
ΕΤΕ: Σημαντικό κενό εξωστρέφειας στις ελληνικές ΜμΕ. Ο οδικός χάρτης για αποδοτικές εξαγωγές

2018/04/17 14:02 στην κατηγορία LOGISTICS

Παρά το γεγονός ότι άνω του ½ των εξαγωγικών ΜμΕ κατάφεραν να αυξήσουν τις εξαγωγές τους κατά τη διάρκεια της κρίσης, ωστόσο οι ελληνικές ΜμΕ παρουσιάζουν σημαντικό κενό εξωστρέφειας συγκριτικά με τις αντίστοιχες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις.

Σύμφωνα με νέα [μελέτη](#), που συνέταξε η Διεύθυνση Οικονομικής Ανάλυσης της Εθνικής Τράπεζας και εστιάζει στην αποκρυπτογράφηση της δυναμικής των εξαγωγών αγαθών από τις ελληνικές ΜμΕ (τόσο κατά τη διάρκεια της κρίσης όσο και για την προοπτική της επόμενης 5τίας), αξιοσημείωτη βελτίωση σημείωσε το επιχειρηματικό κλίμα στη χώρα μας, στο β' εξάμηνο του 2017, όπως αποτυπώθηκε στην ισχυρή άνοδο του δείκτη εμπιστοσύνης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων κατά 14 μονάδες.

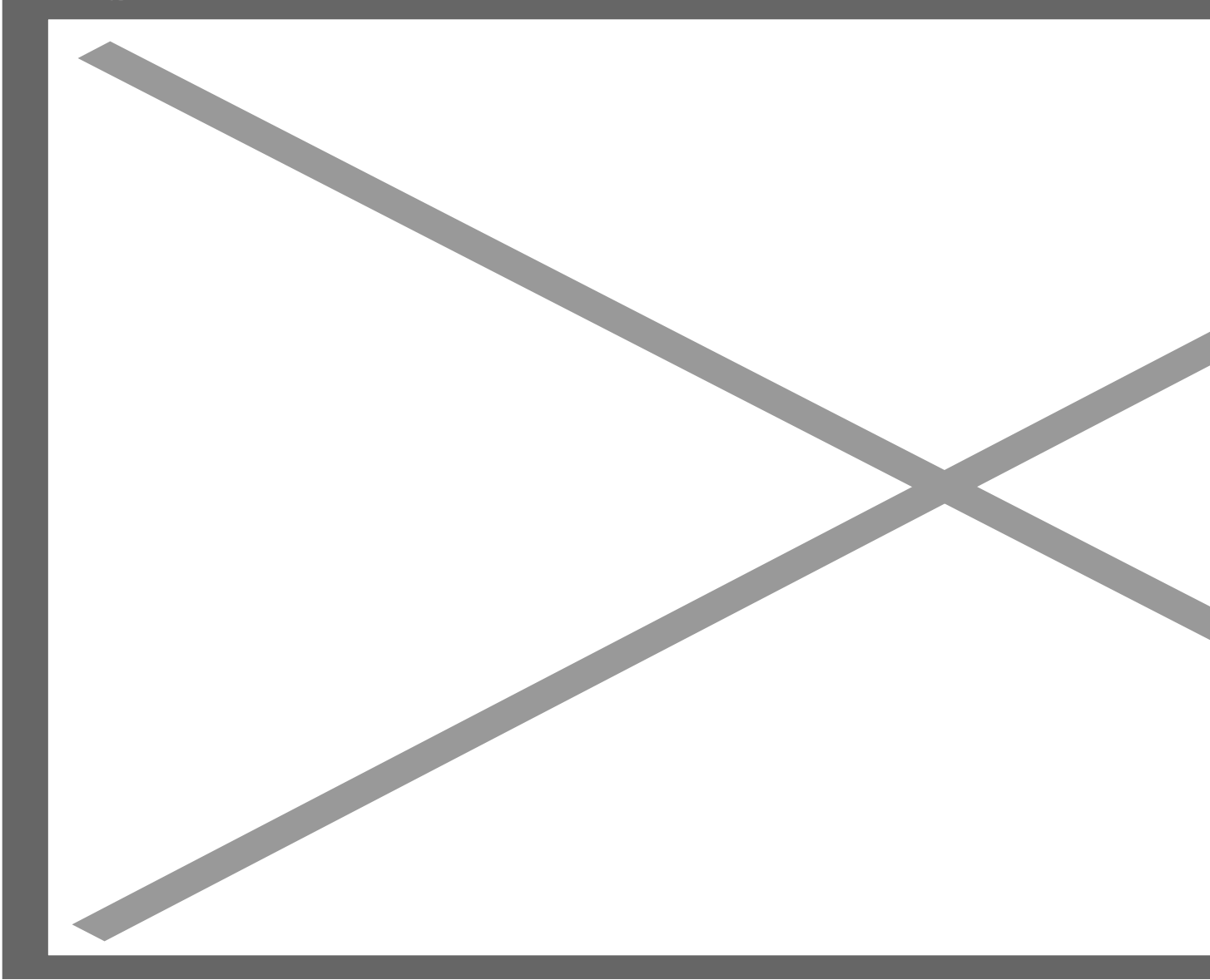
Η έρευνα πεδίου της ΕΤΕ σε δείγμα 600 επιχειρήσεων ανέδειξε ότι **μία στις τρεις ελληνικές ΜμΕ που έχουν ως δυνητικό αντικείμενο τις εξαγωγές αγαθών είναι εξωστρεφής**.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι άνω του ½ των εξαγωγικών ΜμΕ κατάφεραν να αυξήσουν τις εξαγωγές τους κατά τη διάρκεια της κρίσης.

Ωστόσο, **οι ελληνικές ΜμΕ παρουσιάζουν σημαντικό κενό εξωστρέφειας** συγκριτικά με τις αντίστοιχες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, καθώς εξαγουν μόλις το 11% των πωλήσεών τους (έναντι 18% κ.μ.ο. στην ΕΕ). Υπό αυτή την οπτική, είναι σημαντικό να διερευνηθεί κατά πόσο υπάρχει η δυναμική στον ελληνικό επιχειρηματικό τομέα για να επιτευχθεί μία σταδιακή σύγκλιση με τους ευρωπαϊκούς μέσους όρους.

Ξεκινώντας από το πιο συνειδητοποιημένο κομμάτι των εξαγωγέων (τους «στρατηγικούς εξαγωγείς»), σημειώνεται ότι αποτελούν το 12% των ΜμΕ (καλύπτοντας το 21% των πωλήσεων του τομέα) και χαρακτηρίζονται από δύο στοιχεία: **(i)** έχουν διαχρονικά ως στρατηγική τους προτεραιότητα την κατάκτηση μεριδίων στις αγορές του εξωτερικού και **(ii)** κατάφεραν να αυξήσουν την εξωστρέφειά τους κατά τη διάρκεια της κρίσης (με τις εξαγωγές να καλύπτουν πλέον το 34% των πωλήσεών τους από 19% το 2008).

Image not found or type unknown



Οι βασικές πρακτικές που ακολουθούν είναι:

-Ισχυρή στόχευση στην αποτελεσματική διαχείριση κόστους (δηλώνοντας ότι έχουν κατακτήσει πλεονέκτημα σε όρους μισθολογικού και ενεργειακού κόστους) και στην υιοθέτηση συσκευασίας υψηλής ανταγωνιστικότητας (υποδηλώνοντας υψηλή επένδυση σε marketing, branding και προώθηση).

-Έμφαση στην αξιοποίηση των δομών clusters και των πλεονεκτημάτων δικτύωσης

και συνεργιών που αυτά προσφέρουν.

-Προτεραιότητα σε αναπτυγμένες αγορές Δυτικής Ευρώπης και Αμερικής, στις οποίες τα αποτελέσματα της έρευνάς μας έδειξαν ότι επιτυγχάνονται υψηλότερα περιθώρια κέρδους.

Παράλληλα, η έρευνα της ΕΤΕ εντόπισε ΜμΕ με σημαντικές δυνατότητες αύξησης των εξαγωγών τους.

Συγκεκριμένα, υφίσταται **(i)** μερίδιο της τάξης του 11% του τομέα (καλύπτοντας το 17% των πωλήσεων) που έχει κάποια εξαγωγική δραστηριότητα και **(ii)** επιπλέον μερίδιο της τάξης του 15% του τομέα (καλύπτοντας το 12% των πωλήσεων) το οποίο, αν και δεν εξήγαγε κατά τη διάρκεια της κρίσης, δηλώνει ότι έχει θέσει την εξωστρέφεια ως στρατηγική προτεραιότητα για την επόμενη πενταετία.

Αν υπάρξει συνεπής, ταχεία και συντονισμένη στρατηγική υιοθέτησης των παραπάνω βέλτιστων πρακτικών από τη μερίδα αυτή των «δυσνητικά στρατηγικών» εξαγωγέων, τότε η σταδιακή σύγκλιση με τους ευρωπαϊκούς μέσους όρους εξωστρέφειας κρίνεται εφικτή.

Παράλληλα, κατά την πορεία πραγματοποίησης αυτής της δυναμικής, πιθανότατα θα απαιτηθούν συγχωνεύσεις μεταξύ των ΜμΕ και ενίσχυση των διόδων πρόσβασης σε πηγές ρευστότητας.