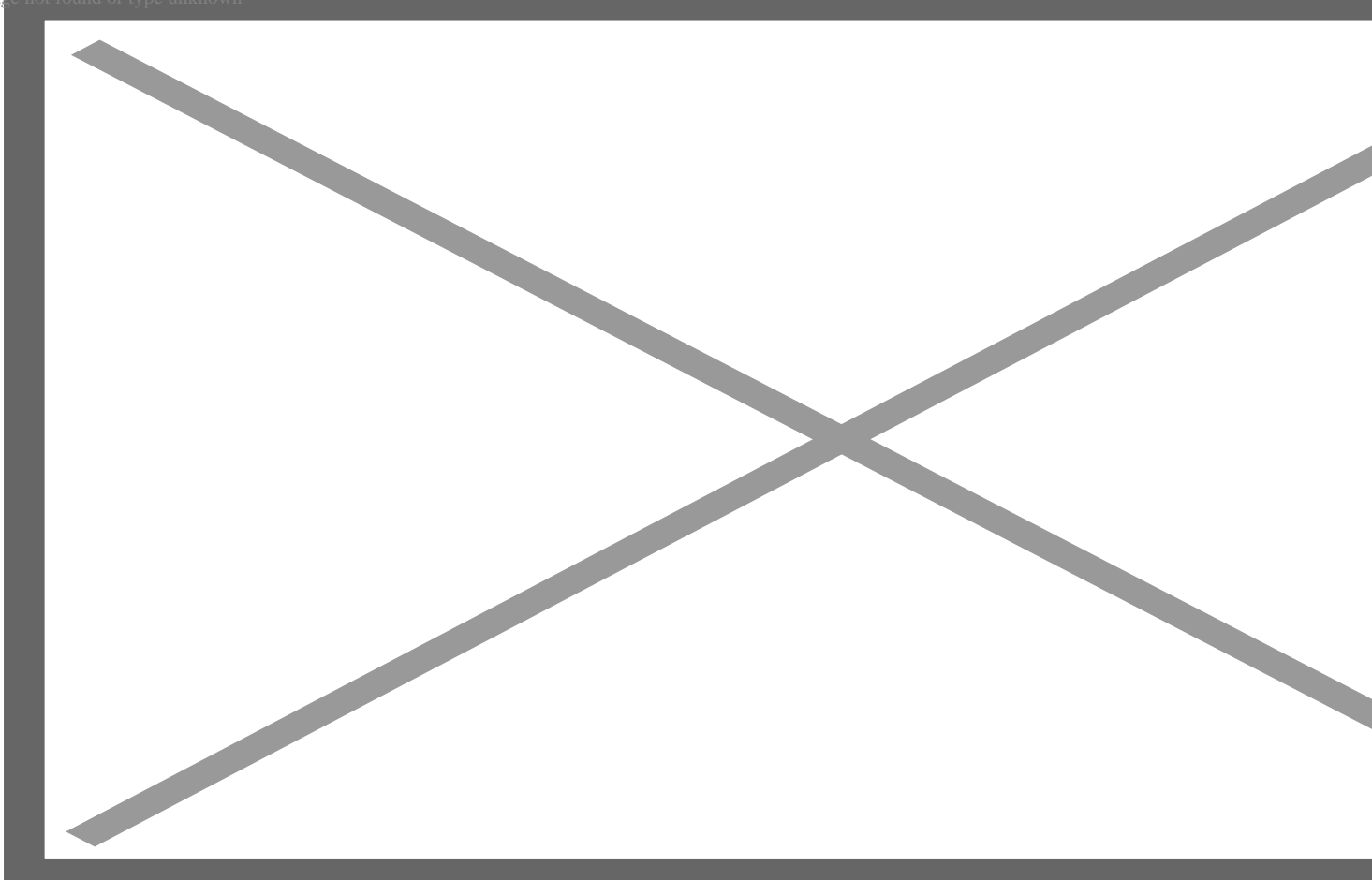

Η κινεζική Alibaba φιλοδοξεί να «αναστήσει» το e-commerce των ελληνικών εξαγωγικών εταιρειών

2016/09/16 21:47 στην κατηγορία TAXYΔΡΟΜΕΙΑ

Τα επενδυτικά σχέδια της κινεζικής Alibaba στην Ελλάδα, αλλά και η προώθηση ελληνικών εξαγωγών στην [Κίνα](#), βρέθηκαν στο επίκεντρο της συνάντησης υψηλόβαθμων στελεχών της εταιρείας με τη διοίκηση του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου Αθηνών (ΕΕΑ), παρουσία αξιωματούχων της ελληνικής κυβέρνησης. Η συνάντηση πραγματοποιήθηκε στο υπουργείο Εξωτερικών με πρωτοβουλία του υφυπουργού, Δημήτρη Μάρδα, όπως μετέδωσε το ΑΜΠΕ.

Τις θέσεις της ελληνικής κυβέρνησης ανέπτυξαν ο υπουργός Αγροτικής Ανάπτυξης Ευάγγελος Αποστόλου, η αναπληρώτρια υπουργός Τουρισμού Έλενα Κουντουρά, ο γενικός γραμματέας Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων και Αναπτυξιακής Συνεργασίας Γιώργος Τσίπρας, ο οικονομικός σύμβουλος του πρωθυπουργού Δ. Λιάκος και ο διευθύνων σύμβουλος του Enterprise Greece κ. Δότσης.

Από πλευράς Alibaba, παρευρέθηκαν ο Rodrigo Cipriani Foresio - επικεφαλής της Alibaba για [Ιταλία](#), [Ισπανία](#), [Πορτογαλία](#), Ελλάδα, κλπ, η Christina Fontana, αξιωματούχος της Alibaba Group, ο κ. Yong ZHANG, επικεφαλής του ταξιδιωτικού ομίλου της Alibaba (Alitrip), η Yana Geng, διευθύντρια στρατηγικής ανάπτυξης και επικεφαλής της ηλεκτρονικής πλατφόρμας πληρωμών της Alibaba (AliPay) και ο Albert Antonini Mangia, υπεύθυνος πωλήσεων και Marketing της Alibaba Group.



Νωρίτερα, σε συνάντηση στο Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών, ο κ. Ciriiani σημείωσε ότι οι νέοι Κινέζοι καταναλωτές στρέφονται ολοένα και περισσότερο στα προϊόντα της διεθνούς αγοράς, δίνοντας έμφαση στην ποιότητα και πρόσθεσε ότι τα **430 εκατομμύρια καταναλωτές πελάτες της εταιρείας** περιμένουν και τα ελληνικά προϊόντα και υπηρεσίες.

Αναφερόμενος στο **κόστος για να ανοίξει κάποιος ηλεκτρονικό κατάστημα στην πλατφόρμα, ο εκπρόσωπος της εταιρείας ανέφερε ότι είναι 5.000 - 10.000 δολάρια** και η προμήθεια 1-5%.

ΕΣΕΕ: Μήνυμα εμπιστοσύνης η δραστηριοποίηση του ομίλου Alibaba στην Ελλάδα

Ως θετικό μήνυμα εμπιστοσύνης προς την εγχώρια οικονομία, χαρακτηρίζει ο πρόεδρος της Ελληνικής Συνομοσπονδίας Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας Βασίλης Κορκίδης, την αναμενόμενη δραστηριοποίηση ενός από τους μεγαλύτερους διεθνώς ομίλους e-commerce στην ελληνική αγορά, της Alibaba.

Ταυτόχρονα, συνεχίζει ο ίδιος, σημαίνει πως ακόμα και μετά την παρατεταμένη και ιδιαίτερα έντονη οικονομική κρίση, η ελληνική οικονομία μπορεί να παρέχει νέες ευκαιρίες προς όφελος καταναλωτών και επιχειρηματιών και συνεπώς ολόκληρης της

οικονομίας και κοινωνίας.

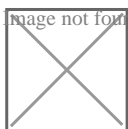
Ποιος είναι ο όμιλος

Ο κ. Κορκίδης υπενθυμίζει ότι ο όμιλος Alibaba, με συναλλαγές χρηστών στα 250 δισ. δολάρια και κεφαλαιοποίηση στη Wall Street στα 200 περίπου δισ. και διαχείριση 35 εκατ. δεμάτων ημερησίως, περιλαμβάνει 10 συνδεδεμένες και θυγατρικές επιχειρήσεις με εξαιρετικά ραγδαία ανάπτυξη εσόδων (35% - 45% ετησίως).

Στόχος του ομίλου Alibaba είναι η παροχή θεμελιώδους τεχνολογικής υποδομής και υπηρεσιών προώθησης (marketing) σε εμπόρους, επιχειρήσεις και καταναλωτές (Business to Business - B2B, Business to Consumers - B2C, Consumers to Consumers - C2C) που προσφέρουν προϊόντα και υπηρεσίες με την πλήρη αξιοποίηση των δυνατοτήτων του διαδικτύου. Ουσιαστικά ο Alibaba παρέχει την πλατφόρμα για την διενέργεια συναλλαγών με την παροχή των κατάλληλων εργαλείων, ώστε οι επιχειρήσεις να έχουν πλέον πρόσβαση στο παγκόσμιο καταναλωτικό κοινό και οι αγοραστές να εντοπίζουν τα προϊόντα και τους προμηθευτές τους γρήγορα και αποδοτικά.

Η πλατφόρμα της Alibaba περιλαμβάνει εκατοντάδες εκατομμύρια προϊόντα σε 40 διαφορετικές κύριες κατηγορίες (γεωργία και τρόφιμα, ένδυση και δέρματα, αυτοκίνηση και μεταφορές, τσάντες και υποδήματα, ηλεκτρονικά, δώρα και παιχνίδια, υγεία και ομορφιά, οικιακός εξοπλισμός, φωτισμός και κατασκευές, μηχανήματα και εργαλεία, μεταλλουργεία - χημικά - ελαστικά και πλαστικά, συσκευασία και διαφήμιση κ.ά.). Οι αγοραστές των προϊόντων αυτών εντοπίζονται σε περισσότερες από 190 χώρες και περιφέρειες και ανταλλάσσουν μεταξύ τους 100 χιλιάδες μηνύματα καθημερινώς.

Image not found or type unknown



«Υπογραμμίζεται ωστόσο πως το διαδίκτυο και οι υπηρεσίες του δεν είναι πανάκεια, ούτε μπορεί να θεωρηθούν ως η μόνη ασφαλής διέξοδος από την κρίση. Η έκθεση στο διεθνή ανταγωνισμό απαιτεί περαιτέρω προσπάθεια και προσαρμογή σε ιδιαίτερα υψηλές απαιτήσεις, την χρονική περίοδο που οι ελληνικές ΜμΕ έχουν βαλτώσει σε 7 χρόνια ύφεσης, εν τω μέσω εξαιρετικά επιβαρυντικών φορολογικών υποχρεώσεων και χωρίς πρόσβαση σε ρευστότητα» σημειώνει ο πρόεδρος της ΕΣΕΕ.

Θετικά και αρνητικά για πιθανή δραστηριοποίηση του Alibaba στην Ελλάδα

Κατά την [ΕΣΕΕ](#) τα **θετικά στοιχεία** και οι ευκαιρίες εστιάζονται στα εξής:

-Μήνυμα εμπιστοσύνης στην ελληνική οικονομία.

-Παροχή νέων ευκαιριών – συνεργασιών – συνεργειών για τις ελληνικές εμπορικές επιχειρήσεις.

-Δυνατότητα πρόσβασης στο κινεζικό καταναλωτικό κοινό.

-Μεγέθυνση οφέλους καταναλωτή και της κοινωνικής ευημερίας από την απόκτηση αγαθών σε χαμηλότερες τιμές.

-Ενίσχυση του πλεονάσματος του παραγωγού εξαιτίας της δυνατότητας προμήθειας αγοράς των ενδιάμεσων προϊόντων και πρώτων υλών φθηνότερα.

-Ενίσχυση της εξωστρέφειας των ελληνικών επιχειρήσεων μέσω αύξησης των εξαγωγών προς την Κίνα καθώς 10 εκατ. κινεζικές MME και 423 εκατ. Κινέζοι καταναλωτές πραγματοποιούν αγορές από τον Alibaba.

-Δυνατότητα παραγγελίας προϊόντων προσαρμοσμένα (tailor made) στις ανάγκες κάθε αγοραστή.

-Ικανοποιητική νομική προστασία και διασφάλιση των δικαιωμάτων των αγοραστών.

-Θετικά αποτελέσματα από την δραστηριοποίηση του Alibaba και την ενεργοποίηση ενός ολόκληρου δικτύου εφοδιαστικής αλυσίδας.

-Δυνατότητα διαφήμισης της Ελλάδας στην Κίνα.

-Θετικά αποτελέσματα και στον τουρισμό, μέσω της ηλεκτρονικής πλατφόρμας Alitrip, και την αύξηση των Κινέζων τουριστών.

-Δυνατότητα σταδιακής ενημέρωσης του ελληνικού επιχειρείν, μέσω δωρεάν συμμετοχής στη σχετική ημερίδα του Σεπτεμβρίου.

Η άλλη όψη... του νομίσματος

Τα **αρνητικά στοιχεία**, κατά την ΕΣΕΕ, εστιάζονται στα εξής σημεία:

-Πιθανή απώλεια τζίρου από την απευθείας πώληση προϊόντων σε καταναλωτές και επιχειρήσεις απευθείας από τον παραγωγό.

-Διατάραξη σχέσεων εμπιστοσύνης και συνεργασίας των εγχώριων επιχειρήσεων, καθώς νέες εταιρείες θα εισέρχονται στην ελληνική αγορά.

-Δυσχέρειες στην αντιμετώπιση του εισερχόμενου ανταγωνισμού και στην προσαρμογή των ελληνικών παραγωγικών επιχειρήσεων μετά από 7 χρόνια ύφεσης και εν τω μέσω εξαιρετικά δυσμενούς επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

-Απώλεια χρόνου και κόστος στην εκπαίδευση – προσαρμογή του προσωπικού στην χρήση της πλατφόρμας, στην αναζήτηση λεπτομερειών για τις παραγγελίες, στην υλοποίηση ηλεκτρονικών πληρωμών (πχ. Pay-Pal), στην επικοινωνία στα αγγλικά κ.λπ.

-Λήψη πολλών e-mail για προσφορές προϊόντων που δεν είναι απαραίτητες.

-Πιθανή λήψη διαφορετικών δειγμάτων – προϊόντων από τα αρχικώς παραγγελθέντα εξαιτίας διακοπής της παραγωγής του συγκεκριμένου αγαθού.

-Δυσχέρεια δημιουργίας σχέσεων εμπιστοσύνης από την έλλειψη προσωπικής επαφής με τον προμηθευτή.

-Πιθανή αναντιστοιχία του προϊόντος από την ηλεκτρονική στη φυσική μορφή του.

-Η υποχρέωση ελάχιστων ποσοτήτων παραγγελιών (MOQ), μπορεί να λειτουργήσει ανασταλτικά για το μέγεθος της μέσης ελληνικής επιχείρησης.

-Πιθανό υψηλό μεταφορικό κόστος.