

Οι κρίσιμες δεξιότητες για επιτυχημένο εξαγωγικό εμπόριο: εκπαιδευτικό πρόγραμμα & έρευνα ΣΕΒ

Η ενίσχυση της εξαγωγικής ικανότητας των ελληνικών επιχειρήσεων συνδέεται τόσο με τον παραγωγικό μετασχηματισμό, την παραγωγή τεχνολογικά προηγμένων, υψηλής προστιθέμενης αξίας και ανταγωνιστικών βιομηχανικών προϊόντων, και τη συμμετοχή των επιχειρήσεων σε διεθνείς αλυσίδες αξίας, όσο και με την ύπαρξη ανθρώπινου δυναμικού με τις κατάλληλες γνώσεις και δεξιότητες για να την υποστηρίξουν.

Για τον ΣΕΒ, η αναβάθμιση και ενδυνάμωση του ανθρώπινου δυναμικού αποτελεί κεντρική προτεραιότητα που είναι άρρηκτα συνδεδεμένη και με την ενίσχυση της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων. Το εκπαιδευτικό πρόγραμμα **“Skills for Export Readiness”**, που διοργανώνει με την Ελληνοαμερικανική Ένωση, έχει ως στόχο να μεταδώσει τις κρίσιμες παραμέτρους ως προς τις πρακτικές και τις στρατηγικές του εξαγωγικού εμπορίου.

Τι είναι το εκπαιδευτικό πρόγραμμα “Skills for Export Readiness”

Είναι ένα ολοκληρωμένο εκπαιδευτικό πρόγραμμα διάρκειας 45 ωρών, δομημένο σε **εννέα θεματικές ενότητες** με στόχο να προσφέρει σε στελέχη επιχειρήσεων - μελών του ΣΕΒ τις γνώσεις και δεξιότητες που είναι απαραίτητες για την ενίσχυση της εξωστρέφειάς τους. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει:

- Διδακτέα ύλη εμπλουτισμένη με μελέτες και παραδείγματα από τη διεθνή αγορά, προσαρμοσμένη στις νέες συνθήκες που έχουν διαμορφωθεί λόγω της πανδημίας
- Παρουσίαση case studies από έμπειρα στελέχη επιχειρήσεων-μελών του ΣΕΒ
- Ανάπτυξη από τους συμμετέχοντες ενός Σχεδίου Εξαγωγικής Στρατηγικής (**Export Strategy Plan**) μιας υπηρεσίας ή ενός προϊόντος της επιχείρησής τους.

Ο ΣΕΒ πραγματοποίησε έρευνα σε δείγμα 69 μεγάλων εξαγωγικών επιχειρήσεων, προκειμένου να εντοπίσει τις γνώσεις και δεξιότητες που είναι απαραίτητες για την εκτέλεση των καθηκόντων σε έξι σύνθετες και απαιτητικές εξαγωγικές λειτουργίες των επιχειρήσεων. Τα κυριότερα αποτελέσματα της έρευνας είναι τα ακόλουθα:

1. Ανάπτυξη της εξαγωγικής δραστηριότητας των επιχειρήσεων: Οι επιχειρήσεις αξιολογούν πιο σημαντικές τις γνώσεις και τις δεξιότητες που σχετίζονται με την πραγματοποίηση ερευνών αγοράς (**Perform market research, 82,6%**), δηλαδή τη συλλογή και επεξεργασία δεδομένων σχετικά με την αγορά στόχο, και την εφαρμογή της στρατηγικής ανάπτυξης των εξαγωγών της επιχείρησής τους (**Apply export strategies, 72,5%**), που θα επιτρέψει στα στελέχη εξαγωγών να επιλέξουν αγορές σύμφωνα με τις δυνατότητες της επιχείρησής τους και το συγκριτικό πλεονέκτημα των προϊόντων τους. Επίσης σημαντικές, είναι οι δεξιότητες που σχετίζονται με την ανάλυση των χαρακτηριστικών της αγοράς στόχου σχετικά με τις καταναλωτικές συνήθειες, την πολιτική κατάσταση και τον ανταγωνισμό (**Analyse external factors of companies, 55,1%**).

2. Επιλογή του κατάλληλου τρόπου εισόδου σε νέες αγορές: Οι γνώσεις και οι δεξιότητες που αξιολογούνται ως σημαντικότερες για την επιλογή του κατάλληλου τρόπου εισόδου μιας επιχείρησης στην αγορά στόχο σχετίζονται με την πραγματοποίηση ερευνών αγοράς (**Perform market research, 78,3%**) και τον σχεδιασμό στρατηγικών εισόδου σε νέες αγορές (**Plan market entry strategies, 71,0%**). Αφορούν δηλαδή, στην ανάλυση σε όρους κόστους - οφέλους όλων των εναλλακτικών τρόπων εισόδου σε νέες αγορές, όπως είναι η πώληση μέσω αντιπροσώπων, συμπράξεων, θυγατρικών ή franchising. Επίσης, για τη συγκεκριμένη εξαγωγική λειτουργία αξιολογήθηκε ως σημαντική η γνώση τεχνικών πωλήσεων και μάρκετινγκ (**Sales and marketing, 60,9%**).



3. Συμμόρφωση με το ρυθμιστικό πλαίσιο που διέπει τις διεθνείς εμπορικές συναλλαγές και την κυκλοφορία των προϊόντων στις χώρες που εξάγονται: Οι επιχειρήσεις αξιολογούν ιδιαίτερα σημαντική τη γνώση του θεσμικού πλαισίου που διέπει τις διεθνείς εμπορικές συναλλαγές (**International commercial transactions rules, 76,8%**) και των τελωνειακών διαδικασιών (**Ensure customs compliance, 65,2%**), καθώς η μη τήρησή τους μπορεί να επιφέρει επιβολή κυρώσεων στην επιχείρηση, διατάραξη της εφοδιαστικής αλυσίδας και αύξηση του κόστους για τις επιχειρήσεις. Σημαντικές, είναι και οι γνώσεις σχετικά με την έκδοση των απαραίτητων δικαιολογητικών για την πραγματοποίηση των εξαγωγών (**Creation of export commercial documentation, 59,4%**) και τη διεθνή μεταφορά των προϊόντων (**Preparation of documentation for international shipping, 55,1%**).

4. Επιλογή του κατάλληλου δικτύου πωλήσεων στις χώρες που εξάγονται: Οι αρχές και τεχνικές προώθησης προϊόντων και ελέγχου των πωλήσεων θεωρούνται από τις επιχειρήσεις ιδιαίτερα σημαντικές για την ανάπτυξη του κατάλληλου δικτύου πωλήσεων σε μια αγορά του εξωτερικού με κύριες, τις δεξιότητες που απαιτούνται για την ανάπτυξη επαγγελματικού δικτύου (**Develop professional network, 75,4%**), δηλαδή την εύρεση των κατάλληλων συνεργατών στις χώρες που εξάγεται το προϊόν και τις γνώσεις πωλήσεων και μάρκετινγκ (**Sales and marketing, 73,9%**).

5. Επιλογή του κατάλληλου δικτύου αποστολής και διανομής των προϊόντων στις χώρες που εξάγονται: Για την επιλογή του κατάλληλου δικτύου διανομής των προϊόντων είναι ιδιαίτερα σημαντικές γνώσεις και δεξιότητες που αφορούν στη διοίκηση των διαδικασιών διανομής (**Analyse distribution management procedures, 71%**), με στόχο την ελαχιστοποίηση του κόστους και τη μεγιστοποίηση της ικανοποίησης του πελάτη. Σε μικρότερο βαθμό θεωρούνται σημαντικές οι δεξιότητες προγραμματισμού των μεταφορών (**Plan transport operations, 56,5%**), δηλαδή ο προγραμματισμός και ο συντονισμός διαφορετικών τμημάτων, προκειμένου να επιτευχθεί η αποστολή των προϊόντων με τις καλύτερες συνθήκες καθώς και η σύγκριση διαφορετικών προσφορών μεταφοράς των προϊόντων στο εξωτερικό. Επίσης, ένα στέλεχος εξαγωγών θα πρέπει να γνωρίζει τις αρχές και τις μεθόδους μεταφοράς των προϊόντων μέσω εναλλακτικών οδών και μέσων καθώς και τα σχετικά οφέλη και κόστη τους (**Transportation, 53,6%**).

6. Εφαρμογή στρατηγικής προώθησης των προϊόντων στις χώρες που εξάγονται: Οι σημαντικότερες γνώσεις και δεξιότητες για την προώθηση των προϊόντων στις χώρες εξαγωγής τους αφορούν στις γνώσεις βασικών αρχών πωλήσεων και μάρκετινγκ (**Sales and marketing, 82,6%**) και πραγματοποίησης ερευνών αγοράς (**Perform market research, 75,4%**). Ειδικότερα, οι γνώσεις αρχών πωλήσεων και μάρκετινγκ αφορούν, κυρίως, στις μεθόδους προβολής, προώθησης και πώλησης προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς επίσης και στις τεχνικές και τα συστήματα ελέγχου των πωλήσεων. Όσον αφορά στις βασικές γνώσεις και δεξιότητες για την πραγματοποίηση ερευνών αγοράς, αυτές αφορούν στη συλλογή και αξιοποίηση δεδομένων για την εκπόνηση μελετών ανάπτυξης και σκοπιμότητας των εξαγωγών σε συγκεκριμένες αγορές. Οι επιχειρήσεις αξιολογούν επίσης ως σημαντικές, τις γνώσεις και τις δεξιότητες ανάλυσης της καταναλωτικής συμπεριφοράς και των τάσεων της αγοράς (**Analyse customer buying trends, 50,7%**).

Επίσης, οι επιχειρήσεις αξιολόγησαν μια σειρά άλλων γνώσεων και δεξιοτήτων. Συγκεκριμένα:

- Ένα στέλεχος εξαγωγών θα πρέπει να διαθέτει δεξιότητες στη χρήση πληροφοριακών συστημάτων και ιδίως στη χρήση **Customer Relationship Management - CRM (65,2%)**.
- Τα στελέχη εξαγωγών λαμβάνουν αποφάσεις για μια σειρά σύνθετων εξαγωγικών λειτουργιών και αντιμετωπίζουν έκτακτα γεγονότα, τα οποία επηρεάζουν δυνητικά την ικανότητα μιας επιχείρησης να ανταποκριθεί στους όρους των συμφωνιών που έχει συνάψει. Έτσι, η κριτική σκέψη και η ικανότητα λήψης αποφάσεων (**Judgement and Decision-Making, 52,2%**), δηλαδή η επιλογή της καταλληλότερης απόφασης μεταξύ εναλλακτικών στη βάση μιας ανάλυσης κόστους - οφέλους, είναι ιδιαίτερα σημαντική για ένα στέλεχος εξαγωγών.



- Εξίσου σημαντικές είναι οι δεξιότητες διαπραγμάτευσης (**Negotiations, 52,2%**).
- Τέλος, η ικανότητα κατανόησης ανθρώπων από διαφορετικές χώρες και διαφορετικούς πολιτισμούς χωρίς προκαταλήψεις, συνιστά μια σημαντική δεξιότητα για τα στελέχη εξαγωγών, καθώς και προϋπόθεση για τη σύναψη βιώσιμων συμφωνιών με συνεργάτες του εξωτερικού (**Build rapport with people from different cultural backgrounds, 47,8%**).

<p>Ανάπτυξη εξαγωγικής δραστηριότητας της επιχείρησης</p> <p>Perform market research (82,6%) Gather, assess and represent data about target market and customers in order to facilitate strategic development and feasibility studies. Identify market trends.</p> <p>Apply export strategies (72,5%) Follow and implement strategies according to the size of the company and possible advantages towards the international market. Set goals to export products or commodities to the market, in order to minimize risks for potential buyers</p> <p>Analyse external factors of companies (55,1%) Perform research and analysis of the external factor pertaining to companies such as consumers, position in the market, competitors, and political situation</p>	<p>Είσοδος σε νέες αγορές</p> <p>Perform market research (78,3%) Gather, assess and represent data about target market and customers in order to facilitate strategic development and feasibility studies. Identify market trends</p> <p>Plan market entry strategies (71,0%) The ways to enter a new market and their implications, namely; exporting via representatives, franchising to third parties, collaborating joint ventures, and opening of fully-owned subsidiaries and flagships</p> <p>Sales and Marketing (60,9%) Knowledge of principles and methods for showing, promoting, and selling products or services -marketing strategy and tactics, product demonstration, sales techniques, and sales control systems</p>	<p>Συμμόρφωση με το ρυθμιστικό πλαίσιο</p> <p>International commercial transactions rules (76,8%) Predefined commercial terms used in international commercial transactions which stipulate clear tasks, costs and risks associated with the delivery of goods and services</p> <p>Ensure customs compliance (65,2%) Implement and monitor compliance with import and export requirements in order to avoid customs claims, supply chain interruption, increased overall costs</p> <p>Creation of export commercial documentation (59,4%) Organise the completion of official documents such as letters of credit, shipping orders, and certificates of origin</p> <p>Preparation of documentation for international shipping (55,1%) Understand how to prepare and process official documents for international shipping</p>
<p>Δίκτυο πωλήσεων σε ξένες αγορές</p> <p>Develop professional network (75,4%) Reach out to and meet up with people in a professional context. Find common ground and use your contacts for mutual benefit. Keep track of the people in your personal professional network and stay up to date on their activities</p> <p>Sales and marketing (73,9%) Knowledge of principles and methods for showing, promoting, and selling products or services -marketing strategy and tactics, product demonstration, sales techniques, and sales control systems</p>	<p>Δίκτυο αποστολής και διανομής των προϊόντων σε ξένες αγορές</p> <p>Analyse distribution management procedures (71,0%) Develop and review distribution procedures in order to minimise expenditures and maximise customer satisfaction</p> <p>Plan transport operations (56,5%) Plan mobility and transport for different departments, in order to obtain the best possible movement of goods. Negotiate the best possible delivery rates; compare different bids and select the most reliable and cost-effective bid</p> <p>Transportation (53,6%) Knowledge of principles and methods for moving people or goods by air, rail, sea, or road, including the relative costs and benefits</p>	<p>Προώθηση προϊόντων σε ξένες</p> <p>Sales and Marketing (82,6%) Knowledge of principles and methods for showing, promoting, and selling products or services -marketing strategy and tactics, product demonstration, sales techniques, and sales control systems</p> <p>Perform market research (75,4%) Gather, assess and represent data about target market and customers in order to facilitate strategic development and feasibility studies. Identify market trends.</p> <p>Analyse consumer buying trends (50,7%) Analyse buying habits or currently prevalent customer behaviour</p>
<p>Πληροφοριακά συστήματα</p> <p>Customer relationship management (65,2%)</p>	<p>Γενικές δεξιότητες και ικανότητες</p> <p>Judgment and Decision Making (52,2%) Considering the relative costs and benefits of potential actions to choose the most appropriate one</p> <p>Negotiations (52,2%) Bring others together and try to reconcile differences</p> <p>Build rapport with people from different cultural backgrounds (47,8%) Understand and create a link with people from different cultures, countries, and ideologies without judgements or preconceptions</p>	

Δ1. Οι σημαντικότερες γνώσεις και δεξιότητες για την ενίσχυση των εξαγωγών (δημοφιλέστερες απαντήσεις, εντός παρενθέσεων αναγράφονται τα ποσοστά των απαντήσεων)

Πηγή: Έρευνα ΣΕΒ με τη χρήση ηλεκτρονικού ερωτηματολογίου σε 69 μεγάλες, εξαγωγικές και κυρίως βιομηχανικές επιχειρήσεις που παράγουν B2B και B2C προϊόντα και υπηρεσίες. Οι επιχειρήσεις κλήθηκαν να επιλέγουν μεταξύ συγκεκριμένων γνώσεων και δεξιοτήτων, οι οποίες προέρχονται από την Ευρωπαϊκή Ταξινόμηση Δεξιοτήτων, Ικανοτήτων και Επαγγελματών (ESCO) και το Κέντρο O*NET των Ηνωμένων Πολιτειών.

Το παρόν συντάχθηκε από τον Τομέα Απασχόλησης και Αγοράς Εργασίας του ΣΕΒ

Διευθυντής: Χρήστος Α. Ιωάννου

Senior Advisor: Νίκος Γαβαλάκης

Policy Analyst: Κυριάκος Φιλίνης

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με το πρόγραμμα “Skills for Exports”:

kfilinis@sev.org.gr | T: 211 5006 184



Οικονομικά μεγέθη μελών ΣΕΒ

ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟ
€311 δισ.
63% συνόλου*



ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ
€55 δισ.
45% συνόλου*



ΠΩΛΗΣΕΙΣ
€72 δισ.
42% συνόλου*



ΠΡΟ ΦΟΡΩΝ ΚΕΡΔΗ
€4,2 δισ.**
38% συνόλου**



ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΟΙ
216.000
10% συνόλου ασφαλισμένων στον ΕΦΚΑ



ΜΙΣΘΟΙ
€5,2 δισ.
18% συνόλου***



ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ ΕΙΣΦΟΡΕΣ
€2,2 δισ.
23% συνόλου***



ΦΟΡΟΣ ΕΠΙ ΚΕΡΔΩΝ
€1,3 δισ.
29% συνόλου****



* 19.910 δημοσιευμένοι ισολογισμοί χρήσης 2018 που περιλαμβάνονται στη βάση της ICAP

** σύνολο κερδών κερδοφόρων επιχειρήσεων

*** % επί του συνόλου τακτικών αποδοχών (χωρίς bonus και υπερωρίες)/ασφαλιστικών εισφορών ασφαλισμένων στον ΕΦΚΑ

**** % επί του συνόλου εσόδων από φόρο εισοδήματος νομικών προσώπων

Όραμα

Οραματιζόμαστε την Ελλάδα ως τη χώρα, που κάθε πολίτης του κόσμου θα θέλει και θα μπορεί να επισκεφθεί, να ζήσει και να επενδύσει.

Οραματιζόμαστε μια ανοιχτή, κοινωνικά υπεύθυνη και οικονομικά φιλελεύθερη χώρα-μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, που προτάσσει την ισχυρή ανάπτυξη ως παράγοντα κοινωνικής συνοχής. Θέλουμε μια Ελλάδα δυναμικό κέντρο της ευρωπαϊκής περιφέρειας, με στέρεους θεσμούς, ελκυστικό κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον, που προάγει τις εξαγωγές, την καινοτόμο επιχειρηματικότητα, την παραγωγή και τις ποιοτικές υπηρεσίες, τη βιώσιμη ανάπτυξη, τη γνώση, τη συνοχή, τις ίσες ευκαιρίες και το κράτος δικαίου.

Αποστολή

Ηγεσία & Γνώση

Ο ΣΕΒ διαδραματίζει ηγετικό ρόλο στον μετασχηματισμό της Ελλάδας σε μια παραγωγική, εξωστρεφή και ανταγωνιστική οικονομία, ως ανεξάρτητος και υπεύθυνος εκπρόσωπος της ιδιωτικής οικονομίας.

Κοινωνικός Εταίρος

Ο ΣΕΒ, ως κοινωνικός εταίρος που πιστεύει στη λειτουργία των θεσμών, προωθεί στα αρμόδια όργανα της Πολιτείας και της Ε.Ε. τις απόψεις και θέσεις της επιχειρηματικής κοινότητας.

Ισχυρός Εκπρόσωπος

Ο ΣΕΒ διαμορφώνει θέσεις, αναλύσεις και προτάσεις πολιτικής για την οικονομία, τη βιομηχανία, την καινοτομία, την απασχόληση, την παιδεία και τις εργασιακές δεξιότητες, τον κοινωνικό διάλογο, τη βιώσιμη ανάπτυξη, την εταιρική υπευθυνότητα.

Φορέας Δικτύωσης

Ο ΣΕΒ δικτυώνει τα μέλη του μεταξύ τους & με τα κέντρα αποφάσεων (εγχώρια και διεθνή), με στόχο τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας.



Σύγχρονες Επιχειρήσεις, Σύγχρονη Ελλάδα

ΣΕΒ σύνδεσμος επιχειρήσεων και βιομηχανιών

Ξενοφώντος 5, 105 57 Αθήνα

T: 211 5006 000

F: 210 3222 929

E: info@sev.org.gr

www.sev.org.gr

SEV Hellenic Federation of Enterprises

168, Avenue de Cortenbergh

B-1000 Bruxelles

T: +32 (0) 2 662 26 85

E: kdiamantouros@sev.org.gr

ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΤΕ ΜΑΣ ΣΤΑ ΜΕΣΑ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ

