

**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ  
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ**

**«Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ  
ΤΟΥ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ  
ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ (Ο.Α.Ε.Π.)»**

**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ: ΚΥΡΜΙΖΟΓΛΟΥ ΠΑΝΤΕΛΗΣ**

**ΦΟΙΤΗΤΡΙΕΣ: ΠΟΥΤΟΥΡΙΔΟΥ ΕΛΕΝΗ  
ΤΣΑΡΑ ΜΑΡΙΑ**

**ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ 2009**

## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	10
ΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ – ΕΜΠΟΔΙΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ.....	12

### **ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ**

#### **Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ**

##### **ΚΕΦΑΛΙΟ ΠΡΩΤΟ**

###### **ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ**

<b>1.1. ΟΡΙΣΜΟΙ.....</b>	<b>14</b>
--------------------------	-----------

##### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ**

###### **Ο ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΧΑΑΚΤΗΡΑΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ**

<b>2.1. ΠΩΣ ΞΕΚΙΝΗΣΕ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΤΟΥ 2008.....</b>	<b>16</b>
<b>2.2. ΠΩΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ Η ΑΓΟΡΑ SUBRIME.....</b>	<b>18</b>
<b>2.3. Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ.....</b>	<b>19</b>
<b>2.3.1. ΤΟ ΧΡΕΟΣ.....</b>	<b>20</b>
<b>2.3.2. Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΧΡΕΟΥΣ.....</b>	<b>20</b>
<b>2.3.3. ΕΣΟΔΑ ΚΑΙ ΥΦΕΣΗ.....</b>	<b>21</b>
<b>2.4. ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΑΓΓΙΖΕΙ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ     ΚΡΙΣΗ.....</b>	<b>21</b>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

### Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΤΑ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΧΡΟΝΙΑ

<b>3.1. Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΜΕΤΑ ΤΟ 2003.....</b>	<b>25</b>
• ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	
• ΑΘΗΝΑ	
• ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ	
<b>3.2. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΤΟ 2007 ΚΑΙ ΤΟ 2008 ΣΥΜΦΩΝΑ     ΜΕ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΣΥΕ.....</b>	<b>28</b>
<b>3.3. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΗΝ     EUROSTAT.....</b>	<b>30</b>
<b>3.3.1. ΕΜΠΟΡΕΥΟΜΕΝΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ-     ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2008.....</b>	<b>31</b>
<b>3.4. ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΕΛΛΕΙΜΑ ΣΗΜΕΙΩΣΕ ΜΕΓΑΛΗ ΜΕΙΩΣΗ     ΜΕΤΑΞΥ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟ ΚΑΙ ΑΥΓΟΥΣΤΟ 2009.....</b>	<b>34</b>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ

### ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΙΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ

<b>4.1. ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΠΡΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΗΔΗ ΠΑΡΑΓΕΙ Η ΕΛΛΑΔΑ.....</b>	<b>35</b>
--	-----------

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ

### ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΕΞΑΓΩΓΙΚΑ ΠΡΪΟΝΤΑ

<b>5.1. ΠΡΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΕΞΑΓΕΙ Η ΧΩΡΑ.....</b>	<b>39</b>
--	-----------

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ

<b>6.1. ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΗ Η ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ Ε.Ε.....</b>	<b>41</b>
<b>6.1.1. ΜΗΔΕΝΙΚΗ ΑΥΞΗΣΗ ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ     ΚΑΤΑΓΡΑΦΕΙ Η EUROSTAT ΤΟ 11ΜΗΝΟ 2008.....</b>	<b>42</b>
<b>6.1.2. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΕΒΕ ΜΕ ΕΙΔΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΥΠΕΞ.....</b>	<b>43</b>
<b>6.2. ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ “ΕΚΤΟΣ ΧΑΡΤΗ”.....</b>	<b>44</b>

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ**  
**ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ**

<b>7.1. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΑΓΟΡΩΝ ΣΤΟΧΩΝ.....</b>	<b>47</b>
--	-----------

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΩΟ**  
**ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ**

<b>8.1. ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ.....</b>	<b>55</b>
<b>8.2. ΤΟΠΟΙ ΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ.....</b>	<b>56</b>
<b>8.3. ΚΛΕΙΔΙ ΓΙΑ ΠΟΡΕΙΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ.....</b>	<b>58</b>
<b>8.4. ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ.....</b>	<b>60</b>
<b>8.5. ΔΕΚΑ ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΓΙΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ.....</b>	<b>68</b>

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΝΑΤΟ**  
**ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΓΓΡΑΦΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΤΟ  
ΕΙΔΙΚΟ ΜΗΤΡΩΟ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ**

<b>9.1. ΠΡΟΪΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΓΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΤΟ ΕΙΔΙΚΟ ΜΗΤΡΩΟ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ.....</b>	<b>70</b>
<b>9.2. ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΑ ΓΙΑ ΕΓΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΤΟ ΕΙΔΙΚΟ ΜΗΤΡΩΟ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ.....</b>	<b>70</b>

**ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ**  
**ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΠΟΛΙΤΚΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ**  
**ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ**

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ**  
**ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΠΟΛΙΤΚΗ**

<b>1.1. ΓΕΝΙΚΑ.....</b>	<b>73</b>
<b>1.2. ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΠΟΛΙΤΚΗ.....</b>	<b>73</b>
<b>1.3. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΚΗΣ.....</b>	<b>75</b>

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ**  
**ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ**

<b>2.1. ΒΑΣΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ.....</b>	<b>76</b>
<b>2.2. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΙ ΑΞΟΝΕΣ.....</b>	<b>76</b>
<b>2.3. ΑΞΟΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΜΙΑΣ ΤΕΤΟΙΑΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ.....</b>	<b>77</b>
<b>2.4. ΧΡΟΝΙΚΟΣ ΟΡΙΖΟΝΤΑΣ-ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ.....</b>	<b>78</b>

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ**  
**ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ FACTORING**

<b>3.1. ΓΕΝΙΚΑ.....</b>	<b>80</b>
<b>3.2. ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ.....</b>	<b>80</b>
<b>3.3.ΩΦΕΛΕΙΕΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....</b>	<b>80</b>
<b>3.4. ΠΟΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΝΔΕΙΚΝΥΤΑΙ ΝΑ ΚΑΝΟΥΝ ΧΡΗΣΗ</b> <b>ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ.....</b>	<b>81</b>
<b>3.5. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΚΟΣΤΟΣ.....</b>	<b>81</b>

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ**  
**ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ MARKETING**

<b>4.1.ΓΕΝΙΚΑ.....</b>	<b>82</b>
<b>4.2. ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ MARKETING.....</b>	<b>82</b>
<b>4.3.ΜΙΓΜΑ MARKETING.....</b>	<b>84</b>
<b>4.4. ΑΡΧΕΣ MARKETING.....</b>	<b>84</b>
<b>4.5. ΕΙΔΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ- MARKETING.....</b>	<b>84</b>
<b>4.6. ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΞΑΓΩΓΗΣ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΤΗΤΑΣ .....</b>	<b>84</b>
<b>4.7. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ.....</b>	<b>85</b>
<b>4.8. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ.....</b>	<b>86</b>
<b>4.9. ΚΥΡΙΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ-ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΥ ΑΓΟΡΩΝ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ.....</b>	<b>86</b>
<b>4.10. ΚΥΡΙΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΕΙΣΟΔΟΥ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ.....</b>	<b>86</b>
<b>4.11. ΕΜΜΕΣΗ ΕΞΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>87</b>
<b>4.12. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ – ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ.....</b>	<b>87</b>

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ**

**ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ**

<b>5.1. ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ.....</b>	<b>88</b>
<b>5.2. ΕΠΤΑ ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΕΞΑΓΩΓΕΣ.....</b>	<b>88</b>
<b>5.3. ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ.....</b>	<b>90</b>
<b>5.4. ΤΡΟΠΟΙ ΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ ΑΠΟ ΠΛΕΥΡΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΕΙΑΣ.....</b>	<b>91</b>

<b>5.5. ΠΡΎΠΟΘΕΣΕΙΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....</b>	<b>93</b>
<b>5.6. ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ.....</b>	<b>94</b>
<b>5.6.1. ΤΙ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΚΑΝΕΙ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ.....</b>	<b>94</b>
<b>5.7. ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΙ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ.....</b>	<b>95</b>

## **ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ**

### **ΟΡΑΝΙΣΜΟΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ**

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ**

#### **Η ΕΝΤΑΞΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟ ΕΙΔΙΚΟ ΜΗΤΡΩΟ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ- Ο ΡΟΛΟΣ Ο.Α.Ε.Π. ΣΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ**

<b>1.1. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΟΑΕΠ.....</b>	<b>96</b>
---	-----------

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ**

#### **ΑΣΦΑΛΙΣΗ ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

<b>2.1. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ.....</b>	<b>98</b>
<b>2.2. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ.....</b>	<b>99</b>
<b>2.3. ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ Ο.Α.Ε.Π.....</b>	<b>99</b>
<b>2.4. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΙΝΔΥΝΩΝ.....</b>	<b>100</b>

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ**  
**ΚΑΛΥΠΤΟΜΕΝΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ**

<b>3.1. ΕΝΝΟΙΑ – ΕΚΤΑΣΗ.....</b>	<b>101</b>
<b>3.2. ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ.....</b>	<b>104</b>

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ**  
**ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ**

<b>4.1. ΓΕΝΙΚΑ.....</b>	<b>106</b>
<b>4.2. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΦΑΛΙΣΗ.....</b>	<b>107</b>
<b>4.3. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙ ΠΙΣΤΩΣΕΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ.....</b>	<b>110</b>
<b>4.4. ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ.....</b>	<b>111</b>

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ**  
**ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ**

<b>5.1. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΩΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ.....</b>	<b>112</b>
<b>5.2. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ.....</b>	<b>112</b>
<b>5.3. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΜΕΣΟ-ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ.....</b>	<b>117</b>
<b>5.4. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΕΡΓΩΝ.....</b>	<b>119</b>
<b>5.5. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΑΓΟΤΡΑΣΤΗ.....</b>	<b>121</b>
<b>5.6. ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΡΟΩΝ.....</b>	<b>123</b>



## ΜΕΡΟΣ ΤΕΤΑΡΤΟ

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	124
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ.....	127
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	133

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το ισοζύγιο μιας χώρας είναι το σύνολο όλων των εμπορικών και χρηματοοικονομικών συναλλαγών μεταξύ των κατοίκων της και κατοίκων του εξωτερικού. Ως εκ τούτου, είναι εξ ορισμού πάντοτε εξισορροπημένο και, συνεπώς, η έννοια της ανισορροπίας και της αναπροσαρμογής απορρέει από την εξέταση συγκεκριμένων μεμονωμένων στοιχείων όπως είναι το εμπορικό ισοζύγιο, το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών. Κατά κανόνα οι συναλλαγές μεταξύ κατοίκων της χώρας και του εξωτερικού που συνιστούν μεταβιβάσεις εισοδημάτων καταγράφονται στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, ενώ οι χρηματοοικονομικές συναλλαγές, δηλαδή οι κινήσεις κεφαλαίου, καταγράφονται στο ισοζύγιο κίνησης κεφαλαίων. Αυτά τα δύο ισοζύγια, συχνά με τη βοήθεια της Κεντρικής Τράπεζας η οποία διαχειρίζεται τα συναλλαγματικά αποθέματα της χώρας, εξουδετερώνουν το ένα το άλλο και διασφαλίζουν την απαραίτητη ισορροπία στις ξένες συναλλαγές της χώρας. Η μεταπολεμική Ελλάδα έχει μακρά παράδοση στα ελλείμματα του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών τα οποία καλύπτονται από ισοδύναμα πλεονάσματα του ισοζυγίου κίνησης κεφαλαίων. Το πρόγραμμα οικονομικής σταθεροποίησης που υιοθετήθηκε στις αρχές της δεκαετίας του 90 οδήγησε σε σημαντική μείωση του ελλείμματος, αλλά αυτή η τάση αντιστράφηκε γρήγορα και η ανισορροπία του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών αυξήθηκε ραγδαία έως το τέλος της δεκαετίας. Η είσοδος της Ελλάδος στη ζώνη του ευρώ την 1η Ιανουαρίου 2001 μετρίασε τη σπουδαιότητα του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών ως περιοριστικού παράγοντα κατά την άσκηση της οικονομικής πολιτικής ενώ ταυτόχρονα στέρησε από τους εγχώριους φορείς χάραξης πολιτικής τη δυνατότητα να χρησιμοποιούν νομισματικά και συναλλαγματικά μέτρα προκειμένου να χειρίζονται τα μεγέθη του ισοζυγίου πληρωμών. Εντούτοις οι εξελίξεις δεν υποβαθμίζουν τη σημασία που έχει η παρακολούθηση της εξέλιξης του ελλείμματος του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών για τη εκτίμηση της μακροοικονομικής απόδοσης της χώρας ακόμα περισσότερο επειδή στην τελευταία δεκαετία σημειώθηκε σημαντική αύξηση του ελλείμματος το οποίο τώρα ανέρχεται στα 6,4 δισεκατομμύρια ευρώ. Μεταξύ των μεμονωμένων στοιχείων του ισοζυγίου πληρωμών προεξέχουσα θέση κατέχει το εμπορικό έλλειμμα που τώρα ανέρχεται στο πολύ υψηλό 15,4% του ΑΕΠ παρ' ότι αντισταθμίζεται σε μεγάλο βαθμό από τα

πλεονάσματα στα ισοζύγια υπηρεσιών. Αυτές οι σημαντικές αντισταθμιστικές εισπράξεις που παραδοσιακά χρηματοδοτούν ένα σημαντικό μερίδιο των εισαγωγών της χώρας αποτελούν μια πολυτέλεια της Ελλάδος που υφίσταται από παλιά και προέρχεται από τα ισχυρά πλεονάσματα των ναυτιλιακών υπηρεσιών και του τουρισμού. Οι εισπράξεις της χώρας από τις εξαγωγές υπηρεσιών είναι σχεδόν διπλάσιες σε σύγκριση με αυτές από τις εξαγωγές αγαθών, καθώς και 7,5 φορές υψηλότερες από τον παγκόσμιο μέσο όρο από τη σκοπιά του κατά κεφαλή εισοδήματος. Στην περίπτωση μικρών ανοιχτών οικονομιών όπως της Ελλάδας οι ξένες συναλλαγές είναι κρίσιμοι αποφασιστικοί παράγοντες της εγχώριας μακροοικονομικής απόδοσης. Μια αισιόδοξη προοπτική για το εγχώριο έλλειμμα της χώρας θα έδινε έμφαση στη σημασία του ξένου κεφαλαίου για τη χρηματοδότηση των επενδύσεων σε μια ραγδαία αναπτυσσόμενη χώρα όπου οι εγχώριες αποταμιεύσεις δεν επαρκούν. Υπό αυτή την προοπτική το έλλειμμα θεωρείται ως αναπόφευκτη συνέπεια της ισχυρής συσσώρευσης κεφαλαίων επιβάλλοντας εισαγωγές κεφαλαίων καθώς και του υψηλού ρυθμού ανάπτυξης που δίνει ώθηση στη εγχώρια ζήτηση για εισαγωγές καταναλωτικών αγαθών. Από την άλλη πλευρά του νομίσματος θα μπορούσαμε να επισημάνουμε τη μακροπρόθεσμη συσσώρευση ξένων υποχρεώσεων και να ερμηνεύσουμε τη χρόνια υπό-απόδοση του ελληνικού εξωτερικού εμπορίου από τη σκοπιά του ελλείμματος ανταγωνιστικότητας και των διαρθρωτικών αδυναμιών που δύσκολα συμβιβάζονται με τη δυναμική ώθηση ανάπτυξης την οποία υπόσχονται οι οπτιμιστές.

Υπό το πρίσμα των προαναφερθέντων η σημασία του ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών και της γενικής απόδοσης των εξαγωγών έχει αναζωογονηθεί τα τελευταία χρόνια. Παρά τις επικριτικές ερμηνείες των δεδομένων όλοι συμφωνούν στη σημασία του προσανατολισμού της οικονομίας στις εξαγωγές και στα θετικά αποτελέσματα της αύξησης των εξαγωγών. Στην πραγματικότητα η ευρέως διαδεδομένη απελευθέρωση της αγοράς και η απώλεια των ανεξάρτητων εργαλείων νομισματικής πολιτικής επιβάλλουν διαφορετική προσέγγιση σε ολόκληρο το ζήτημα της εξωτερικής ισορροπίας της Ελλάδος. Αυτή η προσέγγιση δεν θα βασίζεται σε υποτιμήσεις προστατευτικά μέτρα ή επιδοτήσεις αλλά θα προσανατολισθεί στην ενίσχυση της παραγωγικότητας τη διευκόλυνση των διαρθρωτικών μεταρρυθμίσεων και την προώθηση προϊόντων στις διεθνείς αγορές.

## ΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ – ΕΜΠΟΔΙΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Η Ελλάδα είναι μια ελλειμματική, από πλευράς εμπορικού ισοζυγίου, χώρα. Το έλλειμμα αυτό αυξάνεται διαχρονικά και αντανακλά την έλλειψη συγκριτικών πλεονεκτημάτων στους τομείς παραγωγής διεθνώς εμπορεύσιμων αγαθών.

Η ένταξη της Ελλάδος στην ΟΝΕ, συνεπάγεται από τη μια μεριά ευκαιρίες που όμως δεν αξιοποιούνται στο έπακρο, διότι μένουν ανεκμετάλλευτα τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που διαθέτει η χώρα μας και από την άλλη, μετατόπιση του βάρους αντιμετώπισης των ανταγωνιστικών πιέσεων στην εσωτερική αγορά εργασίας και στις συνθήκες τιμών και κόστους.

Οι κύριοι παράγοντες που επέδρασαν αρνητικά τόσο στο θέμα του κόστους, όσο και στο θέμα της ποιότητας των προϊόντων μας είναι τρεις :

- Ο πρώτος είναι **μακροοικονομικός** και αφορά στη μειωμένη ανταγωνιστικότητα της οικονομίας μας, εξαιτίας των μειωμένων ιδιωτικών επενδύσεων, άρα μη βελτίωσης της παραγωγικότητας της οικονομίας και της ασύμμετρης αύξησης των τιμών των μη εμπορεύσιμων αγαθών, κάτι που επηρέασε αρνητικά τα άμεσα κοστολόγια των εξαγωγικών επιχειρήσεων.
- Ο δεύτερος παράγων είναι **πολιτικός** και αφορά στη γραφειοκρατία και στο δύσκαμπτο πλαίσιο λειτουργίας του δημόσιου τομέα, αλλά και της αγοράς εργασίας, που λειτούργησε ανασταλτικά στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων και αύξησε έμμεσα το κόστος λειτουργίας τους.
- Και ο τρίτος παράγων –**μικροοικονομικός**- έχει να κάνει με την αδυναμία πολλών ελληνικών επιχειρήσεων να αναπτύξουν και να προωθήσουν με σταθερότητα και σαφή προσανατολισμό σε καινοτόμα προϊόντα - διασφαλίζοντας έτσι διαχρονικά περισσότερες και με μεγαλύτερα περιθώρια κέρδους πωλήσεις-και όχι βάση της λογικής του γρήγορου κέρδους. Σε αυτό το σημείο πρέπει να σημειωθεί και η ευθύνη των τραπεζών, οι οποίες για μεγάλο διάστημα στο παρελθόν, λειτούργησαν με αποθαρρυντικό τρόπο για τις νέες επιχειρηματικές ιδέες.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις ελλήνων εξαγωγέων, τα κυριότερα προβλήματα – εμπόδια των εξαγωγών που αντιμετωπίζουν στην Ελλάδα, είναι τα εξής:

1. Το υψηλό κόστος χρήματος.
2. Τα φορολογικά μέτρα.
3. Οι γραφειοκρατικές διαδικασίες.
4. Οι υψηλές εργοδοτικές εισφορές.
5. Τα υψηλά ασφάλιστρα κάλυψης των εξαγωγικών πιστώσεων.
6. Το υψηλό μεταφορικό κόστος.
7. Η ασυνέπεια ορισμένων μεταφορικών εταιρειών.
8. Οι καθυστερήσεις στα σημεία ελέγχου (τελωνεία κ.λπ.)
9. Ο μικρός όγκος του εξαγόμενου προϊόντος.
10. Η ανεπάρκεια τακτικών θαλασσίων γραμμών.
11. Η εποχικότητα των εξαγωγών.
12. Η έλλειψη επαρκούς εξυπηρέτησης στα λιμάνια.
13. Η ανεπαρκής υποδομή των λιμενικών εγκαταστάσεων.
14. Η μη ευελιξία των μεταφορικών εταιρειών.
15. Οι ζημιές που υφίστανται τα προϊόντα κατά τη διάρκεια της μεταφοράς τους.  
(Άγνωστος, <http://mnec.gr>.)

## ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ: Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ ΕΝΝΟΙΟΛΟΓΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

#### 1.1 ΟΡΙΣΜΟΙ

«Εξαγωγή» σημαίνει: η μεταφορά προϊόντων για πώληση στο εξωτερικό, το καθεστώς εξαγωγής κατά την έννοια του άρθρου 161 του κοινοτικού τελωνειακού κώδικα, η επανεξαγωγή κατά την έννοια του άρθρου 182 του κοινοτικού τελωνειακού κώδικα, και η διαβίβαση λογισμικού ή τεχνολογίας με ηλεκτρονικά μέσα, με φαξ ή με το τηλέφωνο προς εξωκοινοτικό προορισμό. Αυτό εφαρμόζεται στην προφορική διαβίβαση τεχνολογίας μέσω τηλεφώνου μμόνον όταν η τεχνολογία περιέχεται σε κάποιο έγγραφο και τα σχετικά μέρη αυτού του εγγράφου διαβιβάζονται στο τηλέφωνο, ή περιγράφονται τηλεφωνικώς κατά τρόπον ώστε να επιτυγχάνεται το ίδιο ουσιαστικά αποτέλεσμα.

«Εξαγωγέας» είναι: κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο, για λογαριασμό του οποίου υποβάλλεται διασάφηση εξαγωγής, δηλαδή το πρόσωπο το οποίο, κατά το χρόνο που γίνεται δεκτή η διασάφηση, κατέχει τη σύμβαση με τον παραλήπτη στην τρίτη χώρα και έχει την εξουσία να αποφασίσει την αποστολή του είδους έξω από το τελωνειακό έδαφος της Κοινότητας. Αν δεν έχει συναφθεί σύμβαση εξαγωγής ή αν ο κάτοχος της σύμβασης δεν ενεργεί για ίδιο λογαριασμό, καθοριστικό στοιχείο είναι η εξουσία απόφασης για την αποστολή του είδους έξω από το τελωνειακό έδαφος της Κοινότητας.

Ως «εξαγωγέας» νοείται επίσης κάθε φυσικό ή νομικό πρόσωπο, το οποίο αποφασίζει να διαβιβάσει λογισμικό ή τεχνολογία προς εξωκοινοτικό προορισμό με ηλεκτρονικά μέσα, με φαξ ή με το τηλέφωνο.

Όταν το δικαίωμα διάθεσης του είδους διπλής χρήσης το έχει πρόσωπο εγκατεστημένο έξω από την Κοινότητα σύμφωνα με τη σύμβαση βάσει της οποίας γίνεται η εξαγωγή, ως εξαγωγέας λογίζεται ο εγκατεστημένος στην Κοινότητα αντισυμβαλλόμενος.

«Διασάφηση εξαγωγής»: είναι η πράξη με την οποία ένα πρόσωπο δηλώνει, με τον πρέποντα τύπο και τρόπο, ότι επιθυμεί να θέσει είδη διπλής χρήσης υπό τελωνειακό καθεστώς εξαγωγής.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ**

### **Ο ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΣ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ**

#### **2.1 ΠΩΣ ΞΕΚΙΝΗΣΕ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΤΟΥ 2008**

Ο παραδοσιακός τραπεζίτης κοιτά δύο πράγματα: καταθέσεις και δάνεια. Αυτό είναι το ισοζύγιο του και προσπαθεί να το διατηρεί σε ισορροπία. Η χρηματοστηριοποίηση των τραπεζών, από τα τέλη της δεκαετίας του 1990, άφησε πίσω τον κανόνα αυτόν. Τώρα ο στόχος είναι η αύξηση των κερδών μέσω των πωλήσεων. Η μανία για πωλήσεις προκάλεσε τη δημιουργία ευφάνταστων προϊόντων. Δόθηκε έμφαση στην πώληση δανείων και καρτών και εγκαταλείφθηκε το κυνήγι των καταθέσεων.

Η πίεση και ο ανταγωνισμός για πωλήσεις ανάγκασε τις τράπεζες να δημιουργούν συνεχώς νέα προϊόντα για να πουλούν. Δημιουργήθηκαν δομημένα προϊόντα τόσο σύνθετα που η διαφάνεια σιγά σιγά χάθηκε. Δημιουργήθηκαν δάνεια για δανειολήπτες που δεν έπρεπε να πάρουν δάνειο. Δηλαδή δεν είχαν τα απαραίτητα εισοδήματα η είχαν κακό πιστοληπτικό ιστορικό. Πρόκειται για τα δάνεια sub prime. Όταν οι δανειολήπτες αυτοί δεν μπόρεσαν τελικά να πληρώσουν τις δόσεις, οι τράπεζες έμειναν με τα προσημειωμένα ακίνητα, τα οποία έπρεπε να πουλήσουν. Έτσι εκτοξεύθηκαν οι κατασχέσεις, οι πλειστηριασμοί και επιταχύνθηκε η πτώση των τιμών ακινήτων, κυρίως στις ΗΠΑ.

Αλλά αυτό αποτελεί ένα μέρος του προβλήματος. Η μεγάλη φούσκα δημιουργήθηκε από ένα πλέγμα παράγωγων προϊόντων και τιτλοποιημένων δανείων που η μια τράπεζα πουλούσε στην άλλη.

Είχε δημιουργηθεί μία αγορά που λειτουργούσε στα όρια της επιστημονικής φαντασίας. Οι τράπεζες μετέτρεψαν τα δάνεια sub prime σε ομόλογα. Δηλαδή τα τιτλοποίησαν. Πουλούσαν τα ομόλογα αυτά, μετέθεταν τον κίνδυνο στον αγοραστή και έπαιρναν ρευστότητα, την οποία χρησιμοποιούσαν για τη χορήγηση νέων δανείων sub prime. Για να αντισταθμιστεί ο κίνδυνος, οι τράπεζες δημιούργησαν παράγωγα προϊόντα που εξασφάλιζαν όσους είχαν πάρει τιτλοποιημένα δάνεια sub prime.



Οι επενδυτές που είχαν αγοράσει τιτλοποιημένα δάνεια δέχονταν να πληρώνουν ένα ασφάλιστρο κινδύνου στην τράπεζα. Δηλαδή οι τράπεζες εισέπρατταν ασφάλιστρα για να αποζημιώσουν τον αγοραστή του τιτλοποιημένου σε περίπτωση επισφάλειας. Οι καταβολές αυτές αντιστοιχούσαν σε συγκεκριμένες απαιτήσεις των επενδυτών. Οι τράπεζες τιτλοποίησαν και αυτές τις απαιτήσεις και τις πούλησαν σε άλλους επενδυτές. Οι επενδυτές αυτοί κέρδιζαν υψηλές αποδόσεις αλλά είχαν την υποχρέωση να αποζημιώνουν τους αγοραστές των τιτλοποιημένων sub prime σε περίπτωση επισφάλειας. Δηλαδή η μία τράπεζα μετέθετε τον κίνδυνο στην άλλη, υποσχόμενη υψηλότερες αποδόσεις. Ταυτόχρονα υπήρχαν οργανισμοί που ασφάλιζαν ομόλογα και δάνεια, ενώ δημιουργήθηκαν και παράγωγα προϊόντα για να εξασφαλίζονται όσοι ασφάλιζαν τους κινδύνους άλλων. Όλοι αυτοί οι κίνδυνοι μετατράπηκαν σταδιακά σε στοιχεία στην αγορά παραγώγων.

Παρόλα αυτά όλα έδειχναν ότι λειτουργούσαν σαν μια καλουκουρδισμένη μηχανή. Στην πραγματικότητα ήταν αέρας. Απλώς έκλειναν τα βιβλία. Θεωρητικά, φυσικά. Αλλά αυτό ήταν αρκετό για τα σύγχρονα τραπεζικά στελέχη. Αρκεί να κλείνουν σωστά τα βιβλία. Δηλαδή κάτι σαν δημιουργική λογιστική.

Αυτό δεν μπορούσε να κρατήσει για πολύ. Δεν γίνεται να δημιουργούνται κέρδη από το τίποτα. Η μια τράπεζα πουλούσε στην άλλη βόμβες και το θέμα ήταν σε ποια χέρια θα έσκαγαν. Και οι βόμβες έσκασαν όταν οι δανειολήπτες που δεν έπρεπαν να πάρουν δάνειο, τελικά δεν μπόρεσαν να ανταποκριθούν στις υποχρεώσεις τους.

Όταν αυξήθηκαν οι επισφαλείς των δανείων τότε η μια τράπεζα ζητούσε την αποζημίωση της από την άλλη και αυξήθηκε το κόστος ασφάλισης κινδύνων. Αυτό προκάλεσε την πρώτη στενότητα στη ρευστότητα. Μετά τα προβλήματα προέκυπταν με ιλιγγιώδη ταχύτητα. Στο μεταξύ οι κατασχέσεις και οι πλειστηριασμοί είχαν ρίξει τις τιμές των ακινήτων περαιτέρω και, κατά συνέπεια, την αξία των καλύψεων που είχαν μέχρι εκείνη την ημέρα οι τράπεζες.

Η έλλειψη ρευστότητας είχε κορυφωθεί. Μετά το ένα έφερε το άλλο. Η κρίση παρέσυρε και όσες επιχειρήσεις είχαν επενδύσει σε τίτλους που είχαν σχέση με δάνεια sub prime. Μετά η κρίση ρευστότητας στην αγορά εκτόξευσε το κόστος χρήματος στη διατραπεζική αγορά. Αυτό επιβάρυνε όλες τις επιχειρήσεις και τα νοικοκυριά.

Το πρόβλημα έγινε ακόμα πιο μεγάλο εξαιτίας της ανατίμησης των πρώτων υλών, προκαλώντας πληθωριστικές πιέσεις. Ορισμένες τράπεζες και επενδυτικοί οίκοι, όπως η Lehman, προσπαθώντας να αντισταθμίσουν τις ζημιές από του subprime, έπαιζαν στις αγορές εμπορευμάτων οδηγώντας τις τιμές του πετρελαίου και άλλων υλών ακόμα πιο ψηλά. Η τουλάχιστον πόνταραν σε πιο ψηλές τιμές. Η απότομη πτώση των τιμών ενέτεινε την κατάρρευση της Lehman.

Δεν σεβαστήκαν βασικούς κανόνες της οικονομίας. Από την στιγμή που χάθηκαν φανταστικά χρήματα από φανταστικά κέρδη, τα οποία είχαν προεξοφληθεί νωρίτερα. Τα κέρδη είχαν πραγματοποιηθεί πριν από την κρίση και είχαν διοχετευθεί στις αγορές, τα χρηματιστήρια και την πραγματική οικονομία με οικοδομές, αυτοκίνητα, πισίνες κ.λ.π Απλώς τώρα έσκασε η φούσκα και όλοι ζητούν τα χρήματα πίσω. Οι αγορές, οι επενδυτές, οι κατασκευαστές κ.λ.π Είχαν κερδίσει πριν. (Συνέντευξη Στέργιου Λεωνίδα στις 26/10/2008 από Έλληνες τραπεζίτες, στο οικονομικό ένθετο της εφημερίδας της Κυριακής, <http://www.oodegr.com>. )

## **2.2 ΠΩΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ Η ΑΓΟΡΑ SUBPRIME**

Οι επενδυτές προκειμένου να προφυλαχθούν από ζημιές από τα στεγαστικά δάνεια μειωμένης εξασφάλισης αγόραζαν προϊόντα ασφάλισης πιστωτικού κίνδυνου που τα πουλούσαν οι τράπεζες.

### Οι επενδυτές

Αναζητώντας μέσο για την αντιστάθμιση των ζημιών ζητούσαν από τις τράπεζες να υπογράψουν μία συμφωνία. Με τη συμφωνία αυτή, οι επενδυτές πλήρωναν ένα ασφάλιστρο και η τράπεζα ασφάλιζε το σύνολο της αξίας του τιτλοποιημένου στεγαστικού δανείου subprime. Οι επενδυτές πλήρωναν ένα ποσοστό της αξίας που είχαν ασφαλίσει.

### Η τράπεζα

Τα ασφάλιστρα που πλήρωναν οι επενδυτές μετατρέπονταν σε ομόλογα. Δηλαδή η τράπεζα τιτλοποιούσε τις πληρωμές ασφαλιστρών και δημιουργούσε τα λεγόμενα CDO. Η απόδοση των εξαρτιόταν από το είδος ομολόγων που είχαν

ασφαλισθεί. Με τον τρόπο αυτόν δημιουργήθηκαν συνθετικά αντίγραφα των αρχικών τιτλοποιημένων δανείων.

#### Μακροπρόθεσμοι επενδυτές

Οι επενδυτές αγοράζουν τα CDO, τα οποία διατίθεται με διάφορα επίπεδα κινδύνου. Κάθε επίπεδο κινδύνου αντιστοιχεί σε μία απόδοση. Έτσι οι επενδυτές δημιουργούσαν ένα χαρτοφυλάκιο με διάφορες αποδόσεις. Σε αντάλλαγμα οι επενδυτές αυτοί είναι υποχρεωμένοι να πληρώσουν το σύνολο της αξίας του CDO σε περίπτωση που το αρχικό ομόλογο εμφανίσει επισφάλεια. Την αξία αυτή καταβάλλει στους επενδυτές που αγόρασαν τα τιτλοποιημένα ομόλογα και είχαν εξασφαλισθεί αγοράζοντας CDS. (Άγνωστος, <http://www.capital.gr> )

### **2.3 Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ**

Το πώς η κρίση περνάει στην ελληνική οικονομία και τι επιπτώσεις έχει μπορεί να φανεί μέσα από την οπτική της εξαρτημένης θέσης της χώρας στον λεγόμενο «παγκόσμιο καταμερισμό εργασίας». Αυτός είναι ο διάυλος αλλά και το οργανικό στοιχείο της σύνδεσής της. Η αλήθεια είναι πως για την έλευση της κρίσης και για τα διάφορα μέτρα που έπρεπε να πάρει μια οικονομία η οποία κρυβόταν πίσω από το μεγάλο (για τον μέσο όρο της Ε.Ε.) δείκτη ανάπτυξης είχαν μιλήσει πολλοί ακόμα και από την εποχή της λεγόμενης «ήπιας προσαρμογής». Τα μέτρα φυσικά θα είχαν συγκεκριμένη ταξική στόχευση στα εργασιακά και κοινωνικά δικαιώματα. Όπως επίσης είναι γνωστό ότι μια διέξοδος για την αστική τάξη ήταν η εξαγωγή της κρίσης στις γειτονικές χώρες της νοτιοανατολικής Ευρώπης, μια διέξοδος που όμως θα μπορούσε να αμφισβητήσει οποιαδήποτε στιγμή (όπως και έγινε). Το κανάλι διοχέτευσης της κρίσης για τη χώρα συνεπώς είναι η εξάρτηση και από αυτή την άποψη η κρίση ήταν ήδη εδώ πολύ πριν από την εμφάνιση της παγκόσμια χρηματοπιστωτικής αναταραχής.

### **2.3.1 ΤΟ ΧΡΕΟΣ**

Γράφονται πολλά πράγματα για το εξωτερικό χρέος της χώρας, την άνοδο του δανεισμού τόκων για την εξυπηρέτηση του και το τι επιπτώσεις θα έχει η επιδείνωση αυτών των στοιχείων μέσα στα πλαίσια μιας κρίσης που, έπληξε την καρδιά του χρηματοπιστωτικού συστήματος και της χρηματοδότησης των επιχειρήσεων. Η επιδείνωση του δημόσιου χρέους της χώρας έχει συμβεί εντός της ΕΟΚ και της ΕΕ αργότερα.

### **2.3.2. Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΟΥ ΧΡΕΟΥΣ**

Σε αυτά τα πλαίσια της χρηματοπιστωτικής ασφυξίας τίθεται σαφώς το ζήτημα της χρηματοδότησης του δημόσιου χρέους. Η χρηματοδότηση π.χ των τραπεζών με τα 28 δις. Ευρώ εντάσσεται σε ένα γενικότερο σχέδιο στήριξης του τραπεζικού τομέα, που συνδέεται όμως με το ζήτημα της χρηματοδότησης του Δημοσίου. Το σχέδιο στήριξης προβλέπει ότι το ελληνικό Δημόσιο θα εγγυηθεί μέχρι του ποσού των 15 δις. Ευρώ δάνεια των τραπεζών μέχρι πέντε ετών. Επίσης δεσμεύεται ότι θα δώσει στις τράπεζες κρατικά ομόλογα συνολικού ύψους 8 δις. Ευρώ. Εδώ εγείρονται δύο σοβαρά αντίστοιχα ερωτήματα.

Τα 15 δις. Των εγγυήσεων αφορούν εξ ολοκλήρου τραπεζικά εταιρικά ομόλογα που λήγουν μέσα στο 2009. Θα εγγυηθεί το ελληνικό Δημόσιο την αναχρηματοδότηση των ομολόγων αυτών, τα περισσότερα από τα οποία ξεπερνούν την τριετή διάρκεια; Τίθεται λοιπόν ο κίνδυνος να καταπέσει ένα μεγάλο ποσοστό από αυτές τις εγγυήσεις πριν εκπνεύσει η τριετία.

Η αποτίμηση των συνάψεων ανταλλαγής υποχρεώσεων, δηλαδή το πώς θα ασφαλιστούν αυτά τα κρατικά ομόλογα και τι ενεργητικό θα δεσμευτεί από τις τράπεζες για τα ομόλογα αυτά, είναι ένα μεγάλο ερώτημα. Ποιος μπορεί να αποτιμήσει αυτά τα στοιχεία όταν κάθε πρόβλεψη είναι επισφαλής; (Άγνωστος, <http://www.makthes.gr> )

### **2.3.3. ΎΞΟΔΑ ΚΑΙ ΥΦΕΣΗ**

Μεγάλη πίεση θα δεχτεί η ελληνική οικονομία από την μείωση των εισροών καθώς η προϋπάρχουσα κρίση τροφοδοτείται με το εύφλεκτο υλικό της χρηματοπιστωτικής αναταραχής. Και δεν εννοούμε μόνο την αδυναμία του φετινού κρατικού προϋπολογισμού να πείσει για τους ρυθμούς ανάπτυξης που προβλέπει και τους ρυθμούς είσπραξης των δημόσιων εσόδων. Μακροπρόθεσμα η ελληνική οικονομία έχει αρχίσει να κλυδωνίζεται σοβαρά.

Σε πτωτική τροχιά βρίσκονται δύο στις επιχειρήσεις κλωστοϋφαντουργίας. Ο βασικός κορμός της ελληνικής μεταποιητικής βιομηχανίας, όπου απασχολούνται πάνω από 65.000 εργαζόμενοι και που φέρνει στο ισοζύγιο τρεχουσών λογαριασμών πάνω από 1,6 δις ευρώ σε ετήσια βάση απειλείται.

Κατάρρευση των ελληνικών εξαγωγών υπήρχε από το 2007 (έπεσε ο ρυθμός αύξηση από το 20% στο 5%), όμως η ύφεση της διεθνούς οικονομίας και συνακόλουθα του διεθνούς εμπορίου (μείωση της εισαγωγικής ζήτησης) θα πείσει και άλλο τις ελληνικές εξαγωγές, το 54,4% των οποίων απορροφάται από την παλαιά Ευρώπη και το 19% από από τις χώρες των Βαλκανίων, αγορές που σίγουρα θα δεχτούν πλήγματα. ( Άγνωστος, <http://www.makthes.gr> )

## **2.4 ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΑΓΓΙΖΕΙ ΗΔΗ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ.**

Από τα ιστορικά δεδομένα προκύπτει ότι οι ελληνικές εξαγωγές θα επηρεαστούν αρνητικά από την παγκόσμια οικονομική κρίση. Αυτό προκύπτει από ερευνά του Κέντρου Εξαγωγικών Ερευνών και μελετών του πανελληνίου συνδέσμου Εξαγωγών, στην οποία εξετάζεται η συμπεριφορά των ελληνικών εξαγωγών κατά τις παγκόσμιες υφέσεις στις τρεις τελευταίες δεκαετίες.

Κατά τις περιόδους των παγκόσμιων οικονομικών υφέσεων 1981-1983, 1991-1993 και 2000-2002 οι ελληνικές εξαγωγές υποχώρησαν, όπως προκύπτει και από τους σχετικούς πίνακες που επισυνάπτονται στην έρευνα. Επισημαίνεται πάντως, ότι η υποχώρηση καθίσταται εντονότερη. Καθώς η ύφεση της διεθνούς

ζήτησης συνδυάζεται κατά κανόνα με πτώση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας των ελληνικών εξαγωγών.

Η εξελισσόμενη χρηματοπιστωτική και οικονομική κρίση επισημαίνεται στην έρευνα, θα φέρει περισσότερο στην επιφάνεια τα χρόνια προβλήματα της εξαγωγικής δραστηριότητας, όπως το χαμηλό επίπεδο ανταγωνιστικότητας και τη συνεχιζόμενη, παρά τις βελτιώσεις κυριαρχία των παραδοσιακών προϊόντων και θα κατακτήσει δυσκολότερη την αντιμετώπιση τους. Η υποτονική οικονομική δραστηριότητα σε όλο τον κόσμο και η περιορισμένη επέκταση ή η στασιμότητα του διεθνούς εμπορίου θα επηρεάσουν τις ελληνικές εξαγωγές στο σύνολο τους, καθώς τα εξαγόμενα ελληνικά προϊόντα στη συντριπτική τους πλειοψηφία δεν είναι «είδη πρώτης ανάγκης». Ειδικότερα θα επηρεαστούν:

Τα προϊόντα που συνδέονται με τη βιομηχανική παραγωγή, όπως π.χ τα μη σιδηρούχα μέταλλα, τα προϊόντα που συνδέονται άμεσα με την οικοδομική δραστηριότητα και τις κατασκευές όπως π.χ το τσιμέντο, τα προϊόντα χάλυβα, αλουμινίου, κ.α..

Τα προϊόντα για τα οποία η ελαστικότητά της ζήτησης ως προς το εισόδημα είναι μεγάλη. Όπως π.χ τα είδη ενδυμασίας και τα περισσότερα τρόφιμα που εξάγει η χώρα μας. Ειδικότερα οι κατηγορίες που θα υποστούν τις αρνητικές επιδράσεις θα είναι μεταξύ των άλλων οι εξής:

- Τα πετρελαιοειδή, λόγω της πτώσης των διεθνών τιμών του πετρελαίου και της μείωσης της κατανάλωσης καυσίμων,
- Τα μη σιδηρούχα μέταλλα, λόγω της μείωσης της βιομηχανικής δραστηριότητας,
- Ο σίδηρος και ο χάλυβας και τα προϊόντα τους, λόγω της μείωσης της βιομηχανικής και της κατασκευαστικής δραστηριότητας,
- Τα πλαστικά, λόγω της μείωσης της βιομηχανικής δραστηριότητας,
- Τα είδη ένδυσης και τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα, λόγω του οξυμένου διεθνούς ανταγωνισμού και της μείωσης της διεθνούς ζήτησης ,
- Ο καπνός και τα προϊόντα του,
- Τα αγροτικά προϊόντα, λόγω της συγκράτησης των καταναλωτικών δαπανών.

- Η συμμετοχή των εξαγωγών των κλάδων αυτών κάλυψε στο 2007 σχεδόν τα 2/3 της συνολικής αξίας των ελληνικών εξαγωγών.

Η οικονομική κρίση βυθίζει την ελληνική βιομηχανία κομπόστας ροδάκινου, τον μοναδικό αμιγώς εξαγωγικό κλάδο της χώρας που αντιπροσωπεύει έναν κύκλο εργασιών άνω των 300 εκατομμυρίων ευρώ, δίνοντας δουλειά σε περισσότερους από 10.000 εποχικά εργαζομένους και απορροφώντας την παραγωγή δεκάδων χιλιάδων ροδακινοπαραγωγών στην κεντρική Μακεδονία, το μεγαλύτερο κέντρο παραγωγής και μεταποίησης βιομηχανικού ροδάκινου στον κόσμο. Τα έως τώρα δεδομένα μιλούν για απώλεια 100 εκατομμυρίων ευρώ για τον κλάδο, που αντιπροσωπεύει το 3%-3,5% του εμπορικού συναλλάγματος της χώρας. Οι εξαγωγές κομπόστας ροδάκινου κατέγραψαν βουτιά 22% και 32% αντίστοιχα τους τελευταίους δύο μήνες του 2008, ενώ ενδείξεις για τους πρώτους δύο μήνες του 2009 είναι ακόμα πιο ανησυχητικές, καθώς χάνονται η μία μετά την άλλη οι μεγάλες αγορές-στόχοι. Ήδη, χαμένη θεωρείται η αγορά των ΗΠΑ, η Ρωσία προβάλλει αυστηρότατους περιορισμούς, ενώ άλλες χώρες της Ανατολικής Ευρώπης υποτίμησαν τα νομίσματα τους. Με ανακοίνωση της η ένωση κονσερβοποιών Ελλάδος κρούει τον κώδωνα του κινδύνου εν όψει της νέας παραγωγικής περιόδου του καλοκαιριού, τονίζοντας ότι η κρίση των εξαγωγών γίνεται κρίση παραγωγής και επιβίωσης για τους παραγωγούς συμπύρηνου ροδάκινου και τις βιομηχανίες κομπόστας και ζητώντας από την κυβέρνηση να πάρει μέτρα για την στήριξη του κλάδου. Τα αποθέματα στις αποθήκες των 15 βιομηχανιών είναι στα υψηλότερα επίπεδα των τελευταίων ετών και εκφράζεται η αδυναμία του κλάδου να απορροφήσει το σύνολο της φετινής παραγωγής ροδάκινου.

Θεσσαλονίκη: Στα αζήτητα παραμένουν τους τελευταίους μήνες χιλιάδες τόνοι κομπόστας ροδάκινου, που μέχρι πρότινος πωλούνταν στις αγορές του εξωτερικού, καθώς η διεθνή κρίση σάρωσε τις εξαγωγές του κλάδου, μειώνοντας τις κατά 32% το Δεκέμβριο σε σχέση με το 2007 και κατά 22% συνολικά το τελευταίο τετράμηνο του 2008. Η έντονα πτωτική τάση συνεχίζεται και στο πρώτο δίμηνο του 2009, με την μεγαλύτερη πτώση να σημειώνεται στις ανατολικές χώρες, όπως η Ρωσία και η Πολωνία, όπου τα εθνικά νομίσματα πιέζονται έντονα και η κρίση αδειάζει τα πορτοφόλια των καταναλωτών. Σύμφωνα με την Ένωση

Κονσερβοποιών Ελλάδος, στο τετράμηνο Σεπτεμβρίου-Δεκεμβρίου 2008 ο όγκος των εξαγωγών κομπόστας ροδάκινου δεν ξεπέρασε τους 85.400 τόνους, έναντι 108.700 στο αντίστοιχο διάστημα του 2007. Το Δεκέμβριο, οι εξαγωγές περιορίστηκαν σε 18.800 τόνους, από 27.400 τον αντίστοιχο μήνα πρόπερσι, σε μια περίοδο ιδίως οπότε ο ανταγωνισμός από τα φθηνά κινεζικά προϊόντα καλά κρατεί.

Στα ακτινίδια, που η εμπορία τους είχε ξεκινήσει, υπήρξαν μέχρι και ακυρώσεις παραγγελιών από το εξωτερικό, ενώ στα πορτοκάλια, παρά δεν υπήρχε μείωση παραγωγής δεν έχει ξεκινήσει ακόμα η διακίνηση τους.

#### Διπλάσια αποθέματα στις αποθήκες

Με βάση τις εκτιμήσεις αναμένεται η λήξη της σεζόν στις 30/6/2009 τις βιομηχανίες του κλάδου με μεγάλες ποσότητες αποθεμάτων στις αποθήκες τους, διπλάσια σχεδόν από πέρυσι. Οι παραγωγοί ροδάκινου, οι βιομηχανίες κομπόστας και οι εργαζόμενοι σε αυτές συγκαταλέγονται στα μεγάλα θύματα της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης. (Πιπίκος Νίκος, <http://www.exelgroup.gr> )



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ

### Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΤΑ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΧΡΟΝΙΑ

#### 3.1 Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΜΕΤΑ ΤΟ 2003

##### Θεσσαλονίκη

Που παρουσίασαν αύξουσα και που φθίνουσα πορεία οι εξαγωγές;  
Φθίνουσα πορεία παρουσιάζουν από το 2003 και μετά οι εξαγωγές στις τρεις περιφέρειες της Β. Ελλάδος, σύμφωνα με τον ΣΕΒΕ.

Όπως αποκαλύπτει η έρευνα η δυτική η κεντρική και η ανατολική Μακεδονία-Θράκη κατατάσσονται στις τρεις τελευταίες θέσεις της λίστας των 13 ελληνικών περιφερειών, βάσει εξέλιξης του δείκτη εξαγωγών προς ΑΕΠ, με έτος βάσης το 2003.

Στις βασικότερες αιτίες για την μείωση των εξαγωγών συγκαταλέγεται η μετανάστευση των κλωστοϋφαντουργιών σε γειτονικές χώρες.

Σημαντική αιτία επίσης για τη μείωση των εξαγωγών αποτελεί η αποθέρμανση των εξαγωγικών σχέσεων της Ελλάδος με τρίτες χώρες. Το γεγονός αυτό, σε συνδυασμό με το υψηλό ποσοστό που εξακολουθούν να αντιπροσωπεύουν οι εξαγωγές για τις τοπικές οικονομίες της Μακεδονίας, μελλοντικά εγκυμονεί κινδύνους αναπτυξιακών ελλειμμάτων. Σύμφωνα με την έρευνα, οι εξαγωγές σημείωσαν αύξηση σε πέντε περιφέρειες και πτώση σε οκτώ.

Το 2003 οι εξαγωγές της Ελλάδος κατά 70% περιλαμβάνουν προϊόντα πετρελαίου, δομικά υλικά, βαμβάκι και ιατροφαρμακευτικό εξοπλισμό. Οι εξαγωγές της Ελλάδας κατανέμονται: Γερμανία 12%, Ιταλία 10%, Βουλγαρία 7%, Κύπρος 6%, Ρουμανία 5,5%, Γαλλία 4,7%, Τουρκία 4%, Ισπανία 3,7%, ΗΠΑ 3,6%.

ΓΕΡΜΑΝΙΑ	12%
ΙΤΑΛΙΑ	10%
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	7%
ΚΥΠΡΟΣ	6%
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	5,5%
ΓΑΛΛΙΑ	4,7%
ΤΟΥΡΚΙΑ	4%
ΙΣΠΑΝΙΑ	3,7%
ΗΠΑ	3,6%

Πιο συγκεκριμένα σε Αττική και κεντρική Μακεδονία στηρίχθηκαν, σε σημαντικό βαθμό, και το 2007 οι ελληνικές εξαγωγές σε απόλυτες τιμές.

Η πρώτη εξήγε προϊόντα αξίας 8,65 δις ευρώ και η δεύτερη 3,76 δις ευρώ. Ακολούθησαν Πελοπόννησος και η Θεσσαλία.

Το 2006 οι εξαγωγές ανά περιφέρεια, ως ποσοστό επί του ΑΕΠ, ανέδειξαν πρώτη την Πελοπόννησο με 12,01% και ακολούθησαν κεντρική Μακεδονία 12,01%, ΑΜ-Θ 8,87%, Στερεά 8,57% και η δυτική Μακεδονία 7,64%. Η Αττική ήταν έβδομη 7,04%.

Στο μεταξύ κατά 5% σε σχέση με το 2006 αυξήθηκαν το 2007 οι εξαγωγές της κεντρικής Μακεδονίας ανακάμπτοντας μετά την υποχώρηση του 2006 -1,8%.

Εντυπωσιακότερη 16,8 ήταν η άνοδος στην Αττική, ενώ σε τριμήσιο ποσοστό αυξήθηκαν οι εξαγωγές στο νότιο Αιγαίο 119,5%. Αυξήσεις 9,3% και 7,7%, αντίστοιχα, κατεγράφησαν σε Κρήτη και Ήπειρο.

Αντίθετα, πτώση σημειώθηκε σε: ΑΜ-Θ -11,5%, δυτική Μακεδονία -6,9%, Πελοπόννησο -20,7%, Στερεά-25,1%, Θεσσαλία -16,9%, δυτική Ελλάδα -6,3%, βόρειο Αιγαίο -4,1% και Ιόνιο -10,2%.

Πάντως, οι πρωταγωνίστριες στις εξαγωγές Αττική και κεντρική Μακεδονία εισάγουν αμφοτέρως πολύ περισσότερα προϊόντα από ότι εξάγουν. Έτσι ο δείκτης επικάλυψης ανέρχεται σε μόλις 21,1% και 52% αντίστοιχα, σε Αττική και κεντρική Μακεδονία.

Ταχύτερα από τις συνολικές ελληνικές εξαγωγές κινήθηκαν οι εισαγωγές, με αποτέλεσμα το εμπορικό έλλειμμα να αυξηθεί και η Ελλάδα να κατατάσσεται στην Τρίτη χειρότερη θέση στην Ευρωζώνη

Το μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών της Ελλάδος βασίζεται στα βιομηχανικά προϊόντα ενώ ακολουθούν τα αγροτικά προϊόντα και οι πρώτες ύλες.

Ειδικά για την κεντρική Μακεδονία η κλωστοϋφαντουργία πρώτη στη λίστα των εξαγωγών το 2003, με 1,23 δις ευρώ, παραχώρησε την πρωτιά στα τρόφιμα. Τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα αποτελούν το κυριότερο εξαγωγίσιμο προϊόν της Θεσσαλονίκης ενώ τα τρόφιμα πρωταγωνιστούν στην Ημαθία, την Πέλλα, την Πιερία και τη Χαλκιδική.

## Αθήνα

Τους πανηγυρισμούς για την αυξητική πορεία των ελληνικών εξαγωγών διαδέχεται η απογοήτευση για την σημαντική ανακοπή του ρυθμού αύξησης τους το 2007 αναφέρει σε ανακοίνωση του το Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Αθηνών. Όπως επισημαίνει το ΒΕΑ σύμφωνα με την EUROSTAT η Ελλάδα κατέχει το τρίτο μεγαλύτερο έλλειμμα εμπορικού ισοζυγίου στην Ευρωζώνη 13 χωρών μελών και το τέταρτο στις 18 χώρες μέλη της ΕΕ με ελλειμματικό ισοζύγιο.

Το επιμελητήριο αναφέρει ότι οι συνθήκες της ελληνικής οικονομίας μόνο βελτίωση για τις προοπτικές των ελληνικών εξαγωγών δεν εξασφαλίζουν, έτσι όπως έχουν διαμορφωθεί, ανεξαρτήτως εάν οι δυσκολίες των ελληνικών εξαγωγών αποδίδονται σε διεθνείς συγκυρίες η εάν αποδίδονται σε αδυναμίες των αναλαμβανόμενων πολιτικών στήριξης .

Στο θέμα των ελληνικών εξαγωγών χρειάζεται νέα αντίληψη και ιδιαίτερη προσοχή εντάσσοντας δράσεις προβολής, προώθησης, ερευνών αγοράς, τεχνικής στήριξης των εξαγωγών.

Παγκοσμιοποίηση δίχως ανάπτυξη των προοπτικών για τις ελληνικές εξαγωγές σημαίνει ελληνική ανεργία και καταστρατήγηση των ελληνικών συμφερόντων σε βάρος της προόδου και της ανάπτυξης του τόπου μας.

## Εμπορικές σχέσεις.

Οι διμερείς εμπορικές σχέσεις παρουσίασαν μία σχετική στασιμότητα που αποδίδεται στο υφιστάμενο διεθνώς γενικότερο αρνητικό οικονομικό κλίμα.

Ο όγκος εμπορίου μεταξύ Ελλάδος και Σερβίας για το διάστημα Ιανουαρίου Νοεμβρίου 2008 (προσωρινά στοιχεία) ανήλθε σε περίπου Ευρώ 309,7 εκατ. Οι ελληνικές εξαγωγές ανήλθαν σε Ευρώ 178,9 εκατ., σημειώνοντας μείωση 2,5 % έναντι του αντίστοιχου διαστήματος του 2007, ενώ οι σερβικές εξαγωγές ανήλθαν σε Ευρώ 130,8 εκατ. (αύξηση 8,2 %). Πλεόνασμα υπέρ της Ελλάδος για το πρώτο ενδεκάμηνο 2008, Ευρώ 48,1 εκατ. € )

Ελληνικές εξαγωγές: πετρέλαιο και προϊόντα πετρελαίου, μη σιδηρούχα μέταλλα και προϊόντα μετάλλων, φρούτα – λαχανικά, προϊόντα βαφής και βυρσοδεψίας, καπνός, πλαστικά, μηχανήματα βιομηχανικής χρήσης, νήματα και υφάσματα κ.ά.

Ελληνικές εισαγωγές: ζάχαρη & προϊόντα αυτής, πλαστικές ύλες, σίδηρος και χάλυβας, μη σιδηρούχα μέταλλα, ξυλεία, χαρτί –χαρτόνι, ενδύματα .  
(Χαλικιάς Ιωάννης, Καθηγητής Ανάλυσης Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών,  
<http://www.library.tee.gr> )

### **3.2 Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΤΟ 2007 ΚΑΙ 2008 ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΗΣ ΕΣΥΕ.**

Οι ελληνικές εξαγωγές παρά τη δυσμενή διεθνή συγκυρία και τα προβλήματα που παρουσιάστηκαν, κατά το έτος 2008, έκλεισαν με θετικό πρόσημο σημειώνοντας αύξηση κατά 1,1% και φτάνοντας τα 17.333,1 εκατ. Ευρώ, έναντι 17.139,5 εκατ. Ευρώ το 2007. Η αύξηση των εξαγωγών εξαιρουμένων των πετρελαιοειδών, έφτασε το 2,6%. Αυτό προκύπτει σύμφωνα με την ανάλυση των εξαγωγικών στατιστικών δεδομένων της ΕΣΥΕ από τον ελληνικό Οργανισμό Εξωτερικού Εμπορίου

Από την επεξεργασία των στοιχείων προκύπτουν σύμφωνα με τον ΟΠΕ τα εξής:

Τις πρώτες θέσεις μεταξύ των χωρών προορισμού κατέλαβαν η Ιταλία και η Γερμανία με μερίδιο 11,5% και 10,5% αντίστοιχα επί του συνόλου των ελληνικών εξαγωγών. Ακολουθούν κατά σειρά κατάταξης η Βουλγαρία, η Κύπρος, οι ΗΠΑ, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ρουμανία και η Τουρκία.

Αξιοσημείωτη είναι η σταθερή ανοδική πορεία των ελληνικών εξαγωγών στην αγορά της Ρωσίας, οι οποίες το 2008 αυξήθηκαν κατά 17,4% κατατάσσοντας την στην 13η θέση από την 14η που ήταν το 2007. Συγκεκριμένα, οι εξαγωγές προς την Ρωσία ανήλθαν σε 418,9 εκατ. Ευρώ αντιπροσωπεύοντας το 2,4% των εξαγωγών της Ελλάδος. Τα κυριότερα προϊόντα που εξήχθησαν στη Ρωσία ήταν γουναρικά, φρούτα και καρποί, τηλεπικοινωνιακός εξοπλισμός, καλλυντικά και μηχανικός εξοπλισμός θερμάνσεως και ψύξεως.

Ως προς τα εξαγωγίμα προϊόντα η κατηγορία Τρόφιμα και Ποτά, που συμμετέχει κατά 18,1% στο σύνολο των ελληνικών εξαγωγών το 2008, σημείωσαν αύξηση 5,1% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2007 και η αξία τους διαμορφώθηκε στα 3.145,0 εκατ. Ευρώ. Στον κλάδο, τα φρούτα και καρποί ανήλθαν

σε 517,5 εκατ. Ευρώ παρουσιάζοντας αύξηση 13,5%, τα ψάρια ανήλθαν σε 372,4 εκατ. Ευρώ σημειώνοντας αύξηση 1,2%, καθώς και το τυρί και πηγμένο γάλα για τυρί που ανήλθε σε 198,3 εκατ. Ευρώ σημειώνοντας επίσης αύξηση 14,6.

Οι εξαγωγές Δομικών Υλικών για το 2008, που αποτελούν το 16,6% επί του συνόλου των ελληνικών εξαγωγών παρουσίασαν αύξηση 10,5% σε σχέση με το 2007 και διαμορφώθηκαν στα 2.879,4 εκατ. Ευρώ. Στον κλάδο τα εξαρτήματα σωληνώσεων από σίδηρο η χάλυβα ανήλθαν σε 379,35 εκατ. Ευρώ σημειώνοντας αύξηση 66,3%, οι ράβδοι και είδη καθορισμένης μορφής από σίδηρο και χάλυβα ανήλθαν σε 326,5 εκατ.

Ευρώ σημειώνοντας αύξηση 46,6%, ενώ τα προϊόντα της κατηγορίας ράβδοι και άλλες πρωτογενείς μορφές υλικών ανήλθαν σε 86,96 εκατ. Ευρώ παρουσιάζοντας σημαντική αύξηση κατά 80,1%.

Έχει δοθεί έμφαση στις κατηγορίες Τρόφιμα-Ποτά και Δομικά Υλικά υλοποιώντας στοχευόμενες δράσεις σε αγορές –προτεραιότητας συμμετέχοντας σε σημαντικές διεθνείς εκθέσεις, διοργανώνοντας δύο επιτυχημένα Partenariat στην Ελλάδα με την συμμετοχή μεγάλου αριθμού ελληνικών και ξένων επιχειρήσεων.

### **3.3 Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΗΝ EURO STAT.**

Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία της eurostat για την πορεία του εξωτερικού της Ε.Ε εμπορευματικές συναλλαγές και για το διάστημα Ιανουάριος-Αύγουστος 2008, οι εξαγωγές της Ε.Ε.-27 αυξήθηκαν κατά 6,1% συγκριτικά με το αντίστοιχο διάστημα του 2007. Αντίστοιχα οι εξαγωγές των 15 χωρών-μελών της Ευρωζώνης αυξήθηκαν το ίδιο διάστημα κατά 5%. Να σημειωθεί ότι παρατηρείται μια συνολική μείωση των ρυθμών μεγέθυνσης των εξαγωγών σε Ε.Ε. και ρυθμοί αύξησης ανήλθαν σε 7% και 9,6% αντίστοιχα. Ανάλογη πορεία ακολουθεί το διάστημα Ιανουάριος-Αύγουστος 2008, σημείωσαν αύξηση κατά 1%, ενώ για το πρώτο οκτάμηνο του 2008 συνεχίζει να κατέχει την 21η θέση στην Ε.Ε.-27, και την 13η θέση στις εξαγωγές της Ευρωζώνης.

Οι εισαγωγές της Ε.Ε.-27 σημείωσαν άνοδο κατά 7% συγκριτικά με το πρώτο οκτάμηνο του 2008, ενώ οι εισαγωγές για το ίδιο διάστημα σημείωσαν πτώση σε ποσοστό 4%. Επισημάνθηκε ότι οι ελληνικές εισαγωγές το εξεταζόμενο διάστημα καταγράφουν την υψηλότερη ποσοστιαία μείωση στο σύνολο της Ε.Ε.-27 και της Ευρωζώνης.

Οι παραπάνω εξελίξεις της πορείας του ελληνικού εξωτερικού εμπορίου, αποτυπώνονται στο εμπορικό ισοζύγιο, καθώς το εμπορικό έλλειμμα της Ελλάδας το οκτάμηνο του 2008 παρουσίασε πτώση κατά 7%, ενώ σε αξία ανήλθε σε 24 δις. ευρώ. Παρόλα αυτά, παραμένει το τέταρτο μεγαλύτερο έλλειμμα σε επίπεδο Ε.Ε.-27, μετά το Ην. Βασίλειο, την Ισπανία και τη Γαλλία. (Άγνωστος, <http://www.news.kathimerini.gr>.)

### 3.3.1. ΕΜΠΟΡΕΥΟΜΕΝΕΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ – ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2008

Σύμφωνα με σημερινή της ανακοίνωση η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία της Ελλάδας (ΕΣΥΕ), οι ελληνικές εξαγωγές εμπορευματικών συναλλαγών για το ενδεκάμηνο του 2008 κατέγραψαν οριακή αύξηση κατά 1,5% συγκριτικά με το αντίστοιχο διάστημα του 2007, ενώ σε αξία ανήλθαν σε 16 δις. Ευρώ. Αναφορικά με την κατανομή σε Ε.Ε και τρίτες χώρες, το 65% της ελληνικής εξαγωγικής δραστηριότητας, ενώ το υπόλοιπο 35% αποσπούν οι Τρίτες χώρες. Η ετήσια αύξηση των ελληνικών εξαγωγών το εξεταζόμενο διάστημα αποδίδεται κατά 1,2% στην Ε.Ε και κατά 2,1% στις τρίτες χώρες.

Μείωση σε ποσοστό 3,1% σημειώνουν οι ελληνικές εισαγωγές το εξεταζόμενο διάστημα του τρέχοντος έτους συγκριτικά με το αντίστοιχο διάστημα του 2007 ενώ σε αξία ανέρχονται σε 47,4 δις. Ευρώ. Παρόλη τη συνολική μείωση των εισαγωγών οι ενδοκοινοτικές εισαγωγές εμφανίζουν αύξηση σε ποσοστό 4,4% ενώ αντίθετα οι εισαγωγές από τις τρίτες χώρες καταγράφουν σημαντική μείωση της τάξης του 14,4%

Το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου μειώθηκε κατά 5,3% το ενδεκάμηνο του 2008 ενώ σε απόλυτες τιμές ανήλθε σε 31,4 δις. Ευρώ. Να σημειωθεί ότι η συμπίεση του ελλείμματος αποτυπώνεται και στο δείκτη επικάλυψης των εισαγωγών από τις εξαγωγές όπου ανέρχεται σε 33,9% αυξημένος κατά 1,6 ποσοστιαίες μονάδες σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. (Άγνωστος, <http://www.kathimerini.gr>)

(ποσά σε εκατ. €)	Ιαν-Νοε 2004	Ιαν-Νοε 2005	Ιαν-Νοε 2006	Ιαν-Νοε 2007	Ιαν-Νοε 2008	MET 04- 08	ΕΤ 08- 07
Ελληνικές Εισαγωγές	36.979,2	38.889,9	44.355,10	48.928,30	47.421,90	6,4%	- 3,1%
Ελληνικές Εξαγωγές	11.090,8	12.723,1	15.083,20	15.813,10	16.053,70	9,7%	1,5%
Συνολικό Εμπόριο	48.070,0	51.613,0	59.438,3	64.741,4	63.475,6	7,2%	- 2,0%
Εμπορικό Ισοζύγιο	(25.888,4)	(26.166,8)	(29.971,9)	(33.115,2)	(31.368,2)	4,9%	- 5,3%
Εξαγωγές / Εισαγωγές	30,0%	32,7%	34,0%	32,3%	33,9%	3,1%	4,7%

Πίνακας 2. Ελληνικό εξωτερικό εμπόριο εμπορευματικών συναλλαγών, για το διάστημα Ιαν-Νοέμβριος 04-08

Πηγή: ΕΣΥΕ



Η σημαντική μείωση που κατέγραψαν τόσο οι ελληνικές εξαγωγές, όσο και οι εισαγωγές για το μήνα Νοέμβριο 2008, επιβεβαιώνει τα ιδιαίτερα ανησυχητικά μηνύματα των τελευταίων μηνών για την πορεία του ελληνικού εξωτερικού εμπορίου. Η άμεση λήψη μέτρων για την οικονομική ενίσχυση των ελληνικών εξαγωγικών επιχειρήσεων της ελληνικής περιφέρειας κρίνεται πιο αναγκαία από ποτέ. (<http://www.kathimerini.gr> )

#### Εμπορευματικές συναλλαγές Νοέμβριος 2008

Τα προσωρινά στοιχεία των εμπορευματικών συναλλαγών της ΕΣΥΕ για το μήνα Νοέμβριο 2008 δίνουν την υψηλότερη μηνιαία μείωση των ελληνικών εξαγωγών για το 2008 κατά 16,9%, συγκριτικά με τον ίδιο μήνα του 2007, ποσοστό ακόμα υψηλότερο από το εκτιμώμενο στις αρχές του μήνα. Αντίστοιχα οι ελληνικές εισαγωγές για το Νοέμβριο 2008 κατέγραψαν εξίσου σημαντική μείωση της τάξης του 19,5%, σε σχέση με το Νοέμβριο του προηγούμενου έτους. Το γεγονός αυτό συνεπάγεται μια γενικότερη συμπίεση του ελληνικού εξωτερικού εμπορίου. Το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου για τον εξεταζόμενο μήνα μειώθηκε κατά 20,8%, ενώ σε αξία ανήλθε στα 2,4% δις. Ευρώ. Η πτώση των ελληνικών εξαγωγών φαίνεται να είναι καθολικότερη για το Νοέμβριο 2008, καθώς σύμφωνα με τα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος, οι εξαγωγές υπηρεσιών τον εξεταζόμενο μήνα σημείωσαν σημαντική μείωση σε ποσοστό 16,8%. Πιο συγκεκριμένα, η μείωση αυτή οφείλεται κυρίως κατά 21% στις υπηρεσίες μεταφοράς και κατά 5% στις ταξιδιωτικές υπηρεσίες. (<http://www.kathimerini.gr>)

Ποσά σε εκατ. €	Νοε 06	Νοε07	Νοε08	MET06/08	08/07
Αγαθά	1435,4	1602,0	1331,7	-3,7%	-16,9%

Πίνακας 1. Ελληνικές εξαγωγές αγαθών και υπηρεσιών για το Νοέμβριο 2006-2008

### **3.4 ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΕΛΛΕΙΜΜΑ ΣΗΜΕΙΩΣΕ ΜΕΓΑΛΗ ΜΕΙΩΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ ΚΑΙ ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ 2009.**

Η μεγάλη επιβράδυνση της οικονομικής δραστηριότητας και η πτώση των διεθνών τιμών του πετρελαίου είχαν ως αποτέλεσμα τον υποδιπλασιασμό του εμπορικού ελλείμματος για το οκτάμηνο Ιανουαρίου-Αυγούστου σε σύγκριση με τον ίδιο διάστημα του 2008. Συγκεκριμένα το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου κατά το χρονικό διάστημα Ιανουαρίου-Αυγούστου 2009 ανήλθε σε 16277,1 εκατ. Ευρώ έναντι 28903,4 εκατ. Ευρώ το ίδιο διάστημα του έτους 2008 παρουσιάζοντας μείωση 47,7%. Εξαιρουμένων των πετρελαιοειδών το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου παρουσίασε μείωση 4852,4 εκατ. Ευρώ η 23,4% φτάνοντας τα 19,4 δις ευρώ από 20,7 δις ευρώ την αντίστοιχη περίοδο του έτους 2008. Η μείωση αυτή του ελλείμματος αντανακλά την υποχώρηση τόσο των εξαγωγών όσο και εισαγωγών. Συγκεκριμένα η συνολική αξία των εξαγωγών-αποστολών παρουσίασε μείωση της τάξης 17,9% το χρονικό διάστημα Ιανουαρίου-Αυγούστου του 2009 φτάνοντας στο ποσό των 9352,8 εκατ. Ευρώ από 11396,3 εκατ. Ευρώ το ίδιο διάστημα του 2008. Η συνολική αξία των εξαγωγών εξαιρουμένων των πετρελαιοειδών παρουσίασε μείωση 1707,2 εκατ. Ευρώ η 16,7% φτάνοντας τα 9,64 δις ευρώ την αντίστοιχη περίοδο του έτους 2008. Αντίστοιχος η συνολική αξία των εισαγωγών κατά το χρονικό διάστημα Ιανουαρίου-Αυγούστου 2009 ανήλθε στο ποσό των 25629,9 εκατ. Ευρώ το ίδιο διάστημα του έτους 2008 παρουσιάζοντας μείωση 36,4%. Η συνολική αξία των εισαγωγών εξαιρουμένων των πετρελαιοειδών παρουσίασε μείωση κατά 21,2 εκατ. Ευρώ σε σύγκριση με την ίδια περίοδο του 2008 φτάνοντας τα 29,1 δις ευρώ από 30,9 δις ευρώ το ίδιο διάστημα του 2008. Το μήνα Αύγουστο το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου έφτασε τα 1706,6 εκατ. Ευρώ έναντι 3139,5 εκατ. Ευρώ κατά το ίδιο μήνα του έτους 2008 παρουσιάζοντας μείωση 45,6%.

Εξαιρουμένων των πετρελαιοειδών το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου παρουσίασε μείωση 430,6 εκατ. € η 20,3% φτάνοντας τα 2,3 δις από 2,1 δις το αντίστοιχο μήνα του έτους 2008. Η συνολική αξία των εισαγωγών το μήνα Αύγουστο 2009 ανήλθε το ποσό των 2686,1 εκατ. € κατά το ίδιο μήνα του έτους 2008 παρουσιάζοντας μείωση 37,2%. Αντιστοίχως η συνολική αξία των εξαγωγών-αποστολών κατά τον μήνα Αύγουστο 2009 ανήλθε το ποσό των 979,5 εκατ. € έναντι 1139,2 εκατ. € κατά τον ίδιο μήνα του έτους 2008 παρουσιάζοντας μείωση 14%.  
(Άγνωστος, <http://www.Kkempl.gr> )

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ**

### **ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΙΣ ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ**

#### **4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΗΔΗ ΠΑΡΑΓΕΙ Η ΧΩΡΑ**

Σύμφωνα με όσα αναφέρει ο Γιώργος Κιούσης η χώρα μας πραγματοποιεί εισαγωγές προϊόντων που η ίδια παράγει, είναι τα εξής: μήλα Κίνας, πατάτες Αιγύπτου, γάλα Ολλανδίας, κρασί Καλιφόρνιας, σιτηρά Ουκρανίας, ζάχαρη Σερβίας, μέλι Βουλγαρίας, πορτοκάλια Βραζιλίας, λεμόνια Αργεντινής, σταφύλια Χιλής, αχλαδιά Λατινικής Αμερικής, ξηροί καρποί Περσίας, φιστίκια Κίνας, ρύζι Ινδίας.

Εάν όλα αυτά τα βρήκατε σε ένα απλό σούπερ μάρκετ η παντοπωλείο της γειτονιάς και όχι σε πολυδιαφημισμένο κατάστημα αλυσίδας ντελικατεσεν, μην παραξενευτείτε. Αντιδράστε με ψυχραιμία και εάν δεν έχετε περιθώρια επιλογής...υποκύψτε στον εισαγόμενο πειρασμό ευγενικά. Θα έχετε στη συνέχεια χρόνο να σκεφθείτε πως ο κύριος λόγος που η αγορά έχει κατακλυστεί από προϊόντα αλλοδαπά είναι ότι η χώρα μας σε πολλά προϊόντα δεν μπορεί να αποκτήσει αυτόαρκεια, ούτε να ανταγωνιστεί άλλες χώρες της Ε.Ε και λόγω GATT, τρίτες χώρες.

Όσο και εάν ακούγεται παράδοξο, η χώρα μια γεωργική χώρα, έχει αρνητικό ισοζύγιο στο εμπόριο των αγροτικών προϊόντων. Δίνει περισσότερα χρήματα για να εισάγει γεωργικά προϊόντα, από όσα παίρνει από τις εξαγωγές που κάνει. Στο εμπορικό ισοζύγιο των αγροτικών προϊόντων της Ελλάδος με όλο τον κόσμο έχουμε έλλειμμα της τάξεως των 2.182.224.034

Έλλειψη εξαγωγικής στρατηγικής απουσία ολοκληρωμένου σχεδίου για αντικατάσταση των εισαγόμενων προϊόντων με ελληνικά, υστέρηση σε πρόγραμμα προώθησης και ανταγωνιστικότητας της αγοράς είναι μερικοί από τους λόγους για τους οποίους εισάγουμε ακόμη και προϊόντα που τα παράγουμε σε αφθονία.

Όλα αυτά συμβαίνουν σε μια ανοιχτή πλέον αγορά με κατάργηση της προστασίας στα σύνορα, πράγμα που σημαίνει ότι όποιος παράγει πιο φθηνό μήλο η πατάτα από εμάς παίρνει την αγορά.

Παράγοντες του γεωργικού εμπορίου τονίζουν ότι η χώρα δεν διαθέτει επιθετική πολιτική εξαγωγών και τονίζουν ότι όσα δαπανά η Ελλάδα για την προώθηση όλων των αγροτικών της προϊόντων σε όλες τις αγορές του εξωτερικού δαπανά η Ισπανία μόνο για το ελαιόλαδο, μόνο σε μία χώρα.

«Καταρχάς πρέπει να ειπωθεί ότι η γεωργία στην Ευρώπη και στην Ελλάδα είναι ιδιαίτερα εξωστρεφής κλάδος», όπως λέει ο Νίκος Λαπάς, επιστημονικός σύμβουλος της Γενικής Συνομοσπονδίας Αγροτικών Συλλογών Ελλάδας. «Αυτό σημαίνει ότι ένα πολύ μεγάλο τμήμα των αγροτικών προϊόντων που παράγει ή καταναλώνονται είναι αποτέλεσμα του διεθνούς εμπορίου. Εξάγει πολλά αγροτικά προϊόντα και εισάγει πολλά, άσχετα εάν εισάγει περισσότερα από όσα εξάγει. Στην ελληνική οικονομία, όπου το ακαθάριστο γεωργικό εγχώριο προϊόν είναι 6-7% του συνολικού ΑΕΠ, οι αγροτικές εξαγωγές ανέρχονται στο 20% των συνολικών εξαγωγών της χώρας. Η γεωργία λοιπόν συμβάλλει πάρα πολύ, περίπου στο ένα πέμπτο των εξαγωγών της χώρας».

Ο ίδιος μάς εξηγεί ότι για να ερμηνευτεί το αγροτικό έλλειμμα πρέπει να εξετάσουν δύο θέματα: πρώτον, γιατί εισάγονται τόσα πολλά αγροτικά προϊόντα και τρόφιμα και δεύτερον, εάν μπορεί να αυξηθούν περισσότερο οι εξαγωγές που ήδη γίνονται. Στο πρώτο πρέπει να βρεθεί τι εισάγεται, και να γίνει μια κλαδική του θέματος. Από τα έξι δισεκατομμύρια ευρώ το ένα τρίτο είναι δαπάνες για κρέατα, γάλα και γαλακτοκομικά προϊόντα. Αυτά τα εισάγει λόγω της αλλαγής των διατροφικών συνηθειών του Έλληνα την τελευταία εικοσαετία. Την περίοδο αυτή η αύξηση κατανάλωσης κρέατος, γάλακτος και γαλακτοκομικών στην Ελλάδα αυξήθηκε με πολύ ταχύτερους ρυθμούς από ότι μπορούσε να διασφαλίσει η ελληνική παραγωγή. Την ίδια περίοδο με το άνοιγμα των διεθνών αγορών η ελληνική παραγωγή των προϊόντων αυτών έχασε έδαφος, αποδομήθηκε. Πολλοί κτηνοτρόφοι σταμάτησαν επειδή οι τιμές δεν συνέφεραν. Έτσι όλα αυτά αντικαταστάθηκαν με εισαγωγές.

Σε ότι αφορά τα οπωροκηπευτικά εισάγουμε προϊόντα αξίας 650 εκατομμυρίων ευρώ, εξάγουμε όμως τα διπλάσια, έχουμε ένα πλεόνασμα 500 εκατομμυρίων ευρώ. Κάτι που παίζει καθοριστικό ρόλο στις ροές του εισαγόμενου εμπορίου είναι η διάρθρωση της λιανικής αγοράς στην Ελλάδα.

Εννοείτε ότι οι πέντε μεγαλύτερες αλυσίδες τροφίμων στην Ελλάδα, από όπου περνά πάνω από το μισό ποσοστό στην κατανάλωση, ελέγχονται από ξένες

μητρικές εταιρείες. Όταν, για παράδειγμα, μια τέτοια εταιρεία που κυριαρχεί στην αγορά, θεσπίζει μήνα προώθησης των οπωροκηπευτικών της χώρας καταγωγής, π.χ Γαλλίας έχει την δυνατότητα να φέρει στην αγορά γαλλικά μήλα.

Για παράδειγμα, τα περσινά Χριστούγεννα, ενώ υπήρχε επάρκεια ελληνικών και ευρωπαϊκών μήλων στην αγορά, μια τέτοια αλυσίδα επέλεξε για δικούς της εμπορικούς λόγους να προωθήσει μήλα από την Κίνα.

Ο λόγος που δεν εξάγει είναι πως η επιχειρηματικότητα στον αγροτοδιατροφικό τομέα της Ελλάδος δεν είναι τόσο εξωστρεφής και δεν λειτουργεί με την λογική να αυξήσει την προστιθέμενη αξία όσο θα μπορούσε. Εξάγουμε ελαιόλαδο, την ναυαρχίδα των προϊόντων μας σε χύμα μορφή. Ο αγρότης πουλά το ελαιόλαδο 3 ευρώ, το συγκεντρώνει ο έμπορος και το εξάγει χύμα με ένα λογικό ποσοστό κέρδους.

#### Το ελαιόλαδο

Όμως το ελαιόλαδο αυτό χρησιμοποιείται σε μίγματα ισπανικού η ιταλικού ελαιόλαδου το οποίο φτάνει στον καταναλωτή με 20 ευρώ το κιλό. Αντί αυτή τη δουλειά να την κάνει η Ελλάδα και να το πουλάει 10 ευρώ την κάνει κάποιος άλλος και κερδίζει πολλαπλάσια.

Στον καπνό, εξάγει προϊόν αξίας 400-500 εκατομμυρίων ευρώ το χρόνο. Λόγω των αλλαγών της Κοινής Αγροτικής Πολιτικής τη χρονιά που πέρασε η παραγωγή μειώθηκε κατά 70% στη χώρα με τάση να μειωθεί ακόμη περισσότερο. Αυτή η αλλαγή το 2008 θα επιβαρύνει το εμπορικό ισοζύγιο κατά μισό δισεκατομμύριο ευρώ.

Πρόσφατα κερδήθηκε η ελληνικότητα της φέτας. Εάν αυτό δεν το διαχειριστεί χωρίς όλα τα μειονεκτήματα που αναφέρθηκαν, θα το χάσει από εθνικό προϊόν και λόγω του τρόπου που πάει να το εμπορευθεί και να το παράγει ως χώρα.

Η ένωση είναι ο μεγαλύτερος εισαγωγέας γεωργικών προϊόντων από τις λιγότερο αναπτυγμένες χώρες δηλώνοντας με τον τρόπο αυτό την ευρύτερη αναπτυξιακή φιλοσοφία που έχει στο πλαίσιο των εμπορικών της συμφωνιών.

Δεν μπορεί όμως αυτές οι συμφωνίες να γίνονται εις βάρος των ευρωπαϊκών παραγωγών και ιδιαίτερα εκείνων των μεσογειακών χώρων, και εις βάρος των ιδίων

των καταναλωτών εφόσον πολλές φορές έχει διαπιστωθεί ότι η ποιότητα των εισαγόμενων προϊόντων πόρρω απέχει από αυτήν των ευρωπαϊκών.

Η απαγόρευση των εισαγωγών δεν είναι εφικτή με μια οικονομική προσέγγιση. Όμως θα πρέπει να ενισχυθούν οι φυτουγειονομικοί έλεγχοι και οι έλεγχοι τήρησης προτύπων παραγωγής τους οποίους ελέγχους θα πρέπει να πραγματοποιούν οι χώρες προέλευσης.

Ο ανταγωνισμός τιμών είναι πολύ έντονος και ενισχύεται ιδιαίτερα από την πολιτική που ασκούν οι μεγάλες εμπορικές αλυσίδες οι οποίες σε ευρωπαϊκό επίπεδο εισάγουν προϊόντα από τις αναπτυσσόμενες χώρες. Η πολιτική αυτή της συγκέντρωσης του εμπορίου θα εξετασθεί άμεσα σε όλα τα αρμόδια ευρωπαϊκά όργανα. (Κιούσης Γεώργιος , <http://www.enet.gr>)

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ**

### **ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΕΞΑΓΩΓΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ**

#### **5.1 ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΕΞΑΓΕΙ Η ΕΛΛΑΔΑ**

Τα βιομηχανικά προϊόντα και τα παράγωγα πετρελαίου βρίσκονται πρώτα στη λίστα των ελληνικών εξαγωγών σε αντίθεση με το λάδι που βρίσκεται στην 21<sup>η</sup> θέση.

Στον κατάλογο με τα 20 πρώτα εξαγόμενα προϊόντα που συνέταξε η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία λαμβάνοντας υπόψη το ποσοστό συμμετοχής ενός προϊόντος με βάση της αξίας του και όχι με την ποσότητα πρώτη εξαγωγική δύναμη της Ελλάδας για το 2007 ήταν τα παράγωγα του πετρελαίου και τα ασφαλτώδη ορυκτά υλικά.

Τα έσοδα για την Ελλάδα από την συγκεκριμένη εξαγωγική δραστηριότητα έφθασαν για το περσινό 11μηνο Ιανουαρίου-Νοεμβρίου 2007 τα 1,83 δις € από 1,9 δις € που διαμορφώθηκαν το αντίστοιχο διάστημα του 2006 και 1,14 δις € το 2005.

Το ποσοστό συμμετοχής αυτών των προϊόντων ανήλθε στο 11,61% επί του συνόλου των εξαγωγών οι οποίες μέχρι και το Νοέμβριο του 2007 διαμορφώθηκε στα 15,82 δις € έναντι 15,2 δις € το 2006. Από τις κυριότερες χώρες - πελάτες της Ελλάδος για προϊόντα πετρελαίου μεταξύ άλλων είναι η Τουρκία, η Συρία, η Βουλγαρία, η Κύπρος, η Ιορδανία, η Λιβύη και η Αίγυπτος, βάσει των ειδικών συμφωνιών που συνάπτει η χώρα μας για το συγκεκριμένο προϊόν.

Αμέσως μετά την ΕΣΥΕ βρίσκεται η εξαγωγή των φαρμάκων για τα οποία η Ελλάδα άντλησε συνολικά στην τριετία 2005-2007 περισσότερα από 2,6 δις € δικαιολογώντας έτσι την 2<sup>η</sup> θέση που κατέχουν από το 2005 στην λίστα των εξαγωγών. Και ακολουθεί ο άργιλος με την συνολική αξία του συγκεκριμένου προϊόντος που εξήγαγε η Ελλάδα να ανέρχεται στα 700 εκατ. € για το 2007 από 665 εκατ. € το 2006 και 592 εκατ. € το 2005.

Το ελαιόλαδο που ως γνωστόν αποτελεί και την ναυαρχίδα της Ελλάδος στον κατάλογο των ανά κόσμο κρατών που ενδιαφέρονται για την εισαγωγή του, κατρακύλησε από την 4η θέση που κατείχε το 2006 στις εξαγωγές των 20 πρώτων

προϊόντων στην 12<sup>η</sup> το 2007. Την θέση αυτή τον περασμένο χρόνο κάλυψε η εξαγωγή της λεγόμενης κατηγορίας των εμπιστευτικών προϊόντων.

Σε αυτήν την κατηγορία εντάσσονται προϊόντα για τα οποία όπως αναφέρουν οι πληροφορίες η Εθνική Στατιστική Υπηρεσία διατηρεί την κάλυψη του εξαγωγικού έργου των επιχειρήσεων που το συντελούν καθώς και το είδος του προϊόντος που περνάει τα σύνορα της Ελλάδος. Πηγές πληροφόρησης που ξεκλειδώνουν την κατηγορία εμπιστευτικά προϊόντα αναφέρουν ότι πίσω από αυτόν τον τίτλο κρύβονται εξαγωγές προϊόντων όπως διοξείδιο του άνθρακα, μεθανίου ακόμη και στρατιωτικών όπλων. Η Ελλάδα πάντως εξήγαγε το 2007 προϊόντα τα οποία παίζουν από έτος σε έτος συνολικής αξίας 484 εκατ. €

Στην 5<sup>η</sup> θέση του ίδιου πίνακα βρέθηκε το περασμένο έτος ο χαλκός από την 6<sup>η</sup> θέση που κατείχε το 2006 και την 12<sup>η</sup> το 2005. Το ίδιο δεν συνέβη και με το βαμβάκι η εξαγωγική δύναμη του οποίου πάντα σύμφωνα με την αξία του δείχνει να ακολουθεί φθίνουσα πορεία. Παρά την αναρρίχηση στην 9<sup>η</sup> θέση το 2006 από την 13<sup>η</sup> που διατηρούσε το 2005, το 2007 αποτέλεσε τον μεγάλο απών στην λίστα των εξαγωγών των 20 πρώτων προϊόντων. Αυτό σημαίνει ότι οι εξαγωγές αξίας 307,7 εκατ. € που σημειώθηκαν το 2006 δεν επαναλήφθηκαν και το 2007 με αποτέλεσμα να ρίξουν το βαμβάκι που παράγει ο πλέον εύφορος κάμπος της Θεσσαλίας αλλά και της Μακεδονίας κάτω από την 20<sup>η</sup> θέση του πίνακα των εξαγωγών. (Άγνωστος, <http://www.bep.gr> )



## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ**

### **ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΕΛΛΑΔΑΣ ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΧΩΡΕΣ**

#### **6.1 ΧΑΜΗΛΟΤΕΡΗ Η ΚΑΤΑΤΑΞΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ Ε.Ε- ΟΝΕ.**

Σύμφωνα με τα δημοσιευμένα στοιχεία της Eurostat για την πορεία του εξωτερικού εμπορίου της Ε.Ε- εμπορευματικές συναλλαγές και για το διάστημα Ιανουάριος-Νοέμβριος 2008, οι εξαγωγές της Ε.Ε. - 27 αυξήθηκαν κατά 4% συγκριτικά με το αντίστοιχο διάστημα του 2007, όπως αναφέρει σε ανακοίνωση του ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος.

Αντίστοιχα οι εξαγωγές των 15 χωρών-μελών της Ευρωζώνης αυξήθηκαν το ίδιο διάστημα κατά 3,6%. Η Euro stat αποδίδει μηδενική αύξηση στις ελληνικές εξαγωγές για το εξεταζόμενο διάστημα σε αντίθεση με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ που καταγράφουν έστω και οριακή αύξηση σε ποσοστό 1,5%.

Η χώρα για το διάστημα Ιανουάριος-Νοέμβριος 2008 κατατάσσεται στην 21η θέση της εξαγωγικής κατάταξης της Ε.Ε, μια θέση χαμηλότερα συγκριτικά με το 2007, ενώ επίσης υποχώρηση κατά μια θέση, σημειώνεται και στην κατάταξη εξαγωγών της Ζώνης του Ευρώ, όπου για το ίδιο διάστημα η χώρα μας καταλαμβάνει την 13η θέση εκ των 15 μελών.

Στο γενικότερο πλαίσιο οικονομικής συρρίκνωσης σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, οι Ευρωπαϊκές εισαγωγές κατέγραψαν μείωση του ρυθμού αύξησης κατά 3,2 ποσοστιαίες μονάδες. Πιο συγκεκριμένα οι ευρωπαϊκές εισαγωγές το εξεταζόμενο διάστημα αυξήθηκαν με ετήσιο ρυθμό της τάξης του 5,2%. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι επτά οικονομίες της Ε.Ε., ανάμεσα σε αυτές και η Ελλάδα σημειώνουν μείωση στις εισαγωγές τους, η οποία κυμαίνεται από 4% μέχρι 8% για το εξεταζόμενο διάστημα. Να σημειωθεί ακόμα ότι την περίοδο πέρσι, οι εισαγωγές της Ε.Ε. είχαν σημειώσει άνοδο κατά 8,4%. Σε επίπεδο Ευρωζώνης, οι συνολικές εισαγωγές αυξάνονται με ετήσιο ρυθμό 5,9%.

Οι παραπάνω εξελίξεις στο εξωτερικό εμπόριο Ευρώπης και Ευρωζώνης αποτυπώνονται στην αύξηση του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου της Ε.Ε και στη μείωση του πλεονάσματος της ΟΝΕ. Σημειώνεται ότι στο σύνολο των 27 χωρών

της Ε.Ε., επτά μέλη καταγράφουν μείωση του πλεονάσματος ενώ δέκα μέλη σημειώνουν αύξηση στο έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου. Για την χώρα παρουσιάζεται μείωση του ελλείμματος της τάξης του 6,7%.

Στην παραπάνω αρνητική εξέλιξη των τελευταίων μηνών για την πορεία των ελληνικών εξαγωγών έρχεται να προστεθεί και η Έκθεση για τη Νομισματική πολιτική της Τράπεζας της Ελλάδος για το 2008-2009, η οποία με τη σειρά της προβλέπει περαιτέρω μείωση των ελληνικών εμπορευματικών εξαγωγών, κυρίως προς την Ε.Ε και τις χώρες της ΝΑ Ευρώπης.

Επίσης, σύμφωνα με την Έκθεση για την Νομισματική Πολιτική της Τράπεζας της Ελλάδος για το 2008-2009, η επιβράδυνση του ρυθμού πιστωτικής επέκτασης προς τα νοικοκυριά και τις επιχειρήσεις επηρεάζει την ιδιωτική κατανάλωση και τις επιχειρηματικές επενδύσεις, οι οποίες για το 2009 θα μείνουν σχεδόν στάσιμες. Αρνητικά επίσης επιδρούν στις επιχειρηματικές επενδύσεις η υποτονική ζήτηση αγαθών και υπηρεσιών και η μειωμένη κερδοφορία.

#### **6.1.1. ΜΗΔΕΝΙΚΗ ΑΥΞΗΣΗ ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΑΤΑΓΡΑΦΕΙ Η EUROSTAT ΤΟ 11μηνο ΤΟΥ 2008.**

Συμπύεση του εμπορικού ελλείμματος, επικρατεί στην Αθήνα, αλλά και στασιμότητα των εξαγωγών για το ενδεκάμηνο Ιανουαρίου-Νοεμβρίου 2008, δείχνουν τα στοιχεία που δημοσίευσε η ευρωπαϊκή στατιστική υπηρεσία και επεξεργάστηκε το Ινστιτούτο Εξαγωγικών Ερευνών και Σπουδών του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος.

Η Ελλάδα κατέχει την 21<sup>η</sup> θέση στις συνολικές εξαγωγές των 27 κρατών-μελών της ΕΕ και τη 13η θέση στην ευρωζώνη των 15.

Παράλληλα το εμπορικό έλλειμμα της χώρας καταγράφεται μειωμένο κατά 6,7%.

Η Eurostat, όμως αναφέρει σε ανακοίνωσή του ο ΣΕΒΕ, αποδίδει μηδενική αύξηση στις ελληνικές εξαγωγές για το εξεταζόμενο διάστημα σε αντίθεση με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ, που καταγράφουν αύξηση σε ποσοστό 1,5%

Στην ΕΕ των 27 οι εξαγωγές αυξήθηκαν κατά 4% και στη ζώνη του €κατά 3,6%

Σε ότι αφορά στις εισαγωγές σημείωσαν μείωση σε επτά οικονομίες της Ε.Ε., ανάμεσα στις οποίες και της Ελλάδας.

Συνολικά οι ευρωπαϊκές εισαγωγές κατέγραψαν μείωση του ρυθμού αύξησης τους κατά 3,2%, με ετήσιο ρυθμό αύξησης 5,2%.

Ο ΣΕΒΕ επισημαίνει ότι την αρνητική εξέλιξη των τελευταίων μηνών για την πορεία των ελληνικών εξαγωγών επιβεβαιώνει και η Έκθεση για τη Νομισματική Πολιτική της Τράπεζας της Ελλάδος για το 2008-2009, η οποία προβλέπει περαιτέρω μείωση τους.

#### **6.1.2. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΣΕΒΕ ΜΕ ΕΙΔΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΥΠΕΞ.**

Το έλλειμμα που παρατηρείται στην αξιοποίηση από τις ελληνικές εξωστρεφείς επιχειρήσεις προγραμμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά και διεθνών οργανισμών συζητήθηκε σε συνάντηση που είχε η διοίκηση του ΣΕΒΕ με τον ειδικό γραμματέα Αξιοποίησης Διεθνών Προγραμμάτων του υπουργείου Εξωτερικών.

Οι ελληνικές επιχειρήσεις πρέπει να ενεργοποιηθούν για την αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προσφέρουν τα διεθνή προγράμματα καθώς η συμμετοχή της Ελλάδος σε αυτά είναι πολύ μικρή σε σχέση με άλλες χώρες.

Το γεγονός οφείλεται στην έλλειψη διαχειριστικής επάρκειας των ελληνικών επιχειρήσεων καθώς και στην διστακτικότητα τους να ασχοληθούν συστηματικά με προγράμματα, για τα οποία απαιτείται χρόνος μέχρι να φανούν τα αποτελέσματα.

## 6.2 ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ "ΕΚΤΟΣ ΧΑΡΤΗ"

Συγχρόνως, αντικατοπτρίζουν την παραγωγική αναπηρία της χώρας μας και την πολύ χαμηλή ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας. Αποκαλυπτικά στοιχεία της EUROSTAT αποτυπώνουν τη δραματική εικόνα στην οποία βρίσκονται οι ελληνικές εξαγωγές και η ανταγωνιστικότητα ερμηνεύοντας κατά έναν τρόπο τον μαρασμό και την έλλειψη προοπτικής για την οικονομία. Οι εξαγωγές με βάση τα στοιχεία του 2008 αντιστοιχούν μόλις στο 7,2% του ΑΕΠ, ποσοστό που κατατάσσει την Ελλάδα στην 26η θέση στην Ε.Ε των 27, με την τελευταία θέση να καταλαμβάνει η Κύπρος με 6,3%. Τα συγκριτικά στοιχεία αποτελούν κόλαφο για τη χώρα μας της Εσθονίας 49%, της Βουλγαρίας 43,3%, της Λετονίας 29,9%, της Ρουμανίας 23,1%, της Πορτογαλίας 21,9% και της 25ης στον πίνακα της Eurostat Ισπανίας στο 15,9%. Με αυτά τα δεδομένα η συνεδρίαση του Εθνικού Συμβουλίου Εξαγωγών που θα γίνει στο υπουργείου Οικονομίας το πρωί της προσεχούς Δευτέρας 30 Μαρτίου αποκτά ιδιαίτερη σημασία. Υπό την προϋπόθεση φυσικά ότι η συζήτηση που θα γίνει θα είναι σοβαρή και οι αποφάσεις που θα ληφθούν θα εφαρμοστούν. Σύμφωνα με πληροφορίες ο υπουργός Οικονομίας και Οικονομικών Γιάννης Παπαθανασίου έχει δεχτεί εισηγήσεις για τη λήψη συγκεκριμένων μέτρων στήριξης των εξαγωγών, κατά το πρότυπο των μέτρων του τουρισμού. Κι αυτό διότι τα στοιχεία της ΕΣΥΕ για τις εξαγωγές του Ιανουαρίου είναι απογοητευτικά, αφού καταγράφουν πτώση της τάξεως του 20%. Πολύ περισσότερο που οι βασικοί προορισμοί των ελληνικών προϊόντων, οι χώρες της Ε.Ε και των Βαλκανίων, διέρχονται τη μεγαλύτερη οικονομική κρίση τουλάχιστον των τελευταίων 60 χρόνων (Μητράκης Γεώργιος, <http://www.nline.gr>.)

### ΠΡΩΤΗ Η ΙΤΑΛΙΑ

Σύμφωνα με τα στοιχεία του 2008 που επεξεργάστηκε ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος, κυριότερος εξαγωγικός εταίρος για τη χώρα μας είναι, πλέον, η Ιταλία, αποσπώντας μερίδιο 11,5% επί των συνολικών εξαγωγών. Οι ελληνικές εξαγωγές στην Ιταλία αυξάνονται σταδιακά την πενταετία 2004-2008 σημειώνουν εκ νέου αύξηση σε ποσοστό 7,3%. Η Ιταλία ξεπέρασε τη Γερμανία, η αγορά της οποίας μέχρι το 2007 ήταν ο βασικός αποδέκτης των ελληνικών προϊόντων. Σε ανερχόμενο εξαγωγικό εταίρο για την Ελλάδα εξελίσσεται η

Βουλγαρία, η οποία το 2008 βρίσκεται στην Τρίτη θέση της εξαγωγικής κατάταξης με μερίδιο 7,1%. Στην τέταρτη θέση των δημοφιλέστερων προορισμών των ελληνικών εξαγωγών βρίσκεται η Κύπρος αποσπώντας μερίδιο 6,4%. Οι ελληνικές εξαγωγές προς το μαρτυρικό νησί έχουν εμφανίσει συνολική αύξηση από το 2004 μέχρι και το 2008 περίπου 90%. Στην Πέμπτη θέση βρίσκονται οι ΗΠΑ που ξεπέρασαν τη Μεγάλη Βρετανία.

#### ΠΩΛΗΣΗ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Κυριότερος εξαγωγικός κλάδος της χώρας είναι τα τρόφιμα απορροφώντας μερίδιο 18% των ελληνικών εξαγωγών για το 2008. Σημαντικό εξαγωγίμο προϊόν του κλάδου είναι τα παρασκευάσματα λαχανικών και φρούτων, που συνεισφέρουν με ποσοστό 22% στις εξαγωγές των τροφίμων. Στην κατάταξη των σημαντικών εξαγωγικών κλάδων ακολουθούν τα μέταλλα με μερίδιο 16%. Στη συνέχεια έχουμε τα χημικά και πλαστικά παρά το ότι οι εξαγωγές τους μειώθηκαν κατά 4% το 2008. Η κλωστοϋφαντουργία και η ένδυση συνεισέφεραν με 11,2% στις ελληνικές εξαγωγές το 2008 και ακολουθούν στην πέμπτη θέση τα πετρελαιοειδή με μερίδιο 11%.

	ΑΕΠ(ΔΙΣ € )	ΕΞΑΓΩΓΕΣ	
		(ΣΕ ΔΙΣ € )	(%ΑΕΠ)
ΒΕΛΓΙΟ	360,76	323,3	89,6
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	68,37	48,2	7,05
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	618,35	430,4	69,6
ΤΣΕΧΙΑ	147,68	99,4	67,3
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	111,73	73,2	65,5
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	38,76	23,2	59,9
ΕΣΘΟΝΙΑ	17,14	8,4	49,0
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	33,14	16,1	48,6
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	39,17	17,3	44,2
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	193,78	84,5	43,6
ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ	35,31	15,3	43,3
ΑΥΣΤΡΙΑ	293,99	123	41,8
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	2596,19	993,9	38,3
ΣΟΥΗΔΙΑ	348,71	124,6	35,7
ΦΙΛΑΝΔΙΑ	195,55	65,5	33,5
ΜΑΛΤΑ	5,84	1,9	32,6
ΔΑΝΙΑ	251,28	79,5	31,6
ΛΕΤΟΝΙΑ	23,05	6,9	29,9
ΠΟΛΩΝΙΑ	385,79	114,3	29,6
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	145,42	33,6	23,1
ΙΤΑΛΙΑ	1631,28	365,8	22,4
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	173,70	38	21,9
ΓΑΛΛΙΑ	2024,83	411,7	20,3
ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	1895,14	311,7	16,4
ΙΣΠΑΝΙΑ	1144,43	182,4	15,9
ΕΛΛΑΔΑ	241,80	17,3	7,2
ΚΥΠΡΟΣ	17,40	1,1	6,3

Πηγή Eurostat Επεξεργασία: ΙΕΕΣ-ΣΕΒΕ

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ**

### **ΠΑΓΚΟΣΜΙΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΑΓΡΟΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΤΡΟΦΙΜΩΝ**

#### **7.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΑΓΟΡΩΝ-ΣΤΟΧΩΝ**

ΗΠΑ, Ινδία, Κίνα, Ουκρανία, Ρωσία, Καναδά

Με βάση προσωρινά (μη εποχιακά διορθωμένα) στοιχεία - που μόλις - ανακοίνωσε η Καναδική Στατιστική Υπηρεσία για το 2007, παρατηρείται μείωση των ελληνικών εξαγωγών προς τον Καναδά και ελαφρά ανάκαμψη των канаδικών εξαγωγών προς την Ελλάδα.

Σύμφωνα με στοιχεία των στατιστικών εξωτερικού εμπορίου της Καναδικής Υπηρεσίας του Καναδά το ύψος των συνολικών εξαγωγών της Ελλάδος προς τον Καναδά κατά την διάρκεια του 2007 ανήλθε σε 134.601.641 Δολάρια Καναδά ή (σύμφωνα με την μέση ισοτιμία του έτους) σε 94 εκ. ευρώ καταγράφοντας μείωση (σε δολάρια Καναδά) κατά - 35 % συγκριτικά με την αντίστοιχη χρονική περίοδο του προηγούμενου χρόνου (το σύνολο των Ελληνικών εξαγωγών για το έτος 2006 ήταν 205.426.141 Δολάρια Καναδά).

Τα σημαντικότερα σε αξία ελληνικά προϊόντα που εξάγονται στον Καναδά είναι : φύλλα αλουμινίου και χαλκού, ελιές, ελαιόλαδο, βιομηχανικά ορυκτά, χαλυβουργικά είδη, φαρμακευτικά, επιτραπέζια κρασιά, τυριά, τυποποιημένα τρόφιμα, έτοιμα ενδύματα, γουναρικά και κομπόστες φρούτων

#### ΗΝΩΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΕΙΕΣ ΑΜΕΡΙΚΗΣ (Η.Π.Α.)

Η αγορά-στόχος των ΗΠΑ, παρόλο που συμμετέχει με μικρό μερίδιο στις αγροτικές εξαγωγές της χώρας , εμφανίζει σημαντικές ευκαιρίες και ιδιαίτερη δυναμική για περαιτέρω διείσδυση. Οι ΗΠΑ, ενώ είναι ο 4ος σημαντικότερος εξαγωγικός εταίρος των ελληνικών αγροτικών προϊόντων, κατέχουν μερίδιο 6,3%.

Τα παρασκευασμένα φρούτα και λαχανικά, ο καπνός και τα υποκατάστατά του, τα γαλακτοκομικά, τα λίπη και έλαια και τα παρασκευασμένα δημητριακά,

αποτελούν τα πέντε κυριότερα εξαγωγίμα αγροτικά προϊόντα της χώρας προς την αγορά των ΗΠΑ για το 2008. (Άγνωστος, <http://www.seve.gr/> )

Διμερές εμπόριο αγροτικών προϊόντων, Ελλάδα-ΗΠΑ, για την περίοδο 2004-2008

Ποσά χιλ. €	2004	2005	2006	2007	2008	Ετ08/07 (%)	Μετ04/08 (%)
Ελληνικές εισαγωγές	86.868	129.473	96.447	108.266	111.828	3	7
Ελληνικές εξαγωγές	147.741	169.313	155.099	196.414	169.490	-14	3
Συνολικό εμπόριο	234.609	298.786	251.546	304.680	281.318	-8	5
Εμπορικό ισοζύγιο	60.873	39.840	58.652	88.148	57.662	-35	-1
Εξαγωγές/εισαγωγές	170%	131%	161%	181%	152%	-16	-3

Πηγή: Euro stat

Το διμερές εμπόριο αγροτικών προϊόντων που διαμορφώνεται μεταξύ της χώρας και των ΗΠΑ βρίσκει την Ελλάδα σε πλεόνασμα εμπορικού ισοζυγίου που για το 2008 αγγίζει τα 57 εκατ. ευρώ, εμφανίζοντας ωστόσο ετήσια μείωση σε ποσοστό 35%. Οι ελληνικές εξαγωγές αγροτικών προϊόντων στις ΗΠΑ στην πενταετία 2004-2008 εμφανίζουν ανοδική τάση, με μέσο ρυθμό 3%, ενώ για το 2008 ανέρχονται σε 169 εκατ. €.

## ΙΝΔΙΑ

Οι Ινδοί γνωρίζουν ότι η ποιότητα των ελληνικών προϊόντων διατροφής είναι υψηλή, καθώς επίσης γνωρίζουν και ποια είναι αυτά τα προϊόντα. Στην ινδική αγορά τροφίμων κυκλοφορεί πληθώρα προϊόντων μη ελληνικών, που μμούνται τα ελληνικά ή έχουν ελληνικό όνομα (π.χ. το λευκό τυρί paneer σε πολλές αγορές το αποκαλούν «ινδική φέτα», από δανέζικη εταιρεία κυκλοφορεί σκεύασμα γιαουρτιού, στη συσκευασία του οποίου αναγράφεται η λέξη γιαούρτι στα ελληνικά). Επίσης, παρόλο που η Ινδία, παράγει ποικιλία φρούτων και αποτελεί την πρώτη χώρα στον κόσμο σε παραγωγή και εξαγωγές μάνγκο, εισάγει φρούτα είτε φρέσκα είτε επεξεργασμένα σε κονσέρβες, καθώς και χυμούς φρούτων. Η έλλειψη μέσων



συντήρησης, καθώς και η έλλειψη τεχνογνωσίας για την βελτιστοποίηση του παραγόμενου προϊόντος είναι οι αιτίες για το παραπάνω φαινόμενο.

Άλλα ελληνικά προϊόντα με εξαγωγικές προοπτικές για την Ελλάδα είναι τα ζαχαρώδη - οι Ινδοί είναι λάτρεις των γλυκών και τα εγχώρια μπισκότα και γλυκίσματα δεν είναι ανώτερης ποιότητας όπως τα εισαγόμενα -, τα παρασκευάσματα κρεάτων, τα προϊόντα υγιεινής διατροφής – πρώτη χώρα στο κόσμο σε διαβήτη -, τα κονσερβοποιημένα τρόφιμα, τα λαχανικά και κρασιά. Το 2008 σημαντικότερα ελληνικά αγροτικά εξαγωγικά προϊόντα στην αγορά της Ινδίας είναι τα καπνά, τα λίπη και έλαια και οι νωποί καρποί και φρούτα.

Διμερές εμπόριο αγροτικών προϊόντων, Ελλάδα-Ινδία, για την περίοδο 2004-2008

Ποσά σε χιλ. ευρώ	2004	2005	2006	2007	2008	ΕΤ08/07 (%)	ΜΕΤ04/08 (%)
Ελληνικές εισαγωγές	36.412	39.008	43.089	56.203	97.250	73	28
Ελληνικές εξαγωγές	946	370	1.273	685	1.038	51	2
Συνολικό εμπόριο	37.358	39.378	44.362	56.888	98.288	73	27
Εμπορικό ισοζύγιο	(35.466)	(38.638)	(41.816)	(55.518)	(96.212)	73	28
Εξαγωγές/εισαγωγές	3%	1%	3%	1%	1%	-12	-20

Πηγή: Eurostat

Οι ελληνικές εξαγωγές αγροτικών προϊόντων στην Ινδία στην πενταετία 2004-2008 χαρακτηρίζονται από σχετικές διακυμάνσεις. Το 2008 ωστόσο σημειώνεται εκ νέου σημαντική αύξηση στις ελληνικές εξαγωγές, σε ποσοστό 51%. Η παραπάνω αύξηση για το 2008 αποδίδεται κυρίως στα λίπη και έλαια, όπου και σημειώνεται ετήσια αύξηση σε ποσοστό 180%. Οι ελληνικές εισαγωγές αντίστοιχα παρουσιάζουν ανοδική πορεία την εξεταζόμενη περίοδο, με μέσο ρυθμό 28%, γεγονός που αποτυπώνεται στην αύξηση του εμπορικού ελλείμματος αγροτικών για τη Ελλάδα.

## KINA

Για πρώτη φορά εδώ και πολλά χρόνια η Κίνα παρουσιάζει αρνητικό εμπορικό γεωργικό ισοζύγιο το πρώτο εξάμηνο του 2008. Οι κυριότεροι παράγοντες που οδήγησαν στο φαινόμενο αυτό είναι: υποτίμηση του κινεζικού Yuan, οι περιορισμοί των εξαγωγών από την κυβέρνηση, και η αύξηση της εγχώριας ζήτησης από μία ολόενα και αυξανόμενη εύπορη μεσαία τάξη. Υπολογίζεται ότι η τάση αυτή θα συνεχιστεί και το 2009 χαρακτηρίζοντας την Κίνα μία καθαρά εισαγωγική χώρα.

Η αγορά-στόχος της Κίνας, παρόλο που συμμετέχει με μικρό μερίδιο στις αγροτικές εξαγωγές της χώρας μας (6 εκατ. ευρώ το 2008), εμφανίζει σημαντικές ευκαιρίες και ιδιαίτερη δυναμική για περαιτέρω διεύρυνση.

Διμερές εμπόριο αγροτικών προϊόντων, Ελλάδα-Κίνα, για την περίοδο 2004-2008

(ποσά σε χιλ. €)	2004	2005	2006	2007	2008	ΕΤ08/07 (%)	ΜΕΤ04/08 (%)
Ελληνικές εισαγωγές	30.027	27.117	25.752	44.338	45.953	4	11
Ελληνικές εξαγωγές	1.961	3.917	4.735	5.353	6.120	14	33
Συνολικό εμπόριο	31.988	31.034	30.487	49.691	52.072	5	13
Εμπόριο ισοζύγιο	(28.066)	(23.200)	(21.017)	(38.985)	(39.833)	2	9
Εξαγωγές/εισαγωγές	7%	14%	18%	12%	13%	10	19

Πηγή: Euro Stat

Οι ελληνικές εξαγωγές αγροτικών στην Κίνα, αν και σημαντικά μικρότερες από τις εισαγωγές, ωστόσο στην πενταετία διαγράφουν ιδιαίτερα θετική αυξητική πορεία σε ποσοστό 33% και με μια συνολική αύξηση από το 2004 μέχρι το 2008 που ανέρχεται περίπου στα 4 εκατ. ευρώ (ποσοστιαία αύξηση σε ποσοστό 212%). Ωστόσο λόγω των υψηλότερων εισαγωγών αγροτικών από την αγορά της Κίνας, διαμορφώνεται αρνητικό εμπορικό ισοζύγιο μεταξύ των δύο χωρών.

## ΟΥΚΡΑΝΙΑ

Η αγορά λιανικής και της επεξεργασίας τροφίμων της Ουκρανίας, τα τελευταία χρόνια αναπτύσσονται με ταχύτατους ρυθμούς, δίνοντας έτσι τη δυνατότητα στην Ουκρανική οικονομία να διαδραματίσει το ρόλο ενός κρίσιμου προμηθευτή, ειδικά για τις χώρες της Πρώην Σοβιετικής Ένωσης.

Η ισχυρή ανάπτυξη του εγχώριου κλάδου λιανικής πώλησης των τροφίμων συνέβαλλε σημαντικά στην ταυτόχρονη αύξηση των πωλήσεων των μεταποιημένων προϊόντων τροφίμων. Ο αριθμός των Supermarkets και των πολυκαταστημάτων συνεχίζει να αυξάνεται με ραγδαίους ρυθμούς. Το 2002, το δίκτυο των πολυκαταστημάτων και των supermarkets ανερχόταν περίπου σε 600 σε όλη την χώρα, όμως από το 2004 έως και σήμερα ο αριθμός αυτός έχει πολλαπλασιαστεί. Τα Ουκρανικά Supermarkets είναι αυτά που διαθέτουν τη μεγαλύτερη ποικιλία προϊόντων και ειδικότερα το μεγαλύτερο μέρος των εισαγόμενων προϊόντων.

Όμως, παρά τη ραγδαία εξάπλωση των Supermarkets και των πολυκαταστημάτων στα μεγάλα αστικά κέντρα της χώρας, οι υπαίθριες λαϊκές αγορές και τα μικρά καταστήματα συνεχίζουν να λειτουργούν, διαθέτοντας μία μεγάλη ποικιλία αγροτικών προϊόντων και τροφίμων.

Διμερές εμπόριο αγροτικών προϊόντων, Ελλάδα-Ουκρανία, για την περίοδο 2004-2008

Ποσά σε χιλ. ευρώ	2004	2005	2006	2007	2008	ΕΤ08/07 (%)	ΜΕΤ04/08 (%)
Ελληνικές εισαγωγές	36.438	27.225	50.351	50.289	151.705	202	43
Ελληνικές εξαγωγές	9.082	16.089	21.379	22.628	27.889	23	62
Συνολικό εμπόριο	45.520	43.314	71.730	72.917	179.594	146	41
Εμπορικό ισοζύγιο	(27.356)	(11.136)	(28.972)	(27.661)	123.816)	348	46
Εξαγωγές/εισαγωγές	25%	59%	42%	45%	18%	-59	-7

Πηγή: Eurostat

Οι ελληνικές εξαγωγές αγροτικών προϊόντων στην Ουκρανία αυξάνονται με ταχύτατους ρυθμούς στην πενταετία 2004-2008, με μέσο ρυθμό που αγγίζει το 32%, ενώ ο όγκος τους από το 2004 μέχρι και το 2008 έχει υπερτετραπλασιαστεί, και σε αξία ανέρχεται σε περίπου 28 εκατ. ευρώ. Οι ελληνικές εισαγωγές αγροτικών

προϊόντων από την Ουκρανία ωστόσο είναι υψηλότερες, με αποτέλεσμα να διαμορφώνεται αρνητικό για τη χώρα μας εμπορικό ισοζύγιο. Κυριότερα εξαγωγίμα ελληνικά αγροτικά προϊόντα στην Ουκρανία είναι οι νωποί καρποί και φρούτα, τα καπνά και τα παρασκευάσματα φρούτων και λαχανικών.

## ΡΩΣΙΑ

Η Ρωσία κατέλαβε την 8η θέση στον κατάλογο των καλύτερων πελατών των ελληνικών αγροτικών προϊόντων το έτος 2007, με μέση ετήσια τάση 21,6% και συμμετοχή στο μερίδιο 3%.

Στον παγκόσμιο χάρτη οι ρωσικές εισαγωγές τροφίμων αυξήθηκαν κατά 38% το πρώτο εξάμηνο του 2007 σε σχέση με το αντίστοιχο εξάμηνο του προηγούμενου έτους. Η αύξηση αυτή οφείλεται στη γρήγορη οικονομική ανάπτυξη και στην αυξανόμενη καταναλωτική ζήτηση.

Σε ότι αφορά τις ελληνικές εξαγωγές αγροτικών προϊόντων στη Ρωσία, κυριότερα προϊόντα για το 2008 είναι οι νωποί καρποί και φρούτα, τα παρασκευάσματα λαχανικών και φρούτων, τα καπνά και υποκατάστατα καπνού καθώς και τα λίπη και έλαια.

Πίνακας 7. Διμερές εμπόριο αγροτικών προϊόντων Ελλάδα-Ρωσία, για την περίοδο 2004-2008

Ποσά σε χιλ. ευρώ	2004	2005	2006	2007	2008	ET 18/07%	MET 04/08%
Ελληνικές Εισαγωγές	44.02	68.350	70.478	123.086	78.702	-36	16
Ελληνικές εξαγωγές	45.713	55.846	83.784	90.748	103.871	14	23
Συνολικό εμπόριο	89.815	124.196	154.262	213.834	182.573	-15	19
Εμπορικό ισοζύγιο	1.611	(12.504)	13.306	(32.338)	25.170	NA	NA
Εξαγωγές/Εισαγωγές	104%	82%	119%	74%	132%	79	6

Πηγή: Eurostat

Το διμερές εμπόριο αγροτικών προϊόντων που διαμορφώνεται μεταξύ Ελλάδας και Ρωσίας παρουσιάζει έντονες διακυμάνσεις στην πενταετία 2004-2008,

οι οποίες αποτυπώνονται και στο εμπορικό ισοζύγιο που διαμορφώνεται μεταξύ των δύο χωρών και οφείλονται κατά κύριο λόγο στις ελληνικές εισαγωγές αγροτικών από τη Ρωσία. Το 2008 βρίσκει τη χώρα σε πλεόνασμα εμπορικού ισοζυγίου, το οποίο σε αξία ανέρχεται στα 25 εκατ. ευρώ. Οι ελληνικές εξαγωγές αγροτικών προϊόντων στη Ρωσία στην πενταετία 2004-2008 βαίνουν αυξανόμενες, με υψηλό μέσο ετήσιο ρυθμό σε ποσοστό 23%, ενώ το 2008 σημειώνεται εκ νέου υψηλή αύξηση σε ποσοστό 14%. Αξίζει ακόμα να επισημανθεί ότι η συνολική αύξηση από το 2004 μέχρι και το 2008 στις ελληνικές εξαγωγές αγροτικών στη Ρωσία ανέρχεται σε 127%.

Το μεγαλύτερο μέρος των ελληνικών εξαγωγών κατευθύνεται σταθερά και παραδοσιακά προς τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η πρόσφατη διεύρυνση της όμως μαζί με τις εξελίξεις στον κόσμο και την παγκοσμιοποίηση μας άνοιξαν νέους επιχειρηματικούς δρόμους.

Νέοι επιχειρηματικοί δρόμοι για τη χώρα είχαν ήδη φανεί και πιο πριν από δεκαετίες στην περιοχή με το άνοιγμα των αγορών των χωρών της νοτιοανατολικής Ευρώπης και την αναμφισβήτητη ευκαιρία που φάνηκε εκεί για τα ελληνικά προϊόντα.

Οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν εγκατασταθεί πολύ καλά στη Βουλγαρία και την Ρουμανία. Έχουν πραγματοποιήσει επενδύσεις και εξάγουν ήδη από εκεί σε άλλες γειτονικές τους χώρες.

Τώρα πρέπει να δραστηριοποιηθούμε καλύτερα την παρευξείνια ζώνη και στις χώρες που την αποτελούν. Εδώ έχουν γίνει τα πρώτα βήματα και υπάρχουν πλεονεκτήματα για τη χώρα.

Η Τουρκία είναι μια χώρα στην οποία θα αναφερθώ ιδιαίτερα λόγω κοινών συνόρων και της σχέσης της με την Ε.Ε. Παρά το γεγονός ότι η σχέση αυτή δεν έχει ξεκαθαριστεί δεν παύει σε κάθε περίπτωση να αποτελεί πλεονέκτημα για την Ελλάδα.

Άλλωστε είναι γνωστό ότι η Ελλάδα δεν μπορεί να αξιοποιήσει εντός της ΕΕ το πλεονέκτημα των ιδιαίτερων οικονομικών σχέσεων που καταγράφονται ανάμεσα από όμορες χώρες. Θα το αξιοποιήσει μόνο με την είσοδο της Βουλγαρίας και με την ενδεχόμενη ειδική σχέση της Τουρκίας και την είσοδο της όταν και όποτε

πραγματοποιηθεί. Η Τουρκία όμως, σε κάθε περίπτωση είναι μια πολύ μεγάλη αγορά για την Ελλάδα.

Το σημερινό παγκόσμιο τοπίο ανοίγει και πάλι νέους επιχειρηματικούς δρόμους επιτρέπει και επιβάλλει να αναζητηθούν ευκαιρίες σε περιοχές του πλανήτη. Πολύ περισσότερο στις χώρες της Μέσης Ανατολής και της Βόρειας Αφρικής που είναι κοντά στην Ελλάδα και στην Κίνα η οποία έχει ένα μέγεθος που δεν μπορεί να αγνοηθεί.

Η χώρα θα πρέπει να αξιοποιήσει ίσως και σε συνεργασία με την Κύπρο, τις χώρες της Μέσης Ανατολής. Και φυσικά πρέπει να αναπτυχθεί ιδιαίτερη στρατηγική για την Κίνα.

Όπως καταγράφηκε και στο 4ο Πανελλήνιο Συνέδριο για την Ανάπτυξη των Ελληνικών Εξαγωγών που πραγματοποιήθηκε πρόσφατα ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος, η Κίνα έχει σημειώσει σημαντική πρόοδο στην οικονομία της ως αποτέλεσμα μιας συγκεκριμένης και πολύ σωστής στρατηγικής που εφαρμόζει. Η Κίνα δεν είναι μόνο απειλή αλλά είναι και πρόκληση.

Υπάρχει ένα μεγάλο κομμάτι του καταναλωτικού κοινού στην Κίνα που ζητάει ξένα προϊόντα. Για την ώρα όμως το κομμάτι αυτό ζητάει μόνο επώνυμα προϊόντα. Κάτι εντελώς διαφορετικό δηλαδή με ότι συνέβη με τις πρώην ανατολικές χώρες. Άρα σήμερα χωρίς επώνυμα προϊόντα και χωρίς καλή εικόνα στην Κίνα δεν μπορείς να πουλήσεις τίποτα είτε ως επιχείρηση είτε ως χώρα συνολικά. Η εκτίμηση είναι ότι ολόκληροι κλάδοι μπορούν με μικρή επένδυση, να αξιοποιήσουν αυτή την τεράστια αγορά.

Για να μπορέσει όμως συνολικά η Ελλάδα να πουλήσει προϊόντα στην Κίνα θα χρειαστεί μια ιδιαίτερη και έξυπνη στρατηγική και μια μεγάλη καμπάνια για να δημιουργηθεί μια καλή εικόνα για τα ελληνικά προϊόντα.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΩΟ**

### **ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ**

#### **8.1 ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ**

1. Πρέπει να αναζητηθεί και να αξιοποιηθεί και η παραμικρή ευκαιρία σε οποιαδήποτε αγορά του κόσμου.

2. Για την εκδήλωση των ενεργειών πρέπει να στοχεύσουν τις αγορές στις οποίες για τα ελληνικά προϊόντα υπάρχουν πλεονεκτήματα, στις μεγάλες σταθερές και στις αναδυόμενες αγορές, στο πλαίσιο μιας Εθνικής Στρατηγικής Εξαγωγών. Αυτό έχει γίνει όπως είναι γνωστό, από τον ΟΠΕ ο οποίος επέλεξε 13 κύριες χώρες-στόχους.

3. Για κανένα λόγο όμως, δεν πρέπει να ατονήσει το ενδιαφέρον και δεν πρέπει να χαθεί από τις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης.

Σε καμιά περίπτωση οποιαδήποτε εμπορική η επενδυτική δραστηριότητα, είτε στη Μέση Ανατολή είτε σε οποιαδήποτε άλλη αγορά του πλανήτη, δεν πρέπει να οδηγήσει στην εγκατάλειψη του ενδιαφέροντος για αντίστοιχες δραστηριότητες στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης.

Όταν ακούγεται να αξιοποιηθεί οποιαδήποτε άλλη αγορά εννοείτε να αυξηθεί με τις εξαγωγές πάνω από το σημερινό τους επίπεδο και όχι να χαθούν οι αγορές της Ευρώπης και να τις αντικατασταθούν από αγορές άλλων περιοχών.

Ο λόγος είναι ότι οι αγορές της Ευρώπης είναι οι ποιοτικές και απαιτητικές αγορές, οι οποίες προσδίδουν μεγαλύτερα οφέλη και αναγκάζουν να φθάνουν και να διατηρούνται σε υψηλό επίπεδο. Αν υποθετηθεί ότι μόνο με υψηλή ποιότητα έχουν τύχη τα ελληνικά προϊόντα τότε μόνο οι Ευρωπαϊκές αγορές θα οδηγήσουν έστω και πειστικά στην υψηλή ποιότητα.

Επιπλέον μόνο με προϊόντα δοκιμασμένα στην Ευρώπη μπορεί να απευθυνθεί σε σπουδαίες αγορές όπως οι ΗΠΑ, ο Καναδάς και η Ιαπωνία.

Δεν πρέπει να παρασυρθεί από το γεγονός ότι υπάρχουν αγορές στις οποίες οι καταναλωτές, λόγω χαμηλού εισοδήματος, ζητούν φθηνά προϊόντα. Ακόμη και αν κερδίσει έτσι μερίδια θα τα χάσει όταν θα αναπτυχθεί καλύτερα.

Πρέπει λοιπόν και στις χώρες αυτές, όπως και στις χώρες της τελευταίας διεύρυνσης να προσπαθήσουν με ποιοτικά και υψηλής προστιθέμενης άυλης αξίας προϊόντα.

Στο επιχειρηματικό σχέδιο του ΟΠΕ επέλεξαν 13 χώρες για να επικεντρώσει τις μεγαλύτερες προσπάθειες προώθησης των ελληνικών προϊόντων.

Είναι οι χώρες Γερμανία, Γαλλία, Βρετανία, Πολωνία, Ρωσία, Τουρκία, ΗΠΑ, Καναδάς, Αυστραλία, Κίνα, Ινδία, Ηνωμένα Εμιράτα και Αίγυπτος.

Βλέπουμε να περιλαμβάνονται οι κύριες κλασικές χώρες, οι μεγάλες αγορές, του πλανήτη, οι αναδυόμενες αγορές, η μεγαλύτερη γειτονική χώρα. Βλέπουμε μια πολύ καλή γεωγραφική κατανομή και βέβαια και δύο χώρες στην ευρύτερη περιοχή μας, μια από τη Μέση Ανατολή και μια από τη Βόρεια Αφρική.

## **8.2 ΤΡΟΠΟΙ ΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ**

Το παγκόσμιο περιβάλλον δημιουργεί παντού ευκαιρίες και απειλές. Πρέπει να είναι ισχυροί για να αξιοποιηθούν σε κάθε περίπτωση οι ευκαιρίες και να εξουδετερωθούν τις απειλές. Μια σύγχρονη και ισχυρή επιχείρηση θα ανακαλύψει μόνη της που έχει πλεονεκτήματα και που πρέπει να στοχεύσει. Αρκεί βέβαια να έχει καλή γνώση των συνθηκών, πληροφόρηση και ένα προσεκτικό και εξωστρεφές επιχειρηματικό σχέδιο. Σε αυτούς τους τομείς ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος μπορεί να προσφέρει σημαντική βοήθεια προς τα μέλη του και προς όλες τις ελληνικές επιχειρήσεις.

Οι επιπλέον ενέργειες που θα υιοθετηθούν και θα συμβάλλουν σημαντικά στην βελτίωση των ελληνικών επενδυτικών και εμπορικών σχέσεων με άλλες χώρες είναι:

1. Οι υπάρχουσες δομές και οι αρμοδιότητες του υπουργείου οικονομικών και του υπουργείου Εξωτερικών, καθώς και οι υπηρεσίες άλλων υπουργείων που σχετίζονται με το διεθνές εμπόριο οδηγούν σε πολυδιάσπαση σε επίπεδο αρμοδιοτήτων και υπουργείων και έλλειψη συντονισμού. Πρέπει να



αναδιοργανωθούν και με κάποιο τρόπο να συντονιστούν κάτω από την εποπτεία ενός υπουργείου, υφυπουργείου ή έστω μιας γενικής γραμματείας.

2. Απαιτείται περαιτέρω βελτίωση της οικονομικής μας διπλωματίας και κινητοποίηση των διπλωματικών υπηρεσιών για την προώθηση των οικονομικών συμφερόντων της χώρας.

3. Το βάρος των επιπτώσεων της γραφειοκρατίας στη χώρα υφίσταται ιδιαίτερα οι εκτεθειμένες στο διεθνή ανταγωνισμό ελληνικές επιχειρήσεις. Θα πρέπει να εξαλειφθούν κάποιες διατάξεις και διαδικασίες πολλών υπηρεσιών του κράτους οι οποίες λειτουργούν ως εξαγωγικά αντικίνητρα και πρέπει να απλοποιηθούν όλες οι σχετικές με την εξαγωγή διαδικασίες όπως τελωνειακές, φορολογικές, θεωρήσεων εισόδου, κ.λ.π.

4. Απαιτείται η στήριξη από την πολιτεία της δημιουργίας άυλων υποδομών και δικτύων διανομής στο εξωτερικό. Οι σήμερα κρατικές χρηματοδοτήσεις αφορούσαν κυρίως στην περιστασιακή προώθηση του προϊόντος και δεν βοήθησαν τη δημιουργία σταθερών αυλών υποδομών υποστήριξης και την ανάπτυξη δικτύων διανομής για τα ελληνικά προϊόντα στις αγορές του εξωτερικού.

5. Απαιτείται η ανάπτυξη συνεχούς διασύνδεσης της ανώτερης και ανώτατης εκπαίδευση με την επιχειρηματική κοινότητα ώστε να εκπαιδεύονται στελέχη ικανά να ανταποκριθούν στις σύγχρονες ανάγκες των επιχειρήσεων.

Υπάρχουν νέες χώρες κατάλληλες για εμπορική και επενδυτική συνεργασία οι οποίες πρέπει να αξιοποιηθούν. Χωρίς όμως να σημειωθούν απώλειες και στα παλιά και σταθερά μας μονοπάτια. Άλλωστε αυτό φαίνεται να κάνουν και οι μεγάλες χώρες που στηρίζονται στις εξαγωγές, οι οποίες αξιοποιούν ανέκαθεν τους νέους επιχειρηματικούς δρόμους χωρίς να αγνοούν ούτε το παραμικρό προϊόν τους, ούτε στη μικρότερη χώρα.

### 8.3 ΚΛΕΙΔΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Το υπουργείο αγροτικής ανάπτυξης και τροφίμων επιδιώκει ταχύτερες πιο αποφασιστικές και πιο δραστικές μεταρρυθμίσεις για τον αγροτικό τομέα προκειμένου να προωθηθούν τα ελληνικά αγροτικά προϊόντα στις διεθνείς αγορές. Στόχος του Υπουργείου Ανάπτυξης και Τροφίμων είναι τα αναδειχθούν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των ελληνικών αγροτικών προϊόντων και η ποιοτική τους υπεροχή προκειμένου να κερδίσουν στην διεθνή αγορά την θέση που τους αξίζει.

Στο πλαίσιο της Νέας Κοινής Αγροτικής Πολιτικής η οποία στοχεύει στην παραγωγή ποιοτικών προϊόντων, το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων λαμβάνει μέτρα και εφαρμόζει προγράμματα που αποσκοπούν στην αύξηση της ποσότητας των προϊόντων ποιότητας και τη διαχείριση τους σε αγορές του εξωτερικού. Ορισμένα από αυτά τα προγράμματα είναι η προώθηση και προβολή ποιοτικών προϊόντων η ενίσχυση και εκπαίδευση των νέων αγορών τα σχέδια βελτίωσης, τα μέτρα εκσυγχρονισμού μεταποιητικών μονάδων, κτλ.

Προϊόντα που μέχρι σήμερα και παρά την καλή ποιότητα τους δεν βρήκαν το ενδιαφέρον που χρειάζονται για να καταξιωθούν στις διεθνείς αγορές, μπαίνουν στη λίστα της πολιτικής ηγεσίας του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης για να κερδίσουν το μερίδιο που τους αξίζει. Τέτοιο προϊόν είναι το ρύζι για το οποίο υπάρχει ήδη η στόχευση να πάρει μερίδιο από την αγορά της Κωνσταντινούπολης.

Παράλληλα έχει αρχίσει μια προσπάθεια για τη στήριξη και ανάδειξη άλλης γεωργίας. Η προσπάθεια αυτή έχει σκοπό να δώσει ώθηση σε καλλιέργειες και προϊόντα μέχρι πρότινος σημασίας που με κατάλληλες όμως παρεμβάσεις εξελίσσονται σε σημαντικές από άποψη οικονομικού διατροφικού και τοπικού ενδιαφέροντος.

Αξίζει να σημειωθεί ότι το 2008 ανακηρύχθηκε ως έτος φέτας και με μέριμνα του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων η φέτα έχει συμπεριληφθεί στον κατάλογο προϊόντων της Ευρωπαϊκής Ένωσης που προτείνονται για διεθνή προστασία στο πλαίσιο του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου. Παράλληλα προωθούνται δράσεις για την προώθηση του προϊόντος στις διεθνείς αγορές. Μία ακόμα αγορά στόχος είναι αυτή της Ρωσίας.

Στα σχέδια του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων είναι η διεύρυνση αυτών των πωλήσεων στη Ρωσική Αγορά αλλά και τις αγορές χωρών της Τέως Σοβιετικής Ένωσης. Στο πλαίσιο αυτό προωθείται η δημιουργία ενός ισχυρού δικτύου διανομής στην Ρωσική Αγορά γιατί εκτός από τη Μόσχα υπάρχουν και άλλες μεγάλες πόλεις που μπορούν να απορροφήσουν ελληνικά αγροτικά προϊόντα. Βέβαια εκτός από τα ροδάκινα μέσω clearing μπορούμε να δημιουργήσουμε ισχυρές εμπορικές σχέσεις και για άλλα αγροτικά προϊόντα που παράγονται στην Ρωσία. Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία η εικόνα σχετικά με τις εξαγωγές μας προς τη ρωσική αγορά είναι εντυπωσιακή.

Σημαντικό εργαλείο για τις βάσεις της νέας αγροτικής πολιτικής που θέτει το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων μέχρι το 2013 αποτελεί η αξιοποίηση των δράσεων της 4ης Προγραμματικής Περιόδου και δη, του Προγράμματος Αγροτικής Ανάπτυξης 2007-2013 συνολικού προϋπολογισμού 6 δις ευρώ. Μέσα από τις δράσεις του εν λόγω προγράμματος δίνεται η δυνατότητα για την προβολή και προώθηση των αγροτικών μας προϊόντων στις αγορές του εξωτερικού. Άλλωστε κλειδί για την πορεία των εξαγωγών είναι η ποιότητα και κατά συνέπεια η ανταγωνιστικότητα και η προβολή των προϊόντων.

Η πρώτη μέριμνα είναι να αναβαθμιστεί ακόμα περισσότερο η ποιότητα των ελληνικών αγροτικών προϊόντων να γίνουν ανταγωνιστικότητα σε όλα τα επίπεδα να ενταχθούν σε ολοκληρωμένη διαχείριση και να πιστοποιηθούν καθώς επίσης και μέσα από προγράμματα του Υπουργείου αλλά και του Υπουργείου Οικονομίας και Οικονομικών να ενισχυθεί η μεταποίηση τους.

Το σημαντικότερο όμως είναι η συνέχιση συνεργασίας με τις επιχειρήσεις και συλλογικές δράσεις των αγροτών που μεταποιούν αγροτικά προϊόντα να καταγράψουμε τις δυνατότητες τους και να συνεχίσουμε με μεγαλύτερη ένταση να τους στηρίζουμε στις προσπάθειες τους για εξαγωγές αγροτικών προϊόντων. Εξάλλου μέσα από το Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης 2007-2013 που εγκρίθηκε πρόσφατα από την Ευρωπαϊκή Ένωση τίθεται ως βασικές προτεραιότητες:

- Η προστασία του περιβάλλοντος από την άσκηση της γεωργικής δραστηριότητας. Οι δράσεις που προβλέπονται αφορούν στην βιολογική γεωργία και κτηνοτροφία στη μείωση της νιτρορύπανσης στη περιβαλλοντική προστασία παραλίμνιων εκτάσεων, καθώς και στην προστασία παραδοσιακών

ελαιώνων και αμπελώνων. Οι δράσεις αυτές είναι συνολικού προϋπολογισμού 900 εκατ. Ευρώ.

- Η αντιμετώπιση της λειψυδρίας και η αξιοποίηση των υδάτινων πόρων της χώρας.
- Η προστασία και η αποκατάσταση του δασικού πλούτου της χώρας μας.
- Η ανάπτυξη και ο εκσυγχρονισμός της ελληνικής γεωργίας.

Στο πλαίσιο αυτό προβλέπεται πρόγραμμα νέων προϊόντων επενδύσεις στη γεωργία πιστοποίηση της ποιότητας των αγροτικών προϊόντων κατάρτιση και ενημέρωση των αγροτών, παροχή υπηρεσιών γεωργικών συμβουλών στους αγρότες και στη προώθηση και προβολή αγροτικών προϊόντων. (Θωμαΐδης Βασίλειος από Σύνδεσμο Εξαγωγών Βορείου Ελλάδος, <http://www.seve.gr/> )

#### **8.4 ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ**

Δεν υπάρχει καμία αμφιβολία, ότι ο ρόλος του Συμβουλίου αυτού για τη χάραξη της εξαγωγικής πολιτικής συνέβαλε ιδιαίτερα στη θετική πορεία που διέγραψαν οι εξαγωγές μας τα τελευταία χρόνια αλλά και στους υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας. Με τις προτάσεις που υπήρξαν στο πλαίσιο του Συμβουλίου και τη συνεργασία των εξαγωγικών επιχειρήσεων με τις Υπηρεσίες του Υπουργείου Οικονομίας και Οικονομικών δόθηκε ώθηση στις εξαγωγές. Παράλληλα, η εξωστρέφεια της ελληνικής οικονομίας ενισχύθηκε με τις διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις που έγιναν την τελευταία 5ετία και με την αναδιάρθρωση και ενεργοποίηση του ΟΠΕ. Στόχος του Συμβουλίου είναι να υπάρξουν προτάσεις που θα μπορούν να υλοποιηθούν και θα συμβάλλουν στο καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα για τις ελληνικές εξαγωγές.

Ακόμη και το 2008, που ήταν μία πολύ δύσκολη χρονιά για την παγκόσμια οικονομία και το διεθνές εμπόριο, η επίδοση των ελληνικών εξαγωγών ήταν ικανοποιητική. Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ, η αξία των εξαγωγών αυξήθηκε το 2008 κατά 1,1% (χωρίς τα πετρελαιοειδή η αύξηση έφθασε το 2,7%). Η αύξηση αυτή είναι βέβαια πολύ μικρότερη σε σχέση με την προηγούμενη τριετία, όταν οι

εξαγωγές αυξήθηκαν συνολικά κατά 39%, αλλά δεν παύει από το να αποτελεί θετική εξέλιξη, με βάση το διεθνές περιβάλλον.

Τους πρώτους μήνες του 2009 επιδεινώθηκε περαιτέρω η κατάσταση στην παγκόσμια οικονομία, η οποία έχει εισέλθει σε βαθιά ύφεση, συμπαρασύροντας σε μεγάλη επιβράδυνση τον όγκο του διεθνούς εμπορίου. Σύμφωνα με τα στοιχεία του ολλανδικού ινστιτούτου CPB, το διεθνές εμπόριο στο τρίμηνο από το Νοέμβριο του 2008 έως τον Ιανουάριο του 2009 υποχώρησε κατά 40% σε ετήσια βάση σε σχέση με το προηγούμενο τρίμηνο. Τα προσωρινά στοιχεία της ΕΣΥΕ έδειξαν επίσης μία μεγάλη υποχώρηση των ελληνικών εξαγωγών τον Ιανουάριο κατά 22% σε ετήσια βάση (ή κατά 18,5% αν εξαιρεθούν τα πετρελαιοειδή). Αν και οι πρώτες αυτές ενδείξεις δεν μπορούν να οδηγήσουν σε γενικότερα συμπεράσματα για την πορεία των εξαγωγών μέσα στο 2009, δεν αφήνουν αμφιβολία ότι έχει να αντιμετωπίσει φέτος πολύ δύσκολες συνθήκες στις ξένες αγορές. Σε αυτό συνηγορούν και οι προβλέψεις του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου τον περασμένο Ιανουάριο, σύμφωνα με τις οποίες ο όγκος του διεθνούς εμπορίου θα μειωθεί φέτος κατά 2,8%. Εκτός από τη μείωση της κατανάλωσης και των επενδύσεων σε όλα τα πλάτη και μήκη της Γης, οι εξαγωγές αντιμετωπίζουν επιπλέον τον κίνδυνο πρακτικών προστατευτισμού. Μέχρι σήμερα φαίνεται ότι έχει αποφευχθεί μία αναβίωση του προστατευτισμού, όπως είχε συμβεί στην δεκαετία του '30, αλλά πρέπει να παρακολουθήσουν στενά τα φαινόμενα αυτά, τα οποία πρέπει να αντιμετωπίσουν στο πλαίσιο της πολιτικής εξωτερικού εμπορίου της Ε.Ε.

Μέσα στο αρνητικό αυτό διεθνές περιβάλλον, καλούνται όλοι – η Κυβέρνηση, οι φορείς άσκησης εξαγωγικής πολιτικής και οι ίδιες οι επιχειρήσεις – να εντείνουμε τις προσπάθειες τους για να στηρίξουν τις εξαγωγές. Από την πλευρά της Κυβέρνησης πήραν πρωτοβουλίες από την πρώτη στιγμή για να στηρίξουν την πραγματική οικονομία και να διατηρήσουν την αναπτυξιακή δυναμική της.

Ενισχύουν τη ρευστότητα των επιχειρήσεων μέσα από το σχέδιο ύψους 28 δις. ευρώ που εφαρμόζεται με σκοπό τη διασφάλιση της χρηματοδότησης των επιχειρήσεων, ιδιαίτερα των μικρομεσαίων, και των νοικοκυριών. Παρακολουθούν στενά την εφαρμογή του σχεδίου με τους εκπροσώπους του ελληνικού Δημοσίου στα πιστωτικά ιδρύματα και το Συμβούλιο Εποπτείας, ώστε να επιταχυνθεί η μετάδοση της ρευστότητας στις επιχειρήσεις μέσα από την αύξηση του δανεισμού τους. Ενισχύουμε επίσης τις μικρότερες επιχειρήσεις με δάνεια που χορηγούνται με

την εγγύηση και την επιδότηση επιτοκίου από το Δημόσιο, μέσα από το ΤΕΜΠΜΕ. Ήδη, έχουν χορηγηθεί πάνω από 20.000 δάνεια ύψους συνολικά πάνω από 2 δις. ευρώ και στις προθέσεις τους είναι η επέκταση του προγράμματος, ώστε να χρηματοδοτηθούν περισσότερες επιχειρήσεις.

Παράλληλα, ενισχύουν τη ρευστότητα των επιχειρήσεων μέσα από την επιτάχυνση της υλοποίησης του ΕΣΠΑ 2007-2013 και του Προγράμματος Δημοσίων Επενδύσεων του 2009. Είναι ήδη στο 98% της απορροφητικότητας στο Γ΄ ΚΠΣ και προχωράει με ταχείς ρυθμούς στην ενεργοποίηση νέων δράσεων του ΕΣΠΑ, που αφορούν τις επενδύσεις μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε όλους τους κλάδους της οικονομίας. Το συνολικό πρόγραμμα έχει ύψος 1,3 δις. ευρώ και οι επιχειρήσεις θα μπορούν να υποβάλλουν τα σχέδια τους από το Μάιο. Ενισχύουν τις επενδύσεις, μέσα από την εφαρμογή έργων με Συμπράξεις Δημόσιου και Ιδιωτικού Τομέα και τον επόμενο μήνα θα υπογραφεί το πρώτο έργο ΣΔΙΤ και θα προχωρήσουν τα υπόλοιπα. Συνεχίζουν την ενίσχυση των επιχειρήσεων με τον επενδυτικό νόμο, ο οποίος προβλέπει ισχυρά κίνητρα.

Το τελευταίο διάστημα έγιναν σημαντικές ενέργειες για να αντιμετωπισθούν προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι εξαγωγείς. Θα πρέπει να σταθούν σε ορισμένες από αυτές τις πρωτοβουλίες.

- Στο ΥΠΟΙΟ λειτουργεί εδώ και περίπου ένα έτος η Ελληνική Βάση Δεδομένων για την Πρόσβαση στην Αγορά, στην οποία καταχωρούνται όλα τα εμπόδια που συναντούν οι ελληνικές επιχειρήσεις στις αγορές των τρίτων χωρών. Οι πληροφορίες που συγκεντρώνονται, διαβιβάζονται στην αντίστοιχη Ευρωπαϊκή Βάση Δεδομένων για την ενημέρωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η οποία μέσω των μηχανισμών που διαθέτει αναλαμβάνει δράση για την εξάλειψή τους.

- Θεσπίστηκε Μόνιμη Επιτροπή Διευκόλυνσης και Απλούστευσης των Διαδικασιών του Εξωτερικού Εμπορίου με την ονομασία Hellenic Trade Pro (HTPRO), η οποία στοχεύει στον προσδιορισμό και στην εξάλειψη των εμποδίων στις διαδικασίες του διεθνούς εμπορίου. Η Επιτροπή ολοκλήρωσε τη διεθνή της διασύνδεση με αντίστοιχα ευρωπαϊκά όργανα, ολοκλήρωσε ειδική έρευνα για τη διευκόλυνση του εμπορίου προς φορείς και επιχειρήσεις και σχεδίασε δικτυακό τόπο για την ενημέρωση των επιχειρήσεων.

- Η Μηχανοργάνωση του Γενικού Μητρώου Εξαγωγέων έχει ολοκληρωθεί με την εγκατάσταση του προβλεπόμενου μηχανολογικού εξοπλισμού

και την ανάπτυξη του σχετικού λογισμικού. Το σύστημα βρίσκεται σε λειτουργία και ενσωματώνονται σε αυτό σταδιακά όλα τα Επιμελητήρια της χώρας. Θα πρέπει, λοιπόν, τώρα τα Επιμελητήρια να ανταποκριθούν άμεσα, προκειμένου, το συντομότερο δυνατό, να ολοκληρωθεί η πλήρης ενσωμάτωση των σχετικών στοιχείων.

- Παρατάθηκε για άλλα τρία χρόνια, έως το τέλος του 2011, η λειτουργία του Γραφείου Προώθησης Επενδύσεων και Τεχνολογίας των Αθηνών (ITPO) του UNIDO, σκοπός του οποίου είναι να συμβάλλει στην επέκταση των επενδυτικών δραστηριοτήτων και στη μεταφορά τεχνολογίας των ελληνικών επιχειρήσεων σε αναπτυσσόμενες χώρες της Αφρικής και της Μέσης Ανατολής.

- Εφέτος θα υλοποιηθούν δέκα προγράμματα παροχής διμερούς αναπτυξιακής βοήθειας από τη χώρα μας που προορίζεται σε χώρες των Δυτ. Βαλκανίων, του Ευξείνου Πόντου, της Μ. Ανατολής και της Αφρικής. Αφορούν δε τομείς όπως, διευκόλυνση του εμπορίου, ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, ενίσχυση του τραπεζικού συστήματος και οικονομική διαχείριση προγραμμάτων της Υγείας.

Υπήρξαν όμως και άλλες παρεμβάσεις υπέρ των εξαγωγικών επιχειρήσεων:

- Με την Υπουργική Απόφαση 1061/2008 δόθηκε η δυνατότητα στις εξαγωγικές επιχειρήσεις που εξαντλούν το όριο απαλλαγής πριν την παρέλευση 12μηνου να υποβάλλουν και νέα αίτηση για χορήγηση νέου ορίου απαλλαγής. Με τη διαδικασία αυτή ικανοποιείται ένα μεγάλο ποσοστό εξαγωγικών επιχειρήσεων, καθώς ελαχιστοποιούνται ή και εξαλείφονται τα προβλήματα που προκύπτουν από τυχόν καθυστερήσεις κατά την επιστροφή του πιστωτικού υπολοίπου ΦΠΑ, δεδομένου ότι προβλέπεται η έγκαιρη και άμεση απαλλαγή των εισροών τους από τον φόρο.

- Για τις δαπάνες έρευνας και ανάπτυξης των εξαγωγικών επιχειρήσεων (όπως καθορίζονται με σχετική βεβαίωση από το υπουργείο Ανάπτυξης), μειώνονται αντίστοιχα τα ακαθάριστα έσοδά τους.

- Με τον Ν. 3698/2008 ικανοποιήθηκε ένα πάγιο αίτημα των Συνδέσμων Εξαγωγέων. Το ανταποδοτικό τέλος υπέρ του Δημοσίου που επιβαρύνει τα εισαγόμενα και εξαγόμενα αγροτικά προϊόντα θα επιβάλλεται μόνο για τις υπηρεσίες εκτός ωρών εργασίας και κατά τις αργίες.

Σημαντικό γεγονός ότι η παγκόσμια κρίση πλήττει κατ' εξοχήν τους εξωστρεφείς τομείς της οικονομίας, όπως είναι οι εξαγωγές. Το εξωτερικό εμπόριο σε όλο τον κόσμο αντιμετωπίζει τις συνέπειες της ύφεσης, της μειωμένης ρευστότητας, της γενικευμένης ανασφάλειας όσον αφορά τις οικονομικές εξελίξεις σε κάθε χώρα.

Απαιτείται επομένως η λήψη ουσιαστικών μέτρων, με στόχο να διασφαλιστεί η πρόοδος που επιτεύχθηκε τα τελευταία χρόνια στις ελληνικές εξαγωγές και να στηριχθεί η εξωστρέφεια των ελληνικών επιχειρήσεων σε μια ιδιαίτερα κρίσιμη εποχή.

Με βάση αυτές τις ανάγκες, το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών προχωρά στην εφαρμογή μιας δέσμης συγκεκριμένων μέτρων, προκειμένου να σταθεί ακόμη πιο αποτελεσματικά στο πλευρό των εξαγωγικών επιχειρήσεων και να στηρίξει την εξωστρέφεια της ελληνικής οικονομίας.

Αναλυτικότερα, τα μέτρα που ανακοινώθηκαν στο συνέδριο είναι:

Πρώτον: Εφαρμογή ειδικού προγράμματος στήριξης των εξαγωγικών επιχειρήσεων, ύψους 10 εκ. ευρώ για ένα χρόνο. Πρόκειται για ένα έκτακτο πρόγραμμα, το οποίο υλοποιηθεί από τον ΟΠΕ, για λογαριασμό του Υπουργείου Οικονομίας και Οικονομικών. Στόχος του είναι να ενισχύσει οικονομικά τις εξαγωγικές επιχειρήσεις για την υλοποίηση στοχευόμενων δράσεων (προβολής, συμμετοχής σε εκθέσεις κ.λπ.) που διευκολύνουν την τοποθέτηση των προϊόντων και υπηρεσιών τους στις διεθνείς αγορές. Το πρόγραμμα θα εξειδικευθεί - όσον αφορά τις επιλέξιμες δράσεις, τα κριτήρια επιλογής και τους λοιπούς όρους του των επιχειρήσεων - από τον ΟΠΕ σε συνεργασία με τους κλαδικούς Συνδέσμους των εξαγωγέων (ΣΕΒΤ, ΣΒΒΕ, ΣΕΒΙΤΕΛ, ΕΣΒΙΤΕ, ΠΕΜΕΤΕ, ΣΕΠΒΕ κ.τ.λ.) και στη συνέχεια οι επιχειρήσεις θα υποβάλλουν αιτήσεις για την ένταξή τους σε αυτό.

Δεύτερον: Αύξηση της επιχορήγησης του ΟΠΕ για το 2009, προκειμένου να στηρίξει αποτελεσματικότερα τη συμμετοχή των επιχειρήσεων στις συλλογικές δράσεις που διοργανώνει. Συγκεκριμένα, η εγκεκριμένη επιχορήγηση του ΟΠΕ αυξάνεται από 9 εκατ. ευρώ το 2008 σε 16 εκατ. ευρώ – δηλαδή αυξάνεται κατά 80% περίπου. Έτσι, ενώ το 2008 ο ΟΠΕ κάλυπτε κατά μέσο όρο το 40% περίπου του συνολικού κόστους για τη συμμετοχή των επιχειρήσεων στις δράσεις του, φέτος το ποσοστό αυτό θα αυξηθεί κατά 30 ποσοστιαίες μονάδες. Ο ΟΠΕ δηλαδή θα καλύπτει το 70% και πλέον του συνολικού κόστους για τη συμμετοχή επιχειρήσεων



σε δράσεις, όπως διεθνείς εκθέσεις, επιχειρηματικές αποστολές, Partenariats, προγράμματα matchmaking, road shows κ.λπ.

Τρίτον: Πραγματοποίηση στοχευόμενων εκδηλώσεων στο εξωτερικό (προϋπολογισμός 3 εκατ. ευρώ). Προγραμματίζονται να υλοποιηθούν εκδηλώσεις μεγάλης εμβέλειας σε σημαντικά εμπορικά και καταναλωτικά κέντρα του εξωτερικού, με σκοπό την προβολή και προώθηση της σύγχρονης παραγωγικής Ελλάδας, του τουρισμού και του πολιτισμού της χώρας και των επενδύσεων. Οι εκδηλώσεις αυτές θα γίνουν σε συνεργασία με τα Υπουργεία Πολιτισμού και Τουριστικής Ανάπτυξης καθώς και το ΕΛΚΕ, ώστε να μεγιστοποιηθεί το θετικό αποτέλεσμα για τη χώρα. Οι δράσεις αυτές αποσκοπούν στην αναβάθμιση της συνολικής εικόνας της Ελλάδας στο εξωτερικό, στη δημιουργία ευνοϊκού περιβάλλοντος για τα ελληνικά προϊόντα και τις υπηρεσίες στις διεθνείς αγορές, στην προβολή του τουρισμού και του πολιτισμού και ταυτόχρονα στην ανάδειξη της ελκυστικότητας της χώρας για υποδοχή επενδυτικών και διεθνών δραστηριοτήτων.

Τέταρτον: Συστηματικότερη παρακολούθηση της πορείας των ελληνικών εξαγωγών, μέσω της λειτουργίας ειδικής Επιτροπής. Η Επιτροπή αυτή θα λειτουργεί όσο διαρκεί η κρίση στο πλαίσιο του Εθνικού Συμβουλίου Εξαγωγών και θα συνεδριάζει ανά δίμηνο, λόγω των συνεχών αλλαγών στις εξελίξεις στην παγκόσμια οικονομία και στο διεθνές εμπόριο. Στόχος της θα είναι η συνεχής παρακολούθηση των τάσεων στις αγορές-στόχους για τις ελληνικές εξαγωγές, ώστε να γίνουν οι κατάλληλες προσαρμογές στο πρόγραμμα του ΟΠΕ στη διάρκεια του 2009, εάν αυτό απαιτηθεί από τις εξελίξεις.

Πέμπτον: Προσαρμογή της στρατηγικής του ΟΠΕ, ώστε να εξυπηρετεί καλύτερα τις ανάγκες των επιχειρήσεων, αλλά και τους στόχους της εξαγωγικής πολιτικής, σε μια έκτακτη και κρίσιμη συγκυρία. Συγκεκριμένα, με βάση τις σχετικές κατευθύνσεις του ΥΠΟΙΟ, το πρόγραμμα του ΟΠΕ για το 2009 προσαρμόζεται, ώστε να εξυπηρετεί τους παρακάτω στόχους:

➤ Συγκέντρωση των δραστηριοτήτων του ΟΠΕ σε αγορές που φαίνεται ότι θα πληγούν λιγότερο από τη διεθνή κρίση (όπως η Κίνα, τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα) καθώς και σε αγορές που κατευθύνεται ο μεγάλος όγκος των ελληνικών προϊόντων (όπως Γερμανία, ΗΠΑ, Ρουμανία, Βουλγαρία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ρωσία κ.ά.).

➤ Επικέντρωση σε δράσεις άμεσης αποτελεσματικότητας, όπως οι προσκλήσεις αγοραστών στην Ελλάδα (τα λεγόμενα Partenariats), οι συμμετοχές σε Διεθνείς Εκθέσεις, οι εκδηλώσεις σε καταστήματα του εξωτερικού (in store promotion) και ενθάρρυνση της παρουσίας των επιχειρήσεων σε βασικές αγορές προτεραιότητας.

➤ Συνδυασμένη προώθηση και προβολή κλάδων με κοινά χαρακτηριστικά, όπως το «Kerasma» για τα τρόφιμα, οίνους και ποτά. Και οι σχετικές εκδηλώσεις θα γίνονται σε συνεργασία με τα Υπουργεία Εξωτερικού, Πολιτισμού και Τουριστικής Ανάπτυξης καθώς και το ΕΛΚΕ. Ο τρόπος προώθησης απεδείχθη ιδιαίτερα αποτελεσματικός, ενώ επιπλέον δημιουργεί συνέργιες μεταξύ των κλάδων, ενδυναμώνει τις σχέσεις των επιχειρήσεων και εξοικονομεί πόρους. Η δεύτερη ομάδα προϊόντων για τα οποία θα γίνουν δράσεις συνδυασμένης προώθησης είναι τα δομικά υλικά, οι υπηρεσίες μελετών και κατασκευών καθώς και ο ξενοδοχειακός εξοπλισμός. Η τρίτη αφορά στα προϊόντα τεχνολογίας και καινοτομίας και η τέταρτη τα προϊόντα μόδας και lifestyle (ένδυμα, γούνα, καλλυντικά, κόσμημα, υπόδημα, αξεσουάρ).

➤ Ιδιαίτερη έμφαση θα δοθεί στην πραγματοποίηση εκδηλώσεων στην Περιφέρεια. Μετά τις επιτυχημένες δράσεις που υλοποίησε ο ΟΠΕ στη Βόρεια Ελλάδα και την Ήπειρο το 2008 και το πρώτο τρίμηνο του 2009, σε συνεργασία με τα τοπικά Επιμελητήρια, προγραμματίζει επιπρόσθετα μία σειρά δράσεων τύπου Partenariat. Θα πραγματοποιηθούν εννέα τουλάχιστον Partenariats σε πόλεις της Περιφέρειας καθώς και δράσεις προβολής τοπικών προϊόντων, μέσα από τις δραστηριότητες της πρωτοβουλίας «Kerasma» που θα επεκταθούν και στην Ελλάδα.

Έκτον: Ενίσχυση εξωστρεφών κλάδων της οικονομίας που αντιμετωπίζουν προβλήματα λόγω της διεθνούς κρίσης. Το ΥΠΟΙΟ ολοκληρώνει δύο μελέτες για τους εξωστρεφείς κλάδους της γουνοποιίας και των ιχθυοκαλλιεργειών. Σκοπός των μελετών αυτών είναι να ζητηθεί η έγκριση της Ε.Ε. για την ενίσχυση των δύο κλάδων με ειδικά προγράμματα στήριξης.

Έβδομον: Ευρύτερη δυνατή συνεργασία μεταξύ του ΟΠΕ και του ΕΛΚΕ. Στόχος είναι να συνδυάσουμε με τις δράσεις που κάνουμε στο εξωτερικό τόσο την προώθηση των προϊόντων μας όσο και την προσέλκυση ξένων επενδύσεων.

Η κυβέρνηση εφαρμόζει μια ολοκληρωμένη στρατηγική για την έξοδο της χώρας από την κρίση. Εστιάζει τις προσπάθειές της στη δημοσιονομική

προσαρμογή, στην ενίσχυση των οικονομικά αδύναμων κοινωνικών ομάδων και στην προστασία των αναπτυξιακών προοπτικών. Επιπλέον όμως, παραμένει συνεπής και αμετακίνητη στο πρόγραμμα των μεταρρυθμίσεων. Εντείνει ακόμη περισσότερο τις προσπάθειές της για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας και των ελληνικών προϊόντων. Εφαρμόζει επιμέρους πολιτικές και μέτρα ειδικού ενδιαφέροντος, όπως αυτά που περιέγραψα προηγουμένως, προκειμένου να εξομαλυνθούν οι επιπτώσεις της κρίσης και να αξιοποιηθούν οι όποιες ευκαιρίες αναδύονται.

Είναι σαφές ότι όταν η διεθνής κρίση λάβει ένα τέλος, η ελληνική οικονομία θα πρέπει να επιστρέψει στους έντονους αναπτυξιακούς ρυθμούς που είχε πετύχει και πριν την εμφάνιση της κρίσης. Και οι εξαγωγές θα εξακολουθήσουν να είναι ένας από τους κυριότερους μοχλούς σ' αυτή τη διαδικασία.

Η βελτίωση των εξαγωγικών επιδόσεων της χώρας ήταν, είναι και θα παραμείνει στην κορυφή των προτεραιοτήτων του υπουργείου Οικονομίας Συμπερασματικά, η Ελλάδα είναι θετική στη συνεργασία και στις προτάσεις όλων των εμπλεκόμενων φορέων. Να ακουστούν συγκεκριμένες προτάσεις, τις οποίες στη συνέχεια θα αξιολογηθούν και θα υλοποιηθούν. *(Αλογοσκούφης Γεώργιος από Εθνικό Συμβούλιο Εξαγωγών, <http://www.mnec.gr/> )*

## 8.5 ΔΕΚΑ ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΓΙΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ

Οι εξαγωγές αποτελούν έναν από τους κυριότερους μοχλούς ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας και συνεπώς την κυριότερη πηγή εσόδων για την αντιμετώπιση της χρηματοπιστωτικής κρίσης και του δημοσίου χρέους. Για αυτόν τον λόγο οι ελληνικές επιχειρήσεις πρέπει να προσεγγίζουν το θέμα της εξαγωγικής δραστηριότητας με πολύ σκέψη και συστηματικά. Αυτή η λελογισμένη και συστηματική προσέγγιση εμπεριέχει την εξέταση των παρακάτω δέκα βασικών παραγόντων:

- Συλλογή πληροφοριών αναφορικά με την αγορά και τους πελάτες. Πρόκειται για τη λήψη θεμελιωμένων αποφάσεων βάσει της έρευνας αγοράς και μάρκετινγκ
- Διατύπωση συγκεκριμένων στόχων σχετικά με τις εξαγωγές. Πρέπει να υπάρχουν ξεκάθαροι στόχοι οι οποίοι να γίνονται γνωστοί στα αρμόδια στελέχη της επιχείρησης.
- Αποτελεσματικοί διαφοροποίηση της προσφοράς της επιχείρησης από τον ανταγωνισμό. Ο εξαγωγέας πρέπει να υποκινήσει τους δυνητικούς πελάτες να επιλέξουν την προσφορά του. Για αυτό είναι σημαντική μια ισχυρή διαφοροποίηση και η αναγκαία προσαρμογή της προσφοράς για την είσοδο και ανάπτυξη στις νέες αγορές.
- Υπερπήδηση των εμποδίων που ανακύπτουν από τις διαφορετικές κουλτούρες. Η βασική γνώμη της γλώσσας, της κουλτούρας και της νοοτροπίας δεν αρκεί για την κατάκτηση μιας εξαγωγικής αγοράς. Το πιο σημαντικό είναι το κτίσιμο αξιοπιστίας το οποίο είναι πάνω από κάθε κανόνα.
- Πιθανές συμμαχίες και συνεργασίες για ενδυνάμωση των δυνατών σημείων της επιχείρησης.
- Κατανόηση των αναγκών της νέας αγοράς και ανάπτυξη ελκυστικών προσφορών. Το βλέμμα πρέπει να είναι στραμμένο στις πραγματικές ανάγκες και επιθυμίες των διαφόρων ομάδων-στόχων.
- Προϋπολογισμός και απόδοση της επένδυσης. Ο κατάλληλος προϋπολογισμός της επένδυσης υποκινεί τη συνολική επιχείρηση και συμβάλλει στην επιτυχία στην αγορά.

- Επιλογή των κατάλληλων αγορών για την προσφορά της επιχείρησης. Με την βοήθεια της συστηματικής ανάλυσης την επιλογή και τον σχεδιασμό πρέπει να εντοπιστούν οι πιο ελκυστικές αγορές και να εκτιμηθούν τα πιθανά κέρδη.

- Επιλογή της κατάλληλης οργάνωσης και των στελεχών. Μόνο μια ευέλικτη επανδρωμένη με ικανά στελέχη και προσανατολισμένη στις εξαγωγές οργανωτική δομή μπορεί να εξασφαλίσει την ισορροπία μεταξύ των γενικών στόχων της επιχείρησης και της απαιτούμενης αυτονομίας των εξαγωγών.

- Επιλογή του κατάλληλου χρόνου για την επένδυση στις νέες αγορές.

(Παπαβασιλείου Νικόλαος 15/07/2009, <http://www.tovima.gr> )

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΝΑΤΟ**  
**ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΓΓΡΑΦΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**  
**ΣΤΟ ΕΙΔΙΚΟ ΜΗΤΡΩΟ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ.**

**9.1 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΓΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΤΟ ΕΙΔΙΚΟ ΜΗΤΡΩΟ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ.**

Η επιχείρηση πρέπει να έχει ήδη γίνει μέλος του Επιμελητηρίου της έδρας της. Η καταχώρηση της επωνυμίας στο Ειδικό Μητρώο Εξαγωγέων γίνεται με πράξη του Προέδρου του Επιμελητηρίου ή με απόφαση της Διοικητικής Επιτροπής του Επιμελητηρίου σε ειδικές περιπτώσεις, μετά από προηγούμενη διαπίστωση, ότι ο εξαγωγέας έχει την απαιτούμενη για την διενέργεια εξαγωγικού εμπορίου εμπορική εγκατάσταση και οργάνωση, σε περίπτωση που τα υποβληθέντα στην Υπηρεσία δικαιολογητικά δεν κρίνονται επαρκή, το Επιμελητήριο μπορεί να προβαίνει σε περαιτέρω έρευνα και σχετική αυτοψία.

**9.2 ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ ΔΙΑΚΑΙΟΛΟΓΗΤΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΓΓΡΑΦΗ ΣΤΟ ΕΙΔΙΚΟ ΜΗΤΡΩΟ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ.**

Σχετικό έντυπο αυτής το οποίο χορηγείται από την αρμόδια Υπηρεσία του Επιμελητηρίου.

Γραμμάτιο είσπραξης ή παράβολο από το Δημόσιο Ταμείο. Στο γραμμάτιο είσπραξης ή παράβολο να αναγράφεται ο σκοπός της έκδοσης του, δήλωση για την εγγραφή στο Ειδικό Μητρώο Εξαγωγέων του Επιμελητηρίου.

Συστατική επιστολή Τραπέζης στην οποία θα αναφέρεται από την Τράπεζα οτιδήποτε σχετικά με την επιχείρηση και με τα εκπροσωπούντα σε αυτή άτομα.

A) Καταστατικό επικυρωμένο από το Πρωτοδικείο, για τις προσωπικές εταιρείες και για τους αγροτικούς συνεταιρισμούς.

B) Φ.Ε.Κ. ανακοίνωσης των μελών του Δ.Σ για τις Α.Ε., ενώ για τις Ε.Π.Ε ΦΕΚ για την διαχείριση αυτών.

Πιστοποιητικό από το Πρωτοδικείο περί μη πτωχέυσεως:

- A) στις ατομικές επιχειρήσεις για το φυσικό πρόσωπο.
- B) στις Ο.Ε και Ε.Ε. για όλους τους ομορρυθμούς εταίρους και για το νομικό πρόσωπο.
- Γ) στις Ε.Π.Ε., για το διαχειριστή η τους διαχειριστές και για το νομικό πρόσωπο.
- Δ) στις Α.Ε., για τον Πρόεδρο του Διοικητικού Συμβουλίου, τους διευθύνοντες και εντεταλμένους συμβούλους και για το νομικό πρόσωπο.
- Ε) στους Συνεταιρισμούς για όλα τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου η για τα πρόσωπα που τους εκπροσωπούν καθώς επίσης και για το Συνεταιρισμό.

Αντίγραφο ποινικού μητρώου Δικαστικής χρήσης:

- A) στις ατομικές επιχειρήσεις για το φυσικό πρόσωπο.
- B) στις προσωπικές εταιρείες για όλους τους ομόρρυθμους εταίρους.
- Γ) στις Ε.Π.Ε. για το διαχειριστή η τους διαχειριστές.
- Δ) στις Α.Ε., για τον Πρόεδρο του Διοικητικού Συμβουλίου, τους διευθύνοντες και εντεταλμένους Συμβούλους.
- Ε) στους Συνεταιρισμούς για όλα τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου η για τα πρόσωπα που τους εκπροσωπούν.

Σημείωση

Σε περίπτωση που την επιχείρηση δεσμεύουν πρόσωπα που είναι αλλοδαπά υπήκοοι και μόνιμοι κάτοικοι εξωτερικού απαιτείται επίσης η προσκόμιση αντιγράφου ποινικού μητρώου, καθώς και πιστοποιητικού περί πτωχέυσεως η ισοδύναμου εγγράφου, που χορηγείται από αρμόδια δικαστική αρχή της χώρας καταγωγής η προελεύσεως και πληροί τις σχετικές απαιτήσεις της ελληνικής νομοθεσίας.

Αν η χώρα καταγωγής η προελεύσεως δεν προβλέπει τη χορήγηση των εγγράφων της προηγούμενης παραγράφου προς απόδειξη εντιμότητας η μη κηρύξεως σε πτώχευση τότε απαιτείται:

Βεβαίωση της πρεσβείας της χώρας καταγωγής του ενδιαφερόμενου στην Ελλάδα ότι η χώρα του δεν εκδίδει τα απαιτούμενα δικαιολογητικά.

Ένορκη δήλωση του ενδιαφερόμενου και αν δεν υπάρχει τέτοια δυνατότητα, επίσημη δήλωση του ενδιαφερόμενου ενώπιον αρμόδιας δικαστικής η διοικητικής

Αρχής η ενδεχομένως ενόπιον συμβολαιογράφου της χώρας καταγωγής η προελεύσεως. Η δήλωση για τη μη κήρυξη πτώχευση μπορεί να γίνει και ενόπιον αρμόδιου επαγγελματικού οργανισμού της ίδιας χώρας.

Τα έγγραφα των ανωτέρω παραγράφων πρέπει να υποβληθούν σε πρωτότυπο η κυρωμένο αντίγραφο καθώς και σε επίσημη μετάφραση στα ελληνικά από την αρμόδια Υπηρεσία του Υπουργείου Εξωτερικών.

Η ισχύς των ανωτέρω πιστοποιητικών είναι τρίμηνος.

Για εξαγωγή καπνών απαιτείται και βεβαίωση της καπνεμπορικής Ομοσπονδίας της Ελλάδας.

Για εξαγωγή νωπών γεωργικών προϊόντων απαιτείται και η κατάθεση στο Επιμελητήριο, Εγγυητικής Επιστολής Τράπεζας. (Άγνωστος, <http://www.esee.gr> .)



## **ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ- ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ.**

### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ**

#### **1.1. ΓΕΝΙΚΑ**

Το οικονομικό μας μέλλον βρίσκεται εκτός Ελλάδος. Όλοι, επιχειρήσεις, εργαζόμενοι, πολιτικός κόσμος, η ελληνική οικονομία στο σύνολό της πρέπει να στρέψουμε τα μάτια μας προς τα έξω. Διαφορετικά οι επιχειρήσεις θα διαπιστώσουν ότι δεν έχουν μέλλον, καθώς η μικρή ελληνική αγορά δεν παρέχει τη δυνατότητα να αποκτήσουν ανταγωνιστικά μεγέθη και ταυτοχρόνως θα βλέπουν μοιραία να χάνουν και τη θέση που είχαν στην εσωτερική αγορά επειδή το μερίδιό τους θα ροκανίζονται ανταγωνιστικότερες εισαγωγές. Η ανεργία θα αυξηθεί και το επίπεδο ευημερίας που έχει επιτευχθεί θα υπονομευτεί.

Πρέπει να γίνουν οι εξαγωγές η πρώτη προτεραιότητα και σκοπός της οικονομικής πολιτικής της κυβέρνησης και να εκπονηθεί και να εφαρμοστεί μια Εθνική Στρατηγική Εξαγωγών. (Αυτά είναι μερικά από τα κύρια συμπεράσματα του 4ου Πανελληνίου Συνεδρίου Ανάπτυξης Εξαγωγών που διοργάνωσε ο ΣΕΒΕ.) (Άγνωστος, <http://www.e-telescope.gr>)

#### **1.2. ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ**

Σύμφωνα με την λήψη των νέων μέτρων πολιτικής στις εξαγωγές άρχισαν να υλοποιούνται οι εξής δράσεις:

Α) ΑΝΑΣΥΓΚΡΟΤΗΣΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ: Υπεγράφη το Προεδρικό Διάταγμα για την ανασυγκρότηση της Γενικής Διεύθυνσης Διαχείρισης και Σχεδιασμού Πολιτικής, η οποία έχει πλέον την

ευθύνη υλοποίησης της διεθνούς οικονομικής πολιτικής (μία εκκρεμότητα που υφίστατο από το ).

**Β) ΘΕΣΜΟΘΕΤΗΣΗ ΤΟΥ ΕΘΝΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ ΕΞΑΓΩΓΩΝ:**  
Θεσμοθετήθηκε με νόμο το Εθνικό Συμβούλιο Εξαγωγών ως ο φορέας συντονισμού όλων των εμπλεκόμενων φορέων στην εξαγωγική πολιτική.

**Γ) ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΗ ΡΥΘΜΙΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΦΑΛΙΣΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ:** Ψηφίστηκε νομοθετική ρύθμιση θεμάτων του Οργανισμού Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων, που εκσυγχρονίζει το θεσμικό του πλαίσιο, ενσωματώνοντας Οδηγίες που εκκρεμούσαν για πολλά χρόνια και εισάγοντας νέα ασφαλιστικά εργαλεία.

**Δ) ΥΛΟΠΟΙΗΣΗ ΣΧΕΔΙΟΥ ΔΡΑΣΗΣ ΓΙΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ:** Διαμορφώθηκε και υλοποιείται στρατηγικό σχέδιο δράσης για την προώθηση των ελληνικών προϊόντων στο εξωτερικό, με βασικούς μοχλούς το Εθνικό Συμβούλιο Εξαγωγών και τον ΟΠΕ. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι την τριετία 2004-2006 ο ΟΠΕ αναδιοργανώθηκε και τριπλασίασε την παρουσία της Ελλάδας στο εξωτερικό υλοποιώντας και προετοιμάζοντας την πραγματοποίηση 215 συνολικά δράσεων προβολής και προώθησης.

	2004	2005	2006	Σύνολο
Συμμετοχές σε Διεθνείς Εκθέσεις	25	42	56	123
Επιχειρηματικές Αποστολές	0	10	37	47
Εκδηλώσεις Προβολής & Προώθησης στο εξωτερικό		45		45

Οι δράσεις αυτές καλύπτουν το σύνολο σχεδόν των κλάδων της ελληνικής παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών και έχουν δώσει την δυνατότητα ανάπτυξης συνεργασιών μεταξύ ελληνικών και ξένων επιχειρήσεων σε 53 χώρες ανά τον κόσμο.

(Άγνωστος, <http://www.keta.de.gr/>)

### 1.3. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ.

Το 2005 η συνολική αξία των εξαγωγών αυξήθηκε κατά 13,7% σε σύγκριση με το 2004.

Το 2006 η συνολική αξία των εξαγωγών αυξήθηκε κατά 18,2% σε σύγκριση με το 2005, παρουσιάζοντας τη μεγαλύτερη σε 4 αξία αύξηση που έχει σημειωθεί κατά την τελευταία 20ετία. Πιο συγκεκριμένα, το 2006 οι εξαγωγές έφτασαν σε έσοδα τα 16,6 δις. Και αυξήθηκαν κατά 2,56 δις. Ευρώ από το 2005.

Στην τριετία 2004-2006, το σύνολο της αύξησης των εξαγωγών σε 34,4%.

Η άνοδος που σημειώνεται στις εξαγωγές τα τελευταία χρόνια είναι ταχύτερη από το ρυθμό αύξησης του ονομαστικού ΑΕΠ. Το 2005 οι εξαγωγές ανέβηκαν στο 8% του ΑΕΠ, το 2006 στο 8,8% και το 2007 αναμένεται να φτάσουν το 9,8% του ΑΕΠ. (Μακρυδάκης Σπύρος από το 4<sup>ο</sup> Πανελλήνιο Συνέδριο Ανάπτυξης Εξαγωγών Σ.Ε.Β.Ε., <http://www.keta.de.gr>.)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Ο ρόλος και οι προοπτικές του εξαγωγικού εμπορίου στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας σύμφωνα με τον ΣΕΒΕ – ΙΟΒΕ:

### 2.1. ΒΑΣΙΚΟΙ ΑΞΟΝΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

Οι πρώτοι δύο άξονες της παρέμβασης αυτής εστιάζονται στο δίδυμο ποιότητα – παραγωγικότητα των επιχειρήσεων, το οποίο επηρεάζει άμεσα την ανταγωνιστικότητα και κατά επέκταση την εξαγωγική δυναμικότητα των επιχειρήσεων. Το μεγαλύτερο μέρος των ελληνικών εξαγωγών κατευθύνεται προς τις χώρες του ΟΟΣΑ, όπου η ποιότητα και η τιμή των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών επιδρούν άμεσα στη ζήτησή τους.

Οι άλλοι δύο άξονες, η προσέλκυση ξένων επενδύσεων και η υποδομή, αφορούν σε ένα υποστηρικτικό πλαίσιο για την περαιτέρω διερεύνηση των εξαγωγών. (<http://www.sebbe.gr>.)

### 2.2. ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟΙ ΑΞΟΝΕΣ

A) Διασφάλιση ποιότητας: Ανάδειξη του παράγοντα ως καίριου σημείου για την εξαγωγή προϊόντων και υπηρεσιών. Διάδοση και τήρηση των προτύπων ISO καθώς επίσης της πιστοποίησης προϊόντων στις επιχειρήσεις. Η διάσταση της ποιότητας θα πρέπει να καλύπτει όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας, έως και την συσκευασία.

B) Εκσυγχρονισμός επιχειρήσεων : Ο άξονας αυτός περιλαμβάνει τον εκσυγχρονισμό της παραγωγικής διαδικασίας, την κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού, αλλά και την εκτεταμένη υιοθέτηση σύγχρονων μεθόδων management που θα ξεπερνούν τους περιορισμούς της τυπικής οικογενειακής επιχείρησης. Ιδιαίτερη έμφαση θα πρέπει να δοθεί στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες αποτελούν ένα μεγάλο τμήμα του ελληνικού παραγωγικού ιστού και οι οποίες μπορούν αξιοποιώντας κατάλληλα επενδυτικά προγράμματα εκσυγχρονισμού και απόκτησης τεχνογνωσίας να προσφέρουν πρώτες και ενδιάμεσες ύλες ή τελικά προϊόντα στις αγορές του εξωτερικού με επιτυχία.

Γ) Προσέλκυση ξένων επενδύσεων: Σχεδόν στην πλειονότητά τους οι ξένες επενδύσεις τροφοδοτούν εκτός από την εσωτερική αγορά και τις αγορές των μητρικών, των όμορων ή άλλων κρατών, συμβάλλοντας άμεσα στην ενίσχυση του εξαγωγικού δυναμικού. Σε πολλές περιπτώσεις επιτυγχάνεται επίσης πέραν της εισαγωγής τεχνογνωσίας και σύγχρονων μεθόδων παραγωγής, η τροφοδοσία των εγχώριων επιχειρήσεων με φθηνά και ποιοτικά ενδιάμεσα αγαθά, δημιουργώντας έτσι περιθώρια αύξησης εξαγωγών. Στο πλαίσιο του άξονα αυτού εντάσσεται επίσης η αξιοποίηση συνεργειών με βαλκανικές χώρες με στόχο την διεύρυνση των εξαγωγών στις χώρες αυτές αλλά και την αύξηση των εξαγωγών προς τις χώρες του ΟΟΣΑ.

Γ) Υποδομή: Πέραν των γενικών υποδομών (μεταφορές, ενέργεια, τηλεπικοινωνίες) προτείνεται η ενίσχυση – βελτίωση υφιστάμενων αλλά και η δημιουργία ειδικών υποδομών επιχειρησιακού και θεσμικού χαρακτήρα, που να συμβάλλει στην αύξηση της εξαγωγικής δραστηριότητας. (<http://www.sebbe.gr>.)

### **2.3. ΑΞΙΟΝΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΜΙΑΣ ΤΕΤΟΙΑΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ**

#### **1. Ως προς τη διασφάλιση ποιότητας.**

Ενημερωτική εκστρατεία για την διάδοση των ωφελειών από την εισαγωγή συστημάτων διασφάλισης ποιότητας στις επιχειρήσεις και οργανισμούς, ιδίως ως προς τη διάσταση των εξαγωγών. Συστηματική και σημαντική επιχορήγηση ή φορολογική απαλλαγή επιχειρήσεων που εισάγουν συστήματα διασφάλισης ποιότητας. Ενίσχυση του ρόλου των Οργανισμών – Ινστιτούτων διαπίστευσης – πιστοποίησης ποιότητας.

#### **2. Ως προς τον εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων.**

Αξιοποίηση των κινήτρων που υφίστανται από το Γ΄ ΚΠΣ για τον εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων και επανεξέταση της δυνατότητας παροχής πρόσθετων κινήτρων. Συστηματική εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού προσανατολισμένης σε πραγματικές ανάγκες της παραγωγικής διαδικασίας. Διάδοση των δυνατοτήτων που προσφέρει το διαδίκτυο ως προς τις διεθνείς πωλήσεις και ενίσχυση επιχειρήσεων για την προμήθεια – λειτουργία του απαραίτητου εξοπλισμού.

3. Ως προς την προσέλκυση ξένων επενδύσεων.

Συστηματική προβολή της Ελλάδας, ως ελκυστικού τόπου εγκατάστασης ξένων επιχειρήσεων. Υποστήριξη των ξένων επενδυτών στα διάφορα στάδια εγκατάστασής τους. Συστηματική διερεύνηση των περιθωρίων διασυνοριακής συνεργασίας επιχειρήσεων. Απλοποίηση διαδικασιών αναφορικά με την αδειοδότηση επιχειρήσεων.

4. Ως προς την υποδομή

Δημιουργία – ενίσχυση φορέων που προσαρμόζουν και προωθούν την εφαρμοσμένη έρευνα από ερευνητικά κέντρα του εσωτερικού και εξωτερικού στο ελληνικό παραγωγικό δυναμικό. Στον τομέα αυτό εντάσσεται παραδείγματος χάριν και η δημιουργία Design Centers στους κλάδους της υφαντουργίας – ένδυσης – υπόδησης, όπου η Ελλάδα διαθέτει σημαντικό cluster. Ενίσχυση του θεσμού των business incubators, όπου τα προωθούνται ιδέες με εξαγωγικές προοπτικές. Δημιουργία μόνιμου εκθετηρίου ελληνικών προϊόντων και υπηρεσιών με εξαγωγικές δυνατότητες στην Αθήνα. Ενίσχυση των μηχανισμών παρακολούθησης εξωτερικών αγορών, ανάλυσης των στοιχείων και τεκμηριωμένης πληροφόρησης στη συνέχεια κρατικών φορέων και του ιδιωτικού τομέα. (Άγνωστος, <http://www.sebbe.gr/>)

#### **2.4. ΧΡΟΝΙΚΟΣ ΟΡΙΖΟΝΤΑΣ – ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ**

##### Χρονικός ορίζοντας

Ο χρονικός ορίζοντας των παραπάνω δράσεων στην πλειονότητα του έχει βραχυπρόθεσμο, έως μεσοπρόθεσμο χαρακτήρα (1-3 έτη). Άμεση προτεραιότητα θα πρέπει να δοθεί στην ευρεία διάδοση των συστημάτων διασφάλισης ποιότητας και του εστιασμένου εκσυγχρονισμού των επιχειρήσεων, καθώς επίσης στην προσέλκυση των ξένων επενδύσεων. Η ενίσχυση ή δημιουργία όπου απαιτείται των σχετικών υποδομών μπορεί να αρχίζει άμεσα ως προς τον σχεδιασμό των παρεμβάσεων, απαιτεί όμως – ανάλογα με το είδος της παρέμβασης – μεσοπρόθεσμο χρονικό ορίζοντα για την υλοποίησή τους.

### Προϋποθέσεις

- Συνέχεια της πολιτικής σταθερότητας και οικονομικής ανάπτυξης για τη δημιουργία ανταγωνιστικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος.
- Διασφάλιση της συνεργασίας των αξόνων δράσης.

- Ευνοϊκό εξωτερικό περιβάλλον στην ευρύτερη περιοχή (Βαλκανίων) και γενικότερα σε παγκόσμιο επίπεδο (Διεθνής οικονομική συγκυρία, αποφυγή συγκρούσεων που επηρεάζουν τις τιμές σημαντικών πρώτων υλών κλπ)

- Συνειδητοποίηση από πλευράς επιχειρηματιών, ότι η εξαγωγική προοπτική δεν μπορεί να έχει αποσπασματικό χαρακτήρα αλλά να βασίζεται στην διαρκή παρουσία, στην ποιότητα και στην ανταγωνιστική τιμή του προϊόντος ή της υπηρεσίας του στην ξένη αγορά. . (Άγνωστος, <http://www.sebbe.gr/> )

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ**

### **ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ FACTORING**

#### **3.1. ΓΕΝΙΚΑ**

Το factoring αποτελεί δέσμη χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, οι οποίες καλύπτουν ανάγκες επιχειρήσεων που πωλούν προϊόντα ή παρέχουν υπηρεσίες στην διεθνή αγορά με βραχυπρόθεσμη πίστωση σε πελάτες με επαναληπτική αγοραστική συμπεριφορά.

Πρόκειται για τριμερή συνεργασία μεταξύ ενός προμηθευτή, των πελατών του και μίας εταιρίας factoring, η οποία αναλαμβάνει τη διαχείριση, λογιστική παρακολούθηση και είσπραξη των εκδιδόμενων από τον προμηθευτή χορήγηση προκαταβολών επί της αξίας τους.

Επίσης η εταιρία factoring αναλαμβάνει υπό προϋποθέσεις την κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου του προμηθευτή.

#### **3.2. ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ**

Το εξαγωγικό factoring παρέχει στην εξαγωγική επιχείρηση αντίστοιχες υπηρεσίες με το εγχώριο factoring. Η εκχώρηση όμως στην εταιρία factoring των απαιτήσεων της επιχείρησης έναντι των αγοραστών-εισαγωγέων γίνεται κατά κανόνα χωρίς δικαίωμα επιστροφής στην επιχείρηση των ανείσπρακτων τιμολογίων και επομένως η εταιρία factoring αναλαμβάνει τον πιστωτικό κίνδυνο.

#### **3.3. ΩΦΕΛΕΙΕΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

Η αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας των αγοραστών, η διαχείριση κινδύνων στο εξωτερικό και η είσπραξη απαιτήσεων απαιτεί πολύπλοκους χειρισμούς, από τους οποίους απαλλάσσεται η εξαγωγική επιχείρηση.



Οι παραδοσιακές εξαγωγικές διαδικασίες υποκαθίστανται από την ευέλικτη και αποτελεσματική διαχείριση των εξαγωγών μέσω ανοικτού λογαριασμού, που βελτιώνει την ανταγωνιστικότητα της εξαγωγικής επιχείρησης και συμβάλλει στην επιτυχή διείσδυσή της στην διεθνή αγορά.

### **3.4. ΠΟΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΝΔΕΙΚΝΥΤΑΙ ΝΑ ΚΑΝΟΥΝ ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ**

Οι επιχειρήσεις που ενδείκνυται να κάνουν χρήση των υπηρεσιών factoring έχουν το χαρακτηριστικό να παρουσιάζουν αναπτυσσόμενη και κερδοφόρα δραστηριότητα, να πραγματοποιούν πωλήσεις με βραχυπρόθεσμη πίστωση. Επίσης, να πραγματοποιούν πωλήσεις με βραχυπρόθεσμη πίστωση και να πραγματοποιούν πωλήσεις με βραχυπρόθεσμη πίστωση, έχουν ευρύ αριθμό πελατών με επαναληπτική και καλή αγοραστική συμπεριφορά και να εκδίδουν τιμολόγια με σημαντική μέση αξία.

### **3.5. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ΚΟΣΤΟΣ**

Η συμφωνία με την εταιρία factoring και η παροχή του κατάλληλου κατά περίπτωση μίγματος υπηρεσιών, διαμορφώνει και το κόστος συνεργασίας, το οποίο αναφέρεται:

Στην προμήθεια, το ύψος της οποίας εξαρτάται από την αναλαμβανόμενη ομάδα των αγοραστών-πελατών, τον αριθμό και τη μέση αξία των τιμολογίων, καθώς και τη διάρκεια της μέσης πιστωτικής περιόδου. Για την κάλυψη και του πιστωτικού κινδύνου η προμήθεια προσ αυξάνεται.

Στο επιτόκιο που εφαρμόζεται επί των χορηγήσεων (αντίστοιχο των τραπεζικών για κεφάλαιο κίνησης) χωρίς επιβάρυνση ΕΦΤΕ και με εισφορά του Ν. 128/75 στο 0,12%. Οι προκαταβολές του εξαγωγικού factoring πραγματοποιούνται στο νόμισμα του τιμολογίου, με εφαρμογή επιτοκίου LIBOR πλέον περιθωρίου.

(Άγνωστος, <http://www.economist.gr>)

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ**

### **ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ MARKETING**

#### **4.1. ΓΕΝΙΚΑ**

Το Εξαγωγικό Marketing είναι η διαδικασία σχεδιασμού και εκτέλεσης της σύλληψης τιμολόγησης, προβολής και διανομής ιδεών, αγαθών και υπηρεσιών, έτσι ώστε να δημιουργηθούν συναλλαγές που αν ικανοποιούν τους σκοπούς , και τις ανάγκες των ατόμων και των οργανισμών. Επίσης, είναι η επίτευξη των στόχων μίας επιχείρησης ,μέσα από την καλύτερη ικανοποίηση των αναγκών των πελατών της συγκριτικά με τον ανταγωνισμό και η διαδικασία αναγνώρισης, πρόσληψης και ικανοποίησης των απαιτήσεων των πελατών με τρόπο επικερδή για την επιχείρηση.

#### **4.2. ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ MARKETING**

1. Αγορά στόχος είναι η αγορά χώρας στην οποία υπάρχουν ευνοϊκές συνθήκες και μπορούν να προωθηθούν τα προϊόντα της εταιρίας.
2. Πρόγραμμα Marketing είναι ο καθορισμός της γενικότερης πολιτικής που πρέπει να ακολουθήσει η εταιρία για την είσοδο της στην αγορά.
3. Μείγμα Marketing (Marketing Mix) είναι ο συνδυασμός των παραγόντων προϊόν, τιμή, διανομή και προώθηση για την εξαγωγική πολιτική.
4. Νεκρό σημείο είναι η τιμή που καλύπτει τα κόστος παραγωγής, χωρίς καθόλου κέρδος.
5. Υποστήριξη προϊόντος είναι η πολιτική της εταιρίας μετά την πώληση του προϊόντος.
6. Τράπεζες Πληροφοριών είναι οι βάσεις δεδομένων με τεράστιο όγκο πληροφοριών που ανανεώνεται συνεχώς.

7. Παθητική επιλογή Αγορών είναι όταν η επιχείρηση περιμένει προσέγγιση από πελάτες του εξωτερικού χωρίς η ίδια να προσπαθεί να προσεγγίσει κάποιους.
8. Ενεργητική Επιλογή των αγορών είναι η επιχείρηση που είναι δραστήρια στην προσέλκυση ξένων πελατών καθώς και στην τμηματοποίηση της αγοράς του εξωτερικού.
9. Ανάλυση Πλεονεκτημάτων και Μειονεκτημάτων είναι το στάδιο για την ανίχνευση των δυνατοτήτων της εταιρίας για εξαγωγές.
10. Ανάλυση και Καθορισμός Προϊόντων για Εξαγωγές είναι όταν το στάδιο αυτό προσδιορίζονται τα προϊόντα να προωθηθούν σε κάποια αγορά του εξωτερικού.
11. Φορείς Παροχής Πληροφοριών είναι οι φορείς που παρέχουν πληροφόρηση σε διάφορα θέματα. Μπορεί να είναι του ιδιωτικού ή δημόσιου τομέα.
12. Έρευνα Αγοράς είναι η έρευνα που πραγματοποιείται προκειμένου να διερευνηθούν οι συνθήκες που επικρατούν που μας ενδιαφέρει.
13. Ανάλυση Κόστους είναι ο προσδιορισμός του κόστους ενός προϊόντος και πως αυτό επιμερίζεται. Στη διαδικασία αυτή λαμβάνονται υπόψη όχι μόνο τα συστατικά αλλά και όλοι οι παράγοντες που συντελούν στην παραγωγή του τελικού προϊόντος.
14. Τιμολόγηση είναι ο προσδιορισμός της τιμής του προϊόντος. Εκτός από το κόστος λαμβάνονται υπόψη και άλλα στοιχεία όπως οι στόχοι και η πολιτική της επιχείρησης στη συγκεκριμένη αγορά.
15. Διεθνής Διαφήμιση είναι η διαφήμιση πέρα από τα σύνορα της χώρας. Είναι διαφορετική από αυτή που γνωρίζουμε σε τοπικό επίπεδο και μέσα που στην τοπική αγορά είναι διαδεδομένα, είναι πιθανό σε μία άλλη αγορά να μην ενδείκνυται.

#### **4.3. ΜΙΓΜΑ MARKETING**

Τα καθοριστικά στοιχεία της στρατηγικής του marketing:

- Προϊόν (product)
- Διανομή (place)
- Προβολή (promotion)
- Τιμολόγηση (price)

#### **4.4. ΑΡΧΕΣ MARKETING**

«Οι αρχές και τεχνικές του Marketing είναι ίδιες ανεξάρτητα από τη χώρα που εφαρμόζονται. Η μόνη διαφορά είναι ο βαθμός πολυπλοκότητας που παρουσιάζει το Εξαγωγικό Marketing».

1. Διαδικασία του Εξαγωγικού Marketing
2. Ανάλυση και Προσαρμογή του προϊόντος /της υπηρεσίας για εξαγωγή.
3. Διαδικασίες τιμολόγησης .
4. Έρευνα Αγοράς
5. Διείσδυση στις Αγορές του Εξωτερικού
6. Διαφήμιση – Επικοινωνία  
( <http://www.globalgreece.gr>)

#### **4.5. ΕΙΔΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ - MARKETING**

1. Ανάλυση πλεονεκτημάτων – μειονεκτημάτων
2. Διερεύνηση δυνατότητα της επιχείρησης (management-παραγωγής- τεχνικές).
3. Ανάλυση απόφασης για ξεκίνημα εξαγωγών
4. Καθορισμός στόχων εξαγωγικής πολιτικής
5. Ανάλυση και καθορισμός προϊόντων – υπηρεσιών κατάλληλων για εξαγωγή.
6. Καταλληλότητα προϊόντων που ήδη υπάρχουν για τις αγορές του εξωτερικού .
7. Απαιτούμενες προσαρμογές στο προϊόν, τη συσκευασία , τις ετικέτες .

#### 4.6. ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΤΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΚΑΤΑΛΛΗΛΟΤΗΤΑΣ

Η καταλληλότητα και η δυνατότητα προσαρμογής ενός προϊόντος στις εξαγωγικές απαιτήσεις στηρίζεται σε δύο κυρίως σημεία:

1. Υπάρχει το απαραίτητο ενδιαφέρον από τον έμπορο της χώρας εισαγωγής να χρησιμοποιήσει το προϊόν του εξαγωγέα;
2. Θα γίνει τι προϊόν αποδεκτό και θα αγοραστεί από τους τελικούς καταναλωτές;

Οι μέθοδοι και οι τεχνικοί ελέγχου της εξαγωγικής καταλληλότητας ενός προϊόντος είναι περίπλοκες, πολυδάπανες και χρονοβόρες διαδικασίες. Ωστόσο, ενδεικτικά μπορούμε να αναφέρουμε μερικά βασικά βήματα για ένα τέτοιο πρόγραμμα.

1. Για το προϊόν μελέτη και καταγραφή των ανταγωνιστικών προϊόντων: τεχνικά χαρακτηριστικά, εκτίμηση της ποιότητας και νομική κατοχύρωση.
2. Για τη συσκευασία/ παρουσίαση: τεχνικά χαρακτηριστικά, ελκυστικότητά, στοιχεία ταυτότητας, πληροφορίες, παροχή υπηρεσιών.
3. Για τη διάρθρωση τιμών: τιμές καταναλωτή, τιμές εμπορίου.
4. Για την αποδεκτικότητα του εμπορίου: μέγεθος και διαστάσεις προϊόντος, συσκευασία, τιμή πώλησης, χρηματικά περιθώρια και κίνητρα σε αυτούς που συμμετέχουν στη διαδικασία διακίνησης και εμπορίας. (Ζαρωτιάδη Μαρία, Υπεύθυνη Έρευνας και Μελετών από Σύνδεσμο Εξαγωγών Βορείου Ελλάδος, <http://www.econ.voi.gr>)

#### 4.7. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ

1. Αντικείμενο σχεδιασμού- αλλαγές και βελτιώσεις που είναι απαραίτητες για την εφαρμογή του προγράμματος, ενδεχόμενο χρησιμοποίησης ειδικών συμβουλών ως εξαιρετικοί συνεργάτες και πιθανή συνεργασία μεταξύ εξαγωγέα και εισαγωγέα.
2. Οργάνωση – ποιος θα έχει την ευθύνη για την εφαρμογή του προγράμματος, ενδεχόμενο χρησιμοποίησης ειδικών συμβούλων ως εξωτερικοί συνεργάτες και πιθανή συνεργασία μεταξύ εξαγωγέα και εισαγωγέα.

3. Σχεδιασμός και προϋπολογισμός - κατάρτιση λεπτομερούς χρονοδιαγράμματος με σαφή χρονικά όρια, ώστε να προσαρμοστεί ανάλογα το ύψος της απαιτούμενης δαπάνης για το πρόγραμμα επανασχεδιασμού.
4. Εκτέλεση – η εκτέλεση μπορεί να εφαρμόζεται κατά στάδιο, κάτι που επιτρέπει μία συνεχή και προοδευτική επιθεώρηση.
- 5.Επαλήθευση – σειρά από τεστ σε εμπορικό και καταναλωτικό επίπεδο.

(Ζαρωτιάδη Μαρία, Υπεύθυνη Έρευνας και Μελετών από Σύνδεσμο Εξαγωγών Βορείου Ελλάδος, <http://www.econ.voi.gr>)

#### **4.8 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗΣ**

Οι βασικές αρχές καθορισμού της τιμής σε μια αγορά του εξωτερικού είναι ίδιες με αυτές στον καθορισμό της τιμής στην αγορά εσωτερικού, με τη διαφορά ότι οι παράγοντες που θα πρέπει να υπολογίσει κανείς είναι πιο πολύπλοκοι.

Η τιμολογιακή πολιτική που θα ακολουθηθεί επηρεάζεται:

- A) από την ίδια την επιχείρηση
- B) από διάφορες συνθήκες που επικρατούν στην ξένη χώρα
- Γ) από ιδιαίτερους παράγοντες του περιβάλλοντος.

#### **4.9. ΚΥΡΙΕΣ ΜΕΘΟΔΟΙ-ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΚΑΘΟΡΙΣΜΟΥ ΑΓΟΡΩΝ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΕΙΝΑΙ:**

1. Παθητική πολιτική: η επιχείρηση περιμένει με παθητικό τρόπο να λάβει παραγγελίες από πελάτες του εξωτερικού χωρίς μεθοδευμένες ενέργειες, επιλέγοντας κατά αυτόν τον τρόπο τις αγορές του εξωτερικού για τα προϊόντα τους.
2. Ενεργητική πολιτική: η επιχείρηση είναι δραστήρια στην προσέλκυση ξένων πελατών καθώς και στην τμηματοποίηση της αγοράς του εξωτερικού. Η πολιτική που ακολουθείται είναι συστηματική και απαιτεί προσωπικό με γνώσεις για το διεθνές περιβάλλον και τη διεθνή αγορά των προϊόντων της επιχείρησης.

#### 4.10.ΚΥΡΙΟΙ ΤΡΟΠΟΙ ΕΙΣΟΔΟΥ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ:

- Εξαγωγή μέσω τρίτων.
- Απευθείας εξαγωγή.
- Συμφωνίες με τοπικούς αντιπροσώπους .
- Καθορισμός Έλληνα ή τοπικού υπεύθυνου για την προώθηση των πωλήσεων.
- Χρησιμοποίηση τοπικού διανομέα.
- Δημιουργία τοπικού γραφείου ή υποκαταστήματος.
- Δημιουργία θυγατρικής εταιρίας ή μεικτής εταιρίας.
- Licensing σε τοπικές εταιρίες – Franchising σε επίπεδο λιανικής .
- Επένδυση σε επίπεδο παραγωγής και διανομής.

#### 4.11. ΕΜΜΕΣΗ ΕΞΑΓΩΓΗ

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ
Μικρό κόστος επένδυσης και ρίσκου	Έλλειψη ελέγχου και άγνοια πελατών
Επιπλέον γνώσεις, επαφές και εμπειρίες τρίτων	Η εικόνα του προϊόντος είναι αυτή που δίνει ο τρίτος
Ανάληψη εξαγωγικών διαδικασιών	Κατανομή του ενδιαφέροντος σε πολλά προϊόντα
Περιορισμένη δέσμευση	Μη ελεγχόμενες τιμές / περιθώρια κέρδους
Καλύτερη επαφή με την αγορά και τους τελικούς καταναλωτές	Μεγάλο κόστος επένδυσης και ρίσκου
Δυνατότητα ελέγχου	Μακροχρόνια δέσμευση της επιχείρησης στη συγκεκριμένη χώρα
Δυνατότητα μεγαλύτερης εισόδου στην εν λόγω αγορά	Χρηματοδότηση και επένδυση πωλητών της επιχείρησης

#### 4.12. ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ – ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η προβολή – επικοινωνία στο εξαγωγικό marketing περιλαμβάνει τη διαφήμιση, τις –προσωπικές πωλήσεις, τις προωθητικές ενέργειες και τις δημόσιες σχέσεις.

Τα ειδικά χαρακτηριστικά της αγοράς – στόχου, το προϊόν / υπηρεσία, οι ειδικές συνήθειες των τελικών καταναλωτών, οι στόχοι της διαφημιστικής εκστρατείας και ο διαφημιστικός προϋπολογισμός αποτελούν τη βάση για την επιλογή των αναγκαίων μέσων μαζικής επικοινωνίας.

Τα βασικότερα μαζικά μέσα επικοινωνίας που έχει στη διάθεση της μία επιχείρηση για να προωθήσει / προβάλλει τα προϊόντα της στο εξωτερικό είναι τα εξής: περιοδικά, εφημερίδες, ραδιόφωνο, χρηματοδότηση γεγονότων, σύμβολα της επιχείρησης.

Επιπλέον, πέρα από τα ΜΜΕ υπάρχουν οι εμπορικές εκθέσεις, οι δημόσιες σχέσεις, οι προσωπικές πωλήσεις, και οι διάφορες προωθητικές ενέργειες που εφαρμόζονται παράλληλα με σκοπό την ενίσχυση των πωλήσεων.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ**

### **ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ**

#### **5.1. ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ**

Ο υπουργός Οικονομίας (Γ. Παπαθανασίου) ανακοίνωσε μέτρα για την ενίσχυση των εξαγωγών υπό τη σκιά ανακοινώσεων της ΕΣΥΕ για αύξηση του ελλείμματος του εμπορικού ισοζυγίου και ότι η ελληνική κυβέρνηση προσανατολίζεται στη μείωση του τέλους ταξινόμησης των αυτοκινήτων για διάστημα περίπου τεσσάρων μηνών.

#### **5.2. ΕΠΤΑ ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΕΞΑΓΩΓΕΣ**

Δέσμη επτά μέτρων για την ενίσχυση της εξωστρέφειας των ελληνικών επιχειρήσεων και την αύξηση των εξαγωγών ανακοινώθηκε από τον υπουργό Οικονομίας κατά τη διάρκεια συνεδρίασης του Εθνικού Συμβουλίου Εξαγωγών. Μεταξύ αυτών, βρίσκονται ειδικά προγράμματα στήριξης των εξαγωγικών επιχειρήσεων, στήριξη του Ελληνικού Οργανισμού Εξωτερικού Εμπορίου, καμπάνιες προώθησης των εξαγωγίμων προϊόντων της Ελλάδας, συγκρότηση αγοράς που θα παρακολουθεί την πορεία της εξαγωγικής αγοράς.



Στόχος είναι η επέκταση του ελληνικού εξαγωγικού εμπορίου σε χώρες που δεν έχουν πληγεί από την κρίση, η συντονισμένη προώθηση παρεμφερών εξαγωγικών προϊόντων κ.α.

Η εξέλιξη των εξαγωγών θα επιτευχθεί με την εφαρμογή ενός ειδικού προγράμματος στήριξης των εξαγωγικών επιχειρήσεων ύψους 10 εκ. ευρώ για ένα χρόνο. Πρόκειται για ένα έκτακτο πρόγραμμα, το οποίο υλοποιηθεί από τον ΟΠΕ, για λογαριασμό του Υπουργείου Οικονομίας και Οικονομικών. Ειδικό πρόγραμμα ορίζει τα εξής μέτρα:

Πρώτον, την αύξηση της επιχορήγησης του ΟΠΕ για το 2009, προκειμένου να στηρίξει αποτελεσματικότερα τη συμμετοχή των επιχειρήσεων στις συλλογικές δράσεις που διοργανώνει. Συγκεκριμένα, η εγκεκριμένη επιχορήγηση του ΟΠΕ αυξάνεται από 9 εκατ. ευρώ το 2008 σε 16 εκατ. ευρώ – δηλαδή αυξάνεται κατά 80% περίπου.

Δεύτερον, στοχευόμενες εκδηλώσεις στο εξωτερικό (προϋπολογισμός 3 εκατ. ευρώ). Προγραμματίζονται να υλοποιηθούν εκδηλώσεις μεγάλης εμβέλειας σε σημαντικά εμπορικά και καταναλωτικά κέντρα του εξωτερικού, με σκοπό την προβολή και προώθηση της σύγχρονης παραγωγικής Ελλάδας, του τουρισμού και του πολιτισμού της χώρας και των επενδύσεων.

Τρίτον, συστηματικότερη παρακολούθηση της πορείας των ελληνικών εξαγωγών, μέσω της λειτουργίας ειδικής Επιτροπής. Η Επιτροπή αυτή θα λειτουργεί όσο διαρκεί η κρίση στο πλαίσιο του Εθνικού Συμβουλίου Εξαγωγών και θα συνεδριάζει ανά δίμηνο, λόγω των συνεχών αλλαγών στις εξελίξεις στην παγκόσμια οικονομία και στο διεθνές εμπόριο.

Τέταρτον, προσαρμογή της στρατηγικής του ΟΠΕ, ώστε να εξυπηρετεί καλύτερα τις ανάγκες των επιχειρήσεων, αλλά και τους στόχους της εξαγωγικής πολιτικής, σε μια έκτακτη και κρίσιμη συγκυρία.

Πέμπτον, όσον αφορά τη στρατηγική του ΟΠΕ, αυτή θα διαμορφωθεί ώστε να εξυπηρετεί, την έμφαση σε αγορές που έχουν πληγεί λιγότερο από την κρίση (όπως η Κίνα, τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα) και σε αγορές που κατευθύνεται ο μεγάλος όγκος των ελληνικών προϊόντων (όπως Γερμανία, ΗΠΑ, Ρουμανία, Βουλγαρία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ρωσία κ.ά.).

Επίσης, στόχος είναι οι δράσεις άμεσης αποτελεσματικότητας, όπως οι προσκλήσεις αγοραστών στην Ελλάδα και η συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις, η

συνδυασμένη προώθηση και προβολή κλάδων με κοινά χαρακτηριστικά, σε συνεργασία με το υπουργείο Τουρισμού, Πολιτισμού και Εξωτερικών. Έμφαση αναμένεται να δοθεί στην περιφέρεια καθώς και στην ενίσχυση των ήδη ικανά εξωστρεφών κλάδων. (Παπαθανασίου Γεώργιος, <http://www.contra.gr>)

### **5.3. ΤΡΟΠΟΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΩΝ ΝΕΩΝ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ**

1. Πρέπει να αναζητήσουμε και να αξιοποιήσουμε και την παραμικρή ευκαιρία σε οποιαδήποτε αγορά του κόσμου

2. Για την εκδήλωση των ενεργειών μας πρέπει να στοχεύσουμε τις αγορές στις οποίες για τα ελληνικά προϊόντα υπάρχουν πλεονεκτήματα, στις μεγάλες σταθερές και στις αναδυόμενες αγορές, στο πλαίσιο μιας Εθνικής Στρατηγικής Εξαγωγών. Αυτό έχει γίνει όπως είναι γνωστό, από τον ΟΠΕ ο οποίος επέλεξε 13 κύριες χώρες-στόχους.

3. Για κανένα λόγο όμως, δεν πρέπει να ατονήσει το ενδιαφέρον μας και δεν πρέπει να χάσουμε ούτε πόντο από τις χώρες της Κεντρικής Ευρώπης.

Σε καμιά περίπτωση οποιαδήποτε εμπορική ή επενδυτική δραστηριότητα, είτε στη Μέση Ανατολή είτε σε οποιαδήποτε άλλη αγορά του πλανήτη, δεν πρέπει να οδηγήσει στην εγκατάλειψη του ενδιαφέροντος μας για αντίστοιχες δραστηριότητες στις χώρες της Δυτικής Ευρώπης.

Όταν λέμε να αξιοποιήσουμε οποιαδήποτε άλλη αγορά εννοούμε να αυξήσουμε τις εξαγωγές μας πάνω από το σημερινό τους επίπεδο και όχι να χάσουμε τις αγορές της Ευρώπης και να τις αντικαταστήσουμε από αγορές άλλων περιοχών.

Ο λόγος είναι ότι οι αγορές της Ευρώπης είναι οι ποιοτικές και απαιτητικές αγορές, οι οποίες μας προσδίδουν μεγαλύτερα οφέλη και μας αναγκάζουν να φθάνουμε και να διατηρούμαστε σε υψηλό επίπεδο. Αν υποθέσουμε ότι μόνο με υψηλή ποιότητα έχουν τύχη τα ελληνικά προϊόντα τότε μόνο οι Ευρωπαϊκές αγορές θα μας οδηγήσουν έστω και πειστικά στην υψηλή ποιότητα.

Επιπλέον μόνο με προϊόντα δοκιμασμένα στην Ευρώπη μπορούμε να απευθυνθούμε σε σπουδαίες αγορές όπως οι ΗΠΑ, ο Καναδάς και η Ιαπωνία.

Δεν πρέπει να παρασυρθούμε από το γεγονός ότι υπάρχουν αγορές στις οποίες οι καταναλωτές, λόγω χαμηλού εισοδήματος, ζητούν φθηνά προϊόντα. Ακόμη και αν κερδίσουμε έτσι μερίδια όμως θα τα χάσουμε όταν θα αναπτυχθούν καλύτερα.

Πρέπει λοιπόν και στις χώρες αυτές, όπως και στις χώρες της τελευταίας διεύρυνσης να προσπαθήσουμε με ποιοτικά και υψηλής προστιθέμενης άυλης αξίας προϊόντα.

Στο επιχειρηματικό σχέδιο του ΟΠΕ επέλεξαν 13 χώρες για να επικεντρώσει τις μεγαλύτερες προσπάθειες προώθησης των ελληνικών προϊόντων.

Είναι οι χώρες Γερμανία, Γαλλία, Βρετανία, Πολωνία, Ρωσία, Τουρκία, ΗΠΑ, Καναδάς, Αυστραλία, Κίνα, Ινδία, Ηνωμένα Εμιράτα και Αίγυπτος.

Βλέπουμε να περιλαμβάνονται οι κύριες κλασικές χώρες, οι μεγάλες αγορές, του πλανήτη, οι αναδύμενες αγορές, η μεγαλύτερη γειτονική χώρα. Βλέπουμε μια πολύ καλή γεωγραφική κατανομή και βέβαια και δύο χώρες στην ευρύτερη περιοχή μας, μια από τη Μέση Ανατολή και μια από τη Βόρεια Αφρική.

#### **5.4 ΤΡΟΠΟΙ ΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ ΑΠΟ ΠΛΕΥΡΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΕΙΑΣ**

Το παγκόσμιο περιβάλλον δημιουργεί παντού ευκαιρίες και απειλές. Πρέπει να είμαστε ισχυροί για να αξιοποιούμε σε κάθε περίπτωση τις ευκαιρίες και να εξουδετερώσουμε τις απειλές. Μια σύγχρονη και ισχυρή επιχείρηση θα ανακαλύψει μόνη της που έχει πλεονεκτήματα και που πρέπει να στοχεύσει. Αρκεί βέβαια να έχει καλή γνώση των συνθηκών, πληροφόρηση και ένα προσεκτικό και εξωστρεφές επιχειρηματικό σχέδιο. Σε αυτούς τους τομείς ο Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος μπορεί να προσφέρει σημαντική βοήθεια προς τα μέλη του και προς όλες τις ελληνικές επιχειρήσεις.

Οι επιπλέον ενέργειες που θα υιοθετηθούν και θα συμβάλλουν σημαντικά στην βελτίωση των ελληνικών επενδυτικών και εμπορικών σχέσεων με άλλες χώρες είναι:

1. Οι υπάρχουσες δομές και οι αρμοδιότητες του υπουργείου οικονομικών και του υπουργείου Εξωτερικών, καθώς και οι υπηρεσίες άλλων υπουργείων που σχετίζονται με το διεθνές εμπόριο οδηγούν σε πολυδιάσπαση σε επίπεδο αρμοδιοτήτων και υπουργείων και έλλειψη συντονισμού. Πρέπει να αναδιοργανωθούν και με κάποιο τρόπο να συντονιστούν κάτω από την εποπτεία ενός υπουργείου, υφυπουργείου η έστω μιας γενικής γραμματείας.

2. Απαιτείται περαιτέρω βελτίωση της οικονομικής μας διπλωματίας και κινητοποίηση των διπλωματικών υπηρεσιών για την προώθηση των οικονομικών συμφερόντων της χώρας.

3. Το βάρος των επιπτώσεων της γραφειοκρατίας στη χώρα μας υφίσταται ιδιαίτερα οι εκτεθειμένες στο διεθνή ανταγωνισμό ελληνικές επιχειρήσεις. Θα πρέπει να εξαλειφθούν κάποιες διατάξεις και διαδικασίες πολλών υπηρεσιών του κράτους οι οποίες λειτουργούν ως εξαγωγικά αντικίνητρα και πρέπει να απλοποιηθούν όλες οι σχετικές με την εξαγωγή διαδικασίες όπως τελωνειακές, φορολογικές, θεωρήσεων εισόδου, κ.λ.π

4. Απαιτείται η στήριξη από την πολιτεία της δημιουργίας άυλων υποδομών και δικτύων διανομής στο εξωτερικό. Οι σήμερα κρατικές χρηματοδοτήσεις αφορούσαν κυρίως στην περιστασιακή προώθηση του προϊόντος και δεν βοήθησαν τη δημιουργία σταθερών αυλών υποδομών υποστήριξης και την ανάπτυξη δικτύων διανομής για τα ελληνικά προϊόντα στις αγορές του εξωτερικού.

5. Απαιτείται η ανάπτυξη συνεχούς διασύνδεσης της ανώτερης και ανώτατης εκπαίδευση με την επιχειρηματική κοινότητα ώστε να εκπαιδεύονται στελέχη ικανά να ανταποκριθούν στις σύγχρονες ανάγκες των επιχειρήσεων.

Υπάρχουν νέες χώρες κατάλληλες για εμπορική και επενδυτική συνεργασία οι οποίες πρέπει να αξιοποιηθούν. Χωρίς όμως να σημειωθούν απώλειες και στα παλιά και σταθερά μας μονοπάτια. Άλλωστε αυτό φαίνεται να κάνουν και οι μεγάλες χώρες που στηρίζονται στις εξαγωγές, οι οποίες αξιοποιούν ανέκαθεν τους νέους επιχειρηματικούς δρόμους χωρίς να αγνοούν ούτε το παραμικρό προϊόν τους, ούτε στη μικρότερη χώρα. (Σακελλάρης Πλούταρχος, <http://www.kepe.gr>)

## **5.5. ΠΡΨΠΟΘΕΣΕΙΣ ΒΕΛΤΙΩΣΗΣ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΓΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.**

Η νέα εκκίνηση για την ενδυνάμωση του ρυθμού ανάπτυξης πρέπει να προέλθει από την ενίσχυση της εξωστρέφειας της οικονομίας μέσω της ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας (επιχειρηματικής και εθνικής).

Για να γίνει αυτό υπάρχει άμεση ανάγκη να προχωρήσουν (α) διαρθρωτικές αλλαγές στην παραγωγική δομή και (β) να ενισχυθεί ο εξαγωγικός προσανατολισμός της οικονομίας.

Απαιτείται επίσης υποστήριξη εσωτερικών δικτύων και συνεργασιών και ενίσχυση της διασύνδεσής τους με διεθνή δίκτυα.

Να υπάρξει στη χώρα πλαίσιο στήριξης των εξαγωγικών επιχειρήσεων με προτεραιότητα την έρευνα, την τεχνολογία, την καινοτομία, την δημιουργία συνεργασιών και ειδικών σχημάτων κυρίως για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις

Να αναλάβει, αν είναι δυνατόν, ένα πρόσωπο στη χώρα μας (ένας υπουργός ή ένας γενικός γραμματέας), τη διαχείριση του διεθνούς εμπορίου και των διεθνών οικονομικών σχέσεων, έχοντας κάτω από τη δικαιοδοσία του όλους τους κρατικούς φορείς που έχουν σχέση με το διεθνές εμπόριο (ΟΠΕ, ΟΑΕΠ Εμπορικούς Ακολούθους κλπ), με δικό του τακτικό προϋπολογισμό, σύμφωνο με αυτούς των κυριότερων ανταγωνιστών μας.

Απαιτείται η δημιουργία και η συστηματική προβολή ενός ισχυρού συλλογικού “Brand Name” για τη χώρα.

## **5.6. ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΓΙΑ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ**

- Στρατηγική για τις μεγάλες και τις καινούργιες αγορές (ΗΠΑ, Ιαπωνία, Καναδάς, Αυστραλία, Βραζιλία, Κίνα, Ινδία)
- Αξιοποίηση ελληνικής κουζίνας, ξενοδοχείων και ελληνικών εστιατορίων για τα τρόφιμα
- Αξιοποίηση του τουρισμού (εξαγωγές μέσα στη χώρα)
- Η ραγδαία συρρίκνωση του χρόνου ζωής των προϊόντων που από τα 25 χρόνια κατά μέσο όρο έχει φθάσει στον 1,5 μήνα μας καθοδηγεί στη δημιουργία καινοτόμων προϊόντων.
- Οι Έλληνες παραγωγοί πρέπει να στραφούν προς την παραγωγή προϊόντων με μεγάλη άυλη αξία.
- Μεγάλες δυνατότητες στις εξαγωγές όχι μόνο προϊόντων αλλά και υπηρεσιών όπως μεταφορές, τράπεζες, εκπαίδευση, logistics κλπ

### **5.6.1. ΤΙ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΚΑΝΕΙ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ:**

- Καλλιέργεια της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων
- Κινητοποίηση διπλωματικών υπηρεσιών για την προώθηση των οικονομικών συμφερόντων της χώρας
- Ίδρυση ιδιωτικών γραφείων προώθησης εξαγωγών με νοοτροπία μάρκετινγκ και αμοιβή ανάλογη με τα αποτελέσματα
- Μίμηση επιτυχημένων παραδειγμάτων άλλων μικρών χωρών που αποδείχθηκαν πρότυπα εξωστρέφειας, επιτυχούς διεθνοποίησης και εξαγωγικών επιδόσεων (Φινλανδία, Ιρλανδία, Νέα Ζηλανδία και Χιλή)
- Κοινά σημεία στις στρατηγικές αυτών των χωρών ήταν:
- Πάταξη της γραφειοκρατίας και της διαφθοράς
- Δημιουργία δομών ενίσχυσης/ επιβράβευσης της εξωστρέφειας και στήριξης των εξαγωγών
- Συστηματική εκπαίδευση ανθρώπινου δυναμικού
- Στενή συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού τομέα βασισμένη σε στόχους και στρατηγική
- Αποκρατικοποιήσεις
- Μείωση φορολογικών συντελεστών

## **5.7. ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΙ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ**

Συμπερασματικά, θα πρέπει να αναβαθμιστούν ουσιαστικά οι μηχανισμοί στήριξης και προγραμματισμού της εξαγωγικής προσπάθειας που διαθέτει σήμερα η Ελληνική Πολιτεία (Γραφεία Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων, ΟΠΕ, ΟΑΕΠ, ΕΛΚΕ, ΔΕΘ-ΗΕΛΕΧΡΟ, Εθνικό Συμβούλιο Εξαγωγών, κ.λ.π.) ώστε να στηρίζουν ενεργά και αποτελεσματικά την διεθνή δραστηριοποίηση των ελληνικών επιχειρήσεων, σε εξαγωγές προϊόντων και υπηρεσιών και επενδύσεις. (Πετκανόπουλος Τριαντάφυλλος, <http://www.e-telescope.gr> )

**ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ**  
**ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ**

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ**  
**Η ΕΝΤΑΞΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟ**  
**ΕΙΔΙΚΟ ΜΗΤΡΩΟ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ – Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ Ο.Α.Ε.Π.**  
**ΣΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ**

**1.1.ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΟΥ Ο.Α.Ε.Π.**

Η σημερινή συγκυρία στο διεθνές εμπόριο καθιστά την αύξηση της "εξωστρέφειας" δύσκολη υπόθεση, αφού επικρατεί σκληρός ανταγωνισμός όσον αφορά στις παρεχόμενες πιστωτικές διευκολύνσεις, ενώ παράλληλα υπάρχουν μεγάλοι κίνδυνοι μη πληρωμής, λόγω της οικονομικής και πολιτικής αστάθειας που επικρατεί σε συγκεκριμένες περιοχές που καλύπτει ασφαλιστικά ο Οργανισμός.

Ο Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων (Ο.Α.Ε.Π.) συστάθηκε με το Ν.1796/1988 (ΦΕΚ 152 Α/11-7-88), είναι αυτόνομος μη κερδοσκοπικός Οργανισμός με τη μορφή Ν.Π.Ι.Δ, διοικείται από εννεαμελές Διοικητικό Συμβούλιο, εποπτεύεται από το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών, ενώ το Εγγυοδοτικό του Κεφάλαιο ανέρχεται σήμερα σε 1,47 δις ευρώ (500 δις. Δρχ).

Ο ΟΑΕΠ ασφαλίζει, έναντι εμπορικών και πολιτικών κινδύνων μη πληρωμής, τις εξαγωγικές πιστώσεις που παρέχουν οι Έλληνες εξαγωγείς σε πελάτες του εξωτερικού για την πώληση προϊόντων, υπηρεσιών, ή ακόμα κατασκευής τεχνικών έργων. Ο ΟΑΕΠ ασφαλίζει επίσης, έναντι πολιτικών κινδύνων, τις επενδύσεις που πραγματοποιούν Έλληνες επιχειρηματίες στο εξωτερικό. Τέλος, ο Ο.Α.Ε.Π στηρίζει «έμμεσα» τη χρηματοδότηση της ελληνικής εξαγωγικής επιχείρησης μέσω της εκχώρησης του δικαιώματος αποζημίωσης της τελευταίας προς την Τράπεζα που την χρηματοδοτεί, σαν εγγύηση (collateral).

Με τις παραπάνω δραστηριότητές του, ο ΟΑΕΠ συμβάλει αποτελεσματικά στην αύξηση της "εξωστρέφειας" της Ελληνικής Οικονομίας. Τέλος, είναι ωφέλιμο για τους Έλληνες εξαγωγείς να έλθουν να ασφαλιστούν στον ΟΑΕΠ διότι είναι δικό τους συμφέρον, αλλά και για την προώθηση των ελληνικών εξαγωγών, γεγονός που



αποτελεί την πιο απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη της Ελληνικής Οικονομίας. (Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων, <http://www.oaep.gr> )

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ**

### **ΑΣΦΑΛΙΣΗ ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

#### **2.1. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ**

Η ασφάλιση των πιστώσεων έχει σαν αντικείμενο την κάλυψη του κινδύνου απώλειας της πίστωσης που έχει χορηγήσει μια επιχείρηση στους πελάτες της. Δεν καλύπτονται οι επί πιστώσει πωλήσεις σε φυσικά πρόσωπα, σε επιχειρήσεις του Δημοσίου Τομέα καθώς και σε συγγενείς επιχειρήσεις του ασφαλισμένου. Από την ασφαλιστική κάλυψη εξαιρούνται τα δικαστικά έξοδα, τόκοι υπερημερίας καθώς και οι συμβατικές ρήτρες, οι οποίες έχουν συμφωνηθεί. Στις ασφαλίσεις των εξαγωγών δεν καλύπτονται συναλλαγματικές διαφορές και η υποτίμηση.

Σήμερα οι συνθήκες του εμπορίου έχουν αλλάξει. Λόγω του ανταγωνισμού και των συνθηκών οι οποίες επικρατούν στην παγκόσμια αγορά, μικρό μέρος των εμπορικών συναλλαγών γίνεται με πληρωμή της αξίας των εμπορευμάτων μετρητοίς ή με ανέκκλητο πίστωση σε Τράπεζα. Το μεγαλύτερο μέρος γίνεται με πίστωση.

Η πίστωση πολλές φορές μπορεί να καλύπτεται με αξιόγραφα τα οποία όμως, εφ' όσον ο αγοραστής έχει πρόβλημα ρευστότητας, δεν έχουν κάποια ιδιαίτερη σημασία. Το ύψος των απλήρωτων επιταγών και συναλλαγματικών στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια αποδεικνύει ότι μικρή μόνο εξασφάλιση μπορούν να προσφέρουν. Η μέση διάρκεια πίστωσης συνεχώς αυξάνει τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Στην Ευρώπη έχει γίνει 3 μήνες και στην Ελλάδα 6 μήνες.

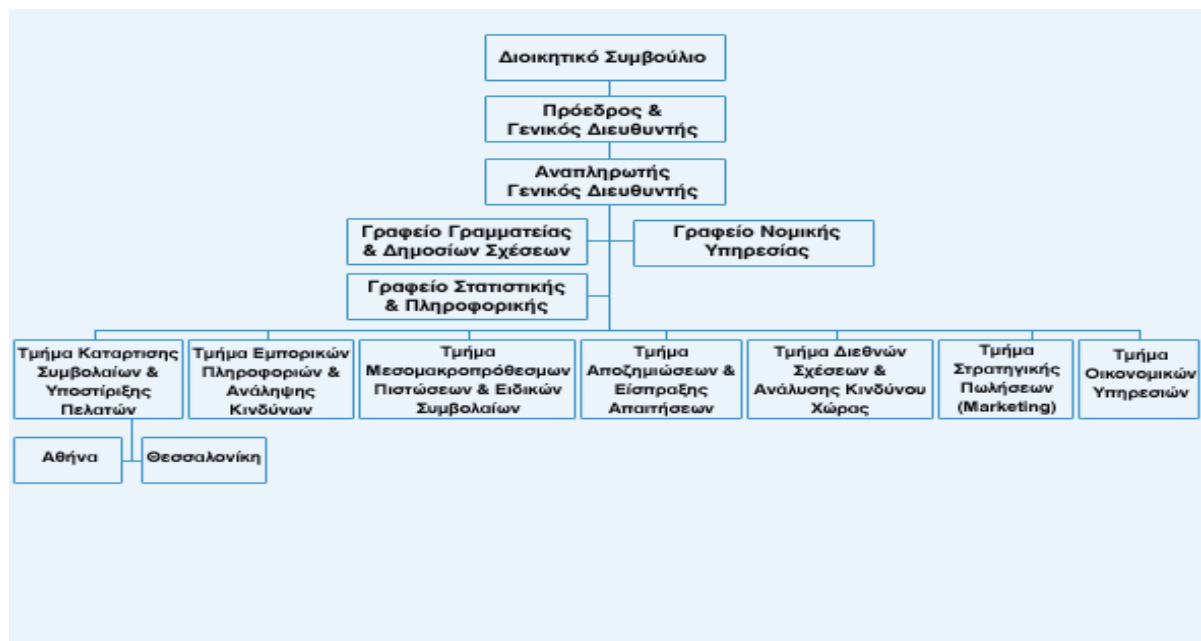
Βεβαία η διάρκεια πίστωσης δεν είναι ίδια σε όλους τους τομείς της βιομηχανίας και του εμπορίου. Όσο μεγαλύτερη είναι η διάρκεια πίστωσης τόσο μεγαλύτερος είναι ο κίνδυνος πληρωμής μιας εμπορικής συναλλαγής. Η μεγαλύτερη διάρκεια πίστωσης σημαίνει αυτόματα και μεγαλύτερο μέσο υπόλοιπο κατά τη διάρκεια του χρόνου. Για παράδειγμα, μια επιχείρηση, η οποία κάνει πωλήσεις με πίστωση 1.200.000 ευρώ το χρόνο ισομερώς κάθε μήνα με διάρκεια πίστωσης 1 μήνα. Ο πιστωτικός κίνδυνος κάθε χρονική στιγμή είναι 100.000 ευρώ. Αντίθετα αν πουλά με διάρκεια πίστωσης 6 μήνες ο πιστωτικός κίνδυνος είναι 600.000 ευρώ. (Άγνωστος, <http://www.ethniki-asfalistiki.gr/>)

## 2.2. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ

Σε όλο τον κόσμο υπάρχουν 50 περίπου εταιρίες, οι οποίες ασφαλίζουν τις επί πιστώσει πωλήσεις. Από αυτές το μεγαλύτερο ποσοστό είναι εταιρίες αποκλειστικά προσανατολισμένες προς αυτή την ασφάλιση. Υπάρχουν όμως και εταιρίες στις οποίες η Ασφάλιση Πιστώσεων είναι ένας από τους κλάδους που ασκούν. Οι εταιρίες αυτές δημιούργησαν μια ένωση, την ICIA (International Credit Insurance Association), με έδρα το Films της Ελβετίας. Η ΕΘΝΙΚΗ Ασφαλιστική είναι η μόνη Ελληνική εταιρία που είναι μέλος της ICIA, από το 1972.

Σκοπός της ICIA, πέραν της δημιουργίας, διασποράς και αξιολόγησης ασφαλιστικών προγραμμάτων πιστώσεων και της διοργάνωσης σεμιναρίων, είναι και η υποστήριξη ενός δικτύου μέσω του οποίου τα μέλη μπορούν να ανταλλάσσουν εμπορικές πληροφορίες. (Άγνωστος, <http://www.actuar.aegean.gr/>)

## 2.3. ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ Ο.Α.Ε.Π.



#### 2.4. ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΚΙΝΔΥΝΩΝ

Υπάρχουν δύο κατηγορίες κινδύνων:

Οι Εμπορικοί κίνδυνοι που διακρίνονται περαιτέρω σε κατασκευαστικούς κινδύνους, όταν προκαλείται ζημιά από ακύρωση παραγγελίας και σε κινδύνους λόγω μη πληρωμής της πίστωσης μόνο λόγω αφερεγγυότητας.

Οι Πολιτικοί κίνδυνοι είναι όταν η άρνηση πληρωμής οφείλεται σε πόλεμο ή ακόμα και σε απαγόρευση εξαγωγής συναλλάγματος, εθνικοποιήσεις. Επίσης, θεωρούνται οι πωλήσεις προς το Δημόσιο, Οργανισμούς Δημοσίου Δικαίου, Δήμους και Κοινότητες. Τέλος, οι πολιτικοί κίνδυνοι καλύπτονται από κρατικούς οργανισμούς ασφάλισης πιστώσεων. Στην Ελλάδα υπάρχει ο Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων (ΟΑΕΠ). (Άγνωστος, <http://www.actuar.aegean.gr/> )

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ**

### **ΚΑΛΥΠΤΟΜΕΝΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ**

#### **3.1. ΕΝΝΟΙΑ – ΕΚΤΑΣΗ**

Η Εθνική ασφαλίσει τη μη πληρωμή των επί πιστώσει πωλήσεων λόγω αφερεγγυότητας του πελάτη (οφειλέτη ασφαλισμένου). Επίσης, ασφαλίσει τη ζημία, η οποία θα προκληθεί στον ασφαλισμένο όταν, από την αποστολή του εμπορεύματος και μέχρι την ημέρα παράδοσής του στον πελάτη του, ο πελάτης (αγοραστής) βρεθεί σε δυσχερή οικονομική κατάσταση. Στην περίπτωση αυτή καλύπτονται τα έξοδα μεταφοράς, συσκευασίας καθώς και η διαφορά τιμής μεταξύ της συμφωνημένης (τιμολογημένης) και τιμής που τυχόν πολωθούν σε τρίτο μετά από συμφωνημένη γνώμη της Εθνικής.

Ο Ο.Α.Ε.Π. έχει την δυνατότητα ασφάλισης των ακόλουθων κινδύνων που προκύπτουν από:

- Αφερεγγυότητα, μπορεί να προκύπτει από Συναρμολόγηση από τον οφειλέτη εξώδικου συμβιβαστικού διακανονισμού με όλους τους πιστωτές του που έχει επιφέρει την παραίτηση όλων από μέρος του λαβείν των, από δικαστικό διακανονισμό. Επίσης, από κήρυξη του οφειλέτη σε κατάσταση πτώχευσης, αναγκαστική διαχείριση του οφειλέτη που κηρύσσεται από δικαστική ή διοικητική απόφαση, προς όφελος των πιστωτών του θέση του οφειλέτη σε λύση και εκκαθάριση που κηρύσσεται από δικαστική ή διοικητική αρχή εξαιτίας της αφερεγγυότητας αυτού ή έκθεση δικαστικού επιμελητή ή άλλου αρμόδιου οργάνου όπου να πιστοποιείται ότι ο οφειλέτης στερείται περιουσιακών στοιχείων προς κατάσχεση, οποιαδήποτε άλλη κατάσχεση του οφειλέτη, η οποία, σύμφωνα με το δίκαιο της χώρας του ισοδυναμεί με κάποια από τις παραπάνω περιπτώσεις.

- Υπερημερία, η οποία είναι καθυστέρηση του οφειλέτη για την πληρωμή των ασφαλισμένων πιστώσεων πέραν των 30 ή το πολύ 60 ημερών. Η υπερημερία προϋποθέτει:

A) Ληξιπρόθεσμη και απαιτητή παροχή εις χρήμα.

B) Όχληση,

Γ) Καθυστέρηση της πληρωμής κατά παράβαση των συμβατικών υποχρεώσεων του οφειλέτη.

Δ) Ακύρωση της άδειας εισαγωγής από ενέργεια των κρατικών αρχών της χώρας εισαγωγής. Η ακύρωση της άδειας εισαγωγής προϋποθέτει ότι κατά την ημερομηνία της ασφάλισης υπήρχαν σχετικές άδειες εισαγωγής ή ελευθερία εισαγωγής και ο αγοραστής από ενέργειες των κρατικών οργάνων της χώρας προορισμού που ακυρώνουν την άδεια εισαγωγής δεν μπορεί να παραλάβει το εμπόρευμα κατά την άφιξη.

Ε) Αυθαίρετη καταγγελία, τροποποίηση ή μη εκπλήρωση της σύμβασης από τον αγοραστή, και εφόσον υπάρχει εγγυητής.

Η μη εκτέλεση της σύμβασης από τον αγοραστή καθώς και η καταγγελία ή έμπρακτη τροποποίηση της σύμβασης πρέπει να είναι αυθαίρετες, δηλαδή χωρίς να υπάρχει νόμιμη αιτία και να εκδηλωθούν μετά την αποστολή του εμπορεύματος.

Η ασφάλιση καλύπτει την περίπτωση όπου ο αγοραστής δεν παραλαμβάνει τα προϊόντα κατά την άφιξη στη χώρα προορισμού εξ αιτίας αυθαίρετης άρνησης παραλαβής.

ΣΤ) Απαγόρευση μεταφοράς συναλλάγματος

Η απαγόρευση μεταφοράς συναλλάγματος προϋποθέτει ότι έχει καταβληθεί κατά τι ληξιπρόθεσμο από τον αλλοδαπό οφειλέτη η ασφαλισμένη πίστωση στο εγχώριο νόμισμα και λόγω μεταβολής της νομοθεσίας ή ενεργειών της Κεντρικής Τράπεζας ή άλλης Αρχής της χώρας του αλλοδαπού οφειλέτη, καθυστερείται πέρα των έξι (6) μηνών η μεταφορά του συναλλάγματος, στο οποίο είναι εκφρασμένη η ασφαλισμένη πίστωση.

Ζ) Επιβολή δικαιοστασίου στη χώρα προορισμού των αγαθών.

Το δικαιοστασίον, εκτός των άλλων, αναστέλλει ορισμένες προθεσμίες και συνεπώς εμποδίζει την εμπρόθεσμη εξόφληση των ασφαλισμένων πιστώσεων.

Η) Αναγκαία εκ των υστέρων αλλαγή συγκοινωνιακού μέσου ή της πορείας του κατά τη μεταφορά των εμπορευμάτων.

Η έννοια είναι ότι λόγω γεγονότων ανωτέρας βίας, καθίσταται αναγκαία εκ των υστέρων κατά τη μεταφορά των εμπορευμάτων, η αλλαγή του μεταφορικού μέσου ή της πορείας του εκ του λόγου αυτού δεν καθίσταται δυνατή η εμπρόθεσμη παράδοση των προϊόντων στη χώρα προορισμού και ο αγοραστής δεν παραλαμβάνει το προϊόν.

Θ) Εθνικοποίηση, δήμευση, απαλλοτριώση των εξαχθέντων προϊόντων που πραγματοποιούνται με πράξεις ή ενέργειες των αλλοδαπών αρχών στη χώρα προορισμού την μη εξόφληση των ασφαλισμένων πιστώσεων. Οι ανωτέρω ζημιογόνες πράξεις ή ενέργειες πρέπει να αποδεικνύονται με επίσημα δημόσια έγγραφα.

Ι) Πόλεμος, ταραχές

Κηρυγμένος ή ακήρυχτος πόλεμος, εχθροπραξίες από εθνικές ή διεθνείς στρατιωτικές δυνάμεις, εμφύλιος πόλεμος, επανάσταση και πολιτική ταραχή που πραγματοποιούνται στην Ελλάδα ή και στη χώρα προορισμού των εξαγωγών και προκαλούν την μη εξόφληση των ασφαλισμένων πιστώσεων ή την μη παραλαβή των προϊόντων.

Η έννοια είναι ότι ασφαλισμένος αποδεδειγμένα δεν εξετέλεσε ολικά ή μερικά τη σύμβαση εξαγωγής ή πραγματοποίησε αυτή ολικά ή μερικά εκπρόθεσμα και επιβαρύνθηκε με απρόβλεπτες δαπάνες λόγω πολέμου εξωτερικού, κηρυχθέντος ή όχι, εμφύλιου, εχθροπραξιών, εσωτερικών ταραχών, τρομοκρατικών ενεργειών, στάσεων, επαναστάσεων, επιτάξεως του εμπορεύματος υπό των Αρχών, στρατιωτικού νόμου ή απεργιών και ανταπεργιών, σεισμών, πλημμύρων ή θεομηνιών, τα οποία συμβαίνουν στη χώρα εισαγωγής ή εξαγωγής μετά από φόρτωση ή όταν ο αγοραστής, λόγω των γεγονότων αυτών, δεν μπορεί να παραλάβει το εμπόρευμα ή δεν μπορεί να εκπληρώσει τις υποχρεώσεις του από τη σύμβαση.

Σε περίπτωση που υπάρχει Ασφαλιστήριο Μεταφοράς, την ύπαρξη του οποίου με ποινή έκπτωσης από τα δικαιώματα του οφείλει να δηλώσει ο ασφαλισμένος στον ΟΑΕΠ, το οποίο ασφαρίζει τα παραπάνω γεγονότα ανωτέρας βίας κατά τη μεταφορά, δεν καλύπτονται τα γεγονότα αυτά από την ασφάλιση του ΟΑΕΠ για το χρονικό διάστημα που ορίζεται στο αντίστοιχο Ασφαλιστήριο. (Άγνωστος, <http://www.credit-insurance.gr>)

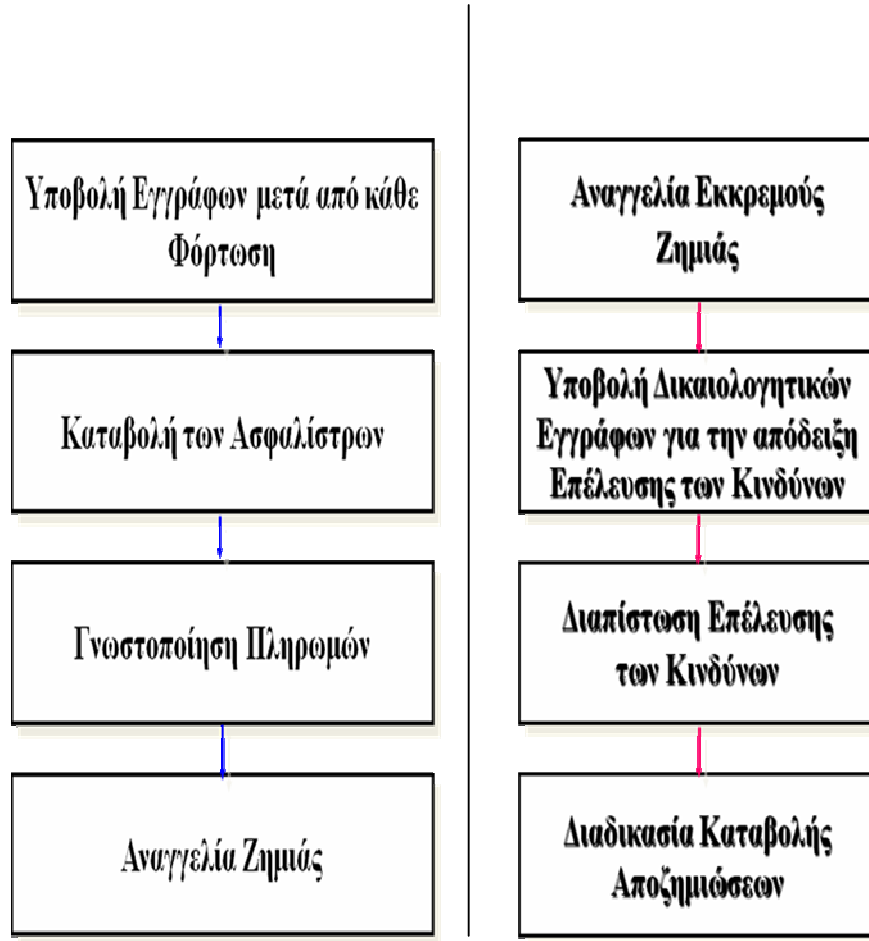
### **3.2. ΠΙΣΤΩΤΙΚΟΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ**

Με βάση την υπ' αριθ. 1997/C 281/03/17.9.1997 Ανακοίνωση της Commission, όπως τροποποιήθηκε με τις Ανακοινώσεις υπ' αριθ. 2001/C 217/02 και 2005/C 325/11, οι πιστωτικοί κίνδυνοι διακρίνονται σε «εμπορεύσιμους» και «μη εμπορεύσιμους».

Οι «Εμπορεύσιμοι Κίνδυνοι» είναι οι εμπορικοί και πολιτικοί κίνδυνοι που συνδέονται με βραχυπρόθεσμες εξαγωγικές πιστώσεις οι οποίες παρέχονται σε αγοραστές χωρών-μελών ΟΟΣΑ. Οι Ιδιωτικές Εταιρίες Ασφάλισης Πιστώσεων που λειτουργούν στην Ελλάδα καλύπτουν μόνο «εμπορεύσιμους» κινδύνους.

Οι « Μη Εμπορεύσιμοι Κίνδυνοι» είναι οι εμπορικοί και πολιτικοί κίνδυνοι που συνδέονται με βραχυπρόθεσμες εξαγωγικές πιστώσεις που παρέχονται σε αγοραστές χωρών εκτός ΟΟΣΑ. Επίσης, είναι αυτοί που συνδέονται με βραχυπρόθεσμες εξαγωγικές πιστώσεις που παρέχονται σε αγοραστές χωρών ΟΟΣΑ, υπό την προϋπόθεση ότι οι ασφαλιζόμενοι εξαγωγείς έχουν ετήσιο εξαγωγικό τζίρο κάτω από €2.000.000. Τέλος, μπορεί να είναι οι εμπορικοί και πολιτικοί κίνδυνοι που συνδέονται με μεσο-μακροπρόθεσμες εξαγωγικές πιστώσεις που παρέχονται σε αγοραστές οποιασδήποτε χώρας.





## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ**

### **ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ-ΚΑΛΥΨΕΙΣ**

#### **4.1. ΓΕΝΙΚΑ**

Η ασφάλιση των επί πιστώσει πωλήσεων γίνεται με συμβόλαια τα οποία καλύπτουν συνολικά τις επί πιστώσει πωλήσεις των επιχειρήσεων στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό και στα δύο μαζί. Οι επιχειρήσεις μπορούν να επιλέξουν μεταξύ δύο προγραμμάτων:

A) Απόδειξη της αφερεγγυότητας του αγοραστή από τον ίδιο τον ασφαλισμένο.

Επέλευση του ασφαλιστικού κινδύνου έχουμε όταν υπάρχει απόφαση του αρμόδιου Δικαστηρίου με την οποία ο οφειλέτης κηρύσσεται σε κατάσταση πτωχεύσεως, σε περίπτωση που γίνει δικαστικός συμβιβασμός, ή όταν γίνει εξώδικος ή δικαστικός συμβιβασμός με όλους τους πιστωτές. Την ευθύνη της απόδειξης των πιο πάνω περιπτώσεων έχει ο ασφαλισμένος.

B) Πρόγραμμα καθυστέρησης πληρωμής λόγω αφερεγγυότητας

Βασικό πλεονέκτημα αυτού συμβολαίου είναι ότι ο ασφαλισμένος αποζημιώνεται σε ορισμένο χρονικό διάστημα και τη διεκδίκηση αναλαμβάνει η Εθνική. Ο ασφαλισμένος σε αυτό το πρόγραμμα έχει την υποχρέωση να εκδώσει διαταγή πληρωμής από το αρμόδιο Δικαστήριο, με την οποία θα καταδικάζεται ο αγοραστής στην πληρωμή του οφειλομένου ποσού. Εάν πρόκειται για εξαγωγές θα πρέπει να εκδώσει ισοδύναμη δικαστική απόφαση από το αρμόδιο Δικαστήριο της χώρας της εξαγωγής. Ειδικά στις εξαγωγές υπάρχουν προγράμματα όπου ο εξαγωγέας δεν υποχρεούται να προβεί σε καμία δικαστική ενέργεια κατά του πελάτη του, παρά μόνο να ενημερώνει την Εθνική για την μη πληρωμή της απαίτησης προσκομίζοντας τα έγγραφα που αποδεικνύουν την απαίτηση.

Η αποζημίωση καταβάλλεται 6 μήνες μετά από την αναγγελία ότι μια απαίτηση δεν πληρώθηκε (αναγγελία ζημίας) με τις προϋποθέσεις που περιγράφονται στην παραπάνω παράγραφο. Ο ασφαλισμένος συμμετέχει πάντοτε στον κίνδυνο. Το ποσοστό συμμετοχής καθορίζεται από το συμβόλαιο.

Επισημαίνουμε ότι η ασφάλιση δεν καλύπτει την εμπορική διαφορά (κακή εκτέλεση παραγγελίας, κακή ποιότητα εμπορεύματος). Σε αυτήν την περίπτωση

πρέπει ο ασφαλισμένος να δικαιωθεί δικαστικά. Όμως και εδώ ο ρόλος της Εθνικής είναι σημαντικός. Έχει την δύναμη να πιέσει τον αγοραστή για μια συμφωνία συμφέρουσα για τον ασφαλισμένο. Υπάρχουν ειδικά προγράμματα για επιχειρήσεις με μεγάλο αριθμό μικρών πελατών ή για ασφάλιση μικρών επιχειρήσεων. (Άγνωστος, <http://www.ethniki-asfalistiki.gr/>)

## 4.2. ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΦΑΛΙΣΗ

Ο υποψήφιος πελάτης (επιχείρηση) συμπληρώνει την αίτηση του κλάδου και την υπογράφει προκειμένου να του υποβληθεί προσφορά ασφάλισης όπου θα αναφέρονται οι όροι, το κόστος και υπόδειγμα συμβολαίου.

Τα στοιχεία τα οποία ζητούνται είναι:

α) Πλήρη επωνυμία, Α.Φ.Μ. ΔΟΥ της επιχείρησης.

β) Είδος εργασιών.

γ) Ποιες πωλήσεις ζητά να ασφαλίσει (Ελλάδα-Εξωτερικό).

δ) Η διάρκεια πίστωσης που χορηγεί και σε τι ποσοστά επί των συνολικών ετήσιων πωλήσεων στους πελάτες της.

ε) Το ύψος πιστώσεων σε δεδομένες κλίμακες.

στ) Ο ετήσιος κύκλος εργασιών της τελευταίας τριετίας.

ζ) Ζημίες τελευταίας τριετίας (επισφάλειες)

η) Σημαντικότεροι πελάτες.

Τα παραπάνω στοιχεία καθορίζουν το ασφάλιστρο, διότι ο κλάδος παραγωγικής δραστηριότητας στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση δίνει μια πρώτη αίσθηση για την ποιότητα των κινδύνων. Κλάδοι της βιομηχανίας και του εμπορίου οι οποίοι βρίσκονται σε κρίση ή σε έντονες συνθήκες ανταγωνισμού είναι υψηλής επικινδυνότητας. Αν πρόκειται για ασφάλιση επί πιστώσει πωλήσεων στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό, εξειδικεύεται ακόμα περισσότερο το περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση. Επίσης, η διάρκεια πίστωσης δίνει την συσσώρευση κινδύνου που έχουμε κάθε χρονική στιγμή, το ύψος των πιστώσεων κατά ομάδες αγοραστών δίνει τη κατανομή του κλάδου και η ύπαρξη λίγων αγοραστών με υψηλά όρια πίστωσης είναι κίνδυνοι υψηλού ρίσκου. Επιπρόσθετα, οι επισφάλειες σε σύγκριση με τον ετήσιο κύκλο εργασιών δείχνουν το βαθμό επικινδυνότητας του κλάδου, αλλά και την πιστωτική ποιότητα που ακολουθεί ο

υποψήφιος πελάτης και η αναφορά των κυριότερων πελατών στην Ελλάδα είναι ακόμη ένα στοιχείο για τον κίνδυνο τον οποίο θα αναλάβει η Εθνική. Για τις εξαγωγές σημαντικό ρόλο διαδραματίζει εκτός από την οικονομική κατάσταση των αγοραστών και η χώρα.

Σταθμίζοντας όλα τα παραπάνω συντάσσεται και αποστέλλεται προσφορά στον υποψήφιο πελάτη. Εφόσον γίνει αποδεκτή προσφορά, εκδίδεται συμβόλαιο, το οποίο θα πρέπει πλέον να υπογράψει ο Ασφαλισμένος, αποστέλλοντας στην Εθνική το πλήρες πελατολόγιο με τα ζητούμενα όρια πίστωσης. Η Εθνική εγκρίνει εγγράφως όρια πίστωσης για κάθε ένα αγοραστή ξεχωριστά και είναι υπεύθυνη μέχρι του ποσού αυτού. Όριο πίστωσης θεωρείται το ποσό της ανώτατης πραγματικής οφειλής του αγοραστή και όχι το υπόλοιπο του λογαριασμού του, αφού σε αυτό θα πρέπει να προστεθούν και τα ανείσπρακτα αξιόγραφα. Δεν παρεμβαίνει όμως στην εμπορική πολιτική των επιχειρήσεων, οι οποίες έχουν δικαίωμα να πραγματοποιηθούν πωλήσεις πάνω από το όριο πίστωσης.

Δεν παρεμβαίνει όμως στην εμπορική πολιτική των επιχειρήσεων, οι οποίες έχουν δικαίωμα να πραγματοποιηθούν πωλήσεων πάνω από το όριο πίστωσης. Για την έγκριση των ορίων πίστωσης λαμβάνονται υπόψη ο τομέας στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση και τα οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης.

Στην περίπτωση των εταιριών, το ασφάλιστρο είναι της τάξης του 1%. Οι ασφαλιστικές εταιρίες έχουν ως στόχο τον ακριβή προσδιορισμό των ορίων πίστωσης του αγοραστή - οφειλέτη για αυτόν τον λόγο δημοσιεύσουν ισολογισμούς γίνεται σύγκριση των χρηματοοικονομικών δεικτών της επιχείρησης με τους μέσους δείκτες του κλάδου. Εξετάζεται επίσης η πορεία των οικονομικών μεγεθών της την τελευταία τριετία τουλάχιστον δηλαδή τα δυσμενή οικονομικά στοιχεία, η παλαιότητα της επιχείρησης, περιουσιακά στοιχεία (ειδικά για τις Προσωπικές επιχειρήσεις), ο αριθμός προσωπικού και η γεωγραφική περιοχή. ([www.ethniki-asfalistiki.gr](http://www.ethniki-asfalistiki.gr))

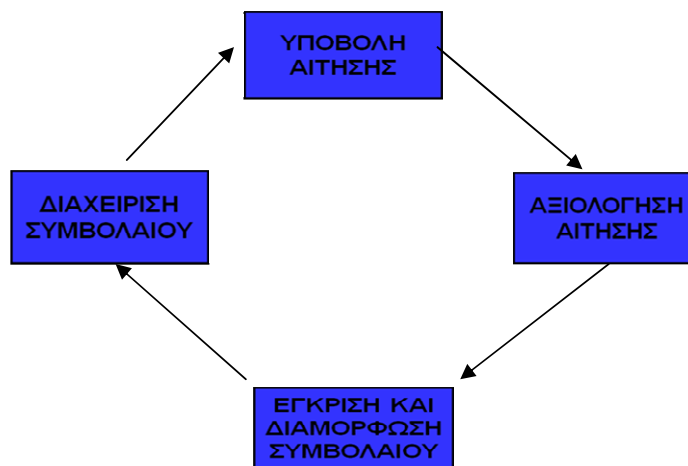
Για τους αγοραστές εξωτερικού η Εθνική έχει προχωρήσει σε συνεργασία με την Γαλλική εταιρία ασφάλισης πιστώσεων Coface, έχοντας On line πρόσβαση σε μια βάση δεδομένων 35 εκατομμυρίων επιχειρήσεων σε όλο τον κόσμο αλλά και δικτύου διεκδίκησης απαιτήσεων σε όλο τον κόσμο. Αυτό της δίνει την δυνατότητα να απαντάει ταχύτατα στους ασφαλισμένους της για την πιστοληπτική ικανότητα των αγοραστών τους (παλαιών και νέων).

Σε όλη την διάρκεια της ασφάλισης η Εθνική παρακολουθεί την πορεία των αγοραστών (μεταβολή οικονομικής κατάστασης, δυσμενή) και ενημερώνει τους ασφαλισμένους. Εάν επιδεινωθεί η οικονομική κατάσταση ενός αγοραστή μειώνει ή μηδενίζει το όριο πίστωσης προφυλάσσοντας τον ασφαλισμένο της.

Στο τέλος κάθε μήνα ο ασφαλιζόμενος αποστέλλει κατάσταση με τις πωλήσεις κατά αγοραστή. Στην ασφάλιση των εξαγωγών τα ασφάλιστρα υπολογίζονται την αξία των τιμολογίων είτε την ημερομηνία έκδοσής των, είτε με την τιμή fixing της τελευταίας μέρας του μηνός. Η αποζημίωση καταβάλλεται σε Ευρώ με την ίδια ισοτιμία. Ο ασφαλιζόμενος όταν μια πίστωση δεν εξοφληθεί, πρέπει να μας ενημερώνει δηλώνοντας ζημία και να προχωρήσει σε ενέργειες ανάλογα με το πρόγραμμα ασφάλισης που έχει επιλέξει. Μετά την επέλευση του ασφαλιστικού κινδύνου η Εθνική καταβάλει την αποζημίωση, αφού αφαιρεθεί το ποσοστό συμμετοχής του ασφαλισμένου στον κίνδυνο. Δηλαδή αν σε σύνολο ζημιάς 10.000 Ευρώ ο ασφαλισμένος έχει συμμετοχή 20% η αποζημίωση που θα του καταβληθεί είναι 8.000 Ευρώ.

Μετά την καταβολή της αποζημίωσης η Εθνική υποκαθίσταται στα δικαιώματα του ασφαλισμένου και μέσω συνεργαζομένων δικηγόρων συνεχίζει με εξώδικες και δικαστικές ενέργειες προκειμένου να επανεισπράξει την απαίτηση. Σε περίπτωση επανείσπραξης, αφού αφαιρεθούν τα έξοδα, το εισπραχθέν ποσό κατανέμεται αναλογικά μεταξύ της Εθνικής και του ασφαλισμένου. (Άγνωστος, <http://www.ethniki-asfalistiki.gr> )

#### Διαδικασία Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων



### **4.3. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙ ΠΙΣΤΩΣΕΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ**

Η ασφάλιση των επί πιστώσει πωλήσεων πρώτον, βοηθά τις επιχειρήσεις στον καλύτερο έλεγχο των πελατών τους. Η εθνική, έχοντας εμπειρία πολλών ετών, μελετά τα οικονομικά στοιχεία των επιχειρήσεων αντικειμενικά, διότι δεν υπάρχει η προσωπική επαφή όπως συνήθως συμβαίνει μεταξύ των πελατών με τους προμηθευτές τους. Λαμβάνει υπόψη παράγοντες, οι οποίοι επηρεάζουν την βιωσιμότητα των επιχειρήσεων, όπως το μακρο-μικροοικονομικό περιβάλλον, ο τομέας παραγωγικής δραστηριότητας και οι τάσεις του μέσα από κλαδικές μελέτες και προβλέψεις των χρηματοπιστωτικών οργανισμών. Δεύτερον, ενημερώνει τις επιχειρήσεις για την μεταβολή της οικονομικής κατάστασης των πελατών τους. Τρίτον, τους δίνει τη δυνατότητα να αλλάξουν τον τρόπο πληρωμής (από μετρητοίς σε επί πιστώσει) προκειμένου να αυξήσουν τις πωλήσεις τους στους υπάρχοντες πελάτες. Τέταρτον, η ασφάλιση των πιστώσεων προστατεύει τις επιχειρήσεις όχι από τους κακούς τους πελάτες, τους οποίους γνωρίζουν και λαμβάνουν πρόσθετες εξασφαλίσεις, αλλά από πελάτες, οι οποίοι, για λόγους ανεξάρτητους της θέλησής τους, παρουσιάζουν οικονομικά προβλήματα με αποτελέσματα να αδυνατούν να είναι συνεπείς στις υποχρεώσεις τους (μεγάλες επισφάλειες, μείωση της ζήτησης λόγω εξωτερικών απρόβλεπτων παραγόντων, κ.τ.λ.). Πέμπτον, ειδικά για τις εξαγωγικές επιχειρήσεις, των οποίων οι πελάτες βρίσκονται εκτός Ελλάδος, η ασφαλιστική εταιρία έχει τη δυνατότητα να διεκδικήσει για λογαριασμό τους τη μη πληρωμή των συναλλαγών τους. Έκτον, ασφάλιση πιστώσεων προσφέρει δυνατότητα χρηματοδότησης από τις τράπεζες με καλύτερους όρους, διότι σε ενδεχόμενη μη πληρωμή η ασφαλιστική εταιρία θα καταλάβει την αποζημίωση και δεν θα δημιουργηθεί πρόβλημα ρευστότητας. (Άγνωστος, <http://www.ethniki-afalistiki.gr/> )

#### 4.4. ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΣΙΤΩΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΪΟΝΤΑ

Σύμφωνα με κανόνες της Ε.Ε. και του Ο.Ο.Σ.Α., αλλά και τη Διεθνή Πρακτική, οι Βραχυπρόθεσμες Εξαγωγικές Πιστώσεις έχουν μέγιστη διάρκεια μέχρι 2 έτη, οι Μεσοπρόθεσμες 2-5 έτη, και οι Μακροπρόθεσμες άνω των 5 ετών. Οι πιστώσεις με διάρκεια άνω των 2 ετών ονομάζονται «μεσο-μακροπρόθεσμες».

Σύμφωνα με κανόνες της BERNE UNION (Διεθνής Ένωση Ασφαλιστών Πιστώσεων & Επενδύσεων), οι οποίοι εφαρμόζονται από όλα τα Κράτη Μέλη του Ο.Ο.Σ.Α. και όχι μόνο, για τη μέγιστη διάρκεια των ασφαλιζόμενων εξαγωγικών πιστώσεων, ισχύουν τα εξής:

Καταναλωτικά και Πρώτες Ύλες	180 ημέρες
Ενδιάμεσα και Διαρκή Καταναλωτικά Αγαθά	Μέχρι 2 έτη
Κεφαλαιουχικά Αγαθά	2-5 έτη
Projects «με το κλειδί στο χέρι»	Άνω των 5 ετών

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ**

### **ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ**

#### **5.1. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ**

Τα προγράμματα ασφάλισης είναι:

- A) Πρόγραμμα Ασφάλισης Βραχυπρόθεσμων Εξαγωγικών Πιστώσεων
  - B) Πρόγραμμα Ασφάλισης Μεσο-μακροπρόθεσμων Εξαγωγικών Πιστώσεων (για εξαγωγές προϊόντων ή κατασκευή τεχνικών έργων στο εξωτερικό)
    - Πρόγραμμα Ασφάλισης «Πίστωσης Προμηθευτή» (Supplier's Credit)
    - Πρόγραμμα Ασφάλισης «Πίστωσης στον Αγοραστή» (Buyer's Credit)
  - Γ) Πρόγραμμα Ασφάλισης Επενδύσεων του Εξωτερικού
- (Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων, <http://www.oeep.gr>)

#### **5.2. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ**

Η ασφάλιση των βραχυπρόθεσμων εξαγωγικών πιστώσεων (διάρκειας μέχρι 12 μηνών) έναντι εμπορικών και πολιτικών κινδύνων μη πληρωμής, αποτελεί το βασικότερο έργο που μέχρι σήμερα επιτελεί ο ΟΑΕΠ. Εννοείται φυσικά, ότι η ασφάλιση μπορεί να καλύπτει εξαγωγές όχι μόνο αγαθών, αλλά και υπηρεσιών.

Στο άρθρο 3 του ιδρυτικού νόμου του ΟΑΕΠ (Ν.1796/88) περιγράφονται οι καλυπτόμενοι κίνδυνοι, οι οποίοι μπορεί να είναι εμπορικοί, πολιτικοί και καταστροφικοί. Οι κυριότεροι εμπορικοί κίνδυνοι μη πληρωμής είναι η πτώχευση, ή υπερημερία του ξένου αγοραστή-οφειλέτη, οι κυριότεροι πολιτικοί κίνδυνοι είναι ο πόλεμος, η απαγόρευση μεταφοράς συναλλάγματος, η κήρυξη δικαιοστασίου, η ακύρωση της άδειας εισαγωγής, ενώ οι καταστροφικοί κίνδυνοι είναι ο σεισμός, οι θεομηνίες.

Τα Προγράμματα Ασφάλισης Βραχυπρόθεσμων Εξαγωγικών Πιστώσεων που προσφέρει ο ΟΑΕΠ είναι δύο: «Μεμονωμένων Φορτώσεων» και «Καθολικής Ασφάλισης Εξαγωγών GLOBAL». Το Πρόγραμμα «Μεμονωμένων Φορτώσεων» αφορά ασφάλιση συγκεκριμένων φορτώσεων με προορισμό συγκεκριμένο πελάτη ή πελάτες, σε συγκεκριμένη χώρα ή χώρες, ενώ το Πρόγραμμα «GLOBAL» προσφέρεται με συμβόλαιο ασφάλισης ετήσιας διάρκειας και αφορά όλες



ανεξαιρέτως τις φορτώσεις που πραγματοποιεί ο ασφαλισμένος εξαγωγέας μέσα στο χρόνο, προς όλους τους πελάτες του, προς όλες τις χώρες που αυτοί βρίσκονται. Εννοείται φυσικά, ότι τα ασφάλιστρα για το Πρόγραμμα «GLOBAL» καθορίζονται σε πολύ πιο χαμηλά επίπεδα (50%) από εκείνα των «Μεμονωμένων Φορτώσεων», ενώ ο ασφαλισμένος εξαγωγέας υποχρεούται να υποβάλει στον ΟΑΕΠ όλα τα τιμολόγια του (για όλες τις φορτώσεις), εκτός από αυτά με τρόπο διακανονισμού Cash Against Documents (CAD) και Irrevocable Letter of Credit (ILC).

Η διαδικασία ασφάλισης είναι πολύ απλή και σύντομη. Ο ενδιαφερόμενος εξαγωγέας συμπληρώνει το ειδικό έντυπο της αίτησης, το οποίο μαζί με την απόδειξη κατάθεσης των εξόδων πληροφοριών μπορεί να υποβάλει στον ΟΑΕΠ αυτοπροσώπως, ή να τα στείλει ταχυδρομικά, ή ακόμα και με fax, όπως συμβαίνει σήμερα για το 95% και πλέον των αιτήσεων που φτάνουν στον ΟΑΕΠ. Στη συνέχεια, η αρμόδια Υπηρεσία εξετάζει τα στοιχεία της αίτησης και συντάσσει σχετικό Εισηγητικό Σημείωμα το οποίο υποβάλλεται για έγκριση στο Δ.Σ. Συνήθως, η απάντηση του ΟΑΕΠ δεν ξεπερνάει τις 5-6 ημέρες (όσος χρόνος δηλ. χρειάζεται για να συγκεντρωθούν από το εξωτερικό και να αξιολογηθούν από τον ΟΑΕΠ οι εμπορικές πληροφορίες για τον συγκεκριμένο ξένο αγοραστή), εκτός αν πρόκειται για χώρα της Ανατ. Ευρώπης, οπότε ο χρόνος μπορεί να είναι και διπλάσιος του παραπάνω. Σε περίπτωση που οι παραπάνω πληροφορίες είναι θετικές, ο ΟΑΕΠ ανακοινώνει στον εξαγωγέα τους "όρους ασφάλισης", και εφόσον αυτός τους αποδέχεται, συντάσσεται εις διπλούν το Ασφαλιστήριο Συμβόλαιο και υπογράφεται από τα δύο μέρη.

Στο σημείο αυτό κρίνεται σκόπιμο να διευκρινιστούν οι βασικοί όροι ασφάλισης που είναι τρεις: (1) το ποσοστό κάλυψης της φορτωθείσας τιμολογιακής αξίας, (2) το πιστωτικό όριο για κάθε συγκεκριμένο ξένο αγοραστή, και (3) το ασφάλιστρο (δηλ. η προμήθεια του ΟΑΕΠ).

1. Ποσοστό Κάλυψης: Σύμφωνα με το άρθρο 5 του ιδρυτικού νόμου του ΟΑΕΠ (Ν.1796/88), ο Οργανισμός μπορεί να καλύπτει μέχρι το 95% της ασφαλισμένης φορτωθείσας αξίας. Σε ορισμένες περιπτώσεις ο Οργανισμός δεν εφαρμόζει πάντοτε το παραπάνω μέγιστο ποσοστό, αλλά συνήθως παρέχει κάλυψη που κυμαίνεται μεταξύ 70% και 95%. Επίσης, σε Ασφαλιστήρια Συμβόλαια GLOBAL για χώρες ΟΟΣΑ το παρεχόμενο ποσοστό κάλυψης είναι συνήθως 85%. Φυσικά, το κατά περίπτωση καθοριζόμενο από τον ΟΑΕΠ ποσοστό κάλυψης εξαρτάται από την

πιστοληπτική ικανότητα του ξένου αγοραστή και την οικονομική και πολιτική κατάσταση της χώρας προορισμού. Για το λόγο αυτό, στο ίδιο Ασφαλιστήριο Συμβόλαιο όπου καλύπτονται εμπορικοί και πολιτικοί κίνδυνοι, διαφοροποιούνται τα ποσοστά κάλυψης για κάθε μία από τις παραπάνω δύο κατηγορίες κινδύνων. Το ύψος της ασφαλιστικής κάλυψης υπολογίζεται σαν ποσοστό επί της αξίας των τιμολογίων και μέχρι του πιστωτικού ορίου αυτών. Είναι η αποζημίωση που θα απαιτήσει ο εξαγωγέας σε περίπτωση ληξιπρόθεσμων τιμολογίων (φορτώσεων). (Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων, <http://www.oaep.gr>)

2. Πιστωτικό Όριο: Για κάθε ξένο αγοραστή υπολογίζεται ένα μέγιστο ποσό (όριο) μέχρι του οποίου ο ασφαλισμένος εξαγωγέας μπορεί να παρέχει πιστώσεις ανά πάσα χρονική στιγμή. Θα πρέπει να τονιστεί, ότι το πιστωτικό όριο είναι ανακυκλούμενο (revolving) δηλαδή επανέρχεται με τις πληρωμές των φορτώσεων. Επίσης, μειώνεται με κάθε φόρτωση που πραγματοποιείται προς το συγκεκριμένο αγοραστή και παύει να ισχύει για όσο χρονικό διάστημα υπάρχει ληξιπρόθεσμη απαίτηση. Τέλος, το πιστωτικό όριο αντιπροσωπεύει την πιστοληπτική ικανότητα του αγοραστή.

3. Ασφάλιστρο: Το ύψος του ασφαλίστρου καθορίζεται κατά περίπτωση και υπολογίζεται σαν ποσοστό επί της φορτωθείσας αξίας του τιμολογίου. Καθορίζεται από συγκεκριμένες παραμέτρους όπως τον αριθμό των καλυπτόμενων κινδύνων, (τον τρόπο διακανονισμού, την φερεγγυότητα του ξένου αγοραστή), πληρώνεται συνολικά, εάν υπάρξει μία μόνο φόρτωση είτε τμηματικά ανά μήνα για τις περιπτώσεις πολλαπλών φορτώσεων. Τα επίπεδα των ασφαλίστρων για τα συμβόλαια Global είναι αρκετά χαμηλότερα από εκείνα των Συμβολαίων που αφορούν Μεμονωμένες Φορτώσεις. Το ασφάλιστρο εξαρτάται βασικά από τον αριθμό των εμπορικών και πολιτικών κινδύνων μη πληρωμής έναντι των οποίων ζητά να καλυφθεί ο εξαγωγέας, με ταυτόχρονη συνεκτίμηση διαφόρων παραμέτρων, όπως π.χ. το είδος του εξαγόμενου προϊόντος, η φερεγγυότητα του ξένου αγοραστή, ο τρόπος διακανονισμού της πληρωμής, η οικονομική και πολιτική κατάσταση της χώρας προορισμού, κλπ

Αυτό που θα πρέπει να τονίσουμε εδώ, είναι ότι ο εξαγωγέας, μετά από σχετική έγκριση του ΟΑΕΠ, μπορεί να εκχωρήσει τα δικαιώματά του για αποζημίωση (όπως προκύπτουν από το Ασφαλιστήριο Συμβόλαιο) στην Τράπεζα με την οποία συνεργάζεται, σαν εγγύηση (collateral) για χρηματοδότησή του. Εννοείται φυσικά, ότι παρόμοια με την παραπάνω εκχώρηση μπορεί να κάνει ο ασφαλισμένος εξαγωγέας και σε τρίτο, όπως π.χ. σε άλλο επιχειρηματία-προμηθευτή του, κλπ.

Τέλος, **η διαδικασία αποζημίωσης** που εφαρμόζεται σε περίπτωση επέλευσης ενός από τους ασφαλισμένους κινδύνους, καθώς και κάθε λεπτομέρεια σχετική με τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του εξαγωγέα, περιγράφονται στους Γενικούς και Ειδικούς Όρους των Ασφαλιστηρίων Συμβολαίων, τους οποίους θα πρέπει να διαβάζουν πολύ προσεκτικά και να τηρούν στο ακέραιο οι ασφαλισμένοι εξαγωγείς.

Ανάλογα με τη χώρα προορισμού, και επομένως τη σχετική ταχύτητα επιβεβαίωσης της υποχρέωσης του ΟΑΕΠ να καταβάλει αποζημίωση, αλλά και ανάλογα με την ταχύτητα ανταπόκρισης του εξαγωγέα στις σχετικές υποχρεώσεις του έναντι του ΟΑΕΠ, η χρονική διάρκεια που μεσολαβεί από την αναγγελία επέλευσης του κινδύνου μέχρι την καταβολή της αποζημίωσης, μπορεί να κυμαίνεται από 3 μέχρι και 6 μήνες, υπό την προϋπόθεση βέβαια, ότι θα έχει ολοκληρωθεί η διαδικασία διαπίστωσης της επέλευσης του κινδύνου.

Σε περίπτωση Ασφάλισης Βραχυπρόθεσμης Εξαγωγικής Πίστωσης, αν ο ξένος αγοραστής δεν πληρώσει κατά την ημέρα που η οφειλή του καθίσταται «ληξιπρόθεσμη», τότε ο ασφαλισμένος εξαγωγέας έχει το δικαίωμα, χωρίς την έγκριση του ΟΑΕΠ, να εγκρίνει παράταση της προθεσμίας εξόφλησης μέχρι και 60 ημέρες. Αν και η παράταση των 60 ημερών παρέλθει χωρίς εξόφληση, τότε ο εξαγωγέας έχει δικαίωμα να δώσει και άλλη παράταση, αλλά μόνο κατόπιν έγκρισης του ΟΑΕΠ, ή να ζητήσει την εκκίνηση της διαδικασίας καταβολής αποζημίωσης, πράγμα που μπορεί να κάνει και μετά παρέλευση 20 ημερών από το «ληξιπρόθεσμο» της οφειλής (χωρίς παράταση).

Συνήθως, όταν παρέρχονται 20 ή και 30 ημέρες από το ληξιπρόθεσμο, και δεν υπάρχει ακόμα εξόφληση, ο ασφαλισμένος εξαγωγέας αποστέλλει στον ξένο πελάτη του «επιστολές όχλησης», ενώ αν και αυτή η προσπάθεια δεν τελεσφορήσει, ζητά από τον ΟΑΕΠ να αποστείλει προς τον «δύστροπο» οφειλέτη μία «επιστολή όχλησης», απειλώντας τον ότι σε περίπτωση που δεν εξοφλήσει την οφειλή του, θα

διωχθεί δικαστικά από τον ΟΑΕΠ. Σε πολλές περιπτώσεις, η «επιστολή όχλησης» του ΟΑΕΠ αποδίδει και ο οφειλέτης πληρώνει, έστω και καθυστερημένα.

Εάν οι παραπάνω προσπάθειες του εξαγωγέα και του ΟΑΕΠ δεν φέρουν αποτέλεσμα, ο εξαγωγέας ζητά από τον Οργανισμό να ξεκινήσει τη διαδικασία καταβολής αποζημίωσης, οπότε ο «Φάκελος Ασφάλισης» διαβιβάζεται από το «Τμήμα Κατάρτισης Συμβολαίων & Εξυπηρέτησης Πελατών» στο «Τμήμα Ζημιών & Είσπραξης Απαιτήσεων», όπου και διαμορφώνεται ο «Φάκελος Ζημιάς» του ασφαλισμένου για το συγκεκριμένο αγοραστή, όπου περιέχονται όλα τα απαραίτητα δικαιολογητικά. Για παράδειγμα, σε περίπτωση «υπερημερίας», εκτός από τιμολόγια, φορτωτικές, κλπ., απαιτείται και «εξώδικη όχληση» προς τον ξένο οφειλέτη.

Αφού ο «Φάκελος Ζημιάς» ετοιμαστεί, συντάσσεται «Εισηγητικό Σημείωμα Ζημιάς» από το Τμήμα Ζημιών για το Δ.Σ. του Οργανισμού, συνοδευόμενο και από σχετική γνωμοδότηση που συντάσσεται από το Γραφείο Νομικής Υπηρεσίας του ΟΑΕΠ, οπότε το Δ.Σ. εγκρίνει, ή απορρίπτει την καταβολή αποζημίωσης.

Προκειμένου να γίνει η «εκκαθάριση» της ζημιάς, ο αρμόδιος χειριστής του Τμήματος Ζημιών αφαιρεί από το συνολικό ποσό της εκκρεμούσας οφειλής τυχόν χρηματικά ποσά που καταβλήθηκαν έναντι, τυχόν ποσά από πιστωτικά σημειώματα, κλπ. Το εναπομένον υπόλοιπο πολλαπλασιάζεται επί το ποσοστό κάλυψης και επί την συναλλαγματική ισοτιμία fixing του ευρώ προς το ξένο νόμισμα του τιμολογίου, η οποία ίσχυε κατά την ημέρα υπογραφής του Ασφαλιστηρίου Συμβολαίου. Ταυτόχρονα με την καταβολή της αποζημίωσης, ο ασφαλισμένος εξαγωγέας παραδίδει «εξοφλητική απόδειξη» για το εκκαθαρισθέν ποσό της ζημιάς, καθώς και «Σύμβαση Εκχώρησης» για το εν λόγω ποσό (ποσόν της απαίτησης του στο μέτρο που έχει ασφαλιστεί από τον ΟΑΕΠ). Μετά την καταβολή της αποζημίωσης, ο ΟΑΕΠ προσπαθεί να επανεισπράξει ό,τι μπορεί από την εκχωρηθείσα οφειλή, μέσω συνεργασίας του με ειδικές εταιρίες του εξωτερικού (Debt Collecting Agents) ή Δικηγορικά Γραφεία.

Το συνολικό ανώτατο ύψος αποζημίωσης για όλους τους επελθόντες κινδύνους και για όλες τις επελθούσες ζημίες που καλύπτονται με το παρόν ασφαλιστήριο δεν μπορεί σε καμία περίπτωση να υπερβεί το εικοσαπλάσιο (20πλάσιο) των καταβληθέντων στον ΟΑΕΠ ασφαλιστρών, αφαιρουμένων τυχόν επασφαλιστρών και ασφαλιστρών που αντιστοιχούν σε φορτώσεις κατά τον χρόνο τυχόν

εγκριθείσας παράτασης διάρκειας φορτώσεων. (Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων, <http://www.oaep.gr>)

### **5.3. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΜΕΣΟ-ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ**

Το Πρόγραμμα αυτό αφορά ασφάλιση εξαγωγικών πιστώσεων βραχυπρόθεσμες διάρκειας 2 χρόνια, μεσοπρόθεσμης διάρκειας (2-5 χρόνια), ή μακροπρόθεσμης διάρκειας (πάνω από 5 χρόνια), έναντι εμπορικών και πολιτικών κινδύνων.

Στην περίπτωση αυτή πρόκειται για «επί πιστώσει» πώληση προϊόντων που δικαιολογεί εξόφληση σε περισσότερα του ενός χρόνια. Πρόκειται για «ενδιάμεσα» ή «κεφαλαιουχικά» προϊόντα μεγάλης αξίας (μηχανήματα, καλώδια, τηλεπικοινωνιακό υλικό, αγωγοί, κλπ.).

Η διαδικασία ασφάλισης και αποζημίωσης είναι περίπου η ίδια με εκείνη του Προγράμματος Βραχυπρόθεσμων Εξαγωγικών Πιστώσεων, με τη διαφορά ότι τώρα έχουμε διαφορετικό έντυπο αίτησης και συμβολαίου, αφού οι πωλήσεις αυτού του είδους αφορούν κάθε φορά «συγκεκριμένο σχήμα» που διέπεται από συγκεκριμένη «εξαγωγική σύμβαση» (export contract). Με άλλα λόγια, κάθε Ασφαλιστήριο Συμβόλαιο αποτελεί «ειδική περίπτωση» (case-by-case) και συντάσσεται με βάση την υπάρχουσα εξαγωγική σύμβαση.

Επειδή ο εξαγωγέας θα πρέπει να απευθυνθεί στον ΟΑΕΠ το συντομότερο δυνατό, και οπωσδήποτε προ της υπογραφής της εξαγωγικής σύμβασης (export contract), ο ΟΑΕΠ έχει καθιερώσει δύο στάδια έγκρισης της ασφάλισης από το Δ.Σ. Πρώτον, με την υποβολή της αίτησης και προ της υπογραφής της εξαγωγικής σύμβασης δίδεται η «κατ' αρχήν έγκριση της εξέτασης του αιτήματος ασφάλισης», και δεύτερον, μετά την υποβολή της εξαγωγικής σύμβασης και άλλων δικαιολογητικών, δίδεται η «οριστική έγκριση».

Το κόστος για τα «Συμβόλαια Ασφάλισης Μεσο-μακροπρόθεσμων Εξαγωγικών Πιστώσεων» έχει ως εξής:

Κατ' αρχήν, με την υπογραφή του Ασφαλιστηρίου Συμβολαίου ο εξαγωγέας πρέπει να καταβάλει ένα ποσό που καθορίζεται από τον ΟΑΕΠ «κατά περίπτωση», σαν συμμετοχή στο κόστος πληροφοριών για τη φερεγγυότητα του ξένου οφειλέτη,

για την εξέταση της εξαγωγικής σύμβασης, καθώς και για την εξέταση άλλων θεμάτων που προκύπτουν κάθε φορά, δεδομένου ότι τα προς ασφάλιση «σχήματα» δεν είναι πάντα ομοιόμορφα. Με άλλα λόγια, υπάρχει ένα «κόστος ανοίγματος φακέλου» το ύψος του οποίου διαμορφώνεται «κατά περίπτωση».

Για την κάλυψη ολόκληρου του «πακέτου» πολιτικών κινδύνων, το κατώτερο δυνατό ασφαλιστρο καθορίζεται «υποχρεωτικά» από τα «ελάχιστα επίπεδα ασφαλιστρων» (MPB:Minimum Premium Benchmarks) τα οποία δίδονται από πίνακα που περιλαμβάνεται στην υπ' αριθ. TD/CONSENSUS(97)30 Συμφωνία του ΟΟΣΑ που ισχύει από 1.4.1999 και φέρει τον τίτλο «Guiding Principles for Setting Premia and Related Conditions for Officially Supported Export Credits: The Knaepen Package».

Με βάση τον παραπάνω πίνακα της Συμφωνίας ΟΟΣΑ, τα ελάχιστα επίπεδα ασφαλιστρων καθορίζονται με βάση τη διάρκεια πίστωσης και την κατηγορία πολιτικού κινδύνου της χώρας εισαγωγής (κατηγορίες 1-7). Τα ποσοστά ασφαλιστρων που δίδονται στον πίνακα, αντιπροσωπεύουν το συνολικό ποσό των οφειλομένων ασφαλιστρων, εκφρασμένο σαν ποσοστό της ασφαλιζόμενης αξίας. (Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων, <http://www.oaep.gr>)

#### 5.4. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΤΕΧΝΙΚΩΝ ΕΡΓΩΝ

Από το 1996, ο ΟΑΕΠ προσφέρει Προγράμματα Ασφάλισης Τεχνικών Έργων που εκτελούν ελληνικές τεχνικές εταιρίες στο εξωτερικό. Μέσω των Προγραμμάτων αυτών, καλύπτονται οι εμπορικοί και πολιτικοί κίνδυνοι μη πληρωμής της αξίας του έργου από τους Δημόσιους και Ιδιωτικούς Φορείς - Οφειλέτες των ξένων χωρών. Έτσι, ο ΟΑΕΠ μπορεί και βοηθά τις ελληνικές τεχνικές εταιρίες κατά τον εξής διττό τρόπο: Πρώτον, εξασφαλίζει την πληρωμή για την εκτέλεση του έργου, και δεύτερο, συμβάλλει έμμεσα στην εξεύρεση χρηματοδότησης του έργου από κάποια τράπεζα, αφού παρέχει στην ασφαλισμένη τεχνική εταιρία το δικαίωμα εκχώρησης της απαίτησης για αποζημίωση από τον ΟΑΕΠ στη χρηματοδοτούσα τράπεζα, σαν εγγύηση (collateral).

Όσον αφορά στην καταβολή των ασφαλιστρών στον ΟΑΕΠ, εφόσον πρόκειται για ασφάλιση της κατασκευαστικής περιόδου, εννοείται ότι τα ασφαλιστρα θα πρέπει να καταβάλλονται εξ ολοκλήρου με την έναρξη της κατασκευαστικής περιόδου, ενώ αν πρόκειται για ασφάλιση της περιόδου αποπληρωμής, τα ασφαλιστρα θα πρέπει να καταβάλλονται, είτε εφάπαξ με την έναρξη της κατασκευαστικής περιόδου, είτε σε δόσεις αλλά με ολοσχερή εξόφληση μέχρι το τέλος της κατασκευαστικής περιόδου.

Τέλος, όσον αφορά στη διαδικασία ασφάλισης, υπάρχει ειδικό έντυπο αίτησης που η ενδιαφερόμενη τεχνική εταιρεία υποβάλλει στον ΟΑΕΠ, καθώς και ειδικό έντυπο ασφαλιστηρίου συμβολαίου (με ειδικούς και γενικούς όρους). Μαζί με το έντυπο αίτησης υποβάλλονται και συγκεκριμένα δικαιολογητικά, το βασικότερο των οποίων είναι η σύμβαση μεταξύ της ελληνικής τεχνικής εταιρίας και του ξένου φορέα που θα παραλάβει και θα πληρώσει το τεχνικό έργο.

Στις περισσότερες περιπτώσεις, η ενδιαφερόμενη να ασφαλιστεί ελληνική εταιρία δεν έχει την δυνατότητα να προσκομίσει όλα τα απαραίτητα δικαιολογητικά με την αίτηση. Αυτό το γεγονός οφείλεται στο γεγονός ότι έχει καθιερωθεί στον ΟΑΕΠ η διαδικασία της «κατ' αρχήν έγκρισης» από το Δ.Σ., όπου δηλ. εξετάζεται η ασφαλισιμότητα του συγκεκριμένου «σχήματος» με βάση τον ιδρυτικό νόμο του ΟΑΕΠ, η ασφαλισιμότητα της χώρας υποδοχής, η φερεγγυότητα του ξένου φορέα (δημόσιου ή ιδιωτικού) που θα παραλάβει και θα πληρώσει το έργο, κλπ. Στη συνέχεια, δηλ. μετά την κατ' αρχήν έγκριση από το Δ.Σ., και μετά την υποβολή στον ΟΑΕΠ όλων των υπόλοιπων απαραίτητων δικαιολογητικών, ακολουθεί η

διαδικασία της «οριστικής έγκρισης» από το Δ.Σ., οπότε και καταρτίζεται το σχετικό ασφαλιστήριο συμβόλαιο. (*Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων*, <http://www.oaep.gr>)



## 5.5. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΑΓΟΡΑΣΤΗ

Ο Οργανισμός, έχοντας ως σκοπό την ενίσχυση των εξαγωγών, προσπαθεί συνεχώς να εκσυγχρονίζεται ώστε να εξυπηρετεί στο μέγιστο βαθμό τους Έλληνες εξαγωγείς. Με βάση την αρχή αυτή, ο ιδρυτικός νόμος του ΟΑΕΠ (Ν.1796/1988) εκσυγχρονίστηκε ώστε να προσφέρει ασφάλιση της μορφής «Πίστωσης στον Αγοραστή» (Buyer's Credit). Ενώ στην μορφή Supplier's Credit, ο ΟΑΕΠ ασφαλίσει άμεσα των Έλληνα εξαγωγέα, στο Πρόγραμμα Ασφάλισης Πιστώσεων στον Αγοραστή, Buyer's Credit, ο ΟΑΕΠ ασφαλίσει την πίστωση που παρέχει η Τράπεζα (Ελληνική ή το υποκατάστημα ξένης Τράπεζας στην Ελλάδα) στον αλλοδαπό εισαγωγέα προκειμένου αυτός να αγοράσει Ελληνικά προϊόντα.

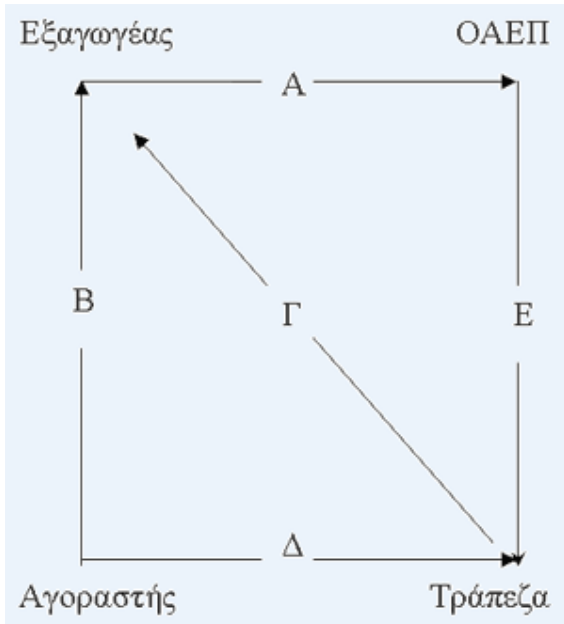
Τα **κύρια χαρακτηριστικά** της «Πίστωσης στον Αγοραστή» είναι:

- i) Ο όρος «Πίστωση στον Αγοραστή» εφαρμόζεται σε δανειακές συμβάσεις μεταξύ ενός ή περισσότερων χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων και ενός ή περισσότερων δανειζόμενων για τη χρηματοδότηση εμπορικής σύμβασης που προβλέπει την εξαγωγή εμπορευμάτων ή υπηρεσιών καταγωγής κράτους-μέλους. Με τη δανειακή σύμβαση, ο δανειοδοτικός οργανισμός αναλαμβάνει να εξοφλήσει τον προμηθευτή σύμφωνα με τη βασική συναλλαγή (Export Contract) σε μετρητά για λογαριασμό του αγοραστή/δανειζομένου ενώ ο τελευταίος θα εξοφλήσει τον δανειοδοτικό οργανισμό με πίστωση (Loan Agreement). Ορισμός 98/29/ΕΚ οδηγία του συμβουλίου της Ε.Ε. ισχύει 1.4.1999). Εφαρμόζεται σχεδόν αποκλειστικά μεσομακροπρόθεσμες συναλλαγές (πίστωση άνω των 2 ετών) για ποσά συνήθως άνω των 5.000.000.
- ii) Οι διατάξεις για την κάλυψη «Πίστωσης στον Αγοραστή» εφαρμόζονται όταν παρέχεται κάλυψη σε χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, ανεξαρτήτως του τύπου εγκατάστασης ή καταχώρησής τους, υπό τον όρο ότι η «Πίστωση στον Αγοραστή» αποτελεί άνευ όρων υποχρέωση του δανειζομένου να επιστρέψει την οφειλή του, ανεξάρτητα από την αποδοτικότητα της εμπορικής σύμβασης που χρηματοδοτείται.
- iii) Οι διατάξεις για την κάλυψη «Πίστωσης στον Αγοραστή» εφαρμόζονται όσον αφορά την κάλυψη που παρέχεται σε χρηματοδοτικό ίδρυμα το οποίο κατέχει νομίμως διαπραγματεύσιμους τίτλους πληρωτέους από αγοραστή δυνάμει συμφωνίας για τη χρηματοδότηση εμπορικής σύμβασης.

Κάτι άλλο που επίσης θα πρέπει να διευκρινιστεί, είναι ότι στα Προγράμματα Ασφάλισης Πιστώσεων της μορφής "Buyer's Credit" έχουμε δύο υποπεριπτώσεις, ανάλογα με το ποιος είναι ο δανειοδοτούμενος ξένος αγοραστής, δηλ. ένα ξένο Κράτος (μέσω της Κεντρικής Τράπεζάς του, ή μιας First Class Τράπεζας), ή μία ιδιωτική εισαγωγική εταιρία (μέσω της μεσολαβούσας τράπεζάς της στο εξωτερικό).

Η πρώτη από τις παραπάνω δύο υποπεριπτώσεις, είναι γνωστή διεθνώς και σαν "Line of Credit" (ή Revolving Credit Facility), ενώ οι διαδικασίες υλοποίησης της σχετικής Συμφωνίας γίνονται σε "διακρατικό επίπεδο". Στον τομέα αυτό ο ΟΑΕΠ έχει ήδη αρκετή εμπειρία, αφού στις αρχές της 10ετίας του 90 είχε υπογράψει Σύμβαση Εγγύησης με την Εθνική Τράπεζα, για Line of Credit 20 εκατ.\$, προς Αλβανία, καθώς επίσης, υπέγραψε Συμβάσεις Εγγύησης με την Εθνική και την Εμπορική Τράπεζα με αντίστοιχα lines of credit προς Ρουμανία, Γεωργία, Αρμενία και Μολδαβία. (Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων, <http://www.oaep.gr>)

## 5.6. ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΡΟΩΝ



- A/ Ο Εξαγωγέας ή η Τράπεζα πληρώνει στον ΟΑΕΠ το ασφάλιστρο
- B/ Ο Αγοραστής πληρώνει στον Εξαγωγέα τις απευθείας πληρωμές (π.χ. προκαταβολή)
- Γ/ Η Τράπεζα κάνει εκταμιεύσεις στον Εξαγωγέα
- Δ/ Ο Αγοραστής αποπληρώνει το Δάνειο στην Τράπεζα
- Ε/ Ο ΟΑΕΠ αποζημιώνει την Τράπεζα (σε περίπτωση ζημιάς)

Πηγή: [www.oaep.gr](http://www.oaep.gr)

## ΜΕΡΟΣ ΤΕΤΑΡΤΟ

### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Από την παρούσα εργασία συμπεραίνεται ότι ζούμε χωρίς αμφιβολία μια νέα οικονομική πραγματικότητα, όπως αυτή διαμορφώνεται από τις δυσμενείς χρηματοοικονομικές εξελίξεις. Στη σημερινή παγκοσμιοποιημένη πλέον οικονομία, η οποία χαρακτηρίζεται από τη λειτουργική της οργάνωση ως ενιαίου συνόλου σε παγκόσμιο επίπεδο, η πρόσφατη οικονομική κρίση, πέρα από τα δυσεπίλυτα προβλήματα που δημιούργησε σε τομείς-κλειδιά της οικονομικής δραστηριότητας (εμπόριο, επενδύσεις, απασχόληση) απέδειξε σε όλους την οικονομική αλληλεξάρτηση των αγορών.

Το εξωτερικό εμπόριο είναι ο βασικός μηχανισμός οικονομικής μεγέθυνσης και ανάπτυξης και ως τέτοιο δεν μπορεί παρά να αποτελεί στόχο εξειδικευμένων χρηματοοικονομικών ιδρυμάτων, τα οποία με την κατάλληλη πολιτική (πωλήσεις με πίστωση, επιμερισμό κινδύνων, κλπ) συμμετέχουν σ' αυτήν την επιχειρηματική δραστηριότητα. Οι εξαγωγές, όπως είναι γνωστό, αποτελούν θεμελιώδη παράγοντα για την οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας.

Σε ό,τι αφορά στις μικρές ανοικτές οικονομίες, όπως η χώρα μας, προκειμένου να συμμετάσχουν με αξιώσεις στις εξελίξεις που ορίζει η παγκοσμιοποίηση και να πετύχουν υψηλότερο βιοτικό επίπεδο θα πρέπει να αυξήσουν σημαντικά τις εξαγωγές τους, οι οποίες κατά το μεγαλύτερο μέρος τους θα πρέπει να αποτελούνται από βιομηχανικά προϊόντα. Στο σκοπό αυτόν άλλωστε εντάσσονται τα μέτρα ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας, τα οποία κύριο στόχο έχουν την αύξηση του βαθμού εξωστρέφειας ώστε τα ελληνικά προϊόντα να μπορέσουν να κατακτήσουν μερίδιο από τις αγορές του εξωτερικού.

Οι εξαγωγικές πιστώσεις, ως μηχανισμός οικονομικής πολιτικής, στοχεύουν στη διευκόλυνση και στην αύξηση των εξαγωγών και στην επακόλουθη αύξηση του εισοδήματος των παραγωγών, των εξαγωγέων και των τραπεζών που συμμετέχουν στη διαδικασία. Ο Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων είναι εξειδικευμένη τραπεζική-ασφαλιστική-χρηματοοικονομική εταιρεία που έχει ως καταστατικό σκοπό να υποστηρίζει τις προσπάθειες των εξαγωγέων προσφέροντάς

τους τεχνική βοήθεια και ασφαλιστική κάλυψη έναντι συγκεκριμένων εμπορικών και πολιτικών κινδύνων που συνδέονται με τις εξαγωγές.

Ο Ο.Α.Ε.Π. είναι ένας αυτόνομος μη κερδοσκοπικός οργανισμός (Ν.Π.Ι.Δ.) με την εγγυοδοσία του Ελληνικού Δημοσίου και εποπτεύεται από το Υπουργείο Οικονομίας. Ο ρόλος του είναι να στηρίζει έμμεσα σαν εγγυητής την χρηματοδότηση των εξαγωγέων και να καλύπτει τους κινδύνους εκείνους που κατά κανόνα δεν ασφαλίζονται από ιδιωτικές εταιρίες ασφάλισης εξαγωγικών πιστώσεων, κινδύνους που δημιουργεί η οικονομική αστάθεια στην αγορά αλλά και η ύπαρξη πολλών σταθερών αλλά και ασταθών παραγόντων που υπάρχουν στις διεθνείς συναλλαγές. Η χρηματοοικονομική κρίση καθιστά τον ρόλο ύπαρξης του Ο.Α.Ε.Π. ακόμη πιο καίριο αφού οι κίνδυνοι μη πληρωμών των πιστώσεων είναι μεγαλύτεροι από ποτέ. Οι υπηρεσίες που προσφέρει ο Ο.Α.Ε.Π. αφορούν τους παράγοντες αύξησης της εξωστρέφειας, τα προγράμματα ασφάλισης, οι καλυπτόμενοι κίνδυνοι, η διαδικασία ασφάλισης, η διαδικασία αποζημίωσης των ασφαλισμένων επιχειρηματιών καθώς επίσης και τα ιδιαίτερα μέτρα υπέρ των εξαγωγικών επιχειρήσεων των πυρόπληκτων νομών. Πιο συγκεκριμένα αναπτύσσει τα εξής προγράμματα ασφάλισης: α) πρόγραμμα ασφάλισης βραχυπρόθεσμων εξαγωγικών πιστώσεων, β) πρόγραμμα ασφάλισης μέσο-μακροπρόθεσμων εξαγωγικών πιστώσεων (για εξαγωγές προϊόντων ή κατασκευή τεχνικών έργων στο εξωτερικό) το οποίο αφορά ασφάλιση πίστωσης του προμηθευτή αλλά και ασφάλιση πίστωσης στον αγοραστή, γ) πρόγραμμα ασφάλισης μέσο-μακροπρόθεσμων εξαγωγικών πιστώσεων που αφορά σε ναυπήγηση πλοίων και δ) πρόγραμμα ασφάλισης επενδύσεων εξωτερικού.

Τα πλεονεκτήματα που προκύπτουν για τις χώρες που κάνουν χρήση της ασφάλισης των εξαγωγικών πιστώσεων είναι πολλά και σημαντικά. Συγκεκριμένα, μέσω της ασφάλισης των εξαγωγικών πιστώσεων, τα κράτη συνάπτουν οικονομικές σχέσεις μεταξύ τους προσπαθώντας να περιορίσουν τις δυσμενείς συνέπειες που προκύπτουν από τη χαμηλή οικονομική συγκυρία και την οικονομική ύφεση και να θωρακιστούν περισσότερο απέναντι σε πιθανή οικονομική επιδείνωση διαφυλάσσοντας τον εθνικό τους πλούτο προς όφελος του κοινωνικού συνόλου χωρίς να καταφεύγουν σε πρακτικές προστατευτισμού

Από τα παραπάνω πιστεύουμε ότι, έστω και στο ελάχιστο, διασαφηνίσαμε το τοπίο πάνω από το ρόλο και το σκοπό του θεσμού της Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων και του Οργανισμού Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων ώστε να μην αποτελεί ακόμα στο ευρύ κοινό terra incognita. Για τη χώρα μας, τα πλεονεκτήματα από την ασφάλιση των εξαγωγικών πιστώσεων μέσω του Οργανισμού Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων (ΟΑΕΠ) είναι ουσιαστικά, εφόσον ενισχύουν την εξαγωγική της παρουσία συμβάλλοντας στη βελτίωση της εξωστρέφειας της ελληνικής οικονομίας.

Συμπερασματικά, θα λέγαμε πως ο ρόλος του ΟΑΕΠ στοχεύει στην προώθηση της εξωστρέφειας της ελληνικής οικονομίας, αφού με τα προγράμματά του ο ΟΑΕΠ προστατεύει αποτελεσματικά όχι μόνο τις ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις, αλλά και τις ελληνικές εταιρίες τεχνικών έργων που δραστηριοποιούνται σε ξένες χώρες καθώς και τους Έλληνες επενδυτές εξωτερικού.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

### ΑΙΤΗΣΗ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

#### ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΟ

Προς τον

ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ

Πανεπιστημίου 57 – 50ς όροφος – 105 64 ΑΘΗΝΑ

ΤΗΛ.: 2103310017

FAX: 2103244074

Πολυτεχνείου 51 – Β. Ουγκώ – 54 625 ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

ΤΗΛ.: 2310550069, 2310548718

FAX: 2310548762

WEB SITE: [www.oaep.gr](http://www.oaep.gr)

#### ΑΙΤΗΣΗ

#### ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Παρακαλούμε όπως, σύμφωνα με τις διατάξεις του ν. 1796/88 και τις σχετικές αποφάσεις του Οργανισμού σας, μας γνωρίσετε τους όρους και τις προϋποθέσεις που μπορούμε να ασφαλίσουμε την, με τα παρακάτω στοιχεία, εξαγωγή μας και δηλώνουμε υπεύθυνα και με γνώση των συνεπειών του Νόμου 1599-86 και των διατάξεων του Ν. 2496/97, όπως ισχύει, ότι τα στοιχεία που παραθέτουμε είναι απολύτως ακριβή, γνωρίζοντας ότι θα αποτελέσουν τη βάση της ασφάλισης καθώς και ότι αναλαμβάνουμε την υποχρέωση να θέσουμε στη διάθεση των αρμοδίων υπηρεσιακών σας παραγόντων κάθε βιβλίο, δικαιολογητικό ή άλλο στοιχείο για έλεγχο στα όσα αναφερόμαστε στην αίτησή μας αυτή.

1. Ο Οργανισμός διατηρεί την διακριτική ευχέρεια να μην αποδεχθεί την πρόταση ασφάλισης.
2. Σε περίπτωση αποδοχής μερικής ή/και ολικής αποδοχής της Πρότασης Ασφάλισης, αυτή παρέχεται με τους όρους, προϋποθέσεις και

εξαιρέσεις, που αναφέρονται στους Γενικούς και Ειδικούς όρους του ασφαλιστηρίου συμβολαίου.

3. Σε περίπτωση επέλευσης καλυπτόμενης ζημίας, το ύψος τη αποζημίωσης περιορίζεται:

- σε συγκεκριμένο ποσοστό αυτής και
- σε συγκεκριμένο πολλαπλάσιο των ασφαλίσεων, που θα καταβάλει ο ασφαλιζόμενος στη διάρκεια ισχύος του ασφαλιστηρίου,

όπως αυτά θα ορίζονται στους Ειδικούς όρους του ασφαλιστηρίου.

4. Ο Οργανισμός δεν ασφαρίζει: Α) δείγματα (samples)

Β) πιστώσεις χωρίς χρονικό  
περιορισμό πληρωμής

Γ) πιστώσεις επί παρακαταθήκη

5. Το εξαγόμενο προϊόν πρέπει να έχει παραχθεί ή να έχει αποκτήσει προστιθέμενη αξία στην Ελλάδα.

-----  
( Τόπος – Ημερομηνία)

-----  
(Υπογραφή – Σφραγίδα)

#### Έξοδα υποβολής αιτήσεως

Απαραίτητη προϋπόθεση για την ασφάλιση είναι η έρευνα του Ο.Α.Ε.Π. για την εξακρίβωση της πιστοληπτικής ικανότητας και γενικότερα της οικονομικής κατάστασης τόσο του αλλοδαπού αγοραστή όσο και της χώρας προορισμού.

Στο κόστος για την διεξαγωγή της παραπάνω έρευνας συμμετέχει και ο εξαγωγέας, με το εκάστοτε ισχύον ποσό, το οποίο από 1-4-2007 καθορίζεται ανά αγοραστή ως εξής:

**1. ΧΩΡΕΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ :** 60,00 €

Αγγλία, Αυστρία, Βέλγιο, Βουλγαρία, Γαλλία, Γερμανία, Δανία, Εσθονία, Ιρλανδία, Ιταλία, Κύπρος, Λετονία, Λιθουανία, Λουξεμβούργο, Μάλτα, Ολλανδία, Ουγγαρία, Πολωνία, Πορτογαλία, Ρουμανία, Σλοβακία, Τσεχία, Φιλανδία.

**2. ΧΩΡΕΣ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ & ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ:** 100,00 €

Αλβανία, Αζερμπαϊτζάν, Αρμενία, Βοσνία-Ερζεγοβίνη, Γεωργία, FYROM, Καζακστάν, Κιργιστάν, Κροατία, Λευκορωσία, Μαυροβούνιο, Μολδαβία, Ουζμπεκιστάν, Ουκρανία, Ρωσία, Σερβία, Τατζικιστάν, Τουρκμενιστάν.

**3. ΛΟΙΠΕΣ ΧΩΡΕΣ:**

Όλες οι χώρες που δεν εντάσσονται στις παραπάνω δύο κατηγορίες Χωρών. Τα ποσά καταβάλλονται στον πιο κάτω λογαριασμό όψεως που τηρείται στην Εθνική Τράπεζα Ελλάδος. Αρ. Λογαριασμό: 155-507007-42.

Η ΑΠΟΔΕΙΞΗ ΚΑΤΑΘΕΣΗΣ ΣΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΑ ΣΥΝΥΠΟΒΑΛΛΕΤΑΙ ΜΕ  
ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΑ ΑΙΤΗΣΗ.



ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1. Εξαγωγέας

Επωνυμία:

Αντικείμενο  
Δραστηριότητας:

Διεύθυνση:

(Οδός)

(Αριθμός)

(Ταχ. Κωδ.)

(Τηλέφωνο)

(fax)

Νομική  
Μορφή:

Κύριοι  
Μέτοχοι:

Έτος ίδρυσης:

Αριθμός Φορολογικού  
Μητρώου:

Αρμόδιος  
Εξαγωγών:

(Όνοματεπώνυμο)

(Τηλέφωνο)

(FAX)

(E-mail)

Επιμελητήριο  
Έδρας:

## 2. Φορτώσεις:

A) Ημερομηνία φορτώσεως:   
(προκειμένου για μια φόρτωση)

B) Διάρκεια φορτώσεων : από  μέχρι

## 3. Εξαγόμενο Προϊόν:

Συμπληρώστε το τετραγωνίδιο, γράφοντας τον 2ψήφιο κωδικό αριθμό που αντιστοιχεί στο Βασικότερο προϊόν που εξάγετε (βλέπε συνημμένη κατάσταση)

Παραγωγή αγαθού: Της ίδιας επιχείρησης  Άλλης επιχείρησης

## 4. Προηγούμενες εξαγωγές μας (τελευταία τριετία):

1. Σημειώστε τις συνολικές εξαγωγές που πραγματοποιήσατε την τελευταία τριετία:

ΕΤΟΣ	ΑΞΙΑ	Ε.Ε. (%)	Κεντρική Ανατολική Ευρώπη (%)	ΛΟΙΠΕΣ (%)

5. Πρόβλεψη εξαγωγικού κύκλου εργασιών για το επόμενο οικονομικό έτος:

## 6. Συνεχιζόμενες Τράπεζες

Επιθυμείται εκχώρηση των δικαιωμάτων του Συμβολαίου σας με μία Τράπεζα:

ΝΑΙ

ΟΧΙ

Αν και αναφέρετε το όνομα  
και τη διεύθυνση του  
υποκαταστήματος της Τράπεζας:

**7. Διάφορα άλλα στοιχεία:**

1. Παρακαλούμε επισυνάψτε αντίγραφο του τελευταίου ισολογισμού σας.
2. Σημειώστε οτιδήποτε σχετικό θα μπορούσε να βοηθήσει στην κρίση του Διοικητικού Συμβουλίου του Ο.Α.Ε.Π.:

ΣΕ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΩΝ ΤΟΥ ΕΝΟΣ, ΑΓΟΡΑΣΤΩΝ,  
ΣΥΜΠΛΗΡΩΝΕΤΑΙ Η ΠΑΡΟΥΣΑ ΣΕΛΙΔΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΑΘΕΝΑ ΧΩΡΙΣΤΑ.

**8. Αγοραστής**

(Επωνυμία)

(Κλάδος)

(Διεύθυνση)

(Χώρα)

(Τηλέφωνο)

(Fax)

Αριθμός Φορολογικού  
Μητρώου (Vat No):

Αριθμός και είδος  
Μητρώου:

**9. Τρόπος διακανονισμού:**

**10. Απαιτούμενο πιστωτικό όριο:**

**11. Εκτιμώμενη αξία εκάστοτε φόρτωσης:**

12. Τρόπος σύναψης αγοροπωλησίας:

Γραπτή συμφωνία

Telex

Γράμμα

fax

13. Κίνδυνοι που επιθυμούμε να καλυφθούν:

(να αναγράφονται μόνο οι κωδικοί των κινδύνων, όπως παρουσιάζονται με τα συγκεκριμένα κεφάλαια γράμματα στο συνημμένο έντυπο)

14. 1. Σημειώστε τις εξαγωγές που πραγματοποίησε προς τον αγοραστή της παρούσας αίτηση:

ΕΠΩΝΥΜΙΑ	ΧΩΡΑ	ΑΞΙΑ (Των τριών τελευταίων ετών)

2. Σημειώσατε το ύψος των τυχόν ληξιπρόθεσμων απαιτήσεων που έχετε από τον παραπάνω αγοραστή.

Αριθμός	Αξία ληξιπρόθεσμων φορτώσεων

15. Πληροφορίες για τον αγοραστή:

(σημειώνεται κάθε τι χρήσιμο για την αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας του αγοραστή)

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. ΣΥΝΝΕΤΕΥΞΗ ΣΤΕΡΓΙΟΥ ΛΕΩΝΙΔΑ ΣΤΙΣ 26/10/2008 ΑΠΟ ΕΛΛΗΝΕΣ ΤΡΑΠΕΖΙΤΕΣ. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΕΝΘΕΤΟ ΤΗΣ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑΣ ΤΗΣ ΚΥΡΙΑΚΗΣ, <http://www.oodegr.com>. : ΠΩΣ ΞΕΚΙΝΗΣΕ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΤΟΥ 2008.
2. ΝΙΚΟΣ ΠΙΣΤΙΚΟΣ, <http://www.exelgoup.gr>.: ΟΙ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΚΑΙ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΑΓΓΙΖΕΙ ΗΔΗ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ.
3. ΧΑΛΙΚΙΑΣ ΙΩΑΝΝΗΣ, ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΠΟΣΟΤΙΚΗΣ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΑΘΗΝΩΝ. <http://www.library.tee.gr>. : Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΜΕΤΑ ΤΟ 2003.
4. ΑΓΝΩΣΤΟΣ, ΠΗΓΗ: ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΚΑΘΗΜΕΡΗΝΗ. <http://www.bep.gr>. : ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΠΟΥ ΕΞΑΓΕΙ Η ΕΛΛΑΔΑ.
5. ΜΗΤΡΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ, <http://www.nline.gr>. : ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ “ΕΚΤΟΣ ΧΑΡΤΗ”
6. ΘΩΜΑΪΔΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΑΠΟ ΣΥΝΔΕΣΜΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ, <http://www.seve.gr>. : ΚΛΕΙΔΙ ΓΙΑ ΠΟΡΕΙΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ.

7. ΑΛΟΓΟΣΚΟΥΦΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΑΠΟ ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ.  
<http://www.mnec.gr>: ΤΟ ΕΘΝΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ.
8. ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΙΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΣ, 15/07/2009, <http://www.tovima.gr>: ΔΕΚΑ ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΓΙΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ.
9. ΜΑΚΡΥΔΑΚΗΣ ΣΠΥΡΟΣ, ΑΠΟ 4<sup>ο</sup> ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ Σ.Ε.Β.Ε., <http://www.keta.gr> : ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ.
10. ΖΑΡΩΤΙΑΔΗ ΜΑΡΙΑ, ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΕΡΕΥΝΑΣ ΚΑΙ ΜΕΛΕΤΩΝ ΑΠΟ ΣΥΝΔΕΣΜΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ, <http://www.econ.voi.gr> : ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ MARKETING.
11. ΣΑΚΕΛΛΑΡΗΣ ΠΛΟΥΤΑΡΧΟΣ, <http://www.kepe.gr> : ΤΡΟΠΟΙ ΕΞΑΓΩΓΗΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΧΩΡΕΣ ΑΠΟ ΠΛΕΥΡΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΕΙΑΣ.
12. ΑΠΟ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ, <http://www.mnec.gr> : ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ Ο.Α.Ε.Π.
13. ΠΕΤΚΑΝΟΠΟΥΛΟΣ ΤΡΑΝΤΑΦΥΛΛΟΣ, <http://www/e-telescope.gr> : ΜΗΧΑΝΙΣΜΟΙ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ.
14. ΚΙΟΥΣΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ, <http://www.enet.gr> : ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΠΟΥ ΗΔΗ ΠΑΡΑΓΕΙ Η ΧΩΡΑ.

15. ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ,  
<http://www.oaep.gr>. : ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ  
ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ (Ο.Α.Ε.Π.).
16. ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ,  
<http://www.oaep.gr>. : ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ- ΚΑΛΥΨΕΙΣ
17. ΑΓΝΩΣΤΟΣ, <http://www.makthes.gr>. : ΠΩΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ ΑΓΟΡΑ ΤΩΝ  
SUBRIME.
18. ΑΓΝΩΣΤΟΣ, <http://www.news.kathimerini.gr>. : Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ  
ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΤΗΝ EUROSTAT.
19. ΑΓΝΩΣΤΟΣ, <http://www.kathimerini.gr>.: ΕΜΠΟΡΕΥΟΜΕΝΕΣ  
ΣΥΝΑΛΛΑΓΕΣ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ- ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2008.
20. ΑΓΝΩΣΤΟΣ, <http://www.Kkeml.gr>. : ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΕΛΛΕΙΜΑ  
ΣΗΜΕΙΩΣΕ ΜΕΓΑΛΗ ΜΕΙΩΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟ ΚΑΙ ΑΥΓΟΥΣΤΟ  
2009.
21. ΑΓΝΩΣΤΟΣ, <http://www.esee.gr>. : ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΠΑΙΤΟΥΜΕΝΑ  
ΔΙΚΑΟΛΟΓΗΤΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΓΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΤΟ ΕΙΔΙΚΟ  
ΜΗΤΡΩΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ.
22. ΑΓΝΩΣΤΟΣ, <http://www.e-telescope.gr>. : ΕΞΑΓΩΓΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ.
23. ΑΓΝΩΣΤΟΣ, <http://www.sbbe.gr>. : ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ.

24. ΑΓΝΩΣΤΟΣ, <http://www.economist.g.r> : ΕΞΑΓΩΓΙΚΟ FACTORING .
25. ΑΓΝΩΣΤΟΣ, <http://www.oeap.gr> : ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ  
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ.
26. ΑΓΝΩΣΤΟΣ, <http://www.ethniki-asfalistiki.gr> : ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ  
ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ.
27. ΑΓΝΩΣΤΟΣ, <http://www.actuar.aegean.gr> : ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ  
ΕΤΑΙΡΙΩΝ.
28. ΑΓΝΩΣΤΟΣ, <http://www.credit.insurance.gr> : ΚΑΛΥΠΤΟΜΕΝΟΙ  
ΚΙΝΔΥΝΟΙ.
29. ΑΓΝΩΣΤΟΣ, <http://www.oeap.gr> : ΑΙΤΗΣΗ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ.