

BRANDING

Η σημαντικότερη στρατηγική επιλογή για
την αύξηση των εξαγωγών

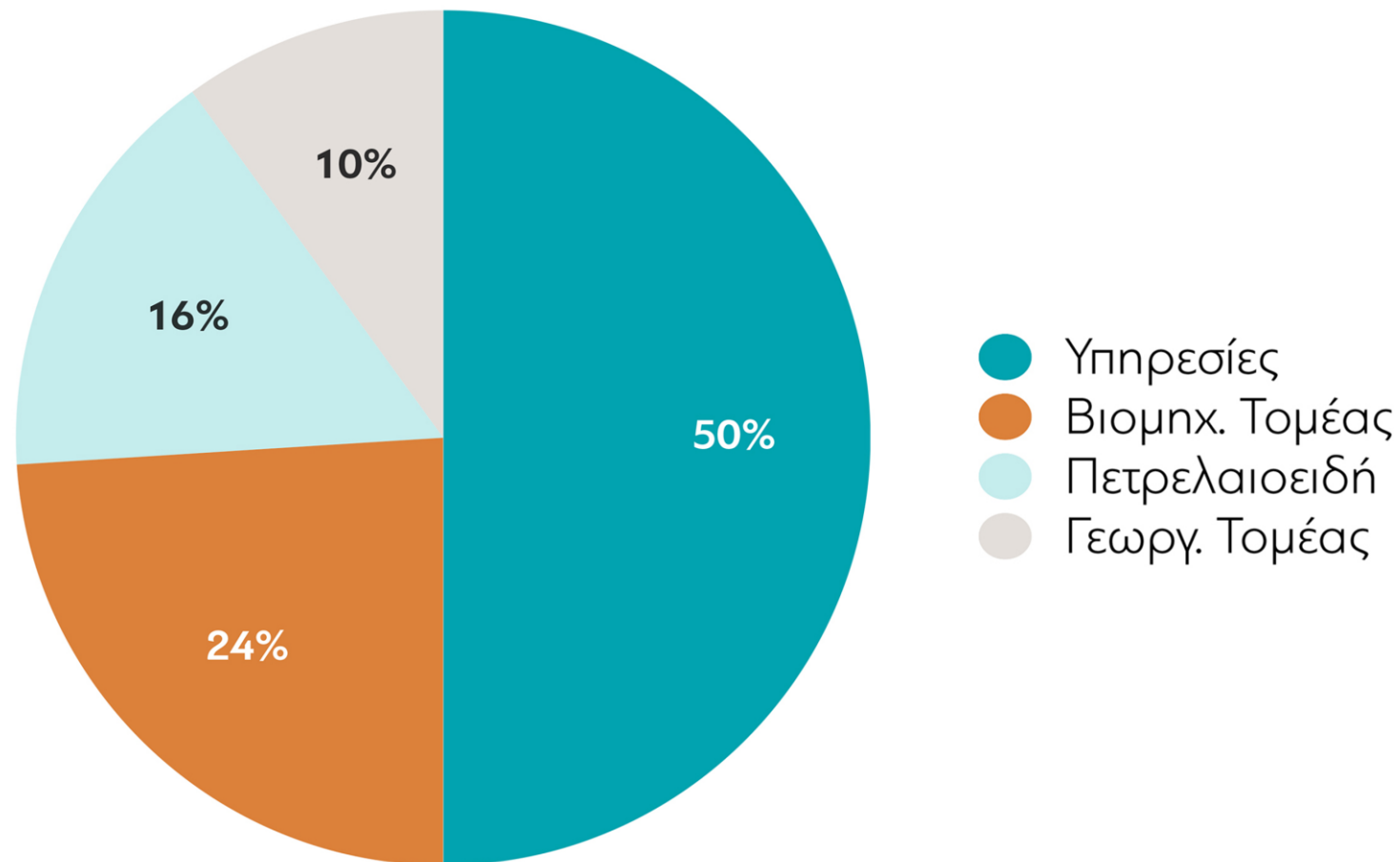
Φαίη Μακαντάση
Research Analyst

διαNEOσις

ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ & ΑΝΑΛΥΣΗΣ

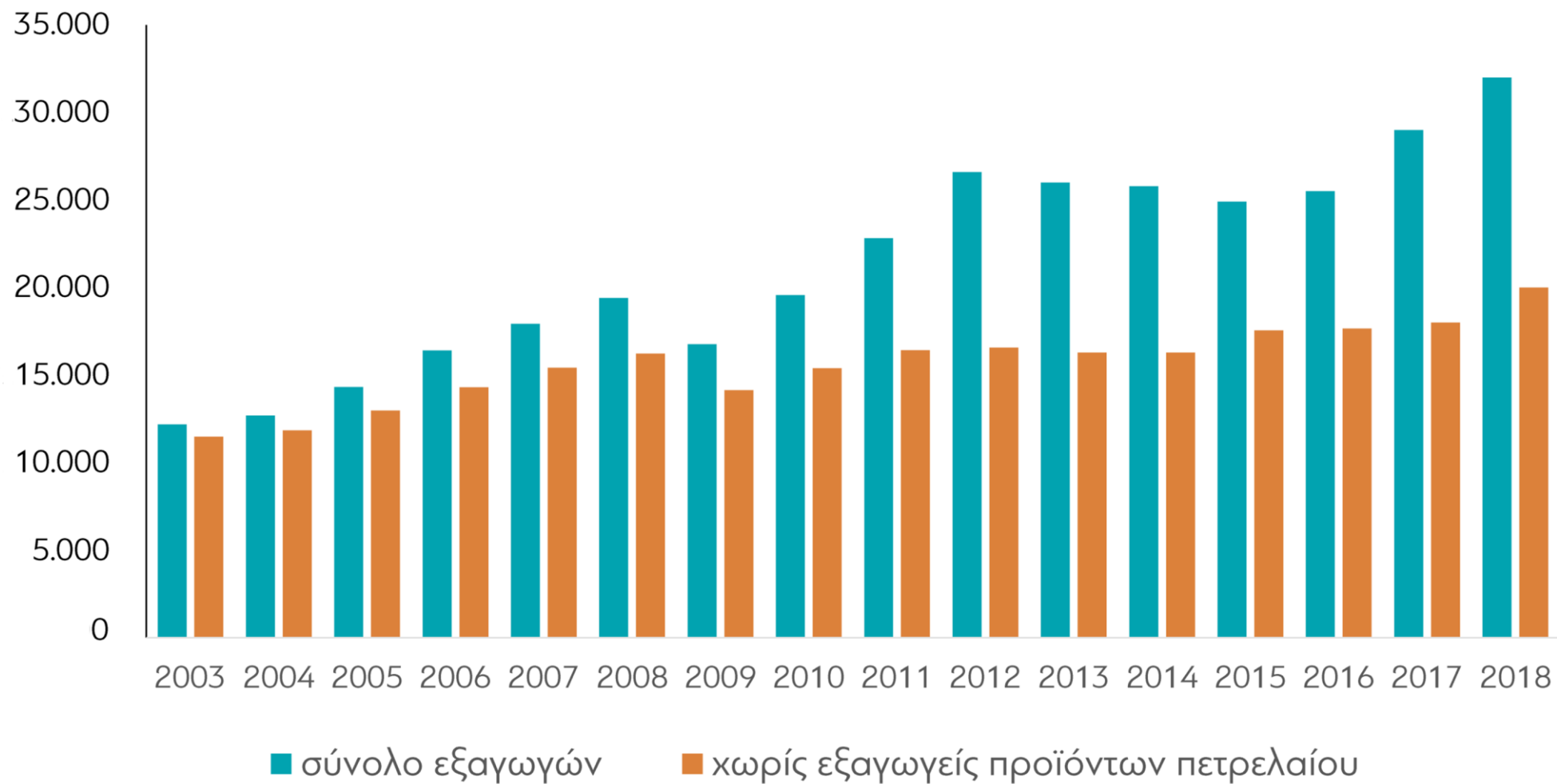
ΣΥΝΘΕΣΗ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Διάγραμμα: Σύνθεση Εξαγωγών Αγαθών και Υπηρεσιών, 2017



Σημαντική Εξάρτηση Από Υπηρεσίες Και Πετρελαιοειδή

Διάγραμμα: Συνολική Αξία Εξαγωγών Αγαθών Και Υπηρεσιών (εκατ. ευρώ), 2003-2018



Εξαγωγές Αγαθών & Υπηρεσιών

%ΑΕΠ

Ελλάδα

23%

Πορτογαλία

31%

Βουλγαρία

52%

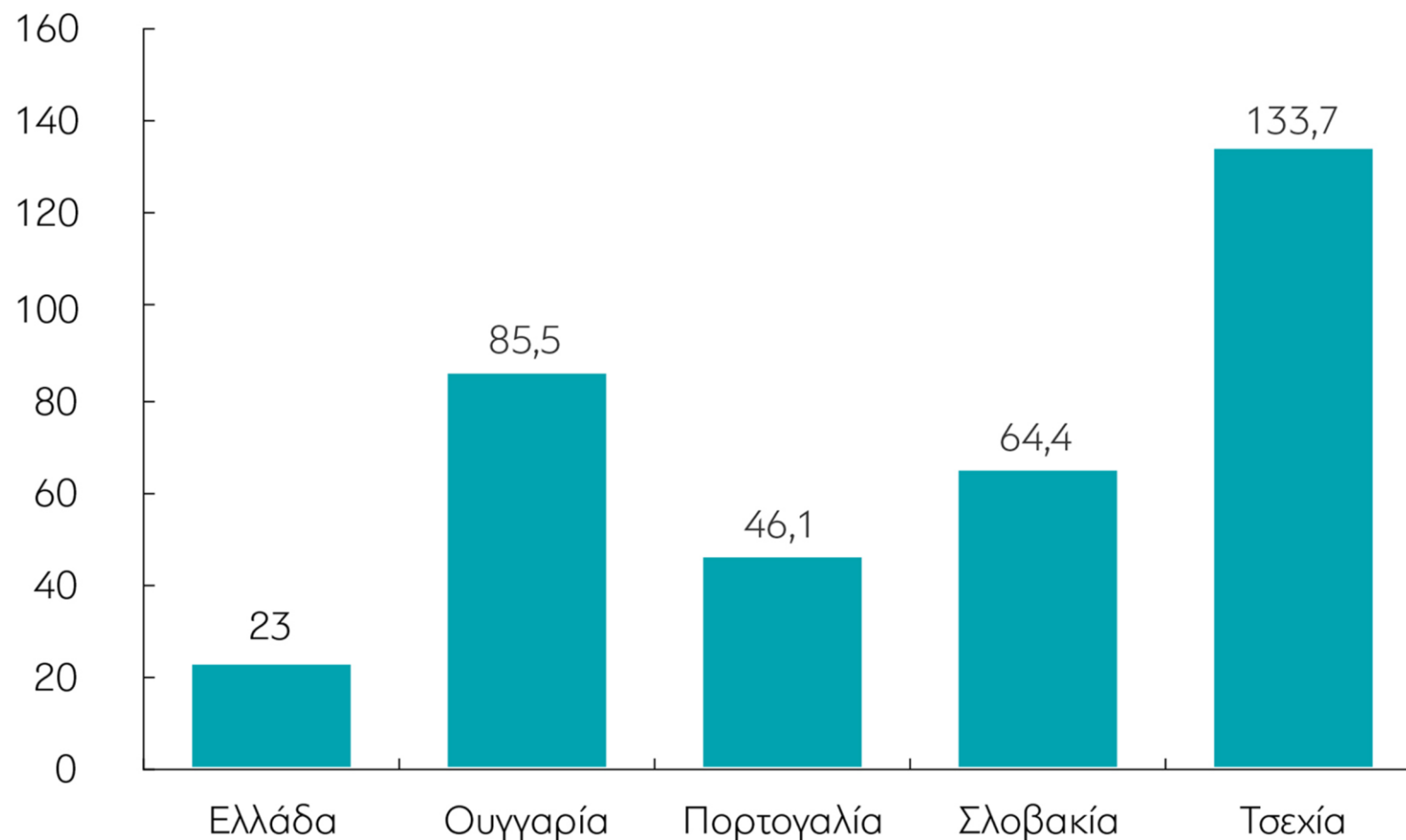
Δανία

54%

Ουγγαρία

79%

Διάγραμμα: Εξαγωγές Αγαθών Το 2016 (δισ. ευρώ)



Πορτογαλία Διπλάσια Της Ελλάδας : € 46,1 δισ. VS € 23 δισ.

Εμπορικό Ισοζύγιο Αγαθών

Εισαγωγές: 48,25

Εξαγωγές: 28,45

-19,80

Μ.Ο. 2015-2018 (€ δισ.)

Τάση Εξαγόμενων Αγαθών

Σύνολο: +5,3%

Βιομηχανία: +1%

Τρόφιμα-Ποτά: +25%

(2008-2017)

Προϊόντα Εξαγωγών

- **30% Χύμα**
- **Χαμηλής προστιθέμενης αξίας**
- **Χωρίς ισχυρές διαφοροποιήσεις**

Πίνακας: Κορυφαία Εξαγωγικά Προϊόντα (Χωρίς Πετρελαιοειδή)

Περιγραφή	Αξία (εκατ. Ευρώ)
Φάρμακα	783
Ψάρια	349,4
Ελαιόλαδο	306,9
Ενδύματα	294
Βαμβάκι	292,7
Καρποί και Φρούτα	275
Καπνά	232,7

ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΟΣ ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΣ

**Το διάστημα 2001-2015
το 75%
των ελληνικών εξαγωγικών επιχειρήσεων
έκαναν εξαγωγές
στις φτωχότερες γεγονικές χώρες***

***Τουρκία, Κύπρο, Βουλγαρία, Αίγυπτο και Λίβανο**

Μεγαλύτεροι Εξαγωγικοί Προορισμοί

Τουρκία
Ιταλία
Βουλγαρία
Γερμανία
Κύπρος

(2013-2015)

Πού εξάγει η Ελλάδα;

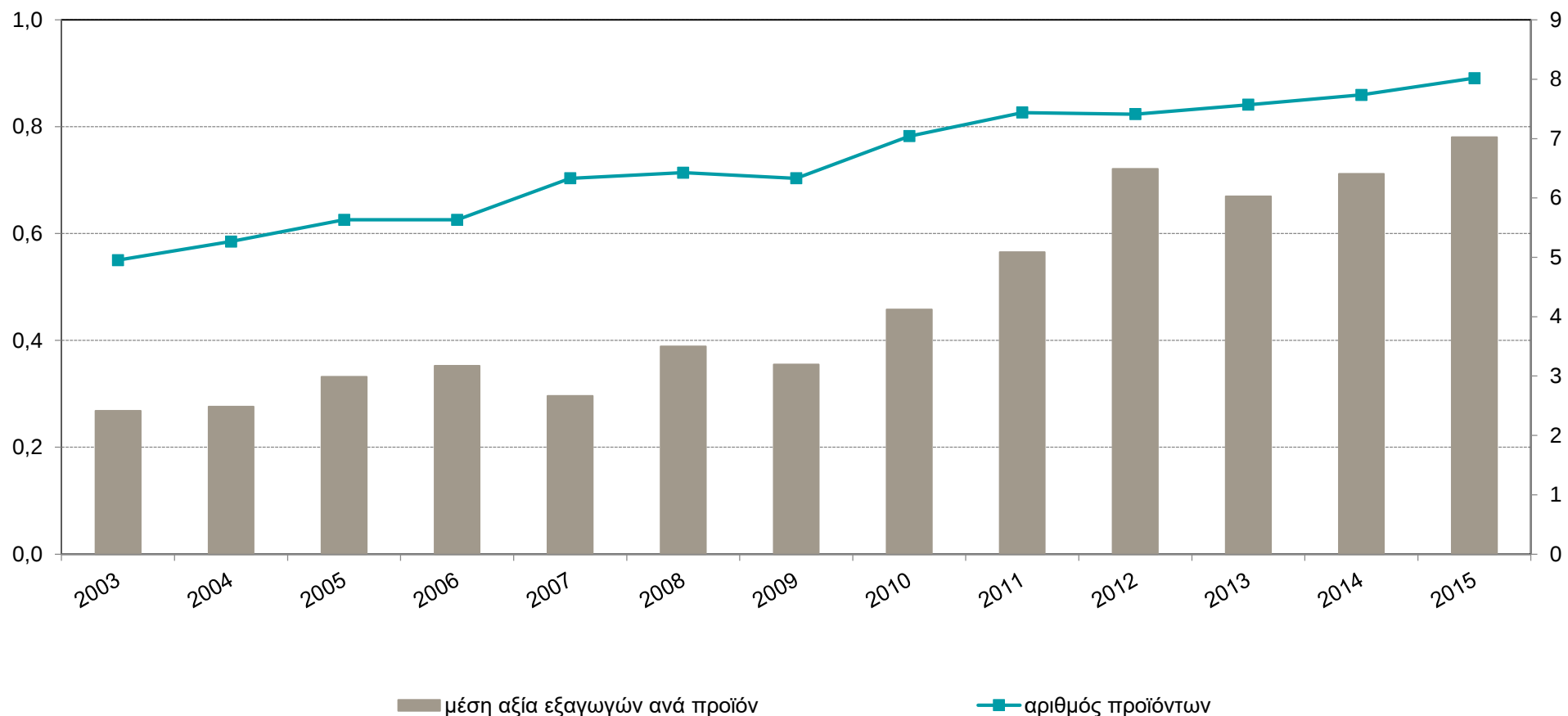
Αναλογικά πολύ σε γειτονικές χώρες με χαμηλό εισόδημα

Προορισμός	Αξία (δισ. ευρώ)
Ιταλία	1,85
Γερμανία	1,74
Τουρκία	1,33
Βουλγαρία	1,08
Κύπρος	1,04
Ηνωμένο Βασίλειο	0,92
ΗΠΑ	0,86
Γαλλία	0,61
Ισπανία	0,5
ΠΓΔΜ	0,48

(2001-2015)

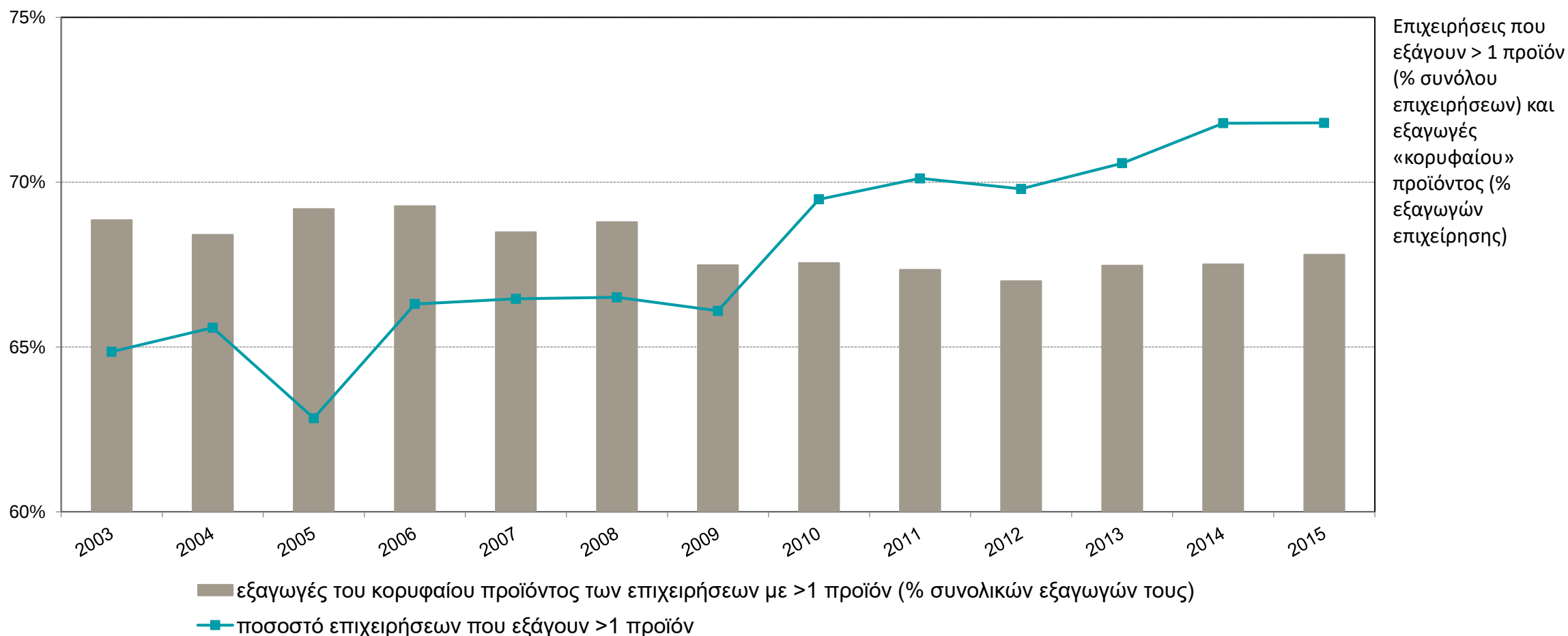
Περισσότερα προϊόντα ανά επιχείρηση

Ο αριθμός προϊόντων που εξάγει η ελληνική επιχείρηση **αυξάνει διαχρονικά**



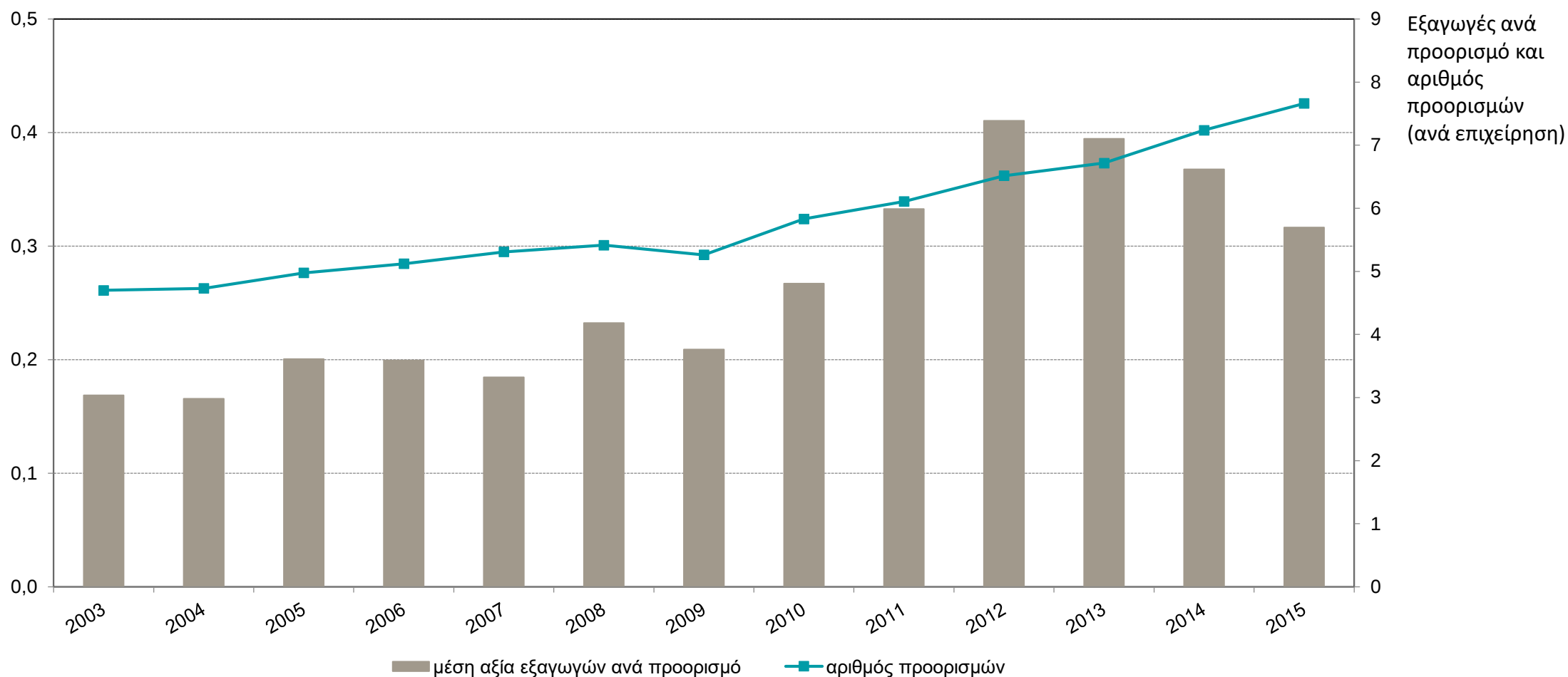
Η σημασία του «βασικού» προϊόντος

Το «βασικό» προϊόν σε κάθε επιχείρηση αφορά περίπου το **68% των εξαγωγών της**



Διείσδυση σε νέες αγορές

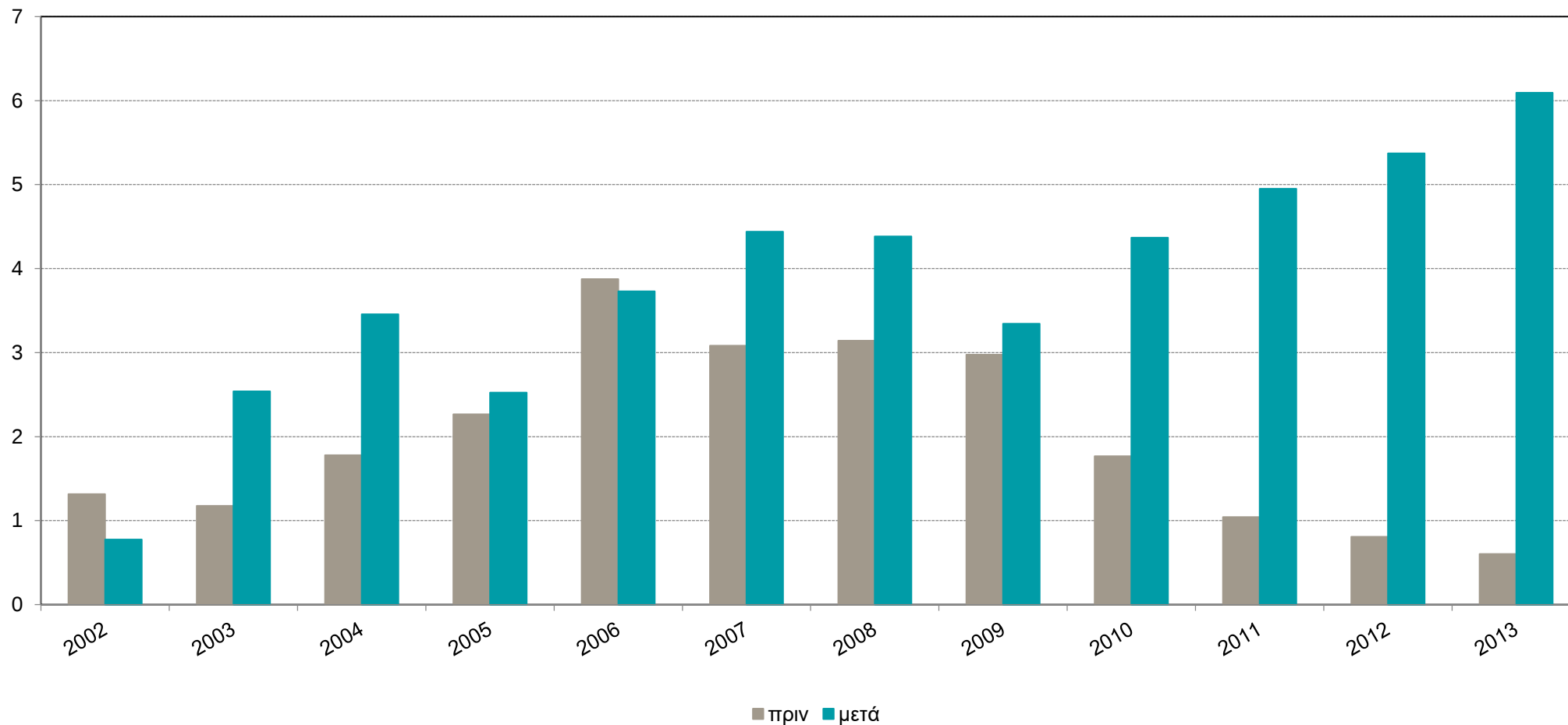
Οι εξαγωγές αυξάνουν μέσω της διείσδυσης σε περισσότερες εξαγωγικές αγορές



KAINOTOMIA

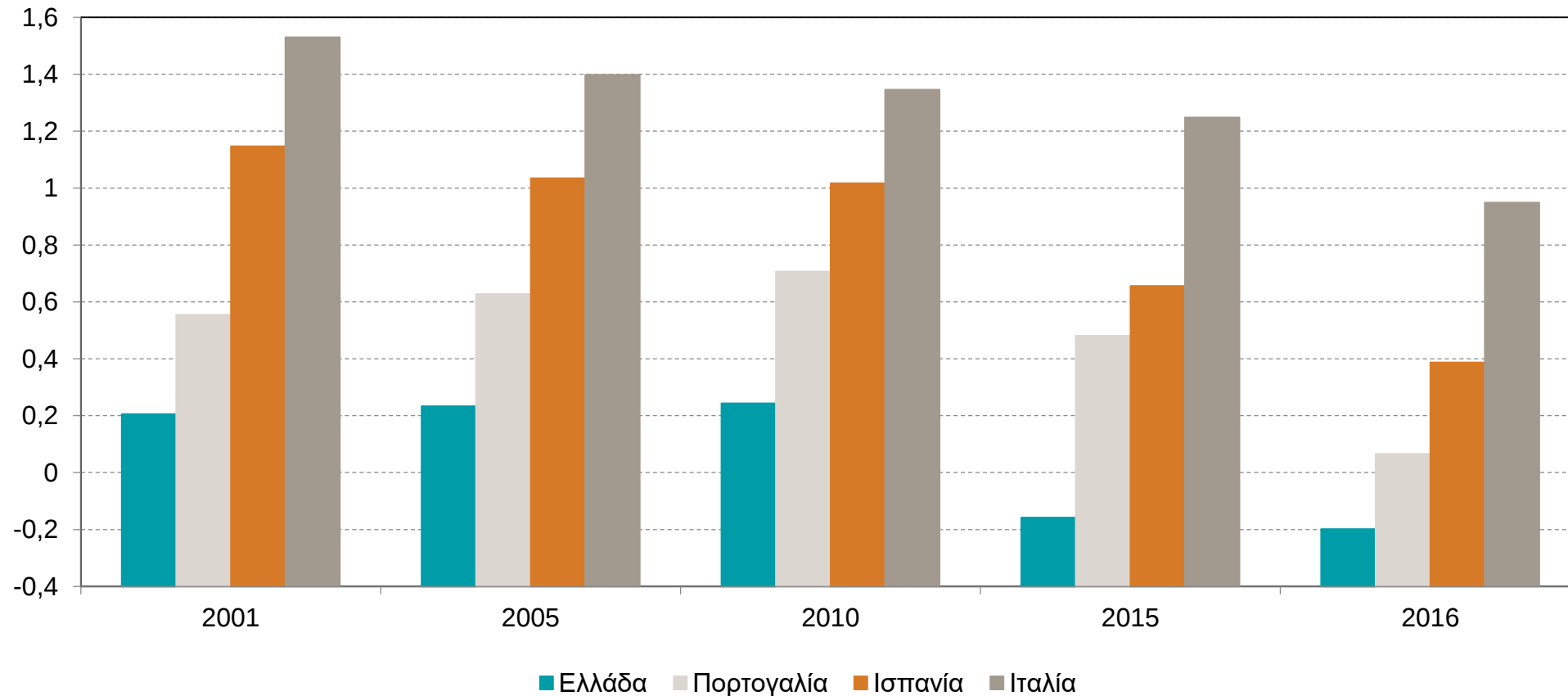
Η σημασία της καινοτομίας

Οι επιχειρήσεις με **πατέντες** στις εξαγωγικές αγορές πραγματοποιούν **πολλαπλάσιες εξαγωγές**



Βαθμός ενσωμάτωσης τεχνολογίας

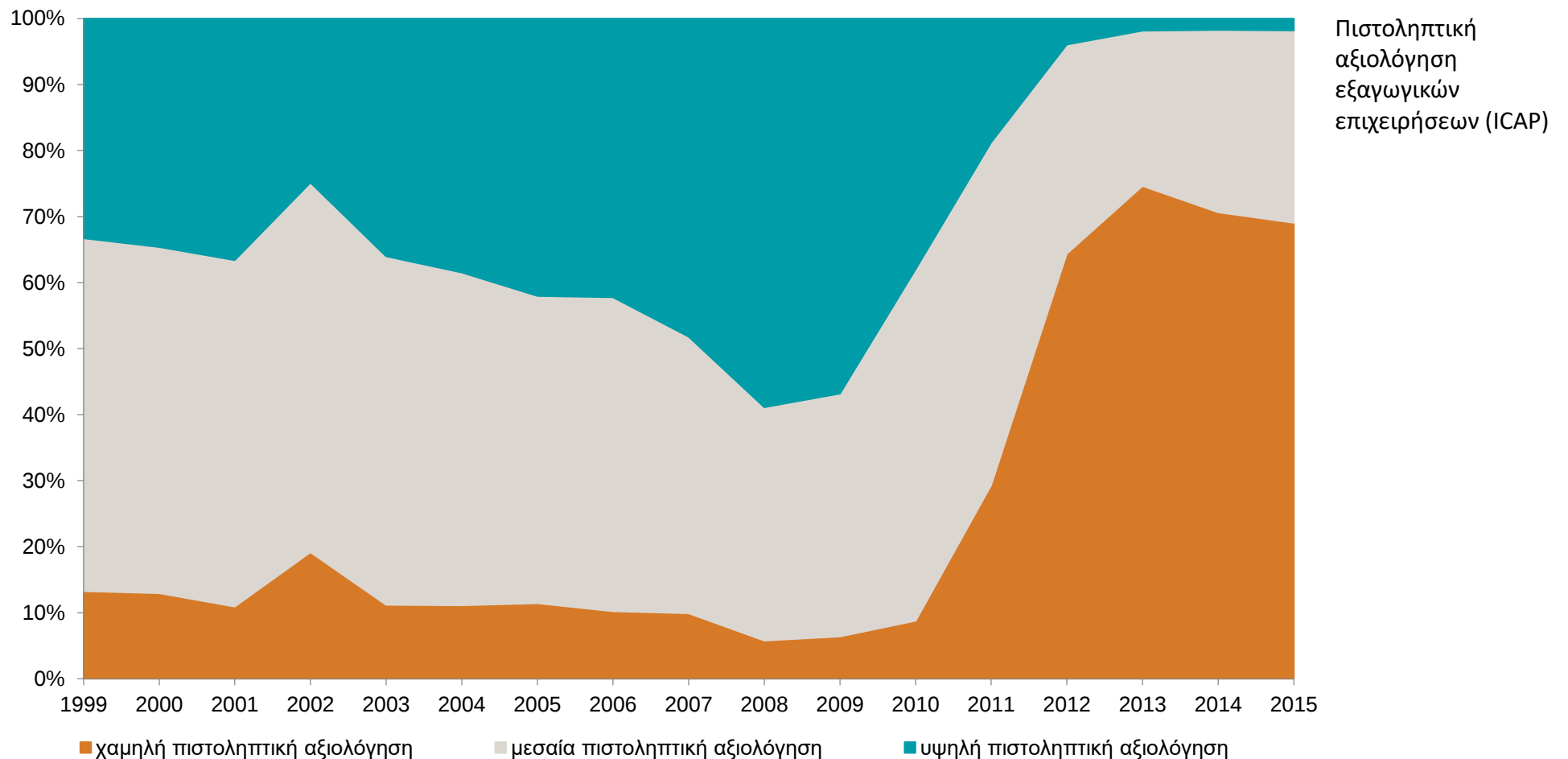
Ο δείκτης οικονομικής πολυπλοκότητας ECI (Economic Complexity Index) υπολογίζει το βαθμό στον οποίο οι εξαγωγές μιας χώρας διαθέτουν «ένταση σε επίπεδο γνώσης»



ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Κρίση και χρηματοδότηση

Χρηματοπιστωτική ασφυξία για τους εξαγωγείς



Ποιους έπληξε η κρίση;

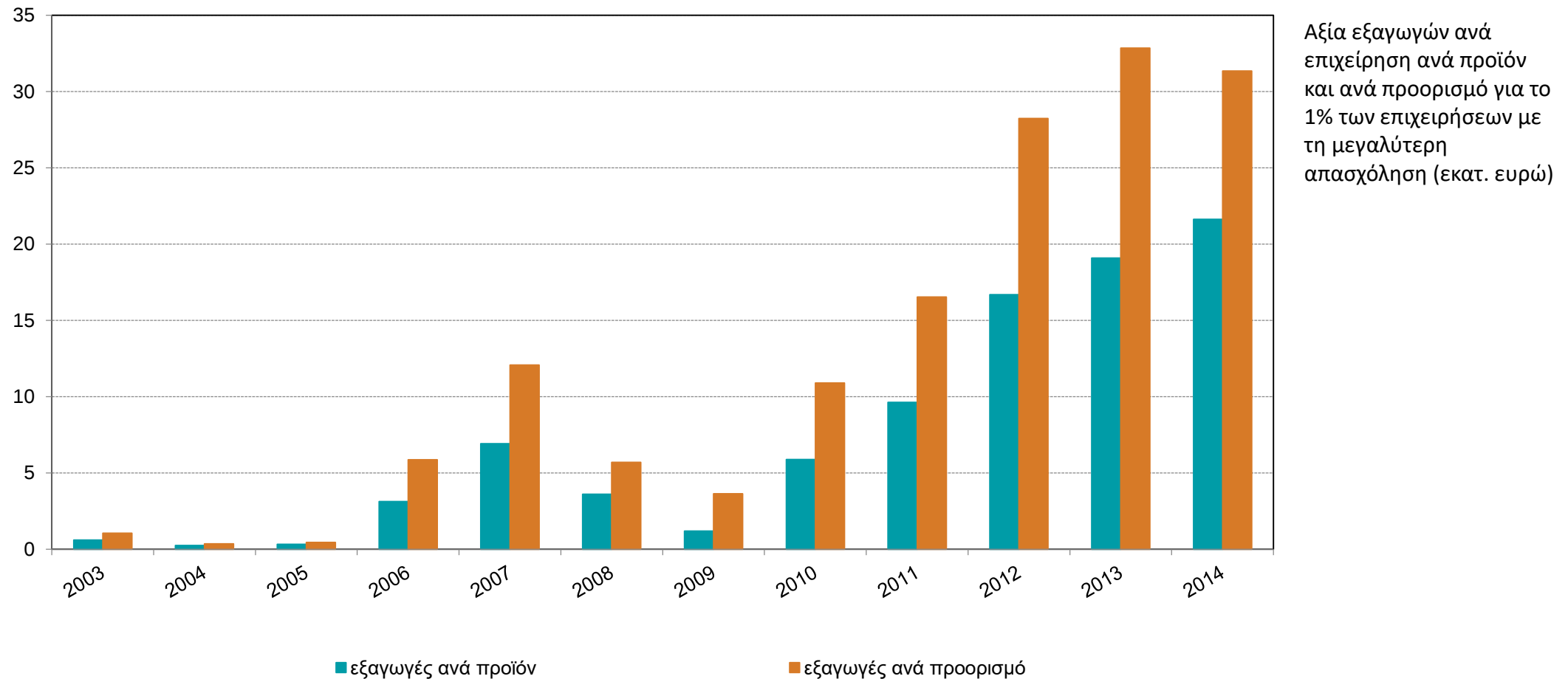
Η κρίση έπληξε κυρίως τις **μικρότερες εξαγωγικές επιχειρήσεις**

30-35% των ελληνικών εξαγωγικών επιχειρήσεων «**βγήκε**» από την **εξαγωγική αγορά** την περίοδο **2008-2014**

Η μείωση του αριθμού των εξαγωγικών επιχειρήσεων καλύφθηκε από την «**είσοδο**» επιχειρήσεων (κατά **90%** κατά μέσο όρο)

Οι μεγάλοι εξαγωγείς μεγάλωσαν περισσότερο

Αυξημένη μέση αξία εξαγωγών ανά προορισμό και ανά προϊόν



ΜΕΓΕΘΟΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**Οι 100 μεγαλύτερες
εξαγωγικές επιχειρήσεις εξήγαγαν
το 2014 πάνω από το
50% των συνολικών εξαγωγών**

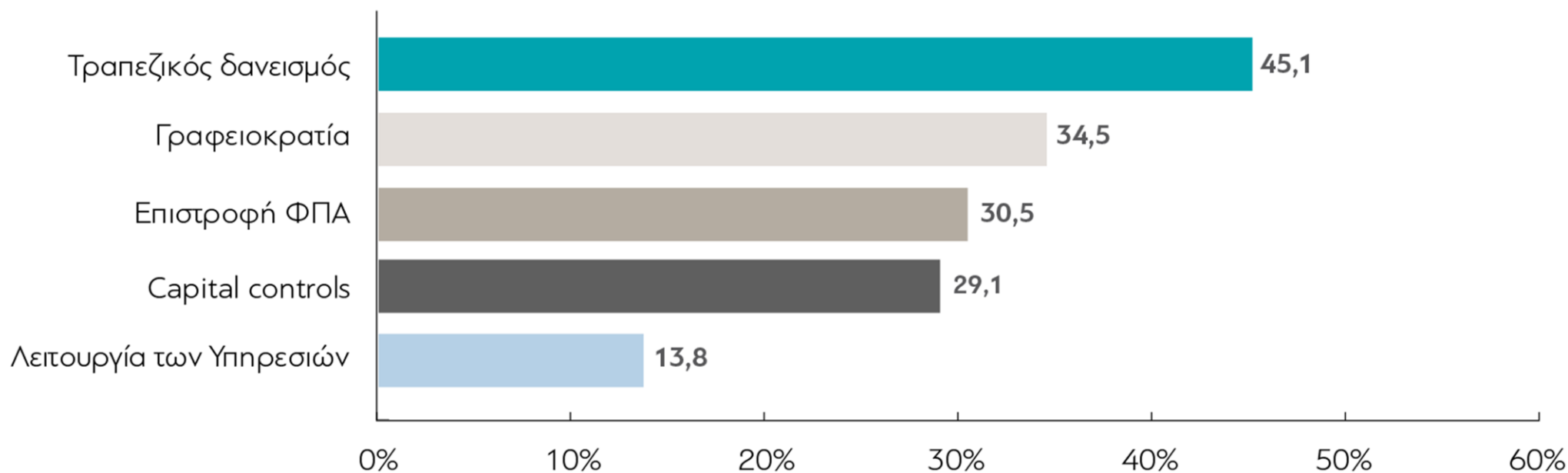
Σύγκριση εξαγωγικών επιχειρήσεων

TOP 100 (53% εξαγωγών)	Υπόλοιποι (47% εξαγωγών)
Η μέση επιχείρηση:	
▪ έχει αξία εξαγωγών 56 εκατ. €	▪ έχει αξία εξαγωγών 0,38 εκατ. €
▪ εξάγει 12 προϊόντα σε 27 χώρες	▪ εξάγει 3 προϊόντα σε 3 χώρες
▪ απασχολεί 203 εργαζόμενους	▪ απασχολεί 60 εργαζόμενους
Η μέση επιχείρηση καταβάλλει:	
▪ μέσο μισθό 21,5 χιλ. €	▪ μέσο μισθό 16,2 χιλ. €
▪ 30 χιλ. € για ειδικευμένη εργασία	▪ 19,5 χιλ. € για ειδικευμένη εργασία
▪ 16 χιλ. € για ανειδίκευτη εργασία	▪ 13,5 χιλ. € για ανειδίκευτη εργασία

ΤΙ ΕΜΠΟΔΙΖΕΙ ΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ;

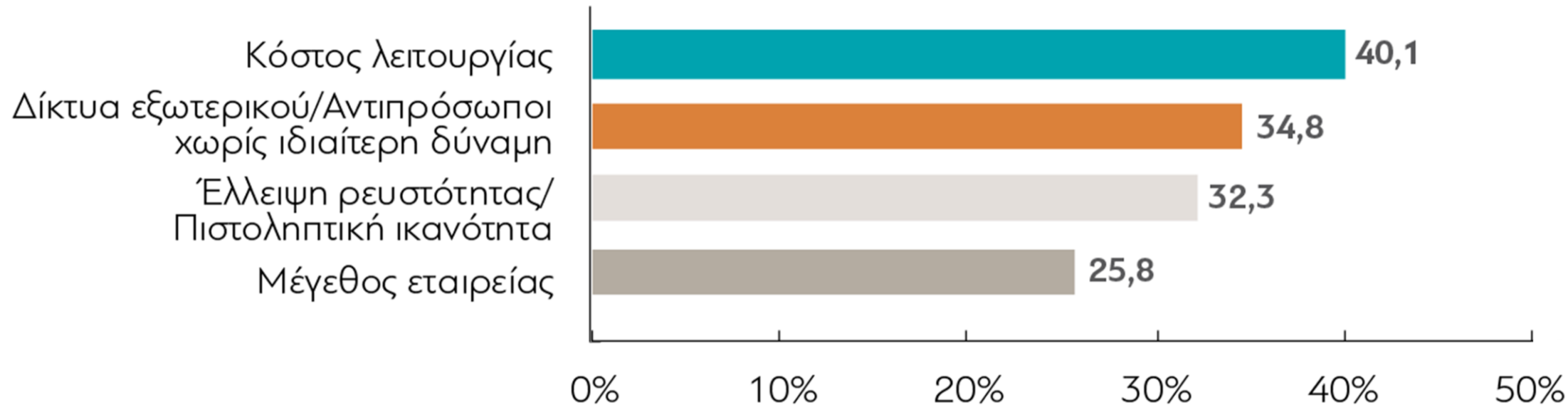
Διάγραμμα: Εμπόδια Από Πλευράς Της Πολιτείας Για Την Ενίσχυση Της Εξαγωγικής Δραστηριότητας

Ερ: Ποια είναι τα σημαντικότερα εμπόδια από πλευράς Πολιτείας για την ενίσχυση της εξαγωγικής δραστηριότητας; (έως 3 απαντήσεις)



Διάγραμμα: Τα Μειονεκτήματα Των Εταιρειών

*Ερ: Ποια θεωρείτε ότι είναι τα σημαντικότερα μειονεκτήματα/αδυναμίες της εταιρείας σας;
(έως 3 απαντήσεις)*



Πιστοληπτική αξιολόγηση εξαγωγικών επιχειρήσεων

Χαμηλή Πιστοληπτική Αξιολόγηση: **72%**

Μεσαία Πιστοληπτική Αξιολόγηση: **28%**

Υψηλή Πιστοληπτική Αξιολόγηση: **2%**

Στρατηγική εξαγωγών

**Το 40% των εταιρειών
θεωρούν τη χαμηλή τιμή
ως στρατηγικό πλεονέκτημα**

Οργάνωση

- **61%** χωρίς οργανωμένο τμήμα εξαγωγών
- **17%** θεωρεί αναγκαίο τα εξειδικευμένα στελέχη

Γενικά πλεονεκτήματα εταιρειών

- Ποιότητα 98%
- Ελληνικότητα 44%
- Συνέπεια 79%

Ελαιόλαδο στις ΗΠΑ — Μερίδια 2015

Ιταλία: 43%

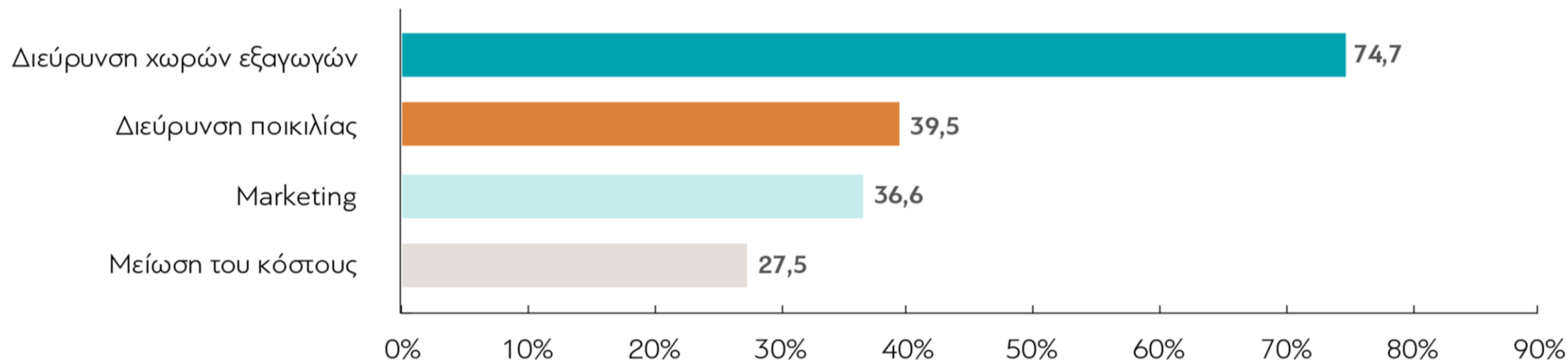
Ελλάδα: 3%

Στρατηγικά πλεονεκτήματα

- **Ισχυρό Brand: 56%**
- **Καινοτόμο προϊόν: 45%**
- **Διαφοροποίηση: 10%**

Διάγραμμα: Τα Μελλοντικά Σχέδια Των Εταιρειών

Ερ: Ποια είναι τα μελλοντικά σας σχέδια; (έως 3 απαντήσεις)



Μελλοντική στρατηγική εταιρειών

- Μεγαλύτερη διαφοροποίηση: **17%**
- Δημιουργία επώνυμων προϊόντων: **10%**
- Αναδιοργάνωση-Εξαγ. προσανατολισμός: **13%**
 - Εκπαίδευση προσωπικού: **9%**

ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Με ποιες πολιτικές θα αυξηθούν οι εξαγωγές;

Προτάσεις προς την πολιτεία

1. Βελτίωση θεσμικού πλαισίου

- Λειτουργία υπηρεσιών
- Φορολογικό σύστημα, εκκαθάριση ΦΠΑ
- Γραφειοκρατικές διαδικασίες

2. Βελτίωση παραγωγικών υποδομών

- Λιμάνια
- Δρόμοι, σιδηρόδρομοι, κλπ

3. Νέες τεχνολογίες (επικοινωνίες / πληροφορική)

4. Αξιοποίηση διπλωματικών υπηρεσιών

5. Κίνητρα βελτίωσης μεγέθους επιχειρήσεων (clusters, κ.λπ.)

6. Σύνδεση ελληνικών προϊόντων με ελληνικό brand name

7. Χρηματοδότηση & ασφάλιση εξαγωγών

Προτεινόμενη στρατηγική εξαγωγικών επιχειρήσεων

- Κουλτούρα εξαγωγών: προϊόν-οργάνωση-προσωπικό
- Καινοτομία-διαφοροποίηση-ποιότητα (συνεργασία με ΑΕΙ)
- Branding: δημιουργία επώνυμων προϊόντων
- Κόστος λειτουργίας
- Οργάνωση επιχείρησης/εξειδικευμένο προσωπικό
- Δίκτυα διανομής – αλυσίδες εξωτερικού
- Συνέπεια προδιαγραφών

ΣΑΣ ΕΥΧΑΡΙΣΤΩ

fay.m@dianeosis.org