



**ΑΝΟΙΚΤΟ
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΚΥΠΡΟΥ**

ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ

«ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ»

ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΑΣΤΕΡ

ΤΙΤΛΟΣ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ

«Αύξηση των Άμεσων Ξένων Επενδύσεων (ΑΞΕ) των Ελληνικών επιχειρήσεων στα Βαλκάνια. Ανάλυση των λόγων που καθιστούν ελκυστικές τις Βαλκανικές χώρες για τους Έλληνες επιχειρηματίες»

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΣ ΦΟΙΤΗΤΗΣ

Παρασκευόπουλος Κωνσταντίνος

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

Μαρκουλής Στέλιος

ΛΕΥΚΩΣΙΑ, ΜΑΪΟΣ 2016

ΔΙΑΤΡΙΒΗ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΜΑΣΤΕΡ

ΤΙΤΛΟΣ ΔΙΑΤΡΙΒΗΣ

«Αύξηση των Άμεσων Ξένων Επενδύσεων (ΑΞΕ) των Ελληνικών επιχειρήσεων στα Βαλκάνια. Ανάλυση των λόγων που καθιστούν ελκυστικές τις Βαλκανικές χώρες για τους Έλληνες επιχειρηματίες»

ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟΣ ΦΟΙΤΗΤΗΣ
Παρασκευόπουλος Κωνσταντίνος

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
Μαρκουλής Στέλιος

Η παρούσα μεταπτυχιακή διατριβή υποβλήθηκε προς μερική εκπλήρωση των απαιτήσεων για απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων από τη Σχολή Οικονομικών Επιστημών και Διοίκησης του Ανοικτού Πανεπιστημίου Κύπρου.

ΛΕΥΚΩΣΙΑ, ΜΑΪΟΣ 2016

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρούσα εργασία στο πρώτο μέρος θα γίνει προσπάθεια παρουσίασης των βασικών εννοιών της Παγκοσμιοποίησης και της Διεθνοποίησης, των μορφών Διεθνοποίησης με αναφορά στα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους. Στη συνέχεια θα δοθεί έμφαση στις Άμεσες Ξένες Επενδύσεις, θα γίνει παρουσίαση των τύπων Άμεσων Ξένων Επενδύσεων και των μορφών. Θα ακολουθήσει εξέταση των παραγόντων που έχουν μειώσει την ελκυστικότητα της Ελλάδας για την ανάληψη ΑΞΕ από ξένους επενδυτές και θα γίνει παρουσίαση των λόγων βάσει των οποίων οι Ελληνικές επιχειρήσεις βρίσκουν πρόσφορο έδαφος για επιτυχημένες επενδύσεις στα Βαλκάνια. Επίσης, θα γίνει αναφορά στους κινδύνους που μπορεί να συναντήσουν οι Έλληνες επιχειρηματίες κατά την δραστηριοποίησή τους σε χώρες των Βαλκανίων. Τέλος θα παρουσιαστούν οι θετικές και αρνητικές επιπτώσεις που προκύπτουν από την ανάληψη Άμεσων Ξένων Επενδύσεων των Ελληνικών επιχειρήσεων, τόσο για τις χώρες που υποδέχονται αυτές τις επενδύσεις, όσο και για την Ελλάδα που λειτουργεί ως χώρα προέλευσης αυτών των επενδύσεων.

SUMMARY

In this thesis in the first part we will try to present key concepts of Globalization and Internationalization, Internationalization forms, with reference to the advantages and disadvantages. Then the focus will be on FDI, will be a presentation of FDI types and forms. Followed examination of the factors that have reduced the attractiveness of Greece to undertake FDI by foreign investors and will be a presentation of the grounds on which Greek companies are finding fertile ground for successful investments in the Balkans. Also, reference will be made to the risks that may be encountered by Greek businessmen during their involvement in the Balkans. Finally will present the positive and negative effects resulting from undertaking FDI of Greek companies, both for the countries receiving the investments, and for Greece which serves as the country of origin of these investments .

Ευχαριστίες

Στην σύζυγό μου και τις δύο υπέροχες κόρες μου, για την αμέριστη συμπαράσταση!

Πίνακας Περιεχομένων

Επισκόπηση.....	9
Στόχοι και σκοποί.....	10
Εισαγωγή.....	11
<u>Κεφάλαιο 1</u> - Παγκοσμιοποίηση: Χαρακτηριστικά - Πλεονεκτήματα και Μειονεκτήματα.....	12
<u>Κεφάλαιο 2</u> - Διεθνοποίηση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων.....	15
2.1 Διεθνοποίηση.....	15
2.2 Κίνητρα για Διεθνοποίηση.....	15
<u>Κεφάλαιο 3</u> - Πολυεθνικές Επιχειρήσεις.....	20
<u>Κεφάλαιο 4</u> - Μορφές Διεθνοποίησης.....	23
4.1 Παρουσίαση των μορφών Διεθνοποίησης.....	23
4.1.1 Εξαγωγές.....	24
4.1.2 Έκδοση άδειας παραγωγής προϊόντος (Licensing).....	27
4.1.3 Παραχώρηση εμπορικού σήματος (Franchising).....	30
4.1.4 Συμφωνίες παραγωγής (Contracts Manufacturing).....	31
4.1.5 Έργα με το κλειδί στο χέρι (Turnkey products).....	31
4.1.6 Άμεσες Ξένες Επενδύσεις (Direct Foreign Investments).....	31
<u>Κεφάλαιο 5</u> - Άμεσες Ξένες Επενδύσεις.....	33
5.1 Τύποι Άμεσων Ξένων Επενδύσεων.....	33
5.1.1 ΑΞΕ προς αναζήτηση πλουτοπαραγωγικών πόρων(Resource Seeking).....	33
5.1.2 ΑΞΕ προς αναζήτηση αγορών (Market seeking).....	34
5.1.3 ΑΞΕ προς αναζήτηση αποδοτικότητας (Efficiency seeking).....	36

5.1.4 ΑΞΕ προς αναζήτηση στρατηγικών πόρων (Strategic asset seeking).....	37
5.1.5 Επιπλέον λόγοι, κίνητρα για ΑΞΕ	39
5.2 Εμπόδια - Περιορισμοί για ανάληψη ΑΞΕ.....	44
5.3 ΑΞΕ -Τρόποι διείσδυσης στις διεθνείς αγορές	45
<u>Κεφάλαιο 6</u> - Οικονομικές θεωρίες ΑΞΕ.....	52
6.1 Θεωρία του Hymer	52
6.2 Θεωρία της Εσωτερικοποίησης	52
6.3 Θεωρία του Εκλεκτικού υποδείγματος.....	53
<u>Κεφάλαιο 7</u> - Άμεσες Ξένες Επενδύσεις στην Ελλάδα	55
7.1 Παράγοντες μείωσης της ελκυστικότητας της Ελλάδας για ανάπτυξη ΑΞΕ	57
<u>Κεφάλαιο 8</u> - Η Ελληνική επιχειρηματική δραστηριότητα στα Βαλκάνια.....	62
8.1 Τα νέα δεδομένα στις χώρες των Βαλκανίων.....	62
8.2 Η δράση των ελληνικών επιχειρήσεων στα Βαλκάνια.....	64
8.3 Για ποιους λόγους επενδύουν οι ελληνικές επιχειρήσεις στα Βαλκάνια	66
8.4 Μορφές ΑΞΕ που επιλέγουν οι ελληνικές επιχειρήσεις για τη..... δραστηριοποίησή τους στα Βαλκάνια	72
8.4.1 Παράδειγμα ΑΞΕ στα Βαλκάνια - Όμιλος EUROBANK	73
8.5 Εμπόδια / Κίνδυνοι που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές επιχειρήσεις..... στα Βαλκάνια	76
8.6 Οι επιπτώσεις των ελληνικών ΑΞΕ στις Βαλκανικές χώρες.....	77
8.7 ΑΞΕ στα Βαλκάνια - Αντίκτυπος για την Ελλάδα	79
Επίλογος.....	81
Βιβλιογραφία.....	82
Ηλεκτρονικές πηγές.....	83

ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ

Οι Άμεσες Ξένες επενδύσεις περιλαμβάνουν τη μεταφορά πέρα από τα εθνικά σύνορα ενός πακέτου διακριτών εισροών, όπως κεφάλαιο, εξοπλισμό, ενδιάμεσες και πρώτες ύλες, τεχνογνωσία, κ.ά., με κύριο σκοπό την αναζήτηση περαιτέρω αποδοτικότητας.

Οι Ελληνικές επιχειρήσεις από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, μέχρι και τις μέρες μας, που στην Ελλάδα επικρατεί οικονομική κρίση, έχουν στρέψει το ενδιαφέρον τους στις χώρες των Βαλκανίων, με κύριο στόχο την μεγιστοποίηση του κέρδους τους, τον επιμερισμό του κινδύνου από την εγχώρια αγορά και την ισχυροποίηση της θέσης τους στη διεθνή αγορά.

ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΣΚΟΠΟΙ

Βασικός σκοπός της έρευνας είναι η παρουσίαση:

- Των τρόπων Διεθνοποίησης (πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα).
- Των μορφών ΑΞΕ (πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα).
- Των παραγόντων που έχουν επηρεάσει την ελκυστικότητα ΑΞΕ στην Ελλάδα.
- Των λόγων που έχουν στρέψει το ενδιαφέρον τους οι Έλληνες επιχειρηματίες στα Βαλκάνια και τα θετικά που αποκομίζουν από την ανάπτυξη επιχειρηματικότητας στα Βαλκάνια.
- Τα θετικά που αποκομίζουν οι χώρες των Βαλκανίων από την δράση των Ελληνικών επιχειρήσεων.
- Οι επιπτώσεις που υφίσταται η Ελληνική οικονομία.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Μια επιχείρηση αποφασίζοντας να επεκτείνει τις δραστηριότητές της εκτός των τοπικών της συνόρων έχει σκοπό την αύξηση των πωλήσεων της και κατ' επέκταση των μεριδίων αγοράς, την πρόσβαση σε πλουτοπαραγωγικούς πόρους με στόχο τη μείωση του κόστους και τη διαφοροποίηση των πωλήσεων και των πόρων της. Όλα τα προαναφερθέντα θα της προσφέρουν κερδοφορία και θα την διακρίνουν στη διεθνή αγορά. Τα τελευταία χρόνια πολλές Ελληνικές επιχειρήσεις δείχνουν έντονο ενδιαφέρον για τις χώρες των Βαλκανίων στις οποίες βρίσκουν πρόσφορο έδαφος για ανάπτυξη της δραστηριότητάς τους.

Παλαιότερα μόνο η ναυτιλία ήταν παγκόσμιος παίκτης χωρίς πατρίδα και έδρα. Στις μέρες μας, όλοι οι επιχειρηματίες από «πολίτες του τόπου μας», σκέπτονται να γίνουν «πολίτες του κάθε τόπου» ιδίως σε χώρες όπου με ομαλό τρόπο μπορεί να εξελιχθεί η οικονομική δραστηριότητα, αναζητώντας την πρόοδο και την ανάπτυξη της επιχείρησης.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ελληνικού Εμπορίου στο σύνολό τους οι εταιρείες που έχουν μεταναστεύσει στο εξωτερικό πλησιάζουν τις 3.000, χωρίς σε αυτές να υπολογίζονται οι εισηγμένες εταιρείες και οι πολυεθνικές, ενώ ως βασικός λόγος της μετανάστευσης των επιχειρήσεων είναι η υψηλή φορολογία στην χώρα μας, αλλά και οι συνεχείς αλλαγές στο φορολογικό καθεστώς¹.

¹ «Μεταναστεύουν οι ελληνικές επιχειρήσεις - Επιχειρηματική Δραστηριότητα στα Βαλκάνια» (06/06/2012),

<http://www.epixeiro.gr/%CE%B5%CE%B9%CE%B4%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82/%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B4%CF%81%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%B9%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%B1-%CE%B2%CE%B1%CE%BB%CE%BA%CE%AC%CE%BD%CE%B9%CE%B1/3591-%CE%9C%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B5%CF%8D%CE%BF%CF%85%CE%BD-%CE%BF%CE%B9-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82>
[πρόσβαση 09/01/2016]

Κεφάλαιο 1

Παγκοσμιοποίηση: Χαρακτηριστικά – Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα

Οι καταναλωτές και οι επιχειρήσεις κινούνται μέσα στα πλαίσια μιας παγκόσμιας οικονομίας. Σε αυτό συνέβαλε η απελευθέρωση της διεθνούς ροής προϊόντων, υπηρεσιών και κεφαλαίων, η ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας, οι καινοτομίες που επιτεύχθηκαν στους τομείς των μεταφορών, των συγκοινωνιών, των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής.

Επίσης, σημαντικό γεγονός που προκάλεσε ριζικές ανακατατάξεις στην παγκόσμια οικονομία είναι η κατάρρευση των πολιτικών καθεστώτων στις χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, και η στροφή των αγορών τους προς το σύστημα της ελεύθερης αγοράς. Μέχρι τα τέλη του 1980, οι κυβερνήσεις των χωρών αυτών, θέλοντας να περιορίσουν τις οικονομικές συναλλαγές τους με τον δυτικό κόσμο, είχαν σχηματίσει μια μορφή οικονομικής ολοκλήρωσης, την COMECON (Council for Mutual Economic Assistance – CMEA), έχοντας ως βασικό σκοπό τη διευκόλυνση του μεταξύ τους εμπορίου. Στα τέλη της δεκαετίας του 1980, η μεταβολή στην οικονομική φιλοσοφία των κυβερνήσεων των χωρών της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης, έβγαλε τις χώρες αυτές από την οικονομική απομόνωση και τις ενσωμάτωσε με τις αγορές της παγκόσμιας οικονομίας. Το «άνοιγμα» των αγορών αυτών είχε ως αποτέλεσμα την εμφάνιση πολλών νέων ευκαιριών διεθνούς επιχειρηματικής δραστηριοποίησης για τις επιχειρήσεις του δυτικού κόσμου. Ακόμη, έδωσε την ευκαιρία στις επιχειρήσεις των χωρών αυτών να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους στις αγορές του δυτικού κόσμου.

Συνέπεια όλων αυτών των οικονομικών και πολιτικών εξελίξεων είναι η **παγκοσμιοποίηση των αγορών**. Πρόκειται για τη διαδικασία της ενδυνάμωσης τού βαθμού αλληλεξάρτησης που εμφανίζουν οι οικονομίες των χωρών όλου του κόσμου. Χαρακτηριστικό αυτής της διαδικασίας είναι η δραστική μείωση της σημασίας των αποστάσεων, αλλά και των εθνικών συνόρων, στην άσκηση κάθε μορφής διεθνών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και η διευκόλυνση της εισόδου των επιχειρήσεων σε αγορές εκτός των εθνικών συνόρων.

Η απελευθέρωση του διεθνούς εμπορίου και η εύκολη πλέον μεταφορά κεφαλαίων, δημιουργεί νέες συνθήκες ανταγωνισμού. Γενικότερα, σε συνθήκες συνεχούς εντατικοποίησης του ανταγωνισμού, οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί οδηγούνται στην ανάγκη αναπροσαρμογής στην οργάνωση, στην τεχνολογία καθώς και στην εκπαίδευση και στην εξειδίκευση του ανθρώπινου δυναμικού τους.

Σύμφωνα, με τον I.Mitroff «Όλες οι επιχειρηματικές δραστηριότητες σήμερα, έχουν παγκοσμιοποιηθεί. Τα άτομα, οι επιχειρήσεις, οι κλάδοι και οι κοινωνίες που θα κατανοήσουν τους νέους κανόνες του παγκόσμιου επιχειρείν θα προοδεύσουν. Οι άλλοι θα παρακμάσουν» (Παπαδάκης, 2012:449). Ειδικότερα, τα γεγονότα που λαμβάνουν χώρα ανά τον κόσμο, όπως για παράδειγμα η οικονομική κρίση, πολιτική αστάθεια, πολεμικές συγκρούσεις, τρομοκρατία, κ.λπ., επιδρούν στην ανταγωνιστική και οικονομική κατάσταση των επιχειρήσεων. Επομένως, είναι σαφές ότι τα Διοικητικά στελέχη των επιχειρήσεων και των οργανισμών, θα πρέπει να λάβουν υπόψη τους αυτές τις αλλαγές στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων και κατά τη διαμόρφωση της στρατηγικής. Σε αντίθετη περίπτωση θα οδηγηθούν σε λανθασμένες αποφάσεις και στρατηγικές επιλογές που θα έχουν δυσμενείς συνέπειες για τα οικονομικά των επιχειρήσεών τους.

Η Παγκοσμιοποίηση περιλαμβάνει διάφορα στοιχεία που επηρεάζουν τον κόσμο θετικά και αρνητικά (Πανηγυράκης, 2013:49). Συγκεκριμένα, ως **πλεονεκτήματα** της Παγκοσμιοποίησης αναγνωρίζονται τα ακόλουθα:

- Εμφάνιση μιας παγκόσμιας αγοράς που προσφέρει τη δυνατότητα πρόσβασης στους καταναλωτές και στις επιχειρήσεις, σε μία μεγάλη ποικιλία προϊόντων, διαφόρων επιπέδων ποιότητας και τιμών (Πανηγυράκης, 2013).
- Ανάπτυξη Διεθνούς εμπορίου, καθώς υπάρχει ενιαία αγορά που έχει ως βάση την ελεύθερη διακίνηση αγαθών και κεφαλαίων.
- Ενίσχυση του συστήματος αξιών μεταξύ των λαών. Ουσιαστικά αναφερόμαστε στην αύξηση της επαφής και της αλληλεπίδρασης ανάμεσα σε διαφορετικά συστήματα πολιτισμικών αξιών: ανταλλαγή κουλτούρας και αξιών, υιοθέτηση ιδεών, επιθυμία για την απόκτηση και κατανάλωση ξένων προϊόντων, ανταλλαγή τεχνογνωσίας (Πανηγυράκης, 2013).
- Ανάπτυξη νέων τεχνολογιών.
- Ανάπτυξη των μεταφορών που έχει ως θετική συνέπεια την εύκολη και γρήγορη μεταφορά αγαθών και τη μείωση των χρόνων.
- Αύξηση της ροής πληροφοριών ανάμεσα σε γεωγραφικά απομακρυσμένες αγορές.
- Μεγαλύτερη ευκολία στα ταξίδια.
- Υψηλή συμβολή στην πολιτική και οικονομική ένωση που διευκολύνει τις συναλλαγές και τις διεθνείς συμφωνίες (Πανηγυράκης, 2013:50).

Εκτός όμως από τα πλεονεκτήματα, η Παγκοσμιοποίηση έχει και μία σειρά **μειονεκτημάτων**, όπως:

- Η μεταφορά επιχειρήσεων στις αναπτυσσόμενες χώρες μπορεί να επιφέρει υψηλά επίπεδα ανεργίας στις ανεπτυγμένες χώρες.
- Οι μεγάλες επιχειρήσεις κερδίζουν περισσότερο, ενώ οι μικρές επιχειρήσεις είναι δύσκολο να ανταγωνιστούν τις πολυεθνικές.
- Στις υποανάπτυκτες χώρες παρουσιάζεται το φαινόμενο της εκμετάλλευσης των εργαζομένων, ειδικά γυναικών και παιδιών (Πανηγυράκης, 2013).
- Χρηματοοικονομικά προβλήματα μεταφέρονται από τη μια χώρα στην άλλη (Πανηγυράκης, 2013:53).

- Η ανάμειξη πολιτισμών μπορεί να οδηγήσει στην ανάπτυξη φαινομένων όπως είναι η ξενοφοβία ή η απώλεια της εθνικής ταυτότητας.
- Αυξάνει το χάσμα ανάμεσα στους οικονομικά ασθενέστερους και τους οικονομικά ισχυρούς.

Κεφάλαιο 2

Διεθνοποίηση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων

2.1 Διεθνοποίηση

Η **Διεθνοποίηση** των δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης αναφέρεται στην αναλογία των εγχώριων και των διεθνών δραστηριοτήτων, πωλήσεων και περιουσιακών στοιχείων της (Παπαδάκης, 2012: 449). Χαρακτηριστικά όσο πιο μεγάλη είναι η αναλογία των διεθνών δραστηριοτήτων, πωλήσεων και περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης, τόσο περισσότερο διεθνοποιημένη θεωρείται.

Η **Διεθνοποίηση των αγορών** αναφέρεται στο βαθμό συμμετοχής εγχώριων και ξένων επιχειρήσεων, οι οποίες έχουν διεθνείς δραστηριότητες, στις τοπικές αγορές προϊόντων, υπηρεσιών, εργασίας, κεφαλαίων και χρήματος, καθώς και στο μέγεθος της επιρροής που έχουν οι επιχειρήσεις αυτές στη λειτουργία της αγοράς (Χατζηδημητρίου, 2008). Όσο πιο μεγάλη είναι η συμμετοχή και όσο πιο σημαντικός είναι ο ρόλος των διεθνοποιημένων επιχειρήσεων στη λειτουργία μιας αγοράς, τόσο μεγαλύτερος θα είναι και ο βαθμός διεθνοποίησής της.

2.2 Κίνητρα για διεθνοποίηση

Τα κίνητρα για διεθνοποίηση είναι πολλά, καθώς όπως προαναφέραμε καμία επιχείρηση δεν θα επιθυμούσε να είναι αποκομμένη από τις εξελίξεις και να αφήνει ανεκμετάλλευτες ευκαιρίες που θα μπορούσαν να συμβάλλουν στην περαιτέρω ανάπτυξή της και κατ' επέκταση στην αύξηση της κερδοφορίας της.

Επομένως, η μη επέκταση ενδεχομένως να επιφέρει σοβαρά προβλήματα ανταγωνιστικότητας.

Σύμφωνα με τα παραπάνω, μία επιχείρηση αναλαμβάνει τον κίνδυνο να επεκτείνει τις δραστηριότητές της πέρα των εθνικών της συνόρων, έχοντας ως βασικά κίνητρα τα ακόλουθα:

- **Η επιχείρηση ανακαλύπτει πρώτη την αγορά** - Σύμφωνα με έρευνες οι επιχειρήσεις που διεισδύουν πρώτες σε μία διεθνή αγορά, συνήθως κερδίζουν μεγάλα μερίδια αγοράς, ενώ είναι σημαντικό το γεγονός ότι ως πρωτοπόροι δημιουργούν τις κατάλληλες συνθήκες – μέσω της επίτευξης οικονομιών κλίμακας - ώστε θέτουν φραγμό στην είσοδο νέων ανταγωνιστών (Παπαδάκης, 2012).

- **Αναζήτηση αποδοτικότητας σε αγορές που δεν είναι κορεσμένες** - Είναι γεγονός ότι οι αγορές ανεπτυγμένων χωρών είναι σε υψηλό βαθμό κορεσμένες. Αντίθετα, στις αναπτυσσόμενες χώρες υπάρχουν μεγάλες ευκαιρίες ανάπτυξης. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί το αυξημένο ενδιαφέρον των ΗΠΑ για χώρες όπως η Κίνα, η Ινδία και το Μεξικό, οι αγορές των οποίων αντιπροσωπεύουν έναν αριθμό πληθυσμού της τάξεως των 2,5 δις. ατόμων, ενώ οι ετήσιες πωλήσεις σημειώνουν αύξηση με διψήφιους ρυθμούς (Παπαδάκης, 2012). Επίσης, από τα τέλη της δεκαετίας του 1980, αρκετές μεγάλες Ελληνικές επιχειρήσεις επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους, στην αγορά των Βαλκανίων.

- **Χαλάρωση των περισσότερων εθνικών προστατευτικών μέτρων και εμποδίων στο χώρο του εμπορίου και των επενδύσεων** – Όπως προαναφέραμε πλέον έχουν αναδειχτεί ευκαιρίες σε διάφορες χώρες που πριν παρουσιάζονταν με μειωμένη ελκυστικότητα.

- **Ανταπόκριση σε ζήτηση από το εξωτερικό** - Το προϊόν που παράγει μία επιχείρηση στην εγχώρια αγορά, έχει ανταπόκριση σε ξένες αγορές.

- **Επιθυμία για μεγαλύτερες πωλήσεις και κέρδη** - Η αύξηση των πωλήσεων συνδέεται με την αύξηση της κερδοφορίας. Οι πωλήσεις μιας επιχείρησης εξαρτώνται από τις προτιμήσεις των καταναλωτών για τα προϊόντα/υπηρεσίες που προσφέρει η επιχείρηση και από την αγοραστική τους ικανότητα. Η επέκταση της δραστηριοποίησης σε κατάλληλα επιλεγμένες αγορές, προσφέρει στις επιχειρήσεις την ευκαιρία να πραγματοποιήσουν τους στόχους τους, μέσω της διεύρυνσης των αγορών στις οποίες απευθύνονται.

- **Έντονος εγχώριος - εθνικός ανταγωνισμός** - Ο έντονος εγχώριος ανταγωνισμός μειώνει την κερδοφορία των επιχειρήσεων. Επομένως, αναζητούν καλύτερες συνθήκες αγοράς σε ξένες χώρες.

- **Επιμήκυνση του κύκλου ζωής προϊόντων** - Ο έντονος εσωτερικός ανταγωνισμός και η εκπλήρωση των στόχων πωλήσεων στην εγχώρια αγορά, μπορεί να αποτελέσουν το έναυσμα για την απόφαση επέκτασης της δραστηριοποίησης σε ξένες αγορές, έχοντας ως σκοπό την επιμήκυνση του κύκλου ζωής επιτυχημένων εμπορικά προϊόντων (Sandhusen, 1999).

- **Διαφοροποίηση των επιχειρηματικών κινδύνων** - Με την είσοδο μιας επιχείρησης σε νέες αγορές, ουσιαστικά έχουμε διαφοροποίηση των επιχειρηματικών κινδύνων, καθώς η συνολική κερδοφορία της δεν εξαρτάται αποκλειστικά από την επίδοσή της σε μία γεωγραφική περιοχή (Χατζηδημητρίου, 2008). Επομένως, σε περίπτωση που μία επιχείρηση λόγω δυσμενών οικονομικών συνθηκών της χώρας που δραστηριοποιείται, παρουσιάζει αρνητικά αποτελέσματα, αυτό μπορεί να αντισταθμιστεί από καλύτερες οικονομικές επιδόσεις σε κάποια άλλη χώρα, με αποτέλεσμα να μην επηρεαστούν σε μεγάλο βαθμό τα συνολικά της κέρδη. Χαρακτηριστικά, η πρόσβαση σε διάφορες χώρες για επέκταση των πωλήσεων και των παραγωγικών συντελεστών προσφέρει βοήθεια στην επιχείρηση, ώστε να μην είναι εκτεθειμένη στην αβεβαιότητα μιας μόνο αγοράς. Εν κατακλείδι, οι διεθνείς δραστηριότητες προσφέρουν περισσότερη ευελιξία στην επιχείρηση, καθώς της προσφέρουν τη δυνατότητα να αποφύγει

κινδύνους και παράλληλα να αξιοποιήσει την ευκαιρία να αποκομίσει μεγαλύτερη κερδοφορία (Παπαναστασίου, κ συν., 2008)

- **Ακολουθία κύριων πελατών στο εξωτερικό** - Αυτή η κίνηση ονομάζεται «πηγαίνω όπου πάει ο πελάτης μου». Κύριος σκοπός είναι η διατήρηση του κέρδους που μου προσφέρει μία συνεργασία. Χαρακτηριστικά, πολλές επιχειρήσεις που ακολουθούν στρατηγική διεθνοποίησης ενθαρρύνουν τους προμηθευτές τους να τις ακολουθήσουν. Ουσιαστικά η πρόταση προς τους προμηθευτές για επέκταση στις ίδιες αγορές με τους αγοραστές, διασφαλίζει στους αγοραστές ότι θα έχουν τις πρώτες ύλες που χρειάζονται. Επίσης, από την μεριά των προμηθευτών η κίνηση να ακολουθήσουν τους πελάτες τους σε μία ξένη αγορά τους εξασφαλίζει κάποιο επίπεδο πωλήσεων και μειώνει τον κίνδυνο που συνεπάγεται η δραστηριοποίηση σε μία ξένη αγορά (Παπαδάκης, 2012).

- **Εκμετάλλευση οικονομικών κλίμακας** - Η αύξηση των πωλήσεων συνεπάγεται αύξηση της ποσότητας παραγόμενου προϊόντος. Άρα η επιχείρηση μπορεί να κερδίσει από τις οικονομίες, καθώς μπορεί να μειώσει την τιμή του προϊόντος της κατά το ποσό της μείωσης του μοναδιαίου κόστους παραγωγής, χωρίς να μειωθεί το κέρδος που έχει ανά μονάδα προϊόντος (Παπαδάκης, 2012). Επομένως, το προϊόν είναι πιο ελκυστικό και ανταγωνιστικό σε σχέση με την τιμή.

- **Εκμετάλλευση ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων:** Επιχειρήσεις που έχουν κατορθώσει να αναπτύξουν θεμελιώσεις ικανότητες όπως: προηγμένη τεχνολογία, ισχυρό brand name, καινοτόμα προϊόντα, υψηλή τεχνογνωσία, πείρα στην έρευνα αγοράς, ειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό και ικανά στελέχη που έχουν αναλάβει τη διαχείριση, έχουν κατορθώσει να κυριαρχούν στην τοπική αγορά (Sandhusen, 1999). Όλα αυτά τα πλεονεκτήματα μπορούν να μεταφέρουν και να τα αξιοποιήσουν και στις διεθνείς αγορές.

- **Φορολογικές ελαφρύνσεις** - Σε πολλές χώρες υποδοχής οι κυβερνήσεις παρέχουν φορολογικές ελαφρύνσεις ή άλλα κίνητρα (π.χ. επιδοτήσεις, κ.ά.) με

σκοπό την οικονομική τους ανάπτυξη (Sandhusen, 1999). Αυτές οι ευκαιρίες αξιοποιούνται συχνά από τις Πολυεθνικές.

- **Πρόσβαση σε πλουτοπαραγωγικούς πόρους** – Μία επιχείρηση μπορεί να αναζητήσει αποδοτικότητα σε χώρες όπου υπάρχουν σε αφθονία πλουτοπαραγωγικοί πόροι σε χαμηλές τιμές, π.χ. φυσικοί πόροι (πετρέλαιο, αγροτικά προϊόντα, κ.ά.), φθηνό ανειδίκευτο προσωπικό, αναπτυγμένη τεχνολογία, κ.ά.

- **Αύξηση του μεριδίου αγοράς** – Από τη στιγμή που θα αυξηθεί η παραγωγή, όπως προαναφέραμε, η επιχείρηση θα είναι σε θέση να εκμεταλλευτεί οικονομίες κλίμακας και γενικότερα να μοιράζεται σταθερά κόστη. Επιπλέον, το αυξημένο μερίδιο αγοράς προσφέρει στην επιχείρηση μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη έναντι των προμηθευτών. Επομένως, μπορεί να επιτύχει καλύτερες τιμές πρώτων υλών, να μειώσει το κόστος παραγωγής του προϊόντος και να αυξήσει το περιθώριο κέρδους της (Παπαδάκης, 2012). Μάλιστα, έχοντας αυξήσει τα μερίδια αγοράς, αποκτά καλύτερη θέση στη διεθνή αγορά και ισχυροποιεί τη θέση της έναντι των ανταγωνιστών της.

Κεφάλαιο 3

Πολυεθνικές Επιχειρήσεις

Πολυεθνική (ΠΕ) είναι μια επιχείρηση που κατέχει, ελέγχει και διαχειρίζεται πλουτοπαραγωγικούς πόρους σε περισσότερες από μία χώρες . Επομένως, Πολυεθνική είναι η επιχείρηση που έχει παραγωγικές διαδικασίες σε περισσότερες από μία χώρες (Πανηγυράκης, 2013). **Χώρα προέλευσης** (home country) καλείται η χώρα από την οποία προέρχεται η επιχείρηση, δηλαδή όπου λειτουργεί η μητρική εταιρεία (parent company) και **χώρα υποδοχής** (host country) καλείται η χώρα που δραστηριοποιούνται οι **θυγατρικές** (affiliates / subsidiaries).

Είναι σημαντικό να τονισθεί ότι Πολυεθνική δεν είναι μια επιχείρηση που απλά δραστηριοποιείται διεθνώς αποκλειστικά μέσω του εμπορίου, δηλαδή εξάγει ή εισάγει αγαθά. Επίσης, Πολυεθνική δεν είναι μία επιχείρηση, η οποία απλά έχει αποκτήσει μετοχές σε μία ξένη επιχείρηση, δηλαδή έχει κάνει επένδυση χαρτοφυλακίου. Συγκεκριμένα, η Πολυεθνική επιχείρηση πρέπει να ελέγχει τις θυγατρικές, δηλαδή να συμμετέχει και στο μάνατζμεντ.

Τα **κύρια χαρακτηριστικά** μίας Πολυεθνικής επιχείρησης είναι τα ακόλουθα:

- Το μεγάλο μέγεθος και η μεγάλη οικονομική δύναμη που διαθέτει.

- Μια επιχείρηση (μητρική) επεκτείνεται στο εξωτερικό, δημιουργώντας θυγατρικές ή υποκαταστήματα. Συγκεκριμένα, μία ΠΕ μπορεί να επεκταθεί σε ξένες αγορές, είτε μέσω της δημιουργίας νέων εγκαταστάσεων στις χώρες υποδοχής (green-field investment) είτε μέσω εξαγοράς (acquisition) μιας τοπικής επιχείρησης.

- Σε σχέση με το ιδιοκτησιακό καθεστώς των θυγατρικών της, μπορεί να πρόκειται για θυγατρική αποκλειστικής ιδιοκτησίας (wholly owned) ή η ΠΕ να έχει αποκτήσει τη μερική ιδιοκτησία.

- Η μεταφορά παραγωγικών συντελεστών – κεφάλαιο και εργασίας.

- Η μητρική εταιρεία έχει την ευθύνη για τη λήψη αποφάσεων σε θέματα που αφορούν τον καθορισμό των στόχων και τον έλεγχο που ασκείται σε επίπεδο θυγατρικών. Συγκεκριμένα μία πολυεθνική μπορεί να ακολουθήσει τα ακόλουθα **συστήματα οργανωτικής δομής:**

- **Οριζοντικοποίηση της παραγωγής** - Η μητρική καθορίζει την εξειδίκευση βάσει των παραγόντων που ασκούν επίδραση στο κόστος παραγωγής.

- **Καθετοποίησης της παραγωγής** - Οι θυγατρικές εταιρείες δεν λειτουργούν ως ακριβές αντίγραφο της μητρικής, αλλά παράγουν μόνο ενδιάμεσα προϊόντα, τα οποία στη συνέχεια χρησιμοποιεί η μητρική ως πρώτες ύλες ή εξοπλισμό για την παραγωγή τελικών προϊόντων (Παπαναστασίου κ συν., 2008).

- Η ύπαρξη ενός πακέτου συμπληρωματικών, βασικών πλουτοπαραγωγικών πόρων, όπως είναι η δυνατότητα E&A, η τεχνολογία και οι Διοικητικές ικανότητες.

- Υπάρχει περίπτωση να είναι μία διαφοροποιημένη ΠΕ, δηλαδή οι δραστηριότητές της να επεκτείνονται στην παραγωγή πολλών και διαφορετικών προϊόντων/ υπηρεσιών.

Συνοψίζοντας τα παραπάνω χαρακτηριστικά των Πολυεθνικών, η μητρική εταιρεία αναπτύσσει παραγωγικές δραστηριότητες στο εξωτερικό μέσω ίδρυσης θυγατρικών:

- Έχοντας τον άμεσο έλεγχο της πολιτικής των θυγατρικών της.
- Λειτουργεί ως κέντρο λήψης των αποφάσεων και έχει την ευθύνη της χάραξης της στρατηγικής που θα ακολουθηθεί σε βασικές λειτουργίες όπως είναι η παραγωγή, το εμπόριο και τα χρηματοοικονομικά (περαιτέρω επενδύσεις, δανειοδότηση, κ.ά.).

Κεφάλαιο 4

Μορφές διεθνοποίησης

4.1 Παρουσίαση των μορφών διεθνοποίησης

Το σύγχρονο επιχειρησιακό περιβάλλον απαιτεί στρατηγικές που θα προσφέρουν σε μια επιχείρηση ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και κατ' επέκταση κερδοφορία. Όπως προαναφέραμε, η διεθνοποίηση των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων, αποτελεί μια στρατηγική κίνηση αναζήτησης αποδοτικότητας και ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας. Γενικότερα, η επέκταση των δραστηριοτήτων πέρα των εγχώριων συνόρων, προσφέρει στις επιχειρήσεις τη δυνατότητα απόκτησης παραγωγικών συντελεστών, εκμετάλλευση οικονομιών κλίμακας, πρόσβαση σε προηγμένη τεχνολογία, επιμερισμό των επιχειρησιακών κινδύνων και πρόσβαση σε μεγάλο όγκο πληροφοριών που αφορούν, νέα προϊόντα, νέες αγορές και διεθνείς εξελίξεις.

Οι **κύριες μορφές διεθνοποίησης** είναι οι ακόλουθες:

- Εξαγωγές (Άμεσες και Έμμεσες Εξαγωγές, Ενδοεπιχειρησιακό εμπόριο και Εξαγωγές μέσω Internet)
- Έκδοση άδειας παραγωγής προϊόντος (Licensing)
- Συμφωνίες παραχώρησης εμπορικού σήματος (Franchising)
- Συμβόλαια παραγωγής προϊόντος (Contracts Manufacturing)
- Έργα με το κλειδί στο χέρι (Turnkey products)

- ο Άμεσες Ξένες Επενδύσεις (ΑΞΕ)

Ειδικότερα, σε ότι αφορά τις **Άμεσες Ξένες Επενδύσεις(ΑΞΕ)** πρόκειται για επενδύσεις μακροχρόνιας βάσης σε μία ξένη χώρα. Κύριος στόχος της επιχείρησης -επενδυτή είναι να συμμετέχει στο Management της τοπικής επιχείρησης. Οι ΑΞΕ μπορεί να έχουν τις ακόλουθες μορφές:

- ο Θυγατρική πλήρους ελέγχου (Wholly owned Subsidiaries)
- ο Εξαγορά (Acquisitions)
- ο Κοινοπραξίες (Joint Ventures)
- ο Στρατηγικές Συμμαχίες (Strategic Alliances)
- ο Συμβόλαια διαχείρισης (Management Contracts)

4.1.1 Εξαγωγές

Το **εξαγωγικό εμπόριο** αποτελεί την πιο απλή μορφή διεθνοποίησης που μπορεί πολύ εύκολα να χρησιμοποιήσει μια επιχείρηση προκειμένου να διεισδύσει σε ξένες αγορές. Μέσω των εξαγωγών πραγματοποιείται η διακίνηση προϊόντων από μια χώρα σε μια άλλη. Γενικότερα, σύμφωνα με έρευνες, οι εξαγωγές είναι η μέθοδος που χρησιμοποιεί η μεγάλη πλειοψηφία των επιχειρήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο, όταν ξεκινούν για πρώτη φορά την επέκταση των δραστηριοτήτων τους σε αγορές πέρα των εγχώριων συνόρων (Χατζηδημητρίου, 2008).

Γενικότερα, για την πραγματοποίηση εξαγωγών δεν απαιτείται η ανάληψη υψηλών επενδύσεων, επομένως η επιχείρηση δεν εκτίθεται σε μεγάλους οικονομικούς κινδύνους. Επίσης, μέσω των εξαγωγών η επιχείρηση γνωρίζει σταδιακά τις νέες αγορές και τα χαρακτηριστικά τους και έχει την ευκαιρία να προσαρμόζει σταδιακά τα προϊόντα της στις ανάγκες αυτών των αγορών (Παπαναστασίου κ συν., 2008)

Οι **εξαγωγές** διακρίνονται σε:

- **Έμμεσες εξαγωγές** – Πρόκειται για ακανόνιστες εξαγωγικές δραστηριότητες καθώς η επιχείρηση δεν καλλιεργεί ενεργά πελατεία εκτός εθνικών συνόρων. Συγκεκριμένα, έρχεται σε επαφή με ειδικευμένους εξαγωγείς ή πράκτορες

εξαγωγών, - εξαγωγικές επιχειρήσεις - που δραστηριοποιούνται στην εγχώρια αγορά, τους πουλά τα προϊόντα της και αυτοί στη συνέχεια τα εξάγουν είτε στην αρχική τους μορφή, είτε διαφοροποιημένα.

Η υιοθέτηση αυτής της μεθόδου σημαίνει ότι η Διοίκηση της επιχείρησης αποβλέπει σε εξαγωγές που γίνονται παροδικά και όχι σε μόνιμη βάση (Παπηγυράκης, 2013). Συγκεκριμένα, οι πωλήσεις στο εξωτερικό πραγματοποιούνται από πλεονάζοντα αποθέματα, με ελάχιστη ή μπορεί ακόμη και καμία πρόθεση διατήρησης της συνεχούς εκπροσώπησης της επιχείρησης σε αγορές εξωτερικού (Παπηγυράκης, 2013).

Τα κύρια **πλεονεκτήματα** των **έμμεσων εξαγωγών** είναι τα ακόλουθα:

- Η επιχείρηση αντιμετωπίζει μικρό επιχειρηματικό κίνδυνο
- Η όλη εμπλοκή της επιχείρησης επιτυγχάνεται με μικρή σχετικά επένδυση κεφαλαίου.

Τα **βασικά μειονεκτήματα** των **έμμεσων εξαγωγών** είναι τα εξής:

- Δεν είναι εφικτές οι υψηλές σε μέγεθος πωλήσεις, καθώς ουσιαστικά η επιχείρηση δεν έχει τον έλεγχο του προϊόντος και οι εξαγωγικές επιχειρήσεις από τη στιγμή που ασχολούνται με πολλά προϊόντα ταυτόχρονα, δεν έχουν τη δυνατότητα να έχουν καλή γνώση του προϊόντος που εμπορεύονται, επομένως τις περισσότερες φορές είναι αρκετά αδιάφοροι προς το προϊόν και γενικότερα τη μελλοντική του πορεία στις αγορές του εξωτερικού (Παπηγυράκης, 2013)
- Η επιχείρηση δεν έχει εικόνα των αγορών, στις οποίες καταλήγει το προϊόν της, δηλαδή δεν αποκτά πληροφορίες για τις προτιμήσεις και τις ανάγκες των ξένων καταναλωτών, τις τάσεις τις αγοράς, τα ανταγωνιστικά προϊόντα, κ.ά.

● **Άμεσες εξαγωγές** - Σύμφωνα, με τον Παπαδάκη, το 30-40% των πωλήσεων στο διεθνές εμπόριο πραγματοποιείται μέσω εξαγωγών (Παπαδάκης, 2012:467). Χαρακτηριστικά, η επιχείρηση που εξάγει, προωθεί προϊόντα που παράγονται στην έδρα της, σε πελάτες του εξωτερικού είτε:

α) Απευθείας, μέσω των στελεχών πωλήσεων της επιχείρησης στην έδρα της - δηλαδή μέσω του δικού της δικτύου πωλήσεων που ασχολείται αποκλειστικά με τις εξαγωγικές της δραστηριότητες, ή να δημιουργήσει εμπορική αντιπροσωπεία στην χώρα φιλοξενίας.

Τα βασικά **πλεονεκτήματα** της δημιουργίας ενός ιδίου δικτύου πωλήσεων είναι τα ακόλουθα:

- Επίτευξη υψηλότερων πωλήσεων καθώς πραγματοποιείται μία οργανωμένη προσπάθεια.
- Ασκείται καλύτερος έλεγχος των δραστηριοτήτων.
- Η επιχείρηση αποκτά πρόσβαση σε ποσοτικά και ποιοτικά καλύτερη πληροφόρηση για τις αγορές δραστηριοποίησης.
- Απόκτηση αναγκαίας εμπειρίας από τις εμπορικές δραστηριότητες (Πανηγυράκης, 2013).

Ως βασικό **μειονέκτημα** της δημιουργίας ενός ιδίου δικτύου πωλήσεων που ασχολείται με τις εξαγωγικές δραστηριότητες της επιχείρησης είναι η απαίτηση κεφαλαίων, καθώς η επιχείρηση επιβαρύνεται με την εκπαίδευση και τη χρηματοδότηση των πωλητών που απασχολούνται στα διάφορα δίκτυα που λειτουργούν σε διάφορες χώρες και το κόστος λειτουργίας αυτών των δικτύων.

β) Μέσω τοπικών μεσαζόντων που εδρεύουν στη φιλοξενούσα χώρα (Sandhusen, 1999). Συγκεκριμένα, συνεργάζεται με εμπορικούς πράκτορες που βρίσκονται στην αγορά - στόχο του εξωτερικού και με μεσάζοντες εμπόρους που αγοράζουν το προϊόν της, για να το μεταπωλήσουν στον τελικό αγοραστή.

Βασικά **πλεονεκτήματα** των **άμεσων εξαγωγών μέσω τοπικών μεσαζόντων** είναι τα ακόλουθα:

- Περιορισμός κινδύνου εισόδου σε μία ξένη αγορά.
- Μείωση του κόστους έρευνας για τις ανάγκες της τοπικής αγοράς.

Κύριο **μειονέκτημα** είναι ότι η επιχείρηση δεν ελέγχει τις τελικές πωλήσεις.

- **Ενδοεπιχειρησιακό εμπόριο** – Εμπόριο μεταξύ συγγενικών μονάδων του πολυεθνικού ομίλου. Συγκεκριμένα, αφορά τις εμπορικές συναλλαγές στα πλαίσια της ΠΕ, δηλαδή ανάμεσα στην μητρική και τις θυγατρικές, αλλά και μεταξύ των θυγατρικών.

Βασικά **πλεονέκτημα** του **ενδοεπιχειρησιακού εμπορίου** είναι τα ακόλουθα:

- Μείωση του κόστους παραγωγής και κατά συνέπεια μεγιστοποίηση των κερδών του ομίλου.
- Διασφάλιση της ποιότητας των προϊόντων καθώς η επιχείρηση έχει τον πλήρη έλεγχο των ενδιάμεσων προϊόντων.

- **Εξαγωγές μέσω internet** – Τα τελευταία χρόνια το internet θεωρείται δυναμική μέθοδο εισόδου σε ξένη αγορά. Συγκεκριμένα, αποτελεί έναν «σύγχρονο» τρόπο εξαγωγών, που δίνει τη δυνατότητα διεθνοποίησης και σε μικρές επιχειρήσεις.

Τα **πλεονεκτήματα** των **εξαγωγών μέσω του Internet** είναι τα ακόλουθα:

- Μέσω της προσωπικής της ιστοσελίδας μία επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να παρουσιάσει και να πουλήσει τα προϊόντα της οπουδήποτε.
- Η επιχείρηση έχει άμεση πρόσβαση σε πληροφορίες για τις συνθήκες που επικρατούν στην αγορά στόχο, για τον ανταγωνισμό και τους πιθανούς πελάτες (Παπαδάκης, 2012:467).

4.1.2 Έκδοση άδειας παραγωγής προϊόντος (licensing agreement)

Η **παραχώρηση άδειας παραγωγής προϊόντος** (licensing) είναι ένας τρόπος πρόσβασης σε ξένες αγορές, χωρίς την απαίτηση μεγάλων κεφαλαιουχικών δαπανών (Cateora & Graham, 2003). Πρόκειται για μια μορφή συμφωνίας ανάμεσα σε μία επιχείρηση που κατέχει τα δικαιώματα παραγωγής ενός

προϊόντος και σε μια επιχείρηση που επιθυμεί να τα αγοράσει. Συγκεκριμένα, ο αδειοδότης παραχωρεί το δικαίωμα στον αδειολήπτη να παράγει και να διακινεί κάποιο προϊόν του έναντι χρηματικού ανταλλάγματος (Παπαδάκης, 2012). Μέσω της παραχώρησης άδειας εκχωρούνται δικαιώματα εμπορικού σήματος - δηλαδή χρήση του ονόματος της επιχείρησης στη συγκεκριμένη αγορά του εξωτερικού - χρήσης της ευρεσιτεχνίας και δικαιώματα χρήσης της τεχνογνωσίας και της τεχνολογίας για μία συγκεκριμένη περίοδο και γεωγραφική περιοχή. Συγκεκριμένα, το licensing αφορά συνήθως την εξαγωγή άυλων χαρακτηριστικών.

Η διάρκεια της άδειας εξαρτάται από τη συμφωνία που έχουν συνάψει τα δύο μέλη. Γενικότερα, η συμφωνία αυτού του τύπου, προϋποθέτει τη σύναψη ενός λεπτομερούς, νομικού τύπου, συμβολαίου στο οποίο πρέπει να περιλαμβάνονται:

- Η χρονική διάρκεια του συμβολαίου.
- Ο αριθμός των προϊόντων για τα οποία παρέχεται η άδεια παραγωγής.
- Τα δικαιώματα που παραχωρούνται και τα προνόμια που θα εξασφαλίζονται μέσω αυτής της συμφωνίας, καθώς και οι περιορισμοί που επιβάλλονται στον αδειολήπτη.
- Το χρηματικό αντάλλαγμα (αμοιβή) και ο τρόπος με τον οποίο θα αποδίδεται στον αδειοδότη. Μάλιστα, η αμοιβή μπορεί να λάβει τη μορφή εφάπαξ ποσού που αποδίδεται με την έναρξη ισχύος του συμβολαίου ή μπορεί να είναι μικρότερα ποσά, που καθορίζονται ως ποσοστά επί των πωλήσεων και καταβάλλονται σταδιακά.
- Τους περιορισμούς που υπόκεινται ο αγοραστής όπως για παράδειγμα η απόκτηση πρώτων υλών από συγκεκριμένο προμηθευτή, έλεγχος ποιότητας ή περιορισμός εξαγωγών, κ.ά.
- Οι προϋποθέσεις για τη λύση του συμβολαίου (Παπαναστασίου κ συν., 2008).

Κύρια **πλεονεκτήματα** του licensing είναι τα ακόλουθα:

- Η επιχείρηση δεν επιβαρύνεται με κόστη εγκατάστασης και εδραίωσης σε μία ξένη αγορά. Συγκεκριμένα, θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως μία ανέξοδη μέθοδο διείσδυσης σε ξένες αγορές.

- Μειώνονται τα εμπόδια εισόδου στη συγκεκριμένη αγορά, καθώς στην εξαγωγική προσπάθεια συμμετέχει ενεργά ένας ντόπιος επιχειρηματίας (Πανηγυράκης, 2013). Πιο απλά η επιχείρηση που παραχωρεί την άδεια παραγωγής προϊόντος, όπως προαναφέραμε δεν χρειάζεται να επενδύσει κεφάλαια σε εγκαταστάσεις, δεν χρειάζεται να κάνει έρευνα αγοράς για τις προτιμήσεις του κοινού, ενώ το σημαντικότερο δεν αντιμετωπίζεται ως «ξένη» από την τοπική κοινωνία.
- Εμποδίζει την ελεύθερη χρήση των πόρων της επιχείρησης από ξένες επιχειρήσεις (Sandhusen, 1999).
- Αποφέρει εισόδημα στην επιχείρηση από χώρες όπου δεν υπάρχει άλλος τρόπος εξαγωγής ή επένδυσης (Sandhusen, 1999:32).

Εκτός όμως από τα πλεονεκτήματα από την παραγωγή κατόπιν άδειας απορρέουν και μία σειρά σημαντικών **μειονεκτημάτων**, όπως:

- Δεν ασκείται έλεγχος στην παραγωγή και στη διακίνηση του προϊόντος. Επομένως, η επιχείρηση – αδειοδόχος δεν εκμεταλλεύεται οικονομίες κλίμακας από τον αυξημένο όγκο παραγωγής, ούτε αποκτά μεγαλύτερη εμπειρία και ικανότητα (Παπαδάκης, 2012).
- Υπάρχει ο κίνδυνος να αντιμετωπίσει προβλήματα η επιχείρηση που παρέχει το δικαίωμα χρήσης του προϊόντος, αν υπάρξουν αλλαγές στην νομοθεσία περί πνευματικών δικαιωμάτων στη χώρα προορισμού. Συγκεκριμένα, μπορεί να μην κατοχυρώνονται πλέον μέσω της συμφωνίας τα πνευματικά της δικαιώματα (Παπαναστασίου κ συν., 2008).
- Σημαντικός κίνδυνος που εμπεριέχεται σε μια συμφωνία έκδοσης άδειας παραγωγής προϊόντος σχετίζεται με το μοίρασμα της «γνώσης» μεταξύ του αδειοδόχου και του αδειολήπτη. Μέσω της συγκεκριμένης συμφωνίας η επιχείρηση παραχωρεί σε μία ξένη εταιρεία, ικανότητες που την διακρίνουν σε σχέση με τους ανταγωνιστές της, όπως τεχνογνωσία και τεχνολογία. Είναι πιθανό κατά την λήξη της συμφωνίας ο αδειολήπτης, έχοντας αποκτήσει γνώση αυτών των ικανοτήτων, να αυτονομηθεί και να μετατραπεί σε ανταγωνιστή της επιχείρησης (Παπαδάκης, 2012).

- Η απόδοση σε αντάλλαγμα είναι χαμηλή. Συνήθως, η χρηματική αμοιβή που λαμβάνει ο αδειοδόχος είναι της τάξεως του 3 με 5% των πωλήσεων της επιχείρησης του αδειολήπτη (Πανηγυράκης, 2013).

4.1.3 Παραχώρηση εμπορικού σήματος (franchising)

Η **παραχώρηση εμπορικού σήματος** (franchising) είναι μια ειδική μορφή έκδοσης άδειας παραγωγής προϊόντος. Παρουσιάζει ομοιότητες με το licensing, όμως αφορά κυρίως την εξαγωγή υπηρεσιών και όχι την εξαγωγή άυλων περιουσιακών στοιχείων (Παπαδάκης, 2012:470). Η συμφωνία τύπου παραχώρησης εμπορικού σήματος επιτρέπει σε έναν ανεξάρτητο επιχειρηματία ή οργανισμό να λειτουργεί μια επιχείρηση με το όνομά μιας άλλης επιχείρησης με προκαθορισμένη αμοιβή. Συγκεκριμένα, μία επιχείρηση (δικαιοπάροχος) παραχωρεί σε μία επιχείρηση (δικαιοδόχος) κάποιας άλλης χώρας, το δικαίωμα να χρησιμοποιεί την ονομασία, το brand name, την τεχνολογία και την τεχνογνωσία της. Παράλληλα ο δικαιοπάροχος, προσφέρει στην εταιρεία - χρήστη υπηρεσίες υποστήριξης όπως διαφήμιση, εκπαίδευση του προσωπικού, προγράμματα ολικής ποιότητας (Παπαναστασίου κ συν., 2008). Επίσης, η συμφωνία προϋποθέτει κατά βάση ένα μεγάλο βαθμό τυποποίησης, με μικρές διαφοροποιήσεις οι οποίες είναι αναγκαίες προκειμένου να υπάρξει ανταπόκριση στις ιδιαιτερότητες της ζήτησης της αγοράς κάθε χώρας (προσαρμογή στην κουλτούρα, στις προτιμήσεις, κ.ά.).

Συγκεκριμένα, το franchising αποτελεί μία σημαντική μορφή διεθνοποίησης, η οποία προσφέρει σε μία επιχείρηση το **πλεονέκτημα** γρήγορης επέκτασης σε ξένες αγορές με μία μικρή σχετικά επένδυση και προσπάθεια (Πανηγυράκης, 2013). Επίσης, είναι σημαντικό ότι η επιχείρηση – δικαιοδόχος έχει έναν λογικό βαθμό ελέγχου της δραστηριότητας.

Τα κυριότερα **προβλήματα** που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις εκείνες που εφαρμόζουν ως μέθοδο διεθνοποίησης το franchising είναι η πρόσληψη και

η εκπαίδευση κατάλληλου προσωπικού, οι ιδιαιτερότητες του πολιτιστικού περιβάλλοντος της χώρας (αξίες, θρησκεία, γλώσσα, προτιμήσεις, αντιλήψεις, κ.ά.), η διαθεσιμότητα πρώτων υλών, ο έλεγχος των συνεργατών τους και τα φορολογικά μέτρα που λαμβάνονται από τις κυβερνήσεις αυτών των χωρών (Πανηγυράκης, 2013).

4.1.4 Συμφωνίες παραγωγής (contracts manufacturing)

Μέσω των **συμφωνιών παραγωγής** μία επιχείρηση αναθέτει σε μία επιχείρηση που εδρεύει σε άλλη χώρα, να παράγει ή να συναρμολογεί το προϊόν της έναντι αμοιβής (Παπαδάκης, 2012). Η αναθέτουσα επιχείρηση παραλαμβάνει το προϊόν το οποίο έχει την ονομασία της και το διαθέτει στην αγορά, είτε παραλαμβάνει τα συναρμολογημένα εξαρτήματα – δηλαδή τμήματα του τελικού της προϊόντος - τα οποία ενσωματώνει στο προϊόν (Παπαδάκης, 2012).

Κύριο σημείο αυτών των συμφωνιών είναι η επιχείρηση να εμπιστεύεται για την ποιότητα και την αξιοπιστία τον συνεργάτη της.

4.1.5 Έργα με το «κλειδί στο χέρι» (turnkey projects)

Τα **Έργα με το κλειδί στο χέρι**, είναι εξειδικευμένες συμβάσεις, με τις οποίες η επιχείρηση συμφωνεί να σχεδιάσει, να χτίσει και να εξοπλίσει μια παραγωγική εγκατάσταση, εκ μέρους κάποιου τρίτου που θα είναι και ο τελικός ιδιοκτήτης, με προκαθορισμένο αντίτιμο, στο οποίο έχει συμπεριληφθεί και το επιθυμητό κέρδος της επιχείρησης που αναλαμβάνει το έργο (Χατζηδημητρίου, 2008). Η επιχείρηση έχει την ευθύνη για την ολοκλήρωση του έργου (διαπραγματεύσεις με προμηθευτές, μηχανικούς, τεχνικούς, κ.ά.), την επίβλεψη και την υποχρέωση να παραδώσει το έργο, έτοιμο με το «κλειδί στο χέρι» στην προκαθορισμένη ημερομηνία.

Πρόκειται για μέθοδος η οποία θεωρείται από τις κυβερνήσεις ξένων χωρών αποδεκτή εναλλακτική λύση, σε σχέση με την εξαγορά τοπικών εταιρειών από ξένες επιχειρήσεις.

4.1.6 Άμεσες ξένες επενδύσεις (foreign direct investments)

Σύμφωνα με τον Dunning, **Άμεση Ξένη Επένδυση (ΑΞΕ)** είναι «η επένδυση που περιλαμβάνει μια μακροπρόθεσμη σχέση και που απεικονίζει ένα διαρκές ενδιαφέρον μιας επιχειρησιακής οντότητας εδρεύουσας σε μία οικονομία (home country) (άμεσος επενδυτής) για μία επιχειρησιακή οντότητα εδρεύουσα σε άλλη οικονομία (home country) διαφορετική από αυτή του επενδυτή» (Μπιτζένης, 2009: 22). Κύριος σκοπός του άμεσου επενδυτή είναι να αποκτήσει συμμετοχή στη διαχείριση της επιχείρησης της χώρας υποδοχής.

Επομένως, η **Άμεση Ξένη Επένδυση** αφορά τη μεταφορά κεφαλαίων από μία χώρα σε κάποια άλλη με αποκλειστικό σκοπό τη δημιουργία εκεί μιας νέας επιχείρησης ή την εξαγορά του συνόλου ή μέρους – δηλαδή της πλειοψηφίας ή της μειοψηφίας - του μετοχικού κεφαλαίου μιας τοπικής επιχείρησης. Στόχος της επιχείρησης που κατέχει αυτά τα κεφάλαια είναι ο ολικός ή μερικός έλεγχος της τοπικής επιχείρησης και η ενεργός συμμετοχή της στη διοίκηση ή ακόμη και στην παραγωγική διαδικασία της επιχείρησης στην οποία επενδύει τα κεφάλαιά της.

Κεφάλαιο 5

Άμεσες ξένες επενδύσεις

5.1 Τύποι άμεσων ξένων επενδύσεων

Οι βασικοί τύποι Αμέσων ξένων επενδύσεων είναι οι ακόλουθοι:

1. ΑΞΕ προς αναζήτηση πλουτοπαραγωγικών πόρων (resource seeking)
2. ΑΞΕ προς αναζήτηση αγορών (market seeking)
3. ΑΞΕ προς αναζήτηση αποδοτικότητας (efficiency seeking)
4. ΑΞΕ προς αναζήτηση στρατηγικών πόρων ή ικανοτήτων (strategic asset seeking)

5.1.1 Άμεσες ξένες επενδύσεις προς αναζήτηση πλουτοπαραγωγικών πόρων (resource seeking)

Υπάρχουν επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν ΑΞΕ με σκοπό την απόκτηση συγκεκριμένων πλουτοπαραγωγικών πόρων σε χαμηλότερο κόστος από ότι διατίθενται στη χώρα προέλευσης (Μελάς & Πολλάλης, 2005). Σύμφωνα με τον Μπιτζένη, μία εταιρεία μπορεί να ψάχνει για συντελεστές που δεν υπάρχουν σε πληθώρα στην χώρα της, είτε τρόπους να ελαχιστοποιήσει το κόστος των συντελεστών παραγωγής της (διαθεσιμότητα των φυσικών πόρων) (Μπιτζένης, 2009).

Σύμφωνα με τα παραπάνω, υπάρχουν επιχειρήσεις που ψάχνουν την τοποθεσία που θα τους προσφέρει τους βέλτιστους παραγωγικούς πόρους, οι οποίοι είναι απαραίτητοι για τη δραστηριότητά της. Συγκεκριμένα αναζητούν:

- Φυσικούς πόρους, όπως ορυκτά (πετρέλαιο, χαλκός, βωξίτης, κ.ά.) καθώς και αγροτικά προϊόντα.
- Ανειδίκευτο ή μερικώς ειδικευμένο, κατά προτίμηση χαμηλού κόστους εργατικό δυναμικό. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι ΠΕ των ανεπτυγμένων χωρών λόγω του υψηλού εργατικού κόστους, αναζητούν στις αναπτυσσόμενες χώρες φτηνό εργατικό δυναμικό.
- Τεχνολογικές και διαχειριστικές ικανότητες. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι ΠΕ που προέρχονται από αναπτυσσόμενες χώρες έχουν ελλιπή τεχνολογική υποδομή για το λόγο αυτό αναζητούν αγορές με τεχνολογικές δυνατότητες, ώστε να έχουν πρόσβαση στην υψηλή τεχνολογία (Μπιτζένης, 2009).

Συμπερασματικά, μια ΠΕ μπορεί να αναζητά:

- Φτηνό ανειδίκευτο ή μερικώς ειδικευμένο, χαμηλού κόστους εργατικό δυναμικό.
- Διαθεσιμότητα φυσικών πόρων.
- Φθηνή γη.
- Χαμηλό κόστος των πρώτων υλών (Μπιτζένης, 2009).

5.1.2 Άμεσες ξένες επενδύσεις προς αναζήτηση αγορών (market seeking)

Στόχος της επιχείρησης είναι η διείσδυση σε νέες αγορές στις οποίες θα γίνεται η παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών που θα καλύπτουν τις ανάγκες της τοπικής αγοράς ή και των γειτονικών χωρών (Μελάς & Πολλάλης, 2005). Οι επενδύσεις αυτού του τύπου πραγματοποιούνται για να παρέχουν προστασία στις υπάρχουσες αγορές από τον ανταγωνισμό ή για τη δημιουργία καινούργιων αγορών.

Τα κύρια **κίνητρα** που ωθούν τις επιχειρήσεις σε αυτόν τον τύπο ΑΞΕ είναι:

- Το μέγεθος της αγοράς της χώρας υποδοχής.
- Οι προοπτικές ανάπτυξης της τοπικής αγοράς. Μάλιστα, σύμφωνα με τον

Μπιτζένη, όλες οι εμπειρικές έρευνες έχουν υποστηρίξει ότι οι προοπτικές ανάπτυξης της αγοράς της χώρας υποδοχής και το μέγεθος της αγοράς, αποτελούν τους κύριους προσδιοριστικούς παράγοντες των ΑΞΕ (Μπιτζένης, 2009:31).

- Η εξυπηρέτηση μιας αγοράς με ΑΞΕ μπορεί να είναι πιο συμφέρουσα από άποψη κόστους. Πιο απλά όταν οι επιχειρήσεις ενδιαφέρονται για αγορές που βρίσκονται σε μακρινή απόσταση από τη χώρα προέλευσης προτιμούν να τις εξυπηρετήσουν μέσω ΑΞΕ παρά με κάποιον άλλο τρόπο π.χ. μέσω εμπορίου (Μελάς & Πολλάλης, 2005).

- Η αναζήτηση νέων ξένων αγορών. Μια ΠΕ που έχει ως στόχο την αύξηση της κερδοφορίας της αναζητά συνεχώς νέες αγορές, στις οποίες θα επεκτείνει τις δραστηριότητές της. Διεισδύοντας σε μία νέα αγορά θα αυξήσει τα μερίδια αγοράς της στη χώρα υποδοχής και θα αποκτήσει περισσότερο κέρδος (Μπιτζένης, 2009).

- Η έλλειψη τοπικού ανταγωνισμού. Όταν μία ΠΕ εντοπίσει ότι σε μία αγορά δεν υπάρχει έντονος τοπικός ανταγωνισμός, τότε είναι λογικό να επιδιώξει να εκμεταλλευτεί αυτήν την ευκαιρία.

- Η επιχείρηση εκμεταλλεύεται μία ευκαιρία σε μία γειτονική χώρα, η οποία είναι εντός των δυνατοτήτων της προκειμένου να αποκτήσει ισχύς. Σύμφωνα με τον Μπιτζένη, όταν μία επιχείρηση δεν έχει αρκετή ισχύ, ώστε να γίνει ΠΕ, αλλά εντοπίζει μία ευκαιρία σε μία γειτονική χώρα, που είναι μέσα στα πλαίσια των δυνατοτήτων της, τότε αναλαμβάνει ΑΞΕ μόνο και μόνο για να μετατραπεί σε ΠΕ. Πρόκειται για στρατηγική κίνηση που θα ενισχύσει τη φήμη της και τη δύναμή της στην εγχώρια αγορά (Μπιτζένης, 2009).

- Η εξυπηρέτηση μιας αγοράς με την ανάληψη ΑΞΕ, μπορεί να συμφέρει περισσότερο την επιχείρηση, ιδιαίτερα, όταν πρόκειται για αγορά που βρίσκεται σε μεγάλη απόσταση από την χώρα που βρίσκεται η μητρική. Επίσης, η παρουσία

τους σε αυτήν την αγορά θα τους προσφέρει περισσότερες γνώσεις για τις τοπικές ανάγκες και προτιμήσεις των ντόπιων καταναλωτών (Μελάς & Πολλάλης, 2005).

- Όταν η επιχείρηση συνειδητοποιήσει ότι η εγχώρια αγορά είναι πλέον κορεσμένη και δεν μπορεί να της προσφέρει αποδοτικότητα, τότε στρέφεται στην αναζήτηση νέας αγοράς, στην οποία υπάρχει τοπική ακόρεστη ζήτηση για προϊόντα (Μπιτζένης, 2009).

- Η δύναμη και η κερδοφορία των ανταγωνιστών. Πολλές επιχειρήσεις οδηγούνται στην απόφαση για ανάληψη ΑΞΕ, προκειμένου να βρίσκονται σε αγορές που δραστηριοποιούνται και οι ανταγωνιστές τους. Πρόκειται για την περίπτωση «Ακολουθώ τον ηγέτη – ανταγωνιστή μου σε όποια αγορά πάει» (follow the leader) (Μελάς & Πολλάλης, 2005).

- Πολλές φορές οι επιχειρήσεις αναλαμβάνουν ΑΞΕ σε χώρες που ήδη δραστηριοποιούνται κύριοι ανταγωνιστές τους ή αναμένεται να δραστηριοποιηθούν, προκειμένου να δημιουργήσουν προβλήματα στην επιτυχημένη πορεία τους ή να θέσουν εμπόδια στην είσοδο τους. Σύμφωνα με τον Μπιτζένη πρόκειται για στρατηγική κίνηση που στοχεύει στην εξόντωση των ανταγωνιστών (Μπιτζένης, 2009:32)

- Στην αγορά - στόχο, έχουν ήδη μεταβεί και δραστηριοποιούνται πελάτες ή προμηθευτές της επιχείρησης.

5.1.3 Άμεσες ξένες επενδύσεις προς αναζήτηση αποδοτικότητας (efficiency seeking)

Οι ΠΕ όταν κατοχυρώσουν τους πλουτοπαραγωγικούς πόρους και τις αγορές που αναζητούν, έχουν ως βασικό στόχο την οργάνωση όλων αυτών των δραστηριοτήτων, ώστε ο πολυεθνικός όμιλος να χρησιμοποιήσει όσο καλύτερα μπορεί τις πλουτοπαραγωγικές πηγές του (Μελάς & Πολλάλης, 2005: 236).

Επομένως, συνδυάζονται τόσο η κάθετη όσο και η οριζόντια ολοκλήρωση της παραγωγής.

Τα **κίνητρα** που ωθούν τις ΠΕ σε ανάληψη ΑΞΕ προς αναζήτηση αποδοτικότητας είναι τα ακόλουθα:

- Όταν οι επιχειρήσεις έχουν επικεντρωθεί στο να επιτύχουν οικονομίες διαφοροποίησης, είναι σαφές ότι χρειάζονται μεγαλύτερες αγορές, προκειμένου να αποκτήσουν τη δυνατότητα προσφοράς σημαντικού αριθμού των διαφοροποιημένων αγαθών τους (Μπιτζένης, 2009).
- Πολλές επιχειρήσεις επιδιώκουν τη δημιουργία παραγωγικών θυγατρικών μονάδων σε διαφορετικές χώρες, με στόχο την αποφυγή και διαφοροποίηση του κινδύνου απόκτησης και διαχείρισης υλικών παραγωγής, μέσω πολλαπλών πηγών προμήθευσης (multi sourcing) (Μπιτζένης, 2009).
- Πολλές επιχειρήσεις οργανώνουν διαφορετικά στάδια παραγωγής και με αυτόν τον τρόπο έχουν τη δυνατότητα να εκμεταλλευτούν την ύπαρξη διαφορετικού μείγματος συντελεστών παραγωγής σε κάθε χώρα. Αποτέλεσμα είναι το κάθε στάδιο παραγωγής να μεταφέρεται στη χώρα που κατέχει το αντίστοιχο συγκριτικό πλεονέκτημα (Μπιτζένης, 2009).

Σύμφωνα με τον Μπιτζένη (2009), οι **κυνηγοί της αποδοτικότητας** αναζητούν:

- Ελαχιστοποίηση του κόστους
- Διοικητικά εξειδικευμένα στελέχη
- Νέα τεχνολογία
- Οικονομίες κλίμακας
- Οικονομίες συνέργειας
- Γεωγραφική συγκέντρωση παραγωγικών λειτουργιών σε υψηλής σημασίας τόπους εγκατάστασης (Μπιτζένης, 2009).

5.1.4 Άμεσες ξένες επενδύσεις προς αναζήτηση στρατηγικών πόρων ή ικανοτήτων (strategic asset seeking)

Αυτός ο τύπος ΑΞΕ αφορά τις ΠΕ που στοχεύουν στη διατήρηση και στη βελτίωση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας μέσω της εξαγοράς των πλουτοπαραγωγικών πόρων και άλλων επιχειρήσεων. Είναι σαφές ότι σχετίζεται με τον προηγούμενο (αναζήτηση αποδοτικότητας) για το λόγο ότι οι ΠΕ επιδιώκουν διαφοροποίηση και εμπλουτισμό των δραστηριοτήτων τους προκειμένου να αυξήσουν την αποδοτικότητα τού πολυεθνικού ομίλου. Μάλιστα, σύμφωνα με τους Μελά και Πολλάλη, αυτού του τύπου ΑΞΕ συνηθίζονται κυρίως σε κλάδους υψηλής τεχνολογίας (Μελάς & Πολλάλης, 2005: 236).

Το βασικό **κίνητρο** που ωθεί τις ΠΕ σε ΑΞΕ προς αναζήτηση πόρων και ικανοτήτων είναι η διατήρηση και η βελτίωση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας της ΠΕ, η οποία επιτυγχάνεται μέσω της εξαγοράς άλλων επιχειρήσεων.

Σύμφωνα με τον Porter, μια επιχείρηση προκειμένου να αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται, στηρίζεται στη δυνατότητά της να δημιουργήσει μοναδικούς παραγωγικούς πόρους (φήμη, τεχνολογία, κεφάλαιο, ανθρώπινο δυναμικό, κ.ά.) τους οποίους θα τους μετατρέψει σε ικανότητες.

Επίσης, σύμφωνα με τον Παπαδάκη (2012), υπάρχουν ικανότητες κορμού ή μοναδικές ικανότητες, που προσδίδουν στην επιχείρηση μοναδικότητα. Πρόκειται για τις ικανότητες που δεν τις έχουν οι ανταγωνιστές και που είναι πολύ δύσκολο να τις μιμηθούν ή να τις αντιγράψουν. Οι μοναδικοί πόροι και οι μοναδικές ικανότητες οδηγούν στη δημιουργία θεμελιωδών ικανοτήτων που προσδίδουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην επιχείρηση (Παπαδάκης, 2012).

Με βάση τα παραπάνω, το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα αναφέρεται στους τομείς στους οποίους μια επιχείρηση είναι ανώτερη σε σχέση με τους ανταγωνιστές της, στην ικανότητα που έχει αναπτύξει, χρήσης των πλεονεκτημάτων της για την επίτευξη ανώτερης επίδοσης με αποτέλεσμα την μεγιστοποίηση του κέρδους, αλλά και διατήρησης του πλεονεκτήματος της μακροπρόθεσμα (Παπαδάκης, 2012).

Σύμφωνα με τον Porter, μία επιχείρηση προκειμένου να επιτύχει αυτούς τους στόχους μπορεί να υιοθετήσει τις ακόλουθες ανταγωνιστικές στρατηγικές:

- **Στρατηγική ηγεσίας κόστους** - Στόχος της επιχείρησης είναι η διάκρισή της με βάση την τιμή (Schermerhorn, 2012). Χαρακτηριστικά, παράγει και διαθέτει στην αγορά απλά προϊόντα, είτε στις μέσες τιμές του κλάδου, είτε κάτω από αυτές, με κύριο σκοπό την απόκτηση μεγαλύτερης κερδοφορίας. Μέσω της στρατηγικής ηγεσίας κόστους, απευθύνεται σε μία ευρεία αγορά.

- **Στρατηγική διαφοροποίησης** - Η επιχείρηση στοχεύει στην διάκρισή της μέσω της προσφοράς στο κοινό ανώτερης ποιότητας προϊόντα. Οι πελάτες αντιλαμβάνονται την μοναδικότητα και την αξία των προϊόντων και προκειμένου να τα αποκτήσουν δεν διστάζουν να πληρώσουν ακόμη και υψηλή τιμή (Παπαδάκης, 2012). Μέσω της στρατηγικής διαφοροποίησης η επιχείρηση απευθύνεται σε περισσότερα από ένα, τμήματα της αγοράς.

- **Στρατηγική εστίασης** - Η επιχείρηση επικεντρώνεται στην παραγωγή προϊόντων που θα καλύψουν τις ανάγκες ενός συγκεκριμένου τμήματος της αγοράς που έχει κάποιες ιδιαιτερότητες ή δεν καλύπτονται οι ανάγκες του με υποκατάστατα (Παπαδάκης, 2012). Διακρίνεται σε:

- **Εστίαση με ηγεσία κόστους** - Ικανοποίηση ενός συγκεκριμένου τμήματος της αγοράς μέσω της προσφοράς σχετικά φθηνών προϊόντων.
- **Εστίαση με διαφοροποίηση** - Εκμετάλλευση ενός τμήματος της αγοράς και εστίαση στις ιδιαίτερες ανάγκες του, προσφέροντας διαφοροποιημένα προϊόντα (Schermerhorn, 2012).

5.1.5 Επιπλέον λόγοι, κίνητρα για ΑΞΕ

Εκτός από τους παραπάνω τέσσερις (4) βασικούς τύπους ΑΞΕ, σύμφωνα με τον Dunning (1988) και τον Μπιτζένη (2003), ως βασικά κίνητρα για ανάληψη ΑΞΕ σε σχέση με το περιεχόμενό τους είναι τα ακόλουθα:

1) Κυνηγοί της τοποθεσίας – Οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στη χώρα υποδοχής, η γεωγραφική εγγύτητα, η οικονομική, η κοινωνική και η πολιτική σταθερότητα και η πολιτισμική απόσταση ανάμεσα στην ξένη χώρα και τη χώρα υποδοχής, είναι παράμετροι που λαμβάνονται σοβαρά υπόψη από μία επιχείρηση που επιθυμεί να επεκτείνει τις δραστηριότητες της επενδύοντας κεφάλαια για την ίδρυση θυγατρικών (Μπιτζένης, 2009).

Χαρακτηριστικά το κλίμα και η ύπαρξη υποδομών μιας περιοχής είναι δυνατόν να προσελκύσουν ξενοδοχειακές επιχειρήσεις ή ακόμη και αγροτικές επιχειρήσεις (Μπιτζένης, 2009:36). Ακόμη, οι υποδομές σε μεταφορικό και τηλεπικοινωνιακό δίκτυο είναι σαφές ότι θα θεωρηθούν θετικά στοιχεία στην λήψη απόφασης για ΑΞΕ. Επίσης, η πολιτισμική ομοιότητα – παρόμοιες αξίες, θρησκεία, γλώσσα, κ.ά. λειτουργούν ως βασικά κίνητρα για την ανάληψη ΑΞΕ σε μία χώρα, καθώς προσφέρεται η ευκαιρία παραγωγής και προσφοράς στην αγορά της χώρας υποδοχής, παρόμοιων προϊόντων. Ακόμη και οι ιστορικές διασυνδέσεις μεταξύ των δύο χωρών μπορούν να ενθαρρύνουν την απόφαση για ΑΞΕ. Επίσης, η γεωγραφική εγγύτητα διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην επιλογή της τοποθεσίας, διότι αφορά την αλληλεξάρτηση που υπάρχει ανάμεσα στη χώρα προέλευσης και τη χώρα υποδοχής. Συγκεκριμένα, η μητρική θα κατορθώσει να αποκτήσει κοστολογικό πλεονέκτημα λόγω του χαμηλού κόστους μεταφοράς και παράλληλα αποκτά πρόσβαση σε επαρκείς πληροφορίες για τις συνθήκες και τις επενδυτικές ευκαιρίες που υπάρχουν στην χώρα υποδοχής.

Στα βασικά στοιχεία που πρέπει να εξετάσουν οι κυνηγοί τοποθεσίας περιλαμβάνεται η οικονομική, κοινωνική, η χρηματοοικονομική και η πολιτική σταθερότητα. Είναι λογικό ότι οποιασδήποτε μορφή αστάθειας στους παραπάνω τομείς, αυξάνει το επενδυτικό ρίσκο καθώς δεν μπορεί να υπάρξει εγγύηση για την απόδοση της επένδυσης.

2) Εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων της ιδιοκτησίας - Επιχειρήσεις που διαθέτουν προηγμένη τεχνολογία, ισχυρό brand name, καινοτόμα προϊόντα, υψηλή τεχνογνωσία, πείρα στην έρευνα αγοράς, ειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό και ικανά στελέχη και έχουν κατορθώσει να κυριαρχούν στην τοπική αγορά,

μπορεί να θεωρήσουν ότι μπορούν μέσω αυτών των πλεονεκτημάτων ιδιοκτησίας θα μπορούν να έχουν μία εξίσου επιτυχημένη πορεία σε ξένες αγορές.

Ακόμη, επιχειρήσεις που έχουν αποκτήσει εμπειρία μέσα από την δραστηριοποίησή τους σε πολλές χώρες, αποκτούν το χαρακτηριστικό της πολυεθνικότητας, το οποίο ουσιαστικά τους δίνει το πλεονέκτημα να αναγνωρίζουν καλύτερα τις επιχειρηματικές ευκαιρίες, να μειώνουν το κόστος και να αναλαμβάνουν ορθολογικές επενδύσεις σε διεθνή επίπεδο (Μπιτζένης, 2009).

3) Κυνηγοί των χρηματοοικονομικών θεμάτων – Σύμφωνα με έρευνες, φορολογικές ελαφρύνσεις ή άλλα κίνητρα που παρέχουν οι κυβερνήσεις διαφόρων χωρών στοχεύοντας στην οικονομική τους ανάπτυξη, όπως επιδοτήσεις και επιχορηγήσεις, θεωρούνται σημαντικοί παράγοντες στη λήψη επενδυτικών αποφάσεων.

Χαρακτηριστικά, μίας μέθοδος για τη μείωση της φορολογίας για τη μητρική και τη θυγατρική εταιρεία, είναι η τιμή μεταβίβασης, που εφαρμόζεται στο ενδοεταιρικό εμπόριο. Σύμφωνα με αυτή τη μέθοδο η επιχείρηση μπορεί να επηρεάζει τα λογιστικά της αποτελέσματα, είτε με υπερτιμολογήσεις, είτε με υποτιμολογήσεις και με αυτόν τον τρόπο να μεταφέρει κεφάλαια από τη χώρα που έχει υψηλό φορολογικό συντελεστή, στη χώρα που έχει χαμηλό φορολογικό συντελεστή.

Ακόμη, οι συναλλαγματικές ισοτιμίες παίζουν ιδιαίτερο ρόλο για τις επιχειρήσεις που αναζητούν κερδοφορία πέρα των εγχώριων συνόρων. Επίσης, ευκαιρίες μπορεί να υπάρξουν για τις επιχειρήσεις, κυνηγούς χρηματοοικονομικών θεμάτων, από τις προσφορές για ιδιωτικοποιήσεις που πραγματοποιούνται σε κάποιες χώρες.

4) Πολιτικοί λόγοι – Πρόκειται για παράγοντα που σχετίζεται και με τις δύο πλευρές, δηλαδή την χώρα προέλευσης και την χώρα υποδοχής. Όσον αφορά την χώρα υποδοχής μπορεί να έχει ανάγκη από ΑΞΕ, οι οποίες θα ενισχύσουν την οικονομική της ανάπτυξη καθώς θα δημιουργηθούν θέσεις εργασίας, άρα θα

μειωθεί η ανεργία, θα υπάρξει εξισορρόπηση των ελλειμμάτων και γενικά θα προκύψουν θετικά αποτελέσματα (Μπιτζένης, 2009).

Ακόμη, οι πολιτικοί λόγοι γίνονται προφανείς από τις κυβερνητικές παρεμβάσεις π.χ. προσφορά κρατικών επιδοτήσεων και άλλων κινήτρων, που ευνοούν τις επενδύσεις. Επίσης, υπάρχει περίπτωση, η κυβέρνηση ενός κράτους υποδοχής, για καθαρά πολιτικούς λόγους, να επιτρέψει ή να αποτρέψει έναν ξένο επενδυτή από την απόκτηση μιας κρατικής εταιρείας, θέτοντας ως βασικό κριτήριο την εθνικότητα του (Μπιτζένης, 2009).

Επίσης, υπάρχει περίπτωση μια χώρα να παρέχει χρηματοοικονομικά κίνητρα σε τοπικές εταιρείες με σκοπό να τις παροτρύνει να επενδύσουν σε μία συγκεκριμένη χώρα, είτε γιατί σε αυτήν υπάρχουν εθνικές μειονότητες, είτε γιατί στόχος είναι μέσω της παρουσίας μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων, να επηρεάζει τα οικονομικά της χώρας υποδοχής.

5) **Ξεπερνώντας τις ατέλειες της αγοράς** - Τα κίνητρα των ΑΞΕ μπορεί να προέρχονται από την ανάγκη για την εξάλειψη των ατελειών της αγοράς (π.χ. ολιγοπώλιο). Χαρακτηριστικά, η ύπαρξη ολιγοπωλιακών συνθηκών στα πλαίσια μιας τοπικής αγοράς, είναι δυνατόν να ευνοεί την εξαγορά μιας εγχώριας εταιρείας από την πολυεθνική ως μορφή εισόδου. Στη συνέχεια η πολυεθνική υπάρχει το ενεχόμενο να υψώσει νέα εμπόδια σε νέους ανταγωνιστές, εντείνοντας τις ατέλειες των τοπικών αγορών.

Συνοψίζοντας όλα τα παραπάνω, οι **παράγοντες** που επηρεάζουν την απόφαση για διείσδυση σε μία αγορά μέσω ΑΞΕ είναι οι ακόλουθοι:

- **Πολιτικοί παράγοντες** - Η πολιτική και κυβερνητική σταθερότητα, τα κίνητρα που δίνονται από την κυβέρνηση όπως επιδοτήσεις, επιχορηγήσεις, φοροελαφρύνσεις κ.ά., και γενικότερες αποφάσεις που αφορούν την οικονομία της χώρας. Οι πολιτικοί κίνδυνοι που μπορεί να αντιμετωπίσει μια πολυεθνική εταιρεία, αφορούν τη δήμευση, την απαλλοτρίωση, την εθνικοποίηση, καθώς και την επιλογή συναλλαγματικών περιορισμών και την επιβολή φόρων.

• **Νομικοί παράγοντες** - Ένα σταθερό νομικό πλαίσιο, με νόμους και κανόνες που εγγυώνται την προστασία του εμπορίου, τα δικαιώματα ιδιοκτησίας, την προστασία των εργαζομένων, κ.ά. και η ύπαρξη συγκεκριμένων διαδικασιών που αφορούν τη λειτουργία των επιχειρήσεων (Παπαδάκης, 2012).

• **Οικονομικοί παράγοντες** - Το ΑΕΠ, ο πληθωρισμός, η σταθερότητα στις συναλλαγματικές ισοτιμίες, το ποσοστό ανεργίας, το κόστος ενέργειας, το ύψος του κατά κεφαλή εισοδήματος και η οικονομική πολιτική που εφαρμόζει η κυβέρνηση της χώρας αποτελούν σημαντικούς παράγοντες για την ανάληψη ΑΞΕ. Ακόμη, οι χώρες που είναι λιγότερο ανεπτυγμένες και πλούσιες σε φυσικούς πόρους έχουν περισσότερες δυνατότητες ανάπτυξης από εκείνες που δεν διαθέτουν φυσικούς πόρους. Επίσης, η φορολογία μιας χώρας, τα επίπεδα απασχόλησης, η κατανομή του εισοδήματος, κ.ά. θεωρούνται καθοριστικά στοιχεία για την απόφαση εγκατάστασης ή όχι θυγατρικών εταιρειών.

• **Κοινωνικο/πολιτιστικοί παράγοντες** - Μια επιχείρηση που ενδιαφέρεται για την είσοδό της σε μία ξένη χώρα, πρέπει να εξετάσει τον πολιτισμό αυτής της χώρας, τα ήθη και τα έθιμα, τη θρησκεία τη γλώσσα κ.ά. Επίσης είναι σημαντικό να μελετηθούν και κοινωνικοί παράγοντες, όπως οι προτιμήσεις και τα πρότυπα αγοράς των καταναλωτών ή ακόμη και η οικολογική τους κουλτούρα (Μπιτζένης, 2009). Οι κοινωνικές και πολιτισμικές διαφορές επιδρούν σημαντικά στις διεθνείς επιχειρηματικές δραστηριότητες. Οι διαφορές στους κανόνες συμπεριφοράς, στον τρόπο διαπραγμάτευσης, στην γλώσσα, κ.ά. είναι σημαντικές μεταξύ των διαφόρων χωρών.

• **Τεχνολογικοί παράγοντες** - Η τεχνολογική ανάπτυξη, το επίπεδο των δαπανών σε Ε&Α, η υποδομή σε ερευνητικά κέντρα, η υποδομή σε τηλεπικοινωνίες, κ.ά., είναι εξίσου σημαντικοί παράγοντες. Τα διευθυντικά στελέχη πρέπει να αξιολογούν το τεχνολογικό επίπεδο των χωρών στις οποίες θέλουν να εγκαταστήσουν θυγατρικές εταιρείες. Οι επιλογές τους είναι δύο:

- α) Να προσαρμόσουν τη λειτουργία της επιχείρησης στην τεχνολογία της χώρας, ή
- β) Να εισάγουν και να εφαρμόσουν νέες τεχνικές.

• **Φυσικοί & Περιβαλλοντικοί παράγοντες** - Σημαντικός φυσικός παράγοντας είναι η γεωγραφική θέση μίας χώρας, καθώς όπως προαναφέραμε, μπορεί να προσφέρει την ευκαιρία διείσδυσης σε κοντινές αγορές, δηλαδή να έχει τον ρόλο της «γέφυρας» για τον άμεσο εφοδιασμό γειτονικών αγορών (Παπαδάκης, 2012). Επίσης, βασικός παράγοντας που μπορεί να λειτουργήσει θετικά ή αρνητικά στην απόφαση για την είσοδο σε μία χώρα είναι η απόσταση μεταξύ της μητρικής και της υποψήφιας, καθώς από αυτόν τον παράγοντα θα εξαρτηθεί το κόστος μεταφοράς και το κόστος επικοινωνίας (Γιαννιάς, 2014). Επίσης, σημαντικοί περιβαλλοντικοί παράγοντες είναι το κλίμα, η διαθεσιμότητα φυσικών πόρων, η διαθεσιμότητα υποδομών (π.χ. οδικό δίκτυο, τηλεπικοινωνίες, οδικά δίκτυα, κ.ά.).

• **Παράγοντες /Όροι εργασίας** - Το κόστος εργασίας αποτελεί βασικό παράγοντα για την είσοδο σε μία ξένη χώρα. Επίσης, η ύπαρξη συνεχών απεργιών σε μία χώρα, αποτρέπουν υποψήφιους επενδυτές.

• **Διάφοροι παράγοντες στο επιχειρησιακό περιβάλλον (αγορά)** - Αναφερόμαστε στην γραφειοκρατία, τη διαφθορά, την έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού, την υψηλή ένταση του ανταγωνισμού, τη χαμηλή παραγωγικότητα εργασίας, κ.ά., δηλαδή παράγοντες που λειτουργούν ουσιαστικά ως αντικίνητρα για ανάληψη ΑΞΕ (Μπιτζένης, 2009).

5.2 Εμπόδια – περιορισμοί για την ανάληψη ΑΞΕ

Ο Μπιτζένης (2009) έχει κατηγοριοποιήσει τα εμπόδια - περιορισμούς των ΑΞΕ, με βάση την πηγή δημιουργίας τους στις ακόλουθες ομάδες:

- Περιορισμοί που αφορούν την γεωγραφική απόσταση, την κοινωνική αστάθεια και την έλλειψη ασφάλειας.

- Περιορισμοί στο επιχειρηματικό περιβάλλον. Πρόκειται για εμπόδια όπως η γραφειοκρατία, η διαφθορά, ο υψηλός ανταγωνισμός, η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού, η χαμηλή παραγωγικότητα εργασίας, κ.ά.
- Νομικοί περιορισμοί. Αφορά, την ύπαρξη ασταθούς νομικού πλαισίου, τις συχνές αλλαγές στην νομοθεσία, κ.ά.
- Φορολογικοί περιορισμοί. Η υψηλή φορολογία, ο υψηλός Φ.Π.Α, κ.ά. λειτουργούν ως αντκίνητρα στην απόφαση για ΑΞΕ.
- Πολιτικοί περιορισμοί. Αφορά την κυβερνητική αστάθεια, τις κυβερνητικές αποφάσεις που σχετίζονται με την δημοσιονομική πολιτική της χώρας, την καθυστέρηση μεταρρυθμίσεων, κ.ά.
- Μακροοικονομικοί περιορισμοί, όπως υψηλός πληθωρισμός, υψηλά επίπεδα ανεργίας, χαμηλή αγοραστική δύναμη των καταναλωτών, κ.ά.
- Περιορισμοί που αφορούν την υποδομή. Για παράδειγμα να μην υπάρχουν τα κατάλληλα οδικά δίκτυα, να υπάρχει έλλειψη υποδομών τηλεπικοινωνιών, κ.ά.
- Πολιτισμικοί περιορισμοί. Σοβαρό εμπόδιο για μία επιχείρηση που επιθυμεί να δραστηριοποιηθεί σε μία ξένη χώρα είναι η κατανόηση της τοπικής κουλτούρας, προκειμένου να είναι σε θέση να προσαρμόσει το προϊόν της στις προτιμήσεις των ντόπιων με σεβασμό στις αξίες και τη γενικότερη νοοτροπία τους. Επίσης, σημαντικός παράγοντας που πρέπει να συνυπολογιστεί είναι η θρησκεία, καθώς υπάρχουν χώρες όπου η θρησκεία διαδραματίζει ιδιαίτερο ρόλο στη ζωή των πολιτών καθώς τους απαγορεύει την κατανάλωση κάποιων προϊόντων π.χ. οι μουσουλμάνοι δεν καταναλώνουν αλκοόλ.
- Εξωγενείς περιορισμοί όπως πόλεμος, μετακίνηση πληθυσμού από χώρες όπου υπάρχουν οικονομικά προβλήματα ή πόλεμοι σε χώρες της Δύσης, κ.ά.
- Άλλοι περιορισμοί που αναφέρονται σε έλλειψη προοπτικής οικονομικής ανάπτυξης, απουσία συνεργασίας σε διεθνείς Οργανισμούς, κ.ά.

5.3 ΑΞΕ: Τρόποι διείσδυσης στις διεθνείς αγορές

Οι τρόποι με τους οποίους μία ΠΕ μπορεί να αναπτύξει οικονομικές δραστηριότητες σε μία ξένη χώρα είναι η ακόλουθοι:

• **Εξαγορά (Acquisitions)** - Ως εξαγορά ορίζεται η απόκτηση ενός μέρους ή του συνόλου μετοχών ή εταιρικών μεριδίων, μιας επιχείρησης σε ξένη χώρα, καταβάλλοντας το ανάλογο χρηματικό αντάλλαγμα (Παπαδάκης, 2012). Οι εξαγορές διακρίνονται σε:

- Απλή εξαγορά - Η εξαγοραζόμενη επιχείρηση συνεχίζει να υπάρχει ως υποκείμενο του δικαίου (Παπαδάκης, 2012: 531)
- Συγχωνευτική εξαγορά - Η επιχείρηση που μεταβιβάζει την περιουσία της σε μία άλλη λαμβάνοντας χρηματικό αντάλλαγμα, παύει να υπάρχει ως υποκείμενο (Παπαδάκης, 2012: 531)

Μια επιχείρηση επιλέγοντας να δραστηριοποιηθεί σε μία ξένη χώρα μέσω εξαγορών γίνεται αποδέκτης των εξής **πλεονεκτημάτων**:

- Κάθε αγορά - χώρα ξεχωρίζει για την κουλτούρα, τα ήθη, τα έθιμα, τις καταναλωτικές συμπεριφορές και τις αξίες της. Επομένως, μέσω των εξαγορών μία επιχείρηση καταφέρνει να εισέλθει με ομαλότητα σε μία ξένη αγορά, χωρίς να έρθει αντιμέτωπη με τυχόν κοινωνικά και πολιτιστικά προβλήματα, που θα επηρέαζαν αρνητικά τη φήμη της ή θα της κόστιζαν σε πελατεία και κεφάλαια, εφόσον αποκτά τοπικούς εταίρους που την κατευθύνουν (Μελάς & Πολλάλης, 2005). Άρα μέσω των εξαγορών μία επιχείρηση μπορεί να υπερβεί σοβαρά εμπόδια εισόδου που υπάρχουν σε μία ξένη αγορά.
- Η διείσδυση σε ξένες αγορές πραγματοποιείται με γρήγορους ρυθμούς, αποφεύγοντας υψηλές επενδύσεις σε εγκαταστάσεις, εξοπλισμό, προβολή, κ.ά. Επομένως, θετικό αποτέλεσμα είναι η εξοικονόμηση οικονομικών πόρων για τον όμιλο.
- Η υποδομή σε εγκαταστάσεις, το έμπειρο προσωπικό και το ισχυρό πελατολόγιο που έχουν οι εταιρείες που εξαγοράστηκαν, ωφελούν σημαντικά τον όμιλο. Πιο απλά αποκτά έτοιμες εγκαταστάσεις, υποδομές,

προσωπικό, πελατολόγιο, δίκτυο διανομής ή ακόμη και δίκτυο καταστημάτων

- Με τις εξαγορές η επιχείρηση αποκτά μεγαλύτερη δύναμη. Η εδραίωσή της στη διεθνή αγορά της δίνει τη δυνατότητα αύξησης της κερδοφορίας της, αλλά και ανταπόκρισης στις προκλήσεις του ανταγωνισμού, τόσο σε εγχώριο, όσο και σε διεθνές επίπεδο (Παπαδάκης, 2012).

● **Θυγατρική πλήρους ελέγχου (Wholly owned Subsidiaries)** – Πρόκειται για την ίδρυση θυγατρικής αποκλειστικής ιδιοκτησίας. Δηλαδή η επιχείρηση επεκτείνει τις δραστηριότητές της σε μία άλλη χώρα ιδρύοντας μία νέα επιχείρηση, της οποίας είναι ο μοναδικός ιδιοκτήτης. Η νέα επιχείρηση μπορεί να προέρχεται από την εξαγορά μιας τοπικής επιχείρησης ή να δημιουργηθεί εκ του μηδενός, δηλαδή να πρόκειται για Νέα ίδρυση (Greenfield investment) (Μπιτζένης, 2009). Μάλιστα, στην περίπτωση της ίδρυσης μιας νέας θυγατρικής μονάδας από το μηδέν, απαιτείται περισσότερος χρόνος, καθώς η θυγατρική πρέπει να στηθεί «εκ του μηδενός» και επένδυση κεφαλαίων για την κατασκευή εγκαταστάσεων, απόκτηση εξοπλισμού, κ.ά. (Μπιτζένης, 2009).

Κύρια **πλεονεκτήματα** της ίδρυσης θυγατρικής Αποκλειστικής Ιδιοκτησίας είναι:

- Έχει τον αποκλειστικό έλεγχο της θυγατρικής και η επιχειρησιακή στρατηγική που εφαρμόζεται σε αυτήν είναι μέρος της ευρύτερης στρατηγικής που ακολουθείται από την μητρική (Μελάς & Πολλάλης, 2005).
- Ως αποκλειστικός ιδιοκτήτης καρπώνεται το σύνολο των κερδών της θυγατρικής.
- Ως αποκλειστικός ιδιοκτήτης προστατεύει την τεχνογνωσία και τις ικανότητες του Ομίλου.
- Έχοντας κατανοήσει τις ιδιαιτερότητες της αγοράς της χώρας υποδοχής μπορεί να εξειδικεύσει και να διαφοροποιήσει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της, ώστε αυτές να ανταποκρίνονται στις ανάγκες των τοπικών πελατών. Επομένως, η μητρική αποκτά στρατηγικό πλεονέκτημα στην προσπάθειά της να διευρύνει την τεχνογνωσία της και να επεκταθεί σε διάφορες γεωγραφικές ζώνες (Μελάς & Πολλάλης, 2005).

- Αποφεύγει πιθανές συγκρούσεις που θα προέκυπταν από μία εξαγορά ή συγχώνευση (Πατηγυράκης, 2013).
- Βελτίωση της θέσης της επιχείρησης στη διεθνή αγορά, καθώς η απόκτηση μίας θυγατρικής αποκλειστικής ιδιοκτησίας της προσφέρει περισσότερα μερίδια αγοράς, άρα καλύτερη θέση και ενίσχυση της φήμης της.

Η συγκεκριμένη όμως μέθοδος έχει δύο βασικά **μειονεκτήματα**, όπως:

- Είναι πολυδάπανη. Χαρακτηριστικά για την εξαγορά μίας υφιστάμενης εταιρείας απαιτείται η επένδυση υψηλών κεφαλαίων. Επίσης για την ίδρυση μίας επιχείρησης από το μηδέν απαιτείται να επενδυθούν μεγάλα κεφάλαια για την δημιουργία εγκαταστάσεων, την απόκτηση εξοπλισμού, τη στελέχωση με προσωπικό, την έρευνα αγοράς για την κουλτούρα, κ.ά.
- Είναι χρονοβόρα τόσο από την άποψη της δημιουργίας νέων εγκαταστάσεων, όσο και από την άποψη της απόδοσης (Παπαδάκης, 2012).

• **Ίδρυση Διεθνών Κοινοπρακτικών Επιχειρήσεων (Joint Ventures)** -

Οι κοινοπραξίες είναι επενδυτικές συνεργασίες δύο ή περισσότερων επιχειρήσεων από τις οποίες η μία τουλάχιστον είναι τοπική και η άλλη από ξένη χώρα, ενώ η συμμετοχή στην νέα επιχείρηση αφορά κεφάλαια, στελέχη, τεχνογνωσία και τεχνολογία (Cateora & Graham, 2003). Συγκεκριμένα, η κοινοπραξία απαιτεί εκτός από τεχνολογία και management και κεφάλαια, αλλά δεν αποτελεί μια τυπική ΑΞΕ, καθώς δεν υπάρχει πλήρης έλεγχος από το ξένο επενδυτή. Επίσης, κριτήριο διάκρισης των κοινοπραξιών είναι το ύψος συμμετοχής στο μετοχικό κεφάλαιο. Χαρακτηριστικά, υπάρχουν οι ακόλουθοι τύποι κοινοπραξίας: Κοινοπραξίες πλειοψηφίας, κοινοπραξίες μειοψηφίας και κοινοπραξίες ισοψηφίας/ισοτιμίας.

Ως βασικά **πλεονεκτήματα** της ίδρυσης Κοινοπρακτικών επιχειρήσεων αναγνωρίζονται τα ακόλουθα:

- Μια επιχείρηση κερδίζει σε γνώση από τους τοπικούς συνεταιίρους, σε ότι αφορά τον πολιτισμό και τις προτιμήσεις της αγοράς, αλλά και την τεχνολογία παραγωγής (Παπαδάκης, 2012).
- Καθίσταται πιο εύκολη και γρήγορη η διείσδυση σε ξένες αγορές, ειδικά στις χώρες όπου η κυβέρνηση δεν διευκολύνει την ανάληψη ΑΞΕ, αλλά προσφέρει υποστήριξη μόνο όταν αυτές συνδέονται με εγχώριες επιχειρήσεις, θεωρώντας ότι με αυτόν τον τρόπο προστατεύεται η εγχώρια επιχειρηματικότητα (Παπαδάκης, 2012). Επομένως, σε αυτήν την περίπτωση οι κοινοπραξίες είναι ο μόνος τρόπος εισόδου σ' αυτές τις αγορές.
- Βασικό πλεονέκτημα είναι ο επιμερισμός κινδύνου. Συγκεκριμένα στην περίπτωση που τα κόστη εγκατάστασης είναι μεγάλα και ο κίνδυνος της νέας επένδυσης είναι μεγάλος, τότε συμφέρει την επιχείρηση να τα μοιραστεί (Παπαδάκης, 2012).

Βασικό **μειονέκτημα** της ίδρυσης Κοινοπραξιών είναι ότι η επιχείρηση δεν έχει την δυνατότητα του απόλυτου έλεγχου, ώστε να μπορεί να κάνει χρήση των αποτελεσμάτων της συνεργασίας για την χάραξη της διεθνούς στρατηγικής (Παπαδάκης, 2012).

● **Στρατηγικές Συμμαχίες** - Στρατηγική συμμαχία είναι μια μορφή συνεργασίας ανάμεσα σε δύο ή περισσότερες επιχειρήσεις που αποφασίζουν να συνεργαστούν και να προωθήσουν το κοινό τους συμφέρον. Οι στρατηγικές διεθνείς συμμαχίες επιδιώκονται προκειμένου να αμβλυνθούν αδυναμίες και να αυξηθούν τα δυνατά ανταγωνιστικά σημεία (Cateora & Graham, 2003). Χαρακτηριστικά οι κύριοι λόγοι σύναψης μίας στρατηγικής συμμαχίας είναι: η διείσδυση σε ξένες αγορές, η προστασία της εγχώριας αγοράς, η προσάρτηση ανταγωνιστών και ο επιμερισμός του οικονομικού και επιχειρηματικού κινδύνου (Sandhusen, 1999). Τα μέρη μιας στρατηγικής συμμαχίας μπορεί να συνεισφέρουν εξειδικευμένους πόρους και ικανότητες όπως για παράδειγμα E&A, ικανότητες Διοίκησης ή Μάρκετινγκ.

Συνοψίζοντας τα παραπάνω, τα **οφέλη** που προκύπτουν από τη σύναψη μίας Στρατηγικής Συμμαχίας είναι:

- Εύκολη διείσδυση στις αγορές - Μέσω των στρατηγικών συμμαχιών οι ΠΕ αποκτούν τη δυνατότητα υπερπήδησης των εμποδίων που θέτει το εξωτερικό περιβάλλον και μπορούν να έχουν εύκολη πρόσβαση στις αγορές που τους ενδιαφέρουν.
- Επιμερισμός κινδύνου - Οι συνεργαζόμενες επιχειρήσεις επιμερίζονται τον κίνδυνο που συνδέεται με την επένδυση που απαιτείται για την είσοδο σε μία νέα αγορά.
- Αλληλοσυμπλήρωση γνώσεων και ικανοτήτων - Αφορά την ανταλλαγή γνώσεων, εμπειριών και ικανοτήτων.
- Συνέργεια και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα - Η συνεργασία δύο ή περισσότερων επιχειρήσεων έχει ως θετικό αποτέλεσμα την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος (Μελάς & Πολλάλης, 2005) .

Βασικά **μειονεκτήματα** των Στρατηγικών Συμμαχιών είναι τα εξής:

- **Απώλεια τεχνολογικού πλεονεκτήματος.** Συγκεκριμένα μέσω της στρατηγικής συμφωνίας μία επιχείρηση μπορεί να χάσει το τεχνολογικό της πλεονέκτημα, από τη στιγμή που ο εταίρος της έχει πρόσβαση σε αυτό και ουσιαστικά όσο χρονικό διάστημα διαρκέσει η συνεργασία θα μπορεί να αποκτήσει την ανάλογη πείρα. Μάλιστα σύμφωνα με τον Παπαδάκη (2012) οι τοπικές επιχειρήσεις τις περισσότερες φορές βλέπουν τις ξένες εταιρείες ως πηγή νέας τεχνολογίας και επενδύσεων, που θα τους αποφέρουν υψηλή κερδοφορία.
- **Περιορισμός ελευθερίας στη χάραξη στρατηγικής.** Πιο απλά, οι εταίροι δεν μπορούν να εφαρμόσουν την στρατηγική της μητρικής, ενώ η χάραξη της στρατηγικής πρέπει να γίνει με τη συμμετοχή των συμβαλλόμενων μερών.

Οι κυριότεροι **λόγοι** που μπορεί να οδηγήσουν μία Στρατηγική Συμμαχία στη **διάλυση** είναι:

- **Η συμμαχία δεν ήταν επιτυχής**, δηλαδή δεν εξελίχθηκε όπως αναμενόταν από τα συμβαλλόμενα μέρη και κατά συνέπεια δεν επιτεύχθηκε ο στόχος για τον οποίο δημιουργήθηκε.
- **Η ασυμβατότητα των συνεταίρων**, εξαιτίας της διαφοράς στην κουλτούρα και του καθορισμού διαφορετικών στόχων.
- **Εμπόδια πρόσβασης στην πληροφόρηση**. Όπως προαναφέραμε οι στρατηγικές συμμαχίες έχουν ως βασικό κίνητρο τη συνεργασία σε E&A. Σε περίπτωση λοιπόν που ένας από τους εταίρους δεν είναι διατεθειμένος να συνεργαστεί και αποκρύπτει στοιχεία από τον συνεργάτη του, τότε υπάρχει σοβαρός κίνδυνος αποτυχίας της συνεργασίας.
- **Ρήξη της συμφωνίας λόγω της μη τήρησης των συμφωνηθέντων** (π.χ. δεν διανέμονται τα κέρδη μεταξύ των εταίρων όπως έχουν συμφωνηθεί).
- **Ένας από τους εταίρους αναγκάζεται λόγω οικονομικών προβλημάτων να αποχωρήσει από τη συμμαχία.**
- **Η στρατηγική συμμαχία επιτέλεσε τον σκοπό της.** (Παπαδάκης, 2012)

• **Συμβόλαια Διαχείρισης (Management Contracts)** - Το **συμβόλαιο διαχείρισης** αποτελεί μια συμφωνία με την οποία μια επιχείρηση προσφέρει σε μια άλλη εταιρεία διαχειριστική και τεχνική βοήθεια, αλλά και εξειδικευμένες υπηρεσίες με καθορισμένη αμοιβή. Συγκεκριμένα, μέσω αυτών των συμφωνιών μία επιχείρηση αναλαμβάνει να διοικήσει, χρησιμοποιώντας δικά της στελέχη, μία άλλη επιχείρηση που βρίσκεται σε άλλη χώρα έναντι αμοιβής. Μάλιστα πρόκειται για μέθοδος η οποία χρησιμοποιείται εκτεταμένα στον κλάδο των ξενοδοχείων (Παπαδάκης, 2012).

Το κύριο **πλεονέκτημα** των συμβολαίων διαχείρισης είναι ότι επιτρέπουν στις επιχειρήσεις να αποκομίσουν επιπλέον έσοδα με χαμηλό κίνδυνο.

Κεφάλαιο 6

Οικονομικές θεωρίες ΑΞΕ

6.1 Θεωρία του HYMER

Η Θεωρία του Hymer (1976) πρεσβεύει ότι η ΑΞΕ αποτελεί μια μακροχρόνια παραγωγική επένδυση ώστε να αποκτάται ο έλεγχος των περιουσιακών στοιχείων επιχειρήσεων ξένων χωρών. Συγκεκριμένα, ο Hymer, αναγνώρισε την ικανότητα ορισμένων επιχειρήσεων να δημιουργούν πλεονεκτήματα ιδιοκτησίας στην χώρα καταγωγής τους, τα οποία τους εξασφαλίζουν ηγετική/ ολιγοπωλιακή θέση στην εγχώρια αγορά και ταυτόχρονα θέτουν φραγμούς εισόδου σε δυνητικούς ανταγωνιστές (Παπαδάκης, 2012). Στα πλεονεκτήματα ιδιοκτησίας περιλαμβάνονται: η προηγμένη τεχνολογία, η ισχυρή επωνυμία, η καινοτομία, η τεχνογνωσία, η πείρα στην Ε&Α, τα ικανά στελέχη, κ.ά. (Μπιτζένης, 2009).

Ταυτόχρονα τα συγκεκριμένα πλεονεκτήματα συμβάλουν στην ανάπτυξη αυτοπεποίθησης σε σχέση με την απόφαση επένδυσης σε ξένες αγορές και παρέχουν τη δυνατότητα να ξεπερνούν με ευκολία το μειονέκτημα δραστηριοποίησης σε μία ξένη αγορά, ενώ εκμεταλλευόμενες τα πλεονεκτήματα

ιδιοκτησίας προσπαθούν να αποκτήσουν ηγετική θέση και στην ξένη αγορά (Γεωργόπουλος, 1998).

6.2 Θεωρία της Εσωτερικοποίησης

Η θεωρία της εσωτερικοποίησης αναφέρεται στα κόστη των συναλλαγών και συγκεκριμένα επιχειρεί την ανάλυση των συνθηκών που ενθαρρύνουν τις επιχειρήσεις να εσωτερικοποιήσουν τις αγορές ενδιάμεσων προϊόντων (Γεωργόπουλος, 1998: 72-75).

Συγκεκριμένα, οι Casson και Buckley, διατύπωσαν την άποψη ότι η επιχείρηση επιδιώκει να εσωτερικοποιήσει την παραγωγή των ενδιάμεσων προϊόντων (ημικατεργασμένα προϊόντα) προκειμένου να μειώσει το κόστος παραγωγής. Επομένως, μια ΠΕ που δραστηριοποιείται παράγει αγαθά σε διάφορες χώρες και διάφορους καταναλωτές, πρέπει να διατηρήσει την ποιότητα του τελικού προϊόντος, παράγοντας η ίδια ποιοτικό ενδιάμεσο προϊόν. Ουσιαστικά μέσω της εσωτερικοποίησης η επιχείρηση αναλαμβάνει ΑΞΕ στοχεύοντας στην διασφάλιση των αγορών των ενδιάμεσων αγαθών (Παπαναστασίου κ συν., 2008)

6.3 Θεωρία του Εκλεκτικού υποδείγματος

Η πιο κατάλληλη οικονομική θεωρία Διεθνών επενδύσεων που εξηγεί την εξελικτική πορεία των πολυεθνικών μετά το τον Β΄ Παγκόσμιου Πολέμου είναι η Εκλεκτική Θεωρία του Dunning η οποία διαμορφώθηκε στα τέλη της δεκαετίας του 1950 και πραγματοποιήθηκε η τελική διατύπωση τη δεκαετία του 1970 (Μελάς & Πολλάλης, 2005).

Αυτή η θεωρία υποστηρίζει ότι οι ΑΞΕ που πραγματοποιούνται σε μία αγορά εξαρτώνται από τους τρεις (3) κατηγορίες παραγόντων:

1) **Πλεονεκτήματα ιδιοκτησίας** - Ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που διαθέτουν οι επιχειρήσεις στις εγχώριες αγορές όπως φήμη, θέση στην αγορά,

διαφοροποίηση προϊόντων, E&A, τεχνολογία, οργάνωση της παραγωγικής διαδικασίας, λειτουργίες Marketing, κ.ά., θα αποτελέσουν τη «δύναμή» τους για την επιτυχημένη είσοδο και περαιτέρω πορεία σε ξένες αγορές.

2) Πλεονεκτήματα εσωτερικοποίησης - Αφορά στην εσωτερίκευση της χρήσης των πλεονεκτημάτων ιδιοκτησίας ως μέρος της παραγωγικής διαδικασίας (Μελάς, Πολλάλης, 2005, σελ. 287). Πιο απλά η μεταφορά των ικανοτήτων στις θυγατρικές με σκοπό την αύξηση της αποδοτικότητας και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας στη διεθνή αγορά (Παπαδάκης, 2012). Επίσης, μπορεί να υπάρχει η δυνατότητα μέσω συνεργασιών να πουλήσουν ή να εκμισθώσουν π.χ. τεχνολογία σε επιχειρήσεις στις χώρες υποδοχής. Με αυτόν τον τρόπο αποφεύγουν θέματα όπως κόστος έρευνας για εγκατάσταση, προσαρμογή σε διαφορετική κουλτούρα, γραφειοκρατία, κ.ά.

3) Πλεονεκτήματα τοποθεσίας - Πλεονεκτήματα που αποτελούν ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις για να αυξήσουν την αποδοτικότητά τους, όπως π.χ. πολιτική σταθερότητα, πλουτοπαραγωγικοί πόροι, θεσμοί, γεωγραφική και πολιτισμική εγγύτητα, κ.ά.

Κεφάλαιο 7

Άμεσες ξένες επενδύσεις στην Ελλάδα

Σε ότι αφορά τις ΑΞΕ στην Ε.Ε., οι έρευνες αναφέρουν ότι μετά την εισαγωγή του ευρώ, ήταν αδύναμες, σε σχέση με τις τάσεις που επικρατούσαν πριν το ευρώ (Μπιτζένης, 2015). Επομένως, το ευρώ δεν ήταν ισχυρό κίνητρο για την εισροή ΑΞΕ στην Ευρώπη, από άλλες ισχυρές οικονομίες.

Ειδικότερα για την Ελλάδα, σύμφωνα με τα στοιχεία που συλλέξαμε, κατά την δεκαετία του 1960 και μέχρι και τα μισά της δεκαετίας του 1970, υπήρχε θετικό κλίμα σε ότι αφορά τις ξένες επενδύσεις, με αυξημένο μάλιστα ενδιαφέρον στους κλάδους παραγωγής χημικών, και την ναυπηγική (Κοτταρίδη & Γιακούλας, 2013). Επίσης, από τις αρχές της δεκαετίας του 1970, υπάρχει στροφή στην παραγωγή καταναλωτικών προϊόντων, με έμφαση κυρίως στα τρόφιμα και τις ηλεκτρικές συσκευές, ενώ υπάρχει μεγάλη αύξηση στις εισροές ΑΞΕ (Κοτταρίδη & Γιακούλας, 2013). Από το 1981 μέχρι και το 1998 οι εισροές ΑΞΕ στην Ελλάδα μειώνονται κατά 1,6%, ενώ οι υπόλοιπες Ευρωπαϊκές χώρες παρουσιάζουν αύξηση της τάξεως του 26,5% (Κοτταρίδη & Γιακούλας, 2013). Επίσης, το διάστημα 1999-2006 υπάρχει αύξηση στα αποθέματα ΑΞΕ, αντίστοιχη με την γενικότερη κατάσταση που επικρατεί στις υπόλοιπες χώρες της Ε.Ε. Μάλιστα η υιοθέτηση

κοινού νομίσματος είχε ως αποτέλεσμα την αύξηση στις κινήσεις κεφαλαίου εντός της Ε.Ε. (Κοτταρίδη & Γιακούλας, 2013).

Χαρακτηριστικά, η Ελλάδα με την ένταξή της στην ΟΝΕ, το 2001 ανέλαβε τη δέσμευση για σοβαρές διαρθρωτικές μεταρρυθμίσεις, ώστε να επιτύχει τα κριτήρια σύγκλισης της. Χαρακτηριστικά η ελληνική κυβέρνηση εκείνη την περίοδο «άνοιξε» την αγορά των τηλεπικοινωνιών και απελευθερώθηκε περισσότερο η αγορά ενέργειας, ενώ ξεκίνησε και ο περιορισμός των δαπανών του Δημοσίου τομέα (Μπιτζένης, 2015).

Σε σχέση με τις ΑΞΕ την περίοδο 1999 έως το 2006, τα αποθέματα ΑΞΕ σημειώνουν την αντίστοιχη αύξηση που σημειώνουν και οι υπόλοιπες χώρες-μέλη της Ε.Ε. Από το 2007 όμως μέχρι και το 2011 σημειώνεται μία συνεχή πτώση στο απόθεμα ΑΞΕ της Ελλάδος που ανέρχεται στο 48,5%, ενώ αντίστοιχα στην Ε.Ε. η μείωση είναι 3% (Κοτταρίδη & Γιακούλας, 2013). Χαρακτηριστικά, το 2008, δηλαδή στην αρχή της οικονομικής κρίσης, είναι η πρώτη χρονιά που καταγράφεται μεγάλη μείωση του αποθέματος ΑΞΕ, η οποία ανέρχεται στο -23,3% (Κοτταρίδη & Γιακούλας, 2013). Μάλιστα, οι εισροές ΑΞΕ την περίοδο 2001-2008, στην πλειονότητα των περιπτώσεων αφορούσαν εξαγορές ελληνικών επιχειρήσεων, με ένα μικρό ποσοστό να αφορά παραγωγικές επενδύσεις ή την επέκταση υφιστάμενων επιχειρήσεων².

Το 2009 σημειώνεται μικρή αύξηση, 1,65%, ενώ το 2010 η αύξηση αγγίζει το 7,15% (Κοτταρίδη & Γιακούλας, 2013). Το 2011 το σκηνικό πάλι ανατρέπεται, καθώς σημειώνεται υψηλή μείωση που αγγίζει το -24,14%. Η μείωση συνεχίζεται και το 2012 με τα αποθέματα ΑΞΕ να μειώνονται κατά 55,4%. Η ίδια τάση επικρατεί και το 2014, με τις ΑΞΕ να είναι μειωμένες κατά 300 εκατ. ευρώ³. Συγκεκριμένα, το 2014, πραγματοποιήθηκαν 19 ΑΞΕ συνολικού ύψους 583 εκατ.

²Μελάς Κ. (27/09/2013), «ΟΙ ΑΜΕΣΕΣ ΞΕΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ» http://www.kostasmelas.gr/2013/09/blog-post_27.html [πρόσβαση 21/04/2016]

³ «Εισροή €1,6 δισ. οι Άμεσες Ξένες Επενδύσεις στην Ελλάδα το 2014» (20/02/2015), <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=678937> [πρόσβαση, 21/04/2016]

δολ.⁴.Επίσης, το 2015, υπάρχει καταγραφή τεσσάρων (4) ΑΞΕ, αξίας 13 εκατ. δολ.⁵.

7.1 Παράγοντες μείωσης της ελκυστικότητας της Ελλάδας για την ανάπτυξη ΑΞΕ

Σύμφωνα με τα στοιχεία που συγκεντρώσαμε, οι σημαντικότεροι παράγοντες οι οποίοι συνετέλεσαν στην επιβράδυνση της προσέλκυσης ΑΞΕ στην Ελλάδα είναι οι ακόλουθοι:

1) **Πολιτικοί παράγοντες** - Η Ελλάδα από το 1974 έχει σταθερή κοινοβουλευτική δημοκρατία. Όλο αυτό το διάστημα μέχρι τις μέρες μας υπάρχουν εκλεγμένες κυβερνήσεις, επομένως, δεν υπάρχει κυβερνητική αστάθεια. Όμως οι εκάστοτε κυβερνήσεις με τις αποφάσεις τους, έχουν επηρεάσει την εξέλιξη των εισερχόμενων ΑΞΕ.

Για παράδειγμα, ενώ υπάρχει δημόσια περιουσία που θα μπορούσε να αξιοποιηθεί, π.χ. κτήρια, εκτάσεις, κ.ά., τα τελευταία χρόνια κάθε προσπάθεια ιδιωτικοποίησης προσέκρουε στα αλληλοεξαρτώμενα συμφέροντα πολιτικού και συνδικαλιστικού συστήματος. Γενικότερα η έλλειψη οργανωμένης προσπάθειας έχει ως αποτέλεσμα τη μείωση του ενδιαφέροντος των ξένων επενδυτών για την Ελλάδα.

Επίσης, αποφάσεις όπως το κλείσιμο των τραπεζών τον Ιούνιο του 2015 και επιβολή capital controls, δημιουργούν κλίμα ανασφάλειας σε υποψήφιους επενδυτές. Γενικότερα η οικονομική αβεβαιότητα που επικρατεί καθώς το δημόσιο χρέος συνεχώς αυξάνεται και το σενάριο της πτώχευσης και εξόδου από

⁴ Τσιμπούκης Γ. (04/08/2015), «Financial Times: Οι ξένοι επενδυτές δεν εμπιστεύονται την ελληνική κυβέρνηση», <http://www.viadiplomacy.gr/financial-times-i-xeni-ependites-den-empistevonte-tin-elliniki-kivernisi/> [πρόσβαση, 21/04/2016]

⁵ Τσιμπούκης Γ. (04/08/2015), «Financial Times: Οι ξένοι επενδυτές δεν εμπιστεύονται την ελληνική κυβέρνηση», <http://www.viadiplomacy.gr/financial-times-i-xeni-ependites-den-empistevonte-tin-elliniki-kivernisi/> [πρόσβαση, 21/04/2016]

την ONE είναι στο προσκήνιο, λειτουργούν ως αποτρεπτικοί παράγοντες για τους ξένους επενδυτές.

2) Υψηλή φορολογία - Εστιάζοντας στο διάστημα από το 2008 έως σήμερα, δηλαδή σε περίοδο οικονομικής κρίσης, μεταξύ των μέτρων που έχουν παρθεί για την εισροή χρημάτων στα Δημόσια ταμεία είναι η υψηλή φορολογία. Ειδικότερα για τις επιχειρήσεις, η συνολική φορολογική επιβάρυνση φθάνει σχεδόν το 52% των εσόδων τους⁶. Η υψηλή φορολογία (29%) σε συνδυασμό με την ύφεση, την έλλειψη ρευστότητας και τα εμπόδια που δημιουργούν οι κεφαλαιακοί έλεγχοι, διαμορφώνουν περιβάλλον ασφυξίας για τις επιχειρήσεις, οι οποίες αναγκάζονται να βάλουν λουκέτο ή να μεταφέρουν τις δραστηριότητές τους στο εξωτερικό με σκοπό την βιωσιμότητά τους, ενώ λειτουργούν ως περιορισμός για τους ξένους επενδυτές. Χαρακτηριστικά, ενώ σε άλλες χώρες της Ευρώπης π.χ. Ιρλανδία και Ιταλία, γίνεται προσπάθεια για να μειωθούν οι φορολογικές συντελεστές και να δοθούν κίνητρα για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, στην Ελλάδα, από το 2011 μέχρι σήμερα, έχει αυξηθεί ο εταιρικός φόρος κατά 45%⁷. Επίσης, οι εργοδοτικές ασφαλιστικές εισφορές (24,6%) είναι περίπου 10% υψηλότερες από τον μέσο όρο των γειτονικών χωρών, ενώ και ο ΦΠΑ είναι 3% υψηλότερος από τον μέσο όρο των βαλκανικών και γειτονικών χωρών⁸.

Με υψηλούς φόρους έχουν επιβαρυνθεί και οι πολίτες, ενώ υπάρχει μείωση των μισθών και συντάξεων και έχουν καταργηθεί επιδόματα. Κατά συνέπεια, υπάρχει μεγάλη μείωση του εισοδήματος άρα και χαμηλή αγοραστική δύναμη.

3) Μακροοικονομική αστάθεια - Σε ότι αφορά το ΑΕΠ, σύμφωνα με την Eurostat, το 1^ο τρίμηνο του 2014, το δημόσιο χρέος της Ελλάδος έφτασε το

⁶ «ΕΒΕΑ: Το φορολογικό διώχνει τις εταιρείες από την Ελλάδα» (30/03/2016), <http://www.protothema.gr/economy/article/565866/evea-to-forologiko-diohnei-tis-etairies-apo-tin-ellada/>[πρόσβαση, 21/04/2016]

⁷ «Πρωταθλήτρια η Ελλάδα στη φορολόγηση των επιχειρήσεων!» <http://allanea.gr/prwtathlitria-i-ellada-sti-forologisi-twn-epixeirisewn/>[πρόσβαση, 21/04/2016]

⁸ «ΕΒΕΑ: Το φορολογικό διώχνει τις εταιρείες από την Ελλάδα» (30/03/2016), <http://www.protothema.gr/economy/article/565866/evea-to-forologiko-diohnei-tis-etairies-apo-tin-ellada/>[πρόσβαση, 21/04/2016]

174,1% του ΑΕΠ⁹. Σε σχέση με το 4^ο τρίμηνο του 2013, υπήρξε μείωση κατά 1%, ενώ σε σχέση με το 1^ο τρίμηνο του 2013, υπήρξε αύξηση κατά 13,5%¹⁰. Μάλιστα, από το 174,1% του ΑΕΠ, το 131,3% είναι δάνεια και το 42,4% άλλοι τίτλοι, ενώ σε αριθμούς, το ελληνικό χρέος υποχώρησε στα 314,8 δισ. ευρώ, από 318,7 δισ. ευρώ που ήταν το 4^ο τρίμηνο του 2013¹¹. Μάλιστα είναι χαρακτηριστικό ότι σύμφωνα με την Κοινοτική Στατιστική υπηρεσία, το 1^ο τρίμηνο του 2014 η Ελλάδα είχε το υψηλότερο χρέος στην Ε.Ε¹². Φτάνοντας στο 2015, το ΑΕΠ συρρικνώθηκε -1,83% το 2^ο εξάμηνο 2015 από +0,82% το 1^ο εξάμηνο 2015¹³. Για το σύνολο του 2015 η ετήσια μεταβολή του ΑΕΠ ήταν -0,55%, ενώ γενικά η τελευταία μεταβολή οφείλεται στην μείωση της εγχώριας ζήτησης και στην υψηλή μείωση των εισαγωγών σε σχέση με τις εξαγωγές¹⁴.

Όσον αφορά τον πληθωρισμό εξακολουθεί να υπερβαίνει το μέσο όρο της Ευρωζώνης. Συγκεκριμένα, το 2015 ανήλθε στο -1,7%¹⁵. Θετική εξέλιξη υπήρξε τον Φεβρουάριο του 2016 καθώς ο πληθωρισμός διαμορφώθηκε στο 0,1%, ενώ ένα χρόνο πριν ήταν -1,9%¹⁶

⁹ «Το πρώτο τρίμηνο του 2014 -Eurostat: Στο 174,1% του ΑΕΠ το δημόσιο χρέος της Ελλάδας», (22/07/2014), <http://www.protothema.gr/economy/article/397073/eurostat-sto-1741-tou-aep-to-dimosio-hreos-tis-elladas/>[πρόσβαση, 21/04/2016]

¹⁰ «Το πρώτο τρίμηνο του 2014 -Eurostat: Στο 174,1% του ΑΕΠ το δημόσιο χρέος της Ελλάδας», (22/07/2014), <http://www.protothema.gr/economy/article/397073/eurostat-sto-1741-tou-aep-to-dimosio-hreos-tis-elladas/>[πρόσβαση, 21/04/2016]

¹¹ «Το πρώτο τρίμηνο του 2014 -Eurostat: Στο 174,1% του ΑΕΠ το δημόσιο χρέος της Ελλάδας», (22/07/2014), <http://www.protothema.gr/economy/article/397073/eurostat-sto-1741-tou-aep-to-dimosio-hreos-tis-elladas/>[πρόσβαση, 21/04/2016]

¹² «Το πρώτο τρίμηνο του 2014 -Eurostat: Στο 174,1% του ΑΕΠ το δημόσιο χρέος της Ελλάδας», (22/07/2014), <http://www.protothema.gr/economy/article/397073/eurostat-sto-1741-tou-aep-to-dimosio-hreos-tis-elladas/>[πρόσβαση, 21/04/2016]

¹³ «Eurobank: Συρρίκνωση του ΑΕΠ το β' εξάμηνο του 2015»(26/02/2016), http://www.ethnos.gr/oikonomia/arthro/eurobank_syrriknosi_tou_aep_to_b_eksamino_tou_2015-64337027/ [πρόσβαση, 21/04/2016]

¹⁴ Eurobank: Συρρίκνωση του ΑΕΠ το β' εξάμηνο του 2015»(26/02/2016), http://www.ethnos.gr/oikonomia/arthro/eurobank_syrriknosi_tou_aep_to_b_eksamino_tou_2015-64337027/ [πρόσβαση, 21/04/2016]

¹⁵ «ΓΙΑ ΤΡΙΤΟ ΣΥΝΕΧΟΜΕΝΟ ΕΤΟΣ ΑΠΟΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ- Στο -1,7% ο πληθωρισμός το 2015»(13/01/2016), <http://www.eleftheria.gr/οικονομία/item/100055-στο-1,7-ο-πληθωρισμός-το-2015.html>[πρόσβαση, 21/04/2016]

¹⁶ «Eurostat: Στο 0,1% ο πληθωρισμός το Φεβρουάριο του 2016 (17/03/2016), http://www.ethnos.gr/oikonomia/arthro/eurostat_sto_0_1_o_plithorismos_to_febrouario_tou_2016-64347680/[πρόσβαση, 21/04/2016]

Ακόμη, το υψηλό ποσοστό ανεργίας (26%) και το χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα με συνέπεια την χαμηλή τάση στην κατανάλωση, αποθαρρύνει τις επιχειρήσεις από την επένδυση στην Ελλάδα. Επίσης, συνεχίζονται να λαμβάνονται συνεχώς νέα μέτρα λιτότητας με αποτέλεσμα την περαιτέρω αύξηση της φορολογίας, την μείωση των κερδών των επιχειρήσεων και τη συρρίκνωση του εισοδήματος των νοικοκυριών.

Επίσης, οι συνεχείς μεταβολές στη φορολογική νομοθεσία, δεν ευνοούν την προσέλκυση ΑΞΕ καθώς εντείνουν το κλίμα αβεβαιότητας.

4) **Γραφειοκρατία** - Σύμφωνα με πρόσφατο άρθρο της New York Times, βασικό εμπόδιο στην οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδας αποτελεί η γραφειοκρατία, καθώς υπάρχουν πολλές και χρονοβόρες διαδικασίες για την έναρξη και λειτουργία μιας επιχείρησης¹⁷. Χαρακτηριστικά οι επιχειρηματίες πρέπει να περάσουν αρκετά στάδια για να ξεκινήσει η λειτουργία της επιχείρησής τους σε χρονικό περιθώριο που περνά τον ένα (1) μήνα κατά μέσο όρο, ενώ το κόστος είναι υψηλό.

5) **Διαφθορά** - Κατά καιρούς εντοπίζεται κατάχρηση της δημόσιας εξουσίας για ιδιωτικά οφέλη (π.χ. υπεξαίρεση δημόσιου χρήματος, ανταποδώσεις σε δημόσιες συμβάσεις, δωροδοκία δημοσίων υπαλλήλων).

6) **Τεχνολογικοί παράγοντες** - Βασικό αντικίνητρο για την ανάπτυξη ΑΞΕ στην Ελλάδα είναι το χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης τεχνολογίας. Συγκεκριμένα, για το 2014, οι δαπάνες για Ε & Α, ως ποσοστό του ΑΕΠ, ανήλθαν στο 0,84% , σημειώνοντας μικρή αύξηση σε σχέση με τα προηγούμενα έτη (0,81% το 2013 και 0,70% το 2012), ενώ ο μέσος όρος στην Ευρώπη είναι 2%¹⁸. Επομένως η Ελλάδα εμφανίζει υστέρηση. Τα τελικά στατιστικά στοιχεία του Εθνικού Κέντρου Τεκμηρίωσης (ΕΚΤ) στο Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών, αναφέρουν ότι το 2014 δαπανήθηκαν για Ε&Α στην Ελλάδα 1.488,7 εκατ. ευρώ, ποσό που κατατάσσει

¹⁷ «New York Times: Γραφειοκρατία και διαφθορά εμποδίζουν την ανάπτυξη στην Ελλάδα» (18/02/2015), <http://www.newsbomb.gr/oikonomia/news/story/558157/new-york-times-grafeiokratia-kai-diafthora-empodizoyn-tin-anaptyxi-stin-ellada> [πρόσβαση, 21/04/2016]

¹⁸ «Στο 0,84% του ΑΕΠ οι δαπάνες για Έρευνα και Ανάπτυξη στην Ελλάδα το 2014»(23/04/2016), <http://www.capital.gr/story/3121303> [πρόσβαση 23/04/2016]

την χώρα στην 22η θέση μεταξύ των 28 χωρών της ΕΕ¹⁹. Μάλιστα ως πρωτοπόρες εμφανίζονται σκανδιναβικές χώρες όπως η Φιλανδία (3,17%), η Σουηδία (3,16%) και η Δανία (3,05%)²⁰.

7) Υψηλό κόστος ενέργειας - Είναι χαρακτηριστικό ότι τα τελευταία χρόνια το υψηλό κόστος ενέργειας «χτυπά» τις ελληνικές βιομηχανίες, οι οποίες έχουν αναγκαστεί είτε σε κλείσιμο είτε σε μεταφορά των δραστηριοτήτων τους σε άλλες χώρες. Μάλιστα τα πρόσφατα μέτρα που αφορούν τη μείωση του κόστους δεν έχουν αποδώσει²¹.

¹⁹ «Στο 0,84% του ΑΕΠ οι δαπάνες για Έρευνα και Ανάπτυξη στην Ελλάδα το 2014»(23/04/2016), <http://www.capital.gr/story/3121303> [πρόσβαση 23/04/2016]

²⁰ «Στο 0,84% του ΑΕΠ οι δαπάνες για Έρευνα και Ανάπτυξη στην Ελλάδα το 2014»(23/04/2016), <http://www.capital.gr/story/3121303> [πρόσβαση 23/04/2016]

²¹ «Επιχειρήσεις: Τα νέα για το μέλλον της οικονομίας δεν είναι ενθαρρυντικά» (20/04/2016), <http://www.skai.gr/news/finance/article/313025/epiheiriseis-ta-nea-gia-to-mellon-tis-oikonomias-den-einai-entharrudika/>[πρόσβαση 23/04/2016]

Κεφάλαιο 8

Η ελληνική επενδυτική δραστηριότητα στα Βαλκάνια

8.1 Τα νέα δεδομένα στις χώρες των Βαλκανίων

Η πτώση των Σοσιαλιστικών καθεστώτων Σοβιετικού τύπου στις Βαλκανικές χώρες θεωρήθηκε θετική από τη Δυτική Ευρώπη, ενώ κατά την περίοδο μετάβασης αυτών των χωρών στη δυτικού τύπου Δημοκρατία, βρέθηκαν να αντιμετωπίσουν την νέα κατάσταση έχοντας ένα πολύ χαμηλό επίπεδο διαβίωσης και έλλειψη υποδομών.

Οι νέες συνθήκες βρίσκουν την Ελλάδα σε ισχυρή θέση καθώς είναι μέλος της Ε.Ε. Επομένως, πολλές Ελληνικές ΠΕ αναζήτησαν ευκαιρίες ανάπτυξης στις αγορές των Βαλκανίων, με αποτέλεσμα η Ελλάδα κατατάσσεται στη 1^η θέση μεταξύ των χωρών της Ε.Ε. σε ότι αφορά τις επενδύσεις στις Βαλκανικές χώρες. Μάλιστα οι Ελληνικές επιχειρήσεις επενδύουν σε περισσότερες από μία χώρες των Βαλκανίων, καθώς έχουν εντοπίσει αρκετές ευκαιρίες ανάπτυξης και κερδοφορίας.

Σύμφωνα με έκθεση των κ.κ. Αρ. Μπιτζένη και Β. Βλάχου για το Πανεπιστήμιο της Columbia, μέχρι την πτώση των σοσιαλιστικών οικονομιών στη Νοτιοανατολική Ευρώπη (δηλαδή στις χώρες της Βαλκανικής: Αλβανία, Βοσνία και Ερζεγοβίνη, Βουλγαρία, Κροατία, Μολδαβία, Μαυροβούνιο, ΠΓΔΜ, Ρουμανία, Σερβία, Σλοβενία- την Κύπρο και την Τουρκία), την φιλελευθεροποίησή τους στα πλαίσια του ανοίγματος των συνόρων τους, και την ελαχιστοποίηση των περιορισμών στην διακίνηση κεφαλαίου και των εμπορικών συναλλαγών, υπήρχε χαμηλό ενδιαφέρον των ελληνικών επιχειρήσεων για ΑΞΕ σε αυτές τις χώρες²².

Μετά την κατάρρευση των οικονομιών του ανατολικού σοσιαλιστικού μπλοκ, το 1989 και τα επόμενα χρόνια, υπήρξε μία επιτυχή υιοθέτηση και εφαρμογή των κανόνων της ανοιχτής και ελεύθερης αγοράς, που οδήγησε στην αύξηση του ενδιαφέροντος των ελληνικών επιχειρήσεων για την ανάληψη ΑΞΕ στα Βαλκάνια, καθώς πλέον είχε διαμορφωθεί πρόσφορο έδαφος για την δραστηριοποίησή τους²³. Μάλιστα, οι πρώτες ροές ΑΞΕ από την Ελλάδα αφορούσαν τον δευτερογενή τομέα καθώς οι ελληνικές επιχειρήσεις επέκτειναν τις δραστηριότητές τους σε χώρες των Βαλκανίων, με κύριο σκοπό τη μείωση του κόστους παραγωγής²⁴. Στη συνέχεια, το μεγαλύτερο μέρος των ροών κατευθύνθηκε προς τον τομέα των υπηρεσιών²⁵.

Χαρακτηριστικά, με στοιχεία της UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development), το απόθεμα των ΑΞΕ από την Ελλάδα αυξήθηκε εντυπωσιακά από US\$ 2,9 δισ. το 1990, σε US\$ 6,1 δισ. το 2000, για να καταλήξει το 2009, σε

²² Μπιτζένη Αρ., Βλάχος Β. (28/06/2011), «Η «απόβαση» των Ελλήνων στα Βαλκάνια» <http://www.euro2day.gr/specials/opinions/article/645101/h-apovash-ton-ellhnon-sta-valkania.html> [πρόσβαση 09/01/2016]

²³ Μπιτζένη Αρ., Βλάχος Β. (28/06/2011), «Η «απόβαση» των Ελλήνων στα Βαλκάνια» <http://www.euro2day.gr/specials/opinions/article/645101/h-apovash-ton-ellhnon-sta-valkania.html> [πρόσβαση 09/01/2016]

²⁴ Μπιτζένη Αρ., Βλάχος Β. (28/06/2011), «Η «απόβαση» των Ελλήνων στα Βαλκάνια» <http://www.euro2day.gr/specials/opinions/article/645101/h-apovash-ton-ellhnon-sta-valkania.html> [πρόσβαση 09/01/2016]

²⁵ Μπιτζένη Αρ., Βλάχος Β. (28/06/2011), «Η «απόβαση» των Ελλήνων στα Βαλκάνια» <http://www.euro2day.gr/specials/opinions/article/645101/h-apovash-ton-ellhnon-sta-valkania.html> [πρόσβαση 09/01/2016]

US\$ 40,4 δισ.²⁶ Επίσης, σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat, το 2009, το 67% των ΑΞΕ από την Ελλάδα πραγματοποιούνται σε χώρες της ΝΑΕ, ενώ είναι χαρακτηριστικό ότι πάνω από US\$ 20 δισ. επενδύθηκαν στις χώρες: Αλβανία, Βουλγαρία, ΠΓΔΜ, Ρουμανία, Σερβία, Κύπρος και Τουρκία²⁷.

8.2 Η δράση των ελληνικών επιχειρήσεων στα Βαλκάνια

Σύμφωνα με τα παραπάνω η 10ετία του 1990 σηματοδοτεί, για την περιοχή της Ν.Α. Ευρώπης, μια εποχή ριζικών πολιτικών και κοινωνικών αλλαγών, ενώ η Δυτική Ευρώπη, υποδέχεται τις μεταβολές στο πολιτειακό σύστημα των κρατών στη Βαλκανική, θετικά. Επίσης, κάθε χώρα των Βαλκανίων, στην πορεία της στην νέα εποχή, ακολούθησε τη δική της διαδρομή, η οποία ήταν σύμφωνη με την αποδοχή της κοινωνίας της να δεχθεί και να συμβάλει στις αλλαγές που έπρεπε να πραγματοποιηθούν, ενώ σημαντικό ρόλο στην προσαρμογή στα νέα δεδομένα, έπαιξε το σημείο στο οποίο βρισκόταν η ανάπτυξη και η οικονομία της στη φάση της μετάβασης.

Όσον αφορά τη δράση των Ελληνικών επιχειρήσεων στα Βαλκάνια εντοπίσαμε τα ακόλουθα στοιχεία:

- **Βουλγαρία** - Η Βουλγαρία βρίσκεται 1η στις προτιμήσεις των Ελλήνων επιχειρηματιών. Μάλιστα τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί η ίδρυση ή μετακίνηση εδρών των Ελληνικών επιχειρήσεων από τη Β. Ελλάδα, φτάνοντας το 2011 να έχουν συσταθεί 880 επιχειρήσεις με έδρα το Blagoevgrad²⁸. Επίσης, σύμφωνα με

²⁶ Μπιτζένη Αρ., Βλάχος Β. (28/06/2011), «Η «απόβαση» των Ελλήνων στα Βαλκάνια» <http://www.euro2day.gr/specials/opinions/article/645101/h-apovash-ton-ellhnon-sta-valkania.html> [πρόσβαση 09/01/2016]

²⁷ Μπιτζένη Αρ., Βλάχος Β. (28/06/2011), «Η «απόβαση» των Ελλήνων στα Βαλκάνια» <http://www.euro2day.gr/specials/opinions/article/645101/h-apovash-ton-ellhnon-sta-valkania.html> [πρόσβαση 09/01/2016]

²⁸ «Μεταναστεύουν οι ελληνικές επιχειρήσεις - Επιχειρηματική Δραστηριότητα στα Βαλκάνια» (06/06/2012), <http://www.epixeiro.gr/%CE%B5%CE%B9%CE%B4%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82/%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B4%CF%81%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%B9%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%B1-%CE%B2%CE%B1%CE%BB%CE%BA%CE%AC%CE%BD%CE%B9%CE%B1/3591-%CE%9C%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B5%CF%8D%CE%BF%CF%85>

τα στοιχεία της Κεντρικής Τράπεζας της Βουλγαρίας (BNB) σχετικά με τις ΑΞΕ, το 2μηνο Ιανουαρίου-Φεβρουαρίου 2013, οι Έλληνες επένδυσαν 9,4 εκατ. ευρώ²⁹. Επίσης, σύμφωνα με την ετήσια έκθεση του γραφείου Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων της Ελληνικής Πρεσβείας στη Σόφια, για το έτος 2014, η Ελλάδα βρίσκεται στην 3^η θέση στην κατάταξη των ξένων επενδύσεων στη Βουλγαρία, πίσω από την Αυστρία και την Ολλανδία, με συνολικές επενδύσεις στο τέλος του 2014 ύψους 2,49 δισ. ευρώ (έναντι σχεδόν 2,58 δισ. ευρώ το 2013 και 2,75 δισ. ευρώ το 2012)³⁰.

- **Αλβανία** - Η Ελλάδα αποτελεί τον κύριο ξένο επενδυτή στην Αλβανία, καταλαμβάνοντας σταθερά την 1^η θέση, από το 2007 έως το 2013 ³¹. Συγκεκριμένα, πολλές Ελληνικές επιχειρήσεις έχουν αναζητήσει διέξοδο από τη κρίση που επικρατεί στην Ελλάδα, στη γειτονική Αλβανία, φτάνοντας να δραστηριοποιούνται περισσότερες από 370 επιχειρήσεις Ελληνικών συμφερόντων με έδρα κυρίως τα Τίρανα και τη Κορυτσά³².

- **ΠΓΔΜ** - Παρά το μεγάλο πρόβλημα του ονόματος, σύμφωνα με τα στοιχεία του γραφείου Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων (ΟΕΥ) της χώρας μας στα

[%CE%BD-%CE%BF%CE%B9-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82](#)

[πρόσβαση 09/01/2016]

²⁹ «Πρώτη σε επενδύσεις στη Βουλγαρία η Ελλάδα» (02/05/2013), <http://www.kathimerini.gr/487192/article/oikonomia/epixeirhseis/prwth-se-ependyseis-sth-voylgaria-h-ellada>

[πρόσβαση 12/01/2016]

³⁰ «Τρίτη η Ελλάδα στις ξένες επενδύσεις στη Βουλγαρία» (27/10/2015), <http://www.naftemporiki.gr/finance/story/1022741> [πρόσβαση 12/01/2016]

³¹ «Σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Αλβανίας: Η Ελλάδα είναι ο υπ' αριθμόν 1 επενδυτής στην Αλβανία», (10/10/2014), <http://www.protothema.gr/economy/article/417288/ellada-albania/> [πρόσβαση 12/01/2016]

³² «Μεταναστεύουν οι ελληνικές επιχειρήσεις - Επιχειρηματική Δραστηριότητα στα Βαλκάνια» (06/06/2012),

<http://www.epixeiro.gr/%CE%B5%CE%B9%CE%B4%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82/%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B4%CF%81%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%B9%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%B1-%CE%B2%CE%B1%CE%BB%CE%BA%CE%AC%CE%BD%CE%B9%CE%B1/3591-%CE%9C%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B5%CF%8D%CE%BF%CF%85%CE%BD-%CE%BF%CE%B9-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82>

[%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82](#)

[%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82](#)

[%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82](#)

[%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82](#)

[πρόσβαση 09/01/2016]

Σκόπια, το 2013 η Ελλάδα καταλαμβάνει την 1^η θέση στην κατάταξη των μεγαλύτερων ξένων επενδυτών στην ΠΓΔΜ³³. Χαρακτηριστικά, το 2013, το ύψος των ελληνικών επενδύσεων στην ΠΓΔΜ ανήλθε μεταξύ 900 εκατ. ευρώ και 1 δισ. ευρώ³⁴.

• **Ρουμανία** - Σύμφωνα με το Εμπορικό Μητρώο Ρουμανίας (ONRC) εντός του 2013, ιδρύθηκαν 323 νέες εταιρίες ελληνικών συμφερόντων στη Ρουμανία³⁵. Χαρακτηριστικά, σημαντικές ελληνικές επενδύσεις καλύπτουν ένα μεγάλο μέρος των οικονομικών δραστηριοτήτων της Ρουμανίας, στην οποία υπάρχει σημαντική επενδυτική παρουσία στον τομέα των τηλεπικοινωνιών με την COSMOTE, στον κλάδο τροφίμων και ποτών με τις εταιρείες COCA COLA HBC, CHIPITA, IFANTIS, KARAMOLEGOS, OLYMPOS, κ.ά., στον τομέα του λιανεμπορίου με τις εταιρείες JUMPO, MARINOPOULOS, κ.ά.³⁶.

8.3 Για ποιους λόγους επενδύουν οι ελληνικές επιχειρήσεις στα Βαλκάνια

Οι λόγοι που καθιστούν ελκυστικές τις αγορές των Βαλκανίων για τις Ελληνικές ΠΕ είναι οι ακόλουθοι:

• **Τα Βαλκάνια προσφέρουν στις Ελληνικές ΠΕ μία τελείως νέα αγορά** - Πολλές Ελληνικές ΠΕ που αναζητούν ευκαιρίες ανάπτυξης των δραστηριοτήτων τους σε ξένες αγορές (κυνηγοί αγοράς) θεωρούν σημαντικό το μέγεθος της αγοράς των Βαλκανίων (Μπιτζένης, 2009). Συγκεκριμένα, πρόκειται για μία μεγάλη αγορά πληθυσμού 130 εκ. κατοίκων, με προοπτικές ανάπτυξης εξαιτίας κυρίως

³³ Διαμαντίδης Δ. (04/03/2013), «Πρώτη σε επενδύσεις στα Σκόπια η Ελλάδα», <http://www.newsonly.gr/article.asp?catid=36808&subid=2&pubid=129314987> [πρόσβαση 12/01/2016]

³⁴ Διαμαντίδης Δ. (04/03/2013), «Πρώτη σε επενδύσεις στα Σκόπια η Ελλάδα», <http://www.newsonly.gr/article.asp?catid=36808&subid=2&pubid=129314987> [πρόσβαση 12/01/2016]

³⁵ «Οι Έλληνες «ψηφίζουν» Ρουμανία για επενδύσεις» (17/11/2014), <http://www.fortunegreece.com/article/ellines-psifizou-roumania-gia-ependisis/> [πρόσβαση 12/01/2016]

³⁶ FORTUNEGREECE.COM (17/11/2014), «Οι Έλληνες «ψηφίζουν» Ρουμανία για επενδύσεις - Η Ρουμανία είναι πιθανότατα 1η ή 2η χώρα αποδέκτης ελληνικών επενδύσεων, σε παγκόσμια κλίμακα», <http://www.fortunegreece.com/article/ellines-psifizou-roumania-gia-ependisis/> [πρόσβαση 09/01/2016]

της έλλειψης καταναλωτικών προϊόντων και υποδομών³⁷. Χαρακτηριστικά, το βιοτικό επίπεδο των κατοίκων αυτών των χωρών άρχισε σταδιακά να ανεβαίνει, επομένως αυξήθηκε η ζήτηση καταναλωτικών προϊόντων καθώς και η ανάγκη βελτίωσης των υποδομών. Πρόκειται λοιπόν για ένα ευνοϊκό κλίμα για τις Ελληνικές ΠΕ που παράγουν καταναλωτικά προϊόντα, ασχολούνται με τις τηλεπικοινωνίες ή τις κατασκευές. Επίσης, πρόσφορο έδαφος για την επέκταση και ανάπτυξη των δραστηριοτήτων τους βρήκαν και πολλές Ελληνικές τράπεζες λόγω του μη οργανωμένου χρηματοπιστωτικού συστήματος αυτών των χωρών ³⁸.

• **Η νέα αγορά βρίσκεται πολύ κοντά στην Ελλάδα** – Η νέα αγορά «γειτονεύει» με την Ελλάδα. Ειδικότερα, η γεωγραφική εγγύτητα της Ελλάδας με τις υπόλοιπες χώρες των Βαλκανίων αποτέλεσε σημαντικό παράγοντα για τις Ελληνικές επιχειρήσεις «κυνηγούς τοποθεσίας», στην επιλογή της χώρας που θα επενδύσουν καθώς τους δίνεται καταρχάς η δυνατότητα μείωσης του κόστους μεταφορών (Μπιτζένης, 2009).

Επίσης, οι γειτονικές χώρες της Ελλάδας μπορεί να λειτουργήσουν για της Ελληνικές ΠΕ, ως στρατηγικά σημεία (χώρες – γέφυρες) για την υλοποίηση εξαγωγών προς μεγάλες αγορές της Ευρώπης όπως την Γερμανία και την Αγγλία.

• **Έλλειψη έντονου τοπικού ανταγωνισμού** – Πρόκειται για μία σημαντική ευκαιρία που προσφέρεται στις Ελληνικές επιχειρήσεις οι οποίες δέχονται τις πιέσεις του έντονου ανταγωνισμού που επικρατεί στην εγχώρια αγορά και φτάνουν στο σημείο να χάνουν μερίδια αγοράς. Προκειμένου λοιπόν να αντικαταστήσουν το χαμένο μερίδιο αγοράς προχωρούν σε ΑΞΕ στις Βαλκανικές αγορές (στρατηγικοί κυνηγοί αγοράς) στις οποίες δεν υπάρχει έντονος τοπικός ανταγωνισμός και όπως προαναφέραμε υπάρχει τοπική ακόρεστη ζήτηση για προϊόντα (Μπιτζένης, 2009). Ακόμη, πολλές Ελληνικές ΠΕ εκμεταλλεύονται το γεγονός της μη ύπαρξης ουσιαστικού ανταγωνισμού στις γειτονικές Βαλκανικές

³⁷ Χατζάκος Λ. (2012), «Οι Αλλαγές στα Βαλκάνια χαμένες ελληνικές ευκαιρίες και προοπτική», <http://www.deropoli.com/?p=10854> [πρόσβαση 12/01/2016]

³⁸ Χατζάκος Λ. (17/10/2012), «Οι Αλλαγές στα Βαλκάνια χαμένες ελληνικές ευκαιρίες και προοπτική», <http://www.deropoli.com/?p=10854> [πρόσβαση 12/01/2016]

αγορές και διεισδύουν σ' αυτές αναζητώντας αποδοτικότητα. Χρησιμοποιούν λοιπόν τα πλεονεκτήματα ιδιοκτησίας που έχουν αναπτύξει στην εγχώρια αγορά (π.χ. τεχνολογία, καινοτομία, ισχυρό χαρτοφυλάκιο προϊόντων, φήμη, κ.ά.) και προσπαθούν να αποκτήσουν ηγετική θέση στην «νέα» αγορά. Συγκεκριμένα, με σκοπό την κάλυψη των τοπικών αναγκών, είτε προσφέρουν το υπάρχον προϊόν διαφοροποιημένο, είτε παράγουν νέα προϊόντα σύμφωνα με τις τοπικές ανάγκες και προτιμήσεις.

• **Πρόσβαση σε φθηνούς πλουτοπαραγωγικούς πόρους** - Η μείωση του λειτουργικού κόστους είναι ένα θέμα που ενδιαφέρει ιδιαίτερα τις ελληνικές επιχειρήσεις λόγω της οικονομικής κρίσης. Πολλές χώρες των Βαλκανίων διαθέτουν φυσικούς πόρους όπως ενέργεια, πετρέλαιο, φυσικό αέριο, ορυκτά (σίδηρο, χαλκό, βωξίτη, κ.ά.), επομένως οι Έλληνες επιχειρηματίες μπορεί να επιτύχουν χαμηλό κόστος στην προμήθεια πρώτων υλών, καθώς και στη χρήση πηγών ενέργειας για τις εγκαταστάσεις τους. Για παράδειγμα η Βουλγαρία παράγει και εξάγει ηλεκτρικό ρεύμα, κυρίως μέσω των πυρηνικών εργοστασίων της, ενώ διαθέτει ορυκτό πλούτο όπως χαλκό, ψευδάργυρο, βωξίτη, κ.ά.³⁹. Επίσης, η Ρουμανία είναι πλούσια σε ενεργειακές πηγές που την καλύπτουν ενεργειακά, ενώ διαθέτει και ορυκτό πλούτο μεταξύ των οποίων και βωξίτη που ενδιαφέρει ιδιαίτερα τις κατασκευαστικές εταιρείες⁴⁰. Μάλιστα η Ρουμανία εντάσσεται μεταξύ των κύριων προμηθευτών αλουμίνιας της Ευρώπης⁴¹.

Σημαντικό πλουτοπαραγωγικό πόρο αποτελεί και το φθηνό ανειδίκευτο ή μερικώς ειδικευμένο εργατικό δυναμικό το οποίο υπάρχει σε πληθώρα σ' αυτές τις χώρες. Για παράδειγμα, στην Βουλγαρία κυρίως κατά τα πρώτα έτη της εισόδου των ελληνικών επιχειρήσεων, δηλαδή μεταξύ 1989-1995, στις Ελληνικές επιχειρήσεις κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων και ματισμού το 90% των

³⁹ <http://www.camex.gr/gr/βουλγαρια> [πρόσβαση 09/01/2016]

⁴⁰

<http://www.livepedia.gr/index.php/%CE%A1%CE%BF%CF%85%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%AF%CE%B1%CE%BA%CF%81%CE%AC%CF%84%CE%BF%CF%82> [πρόσβαση 09/01/2016]

⁴¹ «Η αγορά αλουμινίου στην Ρουμανία», <http://www.agora.mfa.gr/agora/images/docs/romania/files/44.doc>, [πρόσβαση 09/01/2016]

εργαζομένων ήταν γυναίκες λόγω των κατώτατων δεξιοτήτων τους⁴². Ακόμη ο κατώτατος μισθός στην Βουλγαρία το 2014 κυμαίνεται στα €148⁴³. Επίσης, στην Ρουμανία, ο κατώτατος μισθός το 2014 ήταν μόλις στα 157 €⁴⁴.

• **Στις Βαλκανικές χώρες υπάρχει προσφορά φασόν παραγωγής που έχει ως βάση τη φθηνή ανειδίκευτη εργασία** (Μπιτζένης, 2009, σελ.241) - Είναι χαρακτηριστικό ότι κυρίως η Βόρεια Ελλάδα έχει ειδίκευση στη φασόν παραγωγή, επομένως πολλές Ελληνικές επιχειρήσεις εξαιτίας κυρίως του φθηνού κόστους εργασίας μετέφεραν την παραγωγική τους δραστηριότητα σε χώρες όπως: Βουλγαρία, Αλβανία και Σκόπια. Χαρακτηριστικά στη Βουλγαρία δραστηριοποιούνται περίπου 200 έως 300 Ελληνικές κλωστοϋφαντουργίες που απασχολούν σχεδόν τους διπλάσιους εργαζόμενους από ότι θα απασχολούσαν στην Ελλάδα, όμως σημειώνουν αύξηση των κερδών τους λόγω των συγκριτικά χαμηλότερων μισθών που ισχύουν στην Βουλγαρία⁴⁵.

• **Ευνοϊκές εμπορικές συμφωνίες** - Αφορά τη χαμηλή φορολόγηση, τις φοροαπαλλαγές, την έλλειψη δασμών, κ.ά., στοιχεία τα οποία έχουν προσελκύσει το ενδιαφέρον των Ελλήνων επιχειρηματιών περισσότερο τα τελευταία χρόνια εξαιτίας της οικονομικής κρίσης. Για παράδειγμα, στην Βουλγαρία η φορολογία

⁴² Μπιτζένης Α. (2013), «Οι Ελληνικές επενδύσεις στα Βαλκάνια», <http://www.epistimonikomarketing.gr/oi-ellinikes-ependuseis-sta-balkania/> [πρόσβαση 09/01/2016]

⁴³ «Οι βασικοί μισθοί στην Ε.Ε.- Στις τελευταίες θέσεις η Ελλάδα» (12/05/2014), <http://ysterografonews.gr/%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%B1/2460-%CE%BF%CE%B9-%CE%B2%CE%B1%CF%83%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%AF-%CE%BC%CE%B9%CF%83%CE%B8%CE%BF%CE%AF-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5-%CE%B5-%CF%83%CF%84%CE%B9%CF%82-%CF%84%CE%B5%CE%BB%CE%B5%CF%85%CF%84%CE%B1%CE%AF%CE%B5%CF%82-%CE%B8%CE%AD%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CE%B7-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1.html> [πρόσβαση 09/01/2016]

⁴⁴ «Οι βασικοί μισθοί στην Ε.Ε.- Στις τελευταίες θέσεις η Ελλάδα» (12/05/2014), <http://ysterografonews.gr/%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%B1/2460-%CE%BF%CE%B9-%CE%B2%CE%B1%CF%83%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%AF-%CE%BC%CE%B9%CF%83%CE%B8%CE%BF%CE%AF-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5-%CE%B5-%CF%83%CF%84%CE%B9%CF%82-%CF%84%CE%B5%CE%BB%CE%B5%CF%85%CF%84%CE%B1%CE%AF%CE%B5%CF%82-%CE%B8%CE%AD%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CE%B7-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1.html> [πρόσβαση 09/01/2016]

⁴⁵ «Οι Ελληνικές Επενδύσεις στα Βαλκάνια», Τεύχος: Νοέμβριος 2005, <http://www.epistimonikomarketing.gr/oi-ellinikes-ependuseis-sta-balkania/> [πρόσβαση 03/01/2016]

που εφαρμόζεται στα επιχειρηματικά κέρδη ανέρχεται στο 10%, ποσοστό που θεωρείται από τα χαμηλότερα της Ε.Ε.⁴⁶.

• **Μειωμένο ενδιαφέρον των Δυτικών επενδυτών για τα Βαλκάνια:** Οι Δυτικοί επενδυτές δεν θεωρούν ελκυστικές της Βαλκανικές χώρες εξαιτίας κυρίως του φόβου επικείμενης πολιτικής αστάθειας αλλά και της απόστασης (Μπιτζένης, 2009). Ακόμη σημαντικοί παράγοντες είναι η ιδιότυπη κουλτούρα, ο έντονος εθνικισμός, η γραφειοκρατία, η διαφθορά και γενικότερα τα οργανωμένα οικονομικά συμφέροντα που δεν αντιμετωπίζουν με ιδιαίτερη χαρά τους ξένους επενδυτές. Αντίθετα, οι Έλληνες λόγω της γεωγραφικής εγγύτητας είναι γνώστες της κατάστασης και των φαινομένων που επικρατούν σ' αυτές τις χώρες (Μπιτζένης, 2009).

• **Έντονη παρουσία του Ελληνικού στοιχείου** – Είναι γεγονός ότι οι Έλληνες φοιτητές επιλέγουν τα Πανεπιστήμια κυρίως των χωρών της Βουλγαρίας, Σερβίας και Ρουμανίας, εξαιτίας των χαμηλών διδάκτρων, του οικονομικού κόστους διαβίωσης και της κοντινής απόστασης. Πρόκειται για έναν παράγοντα που έχει αξιοποιηθεί από Ελληνικές επιχειρήσεις εστίασης και τροφίμων (Μπιτζένης, 2009). Χαρακτηριστικά το 2013, στη Ρουμανία στην πόλη Ιάσιο φοιτούσαν περισσότεροι από 850 Έλληνες με κατεύθυνση κυρίως την Ιατρική, Οδοντιατρική και Φαρμακευτική, με το ετήσιο κόστος σπουδών να μην ξεπερνά τις €5.000 και το κόστος διαβίωσης να είναι το 1/3 από την Ελλάδα⁴⁷. Επίσης, ενδεικτικά στην Βουλγαρία, στο Πανεπιστήμιο του Pleven το κόστος σε Αγγλόφωνο τμήμα Ιατρικής ανέρχεται στα €5500/έτος⁴⁸.

• **Η πραγματοποίηση αποκρατικοποιήσεων προσφέρει κίνητρα στις ελληνικές ΠΕ** - Οι χώρες των Βαλκανίων προχωρούν στην ιδιωτικοποίηση κρατικών ζημιολόγων επιχειρήσεων προσπαθώντας είτε να μειώσουν το δημόσιο χρέος τους, είτε να χρηματοδοτήσουν τις επενδύσεις, να τονίσουν την

⁴⁶ <http://www.camex.gr/gr/βουλγαρια> [πρόσβαση 03/01/2016]

⁴⁷ «Πρωταθλητές οι Έλληνες φοιτητές στα εκτός συνόρων Πανεπιστήμια (05/09/2013), http://www.express.gr/afieroma/panelladikes_2011/726916oz_20130905726916.php3 [πρόσβαση 12/01/2016]

⁴⁸ «Μάθετε για τις σπουδές στη Βουλγαρία» (27/08/2013) <http://www.news.gr/ellada/ekpaidefsh/article/90911/mathete-gia-tis-spyodes-sth-voylgaria.html> [πρόσβαση 09/01/2016]

ανταγωνιστικότητα και να αυξήσουν την παραγωγικότητα (Χαζάκης, 2000). Σίγουρα αποτέλεσε ένα δύσκολο εγχείρημα γι' αυτές τις χώρες λόγω της έλλειψης οργανωτικών και θεσμικών βάσεων, των ιδιαίτερων κοινωνικών αντιλήψεων και φυσικά των οργανωμένων οικονομικών συμφερόντων. (Χαζάκης, 2000). Παρόλο όμως των καθυστερήσεων που υπήρξαν σε πολλές περιπτώσεις, μέσω της συγκεκριμένης διαδικασίας πολλές Ελληνικές ΠΕ εισήλθαν σ' αυτές τις χώρες αποκτώντας μεγάλα μερίδια αγοράς (Μπιτζένης, 2009).

● **Πολιτισμική εγγύτητα** - Εδώ θα επικεντρωθούμε στο θέμα της θρησκείας. Συγκεκριμένα στη Ρουμανία, το καθεστώς Τσαουσέσκου είχε περιορίσει τις θρησκευτικές ελευθερίες των πολιτών, ενώ το Σύνταγμα του 1991 αναγνωρίζει επίσημα την ανεξιθρησκία χωρίς όμως να ανακηρύσσει επίσημη θρησκεία του κράτους, ενώ η πλειοψηφία των κατοίκων –περίπου 70%- είναι χριστιανοί ορθόδοξοι⁴⁹. Ακόμη, ως λαός είμαστε πολύ δεμένοι με τους Σέρβους λόγω της ίδιας θρησκείας, ενώ είναι χαρακτηριστικό ότι οι Σέρβοι μας θεωρούν «αδέρφια». Επίσης, στην γειτονική Βουλγαρία το Σύνταγμα του 1991 κατοχυρώνει την ανεξιθρησκία, χωρίς να αναγνωρίζει καμία θρησκεία ως επίσημη θρησκεία του κράτους, όμως το 83% του πληθυσμού είναι Χριστιανοί ορθόδοξοι⁵⁰.

● **Ευκαιρία απόκτησης φθηνής γης και πρόσβαση σε φθηνά ενοίκια επαγγελματικών χώρων** - Θεωρούμε ότι σημαντικό ρόλο στην απόφαση πολλών ελληνικών επιχειρήσεων για την ίδρυση θυγατρικών αποκλειστικής ιδιοκτησίας έχουν οι χαμηλές τιμές πώλησης οικοπέδων. Εντοπίσαμε στην έρευνά μας για την Βουλγαρία, ότι στη Σόφια οικόπεδο 12.000 τ.μ. πωλείται στα €120.000, δηλαδή €10/τ.μ., ενώ τα ενοίκια επαγγελματικών χώρων κυμαίνονται μεταξύ €150 και €350⁵¹.

⁴⁹

<http://www.livepedia.gr/index.php/%CE%A1%CE%BF%CF%85%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%AF%CE%B1%CE%BA%CF%81%CE%AC%CF%84%CE%BF%CF%82> [πρόσβαση 12/01/2016]

⁵⁰

<http://www.livepedia.gr/index.php/%CE%92%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%B3%CE%B1%CF%81%CE%AF%CE%B1%CE%BA%CF%81%CE%AC%CF%84%CE%BF%CF%82> [πρόσβαση 12/01/2016]

⁵¹ http://www.tospitimou.gr/main/properties_results.jsp?searchType=4&pageNumber=2 [πρόσβαση 03/01/2016]

Επίσης, στην Ρουμανία, υπάρχει ευνοϊκή φορολογία στην αγορά ακινήτων. Χαρακτηριστικά οι αγορές ακινήτων στην Ρουμανία φορολογούνται με μόλις 1% επί της αξίας⁵².

- **Πολιτική σταθερότητα και δείγματα οικονομικής ανάπτυξης** – Για παράδειγμα στην Βουλγαρία υπάρχει πολιτική σταθερότητα ενώ η Βουλγαρική οικονομία αναπτύσσεται σταθερά σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες των Βαλκανίων.

- **Η αύξηση της έντασης του ανταγωνισμού στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια λόγω της οικονομικής κρίσης** - Η οικονομική κρίση έχει πλήξει τις επιχειρήσεις ιδιαίτερα των καταναλωτικών προϊόντων και του κλάδου των κατασκευών. Επομένως, πολλές επιχειρήσεις επέλεξαν να μεταφέρουν την δραστηριότητά τους σε χώρες των Βαλκανίων σε μία προσπάθεια να εξασφαλίσουν τη βιωσιμότητά τους.

8.4 Μορφές ΑΞΕ που επιλέγουν οι ελληνικές ΠΕ για την δραστηριοποίηση τους στα Βαλκάνια

Σύμφωνα με την έρευνά μας οι κύριες μορφές ΑΞΕ που χρησιμοποιούν οι Ελληνικές ΠΕ για την διείσδυσή τους σε χώρες των Βαλκανίων είναι:

- **Εξαγορές** - Συναλλαγή μέσω της οποίας μία επιχείρηση αποκτά μέρος σε μία άλλη (π.χ. μετοχές) ή αποκτά το σύνολο μιας επιχείρησης, καταβάλλοντας χρηματικό αντάλλαγμα (Παπαδάκης, 2012)
- **Νέες ιδρύσεις** - Δημιουργία μιας νέας οντότητας, δηλαδή μίας νέας επιχείρησης εκ του μηδενός (Μπιτζένης, 2009).

⁵²«Επενδύσεις

στην

Ρουμανία»

<http://www.camex.gr/gr/%CF%81%CE%BF%CF%85%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CE%B1>
πρόσβαση 03/01/2016]

8.4.1 Παράδειγμα ΑΞΕ στα Βαλκάνια: Όμιλος EUROBANK

Ο Όμιλος Eurobank, κατά την περίοδο 2000-2007, κατάφερε να διεισδύσει σε έξι (6) χώρες με τράπεζες και άλλες χρηματοοικονομικές εταιρείες, μέσω εξαγορών και νέων ιδρύσεων.

Συγκεκριμένα, μέσω **Εξαγοράς** η Eurobank δραστηριοποιείται στις εξής χώρες:

- **Ρουμανία:** Το 2000, απέκτησε ποσοστό 19,25% στην Banc Post S.A. Ρουμανίας, ενώ μέχρι το 2003 πήρε τον πλειοψηφικό έλεγχο του μετοχικού κεφαλαίου της τράπεζας⁵³. Επίσης, το 2005, εξαγόρασε την εταιρεία Capital S.A.⁵⁴.

- **Βουλγαρία:** Το 2002 συμμετείχε με 43% στη Post Bank Βουλγαρίας, καθώς εξαγόρασε το 50% της Alico / CEH Balkan Holdings⁵⁵. Ακόμη, το 2004 προχώρησε σε εξαγορά και του υπόλοιπου 50% της Alico / CEH Balkan Holdings, άρα αύξησε τη συμμετοχή της στην Post Bank Βουλγαρίας σε 96,74%⁵⁶. Επίσης, το 2006 εξαγόρασε την DZI Bank Βουλγαρίας αποκτώντας το 90%⁵⁷. Η συγχώνευση της Post Bank και της DZI Bank ολοκληρώθηκε το 2007⁵⁸.

- **Σερβία:** Στις 11 Νοεμβρίου του 2002, απέκτησε ποσοστό 22,74% της Postbanka AD Σερβίας⁵⁹. Το 2003, είχε το 90,8% της Postbanka AD, ενώ η τράπεζα μετονομάστηκε σε EFG Eurobank AD Beograd⁶⁰. Ακόμα, τον Φεβρουάριο του 2007, εξαγόρασε μετοχές και συγκεκριμένα το 74,16% του μετοχικού κεφαλαίου της χρηματιστηριακής εταιρείας Prospera Securities AD Beograd⁶¹. Επίσης, το 2005 είχε το 62,3% της Nacionalna štedionica Banka Σερβίας, ενώ η ολοκλήρωση της αγοράς 100% και αντίστοιχα η συγχώνευση με την EFG Eurobank AD Beograd

⁵³ <https://www.eurobank.gr/online/home/generic.aspx?id=1294> [πρόσβαση 18/04/2016]

⁵⁴ <https://www.eurobank.gr/online/home/generic.aspx?id=1294> [πρόσβαση 18/04/2016]

⁵⁵ <https://www.eurobank.gr/online/home/generic.aspx?id=1294> [πρόσβαση 18/04/2016]

⁵⁶ <https://www.eurobank.gr/online/home/generic.aspx?id=1294> [πρόσβαση 18/04/2016]

⁵⁷ <https://www.eurobank.gr/online/home/generic.aspx?id=1294> [πρόσβαση 18/04/2016]

⁵⁸ <https://www.eurobank.gr/online/home/generic.aspx?id=1294> [πρόσβαση 18/04/2016]

⁵⁹ «EFG Eurobank Ergasias - Εξαγορά τράπεζας στην Σερβία» (02/04/2003),

<http://www.capital.gr/story/15468> [πρόσβαση 18/04/2016]

⁶⁰ <https://www.eurobank.gr/online/home/generic.aspx?id=1294> [πρόσβαση 18/04/2016]

⁶¹ «Eurobank - Εξαγορά της χρηματιστηριακής εταιρείας Prospera στη Σερβία» (06/02/2007),

<http://www.patriss.gr/articles/103379?PHPSESSID=#.VwjTvRZJnlU> [πρόσβαση 18/04/2016]

πραγματοποιήθηκε το 2006⁶². Η τράπεζα μετονομάστηκε σε Eurobank EFG štedionica A.D. Beograd⁶³.

- **Τουρκία:** Το 2005 απέκτησε τον έλεγχο της Χρηματιστηριακής εταιρείας HC Istanbul⁶⁴. Το 2007 εξαγόρασε το 70% της Tekfenbank Τουρκίας, την οποία μετονόμασε σε Eurobank Tekfen⁶⁵.

- **Ουκρανία:** Τον Φεβρουάριο του 2007 απέκτησε το 99,3 % της Universal Bank, η οποία είχε 33 καταστήματα⁶⁶. Τον Ιούνιο του 2007 λειτουργούσε δίκτυο διανομής με 45 καταστήματα⁶⁷.

Επίσης, μέσω **Greenfield Ventures** δραστηριοποιήθηκε στην Κύπρο. Συγκεκριμένα, τον Ιούλιο του 2007, ξεκίνησε η λειτουργία καταστήματος στην Λευκωσία, για την εξυπηρέτηση μεγάλων πελατών, επιχειρήσεων, πολυεθνικών και των μετόχων τους, καθώς και εταιρειών διαχείρισης χαρτοφυλακίου⁶⁸.

Τα **πλεονεκτήματα** που έλαβε ο όμιλος Eurobank μέσω των **εξαγορών** είναι τα ακόλουθα:

- Ταχυστάτη είσοδος /πρόσβαση στις ξένες αγορές, χωρίς να απαιτηθεί η επένδυση κεφαλαίων σε εγκαταστάσεις, εξοπλισμό, διαφήμιση, κ.ά.

- Μέσω της μερικής εξαγοράς, απέκτησε σ' αυτές τις αγορές έναν εταίρο, που είχε γνώση της τοπικής αγοράς και του κοινωνικο-πολιτιστικού περιβάλλοντος. Δηλαδή δεν χρειάστηκε να γίνει έρευνα για να λάβει πληροφορίες για την κουλτούρα, τα ήθη, τα έθιμα, τις αξίες, τις ανάγκες προτιμήσεις των τοπικών

⁶² <https://www.eurobank.gr/online/home/generic.aspx?id=1294>[πρόσβαση 18/04/2016]

⁶³ <https://www.eurobank.gr/online/home/generic.aspx?id=1294>[πρόσβαση 18/04/2016]

⁶⁴ <https://www.eurobank.gr/online/home/generic.aspx?id=1294>[πρόσβαση 18/04/2016]

⁶⁵ <https://www.eurobank.gr/online/home/generic.aspx?id=1294>[πρόσβαση 18/04/2016]

⁶⁶ «Ενημερωτικό Δελτίο» (23/08/2007),

https://www.eurobank.gr/Uploads/pdf/EFG%20Eurobank_AMK2007.pdf[πρόσβαση 18/04/2016]

⁶⁷ «Ενημερωτικό Δελτίο» (23/08/2007),

https://www.eurobank.gr/Uploads/pdf/EFG%20Eurobank_AMK2007.pdf[πρόσβαση 18/04/2016]

⁶⁸ «Ενημερωτικό Δελτίο» (23/08/2007),

https://www.eurobank.gr/Uploads/pdf/EFG%20Eurobank_AMK2007.pdf[πρόσβαση 18/04/2016]

πελατών (Μελάς & Πολλάλης, 2005). Επομένως, ξεπέρασε πιο εύκολα τα τυχόν προβλήματα προσαρμογής που μπορεί να προέκυπταν.

- Συνδυασμός και αλληλοσυμπλήρωση πόρων. Συγκεκριμένα, η EUROBANK επιδίωξε την εξαγορά των τραπεζών – στόχων και των χρηματοπιστηριακών και ασφαλιστικών επιχειρήσεων ώστε έχει πρόσβαση στις ικανότητές τους. Για παράδειγμα, το 2003, η Banc Post ήταν 3^η σε μέγεθος τράπεζα στη Ρουμανία και διέθετε 151 μονάδες και πρόσθετη παρουσία σε 2.500 σημεία, μέσω της συνεργασίας της με τα ταχυδρομεία της χώρας. Επίσης, ήταν ο μεγαλύτερος εκδότης πιστωτικών καρτών, με περίπου 1 εκατ. κάρτες και είχε μερίδιο αγοράς 6,5% στην καταναλωτική πίστη⁶⁹. Μέσω της συγχώνευσης, η EUROBANK απέκτησε ικανά στελέχη, ισχυρό πελατολόγιο, έτοιμα σημεία πώλησης, κ.ά. και παράλληλα η Banc Post απέκτησε μία πηγή ανάπτυξης νέων προϊόντων για όλα τα τμήματα της αγοράς.

- Αύξηση μεριδίου αγοράς. Η EUROBANK αυξάνει τη δύναμή της μέσω της επέκτασής της σε νέες αγορές και κατ' επέκταση ισχυροποιεί τη θέση της στην διεθνή αγορά.

Επίσης, τα **πλεονεκτήματα** που προσέφεραν στην EUROBANK **οι νέες ιδρύσεις** είναι τα εξής:

- Η μητρική επιχείρηση έχει τον πλήρη έλεγχο των θυγατρικών της.
- Προστατεύεται η τεχνογνωσία και οι θεμελιώδεις ικανότητες της.
- Η θυγατρική της Κύπρου προσφέρει εξειδικευμένες υπηρεσίες με σκοπό την εξυπηρέτηση των αναγκών των πελατών της τοπικής αγοράς. Επομένως, η μητρική επιχείρηση αποκτά στρατηγικό πλεονέκτημα σε αυτήν την αγορά.

⁶⁹ «Ρουμανία-Eurobank-Banc Post» (14/02/2003), <http://www.capital.gr/story/13923>[πρόσβαση 18/04/2016]

8.5 Εμπόδια / κίνδυνοι που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές επιχειρήσεις στα Βαλκάνια

Σύμφωνα με τον Μπιτζένη (2009), βασικό **εμπόδιο** για την ανάληψη ΑΞΕ στην Βουλγαρία είναι το **ασταθές νομικό πλαίσιο** που διαθέτει. Συγκεκριμένα σύμφωνα με έρευνες το 59,5% των Ελληνικών ΠΕ που ήδη έχουν επενδύσει στη Βουλγαρία, θεωρεί ότι το ασταθές νομικό πλαίσιο είναι κύριο εμπόδιο στην δραστηριοποίησή τους (Μπιτζένης, 2009).

Ακόμη, παρά το γεγονός ότι οι Έλληνες έχουν εξοικειωθεί με τη γραφειοκρατία που επικρατεί στην Ελλάδα, είναι χαρακτηριστικό ότι σε έρευνες έχουν αναφέρει ότι κύριο εμπόδιο για την ανάπτυξη ΑΞΕ σε χώρες των Βαλκανίων είναι η **γραφειοκρατία**. Ειδικότερα μάλιστα στην Βουλγαρία η γραφειοκρατία βρίσκεται σε υψηλότερο επίπεδο από την Ελλάδα (Μπιτζένης, 2009:182)

Επίσης, σημαντικό εμπόδιο για τους Έλληνες επενδυτές για τη λειτουργία προγραμμάτων ΑΞΕ στις χώρες των Βαλκανίων θεωρείται η **διαφθορά, η δωροδοκία ή άλλες παράνομες ενέργειες**. Σύμφωνα με έρευνες, στην Βουλγαρία οι Γερμανοί και οι Αμερικάνοι που δραστηριοποιούνται στην χώρα με ισχυρά εμπορικά σήματα, δεν αντιμετωπίζουν προβλήματα με τη μαφία (Μπιτζένης, 2009). Αντίθετα, οι ελληνικές επιχειρήσεις, ειδικότερα οι ΜΜΕ, που δεν είχαν πείρα από διεθνοποίηση ήρθαν αντιμέτωποι με τη μαφία. Συγκεκριμένα, οι Έλληνες επιχειρηματίες είναι από τους πρώτους ξένους επενδυτές που δέχτηκαν ισχυρές απειλές, πατροναρισμένες ενέργειες και άλλες παράνομες πράξεις από τη μαφία (Μπιτζένης, 2009:184).

Κύριο εμπόδιο αποτελούν και οι **εθνικιστικές τάσεις** που επικρατούν στην πλειοψηφία των χωρών των Βαλκανίων. Χαρακτηριστικό παράδειγμα η Βουλγαρία, στην οποία επικρατεί η προσδοκία για επέκταση των συνόρων της προς το νότο - προσάρτηση εδαφών της Θράκης - και την επέκτασή της προς τη δύση -ένωσή της με μέρος των Σκοπίων - έχοντας ως βάση την ύπαρξη μειονοτήτων (Μπιτζένης, 2009). Έχοντας αναπτύξει αισθήματα εθνικισμού, ένα μικρό ποσοστό Βουλγάρων είναι δύσκολο να αποδεχτούν το γεγονός ότι οι

Έλληνες είναι οικονομικά ισχυρότεροι και έχουν τη δυνατότητα να αναπτύξουν επιχειρηματικότητα στην χώρα τους ή ότι επεκτείνουν την δραστηριότητά τους στην Βουλγαρία, εκμεταλλευόμενοι το φθινό ανειδίκευτο προσωπικό.

Τέλος, βασικό εμπόδιο για την ανάληψη ΑΞΕ Ελληνικών Επιχειρήσεων στα Βαλκάνια είναι η **χαμηλή αγοραστική δύναμη** των καταναλωτών αυτών των χωρών. Όπως έχουμε προαναφέρει σε αυτές τις χώρες το βιοτικό επίπεδο είναι χαμηλό γεγονός που σημαίνει ότι οι αγορές των καταναλωτών είναι περιορισμένες και συγκεκριμένα αντιλαμβάνονται την αξία των προϊόντων με βάση την οικονομική τους δύναμη.

8.6 Οι επιπτώσεις των ελληνικών ΑΞΕ στις Βαλκανικές χώρες

Σύμφωνα με τον Μπιτζένη (2009), οι ΑΞΕ των Ελληνικών Επιχειρήσεων έχουν σημαντικό αντίκτυπο στις αποδέκτριες χώρες των Βαλκανίων. Συγκεκριμένα, οι **θετικές επιπτώσεις** είναι:

- Αύξηση της οικονομικής ανάπτυξης. Η χώρα υποδοχής κερδίζει από τις εισροές που εισπράττει από τη φορολογία των ξένων κερδών και από τις εξαγωγές προϊόντων. Μάλιστα, μέσω της αύξησης των εξαγωγών και της μείωσης των εισαγωγών παρουσιάζεται βελτίωση στο εμπορικό ισοζύγιο.
- Οι κύριες εισροές κεφαλαίων χρησιμοποιούνται για κάλυψη του ελλείμματος του ισοζυγίου πληρωμών ή της πληρωμής του διεθνούς χρέους.
- Επιτυγχάνονται χαμηλότερες τιμές των προϊόντων καθώς αυξάνεται η τοπική παραγωγή και κατ' επέκταση ο ανταγωνισμός.
- Οι ΑΞΕ επηρεάζουν το συνολικό ακαθάριστο προϊόν της χώρας καθώς αυξάνεται η παραγωγή.
- Αύξηση της απασχόλησης που έχει ως συνέπεια τη μείωση της ανεργίας. Επίσης, υπάρχει περίπτωση να υπάρξει αύξηση των μισθών και κατ' συνέπεια βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων.

- Θετικό στοιχείο για τις χώρες υποδοχής είναι η μεταφορά τεχνολογίας και τεχνογνωσίας από τις ελληνικές πολυεθνικές, η οποία οδηγεί σε αύξηση της αποδοτικότητας των εγχώριων εταιρειών (μεγαλύτερη παραγωγικότητα, μείωση του κόστους παραγωγής και αύξηση του κέρδους).
- Κατάρτιση τοπικού προσωπικού. Αναφερόμαστε στην προσφορά εκπαίδευσης.
- Δημιουργία ανταγωνιστικού περιβάλλοντος. Συγκεκριμένα, η αύξηση του ανταγωνισμού λειτουργεί ως κίνητρο για την αύξηση της αποδοτικότητας.
- Οι ΠΕ προσφέρουν την ευκαιρία στη χώρα υποδοχής να αναπτύξει τις εξαγωγές της, γιατί μπορεί η θυγατρική εκτός από την κάλυψη της τοπικής αγοράς, να εξάγει προϊόντα προς γειτονικές χώρες.
- Μέσω της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης των Ελληνικών επιχειρήσεων σε Βαλκανικές χώρες, ενισχύονται οι δεσμοί φιλίας με την Ελλάδα καθώς και με τις γειτονικές χώρες που εξυπηρετούνται μέσω των εξαγωγών (Μπιτζένης, 2009:271)

Οι αρνητικές επιπτώσεις είναι οι ακόλουθες:

- Στην περίπτωση που πρόκειται για εξαγορά μέσω προγράμματος ιδιωτικοποίησης μίας πρώην κρατικής εταιρείας και μειωθεί το προσωπικό, αυτό θα έχει αρνητική επίδραση, καθώς θα αυξηθεί το επίπεδο ανεργίας της χώρας.
- Αν οι θυγατρικές είναι τύπου αντίγραφο, υπάρχει το ενδεχόμενο να εισάγουν ενδιάμεσα αγαθά, με αποτέλεσμα να πραγματοποιείται αντιστάθμιση της εισροής κεφαλαίου με αύξηση των εισαγωγών, στοιχείο που λειτουργεί αρνητικά στο ισοζύγιο εξωτερικών πληρωμών της χώρας υποδοχής.
- Η παρουσία ισχυρών ελληνικών εταιρειών μπορεί να αποθαρρύνει τους τοπικούς επιχειρηματίες για νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες.

8.7 ΑΞΕ στα Βαλκάνια - Ο αντίκτυπος για την Ελλάδα

Ιδιαίτερα από το 2008 λόγω της οικονομικής κρίσης και των συνεπειών της (υψηλή φορολόγηση, υψηλό κόστος ενέργειας, χαμηλή αγοραστική δύναμη των καταναλωτών, κατάργηση επιχορηγήσεων, κ.ά.) έχει αυξηθεί το ενδιαφέρον των Ελλήνων επιχειρηματιών για τις χώρες των Βαλκανίων, στην προσπάθειά τους να διατηρήσουν την παρουσία τους στην αγορά, να αποκτήσουν κοστολογικά πλεονεκτήματα και γενικότερα να εκμεταλλευτούν όλα τα πλεονεκτήματα που προσφέρουν οι συγκεκριμένες αγορές - όπως τα παρουσιάσαμε - με κύριο στόχο την κερδοφορία.

Η εξέλιξη αυτή έχει καταρχάς αρνητικό αντίκτυπο για την Ελλάδα καθώς είναι σαφές ότι είτε με το κλείσιμο κάποιων επιχειρήσεων και τη μεταφορά των δραστηριοτήτων τους στα Βαλκάνια, είτε με τη συρρίκνωση της δραστηριότητας στην Ελλάδα, δηλαδή κλείσιμο εγκαταστάσεων, μείωση προσωπικού, κ.ά. και δημιουργία θυγατρικών σε Βαλκανικές χώρες και συγκεκριμένα παραγωγικών μονάδων, χάνονται θέσεις εργασίας στην Ελλάδα, επομένως αυξάνεται το επίπεδο ανεργίας. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ευρωπαϊκής Στατιστικής υπηρεσίας, τον Ιανουάριο του 2016, το ποσοστό ανεργίας στην Ελλάδα διαμορφώθηκε στο 24,4%, έναντι 25,7% που είχε σημειωθεί τον Ιανουάριο του 2015⁷⁰. Συγκεκριμένα, ο αριθμός των ανέργων τον Ιανουάριο του 2016 διαμορφώθηκε σε 1,16 εκατομμύρια, με το ποσοστό ανεργίας στους άνδρες να διαμορφώνεται στο 21,1% και στις γυναίκες στο 28,7%⁷¹. Σε επίπεδο ευρωζώνης, τον Μάρτιο του 2016 η ανεργία διαμορφώθηκε στο 10,2%, έναντι 10,4% το Φεβρουάριο, καταγράφοντας το χαμηλότερο επίπεδο από τον Αύγουστο του 2011⁷².

⁷⁰ «Έχουμε τα υψηλότερα επίπεδα ανεργίας στην Ε.Ε.» (29/04/2016), <http://www.prismanews.gr/index.php/economy/item/144209-ypsiloter-epipeda-anergias-ee> [πρόσβαση 20/04/2016]

⁷¹ «Έχουμε τα υψηλότερα επίπεδα ανεργίας στην Ε.Ε.» (29/04/2016), <http://www.prismanews.gr/index.php/economy/item/144209-ypsiloter-epipeda-anergias-ee> [πρόσβαση 20/04/2016]

⁷² «Έχουμε τα υψηλότερα επίπεδα ανεργίας στην Ε.Ε.» (29/04/2016), <http://www.prismanews.gr/index.php/economy/item/144209-ypsiloter-epipeda-anergias-ee> [πρόσβαση 20/04/2016]

Ακόμη, από τη στιγμή που κλείνουν επιχειρήσεις ή μεταφέρουν τις δραστηριότητές τους εκτός των εγχώριων συνόρων μειώνεται η παραγωγική δυναμικότητα της χώρας και κατά συνέπεια σημειώνεται μείωση του ΑΕΠ.

Επίσης, μειώνονται τα έσοδα του κράτους καθώς είναι μειωμένα τα έσοδα από την φορολόγηση των επιχειρήσεων, ενώ αντίστοιχα μειωμένα είναι και τα έσοδα των ασφαλιστικών ταμείων καθώς μειώνεται η απασχόληση.

Τέλος στις αρνητικές συνέπειες των ΑΞΕ στα Βαλκάνια για την Ελλάδα, προσθέτουμε και τη μείωση της δυνατότητας της τεχνολογικής και βιομηχανικής ανάπτυξης της χώρας, καθώς οι Ελληνικές επιχειρήσεις μεταφέρουν την τεχνογνωσία και την τεχνολογία τους σε χώρες των Βαλκανίων, ενώ σταματούν τις δαπάνες σε E&A στην εγχώρια αγορά.

Εκτός όμως από τις προαναφερθέντες αρνητικές επιπτώσεις, υπάρχει και το κομμάτι του θετικού αντίκτυπου που απορρέει από τη δραστηριοποίηση των Ελληνικών επιχειρήσεων στα Βαλκάνια. Χαρακτηριστικά, θετικό στοιχείο για την Ελληνική οικονομία είναι ο επαναπατρισμός κερδών από τις ΠΕ. Ακόμη, υπάρχουν αρκετές περιπτώσεις επιχειρήσεων που τα κέρδη που αποκομίζουν από τις ΑΞΕ σε χώρες των Βαλκανίων τα χρησιμοποιούν σε νέες επενδύσεις στην Ελλάδα.

Επίλογος

Οι Ξένες Άμεσες Επενδύσεις λειτουργούν ως βασική μέθοδο διεθνοποίησης των ελληνικών επιχειρήσεων στα Βαλκάνια. Τα κύρια κίνητρα που οδηγούν τους Έλληνες επιχειρηματίες στην απόφαση για δραστηριοποίηση στις Βαλκανικές αγορές είναι το μεγάλο μέγεθος της αγοράς, το χαμηλό κόστος εργασίας ανειδίκευτου εργατικού δυναμικού εργατών, η γεωγραφική εγγύτητα, η προοπτική για μεγέθυνση της αγοράς, ο σύνδεσμός που υπάρχει με άλλες γειτονικές χώρες και η έλλειψη εγχώριου ανταγωνισμού.

Γενικότερα, οι κινήσεις που θα πρέπει να κάνουν οι Έλληνες επιχειρηματίες πριν προχωρήσουν σε μία επένδυση στα Βαλκάνια είναι:

- Να μελετήσουν προσεκτικά τα κίνητρα και αντικίνητρα της επένδυσης.
- Να μελετήσουν το οικονομικό, επιχειρησιακό, νομοθετικό, πολιτικό και κοινωνικό περιβάλλον της χώρας - στόχου της επένδυσης.
- Να μελετήσουν τις αρχικές οικονομικές συνθήκες, τα εξωτερικά γεγονότα και τα μακροοικονομικά μεγέθη κάθε χώρας, ώστε να διαπιστωθεί η εξέλιξή της και αν υπάρχουν προοπτικές για οικονομική ανάπτυξη.

Βιβλιογραφία

Παπαδάκης Β., (2012), *Στρατηγική των Επιχειρήσεων: Ελληνική & Διεθνή εμπειρία*, Αθήνα, Εκδόσεις Μπένου

Χατζηδημητρίου Ι., (2008), *Διεθνές Οικονομικό περιβάλλον*, Πάτρα, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Sandhusen R., (1999), *Διεθνές Μάρκετινγκ*, Αθήνα, Εκδόσεις Κλειδάριθμος

Παπαναστασίου Μ., Κορρές Γ., Σακελλαρόπουλος Σπ. (2008), *Διοικητική Πολυεθνικών Επιχειρήσεων*, Πάτρα, Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο

Πανηγυράκης Γ. (2013), *Διεθνές Μάρκετινγκ*, Εκδόσεις Σταμούλης

Cateora P., Graham J. (2003), *Διεθνές Μάρκετινγκ*, Τόμος Β', Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση

Μπιτζένης Αρ. (2009), *Παγκοσμιοποίηση, Πολυεθνικές, Επενδύσεις και Ευρωπαϊκή Ολοκλήρωση στο Νέο Παγκόσμιο Οικονομικό Σύστημα*, Αθήνα, Εκδόσεις Σταμούλη

Μελάς Κ., Πολλάλης Γ. (2005), *Παγκοσμιοποίηση και Πολυεθνικές Επιχειρήσεις*, Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση

Schermerhorn J. (2012), *Εισαγωγή στο Management*, Αθήνα, Εκδόσεις Πασχαλίδης

Γεωργόπουλος Α. (1998), *Σύγχρονες τάσεις διεθνοποίησης των εμπορικών, παραγωγικών και χρηματοοικονομικών σχεδίων*, Εκδόσεις Παπαζήσης

Κοτταρίδη Κ. , Γιακούλας Δ. (2013), *Άμεσες Ξένες Επενδύσεις στην Ελλάδα: Οι Επιπτώσεις της Κρίσης και ο Ρόλος των Θεσμών*, Αθήνα, ΕΛΙΑΜΕΠ

Μπιτζένης Α., (2015), *Διεθνής Επιχειρηματικότητα και Επενδύσεις: Σύγχρονο Ελληνικό Επιχειρηματικό Περιβάλλον*, Αθήνα, Εκδόσεις Σταμούλη

Χαζάκης Κ., (2000), *Εγχειρίδιο Ξένων Επενδύσεων στις Βαλκανικές Χώρες. Οι περιπτώσεις της Βουλγαρίας και της Ρουμανίας*, Θεσσαλονίκη, Εκδόσεις Ζήτη

Μαρούτσος Ι. (2013), *Οι Ανανεώσιμες Πηγές στην Βουλγαρία - Έρευνα Αγοράς, Πρεσβεία της Ελλάδος στη Σόφια - Γραφείο οικονομικών & εμπορικών υποθέσεων*

Ηλεκτρονικές πηγές

«Μεταναστεύουν οι ελληνικές επιχειρήσεις - Επιχειρηματική Δραστηριότητα στα Βαλκάνια» (06/06/2012),

<http://www.epixeiro.gr/%CE%B5%CE%B9%CE%B4%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82/%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE-%CE%B4%CF%81%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B7%CF%81%CE%B9%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1-%CF%83%CF%84%CE%B1-%CE%B2%CE%B1%CE%BB%CE%BA%CE%AC%CE%BD%CE%B9%CE%B1/3591-%CE%9C%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%83%CF%84%CE%B5%CF%8D%CE%BF%CF%85%CE%BD-%CE%BF%CE%B9-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%B7%CE%BD%CE%B9%CE%BA%CE%AD%CF%82-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82> [πρόσβαση 09/01/2016]

Μελάς Κ. (27/09/2013), «ΟΙ ΑΜΕΣΕΣ ΞΕΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ» http://www.kostasmelas.gr/2013/09/blog-post_27.html [πρόσβαση 21/04/2016]

«Εισροή €1,6 δισ. οι Άμεσες Ξένες Επενδύσεις στην Ελλάδα το 2014» (20/02/2015), <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=678937> [πρόσβαση, 21/04/2016]

Τσιμπούκης Γ. (04/08/2015), «Financial Times: Οι ξένοι επενδυτές δεν εμπιστεύονται την ελληνική κυβέρνηση», <http://www.viadiplomacy.gr/financial-times-i-xeni-ependites-den-empistevonte-tin-elliniki-kivernisi/> [πρόσβαση, 21/04/2016]

«ΕΒΕΑ: Το φορολογικό διώχνει τις εταιρείες από την Ελλάδα» (30/03/2016), <http://www.protothema.gr/economy/article/565866/evea-to-forologiko-diohnei-tis-etairies-apo-tin-ellada/> [πρόσβαση, 21/04/2016]

«Πρωταθλήτρια η Ελλάδα στη φορολόγηση των επιχειρήσεων!» <http://allanea.gr/prwtathlitria-i-ellada-sti-forologisi-twn-epixeirisewn/> [πρόσβαση, 21/04/2016]

«Το πρώτο τρίμηνο του 2014 -Eurostat: Στο 174,1% του ΑΕΠ το δημόσιο χρέος της Ελλάδας», (22/07/2014), <http://www.protothema.gr/economy/article/397073/eurostat-sto-1741-tou-aep-to-dimosio-hreos-tis-elladas/> [πρόσβαση, 21/04/2016]

Eurobank: Συρρίκνωση του ΑΕΠ το β' εξάμηνο του 2015»(26/02/2016), http://www.ethnos.gr/oikonomia/arthro/eurobank_syrriknosi_tou_aep_to_b_eksa_mino_tou_2015-64337027/ [πρόσβαση, 21/04/2016]

«ΓΙΑ ΤΡΙΤΟ ΣΥΝΕΧΟΜΕΝΟ ΕΤΟΣ ΑΠΟΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΣ- Στο -1,7% ο πληθωρισμός το 2015» (13/01/2016), <http://www.eleftheria.gr/οικονομία/item/100055-στο-1,7-ο-πληθωρισμός-το-2015.html> [πρόσβαση, 21/04/2016]

«Eurostat: Στο 0,1% ο πληθωρισμός το Φεβρουάριο του 2016 (17/03/2016), http://www.ethnos.gr/οικονομία/arthro/eurostat_sto_0_1_o_plithorismos_to_febrouario_tou_2016-64347680/ [πρόσβαση, 21/04/2016]

«New York Times: Γραφειοκρατία και διαφθορά εμποδίζουν την ανάπτυξη στην Ελλάδα» (18/02/2015), <http://www.newsbomb.gr/οικονομία/news/story/558157/new-york-times-grafeiokratia-kai-diafthora-empodizoun-tin-anaptyxi-stin-ellada> [πρόσβαση, 21/04/2016]

«Στο 0,84% του ΑΕΠ οι δαπάνες για Έρευνα και Ανάπτυξη στην Ελλάδα το 2014»(23/04/2016), <http://www.capital.gr/story/3121303> [πρόσβαση 23/04/2016]

«Επιχειρήσεις: Τα νέα για το μέλλον της οικονομίας δεν είναι ενθαρρυντικά» (20/04/2016), <http://www.skai.gr/news/finance/article/313025/epiheiriseis-ta-nea-gia-to-mellon-tis-oikonomias-den-einai-entharrudika/> [πρόσβαση 23/04/2016]

Μπιτζένη Αρ., Βλάχος Β. (28/06/2011), «Η «απόβαση» των Ελλήνων στα Βαλκάνια» <http://www.euro2day.gr/specials/opinions/article/645101/h-apovash-ton-ellhnon-sta-valkania.html> [πρόσβαση 09/01/2016]

«Πρώτη σε επενδύσεις στη Βουλγαρία η Ελλάδα» (02/05/2013), <http://www.kathimerini.gr/487192/article/οικονομία/epixeirhseis/prwth-se-ependyseis-sth-voylgaria-h-ellada> [πρόσβαση 12/01/2016]

«Τρίτη η Ελλάδα στις ξένες επενδύσεις στη Βουλγαρία» (27/10/2015), <http://www.naftemporiki.gr/finance/story/1022741> [πρόσβαση 12/01/2016]

«Σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Αλβανίας: Η Ελλάδα είναι ο υπ' αριθμόν 1 επενδυτής στην Αλβανία», (10/10/2014), <http://www.protothema.gr/economy/article/417288/ellada-albania/> [πρόσβαση 12/01/2016]

Διαμαντίδης Δ. (04/03/2013), «Πρώτη σε επενδύσεις στα Σκόπια η Ελλάδα», <http://www.newsonly.gr/article.asp?catid=36808&subid=2&pubid=129314987> [πρόσβαση 12/01/2016]

«Οι Έλληνες «ψηφίζουν» Ρουμανία για επενδύσεις» (17/11/2014), <http://www.fortunegreece.com/article/ellines-psifizoun-roumania-gia-ependisis/> [πρόσβαση 12/01/2016]

[FORTUNEGREECE.COM](http://www.fortunegreece.com) (17/11/2014), «Οι Έλληνες «ψηφίζουν» Ρουμανία για επενδύσεις - Η Ρουμανία είναι πιθανότατα 1η ή 2η χώρα αποδέκτης ελληνικών

επενδύσεων, σε παγκόσμια κλίμακα»,
<http://www.fortunegreece.com/article/ellines-psifizoun-roumania-gia-ependisis/>
[πρόσβαση 09/01/2016]

Χατζάκος Λ. (2012), «Οι Αλλαγές στα Βαλκάνια χαμένες ελληνικές ευκαιρίες και προοπτική», <http://www.deropoli.com/?p=10854> [πρόσβαση 12/01/2016]

<http://www.camex.gr/gr/βουλγαρια> [πρόσβαση 09/01/2016]

http://www.livepedia.gr/index.php/%CE%A1%CE%BF%CF%85%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%AF%CE%B1_%CE%BA%CF%81%CE%AC%CF%84%CE%BF%CF%82 [πρόσβαση 09/01/2016]

«Η αγορά αλουμινίου στην Ρουμανία»,
<http://www.agora.mfa.gr/agora/images/docs/romania/files/44.doc>, [πρόσβαση 09/01/2016]

Μπιτζένης Α. (2013), «Οι Ελληνικές επενδύσεις στα Βαλκάνια»,
<http://www.epistimonikomarketing.gr/oi-ellinikes-ependuseis-sta-balkania/>
[πρόσβαση 09/01/2016]

«Οι βασικοί μισθοί στην Ε.Ε- Στις τελευταίες θέσεις η Ελλάδα» (12/05/2014),
<http://ysterografonews.gr/%CE%BF%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%BD%CE%BF%CE%BC%CE%B9%CE%B1/2460-%CE%BF%CE%B9-%CE%B2%CE%B1%CF%83%CE%B9%CE%BA%CE%BF%CE%AF-%CE%BC%CE%B9%CF%83%CE%B8%CE%BF%CE%AF-%CF%83%CF%84%CE%B7%CE%BD-%CE%B5-%CE%B5-%CF%83%CF%84%CE%B9%CF%82-%CF%84%CE%B5%CE%BB%CE%B5%CF%85%CF%84%CE%B1%CE%AF%CE%B5%CF%82-%CE%B8%CE%AD%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82-%CE%B7-%CE%B5%CE%BB%CE%BB%CE%AC%CE%B4%CE%B1.html> [πρόσβαση 09/01/2016]

«Οι Ελληνικές Επενδύσεις στα Βαλκάνια», Τεύχος: Νοέμβριος 2005,
<http://www.epistimonikomarketing.gr/oi-ellinikes-ependuseis-sta-balkania/>
[πρόσβαση 03/01/2016]

<http://www.camex.gr/gr/βουλγαρια> [πρόσβαση 03/01/2016]

«Πρωταθλητές οι Έλληνες φοιτητές στα εκτός συνόρων Πανεπιστήμια (05/09/2013),
http://www.express.gr/afieroma/panelladikes_2011/726916oz_2013090572691_6.php3 [πρόσβαση 12/01/2016]

«Μάθετε για τις σπουδές στη Βουλγαρία» (27/08/2013)
<http://www.news.gr/ellada/ekpaidefsh/article/90911/mathete-gia-tis-spoydes-sth-voylgaria.html> [πρόσβαση 09/01/2016]

<http://www.livepedia.gr/index.php/%CE%A1%CE%BF%CF%85%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%AF%CE%B1%CE%BA%CF%81%CE%AC%CF%84%CE%BF%CF%82> [πρόσβαση 12/01/2016]

<http://www.livepedia.gr/index.php/%CE%92%CE%BF%CF%85%CE%BB%CE%B3%CE%B1%CF%81%CE%AF%CE%B1%CE%BA%CF%81%CE%AC%CF%84%CE%BF%CF%82> [πρόσβαση 12/01/2016]

http://www.tospitimou.gr/main/properties_results.jsp?searchType=4&pageNumber=2 [πρόσβαση 03/01/2016]

«Επενδύσεις στην Ρουμανία»
<http://www.camex.gr/gr/%CF%81%CE%BF%CF%85%CE%BC%CE%B1%CE%BD%CE%B9%CE%B1> πρόσβαση 03/01/2016]

<https://www.eurobank.gr/online/home/generic.aspx?id=1294>[πρόσβαση 18/04/2016]

«EFG Eurobank Ergasias - Εξαγορά τράπεζας στην Σερβία» (02/04/2003),
<http://www.capital.gr/story/15468>[πρόσβαση 18/04/2016]

«Eurobank - Εξαγορά της χρηματιστηριακής εταιρείας Prospera στη Σερβία» (06/02/2007),
<http://www.patriss.gr/articles/103379?PHPSESSID=#.VwjTvRZJnIU> [πρόσβαση 18/04/2016]

«Ενημερωτικό Δελτίο» (23/08/2007),
[https://www.eurobank.gr/Uploads/pdf/EFG%20Eurobank AMK2007.pdf](https://www.eurobank.gr/Uploads/pdf/EFG%20Eurobank%20AMK2007.pdf)
[πρόσβαση 18/04/2016]

«Ρουμανία-Eurobank-Banc Post» (14/02/2003),
<http://www.capital.gr/story/13923>[πρόσβαση 18/04/2016]

«Έχουμε τα υψηλότερα επίπεδα ανεργίας στην Ε.Ε.» (29/04/2016),
<http://www.prismanews.gr/index.php/economy/item/144209-ypsiloterapipeda-anergias-ee> [πρόσβαση 20/04/2016]