

Πώς να ξεκινήσετε εξαγωγές...

14/6/2013 12:00:01 μμ

Κώστας Παπαδόπουλος, γενικός διευθυντής της εταιρείας PK Consulting Group

Ο έντονος ανταγωνισμός και το μικρό μέγεθος της εσωτερικής αγοράς, οι περιορισμοί στα μεγέθη της ελληνικής οικονομίας και στις πηγές χρηματοδότησης καθιστούν την επιλογή της εξαγωγικής δραστηριότητας ως την πιο ικανή και ενδεδειγμένη λύση στο αδιέξοδο που αντιμετωπίζουν πολλές ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Η είσοδος βέβαια στην παγκόσμια αγορά παρουσιάζει ευκαιρίες, αλλά και κινδύνους και πρέπει να μελετηθεί με προσοχή και να μην αντιμετωπιστεί ως μια ευκαιριακή προοπτική της επιχείρησης.

Ανάμεσα στα πλεονεκτήματα μιας εταιρείας από την εξαγωγή των προϊόντων της είναι η οικονομία κλίμακας, ο διαμοιρασμός του κινδύνου και η απεξάρτηση από την εγχώρια αγορά, καθώς επίσης και η απόκτηση τεχνογνωσίας.

Στους κινδύνους που μπορεί να αντιμετωπίσει μια εταιρεία από την ανάπτυξη της εξαγωγικής της δραστηριότητας είναι τα αυξημένα κόστη παραγωγής ή λειτουργίας, οι γραφειοκρατικές διαδικασίες, καθώς επίσης και ο ανταγωνισμός. Θα λέγαμε πως τα βασικά βήματα προσοχής για το ξεκίνημα είναι τα παρακάτω:

A. Προσαρμογή του προϊόντος για εξαγωγή: Σε πολλές περιπτώσεις η επιλογή εξαγωγής κάποιου προϊόντος συνοδεύεται και από αναγκαίες τροποποιήσεις στο ίδιο το προϊόν. Οι τεχνικές ελέγχου της εξαγωγικής καταλληλότητας ενός προϊόντος οικίλλουν και εξαρτώνται πολλές φορές από το εξαγωγίμο προϊόν.

B. Μελέτη εκ των πρότερων των τρόπων διείσδυσης σε νέες αγορές: Οι μέθοδοι εισαγωγής ενός προϊόντος σε μια αγορά του εξωτερικού μπορούν να θεωρηθούν ότι είναι οι:

- Απευθείας εξαγωγές, εξαγωγές μέσω τρίτων, σύναψη συνεργασίας με επιχειρήσεις του εσωτερικού ή του εξωτερικού.

Γ. Τρόποι προώθησης των προϊόντων σε νέες αγορές: Τα μέσα προώθησης που έχει στη διάθεσή της η επιχείρηση στις αγορές του εξωτερικού είναι σε γενικές γραμμές τα ίδια με τις αγορές του εσωτερικού. Αυτά είναι:

- Διαφήμιση, προωθητικό υλικό, μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, προσωπικές επισκέψεις, συμμετοχή σε εκθέσεις, ιστοσελίδα της επιχείρησης

Δ. Τιμολόγηση του προϊόντος προς εξαγωγή: Η τιμολόγηση των προϊόντων που εξάγονται αποτελεί ιδιαίτερης σημασίας διαδικασία, καθώς λαμβάνονται υπόψη, εκτός από παράγοντες κόστους παραγωγής, και άλλοι που αφορούν τη μεταφορά και παράδοση των εμπορευμάτων στις ξένες αγορές. Τέτοιοι παράγοντες μπορεί να είναι:

- Οι διαφορές στις ισοτιμίες νομισμάτων, η μεταφορά των εμπορευμάτων, η ειδική συσκευασία των εξαγόμενων προϊόντων, η ασφάλιση εμπορευμάτων, οι προμήθειες και άλλες χρεώσεις που αφορούν τους ενδιαμέσους κ.λπ.

Η ανάπτυξη σε ξένες αγορές απαιτεί ιδιαίτερες προσπάθειες, οικονομικούς πόρους και χρόνο. Αυτό πρέπει να έχει γίνει αποδεκτό πρώτα από όλα από τους διοικούντες της επιχείρησης. Ακολουθώντας μια εταιρεία τα παραπάνω στάδια προσεκτικά και δημιουργώντας μια σχέση μακροχρόνια και εμπιστοσύνης με τους ανθρώπους που θα επιλέξει να συνεργαστεί στο εξωτερικό, είναι σίγουρο ότι σύντομα θα δει τα οικονομικά μεγέθη της να βελτιώνονται και τη βιωσιμότητα των επενδυτικών της πλάνων να παίρνει σάρκα και οστά.