

Μόλις το 2,5% των ελληνικών επιχειρήσεων εξάγει. Που εστιάζονται τα σημαντικότερα προβλήματα

2018/06/20 15:42 στην κατηγορία LOGISTICS

Η υψηλή φορολόγηση, η γραφειοκρατία και οι χαμηλές τιμές από τον ανταγωνισμό αποτελούν τροχοπέδη για τις ελληνικές επιχειρήσεις που επιχειρούν να εξάγουν, σύμφωνα με έρευνα της ΕΥ Ελλάδος, με τίτλο «Made in Greece: Το μεγάλο στοίχημα των ελληνικών εξαγωγών».

Σημειωτέον, στην ποσοτική έρευνα συμμετείχαν 149 μικρές, μεσαίες και μεγάλες εξαγωγικές επιχειρήσεις από όλη την Ελλάδα και τους κλάδους της οικονομίας, ενώ παράλληλα πραγματοποιήθηκαν προσωπικές συνεντεύξεις με επιχειρηματίες και εκπροσώπους φορέων που σχετίζονται με τις εξαγωγές.

Σύμφωνα με τη μελέτη, ενώ οι ελληνικές επιχειρήσεις βρίσκονται αντιμέτωπες με την οικονομική κρίση, **ελάχιστες είναι εκείνες που έχουν πάρει τον δρόμο της εξωστρέφειας**, καθώς, το 2015, από το σύνολο των 700.000 επιχειρήσεων στην Ελλάδα, μόνο οι 17.730, ή το 2,5% του συνόλου, κατέγραψαν εξαγωγική δραστηριότητα.

Ανάλογα στοιχεία που βλέπουν το φως της δημοσιότητας, αλλά και η ίδια η έρευνα της ΕΥ, επιβεβαιώνουν ότι το πρόβλημα εξωστρέφειας των ελληνικών επιχειρήσεων αφορά τόσο στις ίδιες, όσο και στο ευρύτερο επιχειρηματικό περιβάλλον.

Συνεπώς, τα αίτια πρέπει να αναζητηθούν στην εσωτερική οργάνωση, στο μικρό μέγεθος και σε άλλα ενδογενή χαρακτηριστικά των ελληνικών επιχειρήσεων, σε συνδυασμό με την απουσία θεσμικού πλαισίου και ισχυρών κινήτρων.

Οι ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις «βλέπουν» Βαλκάνια, Τουρκία, Κύπρο

Τα ευρήματα της έρευνας επιβεβαιώνουν, σύμφωνα με την ΕΥ, το μικρό σχετικά βάθος της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων, χαρακτηριστικό μιας χώρας που βρίσκεται ουσιαστικά στα πρώτα βήματα της εξαγωγικής της προσπάθειας.

Μεταξύ των εξαγωγικών επιχειρήσεων του δείγματος, ο μέσος όρος των εξαγωγών δεν ξεπερνά το 42% του κύκλου εργασιών τους.

Πάνω από τις μισές επιχειρήσεις του δείγματος (53%) εξάγουν σε έως και 20 χώρες, ενώ το 30% σε έως και 10 και το 16% σε έως και πέντε.

Η εικόνα είναι πιο ενθαρρυντική μεταξύ των μεγάλων επιχειρήσεων του δείγματος, όπου το 82% εξάγει σε πάνω από 20 χώρες, έναντι μόλις 10% των μικρών.

Για ένα μεγάλο μέρος του δείγματος, η εξαγωγική προσπάθεια επικεντρώνεται στις σχετικά «προσιτές» αγορές των Βαλκανίων και της Τουρκίας (89%), και της Κύπρου (87%).

Η Δυτική (85%) και Ανατολική (76%) Ευρώπη βρίσκονται στην τρίτη και τέταρτη θέση αντίστοιχα, ενώ οι υπόλοιπες γεωγραφικές περιοχές κινούνται μεταξύ 64% (Μέση Ανατολή) και 39% (Νότια Αμερική).

Για την υποστήριξη των εξαγωγών τους, μόλις μία στις πέντε επιχειρήσεις του δείγματος έχει προχωρήσει στη δημιουργία παραγωγικών μονάδων στο εξωτερικό, ενώ το 5% διαθέτει σήμερα πάνω από τέσσερις μονάδες στο εξωτερικό.

Η έρευνα διαπίστωσε, επίσης, ότι, παρά την προσπάθεια των τελευταίων ετών για τόνωση της εξωστρέφειας, λιγότερες από μία στις τρεις εξαγωγικές επιχειρήσεις του δείγματος (28%) ξεκίνησαν την εξαγωγική προσπάθεια τα τελευταία 10 χρόνια και μόλις 9% τα τελευταία πέντε χρόνια.

Το 83% των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα δηλώνει ότι έχει αυξηθεί ο αριθμός των προορισμών των εξαγωγών του, σε σχέση με πριν από 10 χρόνια.

Θετική έκπληξη αποτελεί το γεγονός ότι το 94% των επιχειρήσεων του δείγματος εξάγει και με δικό του brand name.

Ποια είναι τα εμπόδια

Η έρευνα εξέτασε σε βάθος τα εσωτερικά εμπόδια που αντιμετώπισαν οι ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις στα πρώτα τους βήματα.

Με μεγάλη διαφορά, **το σοβαρότερο πρόβλημα που ανέφεραν οι επιχειρήσεις του δείγματος είναι οι χαμηλές τιμές του ανταγωνισμού**, ή, αντίστροφα, το υψηλό τους κόστος (59%).

Ωστόσο, οι επιχειρήσεις ανέφεραν ότι συνάντησαν, επίσης, προβλήματα που συνδέονται με την ελλιπή προετοιμασία και την υποτίμηση των δυσκολιών, όπως η έλλειψη καταρτισμένου προσωπικού και εσωτερικών δομών κ.λπ.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις εξακολουθούν και σήμερα να αντιμετωπίζουν τα προβλήματα αυτά, αν και σε μικρότερο βαθμό.

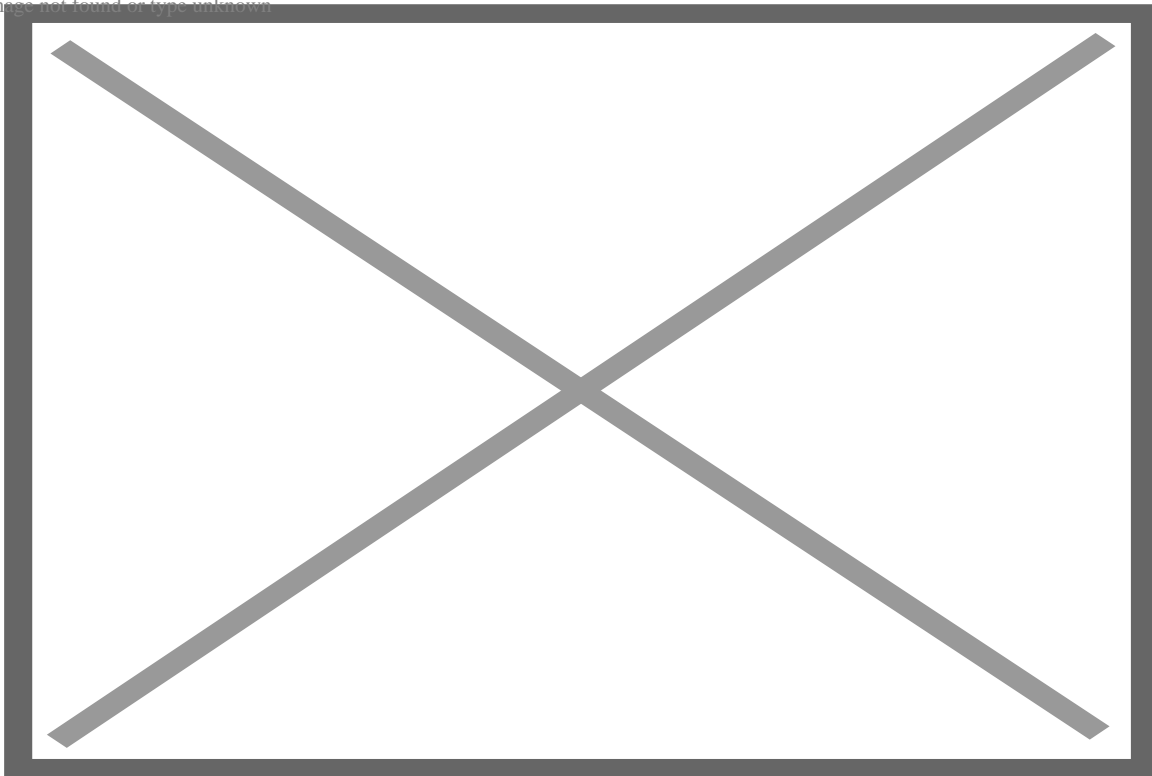
Παράλληλα, οι εξαγωγικές επιχειρήσεις εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν και μια σειρά από εξωτερικά εμπόδια, που ανάγονται στην Πολιτεία και τους επιμέρους φορείς, που έχουν επιφορτισθεί με το έργο της στήριξης των εξαγωγών.

Σύμφωνα με την έρευνα, **οι γραφειοκρατικές διαδικασίες στη χώρα μας αποτελούν το σοβαρότερο εμπόδιο**, τόσο κατά τα πρώτα βήματα (51%), όσο και στη συνέχεια (47%). Η υψηλή φορολογία είναι το δεύτερο σημαντικότερο εμπόδιο, ενώ την αρνητική εικόνα της χώρας στο εξωτερικό ανέφεραν ως βασικό εμπόδιο περισσότερες από μία στις τέσσερις επιχειρήσεις.

Ενδεικτικό της επιδείνωσης του εξωτερικού περιβάλλοντος, σύμφωνα με την ΕΥ, είναι ότι τα ζητήματα της υψηλής φορολογίας, αλλά και της κοινωνικοπολιτικής αστάθειας στη χώρα μας, συγκεντρώνουν υψηλότερα ποσοστά σήμερα, σε σχέση με την περίοδο που ξεκίνησαν οι επιχειρήσεις την εξαγωγική προσπάθεια.

Παράλληλα, το ποσοστό όσων δηλώνουν ότι δεν αντιμετωπίζουν κανένα εξωτερικό εμπόδιο, μειώθηκε αφότου ξεκίνησαν την εξαγωγική προσπάθεια στο 9% από το 17%.

Image not found or type unknown



Τι συστήνεται στις επιχειρήσεις

Η ΕΥ κατέληξε σε μια σειρά από συμπεράσματα ως προς τις απαραίτητες διορθωτικές κινήσεις, οι οποίες αφορούν τόσο στις ίδιες τις επιχειρήσεις, όσο και στην Πολιτεία.

Για να κερδίσουν το στοίχημα της εξωστρέφειας, οι ελληνικές επιχειρήσεις θα πρέπει να εδραιώσουν μια εξαγωγική κουλτούρα, υιοθετώντας δραστικές αλλαγές στη δομή και τη φιλοσοφία τους και εγκαταλείποντας πρακτικές που ενδεχομένως τις βοήθησαν να εδραιωθούν στην εγχώρια αγορά, αλλά δε θα τους επιτρέψουν να διακριθούν στο εξωτερικό.

Συγκεκριμένα, θα πρέπει:

-Να υιοθετήσουν μια μακροπρόθεσμη θεώρηση, χωρίς προσδοκίες γρήγορων αποδόσεων.

-Να επικεντρωθούν στην ποιότητα του προϊόντος και τη συνέπεια στην εξυπηρέτηση του πελάτη.

-Να προσαρμόσουν τα προϊόντα και τις εμπορικές τους πρακτικές στις επιμέρους ανάγκες της κάθε αγοράς.

-Να θέσουν όλη την οργάνωση της επιχείρησης στην υπηρεσία του στόχου των εξαγωγών.

-Να αναζητήσουν και να εκπαιδεύσουν τα απαραίτητα εξειδικευμένα στελέχη, δημιουργώντας την κατάλληλη οργανωτική δομή.

-Να εξελίξουν το παραδοσιακό οικογενειακό μοντέλο διοίκησης.

-Να προχωρήσουν σε συγχωνεύσεις, συμπράξεις και άλλες μορφές συνεργασίας, για να επιτύχουν τις απαραίτητες οικονομίες κλίμακος.

Η πρόταση προς την Πολιτεία

Από την πλευρά της, η Πολιτεία, πλην της αυτονόητης επιδίωξης της επανόδου της οικονομίας και του τραπεζικού συστήματος σε συνθήκες κανονικότητας, θα πρέπει σύμφωνα με την ΕΥ:

-Να συγκεντρώσει τις αρμοδιότητες σε έναν φορέα με συντονιστικό ρόλο για το εγχείρημα των εξαγωγών.

-Να προχωρήσει σε περαιτέρω μέτρα δραστηκής μείωσης της γραφειοκρατίας που αυξάνει το κόστος των εξαγωγών.

- Να ηγηθεί της προσπάθειας χάραξης μιας μακροπρόθεσμης εθνικής στρατηγικής για τις εξαγωγές.
- Να συντονίσει το εγχείρημα της δημιουργίας μιας στιβαρής εθνικής εμπορικής ταυτότητας, που θα συνδέει τα ελληνικά προϊόντα με τις έννοιες της ποιότητας και της αυθεντικότητας.
- Να φροντίσει για την εκπαίδευση και εξειδίκευση του απαραίτητου ανθρώπινου δυναμικού, που θα υποστηρίξει την εξαγωγική προσπάθεια.
- Να ενισχύσει τις υποστηρικτικές υπηρεσίες (εμπορικοί ακόλουθοι, κλπ.), οι οποίες, σε συνδυασμό με τα επιμελητήρια και τους συνδέσμους επιχειρήσεων, μπορούν να εξασφαλίσουν στις μικρές, κυρίως, εξαγωγικές επιχειρήσεις την απαραίτητη πληροφόρηση.
- Να ενισχύσει τις υποδομές και τα μεταφορικά δίκτυα και τη σύνδεσή τους με το εξωτερικό.
- Να εξασφαλίσει κίνητρα για συγχωνεύσεις και συνεργασίες των επιχειρήσεων, αλλά και των αγροτικών συνεταιρισμών.