

Πολυτεχνείο Κρήτης

Τμήμα Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης

Διπλωματική Εργασία

Η επίδραση της γεωγραφικής διαφοροποίησης στη χρηματοοικονομική πορεία των ελληνικών επιχειρήσεων κατά την διάρκεια της κρίσης.

Φανή Παρλάνη

A.M. 2008010011

Επιβλέπων καθηγητής:

Φώτιος Πασιούρας

Σεπτέμβριος 2014

Περιεχόμενα

| | |
|---|----|
| Κεφάλαιο 1 | 3 |
| 1.1 Εισαγωγή | 3 |
| 1.2 Ορισμός εξαγωγών..... | 3 |
| 1.3 Η σημασία των εξαγωγών..... | 5 |
| 1.4 Οι κατηγορίες των προϊόντων..... | 6 |
| Κεφάλαιο 2 | 9 |
| 2.1 Οι κορυφαίες χώρες-προορισμοί για τα ελληνικά προϊόντα..... | 9 |
| 2.2 Το εμπόριο της Ελλάδας..... | 12 |
| 2.3 Οι ελληνικές εξαγωγές κατά γεωγραφικές περιοχές..... | 15 |
| 2.4 Οι ελληνικές εξαγωγές κατά χώρες | 17 |
| 2.5 Προσδοκίες για εξαγωγές και αισιοδοξία επιχειρήσεων | 22 |
| 2.6 Εξαγωγές και εμπορικά κέρδη | 24 |
| Κεφάλαιο 3 | 25 |
| Βιβλιογραφική ανασκόπηση | 25 |
| Κεφάλαιο 4 | 30 |
| 4.1 Μεθοδολογία..... | 30 |
| 4.2 Αποτελέσματα Έρευνας..... | 32 |
| Κεφάλαιο 5 | 38 |
| Συμπεράσματα | 38 |
| Κεφάλαιο 6 | 40 |
| Βιβλιογραφία | 40 |

Κεφάλαιο 1

1.1 Εισαγωγή

Πολλές έρευνες που έχουν γίνει ανά τον κόσμο, δείχνουν πως η γεωγραφική διαφοροποίηση που επιτυγχάνεται μέσω των εξαγωγών σχετίζεται άμεσα με την επίδοση της επιχείρησης (Bobillo et al., 2010). Μάλιστα, βάση αυτών των ερευνών όταν μία επιχείρηση δραστηριοποιείται και σε ξένες χώρες έχει καλύτερα χρηματοοικονομικά αποτελέσματα.

Όσο αναφορά τις ελληνικές επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν πληγεί σημαντικά από την οικονομική κρίση δεν υπάρχει κάποια εμπεριστατωμένη μελέτη που να εξετάζει σε βάθος το εάν οι επιχειρήσεις, οι οποίες δραστηριοποιούνται και στο εξωτερικό, έχουν καλύτερα ή χειρότερα χρηματοοικονομικά αποτελέσματα. Η παρούσα εργασία έχει σκοπό να μελετήσει ένα μεγάλο δείγμα ελληνικών επιχειρήσεων προκειμένου να εξετάσει αν η δραστηριοποίηση αυτών των επιχειρήσεων αποφέρει καλύτερα χρηματοοικονομικά αποτελέσματα σε σχέση με αυτές που δραστηριοποιούνται μόνο στο εσωτερικό.

1.2 Ορισμός εξαγωγών

Εξαγωγή ονομάζεται η διαδικασία μεταφοράς εγχώριων προϊόντων, εμπορευμάτων και ανθρώπων προς μία ξένη χώρα όπου τα προϊόντα θα επεξεργαστούν, θα χρησιμοποιηθούν, θα πωληθούν ή θα εξαχθούν ξανά. Οι εξαγωγές είναι το αντίθετο των εισαγωγών και επηρεάζουν το εμπορικό ισοζύγιο. Επειδή πολλές εταιρίες βασίζονται στις πωλήσεις από εξαγωγές, κάθε παράγοντας όπως η κυβερνητική πολιτική ή η συναλλαγματική ισοτιμία που επηρεάζει τις εξαγωγές, μπορεί να έχει σημαντικό αντίκτυπο στα κέρδη των εταιριών.

"Η εξωτερική ζήτηση για τα προϊόντα που παράγονται από τη χώρα καταγωγής" αποτελείται από συναλλαγές αγαθών και υπηρεσιών (πωλήσεις, ανταλλαγές, δωρεές ή χορηγήσεις) από τους κατοίκους σε μη κατοίκους. Ο ακριβής ορισμός των εξαγωγών περιλαμβάνει και

αποκλείει συγκεκριμένες «οριακά» περιπτώσεις. Μια γενική οριοθέτηση των εξαγωγών στους εθνικούς λογαριασμούς δίνεται παρακάτω:

Μια εξαγωγή ενός αγαθού εμφανίζεται όταν υπάρχει μια αλλαγή της ιδιοκτησίας από ένα μόνιμο κάτοικο σε ένα μη μόνιμο κάτοικο. Αυτό δεν σημαίνει απαραίτητα ότι το υπό εξέταση αγαθό ξεπερνάει τα φυσικά σύνορα. Ωστόσο, σε ειδικές περιπτώσεις οι εθνικοί λογαριασμοί καταλογίζουν αλλαγές ιδιοκτησίας, ακόμη και αν από νομική άποψη δεν υπάρχει αλλαγή ιδιοκτησίας(π.χ. διασυνοριακή χρηματοδοτική μίσθωση, διασυνοριακές παραδόσεις μεταξύ των θυγατρικών της ίδιας επιχείρησης, αγαθά διασχίζουν τα σύνορα για σημαντική επεξεργασία κατά παραγγελία ή για επισκευή). Επίσης λαθραία εμπορεύματα πρέπει να περιλαμβάνονται στη μέτρηση των εξαγωγών.

Η εξαγωγή υπηρεσιών αποτελείται από όλες τις υπηρεσίες που παρέχονται από μόνιμους κατοίκους σε μη μόνιμους. Στους εθνικούς λογαριασμούς οποιεσδήποτε άμεσες αγορές από μη μόνιμους κατοίκους στην οικονομική επικράτεια μιας χώρας καταγράφονται ως εξαγωγές υπηρεσιών. Ως εκ τούτου, όλες οι δαπάνες των ξένων τουριστών στην οικονομική επικράτεια μιας χώρας θεωρούνται ως μέρος των εξαγωγών της χώρας. Επίσης, θα πρέπει να συμπεριληφθούν οι διεθνείς ροές των παράνομων υπηρεσιών.

Οι εθνικοί λογιστές συχνά χρειάζεται να κάνουν προσαρμογές στα βασικά στοιχεία για το εμπόριο προκειμένου να συμμορφωθούν με τις έννοιες των εθνικών λογαριασμών. Οι έννοιες για τις βασικές στατιστικές του εμπορίου συχνά διαφέρουν όσον αφορά τον ορισμό και την κάλυψη από τις απαιτήσεις των εθνικών λογαριασμών.

Τα δεδομένα για το διεθνές εμπόριο των αγαθών ως επί το πλείστον λαμβάνονται μέσω των δηλώσεων στις τελωνειακές υπηρεσίες. Εάν μια χώρα εφαρμόζει το γενικό σύστημα εμπορίου, όλα τα εμπορεύματα που εισέρχονται ή εξέρχονται από τη χώρα καταγράφονται. Εάν το ειδικό εμπορικό σύστημα (π.χ. στατιστικές για το εμπόριο εκτός ΕΕ) εφαρμόζεται σε εμπορεύματα που λαμβάνονται σε τελωνειακές αποθήκες δεν καταγράφονται στις στατιστικές του εξωτερικού εμπορίου, εκτός αν στη συνέχεια εισαχθούν σε ελεύθερη κυκλοφορία στη χώρα παραλαβής.

Μια ειδική περίπτωση είναι τα στατιστικά στοιχεία του ενδοκοινοτικού εμπορίου. Δεδομένου ότι τα εμπορεύματα κυκλοφορούν ελεύθερα μεταξύ των κρατών μελών της ΕΕ χωρίς τελωνειακούς ελέγχους, οι στατιστικές σχετικά με τις συναλλαγές αγαθών μεταξύ των κρατών μελών θα πρέπει να λαμβάνονται μέσω ερευνών. Για τη μείωση του στατιστικού

φόρτου για τους ερωτηθέντες οι μικροί έμποροι κλίμακας εξαιρούνται από την υποχρέωση υποβολής εκθέσεων.

Η στατιστική καταγραφή σχετικά με τις συναλλαγές στον τομέα των υπηρεσιών γίνεται με βάση τις δηλώσεις από τις τράπεζες για τις κεντρικές τράπεζες ή από έρευνες των κυριότερων επιχειρήσεων. Σε μια παγκοσμιοποιημένη οικονομία, όπου οι υπηρεσίες μπορούν να αποδοθούν με ηλεκτρονικά μέσα (π.χ. διαδίκτυο) οι σχετικές διεθνείς ροές των υπηρεσιών είναι δύσκολο να εντοπιστούν.

Βασικές στατιστικές για το διεθνές εμπόριο συνήθως δεν καταγράφουν λαθραία εμπορεύματα ή διεθνείς ροές των παράνομων υπηρεσιών. Ένα μικρό κομμάτι των λαθραίων και παράνομων υπηρεσιών μπορούν, ωστόσο, να περιλαμβάνονται στις επίσημες στατιστικές εμπορίου μέσω των εικονικών αποστολών ή των εικονικών δηλώσεων που χρησιμεύουν για να αποκρύψουν την παράνομη φύση των δραστηριοτήτων.

Η χώρα η οποία είναι πρώτη στην λίστα των εξαγωγών σύμφωνα με το WordFactbook της CIA είναι η Κίνα και ακολουθούν οι Ηνωμένες Πολιτείες και η Γερμανία, ενώ η Ελλάδα βρίσκεται στην εξηκοστή πρώτη θέση.

1.3 Η σημασία των εξαγωγών

Σύμφωνα με την Global Greece (International Business Project), οι περισσότεροι Έλληνες θα ήταν πολύ καλύτερα από οικονομική άποψη, εάν η βιομηχανία και οι υπηρεσίες της χώρας γινόταν πιο ανταγωνιστικές διεθνώς και αν οι εξαγωγές αυξανόταν σε επίπεδα αντιστοίχων με αυτά χωρών της Ε.Ε.

Όσο αναφορά τα εθνικά οφέλη, είναι γεγονός ότι οι επιχειρηματικές, διεθνείς και πολιτικές σχέσεις βελτιώνονται μέσω των εξαγωγών. Επίσης ένα ακόμη σημαντικό χαρακτηριστικό των εξαγωγών είναι πως μειώνουν τις πιθανότητες ευπάθειας σε παγκόσμιες κρίσεις και διακυμάνσεις, προσθέτουν ποικιλία στο εθνικό εισόδημα της χώρας, καθώς επίσης και περισσότερες επιλογές αγορών.

Όσο αναφορά τα επιχειρηματικά οφέλη, ο διεθνής ανταγωνισμός ωθεί τις επιχειρήσεις να είναι πιο καινοτόμες και να χρησιμοποιούν συχνότερα τις νέες τεχνολογίες. Οι εξαγωγικές επιχειρήσεις έχοντας μεγαλύτερο ανταγωνισμό συντελούν στην βελτίωση των υποδομών, των παραγωγικών δυνατοτήτων, στην έρευνα και την ανάπτυξη νέων προϊόντων.

Όσο αναφορά τη σημασία των εξαγωγών για τις επιχειρήσεις, σύμφωνα με την GlobalGreece, οι εξαγωγές βελτιώνουν την ανταγωνιστικότητα, την επιχειρησιακή τεχνογνωσία, την χρήση νέων τεχνολογιών, τις επενδύσεις, την αποδοτικότητα των κεφαλαίων, τις επιχειρηματικές δυνατότητες ανταπόκρισης και προσαρμογής στις απαιτήσεις των αγορών. Επίσης, προσφέρουν εμπειρία, επιχειρηματική διορατικότητα, δυνατότητες εποχιακής ισορροπίας ή άλλων κυκλικών διακυμάνσεων, οικονομίες κλίμακας, αδιάλειπτη παραγωγή και μακροπρόθεσμη επέκταση της επιχείρησης. Δημιουργούν νέες ευκαιρίες για αύξηση πωλήσεων σε ευρύτερες αγορές, επεκτείνουν τον κύκλο ζωής ενός προϊόντος, οδηγούν τις επιχειρήσεις σε συχνή βελτίωση ποιότητας και οργάνωσης και αξιοποιούν την πλεονάζουσα παραγωγικότητα.

Τέλος, όσο αναφορά την απασχόληση ανθρώπινου δυναμικού, οι εξαγωγικές επιχειρήσεις τείνουν να πληρώνουν υψηλότερους μισθούς, να απασχολούν άτομα σε μόνιμο επίπεδο και να εκπαιδεύουν όσο το δυνατό περισσότερο το προσωπικό τους.

1.4 Οι κατηγορίες των προϊόντων

Σύμφωνα με το Διεθνές Κέντρο Εμπορίου του ΟΗΕ στη Γενεύη, τα προϊόντα που αποτελούν αντικείμενο του διεθνούς εμπορίου κατατάσσονται, σύμφωνα με τα ποιοτικά χαρακτηριστικά τους στις ακόλουθες πέντε κατηγορίες:

1. Προϊόντα πρωτογενούς παραγωγής
2. Προϊόντα βιομηχανοποιημένα έντασης φυσικών υλών
3. Προϊόντα βιομηχανοποιημένα έντασης εργασίας
4. Προϊόντα βιομηχανοποιημένα έντασης τεχνολογίας

5. Προϊόντα βιομηχανοποιημένα έντασης ειδικευμένης εργασίας

Σύμφωνα με έρευνα του KEEM (2009) η συμμετοχή των παραδοσιακών προϊόντων στην εξαγωγική δραστηριότητα υποχωρεί σημαντικά στις τελευταίες δεκαετίες, ενώ αυξάνεται η συμμετοχή των προϊόντων που ενσωματώνουν περισσότερη γνώση και είναι υψηλότερης τεχνολογικής στάθμης. Τα τελευταία χρόνια πραγματοποιείται σημαντική αναπροσαρμογή της εξαγωγικής δραστηριότητας με την μεγαλύτερη συμμετοχή των προϊόντων που είναι υψηλότερης τεχνολογικής στάθμης και ενσωματώνουν περισσότερες γνώσεις και προϊόντων που απαιτούν εξειδικευμένες δεξιότητες. Σε κάθε περίπτωση η αύξηση της αξίας των εξαγωγών στους κλάδους αυτούς είναι ταχύτερη σε σχέση με την άνοδο των ελληνικών εξαγωγών συνολικά. Η εξέλιξη αυτή είναι εντονότερη στην κατηγορία 4. Χαρακτηριστικό είναι επίσης πως η συμμετοχή των παραδοσιακών προϊόντων ολοένα και μειώνεται. Υπάρχει δηλαδή πτώση στις κατηγορίες 1 και 3, ενώ η κατηγορία 2 παραμένει σταθερή. Τα μη παραδοσιακά προϊόντα φαίνεται να είναι πιο ανθεκτικά στις ανταγωνιστικές πιέσεις, στην πτώση της ζήτησης και σε άλλες δυσχέρειες. Παρατηρείται επίσης πως πραγματοποιείται προσαρμογή της εξαγωγικής δραστηριότητας της Ελλάδας στις νέες και ανταγωνιστικότερες συνθήκες, αλλά δεν είναι ανάλογη με τις ανάγκες της ελληνικής οικονομίας, για την οποία η εξωστρέφεια αποτελεί προϋπόθεση για την εξασφάλιση της οικονομικής προόδου. Όσο αναφορά τον γεωγραφικό προσανατολισμό των κατηγοριών, ακολουθούν τη στροφή που άρχισε από τις αρχές του 1990 προς τις Βαλκανικές και γενικότερα τις πρώην Ανατολικές χώρες. Ο αναπροσανατολισμός αυτός συνέβαλε όχι μόνο στην επίδοση των παραδοσιακών προϊόντων αλλά και στους κλάδους που ενσωματώνουν περισσότερη γνώση και είναι υψηλής τεχνολογικής στάθμης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η μεγάλη συμμετοχή των Βαλκανικών χωρών στην κατηγορία 5.

Πίνακας 1.1- Το ποσοστό των εξαγωγών στις κατηγορίες των προϊόντων

| Κατηγορία | | 1990 | 2000 | 2003 | 2007 |
|--|--|-------|-------|-------|-------|
| 1 | Προϊόντα πρωτογενούς παραγωγής | 81,3% | 71,3% | 72,5% | 68,0% |
| 2 | Προϊόντα βιομηχανοποιημένα έντασης φυσικών υλών | 82,2% | 79,2% | 80,1% | 81,1% |
| 3 | Προϊόντα βιομηχανοποιημένα έντασης εργασίας | 93,3% | 84,8% | 82,8% | 80,4% |
| 4 | Προϊόντα βιομηχανοποιημένα έντασης τεχνολογίας | 73,3% | 71,2% | 77,7% | 73,4% |
| 5 | Προϊόντα βιομηχανοποιημένα έντασης ειδικευμένης εργασίας | 79,5% | 73,0% | 72,0% | 79,6% |
| Πηγή:ΕΣΥΕ ,επεξεργασία στοιχείων από το ΚΕΕΜ | | | | | |

Κεφάλαιο 2

2.1 Οι κορυφαίες χώρες-προορισμοί για τα ελληνικά προϊόντα

Έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τον Πανελλήνιο Σύνδεσμο Εξαγωγέων και το Κέντρο Εξαγωγικών Ερευνών και Μελετών (2013) αποκαλύπτει εξαιρετικά ενδιαφέροντα στοιχεία όσο αναφορά τις πέντε κορυφαίες χώρες-προορισμούς για τα ελληνικά προϊόντα κατά την περίοδο 1988-2012. Στην προδημοσίευση των πρώτων πορισμάτων της έρευνας, προκύπτει συνεχής αύξηση του μεριδίου και της σημασίας των γειτονικών χωρών, με ταυτόχρονη υποχώρηση της συμμετοχής στο εξωτερικό εμπόριο της Ελλάδας, παραδοσιακών εμπορικών εταιρικών της χώρας στο δυτικό κόσμο. Ένα εξίσου σημαντικό στοιχείο που προκύπτει από την έρευνα είναι ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις διεισδύουν ολοένα και περισσότερο σε νέες αγορές, διαφοροποιώντας το πελατολόγιο τους και μειώνοντας την εξάρτησή τους από μερικές μόνο οικονομίες του κόσμου.

Σημαντική μείωση έχει υποστεί το ποσοστό των ελληνικών εξαγωγών (εξαιρουμένων των πετρελαιοειδών) που καταλαμβάνεται από τις πέντε πρώτες χώρες-προορισμούς. Πιο συγκεκριμένα το 1998 οι πέντε πρώτες αγορές (Γερμανία, Ιταλία, Γαλλία, Ηνωμένο Βασίλειο και ΗΠΑ) απορροφούσαν το 64% των ελληνικών εξαγωγών (εξαιρουμένων των πετρελαιοειδών) ενώ το 2012 οι αντίστοιχες πέντε πρώτες χώρες (Ιταλία, Γερμανία, Βουλγαρία, Κύπρος και Τουρκία) μόλις το 38%.

Σύμφωνα με την έρευνα του ΠΣΕ(2013), την τελευταία 25ετία υπήρξε σημαντική διαφοροποίηση στην κατάταξη των χωρών προς τις οποίες η Ελλάδα εξάγει προϊόντα (εξαιρουμένων των πετρελαιοειδών), με αποτέλεσμα σε σχέση με το 1998 να υπάρξει ανανέωση κατά 60%.

Ως πρώτο σημείο καμπής αναφέρονται τα μέσα της δεκαετίας του 1990, οπότε οι ελληνικές επενδύσεις στα Βαλκάνια και ειδικότερα στην Βουλγαρία, ενισχύουν τη σημασία και την θέση της γειτονικής χώρας στο χάρτη των εξαγωγών. Ένα ακόμη χαρακτηριστικό στοιχείο

είναι ότι το 1996 το ποσοστό των πέντε χωρών υποχωρεί κάτω από το 50% για πρώτη φορά, ένα έτος όπου η δραχμή διολίσθησε σε σχέση με τα άλλα νομίσματα. Το ποσοστό συνέχισε να μειώνεται με την πάροδο του χρόνου και το 2012 έπεσε κάτω από το 40%.

Μια ακόμη αλλαγή, η οποία συνέβαλλε σημαντικά ήταν αυτή της ένταξης στην Ε.Ε. τόσο της Βουλγαρίας όσο και της Κύπρου, όπου από το 2007 και έπειτα οι δύο αυτές χώρες εναλλάσσονται στην τρίτη και τέταρτη θέση της κατάταξης. Ασφαλώς στην περίπτωση των δύο αυτών χωρών σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η δραστηριοποίηση στις δύο χώρες των ελληνικών επιχειρήσεων και θυγατρικών τους, καθώς και η μεταφορά σε αυτές των μονάδων τις οποίες προμηθεύουν με πρώτες ύλες οι μητρικές εταιρίες ή Έλληνες προμηθευτές.

Από την άλλη πλευρά, οι ελληνικές εξαγωγές προς τις ΗΠΑ παραμένουν σταθερές στον χρόνο και κυμαίνονται μεταξύ 4 και 6 τις εκατό του συνόλου των εξαγωγών (εξαιρουμένων των πετρελαιοειδών). Ποσοστό το οποίο από το 2003 και έπειτα δεν επαρκεί για να τις κατατάξει μεταξύ των πέντε κορυφαίων αγορών για τα ελληνικά προϊόντα.

Αντίθετα, οι ελληνικές εξαγωγές προς την Γαλλία χαρακτηρίζονται από έντονες διακυμάνσεις. Το 1998 αποτελούσαν το 9% και βρισκόντουσαν την τρίτη θέση της κατάταξης, ενώ από το 1999 έως και το 2004 αποτελούσαν μόλις το 4% του συνόλου των εξαγωγών, οπότε και έπαψαν και να είναι μια από τις κορυφαίες αγορές για τα ελληνικά προϊόντα. Αντίστοιχη είναι και η εικόνα του Ηνωμένου Βασιλείου, προς το οποίο μειώθηκαν οι ελληνικές εξαγωγές από το 8% και την τέταρτη θέση της κατάταξης το 1988, στο 5% το 2007, οπότε και σημειώνεται η τελευταία εμφάνιση του στις πέντε πρώτες θέσεις της κατάταξης, αν και στο μεταξύ είχε αναρριχηθεί μέχρι και την τρίτη θέση το 1994.

Αλλαγές, ωστόσο, υπήρξαν και στην κορυφή της κατάταξης, όπου το 2011 η Γερμανία παύει να είναι ο πρώτος προορισμός για τα ελληνικά προϊόντα και την θέση καταλαμβάνει η έως έκτοτε δεύτερη Ιταλία. Ένα σημαντικό στατιστικό στοιχείο είναι ότι οι δύο αυτές χώρες απορροφούσαν το 40% των ελληνικών προϊόντων το 1988 (Γερμανία 26% και Ιταλία 14%), ποσοστό το οποίο αυξήθηκε στο 44% την διετία 1991-1992 (Γερμανία 26 και Ιταλία 18%), όμως έκτοτε συνεχώς μειώνεται και πλέον αποτελεί μόνο το 22%.

Τέλος, αξιοσημείωτη είναι η ταχύτητα αύξησης των ελληνικών εξαγωγών στην Τουρκία, με αποτέλεσμα να αποτελεί μια από τις πέντε κορυφαίες αγορές για τα ελληνικά προϊόντα μετά το 2012. Μάλιστα, συμπεριλαμβανομένων των πετρελαιοειδών, η γειτονική χώρα αποτελεί την υπ' αριθμόν ένα αγορά, τόσο για το σύνολο του 2012 όσο και στο πρώτο τρίμηνο του

2013. Επίσης χαρακτηριστική είναι και η άνοδος του Γιβραλτάρ στην τέταρτη θέση της κατάταξης από τις αρχές του χρόνου, εκτοπίζοντας έτσι την Κύπρο από την λίστα.

Πίνακας2.1- Οι κορυφαίες χώρες-προορισμοί των ελληνικών προϊόντων

| Χώρα | Σειρά κατάταξης | | Αξία |
|--|-----------------|------|-------|
| | 2012 | 2013 | |
| Τουρκία | 1 | 1 | 702,1 |
| Ιταλία | 2 | 2 | 613,0 |
| Γερμανία | 3 | 3 | 423,7 |
| Γιβραλτάρ | 9 | 4 | 328,0 |
| Βουλγαρία | 5 | 5 | 292,9 |
| Κύπρος | 4 | 6 | 257,2 |
| ΗΠΑ | 6 | 7 | 246,5 |
| Ην.Βασίλειο | 8 | 8 | 186,4 |
| Σιγκαπούρη | 7 | 9 | 164,4 |
| Γαλλία | 11 | 10 | 163,3 |
| Ισπανία | 18 | 11 | 159,9 |
| Λιβύη | 17 | 12 | 155,7 |
| Αίγυπτος | 24 | 13 | 154,7 |
| Αλγερία | 21 | 14 | 141,2 |
| ΠΓΔΜ | 10 | 15 | 132,0 |
| Πηγή: ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ,2013 | | | |

2.2 Το εμπόριο της Ελλάδας

Σύμφωνα με το Κέντρο Εξαγωγικών Ερευνών και Μελετών (KEEM, 2014) το εμπόριο της Ελλάδας αναλύεται σε αριθμούς στον παρακάτω πίνακα και πιο συγκεκριμένα τα παρακάτω στοιχεία έχουν καταγραφεί έως τον Απρίλιο του 2014. Ο πίνακας αυτός είναι χωρισμένος σε δύο κατηγορίες τις εισαγωγές και τις εξαγωγές, οι οποίες αποτελούν και το συνολικό εμπόριο μιας χώρας. Στο πάνω μέρος του πίνακα βλέπουμε τις εξαγωγές, όπου αναλύεται για τα προϊόντα που εξάγονται, η αξία τους την χρονιά 2013 και 2014, η μεταβολή η οποία υπέστησαν σε αυτό το διάστημα καθώς και το ποσοστό συμβολής τους στο συνολικό αριθμό των εξαγωγών που έκανε η Ελλάδα τα δύο αυτά χρόνια. Στο κάτω μέρος του πίνακα βλέπουμε τα ίδια στοιχεία για τις εισαγωγές που έγιναν τις ίδιες χρονιές.

Γενικά παρατηρούμε πως υπάρχει μια μείωση στην αξία των προϊόντων τόσο στις εξαγωγές όσο και στις εισαγωγές. Επίσης, υπάρχουν και κάποιες διαφορές στα ποσοστά των προϊόντων που αποτελούν το συνολικό εμπόριο. Για παράδειγμα, βλέπουμε πως τα αγροτικά προϊόντα το 2013 αποτελούσαν το 18,4% του συνόλου πλέον αποτελούν το 16,6% για τις εξαγωγές, δηλαδή έχουν υποστεί 16,8% μείωση, τα χημικά προϊόντα αυξήθηκαν κατά 6,3% στην σύνθεση των εξαγωγών από 9% το 2013 σε 10,4% το 2014, κοκ.

Πίνακας 2.2 – Το εμπόριο της Ελλάδας κατά μονοψήφιες κατηγορίες και η σύνθεση του

| ΚΩΔ. ΤΤΔΕ | | Π ρ ο ῖ ό ν | Α ξ ί α | | % Μεταβολή | % Σύνθεση | |
|-----------------|---|---|---------|---------|------------|-----------|--------|
| | | | 2014* | 2013* | 14*/13* | 2014* | 2013* |
| Ε ξ α γ ω γ έ ς | | | | | | | |
| 0+1+4 | | Αγροτικά προϊόντα | 1,380.1 | 1,658.4 | -16.8% | 16.6% | 18.4% |
| | 0 | Τρόφιμα και ζώα ζωντανά | 1,131.6 | 1,142.5 | -1.0% | 13.6% | 12.7% |
| | 1 | Ποτά& καπνός | 158.7 | 181.6 | -12.6% | 1.9% | 2.0% |
| | 4 | Λάδια και λίπη ζωικής ή φυτικής προέλευσης | 89.8 | 334.2 | -73.1% | 1.1% | 3.7% |
| 2 | | Πρώτες ύλες | 336.6 | 337.5 | -0.3% | 4.1% | 3.7% |
| | 2 | Πρώτες ύλες μη edώδιμες εκτός από καύσιμα | 336.6 | 337.5 | -0.3% | 4.1% | 3.7% |
| 3 | | Καύσιμα | 3,172.9 | 3,576.9 | -11.3% | 38.2% | 39.6% |
| | 3 | Ορυκτά, καύσιμα, λιπαντικά, κ.λπ. | 3,172.9 | 3,576.9 | -11.3% | 38.2% | 39.6% |
| 5-8 | | Βιομηχανικά προϊόντα | 3,222.6 | 3,262.4 | -1.2% | 38.8% | 36.2% |
| | 5 | Χημικά προϊόντα & συναφή (μ.α.κ.) | 863.9 | 812.5 | 6.3% | 10.4% | 9.0% |
| | 6 | Βιομηχανικά είδη ταξινομημένα κατά πρώτη ύλη | 1,182.3 | 1,261.3 | -6.3% | 14.2% | 14.0% |
| | 7 | Μηχανήματα & υλικό μεταφορών | 645.9 | 668.6 | -3.4% | 7.8% | 7.4% |
| | 8 | Διάφορα βιομηχανικά είδη | 530.6 | 520.1 | 2.0% | 6.4% | 5.8% |
| 9 | | Άλλα | 189.6 | 187.9 | 0.9% | 2.3% | 2.1% |
| | 9 | Είδη & συναλλαγές μη ταξινομημένα κατά κατηγορίες | 189.6 | 187.9 | 0.9% | 2.3% | 2.1% |
| 0-9 | | Συνολικές εξαγωγές | 8,301.9 | 9,023.1 | -8.0% | 100.0% | 100.0% |
| | | | | | | | |

| Ε ι σ α γ ω γ έ ς | | | | | | | |
|--|---|---|-----------------|-----------------|---------------|---------------|---------------|
| 0+1+4 | | Αγροτικά προϊόντα | 1,772.2 | 1,843.7 | -3.9% | 11.7% | 11.9% |
| | 0 | Τρόφιμα και ζώα ζωντανά | 1,555.7 | 1,608.4 | -3.3% | 10.2% | 10.4% |
| | 1 | Ποτά& καπνός | 131.1 | 147.5 | -11.1% | 0.9% | 0.9% |
| | 4 | Λάδια και λίπη ζωικής ή φυτικής προέλευσης | 85.3 | 87.8 | -2.8% | 0.6% | 0.6% |
| 2 | | Πρώτες ύλες | 398.0 | 441.7 | -9.9% | 2.6% | 2.8% |
| | 2 | Πρώτες ύλες μη εδωδιμες εκτός από καύσιμα | 398.0 | 441.7 | -9.9% | 2.6% | 2.8% |
| 3 | | Καύσιμα | 4,958.5 | 5,949.2 | -16.7% | 32.6% | 38.3% |
| | 3 | Ορυκτά, καύσιμα, λιπαντικά, κ.λπ. | 4,958.5 | 5,949.2 | -16.7% | 32.6% | 38.3% |
| 5-8 | | Βιομηχανικά προϊόντα | 8,056.1 | 7,301.3 | 10.3% | 53.0% | 47.0% |
| | 5 | Χημικά προϊόντα & συναφή (μ.α.κ.) | 2,252.6 | 2,169.7 | 3.8% | 14.8% | 14.0% |
| | 6 | Βιομηχανικά είδη ταξινομημένα κατά πρώτη ύλη | 1,458.1 | 1,504.3 | -3.1% | 9.6% | 9.7% |
| | 7 | Μηχανήματα & υλικό μεταφορών | 2,941.9 | 2,291.0 | 28.4% | 19.4% | 14.7% |
| | 8 | Διάφορα βιομηχανικά είδη | 1,403.6 | 1,336.3 | 5.0% | 9.2% | 8.6% |
| 9 | | Άλλα | 2.8 | 3.7 | -25.5% | 0.0% | 0.0% |
| | 9 | Είδη & συναλλαγές μη ταξινομημένα κατά κατηγορίες | 2.8 | 3.7 | -25.5% | 0.0% | 0.0% |
| 0-9 | | Συνολικές εισαγωγές | 15,187.5 | 15,539.6 | -2.3% | 100.0% | 100.0% |
| Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ.- Επεξεργασία στοιχείων από το ΚΕΕΜ | | | | | | | |

2.3 Οι ελληνικές εξαγωγές κατά γεωγραφικές περιοχές

Σύμφωνα με το Κέντρο Εξαγωγικών Ερευνών και Μελετών (KEEM, 2014) στον παρακάτω πίνακα βλέπουμε πως κινήθηκαν οι ελληνικές εξαγωγές στον υπόλοιπο κόσμο. Στην πρώτη στήλη του πίνακα αναφέρονται οι γεωγραφικές περιοχές στις οποίες έγιναν εξαγωγές, στην δεύτερη ο αριθμός αυτών κατά το έτος 2013 και έως τον Απρίλιο του 2014, στην τρίτη στήλη την μεταβολή που επέστησε ο αριθμός των εξαγωγών και στην τελευταία στήλη το ποσοστό που έχει η κάθε γεωγραφική περιοχή στον χάρτη των εξαγωγών για την Ελλάδα. Παρατηρούμε πώς ενώ γενικά υπάρχει μείωση στον συνολικό αριθμό των εξαγωγών, σε ορισμένες γεωγραφικές περιοχές όπως τα πρώην σοβιετικά κράτη και οι χώρες της Αφρικής υπάρχει μια αύξηση της τάξης του 13% και 13,7% αντίστοιχα. Ένα ακόμη σημαντικό στοιχείο είναι η σχεδόν εξάλειψη των ελληνικών εξαγωγών στην Λατινική Αμερική, με μείωση που αξίζει το 65%. Τέλος βλέπουμε πως η ΕΕ αποτελεί την νούμερο ένα αγορά για τα ελληνικά προϊόντα, με ποσοστό που έχει μειωθεί φέτος συγκριτικά με πέρυσι, αλλά παραμένει σημαντικό 45,7%, δηλαδή περίπου ο μισός αριθμός εξαγωγών.

Πίνακας2.3-Οι ελληνικές εξαγωγές κατά γεωγραφικές περιοχές

| ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ | ΕΙΣΑΓΩΓΕΣ | | % ΜΕΤΑΒΟΛΗ | % ΣΥΝΘΕΣΗ | |
|---|------------------|-----------------|-------------------|------------------|---------------|
| | 2014 | 2013 | 14/13 | 2014 | 2013 |
| ΚΟΣΜΟΣ | 15,187.5 | 15,539.6 | -2.3% | 100.0% | 100.0% |
| ΟΟΣΑ (29 χώρες) | 7,866.4 | 7,342.3 | 7.1% | 51.8% | 47.2% |
| Ε.Ε. (27) | 6,961.9 | 6,949.3 | 0.2% | 45.8% | 44.7% |
| Ε.Ε. (15) | 5,841.0 | 5,844.7 | -0.1% | 38.5% | 37.6% |
| Β. Αμερική | 202.5 | 233.9 | -13.4% | 1.3% | 1.5% |
| Άλλες ανεπτυγμένες χώρες | 83.3 | 42.0 | 98.3% | 0.5% | 0.3% |
| Υπόλοιπες ΟΟΣΑ (εκτός Ν.Κορέας) | 586.3 | 588.3 | -0.3% | 3.9% | 3.8% |
| Βαλκάνια | 787.2 | 815.0 | -3.4% | 5.2% | 5.2% |
| Κοινοπολ. Ανεξάρτ. Κρατών (ΚΑΚ) | 2,442.7 | 2,988.6 | -18.3% | 16.1% | 19.2% |
| Β. Αφρική& Μ. Ανατολή | 2,362.7 | 2,767.8 | -14.6% | 15.6% | 17.8% |
| Χώρες Αφρικής (εκτός Β.Αφρικής) | 34.6 | 35.7 | -3.1% | 0.2% | 0.2% |
| Ν.Α. Ασία | 950.7 | 441.9 | 115.1% | 6.3% | 2.8% |
| Λατ. Αμερική | 182.6 | 162.4 | 12.4% | 1.2% | 1.0% |
| Λοιπές Χώρες | 1,166.2 | 1,107.1 | 5.3% | 7.7% | 7.1% |
| <p>Σημείωση: ΟΟΣΑ:Αυστρία, Βέλγιο, Καναδάς, Δανία, Γαλλία, Γερμανία, Ισλανδία, Ιρλανδία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Ολλανδία, Νορβηγία, Πορτογαλία, Ισπανία, Σουηδία, Ελβετία, Τουρκία, Ηνωμένο Βασίλειο, ΗΠΑ, Ιαπωνία, Β. Αμερική : ΗΠΑ, Καναδάς, Μεξικό, Άλλες ανεπτυγμένες χώρες: Ιαπωνία, Αυστραλία, Ν. Ζηλανδία, Υπόλοιπες ΟΟΣΑ: Ισλανδία, Νορβηγία, Ελβετία, Τουρκία, Βαλκάνια: Ρουμανία, Βουλγαρία, Αλβανία, Κροατία, Βοσνία-Ερζεγοβίνη, Σερβία-Μαυροβούνιο-Κόσοβο, ΠΓΔΜ, Κοινοπολ. Ανεξάρτ. Κρατών (ΚΑΚ): Ουκρανία, Λευκορωσία, Μολδαβία, Ρωσία, Γεωργία, Αρμενία, Αζερμπαϊτζάν, Καζακστάν, Τουρκμενιστάν, Ουζμπεκιστάν, Τατζικιστάν, Κιργιζία, Β. Αφρική & Μ. Ανατολή : Μαρόκο, Αλγερία, Τυνησία, Λιβύη, Αίγυπτος, Λίβανος, Συρία, Ιράν, Ιράκ, Ισραήλ, Ιορδανία, Σ. Αραβία, Κουβέιτ, Μπαχρέιν, Κατάρ, Ην. Αρ. Εμιράτα, Ομάν, Υεμένη, Χώρες Αφρικής(εκτός Β.Αφρικής): Μαυριτανία, Νίγηρ, Γκάνα, Νιγηρία, Γκαμπόν, Αιθιοπία, Κένυα, Δημ. Νοτ. Αφρικής, Ν.Α. Ασία : Ταϊβάν, Ινδονησία, Σιγκαπούρη, Φιλιππίνες, Χογκ Κονγκ, Ν.Κορέα, Ταϊλάνδη,Λατ.Αμερική : Αργεντινή, Βραζιλία, Μπαχάμες, Αγ. Βικέντιος, Ονδούρα, Παναμάς, Χιλή, Λοιπές Χώρες: Ινδία, Κίνα, Λοιπές Χώρες</p> | | | | | |
| Πηγή: ΕΛ. ΣΤΑΤ.,2014 | | | | | |

2.4 Οι ελληνικές εξαγωγές κατά χώρες

Στον παρακάτω πίνακα βλέπουμε τις χώρες στις οποίες η Ελλάδα εξήγαγε προϊόντα για το έτος 2013 και έως τον Απρίλιο του 2014 και τον αριθμό αυτών. Στην δεύτερη στήλη υπάρχει το ποσοστό μεταβολής που επέστησε η εξαγωγική δραστηριότητα στην κάθε χώρα ανάμεσα σε αυτά τα δύο έτη. Και τέλος βλέπουμε το ποσοστό που αποτελούν οι εξαγωγές στην κάθε χώρα στις συνολικές εξαγωγές της Ελλάδας για τα δύο αυτά έτη. Επίσης μπορούμε να παρατηρήσουμε πως οι Ευρωπαϊκές χώρες καταλαμβάνουν σημαντικά ποσοστά των ελληνικών εξαγωγών, καθώς επίσης, όπως αναφέρθηκε και προηγουμένως η Τουρκία είναι ο νούμερο ένα προορισμός για τα ελληνικά προϊόντα, με την Ιταλία να καταλαμβάνει την δεύτερη θέση.

2.4 Πίνακας – Οι ελληνικές εξαγωγές κατά χώρες

| | Γεωγραφικές περιοχές | Ε ξ α γ ω γ έ ς | | % Μεταβολή | % Σύνθεση | |
|-----|---------------------------------|-----------------|---------|------------|-----------|--------|
| | | 2014 | 2013 | | 2014 | 2013 |
| | Σ Υ Ν Ο Λ Ο | 8,301.9 | 9,023.1 | -8.0% | 100.0% | 100.0% |
| 1 | ΟΟΣΑ ⁽¹⁾ (29 χώρες) | 4,155.1 | 4,567.0 | -9.0% | 50.1% | 50.6% |
| 2 | Ε. Ε. (27) | 3,792.5 | 3,959.4 | -4.2% | 45.7% | 43.9% |
| 2.1 | Ε. Ε. (15) | 2,542.7 | 2,737.6 | -7.1% | 30.6% | 30.3% |
| | Γαλλία | 221.8 | 238.3 | -6.9% | 2.7% | 2.6% |
| | Ολλανδία | 128.2 | 151.8 | -15.5% | 1.5% | 1.7% |
| | Γερμανία | 575.9 | 599.7 | -4.0% | 6.9% | 6.6% |
| | Ιταλία | 763.6 | 896.2 | -14.8% | 9.2% | 9.9% |
| | Ην. Βασίλειο | 276.0 | 269.2 | 2.5% | 3.3% | 3.0% |
| | Ιρλανδία | 9.8 | 11.1 | -12.0% | 0.1% | 0.1% |
| | Δανία | 35.0 | 48.0 | -27.0% | 0.4% | 0.5% |
| | Πορτογαλία | 44.3 | 42.3 | 4.7% | 0.5% | 0.5% |
| | Ισπανία | 225.6 | 209.7 | 7.6% | 2.7% | 2.3% |
| | Βέλγιο | 92.8 | 88.7 | 4.5% | 1.1% | 1.0% |
| | Λουξεμβούργο | 1.1 | 1.3 | -12.8% | 0.0% | 0.0% |
| | Σουηδία | 56.7 | 59.2 | -4.1% | 0.7% | 0.7% |
| | Φινλανδία | 48.7 | 51.1 | -4.7% | 0.6% | 0.6% |
| | Αυστρία | 63.3 | 70.6 | -10.4% | 0.8% | 0.8% |
| | Χώρες & εδάφη μη κατονομαζόμενα | 0.021 | 0.327 | -93.5% | 0.0% | 0.0% |
| 2.2 | ΧΩΡΕΣ ΝΕΑΣ ΔΙΕΥΡΥΝΣΗΣ | 633.3 | 612.1 | 3.5% | 7.6% | 6.8% |
| | Μάλτα | 17.5 | 20.9 | -16.0% | 0.2% | 0.2% |
| | Εσθονία | 2.5 | 3.5 | -29.9% | 0.0% | 0.0% |
| | Λεττονία | 4.5 | 5.9 | -23.8% | 0.1% | 0.1% |
| | Λιθουανία | 6.5 | 7.9 | -17.7% | 0.1% | 0.1% |
| | Πολωνία | 95.6 | 91.9 | 4.1% | 1.2% | 1.0% |

| | | | | | | |
|---|-------------------------------------|---------|---------|--------|-------|-------|
| | Τσεχία | 61.6 | 41.7 | 47.8% | 0.7% | 0.5% |
| | Σλοβακία | 21.5 | 20.2 | 6.2% | 0.3% | 0.2% |
| | Ουγγαρία | 35.8 | 31.8 | 12.9% | 0.4% | 0.4% |
| | Σλοβενία | 16.2 | 57.0 | -71.5% | 0.2% | 0.6% |
| | Κύπρος | 371.6 | 331.5 | 12.1% | 4.5% | 3.7% |
| 3 | Β. ΑΜΕΡΙΚΗ | 326.3 | 417.2 | -21.8% | 3.9% | 4.6% |
| | ΗΠΑ | 256.1 | 347.9 | -26.4% | 3.1% | 3.9% |
| | Καναδάς | 28.8 | 29.8 | -3.3% | 0.3% | 0.3% |
| | Μεξικό | 41.4 | 39.6 | 4.6% | 0.5% | 0.4% |
| 4 | ΑΛΛΕΣ ΑΝΕΠΤΥΓΜΕΝΕΣ ΧΩΡΕΣ | 59.8 | 62.4 | -4.2% | 0.7% | 0.7% |
| | Ιαπωνία | 15.9 | 18.0 | -11.6% | 0.2% | 0.2% |
| | Αυστραλία | 39.9 | 38.6 | 3.6% | 0.5% | 0.4% |
| | Νέα Ζηλανδία | 3.9 | 5.9 | -33.3% | 0.0% | 0.1% |
| 5 | ΥΠΟΛΟΙΠΕΣ ΟΟΣΑ (εκτός Ν. Κορέας) | 936.3 | 1,113.5 | -15.9% | 11.3% | 12.3% |
| | Ισλανδία | 0.6 | 0.9 | -26.1% | 0.0% | 0.0% |
| | Νορβηγία | 10.9 | 9.1 | 20.0% | 0.1% | 0.1% |
| | Ελβετία | 35.9 | 32.5 | 10.7% | 0.4% | 0.4% |
| | Τουρκία | 888.8 | 1,071.1 | -17.0% | 10.7% | 11.9% |
| 6 | ΒΑΛΚΑΝΙΑ | 1,151.2 | 1,095.5 | 5.1% | 13.9% | 12.1% |
| | Ρουμανία | 194.6 | 182.1 | 6.8% | 2.3% | 2.0% |
| | Βουλγαρία | 421.9 | 427.7 | -1.3% | 5.1% | 4.7% |
| | Αλβανία | 132.8 | 102.2 | 29.9% | 1.6% | 1.1% |
| | Κροατία | 36.0 | 13.9 | 158.3% | 0.4% | 0.2% |
| | Βοσνία-Ερζεγοβίνη | 24.3 | 25.0 | -2.8% | 0.3% | 0.3% |
| | Σερβία | 64.0 | 70.3 | -9.0% | 0.8% | 0.8% |
| | Μαυροβούνιο | 43.3 | 42.4 | 2.2% | 0.5% | 0.5% |
| | Κόσσοβο | 10.5 | 29.1 | -63.9% | 0.1% | 0.3% |
| | ΠΓΔΜ | 223.8 | 202.7 | 10.4% | 2.7% | 2.2% |
| 7 | ΚΟΙΝΟΠΟΛ. ΑΝΕΞΑΡΤ. ΚΡΑΤΩΝ (ΚΑΚ) | 211.7 | 187.3 | 13.0% | 2.5% | 2.1% |

| | | | | | | |
|---|-------------------------|---------|---------|--------|-------|-------|
| | Ουκρανία | 35.1 | 19.5 | 79.9% | 0.4% | 0.2% |
| | Λευκορωσία | 4.5 | 3.1 | 45.0% | 0.1% | 0.0% |
| | Μολδαβία | 16.1 | 7.3 | 121.8% | 0.2% | 0.1% |
| | Ρωσία | 84.9 | 114.8 | -26.1% | 1.0% | 1.3% |
| | Γεωργία | 60.3 | 32.2 | 87.1% | 0.7% | 0.4% |
| | Αρμενία | 2.6 | 3.2 | -17.0% | 0.0% | 0.0% |
| | Αζερμπαϊτζάν | 3.5 | 2.1 | 64.1% | 0.0% | 0.0% |
| | Καζακστάν | 1.5 | 1.8 | -13.5% | 0.0% | 0.0% |
| | Τουρκμενιστάν | 0.35 | 0.36 | -3.0% | 0.0% | 0.0% |
| | Ουζμπεκιστάν | 2.7 | 2.8 | -4.3% | 0.0% | 0.0% |
| | Τατζικιστάν | 0.0003 | 0.0 | - | 0.0% | 0.0% |
| | Κιργιζία | 0.06 | 0.09 | -33.1% | 0.0% | 0.0% |
| 8 | Μ.ΑΝΑΤΟΛΗ & Β.ΑΦΡΙΚΗ | 1,174.7 | 1,287.6 | -8.8% | 14.1% | 14.3% |
| | Μαρόκο | 14.3 | 113.3 | -87.4% | 0.2% | 1.3% |
| | Αλγερία | 79.2 | 166.5 | -52.4% | 1.0% | 1.8% |
| | Τυνησία | 34.3 | 30.3 | 13.1% | 0.4% | 0.3% |
| | Λιβύη | 104.1 | 222.3 | -53.2% | 1.3% | 2.5% |
| | Αίγυπτος | 260.0 | 230.8 | 12.7% | 3.1% | 2.6% |
| | Λίβανος | 157.6 | 171.2 | -7.9% | 1.9% | 1.9% |
| | Συρία | 1.0 | 6.9 | -85.3% | 0.0% | 0.1% |
| | Ιράκ | 15.3 | 9.2 | 65.8% | 0.2% | 0.1% |
| | Ιράν | 5.3 | 4.0 | 30.8% | 0.1% | 0.0% |
| | Ισραήλ | 69.3 | 141.1 | -50.9% | 0.8% | 1.6% |
| | Ιορδανία | 20.0 | 16.2 | 23.5% | 0.2% | 0.2% |
| | Σ.Αραβία | 226.5 | 80.0 | 183.2% | 2.7% | 0.9% |
| | Κουβέιτ | 5.2 | 5.0 | 3.7% | 0.1% | 0.1% |
| | Μπαχρέιν | 2.1 | 2.3 | -11.8% | 0.0% | 0.0% |
| | Κατάρ | 8.4 | 8.4 | -0.3% | 0.1% | 0.1% |
| | Ην. Αρ. Εμιράτα | 169.5 | 76.5 | 121.7% | 2.0% | 0.8% |
| | Ομάν | 1.5 | 2.4 | -37.1% | 0.0% | 0.0% |
| | Υεμένη | 1.1 | 1.2 | -6.5% | 0.0% | 0.0% |
| 9 | ΧΩΡΕΣ ΑΦΡΙΚΗΣ | 43.1 | 37.9 | 13.8% | 0.5% | 0.4% |

| | | | | | | |
|---|-------------------|-------|-------|---------|------|-------|
| | (εκτός Β.Αφρικής) | | | | | |
| | Μαυριτανία | 1.3 | 1.9 | -31.4% | 0.0% | 0.0% |
| | Νίγηρ | 0.007 | 0.5 | -98.5% | 0.0% | 0.0% |
| | Γκάνα | 5.4 | 3.1 | 76.1% | 0.1% | 0.0% |
| | Νιγηρία | 18.7 | 18.5 | 1.3% | 0.2% | 0.2% |
| | Γκαμπόν | 0.09 | 0.16 | -41.9% | 0.0% | 0.0% |
| | Αιθιοπία | 3.3 | 1.0 | 223.2% | 0.0% | 0.0% |
| | Κένυα | 2.5 | 1.7 | 44.3% | 0.0% | 0.0% |
| | Δημ. Νοτ. Αφρικής | 11.7 | 11.0 | 6.4% | 0.1% | 0.1% |
| 10 | Ν. Α. ΑΣΙΑ | 286.7 | 272.0 | 5.4% | 3.5% | 3.0% |
| | Ταϊλάνδη | 5.4 | 5.6 | -3.1% | 0.1% | 0.1% |
| | Ινδονησία | 18.7 | 23.4 | -20.3% | 0.2% | 0.3% |
| | Σιγκαπούρη | 162.9 | 168.2 | -3.2% | 2.0% | 1.9% |
| | Φιλιππίνες | 1.9 | 1.4 | 34.7% | 0.0% | 0.0% |
| | Νότια Κορέα | 75.5 | 50.7 | 49.0% | 0.9% | 0.6% |
| | Ταϊβάν | 4.7 | 4.7 | 0.0% | 0.1% | 0.1% |
| | ΧογκΚογκ | 17.7 | 18.1 | -1.7% | 0.2% | 0.2% |
| 11 | ΛΑΤΙΝΙΚΗ ΑΜΕΡΙΚΗ | 26.7 | 76.3 | -65.1% | 0.3% | 0.8% |
| | Ονδούρα | 0.1 | 0.0 | - | 0.0% | 0.0% |
| | Παναμάς | 10.6 | 0.8 | 1166.5% | 0.1% | 0.0% |
| | Μπαχάμες | 0.12 | 0.09 | 42.8% | 0.0% | 0.0% |
| | Αγ. Βικέντιος | 0.004 | 0.0 | - | 0.0% | 0.0% |
| | Βραζιλία | 11.5 | 67.7 | -82.9% | 0.1% | 0.8% |
| | Χιλή | 2.9 | 4.3 | -33.1% | 0.0% | 0.0% |
| | Αργεντινή | 1.4 | 3.4 | -57.5% | 0.0% | 0.0% |
| 12 | ΙΝΔΙΑ | 16.1 | 17.3 | -6.7% | 0.2% | 0.2% |
| 13 | ΚΙΝΑ | 73.2 | 132.7 | -44.9% | 0.9% | 1.5% |
| 14 | ΛΟΙΠΕΣ ΧΩΡΕΣ | 820.1 | 973.6 | -15.8% | 9.9% | 10.8% |
| Σημείωση: ΟΟΣΑ: Αυστρία, Βέλγιο, Καναδάς, Δανία, Γαλλία, Γερμανία, Ισλανδία, Ιρλανδία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Ολλανδία, Νορβηγία, Πορτογαλία, Ισπανία, Σουηδία, Ελβετία, Τουρκία, Ηνωμένο Βασίλειο, ΗΠΑ, Ιαπωνία, Φινλανδία, Αυστραλία, Νέα Ζηλανδία, Μεξικό, Τσεχία, Ουγγαρία, Πολωνία, Ν.Κορέα, Σλοβακία, ΕΕ (27) : Γαλλία, Βέλγιο, Λουξεμβούργο, Ολλανδία, Γερμανία, Ιταλία, Ην. Βασίλειο, Ιρλανδία, Δανία, Πορτογαλία, Ισπανία, Σουηδία, Φινλανδία, Αυστρία, Μάλτα, Εσθονία, Λεττονία, Λιθουανία, Πολωνία, Τσεχία, Σλοβακία, Ουγγαρία, Σλοβενία, Κύπρος, Ρουμανία, Βουλγαρία. Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων ΕΛ.ΣΤΑΤ. από το ΚΕΕΜ. (Τα στοιχεία και για τα δύο έτη είναι προσωρινά), 2014 | | | | | | |

2.5 Προσδοκίες για εξαγωγές και αισιοδοξία επιχειρήσεων

Σύμφωνα με την έρευνα International Business Report(IBR) της Grant Thornton(2014,) οι προσδοκίες για εξαγωγές ενισχύουν την αισιοδοξία των επιχειρήσεων. Όσο αναφορά την Ελλάδα το ποσοστό αισιοδοξίας των επιχειρήσεων έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία έξι χρόνια. Πιο συγκεκριμένα σήμερα ανέρχεται στο 34% ,ενώ το 2013 ήταν κατά 8 ποσοστιαίες μονάδες μικρότερο και το πρώτο τρίμηνο του 2014 κατά 22.

Το 50% των Ελλήνων επιχειρηματιών αναμένει αύξηση εσόδων, ενώ το 34% αύξηση της κερδοφορίας.

Επίσης αρκετά υψηλό είναι και το ποσοστό των επιχειρήσεων στην Ελλάδα που αναμένει αύξηση στις επενδύσεις βιομηχανικών εγκαταστάσεων και μηχανημάτων και ανέρχεται στο 64%, ενώ ένα πολύ σημαντικό χαρακτηριστικό είναι ότι μόνο το 6% των επιχειρήσεων αναφέρει ως εμπόδιο την έλλειψη εξειδικευμένων στελεχών.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, η αύξηση της αισιοδοξίας των επιχειρήσεων είναι ιδιαίτερα υψηλή στην Ευρώπη και την Βόρεια Αμερική και φαίνεται να επηρεάζεται από την άνοδο των προσδοκιών για περαιτέρω ανάπτυξη των εξαγωγών.

Από την έρευνα IBR προκύπτει επίσης πως η αισιοδοξία των επιχειρήσεων έχει αυξηθεί στο καθαρό 46% σε παγκόσμιο επίπεδο το οποίο αποτελεί και ποσοστό ρεκόρ. Η άνοδος της αισιοδοξίας τροφοδοτείται από την αύξηση της εμπιστοσύνης στην Ευρωπαϊκή Ένωση (στο 43%, το υψηλότερο το 2006), στην Βόρεια Αμερική(στο 73%, τα υψηλότερο το 2004) και στις χώρες G7¹ (στο 53%,νέο ποσοστό ρεκόρ).

Οι πολύ υψηλές προσδοκίες για εξαγωγές οδηγούν αυτό το θετικό κλίμα για τις προοπτικές της οικονομίας. Παγκοσμίως, το ποσοστό των επιχειρήσεων που αναμένουν να αυξήσουν τις εξαγωγές κατά το επόμενο έτος ανέρχεται στο 24% και έχει φτάσει σε αυτό το επίπεδο ακόμη μία φορά το 2011.

Στις χώρες G7 το ποσοστό ρεκόρ, 23% των επιχειρήσεων αναμένεται να αυξήσει τις εξαγωγές κατά την διάρκεια των επόμενων 12 μηνών.

1 G7: Μεγάλη Βρετανία, Γαλλία, Γερμανία, Ιαπωνία, Ιταλία, ΗΠΑ, Καναδάς

Επίσης, έντονα αυξημένες είναι και οι προσδοκίες για αύξηση των εξαγωγών τόσο στις χώρες Ασίας-Ειρηνικού όσο και στην Ευρώπη, με ποσοστό 27% και 31% αντίστοιχα. Πιο συγκεκριμένα το 36% των επιχειρήσεων στην Κίνα αναμένει αύξηση των πωλήσεων στο εξωτερικό, ενώ στην Ευρώπη, η Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο είναι από τις πιο αισιόδοξες χώρες τόσο σχετικά με τις οικονομίες τους όσο και με τις δυνατότητες τους για αύξηση των εξαγωγών, με ποσοστό 47% και 31% αντίστοιχα.

Ένα ακόμη αξιοσημείωτο στοιχείο είναι η (αναμενόμενη) αύξηση των εξαγωγών στην Νότια Ευρώπη (32%), με την Ισπανία (40%) και την Ελλάδα(38%) να βρίσκονται, παγκοσμίως, στην πρώτη πεντάδα των πιο αισιόδοξων για αύξηση των εξαγωγών.

Τα στοιχεία αύξησης των δαπανών για έρευνα και ανάπτυξη (E&A) συνδέονται με την ανάπτυξη της επιχειρηματικής αισιοδοξίας και τις προθέσεις για εξαγωγές.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, το 28% των επιχειρηματιών σχεδιάζει να αυξήσει τις δαπάνες για E&A κατά το επόμενο έτος, το υψηλότερο ποσοστό που έχει καταγραφεί ποτέ. Κατά το τελευταίο τρίμηνο, οι προσδοκίες για E&A έχουν αυξηθεί κατά 13 ποσοστιαίες μονάδες στις χώρες Ασίας - Ειρηνικού, κατά 5 ποσοστιαίες μονάδες στην ΕΕ, κατά 7 στη Βόρεια Αμερική και κατά 6 μονάδες στη Νοτιοανατολική Ασία. Στην Ελλάδα, οι επιχειρήσεις που αναμένουν να αυξήσουν τις δαπάνες για E&A ανέρχονται στο 42%, καταγράφοντας το υψηλότερο ποσοστό των τελευταίων 6 ετών.

2.6 Εξαγωγές και εμπορικά κέρδη

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε από την εταιρία Regus (2014), οι περισσότερες εξαγωγικές εταιρίες παγκοσμίως καταγράφουν αύξηση των πωλήσεων ή των κερδών τους σε σχέση με τις εταιρίες που επικεντρώνονται αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά. Για τρίτη συνεχόμενη χρονιά, οι εταιρείες εξαγωγών παγκοσμίως καταγράφουν, κατά τους τελευταίους δώδεκα μήνες, αύξηση των κερδών τους σε ποσοστό 48%, επαληθεύοντας το προβάδισμά τους έναντι του αντίστοιχου 36% των εταιρειών που δραστηριοποιούνται αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά.

Η έρευνα επίσης επιβεβαιώνει ότι η παρουσία μιας εταιρίας στην χώρα όπου βρίσκονται οι πελάτες ή το αγοραστικό κοινό παρουσιάζει αρκετά πλεονεκτήματα αν και η πρόσβαση σε μεγαλύτερο σύνολο υποψηφίων πελατών συμβάλλει στην επιτυχή πορεία των εξαγωγέων. Πιο συγκεκριμένα, το 87% των ελληνικών επιχειρήσεων αναφέρει ότι κατανοεί καλύτερα τους πελάτες και τις αγορές στις οποίες απευθύνεται όταν η έδρα τους βρίσκεται σε κοντινή σε αυτούς τοποθεσία. Οι επιχειρήσεις που βρίσκονται κοντά στους πελάτες μπορούν να αυξήσουν τις πωλήσεις τους κατά 79% και να βελτιώσουν τα ποσοστά διατήρησης των πελατών τους κατά 79%. Ωστόσο, η επέκταση στο εξωτερικό αποτελεί ένα μεγάλο βήμα για τις επιχειρήσεις καθώς ενδέχεται να προκύψουν δυσκολίες σε περίπτωση που δεν υπάρχει η κατάλληλη υποστήριξη. Πιο συγκεκριμένα, οι ελληνικές επιχειρήσεις αναφέρουν ότι πέραν της γνωριμίας με πελάτες, η χρησιμότητα των κρατικών εμπορικών αποστολών έγκειται στο ότι μπορούν να τους βοηθήσουν να επεκταθεί στο εξωτερικό παρέχοντας συμβουλές σε νομικά και κανονιστικά θέματα σε ποσοστό 50%.

Οι ελληνικές επιχειρήσεις υποστηρίζουν επίσης πως μέσω της εγγύτητας με τους πελάτες τους μπορούν να βελτιώσουν την αποτελεσματικότητα των στρατηγικών μάρκετινγκ κατά 79%. Το 77% των ελληνικών εταιριών υποστηρίζει ότι οι εγκαταστάσεις που βρίσκονται κοντά στους πελάτες συμβάλλουν στην αποτελεσματικότερη επίλυση τυχόν προβλημάτων και ενισχύουν την ικανοποίηση του πελάτη. Επίσης η γνωριμία με οργανώσεις/ενώσεις τοπικών επιχειρήσεων δια της κριτικής οδού (45%) και η παροχή συμβουλών σχετικά με φορολογικά ζητήματα (45%) θα μπορούσε να βοηθήσει επιχειρήσεις που σχεδιάζουν την επέκτασή τους στο εξωτερικό. Τέλος, σχεδόν οι μισές επιχειρήσεις (40%) δηλώνουν ότι θα έβρισκαν χρήσιμο έναν κατάλογο με κατάλληλα μέρη για δικτύωση.

Κεφάλαιο 3

Βιβλιογραφική ανασκόπηση

Εξαγωγές και Επιχειρησιακή απόδοση: Οι κινέζοι εξαγωγείς και η Ασιατική οικονομική κρίση

Σε αυτήν την μελέτη οι Park et al. (2010) εξέτασαν το πώς η διαταραχή της ζήτησης των εξαγωγών που προκλήθηκε από την Ασιατική κρίση επηρέασε τις κινέζικες επιχειρήσεις. Σύμφωνα λοιπόν, με αυτήν την μελέτη η Ασιατική οικονομική κρίση οδήγησε σε μεγάλη διαταραχή του συναλλάγματος, με αποτέλεσμα να υπάρξουν σημαντικές αλλαγές στην ισοτιμία σε πολλούς σημαντικούς προορισμούς των κινέζικων εξαγωγών. Το γεγονός ότι οι επιχειρήσεις δεν είχαν την κατάλληλη επέκταση στις χώρες, στις οποίες εξήγαγαν, οδήγησε σε μεγάλη ετερογένεια των επιχειρήσεων λόγω της διαταραχής στην ζήτηση των εξαγωγών. Τα αποτελέσματα αυτής της έρευνα δείχνουν πως όσο πιο μεγάλη είναι η πραγματική υποτίμηση του νομίσματος του εξαγωγικού συνεργάτη της επιχείρησης τόσο πιο αργή είναι ανάπτυξη των εξαγωγών της επιχείρησης. Επίσης, ένα ακόμη σημαντικό στοιχείο που προκύπτει από αυτήν την μελέτη είναι πως οι εξαγωγές αυξάνουν τον συνολικό συντελεστή παραγωγικότητας, το σύνολο των πωλήσεων και την απόδοση του ενεργητικού της επιχείρησης. Επίσης, η έρευνα αυτή υποστηρίζει πως η σχέση μεταξύ εξαγωγών και παραγωγικότητας είναι ισχυρότερη όσο αναφορά τις επιχειρήσεις που εξάγουν σε ισχυρές οικονομίες.

Επιχειρησιακή Απόδοση και Διεθνής επέκταση: Τα εγχώρια και εξωτερικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα

Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε από τους Bobillo et al. (2010) με ένα δείγμα 1500 εταιριών από τον κλάδο παραγωγής, από την Γερμανία, την Γαλλία, το Ην. Βασίλειο, την Ισπανία και την Δανία. Σκοπός της μελέτης αυτής ήταν να εξετάσει τη σχέση μεταξύ του θεσμικού πλαισίου της χώρας στην οποία ανήκει η εταιρία με την ανάπτυξη των εγχώριων και εξωτερικών ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων της. Καθώς επίσης και αν αυτά τα πλεονεκτήματα έχουν κάποια επίδραση στην σχέση της διεθνής επέκτασης με την απόδοση της επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα, αναλύει το πως η σχέση μεταξύ της διεθνής επέκτασης και της απόδοσης της επιχείρησης επηρεάζεται από τα εγχώρια και εξωτερικά ανταγωνιστικά

πλεονεκτήματα των επιχειρήσεων. Σύμφωνα με αυτήν την μελέτη οι θεσμικοί παράγοντες των χωρών καταγωγής των επιχειρήσεων έχουν σημαντικές επιδράσεις τόσο στα εγχώρια όσο και στα εξωτερικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα αυτών. Ένα ακόμη στοιχείο που προκύπτει είναι πως η σχέση μεταξύ της διεθνής επέκτασης και της απόδοσης της εταιρίας μπορεί να διαρθρωθεί σε τρεις φάσεις, απόλυτα διαφοροποιημένες. Αυτή η σχέση ισχύει τόσο για χώρες των οποίων οι επιχειρήσεις είναι προσανατολισμένες σε εξωτερικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα (Ιταλία), όσο και σε εγχώρια (Γαλλία), τόσο και στους δύο τύπους (Γερμανία, Ην. Βασίλειο, Δανία). Σύμφωνα με αυτήν την μελέτη αυτή η σχέση μπορεί να οφείλεται στην τεχνολογία, στα εμπόδια φήμης μεταξύ των χωρών, στο κόστος συναλλαγών, στην ανάπτυξη των ειδικών ικανοτήτων των επιχειρήσεων, στις εφαρμογές του κατάλληλου συντονισμού, στους κυβερνητικούς μηχανισμούς των επιχειρήσεων και στο μειονέκτημα της κλίμακας στα διαφορετικά επίπεδα διεθνοποίησης. Σύμφωνα με την έρευνα αυτή, οι managers των επιχειρήσεων θα πρέπει να εξετάζουν προσεκτικά ποιές διεθνείς στρατηγικές διαφοροποίησης είναι κατάλληλες, βασιζόμενοι στις χώρες με τις οποίες είναι ανταγωνιστές, λαμβάνοντας υπόψη τις θεσμικές διαφορές μεταξύ των χωρών. Τέλος, αναφέρει πως οι μεταρρυθμίσεις που πραγματοποιούν οι επιχειρήσεις χωρίς τη θεμελιώδη κατανόηση του θεσμικού περιβάλλοντος της χώρας, μπορεί να οδηγήσει σε αρνητικά αποτελέσματα.

Εξαγωγές και Κερδοφορία: Η πρώτη απόδειξη για τις γερμανικές εταιρίες του κλάδου παραγωγής

Η σχέση μεταξύ της απόδοσης και της εξαγωγικής δραστηριότητας έχει μελετηθεί διεξοδικά στην βιβλιογραφία της μικροοικονομίας του παγκόσμιου εμπορίου. Τα δεδομένα αυτά υποστηρίζουν πως οι εξαγωγικές επιχειρήσεις εμφανίζουν υψηλότερη παραγωγικότητα και υψηλότερους μισθούς. Πολλές οικονομετρικές αναλύσεις έχουν αποδείξει πως υπάρχει μια αυτό-επιλογή των πιο παραγωγικών επιχειρήσεων στην διεθνή αγορά. Σκοπός αυτής της έρευνας ήταν τα μελετήσει τα παραπάνω δεδομένα, τα οποία είναι αποδεδειγμένα σε θεωρητικό επίπεδο, σε πρακτικό επίπεδο. Στις εμπειρικές μελέτες η χρήση της παραγωγικότητας αντί της κερδοφορίας συμβαίνει συχνά, λόγω του ότι η παραγωγικότητα είναι εύκολα αντιληπτή στις βάσεις δεδομένων, ενώ η κερδοφορία όχι. Σε αυτήν την έρευνα σχετικά με τις γερμανικές επιχειρήσεις από τον κλάδο παραγωγής, τα στοιχεία ήταν επαρκή ώστε να καταφέρουν να μετρήσουν την κερδοφορία των επιχειρήσεων. Τα αποτελέσματα της έρευνας αυτής, που πραγματοποίησαν οι Fryges et al. (2010), μας δείχνουν πως χρησιμοποιώντας την κερδοφορία αντί της παραγωγικότητας, διαφωτίζεται η σχέση μεταξύ των εξαγωγών και της απόδοσης της επιχείρησης. Αποδεικνύεται πως οι εξαγωγικές επιχειρήσεις έχουν μια θετική διαφορά στην κερδοφορία τους σε σύγκριση με τις μη εξαγωγικές, η οποία είναι στατιστικά σημαντική. Όσο αναφορά την αυτό-επιλογή των πιο κερδοφόρων επιχειρήσεων που υποστηρίζουν οι εμπειρικές μελέτες, η μελέτη αυτή δεν έχει κανένα αποτέλεσμα. Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο όμως που προκύπτει από αυτήν την

μελέτη είναι πως οι εξαγωγές έχουν μια θετική σχέση αιτίας-αποτελέσματος στην κερδοφορία των επιχειρήσεων, σύμφωνα με τον λόγο των εξαγωγών προς τις πωλήσεις. Τέλος, προκύπτει πως οι εξαγωγές οδηγούν σε ένα υψηλότερο ποσοστό κέρδους, το οποίο είναι και ένας από τους στόχους των επιχειρήσεων.

Σταθεροποίηση των πωλήσεων μέσω της εξαγωγικής επέκτασης

Η μελέτη αυτή πραγματοποιήθηκε από τους Hirsch et al. (2001), με ένα δείγμα 500 εταιριών της Ολλανδίας, της Δανίας και του Ισραήλ. Η αρχική υπόθεση αφορούσε το αν οι εξαγωγές μέσω της επέκτασης της αγοράς τείνουν να σταθεροποιήσουν τις πωλήσεις τους, καθώς και εάν όσο μεγαλύτερη είναι αυτή η εξάπλωση τόσο περισσότερο σταθερές είναι και οι πωλήσεις. Σύμφωνα με αυτήν την έρευνα οι πωλήσεις μια επιχείρησης σταθεροποιούνται μέσω της επέκτασης της σε εξαγωγικές δραστηριότητες. Φαίνεται μάλιστα, το αποτέλεσμα αυτό να μην εξαρτάται από συγκεκριμένους παράγοντες, διότι έχει επιτευχθεί με ποικίλους τρόπους. Ένα ακόμη αντικείμενο αυτής της μελέτης είναι η αστάθεια των εξαγωγών. Παρ' ότι πολλές προηγούμενες έρευνες σχετικά με αυτήν οδήγησαν σε μακρό-οικονομικό επίπεδο, η συγκεκριμένη έρευνα ασχολείται με την επίδραση της αστάθειας των εξαγωγών στις ανεπτυγμένες χώρες. Έχει παρατηρηθεί συχνά πως οι τιμές των πρωτογενών προϊόντων ποικίλουν εντονότερα από τις τιμές των άλλων προϊόντων. Η μελέτη αυτή υποστηρίζει πως οι ανεπτυγμένες χώρες υποφέρουν από σημαντική αστάθεια στις εξαγωγές, η οποία εμποδίζει την ανάπτυξη τους και οικονομική βελτίωση. Πιο συγκεκριμένα, τα αποτελέσματα δείχνουν πως η αστάθεια των εξαγωγών στο Ισραήλ (ανεπτυγμένη χώρα) είναι σημαντικά μεγαλύτερη από αυτήν στην Ολλανδία και τη Δανία. Φαίνεται, επίσης, πως ο κύριος παράγοντας που προκαλεί το φαινόμενο αυτό είναι ο βαθμός επέκτασης της αγοράς. Στα αποτελέσματα αυτής της μελέτης, η Δανία έχει τον μεγαλύτερο βαθμό κατά μέσο όρο, η Ολλανδία το μεσαίο και το Ισραήλ το χαμηλότερο. Η ίδια κατάταξη υπάρχει και όσο αναφορά την αστάθεια των πωλήσεων των εξαγωγών, η οποία είναι χαμηλή για την Δανία μέση για την Ολλανδία και υψηλή για το Ισραήλ.

Διεθνής επέκταση και Επιχειρησιακή απόδοση για τις μεξικανικές επιχειρήσεις: Μια καμπυλόγραμμη σχέση;

Αυτή η μελέτη πραγματοποιήθηκε από τον Douglas(2006) και σκοπό είχε να εξετάσει τη σχέση μεταξύ της διεθνούς επέκτασης και της απόδοσης των επιχειρήσεων σχετικά με τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε αναδυόμενες αγορές. Το δείγμα που χρησιμοποιήθηκε για αυτήν την έρευνα αποτελούσαν από μεξικανικές εταιρίες. Σύμφωνα λοιπόν με τα αποτελέσματα αυτή της έρευνας οι μεξικανικές επιχειρήσεις έχουν αρνητική

απόδοση ως αποτέλεσμα της διεθνούς επέκτασης, επειδή αντιμετωπίζουν το κόστος της αλλοτριότητας λόγω της απειρίας τους στις ξένες αγορές και στους θεσμικούς περιορισμούς των αναδυόμενων αγορών. Ωστόσο, τονίζεται πως με την πάροδο του χρόνου οι επιχειρήσεις αυτές είναι σε θέση να εκμεταλλευτούν την διεθνή επέκταση και να επωφεληθούν από αυτή. Σύμφωνα με αυτή την έρευνα, παρ' ότι οι επιχειρήσεις των αναδυόμενων αγορών αντιμετωπίζουν αρκετές προκλήσεις όταν επεκτείνονται διεθνώς, κερδίζουν σε χρόνο και εμπειρία, και έτσι μπορούν να αποκομίσουν τεράστια οφέλη. Ωστόσο, τονίζεται πως για να είναι σε θέση η επιχείρηση να επωφεληθεί από τη διεθνή επέκταση θα πρέπει να έχει εμπλακεί στην εξερεύνηση των πόρων για αυτή, αναλαμβάνοντας το βραχυπρόθεσμο κόστος. Τα οφέλη τόσο από την εξερεύνηση όσο και από την εκμετάλλευση αυτών των πόρων, μέσω της διεθνούς επέκτασης οδηγούν σε υψηλότερη κερδοφορία.

Εξαγωγική κατάσταση και Επιχειρησιακή απόδοση: Στοιχεία από ένα προσαρμοσμένο δείγμα

Αυτή η έρευνα πραγματοποιήθηκε από τους Yasar et al. (2005) και είχε ως σκοπό να εξετάσει εάν η αυτό-επιλογή ή η εκμάθηση μέσω των εξαγωγών είναι πιο αποδοτική όσο αναφορά την σχέση μεταξύ της κατάστασης των εξαγωγών και την απόδοση των επιχειρήσεων. Χρησιμοποιώντας μεθόδους μέτρησης της προδιάθεσης (PSM) και παραγωγικές μεθόδους, όπως η difference-in-difference (DID), κατέληξαν στο ότι οι η εκμάθηση μέσω των εξαγωγών επιδρά θετικά στην κερδοφορία των επιχειρήσεων. Επίσης, τονίζουν πως από την στιγμή που οι Τούρκικες εταιρίες δραστηριοποιούνται και στο εξωτερικό, έχουν την δυνατότητα να έρχονται σε επαφή με καλύτερες τεχνολογίες και περισσότερο ανταγωνισμό, τα οποία τελικά βελτιώνουν τα επίπεδα παραγωγικότητας των επιχειρήσεων.

Εξαγωγές και Επιχειρησιακή απόδοση: Η περίπτωση της ουγγρικής βιομηχανίας

Αυτή η μελέτη πραγματοποιήθηκε από την Abdullayeva S. (2010) και αφορούσε ουγγρικές εταιρίες από τον κλάδο παραγωγής. Σκοπός αυτής της μελέτης ήταν να αναλύσει την σχέση μεταξύ της απόδοσης των επιχειρήσεων και της εξαγωγικής δραστηριότητας. Απέδειξε πως υπάρχει μια αιτιώδη σχέση ανάμεσα στις εξαγωγές και την απόδοση των επιχειρήσεων, καθώς επίσης και πως οι εξαγωγικές εταιρίες έχουν καλύτερα χρηματοοικονομικά αποτελέσματα σε σχέση με τις μη εξαγωγικές. Ένα ακόμη σημαντικό στοιχείο που προκύπτει από τα αποτελέσματα αυτής της έρευνας είναι πως οι κρατικές επιχειρήσεις επωφελούνται λιγότερο από τις εγχώριες. Τέλος, υποστηρίζει πως οι ξένες επιχειρήσεις δεν επωφελούνται τόσο όσο οι εγχώριες και αυτό πιθανώς να ευθύνεται στο γεγονός ότι οι ξένες επιχειρήσεις έχουν ήδη αποκτήσει την τεχνογνωσία αλλά και γενικά την γνώση που κερδίζεται από την εκμάθηση μέσω των εξαγωγών.

Εξαγωγές και Επιτυχία στην γερμανική βιομηχανία

Η έρευνα αυτή πραγματοποιήθηκε από τους Bernard et al. (1996) και αφορούσε γερμανικές επιχειρήσεις από τον κλάδο παραγωγής. Σκοπός της μελέτης αυτής ήταν να εξετάσει τα χαρακτηριστικά και την απόδοση των εξαγωγικών και μη επιχειρήσεων. Συγκρίνοντας τις επιχειρήσεις για την Γερμανία, φαίνεται πως οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται και στο εξωτερικό είναι πιο παραγωγικές, έχουν πιο απαιτητικό κεφάλαιο και απασχολούν περισσότερους εργαζομένους. Υποστηρίζουν επίσης πως οι επιτυχημένες εταιρίες είναι αυτές που γίνονται κυρίως εξαγωγικές και πως τα περισσότερα πλεονεκτήματα στην παραγωγή υπάρχουν τρία χρόνια πριν την είσοδο στην εξαγωγική αγορά. Ένα ακόμη σημαντικό στοιχείο που προκύπτει είναι πως η αύξηση της παραγωγικότητας, της μεταφοράς και της απασχόλησης επιτυγχάνεται ταχύτερα στις εταιρίες που δραστηριοποιούνται και στο εξωτερικό. Επισημαίνεται επίσης πως δεν υπάρχει καμία αμφιβολία για το γεγονός ότι οι εξαγωγές συμβάλλουν θετικά στην απόδοση των επιχειρήσεων. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα αυτής της μελέτης φαίνεται πως οι επιχειρήσεις υφίστανται σημαντικές αλλαγές είτε εισέρχονται είτε εξέρχονται στην εξαγωγική αγορά. Χαρακτηριστικό είναι πως οι εταιρίες οι οποίες σταματούν την εξαγωγική δραστηριότητα έχουν μεγαλύτερη μείωση στην απόδοση τους. Τονίζεται λοιπόν πως οι επιχειρήσεις πρέπει να πετύχουν πρώτα στην εγχώρια αγορά και έπειτα να επεκταθούν σε άλλες, διότι η μετάβαση από την εγχώρια αγορά στην ξένη αγορά συμπεριλαμβάνει σημαντικές αλλαγές για την επιχείρηση.

Κεφάλαιο 4

4.1 Μεθοδολογία

- Συλλογή δεδομένων

Τα δεδομένα για τις επιχειρήσεις τα συλλέξαμε από την βάση δεδομένων Orbis-Bureau van Dijk. Το δείγμα με το οποίο δουλέψαμε για να βγάλουμε τα παρακάτω αποτελέσματα αποτελείται 754 επιχειρήσεις. Η περίοδος που εξετάζεται είναι από το 2004 έως και το 2012. Η επιλογή του τελικού δείγματος έγινε σύμφωνα με τα δεδομένα τα οποία ήταν διαθέσιμα για τις επιχειρήσεις, δηλαδή το δείγμα αποτελείται από όλες τις επιχειρήσεις για τις οποίες είχαμε τα απαραίτητα δεδομένα. Οι εταιρίες αυτές είναι είτε εισηγμένες στο χρηματιστήριο είτε όχι. Επίσης το δείγμα αποτελείται από εταιρίες οι οποίες εδρεύουν στην Ελλάδα, στον βιομηχανικό κλάδο και συγκεκριμένα στους παρακάτω τομείς:

1. Χημικά, ελαστικά, πλαστικά και μη μεταλλικά προϊόντα (Chemicals, rubber, plastics, non-metallic products)
2. Φαγητά, ποτά, καπνός (Food, beverages, tobacco)
3. Μηχανήματα, εξοπλισμός, έπιπλα, ανακύκλωση (Machinery, equipment, furniture, recycling)
4. Μέταλλα και μεταλλικά προϊόντα (Metals & metal products)
5. Εκδόσεις, εκτυπώσεις (Publishing, printing)
6. Υφάσματα, είδη ένδυσης, δέρματα (Textiles, wearing apparel, leather)

- Μεταβλητές

Η εξαρτημένη μεταβλητή ήταν η χρηματοοικονομική απόδοση των επιχειρήσεων, η οποία υπολογίστηκε ως κέρδη προ φόρων προς το συνολικό ενεργητικού (ΚΕΡΔ). Η κύρια ανεξάρτητη μεταβλητή είναι οι εξαγωγές (ΕΞΑΓΩΓΕΣ) και πιο συγκεκριμένα οι πωλήσεις από εξαγωγές ως ποσοστό των συνολικών πωλήσεων της επιχείρησης. Για την ακρίβεια των αποτελεσμάτων θα χρησιμοποιηθούν αρκετές ακόμη ανεξάρτητες μεταβλητές, οι οποίες παίζουν το ρόλο των μεταβλητών ελέγχου για το μέγεθος της εταιρίας, την μόχλευση, την ρευστότητα κτλ. Πιο συγκεκριμένα, το μέγεθος της εταιρίας μετρήθηκε με τον λογάριθμο των πωλήσεων (ΜΕΓΕΘΟΣ). Η μόχλευση μετρήθηκε από τον δείκτη υποχρεώσεων προς τρίτους προς άθροισμα ιδίων κεφαλαίων και υποχρεώσεων προς τρίτους (ΜΟΧΛ). Για την ρευστότητα χρησιμοποιήθηκε ο δείκτης κυκλοφορούν ενεργητικό μείον αποθέματα προς βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις (ΡΕΥΣΤΟΤ). Προκειμένου να ληφθεί υπόψη η δυνατότητα κάλυψης των χρηματοοικονομικών εξόδων χρησιμοποιήθηκε ο δείκτης κέρδη προ φόρων και τόκων προς τόκους (ΤΟΚΟΙ). Λήφθηκαν επίσης υπόψη, η περίοδος είσπραξης απαιτήσεων (ΕΙΣΠΡ) και η περίοδος εξόφλησης υποχρεώσεων (ΕΞΟΦΛ) καθώς και οι χρηματοοικονομικοί δείκτες βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις προς μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις (ΥΠΟΧΡ), οι ταμειακές ροές προς τις πωλήσεις (ΡΟΕΣ), το κόστος πωληθέντων προς τις πωλήσεις (ΚΟΣΤΟΣ).

Προκειμένου να ληφθούν υπόψη πιθανές διαφορές μεταξύ των τομέων δραστηριότητας που αναφέρθηκαν παραπάνω, χρησιμοποιήθηκαν ψευδό-μεταβλητές.

Στα πλαίσια της παρούσας εργασίας, παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον δύο ακόμα μεταβλητές. Η πρώτη είναι μια ψευδό-μεταβλητή (ΚΡΙΣΗ) η οποία παίρνει τιμή ίση με τη μονάδα κατά τα έτη της κρίσης (2009-2012) και τιμή ίση με το μηδέν κατά τα υπόλοιπα έτη (2004-2008)¹. Η δεύτερη μεταβλητή είναι η αλληλεπίδραση (interaction) των μεταβλητών ΕΞΑΓΩΓΕΣ και ΚΡΙΣΗ (ΕΞΑΓ*ΚΡΙΣΗ), η οποία φανερώνει κατά πόσο η επίδραση των εξαγωγών στην κερδοφορία διαφέρει κατά την περίοδο της κρίσης.

Παρά το ότι σε διάφορες χώρες, τα σημάδια της κρίσης έγιναν εμφανή προς τα τέλη του 2007 και μέσα στο 2008, η βάση «SystemicBankingCrisesDatabase: AnUpdate» του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου (βλ. LaevenandValencia, 2012), αναφέρει ότι η κρίση έγινε συστηματική στην Ελλάδα το 2009. Επίσης, όπως αναφέρει η Έκθεση του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος για το έτος 2009, η Ελλάδα υπήχθη στη Διαδικασία Υπερβολικού Ελλείμματος τον Απρίλιο του 2009

- Επεξεργασία δεδομένων

Σε όλα τα υποδείγματα, η μεταβλητή ΚΕΡΔ είναι η εξαρτημένη μεταβλητή. Σε κάθε ένα από τα υποδείγματα υπάρχει διαφορετικός αριθμός εξαρτημένων μεταβλητών. Στο αρχικό υπόδειγμα (υπόδειγμα 1) έχουμε τις μεταβλητές ΚΕΡΔ, ΕΞΑΓΩΓΕΣ, ΜΕΓΕΘΟΣ, ΜΟΧΛ, ΡΕΥΣΤΟΤ, ΚΡΙΣΗ, ΕΞΑΓ*ΚΡΙΣΗ, στο υπόδειγμα 2 έχουμε προσθέσει και την μεταβλητή ΤΟΚΟΙ, στο υπόδειγμα 3 την ΕΙΣΠΡ, στο υπόδειγμα 4 την ΕΞΟΦΛ, στο υπόδειγμα 5 την ΥΠΟΧΡ, στο υπόδειγμα 6 την ΡΟΕΣ και τέλος στο υπόδειγμα 7 την ΚΟΣΤΟΣ, έτσι έχουμε όλες τις μεταβλητές σε κάποιο υπόδειγμα εκτός από τον κλάδο δραστηριότητας των επιχειρήσεων, τις οποίες τις επεξεργαστήκαμε σε ένα ξεχωριστό υπόδειγμα, έχοντας συμπεριλάβει και όλες τις υπόλοιπες μεταβλητές.

Σε κάθε ένα από τα υποδείγματα έχουμε τρέξει τα δεδομένα στο πρόγραμμα Stata MP, αρχικά με την επιλογή της μεθόδου τυχαίων επιδράσεων(random effects). Για να ελέγξουμε αν τα αποτελέσματα που έχουμε είναι έγκυρα κάνουμε έναν έλεγχο Hausman. Αν το p-value στον έλεγχο Hausman είναι μικρότερο το 0,05, αυτό σημαίνει ότι πρέπει να χρησιμοποιήσουμε την μέθοδο σταθερών επιδράσεων (fixed effects), διαφορετικά αν η τιμή p-value είναι μεγαλύτερη από 0,05 τότε χρησιμοποιούμε τη μέθοδο των τυχαίων επιδράσεων. Όσο αναφορά το τελευταίο υπόδειγμα, το οποίο συμπεριλαμβάνει τους κλάδους στους οποίους δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις έχουμε χρησιμοποιήσει την μέθοδο ελαχίστων τετραγώνων για ομαδοποιημένα δεδομένα (Pooled OLS robust standard errors).

4.2 Αποτελέσματα Έρευνας

- Μέθοδος Τυχαίων Επιδράσεων (Random Effects)

Στον παρακάτω πίνακα βλέπουμε τα αποτελέσματα για κάθε υπόδειγμα, έχοντας επιλέξει το μοντέλο τυχαίων επιδράσεων(random effects). Πιο συγκεκριμένα υπάρχουν όλες οι μεταβλητές οι οποίες χρησιμοποιήθηκαν σε κάθε παράδειγμα και ως αποτέλεσμα έχουμε στην πρώτη γραμμή το πόσο επιδρούν στην ανεξάρτητη μεταβλητή και αν είναι θετική η επίδραση ή αρνητική και στην δεύτερη γραμμή έχουμε το p-value που μας δείχνει αν η παραπάνω επίδραση είναι στατικά σημαντική ή όχι.

Πίνακας 4.1 – Αποτελέσματα με την μέθοδο τυχαίων επιδράσεων (random effects)

| | ΥΠΟΔΕΙ ΓΜΑ1 | ΥΠΟΔΕΙΓ ΜΑ 2 | ΥΠΟΔΕΙΓ ΜΑ 3 | ΥΠΟΔΕΙ ΓΜΑ4 | ΥΠΟΔΕΙ ΓΜΑ5 | ΥΠΟΔΕΙ ΓΜΑ 6 | ΥΠΟΔΕΙ ΓΜΑ 7 |
|----------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|
| ΚΕΡΔ | | | | | | | |
| ΕΞΑΓΩ ΓΕΣ | -0,007 | -0,006 | -0,007 | -0,007 | -0,007 | -0,011 | 0,008 |
| | 0,439 | 0,483 | 0,367 | 0,374 | 0,379 | 0,135 | 0,298 |
| ΜΕΓΕΘ ΟΣ | 2,411 | 2,265 | 2,198 | 2,027 | 2,031 | 1,096 | 1,313 |
| | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| ΜΟΧΛ | -0,122 | -0,116 | -0,112 | -0,104 | -0,104 | -0,047 | -0,043 |
| | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| ΡΕΥΣΤΟ Τ | -0,479 | -0,590 | -0,531 | -0,628 | -0,618 | -0,329 | -0,330 |
| | 0,024 | 0,003 | 0,008 | 0,002 | 0,002 | 0,062 | 0,037 |
| ΤΟΚΟΙ | | 0,021 | 0,021 | 0,021 | 0,020 | 0,018 | 0,015 |
| | | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| ΕΙΣΠΡ | | | -0,006 | -0,003 | -0,003 | -0,005 | -0,005 |
| | | | 0,000 | 0,003 | 0,003 | 0,000 | 0,000 |
| ΕΞΟΦΛ | | | | -0,001 | -0,010 | -0,005 | -0,004 |
| | | | | 0,000 | 0,000 | 0,007 | 0,026 |
| ΥΠΟΧΡ | | | | | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| | | | | | 0,029 | 0,001 | 0,003 |
| ΡΟΕΣ | | | | | | 0,231 | 0,157 |
| | | | | | | 0,000 | 0,000 |
| ΚΟΣΤΟ Σ | | | | | | | -0,204 |
| | | | | | | | 0,000 |
| ΚΡΙΣΗ | -2,989 | -2,895 | -2,853 | -2,806 | -2,801 | -1,775 | -1,824 |
| | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| ΕΞΑΓ*Κ ΡΙΣΗ | 0,015 | 0,015 | 0,015 | 0,015 | 0,014 | 0,014 | 0,016 |
| | 0,028 | 0,029 | 0,036 | 0,030 | 0,032 | 0,014 | 0,005 |

- Έλεγχος Hausman

Σύμφωνα με τον έλεγχο Hausman σε όλα τα υποδείγματα είχαμε p-value ίσο με μηδέν. Για αυτόν το λόγο συνεχίσαμε με την μέθοδο σταθερών επιδράσεων(fixed effects). Εξαίρεση αποτελεί το τελευταίο υπόδειγμα όπου λαμβάνονται υπόψη οι ψευδό-μεταβλητές για τον κλάδο. Λόγω του ότι οι μεταβλητές αυτές δεν παρουσιάζουν μεταβολή με την πάροδο του χρόνου, δεν είναι δυνατόν να ληφθούν υπόψη στην μέθοδο των σταθερών επιδράσεων. Έτσι, το συγκεκριμένο υπόδειγμα εκτιμήθηκε με την μέθοδο των τυχαίων επιδράσεων. Προκειμένου να γίνει επιπλέον έλεγχος της αξιοπιστίας των αποτελεσμάτων το υπόδειγμα εκτιμήθηκε και με την μέθοδο ελαχίστων τετραγώνων για ομαδοποιημένα δεδομένα (Pooled OLS με robust standard errors).

- Μέθοδος Σταθερών Επιδράσεων (Fixed Effects)

Στον παρακάτω πίνακα βλέπουμε τα αποτελέσματα όλων των υποδειγμάτων έχοντας χρησιμοποιήσει το μοντέλο σταθερών επιδράσεων (fixed effects). Πιο συγκεκριμένα, για κάθε μεταβλητή μπορούμε να δούμε, στην πρώτη γραμμή, το πόσο επιδρά στην χρηματοοικονομική απόδοση των επιχειρήσεων και εάν είναι θετική ή αρνητική, καθώς επίσης και κατά πόσο στατιστικά σημαντική είναι αυτή η επίδραση στην δεύτερη γραμμή.

Πίνακας 4.2 – Αποτελέσματα με την μέθοδο σταθερών επιδράσεων (fixed effects)

| | ΥΠΟΔΕΙ ΓΜΑ1 | ΥΠΟΔΕΙ ΓΜΑ2 | ΥΠΟΔΕΙ ΓΜΑ3 | ΥΠΟΔΕΙ ΓΜΑ4 | ΥΠΟΔΕΙ ΓΜΑ5 | ΥΠΟΔΕΙ ΓΜΑ6 | ΥΠΟΔΕΙ ΓΜΑ7 |
|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|
| ΚΕΡΔ | | | | | | | |
| ΕΞΑΓΩΓ ΕΣ | -0,018 | -0,018 | -0,012 | -0,008 | -0,009 | -0,024 | 0,171 |
| | 0,912 | 0,907 | 0,934 | 0,957 | 0,952 | 0,914 | 0,304 |
| ΜΕΓΕΘ ΟΣ | 2,806 | 2,752 | 2,684 | 2,507 | 2,512 | 1,382 | 1,779 |
| | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| ΜΟΧΛ | -0,119 | -0,116 | -0,113 | -0,106 | -0,105 | -0,051 | -0,049 |
| | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| ΡΕΥΣΤΟ Τ | -0,655 | -0,744 | -0,702 | -0,778 | -0,770 | -0,486 | -0,424 |
| | 0,005 | 0,001 | 0,002 | 0,000 | 0,000 | 0,015 | 0,016 |
| ΤΟΚΟΙ | | 0,017 | 0,017 | 0,017 | 0,017 | 0,015 | 0,013 |
| | | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| ΕΙΣΠΡ | | | -0,006 | -0,004 | -0,004 | -0,005 | -0,005 |
| | | | 0,000 | 0,004 | 0,005 | 0,000 | 0,001 |
| ΕΞΟΦΛ | | | | -0,009 | -0,009 | -0,005 | -0,004 |
| | | | | 0,000 | 0,000 | 0,028 | 0,090 |
| ΥΠΟΧΡ | | | | | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| | | | | | 0,038 | 0,005 | 0,017 |
| ΡΟΕΣ | | | | | | 0,212 | 0,119 |
| | | | | | | 0,000 | 0,000 |
| ΚΟΣΤΟΣ | | | | | | | -0,261 |
| | | | | | | | 0,000 |
| ΚΡΙΣΗ | -3,051 | -2,983 | -2,933 | -2,887 | -2,883 | -1,918 | -2,005 |
| | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| ΕΞΑΓ*Κ ΡΙΣΗ | 0,014 | 0,013 | 0,0127 | 0,013 | 0,013 | 0,014 | 0,015 |
| | 0,048 | 0,053 | 0,063 | 0,055 | 0,056 | 0,021 | 0,007 |

Με βάση τα αποτελέσματα που έχουμε παραπάνω φαίνεται πως οι εξαγωγές είναι πολύτιμες για τις επιχειρήσεις κατά την διάρκεια της κρίσης. Η θετική επίδραση της αλληλεπίδραση των εξαγωγών με την κρίση, μπορούμε να πούμε πως μετριάξει την αρνητική επίδραση που σημειώνεται από την κρίση στην κερδοφορία των επιχειρήσεων.

- Κλάδοι δραστηριότητας

Ο παρακάτω πίνακας μας δείχνει τα αποτελέσματα, όταν λαμβάνονται υπόψη και οι κλάδοι δραστηριότητας των επιχειρήσεων. Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως στην περίπτωση αυτή παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τις μεθόδους τυχαίων επιδράσεων (random effects) και ελαχίστων τετραγώνων για ομαδοποιημένα δεδομένα (Pooled OLS robust standard errors). Για κάθε μία από τις μεθόδους υπάρχουν δύο στήλες, όπου η πρώτη μας δείχνει την επίδραση της κάθε μεταβλητής στην χρηματοοικονομική απόδοση των επιχειρήσεων και η δεύτερη το αν είναι στατιστικά σημαντική αυτή η επίδραση.

Πίνακας 4.3 – Αποτελέσματα για το υπόδειγμα με τους κλάδους δραστηριότητας

| | Random effects | | Pooled OLS | |
|--|----------------|-------|------------|-------|
| | Coef. | P> z | Coef. | P> z |
| ΚΕΡΔ | | | | |
| ΕΞΑΓΩΓΕΣ | 0,008 | 0,279 | 0,000 | 0,982 |
| ΜΕΓΕΘΟΣ | 1,302 | 0,000 | 0,535 | 0,002 |
| ΜΟΧΛ | -0,042 | 0,000 | -0,100 | 0,379 |
| ΡΕΥΣΤΟΤ | -0,335 | 0,034 | -0,023 | 0,911 |
| ΚΡΙΣΗ | -1,821 | 0,000 | -1,248 | 0,000 |
| ΕΞΑΓ*ΚΡΙΣΗ | 0,016 | 0,005 | 0,015 | 0,011 |
| ΤΟΚΟΙ | 0,015 | 0,000 | 0,026 | 0,000 |
| ΕΙΣΠΡ | -0,005 | 0,000 | -0,006 | 0,000 |
| ΕΞΟΦΛ | -0,004 | 0,025 | -0,006 | 0,001 |
| ΥΠΟΧΡ | 0,000 | 0,003 | 0,000 | 0,020 |
| ΡΟΕΣ | 0,157 | 0,000 | 0,249 | 0,000 |
| ΚΟΣΤΟΣ | -0,205 | 0,000 | -0,125 | 0,000 |
| Χημικά, ελαστικά, πλαστικά και μη μεταλλικά προϊόντα | 0,018 | 0,982 | 0,459 | 0,539 |
| Φαγητά, ποτά, καπνός | -0,047 | 0,950 | -0,161 | 0,820 |
| Μηχανήματα, εξοπλισμός, έπιπλα, ανακύκλωση | 0,383 | 0,686 | 0,705 | 0,412 |
| Μέταλλα και μεταλλικά προϊόντα | 0,944 | 0,257 | 0,801 | 0,288 |
| Εκδόσεις, εκτυπώσεις | -1,494 | 0,210 | -1,474 | 0,141 |
| Υφάσματα, είδη ένδυσης, δέρματα | -0,861 | 0,358 | -0,560 | 0,504 |

Σύμφωνα με τα παραπάνω αποτελέσματα παρατηρούμε πως ακόμα και όταν λαμβάνουμε υπόψη τον κλάδο δραστηριότητας των επιχειρήσεων και χρησιμοποιούμε και άλλες μεθόδους για την εκτίμηση των υποδειγμάτων, οι εξαγωγές μετριάζουν την αρνητική επίδραση της οικονομικής κρίσης στην κερδοφορία. Πιο συγκεκριμένα η μεταβλητή που εκφράζει την αλληλεπίδραση των εξαγωγών με την κρίση έχει θετική επίδραση στην χρηματοοικονομική απόδοση των επιχειρήσεων, η οποία είναι στατιστικά σημαντικά και για της δύο μεθόδους που εξετάσαμε παραπάνω.

Κεφάλαιο 5

Συμπεράσματα

Γενικά παρατηρούμε πως οι εξαγωγές ως μεμονωμένη μεταβλητή φαίνεται να μην επηρεάζουν σημαντικά την χρηματοοικονομική απόδοση των επιχειρήσεων, κοιτάζοντας την χρονική περίοδο συνολικά. Παρ' όλα αυτά, φαίνεται να έχουν θετικό αντίκτυπο στην κερδοφορία των επιχειρήσεων κατά την διάρκεια της κρίσης. Πιο συγκεκριμένα, βλέπουμε να έχουν αρνητική επίδραση σε όλες τις περιπτώσεις εκτός από την τελευταία που έχουν χρησιμοποιηθεί όλες οι μεταβλητές (εκτός από τις κατηγορίες των επιχειρήσεων), όπου η επίδραση τους είναι θετική. Επίσης παρατηρούμε πως το p -value για την μεταβλητή των εξαγωγών είναι αρκετά μεγάλο, τείνει στο 1, πράγμα που δηλώνει πως η επίδραση των εξαγωγών που έχουμε ως αποτέλεσμα δεν αποτελεί μια στατιστικά σημαντική μεταβολή. Βλέπουμε επίσης πως ενώ η μεταβλητή που χαρακτηρίζει την κρίση έχει αρνητική επίδραση στην χρηματοοικονομική απόδοση των επιχειρήσεων, η μεταβλητή που εκφράζει την αλληλεπίδραση των μεταβλητών για τις εξαγωγές και την κρίση έχει θετική επίδραση. Πράγμα που μετριάζει το αρνητικό αντίκτυπο της κρίσης, δεδομένου ότι είναι και στατιστικά σημαντική αυτή η επίδραση. Αυτό δείχνει πόσο σημαντικές είναι οι εξαγωγές για τις επιχειρήσεις κατά την περίοδο της κρίσης, καθώς προσφέρουν σε αυτές την δυνατότητα γεωγραφικής διαφοροποίησης.

Ένα ακόμη σημαντικό στοιχείο που προκύπτει είναι πως το μέγεθος της κάθε επιχείρησης επηρεάζει θετικά την κερδοφορία της, παρ' όλα αυτά δεν φαίνεται να επηρεάζει σε σημαντικό βαθμό. Επίσης από τα αποτελέσματα προκύπτει πως αυτή η μεταβλητή δεν είναι στατιστικά σημαντικά, διότι το p -value της είναι μηδενικό σε κάθε περίπτωση.

Μία ακόμη μεταβλητή που φαίνεται να επηρεάζει την χρηματοοικονομική απόδοση των εταιριών είναι ο δείκτης προ φόρων και τόκων προς τόκους, ο οποίος χρησιμοποιήθηκε ώστε να ληφθεί υπόψη η δυνατότητα κάλυψης των χρηματοοικονομικών εξόδων. Πιο

συγκεκριμένα, μπορούμε να πούμε πως το εάν η εταιρία έχει την δυνατότητα να καλύψει τα έξοδα της ή όχι παίζει σημαντικό ρόλο στο αν η εκάστοτε εταιρία θα έχει κέρδος στο τέλος κάθε έτους ή ζημία. Τον ίδιο σημαντικό ρόλο θα μπορούσαμε να πούμε πως έχουν ακόμη δύο μεταβλητές που χρησιμοποιήθηκαν σε αυτή την έρευνα και αυτές είναι οι βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις της επιχείρησης προς τις μακροπρόθεσμες και οι ταμειακές ροές προς τις πωλήσεις. Παρ' όλα αυτά, ενώ και οι τρεις αυτές μεταβλητές δείχνουν να έχουν θετικό αντίκτυπο στην κερδοφορία της επιχείρησης, μόνο η μεταβλητή που αφορά τις βραχυπρόθεσμες προς τις μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις της επιχείρησης φαίνεται να είναι στατιστικά σημαντική, με το p-value να κυμαίνεται μεταξύ 1% και 5%.

Τέλος, σημαντικό είναι και το αποτέλεσμα που προκύπτει από το τελευταίο υπόδειγμα, έχοντας λάβει υπόψη και τους κλάδους στους οποίους δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις, όπου παρατηρούμε θετική επίδραση των εξαγωγών στην κερδοφορία των επιχειρήσεων. Πράγμα που σημαίνει πως οι εξαγωγές μετριάζουν την αρνητική επίδραση της κρίσης ακόμη και όταν χρησιμοποιούμε άλλες μεθόδους για την εκτίμηση των δεδομένων.

Κεφάλαιο 6

Βιβλιογραφία

Ελληνική

Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγών (ΠΣΕ) Κέντρο - Εξαγωγικών Ερευνών και Μελετών (ΚΕΕΜ), (2014), Εξαγωγικό Εμπόριο της Ελλάδας κατά γεωγραφικές περιοχές, Διαθέσιμο στο <http://www.pse.gr> .

Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγών (ΠΣΕ) - Κέντρο Εξαγωγικών Ερευνών και Μελετών (ΚΕΕΜ), (2014)Εξαγωγικό Εμπόριο της Ελλάδας κατά κατηγορίες προϊόντων, Διαθέσιμο στο <http://www.pse.gr> .

Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγών (ΠΣΕ) - Κέντρο Εξαγωγικών Ερευνών και Μελετών (ΚΕΕΜ), (2014), Εξαγωγικό Εμπόριο της Ελλάδας κατά χώρες, Διαθέσιμο στο <http://www.pse.gr> .

Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγών (ΠΣΕ) - Κέντρο Εξαγωγικών Ερευνών και Μελετών (ΚΕΕΜ), (2009),Μεταβολές στην ποιοτική εξειδίκευση των ελληνικών εξαγωγών, Διαθέσιμο στο <http://www.pse.gr> .

Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγών (ΠΣΕ) - Κέντρο Εξαγωγικών Ερευνών και Μελετών (ΚΕΕΜ), (2009), Η πορεία των εξαγωγών τους πρώτους έξι μήνες του 2009, Διαθέσιμο στο <http://www.pse.gr> .

Πανελλήνιος Σύνδεσμος Εξαγωγών (ΠΣΕ) - Κέντρο Εξαγωγικών Ερευνών και Μελετών (ΚΕΕΜ), (2013), Οι 5 κορυφαίες χώρες-προορισμοί για τα ελληνικά προϊόντα, Διαθέσιμο στο <http://www.pse.gr> .

Τράπεζα της Ελλάδος, (2010), Έκθεση του Διοικητή για το Έτος 2009, Ίδρυμα Εκτύπωσης Τραπεζογραμματίων και Αξιών της Τράπεζας της Ελλάδος, Απρίλιος 2010.

Grant Thornton, (2014), International Business Report, ΗΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, Διεθνής Οικονομία, Ιούλιος 2014.

Regus, (2014), Διεθνής έρευνα, Η ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΗ, Διεθνής Οικονομία, Ιούνιος 2014.

Global Greece – International Business Projects, (2014), Η σημασία των εξαγωγών, Διαθέσιμο στο [http://www.globalgreece.gr/img/Pdfs/sim\(1\).pdf](http://www.globalgreece.gr/img/Pdfs/sim(1).pdf)

Ξένη

Abdullayeva S. (2010), Exports and firm performance: Case of Hungarian manufacturing, Central European University, Department of Economies.

Bernard A., Wagner J., (1996), Exports and success in German manufacturing, Weltwirtschaftliches Archiv, March 1997, Volume 133, Issue 1, pp 134-157

Bobillo A., Lopez-Iturriaga F., Tejerina-Gaite F.,(2010),Firm performance and internationaldiversification: The internal and externalcompetitiveadvantages, Departamento de Economía Financiera, ETS Ingenieríainforma'tica, Universidad de Valladolid, Campus Miguel Delibes, 47011 Valladolid, Spain, Facultad Económicas y Empresariales, Universidad de Valladolid, Spain, ETS Ingenieríainforma'tica, Universidad de Valladolid, Spain.

Douglas T., (2006), International diversification and firm performance in Mexican firms: A curvilinear relationship?, Anderson Schools of Management, University of New Mexico, MSC05 3090, 1924 Las Lomas NE, Albuquerque NM 87131-0001, USA.

Fryges H., Wanger J., (2010), Exports and Profitability: First evidence for German manufacturing firms, Blackwell Publishing Ltd., 9600 Garsington Road, Oxford, OX4 2DQ UK and 350 Main Street, Madlen, MA 02148, USA.

Hirsch S., Lev B., (2001), Sales stabilization through export diversification (2001), *The Review of Economics and Statistics* © 1971 The MIT Press

Laeven L., Valencia F., (2012), Systemic Banking Crises Database: An Update, IMF Working Paper 12/163.

Park A., Yang D., Shi X., Jiang Y., (2010) Exporting and firm performance: Chinese exporters and the Asian financial crisis, *The Review of Economics and Statistics*, 92(4), 822-842.

Yasar M., Rejesus R., (2005), Exporting status and firm performance: Evidence from a matched sample, Department of Economics, Emory University, 306C Rich Bldg., Atlanta, GA 30322, United States, Texas Tech University, United States.