατυπώνουμε αναλυτικά το ζήτημα, αιτιολογούμε, θέτουμε τον αντικειμενικό σκοπό και τους επιμέρους στόχους και περιγράφουμε άλλες διαστάσεις σχετικά με την αναγκαιότητα της επεξεργασίας αυτού του ζητήματος, την συμβολή στην κεκτημένη γνώση, τους αποδέκτες, τα προσδοκώμενα αποτελέσματα αλλά και τους περιορισμούς και δυσκολίες που αντιμετωπίσαμε.

Στο **Β'Μέρος** ασχολούμαστε με το θεωρητικό πλαίσιο και τους εννοιολογικούς προσδιορισμούς αναφορικά με την έννοια της επιχειρηματικότητας, της παγκοσμιοποίησης, τις θεωρίες της επιχειρηματικότητας, την σχέση διοίκησης και επιχ/τας, την σύνδεση της επιχειρηματικότητας με την καινοτομία και τις νέες τεχνολογίες, τα είδη επιχειρηματικότητας & τις εφαρμογές της αλλά και τους παράγοντες που καθορίζουν την άνθιση αυτής.

Στην συνέχεια στο **Γ'Μέρος** περιγράφουμε, αναλύουμε και επεξεργαζόμαστε θέματα σχετικά με την Διεθνή επιχειρηματικότητα όπως είναι τα κίνητρα, οι παράγοντες, τα εμπόδια, τα οφέλη, τα θεωρητικά μοντέλα, οι δείκτες, οι μορφές και οι στρατηγικές ανάπτυξης της Διεθνούς επιχειρηματικής δράσης.

Το **Δ'Μέρος** αφορά την σχέση-σύνδεση διεθνούς επιχειρηματικότητας και εφαρμογών νέων τεχνολογιών και καινοτομιών ενώ το **Ε'Μέρος** αναφέρεται στις εξελίξεις και προοπτικές των ελληνικών επιχειρήσεων στο διεθνές περιβάλλον. Ιδιαίτερη αναφορά γίνεται στο ζήτημα της μετεγκατάστασης των ελληνικών επιχειρήσεων σε άλλη χώρα.

Στο **Z' Μέρος** επιλέχθηκαν δύο επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στο Διεθνές Περιβάλλον,καινοτομούν,ξεχωρίζουν και αποτελούν η κάθε μία για τον κλάδο της ένα λαμπερό παράδειγμα.Πρόκειται για την επιχείρηση «ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ ΑΕ» από τον χώρο του εμπορίου και για τον Όμιλο του εφοπλιστή ΑΓΓΕΛΙΚΟΥΣΗ η «ANGELICOUSSIS SHIPING GROUP» από τον χώρο του εφοπλισμού και της ναυτιλίας.

Ολοκληρώνοντας στο **ΣΤ'Μέρος** εντοπίζουμε τα κύρια ευρήματα, διεξάγουμε την τελική συζήτηση και τα συμπεράσματα,διατυπώνουμε νέα ερωτήματα για μεταγενέστερη μελέτη ή και έρευνα και κλείνουμε την πτυχιακή αυτή εργασία με τον επίλογο.

**Για την πτυχιακή εργασία λήφθηκαν υπόψη:**

Α)Οι οδηγίες του ΤΕΙ ΠΕΙΡΑΙΑ για την εκπόνηση πτυχιακών Εργασιών.

Β)Οι οδηγίες του επιβλέποντα Καθηγητή μου κ.Πατσίκα Στυλιανού και η συμβουλευτική υποστήριξη και καθοδήγησή του καθ'όλη τη διάρκεια της συγγραφής της πτυχιακής εργασίας.

Γ)Οι τελικές παρατηρήσεις του επιβλέποντα Καθηγητή μου κ.Πατσίκα Στυλιανού προκειμένου να ολοκληρωθεί η συγγραφή και να αποκτήσει την τελική της μορφή.



**ΜΕΡΟΣ Α΄**

**ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ**

**ΣΥΝΘΗΚΩΝ**

**ΚΑΙ**

**ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ**

## 1. ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΟΣ

Ένα από τα χαρακτηριστικά της Παγκόσμιας οικονομίας σήμερα είναι ότι όλο και πιο δύσκολα μπορούμε να διακρίνουμε τις ανεπτυγμένες από τις υπό ανάπτυξη χώρες. Παλαιότερα ένα από τα κριτήρια ήταν η συμμετοχή μιας χώρας στον ΟΟΣΑ (ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ).

Παρόλα αυτά η Κίνα και η Ινδία αν και δεν ανήκουν στον ΟΟΣΑ παρουσιάζουν αλματώδεις ρυθμούς ανάπτυξης. Είναι εμφανές ότι τα νέα δεδομένα της παγκόσμιας αγοράς επηρεάζουν την Ελλάδα η οποία διανύει μία πολύ δύσκολη οικονομική περίοδο την τελευταία πενταετία. Παρόλα αυτά για την περίοδο 2004-2012 προκύπτει υπερδιπλασιασμός εξαγωγών (+109,4%), μικρή αύξηση εισαγωγών (8,8%) και σημαντική βελτίωση του εμπορικού ισοζυγίου της χώρας (-32,7%), σε σχέση με το 2004<sup>1</sup>.

Φαίνεται λοιπόν ότι η επιχειρηματική δραστηριοποίηση σε διεθνές επίπεδο έχει αλλάξει. Νέες προκλήσεις, νέα δεδομένα, νέα νοοτροπία!

Με βάση τα παραπάνω στοιχεία θα επιδιώξουμε να μελετήσουμε εκτενώς το ζήτημα της Διεθνούς επιχειρηματικής δραστηριότητας των ελληνικών επιχειρήσεων και τις προοπτικές στα επόμενα χρόνια. Επίσης θα συνδέσουμε το θέμα με την υιοθέτηση νέων καινοτομιών και τεχνολογιών. Και τέλος θα παρουσιάσουμε δύο ελληνικές επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται διεθνώς και μέσα από την επιχειρηματική τους δραστηριοποίηση προσπαθούν να αντιμετωπίσουν προκλήσεις, ανταγωνισμούς, καινοτομίες & νέες τεχνολογίες και τελικά να ξεχωρίσουν και να θριαμβεύσουν<sup>2</sup>.

---

1: <http://www.innews.gr>

2: <http://channeldoubler.co.uk/sevdemo/wp-content/uploads/2012/11/microsoft-innovation-map.pdf> ( **Ernst-Jan Stigter** Διευθύνων Σύμβουλος, Microsoft Ελλάς)

## 2. ΑΙΤΙΟΛΟΓΗΣΗ & ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΚΗ ΤΗΣ ΜΕΛΕΤΗΣ

Σήμερα οι όροι «επιχειρηματικότητα» και «διεθνοποίηση» έχουν εισχωρήσει στο σύγχρονο επιχειρηματικό λεξιλόγιο για να περιγράψουν λειτουργίες της σύγχρονης εταιρίας στο εγχώριο και στο διεθνές περιβάλλον της αγοράς. Ειδικότερα, ο όρος **διεθνής επιχειρηματικότητα** που σχετίζεται με την επέκταση των δραστηριοτήτων της επιχείρησης σε **διεθνείς αγορές** έχει συγκεντρώσει έντονο ενδιαφέρον τόσο από διοικητικά στελέχη όσο και από ερευνητές του χώρου.

Η ΕΕ αναγνωρίζοντας τη νέα πραγματικότητα και σε μια προσπάθεια να καταστήσει πιο δυναμική και πιο ανταγωνιστική την οικονομία της, αποδίδει ιδιαίτερη σημασία στην πολιτική για την επιχ/τα. Οι πολιτικές που αφορούν την επιχειρηματικότητα βρίσκονται κάθε φορά στην κορυφή της ημερήσιας διάταξης στα Συμβούλια Ανταγωνιστικότητας & Εσωτερικής Αγοράς της Ευρωπαϊκής Ένωσης αλλά και σε διάφορα forum Ευρωπαίων ηγετών που πραγματοποιούνται σε διάφορες χώρες μέλη. Η χώρα μας, ως μέλος της ΕΕ είναι υποχρεωμένη να ενσωματώσει στη δική της αναπτυξιακή πολιτική τους στόχους της Ευρωπαϊκής Ένωσης και να αξιοποιήσει τις δυνατότητες και τα κίνητρα που παρέχουν οι πολιτικές της ΕΕ για την επιχειρηματικότητα, με τελικό στόχο τη δημιουργία ενός ευνοϊκότερου επιχειρηματικού περιβάλλοντος<sup>3</sup>.

**Η Παρούσα μελέτη κρίνεται αναγκαία καθότι η χώρα μας διανύει μία πολύ δύσκολη οικονομική συγκυρία την τελευταία πενταετία. Η Οικονομική κρίση που βιώνει η Ελλάδα έχει πάρει τεράστιες διαστάσεις σε όλα τα επίπεδα. Μήπως λοιπόν η απάντηση βρίσκεται στην Διεθνή Επιχειρηματική Δραστηριότητα; Με ποιον τρόπο συνδέεται η Διεθνής επιχειρηματικότητα με την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και Καινοτομιών; Πως μπορούμε να βρούμε απαντήσεις μέσα από την Μελέτη επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται διεθνώς;**

---

3: 1: <http://www.agora.mfa.gr>

### 3. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΙΚΟΣ ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΕΠΙΜΕΡΟΥΣ ΣΤΟΧΟΙ

Για την επιλογή του σκοπού και των επιμέρους στόχων λάβαμε υπόψη τα κριτήρια που θέτει η ελληνική και διεθνής βιβλιογραφία<sup>4</sup>. Το θέμα που μελετάμε χαρακτηρίζεται από :

- **Ενδιαφέρον**
- **Σημασία**
- **Πρωτοτυπία**
- **Δυνατότητα διερεύνησης**

Το θέμα που μελετάμε εντάσσεται στο **ευρύτερο Πεδίο**: «Διεθνής Επιχειρηματικότητα» και σε μία συγκεκριμένη διάσταση αυτού που είναι: «σύνδεση της ανάπτυξης της διεθνής επιχειρηματικής δραστηριότητας με την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και καινοτομιών καθώς και η μελέτη περιπτώσεων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται διεθνώς». **Σκοπός μας** είναι να μελετήσουμε μέσα από την βιβλιογραφική επισκόπηση εκτενώς το ζήτημα της Διεθνούς επιχειρηματικής δραστηριότητας των ελληνικών επιχειρήσεων και να αναλύσουμε τις προοπτικές που χαρακτηρίζουν το σύγχρονο διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον. **Επιμέρους στόχοι είναι**:

Α) Να εξετάσουμε κατά πόσο οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν αντιληφθεί τις νέες προκλήσεις, αν και κατά πόσο ανταποκρίνονται καθώς και σε ποιους τομείς υπάρχουν περιθώρια ανάπτυξης τα επόμενα έτη.

Β) Να περιγράψουμε τους παράγοντες που συνδέουν την ανάπτυξη της διεθνούς επιχειρηματικής δραστηριότητας με την υιοθέτηση καινοτομιών και νέων τεχνολογιών

Γ) Να αναζητήσουμε αν και κατά πόσο η ανάπτυξη της διεθνούς επιχειρηματικότητας αποτελεί απάντηση στην οικονομική κρίση και ταυτόχρονα μέσο οικονομικής ανάπτυξης.

Δ) Μέσα από την μελέτη περιπτώσεων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται διεθνώς θα προσπαθήσουμε να καταλήξουμε σε συμπεράσματα σχετικά με την δυνατότητα και τις προϋποθέσεις που απαιτούνται για να δραστηριοποιηθούν οι έλληνες επιχειρηματίες διεθνώς.

4: Φίλιας Β., (2001), «Εισαγωγή στη Μεθοδολογία και τις τεχνικές των Κοινωνικών Ερευνών»

#### 4.ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ & ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΗΔΗ ΚΕΚΤΗΜΕΝΗ ΓΝΩΣΗ ΑΠΟΔΕΚΤΕΣ-ΠΡΟΣΔΟΚΟΜΕΝΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Το θέμα / ο σκοπός που διαπραγματεύεται η παρούσα πτυχιακή εργασία και οι επιμέρους στόχοι που τέθηκαν πληρούν όλες τις απαιτούμενες προϋποθέσεις όπως *«σχετικότητα, δυνατότητα πρακτικής εφαρμογής, δυνατότητα πραγματοποίησης με τους διαθέσιμους πόρους και τα συμπεράσματα που θα διεξαχθούν θα συνεισφέρουν με τη σειρά τους στην ήδη κεκτημένη γνώση»*<sup>5</sup>

Η συμβολή στην ήδη κεκτημένη γνώση θα είναι ουσιαστική εφόσον η Βιβλιογραφική επισκόπηση σχετικά με το θέμα θα είναι εμπεριστατωμένη με βάση την ελληνική και διεθνή βιβλιογραφία, άρθρα στον τύπο και στο διαδίκτυο και επιπλέον θα παρουσιάζονται στατιστικά στοιχεία, πίνακες και διαγράμματα με τρόπο συνοπτικό και επιστημονικά τεκμηριωμένο ενώ οι πληροφορίες θα μπορούν να αξιοποιηθούν από κάθε ενδιαφερόμενο (πχ. επιχειρηματίες, manager, φοιτητές, κλπ)<sup>6</sup>

Παρουσιάζει ξεχωριστό ενδιαφέρον για κάθε ενδιαφερόμενο που καλείται να ασκήσει την δική του διοίκηση και πολιτική και να προσαρμοστεί στα νέα δεδομένα που θέλουν την σύγχρονη επιχείρηση δυναμική, εξωστρεφή και κερδοφόρα κυρίως.

#### 5.ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ –ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ

Για την εμπεριστατωμένη μελέτη και ολοκλήρωση της ανάλυσης αυτού του θέματος έπρεπε να αναζητήσουμε πληροφορίες από την Βιβλιογραφία(ελληνική και διεθνή) και από τον τύπο (εφημερίδες, επιστημονικά επιροδικά, κλπ) καθώς και από το διαδίκτυο, από εισηγήσεις συνέδρων, κλπ. Οι πληροφορίες ήταν πάρα πολλές και ενδιαφέρουσες αλλά με ταχύτατες αλλαγές, νέα δεδομένα που ανέπτεραν τα ήδη υπάρχοντα, καταιγισμός ιδεών και θεωριών που όσο τις αναζητούσαμε τόσο πλήθαιναν.

---

5,6: Φίλιας Β., (2001), «Εισαγωγή στη Μεθοδολογία και τις τεχνικές των Κοινωνικών Ερευνών»

Η συγκέντρωση των πληροφοριών, η καταγραφή και η επεξεργασία ήταν αρκετά χρονοβόρα διαδικασία η οποία επέβαλε οργάνωση, συγκέντρωση και ταχύτητα. Επίσης επιδιώξαμε να κάνουμε όσο το δυνατό εξονυχιστικό έλεγχο, αξιολόγηση να συγκρίνουμε και να αντιπαραθέσουμε τα στοιχεία που συγκεντρώναμε (βιβλιογραφικές αναφορές, άρθρα, στατιστικά δεδομένα, κλπ). Επιπλέον περιορισμός ήταν η πιστή τήρηση των διαδικασιών που απαιτούνται στις «Μελέτες Περιπτώσεων»<sup>7</sup>

## 6. ΜΕΛΕΤΕΣ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ

Τα συνήθη ερωτήματα στα οποία καλείται να απαντήσει η έρευνα στις κοινωνικές επιστήμες είναι του τύπου «ποιος», «τι», «που», «πώς» και «γιατί». Τα χρησιμοποιούμενα για το σκοπό αυτό ερευνητικά εργαλεία μπορεί να είναι: (α) η ανάλυση ιστορικών δεδομένων από αρχεία (όπως στην περίπτωση της Οικονομικής επιστήμης), (β) η σύνταξη προσωπικού ιστορικού (όπως στην περίπτωση της επιστήμης της Ψυχολογίας), (γ) οι έρευνες κοινής γνώμης (surveys) και (δ) οι μελέτες περιπτώσεων που προσιδιάζουν στις επιστήμες της Διοίκησης και Οργάνωσης Επιχειρήσεων, στις Πολιτικές επιστήμες και στην Κοινωνιολογία. Στις κοινωνικές επιστήμες, και ιδιαίτερα στις επιστήμες που διερευνούν τις συμπεριφορές και τις αποφάσεις των ατόμων σε σχέση με τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες, *οι μελέτες περιπτώσεων αποτελούν το αντίστοιχο του πειράματος των φυσικών επιστημών*. Είναι, δηλαδή, το εργαλείο μέσω του οποίου μια θεωρία μπορεί να γεννηθεί ή να επαληθευτεί. Όπως το πείραμα, έτσι και αυτές βοηθούν τον ερευνητή να απαντήσει τα «πώς» και τα «γιατί» που έχει θέσει ως ερωτήματα και αφορούν βέβαια το ζωντανό παρόν και όχι το νεκρό παρελθόν. Η μόνη διαφορά βρίσκεται στο ότι στις Μελέτες Περιπτώσεων ο ερευνητής δεν μπορεί να έχει τον πλήρη έλεγχο των συνθηκών μέσα στις οποίες εκδηλώνονται οι διάφορες συμπεριφορές.

---

7: [http://www.unipi.gr/faculty/jhassid/odigos\\_MP1.pdf](http://www.unipi.gr/faculty/jhassid/odigos_MP1.pdf)

**ΜΕΡΟΣ Β΄**

**ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ**

**ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΟΙ**

**ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΜΟΙ**

**ΚΑΙ**

**ΑΠΟΣΑΦΗΝΙΣΗ ΟΡΩΝ**

## 7. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗΣ

Η **Επιχειρηματικότητα** ως όρος, αποδίδεται στο γάλλο οικονομολόγο Cantillon (1730) <sup>8</sup> ο οποίος όρισε τον επιχειρηματία σαν το άτομο που προσπαθεί να εκμεταλλευθεί τη διαφορά τιμών ανάμεσα στην αγορά (με βεβαιωμένη τιμή) και την πώληση των αγαθών με αβεβαιότητα (arbitrage). Το θέμα της **παγκοσμιοποιημένης** επιχειρηματικής δραστηριότητας γνωστής και ως **παγκοσμιοποίηση**, αν και προκλήθηκε σε σημαντικό βαθμό από τις μεγάλες εταιρίες και την τάση τους να διεισδύσουν σε όλες τις αγορές, αύξησε την ανάγκη για την καινοτομία και πυροδότησε το ενδιαφέρον για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να λειτουργήσουν ως οχήματα ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας, της γνώσης και της οικονομικής ανάπτυξης. <sup>9</sup>

## 8. ΘΕΩΡΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

I. Η θεωρία της **απροσδιόριστης αποτελεσματικότητας** : Σύμφωνα με τη συγκεκριμένη θεωρία, δύο είναι οι κύριοι ρόλοι που αφορούν τον επιχειρηματία. Ο πρώτος έχει να κάνει με τη βελτίωση του τρόπου ροής των πληροφοριών στην αγορά, με τέτοιο τρόπο ώστε μέσω των διαθέσιμων παραγωγικών συντελεστών να βελτιώνεται η αποτελεσματικότητα των ήδη υπάρχουσών παραγωγικών μεθόδων ή να διευκολύνεται η εισαγωγή νέων. Όσον αφορά το δεύτερο ρόλο, συνδέεται με την κάλυψη του κενού που δημιουργείται από αυτή τη διαφορά μεταξύ του θεωρητικά άριστου βαθμού αποτελεσματικότητας μιας οικονομίας και αυτού που στην πραγματικότητα επιτυγχάνει <sup>10(A)</sup>.

II. Ο ρόλος της **αβεβαιότητας κατά τον Knight**: Ο Knight (1921) προσδιορίζει τον επιχειρηματία ως τον αποδέκτη του καθαρού κέρδους μιας παραγωγικής δραστηριότητας. <sup>10(B)</sup>.

---

8:Καραγιάννης Α,(1999),σελ.35-36

9:Πανυγηράκης Γ,Αγορά τεύχος 238

10 (A):Καραγιάννης Η (2010)

10 (B) :Ιωαννίδης και συν.(2011)



**III. Η καινοτομική δράση κατά Schumpeter:** Ο Schumpeter (1934) θεωρεί ότι ο επιχειρηματίας είναι η πρωταρχική κινητήριος δύναμη της οικονομικής ανάπτυξης και σκοπός του είναι να εισάγει καινοτομίες ή να πραγματοποιεί συνεχώς νέους συνδυασμούς των παραγωγικών συντελεστών. Πέντε είναι οι τύποι καινοτομίας που διακρίνει: α) η εισαγωγή νέου προϊόντος (ή η βελτίωση της ποιότητας ενός προϊόντος που ήδη υπάρχει), β) η εισαγωγή μιας νέας μεθόδου παραγωγής, γ) η δημιουργία μιας νέας αγοράς (συνήθως με την εξαγωγή προϊόντων στις αγορές νέων περιοχών), δ) η κατάκτηση νέων πηγών προμήθειας φυσικών πόρων ή ημιβιομηχανικών προϊόντων και ε) η δημιουργία ενός νέου τύπου οργάνωσης της επιχείρησης<sup>10(Γ)</sup>. Αξίζει ακόμη να αναφέρουμε ότι σύμφωνα με τη συγκεκριμένη θεωρία, προάγγελος της καινοτομίας είναι η **εφεύρεση**.

**IV. Η θεωρία του Casson<sup>10(Δ)</sup>** για τη λήψη κρίσιμων αποφάσεων για το συντονισμό των παραγωγικών συντελεστών: Σύμφωνα με τη συγκεκριμένη θεωρία, επιχειρηματίας είναι το άτομο εκείνο που ειδικεύεται στο να παίρνει σημαντικές αποφάσεις σχετικά με το συντονισμό και την οργάνωση των συντελεστών παραγωγής.

**V. Η αυστριακή θεωρία αξιοποίησης ευκαιριών κέρδους του Kirzner:** Σύμφωνα με τη θεωρία που ανέπτυξε ο Kirzner, η επιχειρηματική δραστηριότητα καθορίζεται από τις έννοιες του λάθους, της άγνοιας και της αντίληψης που επικρατούν στην αγορά.

---

10(Γ,Δ) :Ιωαννίδης και συν.(2011)

## 9. ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Ο επιχειρηματίας μπορεί ανάμεσα στα άλλα καθήκοντά του να ασκεί και το μάνατζμεντ (management) της επιχείρησής του. Με την εμπλοκή στην καθημερινότητα της επιχείρησής του, ο επιχειρηματίας χάνει την επιχειρηματικότητά του.<sup>11</sup> **Μπορεί να ξεπεραστεί το πρόβλημα αυτό από τη στιγμή που η επιχείρηση μεγαλώσει και η τριβή με τα προβλήματά της αμβλύνει τη διορατικότητα του επιχειρηματία;** Τα παραπάνω ερωτήματα που συνέδεσαν το μέγεθος της επιχείρησης με τη θνητότητα του επιχειρηματία, αποτέλεσαν αντικείμενο μελέτης που οδήγησε στην παραδοχή ότι μπορεί να αντιμετωπισθεί το πρόβλημα με δύο τρόπους<sup>12</sup>.

<b>Ο πρώτος τρόπος αφορά στην Ενδοεταιρική Επιχειρηματικότητα:</b>	<p>Αφορά στην ενίσχυση της ιδέας της επιχειρηματικότητας μέσα στους μεγάλους οργανισμούς, δηλαδή, στην ενθάρρυνση της επιχειρηματικής δραστηριότητας των στελεχών στο πλαίσιο των «καθιερωμένων» επιχειρήσεων.</p> <p>Επιπλέον, να ενθαρρύνονται οι εργαζόμενοι για την εξέλιξή τους μέσα από κατάλληλα εκπαιδευτικά προγράμματα, να αποκτούν δική τους οντότητα οι επιχειρήσεις που αναφύονται, να αναπτύσσεται ένα σύστημα αξιών, συμβάσεων και μηχανισμών (modus operandi) που υποστηρίζεται αποτελεσματικά από τον οργανισμό και τέλος, να δημιουργηθεί ένας μηχανισμός διευθέτησης των διαφορών μεταξύ εργαζομένων των εσωτερικών επιχειρήσεων, δηλαδή, αυτών που δημιουργούνται και παραμένουν στη μητρική εταιρία ως θυγατρικές.</p>
<b>Ο δεύτερος τρόπος αφορά στον άνθρωπο που τον διακρίνει η επιχειρηματικότητα:</b>	<p>Ο επιχειρηματίας οφείλει να στελεχώσει σωστά την επιχείρησή του για να επιτύχει την απρόσκοπτη λειτουργία της, να δημιουργήσει και διασφαλίσει ένα περιβάλλον διακίνησης της πληροφορίας, ενθάρρυνσης της πρωτοβουλίας, μεγέθυνσης της γνώσης και ανάπτυξης της καινοτομίας, αμείβοντάς τους ανθρώπους του ανάλογα.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ Οι Chandler και Hanks (1994) ισχυρίζονται ότι η επιχειρηματική ικανότητα είναι διαφορετική από εκείνη του μάνατζμεντ.</li><li>➤ Ο Hisrich (1990) συγκρίνοντας τα υψηλόβαθμα διοικητικά στελέχη με τους επιχειρηματίες ισχυρίζεται, ότι οι πρώτοι προσπαθούν να αποφύγουν τα λάθη και την αποτυχία, ενώ οι επιχειρηματίες τα αποδέχονται.</li></ul> <p>Θα μπορούσε να ειπωθεί ότι η επιχειρηματικότητα είναι η αποκάλυψη της πρακτικής ιδέας (που είναι καινοτόμος και οικονομικά αξιοποιήσιμη) και η επιχειρηματική δραστηριότητα (Bygrave και Hofer, 1991) είναι η εφαρμογή της στην πράξη, δηλαδή, η μεθοδολογία και ο μηχανισμός υλοποίησης για την επιτυχία του σκοπού.</p>

11,12: Λιαργκόβας Π(2007),ΣΕΛ.86-88

## 10. ΠΡΟΣΔΙΟΡΙΣΤΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Από τις αρχές του 1980, επιχειρήθηκε μια πιο ολιστική προσέγγιση στην έρευνα για την επιχειρηματικότητα. Ο Gartner (1985) πρότεινε μια περισσότερο σύνθετη διαδικασία για τη μελέτη της επιχειρηματικότητας ερευνώντας την αλληλεπίδραση ανάμεσα σε τέσσερις παράγοντες<sup>13</sup>:

- ✓ τον επιχειρηματία
- ✓ τον οργανισμό
- ✓ το περιβάλλον
- ✓ τη διαδικασία εγκαθίδρυσης της επιχείρησης.

Οι Bygrave και Hofer είδαν τον επιχειρηματία ως τον πρωτοπόρο (initiator) και την επιχείρηση ως τον πραγματικό μηχανισμό αξιοποίησης της ευκαιρίας, της οποίας η αναγνώριση αποτελεί το πρώτο μέρος της επιχειρηματικότητας.

Οι Shaver και Scott εμβάθυναν περισσότερο στα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία, **στην κλίση και στην τάση του να μετασχηματίζει με πρακτικές μεθόδους μια ευκαιρία σε επιχείρηση**<sup>14</sup>.

Η επιχειρηματικότητα αποτελεί διαδραστικό συνδυασμό τριών παραγόντων που επηρεάζουν καταλυτικά το χώρο της καινοτομίας, δηλαδή, του επιχειρηματία, **της υφιστάμενης γνώσης και εμπειρίας της επιχείρησης και της τεχνολογίας**. Δεν πρέπει όμως να παραβλέπεται σε καμία περίπτωση, ο ρόλος του θεσμικού περιβάλλοντος και της κοινωνικής στάσης απέναντι στην επιχειρηματικότητα (θετική ή αρνητική τοποθέτηση, αναγνώριση του ρόλου της στην οικονομική ανάπτυξη, κλπ.)<sup>15</sup>.

---

13,14,15 :Κορρές Γ-Χιόνης Δ (2003),σελ.105,114,123

Ο Twaalfhoven<sup>16</sup> επιχείρησε να προσδιορίσει τα διακριτά χαρακτηριστικά ανάμεσα στον επιχειρηματία που διακρίνεται για την επιχειρηματικότητά του και τον ιδιοκτήτη μιας Μικρομεσαίας Επιχείρησης που στοχεύει στην εξασφάλιση των όρων απασχόλησής του, με τη μέγιστη δυνατή αποφυγή του κινδύνου (αυτοαπασχολούμενος επιχειρηματίας, ή επαγγελματίας).

**Στον Πίνακα που ακολουθεί, γίνεται μια αντιπαραβολή των χαρακτηριστικών ενός εκάστου, δηλαδή του ιδιοκτήτη μιας Μικρομεσαίας επιχείρησης και ενός δυναμικού επιχειρηματία.**

<b>Χαρακτηριστικά Ιδιοκτήτη Μ.Μ Επιχείρησης</b>	<b>Χαρακτηριστικά Δυναμικού Επιχειρηματία</b>
<p><b>Στατικός «Βολεμένος» Τοπικός Περιορισμένος Εσωστρεφής Αυτοαπασχολούμενος Αποφεύγει τον Ανταγωνισμό Βιοπαλαιστής</b></p>	<p><b>Αναπτυσσόμενος «Τυχοδιώκτης» Παγκόσμιος Επεκτεινόμενος Εξωστρεφής Με ομάδα ειδικών Επιζητά τον Ανταγωνισμό Κυνηγός της Επιτυχίας</b></p>

*Πηγή: Twaalfhoven, 2000*

Οι επιτυχημένοι επιχειρηματίες που χαρακτηρίζονται από την καινοτομικότητά τους, έχουν τη δυνατότητα να διακρίνουν αυτά που δεν μπορούν να δουν οι άλλοι και την ικανότητα να τα μεταλλάσσουν σε μηχανισμούς υλοποίησης (επιχειρήσεις) και επιβεβαίωσης του αισθητηρίου τους<sup>17</sup>.

---

16,17: [http:// www.alfavita.gr/Twaalfhoven](http://www.alfavita.gr/Twaalfhoven)

## 11. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Κατά την Επιτροπή Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων<sup>18</sup>, «η επιχειρηματικότητα συνιστά σημαντική κινητήρια δύναμη της καινοτομίας, της ανταγωνιστικότητας και της ανάπτυξης», ενώ για τον Drucker<sup>19</sup> είναι ένας **τέταρτος συντελεστής (factor) της παραγωγής**.

Για τον Heilbroner<sup>20</sup> η νεότερικότητα χαρακτηρίζει την επιχειρηματικότητα η οποία στηρίζεται στην καινοτομία (την τάση της επιχείρησης να υποστηρίζει τις νέες ιδέες, τους πειραματισμούς και τη δημιουργική διαδικασία) και την έμφαση στην ανάληψη πρωτοβουλιών (proactiveness)<sup>21</sup>.

**Προϋποθέτει δηλαδή ότι, δημιουργεί τις αλλαγές και δεν τις ακολουθεί.** Το μεταβλητό είναι το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Σε αυτό προσαρμόζεται διαρκώς και οφείλει να διαμορφώνει το παρόν προσβλέποντας στο μέλλον<sup>22</sup>, βασισμένη σε μια ευέλικτη στρατηγική, απαλλαγμένη από ακαμψίες, ή «βεβαιότητες» του επιτυχημένου –ίσως- παρελθόντος της.

Η επιχειρηματικότητα φαίνεται ότι είναι μια πρακτική που μπορεί να βγάλει στην επιφάνεια κρυμμένα χαρακτηριστικά ή ιδιότητες, όπως π.χ. η ανάδειξη ενός προϊόντος, ή μιας υπηρεσίας, με βάση κάποια δευτερογενή τους ιδιότητα (νέα χρήση για υφιστάμενο προϊόν όπως η χάλκινη καλωδίωση και ADSL) και να αναδείξει αξίες προϊόντων, ή διαδικασιών που έχουν παραβληθεί, π.χ. προσδίδει αξία σε «φαινομενικά» απαξιωμένα πράγματα, παλιά υλικά, μηχανήματα και δημιουργίες γενικά, ή διαδικασίες, όπως η παραδοσιακή / βιολογική καλλιέργεια αγροτικών προϊόντων<sup>23</sup>

---

18: [http:// www.ee.europa/](http://www.ee.europa/)

19: [http:// www.alfavita.gr/Drucker/](http://www.alfavita.gr/Drucker/)

20: [http:// www.alfavita.gr/Heilbroner/](http://www.alfavita.gr/Heilbroner/)

21,22: Μπουραντας (2005),σελ.69&86

23:Βιλιάρδος Β.(2010),σελ.34

Μπορεί όμως επίσης, να επινοήσει και να δημιουργήσει νέες αξίες, όπως π.χ. νέες τεχνικές, ή τεχνολογίες, νέα υλικά, προϊόντα ή υπηρεσίες, μόδα, σύμβολα, κλπ., ή και να ανακαλύψει νέους τρόπους δραστηριότητας, όπως π.χ. νέους τομείς, νέες αγορές, ή διαδικασίες προσέγγισής τους, καθώς και νέες μορφές διοίκησης. Τούτο αποτελεί μια πρακτική που απαιτεί συνεχή εξάσκηση<sup>24</sup>.

Η **επιχειρηματικότητα** αποτελεί την πρακτική έκφραση της καινοτομίας και ένα από τα σημαντικότερα περιουσιακά στοιχεία κάθε κοινωνίας.

Η καινοτομία καθιστά τις επιχειρήσεις επιτυχημένες και αυτό διότι προσδίδει σε αυτές την ικανότητα να προσαρμόζονται και να εξελίσσονται, κυρίως όταν οι ανταγωνιστικές εταιρείες θα εμφανισθούν στην αγορά με καινοτομικά προϊόντα που θα μεταβάλλουν τα δεδομένα του ανταγωνισμού<sup>25</sup>.

Οι δυο έννοιες είναι έντονα συνυφασμένες. Ο Schumpeter (1934)<sup>26</sup> αναγνωρίζει πως η κλίση για καινοτομία συμβάλλει στην ανάπτυξη της οικονομίας μιας χώρας και αποτελεί το θεμελιώδη λίθο για την εμφάνιση της επιχειρηματικότητας. Στα πλαίσια της διεθνούς επιχειρηματικότητας, η κλίση για καινοτομία μπορεί να συμβάλλει στη βελτίωση της επίδοσης της επιχείρησης και στη δημιουργία συγκριτικού πλεονεκτήματος έναντι των ανταγωνιστών της στο διεθνές περιβάλλον. Η περίπτωση των μεγάλων εταιρειών όπως π.χ. **της coca-cola και της microsoft**, καταδεικνύει ότι η ηγεμονία τους στην παγκόσμια αγορά και η συμβολή τους στην ανάπτυξη την επέτυχαν χάριν στις νέες καινοτομικές μεθόδους. Αντιθέτως άλλοτε κυριαρχούσες εταιρείες που συνέβαλαν στο ακαθάριστο προϊόν άρα και στην ανάπτυξη, τώρα συρρικνώνονται επειδή οι μέθοδοι παραγωγής δεν στηρίχθηκαν σε καινοτομικές ιδέες, π.χ. η **Kodak, η Ford, κ.α.**

---

24:Βιλιάρδος Β.(2010),σελ.35

25:Βιλιάρδος Β.(2010),σελ.39

**Το φαινόμενο αυτό, καταδεικνύει ότι αξίες για τις αγορές άρα και για την ανάπτυξη αποτελούν οι καινοτόμες εταιρείες και όχι εκείνες που στηρίζονται στο άλλοτε σπουδαίο παρελθόν τους.**

Από έρευνα του ΟΟΣΑ<sup>27</sup> έχει διαπιστωθεί ότι η δημιουργία νέων καινοτομικών επιχειρήσεων ειδικότερα στον τομέα της τεχνολογίας έχει τη μεγαλύτερη συμβολή στην αύξηση της παραγωγικότητας. Επίσης, οι υψηλοί ρυθμοί δημιουργίας νέων καινοτομικών επιχειρήσεων συνδέονται με υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης. Τα πλεονεκτήματα από τη δημιουργία των νέων καινοτομικών επιχειρήσεων γίνονται ορατά πρώτα στις τοπικές και περιφερειακές οικονομίες. Σύμφωνα δε με ενδείξεις οι μεγάλες καινοτόμες επιχειρήσεις συμβάλλουν στην αύξηση της απασχόλησης ανάλογα με τη δομή κάθε περιοχής.

## **12. ΕΙΔΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**

Ανάλογα με τα κίνητρα, τις ανάγκες και το τι επιδιώκει ο κάθε επιχειρηματίας, η επιχειρηματικότητα διακρίνεται σε διάφορες μορφές<sup>28</sup>:

**Α) Επιχειρηματικότητα ανάγκης:** ο επιχειρηματίας αποφασίζει να ασχοληθεί με κάποια δραστηριότητα απλά για να καλύψει την ανάγκη της απασχόλησης.

**Β) Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας:** ο επιχειρηματίας ξεκινά μια δραστηριότητα προκειμένου να εκμεταλλευτεί μια επιχειρηματική ευκαιρία. Οι επιχειρήσεις εδώ μπορούν να γίνουν φορείς καινοτόμων ιδεών και να δημιουργήσουν **ανταγωνιστικά προϊόντα.**

**Γ) Επιχειρηματικότητα υψηλών δυνατοτήτων :** αφορά επιχειρηματικές δραστηριότητες οι οποίες δεν περιορίζονται στα εθνικά πλαίσια της χώρας τους αλλά τα προϊόντα τους ανταγωνίζονται στις διεθνείς αγορές.

---

26: Κωνσταντινίδης Σ/<http://www.alfavita.gr>

27: <http://www.kathimerini.gr/oosa>

28: [www.oaed.gr/Σημειώσεις Επιχειρηματικότητας](http://www.oaed.gr/Σημειώσεις_Επιχειρηματικότητας)

### **13.ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΑΘΟΡΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΑΝΘΙΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**

Η άνθιση ή μη της επιχειρηματικότητας εξαρτάται από ορισμένους παράγοντες <sup>30</sup> :

- Χρηματοδοτική Υποστήριξη
- Κυβερνητικές Πολιτικές και Προγράμματα
- Εκπαίδευση
- Έρευνα και Ανάπτυξη
- Οικονομικό Κλίμα
- Σύνθεση του Πληθυσμού
- Χαρακτηριστικά της Εργασίας/Χαρακτηριστικά και δεξιότητες εργατικούδυναμικού, καθώς και ύψος του εργατικού κόστους

### **14. ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΣΤΙΣ ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΕΣ**

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να αναπτυχθεί σε οποιονδήποτε τομέα και είδος επιχείρησης, τους αυτοαπασχολούμενους και στις επιχειρήσεις οποιουδήποτε μεγέθους, σε όλες τις φάσεις του κύκλου ζωής μιας επιχείρησης. Αφορά τις επιχειρήσεις όλων των κλάδων, ανεξαρτήτως ιδιοκτησιακού καθεστώτος: οικογενειακές επιχειρήσεις, επιχειρήσεις εισηγμένες στο χρηματιστήριο, επιχειρήσεις κοινωνικής οικονομίας ή μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί, που συχνά πραγματοποιούν σημαντικές οικονομικές δραστηριότητες.

---

30:Ιωαννίδης (2011), Εκδόσεις IOBE



Σύμφωνα με την έρευνα του Global Entrepreneurship Monitor (2006) το 7% των νέων επιχειρηματιών δημιουργούν μία σημαντική νέα εξειδικευμένη αγορά ή οικονομικό τομέα εάν η επιχείρησή τους είναι επιτυχής, ενώ το 70% των νέων επιχειρήσεων παρέχουν προϊόντα ή υπηρεσίες σε υφιστάμενες αγορές στις οποίες υπάρχει ήδη σημαντικός ανταγωνισμός και στις οποίες διατίθεται ήδη για περισσότερο από ένα έτος η βασική τεχνολογία<sup>31</sup>.

Η επιχειρηματικότητα είναι νοοτροπία, τρόπος δημιουργίας και ανάπτυξης οικονομικής δραστηριότητας μέσω του συνδυασμού της ανάληψης κινδύνου, της δημιουργικότητας, της καινοτομίας με τη χρηστή διαχείριση, στο πλαίσιο ενός νέου ή υφιστάμενου οργανισμού. **Τα σημαντικότερα οικονομικά αποτελέσματα της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας<sup>32</sup> είναι τα παρακάτω:**

1. Απαραίτητη προϋπόθεση δημιουργίας μονοπωλιακής θέσης για την επιχείρηση, καθώς και για τη επίτευξη μονοπωλιακών κερδών, είναι η επιτυχημένη εισαγωγή καινοτομίας στην αγορά.
2. Με τη βοήθεια της καινοτομικής δραστηριότητας παράγονται νέα ή βελτιωμένης ποιότητας προϊόντα ή υπηρεσίες, με αποτέλεσμα να αυξάνονται οι επιλογές των καταναλωτών. Παράλληλα, θα υπάρχει η δυνατότητα δημιουργίας καινούριων τεχνικών και μεθόδων για τη βελτίωση και την προώθηση των προϊόντων, οι οποίες μάλιστα είναι πιθανό να δημιουργήσουν απαιτήσεις για την απορρόφηση νέου εργατικού δυναμικού ή την ανάγκη για περαιτέρω εξειδίκευση των εργαζομένων.

---

31:Στουρνάρας Γ και Αλμπάνη Μ (2008),Αθήνα IOBE,σελ.164-168

3. Η επιχειρηματικότητα οδηγεί στην ανάπτυξη νέων μορφών οργάνωσης των επιχειρήσεων, οι οποίες θα βασίζονται περισσότερο στις γνώσεις και τις δεξιότητες των ατόμων που εργάζονται στην επιχείρηση.

4. Θα υπάρξει τόνωση και διεύρυνση της οικονομικής δραστηριότητας, με τη δημιουργία καινούριων αγορών για το νέο προϊόν ή υπηρεσία, οι οποίες θα οδηγήσουν στην ίδρυση άλλων επιχειρήσεων συμπληρωματικών ή και ανταγωνιστικών.

5. Η δημιουργία νέων μεθόδων παραγωγής, θα αυξήσει την παραγωγικότητα και αποτελεσματικότητα των συντελεστών παραγωγής μειώνοντας το κόστος, ή υποκαθιστώντας τις πρώτες ύλες με φθηνότερες και αποτελεσματικότερες.

6. Είναι επίσης φανερό, ότι οι επιχειρηματίες οι οποίοι μιμούνται μια καινοτομική δραστηριότητα συμβάλλουν δραστικά στην περαιτέρω ανάπτυξη της οικονομίας, διαχέοντας όλα τα παραπάνω θετικά αποτελέσματα της καινοτομίας στην αγορά.

7. Τέλος, με το να αξιοποιείται κάθε ευκαιρία κέρδους και με τη μείωση της «άγνοιας» που παρατηρείται στις αγορές στις οποίες εκδηλώνεται η επιχειρηματική δραστηριότητα, προωθείται η οικονομική ισορροπία.

## 15. ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΠΟΥ ΕΠΗΡΕΑΖΟΥΝ ΤΙΣ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Κρίνεται αναγκαίο να αναφερθούν οι απαραίτητες προϋποθέσεις οι οποίες έχουν να κάνουν με τις «ατομικές» ή «ψυχολογικές» και με τις «εξωτερικές» ή «περιβαλλοντικές» συνθήκες που λειτουργούν στο πλαίσιο μιας οικονομίας<sup>33</sup>.

Α) Οι ατομικές προϋποθέσεις αναφέρονται στις προτιμήσεις και στις ικανότητες των ατόμων, ενώ οι περιβαλλοντικές προϋποθέσεις αφορούν στα διάφορα κοινωνικοοικονομικά χαρακτηριστικά και λειτουργίες όπως:

- 1.Τις ψυχολογικές επιδράσεις που έχουν δεχτεί τα άτομα, ειδικά πριν από την ενηλικίωσή τους.**
- 2.Τις προτιμήσεις που δείχνουν και τις ιδιαίτερες ικανότητές τους απέναντι στον επιχειρηματικό κίνδυνο.**
- 3.Τις οικονομικές τους εμπειρίες**

Σχετικά με τις περιβαλλοντικές προϋποθέσεις<sup>34</sup> αυτές επηρεάζονται από τις εξής θεμελιώδεις συνθήκες:

- 1.Υπαρξη του θεσμού της ατομικής ιδιοκτησίας και η προστασία του θεσμού αυτού.**
- 2. Ελεύθερη οικονομία, στην οποία η επιβράβευση της «αξίας» ή η καταξίωση προέρχεται από την απρόσωπη αγορά.**
- 3. Θεσμικό και πολιτισμικό περιβάλλον, το οποίο θα ενθαρρύνει την οικονομική προσπάθεια και πρωτοβουλία του ατόμου.**
- 4.Διαθεσιμότητα κατάλληλων (ποσοτικά και ποιοτικά) συντελεστών παραγωγής.**

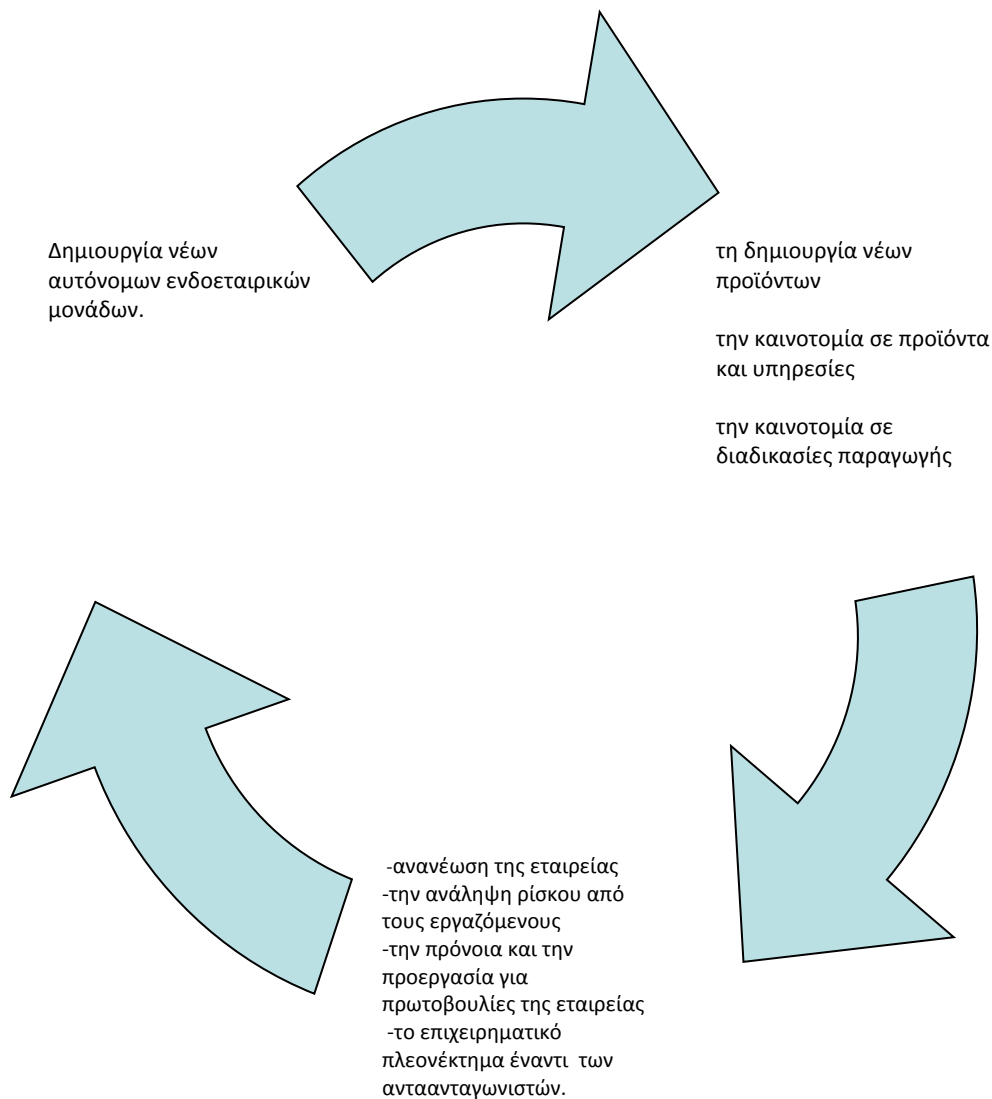
---

33,34:David D et Mark Freel(2007),σελ.112,113

## 16. ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΠΟΥ ΣΥΝΔΕΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΙΣ ΝΕΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ

### Α) Ενδοεπιχειρηματικότητα

Η ενδοεπιχειρηματικότητα ως έννοια εμφανίστηκε στις αρχές της δεκαετίας του '90. Οι Stevenson και Jarillo<sup>35</sup> (1990) επισημαίνουν ότι η πλούσια έρευνα στην Επιχ/τα επικεντρώνεται στον επιχειρηματία που ιδρύει μια νέα επιχείρηση, με αποτέλεσμα η επιχειρηματικότητα να θεωρείται ότι αναφέρεται αποκλειστικά στις ΜμΕ. Ουσιαστικά, η ενδοεπιχειρηματικότητα γεφυρώνει το επιχειρείν των ΜμΕ με αυτό των μεγάλων εταιρειών. Οι ερευνητές του θέματος περιλαμβάνουν τουλάχιστον οκτώ διαδικασίες στο εσωτερικό μεγάλων εταιρειών:



Σύμφωνα με τους Stevenson και Jarillo<sup>36</sup> (1990), η εταιρεία ως ενότητα μπορεί να λειτουργήσει επιχειρηματικά με βάση έξι προτάσεις:

1. Επιχειρηματική εταιρεία είναι αυτή που ακολουθεί ευκαιρίες ανεξάρτητα με τους πόρους τους οποίους ελέγχει.

2. Ο βαθμός ενδοεπιχειρηματικότητας της εταιρείας εξαρτάται από τη διάθεση των εργαζομένων της

3. Η φαινόμενη επιχειρηματική συμπεριφορά της εταιρείας εξαρτάται από την προσπάθειά της να ενισχύσει τις επιχειρηματικές προσπάθειες των εργαζομένων της μαθαίνοντάς τους και επιβραβεύοντάς τους στο να εντοπίζουν ευκαιρίες

4. Οι εταιρείες που συνειδητά αμβλύνουν τις αρνητικές συνέπειες των αποτυχημένων επιχειρηματικών τολμημάτων των εργαζομένων τους θα επιδείξουν υψηλότερη επιχειρηματική συμπεριφορά

5. Όχι μόνο το μέγεθος των επιτυχιών αλλά οι όποιες ενδείξεις επιχειρηματικής συμπεριφοράς εξαρτώνται από την ικανότητα των εργαζομένων να εντοπίζουν ευκαιρίες.

6. Οι εταιρείες που θα συμμετέχουν σε δίκτυα και θα μοιραστούν τους διαθέσιμους πόρους τους θα επιδείξουν υψηλότερη επιχειρηματική συμπεριφορά.

## **B) Ακαδημαϊκή Επιχειρηματικότητα**

Μια άλλη μορφή επιχειρηματικότητας άμεσα συνδεδεμένης με την καινοτομία αναφέρεται ως ακαδημαϊκή επιχειρηματικότητα<sup>37</sup> και αφορά σε πανεπιστήμια ή άλλα ακαδημαϊκά ιδρύματα. Με τον όρο αυτό υπονοείται η επιχειρηματική δραστηριοποίηση των πανεπιστημίων προκειμένου να εμπορευματοποιήσουν αποτελέσματα της έρευνας την οποία εκπονούν με τη μορφή καινοτόμων προϊόντων στην αγορά.

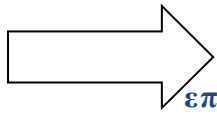
---

35,36 :<http://WWW.EUROBANK.GR>\_Χαρδουβέλης Γκίκας (2011)

37: [www.akep.gr](http://www.akep.gr)(ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ)

## **Γ) Κοινωνική Επιχειρηματικότητα**

Οι κοινωνικοί επιχειρηματίες είναι επιχειρηματίες με κοινωνική αποστολή. Η κοινωνική τους αποστολή είναι σαφής και καθορίζει τον τρόπο που ανακαλύπτουν και ακολουθούν τις επιχειρηματικές ευκαιρίες. Όμοια με τους επιχειρηματίες οι οποίοι παράγουν οικονομική επιχειρηματική αξία κατά Timmons<sup>39</sup>, οι κοινωνικοί επιχειρηματίες παράγουν κοινωνική αξία (social value). Ο Cannon<sup>40</sup> χωρίζει τους κοινωνικούς επιχειρηματίες σε τρεις κατηγορίες:



- 1)αυτούς που απέκτησαν πλούτο αλλού και επιθυμούν να επιστρέψουν ένα μέρος του για κοινωνικούς σκοπούς,**
- 2)αυτούς που παρείχαν κοινωνική εργασία και αναζητούν πιο αποτελεσματικούς τρόπους για να προχωρήσουν αφού απογοητεύτηκαν από την ανεπάρκεια της κρατικής υποστήριξης**
- 3) αυτούς που ακολούθησαν οικονομικές και εμπορικές σπουδές έχοντας πάντοτε κατά νου την κοινωνική επιχείρηση.**

Πιο συγκεκριμένα: οι κοινωνικοί επιχειρηματίες παίζουν το ρόλο του παράγοντα αλλαγής<sup>41</sup> στον κοινωνικό τομέα:

- 1.Αναλαμβάνοντας αποστολή να δημιουργήσουν και να διατηρήσουν κοινωνική(και όχι μόνο ατομική) αξία,**
- 2.Αναγνωρίζοντας και ακολουθώντας ακούραστα νέες ευκαιρίες για να εξυπηρετήσουν την αποστολή τους,**
- 3.Εμπλέκονται σε συνεχή διαδικασία καινοτομίας, προσαρμογής και μάθησης**
- 4.Λειτουργούν θαρραλέα χωρίς να περιορίζονται από τους πόρους τους οποίους ελέγχουν**
- 5.Δείχνουν υψηλή αίσθηση απολογισμού για τα αποτελέσματα που παρήχθησαν και για τις κοινωνικές ομάδες που υποστηρίχθηκαν.**

---

37,38: [www.akep.gr](http://www.akep.gr)(ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ)

39,40,41: [www.akep.gr](http://www.akep.gr)(ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ)

### **Δ) Πράσινη Επιχειρηματικότητα**

Μια συναφής μορφή της κοινωνικής επιχειρηματική δραστηριοποίηση των πανεπιστημίων προκειμένου να εμπορευματοποιήσουν αποτελέσματα της έρευνας είναι η πράσινη επιχειρηματικότητα (green entrepreneurship ή ecoentrepreneurship)<sup>42</sup>.

Είναι γεγονός ότι σήμερα γίνεται αρκετή συζήτηση για την υιοθέτηση “πράσινης λογικής” από τις υπάρχουσες εταιρείες (green management). Επομένως, νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες δημιουργούνται για πράσινους επιχειρηματίες. Όμως, οι επιχειρηματίες αυτοί οφείλουν να διέπονται από υψηλή κοινωνική ευθύνη όμοια με τους κοινωνικούς επιχειρηματίες.

### **Ε) Δημόσια Επιχειρηματικότητα**

Στην βιβλιογραφία της επιχειρηματικότητας αναφέρεται ορισμένες φορές η επιχειρηματικότητα του δημόσιου τομέα. Η δημόσια επιχειρηματικότητα (public entrepreneurship) μπορεί να συζητηθεί μόνο σε ορισμένες περιπτώσεις και υπό προϋποθέσεις (π.χ. Zerbinati & Souitaris, 2004)<sup>43</sup>. Ένα στέλεχος του δημοσίου τομέα μπορεί να θεωρηθεί ότι λειτουργεί επιχειρηματικά όταν τείνει να οργανώσει τους διαθέσιμους πόρους προς μια μορφή υψηλότερης παραγωγικότητας. Ο Drucker (1985)<sup>44</sup> επισημαίνει ότι: “οι δημόσιοι φορείς πρέπει να λειτουργούν επιχειρηματικά όπως οι εταιρείες, ίσως και περισσότερο”.

Ο βασικός λόγος για καινοτομία είναι να αντιμετωπίζουν οι φορείς αυτοί αποτελεσματικά τις γρήγορες κοινωνικές αλλαγές.

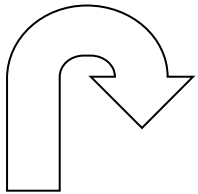
---

42,43,44: :www.akep.gr(ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ)

## ΣΤ) Η Διεθνής Επιχειρηματικότητα

Η έννοια της Διεθνούς Επιχειρηματικότητας<sup>45</sup> είναι ένας σημαντικός παράγοντας που έχει επηρεάσει τον τρόπο που οι άνθρωποι επεκτείνουν τον διεθνή προσανατολισμό τους.

Δεν υπάρχει πλέον κανένας επιχειρηματίας ή οργανισμός ο οποίος να διακατέχεται από την ιδέα ότι ο δρόμος για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας σταματάει μέσα στα όρια της ίδιας του της χώρας. Οι επιχειρηματίες και οι μικρές επιχειρήσεις δεν είναι πλέον περιορισμένες στις τοπικές αγορές.



**Ο όρος της διεθνούς επιχειρηματικότητας αναφέρεται σε φιλόδοξους επιχειρηματίες οι οποίοι αναπτύσσουν καινοτομίες, δημιουργούν θέσεις απασχόλησης και συνεισφέρουν σε μια πιο λαμπρή εθνική και παγκόσμια οικονομία. Σε αυτό το σημείο αναφέρονται τα παραδείγματα των αυτοδημιούργητων επιχειρηματιών γιγάντων Bill Gates, Sam Walton και Steve Jobs.**

Σύμφωνα με τους McDougall και Oviatt <sup>46</sup>, η διεθνής επιχειρηματικότητα είναι ένας συνδυασμός από καινοτόμες και ριψοκίνδυνες ιδέες που περνούν τα διεθνή σύνορα και ως σκοπό έχουν τη δημιουργία αξίας για τους οργανισμούς.

---

45,46: [www.akep.gr](http://www.akep.gr)(ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ)



## **ΜΕΡΟΣ Γ΄**

### **ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ**

## 17. ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ή ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ(Δ.Ε.Δ)

**Δ.Ε.Δ:** Κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα (εμπόριο, παραγωγή, υπηρεσίες) που εφαρμόζεται διαμέσου των συνόρων δύο ή περισσότερων χωρών ονομάζεται Διεθνής Επιχειρηματική Δραστηριότητα. Ο παγκόσμιος αποδεκτός όρος που αντιστοιχεί στον ελληνικό Δ.Ε.Δ. είναι ο αγγλικός **International Business**<sup>47</sup>. Η διεθνής επιχειρηματικότητα αναφέρεται σε δραστηριότητες που αφορούν όλα τα ιεραρχικά επίπεδα της εταιρίας, είναι συνδεδεμένη στενά με την οργανωτική κουλτούρα της εταιρίας και αποσκοπεί στη δημιουργία μιας μακροπρόθεσμα υψηλής αξίας, μέσω της αξιοποίησης επιχειρηματικών ευκαιριών στη **διεθνή αγορά**<sup>48</sup>. Σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό η διεθνής επιχειρηματικότητα διακρίνεται σε τέσσερα βασικά χαρακτηριστικά. Πιο συγκεκριμένα:

- Αναφέρεται σε δραστηριότητες σε όλα τα ιεραρχικά επίπεδα
- Συνδέεται με την οργανωτική κουλτούρα της επιχείρησης
- Συμβάλλει στη δημιουργία μιας υψηλής αξίας σε μακροχρόνια κλίμακα
- Εμπεριέχει την αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών στη διεθνή αγορά.



Η διεθνής επιχειρηματική κουλτούρα<sup>49</sup> αποτελείται από έξι αλληλένδετες διαστάσεις, οι οποίες είναι :1) ο προσανατολισμός στη διεθνή αγορά, 2) η τάση για μάθηση στη διεθνή αγορά, 3) η κλίση για καινοτομία στη διεθνή αγορά, 4) η τάση για ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου στη διεθνή αγορά, 5) η κλίση για συνεργασία στη διεθνή αγορά και 6) η παρακίνηση για διεθνοποίηση.

---

47: [www.el.wikipedia.org](http://www.el.wikipedia.org)

48,49 :[www.eben.gr](http://www.eben.gr)(ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΗΘΙΚΗΣ)

## **17.1 ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**

Τα κίνητρα<sup>50</sup> για διεθνοποίηση είναι πολλά. Ενδεικτικά αναφέρεται η δυνατότητα για απόκτηση νέων μεριδίων αγοράς, η αύξηση των πωλήσεων, η εκμετάλλευση των ευκαιριών από το άνοιγμα στις νέες αγορές, η δημιουργία γοήτρου για τις χώρες που επιλέγουν να διεθνοποιήσουν τις δραστηριότητες τους, η δημιουργία ενός βιώσιμου ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος, η εκμετάλλευση των ευνοϊκών συνθηκών (πολιτικών, επιχειρηματικών, θεσμικών, εργασίας) που επικρατούν στις άλλες χώρες.

## **17.2 ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΕΥΝΟΟΥΝ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**

### **α) Πολιτικοί παράγοντες.**

Οι πολιτικοοικονομικές<sup>51</sup> συμμαχίες μεταξύ πολλών χωρών προωθούν την Διεθνή Επιχειρηματικότητα μέσω ευνοϊκών φορολογικών και τελωνειακών ρυθμίσεων. Είναι περιττό να αναφέρουμε το πόσο ευνόησε την Ελλάδα η ένταξή μας στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Είναι χαρακτηριστικό το παράδειγμα του πρώην γενικού γραμματέα του Κομμουνιστικού Κόμματος της Σοβιετικής Ένωσης, **Μιχαήλ Γκορμπατσόφ, που συμμετείχε σε διαφήμιση για το κατάστημα της αμερικανικής αλυσίδας Pizza Hut στο κέντρο της Μόσχας.**

### **β) Τεχνολογικοί παράγοντες**

Η τεχνολογική πρόοδος σε τομείς όπως οι τηλεπικοινωνίες και το διαδίκτυο έχει διευκολύνει σημαντικά την διεθνή επιχειρηματική δραστηριότητα<sup>52</sup>.

---

50,51: <http://www.hellastat.gr>

(ΕΛΛ.ΕΤΑΙΡΙΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ)

52: <http://www.hellastat.gr>

(ΕΛΛ.ΕΤΑΙΡΙΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ)

Μέσω δορυφορικών εφαρμογών, όπως δορυφορική τηλεόραση και τηλεδιάσκεψη, είναι δυνατή η διαφήμιση σε παγκόσμια κλίμακα, τα επαγγελματικά συμβούλια (meetings) και εν τέλει η γενική διεύθυνση (management) μιας επιχείρησης εξ αποστάσεως! Εξίσου σημαντικές είναι οι διευκολύνσεις που προσφέρει το Διαδίκτυο (Internet). Ακόμα και μια μικρή εταιρεία μπορεί να «ανεβάσει» στο διαδίκτυο την δική της ιστοσελίδα. Το διαδίκτυο έχει περιθωριοποιήσει τις ταχυδρομικές συναλλαγές, αφού το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο (e-mail) είναι πιο γρήγορο, πιο αξιόπιστο και πάμφθινο. Η ευκολία απόκτησης πληροφοριών και σύναψης εμπορικών συμφωνιών μέσω του διαδικτύου είχε σημαντική επίδραση ιδιαίτερα στο διεπιχειρησιακό εμπόριο (Business-To-Business Commerce, B2B). Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η εταιρεία τηλεπικοινωνιακών δικτύων **Cisco Systems, που διενεργεί το 80% των 12 δισεκατομμυρίων δολαρίων πωλήσεων της μέσω του διαδικτύου!**

#### **γ) Η Αγορά.**

Οι εταιρείες βρίσκονται συχνά προ τετελεσμένων γεγονότων, καθώς οι εγχώριες αγορές αλλάζουν εναρμονιζόμενες σε διεθνείς τάσεις, παραλλάσσονται επηρεασμένες από ξένα ήθη που εισχωρούν μέσω του τουρισμού, της τηλεόρασης και του παγκοσμιοποιημένου τρόπου ζωής (μουσική, ντύσιμο, φαγητό κ.α.). Έτσι, για να ανταπεξέλθουν γίνονται πιο εξωστρεφείς και συνάπτουν Διεθνείς Επιχειρηματικές Δραστηριότητες<sup>53</sup>. Στην αναζήτηση νέων πρώτων υλών, τεχνολογιών και παρθένων αγορών, οι εταιρείες επιλέγουν να δραστηριοποιηθούν σε παγκόσμια κλίμακα. Τέλος, η ίδια η αγορά προκαλεί την εισροή ξένων επενδύσεων και ευνοεί τις Δ.Ε.Δ. Αν, μια αυτοκινητοβιομηχανία επεκταθεί σε μια χώρα όπου δεν υπάρχει κατασκευαστής ελαστικών, τότε θα ζητήσει από τον προμηθευτή της να ανοίξει κι αυτός ένα εργοστάσιο στην καινούργια τοποθεσία. Παρατηρούμε δηλαδή ένα ντόμινο διεθνών επενδύσεων.

---

53: <http://www.hellastat.gr> (ΕΛΛ.ΕΤΑΙΡΙΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ)

#### **δ) Το Κόστος**

Οι οικονομίες κλίμακας<sup>54</sup> με στόχο τη μείωση του κόστους μονάδος προϊόντος θα είναι πάντοτε ένα στόχος της επιχείρησης. Ένας από τους τρόπους για την επίτευξή τους είναι η παγκοσμιοποίηση των γραμμών παραγωγής, ώστε να μειωθούν τα κόστη ανάπτυξης, παραγωγής και αποθήκευσης. Επίσης, φθηνά εργατικά χέρια σε ξένες χώρες είναι ένας ακόμα λόγος για την επέκταση (ή και μεταφορά) μιας εταιρείας στο εξωτερικό. Είναι χαρακτηριστικό το παράδειγμα των πολλών ελληνικών Δ.Ε.Δ. στη γειτονική Βουλγαρία για οικονομικούς λόγους.

#### **ε) Ο Ανταγωνισμός**

Ο διεθνής ανταγωνισμός<sup>55</sup> είναι σκληρός και συχνά για να τον αντιμετωπίσει πρέπει να κινηθείς επιθετικά. Παρατηρείται το φαινόμενο μια εταιρεία να δραστηριοποιείται στη χώρα του ανταγωνιστή της για να του αποσπάσει την προσοχή και να τον καθυστερήσει από το να διεισδύσει στη δική της εσωτερική αγορά! Από την άλλη, πολλές εταιρείες συνάπτουν Δ.Ε.Δ. για να προλάβουν τον εγχώριο ανταγωνιστή πριν ο τελευταίος ανοιχτεί σε μια νέα αγορά (π.χ. η Pepsi μπήκε πρώτη στις αγορές της Ρωσίας και Ινδίας). Επίκαιρο παράδειγμα βέβαια αποτελεί ο ανταγωνισμός των **ελληνικών τραπεζών** στις Βαλκανικές χώρες.

#### **στ) Μάρκετινγκ.**

Ένας παράγοντας που οδηγεί μια εταιρεία στις Δ.Ε.Δ είναι και για λόγους marketing<sup>56</sup>. Ο χαρακτηρισμός «διεθνής» προσδίδει στην εταιρεία ένα διαφορετικό ειδικό βάρος, ένα κύρος, μια εικόνα δύναμης, σταθερότητας και ανάπτυξης. Πολλές εταιρείες στη σφραγίδα τους αναφέρουν τις συνεργαζόμενες μαζί τους επιχειρήσεις (affiliates) σε διάφορες γωνιές. Ακόμα κι αν αυτές οι συνεργαζόμενες επιχειρήσεις δεν είναι επικερδείς αποτελούν «κράχτες» για δυνητικούς μεγάλους πελάτες, καθώς οι τελευταίοι, έχοντας ήδη διεθνή δραστηριότητα, προτιμούν συνεργασία με έμπειρες στις Δ.Ε.Δ. εταιρείες.

---

54,55,56: <http://www.hellastat.gr>(ΕΛΛ.ΕΤΑΙΡΙΑ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝ. ΜΕΛΕΤΩΝ)

### **17.3 ΕΜΠΟΔΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΔΙΕΘΝΩΣ**

Σύμφωνα με τους McDougall και Oniatt<sup>56</sup> τα βασικά εμπόδια/ αδυναμίες είναι :

A. Η εκτίμηση ότι σπανίζουν οι επιχειρηματικές ευκαιρίες: Είναι μια αιτία την οποία συχνά επικαλούνται οι Έλληνες επιχειρηματίες, η οποία όμως δεν ανταποκρίνεται πλήρως στη σημερινή επιχειρηματική πραγματικότητα, από τη στιγμή που ο σύγχρονος διεθνής επιχειρηματικός κόσμος είναι γεμάτος ευκαιρίες για ανάπτυξη επιχειρηματικών ιδεών

B. Ο προσανατολισμός των εγχειρημάτων προς την τελική κατανάλωση: Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες που σήμερα ξεκινούν μάλλον αναπαράγουν παρά μεταβάλλουν την τομεακή κατανομή της επιχειρηματικότητας στην ελληνική καινοτομία..

Γ. Ο μεγάλος φόβος της αποτυχίας: Παρά τη μεγάλη τους αυτοπεποίθηση, οι Έλληνες καταλαμβάνουν την πρώτη θέση στην παγκόσμια κατάταξη ως προς το φόβο της αποτυχίας .

Δ. Η αδυναμία του εκπαιδευτικού συστήματος: Η σχέση του εκπαιδευτικού συστήματος με την επιχειρηματικότητα απαιτεί σημαντική βελτίωση σε όλες τις βαθμίδες του. Η παθητική εκμάθηση και η περιορισμένη προσπάθεια για έκφραση μεγαλύτερης δημιουργικότητας, αδυνατίζει την ανάπτυξη δεξιοτήτων που είναι απαραίτητες για την επιχειρηματικότητα. Αλλά και στην τριτοβάθμια εκπαίδευση, οι προσπάθειες εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα είναι ακόμα περιορισμένες.

Ε. Τα γραφειοκρατικά εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι νεοσύστατες επιχειρήσεις αποτελούν βασικό ανασταλτικό παράγοντα στην εκδήλωση επιχειρηματικής δραστηριοποίησης.

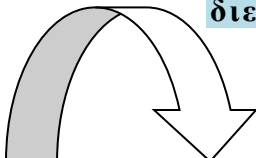
---

56: Θεοδώρου Θ. (2010)\_άρθρο [www.alfavita.gr/13.11.12/](http://www.alfavita.gr/13.11.12/)

## 17.4 ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Τα οφέλη από τη διεθνοποίηση των επιχειρήσεων είναι πολλά και άμεσα συνδεδεμένα μεταξύ τους και με τα κίνητρα που αναπτύχθηκαν παραπάνω<sup>57</sup>. Αυτά μπορούν να συνοψιστούν σε ένα πολύ σημαντικό αποτέλεσμα και αυτό είναι η αύξηση της κερδοφορίας των επιχειρήσεων με διεθνή προσανατολισμό με τρόπους που δεν είναι εφικτοί στις επιχειρήσεις με προσανατολισμό αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά.

Τρία βασικά ερωτήματα πρέπει να διερευνήσει μια επιχείρηση στην προσπάθεια της να εκτιμήσει κατά πόσο αξίζει να διεθνοποιηθεί<sup>58</sup>:



-Ποιοι είναι οι κύριοι παραγωγικοί συντελεστές που απαιτεί η παραγωγή του προϊόντος και πού είναι αυτοί διαθέσιμοι;

-Σε ποιο βαθμό στηρίζεται το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της επιχείρησης σε συγκεκριμένους συντελεστές; Μπορούν αυτοί να μεταφερθούν;

-Μπορεί το προϊόν να μεταφερθεί με χαμηλό κόστος; Αν όχι ή αν υπάρχουν περιορισμοί στο εμπόριο, τότε η παραγωγή πρέπει να βρίσκεται κοντά στην αγορά;

Επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε χώρες όπου η εγχώρια αγορά είναι μικρή ή κορεσμένη μπορούν να επιτύχουν οικονομίες κλίμακας στην παραγωγή διευρύνοντας το πεδίο των δραστηριοτήτων τους, ώστε να συμπεριλάβουν διεθνείς αγορές. Με τον τρόπο αυτό πετυχαίνουν αυξημένο μερίδιο αγοράς το οποίο συνοδεύεται από οικονομίες κλίμακας που αφορούν τόσο το μέγεθος της παραγωγής, όσο τον τόπο της παραγωγής, την εμπειρία και τη γνώση σχετικά με το προϊόν.

---

57,58:Κεσίδου Έφη\_άρθρο [www.tovima.gr](http://www.tovima.gr)\_13/02/2012

Όσο αυξάνει το μέγεθος της παραγωγής η επιχείρηση είναι σε θέση να μοιράζει τα σταθερά κόστη και έτσι αυξάνει το περιθώριο κέρδους της ανά μονάδα προϊόντος<sup>59</sup>.

Συγχρόνως, ο αυξανόμενος όγκος παραγωγής συνεπάγεται μεγαλύτερη εμπειρία σχετικά με το προϊόν (εκμετάλλευση της καμπύλης εμπειρίας). Όσο μεγαλύτερη είναι η ποσότητα που παράγει μια επιχείρηση, τόσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των καταναλωτών που πιθανώς θα προβούν σε παρατηρήσεις και επομένως τόσο περισσότερες είναι οι ευκαιρίες που δίνονται για βελτίωση και εξέλιξη του προϊόντος<sup>60</sup>.

Οι εταιρίες μπορούν να μεταφέρουν την παραγωγή τους από μια περιοχή σε μια άλλη, προκειμένου να βρίσκονται κοντά στην αγορά στην οποία στοχεύουν, αν το κόστος μεταφοράς είναι σημαντικό ώστε να εξασφαλίζουν μέγιστο ανά μονάδα κέρδος<sup>61</sup>. Η τοποθέτηση μιας οικονομικής δραστηριότητας στην άριστη περιοχή μπορεί είτε να μειώσει το κόστος δημιουργίας αξίας μειώνοντας το κόστος της επιχείρησης είτε να δώσει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να διαφοροποιήσει το προϊόν της και να χρεώσει πιο ανταγωνιστική τιμή.

Μια επιχείρηση που έχει μικρό ανταγωνισμό στην εγχώρια αγορά είναι σε θέση να χρησιμοποιήσει το εγχώριο αυξημένο περιθώριο κέρδους της ώστε να ενισχύσει τις λειτουργίες της διεθνώς<sup>62</sup>. Με αυτόν τον τρόπο μπορεί να μειώσει τα περιθώρια κέρδους των διεθνών ανταγωνιστών ελπίζοντας ότι έτσι θα αποτρέψει την αντεπίθεση τους στο δικό της μερίδιο στην εθνική αγορά.

Συγχρόνως, μια επιχείρηση που έχει κατορθώσει να αναπτύξει ιδιαίτερες ικανότητες στην εθνική αγορά μπορεί να τις εκμεταλλευτεί, ώστε να εδραιώσει μια διεθνή ανταγωνιστική θέση. Τέτοιες ικανότητες μπορούν να μεταφραστούν σε ένα \ ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα επιτρέποντας στην εταιρία να μειώσει το κόστος ή να διαφοροποιήσει το προϊόν<sup>63</sup>.

---

59,60,61: [www.investinggreece.gov.gr](http://www.investinggreece.gov.gr)(ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ)

62,63: [www.investinggreece.gov.gr](http://www.investinggreece.gov.gr)(ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ)





## **18.ΘΕΩΡΗΤΙΚΑ ΜΟΝΤΕΛΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται τα θεωρητικά μοντέλα, οι μορφές και οι στρατηγικές ανάπτυξης της διεθνούς επιχειρηματικότητας.

### **Α)Θεωρία των σταδίων (stages strategy)<sup>64</sup> :**

Πρόκειται για την πλέον διαδοσμένη θεωρητική προσέγγιση, η οποία διαχωρίζει κάθε προσπάθεια επέκτασης της δράσης μιας επιχείρησης σε στάδια. Το βασικό κριτήριο που χρησιμοποιείται κατά την προσέγγιση αυτή είναι ο βαθμός δέσμευσης της επιχείρησης. Είναι λογικό ότι η επιχείρηση μαθαίνει όσο αυξάνει η εμπειρία της από τις διεθνείς αγορές, με αποτέλεσμα ένα σταδιακά αυξανόμενο βαθμό διεύθυνσης. Με το πέρασμα, όμως, του χρόνου, η επιχείρηση μαθαίνει τους μηχανισμούς και τους τρόπους λειτουργίας των διεθνών αγορών και πάντοτε, φυσικά, ανάλογα με την ωριμότητα και τις προθέσεις της, αντικαθιστά τη μηδενική αυτή πλατφόρμα δέσμευσης με μια περισσότερο αυξημένη, που μπορεί να πάρει τη μορφή αντιπροσώπευσης της επιχείρησης από κάποια άλλη εγχώρια.

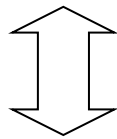
Είναι πλέον φανερή η μετάβαση της επιχείρησης σε ένα δεύτερο στάδιο, με ένα σχετικό βαθμό δέσμευσης, αλλά χωρίς καμία φυσική ή νομική παρουσία της επιχείρησης έξω από τη χώρα όπου εδρεύει το κέντρο των δραστηριοτήτων της. Το τρίτο στάδιο χαρακτηρίζεται από την παρουσία της επιχείρησης πλέον στα δρώμενα. Μπορεί, μάλιστα, να πάρει τη μορφή συνεργασιών, παραγωγής κατόπιν άδειας licensing, δικαιόχρησης (franchising), κοινοπραξιών (joint-ventures), στρατηγικών συμμαχιών ή ίδρυσης θυγατρικών επιχειρήσεων.

### **Β) Μοντέλο διεθνοποίησης της Ουψάλας<sup>65</sup>:**

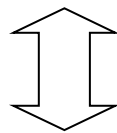
Πρόκειται για ένα μοντέλο που το εννοιολογικό του πλαίσιο στηρίζεται στη θεωρία συμπεριφοράς και ανάπτυξης της επιχείρησης.

Σύμφωνα με αυτό διακρίνονται τέσσερις φάσεις διεθνοποίησης:

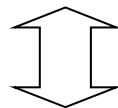
**Η ασθενής εξαγωγική δραστηριότητα**



**Η μόνιμη εξαγωγική δραστηριότητα μέσω αντιπροσώπου**



**Οι εξαγωγές μέσω υποκαταστήματος σε ξένη χώρα**



**Η παραγωγή στην ξένη χώρα**

### **Γ) Θεωρία της ολιγοπωλιακής αντίδρασης<sup>66</sup> :**

Η θεωρία αυτή υποστηρίζει ότι οι επιχειρήσεις ευθυγραμμίζονται με τη δραστηριότητα των ηγετικών επιχειρήσεων του κλάδου και συνήθως, μιμούνται τη στρατηγική τους στην προσπάθεια τους να διεισδύσουν στη διεθνή αγορά. Έτσι, οι επιχειρήσεις θέλουν να είναι όμοιες με τις υπόλοιπες του κλάδου για να μειώσουν το ρίσκο. Προσβλέπουν ότι θα κερδίσουν από τη διεθνοποίηση αν κερδίσουν και οι υπόλοιποι και αντίστροφα.

### **Δ) Θεωρία του εκλεκτικού υποδείγματος<sup>67</sup>:**

Η θεωρία αυτή αναπτύχθηκε από τον Dunning. Αυτή τη στιγμή είναι ίσως η πλέον αποδεκτή θεωρία διεθνοποίησης της στρατηγικής των επιχειρήσεων.

Το μοντέλο του εκλεκτικού υποδείγματος επιχειρεί να εξηγήσει τη διαδικασία διείσδυσης της επιχείρησης στις διεθνείς αγορές μέχρι την πλήρη παραγωγή σε χώρα του εξωτερικού.

**Διακρίνει τρεις κατηγορίες πλεονεκτημάτων που προκύπτουν από τη διεθνοποίηση:**

1. Πλεονέκτημα Ιδιοκτησίας (Ownership): πλεονεκτήματα που αναφέρονται στην ιδιοκτησία (π.χ. κατοχή υψηλής τεχνολογίας ή τεχνογνωσίας)

2. Πλεονέκτημα Τόπου- Εγκατάστασης (Location): Πλεονεκτήματα του τόπου εγκατάστασης (π.χ. χαμηλό κόστος εργασίας σε μια χώρα)

3. Πλεονεκτήματα Εσωτερίκευσης (Internalization): Πλεονεκτήματα που αναφέρονται σε εσωτερικότητες, δηλαδή σε περιπτώσεις όπου μια πολυεθνική επιχείρηση μεταφέρει τεχνολογία σε μονάδες της σε άλλες χώρες και δεν την εκμεταλλεύεται πουλώντας την σε άλλη επιχείρηση του εξωτερικού (π.χ. μεταφορά του συστήματος παραγωγής). Το μοντέλο προβλέπει ότι η δραστηριότητα της πολυεθνικής επιχείρησης θα επικεντρωθεί στη χώρα με τον καλύτερο δυνατό συνδυασμό αυτών των τριών κατηγοριών πλεονεκτημάτων.

---

64,65,66,67:www.akep.gr(ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ)



## 19.ΔΕΙΚΤΕΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Υπάρχουν κάποιοι δείκτες<sup>68</sup> με τους οποίους θα μπορούσε να μετρηθεί το πού και πόσο γρήγορα οι Δ.Ε.Δ. έχουν αυξηθεί.

Ο δείκτης **FDI (Foreign Direct Investment – Άμεσες Ξένες Επενδύσεις ή Α.Ξ.Ε.)** αναφέρεται στις άμεσες επενδύσεις σε εξοπλισμό, υποδομές και επιχειρήσεις σε μια ξένη χώρα, σε τέτοιο βαθμό ώστε να είναι δυνατό να έχει ο επενδυτής επαρκή διευθυντικό έλεγχο. Η απλή εξαγορά μετοχών σε ξένα χρηματιστήρια (portfolio investment) δεν συμπεριλαμβάνεται στο δείκτη.

Ένας ακόμα δείκτης είναι οι **Εξαγωγές**. Οι εξαγωγές αναφέρονται στη μεταφορά οποιουδήποτε εγχώριου προϊόντος ή υπηρεσίας σε κάποια ξένη χώρα.

Κλείνοντας, θα αναφερθούμε σε έναν ακόμη δείκτη, τον Δείκτη Παγκοσμιοποίησης του Ινστιτούτου **Konjunkturforschungsstelle (KOF)**. Ο δείκτης αυτός αναφέρεται στο γενικό βαθμό παγκοσμιοποίησης που βρίσκεται μια χώρα λαμβάνοντας υπόψη οικονομικούς, κοινωνικούς και πολιτικούς παράγοντες.

---

68: [www.hellastat.gr](http://www.hellastat.gr)

## 20.ΜΟΡΦΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η εμπειρική έρευνα υποστηρίζει ότι, καθώς μεγαλώνει η εμπειρία και γνώση της επιχείρησης σχετικά με τις διεθνείς αγορές, αλλάζει και ο τρόπος που δραστηριοποιείται σε αυτές. Την αλλαγή αυτή σηματοδοτεί η αύξηση της δέσμευσης της επιχείρησης στις αγορές. Έτσι, **ενώ ξεκινά τις δραστηριότητες της με εξαγωγές, καθώς αυξάνει η γνώση και η εμπειρία της, προχωρά σε υποκατάστημα για να καταλήξει σε παραγωγή στην άλλη χώρα.**

Πολλές φορές, βέβαια, η μορφή διεθνοποίησης που θα ακολουθήσει η επιχείρηση επιβάλλεται από τις συνθήκες που επικρατούν σε σχέση με το προϊόν που ενδιαφέρεται να εξαγάγει και τη χώρα στην οποία στοχεύει. **Με άλλα λόγια, αν το κόστος μεταφοράς ή οι δασμοί που επιβάλλονται από τη χώρα - στόχο είναι απαγορευτικοί, τότε είναι πιθανό να αποφύγει τις εξαγωγές και να επιδιώξει άλλες μορφές διεθνοποίησης που θα την απαλλάξουν από τα υψηλά κόστη<sup>69</sup>.**

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι εισόδου στη διεθνή αγορά. Οι επιχειρήσεις **συνήθως προτιμούν στα πρώτα τους βήματα τις εξαγωγές και στη συνέχεια μόνο προχωρούν σε πιο ολοκληρωμένες μορφές διεθνοποίησης. Επίσης προσεγγίζουν αρχικά τις αγορές που ταιριάζουν περισσότερο στις παραδοσιακές τους αγορές<sup>70</sup>.**

Όμως, δεν είναι μόνο οι μορφές διεθνοποίησης που αλλάζουν, καθώς οι εταιρίες αποκτούν εμπειρία για τη διεθνή αγορά, αλλά και τα εμπορεύματα.

Έτσι, έχει παρατηρηθεί ότι οι επιχειρήσεις αρχίζουν την εξαγωγική τους δράση **με προϊόντα, για να προχωρήσουν σε υπηρεσίες, συστήματα και τέλος σε τεχνογνωσία.**

Αξίζει, να σημειωθεί ότι η διαδικασία διεθνοποίησης δεν ακολουθεί πάντα κάποια συγκεκριμένα βήματα.

---

69,70:Μπουρλετίδης Κ.\_blog-post(2012)

**Η εξέλιξη της εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, πολιτικούς, κοινωνικούς, οικονομικούς, εθνικούς. Εξαρτάται ακόμα από τα χαρακτηριστικά των ανώτατων στελεχών της επιχείρησης και τα μακροχρόνια οράματα τους<sup>71</sup>.**

Τέλος, έχει υποστηριχθεί ότι οι αρχικού τύπου μορφές διεθνοποίησης είναι προτιμότερες, προκειμένου να μη γίνεται διαφυγή θέσεων εργασίας στο εξωτερικό και να μην περιορίζονται οι εθνικές εξαγωγές. **Όμως, οι εξαγωγικές μορφές μπορούν να συνεισφέρουν στην ανάπτυξη μιας εταιρίας μόνο ως ένα βαθμό και συχνά δεν εξυπηρετούν τους μακροχρόνιους στόχους της<sup>72</sup>.**

Επίσης, επειδή η μητρική εταιρία σχεδόν πάντα εξάγει μέρη ή τεχνογνωσία προς τη θυγατρική, το εθνικό εμπόριο δεν περιορίζεται.

Εκτός, όμως, από τα παραπάνω δε θα πρέπει να ξεχνάμε ότι η οικονομική παρουσία και δράση μιας χώρας στο εξωτερικό είναι ο ισχυρότερος πρεσβευτής της και μπορεί να της εξασφαλίσει όχι μόνο χρηματικά οφέλη αλλά πιθανότατα και **πολιτικά και άλλα οφέλη, τα οποία επίσης είναι πολύ σημαντικά<sup>73</sup>.**

---

71,72,73: 69,70:Μπουρλετίδης Κ.\_blog-post(2012)

## 20.1 ΜΟΡΦΕΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΟΥ ΤΥΠΟΥ

### **Α) Άμεση Εξαγωγική Δράση**<sup>74</sup>

Στην άμεση εξαγωγική δραστηριότητα η επιχείρηση εξάγει τα παραγόμενα στη μητρική χώρα προϊόντα, στη χώρα - στόχο, χωρίς διαμεσολάβηση τρίτων και χωρίς να είναι απαραίτητο να εγκαταστήσει παραγωγικές ή άλλου είδους λειτουργίες σε αυτή.

### **Β) Παραγωγή κατά παραγγελία**<sup>75</sup>

Η επιχείρηση περιμένει από τους πελάτες της μια παραγγελία και μόνο τότε προβαίνει στην παραγωγή.

### **Γ) Εξαγωγές με διαμεσολαβητές**<sup>76</sup>

Οι εταιρίες αυτές μπορεί να εκτελούν υπηρεσίες πρακτόρευσης ή να αποκτούν ιδιοκτησία επί του προϊόντος.

### **Δ) Παράγωγη κατόπιν αδείας**<sup>77</sup>

Ο αδειούχος παραχωρεί το δικαίωμα στον αδειολήπτη να παράγει και να διακινεί κάποιο προϊόν του πρώτου με αντάλλαγμα συνήθως κάποια αμοιβή με τη μορφή ποσοστού επί της τιμής ανά μονάδα προϊόντος.

### **Ε) Παροχή Τεχνογνωσίας**<sup>78</sup>

Αφορά στην μεταφορά τεχνογνωσίας από την επιχείρηση σε μια άλλη έναντι αμοιβής. Ο δικαιοδόχος (franchisee) είναι υποχρεωμένος να διεξάγει τις επιχειρηματικές δραστηριότητες που του παραχωρεί ο δικαιοπάροχος (franchiser) με συγκεκριμένο τρόπο.

---

74-79: Storey D. et all (2011)

## 20.2 ΜΟΡΦΕΣ ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΙΟ ΠΡΟΧΩΡΗΜΕΝΕΣ

### Άμεση Επένδυση στο Εξωτερικό <sup>80</sup>

Οι άμεσες ξένες επενδύσεις διακρίνονται στις παρακάτω κατηγορίες:

- α) **Πλήρης Ιδιοκτησία** : Έχει το πλεονέκτημα ότι επιτρέπει τον πλήρη έλεγχο της παραγωγικής διαδικασίας από την εταιρεία. Συγχρόνως, εάν είναι επιτυχής, είναι και η πλέον επικερδής λύση. Όμως είναι πολυδάπανη, αφού απαιτείται η εγκατάσταση ολόκληρης της παραγωγικής διαδικασίας στην ξένη χώρα.
- β) **Κοινοπραξίες** : Πρόκειται για συμφωνία μεταξύ διεθνών εταιριών, σύμφωνα με την οποία καθεμιά παραχωρεί κάποιους παραγωγικούς συντελεστές και σχηματίζουν μια συμμαχία στην οποία οι εταίροι μοιράζονται, όχι απαραίτητα σε ίση βάση, τα περιουσιακά στοιχεία.
- γ) **Στρατηγικές Συμμαχίες**: Πρόκειται για ένα είδος κοινοπραξίας, με τη συνεργασία όμως να αφορά πιο στρατηγικούς και μακροπρόθεσμους στόχους.
- δ) **Εξαγορές** : Συχνά προσφέρει τον πιο γρήγορο τρόπο εισόδου & μάλιστα, συνήθως, σε συγκριτικά μεγαλύτερο κομμάτι της αγοράς σε σχέση με τις εναλλακτικές λύσεις που αναφέραμε.
- ε) **Συμβόλαια Μάνατζμεντ** : Μια επιχείρηση-προμηθευτής προσφέρει ένα πακέτο δεξιοτήτων σε μια επιχείρηση-πελάτη. Αυτό γίνεται μέσω της απόσπασης στελεχών της επιχείρησης-προμηθευτή στην επιχείρηση-πελάτη. Τα στελέχη αυτά δρουν ως εκπαιδευτές στον οργανισμό που αποσπώνται.

---

80: Storey D. et all (2011)



## 21. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

### A) Διεθνής ανταγωνιστική στρατηγική <sup>81</sup>

Οι εταιρίες αυτές προσπαθούν να δημιουργήσουν αξία μεταφέροντας ικανότητες και προϊόντα στις ξένες αγορές, τέτοια που οι ξένοι ανταγωνιστές δε διαθέτουν. Ο Michael Porter αναφέρει τέσσερις βασικούς παράγοντες που συμβάλλουν στη δημιουργία πλεονεκτήματος για μια επιχείρηση :

α)Τους συντελεστές παραγωγής

β)Την εγχώρια ζήτηση

γ)Τις σχετιζόμενες και υποστηρικτικές βιομηχανίες

δ)Τη στρατηγική των επιχειρήσεων και τον εγχώριο ανταγωνισμό

Κυριότερες διεθνείς ανταγωνιστικές στρατηγικές
➤ Διεθνής στρατηγική χαμηλού κόστους
➤ Διεθνής στρατηγική διαφοροποίησης
➤ Διεθνής στρατηγική εστίασης
➤ Διεθνής στρατηγική ταυτόχρονης επίτευξης ηγεσίας κόστους και διαφοροποίησης

---

81:Λιαργκόβας Π (2007) ,σελ.56-57

## **B) Εταιρική στρατηγική διεθνοποίησης <sup>82</sup>**

Εφαρμόζεται όταν η επιχείρηση δραστηριοποιείται σε πολλά προϊόντα και χώρες.

<b>Κατηγορίες εταιρικών στρατηγικών διεθνοποίησης</b>
Πολυτοπική στρατηγική (Multidomestic strategy): Στόχος της επιχείρησης είναι η ανταπόκριση στις τοπικές ανάγκες και δίνεται έμφαση στον ανταγωνισμό μέσα σε κάθε χώρα και όχι διεθνώς
Παγκόσμια στρατηγική (Global strategy): Στόχοι της επιχείρησης είναι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα κόστους, η συγκέντρωση της παραγωγής σε μία ή σε λίγες άριστες περιοχές και η μαζική παραγωγή χωρίς να διαφοροποιεί το προϊόν της.
Διεθνική στρατηγική (Transnational strategy): είναι εκείνη που επιδιώκει να συνδυάσει το χαμηλό κόστος με τη διαφοροποίηση του προϊόντος σύμφωνα με τις ανάγκες του καταναλωτή. Μάλιστα η διεθνική στρατηγική, εάν είναι επιτυχής, μπορεί να οδηγήσει σε συγκριτικό πλεονέκτημα που είναι ιδιαίτερα δύσκολο να αντιγράψουν οι ανταγωνιστές.

**ΜΕΡΟΣ Δ΄**

**ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ  
ΥΙΟΘΕΤΗΣΗ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ**

**&**

**ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΩΝ**

## **22. ΠΩΣ ΣΥΝΔΕΕΤΑΙ Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΜΕ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΩΝ & ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ**

**Οι δυο έννοιες είναι έντονα συνυφασμένες.** Στα πλαίσια της διεθνούς επιχειρηματικότητας, η κλίση για καινοτομία μπορεί να συμβάλλει στη βελτίωση της επίδοσης της επιχείρησης και στη δημιουργία συγκριτικού πλεονεκτήματος έναντι των ανταγωνιστών της στο διεθνές περιβάλλον.

Η περίπτωση των μεγάλων εταιρειών όπως π.χ. της **coca-cola και της microsoft**, καταδεικνύει ότι την ηγεμονία τους στην παγκόσμια αγορά και την συμβολή τους στην ανάπτυξη την πέτυχαν χάριν στις νέες καινοτομικές μεθόδους. Αντιθέτως άλλοτε κυριαρχούσες εταιρείες συρρικνώνονται επειδή οι μέθοδοι παραγωγής δεν στηρίχθηκαν σε καινοτομικές ιδέες, π.χ. οι kodak, η ford, κ.α.

**Οι υψηλοί ρυθμοί δημιουργίας νέων καινοτομικών επιχειρήσεων συνδέονται με υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης.**

Τα πλεονεκτήματα <sup>83</sup> από τη δημιουργία των νέων καινοτομικών επιχειρήσεων γίνονται ορατά πρώτα στις τοπικές και περιφερειακές οικονομίες. Οι μεγάλες καινοτόμες επιχειρήσεις συμβάλλουν στην αύξηση της απασχόλησης ανάλογα με τη δομή κάθε περιοχής.

Η κλίση για καινοτομία στην διεθνή αγορά αναφέρεται στην τάση της εταιρίας<sup>84</sup>:

**α) να προωθεί και να υιοθετεί νέες και πρωτοποριακές ιδέες, προϊόντα και υπηρεσίες που αποβλέπουν στην καλύτερη εξυπηρέτηση της διεθνούς αγοράς.**

**β) να αναπτύσσει και να υλοποιεί ριζοσπαστικές ιδέες.**

**γ) να έχει την σχετική οργανωτική κουλτούρα.**

83: Καραγιάννης Η.(2010),σελ.15

84: White M. et Garry Br.(2010),σελ.74

### **23. Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΗΝ Ε.Ε. ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Σύμφωνα με τον πίνακα επιδόσεων του 2012 της **Ευρωπαϊκής Επιτροπής** σχετικά με την εφαρμογή καινοτομιών οι χώρες της Ε.Ε κατατάσσονται στις παρακάτω κατηγορίες: <sup>85</sup>

**Α'ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ:** Πρωτοπόροι στην καινοτομία είναι, σύμφωνα με την Επιτροπή, η Σουηδία, η Γερμανία, η Δανία και η Φιλανδία.

**Β'ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ:** Χώρες με καλές επιδόσεις καινοτομίας είναι η Ολλανδία, το Λουξεμβούργο, το Βέλγιο, η Μεγάλη Βρετανία, η Αυστρία, η Ιρλανδία, η Γαλλία, η Σλοβενία, η Κύπρος και η Εσθονία.

**Γ'ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ:** Χώρες με μέτριες επιδόσεις είναι η **Ελλάδα**, Ιταλία, την Ισπανία, την Πορτογαλία, την Τσεχία, τη Σλοβακία, την Ουγγαρία, τη Μάλτα και τη Λιθουανία.

**Δ'ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ:** Χώρες με χαμηλές επιδόσεις καινοτομίας είναι η Πολωνία, η Λετονία, η Ρουμανία και η Βουλγαρία.

**Η Επιτροπή αναφέρει ότι ο πίνακας επιδόσεων για το 2013 δείχνει μια πιο καινοτόμο ΕΕ, αλλά το χάσμα μεταξύ των χωρών διευρύνεται.** Παράγοντες ανάπτυξης της καινοτομίας στην ΕΕ αποτελούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις και η εμπορική εκμετάλλευση των καινοτομιών, καθώς και τα άριστα ερευνητικά συστήματα. **Ωστόσο, η μείωση των επενδύσεων των επιχειρήσεων και των επενδύσεων σε κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου, κατά τα έτη 2008- 2012, επηρέασε αρνητικά τις επιδόσεις στον τομέα της καινοτομίας, καταλήγει η Επιτροπή.** Σε ότι αφορά τη σύγκριση μεταξύ **ΗΠΑ και ΕΕ**, οι ΗΠΑ προηγούνται με σημαντική διαφορά, η οποία σταδιακά μειώνεται κατά την τελευταία πενταετία, ιδιαίτερα στους τομείς των επενδύσεων στις Τεχνολογίες Πληροφορίας & Επικοινωνιών, στη διεύθυνση τευρυζωνικότητας, στα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών αρχικού σταδίου & στις διεθνείς ευρεσιτεχνίες. Η ΕΕ μειώνει συνεχώς τη διαφορά που τη χωρίζει και από την **Ιαπωνία**, κυρίως στους αποφοίτους επιστήμονες και μηχανικούς και στη διεύθυνση της ευρυζωνικότητας.

---

85: [http://www.enikos.gr/economy/131788,EE:Metria\\_sthn\\_kainotomia\\_h\\_Ellada.html/26/03/2013](http://www.enikos.gr/economy/131788,EE:Metria_sthn_kainotomia_h_Ellada.html/26/03/2013)

### **ΨΗΦΙΑΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ:**

**Για το 2013, χώρες με υψηλές επιδόσεις στην ψηφιακή οικονομία μετρούν απώλειες, δείγμα της ύφεσης, που πλήττει μέρος των οικονομιών παγκοσμίως.**

Στην **64η** θέση, μεταξύ 144 χωρών, βρίσκεται η Ελλάδα στην κατάταξη της ετήσιας μελέτης “The Global Information Technology Report 2013” του World Economic Forum, που αναφέρεται στη χρήση των νέων τεχνολογιών

Η βαθμολογία, που απέσπασε η χώρα μας, σύμφωνα με την εν λόγω μελέτη, ήταν 3,9 και η πτώση στις ετήσιες επιδόσεις της στην ψηφιακή οικονομία αντιστοιχεί σε 5 θέσεις, μιας και το 2012 κατείχε την 59η θέση μεταξύ 142 χωρών<sup>86</sup>

**Διαχρονικά, από το 2006- 2007, οπότε η Ελλάδα είχε βρεθεί στην 48η θέση μεταξύ 144 χωρών, η πορεία της ελληνικής ψηφιακής οικονομίας είναι πτωτική. Το 2010- 2011, η Ελλάδα βρέθηκε στην 64η θέση, ανέβηκε το 2012 στην 59η και για το 2013 κατατάσσεται ξανά στην 64η θέση, αδυνατώντας να διατηρήσει το πλεονέκτημα της ανόδου της προηγούμενης χρονιάς<sup>87</sup>.**

Αυτές οι αυξομειώσεις της κατάταξης της Ελλάδας, όσον αφορά τις επιδόσεις της στην ψηφιακή οικονομία, δείχνουν αρρυθμία στην υιοθέτηση καινοτομιών και μεταρρυθμίσεων με τη βοήθεια των νέων τεχνολογιών. Ωστόσο, οι αναλυτές του World Economic Forum δεν κρύβουν την αισιοδοξία τους ότι οι συνθήκες είναι καλύτερες, σε σύγκριση με την προηγούμενη οικονομική χρήση, όπου το κύμα της κρίσης ήταν σφοδρό, σαρώνοντας στο πέρασμά του θέσεις εργασίας, χρηματοοικονομική σταθερότητα και προοπτική, ειδικά για τη νέα γενιά<sup>88</sup>

---

86,87,88: <http://www.enikos.gr/economy/131788>,

EE:Metria\_sthn\_kainotomia\_h\_Ellada.html/26/03/2013

## Η Καινοτομία στην Ελλάδα:

### Συγκριτική ανάλυση με τις νότιες και βόρειες ευρωπαϊκές χώρες<sup>89</sup>

Είναι κοινά αποδεκτό πλέον ότι το ελληνικό σύστημα καινοτομίας δεν έχει αποδώσει τα αναμενόμενα αποτελέσματα και η Ελλάδα εξακολουθεί να παραμένει στις χαμηλότερες θέσεις στον ευρωπαϊκό δείκτη καινοτομίας.

Οι κοινοτικές έρευνες για την καινοτομία «αποκρύπτουν» την μεγαλύτερη αδυναμία του ελληνικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος και κατ'επέκταση του εθνικού συστήματος καινοτομίας.

Η δομή του ιδιωτικού τομέα και συγκεκριμένα η κυριαρχία των πολύ μικρών επιχειρήσεων αποτελεί τροχοπέδη για την καινοτομική ανάπτυξη της χώρας μας. Με δεδομένο ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις καινοτομούν περισσότερο και είναι πιο αποδοτικές στην καινοτομία, **η Ελλάδα αντιμετωπίζει ένα μεγάλο πρόβλημα δομικής φύσεως στην οικονομία της.**

Οι κοινοτικές έρευνες για την καινοτομία δεν εμφανίζουν τις επιδόσεις του 98%, περίπου, του συνόλου των ελληνικών επιχειρήσεων με αποτέλεσμα τα συμπεράσματα για τις ελληνικές επιχειρήσεις να μην είναι αξιόπιστα.

Οι πολύ μικρές επιχειρήσεις στη χώρα μας μπορεί να διακρίνονται από την ευελιξία τους εξαιτίας του μεγέθους τους, αλλά είναι εξαιρετικά αμφίβολο αν καινοτομούν και αν συμβάλλουν στην τόνωση της ζήτησης για καινοτομία.

---

89:<http://www.indepanalysis.gr/?q=node/1024>

Ημερομηνία Συγγραφής: 27/07/2010 Σε συνεργασία με τον κ. Χριστόπουλο Αλέξανδρο

Για το έτος 2010 από το 2,2% των μικρών ελληνικών επιχειρήσεων το 37,33% από αυτές παρουσίασαν καινοτομική δραστηριότητα ενώ για το 97,4% (0-9 απασχολούμενοι) παρότι δεν υπάρχουν επίσημα στοιχεία θεωρούμε ότι το αντίστοιχο ποσοστό θα είναι αρκετά μικρότερο αφού οι μικρότερες επιχειρήσεις καινοτομούν και αποδίδουν λιγότερο.

**Σε απόλυτους όρους ο επιχειρηματικός τομέας αποτελείται από επιχειρήσεις δυο ταχυτήτων: τις ελάχιστες μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις που παραμένουν ανταγωνιστικές και καινοτομούν σε ιδιαίτερα ικανοποιητικό βαθμό αυξάνοντας την ανταγωνιστικότητά τους και τη συντριπτική πλειοψηφία των πολύ μικρών επιχειρήσεων με την παραδοσιακή οργανωτική δομή που ακόμα και αν καινοτομούν, οι πόροι που δαπανώνται και τα οφέλη είναι αμελητέα συγκριτικά με αυτά των μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων.**

Οι πλέον καινοτόμες επιχειρήσεις δυστυχώς συμμετέχουν ελάχιστα στη συνολική προστιθέμενη αξία με φυσικό επακόλουθο τα οφέλη από την καινοτομική τους δραστηριότητα να περιορίζονται σημαντικά και η διάχυση της γνώσης μεταξύ των κλάδων της οικονομικής δραστηριότητας να είναι ελάχιστη έως μηδενική. Επίσης παρατηρούνται τα αρχικά σημάδια «κορεσμού» αφού τα ποσοστά των επιχειρήσεων για όλες τις δραστηριότητες για καινοτομία παρουσιάζουν πτωτικές τάσεις, εκτός της αγοράς εξωτερικής γνώσεως και άλλων προετοιμασιών, γεγονός που μαρτυρά την κατεύθυνση των ελληνικών επιχειρήσεων για υιοθέτηση έτοιμης γνώσης παρά τη δημιουργία της.

**Η ζήτηση για καινοτομία στη χώρα μας συντηρείται κυρίως από τους εξωτερικούς πόρους (κυρίως Ευρωπαϊκή Ένωση) και την κεντρική κυβέρνηση με ελάχιστη συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα. Αντίθετα στις ηγέτιδες χώρες όπως είδαμε στη σχετική ενότητα συμβαίνει η ακριβώς αντίθετη κατάσταση, δηλαδή ο επιχειρηματικός τομέας είναι αυτός που κατέχει το μεγαλύτερο ποσοστό συμμετοχής και οι εξωτερικοί - δημόσιοι πόροι κατέχουν συμπληρωματικά ποσοστά υποβοηθώντας ουσιαστικά στη ζήτηση για καινοτομία.**



Συνοπολογίζοντας ορισμένους βασικούς δείκτες-οδηγούς για την καινοτομία όπως τη συμμετοχή στη δια βίου μάθηση, την ποιότητα του εκπαιδευτικού συστήματος, τις συνεργασίες, τη στάση για την καινοτομία στους οποίους η Ελλάδα κατέχει εξίσου χαμηλές επιδόσεις, καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι το τρέχον εθνικό σύστημα καινοτομίας είναι αναποτελεσματικό καθώς δεν έχουν ληφθεί σοβαρά υπόψη τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά του ελληνικού οικονομικού συστήματος και κυρίως η κυριαρχία των πολύ μικρών επιχειρήσεων.



---

89:<http://www.indeepanalysis.gr/?q=node/1024>

Ημερομηνία Συγγραφής: 27/07/2010 Σε συνεργασία με τον κ. Χριστόπουλο Αλέξανδρο

**ΜΕΡΟΣ Ε΄**

**ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ  
ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ  
ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ  
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

## 24. ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ

### ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ

#### ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Αρκετοί αναλύτες θεωρούν ότι αν το 2013 η χώρα ξεπερνάει το μέγιστο σημείο ύφεσης τότε οι επιχειρήσεις που θέλουν να επενδύσουν πρέπει να το εκμεταλευτούν. Αλλά και από την πλευρά του κράτους η ύφεση και ανεργία μπορούν να αντιμετωπισθούν μόνο μέσα από την στροφή στην ανταγωνιστικότητα. Αυτό βέβαια προϋποθέτει ρευστότητα και αύξηση της επιχειρηματικότητας<sup>90</sup>.

Η ρευστότητα είναι η κινητήρια δύναμη της οικονομίας<sup>91</sup>. Αυτή μπορεί να επιτευχθεί πρώτον με την ανακεφαλαιοποίηση του τραπεζικού μας συστήματος, που με την ολοκλήρωσή της, της ανακεφαλαιοποίησης, θα εξασφαλιστεί η βιωσιμότητα των τραπεζών και δεύτερον, με την εμπιστοσύνη που αποκαθίσταται και μεγαλώνει το ρεύμα επιστροφής των καταθέσεων στις ελληνικές τράπεζες. Τα τελευταία στοιχεία (Απρίλιος 2013) δείχνουν ότι είμαστε γύρω στα 135 δις., καταθέσεων πλησιάζουμε τα 170. Και, τρίτον, ρευστότητα με το να ξεχρεώσει το Κράτος εκείνα τα οποία οφείλει προς τους πολίτες του. Είναι αυτά που λέμε – “arrears” στη γλώσσα της Ευρωπαϊκής Ένωσης – και στη δική μας είναι οι ληξιπρόθεσμες οφειλές του Δημοσίου προς τους ιδιώτες. Σε ότι αφορά στην **ρευστότητα για τις επιχειρήσεις** εντός του 2013 έχουμε<sup>89</sup>:

1. Την συμφωνία που έχει η χώρα με την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων ύψους 1,44 δις., εκ των οποίων το 1 δις. θα είναι εντός του 2013.

2. Διευκόλυνση του εισαγωγικού και εξαγωγικού εμπορίου. Στηριζόμενοι σε μια συμφωνία που έχει η Ελλάδα με την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων ξεκινά με βάση την τελευταία διαβεβαίωση της Τράπεζας, στα τέλη του 2013 ένα πρόγραμμα παροχής εγγυήσεων, που ανακυκλούμενες θα φτάνουν το χρόνο στο 1,5 δις προς τις επιχειρήσεις.

### 3.Το ΕΤΕΑΝ (Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης):

Α)Με το πρόγραμμα «Επιχειρηματική Επανεκκίνηση», στο οποίο έχουν συμβληθεί 14 μεγάλες και μικρές τράπεζες διαθέτοντας στην αγορά 450 εκατ. για κεφάλαια κίνησης με επιτόκιο κάτω του 5%.

Β)Με πρόγραμμα δανειοδοτήσεις ύψους 316 εκατ. ευρώ στην παροχή επενδυτικών δανείων για στοχευμένες δραστηριότητες και σε αυτό το πρόγραμμα συνεργάζονται πέντε τράπεζες.

Γ) Με πρόγραμμα για την έκδοση εγγυητικών επιστολών ύψους 90 εκατ. ευρώ, για τη διευκόλυνση, δηλαδή της έκδοσης τους από τις τράπεζες.

Δ) Με άλλο πρόγραμμα ύψους 1 δις για την στήριξη των μικρομεσαίων επιχ/σεων.

4.Το Ταμείο Εγγυοδοσίας ξεκινά με ένα κεφάλαιο 50 εκατ. Ευρώ:Η Ελλάδα μπορεί να παρέχει εγγυήσεις ύψους 150 εκατ. ευρώ για δάνεια επενδυτικού σκοπού και κεφαλαίου κίνησης. Οι συμβάσεις με τις τράπεζες υπογράφονται μέσα στο καλοκαίρι του 2013 και αναμένεται η ενεργοποίηση αυτού του Ταμείου.

6.Το Ταμείο Νήσων (2007-13 με 80 εκ.ευρώ) και το Ταμείο Αγροτικής επιχειρηματικότητας(2007-13 με 150 εκ.ευρώ).

7.Το ΕΣΠΑ (Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς 2007 – 2013), που λόγω της δημοσιονομικής κατάστασης είναι ο πυλώνας ο αναπτυξιακός κατεξοχήν στην οικονομία με 24,3 δις.ευρώ συνολικά.

8.Σε ό,τι αφορά τη ρευστότητα, έχει ήδη προκηρυχθεί το πρόγραμμα για την ενίσχυση των μικρομεσαίων στο εμπόριο, στη μεταποίηση, στον τουρισμό και στις υπηρεσίες μέσω των ΠΕΠ (ΠΕΡΙΦΕΡΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ) που είναι 456 εκατ. ευρώ από πλευράς δημόσιας χρηματοδότησης.

9. Σε εξέλιξη είναι και το πρόγραμμα «**ICT Four Growth**» για τις επιχειρήσεις πληροφορικής ή για τις επιχειρήσεις που θέλουν να βάλουν την πληροφορική στις δικές τους δραστηριότητες, που είναι ύψους 120 εκατ. ευρώ. και ακολουθεί ένα ειδικό πρόγραμμα για το λιανεμπόριο από τις δράσεις της ψηφιακής σύγκλισης.

11. Το Πρόγραμμα «**Εξωστρέφεια-ΟΑΕΠ**» του Οργανισμού Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων, παρέχει τη δυνατότητα ταυτόχρονης **ασφάλισης- χρηματοδότησης** των εξαγωγικών επιχειρήσεων μέχρι του ποσού των **500.000€**, για διάστημα έως **4 μήνες**, με **ευνοϊκό επιτόκιο** και χωρίς να απαιτούνται από τις τράπεζες εμπράγματα εξασφαλίσεις. Ειδικότερα, οι εξαγωγείς, αφού ασφαλιστούν για τις εξαγωγές τους από τον ΟΑΕΠ, απευθύνονται με τα ασφαλισμένα τιμολόγια στις συμβεβλημένες τράπεζες, προκειμένου να εξασφαλίσουν δάνειο ισόποσο των ασφαλισμένων τιμολογίων τους μέχρι **500.000€**, το οποίο μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως **κεφάλαιο κίνησης**.

Σε ότι αφορά στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και της ανταγωνιστικότητας πολλοί σύγχρονοι οικονομολόγοι πιστεύουν ότι μπορεί να επιτευχθεί μόνο μέσα από την ιδιωτική πρωτοβουλία . *« Αυτό είναι το σωστό μοντέλο, που παράγει ανταγωνιστικότητα, παράγει τα προϊόντα εκείνα που η κάθε χώρα μπορεί να έχει στα συγκριτικά της πλεονεκτήματα.»* Επί δεκαετίες υπήρχε μια αυθαιρεσία μιας ανεξέλεγκτης γραφειοκρατίας, μιας ασύδοτης, συντεχνιακής νοοτροπίας, που έπνιγαν την επιχειρηματικότητα και βύθιζαν την ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας. Αυτό πρέπει να αλλάξει. Στις αγορές προϊόντων και υπηρεσιών, στην αγορά εργασίας, στην προσπάθεια εξάλειψης της γραφειοκρατίας με πρωτοβουλίες, όπως είναι ο καινούργιος επενδυτικός νόμος.

**Παρεμβάσεις στον τομέα των εξαγωγών τα δύο τελευταία έτη<sup>90</sup>:**

Σε ότι αφορά στις παρεμβάσεις που έγιναν στον τομέα των εξαγωγών αναφέρουμε τις **25 παρεμβάσεις για την απλοποίηση των διαδικασιών στις εξαγωγές, με στόχο τη μείωση του χρόνου και του κόστους των εξαγωγών κατά 50% και 20% αντίστοιχα**. Μειώθηκε το ελάχιστο κεφάλαιο ίδρυσης ΑΕ και ΕΠΕ, θεσμοθετήθηκαν τα προτυποποιημένα καταστατικά και κυρίως τη διευκόλυνση δεύτερης ευκαιρίας για τους επιχειρηματίες.

Υιοθετήθηκαν νέες απλούστερες αγορανομικές και υγειονομικές διατάξεις<sup>92</sup>, ώστε περισσότερες επιχειρήσεις να πωλούν προϊόντα τους σε περισσότερα σημεία, ενισχύοντας έτσι τον ανταγωνισμό, και καταργήθηκαν τα τελευταία εμπόδια, ώστε να είναι πλήρως απελευθερωμένη η αγορά που αφορά τα φορτηγά μικρού και μεσαίου τονάζ.

Ο νέος επενδυτικός νόμος χτυπάει την Γραφειοκρατία και φέρνει Ταχύτητα και διαφάνεια. Ο νέος νόμος δημιουργεί μια κεντρική αδειοδοτική αρχή για τις στρατηγικές και τις ιδιωτικές επενδύσεις και η Ελλάδα μπορεί να γίνει από χώρα «red tape» σε χώρα «red carpet» προς τον επιχειρηματία. Αυτό θα πει φιλική διάθεση και διευκόλυνση για την επιχείρηση του καθενός.

Υπάρχει σε εξέλιξη ένα ευρύτατο πλαίσιο, αποκρατικοποιήσεων που θα εξασφαλίσει νέες θέσεις εργασίας και θα δώσει νέα ώθηση στην οικονομία και νέα ανάκαμψη. Επίσης συνεχίζουμε και με ένα συγκεκριμένο προγραμματισμό διεθνείς συνεργασίες, με την Παγκόσμια Τράπεζα και τον ΟΟΣΑ<sup>93</sup>, για να απελευθερώσουμε κι άλλους τομείς της αγοράς, να αρθούν εμπόδια εισόδου, να ενισχυθεί ο ανταγωνισμός και σε λίγο χρονικό διάστημα.

Με δυο λόγια, προσπάθεια να γίνει η ελληνική οικονομία ανταγωνιστική, εξωστρεφής, φιλική προς τον επιχειρηματία. Και σε αυτή την προσπάθεια εντάσσεται και η αναμόρφωση του φορολογικού συστήματος που προετοιμάζετε για τον Ιούνιο του 2013.

**Συνοπτικά τα σημεία που θα πρέπει να βελτιωθούν είναι: απλούστερο σύστημα, αυστηρότερες τιμωρίες σε εκείνους που επιμένουν να φοροδιαφεύγουν, εκτεταμένη χρήση της τεχνολογίας, ώστε να γίνονται αυτόματα επαληθεύσεις<sup>94</sup>.**

Ωστόσο δεν πρέπει, η φορολογία να πλήττει την ανταγωνιστικότητα της οικονομίας. Δεν μπορεί σε μια χώρα που έχει υψηλούς φορολογικούς συντελεστές, να υπάρχει από τους έξω προσδοκία ότι θα γίνουν τεράστιες επενδύσεις, όταν δίπλα μας η Τουρκία ή η Βουλγαρία ή όλες οι άλλες χώρες οι ανταγωνιστικές έχουν στο μισό τους δικούς τους φορολογικούς συντελεστές<sup>94</sup>.

---

90-94: <http://www.primeminister.gov.gr/2013/03/11/10119> Ημερίδα για την προώθηση των Επιχειρηματικών Συνεργασιών στην Ελλάδα. 11-03-2013

## 25. ΜΕΤΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ

Η μετεγκατάσταση των επιχειρήσεων αποτελεί ένα σύνθετο φαινόμενο που λαμβάνει σημαντικές διαστάσεις από τις αρχές του 1990 και ήδη βρίσκεται σε ένταση ιδιαίτερα προς τις χώρες φθηνού κόστους εργασίας είτε αυτές είναι τρίτες χώρες είτε αποτελούν κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης<sup>95</sup>.

### *Εννοιολογικός προσδιορισμός:*

Μια προσέγγιση θεωρεί ως «μετεγκατάσταση της επιχείρησης» την συμπεριφορά της επιχείρησης, η οποία μεταφέρει το σύνολο ή μέρος των εγκαταστάσεων παραγωγής της από μία χώρα σε μία άλλη και διακρίνεται σε διακρατική μετακίνηση ('outshoring' – "off shoring") ή μετακίνηση σε άλλη θέση ('delocalisation' )<sup>96</sup>. Ωστόσο, η διάκριση αυτή δεν περιγράφει το φαινόμενο στο σύνολο του, καθώς η μεταφορά της παραγωγής μια επιχείρησης από έναν τόπο ή μια χώρα σε άλλη, συχνά αποτελεί μέρος μια γενικότερης απόφασης της επιχείρησης για αναδιάρθρωση των παραγωγικών της δραστηριοτήτων, συνδυάζεται με αποφάσεις & στρατηγικές συγχωνεύσεων και εξαγορών ενώ άλλες φορές κρίνεται αναγκαία για την επιβίωση και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων<sup>97</sup>.

Συχνά, χρησιμοποιούμενη από τις πολυεθνικές εταιρείες η μετεγκατάσταση δραστηριοτήτων, συμβάλλει στην αναδιαμόρφωση του διεθνούς καταμερισμού εργασίας.

**Η μείωση του κόστους παραγωγής με την χρησιμοποίηση φθηνότερου εργατικού δυναμικού, τα διαφορετικά φορολογικά συστήματα και η ευκολότερη πρόσβαση στις διεθνείς αγορές φαίνεται πως αποτελούν βασικό παράγοντα και κίνητρο για την μεταφορά της παραγωγής από μια χώρα σε άλλη<sup>98</sup>.**

---

95: [www.taneo.gr](http://www.taneo.gr) (ΤΑΜΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΝΕΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ)

96: [www.paratiritirio.gr](http://www.paratiritirio.gr) (ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ)

97,98: [www.taneo.gr](http://www.taneo.gr) (ΤΑΜΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΝΕΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ)



## 25.1 ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΗΣ ΜΕΤΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΣΤΟΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΧΩΡΟ

Η κυρίαρχη κατεύθυνση για τις μετεγκαταστάσεις από τις χώρες της ΕΕ προς τις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης ή την Ασία και ειδικότερα την Κίνα, οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι επιχειρήσεις αναζητούν προφανώς χώρες και περιοχές που επιτρέπουν χαμηλότερα κόστη παραγωγής, και ιδιαίτερα χαμηλότερο κόστος εργασίας.<sup>99</sup>

Οι κυριότεροι κλάδοι (στον ευρωπαϊκό χώρο) οικονομικής δραστηριότητας στους οποίους παρατηρείται το φαινόμενο της μετεγκατάστασης εστιάζονται στην αυτοκινητοβιομηχανία, την κλωστοϋφαντουργία, την παραγωγή ενδυμάτων, την υποδηματοποιία, την βιομηχανία μετάλλου, την κατασκευή ηλεκτρικών συσκευών εν γένει. Οι κλάδοι αυτοί είναι παραδοσιακοί κλάδοι μαζικής παραγωγής, οι οποίοι απαιτούν απλές τεχνολογίες και εργατικό δυναμικό χαμηλής ειδίκευσης<sup>100</sup>.

## 25.2 ΜΕΤΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Αν και δεν υπάρχουν πολλά και συγκεντρωτικά στοιχεία για τις διαστάσεις που λαμβάνει το φαινόμενο αυτό στην Ελλάδα, από τα διάσπαρτα στοιχεία και τις σχετικές με το θέμα μελέτες, καταδεικνύουν ότι το φαινόμενο στην Ελλάδα έχει δυο μορφές<sup>101</sup>:

- Επιχειρήσεις ελληνικών συμφερόντων μεταφέρουν μέρος ή το σύνολο της παραγωγικής του δραστηριότητας σε άλλες χώρες
- Ξένες επιχειρήσεις παύουν να δραστηριοποιούνται (όσον αφορά στο κομμάτι της παραγωγικής δραστηριότητας) στην Ελλάδα ή συρρικνώνουν την παραγωγική τους δραστηριότητα κλείνοντας τα εργοστάσια τους και ιδρύοντας νέα σε άλλες χώρες.

---

99: David S. et al (2011), σελ. 102

100, 101: [www.hellastat.gr](http://www.hellastat.gr)

Κατά την περίοδο **2003-2006 μετεγκαταστάθηκαν<sup>102</sup> από την Κεντρική, Ανατολική και Δυτική Μακεδονία σε Βαλκανικές χώρες (είτε υπό ένταξη στην Ε.Ε είτε τρίτες χώρες) 3.000 επιχειρήσεις.** Το φαινόμενο αυτό παρατηρήθηκε κυρίως στους κλάδους της κλωστοϋφαντουργίας, του ιματισμού, της υπόδησης, των δερματίνων ειδών, κλπ. Τα τελευταία χρόνια πάρα πολλές ελληνικές εταιρίες, (Fanco, Ήλιος, Μινέρβα, κ.α) και μικρές, μετέφεραν τμήμα της παραγωγικής τους δραστηριότητας σε χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης. Το φαινόμενο αυτό είναι ιδιαίτερα έντονο στην Βόρεια Ελλάδα (Μακεδονία, Θράκη).

Η κύρια αιτία γι' αυτήν την μετεγκατάσταση – ειδικά στους κλάδους εντάσεως εργασίας – είναι το πολύ χαμηλό εργατικό κόστος.

Οι συνέπειες αυτών των μετεγκαταστάσεων είναι πολλαπλές δεδομένου ότι δεν περιορίζονται στην απώλεια θέσεων εργασίας για τους απασχολούμενους στις παραγωγικές μονάδες – εργοστάσια που κλείνουν, αλλά αφορούν και το δίκτυο των συνεργατών των εν λόγω επιχειρήσεων. Κατά κύριο λόγο αναφερόμαστε σε όλες εκείνες τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που παρείχαν τις υπηρεσίες ή τα προϊόντα τους υπό την μορφή **φασόν**.

Ένας ακόμη λόγος, ο οποίος από τους ελληνικούς χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς θεωρείται ότι ευνοεί τη μετεγκατάσταση των ελληνικών επιχειρήσεων στις Βαλκανικές χώρες είναι η **χαμηλή φορολογική επιβάρυνσή τους<sup>103</sup>.**

Τέλος, καθοριστικός παράγοντας στη μετεγκατάσταση ελληνικών επιχειρήσεων σε χώρες της περιοχής, αποτέλεσε η προοπτική ένταξης των χωρών αυτών στην Ευρωπαϊκή Ένωση<sup>103</sup>. Ήδη, η Ρουμανία και η Βουλγαρία αποτελούν τα δύο νέα κράτη μέλη της Ε.Ε. Για τις ελληνικές επιχειρήσεις η αγορά των χωρών της ΝΑ Ευρώπης θεωρείται ως «εσωτερική» τους αγορά, δεδομένης και της γεωγραφικής γειτνίασής τους. Ο επιχειρηματικός χάρτης είναι πλέον παγκόσμιος και περιλαμβάνει αγορές που εκτείνονται από τη μια άκρη του κόσμου στην άλλη<sup>104</sup>.

Σύμφωνα με τα πρόσφατα στοιχεία του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου & της Παγκόσμιας Τράπεζας<sup>105</sup> που δημοσιεύτηκαν πρόσφατα η δεύτερη μεγαλύτερη οικονομία του κόσμου είναι η Κίνα, μετά τις ΗΠΑ. Εκτόπισε από τη δεύτερη θέση την Ιαπωνία, που πλέον βρίσκεται τρίτη ενώ το ίδιο έκανε και η Ινδία στη Γερμανία.

Έτσι και οι δυο αναδυόμενοι ασιατικοί γίγαντες βρίσκονται πλέον στην πεντάδα των παγκόσμιων οικονομικών δυνάμεων και αν οι σημερινές τάσεις συνεχισθούν οδεύουν προς την κορυφή.

Η Γερμανία και η Βρετανία αρκούνται πλέον στην 5<sup>η</sup> και 6<sup>η</sup> θέση, ενώ η Γαλλία βρίσκεται κάτω από τη Ρωσία. Το μερίδιο της ευρωζώνης συνολικά στην παγκόσμια οικονομία βρίσκεται στο 16%, αρκετά χαμηλότερο από το 21% των ΗΠΑ και αρκετά υψηλότερο από το 11% της Κίνας ώστε να αποτελεί τη 2<sup>η</sup> μεγαλύτερη οικονομική δύναμη.

Έκτος από αυτές τις αγορές των μεγάλων οικονομικών δυνάμεων πρόκληση αποτελούν και οι χώρες της ΕΕ-27, όπως επίσης και οι χώρες της Ανατολικής Ευρώπης και των Βαλκανίων που ακόμη δεν έχουν ενταχθεί στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ακόμα και χώρες όπως το Βιετνάμ και η Αίγυπτος<sup>106</sup>.

---

100-104: [www.oke.gr](http://www.oke.gr) (ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΛΑΔΟΣ)

105,106 : [www.iode.gr](http://www.iode.gr) (ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ)

### Οικονομική ύφεση και μετεγκατάσταση :

Σύμφωνα με τα τελευταία στατιστικά στοιχεία<sup>107</sup> από το 2007-09 μετεγκαταστάθηκαν 1.900 επι/σεις και από το 2010-2012 περισσότερες από 1.500 ελληνικές επιχειρήσεις έχουν μετεγκατασταθεί σε γειτονικές χώρες, ενώ περισσότεροι από 600.000 καταναλωτές κάθε μήνα κάνουν τις αγορές τους από την άλλη πλευρά των συνόρων, δαπανώντας περί τα 500 εκατ. ευρώ ετησίως, επισημαίνει η **Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (ΕΣΕΕ)** δίνοντας μιά άλλη διάσταση της οικονομικής χρεωκοπίας επιχειρήσεων και καταναλωτών. Σημειώνει μάλιστα ότι στις παραμεθόριες περιοχές η μία στις τέσσερις εμπορικές επιχειρήσεις έχουν ήδη βάλει λουκέτο.

*«Δυστυχώς, μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις, αντί να επενδύσουν στην έδρα τους και στη χώρα που αναπτύχθηκαν, μεταναστεύουν αλλού, άλλες αφού κλείσουν, άλλες πριν υπαχθούν στο άρθρο 99 και άλλες πριν αδειάσουν τα ταμεία τους».*

*« Η κρίση πλήττει με ανελέητη σφοδρότητα τους μικρομεσαίους εμπόρους και καταναλωτές. Το ελληνικό εμπόριο έχει ανάγκη από ένα υγιές και δίκαιο κράτος που θα είναι αρωγός των δυνάμεων της αγοράς και όχι διώκτης τους. Θα πρέπει άμεσα να αντιληφθεί η Τρόικα ότι η ελληνική αγορά δεν αντέχει άλλη υπερφορολόγηση, πρόσθετα μέτρα και ισοπεδωτικές απαιτήσεις».*



---

107: <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=421129>

## 25.3 ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

### ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

#### *Κίνα*<sup>108</sup>

Αν και ξεπέρασαν τον Μάρτιο του 2013 τις 1.000 οι ελληνικές επιχειρήσεις που έχουν αναπτύξει σταθερές εμπορικές σχέσεις με την Κίνα -περισσότερο εισάγοντας και λιγότερο εξάγοντας σε αυτήν κάθε είδους προϊόντα- μόνον περί τις 100 έχουν δραστηριοποιηθεί στην εγχώρια κινεζική αγορά. Από τις περισσότερες γνωστές η S&B Βιομηχανικά Ορυκτά του ομίλου Κυριακόπουλου, η Folli Follie των Δημήτρη και Γιώργου Κουτσογιούτσου, τα Πλαστικά Κρήτης, η FHL Μάρμαρα Κυριακίδης, η Coco-Mat των αδελφών Ευμορφίδη, η Arivita του Ν. Κουτσιανά, η Kleeman, η μαρμαροβιομηχανία Ικτίνος, η χρωματοποιεία Vitex του Κωνσταντίνου Γιαννίδη. Δεκάδες ακόμα επιχειρήσεις όπως η Τυράς, η Μινέρβα, το Κτήμα Λαζαρίδη, η Κρητών Αρτος και η Τσάνταλης.

**Ευκαιρίες στην ΚΙΝΑ τα επόμενα έτη:** Ο Κωνσταντίνος Γιαννίδης, πρόεδρος του Ελληνοκινεζικού Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου, και αφεντικό της Vitex, υποστηρίζει ότι ευκαιρίες υπάρχουν σε όλα τα «μέτωπα». Από μάρμαρα και ναυπηγεία, εξόρυξη και κατεργασία ορυκτών, κατεργασία πλαστικών και κοσμημάτων έως την οινοποιία, την κονσερβοποιία, τη μελισσοκομία, την τυποποίηση ελληνικών προϊόντων, τις εξαγωγές αγροτικών προϊόντων -κυρίως ελαιολάδου-, τον τουρισμό, την εκπαίδευση και τη διαχείριση ενεργειακών θεμάτων. Υπάρχουν, όμως, παράλληλα και σημαντικές δυνατότητες για περαιτέρω ανοίγματα στην περιοχή των ελληνικών επιχειρήσεων, σύμφωνα με το Γραφείο Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της ελληνικής πρεσβείας στο Πεκίνο. Για παράδειγμα, στα τρόφιμα (ελαιόλαδο, τυροκομικά, κρασί, κ.λπ.) και στα δομικά υλικά υψηλής ποιότητας (πλαστικά, κ.λπ.). Αν και υπάρχουν ακόμα ζητήματα, όπως η βελτίωση των συνθηκών εκτελωνισμού και η εξάλειψη των διοικητικών διαδικασιών και ελέγχων (υγειονομικών, κ.λπ.), ολοένα και περισσότεροι Έλληνες τολμούν το βήμα, αφού η εξωστρέφεια αποτελεί στην τρέχουσα δυσμενή συγκυρία ουσιαστικά μονόδρομο. Η ανάκαμψη των ελληνικών εξαγωγών στην Κίνα το 2010 ήταν σημαντική, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΤΑΤ<sup>109</sup>

**Μόνο το 2012 οι εξαγωγές τροφίμων και ποτών από την Ελλάδα στην Κίνα αυξήθηκαν κατά 232%.** Το 2013 το διμερές εμπόριο Ελλάδας-Κίνας φθάνει τα **4,35** δισ. ευρώ. Στα μεγέθη αυτά, βεβαίως, θα πρέπει να συνυπολογισθούν και οι μεγάλες επενδύσεις που αφορούν τη ναυτιλία και συγκεκριμένα τη ναυπήγηση ελληνόκτητων ποντοπόρων πλοίων σε κινεζικά ναυπηγεία, στην πλειοψηφία τους με χρηματοδοτήσεις κινεζικών χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων. *Ακολουθεί πίνακας επιχ/σεων*<sup>110</sup>

Η Vitex του Γιαννίδη	Αποτελεί χαρακτηριστικό παράδειγμα των ωφελειών της εξωστρέφειας, αφού έχει καταφέρει μέσω των εξαγωγών της να καλύψει μεγάλο μέρος των απωλειών που προέρχονται από την ελληνική αγορά
Η FHL Μάρμαρα Κυριακίδης	Πρωτοπόρησε δημιουργώντας στη Σαγκάη την Cosmos Building Materials για την κοπή και την επεξεργασία μαρμάρων, σε συνεργασία με τοπικούς εταίρους
Η εταιρεία MMS από την Καβάλα	Δημιουργώντας μονάδα μηχανολογικού εξοπλισμού για τη μαρμαροβιομηχανία
Η Folli Follie των Δ. και Γ. Κουτσολιούτσου	Με 125 καταστήματα στην Κίνα
Η εισηγμένη Kleeman	Μετά τις εξαγωγές και τις υπηρεσίες στην Κίνα δρομολογεί τώρα και τη δημιουργία παραγωγικής βάσης εκεί μέσω της θυγατρικής της Hong Kong Elevator Systems Limited.
Η Aprivita	Από το Χονγκ Κονγκ, σε συνεργασία με την Imaginex που ανέλαβε την προώθηση της Aprivita στο Χονγκ Κονγκ, μπαίνει τώρα και στην Κίνα.

108:<http://www.kathimerini.gr>

109:<http://www.esyne.gr>(ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ)

110: [http://news.kathimerini.gr/4dcgi/\\_w\\_articles\\_economyepix\\_2\\_23/10/2011\\_460221](http://news.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_economyepix_2_23/10/2011_460221)

### ***Ινδία*** <sup>111</sup>

Το συνολικά επενδεδυμένο **ελληνικών συμφερόντων** κεφάλαιο στην Ινδία το 2010 ανέρχονταν σε 9,17 εκατ.ευρώ από τις κάτωθι τρεις επιχειρήσεις:

1. **Fashion Synccotex Private Ltd.**, με 49,5% επένδυση από την ελληνική Knitwear Factory Maxim C.M. Pertsinidis S.A, στο κλάδο των κλωστοϋφαντουργικών και ενδυμάτων

2. **Frigoglass India PVT Ltd.**, με 100% επένδυση από την Norcool Holdings, η οποία ήδη από το 2000 παράγει και διανέμει ψυκτικές συσκευές για εμπορική χρήση, με έδρα σε προάστιο του Ν.Δελχί, απασχολώντας 175 άτομα και διαθέτοντας παραγωγική ικανότητα 30.000 ψυγείων ετησίως,

3. **Stollberg India PVT Ltd.**, με 99,99% επένδυση από την S&B Holdings, στον τομέα της εξόρυξης μετάλλων με αντικείμενο τη παραγωγή συλλιπασμάτων για την παραγωγή χάλυβα.

Σημαντικές συνεργασίες ολοκληρώθηκαν για τις ακόλουθες επιχειρήσεις: Εταιρεία Μαϊλλης, εταιρεία Corus Καλπίνης-Σίμος, ελληνική χαλυβουργία Σιδενόρ.

#### **ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ 2013-2015:**

Σύμφωνα με τελευταία δημοσιεύματα<sup>112</sup> το ενδιαφέρον της Ινδίας για τη χορήγηση άδειας παραμονής σε Έλληνες επενδυτές στον τομέα των ακινήτων είναι πάρα πολύ έντονο όπως επίσης και η δυνατότητα εξαγωγών ελληνικών προϊόντων από την Ελλάδα προς την Ινδία καθώς και οι προοπτικές συνεργασίας στον τομέα των logistics προκειμένου η χώρα μας να αναδειχθεί σε πύλη εισόδου των ινδικών προϊόντων προς τις ευρωπαϊκές αγορές. Η ινδική πλευρά εξέφρασε επίσης ενδιαφέρον για τις ρυθμίσεις που προωθούν τα υπουργεία Ανάπτυξης και Εσωτερικών, για τη χορήγηση άδειας παραμονής σε επενδυτές στον τομέα των ακινήτων.

---

111: <http://www.esyne.gr>(ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ)

112: [http://portal.kathimerini.gr/4dcgi/\\_w\\_articles\\_kathbreak\\_1\\_01/02/2013\\_481768](http://portal.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_kathbreak_1_01/02/2013_481768)

## *Αίγυπτος*<sup>113</sup>

Για την Ελλάδα η Αίγυπτος αποτελεί τον σημαντικότερο εταίρο ανάμεσα στις αραβικές χώρες, δεδομένου ότι ο όγκος διμερούς εμπορίου ανέρχεται σε 300 περίπου εκατομμύρια Ευρώ ετησίως.

Οι Έλληνες επιχειρηματίες οι οποίοι διακρίνονται από διεθνές πνεύμα επιχειρηματικότητας, έχουν ξεκινήσει να προσανατολίζονται προς την αγορά της Αιγύπτου, εκμεταλλευόμενοι τα διάφορα πλεονεκτήματα, όπως φορολογικές και δασμολογικές απαλλαγές φθινό εργατικό δυναμικό, φθινή ενέργεια, επάρκεια πρώτων υλών, Συμφωνίες με τρίτες χώρες που έχει υπογράψει η Αίγυπτος και παρέχει δυνατότητα στους επενδυτές να εξάγουν χωρίς περιορισμούς τα προϊόντα τους σε τρίτες χώρες, κλπ.

Μέχρι το 2010, **18** ελληνικές επιχειρήσεις (που μαζί με τις θυγατρικές τους φθάνουν τις **31**) είχαν επενδύσει στην Αίγυπτο σε διάφορους τομείς της οικονομίας και το ύψος του επενδυμένου κεφαλαίου συνολικά υπολογίζεται σε **650 εκ. δολ. ΗΠΑ** (τσιμεντοβιομηχανία TITAN, Χαρτοποιίας Θράκης του κ. Π. Ζερίτη, επεκτάσεις επενδύσεων στον τομέα εξόρυξης πετρελαίου από τον όμιλο Βαρδινογιάννη και την εξαγορά της Egyptian Commercial Bank από την Τράπεζα Πειραιώς, η “Intralot Egypt”, θυγατρική της INTRACOM, κ.α.

Άλλες αξιοσημείωτες επενδύσεις που έχουν πραγματοποιηθεί αφορούν:

- ✓ τον κλάδο των τροφίμων (Chipita)
- ✓ των συστημάτων υδρεύσεως και αρδεύσεως (Eurodrip)
- ✓ της βιομηχανίας χρωμάτων (Er-Lac)
- ✓ των ψυγείων αυτοκινήτων (Olympus Rad Egypt)
- ✓ των δομικών υλικών
- ✓ των ναυλώσεων (Όμιλος Βαρδινογιάννη)
- ✓ των τεχνικών έργων (όμιλος Λάτση, όμιλος Αρχιρόδον)



- ✓ στον κλάδο παραγωγής καλουπιών υποδηματοποιίας και
- ✓ στην κατασκευή ραούλων (κάδων περιέλιξης) από την εταιρεία «ΡΑΟΥΛΟΤΕΧΝΙΚΗ».

Επίσης, ενδιαφέρον για επενδύσεις το 2013 έχουν εκφραστεί στους τομείς δομικών υλικών, γαλακτοκομικών προϊόντων, παραγωγής κονσερβών, ιχθυοκαλλιεργειών, παραγωγής και τυποποίησης ελαιολάδου καθώς και για την δημιουργία μικτών επιχειρήσεων σε διάφορους τομείς κοινού ενδιαφέροντος.

**Ας δουμε μερικές ελληνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Αφρική <sup>115</sup> :**

**Προπομπός η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος**



Από ελληνικής πλευράς, η **Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος (ETE)**, πάτησε «πόδι» στην Αίγυπτο προ εικοσαετίας και σήμερα συνεργάζεται με 43 αιγυπτιακές τράπεζες (correspondant banks). Μάλιστα, η ETE –που το **2012 διοργάνωσε δύο συμπόσια για την προσέλκυση Ελλήνων επενδυτών στην Αίγυπτο-** είναι ουσιαστικά η μόνη ξένη τράπεζα που έχει κανονική άδεια λειτουργίας στη χώρα.

---

113: <http://www.esyne.gr>(ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ)

114: [http://omogeneia.ana-mpa.gr/specials/africa/part\\_b/investments.htm](http://omogeneia.ana-mpa.gr/specials/africa/part_b/investments.htm)

115: [http://omogeneia.ana-mpa.gr/specials/africa/part\\_b/investments.htm](http://omogeneia.ana-mpa.gr/specials/africa/part_b/investments.htm)



Πέραν της ΕΤΕ, επενδυτική παρουσία στην Αίγυπτο διαθέτει η **Ολυμπιακή Αεροπορία**, αλλά και η **AVIN International** του ομίλου **Βαρδινογιάννη**, η οποία αναπτύσσει δράση στους τομείς της εμπορίας πετρελαιοειδών και των ναυλώσεων. Γραφείο με αντικείμενο την ανάληψη τεχνικών έργων διατηρεί στη χώρα ο **όμιλος Λάτση**.

Υπό ελληνική σημαία δραστηριοποιούνται επίσης στο αφρικανικό κράτος η επιχείρηση εξόρυξης πετρελαιοειδών **Kriti Exploration**, η συνεταιριστική καπνοβιομηχανία **ΣΕΚΑΠ**, η εταιρία συστημάτων άρδευσης **EURODRIP**, η βιομηχανία χρωμάτων **ER-LAC** και η **Y-TONG** του ομίλου **THRAKON** (στον τομέα των ειδικών τούβλων).



Κοινοπραξία υπό την επωνυμία “Beni Suef Ciment CoR21; συγκρότησε στην Αίγυπτο η τσιμεντοβιομηχανία **TITAN**, ενώ μέσω joint ventures «ανοίχτηκαν» στη συγκεκριμένη αγορά και η **Kriti Exploration** (στην παραγωγή πετρελαίου), η **Χαρτοποιία Θράκης**, η βιομηχανία τροφίμων **CHIPITA** (παραγωγή κρουασάν) και η εταιρία ψυγείων αυτοκινήτων **Olympus-Kandemilis Co**.

## Εν αναμονή εγκρίσεων για νέες επενδύσεις εντός του 2013 στην Αίγυπτο<sup>116</sup>

Μεταξύ των επιχειρήσεων που πρόκειται σύντομα να εγκατασταθούν στην Αίγυπτο περιλαμβάνονται η βορειοελλαδική εισηγμένη **ΑΛΟΥΜΥΛ ΜΥΛΩΝΑΣ**, η οποία αναζητεί έκταση για την ανέγερση παραγωγικής μονάδας και η **ΚΕΡΑΜΟΠΟΙΑ ΚΟΘΑΛΗΣ**, που εξετάζει το ενδεχόμενο δημιουργίας joint venture με Αιγύπτιους εταίρους, η «**ΤΕΧΝΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ**» για τη δημιουργία μονάδας **χημικής απόχρωσης βαμβακόσπορου** ( η Ελλάδα, ως μοναδική χώρα της Ε.Ε με εμπειρία στο βαμβάκι, μπορεί να μεταφέρει σημαντική τεχνογνωσία για την ανάπτυξη του κλάδου στην Αίγυπτο).

## Δέλεαρ και η Νοτιότερη Αφρική<sup>117</sup>

Μέχρι σήμερα, ημεδαποί επιχειρηματίες, από τη μητροπολιτική Ελλάδα, έχουν επενδύσει στη Νότια Αφρική περί τα **300-350 εκατ. δολ.** Πάντως, το συνολικό ύψος των ελληνικών κεφαλαίων που έχουν τοποθετηθεί στη χώρα -συμπεριλαμβανομένων των επενδύσεων των ομογενών- **ξεπερνά τα 700 εκατ. δολάρια.** Μάλιστα, οι ελληνικές επενδύσεις έχουν δημιουργήσει **100.000 άμεσες και 500.000 έμμεσες θέσεις εργασίας.**



Παρούσα και στη Νότια Αφρική είναι η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, ενώ πρόσφατα ανέλαβε επενδυτικές πρωτοβουλίες στη χώρα και ο όμιλος των γαλακτοβιομηχανιών **ΦΑΓΕ** και **ΕΒΓΑ**. Περαιτέρω, το «παρών» στην νοτιοαφρικανική αγορά δίδει και η εταιρία μπαταριών και ειδών κινητής τηλεφωνίας **ΓΕΡΜΑΝΟΣ**, στο εμπορικό επίπεδο.

---

116,117: [http://omogeneia.ana-mpa.gr/specials/africa/part\\_b/investments.htm](http://omogeneia.ana-mpa.gr/specials/africa/part_b/investments.htm)

## ***Βαλκάνια***

*Οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν επενδύσει 15 δις ευρώ στα Βαλκάνια και απασχολούν 200.000 εργαζόμενους. Οι χορηγήσεις δανείων των ελληνικών θυγατρικών στα Βαλκάνια ανέρχονται στα 41 δις ευρώ και αφορούν κατά 30 % περίπου τις ανάγκες χρηματοδότησης ελληνικών επιχειρήσεων.*<sup>118</sup>

Οι διεθνείς αναπτυξιακές τράπεζες, όπως η EBRD, μπορούν να συμβάλλουν καθοριστικά στη διαδικασία. Επιπλέον, η EBRD δημιουργεί προοπτικές ανάπτυξης δραστηριοτήτων σε γειτονικές χώρες και ενισχύει περαιτέρω την αναγνωρισιμότητα των ελληνικών επιχειρήσεων παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών στη διεθνή αγορά<sup>119</sup>



## **Ρουμανία**<sup>120</sup>

Η Ελλάδα κατατάσσεται μεταξύ των τριών πρώτων ξένων επενδυτών με **800** περίπου ενεργές επιχειρήσεις και με το συνολικό ελληνικό κεφάλαιο που επενδύθηκε να υπολογίζεται σε άνω των **3 δις. ευρώ.** ( ΟΤΕ και η Cosmote Βιοχάλκο, coca cola, 3E, vivartia, Nestle Ελλάς, ενώ ισχυρή είναι και η παρουσία των ελληνικών τραπεζών στη χώρα όπου δραστηριοποιούνται 7 χρηματοπιστωτικά ιδρύματα με 300 υποκαταστήματα και απασχολούν πάνω από 6.000 άτομα.

---

118,119: (Υπ. Κωστή Χατζηδάκη <http://www.mindev.gov.gr/?p=8063>)

## **Βουλγαρία<sup>121</sup>**

Η ελληνική επενδυτική παρουσία από το 2007-2013 παραμένει σταθερή με επενδύσεις ύψους **200 εκατ. ευρώ** περίπου κατ'έτος. Οι ενεργές ελληνικές επιχειρήσεις ανέρχονται σε περίπου 1.500 (με εγγεγραμμένες επιχειρήσεις στη Βουλγαρία πάνω από 3.000) και έχουν δημιουργήσει πολλές δεκάδες χιλιάδες θέσεις εργασίας, ιδιαίτερα στη Νότια Βουλγαρία όπου λειτουργούν εργοστάσια και βιοτεχνίες παραγωγής ενδυμάτων και υποδημάτων.

---

## **Αλβανία<sup>122</sup>**

Η Ελλάδα κατέχει περίπου το 27% επί του συνόλου των ξένων επενδύσεων στην Αλβανία και την πρώτη θέση σε επενδυμένο κεφάλαιο, το οποίο υπερβαίνει τα 800 εκατ. δολάρια.

Οι περίπου 270 ελληνικές και ελληνικών συμφερόντων επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται κυρίως στους τομείς: τηλεπικοινωνιών, εμπορικών τραπεζών, εργοληψίας και κατασκευών, εμπορίας καπνού, εμπορίας και διακίνησης πετρελαίου και πετρελαιοειδών, κλωστοϋφαντουργίας, τροφίμων και ειδών ένδυσης - υπόδησης (**Εθνική, Εμπορική, η θυγατρική της Πειραιώς Tirana Bank & η Alpha, οι εταιρείες κινητής τηλεφωνίας Albanian Mobile Communications (συμφερόντων Cosmote) και Vodafone (συμφερόντων Vodafone Ελλάδος), η TITAN, κ.α**

## **πΓΔΜ<sup>123</sup>**

Από τις δεκαεπτά μεγαλύτερες ξένες επενδύσεις στην πΓΔΜ, οι επτά είναι ελληνικές. Το 2010 το μέγεθος των ελληνικών επενδύσεων σύμφωνα με το επενδυμένο κεφάλαιο ανέρχονταν σε **€950 εκατ. καταλαμβάνοντας την πρώτη θέση & απασχολούσαν άνω των 20.000 ατόμων.**

## **Σερβία**<sup>124</sup>

Τον πρώτο ξένο επενδυτή στη Σερβία αποτελεί η χώρα μας. Οι ελληνικές άμεσες επενδύσεις (από το 1996 έως το 2010) ανέρχονται σε 1,8 δισ. ευρώ. Σημειώνεται η παρουσία 150 μεικτών ελληνογιουγκοσλαβικών εταιρειών, καθώς και 120 περίπου αμιγώς ελληνικών. Μεταξύ των κυριότερων ελληνικών εταιρειών αναφέρουμε ενδεικτικά τις εταιρείες τηλεπικοινωνιών ΟΤΕ Intracom Εθνική, Alpha Bank, Eurobank Ergasias, Πειραιώς και ΕΤΕΒΑ, ΕΛΛΠΕ, Δέλτα, 3E Coca-Cola, Αθηναϊκή Ζυθοποιία.

## **Ουκρανία**<sup>125</sup>

Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία το 2010 το ύψος του ελληνικού επενδυμένου κεφαλαίου στην ουκρανική οικονομία ανερχόταν σε 54,405 εκατ.\$ από 83 ελληνικές επιχειρήσεις.

120-125:<http://www.findbiz.gr> (Είναι ο μεγαλύτερος ηλεκτρονικός οδηγός επιχειρήσεων ο οποίος διαθέτει ακριβή και πλήρη στοιχεία για 400.000 επιχειρήσεις στην Ελλάδα και στα Βαλκάνια)

## 26.ΕΡΕΥΝΕΣ

*Α)ΕΡΕΥΝΑ ICAP :Μία στις δύο Ελληνικές επιχειρήσεις σχεδιάζουν το 2013 να προχωρήσουν σε επενδύσεις<sup>126(A)</sup>*

*Μία στις δύο επιχειρήσεις σχεδιάζουν ή σκέφτονται το 2013 να προχωρήσουν σε επενδύσεις, οι οποίες στην πλειοψηφία των περιπτώσεων (58 %) θα οδηγήσουν σε αύξηση των θέσεων εργασίας.*



Τα στοιχεία αυτά προκύπτουν από έρευνα της ICAP σε δείγμα 1095 επιχειρήσεων με τζίρο άνω του ενός εκατομμυρίου ευρώ, που πραγματοποιήθηκε το Φεβρουάριο υπό την αιγίδα του υπουργείου Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας, Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων και με τη συνεργασία του ΣΕΒ και της ΕΑΣΕ.

*Στο δείγμα περιλαμβάνονται επιχειρήσεις από τους κλάδους βιομηχανίας, εμπορίου, τουρισμού, υπηρεσιών, τεχνικές εταιρείες και τράπεζες.*

Από τις εταιρείες που προγραμματίζουν επενδύσεις το 2013:

το 83% σχεδιάζουν να τις πραγματοποιήσουν στην Ελλάδα

το 12% σε Ελλάδα και εξωτερικό

**το 5 % εκτός Ελλάδας.**

Σχεδόν μία στις δύο επιχειρήσεις (48 %) θα καλύψει το κόστος των επενδύσεων με ίδια κεφάλαια, το 35 % με τραπεζικό δανεισμό και το 17 % με χρήση επιδοτήσεων θεωρώντας ότι η ανακεφαλαιοποίηση των τραπεζών θα διευκολύνει την πρόσβαση σε δανειακά κεφάλαια και ότι θα αυξηθούν οι δυνατότητες ενίσχυσής τους με επιδοτήσεις.

Για τη διετία 2011-2012 τα απολογιστικά στοιχεία από τη βάση δεδομένων της ICAP δείχνουν ότι 8.390 επιχειρήσεις προχώρησαν σε αυξήσεις κεφαλαίων ύψους 7,8 δις. και 438 έκαναν επενδύσεις ύψους 5 δις. οι οποίες επέτρεψαν τη διατήρηση ή και αύξηση των θέσεων εργασίας. Οι επενδύσεις κατευθύνθηκαν κυρίως σε αγορά εξοπλισμού-μηχανημάτων, κτίρια-εγκαταστάσεις, ανάπτυξη του δικτύου πωλήσεων και εξαγωγές.

---

126(A): [http://www.epixeiro.gr\\_25/04/2013](http://www.epixeiro.gr_25/04/2013)

## **B) ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥ ΣΕΒΕ (Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος)<sup>126(B)</sup>**

Τα τρόφιμα ναυαρχίδα των εξαγωγών στη θέση της κλωστοϋφαντουργίας. Ο κλάδος των τροφίμων «είναι πλέον ξεκάθαρα η ναυαρχίδα των ελληνικών εξαγωγών, έχοντας υποκαταστήσει την κλωστοϋφαντουργία», που μέχρι κάποια χρόνια πριν πρωταγωνιστούσε, ενώ υπάρχει ως προς έναν βαθμό μετατόπιση από τις ανεπτυγμένες προς τις αναπτυσσόμενες αγορές.

Ενδεικτικό της γενικότερης δυναμικής που δημιουργείται στον τομέα των εξαγωγών είναι και το γεγονός ότι μόνο την τελευταία διετία (2010-12) πραγματοποιήθηκαν περισσότερες από 150 νέες εγγραφές εξαγωγικών επιχειρήσεων στα μητρώα του ΣΕΒΕ, έναντι ελάχιστων διαγραφών.

### **Πλεόνασμα σε 9 από τις 13 περιφέρειες**

Από την ανάλυση περιφερειακών εξαγωγικών επιδόσεων, που έκανε το Ινστιτούτο Εξαγωγικών Ερευνών και Σπουδών (ΙΕΕΣ) του ΣΕΒΕ προκύπτει ότι εννέα από τις 13 περιφέρειες της Ελλάδας εμφάνισαν πέρυσι πλεόνασμα, ενώ το 2011 πλεονασματικές ήταν οι οκτώ (προστέθηκε η Ήπειρος). Ελλειμματικές παραμένουν Στερεά Ελλάδα, Πελοπόννησος, Κεντρική Μακεδονία και Αττική.

Παράλληλα, 11 από τις 13 περιφέρειες (εξαιρούνται ανατολική Μακεδονία-Θράκη και Στερεά Ελλάδα) βρίσκονται σήμερα πάνω από το αντίστοιχο επίπεδο εξαγωγών του 2008, χρονιά στην οποία η ελληνική οικονομία μπήκε σε τροχιά ύφεσης.

Το 63% των ελληνικών εξαγωγών πραγματοποιείται από την Αττική και την Κ. Μακεδονία. Ωστόσο, σημαντική είναι πλέον και η συνεισφορά της περιφέρειας Πελοποννήσου, η οποία όμως οφείλεται κυρίως στον κλάδο των πετρελαιοειδών (λόγω των διυλιστηρίων). Από το σύνολο των περιφερειών, ιδιαίτερα σημαντική είναι η άνοδος της Πελοποννήσου (28,3%), καθώς και της Αττικής και της Κ. Μακεδονίας (σχεδόν 14%).



## **Οι «μπροστάρηδες»**

Για τις περιφέρειες Αττικής, Στερεάς Ελλάδας, Δυτικής Ελλάδας και Δυτικής Μακεδονίας, η ανάκαμψη των εξαγωγών ξεκίνησε μόλις το 2011.

Η Πελοπόννησος, το Ιόνιο, το Ν. Αιγαίο και η Θεσσαλία ήταν οι περιφέρειες που σημείωσαν σημαντική αύξηση εξαγωγών την τελευταία πενταετία και μάλιστα μεγαλύτερη από τον εθνικό μέσο (άνω του 30%).

Ανοίγματα προς Ασία, Μ. Ανατολή, Ρωσία

Για τις περισσότερες περιφέρειες, η ΕΕ-27 παραμένει ο κυριότερος στρατηγικός εταίρος σε επίπεδο εξαγωγών. Εξαίρεση αποτελούν οι Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, Δυτική Μακεδονία, Θεσσαλία και Νότιο Αιγαίο, που πλέον πραγματοποιούν σημαντικές πωλήσεις σε αναδυόμενες, δυναμικές αγορές, όπως η Ασίας, η Μ. Ανατολή, η Ρωσία και η Β. Αμερική.

Για την περαιτέρω βελτίωση της εικόνας, σύμφωνα με τα συμπεράσματα της έρευνας είναι η αποκατάσταση της ρευστότητας μετά την ολοκλήρωση της ανακεφαλαιοποίησης των τραπεζών («στην Ελλάδα οι εξαγωγείς δανείζονται κεφάλαια κίνησης με κόστος τριπλάσιο του γερμανικού και διπλάσιο του ισπανικού») και την εφαρμογή εθνικής στρατηγικής εξαγωγών για το rebranding της Ελλάδας στο εξωτερικό.

**ΜΕΡΟΣ ΣΤ΄**

**ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΕΩΝ**

**ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ**

**ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΔΙΕΘΝΩΣ**

## 27.ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε <sup>127</sup>



*Τα αδέλφια Πάνος και Σάντρα Μαρινοπούλου*

Η επιχειρηματική δραστηριότητα της **οικογένειας Μαρινόπουλου** εκτείνεται ήδη σε τρεις αιώνες, με εφιαλτήριο ένα ταπεινό φαρμακείο στα τέλη του **19ου αιώνα**, και εξακολουθεί ακόμη και σήμερα, χάρη στη δημιουργία ενός ομίλου με πολυσχιδείς δραστηριότητες, να θεωρείται από τις λίγες παραδοσιακές επιχειρηματικές οικογένειες που παραμένουν ισχυρές.

Η **νέα γενιά των Μαρινοπουλαίων** θα ακολουθήσει τις τάσεις της εποχής και ειδικά τα αδέλφια **Πάνος και Σάντρα Μαρινοπούλου** που δακρίνονται για τις πιο προχωρημένες διαθέσεις τους με τις οποίες αφομοιώνουν τις τάσεις της εποχής. Μάλιστα η οικογένεια Μαρινόπουλου θα γίνει για ένα διάστημα το ένα από τα τρία ιδρυτικά μέλη των εκδόσεων **Ι(ωάννου)ΜΑ(ρινόπουλος) ΚΟ(στόπουλος)**.

### **Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΣ ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΥ**

Τον Νοέμβριο του **1893** ο Δημήτριος Μαρινόπουλος, από την Ελίκη Αιγιαλείας, ανοίγει το πρώτο φαρμακείο που έφερε το όνομά του στη Νεάπολη της Αθήνας. Στην αλλαγή του αιώνα, θα μεταφέρει το κατάστημα σε μεγαλύτερες εγκαταστάσεις, στη συμβολή των οδών Σόλωνος και Ζωοδόχου Πηγής, ενώ το **1905**, μαζί με τον αδερφό του Πάνο, ανοίγουν ένα ακόμη φαρμακείο στην οδό Φιλελλήνων.

Ο Τύπος της εποχής εκθειάζει το νέο φαρμακείο, περιγράφοντάς το «ως αληθινά αριστοκρατικόν και ευρωπαϊκόν, με πολυτελεστάτην επίπλωσιν». Βέβαια, το φαρμακείο αυτό θα ξεχώριζε και για άλλους λόγους, όπως για την **πρωτότυπη πλάστιγγα μέτρησης του βάρους που διέθετε, το τμήμα πρώτων βοηθειών, το τμήμα αποστείρωσης, το τμήμα υγιεινής των κυριών με προϊόντα για τον καλλωπισμό τους, καθώς και το τμήμα ταρίχευσης.**

Ήδη από τα χρόνια εκείνα, τα δύο αδέρφια αντιλαμβάνονται τη σημασία της συνεργασίας με ξένες εταιρείες, μια πρακτική που υιοθετείται ακόμη από την οικογένεια Μαρινόπουλου, προκειμένου να αποκτήσουν τεχνογνωσία, κύρος και αξιοπιστία. Έτσι, εξασφαλίζουν συνεργασίες με ξένα εργοστάσια και ορισμένους φαρμακευτικούς οίκους, καθώς και την αποκλειστική αντιπροσωπεία προϊόντων του πιο γνωστού τότε φαρμακευτικού οίκου.

Το 1908 είχαν πια ωριμάσει οι συνθήκες για τη δημιουργία του περίφημου φαρμακείου στην πλατεία Ομονοίας, το οποίο στελεχώνεται με επιστημονικό προσωπικό και διαθέτει πλούσια συλλογή καλλυντικών και παιδικών ειδών. Ώθηση στις πωλήσεις θα προσδώσει και η ίδια η προσωπικότητα του Δημήτρη Μαρινόπουλου, ο οποίος υπήρξε εκλεκτό και αγαπητό μέλος της αθηναϊκής κοινωνίας. Το δε φαρμακείο του έφερε με δικαιολογημένη περηφάνια το διακριτικό ‘‘προμηθευτής της Α.Μ του Βασιλέως και του Διαδόχου’’, προσελκύοντας με αυτό τον τρόπο πολλές επιφανείς προσωπικότητες της εποχής.

Μεταπολεμικά, οι δύο γιοι του Πάνου Μαρινόπουλου, Δημήτρης και Ιωάννης, οι οποίοι είχαν ‘‘μπολιαστεί’’ στην εταιρεία για αρκετά χρόνια, αποφασίζουν ότι έχει έρθει η ώρα για να περάσουν στη βιομηχανική παραγωγή φαρμάκων, ιδρύοντας το 1949 τη φαρμακοβιομηχανία ΦΑΜΑΡ με αντικείμενο την παραγωγή φαρμάκων και καλλυντικών για λογαριασμό τρίτων στην Ευρώπη.

Η ίδρυση της ΦΑΜΑΡ αποδείχθηκε ότι ήταν μόνο η αρχή, αφού σύντομα η οικογένεια θα επεκτείνει δραστικά τις επιχειρηματικές δραστηριότητές της. Πρώτιστα, παρακολουθώντας τις εξελίξεις στο εξωτερικό, θα εμπλακεί με το **λιανεμπόριο δημιουργώντας το 1962** τα πρώτα καταστήματα αυτοεξυπηρέτησης στην Ελλάδα, δηλαδή αυτό που σήμερα γνωρίζουμε ως σουπερμάρκετ, με την επωνυμία Self Service Μαρινόπουλος.

Ένα χρόνο μετά, με αφορμή τη συνεργασία με τον γαλλικό όμιλο Le Printemps, τα καταστήματα μετονομάζονται σε Prisunic Μαρινόπουλος, ή αλλιώς ΡΜ, όπως έγιναν γνωστά τη δεκαετία του '70. Εν τέλει, η συνεργασία δεν θα μακροημέρευε, αφού λύθηκε στις αρχές της δεκαετίας του '90, όταν ο γαλλικός όμιλος είχε πάρει την κατιούσα.

Ακολουθούν, το 1982, τα Beauty Shops, αλυσίδα καταστημάτων καλλυντικών και ειδών αισθητικής, η συνεργασία, το 1990, με την επιχείρηση Marks & Spencer, η δημιουργία, το 1999, του ομίλου Carrefour-Μαρινόπουλος, με τη συμμετοχή ανάμεσα στο γαλλικό και τον ελληνικό όμιλο να είναι στο 50% - 50%, η συνεργασία, το 2002, με τα Starbucks, και τέλος, η πιο πρόσφατη συνεργασία με τα καταστήματα Fnac.

Αξιοσημείωτο είναι ότι όλα αυτά τα χρόνια, όλες οι συνεργασίες με τους ξένους οίκους έχουν γίνει επί ίσοις όροις. Ενδεικτική, εξάλλου, ήταν η δήλωση του Δημήτρη Μαρινόπουλου το 1969, σε μια εποχή όπου η δικτατορία αντιμετώπιζε με εύνοια τις ξένες επιχειρήσεις που επιθυμούσαν να δραστηριοποιηθούν στην Ελλάδα: «Δεν επιθυμούμεν να είμεθα αποικία των ξένων επενδυτών αλλά συνεργάται των εντός του ελληνικού χώρου».

Σήμερα, τα ηνία του ομίλου έχουν περάσει πια στην τρίτη γενιά, τα τέσσερα παιδιά των Δημήτρη και Γιάννη Μαρινόπουλου, επιβεβαιώνοντας για μία ακόμη φορά τον ισχυρό ρόλο που μπορεί να διαδραματίσει η οικογένεια στα επιχειρηματικά δρώμενα και στη διαχρονικότητα της επιχειρηματικότητας. Ακολουθείται δε ένα μοντέρνο σύστημα διοίκησης με την κατάτμηση μέρους των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων του ομίλου σε κάθε ένα από τα τέσσερα ξαδέρφια. Την ίδια στιγμή, προκειμένου να εξασφαλισθεί η παρουσία του ιστορικού ονόματος και στο μέλλον του ομίλου, “εκπαιδύεται” η τέταρτη γενιά της οικογένειας Μαρινόπουλου, υιοθετώντας, όπως έχει πράξει και στο παρελθόν, μια ιδιαίτερα αποτελεσματική μέθοδο εκπαίδευσης, αυτή της τοποθέτησης του νεαρού εκπαιδευόμενου δίπλα σε κάποιον παλαιότερο, τον μέντορά του.

### **ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΣΤΗΚΕ Η ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΥΦΕΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ:**

**Σταθμός στην επιχειρηματική πορεία της οικογένειας θα είναι η απόφαση των Γάλλων να αποσυρθούν ως επενδυτές από την ελληνική αγορά λόγω της παρατεταμένης ύφεσης.** Οι Μαρινόπουλοι αποφασίζουν να κρατήσουν μόνοι τους της εταιρεία με στόχο να την επαναφέρουν σε αναπτυξιακή τροχιά και να την καταστήσουν κερδοφόρα. Λειτουργώντας ένα δίκτυο **807** καταστημάτων (41 υπέρ μάρκετ, 287 σούπερ μάρκετ, 479 convenience stores), η εταιρεία τα τελευταία χρόνια χάνει τζίρο, κυρίως λόγω της κρίσης, εμφανίζοντας στο πρώτο τρίμηνο του **2012** πωλήσεις 521 εκατ. ευρώ, έναντι **625** εκατ. ευρώ το αντίστοιχο τρίμηνο του **2011** και 676 εκατ. ευρώ το **2010!** Συνεπεία αυτών των εξελίξεων οι τελευταίες χρήσεις της εταιρείας έκλεισαν αρνητικά. Μάλιστα, στη χρήση του 2011 η εταιρεία εμφανίζει ιδιαίτερος υψηλές ζημίες, όπως τουλάχιστον αναφέρουν πηγές του σελφ σέρβις. Η μείωση των πωλήσεων της Καρφούρ Μαρινόπουλος και τα αρνητικά εν συνόλω αποτελέσματά της ώθησαν, όπως φάνηκε, τους μετόχους της να αντιδράσουν.

## **Η ΑΠΟΧΩΡΗΣΗ ΤΩΝ ΓΑΛΛΩΝ**

Σελίδα στην ιστορία του γυρίζει ακόμη μια φορά ο όμιλος Μαρινόπουλος, αναλαμβάνοντας αποκλειστικός μέτοχος της Καρφούρ Μαρινόπουλος στη χώρα μας και, ταυτόχρονα, master franchise των γαλλικών σημάτων στην Ελλάδα και τα Βαλκάνια. Η απόφαση των Γάλλων να αποσυρθούν ως επενδυτές από τη δοκιμαζόμενη, λόγω της ύφεσης, ελληνική αγορά μετά από 20 χρόνια παρουσίας τους στη χώρα μας, αλλάζει πλήρως το σκηνικό στην ελληνική, πλέον, εταιρεία, ενώ αναταράξεις αναμένονται και στο οργανωμένο λιανεμπόριο, αφού η απόφαση του ομίλου Μαρινόπουλος να επενδύσει εκ νέου στον κλάδο δεν μπορεί παρά να σηματοδοτεί αλλαγές στη στρατηγική της εταιρείας. Οι αλλαγές αυτές θα αποσκοπούν να επαναφέρουν την Καρφούρ Μαρινόπουλος σε αναπτυξιακή τροχιά και να την καταστήσουν κερδοφόρα.

### **Πολύμηνες διαπραγματεύσεις**

Της συμφωνίας αποχώρησης των Γάλλων από το κοινό μετοχικό σχήμα προηγήθηκαν πολύμηνες διαπραγματεύσεις μεταξύ των δύο πλευρών, που εντάθηκαν φέτος την άνοιξη, όταν προ και μετά του Πάσχα πύκνωσαν οι επισκέψεις των Γάλλων στην Ελλάδα. Στην αγορά το θέμα συζητιόταν έντονα ήδη από πέρυσι τον Σεπτέμβριο, όταν οι δύο μέτοχοι αποφάσισαν να επαναφέρουν στο «τιμόνι» της εταιρείας τον κ. Jérôme Loubère, προκειμένου να αντικαταστήσει τον μόλις επί τετράμηνο CEO της εταιρείας, κ. Patrice Lespagnol. Πολλοί στην αγορά τότε είχαν θεωρήσει πως οι δύο μέτοχοι αποφάσισαν να προχωρήσουν σε σημαντικές για το μέλλον της εταιρείας αποφάσεις. Δεν διαψεύστηκαν, καθώς οκτώ μήνες μετά ανακοινώθηκε η πώληση στον όμιλο Μαρινόπουλος των μετοχών που κατείχε ο όμιλος Carrefour στην Καρφούρ Μαρινόπουλος...

Πρόκειται για τρανταχτή εξέλιξη, εφόσον συνέβη μετά από μια εικοσαετία παρουσίας του γαλλικού ομίλου στην Ελλάδα, την οποία άνοιξε άμεσα η ανάρρηση στην ηγεσία του γαλλικού ομίλου του κ. Georges Plassat, νέου διευθύνοντος συμβούλου του. Ως γνωστόν η πρώτη μέριμνα του κ. Plassat είναι η εξυγίανση της εταιρείας παγκοσμίως. Για την ιστορία υπενθυμίζουμε ότι ο γαλλικός όμιλος εισήλθε στην Ελλάδα το 1992 με τα καταστήματα Continent, ενώ οι Έλληνες κι οι Γάλλοι «συγκατοίκησαν» ως μέτοχοι υπό την Καρφούρ Μαρινόπουλος από το 2000.

### **Τι λέει η νέα συμφωνία**

Βάσει της πρόσφατης συμφωνίας που υπεγράφη για την Καρφούρ Μαρινόπουλος:

\* Ο όμιλος Μαρινόπουλος καθίσταται μοναδικός μέτοχος της Καρφούρ Μαρινόπουλος, αγοράζοντας από τον όμιλο Carrefour τη συμμετοχή του στην κοινή εταιρεία, που ανερχόταν στο 50%. Οι δύο πλευρές δεν ανακοίνωσαν το τίμημα της εξαγοράς.

\* Τα σήματα της Carrefour παραμένουν στην ελληνική αγορά. Ο όμιλος Μαρινόπουλος αναλαμβάνει master franchise του ομίλου Carrefour όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά συνολικά στην περιοχή των Βαλκανίων όπου έχουν αναπτυχθεί ή πρόκειται να αναπτυχθούν σήματα του γαλλικού ομίλου.

\* Από την πώληση του 50% των μετοχών της Καρφούρ Μαρινόπουλος στον όμιλο Μαρινόπουλος οι Γάλλοι θα εγγράψουν επιβάρυνση, κυρίως όχι σε μετρητά, ύψους 220 εκατ. ευρώ. Αν και δεν διευκρινίζεται (και από τις δύο πλευρές) σε τι ακριβώς συνίσταται αυτή η επιβάρυνση, εικάζεται ότι αποτελεί την αρνητική υπεραξία που «γράφει» ο γαλλικός όμιλος από την πώληση των μετοχών του.



\* Η Καρφούρ Μαρινόπουλος προχωρά άμεσα σε αύξηση μετοχικού κεφαλαίου κατά το ποσό των 348 εκατ. ευρώ, στην οποία θα μετέχουν όλοι οι μέτοχοι της εταιρείας (μέλη της οικογένειας Μαρινόπουλου). Σημειώνεται ότι στην ηγεσία της Carrefour Μαρινόπουλος παραμένει ο κ. Jérôme Loubère, ο οποίος πλαισιώνεται από νέο διοικητικό συμβούλιο, ενώ αλλαγές αναμένονται και στο στελεχιακό δυναμικό της εταιρείας.

### **ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΣΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ**

#### **Επενδύσεις 250 εκατ. σε τιμές και Βαλκάνια για τη Μαρινόπουλος**

Περαιτέρω επέκταση στα **Βαλκάνια**, με παρουσία πλέον και στη Σερβία, επενδύσεις στις τιμές που θα ανέρχονται, μόνο για το 2013, σε 60 εκατ. ευρώ, έμφαση στα ελληνικά προϊόντα και ανάπτυξη καταστημάτων νέου τύπου, αποτελούν τους βασικούς άξονες του νέου επενδυτικού σχεδίου της Μαρινόπουλος Α.Ε. *« Το 2012 ήταν μια χρονιά ορόσημο για τη Μαρινόπουλος, δεδομένου ότι άνοιξε ένα νέο κεφάλαιο στην 50χρονη ιστορία μας. Έχοντας πλήρη γνώση των προκλήσεων που πρέπει να αντιμετωπιστούν, αποφασίστηκε η από κοινού μεταβίβαση του πλήρους ελέγχου της εταιρείας στην οικογένεια Μαρινόπουλου».* (Διευθύνων σύμβουλος της αλυσίδας λιανεμπορίου, Ζερόμ Λουμπέρ )

Κατά τη χρήση του 2012 εξασφαλίστηκε μείωση 7% στο καλάθι της νοικοκυράς, μέσω της αντικατάστασης των επωνύμων προϊόντων, με προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας. Πέρα από την Ελλάδα, σημαντική συμβολή στην ανάπτυξη της εταιρείας είχε και η Κύπρος, όπου οι πωλήσεις αυξήθηκαν πέρυσι με διψήφια ποσοστά, καθώς και τα Βαλκάνια, με τα τοπικά καταστήματα να καταγράφουν σημαντικές επιδόσεις.

Στο διάστημα Σεπτεμβρίου - Δεκεμβρίου 2012 η εταιρεία Μαρινόπουλος πέτυχε σημαντική αύξηση της επισκεψιμότητας των πελατών της, η οποία υπερκάλυψε τις όποιες απώλειες καταγράφηκαν από τον περιορισμό του διαθέσιμου εισοδήματος προς κατανάλωση. Σε ότι αφορά στους προμηθευτές οι σχέσεις της εταιρείας με τους προμηθευτές έχουν ομαλοποιηθεί . Σε αυτό το πλαίσιο γεννήθηκε και το **Πρόγραμμα Καινοτομίας Ελληνικού Προϊόντος**, στο πλαίσιο του οποίου ταξιδεύουν στελέχη της εταιρείας ανά την Ελλάδα και ενισχύουν τις συνεργασίες τους με τοπικούς παραγωγούς (500 Έλληνες προμηθευτές). Το γεγονός δε, ότι η ταυτότητα της εταιρείας είναι πλέον 100% ελληνική, έχει λειτουργήσει θετικά τόσο στη σχέση με τους προμηθευτές, εδραιώνοντας ένα κλίμα εμπιστοσύνης, όσο και με τους καταναλωτές. Για τους καταναλωτές είναι μια ελληνική εταιρεία που επενδύει στη χώρα, λειτουργεί υπεύθυνα σε θέματα τιμών, προσφέρει εργασία σε 15.000 εργαζομένους και προωθεί την εγχώρια παραγωγικότητα.

**- Τι περιλαμβάνει το επενδυτικό πλάνο για τη διετία 2013-2014:**

-Στο επενδυτικό πλάνο ύψους 250 εκατ. ευρώ περιλαμβάνεται η περαιτέρω επέκτασή εκτός συνόρων. Ηδη διαθέτει 16 καταστήματα στην Κύπρο, 16 στη Βουλγαρία και από ένα υπερμάρκετ στην Αλβανία και στη Βουλγαρία. Άμεσος στόχος είναι η επέκτασή στην αγορά της Σερβίας. Επίσης, το επενδυτικό πλάνο περιλαμβάνει επέκταση του δικτύου πωλήσεων με νέα σημεία, ανακαινίσεις υφιστάμενων καταστημάτων, αλλά και την εισαγωγή βιοκλιματικών τεχνολογιών για εξοικονόμηση ενέργειας, όπως ήδη γίνεται σε πολλά από τα καταστήματά, με πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα το σούπερ μάρκετ της Μήλου. Στο πρόγραμμα θα ενταχθούν και τα 16 υπερμάρκετ υπό το σήμα Carrefour, ώστε το δίκτυο αυτό να αλλάξει όψη, αφομοιώνοντας όλες τις σύγχρονες τάσεις της αγοράς και απαντώντας σε κάθε ανάγκη του καταναλωτή.

---

127: [http://news.kathimerini.gr/4dcgi/\\_w\\_articles\\_economyepix\\_100015\\_17/02/2013\\_511602](http://news.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_economyepix_100015_17/02/2013_511602)

## 28. ΕΦΟΠΛΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

### Angelicoussis Shipping Group

#### Ο ελληνικός εφοπλισμός

Έχοντας επενδύσει μέσα στο 2012 κεφάλαια ύψους 3,8 δισ. δολαρίων για αγορές πλοίων, αυξάνοντας το στόλο του κατά 217 πλοία, ο ελληνικός εφοπλισμός φιγουράρει στο Top 100 της Lloyd's List.

Με την επιρροή που ασκούν σε πλανητική κλίμακα οι Έλληνες εφοπλιστές έχουν το προνόμιο να οδηγούν τη μόνη ελληνική βιομηχανία σε υψηλές επιδόσεις διεθνώς, σε μια περίοδο που η «ελληνική περίπτωση» τείνει να γίνει συνώνυμη της τραγωδίας. Οι Έλληνες εφοπλιστές με τα πλοία τους μεταφέρουν το 20% του παγκόσμιου εμπορίου, το οποίο σε ποσοστό 90% γίνεται διά θαλάσσης.

Επιπλέον οι Έλληνες εφοπλιστές έχουν αναδειχθεί πρώτοι στις αγορές πλοίων και από την δευτερογενή αγορά αφού επί συνόλου 256 αγοραπωλησιών μεταχειρισμένων πλοίων έχουν αποκτήσει τα περισσότερα. Συγκεκριμένα, οι Έλληνες έχουν αποκτήσει 29 πλοία και βρίσκονται στην κορυφή της σχετικής κατάταξης ενώ ακολουθούν με 24 οι Κινέζοι και έπονται με μόλις 13 οι Νορβηγοί, με 12 οι Γερμανοί και με 7 οι νοτιοκορεάτες. Τα στοιχεία αυτά αφορούν μόνον το πρώτο δίμηνο και εκτιμάται ότι έχουν βελτιωθεί ακόμα περαιτέρω τα μερίδια των Ελλήνων τους επόμενους μήνες. Εξάλλου πρωταγωνιστές είναι και στην αγορά των νέων παραγγελιών με το μερίδιο του λέοντα να έχουν τα containerships. Με το πλήθος των παραγγελιών να είναι παρόμοιο πρακτικά οι Έλληνες αγοράζουν ένα ποντοπόρο πλοίο κάθε ημέρα

Στην παρακάτω λίστα, η οποία απαρτίζεται από επιχειρηματίες που πρωταγωνίστησαν το 2012 με τις κινήσεις και τις επενδύσεις που πραγματοποίησαν, συγκαταλέγονται οι εξής 14 Έλληνες εφοπλιστές και στελέχη της ναυτιλίας:

**Στην πρώτη 5άδα είναι οι Γιάννης Αγγελικούσης στο Νο 4 και Γιώργος Οικονόμου στο Νο 5 και ακολουθούν η Αγγελική Φράγκου (18), Πήτερ Λιβανός (26), Γιώργος Προκοπίου (28), Βίκτωρας Ρέστης (56), Κωσταντίνος Κωνσταντακόπουλος (60), Συμεών Παληός (63), Νίκος Τσάκος (72), Θεόδωρος Βενιάμης (75) ως πρόεδρος της Ένωσης Ελλήνων Εφοπλιστών, Κώστας Γραμμένος (81) καθηγητής στο Cass Business School του Λονδίνου, Δημήτρης Μελισσανίδης (82), Ευάγγελος Μαρινάκης (84) και Πήτερ Γεωργιόπουλος (90).**

### **Η Εφοπλιστική εταιρεία του Γιάννη Αγγελικούση<sup>128</sup>**



**Angelicoussis Shipping Group**

#### ***To profil του Γ.ΑΓΓΕΛΙΚΟΥΣΗ***

Πρώτος εκ των Ελλήνων στη λίστα και σε υψηλή θέση, θεωρείται ένας από τους μεγαλύτερους εφοπλιστές του πλανήτη. Ιδιαίτερα χαμηλού προφίλ, λέγεται ότι όλες οι αποφάσεις του ενώπιον κρίσεων ήταν σωστές. Ο όμιλος αναπτύσσεται οργανικά με ένα συνεχές και κυλιόμενο πρόγραμμα ναυπηγήσεων δεξαμενόπλοιων και φορτηγών πλοίων. Έχει υπό τον έλεγχό του 93 καράβια. **Ο Αγγελικούσης, που χρησιμοποιεί σχεδόν αποκλειστικά την ελληνική σημαία, ελέγχει περισσότερο από το 20% της συνολικής μεταφορικής ικανότητας ολόκληρου του υπό ελληνική σημαία στόλου.** Έχει άριστη συνεργασία με γίγαντες όπως η ExxonMobil και η Chevron.

Είναι ο τέταρτος μεγαλύτερος εφοπλιστής παγκοσμίως . Διοικεί έναν τεράστιο στόλο, τον οποίο διευρύνει διαρκώς με την παραγγελία νέων πλοίων. Το πιο σημαντικό, όμως, είναι ότι επιμένει να τα επανδρώνει με Έλληνες ναυτικούς και να υψώνει περήφανα τη γαλανόλευκη.

Ο κ. Ιωάννης Αγγελικούσης διακρίνεται για τη δύναμη και το κύρος του. **Άνθρωπος χαμηλών τόνων από τη φύση του, λιγομίλητος απεχθάνεται τη δημοσιότητα.** Εμφανίζεται σπάνια ακόμη και σε ναυτιλιακά συνέδρια που, θεωρητικά τουλάχιστον, τον αφορούν και μόνο αυτοί που τον γνωρίζουν προσωπικά ξέρουν πόσο σημαντικός παίκτης είναι στον εφοπλιστικό κλάδο. Ο ίδιος ωστόσο κάνει τα πάντα για να συγκαλύψει το επιχειρηματικό του μέγεθος. **Ο κ. Αγγελικούσης είναι ιδιοκτήτης τριών ναυτιλιακών εταιριών, με έναν στόλο που αποτελείται από 93 πλοία, συνολικής χωρητικότητας 18 εκατομμυρίων τόνων.** Το ναυπηγικό του πρόγραμμα είναι εξίσου εντυπωσιακό, καθώς περιλαμβάνει την κατασκευή 18 πλοίων, συνολικής αξίας 2.720 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Με βάση αυτά τα στοιχεία, μόνο τυχαία δεν είναι η θέση που καταλαμβάνει στον κατάλογο Top 100 του Lloyd's για το 2012.

### **Το ιστορικό της αυτοκρατορίας<sup>129</sup>**

Πώς κατάφερε όμως να χτίσει αυτήν την αυτοκρατορία; Ο 64χρονος πλέον Ιωάννης Αγγελικούσης είναι ο συνεχιστής μιας μεγάλης οικογενειακής παράδοσης στον εφοπλισμό, αλλά και μιας ιστορίας ηρωισμού και φιλοπατρίας. **Ιδρυτής της σημερινής ναυτιλιακής αυτοκρατορίας ήταν ο Αντώνης Αγγελικούσης, πατέρας του Ιωάννη, ο οποίος εκτός από επιτυχημένος εφοπλιστής, υπήρξε ήρωας του Β' Παγκοσμίου Πολέμου.** Μάλιστα είχε παρασημοφορηθεί δύο φορές από την ελληνική και άλλες δύο από την αγγλική κυβέρνηση για την ανδρεία και την αυταπάρνησή του.

Η υπερηφάνεια της καταγωγής δεν σχετίζεται μόνο με το παρελθόν, καθώς η οικογένεια Αγγελικούση ποτέ δεν περιορίστηκε μόνο στα λόγια. Το πόσο τιμά την πατρίδα φαίνεται και από τα έργα και συγκεκριμένα από την επιλογή σημαίας στα πλοία του που διασχίζουν τους ωκεανούς. Από τα 93 συνολικά καράβια, στα 80 ανεμίζει η ελληνική σημαία, παρόλο που το κόστος είναι υψηλότερο σε σχέση με τα ξένα νηολόγια. Επιπλέον, αξιοσημείωτο είναι και το γεγονός ότι σε όλα ανεξαιρέτως τα πλοία υπηρετούν Έλληνες αξιωματικοί.

**Επιχειρηματίες από τον στενό κύκλο του Ιωάννη Αγγελικούση και συνεργάτες του, τον χαρακτηρίζουν διεθνή προσωπικότητα της παγκόσμιας ναυτιλίας, αλλά και ένθερμο υποστηρικτή του ελληνικού στοιχείου.** Δίνει μεγάλη σημασία στη ναυτική εκπαίδευση και περιμένει από την κυβέρνηση να επιτρέψει, το συντομότερο δυνατό, με Πράξη Νομοθετικού Περιεχομένου την ενεργοποίηση παλαιότερων νόμων που αφορούν στην ίδρυση ιδιωτικών σχολών Ναυτικής Επαγγελματικής Κατάρτισης και Επιμόρφωσης. Ανήκει, τέλος, σε εκείνους τους Έλληνες πλοιοκτήτες που ενδιαφέρονται έντονα να επενδύσουν στη ναυτική εκπαίδευση.



### Νέες συμφωνίες και προοπτικές<sup>130</sup>

Άμεση κατασκευή 18 πλοίων, συνολικής αξίας 2.720 δισεκατομμυρίων δολαρίων. Συγκεκριμένα: Α) Μεσοπρόθεση νέα επένδυση μαμούθ 2,5 εκ. δολαρίων για 11 πλοία LNG .

Β) Νέα πρόσφατη συμφωνία με τα κορεάτικα ναυπηγεία Daewoo για την κατασκευή ακόμη δύο πλοίων LNG αξίας 400 εκατομμυρίων δολαρίων και η option για την κατασκευή άλλων δύο πλοίων εντάσσεται στο πλαίσιο της δυναμικής επέκτασής του στον τομέα των LNG carriers.

Γ) Με τη συμφωνία ολοκληρώθηκαν οι διαπραγματεύσεις που είχε με τη Daewoo και τη Hyundai για την κατασκευή τεσσάρων LNG, που θα κατασκευαστούν για λογαριασμό της εταιρίας του Ομίλου Maran Gas. Στη Daewoo ναυπηγούνται ακόμη τρία LNG για λογαριασμό του ομίλου ενώ το συνολικό ναυπηγικό πρόγραμμα για την κατασκευή 11 νέων LNG ανέρχεται σε ποσό άνω των 2 δισεκατομμυρίων δολαρίων.

Δ) Η ναυτιλιακή ANGELICOUSSIS Shipping Group έχει σφραγίσει συμφωνία με την Daewoo Shipbuilding & Marine Engineering για την μετατροπή άλλων δύο πολύ μεγάλων συμβολαίων **μεταφορέα αργού, για παραγγελία υγροποιημένου φυσικού αερίου.**

Με τη νέα αγορά, τα πλοία LNG του Έλληνα ιδιοκτήτη γίνονται τρία στον αριθμό και αγοράστηκαν στην τιμή των 155 εκατ. το καθένα. Σύμφωνα με το Lloyds List, το πρώτο από τα τρία πλοία μεταφοράς LNG 156.000 έχει προγραμματιστεί να παραδοθεί το δεύτερο εξάμηνο του 2013 στην LNG Angelicoussis και στην Maran Gas Maritime, με τα δύο δίδυμα πλοία να ακολουθούν το 2014 και το 2015.

Ο ιδιοκτήτης, ο οποίος ελέγχει ήδη έναν από τους μεγαλύτερους ιδιωτικούς στόλους στον κόσμο πολύ μεγάλων δεξαμενόπλοιων, επεδίωξε να παρέχει μεγαλύτερη ισορροπία στο στόλο του, ιδίως ενόψει της τόνωσης προοπτικών για τον τομέα LNG. Οι παραγγελίες αναμένεται να αυξήσουν τον στόλο της Maran Gas, με σύνολο οκτώ πλοίων μεταφοράς LNG, καθώς και δύο πολύ μεγάλων πλοίων LPG. Ο Όμιλος χρησιμοποιεί σχεδόν αποκλειστικά την ελληνική σημαία και ελέγχει περισσότερο από το 20% της συνολικής μεταφορικής ικανότητας ολόκληρου του υπό ελληνική σημαία στόλου. Ο Ιωάννης Αγγελικούσης, ήταν από τους πρώτους εφοπλιστές που αντιλήφθηκαν από νωρίς τις τεράστιες δυνατότητες που παρέχει ο κλάδος των LNG που βρίσκεται σε ανοδική τροχιά μετά και την έκρηξη στο πυρηνικό εργοστάσιο της Ιαπωνίας που επίσπευσε τη χρήση των πράσινων μορφών ενέργειας. Οι αξίες των πλοίων LNG και οι ναύλοι τους παίρνουν την ανιούσα. Υπάρχουν πολύ λίγα τέτοια ποντοπόρα δεξαμενόπλοια παγκοσμίως σε αντίθεση με την υπερπροσφορά τονάζ φορτηγών και τάνκερ.

Η εξέλιξη αυτή πραγματοποιείται σε μία περίοδο κατακόρυφης αύξησης της ζήτησης για φυσικό αέριο από μεγάλες οικονομίες όπως η γερμανική και η ιαπωνική, καθώς περιορίζουν δραστικά την έκθεσή τους στην πυρηνική ενέργεια. Μάλιστα όλο και περισσότερες χώρες σχεδιάζουν να επενδύσουν στη χρήση υγροποιημένου φυσικού αερίου. Σύμφωνα με τους αναλυτές το πυρηνικό ατύχημα της Φουκουσίμα αναμένεται να αυξήσει τη χρήση LNG μέχρι το 2020 ανά 25 εκατομμύρια τόνους τον χρόνο παγκοσμίως ώστε το 2020 να φτάσει τους 401 εκατομμύρια τόνους από 378 που είχε προβλεφθεί αρχικά. Είναι χαρακτηριστικό ότι η Αγγλία από το 2020 θα εισάγει φυσικό αέριο για να καλύψει το 70% των ενεργειακών του αναγκών, εκ των οποίων τα δύο τρίτα θα είναι υγροποιημένο φυσικό αέριο. Βάσει των προβλέψεων όλων των διεθνών ενεργειακών οργανισμών, η χρήση του υγροποιημένου αερίου LNG θα γνωρίσει κατακόρυφη άνοδο τα επόμενα χρόνια. Ταυτόχρονα οι εκτιμήσεις για τη διαμόρφωση των τιμών δείχνουν ότι η συγκεκριμένη μορφή αερίου θα είναι ευθέως ανταγωνιστική σε σχέση με το συμβατικό καύσιμο, κάτι που συμβαίνει ήδη καθώς το LNG είναι φθηνότερο στη spot αγορά σε σχέση με τα μακροχρόνια συμβόλαια προμήθειας μέσω αγωγών. Ο Αγγελικούσης ήταν από τους πρώτους Έλληνες εφοπλιστές που μπήκε στην αγορά LNG, καθώς διαπίστωσε ότι η συγκεκριμένη αγορά έχει απεριόριστες δυνατότητες. Ελέγχει τρεις ναυτιλιακές εταιρίες, μία εκ των οποίων εξειδικεύεται στη διαχείριση πλοίων μεταφοράς υγραερίου. **Πρόκειται για τις εταιρίες Arangel Maritime, Maringaz και Kristen Navigation.**

**Η οικογένεια Αγγελικούση ήταν και η πρώτη που σχεδίασε και υλοποίησε την εισαγωγή της στα ξένα χρηματιστήρια. Το 1987 με την Arangel American Shipholding Ltd σε συνεργασία με την American Express Bank εισήγαγαν μετοχές της εταιρίας στα χρηματιστήρια της Νέας Υόρκης και του Λουξεμβούργου.**

---

127 Πηγή :Έλληνες εφοπλιστές, με περιουσία που αγγίζει το μισό χρέος της Ελλάδας | iefimerida.gr, <http://www.iefimerida.gr/node/>

128 :<http://www.dealnews.gr/nautilia/item/18407->

129 : <http://www.koolnews.gr/business/aggelikousis-pos-egine-o-4os-megaliteros-efoplistis-tou-kosmou/>



**ΜΕΡΟΣ Ζ΄**

**ΕΥΡΗΜΑΤΑ**

**ΤΕΛΙΚΗ ΣΥΖΗΤΗΣΗ**

**ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

**ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΝΕΩΝ**

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΩΝ**

**ΕΠΙΛΟΓΟΣ**

## 29.ΕΝΤΟΠΙΣΜΟΣ ΕΥΡΗΜΑΤΩΝ & ΕΡΜΗΝΕΙΑ

Η Βιβλιογραφική ανασκόπηση και η μελέτη περιπτώσεων αναφορικά με το ζήτημα που μελετάμε μας οδήγησε σε ορισμένα σημαντικά ευρήματα λαμβάνοντας υπόψη ότι με τα νέα δεδομένα που έχει δημιουργήσει η 5ετής ύφεση στην Ελλάδα και η συνεπαγόμενη μείωση του ΑΕΠ της χώρας, αυξάνεται σημαντικά το μερίδιο της συμμετοχής των **εξαγωγών** στο σχηματισμό του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος, που φτάνει πλέον το 13,8%<sup>130</sup>.

Το ποσοστό αυτό είναι κατά 81,5% υψηλότερο από τα επίπεδα του 2008. Αν μάλιστα, προστεθούν στις εξαγωγές προϊόντων και οι εξαγωγές υπηρεσιών, τότε η συμμετοχή των **εξωστρεφών κλάδων** της ελληνικής οικονομίας (εξαγωγικές επιχειρήσεις, τουρισμός, μεταφορές, ναυτιλία, επικοινωνίες, χρηματοοικονομικές υπηρεσίες) υπερβαίνει το **27%, απέχοντας, ωστόσο, ακόμα σημαντικά από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο (πάνω από 40% στην αντίστοιχη περίοδο αναφοράς που είναι το 2012).**

Συγκεκριμένα, από το 2012, πλεονασματικό ισοζύγιο<sup>131</sup> εμφανίζουν οι κλάδοι:

-Ποτά & Καπνός: Εξαγωγές 624,1 εκατ. ευρώ έναντι εισαγωγών 495,4 εκατ. ευρώ

-Λάδια & Λίπη: Εξαγωγές 383,8 εκατ. ευρώ έναντι εισαγωγών 282,9 εκατ. ευρώ

-Πρώτες Ύλες: Εξαγωγές 1,4 δις ευρώ, έναντι εισαγωγών 1,24 δις ευρώ

-Εμπιστευτικά Είδη: Εξαγωγές 587,3 εκατ. ευρώ έναντι εισαγωγών 14,3 εκατ. ευρώ

Ωστόσο, ελλειμματικοί παραμένουν οι μεγαλύτεροι κλάδοι, όπως των Τροφίμων (-913 εκατ. ευρώ) και των Βιομηχανικών Προϊόντων (-12,57 δις ευρώ).

Συνοπτικά και σε ότι αφορά την πορεία του εξωτερικού εμπορίου της χώρας για την περίοδο **2004-2012**, σύμφωνα με ανάλυση του **Πανελληνίου Συνδέσμου Εξαγωγέων**, προκύπτει υπερδιπλασιασμός εξαγωγών (+109,4%), μικρή αύξηση εισαγωγών (8,8%) και σημαντική βελτίωση του εμπορικού ισοζυγίου της χώρας (-32,7%), σε σχέση με το 2004. Τα ευρήματα της παρούσας μελέτης μας οδηγούν στο συμπέρασμα ότι ο Έλληνας επιχειρηματίας δεν μπορεί να απομονωθεί από την παγκοσμιοποίηση της οικονομίας. Και εφόσον η αγορά που αντιμετωπίζει είναι παγκόσμια θα πρέπει να υιοθετήσει νέες στρατηγικές και πολιτικές οι οποίες συνεπάγονται μεταξύ άλλων και υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και καινοτομιών.

Επιπλέον οι Έλληνες επιχειρηματίες θα πρέπει να αλλάξουν νοοτροπία ακόμα κι αν δραστηριοποιούνται μόνο στις τοπικές εγχώριες αγορές<sup>132</sup>

Επίσης οι επιχειρήσεις που “διεθνοποιούνται” δραστηριοποιούνται σε περισσότερες από μία χώρες οπότε και θα πρέπει να γνωρίζουν την κουλτούρα κάθε έθνους.

Σε ότι αφορά στην υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και καινοτομιών εντοπίζουμε τα εξής: Όταν μιλάμε για ανάπτυξη της οικονομίας, αυτό σημαίνει ανάπτυξη καινοτομίας. Δηλαδή, παραγωγή γνώσης και ιδεών που είναι εφαρμόσιμες και «εμπορεύσιμες», μεταφέρουν την τεχνολογία στην παραγωγή και στην κοινωνία, δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας και βέβαια, προάγουν το ανθρώπινο πνεύμα. Άρα η καινοτομία είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την επιχειρηματικότητα και την οικονομία.

Τέλος ένα σημείο που θα πρέπει να τονίσουμε είναι η σύνδεση της καινοτομίας με την εκπαίδευση (καινοτομία και ανώτατη εκπαίδευση είναι έννοιες άρρηκτα συνδεδεμένες), τη συμμετοχή στη δια βίου μάθηση, την ποιότητα του εκπαιδευτικού συστήματος.

---

130,131, :<http://www.antagonistikotita.gr>

132 : D.Deakins et M.Freel,σελ..380

### 30. ΤΕΛΙΚΗ ΣΥΖΗΤΗΣΗ- ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Παρά το γεγονός ότι μας χωρίζει ένα σημαντικό τεχνολογικό κενό με την Ευρώπη, υπάρχει πλέον μια ορατή τάση υιοθέτησης των νέων τεχνολογιών. Τα βασικά συμπεράσματα στα οποία καταλήγουμε είναι:

Α) Η οικονομική κρίση λειτουργεί πολλαπλασιαστικά, με δεδομένο ότι η πλειοψηφία των οργανισμών αναζητά τρόπους αναδιάρθρωσης των λειτουργιών και βελτιστοποίησης της αποτελεσματικότητας.

Β) Από την άλλη πλευρά όμως, αυτές οι θετικές εξελίξεις υπερφαλαγγίζονται από τους περιορισμούς στον τομέα της επιχειρηματικότητας. Ο τρόπος και τα μέσα που προσεγγίζουμε την επιχειρηματικότητα αντικατοπτρίζει σε μεγάλο βαθμό τις αδυναμίες του οικονομικού μοντέλου που δοκιμάζεται από την παγκόσμια και τοπική κρίση.

Γ) Παράλληλα, οι θεσμικοί παράγοντες, παρά τις όποιες προσπάθειες, δεν έχουν κατορθώσει ακόμα να δημιουργήσουν τα φιλόξενα περιβάλλον που θα ενθαρρύνει τη δυναμική επιχειρηματικότητα υψηλής προστιθέμενης αξίας.

**Το κεντρικό μας μήνυμα/συμπέρασμα συνοψίζεται στη βασική αιτιώδη σχέση Καινοτομίας, Επιχειρηματικότητας και Διεθνούς Ανάπτυξης. Η επίτευξη όμως της οικονομικής ανάπτυξης, ειδικά σε συνθήκες κρίσης, απαιτεί ουσιαστικές αλλαγές στον τρόπο που προσεγγίζουμε την Καινοτομία και την Επιχειρηματικότητα. Η προσπάθεια δε αυτή, οφείλει να γίνεται με συνέπεια και συνέχεια εάν προσπαθούμε σθεναρά να διατηρήσουμε την κοινωνία μας σε τροχιά εξέλιξης.**



### 31. ΔΙΑΤΥΠΩΣΗ ΝΕΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΩΝ

Τα νέα ερωτήματα που ξεπροβάλουν είναι:

**1) Ποιοι είναι οι ανταγωνιστές των ελληνικών επιχειρήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο; Που βρίσκονται;**

(Η αναζήτηση θα πρέπει να είναι όχι μόνο στο εσωτερικό της χώρας αλλά και στο εξωτερικό)

**2) Ποιες είναι οι στρατηγικές και πολιτικές που θα επιτρέψουν στους Έλληνες επιχειρηματίες να αντιμετωπίσουν το πολύπλοκο και συνεχώς εξελισσόμενο παγκόσμιο περιβάλλον;**

**3) Πως έχουν επηρεασθεί οι επιχειρηματικές σχέσεις μεταξύ των κρατών;**

**4) Ποια είναι τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα των ελληνικών επιχειρήσεων;** Έχουμε ή θα μπορούσαμε να αναπτύξουμε βελτιωμένα συστήματα διοίκησης, αυξημένα επίπεδα επενδύσεων εκσυγχρονισμού και καινοτομίας (κόστος, προϊόντα, παραγωγικές διαδικασίες), χαμηλά κόστη μεταφορών και συναλλαγών, πληθώρα πρώτων υλών, χαμηλό κόστος εργατικού δυναμικού κ.α.)

**5) Καταλήξαμε στο συμπέρασμα ότι οι επιχειρήσεις που «διεθνοποιούνται», δραστηριοποιούνται σε περισσότερες από μία χώρες οπότε και θα πρέπει να γνωρίζουν τις διαφορές στην κουλτούρα των εθνών. Ποιο είναι το πολιτισμικό υπόβαθρο των αναπτυγμένων οικονομιών και ποιο των αναπτυσσόμενων. Ποια χαρακτηριστικά της κουλτούρας προσδιορίζουν αν αυτή η χώρα θα έχει υψηλά ή χαμηλά επίπεδα επιχειρηματικότητας;**

**6) Πως συνδέεται η καινοτομία και η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών από τις επιχειρήσεις με την ανώτατη εκπαίδευση στην Ελλάδα. Πως και με ποιον τρόπο μπορεί να συμβάλλει το σύγχρονο πανεπιστήμιο και πως μπορεί να χρηματοδοτηθεί;**

Τα παραπάνω ερωτήματα θα μπορούσαν να αποτελέσουν θέμα μιας επόμενης μελέτης ή/ και έρευνας σε επιστημονικό επίπεδο. Η σταδιακή απελευθέρωση των αγορών έχει διαμορφώσει ένα νέο πλαίσιο εντονότατου διεθνούς ανταγωνισμού για τις ελληνικές επιχειρήσεις. Θα πρέπει να κατανοήσουν όλοι οι εμπλεκόμενοι, κράτος, φορείς και επιχειρήσεις, τη μεγάλη σημασία και την πρώτη προτεραιότητας ανάγκη ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας τόσο εντός της χώρας όσο και εκτός

Πολύ σημαντικό είναι να αντιμετωπιστούν:

*A) η πρόκληση της ανάγκης υιοθέτησης στρατηγικών και μεθόδων που θα αφορούν την καινοτομία, την έρευνα και την τεχνολογία, βασικών παραμέτρων ώθησης της επιχειρηματικότητας διεθνώς.*

*B) Να αντιμετωπιστεί η πρόκληση για επιχειρηματική εκπαίδευση. Σημαντικά μαθήματα μπορούν να διδαχθούν από εκείνες τις αναπτυσσόμενες χώρες που σήμερα λαμβάνουν ένα μεγάλο μερίδιο Αμέσων Ξένων Επενδύσεων και Έρευνας και Ανάπτυξης. Στις περισσότερες από αυτές τις χώρες οι πολιτικές υπογράμμισαν το όραμα να ωθηθεί η χώρα σε δραστηριότητες υψηλής προστιθέμενης αξίας και ένταξη της καινοτομίας.*

## 32.ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Σύμφωνα με τις τελευταίες εξαγγελίες του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος (ΣΕΒΕ) το 2013 οι ελληνικές εξαγωγές εκτιμάται ότι θα αυξηθούν κατά 6%-10%, ενώ μεταξύ 2008 και 2012, (δηλαδή στη διάρκεια της κρίσης), η αξία των πωλήσεων ελληνικών προϊόντων στο εξωτερικό αυξήθηκε σε απόλυτους αριθμούς κατά 10 δισ. ευρώ (+59%).

Οι έλληνες εξαγωγείς έχουν θέσει ως εθνικό στόχο να πετύχουν αύξηση εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών στο 45% του ΑΕΠ μέχρι το 2020, έναντι 27% σήμερα.

Προτάσεις-«κλειδιά» για τη στήριξη των ελληνικών επιχειρήσεων που μπορούν άμεσα να εφαρμοσθούν για την στήριξή τους στο διεθνές περιβάλλον:

- Να προγραμματιστούν εκθέσεις προϊόντων Ελλήνων επιχειρηματιών καθώς και συνέδρια ομογενών εμπόρων και επιχειρηματιών.
- Να προωθηθεί η συμμετοχή ελλήνων επιχειρηματιών σε διεθνείς εκθέσεις του εξωτερικού.
- Να δημιουργηθεί ιστοσελίδα στο Διαδίκτυο η οποία θα περιλαμβάνει όλες τις ελληνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε διεθνές επίπεδο σε όλες τις Ηπείρους.
- Να δημιουργηθεί βάση δεδομένων για τους έλληνες επιχειρηματίες που έχει διεθνή επιχειρηματική δραστηριότητα (profil επιχειρηματιών).
- Να συντονιστούν οι προσπάθειες, ώστε τα ελληνικά προϊόντα να προωθούνται σε όλο και πιο πολλές χώρες.
- Να προβληθεί θετικά η εικόνα της Ελλάδας προς τα έξω.
- Να δημιουργηθεί ένας εννιαίος φορέας πληροφόρησης – ενημέρωσης και συμβουλευτικής για του Έλληνες που θέλουν να αναπτύξουν διεθνή επιχειρηματική δραστηριότητα.

• Να γίνουν προσπάθειες από τους συνδέσμους, σωματεία άλλους φορείς ώστε να αλλάξουν ή να προσπαθήσουν να αλλάξουν νοοτροπία οι έλληνες επιχειρηματίες ως προς την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και καινοτομιών.

• Να χρηματοδοτούνται και να δίνονται κίνητρα για υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και καινοτομιών στις επιχειρήσεις που τολμούν.

Θεωρούμε ότι η χώρα μας πρέπει να στηρίζει την καινοτομία και την υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών. Πρέπει να στηριχθούν οι νέες πρωτοβουλίες, ιδιαίτερα σε τομείς που θα κρίνουν το στοίχημα της εξωστρέφειας και της ανάπτυξης τα επόμενα χρόνια.

Η Ελλάδα, έχει σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα που μπορούν να συμβάλουν στην ενίσχυση της εξωστρέφειας της οικονομίας. **Ανάμεσά τους συγκαταλέγεται η γεωγραφική της θέση, οι πόροι της στον τομέα των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, το περιβάλλον της, η υψηλή εξειδίκευση του εργατικού της δυναμικού, ο ηγετικός της ρόλος στο εμπορικό ναυτικό και ο νησιωτικός της χαρακτήρας.**

Με τα προβλήματα της ελληνικής οικονομίας να είναι δεδομένα, η καινοτομία και η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών μπορούν να δώσουν την ευκαιρία για μία οικονομία με ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και άμεσες και θετικές επιδράσεις στην επιχειρηματικότητα και την κοινωνία.



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- White M. et Garry Br.(2010), *«Η Στρατηγική διαχείριση της τεχνολογίας και της καινοτομίας»*, Εκδ.Κριτική,Αθήνα
- Storey D et all(2011) *«Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις»* Εκδ.Κριτική,Αθήνα
- Καραγιάννης, Η ( 20 *«Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα»*, Εκδ.Παπασωτηρίου,Αθήνα
- Φίλιας Β., (2001), *«Εισαγωγή στη Μεθοδολογία και τις τεχνικές των Κοινωνικών Ερευνών»*, Εκδ. Gutenberg, Αθήνα
- David Deakins et Mark Freel,(2007) *«Επιχειρηματικότητα»* ,Εκδόσεις Κριτική,Αθήνα
- IOBE, *«Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα»* Ετήσια Έκθεση 2011-2012 Δεκέμβριος 2012.
- Ιωαννίδης, Σ.(2011) *«Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα»*, IOBE,Αθήνα.
- Ιωαννίδης. Σ. και Τσακανίκας, Α,(2011) *«Ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας Νέων και Γυναικών στην Ελλάδα»*, (IOBE, εμπειρογνωμοσύνη για το Υπουργείο Ανάπτυξης)
- Πανηγυράκης Γεώργιος, *«Πως Συμπεριφέρονται οι Διεθνείς Αγορές»*, Αγορά, τεύχος 238.
- Σταύρος Ιωαννίδης, Τάκης Πολίτης, Άγγελος Τσακανίκας (2011) *«Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-11»*, Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE), Αθήνα .
- Στουρνάρας, Γ. και Αλμπάνη Μ.(2008), *«Η Ελληνική Οικονομία μετά την Κρίση: Αναζητώντας ένα Νέο Αναπτυξιακό Πρότυπο»* Αθήνα: IOBE.
- Λιαρκοβάς Παναγιώτης(2007), *«Ξένες Άμεσες Επενδύσεις και ανταγωνιστικότητα»*, εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα
- Καραγιάννης Αν. (1999) *«Επιχειρηματικότητα και Οικονομία: Μελέτες»*, Εκδ.INTERBOOKS, Αθήνα
- Κορρές Γ.-Χιόνης Δ(2003) *«Οικονομική πολιτική ανάλυση βασικών μακροοικονομικών μεγεθών»*, Εκδ. Σταμούλης ,Αθήνα

## INTERNET- ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ:

- [http://www.unipi.gr/faculty/jhassid/odigos\\_MP1.pdf](http://www.unipi.gr/faculty/jhassid/odigos_MP1.pdf)
- <http://channel doubler.co.uk/sevdemo/wp-content/uploads/2012/11/microsoft-innovation-map.pdf> ( **Ernst-Jan Stigter** Διευθύνων Σύμβουλος, Microsoft Ελλάς) - ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΕΛΛΑΔΟΣ
- <http://www.naftemporiki.gr>
- <http://www.tanea.gr,16/11/2012>
- <http://www.epikaira.gr,11/11/12>
- <http://www.gsee.gr>
- <http://www.inegsee.gr>
- <http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=443348>
- <http://viliardos.capitalblogs.gr/showArticle.asp>
- <http://www.el.wikipedia.org>
- <http://www.investingreece.gov.gr> (ΕΛΛ.ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ)
- <http://www.kathimerini.gr/>
- <http://www.innews.gr/>
- <http://www.alfavita.gr/>
- <http://www.epixeirein.career.teiath.gr/bibliografia/kenotomia.php>
- <http://kbourletidis.blogspot.gr/2011/12/blog-post.html>,Κωνσταντίνος Μπουρλετίδης
- <http://www.agora.mfa.gr/modules.php?>
- Βιλιάρδος Βασίλης (2010) “Οικονομία και πολιτική”, [http://viliardos .capitalblogs .gr/ showArticle.asp.=id35484/18/11/2012](http://viliardos.capitalblogs.gr/showArticle.asp.=id35484/18/11/2012)
- Χαρδούβελης Γκίκας Α., Οικονομία και αγορές, Eurobank Research press, [www.eurobank.gr/research](http://www.eurobank.gr/research), 2011
- Θεοδώρου Θεόδωρος (2010) “Η Οικονομική Κρίση”, <http://www.alfavita.gr/13.11/12>
- Κεσίδου Έφη (2012),Άρθρο : [www.tovima.gr/opinions/article/?aid=443348](http://www.tovima.gr/opinions/article/?aid=443348) , 13/02/2012
- <http://www.alfavita.gr/Drucker/>
- <http://www.alfavita.gr/Heilbroner/>
- <http://www.oaed.gr> (ΟΑΕΔ)

- <http://www.eben.gr> (ΕΛΛ.ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡ.ΗΘΙΚΗΣ)
- <http://www.hellastat.gr/>(ΕΛΛ.ΕΤ.ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΜΕΛΕΤΩΝ)
- <http://www.enikos.gr>
- <http://www.indeepanalysis.gr>
- <http://www.primeminister.gr/>(ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ ΠΡΩΘΥΠΟΥΡΓΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ)
- <http://www.taneo.gr> (ΤΑΜΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΝΕΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ)
- <http://www.paratiritirio.gr>
- <http://www.oke.gr> (ΟΙΚΟΝ.& ΚΟΙΝ.ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΛΛΑΔΟΣ)
- <http://www.esyne.gr/>(ΕΛΛ.ΟΡΓΑΝ.ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ)
- <http://www.findbiz.gr>
- <http://www.epixeiro.gr>
- <http://www.iefimerida.gr/node>
- <http://www.dealnews.gr/nautilia/item>
- <http://www.koolnews.gr/business/>
- <http://www.antagonistikotita.gr> (ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ )
- <http://www.akep.eu> (ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ)

\*\*\*\*\*

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

### ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΑΤΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

Ιανουάριος-Φεβρουάριος 2013\*

(Σε εκατ. ευρώ)

<i>ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ</i>	<i>ΕΞΑΓΩΓΕΣ</i>		<i>% ΜΕΤΑΒΟΛΗ</i>	<i>% ΣΥΝΘΕΣΗ</i>	
	<i>2013</i>	<i>2012</i>	<i>13/12</i>	<i>2013</i>	<i>2012</i>
<b>ΚΟΣΜΟΣ</b>	<b>4.321,9</b>	<b>3.897,9</b>	<b>10,9%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>
ΟΟΣΑ (29 χώρες)	2.025,1	1.775,2	14,1%	46,9%	45,5%
Ε.Ε. (27)	1.813,6	1.713,8	5,8%	42,0%	44,0%
Ε.Ε. (15)	1.245,1	1.063,2	17,1%	28,8%	27,3%
Β. Αμερική	215,1	223,9	-3,9%	5,0%	5,7%
Άλλες ανεπτυγμένες χώρες	31,1	25,9	20,1%	0,7%	0,7%
Υπόλοιπες ΟΟΣΑ (εκτός Ν.Κορέας)	442,8	366,4	20,9%	10,2%	9,4%
Βαλκάνια	459,1	554,0	-17,1%	10,6%	14,2%
Κοινοπολ. Ανεξάρτ. Κρατών (ΚΑΚ)	103,0	66,5	54,9%	2,4%	1,7%
Β. Αφρική & Μ. Ανατολή	648,3	542,3	19,5%	15,0%	13,9%
Χώρες Αφρικής (εκτός Β.Αφρικής)	14,3	23,7	-39,7%	0,3%	0,6%
Ν.Α. Ασία	192,9	216,2	-10,8%	4,5%	5,5%
Λατ. Αμερική	43,1	6,8	533,8%	1,0%	0,2%
Λοιπές Χώρες	619,6	462,4	34,0%	14,3%	11,9%

**ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΑΤΑ ΧΩΡΕΣ ΚΑΙ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ  
ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ-ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2013**

	Γεωγραφικές περιοχές	Εξαγωγές	
		2013	2012
	<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>4.321,9</b>	<b>3.897,9</b>
<b>1</b>	<b>ΟΟΣΑ<sup>(1)</sup> (29 χώρες)</b>	<b>2.025,1</b>	<b>1.775,2</b>
<b>2</b>	<b>Ε. Ε. (27)</b>	<b>1.813,6</b>	<b>1.713,8</b>
<b>2.1</b>	<b>Ε. Ε. (15)</b>	<b>1.245,1</b>	<b>1.063,2</b>
	Γαλλία	102,6	86,9
	Ολλανδία	55,7	65,2
	Γερμανία	269,8	256,4
	Ιταλία	415,8	304,9
	Ην. Βασίλειο	116,7	115,5
	Ιρλανδία	8,1	2,9
	Δανία	22,9	21,7
	Πορτογαλία	18,4	20,9
	Ισπανία	114,8	61,0
	Βέλγιο	33,4	48,9
	Λουξεμβούργο	0,7	0,7
	Σουηδία	27,4	23,2
	Φινλανδία	25,8	28,1
	Αυστρία	32,5	26,8
	Χώρες & εδάφη μη κατονομαζόμενα <sup>(2)</sup>	0,326	0,026
<b>2.2</b>	<b>ΧΩΡΕΣ ΝΕΑΣ ΔΙΕΥΡΥΝΣΗΣ</b>	<b>307,4</b>	<b>346,8</b>
	Μάλτα	7,3	23,6
	Εσθονία	1,4	1,3
	Λεττονία	4,0	1,0
	Λιθουανία	3,2	3,5
	Πολωνία	43,8	43,8
	Τσεχία	18,3	20,0
	Σλοβακία	8,2	10,4
	Ουγγαρία	16,9	15,6
	Σλοβενία	40,3	21,1
	Κύπρος	164,0	206,4
<b>3</b>	<b>Β. ΑΜΕΡΙΚΗ</b>	<b>215,1</b>	<b>223,9</b>
	ΗΠΑ	185,9	198,6
	Καναδάς	12,6	11,8

	Μεξικό	16,7	13,6
<b>4</b>	<b>ΆΛΛΕΣ ΑΝΕΠΙΤΥΓΜΕΝΕΣ ΧΩΡΕΣ</b>	<b>31,1</b>	<b>25,9</b>
	Ιαπωνία	9,8	10,1
	Αυστραλία	18,5	13,9
	Νέα Ζηλανδία	2,8	1,9
<b>5</b>	<b>ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ ΟΟΣΑ (εκτός Ν. Κορέας)</b>	<b>442,8</b>	<b>366,4</b>
	Ισλανδία	0,3	0,2
	Νορβηγία	4,4	2,9
	Ελβετία	14,3	23,2
	Τουρκία	423,9	340,1
<b>6</b>	<b>ΒΑΛΚΑΝΙΑ</b>	<b>459,1</b>	<b>554,0</b>
	Ρουμανία	77,3	76,6
	Βουλγαρία	183,9	227,2
	Αλβανία	47,0	66,1
	Κροατία	7,4	6,5
	Βοσνία-Ερζεγοβίνη	5,2	13,8
	Σερβία	33,0	29,8
	Μαυροβούνιο	15,0	23,0
	Κόσοβο	15,0	12,9
	ΠΓΔΜ	75,3	98,1
<b>7</b>	<b>ΚΟΙΝΟΠΟΛ. ΑΝΕΞΑΡΤ. ΚΡΑΤΩΝ (ΚΑΚ)</b>	<b>103,0</b>	<b>66,5</b>
	Ουκρανία	8,1	11,2
	Λευκορωσία	1,7	0,7
	Μολδαβία	4,2	2,8
	Ρωσία	56,5	45,3
	Γεωργία	28,0	3,4
	Αρμενία	1,3	0,8
	Αζερμπαϊτζάν	1,3	0,9
	Καζακστάν	0,6	0,8
	Τουρκμενιστάν	0,4	0,03
	Ουζμπεκιστάν	0,8	0,6
	Τατζικιστάν	0,0	0,0
	Κιργιζία	0,01	0,05
<b>8</b>	<b>Μ.ΑΝΑΤΟΛΗ &amp; Β.ΑΦΡΙΚΗ</b>	<b>648,3</b>	<b>542,3</b>
	Μαρόκο	74,5	4,7
	Αλγερία	102,0	63,6
	Τυνησία	6,9	33,3
	Λιβύη	92,9	55,9

	Αίγυπτος	124,6	36,9
	Λίβανος	91,6	67,9
	Συρία	1,3	14,3
	Ιράκ	4,2	2,0
	Ιράν	2,7	2,7
	Ισραήλ	75,3	72,4
	Ιορδανία	7,2	2,1
	Σ.Αραβία	18,0	102,9
	Κουβέιτ	1,9	1,8
	Μπαχρέιν	0,9	1,0
	Κατάρ	2,8	2,1
	Ην. Αρ. Εμιράτα	40,5	77,7
	Ομάν	0,5	0,7
	Υεμένη	0,5	0,1
<b>9</b>	<b>ΧΩΡΕΣ ΑΦΡΙΚΗΣ (εκτός Β.Αφρικής)</b>	<b>14,3</b>	<b>23,7</b>
	Μαυριτανία	1,5	1,0
	Νίγηρ	0,2	0,05
	Γκάνα	0,8	3,8
	Νιγηρία	6,2	11,3
	Γκαμπόν	0,08	0,04
	Αιθιοπία	0,3	0,7
	Κένυα	0,8	0,7
	Δημ. Νοτ. Αφρικής	4,3	6,0
<b>10</b>	<b>Ν. Α. ΑΣΙΑ</b>	<b>192,9</b>	<b>216,2</b>
	Ταϊλάνδη	2,5	5,0
	Ινδονησία	15,3	29,4
	Σιγκαπούρη	160,9	160,1
	Φιλιππίνες	0,9	0,5
	Νότια Κορέα	3,7	5,9
	Ταϊβάν	1,3	4,5
	Χογκ Κονγκ	8,4	10,7
<b>11</b>	<b>ΛΑΤΙΝΙΚΗ ΑΜΕΡΙΚΗ</b>	<b>43,1</b>	<b>6,8</b>
	Ονδούρα	0,0	0,0
	Παναμάς	0,3	0,6
	Μπαχάμες	0,03	0,2
	Αγ. Βικέντιος	0,0	0,0

	<b>Βραζιλία</b>	41,2	3,5
	<b>Χιλή</b>	0,8	1,0
	<b>Αργεντινή</b>	0,9	1,5
<b>12</b>	<b>ΙΝΔΙΑ</b>	<b>7,4</b>	<b>9,5</b>
<b>13</b>	<b>ΚΙΝΑ</b>	<b>80,6</b>	<b>57,5</b>
<b>14</b>	<b>ΛΟΙΠΕΣ ΧΩΡΕΣ</b>	<b>531,6</b>	<b>395,4</b>

**ΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΠΡΟΣ ΤΗΝ Ο.Ν.Ε.**  
**Ιανουάριος-Φεβρουάριος 2013 (σε εκατ. ευρώ)**

<i>Γεωγραφική περιοχή</i>	<i>Εξαγωγές</i>		<i>% Μεταβολή</i>	<i>% Σύνθεση</i>	
	<i>2013</i>	<i>2012</i>	<i>13/12</i>	<i>2013</i>	<i>2012</i>
<b>ΧΩΡΕΣ Ο.Ν.Ε. <sup>(3)</sup></b>	<b>1.298,8</b>	<b>1.165,5</b>	<b>11,4%</b>	<b>30,1%</b>	<b>29,9%</b>

**Χώρες ΟΟΣΑ:**

Αυστρία, Βέλγιο, Καναδάς, Δανία, Γαλλία, Γερμανία, Ισλανδία, Ιρλανδία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Ολλανδία, Νορβηγία, Πορτογαλία, Ισπανία, Σουηδία, Ελβετία, Τουρκία, Ηνωμένο Βασίλειο, ΗΠΑ, Ιαπωνία, Φινλανδία, Αυστραλία, Νέα Ζηλανδία, Μεξικό, Τσεχία, Ουγγαρία, Πολωνία, Ν.Κορέα, Σλοβακία

**Χώρες ΟΝΕ**

Αυστρία, Βέλγιο, Κύπρος, Εσθονία, Φινλανδία, Γαλλία, Γερμανία, Ιρλανδία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Μάλτα, Ολλανδία, Πορτογαλία, Σλοβακία, Σλοβενία, Ισπανία

*Πηγή:* Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.ΣΤΑΤ.



## Χώρες Ε.Ε. των 27:

### Τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Η ΕΕ δεν ήταν πάντα τόσο μεγάλη όσο είναι σήμερα. Όταν ξεκίνησε η οικονομική συνεργασία ευρωπαϊκών χωρών το 1951, οι μόνες χώρες που συμμετείχαν ήταν το Βέλγιο, η Γερμανία, η Γαλλία, η Ιταλία, το Λουξεμβούργο και οι Κάτω Χώρες.

Με την πάροδο του χρόνου, όλο και περισσότερες χώρες αποφάσισαν να συμμετάσχουν <sup>[en]</sup>.

Η Ένωση έφθασε στο σημερινό της μέγεθος, **των 27 κρατών μελών**, με την προσχώρηση της Ρουμανίας και της Βουλγαρίας την 1η Ιανουαρίου 2007.



ΑΥΣΤΡΙΑ

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 1995

**Πρωτεύουσα:** Βιέννη

**Συνολική έκταση:** 83.870 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 8,3 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** Μέλος της [ευρωζώνης](#) από το 1999 (€)



ΒΕΛΓΙΟ

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** Ιδρυτικό μέλος (1952)

**Πρωτεύουσα:** Βρυξέλλες

**Συνολική έκταση:** 30.528 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 10,7 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** Μέλος της [ευρωζώνης](#) από το 1999 (€)



ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 2007

**Πρωτεύουσα:** Σόφια

**Συνολική έκταση:** 111.910 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 7,6 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** Λεβ (лв)



ΓΑΛΛΙΑ

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** Ιδρυτικό μέλος (1952)

**Πρωτεύουσα:** Παρίσι

**Συνολική έκταση:** 550.000 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 64,3 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** Μέλος της [ευρωζώνης](#) από το 1999 (€)



ΓΕΡΜΑΝΙΑ

---

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** Ιδρυτικό μέλος (1952)

**Πρωτεύουσα:** Βερολίνο

**Συνολική έκταση:** 356.854 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 82 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** Μέλος της [ευρωζώνης](#) από το 1999 (€)



ΔΑΝΙΑ

---

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 1973

**Πρωτεύουσα:** Κοπεγχάγη

**Συνολική έκταση:** 43.094 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 5,5 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** δανική κορόνα (kr.)



ΤΣΕΧΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

---

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 2004

**Πρωτεύουσα:** Πράγα

**Συνολική έκταση:** 78.866 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 10,5 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** τσεχική κορόνα (Kč)



ΕΛΛΑΔΑ

---

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 1981

**Πρωτεύουσα:** Αθήνα

**Συνολική έκταση:** 131.957 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 11,2 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** Μέλος της [ευρωζώνης](#) από το 2001 (€)



ΕΣΘΟΝΙΑ

---

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 2004

**Πρωτεύουσα:** Τάλιν

**Συνολική έκταση:** 45.000 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 1,3 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** Μέλος της [ευρωζώνης](#) από το 2011 (€)

[Περισσότερα για την Εσθονία](#)



ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

---

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 1973

**Πρωτεύουσα:** Λονδίνο

**Συνολική έκταση:** 244.820 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 61,7 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** λίρα στερλίνα (£)



[ΙΡΛΑΝΔΙΑ](#)

---

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 1973

**Πρωτεύουσα:** Δουβλίνο

**Συνολική έκταση:** 70.000 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 4,5 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** Μέλος της [ευρωζώνης](#) από το 1999 (€)



[ΙΣΠΑΝΙΑ](#)

---

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 1986

**Πρωτεύουσα:** Μαδρίτη

**Συνολική έκταση:** 504.782 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 45,8 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** Μέλος της [ευρωζώνης](#) από το 1999 (€)



[ΙΤΑΛΙΑ](#)

---

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** Ιδρυτικό μέλος (1952)

**Πρωτεύουσα:** Ρώμη

**Συνολική έκταση:** 301.263 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 60 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** Μέλος της [ευρωζώνης](#) από το 1999 (€)



[ΚΡΟΑΤΙΑ](#)

---

**Πρωτεύουσα:** Ζάγκρεμπ

**Συνολική έκταση:** 56.542 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 4,4 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** κούνα (kn)



[ΚΥΠΡΟΣ](#)

---

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 2004

**Πρωτεύουσα:** Λευκωσία

**Συνολική έκταση:** 9.250 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 0,8 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** Μέλος της [ευρωζώνης](#) από το 2008 (€)



[ΛΕΤΤΟΝΙΑ](#)

---

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 2004

**Πρωτεύουσα:** Ρίγα

**Συνολική έκταση:** 65.000 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 2,3 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** λatts (Ls)



ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 2004

**Πρωτεύουσα:** Βίλνιους

**Συνολική έκταση:** 65.000 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 3,3 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** λίτας (Lt)



ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** Ιδρυτικό μέλος (1952)

**Πρωτεύουσα:** Λουξεμβούργο

**Συνολική έκταση:** 2.586 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 0,5 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** Μέλος της [ευρωζώνης](#) από το 1999 (€)



ΜΑΛΤΑ

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 2004

**Πρωτεύουσα:** Βαλέττα

**Συνολική έκταση:** 316 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 0,4 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** Μέλος της [ευρωζώνης](#) από το 2008 (€)



ΚΑΤΩ ΧΩΡΕΣ

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** Ιδρυτικό μέλος (1952)

**Πρωτεύουσα:** Άμστερνταμ

**Συνολική έκταση:** 41.526 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 16,4 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** Μέλος της [ευρωζώνης](#) από το 1999 (€)



ΟΥΓΓΑΡΙΑ

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 2004

**Πρωτεύουσα:** Βουδαπέστη

**Συνολική έκταση:** 93.000 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 10 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** φιορίνι (Ft)



ΠΟΛΩΝΙΑ

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 2004

**Πρωτεύουσα:** Βαρσοβία

**Συνολική έκταση:** 312.679 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 38,1 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** ζλότυ (zł)



### ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ

---

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 1986

**Πρωτεύουσα:** Λισαβόνα

**Συνολική έκταση:** 92.072 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 10,6 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** Μέλος της [ευρωζώνης](#) από το 1999 (€)



### ΡΟΥΜΑΝΙΑ

---

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 2007

**Πρωτεύουσα:** Βουκουρέστι

**Συνολική έκταση:** 237.500 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 21,5 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** ρουμανικό λέι



### ΣΛΟΒΑΚΙΑ

---

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 2004

**Πρωτεύουσα:** Μπρατισλάβα

**Συνολική έκταση:** 48.845 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 5,4 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** Μέλος της [ευρωζώνης](#) από το 2009 (€)



### ΣΛΟΒΕΝΙΑ

---

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 2004

**Πρωτεύουσα:** Λιουμπλιάνα

**Συνολική έκταση:** 20.273 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 2 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** Μέλος της [ευρωζώνης](#) από το 2007 (€)



### ΣΟΥΗΔΙΑ

---

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 1995

**Πρωτεύουσα:** Στοκχόλμη

**Συνολική έκταση:** 449.964 km<sup>2</sup>

**Πληθυσμός:** 9,2 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** κορόνα (kr)



### ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ

---

**Έτος προσχώρησης στην ΕΕ:** 1995

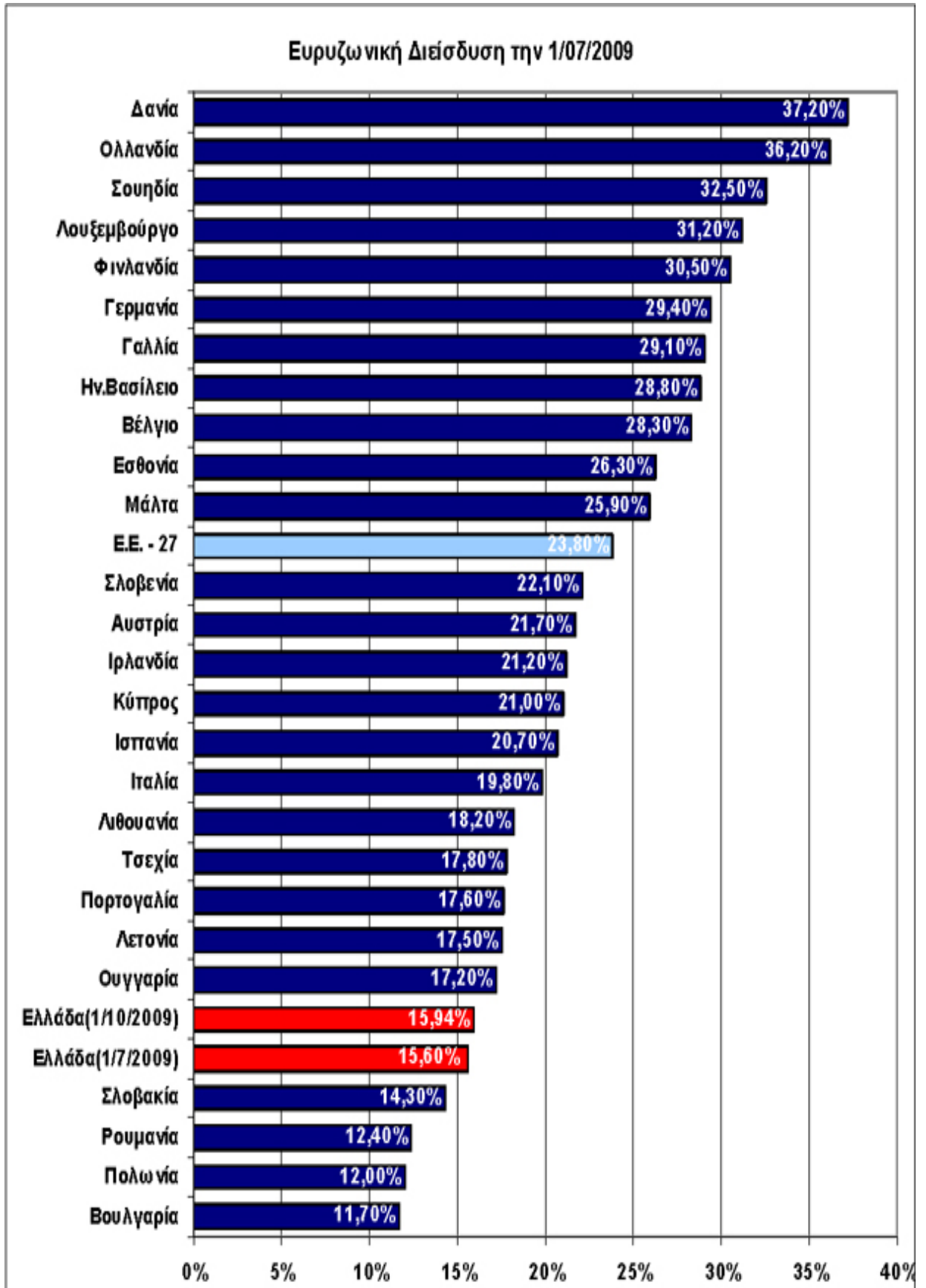
**Πρωτεύουσα:** Ελσίνκι

**Συνολική έκταση:** 338.000 km<sup>2</sup>

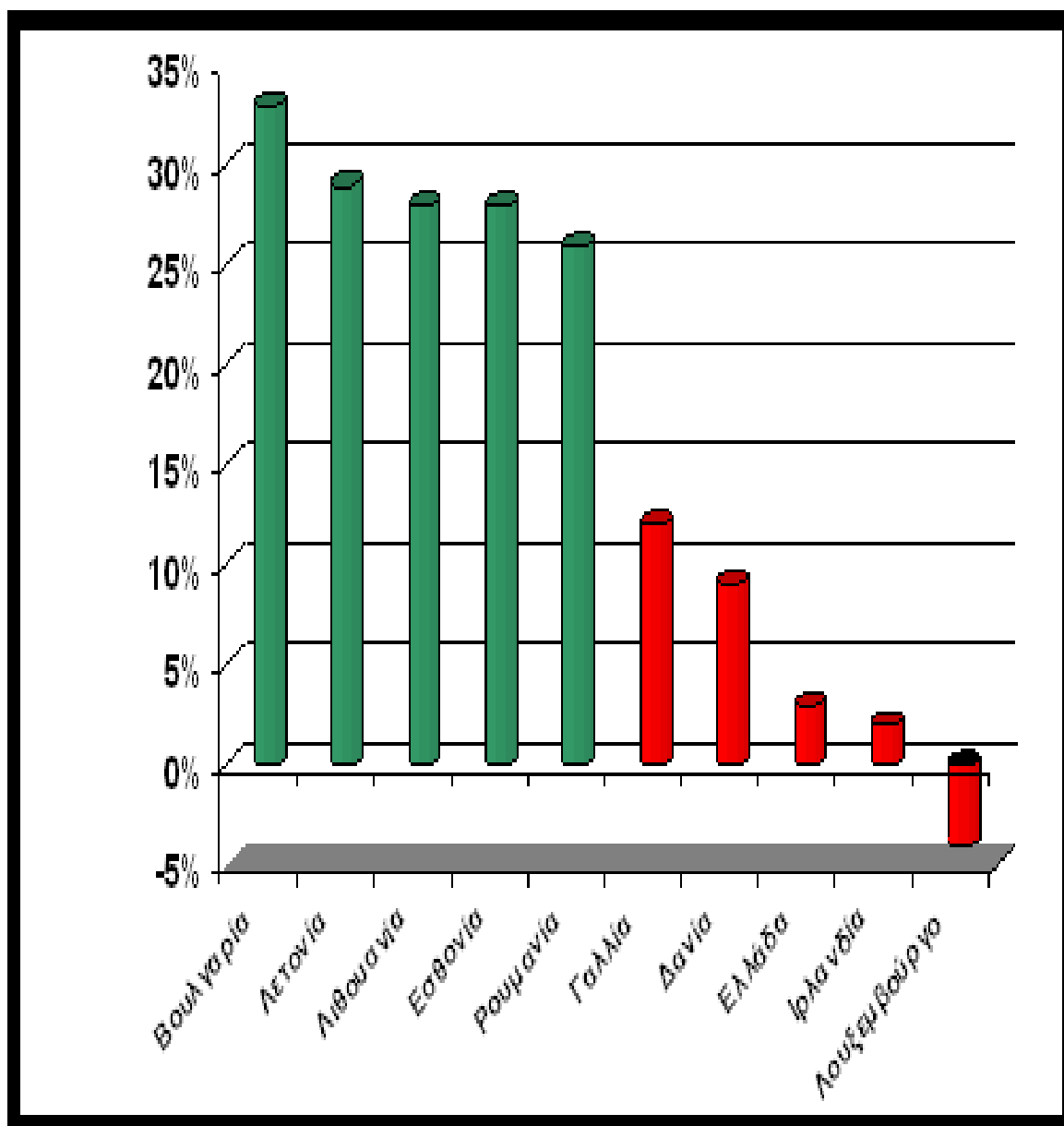
**Πληθυσμός:** 5,3 εκατομμύρια

**Νόμισμα:** Μέλος της [ευρωζώνης](#) από το 1999 (€)

## ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

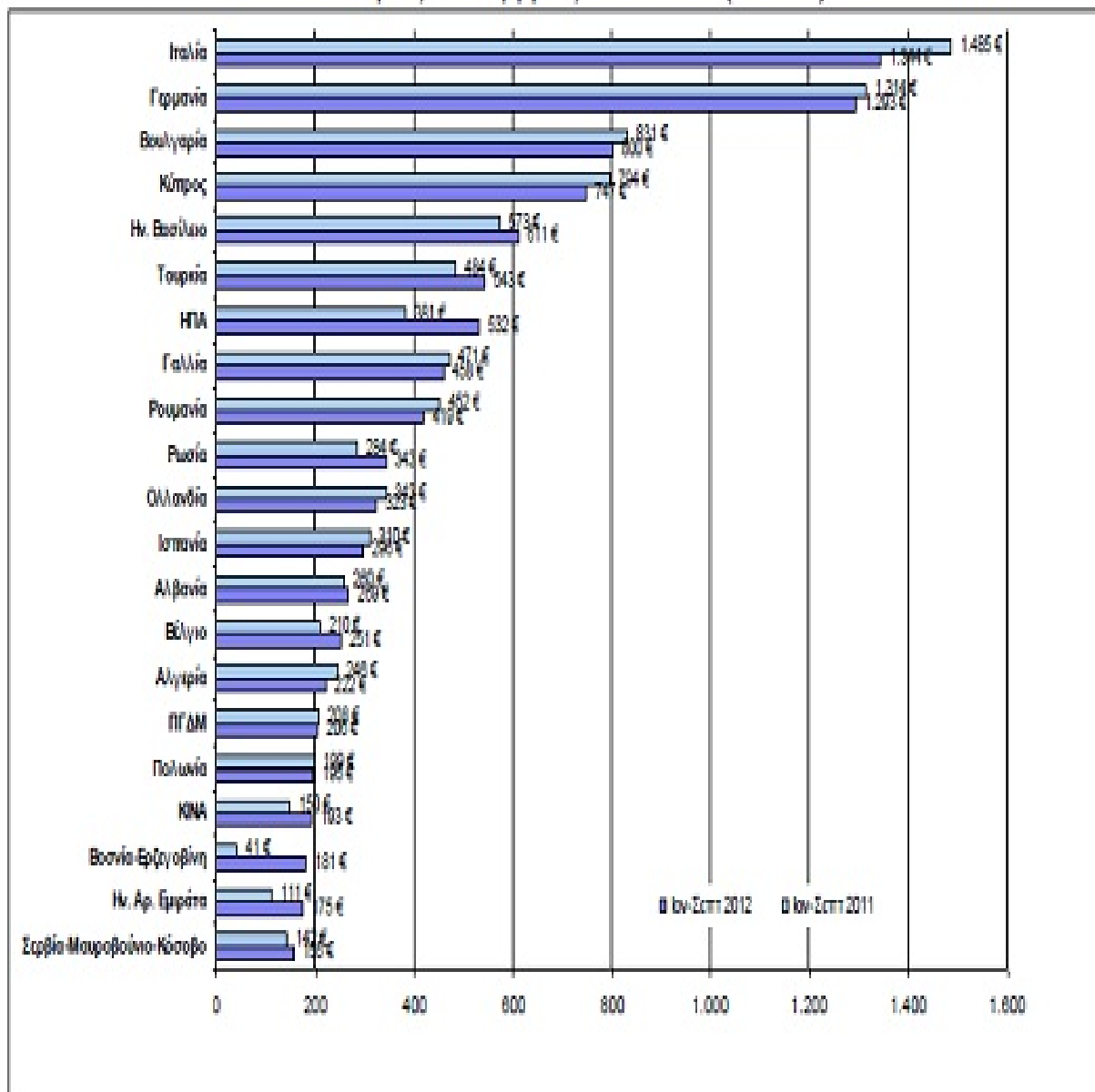


## Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΑΝΑ ΧΩΡΑ (2012)



### Διάγραμμα 3.9

Χώρες με το μεγαλύτερο μερίδιο στις εξαγωγές ελληνικών προϊόντων  
 Ιανουάριος-Σεπτέμβριος 2011-2012 (εκατ. €)



Πηγή: ΠΣΕ Επεξεργασία: IOBE