

ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

ΟΔΙΚΟΣ ΧΑΡΤΗΣ ΓΙΑ ΑΠΟΔΟΤΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

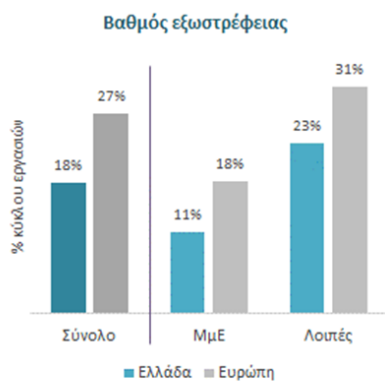
Αξιοσημείωτη βελτίωση σημείωσε το επιχειρηματικό κλίμα στην Ελλάδα κατά το δεύτερο



*Ο δείκτης αντιστοιχεί στο καθαρό ισοζύγιο των απαντήσεων για μείωση (-100), σταθερότητα (0) και αύξηση (100).
Πηγή: Έρευνα Συγκυρίας ΕΤΕ

εξάμηνο του 2017, όπως αποτυπώθηκε στην ισχυρή άνοδο του δείκτη εμπιστοσύνης των ΜμΕ κατά 14 μονάδες. Καθώς η βιομηχανία είναι ο κλάδος που ξεχωρίζει θετικά με κινητήρια δύναμη ανάπτυξης την εξωστρέφειά της, η νέα μελέτη που συνέταξε η Διεύθυνση Οικονομικής Ανάλυσης της Εθνικής Τράπεζας εστιάζει στην αποκρυπτογράφηση της δυναμικής των εξαγωγών αγαθών από τις ελληνικές ΜμΕ (τόσο κατά τη διάρκεια της κρίσης όσο και για την προοπτική της επόμενης πενταετίας).

Η έρευνα πεδίου της ΕΤΕ σε δείγμα 600 επιχειρήσεων ανέδειξε ότι μία στις τρεις ελληνικές ΜμΕ που έχουν ως δυνητικό αντικείμενο τις εξαγωγές αγαθών (κατά κύριο λόγο, επιχειρήσεις των κλάδων της βιομηχανίας και χονδρεμπορίου) είναι εξωστρεφής. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι άνω του ½ των εξαγωγικών ΜμΕ κατάφεραν να αυξήσουν



Πηγή: Eurostat, Εκτιμήσεις ΕΤΕ

τις εξαγωγές τους κατά τη διάρκεια της κρίσης. Ωστόσο, οι ελληνικές ΜμΕ παρουσιάζουν σημαντικό κενό εξωστρέφειας συγκριτικά με τις αντίστοιχες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, καθώς εξάγουν μόλις το 11% των πωλήσεών τους (έναντι 18% κ.μ.ο. στην ΕΕ). Υπό αυτή την οπτική, είναι σημαντικό να διερευνηθεί κατά πόσο υπάρχει η δυναμική στον ελληνικό επιχειρηματικό τομέα για να επιτευχθεί μία σταδιακή σύγκλιση με τους ευρωπαϊκούς μέσους όρους.

Ξεκινώντας από το πιο συνειδητοποιημένο κομμάτι των εξαγωγέων (τους «στρατηγικούς εξαγωγείς»), σημειώνουμε ότι αποτελούν το 12% των ΜμΕ (καλύπτοντας το 21% των πωλήσεων του τομέα) και χαρακτηρίζονται από δύο στοιχεία: (i) έχουν διαχρονικά ως στρατηγική τους προτεραιότητα την κατάκτηση μεριδίων στις αγορές του εξωτερικού και (ii) κατάφεραν να αυξήσουν την εξωστρέφειά τους κατά τη διάρκεια της κρίσης (με τις εξαγωγές να καλύπτουν πλέον το 34% των πωλήσεών τους από 19% το 2008). Οι βασικές πρακτικές που ακολουθούν είναι:

- ✓ Ισχυρή στόχευση στην αποτελεσματική διαχείριση κόστους (δηλώνοντας ότι έχουν κατακτήσει πλεονέκτημα σε όρους μισθολογικού και ενεργειακού κόστους) και στην υιοθέτηση συσκευασίας υψηλής ανταγωνιστικότητας (υποδηλώνοντας υψηλή επένδυση σε marketing, branding και προώθηση).
- ✓ Έμφαση στην αξιοποίηση των δομών clusters και των πλεονεκτημάτων δικτύωσης και συνεργειών που αυτά προσφέρουν.
- ✓ Προτεραιότητα σε αναπτυσσόμενες αγορές Δυτικής Ευρώπης και Αμερικής, στις οποίες τα αποτελέσματα της έρευνάς μας έδειξαν ότι επιτυγχάνονται υψηλότερα περιθώρια κέρδους.



Παράλληλα, η έρευνα της ΕΤΕ εντόπισε ΜμΕ με σημαντικές δυνατότητες αύξησης των εξαγωγών τους. Συγκεκριμένα, υφίσταται (i) μερίδιο της τάξης του 11% του τομέα (καλύπτοντας το 17% των πωλήσεων) που έχει κάποια εξαγωγική δραστηριότητα και (ii) επιπλέον μερίδιο της τάξης του 15% του τομέα (καλύπτοντας το 12% των πωλήσεων) το οποίο, αν και δεν εξήγαγε κατά τη

διάρκεια της κρίσης, δηλώνει ότι έχει θέσει την εξωστρέφεια ως στρατηγική προτεραιότητα για την επόμενη πενταετία. Αν υπάρξει συνεπής, ταχεία και συντονισμένη στρατηγική υιοθέτησης των παραπάνω βέλτιστων πρακτικών από τη μερίδα αυτή των «δυνητικά στρατηγικών» εξαγωγέων, τότε η σταδιακή σύγκλιση με τους ευρωπαϊκούς μέσους όρους εξωστρέφειας κρίνεται εφικτή. Παράλληλα, κατά την πορεία πραγματοποίησης αυτής της δυναμικής, πιθανότατα θα απαιτηθούν συγχωνεύσεις μεταξύ των ΜμΕ και ενίσχυση των διόδων πρόσβασης σε πηγές ρευστότητας.

Η μελέτη συγκυρίας των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων με θέμα την εξωστρέφεια των ελληνικών ΜμΕ καθώς και το συνοδευτικό infographic μπορούν να ανευρεθούν στην ενότητα Κλαδικές Αναλύσεις του E.Spot (online περιοδικό της Εθνικής Τράπεζας) στην ακόλουθη ιστοσελίδα:

<https://www.nbg.gr/el/the-group/press-office/e-spot/reports/smes-2017-h2>

Αθήνα, 17 Απριλίου 2018