

Ανώτατο Τεχνολογικό Ίδρυμα (Α.Τ.Ε.Ι) Πάτρας
Σ.Δ.Ο/ Διοίκηση Επιχειρήσεων

Θέμα:
«Κινέζικα Ρούχα στην Ελλάδα
έναντι Ελληνικών Τροφίμων στην Κίνα»



Πτυχιακή Εργασία των:
Αθανασίου Ανδρέας ΑΜ:5841
Αρχων Χριστίνα ΑΜ:6043

Εισηγητής:
Κος Σπυρόπουλος Γ.



Ευχαριστίες

Στη διεκπεραίωση της πτυχιακής μας εργασίας συνέβαλλαν καθοριστικά οι γονείς μας, με την υποστήριξη που μας παρείχαν. Σημαντική ήταν επίσης για τους σκοπούς της έρευνας, η βοήθεια του εισηγητή μας.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πρόλογος

Αρκτικόλεξα

Βασικοί Ορισμοί

Κεφάλαιο 1

Εισαγωγή στο Εμπόριο και τις Βασικές του Έννοιες

1. Εισαγωγή.....	1
1.1 Το Εμπόριο.....	1
1.1.1 Εισαγωγές.....	2
1.1.2 Εξαγωγές.....	2
1.2 Εμπορικό Ισοζύγιο.....	3
1.3 Διεθνές Εμπόριο.....	3
1.4 Διεθνείς Οικονομικοί Οργανισμοί.....	5
1.4.1 Το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (I.M.F).....	5
1.4.2 Η Διεθνής Τράπεζα.....	6
1.4.3 Η Διεθνής Ένωση Ανάπτυξης (I.D.A).....	6
1.4.4 Ο Διεθνής Χρηματοοικονομικός Οργανισμός (I.F.C).....	6
1.4.5 Ο Οργανισμός για Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη (O.E.C.D).....	6
1.4.6 Η Γενική Συμφωνία για Δασμούς και Εμπόριο (G.A.T.T).....	6
1.4.7 Η Συμφωνία του Συνεδρίου των Ηνωμένων Εθνών για Θέματα Εμπορίου και Ανάπτυξης (U.N.C.T.A.D).....	7
1.4.8 Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου (W.T.O).....	7
1.5 Μέτρα Πολιτικής Διεθνούς Εμπορίου.....	8
1.5.1 Ο Δασμός.....	9
1.5.2 Οι Ποσοστώσεις.....	9
1.5.3 Οι Επιχορηγήσεις.....	9
1.5.4 Οι Εμπορικές Συμβάσεις.....	10
1.6 Τα Τελωνεία.....	10
1.7 Οι Ήπειροι.....	11

Κεφάλαιο 2

Η Κίνα και το Εμπόριο της

2. Εισαγωγή.....	13
2.1 Η Κίνα.....	13
2.1.1 Γενικά Στοιχεία.....	13

2.1.1	Φυσική Εξέταση.....	14
2.1.2	Παράδοση και Ιστορία της Κίνας.....	15
2.1.3	Πολιτική Εξέταση.....	17
2.1.4	Θρησκεία.....	18
2.1.5	Δημογραφία.....	19
2.1.6	Γλώσσα.....	20
2.1.7	Εκπαίδευση.....	20
2.1.8	Συγκοινωνίες.....	20
2.1.9	Κλίμα.....	21
2.1.10	Ο Τουρισμός της Κίνας.....	22
2.1.11	Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2008 στην Κίνα.....	22
2.1.12	Πλούτος.....	23
2.1.13	Άμυνα.....	23
2.2	Η Κίνα στην Παγκόσμια Οικονομία.....	24
2.2.1	Μετατροπή του Οικονομικού Συστήματος.....	24
2.2.2	Πολιτική Προσέλκυσης Ξένων Επενδύσεων.....	25
2.2.3	Μια Σημαντική Αγορά.....	26
2.3	Οικονομική Εξέταση.....	26
2.4	Η Κίνα στον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου.....	28
2.5	Οι Ζώνες Ελευθέρου Εμπορίου και Εξαγωγών της Κίνας.....	29
2.5.1	Ζώνες Ελευθέρου Εμπορίου (FTZ).....	29
2.5.2	Ζώνες Προώθησης Εξαγωγών (EPZ).....	30
2.6	Διεθνείς Σχέσεις.....	30
2.7	Οι Σχέσεις με την Ευρωπαϊκή Ένωση.....	31
2.8	Οι Εισαγωγές της Κίνας.....	32
2.9	Οι Εξαγωγές της Κίνας.....	36
2.10	Το Εμπορικό Πλεόνασμα και τα Συναλλαγματικά Αποθέματα της Κίνας.....	36
2.11	Η Κινεζική Επενδυτική Δραστηριότητα στην Ελλάδα.....	37
2.11.1	Καταστήματα Κινεζικών Ενδυμάτων και Άλλων Προϊόντων.....	37
2.11.2	Δημιουργία Διαμετακομιστικού Κέντρου στην Ελλάδα.....	37
2.11.3	Ναυτιλιακές Επιχειρήσεις.....	38
2.11.4	Συνεργασία στον Τομέα των Τηλεπικοινωνιών και της Πληροφορικής.....	38

Κεφάλαιο 3

Κινεζικά Ρούχα στην Ελλάδα

3.	Εισαγωγή.....	39
----	---------------	----

3.1 Τα Κινεζικά Ρούχα έχουν Κατακλύσει τον Κόσμο.....	39
3.2 Ο Κλάδος Παραγωγής Ειδών Ένδυσης Παγκοσμίως.....	40
3.2.1 Ο Ανταγωνισμός στον Κλάδο της Ένδυσης.....	40
3.3 Αιτίες που Συνέβαλλαν στην Κρίση της Κλωστοϋφαντουργίας.....	42
3.3.1 Η κρίση της κλωστοϋφαντουργίας στην Ευρώπη.....	42
3.3.2 Η κρίση της κλωστοϋφαντουργίας στην Ελλάδα.....	43
3.4 Συμφωνία Ε.Ε-Κίνας για τα Κλωστοϋφαντουργικά.....	44
3.5 Πόσο Ανταγωνιστικά είναι τα Κινεζικά Προϊόντα.....	45
3.5.1 Εισαγωγικοί περιορισμοί στα κινεζικά προϊόντα.....	45
3.5.2 Το εργατικό κόστος.....	45
3.5.3 Περιθώρια κέρδους.....	45
3.5.4 Άλλοι παράγοντες ανταγωνιστικότητας.....	46
3.6 Κινεζικά Είδη Ένδυσης στην Ελλάδα.....	46
3.7 Τα Κινεζικά Προϊόντα Αποτελούν Διέξοδο για του Έλληνες Καταναλωτές.....	47
3.8 Η Ελληνική Ιδιαιτερότητα στο Ζήτημα του Κινεζικού Ανταγωνισμού.....	50
3.8.1 Διαφορά Ελλάδας με τις άλλες Ευρωπαϊκές χώρες στο θέμα των κινεζικών προϊόντων.....	50
3.9 Ο Κλάδος Κλωστοϋφαντουργίας-Ένδυσης και οι Εταιρείες Παραγωγής Ενδυμάτων στην Ελλάδα.....	50
3.10 Πλήγμα για τις Ελληνικές Επιχειρήσεις Ένδυσης Αποτελούν τα Κινεζικά Καταστήματα.....	52
3.11 Διαδικασία Δημιουργίας Κινεζικού Καταστήματος Ενδυμάτων στην Ελλάδα.....	52
3.12 Ο Αριθμός των Κινεζικών Καταστημάτων Ένδυσης στην Ελλάδα.....	53
3.13 Το Υπουργείο Οικονομίας Προσπαθεί να Ελέγξει την Κατάσταση.....	54
3.14 Δέσμες Μέτρων.....	54

Κεφάλαιο 4

Η Ελλάδα και το Εμπόριο της

4. Εισαγωγή.....	56
4.1 Η Ελλάδα.....	56
4.1.1 Γενικά Στοιχεία.....	56
4.1.2 Φυσική Εξέταση.....	57
4.1.3 Παράδοση και Ιστορία της Ελλάδας.....	58

4.1.4 Πολιτική Εξέταση.....	60
4.1.5 Θρησκεία.....	60
4.1.6 Δημογραφία.....	60
4.1.7 Γλώσσα.....	60
4.1.8 Εκπαίδευση.....	61
4.1.9 Συγκοινωνίες.....	61
4.1.10 Κλίμα.....	62
4.1.11 Ο τουρισμός της Ελλάδας.....	62
4.2 Η Ελλάδα στην Ευρωπαϊκή Ένωση.....	63
4.3 Η Ελλάδα σε Διεθνείς Οργανισμούς.....	64
4.4 Η Ελληνική Οικονομία.....	64
4.5 Οι Εισαγωγές της Ελλάδας.....	65
4.6 Οι Εξαγωγές της Ελλάδας.....	65
4.7 Προσπάθειες του Οργανισμού Προώθησης Εξαγωγών.....	68
4.8 Οι Ελληνικές Εξαγωγές στην Κίνα.....	68
4.9 Λόγοι για την Φτωχή Επίδοση των Ελληνικών Εξαγωγών στην Κίνα.....	69
4.10 Η Ελληνική Επενδυτική Δραστηριότητα στην Κίνα.....	70
4.10.1 Πλεονεκτήματα, μειονεκτήματα και εμπόδια για τους Έλληνες επενδυτές.....	71
4.10.2 Ελληνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Κίνα.....	72
4.11 Τομείς Ενδιαφέροντος για την Ανάπτυξη των Ελληνικών Επενδύσεων στην Κίνα.....	74
4.12 Ευκαιρίες που η Ελλάδα πρέπει να εκμεταλλευτεί.....	77
4.12.1 Ευκαιρίες στον κλάδο του τουρισμού.....	77
4.12.2 Ευκαιρίες στον κατασκευαστικό τομέα.....	78
4.12.3 Ευκαιρίες στην ναυτιλία.....	78
4.12.4 Ευκαιρίες στην εισαγωγή μεθόδων διοίκησης και εμπειριών.....	78
4.13 Οι Τομείς στους οποίους Έγιναν τα πιο Διακριτά Βήματα.....	79
4.14 Προτάσεις για την Ενεργό Προώθηση Ελληνικών Επιχειρήσεων στην Κίνα.....	81
4.14.1 Κατευθύνσεις για πληροφόρηση των ελληνικών επιχειρήσεων.....	81
4.14.2 Διερεύνηση επίτευξης συμφωνιών.....	81
4.14.3 Κατευθύνσεις για επενδυτικά προγράμματα.....	82

Κεφάλαιο 5

Ελληνικά Τρόφιμα στην Κίνα

5. Εισαγωγή.....	83
5.1 Η Θέση των Τροφίμων στην Κινεζική Αγορά.....	83

5.1.1 Αλλαγές στη διατροφή των Κινέζων.....	83
5.2 Οι Ελληνικές Εξαγωγές Τροφίμων στην Κίνα.....	84
5.3 Επιλογές που Μπορεί να Κάνει μία Εταιρεία για την Προσέγγιση της Κινεζικής Αγοράς.....	85
5.4 Επιλογή Καναλιού Διανομής.....	86
5.5 Εμπόδια που πρέπει να αντιμετωπίσουν οι Ελληνικές Εταιρείες Τροφίμων κατά την Εξαγωγική τους Δραστηριότητα στην Κίνα.....	87
5.5.1 Η γλώσσα.....	87
5.5.2 Οργανωτικές Δυσκολίες.....	87
5.5.3 Ανταγωνισμός.....	88
5.5.4 Διαδικαστικά Προβλήματα.....	89
5.6 Τελωνειακοί Δασμοί και Δασμολόγια.....	89
5.7 Σύσταση των Κοινοπραξιών Μεταξύ Κινεζικών Ελληνικών Εταιρειών.....	90
5.8 Πρωτογενής Έρευνα σε Επιχειρήσεις Τροφίμων.....	91
5.8.1 Εταιρεία ΜΙΝΕΡΒΑ.....	93
5.8.2 Εταιρεία ΦΑΓΕ.....	94
5.9 Ευκαιρίες για τις Ελληνικές Επιχειρήσεις Τροφίμων στην Κίνα.....	95
5.9.1 Ευκαιρίες για το ελαιόλαδο.....	95
5.9.2 Ευκαιρίες για τα γαλακτοκομικά προϊόντα.....	96
5.9.3 Ευκαιρίες για τα φρούτα.....	97
5.9.4 Ευκαιρίες για την ίδρυση υπεραγορών.....	97
5.9.5 Ευκαιρίες για τα snacks.....	97
5.9.6 Ευκαιρίες για ενδιάμεσα προϊόντα για τις ανάγκες της εγχώριας βιομηχανίας.....	97

Κεφάλαιο 6

Συμπεράσματα και Προτάσεις

6. Εισαγωγή.....	99
6.1 Εμπορικές Σχέσεις Ελλάδας-Κίνας.....	99
6.2 Διμερές Εμπόριο.....	102
6.3 Προτάσεις για την Βελτίωση του Ελληνικού Κλάδου Κλωστοϋφαντουργίας-Ένδυσης.....	103
6.3.1 Η επικρατούσα κατάσταση στη ελληνική κλωστοϋφαντουργία.....	103
6.3.2 Το σημαντικότερο πρόβλημα του κλάδου.....	103
6.3.3 Μελέτη και έρευνα ΙΟΒΕ και ΣΕΠΕΕ για το πρόβλημα της ελληνικής κλωστοϋφαντουργίας.....	104
6.3.4 Πεδία δράσης για την τόνωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων του κλάδου.....	105

6.4 Προτάσεις για την Βελτίωση και την Αύξηση των Ελληνικών Εξαγωγών Τροφίμων στην Κίνα.....	106
6.4.1 Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της ποιότητας.....	106
6.4.2 Συντονισμός και αναβάθμιση των εξαγωγικών επιχειρήσεων τροφίμων.....	107
6.4.3 Αξιολόγηση και έλεγχος.....	107
6.5 Οι Σημαντικότεροι Παράγοντες που πρέπει να λάβουν υπόψη οι Ελληνικές Εταιρείες Τροφίμων.....	108
6.5.1 Η σημασία της πιστοποίησης.....	108
6.5.2 Ο ρόλος της συσκευασίας.....	108
6.5.3 Τα χρώματα, οι αριθμοί και το λογότυπο στη συσκευασία.....	109
6.5.4 Ετικετοποίηση.....	109
6.6 Οδηγός Επιβίωσης στην Αγορά της Κίνας.....	110
6.6.1 Διατήρηση της ελληνικής ταυτότητας.....	110
6.6.2 Η συμπεριφορά του επιχειρηματία.....	110

Παράρτημα Α'

Ενδεικτικό τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών για την εισαγωγή κινεζικού εξοπλισμού καταστημάτων

Παράρτημα Β'

Ερωτηματολόγιο πρωτογενούς έρευνας «Ελληνικά Τρόφιμα στην Κίνα»

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΓΡΑΦΗΜΑΤΩΝ

Κεφάλαιο 2

Τα Θρησκευματα στην Κίνα.....	18
Οι Εθνότητες στην Κίνα.....	19
Οι ξένες επενδύσεις στην Κίνα.....	25

Κεφάλαιο 3

Εξαγωγές κινέζικων προϊόντων κλωστοϋφαντουργίας-ένδυσης.....	40
Πρωτογενής έρευνα για τα κινεζικά προϊόντα (Γ. Ανεστόπουλος).....	47

Κεφάλαιο 4

Μερίδιο ελληνικών εξαγωγών ανά γεωγραφική αγορά για το 2004.....	66
--	----

Κεφάλαιο 5

Οι πωλήσεις στον κλάδο των τροφίμων στην Κίνα.....	84
--	----

Κεφάλαιο 6

Το εμπόριο της Ελλάδας με την Κίνα (1998-2005).....	101
Πώς οι επιχειρήσεις ένδυσης σκέφτονται να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό.....	104

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Κεφάλαιο 2

Οικονομικά στοιχεία της Κίνας.....	27
Εμπόριο Ε.Ε-Κίνας.....	32

Κεφάλαιο 3

Απασχολούμενοι σε εισηγμένες κλωστοϋφαντουργίες.....	43
--	----

Κεφάλαιο 4

Οικονομικά στοιχεία Ελλάδας.....	65
Εξαγωγές Ελλάδος (Ιανουάριος-Νοέμβριος) 2005.....	67

Κεφάλαιο 6

Εισαγωγές Ελλάδας από την Κίνα.....	100
Εξαγωγές Ελλάδας στην Κίνα.....	100
Εμπορικό Ισοζύγιο Ελλάδας-Κίνας 2000-2004.....	102

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΧΑΡΤΩΝ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΩΝ

Κεφάλαιο 1

Παγκόσμιος Χάρτης.....	11
------------------------	----

Κεφάλαιο 2

Χάρτης Κίνας.....	14
Κεντρικός αυτοκινητόδρομος του Πεκίνου.....	21

Κεφάλαιο 4

Χάρτης Ελλάδας.....	57
---------------------	----

Σημείωση: Όλα τα γραφήματα έγιναν στο πρόγραμμα Microsoft Excel.

ΑΡΚΤΙΚΟΛΕΞΑ

Α.Ε.Π.: Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν

Ε.Ε.: Ευρωπαϊκή Ένωση

Ε.Ο.Κ.: Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα

Ε.Ο.Τ.: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού

Ε.Σ.Υ.Ε.: Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος

Η.Π.Α.: Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής

Ι.Κ.Α.: Ίδρυμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων

Ι.Ο.Β.Ε.: Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών

Κ.Κ.Κ.: Κομμουνιστικό Κόμμα της Κίνας

Κ.Π.Σ.: Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης

Ο.Η.Ε.: Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών

Ο.Λ.Π.: Οργανισμός Λιμένα Πειραιά

Ο.Ο.Σ.Α.: Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης

Ο.Π.Ε.: Οργανισμός Προώθησης Εξαγωγών

Ο.Τ.Ε.: Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών Ελλάδος

Π.Ο.Ε.: Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου

Σ.Ε.Π.Ε.Ε.: Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Πλεκτικής Ένδυσης Ελλάδος

Σ.Ε.Β.Ε.: Σύνδεσμος Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος

Φ.Π.Α.: Φόρος Προστιθέμενης Αξίας

A.Q.S.I.Q: General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine (Γενική Διοίκηση Εποπτείας Ποιοτικού Ελέγχου και Απομόνωσης)

E.P.Z.: Export Promote Zones (Ζώνες Προώθησης Εξαγωγών)

Eurostat: Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία

F.T.Z.: Free Trade Zone (Ζώνες Ελευθέρου Εμπορίου)

G.A.T.T.: General Agreement on Tariffs and Trade (Γενική Συμφωνία για Δασμούς και Εμπόριο)

C.I.F.: Cost Insurance Freight

H.A.C.C.P.: Hazard Analysis & Critical Control Points (Σύστημα Ανάλυσης Κινδύνων στα Κρίσιμα Σημεία Ελέγχων)

I.D.A.: International Development Association (Διεθνής Ένωση Ανάπτυξης)

I.F.C.: International Finance Corporation (Διεθνής Χρηματοοικονομικός Οργανισμός)

I.M.F.: International Monetary Fund (Διεθνές Νομισματικό Ταμείο)

IOOC: Διεθνές Συμβούλιο Ελαιόλαδου

N.A.T.O.: North Atlantic Organization (Οργανισμός Βορειοατλαντικού Συμφώνου)

O.E.C.D.: Organisation of European Economic Cooperation (Οργανισμός για Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη)

P.L.A.: Λαϊκός Απελευθερωτικός Στρατός

S.P.S.: Υγειονομικός και Φυτο-υγειονομικός έλεγχος

U.N.C.T.A.D.: The United Nations Conference on Trade and Development (Συμφωνία του Συνεδρίου των Ηνωμένων Εθνών για Θέματα Εμπορίου και Ανάπτυξης)

W.T.O.: World Trade Organisation (Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου-Π.Ο.Ε.)

Βασικοί Ορισμοί

ΑΕΠ: Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν. Η συνολική αξία, σε χρηματικές μονάδες, των τελικών αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται σε μία χώρα σε ένα συγκεκριμένο έτος.

Βιολογικό προϊόν: Αυτό που προέρχεται από αγνές πρώτες ύλες, χωρίς φυτοφάρμακα και βλαβερές χημικές ουσίες.

Ισοζύγιο Πληρωμών: Η καταγραφή των συναλλαγών μιας χώρας με τον υπόλοιπο κόσμο. Το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών του ισοζυγίου πληρωμών περιλαμβάνει: τις εισαγωγές/εξαγωγές αγαθών, το «άδηλο» εμπόριο (υπηρεσίες και εισοδήματα), ιδιωτικά εμβάσματα και επίσημες μεταβιβάσεις (π.χ πληρωμές προς διεθνείς οργανισμούς).

Πληθωρισμός: Ο ετήσιος ρυθμός αύξησης των τιμών.

Ρούχο: Κάθε είδος υφάσματος που χρησιμοποιείται ως εξωτερική ενδυμασία, η φορεσιά.

Τρόφιμο: Η τροφή για τη συντήρηση του ανθρώπου. Το φαγητό, οτιδήποτε τρώγεται.

Φυτικό προϊόν: Αυτό που αναφέρεται στα φυτά, στο φυτικό βασίλειο (πχ. Βότανα, ρίζες).

Franchising: Δικαιόχρηση. Η διαρκής εμπορική συνεργασία μεταξύ δύο επιχειρήσεων με την οποία η μία επιχείρηση, ο δικαιοπάροχος, παραχωρεί στον δικαιούχο, έναντι άμεσου ή έμμεσου οικονομικού ανταλλάγματος, το δικαίωμα εκμετάλλευσης του πακέτου franchising (προϊόν, επωνυμία, σήμα, τεχνογνωσία).

Joint Venture: Παραγωγή σε συνεργασία. Αποτελεί έναν τρόπο εισόδου σε μία αγορά του εξωτερικού. Η εξαγωγική επιχείρηση έρχεται σε συμφωνία με μία άλλη της χώρας που την ενδιαφέρει, για τη παραγωγή και εμπορία των προϊόντων της σε κοινή βάση συνεργασίας. Τα δύο μέρη συμβάλλονται και πραγματοποιούν μία επένδυση κατέχοντας ποσοστό ιδιοκτησίας που διαφέρει ανά περίπτωση.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Στις ημέρες μας, ολοένα και περισσότεροι Κινέζοι επιχειρηματίες ιδρύουν καταστήματα λιανικού εμπορίου ενδυμάτων στην Ελλάδα, ενώ αντίθετα αρκετοί είναι οι Έλληνες επιχειρηματίες που βρίσκουν πρόσφορο έδαφος για τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες σε μία από τις ταχύτατα αναπτυσσόμενες αγορές, σε αυτή της Κίνας.

Η εργασία αυτή λοιπόν, έχει ως αντικείμενο τα κινεζικά ρούχα στην Ελλάδα έναντι των ελληνικών τροφίμων στην Κίνα.

Ο λόγος που αναλάβαμε τη συγκεκριμένη εργασία είναι γιατί αποτελεί μέρος των σπουδών μας, ενώ ταυτόχρονα θεωρούμε το θέμα επίκαιρο και ιδιαίτερα ενδιαφέρον.

Ακόμη, επιθυμούμε να προσφέρουμε γνώσεις και να πληροφορήσουμε οποιονδήποτε ενδιαφερόμενο σχετικά με τις εμπορικές δραστηριότητες και την εμπορική πολιτική που ακολουθεί κάθε μία από τις παραπάνω χώρες.

Πιστεύουμε ότι η εργασία αυτή αποτελεί μία πολύ καλή εμπειρία και εφόδιο για τη μετέπειτα πορεία μας. Στην αγορά εργασίας σήμερα, οι περισσότεροι επιχειρηματίες εκτιμούν τη μελέτη ενός φαινομένου που μαστίζει το ελληνικό εμπόριο, όπως αυτό των κινεζικών ρούχων στην χώρα μας που δημιουργεί προβλήματα στις τοπικές ή εγχώριες οικογενειακές επιχειρήσεις ενδυμάτων, ενώ αντίθετα επιθυμούν να γνωρίζουν τους λόγους που μία ελληνική επιχείρηση μπορεί να επεκταθεί σε ξένες αγορές, όπως αυτή της Κίνας.

Η εργασία αυτή γράφτηκε με στόχο να μελετήσουμε τη κάθε χώρα ξεχωριστά. Αρχικά, επιθυμούμε να γνωρίσουμε την Κίνα, τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της, το εμπόριο, τις εισαγωγές και εξαγωγές που πραγματοποιεί καθώς και τις συνθήκες που αντιμετωπίζουν οι Κινέζοι όταν εισέρχονται σε μια νέα αγορά (πχ. στην Ελληνική αγορά). Έπειτα, προσδοκούμε να πληροφορηθούμε κατά πόσο υπάρχει ευημερία στον κλάδο του ρουχισμού, το λόγο που τα κινεζικά καταστήματα ενδυμάτων παρουσιάζουν τέτοια άνθηση στη χώρα μας και πόσο εύκολο είναι για τις ελληνικές επιχειρήσεις να επιβιώσουν κάτω από αυτές τις σκληρές συνθήκες ανταγωνισμού.

Από την άλλη πλευρά, σκοπός μας είναι να ενημερωθούμε για τις εισαγωγές και τις εξαγωγές της Ελλάδας και κυρίως να διαπιστώσουμε για ποιόν λόγο ορισμένες ελληνικές επιχειρήσεις τροφίμων δραστηριοποιούνται στην κινεζική αγορά. Επίσης, στην εργασία αυτή, αναλύονται οι δυσκολίες που μπορεί να αντιμετωπίζουν, κατά την δραστηριοποίησή τους αυτή, αλλά και τα οφέλη που μπορεί να έχουν (πχ. Οικονομικά οφέλη λόγω φθηνών εργατικών χεριών).

Για την συλλογή όλων των απαραίτητων στοιχείων σχετικά με το εμπόριο της κάθε χώρας επισκεφτήκαμε το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών, την Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία καθώς και τις αρμόδιες Πρεσβείες.

Προκειμένου να ενημερωθούμε για τον τρόπο με τον οποίο ορισμένες ελληνικές εταιρείες τροφίμων δραστηριοποιούνται στην Κίνα, τον ανταγωνισμό και τις οργανωτικές δυσκολίες που αντιμετωπίζουν, καθώς και τις επιδόσεις τους, επιδιώξαμε να επισκεφτούμε τις εταιρείες εκείνες που εξάγουν προϊόντα τους στην κινεζική αγορά. Για το σκοπό αυτό δομήθηκε ένα ερωτηματολόγιο, το οποίο να περιλαμβάνει όλα τα παραπάνω.

Επίσης, για κάποιες επιπρόσθετες πληροφορίες ανατρέξαμε στο διαδίκτυο το οποίο, όπως είναι γνωστό, αποτελεί τεράστια πηγή πληροφοριών, αλλά και σε δημοτικές βιβλιοθήκες, περιοδικά και εφημερίδες με σχετικά άρθρα.

Τελικός στόχος της έρευνας μας είναι να εξάγουμε συμπεράσματα από τη πρωτογενή και δευτερογενή έρευνα που πραγματοποιήσαμε. Ακόμη, να προτείνουμε λύσεις για την αντιμετώπιση του κινεζικού ανταγωνισμού, προκειμένου να επιβιώσει και να αναπτυχθεί ο ελληνικός κλάδος κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης. Επίσης, να βρεθούν τρόποι για τη μεγαλύτερη προώθηση των ελληνικών εξαγωγών τροφίμων στην κινεζική αγορά, ώστε να υπάρχει μια δυναμική παρουσία και κατ' επέκταση να βελτιωθεί το εμπορικό ισοζύγιο της χώρας μας.

Τέλος, μια γρήγορη ματιά στα περιεχόμενα δείχνει τη λογική της ροής των κεφαλαίων.

Στο 1^ο κεφάλαιο, δίνονται ορισμοί και οικονομικοί όροι που μας απασχολούν και στα επόμενα κεφάλαια της εργασίας. Παρουσιάζονται οι σημαντικότερες χώρες κάθε ηπείρου, δίνοντας έμφαση στην Κίνα και την Ελλάδα, δύο χώρες για τις οποίες γίνεται εκτενής αναφορά στη συνέχεια.

Στο κεφάλαιο 2, που αφορά την Κίνα, αναπτύσσεται ο πολιτισμός της, η θρησκεία, η οικονομία και άλλα ενδιαφέροντα γενικά χαρακτηριστικά της χώρας αυτής. Ακόμη αναλύεται το εμπόριο της, οι εισαγωγές και οι εξαγωγές που πραγματοποιεί σε άλλες χώρες, η συνεργασία της με διεθνείς οργανισμούς, οι σχέσεις της με την Ευρωπαϊκή Ένωση, και οι λόγοι προσέλκυσης ξένων επενδύσεων. Τελειώνοντας, αναφέρεται η κινεζική εμπορική δραστηριότητα στην Ελλάδα, με ιδιαίτερη έμφαση στην ίδρυση κινεζικών καταστημάτων.

Το 3^ο κεφάλαιο αφορά την έρευνα που πραγματοποιήθηκε σχετικά με τα κινεζικά ρούχα στην Ελλάδα. Ερευνάται πόσο ανταγωνιστικά είναι τα κινεζικά είδη ένδυσης, κατά πόσο και γιατί τα προτιμούν οι καταναλωτές από τα Ευρωπαϊκά και τα εγχώρια. Ακόμη, γίνεται αναφορά στις αιτίες που συνέβαλαν στην κρίση του ελληνικού κλάδου ένδυσης και στη συμφωνία Ευρωπαϊκής Ένωσης-Κίνας για τα κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα

Στο κεφάλαιο 4 εξετάζεται η Ελλάδα, τα γενικά χαρακτηριστικά της χώρας μας, το εμπόριο της, τόσο οι εισαγωγές προϊόντων από άλλες χώρες όσο και οι εξαγωγές που πραγματοποιεί. Αναλύεται η ελληνική επενδυτική δραστηριότητα στην κινεζική αγορά, καθώς και οι τομείς ενδιαφέροντος και οι ευκαιρίες που πρέπει να εκμεταλλευτεί η χώρα μας ώστε να βελτιώσει το εξαγωγικό της εμπόριο.

Στο 5^ο κεφάλαιο, αναφέρεται η θέση των τροφίμων στην κινεζική αγορά, αναλύονται οι ελληνικές εξαγωγές τροφίμων στην Κίνα και οι ευκαιρίες που υπάρχουν για τη προσχώρηση άλλων προϊόντων. Δίνεται έμφαση στα προβλήματα που μία ελληνική επιχείρηση τροφίμων πρέπει να αντιμετωπίσει κατά τη δραστηριοποίηση της και παρουσιάζεται η πρωτογενής έρευνα που πραγματοποιήσαμε σε ελληνικές εταιρείες.

Στο 6^ο κεφάλαιο, εξάγονται συμπεράσματα που αφορούν τις εμπορικές σχέσεις, των δύο χωρών που εξετάσαμε, και το διμερές εμπόριο αυτών. Δίνονται λύσεις και γίνονται προτάσεις για τη βελτίωση του ελληνικού κλάδου κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης, καθώς επίσης για την αύξηση των ελληνικών εξαγωγών τροφίμων στην Κίνα. Τονίζονται ακόμη, οι σημαντικότεροι παράγοντες που πρέπει να λάβουν υπόψη οι ελληνικές εταιρείες τροφίμων, όσον αφορά το προϊόν κατά την εισαγωγή του στην κινεζική αγορά. Στο τέλος, προτείνεται ένας οδηγός επιβίωσης που οι ελληνικές επιχειρήσεις είναι ωφέλιμο να γνωρίζουν για μία επιτυχημένη παρουσία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

«Εισαγωγή στο Εμπόριο και τις Βασικές του Έννοιες»

1. Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό εξετάζονται ορισμένες έννοιες του εμπορίου που θεωρούνται σημαντικές προκειμένου να γίνει ευκολότερα κατανοητό το αντικείμενο μελέτης της εργασίας μας

1.1 Το Εμπόριο

Οι σύγχρονες καταναλωτικές συνήθειες των λαών βασίζονται σε μεγάλο βαθμό στο εμπόριο. Η ιδιαίτερα υψηλή ζήτηση που υπάρχει για προϊόντα, (όπως π.χ αυτοκίνητα, ηλεκτρονικά και ηλεκτρικά είδη, ενέργεια), δεν θα μπορούσε να ικανοποιηθεί χωρίς την ύπαρξη του εμπορίου.

Εμπόριο λοιπόν, θα λέγαμε ότι είναι ο κλάδος της οικονομίας, ο οποίος αναφέρεται στην αγορά υλικών και τη μεταπώλησή τους με κέρδος, χωρίς τα αγαθά αυτά να υποστούν ουσιώδεις μεταβολές.

Το εμπόριο διακρίνεται βασικά σε *εσωτερικό* και σε *εξωτερικό* εμπόριο. Το πρώτο αναφέρεται στο σύνολο των εμπορικών συναλλαγών, που διενεργούνται μέσα στα σύνορα μιας χώρας, και έχει ως αντικείμενο τα αγαθά που έχουν παραχθεί στην ημεδαπή ή έχουν ήδη εισαχθεί από ξένες χώρες. Το εξωτερικό εμπόριο αναφέρεται στο σύνολο των συναλλαγών με την αλλοδαπή και έχει ως αντικείμενο τα εμπορεύματα που εισάγονται στην ημεδαπή από το εξωτερικό, οπότε καλείτε *εισαγωγικό εμπόριο*, ή τα εμπορεύματα που εξάγονται στην αλλοδαπή, οπότε ονομάζεται *εξαγωγικό εμπόριο*, ή τέλος τα εμπορεύματα που εισάγονται στην ημεδαπή από μία χώρα της αλλοδαπής με σκοπό την εξαγωγή τους σε τρίτη χώρα, οπότε χαρακτηρίζεται ως *διαμετακομιστικό εμπόριο*.

Αποστολή του εμπορίου είναι η μεσολάβηση μεταξύ των παραγωγικών και των καταναλωτικών μονάδων, όταν η επικοινωνία μεταξύ τους δεν είναι εύκολη. Αποτέλεσμα της μεσολάβησης αυτής είναι η μείωση των διαφορών που υπάρχουν

μεταξύ των τιμών των αγαθών από έναν τόπο σε άλλον και από μια εποχή του έτους σε άλλη. Πραγματικά, αγαθά που πλεονάζουν σε έναν τόπο και για αυτό οι τιμές τους είναι χαμηλές, μεταφέρονται χάρη στη μεσολάβηση των εμπόρων σε άλλους τόπους, στους οποίους τα αγαθά αυτά σπανίζουν και για αυτό οι τιμές τους είναι υψηλές. Έτσι, χάρη στο εμπόριο, οι διαφορές των τιμών από έναν τόπο σε άλλον και από μια εποχή σε άλλη περιορίζονται σημαντικά και τα αγαθά κατανέμονται αρμονικά από την άποψη του τόπου και του χρόνου.

1.1.1 Εισαγωγές

Κάθε χώρα αναγκάζεται να εισάγει πολλά προϊόντα, όπως λόγου χάρη βιομηχανικά και χημικά προϊόντα, πρώτες ύλες, πετρέλαιο κ.ά προκειμένου να καλύψει τις καταναλωτικές ανάγκες του πληθυσμού της.

Δίνοντας έναν ορισμό για το τι είναι τελικά εισαγωγές, θα λέγαμε ότι οι εισροές προϊόντων σε μία χώρα ονομάζονται εισαγωγές.

1.1.2 Εξαγωγές

Για να μπορεί όμως η χώρα να εισάγει πρέπει να είναι σε θέση να πραγματοποιεί τις ανάλογες εξαγωγές. Εξαγωγές αποτελούν οι εκροές από τη μία χώρα στην άλλη.

Οι διάφορες κυβερνήσεις αποδίδουν μεγάλη σημασία στις εξαγωγές γιατί η αύξηση τους είναι στενά συνδεδεμένη με τη γρήγορη οικονομική πρόοδο και τη βελτίωση του βιοτικού επιπέδου των κατοίκων της χώρας που εξάγει. Όταν υπάρχει διαφοροποίηση των εξαγωγών, όχι μόνο σε σχέση με τα προς εξαγωγή προϊόντα, αλλά και προς τον αριθμό και την ποικιλία των εξαγωγικών αγορών, τότε μια τέτοια πολιτική μειώνει συνήθως το βαθμό του επιχειρηματικού κινδύνου που αντιμετωπίζεται.

Τα οφέλη που παρέχονται από τις εξαγωγές είναι:

- i. Καλύτερη χρήση των Εθνικών Πόρων.
- ii. Επιτάχυνση της τεχνολογικής προόδου.
- iii. Ανάπτυξη της Εθνικής αγοράς.
- iv. Μείωση της ανεργίας.
- v. Βελτίωση του Συναλλαγματικού Ισοζυγίου ή Εμπορικού Ισοζυγίου.

Υπάρχουν δύο είδη εξαγωγών: Οι φανερές και οι αφανείς εξαγωγές. Οι φανερές εξαγωγές είναι φυσικά αγαθά, τα οποία μπορούμε να τα δούμε, να τα αγγίξουμε και να τα ζυγίσουμε καθώς περνούν δια μέσου των διαμετακομιστικών σταθμών μιας χώρας κατευθυνόμενα σε μια άλλη. Ξυλεία, αυτοκίνητα, ντομάτες, είναι παραδείγματα φανερών εξαγωγών. Οι αφανείς εξαγωγές (άδηλες συναλλαγές) αντίθετα, δεν είναι φυσικά αγαθά, αλλά υπηρεσίες που προμηθεύει η μια χώρα στην άλλη. Οι αμοιβές που πληρώνονται από ξένους πελάτες σε Έλληνες αρχιτέκτονες, μηχανικούς, δικηγόρους σαν αντάλλαγμα για τις συμβουλές και τις εμπειρίες τους, είναι μερικά παραδείγματα. Ο τομέας του τουρισμού θεωρείται επίσης μια αφανής εξαγωγή, γιατί έχει την δυνατότητα να φέρνει συνάλλαγμα σε μια χώρα δια μέσου της προμήθειας υπηρεσιών σε ξένους τουρίστες.

1.2 Εμπορικό Ισοζύγιο

Το σύνολο των εισαγωγών και των εξαγωγών και η υπάρχουσα διαφορά μεταξύ του συνολικού ποσού εξόδων για τις εισαγωγές και του συνολικού ποσού εσόδων από τις εξαγωγές, αποτελεί το εμπορικό ισοζύγιο.

Οι περισσότερες αναπτυσσόμενες χώρες σήμερα, όπως και η Ελλάδα, αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα στο ισοζύγιο πληρωμών τους. Η πιο σίγουρη λύση σε αυτό το πρόβλημα δεν μπορεί να είναι παρά μια οργανωμένη εθνική προσπάθεια που θα αποβλέπει στη μείωση του ελλείμματος με την αύξηση των εξαγωγών. Όμως, ο ολοένα αυστηρότερος έλεγχος των εισαγωγών από μόνος του, θα μπορούσε να προκαλέσει προβλήματα, καθώς ένα μεγάλο μέρος του μηχανολογικού εξοπλισμού και των πρώτων υλών που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή προϊόντων εισάγονται από το εξωτερικό. Μπορεί να ειπωθεί, ότι για να εισάγει ένα κράτος πρέπει να έχει τη δυνατότητα να εξάγει τουλάχιστον μια ισάξια ποσότητα προϊόντων.

1.3 Διεθνές Εμπόριο

Σχεδόν όλες οι χώρες εισάγουν αγαθά, υλικά και υπηρεσίες από άλλες χώρες. Για να πληρώσουν αυτές τις εισαγωγές, πρέπει να κερδίζουν συνάλλαγμα εξάγοντας

άλλα αγαθά και υπηρεσίες. Το σύστημα αυτό των εισαγωγών-εξαγωγών είναι γνωστό ως Διεθνές Εμπόριο.

Το μέγεθος του Διεθνούς Εμπορίου είναι ένας σημαντικός δείκτης της σημερινής αλληλεξάρτησης των διαφορετικών κρατών και συμβάλλει στην παγκόσμια άνοδο του οικονομικού επιπέδου. Το σύγχρονο χαρακτηριστικό στην αύξηση των διεθνών συναλλαγών είναι ο ολοένα αυξανόμενος ρόλος των επιχειρήσεων και των επιχειρηματικών ομίλων που οι ανταλλαγές τους σε όγκο συνεισφέρουν περισσότερο από το 60% στο σύνολο των ανταλλαγών.

Τα πλεονεκτήματα του διεθνούς εμπορίου οδήγησαν σε διάφορες μορφές οικονομικής ενοποίησης ή οικονομικής ολοκλήρωσης. Έτσι, διακρίνουμε τις οικονομικές ενώσεις σε πέντε κατηγορίες:

- i. Η ζώνη ελεύθερων συναλλαγών, όπου οι χώρες-μέλη αυτής, αποφασίζουν να καταργήσουν βαθμιαία τους τελωνειακούς δασμούς και τους ποσοτικούς περιορισμούς, οι οποίοι επιβάλλονται στα προϊόντα που παράγονται σε κάθε μία από αυτές, διατηρώντας όμως ακέραια τα δικαιώματα τους ως προς την εμπορική πολιτική τους έναντι τρίτων χωρών.
- ii. Η τελωνειακή ένωση, όπου οι χώρες-μέλη αποφασίζουν να καταργήσουν βαθμιαία τους τελωνειακούς δασμούς και τους ποσοτικούς περιορισμούς, οι οποίοι επιβάλλονται στα προϊόντα που παράγονται από κάθε μία από αυτές, επιπλέον δε να εφαρμόσουν βαθμιαία κοινό δασμολόγιο και κοινή εμπορική πολιτική στα προϊόντα που προέρχονται από τρίτες χώρες.
- iii. Η κοινή αγορά, είναι τελωνειακή ένωση στην οποία επιτρέπεται η ελεύθερη κυκλοφορία σε κάθε χώρα-μέλος, όχι μόνο των αγαθών που παράγονται σε όλες τις λουπές, αλλά και των εργαζομένων, που μπορούν να εγκατασταθούν και να εργαστούν σε οποιαδήποτε από τις χώρες αυτές. Ακόμη επιτρέπεται η ελεύθερη κυκλοφορία των κεφαλαίων.
- iv. Η οικονομική ένωση, είναι κοινή αγορά στην οποία οι κυβερνήσεις των χωρών-μελών προχωρούν στην εναρμόνιση της εν γένει οικονομικής πολιτικής τους.
- v. Η υπερεθνική ένωση, είναι η πλήρης οικονομική ένωση των κρατών-μελών, κατά την οποία ενοποιείται η οικονομική και κοινωνική πολιτική των κυβερνήσεων όλων των χωρών-μελών. Όπως είναι φανερό, η ενοποίηση αυτή προϋποθέτει την εγκαθίδρυση μιας υπερεθνικής αρχής, η οποία ασκεί την ενιαία πολιτική.

Τέλος, οι κυριότερες μεταβλητές που επηρεάζουν το μέλλον του Διεθνούς Εμπορίου είναι η πληθυσμιακή και εισοδηματική αύξηση και το συγκριτικό πλεονέκτημα των Εθνών.

1.4 Διεθνείς Οικονομικοί Οργανισμοί

Ο αριθμός και η σημασία των Διεθνών Οργανισμών στο διεθνές σύστημα αυξάνεται συνεχώς. Ο ρόλος τους γίνεται διαρκώς σημαντικότερος και οι αρμοδιότητές τους διευρύνονται όλο και περισσότερο. Αυτό οφείλεται στη παγκοσμιοποίηση των προβλημάτων που δεν μπορούν πια να αντιμετωπιστούν αποκλειστικά και μόνο μέσα στα σύνορα κάθε κράτους. Οφείλεται επίσης στην παγκοσμιοποίηση των ευκαιριών για συνεργασία σε όλους τους τομείς μεταξύ κρατών αλλά και προσώπων.

Η ανάπτυξη του σύγχρονου Διεθνούς Νομισματικού Συστήματος στηρίχθηκε σε μια σειρά συμφωνιών μεταξύ των διαφόρων κρατών, οι οποίες απέβλεπαν στην εφαρμογή μιας σειράς διεθνών κανόνων και μέτρων, που εισήχθησαν σαν ένας κώδικας συμπεριφοράς με σκοπό την επίτευξη της αναγκαίας χρηματοοικονομικής πειθαρχίας και σύστασης διαφόρων οργανισμών. Αυτοί οι οικονομικοί οργανισμοί είναι οι παρακάτω:

1.4.1 Το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (I.M.F)

Ο οργανισμός αυτός προσφέρει μακροχρόνια δάνεια στις αναπτυσσόμενες χώρες, για την στενή αντιμετώπιση βραχυπρόθεσμων ή μακροπρόθεσμων προβλημάτων σχετικών με το έλλειμμα του ισοζυγίου πληρωμών. Συνήθως η χώρα που δανείζεται υποχρεώνεται να υιοθετήσει ορισμένα δραστικά μέτρα όπως είναι η ελεύθερη εξασφάλιση της επιχειρηματικής ιδιότητας, η μείωση του πληθωρισμού, η μείωση των κυβερνητικών δαπανών και η κατά το δυνατό εξάλειψη των μέτρων που εμποδίζουν την ελεύθερη διακίνηση των προϊόντων. Στα πλαίσια της νέας παγκόσμιας πραγματικότητας το I.M.F αποβλέπει, κατά ιδιαίτερα έντονο τρόπο σήμερα, στο συντονισμό της οικονομικής πολιτικής σε διεθνές επίπεδο.

1.4.2 Η Διεθνής Τράπεζα

Η Διεθνής Τράπεζα παρέχει μακροχρόνια δάνεια, κύρια στις αναπτυσσόμενες χώρες και λειτουργεί με τους κανόνες των εμπορικών τραπεζών. Κατά αυτό τον τρόπο η Διεθνής Τράπεζα δρα ως ενδιάμεσος μεταξύ των ιδιωτικών κεφαλαιουχικών αγορών και των αναπτυγμένων ή υπο-ανάπτυξη χωρών που επιδιώκουν την εξεύρεση κεφαλαίων δια μέσω του δανεισμού.

1.4.3 Η Διεθνής Ένωση Ανάπτυξης (I.D.A)

Η Διεθνής Ένωση Ανάπτυξης είναι ένας θυγατρικός οργανισμός της Διεθνούς Τράπεζας. Επενδύει κυρίως σε τομείς που παρέχουν τις προϋποθέσεις αύξησης της απασχόλησης και ανάπτυξης των συνεργαζόμενων υπο-ανάπτυξη κρατών, όπως είναι βιομηχανικά συγκροτήματα, γεωργία, έργα γενικότερης υποδομής, εκπαίδευση, τουρισμός, πληθυσμιακός έλεγχος και οικολογική προστασία.

1.4.4 Ο Διεθνής Χρηματοοικονομικός Οργανισμός (I.F.C)

Ο οργανισμός αυτός παρέχει τα λεγόμενα κεφάλαια κινδύνου σε επιχειρήσεις που επιθυμούν να εισέλθουν ή να λειτουργήσουν για πρώτη φορά σε αγορές αναπτυσσόμενων κρατών.

1.4.5 Ο Οργανισμός για Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη (O.E.C.D)

Ο οργανισμός αυτός ιδρύθηκε το 1961 και έχει σαν κύριους σκοπούς την προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης των κρατών μελών, την εξασφάλιση βοήθειας στις λιγότερο αναπτυγμένες χώρες που μπορεί να είναι ή να μην είναι μέλη του, και την ανάπτυξη του διεθνούς εμπορίου σε παγκόσμιο επίπεδο.

1.4.6 Η Γενική Συμφωνία για Δασμούς και Εμπόριο (G.A.T.T)

Η G.A.T.T αποβλέπει στην αντιμετώπιση και εξάλειψη, κατά το δυνατό, των εμπορικών εμποδίων (δασμών, νομοθετικών περιορισμών) στις χώρες μέλη, για να προωθηθεί με αυτόν τον τρόπο το διεθνές εμπόριο. Οι κανόνες της καθορίζουν την συμπεριφορά των χωρών μελών στις μεταξύ τους εμπορικές συναλλαγές. Η συνθήκη

G.A.T.T αυξάνει κατά ένα τρόπο τον όγκο των διεθνών ανταλλαγών, μειώνοντας δασμούς και δεσμεύσεις, από την άλλη όμως ευνοεί σαν σύστημα τα βιομηχανικά κράτη και τα προϊόντα τους αφού, σαν σύνολο οι μειώσεις στους δασμούς αυτών είναι περισσότερο σημαντικές από τις αντίστοιχες των πρώτων υλών.

1.4.7 Η Συμφωνία του Συνεδρίου των Ηνωμένων Εθνών για θέματα Εμπορίου και Ανάπτυξης (U.N.C.T.A.D)

Είναι αποτέλεσμα της δυσαρέσκειας των λιγότερο αναπτυγμένων κρατών από την συμφωνία G.A.T.T. Πηγή της δυσαρέσκειας αυτής ήταν ότι η εφαρμογή της G.A.T.T στην πράξη αύξανε το εμπορικό έλλειμμα μεταξύ αναπτυγμένων και υποανάπτυξη κρατών, αφού οι αναπτυσσόμενες χώρες κατά την περίοδο της εφαρμογής της G.A.T.T παρουσίαζαν ολοένα και μικρότερο μερίδιο στις διεθνείς ανταλλαγές. Η συμφωνία του U.N.C.T.A.D αποβλέπει στην αύξηση των τιμών των πρώτων υλών με την εφαρμογή του ελέγχου της συνολικής προσφοράς προς εξαγωγή. Η πολιτική αυτή θα επιβάλλεται με την συνεργασία των ενδιαφερόμενων χωρών, πολιτική που αναμενόταν να αποφέρει μεγαλύτερες τιμές πρώτων υλών και υψηλότερα εισοδήματα για τα αναπτυσσόμενα κράτη. Με την U.N.C.T.A.D επιχειρείται ταυτόχρονα η ευνοϊκή αντιμετώπιση των βιομηχανικών προϊόντων που προέρχονται από υποανάπτυξη χώρες, στην περίπτωση που δεν ευνοούνται από τις εξαγωγές πρώτων υλών.

1.4.8 Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου (W.T.O)

Δημιουργήθηκε από την μετατροπή της G.A.T.T σε Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου. Συγκεκριμένα, στις 15 Απριλίου 1994 υπογράφηκε στο Μαρακές του Μαρόκου από τους εκπροσώπους 125 χωρών η τελική συνθήκη, η οποία θέτει τέρμα στις πιο πάνω διαπραγματεύσεις, εγκαινιάζει νέες συνθήκες διεξαγωγής του παγκόσμιου εμπορίου και προβλέπει την ίδρυση του ΠΟΕ. Η συνθήκη αυτή προβλεπόταν να τεθεί σε εφαρμογή ύστερα από δύο περίπου χρόνια, όσα δηλαδή χρειαζόνταν για την έγκρισή της από τα κοινοβούλια των πιο πάνω 125 χωρών. Αξιοσημείωτο είναι ότι η υπογραφείσα συνθήκη αναφέρεται, όχι μόνο στους δασμούς και στους κάθε είδους περιορισμούς που επιβάλλονται στο εμπόριο, αλλά και σε πολλούς άλλους τομείς δραστηριότητας που θα σημειώσουμε στη συνέχεια.

Κλάδοι, που ανάμεσα σε άλλους αποτελούσαν αντικείμενο διαπραγματεύσεων είναι η γεωργία, η κλωστοϋφαντουργία και ο τομέας παροχής υπηρεσιών που ενδιαφέρουν τόσο τις μεγαλύτερες εξαγωγικές χώρες όσο και πολλές χώρες εισαγωγής. Οι επιπτώσεις από την εφαρμογή της τελευταίας συνθήκης έχει ως ακολούθως:

1. Μείωση δασμών: Γενικά στόχος της συνθήκης είναι η βαθμιαία μείωση τους κατά 30%. Για ορισμένα βιομηχανικά προϊόντα (χάλυβας, ξύλο και χαρτί, ηλεκτρονικός εξοπλισμός), στόχος είναι ενδεχομένως η πλήρης κατάργηση των δασμών.
2. Γεωργικά προϊόντα: Γενική μείωση των επιδοτήσεων των εξαγωγών κατά 36%. Μείωση των επιδοτήσεων των προϊόντων που παράγονται για εσωτερική κατανάλωση κατά 20%.
3. Κλωστοϋφαντουργικά προϊόντα και είδη ρουχισμού: Οι ποσοτικοί περιορισμοί θα αντικατασταθούν από εισαγωγικούς δασμούς και οι τελευταίοι βαθμιαία θα καταργηθούν.
4. Υπηρεσίες (χρηματοπιστωτικές, αεροπορικές μεταφορές, υπηρεσίες τουρισμού, δημοσίων προμηθειών, ασφαλειών): Πρωταρχικός στόχος είναι ο καθορισμός ορθολογικής μεταχείρισης των υπηρεσιών, ιδίως με τη λήψη μέτρων που θα εγγυώνται το δικαίωμα της εγκατάστασης των επιχειρήσεων που παρέχουν υπηρεσίες.
5. Επίλυση διαφορών: Προβλέπονται διαδικασίες με σκοπό την επιτάχυνση της επίλυσης των διαφορών που προκύπτουν κατά την διενέργεια του διεθνούς εμπορίου και τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των διεθνών συναλλαγών.
6. Επιδοτήσεις, εγγυήσεις: Γενική απαγόρευση της επιδότησης της εισαγωγής κάθε είδους προϊόντων και υπηρεσιών.
7. Διάφορες άλλες κατηγορίες δραστηριοτήτων: Προστασία του δικαιώματος πνευματικής ιδιοκτησίας, των εμπορικών σημάτων και των διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας.

1.5 Μέτρα Πολιτικής Διεθνούς Εμπορίου

Τα κράτη λαμβάνουν μέτρα για την προστασία της εγχώριας παραγωγής. Τα μέτρα αυτά πολιτικής εξωτερικού εμπορίου εξετάζονται με συντομία στη συνέχεια.

1.5.1 Ο δασμός

Ο δασμός αποτελεί έμμεσο φόρο που μπορεί να επιβληθεί σε όσα εμπορεύματα μεταφέρονται από τη μία χώρα στην άλλη όταν περνούν από την τελωνειακή γραμμή. Υπάρχουν τρία είδη δασμών:

- (i) Εισαγωγικοί, όταν αφορούν εμπορεύματα που εισάγονται σε μία χώρα,
- (ii) εξαγωγικοί, όταν αφορούν εμπορεύματα που εξάγονται από μία χώρα και
- (iii) διαμετακομιστικοί, όταν αφορούν εμπορεύματα που διέρχονται από μια χώρα.

Οι σημαντικότεροι είναι οι εισαγωγικοί δασμοί, που αποβλέπουν κυρίως στην αύξηση των κρατικών εσόδων. Ταυτόχρονα, έχουν ως σκοπό την αύξηση της τιμής των εμπορευμάτων που εισάγονται, για να μη μπορούν να συναγωνιστούν τα εγχώρια εμπορεύματα.

1.5.2 Οι ποσοτώσεις

Οι ποσοτώσεις είναι μέτρο πολιτικής σύμφωνα με το οποίο το κράτος καθορίζει την ανώτατη ποσότητα ενός προϊόντος, που μπορεί να εισαχθεί στην ημεδαπή, κατά τη διάρκεια ορισμένης χρονικής περιόδου, συνήθως κατά τη διάρκεια ενός έτους.

Σκοπός της επιβολής του μέτρου των ποσοτώσεων είναι ο περιορισμός της ποσότητας ενός ή περισσότερων προϊόντων, που μπορούν να εισαχθούν στην ημεδαπή. Αποτέλεσμα του περιορισμού αυτού είναι η αύξηση της τιμής των σχετικών προϊόντων.

Σε σύγκριση με τους εισαγωγικούς δασμούς οι ποσοτώσεις μειονεκτούν για τους εξής λόγους: Ενώ στην περίπτωση των δασμών προστατεύεται βέβαια η εγχώρια παραγωγή, συγχρόνως όμως ωφελείται και το δημόσιο ταμείο που εισπράττει τους δασμούς, στην περίπτωση των ποσοτώσεων ολόκληρη η διαφορά μεταξύ της τιμής των προϊόντων στην παγκόσμια αγορά και της τιμής που διαμορφώνεται στην ημεδαπή μετά την εισαγωγή τους, περιέρχεται στους εισαγωγείς.

1.5.3 Οι επιχορηγήσεις

Οι επιχορηγήσεις ή επιδοτήσεις ή πριμοδοτήσεις είναι το αντίστροφο των δασμών. Χορηγούνται από το κράτος στους ημεδαπούς εξαγωγείς, όταν το κόστος παραγωγής των ημεδαπών προϊόντων είναι υψηλότερο από τις τιμές που επικρατούν

στη διεθνή αγορά. Εισπράττοντας τη διαφορά μεταξύ υψηλού εσωτερικού κόστους και χαμηλών διεθνών τιμών, οι ημεδαποί εξαγωγείς μπορούν να ανταγωνιστούν τους αλλοδαπούς στη διεθνή αγορά.

1.5.4 Οι εμπορικές συμβάσεις

Με τις εμπορικές συμβάσεις, που συνάπτονται μεταξύ των κυβερνήσεων των διαφόρων χωρών, ρυθμίζονται ζητήματα τα οποία αναφέρονται στους δασμούς και γενικότερα στη τελωνειακή μεταχείριση που υφίστανται τα εμπορεύματα, όταν εισάγονται από μια χώρα σε μια άλλη.

Οι εμπορικές συμβάσεις μπορούν να είναι διμερείς ή πολυμερείς. Οι διμερείς εμπορικές συμβάσεις συνάπτονται μεταξύ δύο χωρών, ενώ οι πολυμερείς μεταξύ περισσότερων από δύο χώρες.

1.6 Τα Τελωνεία

Τελωνεία ονομάζονται οι χώροι και τα δημόσια καταστήματα, μέσα στα οποία γίνεται υποχρεωτικός έλεγχος στα εμπορεύματα, που εισάγονται και εξάγονται από μία χώρα, καθώς και οι δημόσιες υπηρεσίες που κάνουν αυτόν τον έλεγχο, επιβάλλουν τους φόρους (τελωνειακούς δασμούς) και τους εισπράττουν.

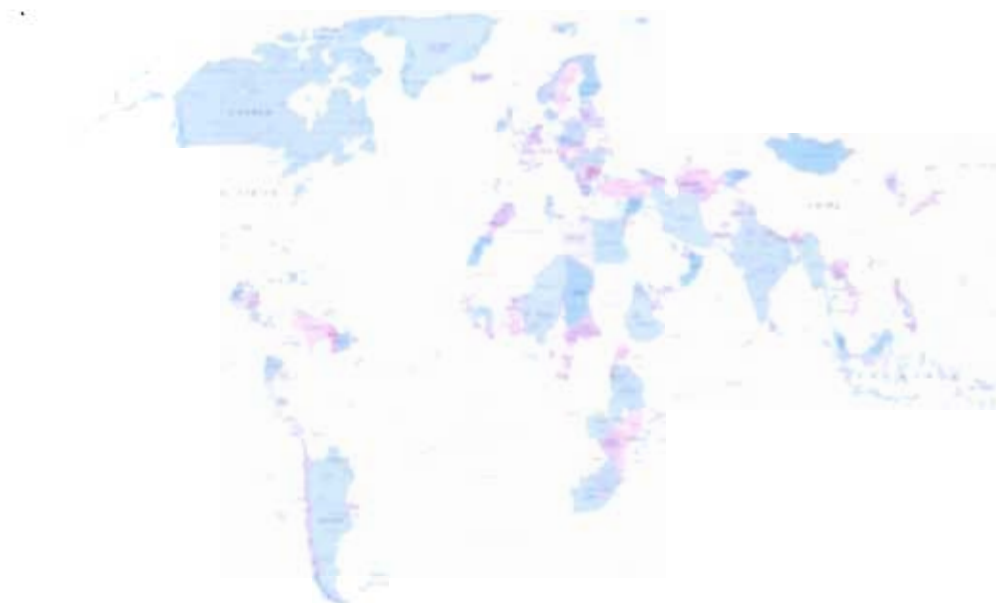
Σκοπός των τελωνείων δεν είναι μόνο η βεβαίωση και η είσπραξη των τελωνειακών δασμών, ο καθορισμός δηλαδή του εισαγωγικού δασμού ή του εξαγωγικού, και η είσπραξή του, αλλά και η βεβαίωση και η είσπραξη άλλων φόρων, είτε υπέρ του Κράτους, είτε υπέρ διαφόρων Οργανισμών και Νομικών Προσώπων Δημοσίου Δικαίου.

Με την επιβολή των τελωνειακών δασμών, ιδίως στα προϊόντα που εισάγονται από το εξωτερικό, δεν αυξάνονται μόνο τα έσοδα του Κράτους, αλλά προστατεύεται και η εγχώρια παραγωγή, όπως η βιομηχανία, η γεωργία και γενικά όλοι οι παραγωγικοί κλάδοι.

1.7 Οι Ήπειροι

Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να αναφέρουμε τις ηπείρους και τις πιο οικονομικά ανεπτυγμένες χώρες κάθε ηπείρου. Παρακάτω απεικονίζεται ο παγκόσμιος χάρτης και η θέση που έχει κάθε ήπειρος και κάθε χώρα.

Political Map of the World April 2005



Οι ήπειροι αλφαβητικά, είναι οι εξής:

- Αμερική: Οι μεγαλύτερες οικονομίες της Αμερικής είναι οι ΗΠΑ και ο Καναδάς.
- Ασία: Η Ιαπωνία και η Κίνα αποτελούν τις πιο ανεπτυγμένες χώρες της Ασίας. Η Κίνα, αν και κυρίως αγροτική χώρα, σημειώνει ιδιαίτερη οικονομική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια. Σε αυτή την έρευνα θα ασχοληθούμε εκτενέστερα με την ασιατική χώρα της Κίνας, καθώς αποτελεί μία από τις πλέον σημαντικότερες και ταχύτερα αναπτυσσόμενες χώρες, ενώ τα τελευταία χρόνια έχει πραγματοποιήσει μεγάλη άνοδο στην παραγωγή αγαθών και στο εξωτερικό της εμπόριο.
- Αφρική: Αν και οι χώρες της Αφρικής δεν θεωρούνται ανεπτυγμένες, η Αίγυπτος και η Νότια Αφρική ξεχωρίζουν, καθώς τα τελευταία χρόνια κάνουν προσπάθειες να αναπτυχθούν και έχουν ήδη καταφέρει αρκετά.

- **Ευρώπη:** Οι πιο ανεπτυγμένες Ευρωπαϊκές χώρες είναι η Γερμανία και η Γαλλία. Μάλιστα, η Γερμανία αποτελεί τον σημαντικότερο εμπορικό εταίρο για τη χώρα μας. Η Ελλάδα, αν και θεωρείται σχετικά φτωχή χώρα σε σύγκριση με τη Γερμανία ή τη Γαλλία, έχει αναπτύξει κυρίως τον δευτερογενή και τριτογενή τομέα, ενώ σημειώνει συνεχή άνοδο στο εμπόριο της. Η έρευνα η οποία ακολουθεί αποδεικνύει τη σημαντική ανάπτυξη της Ελλάδας και τη συνεχή βελτίωση του εξωτερικού εμπορίου της.
- **Ωκεανία:** Η Αυστραλία, μια χώρα πολυπληθής, είναι η πιο ανεπτυγμένη χώρα της Ωκεανίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

«Η Κίνα και το Εμπόριο της»



2. Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό εξετάζεται εκτενώς η Κίνα, μία ασιατική χώρα η οποία παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον λόγω της σημαντικής οικονομικής κυρίως ανάπτυξης που σημειώνει τα τελευταία χρόνια.

Η χώρα αυτή θα μας απασχολήσει για το εξαγωγικό της εμπόριο, αλλά και για τις ευκαιρίες που προσφέρει στους ξένους επενδυτές σε πολλούς τομείς.

2.1 Η Κίνα

2.1.1 Γενικά Στοιχεία

Η Κίνα βρίσκεται στην καρδιά της Ανατολικής Ασίας, στις δυτικές ακτές του Ειρηνικού Ωκεανού. Συνορεύει με 14 κράτη και είναι η τρίτη σε μέγεθος χώρα στον κόσμο μετά τον Καναδά και την Ρωσία, με έκταση 9.575.000 τ.χιλ. και με πυκνότητα 134 κάτοικους ανά τ.χιλ. Ο πληθυσμός της ξεπερνά το 1,3 δις κατοίκους, δηλαδή ανέρχεται στο 21% του παγκόσμιου πληθυσμού, γεγονός που την κατατάσσει στη πιο πολυπληθή χώρα του πλανήτη. Η επίσημη ονομασία της είναι Λαϊκή Δημοκρατία της Κίνας, με πολίτευμα τη Λαϊκή Δημοκρατία. Πρωτεύουσα της είναι το Πεκίνο. Η βασική κινεζική νομισματική μονάδα είναι το Yuan (Γιουάν) ή αλλιώς Renminbi και 1 ευρώ ισούται περίπου με 9,647 Yuan.

Πριν από μια εικοσαετία η Κίνα συγκαταλέγονταν μεταξύ των φτωχότερων κρατών του κόσμου, με το 80% του πληθυσμού της να έχει εισόδημα λιγότερο από ένα δολάριο την μέρα, ενώ τα δύο τρίτα θεωρούνταν αναλφάβητοι. Σήμερα όμως, όπως θα δούμε στη συνέχεια, οι συνθήκες έχουν αλλάξει.

2.1.2 Φυσική εξέταση

Η Κίνα αποτελείται από την κυρίως Κίνα, το Θιβέτ, το Κινεζικό Τουρκεστάν ή Σινκιάνγκ, την Εσωτερική Μογγολία, τη Μαντζουρία και το νησί Χαϊνάν.

Όπως φαίνεται στο παρακάτω χάρτη, συνορεύει ανατολικά με την Β.Κορέα, βόρεια με τη Ρωσία και τη Μογγολία, βορειοδυτικά με το Καζακστάν, δυτικά με την Κιργιζία, το Τατζικιστάν, το Αφγανιστάν, το Πακιστάν και την Ινδία, νότια με το Νεπάλ, το ινδικό Λσάμ, τη Βιρμανία, το Λάος και το Βιετνάμ. Στα ανατολικά βρέχεται από την Κίτρινη θάλασσα, την Ανατολική κινεζική θάλασσα και τη νότια κινεζική θάλασσα του Ειρηνικού ωκεανού.



Στη Λυτική Κίνα υψώνονται οι ορεινές αλυσίδες των Ιμαλαΐων, τα Αλτάια όρη, τα Ουράνια ή Τιέν Σαν, το Καρακορούμ και το Κουέν-Λουν (7.860 μ.). Ανάμεσα στα Ιμαλάια και στο Κουέν-Λουν σχηματίζεται το τεράστιο οροπέδιο του Θιβέτ, 3.600 μέτρων ύψους.

Οι πιο σημαντικοί ποταμοί της Κίνας είναι ο Χουάνγκ Χο (Κίτρινος ποταμός), ο Γιανγκ-Γσε-Κιανγκ (Γαλάζιος ποταμός), ο Γιτζίν Γολ, ο Σουνγκάρι και ο Σι Κιανγκ.

Μεγάλο μέρος από το υπόλοιπο έδαφος της Κίνας είναι μια απέραντη πεδιάδα, που διακόπτεται από λοφώδεις εκτάσεις στα νότια και εκτεταμένα οροπέδια στα βόρεια, που στο εσωτερικό μεταβάλλονται σε ερήμους, όπως η Γκόμπι (στη Μογγολία) και η Ταρίμ (στο Κεντρικό Τουρκεστάν). Οι μεγαλύτερες πεδιάδες της Κίνας είναι η Μεγάλη πεδιάδα και η πεδιάδα του Γιανγκ-Γσε-Κιανγκ.

Λίμνες υπάρχουν σε πολλές περιοχές της Κίνας. Οι σημαντικότερες συμβάλλουν στην περιοχή του Γιανγκ-Γσε-Κιανγκ, όπως οι Τουνγκκίνγκ, Πογιάνγκ και Τάι. Πολλές λίμνες, οι πιο πολλές αλιευρές, συναντούνται στις κλειστές λεκάνες του Θιβέτ: Τσινγκ Χάι, Λοπ Νορ και Ναμτσό.

2.1.3 Παράδοση και Ιστορία της Κίνας

Λεδομένου ότι η ιστορία της Κίνας ξεκινά στα βάθη των αιώνων, για αυτή τη μελέτη, χωρίζουμε την ιστορία της χώρας σε τέσσερις σημαντικές περιόδους, όπως παρουσιάζονται στη συνέχεια.

- Η Αρχαία Κίνα

Η αυθεντική ιστορία της Κίνας αρχίζει από τη δυναστεία των Χσιά, από τα 2205 έως τα 1766 π.Χ.. Ύστερα από τους Χσιά έρχονται οι Γσεού, διάσημοι για την επέκταση της παιδείας και την υποστήριξη του ελεύθερου στοχασμού. Είναι η εποχή της ακμής της κινεζικής φιλοσοφίας. Η δυναστεία των Τσιν ακολουθεί. Κατά τα τέλη της δυναστείας αυτής αρχίζει να κτίζεται το σινικό τείχος, το 214 π.Χ. Τους Τσιν διαδέχονται οι Χαν. Η ιστοριογραφία και η ποίηση γνωρίζουν λαμπρή άνθηση και το εμπόριο με τη ρωμαϊκή Ανατολή αναπτύσσεται. Οι Χαν, οι «προγενέστεροι» και οι «μεταγενέστεροι» (η δυναστεία χωρίζεται σε δύο εποχές), εξοντώνονται κατά το 220 μ.Χ. Ακολουθεί η περίοδος η λεγόμενη των «Γριών βασιλείων», του Γουέι, του Γιού και του Σού. Έπειτα ανεβαίνουν στο θρόνο της Κίνας οι Σουϊ και οι Τάγκ, που καλύπτουν μια μεγάλη και κρίσιμη περίοδο, από το 589 ίσαμε το 907. Την πτώση των Τάγκ ακολουθούν πενήντα τρία χρόνια αναρχίας. Τέλος, την εξουσία παίρνουν στα χέρια τους οι Σόγκ, που βασιλεύουν ως το 1280. Είναι οι αυτοκράτορες της εποχής των σταυροφοριών. Τους διαδέχονται οι Μογγόλοι αυτοκράτορες (1280-1368). Η σινική αυτοκρατορία **απώλεσε την επιρροή της** σε χώρους απίθανους. Η εξουσία της

έφτασε μέχρι τη Μεσοποταμία και την Ευρώπη. Τους Μογγόλους ακολουθούν οι Μίγκ, μια μεγάλη επίσης δυναστεία. Τα ανάκτορα του Πεκίνου, οι αυτοκρατορικοί τάφοι, ένα πλήθος ιδρύματα και μνημεία ανήκουν στους Μίγκ (1369-1644).

- Περίοδος 1645-1912

Οι Μαντσού συμπληρώνουν τον κύκλο των σινικών δυναστειών (1645-1912). Στην περίοδο αυτή οι Ευρωπαίοι προσπάθησαν να διεισδύσουν οικονομικά στην Κίνα. Η μυστική πολιτική εταιρεία των Μπόξερς προκάλεσε στο Πεκίνο αντιευρωπαϊκές ταραχές (1900), που έδωσαν το πρόσχημα στις ευρωπαϊκές δυνάμεις να καταλάβουν την πόλη και να υποχρεώσουν την Κίνα να καταβάλει μεγάλη αποζημίωση.

Αλλά οι πιο εκβιαστικοί πόλεμοι των Ευρωπαίων ήταν οι λεγόμενοι «πόλεμοι του οπίου». Οι Κινέζοι απαγόρευσαν το όπιο και οι Άγγλοι, που διέθεταν το μονοπώλιο της εισαγωγής του, κήρυξαν πόλεμο κατά της Κίνας. Την υποχρέωσαν τελικά, όχι μόνο να αφήσει ελεύθερο το εμπόριο του οπίου, αλλά και να παραχωρήσει στην Αγγλία το Χονγκ Κονγκ (1836-1842). Και νέος πόλεμος του οπίου ξεκίνησε αργότερα (1856-1860), με αποτέλεσμα να καταλάβουν οι Άγγλοι και οι Γάλλοι το Γιεν-Τσιν και το Πεκίνο, υποχρεώνοντας την Κίνα να ανοίξει τα λιμάνια της στο ξένο εμπόριο.

- Νεότερη Ιστορία

Στα επόμενα χρόνια, Ρώσοι και Ιάπωνες εισέβαλαν στη Μαντζουρία και απέσπασαν κινεζικά εδάφη. Η αυτοκρατορία βρισκόταν σε περίοδο παρακμής. Το δημοκρατικό κίνημα του Σουν-Γιαντ (1912) κήρυξε τη δημοκρατία. Στο Πεκίνο άρχισε να εγκαθιδρύεται η Λαϊκή Δημοκρατία της Κίνας, χάρη στον Μάο Γσε Τουνγκ που υπήρξε ηγέτης της Κίνας για εικοσιπέντε χρόνια, η οποία έκανε βαθιά οικονομικοκοινωνική μεταρρύθμιση με κυριότερες ενέργειες: την εθνικοποίηση των βιομηχανιών (1949-1952), την αγροτική μεταρρύθμιση (1950), την κατάρτιση του πρώτου πενταετούς οικονομικού προγράμματος (1952-1957), τη μεταρρύθμιση του οικογενειακού δικαίου (1950) και την εφαρμογή νέου συντάγματος (1954). Η σοσιαλιστική μεταμόρφωση της χώρας ενισχύθηκε ιδιαίτερα το 1957 και 1958, ενώ η πιο δυναμική ενίσχυση της σοσιαλιστικής δομής της χώρας υπήρξε η «μορφωτική επανάσταση» (1966-1967). Αλλαγές, και μάλιστα ουσιαστικότερες, παρουσίασε και η εξωτερική πολιτική της Κίνας απέναντι στις χώρες της Λύσης και των Η.Π.Α. Οι σχέσεις της με τις Η.Π.Α. αποκαταστάθηκαν, η Κίνα έγινε μέλος του Ο.Π.Ε

(Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών), ενώ παράλληλα άρχισε η σύναψη διπλωματικών σχέσεων με όλες σχεδόν τις δυτικές χώρες.

Το 1976, την προεδρία ανέλαβε ο Χούα Κούο-Φενγκ, ο οποίος συνέχισε τη στροφή προς τη Δύση. Το 1984 κύριος της πολιτικής σκηνής γίνεται ο Ντενγκ Χσιάο Πινγκ, ο οποίος εξαπέλυσε τη δική του επανάσταση με στόχο τον εκσυγχρονισμό της Κίνας και τη μετατροπή της, ως το 2000, σε μοντέρνο σοσιαλιστικό κράτος.

▪ Σύγχρονη Ιστορία

Τα τελευταία είκοσι χρόνια, η Κίνα αγωνίζεται να καθιερώσει μια αποτελεσματική κυβέρνηση και προχώρησε στη πραγμάτωση μεγάλων διοικητικών μεταρρυθμίσεων. Οι μεταρρυθμίσεις του 1998 οδήγησαν στην αλλαγή του συστήματος δημόσιας διοίκησης και στη κατάργηση των οργανισμών που λειτουργούσαν την περίοδο του παραδοσιακού κρατικού παρεμβατισμού και ελέγχου. Το Κρατικό Συμβούλιο προχώρησε στην αναπροσαρμογή ή την κατάργηση κάποιων ειδικών οικονομικών υπηρεσιών, με συνέπεια οι τοπικές κυβερνήσεις να μην εποπτεύουν πλέον τα ζητήματα βιομηχανίας και εμπορίου. Κάποιες από αυτές μεταβλήθηκαν σε τμήματα υπεύθυνα για την μακροοικονομική προσαρμογή και τον οικονομικό έλεγχο. Οι κυβερνητικές λειτουργίες άλλαξαν έτσι ώστε να φροντίσουν τον μακροοικονομικό σχεδιασμό, την καθοδήγηση των πολιτικών αποφάσεων, την ενδυνάμωση των νόμων και της εποπτείας και τον συντονισμό των οργανισμών, καθώς και την προσφορά δημοσίων αγαθών και υπηρεσιών τόσο για επιχειρηματίες όσο και για το κοινό.

2.1.4 Πολιτική Εξέταση

Η Κίνα είναι ένα μονοκομματικό κράτος στο οποίο κυριαρχεί το Κομμουνιστικό Κόμμα (ΚΚΚ), το μεγαλύτερο πολιτικό κόμμα στον κόσμο. Το σύνταγμα που ισχύει σήμερα ψηφίστηκε το 1954.

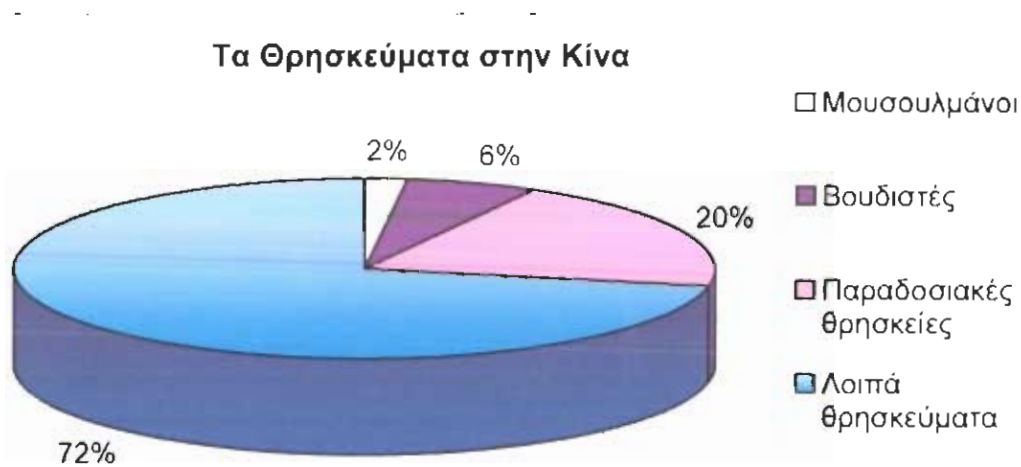
Η Εθνική και Λαϊκή Συνέλευση, που εκλέγεται έμμεσα κάθε πέντε χρόνια, είναι θεωρητικά το ανώτατο όργανο της κρατικής εξουσίας. Διορίζει τον πρόεδρο και το Εκτελεστικό Συμβούλιο του Κράτους με επικεφαλής τον πρωθυπουργό. Σήμερα, Πρωθυπουργός της Κίνας είναι ο κος Wen Jiabao. Το πραγματικό κέντρο της εξουσίας είναι όμως το Πολιτικό Γραφείο της Κεντρικής Επιτροπής του ΚΚΚ και ιδιαίτερα η εξάμελής Διαρκής Επιτροπή. Τοπικά όργανα εξουσίας αποτελούν οι συνελεύσεις των λαϊκών αντιπροσώπων.

2.1.5 Θρησκεία

Είναι αληθινά σημαντικό, και από την άποψη του καθορισμού της φυσιογνωμίας της Κίνας, το θέμα της συμπεριφοράς της προς τη θρησκεία.

Σήμερα, οι Κινέζοι πιστεύουν στο βουδισμό, στον ταοϊσμό ή είναι οπαδοί του κουμφουκισμού ο οποίος, αν και δεν είναι θρησκεία, εκδηλώνεται με ορισμένες τελετές θρησκευτικού χαρακτήρα. Άλλοι πιστεύουν στον ισλαμισμό και άλλοι σε διάφορες ανιμιστικές δοξασίες. Άλλοι, σήμερα, είναι άθεοι.

Η κυβέρνηση αφήνει στον καθένα την ελευθερία να πιστεύει όποιο θεό θέλει. Πανηγυρικά μάλιστα δηλώνει, πως δεν επεμβαίνει στη θρησκευτική συνείδηση κανενός. Και ο λόγος είναι απλός: στην Κίνα δεν υπάρχουν θρησκευτικές οργανώσεις αληθινά επίφοβες, ούτε ο θρησκευτικός ζήλος των Κινέζων είναι μεγάλος. Φυσικά, ο προσηλυτισμός απαγορεύεται. Οι θρησκευτικές τελετές είναι περιορισμένες. Το βέβαιο είναι πως ο λαός της Κίνας, στο σύνολο του, δεν κατέχεται από ισχυρό θρησκευτικό συναίσθημα.

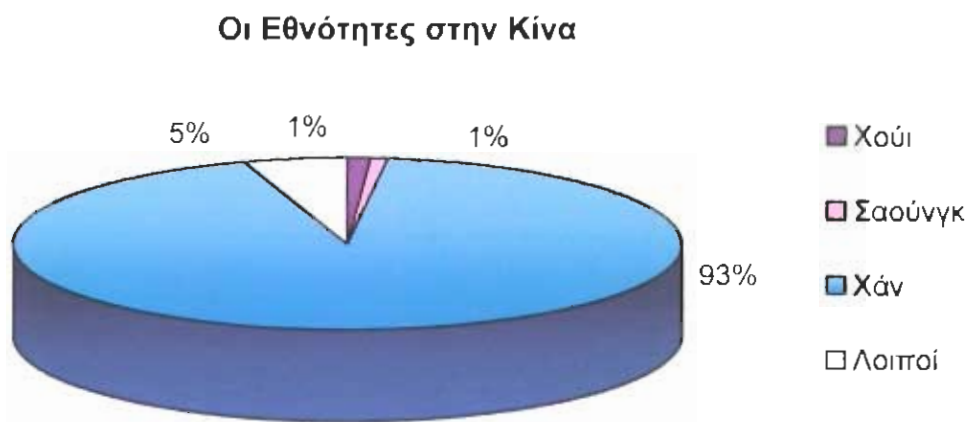


Τα θρησκείματα της Κίνας. Πηγή «Σύγχρονος Άτλας του Κόσμου».

Το επίσημο κράτος έχει τις δικές του γιορτές: τις δύο πρωτοχρονιές, κατά το δικό μας και κατά το αρχαίο σινικό ημερολόγιο, την εορτή του Έαρος και την εθνική εορτή της πρώτης Οκτωβρίου. Έτσι, οι περισσότεροι ναοί είναι μουσεία παρά τόποι λατρείας.

2.1.6 Δημογραφία

Ο κινεζικός πληθυσμός παρουσιάζει σημαντική ομοιογένεια. Περίπου το 93% του πληθυσμού της Κίνας ανήκουν στη φυλή των Χαν. Οι υπόλοιποι ανήκουν σε κάποια από τις 55 μειονοτικές εθνότητες ή αναγνωρισμένες εθνικές ομάδες. Οι μειονότητες έχουν δυσανάλογη πολιτική σπουδαιότητα επειδή πολλές, όπως οι Μογγόλοι, οι Θιβετιανοί ή οι Μουσουλμάνοι Ουιγκούρς στο Σιντζιάνγκ, ζουν σε παραμεθόριες στρατηγικές περιοχές.



Οι εθνότητες της Κίνας. Πηγή «Δύγχρονος Άτλας του Κόσμου».

Το 36% του πληθυσμού της χώρας ζει σε αστικές περιοχές, ενώ το 64% σε αγροτικές. Όμως η τάση της εγκατάστασης στις πόλεις παρουσιάζει αύξηση και προβλέπεται να επιταχυνθεί σημαντικά στο μέλλον. Σύμφωνα με την πρόβλεψη των Ηνωμένων Εθνών, έως το 2030 ο πληθυσμός των αστικών περιοχών θα φτάσει το 59% του συνολικού πληθυσμού της χώρας.

Ανθρωπολογικά, οι Κινέζοι ανήκουν στη μεγάλη μογγολική (κίτρινη) φυλή και διακρίνονται σε πολλούς τύπους, κυρίως όμως στο βόρειο και στο νότιο τύπο, που διαφέρουν ουσιαστικά μεταξύ τους. Οι νότιοι Κινέζοι είναι μικρόσωμοι, σε σύγκριση με τους βόρειους, αλλά πιο ζωηροί και ευκίνητοι.

Ως άτομα, διακρίνονται για την εργατικότητα, την επινοητικότητα και το αξιοθαύμαστο επιχειρησιακό πνεύμα τους, ενώ ως ομάδα καυγαδίζουν και τσακώνονται για το παραμικρό. Είναι ιδιαίτερα δυναμικοί και απίστευτα διορατικοί. Επιπλέον είναι εξωστρεφείς, συναισθηματικοί, ιδιαίτερα ευαίσθητοι όσον αφορά την ευπρέπεια και την φιλοξενία, ευμετάβλητοι και απρόβλεπτοι. Αξιολογες είναι οι

πνευματικές τους ικανότητες. Στην αντίληψη και στη δεξιότητα ξεχωρίζουν από όλους σχεδόν τους Ασιάτες. Είναι έξυπνοι έμποροι και θαυμάσιοι τεχνίτες.

2.1.7 Γλώσσα

Τα κινεζικά είναι στην πραγματικότητα μια ενοποιημένη γραπτή γλώσσα, αλλά στον προφορικό λόγο υπάρχουν πάρα πολλές διάλεκτοι. Η επίσημη γλώσσα στην Κίνα είναι η κινεζική (των Μανδαρινών), που εμφανίζει πολλές ποικιλίες οι οποίες ανήκουν σε οκτώ κύριες διαλέκτους. Η κινεζική είναι πολύ πλούσια γλώσσα, αλλά παρουσιάζει μεγάλη δυσκολία στη γραφή και στην ανάγνωση, γιατί χρησιμοποιεί την ιδεογραφική γραφή που, παρά την απλοποίησή της, έχει πάνω από 2.000 τύπους. Η κυβέρνηση για να μειώσει τον αναλφαβητισμό καθιέρωσε από το 1958 και τη φωνητική γραφή της κινεζικής, με βάση το λατινικό αλφάβητο. Τώρα διδάσκεται ένα αλφάβητο βασισμένο στη ρωμαϊκή γραφή για διεθνείς συνεννοήσεις. Άλλες διάλεκτοι είναι των Καντονέζων και της Σαγκάης.

2.1.8 Εκπαίδευση

Παλαιότερα, το μεγαλύτερο ποσοστό του πληθυσμού της Κίνας ήταν αναλφάβητοι ή ημιαναλφάβητοι. Σήμερα, όλο και περισσότεροι είναι οι Κινέζοι που μορφώνονται. Είναι επίσης σημαντικό να αναφερθεί ότι η Κίνα αποτελεί την χώρα με τον μεγαλύτερο αριθμό φοιτητών.

Εκτός από τα σχολεία κατώτατης και μέσης εκπαίδευσης, λειτουργούν πανεπιστήμια, πολλές ανώτερες σχολές και ειδικά κολέγια από τα οποία αποφοιτούν κάθε χρόνο χιλιάδες επιστήμονες.

2.1.9 Συγκοινωνίες

Δρόμοι, σιδηροδρομικές γραμμές και τα μεγάλα λιμάνια, όπως της Σαγκάη και του Τιέντζιν, βελτιώνονται σταθερά από το 1949. Ο στόχος τώρα είναι να εκσυγχρονισθεί και να επεκταθεί ακόμη περισσότερο το σύστημα μεταφορών, ώστε να υποστηρίξει την οικονομική ανάπτυξη της Κίνας.

Το πλωτό ποτάμιο σύστημα της ενδοχώρας αναβαθμίζεται. Μέσω των ποταμών μεταφέρεται το 38% του συνόλου των φορτίων που διακινούνται στη χώρα. Η

συγκοινωνία είναι πυκνή, κυρίως στις πυκνοκατοικημένες περιοχές. Στα παράλια και τις παραποτάμιες περιοχές η συγκοινωνία διεξάγεται με ποταμιόπλοια και ακτοπλοϊκά σκάφη.

Πολλές μικρές αεροπορικές εταιρείες έχουν κάνει την εμφάνισή τους από το 1988, οπότε τερματίστηκε το κρατικό μονοπώλιο στις αερομεταφορές, οι οποίες αναπτύσσονται ραγδαία. Οι μεγάλες πόλεις επικοινωνούν αεροπορικά με το Πεκίνο και με άλλες πόλεις του εξωτερικού.

Στο εσωτερικό, η χώρα διαθέτει τεράστιο οδικό δίκτυο μήκους 1.698.012 χλμ. και αξιόλογο σιδηροδρομικό που συνεχώς αναπτύσσεται. Κάποτε κυριαρχούσαν τα ποδήλατα. Σήμερα όμως μπαίνουν στο περιθώριο. Η ιδιοκτησία αυτοκινήτων συνεχώς αυξάνει καθώς ο πλούτος αυξάνει. Το 1995 τα αυτοκίνητα ήταν δύο εκατομμύρια, ενώ σήμερα ξεπερνούν τα είκοσι εκατομμύρια.



*Κεντρικός Αυτοκινητόδρομος του Πεκίνου.
Πηγή «Πώς να κάνετε μπίζνες με την Κίνα».*

2.1.10 Κλίμα

Η Κίνα διαιρείται σε τέσσερις βασικές κλιματικές περιοχές:

- i. Η Βορειοανατολική Κίνα. Δέχεται ψυχρούς και ξηρούς ανέμους και έχει κλίμα ψυχρό. Ο χειμώνας διαρκεί πολύ, το καλοκαίρι είναι σύντομο, με μέτρια ποσότητα ατμοσφαιρικών κατακρημνίσεων. Πολλές φορές η μεγάλη ανομβρία προκαλεί καταστροφή των καλλιεργειών και πείνα στα εκατομμύρια των ανθρώπων που κατοικούν στη χώρα, ενώ άλλοτε οι πολλές βροχές προκαλούν υπερχειλίση των ποταμών και πλημμύρες, που προξενούν μεγάλες καταστροφές.
- ii. Η Νοτιοανατολική Κίνα. Έχει σύντομο θερμό χειμώνα, θερμό καλοκαίρι μεγάλης διάρκειας και άφθονες βροχές.

- iii. Η Βορειοδυτική Κίνα. Έχει ψυχρό χειμώνα και θερμό καλοκαίρι αρκετής διάρκειας.
- iv. Η Νοτιοδυτική Κίνα (Θιβέτ). Το κλίμα χαρακτηρίζεται από τον ήπιο χειμώνα, το δροσερό καλοκαίρι και τις λίγες βροχοπτώσεις.

Το χειμώνα οι θερμοκρασίες ποικίλουν ανάλογα με το γεωγραφικό πλάτος, ενώ το καλοκαίρι είναι περισσότερο ομοιόμορφες και κυμαίνονται στους 21°C σε όλη την Κίνα. Το καλοκαίρι και το φθινόπωρο είναι οι πιο υγρές εποχές της χώρας. Υγρούς χειμώνες έχουν μόνο οι νότιες και οι ανατολικές περιοχές. Ο χειμερινός μουσώνας από τη Σιβηρία επηρεάζει την υπόλοιπη χώρα. Υγροί άνεμοι από τον Ειρηνικό στη διάρκεια του θερινού μουσώνα φέρνουν βροχές στο μεγαλύτερο τμήμα της Κίνας.

2.1.11 Ο τουρισμός της Κίνας

Η τουριστική περίοδος στην Κίνα διαρκεί όλο το έτος. Οι περισσότεροι που επισκέπτονται τη χώρα είναι είτε Κινέζοι του εξωτερικού είτε επιχειρηματίες, αλλά τα τελευταία χρόνια αυξάνεται και ο αριθμός των τουριστών. Η άρση των περιορισμών από τη δεκαετία του 1980 έχει οδηγήσει σε μια ραγδαία ανάπτυξη όλων των ειδών τουρισμού, τόσο του οργανωμένου όσο και του ελεύθερου.

Το μεγαλύτερο τμήμα της Κίνας είναι τώρα ανοικτό στους επισκέπτες. Το Σινικό Τείχος, η Απαγορευμένη Πόλη στο Πεκίνο και οι πήλινοι πολεμιστές στο Χσιάν παραμένουν μεταξύ των δημοφιλέστερων αξιοθέατων. Η κινεζική κυβέρνηση έχει αρχίσει να ανοίγει στους τουρίστες το Θιβέτ.

Οι Κινέζοι αποτελούν έναν λαό που αγαπάει τα ταξίδια και την γνωριμία με άλλους τόπους και πολιτισμούς. Για το λόγο αυτό, συχνά επισκέπτονται χώρες της Ευρώπης, κυρίως τη Γερμανία, τη Ρωσία και τη Γαλλία, για τις οποίες δεν χρειάζεται βίζα. Η Ελλάδα αποτελεί επιθυμητό προορισμό για τους Κινέζους, οι οποίοι σέβονται και θαυμάζουν τον πολιτισμό μας. Υπολογίζεται ότι περίπου 120.000 Κινέζοι τουρίστες επισκέπτονται ετησίως την χώρα μας.

2.1.12 Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2008 στην Κίνα

Η Κίνα, και πιο συγκεκριμένα το Πεκίνο, ανέλαβε την διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2008. Αποτελεί γεγονός που θα αποφέρει οφέλη, τόσο όσον αφορά την εξέλιξη των οικονομικών της μεγεθών, όσο και την περαιτέρω

ενίσχυση της παρουσίας της στο παγκόσμιο επιχειρηματικό περιβάλλον. Επίσης, η ανάληψη των Ολυμπιακών Αγώνων θα συντελέσει στην ανάπτυξη της υποδομής της χώρας, δεδομένου ότι θα πραγματοποιηθούν σημαντικά έργα, όπως αυτοκινητόδρομοι, συγκοινωνίες, κτίρια, χώροι ψυχαγωγίας και αθλητικά κέντρα. Η τοπική κυβέρνηση του Πεκίνου πρόκειται να διαπανήσει 90 δις γιουάν για έργα υποδομής και εκσυγχρονισμού στη πόλη, ενώ σκοπεύει να επενδύσει επιπλέον 45 δις γιουάν για περιβαλλοντικά έργα. Ακόμη, θα αυξηθεί ο τουρισμός στην περιοχή και θα αποτελέσει τόπο συγκέντρωσης πολλών επισκεπτών από όλα τα μέρη της γης καθώς η χώρα θα έχει παγκόσμια προβολή.

Η Ελλάδα, μπορεί να βοηθήσει σε αυτό το γεγονός, εξάγοντας την τεχνογνωσία και την εμπειρία που απέκτησε κατά την διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004. Ο πρώην Υπουργός Δημόσιας Τάξης κος Γ. Βουλγαράκης, κατά την επίσκεψη που πραγματοποίησε στο Πεκίνο τον Ιανουάριο του 2006, υπέγραψε συμφωνία για την παροχή βοήθειας σε ζητήματα ασφαλείας, σε συμβουλευτικό επίπεδο.

2.1.13 Ηλούτος

Η οικονομική αλλαγή οδήγησε σε βελτίωση των συνθηκών ζωής, που φαίνεται από την ζήτηση καταναλωτικών προϊόντων, αλλά και σε μεγαλύτερες ανισότητες στη κατανομή του πλούτου. Η ανθούσα τάξη των μικροεπιχειρηματιών και οι εργαζόμενοι σε εταιρείες με ξένη χρηματοδότηση έχουν ωφεληθεί περισσότερο. Ζουν κυρίως στα ανατολικά και ιδιαίτερα στα νοτιοανατολικά. Πλήττονται κυρίως οι εκατομμύρια «πλεονάζοντες» αγρότες, πολλοί από τους οποίους μετανάστευσαν στις πόλεις για να βρουν εργασία. Η πλειοψηφία των Κινέζων είναι ακόμη γεωργοί. Αρχικά ωφελήθηκαν από τη μεταρρύθμιση, αλλά τώρα το βιοτικό τους επίπεδο απειλείται από την αύξηση του κόστους παραγωγής.

2.1.14 Άμυνα

Οι στρατιωτικές υπηρεσίες της Κίνας αποτελούν τον Λαϊκό Απελευθερωτικό Στρατό (PLA), που έχει πάνω από 3 εκατομμύρια άνδρες. Ο PLA έχει στενούς δεσμούς με το ΚΚΚ. Ακόμη, εκσυγχρονίζεται ιδιαίτερα ο στρατός ξηράς, περιορίζοντας τον αριθμό των στρατιωτών και βελτιώνοντας την εκπαίδευσή τους.

Η Κίνα έχει μία μεγάλη πολεμική βιομηχανία, που περιλαμβάνει πυρηνικά όπλα και είναι ένας σημαντικός εξαγωγέας στρατιωτικού υλικού.

2.2 Η Κίνα στην Παγκόσμια Οικονομία

Η εμφάνιση της Λαϊκής Δημοκρατίας της Κίνας στη διεθνή οικονομία αποτελεί μία από τις σημαντικότερες εξελίξεις που σημειώθηκαν τα τελευταία χρόνια στο παγκόσμιο οικονομικό σύστημα.

Παλαιότερα, η πολιτική της αυτάρκειας περιόριζε τη σημασία του εξωτερικού τομέα της οικονομίας σε ένα ρόλο παθητικό. Οι εισαγωγές αγαθών και υπηρεσιών επιτρέπονταν μόνο σε περίπτωση απουσίας εγχώριας παραγωγής, οι δε εξαγωγές λειτουργούσαν ως ιμάντας διοχέτευσης στην αλλοδαπή πλεονασματικής παραγωγής και ως μέσο προσπορισμού των μέσων για τη χρηματοδότηση των εισαγωγών. Αυτό είχε ως συνέπεια έναν περιορισμένο όγκο εξωτερικών συναλλαγών. Τα πλάνα των εισαγωγών και εξαγωγών αφορούσαν περί τα 3.000 προϊόντα και τα υλοποιούσαν οι 12 κρατικές εταιρείες εξωτερικού εμπορίου. Εξάλλου, υπήρχε απόλυτος κρατικός έλεγχος των τιμών των εισαγωγών και των εξαγωγών. Αυτό είχε ως επακόλουθο το πολύ χαμηλό ποσοστό διαπλοκής της κινεζικής οικονομίας με τη διεθνή οικονομία.

Το σκηνικό άλλαξε ραγδαία με τις οικονομικές μεταρρυθμίσεις που έλαβαν χώρα μετά το 1978 και συνεχίζονται μέχρι σήμερα. Μέσω των μεταρρυθμίσεων αυτών επιδιώχθηκε η σταδιακή μετάβαση από μία κεντρικά διευθυνόμενη οικονομία σε μία οικονομία όπου η κατανομή των πόρων θα διεξάγεται, στο μεγαλύτερο βαθμό, μέσω των μηχανισμών της ελεύθερης αγοράς. Εφαρμόστηκαν, ακόμη, εσωτερικές μεταρρυθμίσεις που θα διευκόλυναν την πρόσβαση των ξένων επενδυτών στην εγχώρια αγορά και την άντληση κεφαλαίων από την διεθνή κεφαλαιαγορά, τα οποία αναγνωρίστηκαν ως καθοριστικά μέσα για τη ανάπτυξη της κινεζικής οικονομίας.

2.2.1 Μετατροπή του Οικονομικού Συστήματος

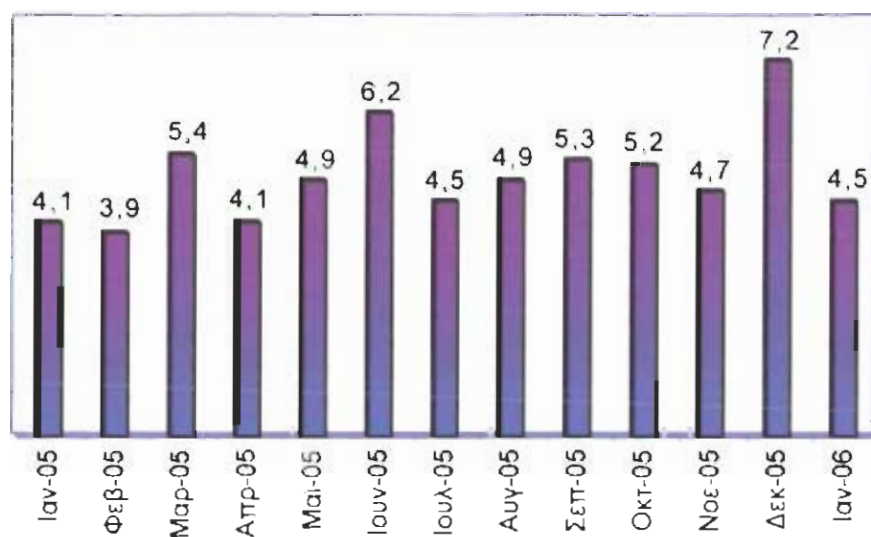
Η μεταρρυθμιστική πολιτική των τελευταίων δύο δεκαετιών μετέτρεψε το οικονομικό σύστημα της Κίνας σε ένα μεικτό σύστημα, όπου συνυπάρχουν η κρατική με την ιδιωτική οικονομία. Το σύστημα αυτό λειτουργεί στο πλαίσιο ενός μονοκομματικού κράτους, το οποίο εξακολουθεί να έχει μεγάλη συμμετοχή στην παραγωγή και να ελέγχει την οικονομική δραστηριότητα. Παρόλα αυτά, δεν

αμφισβητείται ότι η Κίνα πέτυχε μεγάλα άλματα στη μεταρρύθμιση της εσωτερικής της οικονομίας. Ήδη, εκτιμάται ότι οι τιμές για το 90% των προϊόντων διαμορφώνονται στην αγορά χωρίς κρατική παρέμβαση.

2.2.2 Πολιτική Προσέλκυσης Ξένων Επενδύσεων

Από το 1992, η Κίνα εφαρμόζει μία αρκετά επιθετική πολιτική στον τομέα των ξένων επενδύσεων. Ιδιαίτερα ενθαρρύνονται επενδύσεις με εξαγωγικό προσανατολισμό και επενδύσεις που συμβάλλουν στην τεχνολογική ανάπτυξη της χώρας. Η πολιτική προσέλκυσης ξένου επενδυτικού κεφαλαίου περιλαμβάνει μια σειρά από μέτρα, όπως προτιμησιακή φορολογική μεταχείριση των κερδών, δασμολογική ατέλεια και φορολογική απαλλαγή για τον εισαγόμενο μηχανολογικό και λοιπό εξοπλισμό της επένδυσης καθώς και οργανωμένους χώρους για τη χωροθέτηση των μονάδων παραγωγής. Αποτέλεσμα όλων των παραπάνω είναι οι ξένες επενδύσεις στην Κίνα συνεχώς να αυξάνονται. Στο παρακάτω γράφημα παρουσιάζεται η εντυπωσιακή αυτή άνοδος των ξένων επιχειρήσεων που συρρέουν στην κινεζική αγορά.

Οι ξένες επενδύσεις στην Κίνα (σε δις δολάρια)



Πηγή: Εφημερίδα «Κέρδος», 21 Φεβρουαρίου 2006. Οι ξένες επιχειρήσεις συρρέουν στην Κίνα.

2.2.3 Μια Σημαντική Αγορά

Η ραγδαία ανάπτυξη του εξωτερικού εμπορίου της χώρας με το 21,3% του παγκόσμιου πληθυσμού και με τα συγκριτικά υψηλά ετήσια ποσοστά ανάπτυξης του ΑΕΠ (9% ο ετήσιος μέσος όρος τα τελευταία 15 χρόνια) την καθιστά ως μια από τις σημαντικότερες αγορές του κόσμου. Παράλληλα, η Κίνα απορροφά υψηλό ποσοστό των ξένων επενδύσεων, δηλαδή αποτελεί έναν ιδιαίτερα ελκυστικό τόπο για την εγκατάσταση παραγωγικών μονάδων και την ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Σύμφωνα με εκτιμήσεις ειδικών του διεθνούς εμπορίου, η Κίνα αποτελεί τον πιο ελκυστικό επιχειρηματικό προορισμό για το 2006, με ποσοστό 85%.

Οι κύριοι λόγοι προσέλκυσης των επενδύσεων είναι: η σταθερή εσωτερική οικονομική ανάπτυξη, η αυξανόμενη σε δυνατότητες, πολλά υποσχόμενη εγχώρια αγορά, τα φτηνά εργατικά με συγκριτικό πλεονέκτημα για τις εξαγωγές, οι παραχωρήσεις της Κίνας μετά την ένταξή της στον ΠΟΕ (Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου) καθώς και το δίκτυο των πλούσιων Κινέζων που διαμένουν στο εξωτερικό.

Οι υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης και το τεράστιο μέγεθος της εγχώριας αγοράς προσέλκυσαν ένα μεγάλο αριθμό επενδυτών στη χώρα, εκπροσωπόντας πάνω από εκατό κράτη, με την πλειοψηφία ωστόσο του επενδυμένου κεφαλαίου να προέρχεται από το γειτονικό Χονγκ Κονγκ και την Ταϊβάν. Επιπλέον, οι Η.Π.Α, ο Καναδάς, η Ιαπωνία, η Σιγκαπούρη, η Βρετανία, η Γερμανία, και η Ελλάδα έχουν επενδύσει σημαντικά κεφάλαια στην ελκυστική κινεζική αγορά.

Σήμερα η Κίνα είναι η τρίτη μεγαλύτερη εμπορική δύναμη στον κόσμο, ενώ ανάλογη θέση διατηρεί και στο επίπεδο προσέλκυσης των ξένων επενδύσεων.

2.3 Οικονομική Εξέταση

Μολονότι η Κίνα έχει μακρά ιστορία 5.000 ετών, παρέμεινε ουσιαστικά απομονωμένη από τον υπόλοιπο κόσμο μέχρι πριν 150 χρόνια, ενώ άρχισε να εισέρχεται στον σύγχρονο οικονομικό κόσμο μόλις τα τελευταία 25 χρόνια. Παραδοσιακά αγροτική και εσωστρεφής, η Κίνα μόλις πρόσφατα άρχισε να βλέπει πέρα από τον εαυτό της, προς τον υπόλοιπο κόσμο.

Στα χρόνια μεταξύ του 1979 και του 2001, ο μέσος όρος ετήσιας ανάπτυξης του ΑΕΠ της Κίνας ήταν 9,3%. Στη δεκαετία μάλιστα του '90 ξεπέρασε το 10%. Το 2001

το ΑΕΠ της χώρας έφτασε τα 9.593.3 δις γιουάν που ήταν το έκτο υψηλότερο παγκοσμίως, ενώ το κατά κεφαλήν εισόδημα ήταν 800 δολάρια Η.Π.Α. που τοποθετεί τη χώρα στη κατηγορία των χωρών με χαμηλά-μεσαία εισοδήματα.

Σήμερα, τα πρωτογενή και βιομηχανικά προϊόντα που κατασκευάζονται στην Κίνα κατέχουν τη πρώτη θέση παγκοσμίως, με την αναλογία των αγροτών στην παραγωγή να έχει πέσει από το 70,5% στη πρώτη φάση των μεταρρυθμίσεων και της οικονομικής απελευθέρωσης στο 50%, ενώ το ποσοστό συμμετοχής του δευτερογενούς βιομηχανικού τομέα στην παραγωγή είναι πάνω από 50%. Τα παραπάνω στοιχεία επιβεβαιώνουν ότι η διαδικασία της βιομηχανοποίησης της Κίνας έχει προσπεράσει το αρχικό στάδιο και προχωρά με ακάθεκτους ρυθμούς στο ενδιάμεσο στάδιο. Τώρα η Κίνα προωθεί την αναβάθμιση των βιομηχανικών υποδομών προκειμένου να βελτιώσει την ποιότητα στην αναπτυξιακή πορεία της βιομηχανίας και να αποκτήσει ισχυρό συγκριτικό πλεονέκτημα σε διεθνές επίπεδο.

Η Κίνα αποτελεί πλέον μια από τις πιο γρήγορα αναπτυσσόμενες οικονομίες του κόσμου. Το 2005 η κινεζική οικονομία αναπτύχθηκε με τον πυρετώδη ρυθμό του 9,8%. Έχει καταλάβει πλέον την τέταρτη θέση στην παγκόσμια οικονομική κατάταξη, ακολουθώντας μετά τις ΗΠΑ, την Ιαπωνία και τη Γερμανία, και προχωρά θριαμβευτικά προς το αύριο. Σύμφωνα με τους υπολογισμούς της Διεθνούς Τράπεζας, το 2020, θα αποτελεί τη μεγαλύτερη οικονομία του κόσμου, αφήνοντας τις ΗΠΑ και την Ιαπωνία στη δεύτερη και τρίτη θέση αντίστοιχα, ενώ μέχρι το 2025 τα ηνία της διεθνούς ανάπτυξης θα έχουν περάσει στα χέρια της.

Στον παρακάτω πίνακα δίνονται κάποια οικονομικά στοιχεία της χώρας για το έτος 2005.

▪ Κατά Κεφαλήν ΑΕΠ.....	1.173\$
▪ Δύξηση Πραγματικού ΑΕΠ.....	7,5%
▪ Ρυθμός ανάπτυξης.....	9,8%
▪ Διεθνής ανάπτυξη.....	15,5%
▪ Πληθωρισμός.....	2%

2.4 Η Κίνα στον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου

Η ένταξη της Κίνας στον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου έγινε κατά τα τέλη του 2001 και σύμφωνα με πολλούς αναλυτές αποτελεί «δίκοπο μαχαίρι». Θα συμβάλλει μεν σημαντικά στην αύξηση των εξαγωγών βιομηχανικών προϊόντων που παράγονται με φτηνά εργατικά, όμως πολλοί τομείς θα αντιμετωπίσουν σκληρό ανταγωνισμό καθώς η χώρα θα προσφέρει πρόσβαση στην αγορά της για ξένες εταιρείες. Αυτό θα ισχύσει πράγματι για τους τομείς των τηλεπικοινωνιών, της ενέργειας, των τραπεζών και των ασφαλειών που αποτελούν ακόμα κρατικά μονοπώλια.

Από την ένταξη της στον ΠΟΕ, η Κίνα έδειξε αργή αλλά σταθερή βελτίωση του περιβάλλοντος δράσης των ξένων επιχειρήσεων. Το Εμπορικό Επιμελητήριο των ΗΠΑ δηλώνει ότι αν και η Κίνα έχει κάνει σημαντικά βήματα συμμόρφωσης προς τις συμβατικές της υποχρεώσεις έναντι του ΠΟΕ, απαιτούνται περισσότερες προσπάθειες και πλήρης εφαρμογή των υποχρεώσεων της για να υπάρξει διαφάνεια και συνθήκες ανοικτής αγοράς που να στηρίζεται στην εφαρμογή των νόμων. Η θετική πλευρά είναι ότι η Κίνα αναγνωρίζει το τιτάνιο έργο που έχει αναλάβει για να τροποποιήσει χιλιάδες κανονισμούς και νόμους ώστε να είναι συμβατοί με τον ΠΟΕ. Η μείωση των δασμών προχωράει κανονικά και γίνεται διάφανα. Επίσης παρατηρείται μεγαλύτερη επικοινωνία του νέου Υπουργείου Εμπορίου με τον ξένο επιχειρηματικό κόσμο ως προς την ανταλλαγή απόψεων προ της χάραξης νέων νόμων. Τον Απρίλιο του 2004, το Υπουργείο Εμπορίου εξέδωσε μία νέα διάταξη που άνοιξε το δρόμο για την περαιτέρω χαλάρωση των ελέγχων που επιβάλλονται στις ξένες εταιρείες. Οι αλλαγές κορυφώθηκαν την 11^η Δεκεμβρίου 2004, όταν η Κίνα συμφώνησε να απελευθερώσει τους τομείς του εμπορίου και της διανομής και να επιτρέψει ξένες εταιρείες να συμμετέχουν. Σε πρακτικό επίπεδο, οι εταιρείες ξένων συμφερόντων, επιτρέπεται πλέον να ιδρύσουν εμπορικές εταιρείες πλήρους ιδιοκτησίας στην Κίνα.

Πολλοπλά θα είναι, συνεπώς, τα οφέλη και για τις χώρες μέλη του ΠΟΕ από την ένταξη της Κίνας. Η σταθεροποίηση και παγίωση των μέχρι τώρα ανοιγμάτων θα προσφέρει την αναγκαία βεβαιότητα και ασφάλεια που χρειάζονται οι ξένες επιχειρήσεις που εμπορεύονται ή έχουν επενδύσει στην Κίνα. Το περαιτέρω άνοιγμα των αγορών και η αποδοχή από την πλευρά της Κίνας των βασικών αρχών του ΠΟΕ, θα αυξήσει τις δυνατότητες εξαγωγών και άμεσων επενδύσεων στη χώρα αυτή, που,

όπως έχει αναφερθεί, εξελίσσεται δυναμικά ως η μεγαλύτερη αγορά του κόσμου. Η ένταξη της Κίνας στον ΠΟΕ δημιουργεί ευνοϊκότερες συνθήκες σύστασης ξένων ιδιωτικών επιχειρήσεων στην χώρα.

2.5 Οι Ζώνες Ελευθέρου Εμπορίου και Εξαγωγών της Κίνας

Οι ζώνες ελευθέρου εμπορίου και οι ζώνες προώθησης εξαγωγών έχουν χρησιμοποιηθεί ως βάσεις εξωτερικού εμπορίου και επενδύσεων από το εξωτερικό. Υπάρχει ανάγκη για την δημιουργία πρόσφορου επιχειρησιακού περιβάλλοντος στην Κίνα, για την προώθηση του εμπορίου και την καταπολέμηση του λαθρεμπορίου. Αυτά μπορούν να επιτευχθούν μέσω των ζωνών ελευθέρου εμπορίου και των ζωνών προώθησης των εξαγωγών.

Οι ζώνες αυτές βρίσκονται στις ακόλουθες 14 πόλεις: Dalian, Qinhuangdao, Tianjin, Yantai, Qingdao, Lianyungang, Nantong, Shanghai, Ningbo, Wenzhou, Fuzhou, Guangzhou, Zhanjiang και Beihai. Οι πόλεις αυτές επιλέχθηκαν με σκοπό να ζωντανέψουν οι «χαμένες περιοχές στην ενδοχώρα».

Οι στατιστικές της κυβέρνησης αποδεικνύουν ότι το εξαγωγικό εμπόριο ήταν και θα είναι μέγιστης σημασίας για την οικονομική ανάπτυξη της Κίνας. Εάν οι ζώνες ελευθέρου εμπορίου και οι ζώνες προώθησης των εξαγωγών λειτουργήσουν αποτελεσματικά, η Κίνα θα επωφεληθεί από την απλοποίηση της γραφειοκρατίας και των διαδικασιών μεταφοράς και τα προβλήματα θα μειωθούν, με αποτέλεσμα να ενταθεί η προώθηση των εξαγωγών.

Κρίνεται σκόπιμο, οι μελλοντικοί επενδυτές να έρθουν σε επαφή με τις τοπικές αρχές ώστε να ελέγξουν τις διατάξεις που ισχύουν ανά περιοχή, αναζητώντας τα έγγραφα που αφορούν την επιχειρηματική δραστηριότητα, τις εργασιακές σχέσεις, και τους κανονισμούς των εισαγωγών-εξαγωγών.

2.5.1 Ζώνες Ελευθέρου Εμπορίου (FTZ)

Οι ζώνες FTZ έχουν προσελκύσει επιτυχημένες Επιχειρήσεις Ξένων Επενδύσεων από τις αρχές της δεκαετίας του '90. Η λειτουργία των ζωνών στην Κίνα έχει περιοριστεί σε τέσσερις τομείς: τις εμπορικές δραστηριότητες, την προώθηση εισαγωγών/εξαγωγών, τις τοπικές πωλήσεις και αποθηκεύσεις προϊόντων και τις εκθέσεις.

Όταν μια επιχείρηση εδρεύει σε κάποια ζώνη FTZ θα τύχει προνομιακής μεταχείρισης με φοροαπαλλαγές και εξαιρέση από το ΦΠΑ για ορισμένες εισαγωγές μέσα στη ζώνη και έτσι πιθανόν να αποφύγει τις φορολογικές παγίδες που επιβάλλει η κυβέρνηση (ιδιαίτερα σε περιπτώσεις ανάθεσης έργου σε άλλες επιχειρήσεις που λειτουργούν εκτός της ζώνης να εκτελούν ενέργειες προώθησης εξαγωγών για λογαριασμό τους).

2.5.2 Ζώνες Προώθησης Εξαγωγών (EPZ)

Η κυβέρνηση της Κίνας έχει ιδρύσει 17 ζώνες προώθησης εξαγωγών σε όλη τη χώρα (όλες βρίσκονται εντός των δεκατεσσάρων εγκεκριμένων πόλεων). Βασικός στόχος των ζωνών αυτών είναι να καθορίσουν και να προσδιορίσουν τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων που επενδύουν στον τομέα της προώθησης των προϊόντων για εξαγωγή και να βελτιώσουν τον έλεγχο της διακίνησης των αγαθών εντός και εκτός της Κίνας, προκειμένου να καταπολεμηθεί το λαθρεμπόριο.

Θετικό αποτέλεσμα θα είναι η υποστήριξη της αναπτυξιακής πορείας της χώρας και της καταναλωτικής της δύναμης, εφόσον υιοθετηθούν νέα μέτρα προνομιακής μεταχείρισης για όσες επιχειρήσεις των ζωνών EPZ προτιμούν υλικά και εξοπλισμό που κατασκευάζεται στην Κίνα. Με τον προσδιορισμό των καλύτερων πρακτικών διοίκησης των επιχειρήσεων, οι εταιρείες που λειτουργούν μέσα στη ζώνη θα έχουν πλέον τη δυνατότητα να διαχειρίζονται πιο αποτελεσματικά τις διαδικασίες μεταφοράς χωρίς να είναι αναγκασμένες να ακολουθούν κατά γράμμα το εγχειρίδιο προώθησης εξαγωγών και θα είναι υπόλογοι μόνο στους περιοδικούς ελέγχους των τελωνείων.

Τα μειονεκτήματα της ίδρυσης επιχειρήσεων σε ζώνες EPZ είναι ο περιορισμός στην πώληση στο εσωτερικό της χώρας (σε μερικές ζώνες υπάρχει ένα όριο 30% εσωτερικών πωλήσεων επί του συνόλου των πωλήσεων) και ο σαφής περιορισμός των δραστηριοτήτων που θα πρέπει να είναι προσανατολισμένες στις εξαγωγές.

2.6 Διεθνείς Σχέσεις

Η προσπάθεια για οικονομικό εκσυγχρονισμό καθορίζει την εξωτερική πολιτική της Κίνας. Οι επενδύσεις, η τεχνολογία, το εμπόριο καθώς και η επιθυμία της Κίνας να εξασφαλίσει την τοπική σταθερότητα διέπουν πλέον τις σχέσεις της.

Η Κίνα προχώρησε γρήγορα στην εγκαθίδρυση διπλωματικών σχέσεων με τις Δημοκρατίες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης, την Κορέα, τη Σεούλ, το Βιετνάμ, την Ταϊβάν, τις Η.Π.Α. και την Ευρωπαϊκή Ένωση. Παρακάτω, θα επεκταθούμε αναλυτικά στις σχέσεις της Κίνας με τα μέλη της Ε.Ε., αλλά και την κινεζική επενδυτική δραστηριότητα στην Ελλάδα.

2.7 Οι Σχέσεις με την Ευρωπαϊκή Ένωση

Μόλις στα μέσα της δεκαετίας του 1970 χρονολογείται η έναρξη διπλωματικών σχέσεων μεταξύ της τότε Ευρωπαϊκής Κοινότητας και της Κίνας, ενώ το 1985 υπεγράφη η πρώτη διμερής συμφωνία για το εμπόριο. Στη διάρκεια της δεκαετίας του '90, άνοιξε ο δρόμος για τη ραγδαία ανάπτυξη του εμπορίου και των επενδύσεων, ενώ το 1994, εγκαινιάζεται και ο πολιτικός διάλογος μεταξύ Ε.Ε – Κίνας. Η ενίσχυση της Κίνας παρουσιάζει μεγάλες ευκαιρίες και προκλήσεις στο διεθνές σύστημα. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Διεθνούς Τράπεζας το 2020, η κινεζική οικονομία θα είναι η μεγαλύτερη στον πλανήτη, ξεπερνώντας αυτή των Η.Π.Α κατά 5 τρις δολάρια.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση υποστήριξε με θέρμη την ένταξη της Κίνας στον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου. Ο οργανισμός αυτός θα αποτελέσει μοχλό πίεσης για το περαιτέρω άνοιγμα της τεράστιας αγοράς της Κίνας στις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις. Η διμερής συμφωνία στον ΠΟΕ, ανάμεσα στην Ε.Ε και την Κίνα, που υπεγράφη στο Πεκίνο στις 19 Μαΐου του 2000, εξασφαλίζει την καλύτερη πρόσβαση των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων στην Κίνα, ακόμα και σε τομείς που ήταν μέχρι πρόσφατα κλειστοί, όπως οι τηλεπικοινωνίες και οι ασφάλειες, ενώ μειώνεται, σταδιακά αλλά δραστικά, η προστασία (δασμολογική και μη) σε όλα τα προϊόντα.

Έτσι λοιπόν, από το 2003 η Κίνα έγινε ο δεύτερος εμπορικός εταίρος της Ε.Ε μετά τις ΗΠΑ και το εμπορικό ισοζύγιο είναι όλο και πιο ελλειμματικό για την Ευρώπη.

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζεται το εμπόριο της Κίνας με την Ευρωπαϊκή Ένωση για τα έτη 2001 και 2002.

ΕΜΠΟΡΙΟ Ε.Ε-ΚΙΝΑΣ		
<i>ΕΤΟΣ</i>	<i>2001</i>	<i>2002</i>
Σύνολο (σε δις ευρώ)	106	115,3
Εισαγωγές της Ε.Ε από την Κίνα	75,9	81,3
Εξαγωγές της Ε.Ε στην Κίνα	30,1	34
Έλλειμμα	45,8	47,3

Πηγή: Eurostat

Η Κίνα έλκει από την Ευρώπη μόλις το 5% των εισαγωγών της και στέλνει στους «25» το 12% των εξαγωγών. Το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου για την Ε.Ε ήταν το 2004 78,9 δις ευρώ, ενώ το πρώτο εξάμηνο του 2005 έφτασε τα 46,3 δις.

2.8 Οι Εισαγωγές της Κίνας

Η Κίνα είναι η ενδέκατη χώρα στη παγκόσμια κατάταξη με βάση τις εισαγωγές. Οι κύριοι εμπορικοί εταίροι της είναι οι ΗΠΑ, η Ιαπωνία, η Ταϊβάν, η Νότια Κορέα, οι χώρες της χερσονήσου της Ινδοκίνας και τα κράτη της Ε.Ε.

Οι κύριες κατηγορίες προϊόντων που εισάγει η Κίνα είναι οι ακόλουθες:

- Μη πολύτιμα μέταλλα και προϊόντα.
- Υφαντουργικές ίνες και προϊόντα.
- Μηχανολογικός και ηλεκτρολογικός εξοπλισμός: Η Κίνα εισάγει οικιακές συσκευές και ηλεκτρονικά, οχήματα μεταφοράς, εργαλεία και όργανα μετρήσεων κ.ά. Ελληνικά προϊόντα της κατηγορίας αυτής που θα μπορούσαν να προωθηθούν με επιτυχία στην Κίνα είναι ορισμένα αγροτικά προϊόντα όπως αντλίες και συστήματα άρδευσης, βαφικές μηχανές κλωστοϋφαντουργικών, τα μηχανήματα και ο εξοπλισμός των βιομηχανιών τροφίμων.
- Καύσιμα και μέσα μεταφοράς.
- Προϊόντα υψηλής τεχνολογίας όπως βιοτεχνολογίες, φωτοηλεκτρικά, τεχνολογίες υλικών, αστροναυτική και αεροναυτική κ.ά.
- Πετρέλαιο: Η αναπτυσσόμενη οικονομία έχει τις απαιτήσεις της σε ενέργεια και η Κίνα ολοένα και περισσότερο εξαρτάται από τις εισαγωγές. Σύμφωνα με την Διεθνή Επιτροπή Ενέργειας, οι εισαγωγές πετρελαίου θα αποτελούν το 83% της ζήτησης της χώρας κατά το έτος 2030, ενώ το έτος 2000 ήταν 35% εκ των οποίων το πλέον του ημίσεως εισαγόταν από τη Μέση Ανατολή δια θαλάσσης.

- Βαμβάκι: Η Κίνα είναι η ίδια βαμβακοπαραγωγός, η παραγωγή της όμως παρουσιάζει σημαντικές διακυμάνσεις με αποτέλεσμα να προσφεύγει σε εισαγωγές για την κάλυψη των αναγκών της. Τα τελευταία πέντε χρόνια εισάγει ποσότητες μεταξύ 500 και 700 χιλιάδων τόνων ετήσια.
- Χημικά αγροτικής χρήσης: Οι κινεζικές αρχές αποδίδουν ιδιαίτερη σημασία στο γεωργικό τομέα και, επομένως, στην ακολουθούμενη πολιτική για τις εγχώριες αγορές προϊόντων αγροτικής χρήσης. Οι εισαγωγές χημικών λιπασμάτων έχουν αυξηθεί ταχύτατα στη διάρκεια των τελευταίων ετών καθώς η Κίνα δεν διαθέτει τις απαραίτητες πρώτες ύλες για τη παραγωγή προϊόντων όπως τα φωσφορούχα και τα καλιούχα λιπάσματα, ενώ η εγχώρια παραγωγή λιπασμάτων καλύπτει το 86,5% της συνολικής ζήτησης.
- Χημικά ειδικής χρήσης: Η Κίνα δίνει ιδιαίτερη σημασία στην εισαγωγή σειράς ειδικών χημικών προϊόντων, σε μια προσπάθεια κάλυψης των αναγκών της εγχώριας αγοράς για υψηλής ποιότητας και υψηλού τεχνολογικού επιπέδου χημικών ποικίλων χρήσεων, με χαμηλή περιεκτικότητα σε βαρέα μέταλλα, που να ανταποκρίνονται στα διεθώς επικρατούντα περιβαλλοντικά πρότυπα.
- Πλαστικά: Η κινεζική αγορά πλαστικών υλικών παρουσιάζει μεγάλη ανάπτυξη λόγω της μεγάλης ζήτησης της εγχώριας αγοράς για προϊόντα υψηλής ποιότητας. Σύμφωνα με περσινά στοιχεία, τα 2/3 της συνολικής ζήτησης καλύφθηκαν από εισαγωγές. Μεγάλο μέρος των εισαγωγών αυτών προέρχεται τελευταία από γειτονικές ασιατικές χώρες οι οποίες διατηρούν ακόμα συγκριτικό πλεονέκτημα από τη μεγάλη υποτίμηση των νομισμάτων τους λόγω της οικονομικής κρίσης που έπληξε τη περιοχή το 1977. Πρόσθετα, οι υψηλές τιμές πετρελαίου και η καμπάνια της κυβέρνησης για τη πάταξη του λαθρεμπορίου συνέβαλαν στην αύξηση της καταχώρισης υψηλότερων εισαγωγών από τα τελωνεία εισόδου της Κίνας.
- Λοιμά υλικά: Ο υψηλός ρυθμός οικοδομικής δραστηριότητας που προβλέπεται να διατηρηθεί λόγω των υψηλών οικιστικών κατασκευαστικών αναγκών δημιουργεί ευνοϊκές συνθήκες διατήρησης της ζήτησης των υλικών αυτών. Εκτός του στεγαστικού κλάδου, οι κινεζικές αρχές καταβάλλουν μεγάλη προσπάθεια στην κατεύθυνση της αναβάθμισης των υποδομών μεταφορών. Κατασκευάζονται δρόμοι, γέφυρες, λιμάνια, ενώ σιδηροδρομικά δίκτυα, σταθμοί και μετρό συνεχώς επεκτείνονται.
- Μάρμαρα: Η Κίνα είναι ένας από τους μεγαλύτερους εισαγωγείς μαρμάρου στον κόσμο, παρά το γεγονός ότι η ίδια διαθέτει πολύ μεγάλα αποθέματα μαρμάρου που

όμως αξιοποιούνται ελάχιστα, λόγω σειράς ελλείψεων όπως, τεχνογνωσίας στην εξόρυξη, στη κοπή και στην επεξεργασία όπως και λόγω της δύσκολης πρόσβασης (ελλιπές οδικό δίκτυο) και της ανεπάρκειας κεφαλαίων.

- **Τσιμέντα:** Η Κίνα είναι ελλειμματική σε τσιμέντο υψηλής ποιότητας. Μόνο το 20% της συνολικής ζήτησης μπορεί να καλυφθεί από την εσωτερική παραγωγή. Η κινεζική κυβέρνηση αναζητεί ξένες εταιρείες τσιμέντου για την εξαγορά μικρών κινεζικών εταιρειών με σκοπό την εισαγωγή τεχνολογίας, κεφαλαίων και μεθόδων διοίκησης.

- **Δέρματα:** Η Κίνα ανήκει στις μεγαλύτερες αγορές εισαγωγών βοείων δερμάτων διεθνώς. Τα δέρματα αυτά χρησιμοποιούνται από την εγχώρια βιομηχανία για την παραγωγή εξαγόμενων τελικών προϊόντων. Κατά το 2000 η Ελλάδα εξήγαγε ημικατεργασμένα δέρματα αξίας 456.000 δολάρια ΗΠΑ (στοιχεία ΕΣΥΕ 2000).

- **Γουναρικά:** Η αυξανόμενη αριθμητικά μεσοαστική τάξη, με εισοδήματα που επιτρέπουν τις αγορές των ως άνω ειδών και οι καιρικές συνθήκες που επικρατούν στη μέση και βόρεια Κίνα, δημιουργούν προϋποθέσεις μίας καλής αγοράς για τα ελληνικά γουναρικά. Οι Έλληνες εξαγωγείς γουναρικών θα πρέπει να εντάξουν στις εξαγωγικές τους αγορές και αυτή της Κίνας.

- **Ιατρικά μηχανήματα:** Σύμφωνα με δηλώσεις του προέδρου του κινεζικού Συνδέσμου Βιομηχανιών Ιατρικών Μηχανημάτων, η Κίνα θεωρείται μία από τις 10 πιο σημαντικές αναπτυσσόμενες αγορές στον κόσμο. Το 1999 η συνολική αξία των εισαγωγών/εξαγωγών ιατρικών μηχανημάτων ανήλθε σε 1,75 δις δολάρια ΗΠΑ. Σήμερα, το συνολικό μέγεθος της αγοράς υπολογίζεται σε 8,2 δις δολάρια ΗΠΑ.

- **Φαρμακευτικά προϊόντα:** Μέχρι πρόσφατα, η κινεζική αγορά φαρμακευτικών προϊόντων συγκαταλέγονταν μεταξύ των γρηγορότερα αναπτυσσομένων του κόσμου. Κατά την περίοδο 1990-1999, η αγορά εισαγόμενων δυτικών φαρμακευτικών προϊόντων παρουσίασε αύξηση 22% ετήσια και το μέγεθος έφτασε τα 22 δις δολάρια ΗΠΑ. Παρά ταύτα, αν και η συνολική ζήτηση θα εξακολουθήσει να αυξάνεται με ρυθμούς της τάξης του 10%, τα μερίδια και τα κέρδη των εισαγωγικών και μεικτών παραγωγικών επιχειρήσεων στη Κίνα αναμένεται να μειωθούν. Οι πτωτικές τάσεις θα επικρατήσουν λόγω πιέσεων που οφείλονται στις αλλαγές στο σύστημα των ασφαλιστικών παροχών, από το οποίο ευνοούνται καταφανώς τα φάρμακα της εγχώριας παραγωγής.

- **Κρασιά:** Από το 1996 και μετά παρατηρείται σημαντική αύξηση των εισαγωγών οίνων.

- **Snack Foods:** Το διαρκώς βελτιούμενο βιοτικό επίπεδο του κινεζικού πληθυσμού, σε συνδυασμό με το αυξανόμενο ενδιαφέρον των καταναλωτών για ευκολία, εξακολουθούν να στηρίζουν τη ζήτηση για εισαγόμενα snacks. Η μικρή σχετικά ανάκαμψη της κινεζικής οικονομίας και η σταθεροποίηση των αγορών της ευρύτερης περιοχής εκτιμάται ότι θα ενισχύσουν και πάλι τις εισαγωγές.
- **Φρούτα:** Μεταξύ των φρούτων που μέχρι στιγμής εισάγονται επιτυχώς στην Κίνα είναι τα μήλα, τα πορτοκάλια, τα σταφύλια και τα δαμάσκηνα. Προς το παρόν, η πρόσβαση στην κινεζική αγορά φρούτων είναι ελεύθερη για περιορισμένα είδη και για ορισμένες μόνο χώρες οι οποίες έχουν προσχωρήσει σε ειδική συμφωνία (π.χ. ΗΠΑ), για τις οποίες απαιτείται ειδική άδεια από την αρμόδια αρχή φυτο-υγειονομικού ελέγχου SPS του κινεζικού Υπουργείου Γεωργίας.
- **Γαλακτοκομικά:** Μέχρι στιγμής η Αυστραλία, η Νέα Ζηλανδία και η Ε.Ε είναι οι κυριότεροι προμηθευτές της Κίνας σε πρωτογενή γαλακτοκομικά προϊόντα καθώς δεν διαθέτει εγχώρια παραγωγή και η ζήτηση είναι ιδιαίτερα αυξημένη.
- **Ιχθυηρά:** Η Κίνα, την τελευταία δεκαετία, συγκαταλέγεται μεταξύ των κυριότερων παραγωγών ιχθυηρών στον κόσμο. Ωστόσο, το σύνολο της παραγωγής του κινεζικού αλιευτικού στόλου και άλλοι παραγωγικοί πόροι του εσωτερικού της χώρας δεν επαρκούν για την κάλυψη της εγχώριας ζήτησης. Έτσι, η Κίνα εισάγει σημαντικές ποσότητες ιχθυηρών από χώρες όπως είναι οι ΗΠΑ, Αργεντινή, Ιαπωνία, Ν. Κορέα και Ρωσία.
- **Ελαιόλαδο:** Αν και το ελαιόλαδο δεν υπόκειται πλέον σε καθεστώς ειδικών αδειών εισαγωγής, οι εισαγόμενες ποσότητες εξακολουθούν να είναι ακόμα ιδιαίτερα χαμηλές. Σήμερα οι εισαγόμενες ποσότητες κυμαίνονται μόλις μεταξύ 2.500 και 3.000 τόνων. Τελευταία εισάγονται μικρές ποσότητες ελληνικού ελαιολάδου απευθείας από Κινέζους εισαγωγείς, οι οποίοι όμως για να συγκρατήσουν τις τιμές σε χαμηλά επίπεδα δεν εισάγουν υψηλής ποιότητας παρθένο ελαιόλαδο με άμεσο κίνδυνο τη δυσφήμιση του προϊόντος.
- **Λοιπά τρόφιμα:** Η Κίνα προμηθεύεται σταφίδα εξολοκλήρου από τις ΗΠΑ και την Αυστραλία για τη χρησιμοποίησή της στη παραγωγή αρτοποιημάτων.

2.9 Οι Εξαγωγές της Κίνας

Η Κίνα είναι η τρίτη χώρα στην παγκόσμια κατάταξη με βάση της εξαγωγές που πραγματοποιεί και αυτές, ως μερίδιο των παγκόσμιων εξαγωγών, αντιστοιχούν σε 3,5%. Ακόμη, είναι σημαντικό να αναφέρουμε, ότι οι εξαγωγές της χώρας αυξάνονται κατά 28,4% σε ετήσια βάση. Πιο αναλυτικά, η χώρα εξάγει τα παρακάτω:

- Κρασιά: Οι κινεζικές εξαγωγές επιτραπέζιου οίνου αναλογούν στο 10% περίπου των συνολικών εξαγωγών της βιομηχανίας τροφίμων και ποτών και το εμπορικό ισοζύγιο οίνου είναι πάντα πλεονασματικό.
- Εντομοκτόνα.
- Ηλεκτρικά μηχανήματα και συσκευές.
- Διάφορα βιομηχανικά προϊόντα.
- Προϊόντα υψηλής τεχνολογίας: Το 20% των αγαθών που εξήγαγε η Κίνα το 2005 στην Ευρώπη είναι είδη υψηλής τεχνολογίας, ενώ σύμφωνα με στοιχεία που δόθηκαν στη δημοσιότητα, οι εξαγωγές τέτοιων προϊόντων αυξήθηκαν σε ποσοστό 32% σε σχέση με το 2004.
- Ηλεκτρονικά προϊόντα: Οι εξαγωγές ηλεκτρονικών προϊόντων αυξήθηκαν κατά 31% από το 2004 και αντιστοιχούν στο 56% της αξίας των συνολικών εξαγωγών που πραγματοποίησε η Κίνα για το έτος 2005.
- Υποδήματα: Το πρώτο εξάμηνο του 2005 οι εισαγωγές της Ε.Ε σε κινεζικά δερμάτινα υποδήματα αυξήθηκαν κατά 900%.
- Υφάσματα και ενδύματα: Η Κίνα εξάγει μεγάλες ποσότητες υφασμάτων και ρούχων, τα οποία έχουν πλέον κατακλείσει τις ΗΠΑ και πολλά Ευρωπαϊκά κράτη, όπως την Ιταλία και την Ελλάδα, και δημιουργούν προβλήματα στους κατά τόπους εμπόρους ενδυμάτων.

2.10 Το Εμπορικό Πλεόνασμα και τα Συναλλαγματικά Αποθέματα της Κίνας

Το εμπορικό πλεόνασμα της χώρας υπερτριπλασιάστηκε σε σχέση με το 2004 και ανήλθε, το Δεκέμβριο του 2005, στο κοσό ρεκόρ των 13 δις δολαρίων περίπου, ανεβάζοντας το εμπορικό πλεόνασμα της χώρας για το σύνολο του 2005 σε 104 δις δολάρια.

Όσον αφορά τα συναλλαγματικά της αποθέματα, η Κεντρική Τράπεζα της Κίνας ανακοίνωσε στις αρχές του 2006 ότι τα αποθέματα της διογκώθηκαν κατά 209 δις δολάρια ή 34,3% στο σύνολο του 2005, και έφτασαν τα 818,9 δις δολάρια.

2.11 Η Κινεζική Επενδυτική Δραστηριότητα στην Ελλάδα

Τα τελευταία χρόνια αυξάνεται ο αριθμός των ξένων επενδυτών που εισέρχονται στη χώρα μας. Η πιο έντονη παρουσία, τη τριετία που μας πέρασε, ήταν αυτή των Κινέζων επιχειρηματιών, οι οποίοι έχουν επενδύσει σε πολλούς τομείς, όπως αναφέρεται παρακάτω.

2.11.1 Καταστήματα κινεζικών ενδυμάτων και άλλων προϊόντων

Η σημαντικότερη ίσως κινεζική επενδυτική δραστηριότητα στην χώρα μας είναι στον τομέα της ένδυσης, τομέας που λόγω της μελέτης αυτής θα ελεγκταθούμε αναλυτικότερα στο κεφάλαιο που ακολουθεί. Ιδρύοντας μικρά καταστήματα σε όλη της Ελλάδα, το κινεζικό εμπόριο επεκτάθηκε με εξαιρετικά γρήγορους ρυθμούς και μέσα σε λίγα μόλις χρόνια κατόρθωσε να έχει μία σημαντική θέση στην αγορά.

Η ταχύτητα όμως με την οποία επεκτείνεται το κινεζικό εμπόριο στην Ελλάδα είναι τέτοια που οι δραστηριότητές του αδυνατούν να «στεγαστούν» σε μικρά καταστήματα και άρχισαν ήδη να δημιουργούνται κινεζικές υπεραγορές, «μεταπηδώντας» σε χώρους χιλιάδων τετραγωνικών. Το πρώτο κινεζικό υπερκατάστημα στην Αττική άρχισε ήδη να στήνεται στο Περιστέρι και υπολογίζεται να λειτουργήσει περί τα τέλη Μαρτίου. Εκεί θα μπορεί κανείς να βρει όχι μόνο είδη ρουχισμού αλλά μια ευρεία γκάμα προϊόντων για το σπίτι όπως οικιακές συσκευές, επίπλα κ.ά. (Εφημερίδα «Έθνος της Κυριακής», 22 Ιανουαρίου 2006).

2.11.2 Δημιουργία διαμετακομιστικού κέντρου στην Ελλάδα

Η China Shipping, κινεζικός ναυτιλιακός κολοσσός, μελετά με εξαιρετικό ενδιαφέρον τη δημιουργία διεθνούς διαμετακομιστικού κέντρου στην Κρήτη και συγκεκριμένα στο Τυμπάκι. Η γεωγραφική θέση της Κρήτης την καθιστά άριστη επιλογή για την ανάπτυξη διαμετακομιστικού κέντρου για την ανατολική Μεσόγειο, τη Μαύρη Θάλασσα και την Αδριατική. Επίσης, το Τυμπάκι αποτελεί ένα καλό

σημείο τερματικών διαμετακομιστικών σταθμών. Έτσι, η Ελλάδα θα μετατραπεί σε κόμβο όσον αφορά στα κινεζικά προϊόντα.

2.11.3 Ναυτιλιακές επιχειρήσεις

Στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται αρκετές ναυτιλιακές επιχειρήσεις κινεζικών συμφερόντων, όπως είναι οι Cosco, China Seamen Club Services Co., Northen Co. of China, καθώς και τριάντα επιχειρήσεις με τη μορφή αντιπροσωπειών.

2.11.4 Συνεργασία στον τομέα των τηλεπικοινωνιών και της πληροφορικής

Η μεγαλύτερη εταιρεία τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού της Κίνας και η τρίτη μεγαλύτερη στον κόσμο, η ZTE Corporation, θα συνεργαστεί με την ελληνική Telepassport Hellas. Η κινεζική αυτή εταιρεία συνεργάστηκε με τον Ο.Τ.Ε κατά την διάρκεια των Ολυμπιακών αγώνων της Αθήνας 2004 και έχει πλέον αυτόνομη παρουσία στην Ελλάδα, με επενδύσεις που αγγίζουν τα 3 εκατομμύρια ευρώ.

Σύντομα, η ZTE θα προσφέρει τη πλατφόρμα πάνω στην οποία η Telepassport Hellas θα προσφέρει υπηρεσίες τηλεφωνίας, πρόσβασης στο διαδίκτυο, παρακολούθησης κινηματογραφικών ταινιών κ.ά. Με αυτό τον τρόπο η διοίκηση της ZTE εκτιμά ότι η εταιρεία θα γίνει γνωστή στην ελληνική αγορά.

Τέλος, η κινεζική εταιρεία Lenovo, εταιρεία υπηρεσιών πληροφορικής, συνεργάζεται τα τελευταία χρόνια με την IBM Ελλάς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

«Κινεζικά Ρούχα στην Ελλάδα»

3. Εισαγωγή

Σήμερα, η Κίνα αποτελεί τη φθηνότερη βάση μαζικής παραγωγής για μία σειρά από προϊόντα ευρείας κατανάλωσης. Αυτό, σε συνδυασμό με τον έντονο εξαγωγικό προσανατολισμό της κινεζικής οικονομίας, έχει ασκήσει πρωτοφανείς ανταγωνιστικές πιέσεις στην παραγωγική βάση των πιο αναπτυγμένων οικονομιών, της Αμερικής και της Ευρώπης.

Τα κινεζικά προϊόντα κατακλύζουν τις ξένες αγορές και εκτοπίζουν όχι μόνο άλλα εισαγόμενα αγαθά, αλλά ανταγωνίζονται με επιτυχία και τα εγχώρια. Και αυτό επειδή η ποιότητα τους βελτιώνεται με τον ραγδαίο ρυθμό που αυξάνεται και η εισαγωγή τους σε πολλές χώρες παγκοσμίως.

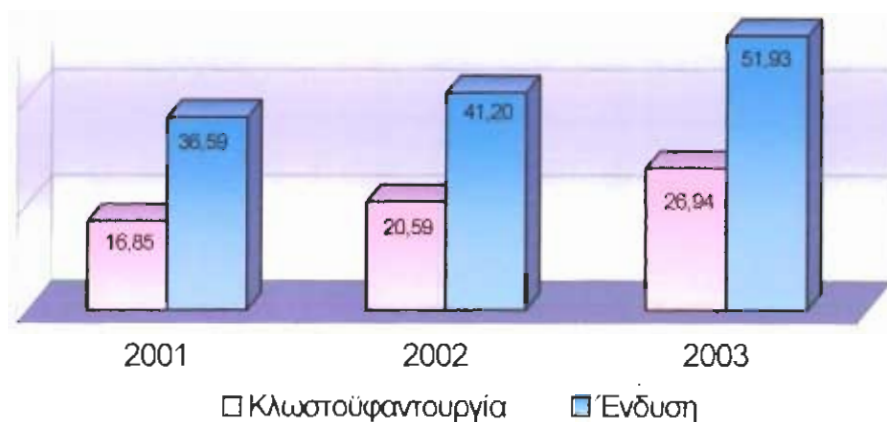
3.1 Τα Κινεζικά Ρούχα έχουν Κατακλύσει τον Κόσμο

Η Κίνα μονοπωλεί το ενδιαφέρον παγκοσμίως στον κλάδο ένδυσης-κλωστοϋφαντουργίας τα τελευταία χρόνια και κυρίως μετά την ένταξη της στον ΠΟΕ, από τα τέλη του 2001. Η ανάπτυξη της χώρας αυτής στο συγκεκριμένο κλάδο ακολουθεί πια εκρηκτικούς ρυθμούς, που δίνουν τη δυνατότητα να αυξάνει συνεχώς το μερίδιό της στο παγκόσμιο εμπόριο του κλάδου.

Με την κατάργηση των ποσοστώσεων από την 1/1/2005, η χώρα αυτή αποτελεί τον αδιαφιλονίκητο νικητή και διευρύνει τον έλεγχο της στο παγκόσμιο εμπόριο, σε ποσοστό που ξεπερνά το 50%. Σημειώνεται ότι το 2004 η Κίνα έλεγχε περίπου το 20% του παγκόσμιου εμπορίου ένδυσης-κλωστοϋφαντουργίας. Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα στοιχεία του Κινεζικού Επιμελητηρίου Κλωστοϋφαντουργίας, η Κίνα αποτελεί τον μεγαλύτερο εξαγωγέα ένδυσης-κλωστοϋφαντουργίας παγκοσμίως.

Όπως φαίνεται στο γράφημα που ακολουθεί, οι εξαγωγές των κινεζικών ρούχων σημειώνουν σημαντική άνοδο χρόνο με το χρόνο.

Εξαγωγές κινεζικών προϊόντων κλωστοϋφαντουργίας-ένδυσης (σε δις δολάρια)



Πηγή: Περιοδικό «Greek Fashion», Οκτώβριος-Νοέμβριος-Δεκέμβριος 2004.

3.2 Ο Κλάδος Παραγωγής Ειδών Ένδυσης Παγκοσμίως

Η βιομηχανία ένδυσης διαδραμάτισε σημαντικό ρόλο στην εκβιομηχάνιση πολλών χωρών του κόσμου, ενώ ο κλάδος της ένδυσης κατέχει σημαντική θέση στην οικονομία αρκετών από αυτές.

Σημαντικό γνώρισμα της βιομηχανίας ένδυσης είναι ο εντάσεως εργασίας χαρακτήρας της, γεγονός που την καθιστά ιδιαίτερα ευάλωτη σε οποιαδήποτε μεταβολή του εργατικού κόστους. Η αναζήτηση χαμηλότερου εργατικού κόστους έχει επιφέρει σημαντικές αλλαγές στην εικόνα της παγκόσμιας βιομηχανίας ένδυσης. Η παραγωγή ειδών ένδυσης μεταφέρθηκε σταδιακά από την Ευρώπη στις χώρες της Ασίας, οι οποίες κατέχουν σήμερα σχεδόν το 45% της παγκόσμιας παραγωγής ενδυμάτων.

3.2.1 Ο Ανταγωνισμός στον κλάδο της ένδυσης

Οι βασικές ομάδες επιχειρήσεων στον κλάδο ένδυσης στη χώρα μας, σύμφωνα με το περιοδικό «Εξάγουμε» του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος, είναι οι εξής:

A) Πολυεθνικές επιχειρήσεις με brand names διεθνώς γνωστά και αναγνωρισμένα. Οι επιχειρήσεις αυτές έχουν ως πρωταρχικό στόχο την μέγιστη διαφοροποίηση των προϊόντων τους, μέσω ανάπτυξης σημαντικών επενδυτικών πρωτοβουλιών, κυρίως στη διαφήμιση. Η τιμολογιακή πολιτική τους είναι σταθερή και το δίκτυο διανομής τους ελέγχεται πλήρως με την πρακτική της αποκλειστικής διανομής. Οι πιο γνωστές πολυεθνικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην χώρα μας είναι με τις ετικέτες (brand names): ZARA, NIKE, BERSUKA, MARK'S & SPENCER.

B) Εγχώριες επιχειρήσεις, με κατασκευαστική δραστηριότητα και δίκτυο καταστημάτων.

Αυτή η ομάδα επιχειρήσεων έχει ως στόχο, αφενός μεν την διαφοροποίηση των προϊόντων της από τους ανώνυμους ανταγωνιστές και αφετέρου τον όσο το δυνατόν περισσότερο, περιορισμό του παραγωγικού κόστους. Οι διαφημιστικές δαπάνες αυτών των εταιρειών είναι εξαιρετικά υψηλές, αν και χαρακτηρίζονται από αυξομειώσεις που προέρχονται από την επάρκεια ή την ανεπάρκεια των διατιθέμενων κεφαλαίων. Η τιμολογιακή πολιτική τους είναι περισσότερο ελαστική, καθώς χαρακτηρίζεται από εκπτώσεις και άλλες προσφορές. Οι πιο γνωστές είναι: Dur, Glou και Body Talk.

Γ) Εγχώριες επιχειρήσεις, με κατασκευαστική δραστηριότητα χωρίς δίκτυο καταστημάτων.

Ο αριθμός αυτών των επιχειρήσεων περιορίζεται σημαντικά στην Ελλάδα, τα τελευταία χρόνια, κυρίως λόγω της πολιτικής των δύο προηγούμενων κατηγοριών επιχειρήσεων, οι οποίες ανοίγουν ιδιόκτητα καταστήματα ή άλλα με το σύστημα franchising. Οι επιχειρήσεις αυτές θα πρέπει να προβούν σε ενέργειες προς τη δημιουργία λιανικής πώλησης. Έτσι θα διευρύνουν το περιθώριο κερδών τους, καθώς τα προϊόντα θα πωλούνται απευθείας στους καταναλωτές, δίχως τη μεσολάβηση τρίτων. Σε αυτό το είδος των επιχειρήσεων, ενδεικτικά, ανήκουν οι τοπικές βιοτεχνίες ενδυμάτων Adam's και Marvin.

Δ) Επιχειρήσεις με καταστήματα χωρίς κατασκευαστική υποδομή.

Αυτές οι επιχειρήσεις-καταστήματα εισάγουν τα προϊόντα του κλάδου από χώρες της Ασίας. Αυτά τα καταστήματα-αλυσίδες χαμηλών τιμών, απευθύνονται σε ένα περισσότερο διευρυμένο κοινό και στηρίζουν την κερδοφορία τους σε ένα μείγμα που συνδυάζει τις χαμηλές τιμές, την χαμηλή ή και την ανύπαρκτη διαφημιστική δαπάνη και τη μαζικότητα των πωλήσεων τους. Οι επιχειρήσεις αυτές καρπώνονται

τα πλεονεκτήματα που έχουν δημιουργηθεί από την απελευθέρωση του διεθνούς εμπορίου, καθώς εισάγουν από χώρες με χαμηλό εργατικό κόστος όπως η Κίνα.

Σε ότι αφορά τον ανταγωνισμό, αξίζει να αναφερθεί ότι η πίεση που ασκούν στον κλάδο τα υποκατάστατα ανώνυμα προϊόντα είναι σημαντική και ο εσωτερικός ανταγωνισμός γίνεται ολοένα και ισχυρότερος.

3.3 Αιτίες που Συνέβαλλαν στην Κρίση της Κλωστοϋφαντουργίας

Ασφαλώς και η είσοδος των κινεζικών προϊόντων στην αγορά της Ευρώπης προσφέρει φθηνότερες επιλογές στους ευρωπαίους καταναλωτές. Από την άλλη όμως ο πρόεδρος της Ομοσπονδίας Ευρωπαϊκών Βιομηχανιών Κλωστοϋφαντουργίας και Ένδυσης Φίλιπ Λίμπερ, επικρίνει ευθέως την κινεζική κυβέρνηση για παροχή χαριστικών δανείων, ηθελημένη υποτίμηση του εθνικού νομίσματος, πωλήσεις κάτω του κόστους στο εξωτερικό και κρατικές επιδοτήσεις. Στην ουσία κατηγορεί την Κίνα για αθέμιτο ανταγωνισμό.

3.3.1 Η κρίση της κλωστοϋφαντουργίας στην Ευρώπη

Σε όλα αυτά έρχεται να προστεθεί και η κατάργηση των ποσοτικών περιορισμών. Συνέπεια αυτής της κατάστασης ήταν το 2004 να χαθούν 165.000 θέσεις εργασίας συνολικά στην Ευρώπη και να κλείσουν οριστικά 11.500 επιχειρήσεις στον τομέα της κλωστοϋφαντουργίας. Δηλαδή, κάθε εργάσιμη μέρα έκλειναν 50 επιχειρήσεις και χάνονταν 750 θέσεις εργασίας, αριθμός που υπολογίζεται ότι ανήλθε στις 1.000 απώλειες για κάθε εργάσιμη μέρα του 2005.

Ακόμη, η μείωση των θέσεων εργασίας στην κλωστοϋφαντουργία της Ευρώπης κατά την τελευταία δεκαετία, οφείλεται στην βαθιά ύφεση του κλάδου που συνδέθηκε με το κόστος εργασίας. Η τιμή των προϊόντων είχε αποκτήσει κυρίαρχο ρόλο, με αποτέλεσμα το κόστος εργασίας στην κλωστοϋφαντουργία να αποτελέσει καθοριστικό παράγοντα στην διαμόρφωση των τελικών τιμών και της ανταγωνιστικότητάς τους.

3.3.2 Η κρίση της κλωστοϋφαντουργίας στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα, κύρια αιτία για την αισθητή μείωση του εργατικού δυναμικού σε όλες τις ελληνικές κλωστοϋφαντουργίες αποτέλεσε η εκτόξευση του κόστους εργασίας στην ευρωζώνη. Οι θέσεις εργασίας στις 13 εισηγμένες κλωστοϋφαντουργίες στο Χρηματιστήριο Αθηνών, που αναφέρονται στον παρακάτω πίνακα, μειώθηκαν κατά 1.181 άτομα, που αντιστοιχεί σε μέσο ποσοστό απώλειας 23,25%, την τελευταία τριετία. Οι 5.057 απασχολούμενοι τον Ιούνιο του 2002 μειώθηκαν στους 3.876 τον Ιούνιο του 2005, σύμφωνα με τις επίσημες λογιστικές καταστάσεις.

Απασχολούμενοι σε Εισηγμένες Κλωστοϋφαντουργίες

Εταιρεία	30/6/2002	30/6/2004	Μεταβολή 2004-2002	30/6/2005	Μεταβολή 2005-2004	Μεταβολή 2005-2002
Gieratex	318	303	-15	256	-47	-62
Ελλ. Υφαντουργία	569	530	-39	511	-19	-58
Κλ. Ναούσης	940	784	-156	792	8	-148
Κλ. Ναυπάκτου	181	153	-28	138	-15	-43
Μουζάκης	1.100	889	-211	705	-184	-395
Κορ-Φιλ	80	10	-70	10	0	-70
Μαξίμ Περτσινίδης	209	216	7	197	-19	-12
Βαρβαρέσος	320	283	-37	274	-9	-46
Ελφίκο	146	130	-16	126	-4	-20
Επλεκτος	766	560	-206	511	-49	-255
Τεξαπρετ	122	109	-13	120	11	-2
Τρία Άλφα	91	57	-34	41	-16	-50
Finlexport	215	179	-36	195	16	-20
Σύνολα	5.057	4.203	-854	3.876	-3270	-1.181

Πηγή: Δημοσιευμένες Λογιστικές Καταστάσεις

Τη διετία 2002-2004, το κόστος εργασίας στον κλάδο αυξήθηκε με αντιστρόφως ανάλογους ρυθμούς στην ευρωζώνη, σύμφωνα με την Werner International. Ειδικά στην Ελληνική κλωστοϋφαντουργία σημείωσε άνοδο κατά 54,36%, υποδεικνύοντας ουσιαστικά την πηγή της έντασης της κρίσης που

αποδίδεται επίσης στον περιορισμό της κατανάλωσης και στην αύξηση της ισοτιμίας του ευρώ με το δολάριο.

3.4 Συμφωνία Ε.Ε. - Κίνας για τα Κλωστοϋφαντουργικά

Οι εξαγωγές φθηνών υφασμάτων και ρούχων από την Κίνα εκτινάχθηκαν τον Ιανουάριο του 2005, κατόπιν της κατάργησης πολυετούς παγκόσμιου καθεστώτος των ποσοστώσεων, γεγονός που προκάλεσε φόβους σε Ευρώπη και ΗΠΑ για το μέλλον των βιομηχανιών ένδυσης και για την απόλεια εκατομμυρίων θέσεων εργασίας.

Το πρώτο τρίμηνο του 2005 αυξήθηκαν κατά 157% οι εξαγωγές κινεζικών κλωστοϋφαντουργικών προς τις χώρες μέλη της Κοινότητας. Οι εισαγωγές σε μπλούζες (T-shirts) αυξήθηκαν το τελευταίο διάστημα κατά 150%, σε παπούτσια μέχρι και 700%, ενώ η αύξηση των εξαγωγών πουλόβερ και ανδρικών παντελονιών ανήλθε στο 400%.

Για στοιχεία αυτά ήταν αρκετά ώστε η Ε.Ε. να ζητήσει τη διαμεσολάβηση του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου και να θέσει επί τάπητος το ζήτημα επιβολής περιορισμών εάν η Κίνα δεν λάμβανε μέτρα αυτοπεριορισμού των εξαγωγών της, προκειμένου να περιοριστούν οι επιπτώσεις στον ευρωπαϊκό κλωστοϋφαντουργικό τομέα και την απασχόληση.

Έτσι λοιπόν η Κίνα, τον Ιούνιο του 2005, συμφώνησε να μειώσει τις εξαγωγές προϊόντων κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης προς την Ε.Ε. μέχρι το τέλος του 2007, ωστόσο ως αντάλλαγμα οι Ευρωπαίοι υποχρεώνονται να ανοίξουν πλήρως τις αγορές από την 1/1/2008 στα κινεζικά προϊόντα. Συγκεκριμένα, η Κίνα δέχτηκε να μειώσει από 8% έως 12,5% τις εξαγωγές σε δέκα κατηγορίες προϊόντων κλωστοϋφαντουργίας-ένδυσης προς την Ε.Ε. Ο περιορισμός των κινεζικών εξαγωγών αποτελεί σημαντικότερο θέμα για την επιβίωση των ευρωπαϊκών κλωστοϋφαντουργιών και βιομηχανιών ενδυμάτων.

3.5 Πόσο Ανταγωνιστικά είναι τα Κινεζικά Προϊόντα

3.5.1 Εισαγωγικοί περιορισμοί στα κινεζικά προϊόντα

Αν επιβληθούν δασμοί στα κινεζικά προϊόντα αυτά θα χάσουν πράγματι σε ανταγωνιστικότητα στην παγκόσμια αγορά και οι πωλήσεις τους θα μειωθούν. Αλλά για πόσο;

Οπωσδήποτε, οι δασμοί και οι ποσοστώσεις είναι μέτρα προστασίας που θα δώσουν προσωρινή ανακούφιση ενώ, μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα μόνο η ανταγωνιστικότητα θα κληθεί να παίξει καθοριστικό ρόλο και όχι οι ποσοστώσεις, όπως στο παρελθόν. Μάλιστα, ο ανταγωνισμός θα ενταθεί με την ισχυροποίηση της παρουσίας στις διεθνείς αγορές νέων παραγωγών (όπως η Ινδία, το Μπανγκλαντές κ.ά). γεγονός που θα οδηγήσει σε ακόμη πιο σύνθετες δομές το όλο κύκλωμα παραγωγής και εμπορίας.

3.5.2 Το εργατικό κόστος

Δεν υπάρχει καμιά αμφιβολία ότι στους κλάδους της κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης, και όχι μόνο, το εργατικό κόστος αντιπροσωπεύει ανάλογα με το βαθμό εντάσεως εργασίας των επιμέρους υποκλάδων, ένα σημαντικότερο παράγοντα ανταγωνιστικότητας.

Τα κινεζικά προϊόντα εκτοπίζουν τα υπόλοιπα γιατί είναι πιο φτηνά λόγω των χαμηλών ημερομισθίων στην Κίνα. Τα ημερομίσθια στην Κίνα είναι χαμηλά επειδή ως χθες ήταν χαμηλό το επίπεδο ανάπτυξης των παραγωγικών δυνάμεων της χώρας. Από την άλλη μεριά, δεν είναι δυνατή στην Κίνα η αυθόρμητη διαμόρφωση ενός υψηλότερου ημερομισθίου εξαιτίας της αύξησης της ζήτησης νέων εργατικών χεριών.

3.5.3 Περιθώρια κέρδους

Το σήμα κατατεθέν για τα κινεζικά προϊόντα είναι τα τεράστια περιθώρια κέρδους που αφήνουν, όχι μόνο λόγω μειωμένου κόστους παραγωγής, αλλά και επειδή είναι προϊόντα τα οποία δεν απαιτούν διαφημιστική υποστήριξη, καθώς η χαμηλή τιμή τους είναι ο καλύτερος δυνατός «κράχτης» για τους αγοραστές.

3.5.4 Άλλοι παράγοντες ανταγωνιστικότητας

Σύμφωνα με άρθρο του Α. Γασιούλα στο περιοδικό «Ανάπτυξη» του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών, το εργατικό κόστος, αν και σημαντικότερος, δεν είναι ο μοναδικός συντελεστής που προσδιορίζει την ανταγωνιστικότητα. Τα μεταφορικά κόστη, η γειτνίαση των αγορών, η υποδομή και οι παρεχόμενες υπηρεσίες από τους Οργανισμούς Κοινής Ωφέλειας, ο βαθμός ενσωμάτωσης νέων τεχνολογιών, οι δυνατότητες του παραγωγικού δυναμικού, η ικανότητα ανταπόκρισης σε νέες παραγγελίες και η επιβράδυνση του χρόνου παράδοσης συμπληρώνουν την εικόνα, ενώ ταυτόχρονα υπογραμμίζουν την ανάγκη αποφυγής μονοσήμαντων προσεγγίσεων.

Οι ελληνικές εταιρείες του κλάδου πρέπει να βελτιώσουν τις διαδικασίες που αφορούν τα παραπάνω ώστε να μπορέσουν να ανταγωνιστούν τα κινεζικά προϊόντα.

3.6 Κινεζικά Είδη Ένδυσης στην Ελλάδα

Τα προϊόντα που έρχονται από την Κίνα στην Ελλάδα καλύπτουν μια ευρεία γκάμα. Ο χώρος που πλήττεται περισσότερο τους τελευταίους μήνες στην ελληνική αγορά, σύμφωνα με τα στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας, είναι αυτός των κλωστοϋφαντουργικών υλών, των ρούχων και της υπόδησης.

Μια εξήγηση για το πρόβλημα των ελληνικών επιχειρήσεων της αγοράς αυτής δίνεται από την αύξηση των αντίστοιχων εισαγωγών από την Κίνα. Σύμφωνα με στοιχεία του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Πλεκτικής Έτοιμου Ενδύματος Ελλάδος, το 2004 οι εισαγωγές ένδυσης αυξήθηκαν κατά 27,2%. Ποσοστό που στην πραγματικότητα όμως είναι πολύ μεγαλύτερο, αν αναλογιστεί κανείς ότι πολύ μεγάλο μέρος των κινεζικών ενδυμάτων εισάγονται στην ελληνική αγορά μέσω άλλων κοινοτικών κρατών. Αυτό, σε συνδυασμό με το ότι η μέση τιμή των εισαγόμενων από την Κίνα προϊόντων έχει μειωθεί έως και 50%, καθιστά αυτή τη χώρα πραγματική απειλή για τις ελληνικές επιχειρήσεις ένδυσης.

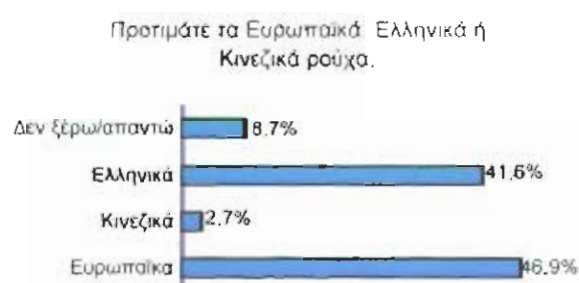
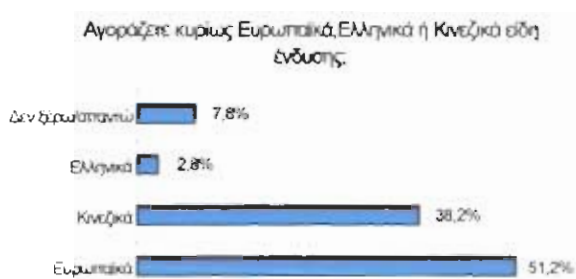
Πιο αναλυτικά, στα πλεκτά ρούχα στο δεκάμηνο Ιανουαρίου-Οκτωβρίου 2005 έναντι του αντίστοιχου του 2004, σημειώθηκε αύξηση της αξίας του 33,6%. Στα πλεκτά υφάσματα γενικά η άνοδος είναι 14,2%, στα υφάσματα από ειδικές υφαντικές ίνες 27%, ενώ στα παπούτσια η αύξηση ήταν υπερδιπλάσια (108,7%) προτού ακόμη κλείσει το 2005.

Υπάρχουν επίσης και άλλες σημαντικές κατηγορίες προϊόντων των οποίων οι εισαγωγές στο εξεταζόμενο δεκάμηνο υπολείπονται σε αξία αυτών του 2004, αλλά η διαφορά είναι μικρή. Για παράδειγμα, οι εισαγωγές ρούχων που δεν είναι πλεκτά έφθασαν το 2004 τα 67,7 εκατ. ευρώ και το 2005, από τον Ιανουάριο ως τον Οκτώβριο, άγγιζαν τα 65.1 εκατ. ευρώ.

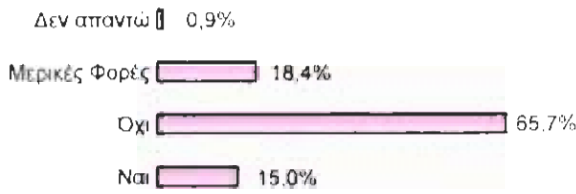
3.7 Τα Κινεζικά Προϊόντα Αποτελούν Διέξοδο για τους Έλληνες Καταναλωτές

Το μέγεθος της οικονομικής κρίσης που πλήττει την ελληνική οικονομία και η τόσο μεγάλη αφαίμαξη του εργατικού εισοδήματος, στρέφει τα κατώτερα αλλά και μεσαία στρώματα να καταφεύγουν μαζικά στα κινεζικά πάμφθηνα προϊόντα που σε είδη ρουχισμού και ένδυσης τους δίνουν μια σημαντική διέξοδο. Οι καταναλωτές δείχνουν να προτιμούν τα προϊόντα των κινεζικών μαγαζιών λόγω των χαμηλών τιμών, παρά το γεγονός ότι τα προϊόντα αυτά είναι χαμηλής έως κακής ποιότητας.

Ο κύριος Γ. Λευστόπουλος, μέλος του Εμπορικού Συλλόγου Αθηνών, πραγματοποίησε από τις 08/07/2005 έως τις 09/08/2005 έρευνα σχετικά με τα κινεζικά ενδύματα και τα κινεζικά καταστήματα στη χώρα μας. Στην έρευνα αυτή συμμετείχαν 2.814 άτομα. Παρακάτω παρουσιάζονται οι σημαντικότερες ερωτήσεις και απαντήσεις.



Μπαίνετε σε κινεζικό κατάστημα για να αγοράσετε είδη ένδυσης;



Απο αισθητικής πλευράς σας ικανοποιούν τα κινεζικά καταστήματα;



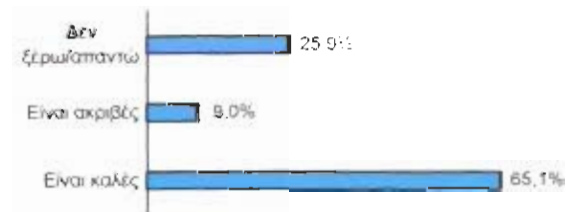
Είστε ευχαριστημένοι με την ποιότητα των κινεζικών ειδών ένδυσης;



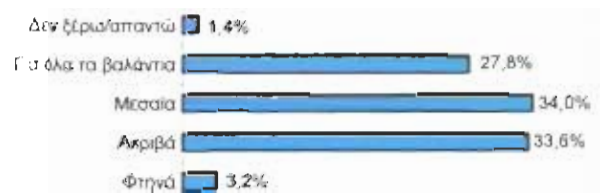
Πιστεύετε ότι κινδυνεύετε από δερματοπάθειες φορώντας κινεζικά ρούχα;



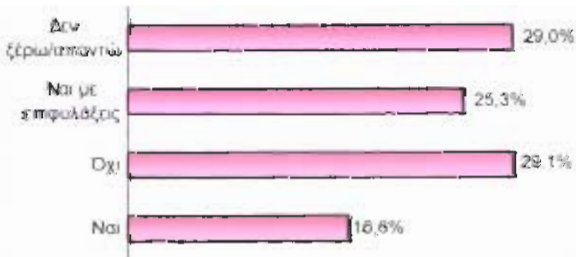
Πιστεύετε ότι οι τιμές των κινεζικών ειδών ένδυσης είναι καλές ή πρέπει να μειωθούν;



Πιστεύετε ότι τα Ελληνικά είδη ένδυσης είναι φτηνά ή ακριβά;



Συμφωνείτε με την απελευθέρωση των ποσοτώσεων από 01/01/2005;



Θα αγοράζατε κινεζικό ένδυμα σαφώς ανώτερης ποιότητας που όμως θα ήταν και πιο ακριβό;





Όπως φαίνεται λοιπόν από τα παραπάνω γραφήματα, παρόλο που οι Έλληνες καταναλωτές δεν προτιμούν τα κινεζικά είδη ένδυσης (έρχονται τελευταία στις προτιμήσεις τους με 2,7%), τα αγοράζουν σε μεγάλο ποσοστό (38,2%). Αυτό έρχεται σε αντίθεση με την δήλωσή τους ότι δεν επισκέπτονται κινεζικά καταστήματα για να αγοράσουν ρούχα. Από αισθητικής πλευράς, τα καταστήματα αυτά δεν ικανοποιούν σε μεγάλο βαθμό τους καταναλωτές (64,7%), οι οποίοι μάλιστα δεν είναι ευχαριστημένοι ούτε με την ποιότητα των ρούχων, ενώ αρκετοί θεωρούν ότι φορώντας κινεζικά ενδύματα κινδυνεύουν από δερματοπάθειες. Ακόμη, σύμφωνα με την έρευνα του κου Γ. Ανεστόπουλου, οι Έλληνες πιστεύουν ότι τα κινεζικά είδη ένδυσης είναι φτηνά, σε αντίθεση με τα ελληνικά, και δηλώνουν ότι αν ήταν καλύτερης ποιότητας και πιο ακριβά θα συνέχιζαν να τα αγοράζουν αλλά με ορισμένες επιφυλάξεις. Αρκετοί είναι εκείνοι που δεν συμφωνούν με την απελευθέρωση των ποσοτώσεων. Η συντριπτική πλειοψηφία επιθυμεί να συνεχίσει να υπάρχει η Ελληνική Βιοτεχνία Ένδυσης (90,6%), ενώ ορισμένοι δεν είναι σίγουροι αν υπάρχουν ελπίδες ή όχι για αυτό, δεδομένου ότι δεν βοηθούν όλοι οι Έλληνες καταναλωτές στην στήριξη του κλάδου.

Τέλος, σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποίησε η Euratex με τη συμβολή του ΣΕΠΠΕ (Σύνδεσμος Επιχειρήσεων Ηλεκτρικής Ένδυσης Ελλάδος), προκύπτει ότι οι τρεις σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση των αγοραστών είναι: η τιμή (κατά 92%), ο χρόνος παράδοσης (κατά 62%) και η ποιότητα (κατά 54%).

3.8 Η Ελληνική Ιδιαιτερότητα στο Ζήτημα του Κινεζικού Ανταγωνισμού

Η παγκόσμια αγορά έχει στραμμένα τα μάτια της στην πρόσφατη συμφωνία μεταξύ Ε.Ε και Κίνας, που έχει σαν στόχο τον περιορισμό των κινεζικών εξαγωγών και την ανατίμηση του κινεζικού νομίσματος γιουάν (ως μόνη μέθοδος να περιοριστεί ο ανταγωνισμός των κινεζικών προϊόντων), σε κάθε χώρα μαζί και στην Ελλάδα που πλήττεται από την κρίση.

3.8.1 Διαφορά Ελλάδας με τις άλλες Ευρωπαϊκές χώρες στο θέμα των κινεζικών προϊόντων

Η βασική διαφορά ανάμεσα στην ελληνική αγορά των κινεζικών προϊόντων από την υπόλοιπη Ευρώπη βρίσκεται στο ότι το κινεζικό εμπόριο στην Ελλάδα παίρνει μια ξεχωριστή ώθηση. Σε όλη την Ευρώπη τα κινεζικά προϊόντα είναι φτηνά, αλλά τουλάχιστον μέχρι τις αρχές του προηγούμενου έτους είχαν εισαγωγικούς περιορισμούς. Στην Ελλάδα, αν και οι περιορισμοί αυτοί υπήρχαν, αρκετές φορές δεν τηρούνταν εξαιτίας του «ελεύθερου» λαθρεμπορίου. Είναι γεγονός ότι το ελληνικό κράτος δεν βοήθησε την κλωστοϋφαντουργία να αναπροσαρμοστεί σε καμία φάση και την άφησε να οδηγηθεί στην παρακμή.

Το κράτος δίνει τη δυνατότητα της λαθραίας εισόδου Κινέζων μεταναστών μικροεμπόρων και τη δυνατότητα να ανοίξουν μαγαζιά παρόλο που λείπουν από αυτούς μια σειρά από νόμιμες προϋποθέσεις, ιδιαίτερα η άδεια παραμονής.

Το μεγάλο λοιπόν ζήτημα για τη χώρα μας δεν είναι το παγκόσμιο πρόβλημα του κινεζικού εμπορικού ανταγωνισμού, αλλά το ειδικό πρόβλημα του ορμητικού ρυθμού με τον οποίο τα κινεζικά εμπορεύματα εκτοπίζουν στην Ελλάδα τα ντόπια και καταστρέφουν την ελληνική μικροβιοτεχνία και το μικρομάγαζο ένδυσης.

3.9 Ο Κλάδος Κλωστοϋφαντουργίας-Ένδυσης και Οι Εταιρείες Παραγωγής Ενδυμάτων Στην Ελλάδα

Η ελληνική κλωστοϋφαντουργία παρά τον απηνή ανταγωνισμό που έχει υποστεί τα τελευταία χρόνια από την παγκοσμιοποίηση των αγορών και κυρίως από τις εισαγωγές από χώρες χαμηλού κόστους, όπως η Κίνα, κατάφερε μέσα στο 2005 να παραμείνει ο πρώτος εξαγωγικός τομέας της χώρας μας αφού οι εξαγωγές του

έρτασαν σε ποσοστό 40-42% του συνόλου των βιομηχανικών εξαγωγών της χώρας μας, σύμφωνα με στοιχεία της εφημερίδας «Κέρδος» (10 Ιανουαρίου 2006).

Η ένδυση λοιπόν, αποτελεί ένα σημαντικό κλάδο της ελληνικής μεταποίησης, με σημαντική συμβολή στην παραγωγή, την απασχόληση και τις εξαγωγές. Όμως η αύξηση του εργατικού κόστους στην Ελλάδα, σε συνδυασμό με το αντίστοιχο μειωμένο στις χώρες της Ασίας και της Ανατολικής Ευρώπης, έχουν οδηγήσει τις ελληνικές επιχειρήσεις ένδυσης σε συρρίκνωση.

Κάτω από την πίεση του εργατικού κόστους, η ελληνική βιομηχανία ένδυσης αναγκάστηκε να στραφεί σε κινήσεις που θα τις επέτρεπαν να διατηρήσει την ανταγωνιστική της θέση. Τη λύση έδωσαν οι χώρες των Βαλκανίων, οι οποίες προσέφεραν μια τεράστια παραγωγική βάση σε χαμηλό κόστος. Ίδω, ένας μεγάλος αριθμός ελληνικών επιχειρήσεων έχουν μεταφέρει όλες τις εντάσεως εργασίας δραστηριότητες τους (ραφή-συσκευασία) στις γειτονικές βαλκανικές χώρες, ενώ ο αριθμός τους αυξάνεται συνεχώς. Υπολογίζεται ότι μέχρι σήμερα, περισσότερες από 200 ελληνικές επιχειρήσεις ένδυσης δραστηριοποιούνται στα Βαλκάνια (όπως η εταιρείες Sex form και Triumph).

Επιπλέον, οι ελληνικές επιχειρήσεις εμφανίζουν ένα συγκεντρωτισμό τόσο ως προς τη γεωγραφική τους θέση, όσο και ως προς το αντικείμενο των εργασιών τους. Η Ελλάδα είναι μια χώρα με παράδοση στην παραγωγή κυρίως πλεκτών ενδυμάτων, ενώ στα υπόλοιπα ενδύματα εμφανίζει περιορισμένη δραστηριότητα. Το συντριπτικό ποσοστό των επιχειρήσεων ένδυσης είναι εγκατεστημένο στη Βόρεια Ελλάδα και κυρίως στην ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλονίκης. Η συγκέντρωση του κλάδου στην Βόρεια Ελλάδα οφείλεται στα κίνητρα της κυβέρνησης για ίδρυση μονάδων στην συγκεκριμένη περιοχή, στην γεωγραφική εγγύτητα με τις χώρες των Βαλκανίων και στην ευχερέστερη πρόσβαση στην αγορά εργασίας.

Σύμφωνα με άρθρο της εφημερίδας «Κέρδος» (1 Μαρτίου 2006), στα συγκριτικά πλεονεκτήματα των ελληνικών επιχειρήσεων περιλαμβάνονται: η ευελιξία (λόγω μικρού μεγέθους), η καλή σχέση μόδας/ποιότητας/τιμής. Στα αρνητικά καταλογίζονται το μικρό μέγεθος της εγχώριας αγοράς και η μερική έλλειψη εξειδικευμένων στελεχών.

Ωστόσο, υπάρχουν περιθώρια ανάπτυξης του κλάδου, μέσω του κατάλληλου εκσυγχρονισμού του μηχανολογικού εξοπλισμού, της εστίασης στην έρευνα και ανάπτυξη, της καινοτομίας και σχεδίασης προϊόντων. Κρίνεται ακόμη απαραίτητη η ποιοτική αναβάθμιση των προϊόντων, η δημιουργία brand names, η συμμετοχή σε

εκθέσεις, ο διοικητικός και επιχειρηματικός εκσυγχρονισμός, η δημιουργία δικτύων πώλησης και η συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων και τέλος, η αντιμετώπιση των προβλημάτων τελωνειακής μορφής. Επίσης το μεγάλο ζητούμενο είναι η καταπολέμηση της γραφειοκρατίας και η απλούστευση των διαδικασιών, για την διευκόλυνση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

3.10 Πλήγμα για τις Ελληνικές Επιχειρήσεις Ένδυσης Αποτελούν τα Κινεζικά Καταστήματα

Η κινεζική εμπορική δραστηριότητα έχει διάφορες εκφάνσεις, με σημαντικότερες αυτές του πλανόδιου και του υπαίθριου εμπορίου στις παρυφές των λαϊκών αγορών ή των παζαριών, ενώ δεν θα πρέπει να παραλείπονται και τα καταστήματα που πωλούν αποκλειστικά ρούχα από την Κίνα, τα οποία έχουν εξαπλωθεί σε όλη την επικράτεια.

Το πλήγμα που έχουν υφαστεί μέχρι σήμερα οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις λιανεμπορίου είναι ήδη τεράστιο, καθώς στο σύντομο χρονικό διάστημα που δραστηριοποιούνται οι κινεζικές επιχειρήσεις ειδών ρουχισμού στη χώρα μας έχουν κατακτήσει σημαντικό μερίδιο από την πίτα του κλάδου ένδυσης. Μολονότι δεν υπάρχουν σαφή στοιχεία, εκτιμάται ότι τα καταστήματα που διακινούν κινεζικά ενδύματα πραγματοποιούν ετήσιες πωλήσεις 500 εκατομμύρια ευρώ ή αλλιώς το 15% του τζίρου του κλάδου της ένδυσης. Ποσοστό που τα αμέσως επόμενα χρόνια αναμένεται να διπλασιαστεί.

3.11 Διαδικασία Δημιουργίας Κινεζικού Καταστήματος Ενδυμάτων στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τις μέχρι σήμερα ισχύουσες διατάξεις, για να μπορέσει ο Κινέζος υπήκοος να δραστηριοποιηθεί στη χώρα μας, υποβάλει στο ελληνικό Προξενείο στην Κίνα αίτηση άσκησης εμπορίας στην Ελλάδα. Η αίτηση διαβιβάζεται στην Υπηρεσία Αλλοδαπών και Μετανάστευσης της Περιφέρειας που πρόκειται να εγκατασταθεί, η οποία και χορηγεί την άδεια. Στη συνέχεια, γίνεται η εγγραφή στο κατά τόπου αρμόδιο Επιμελητήριο της χώρας και η δήλωση έναρξης δραστηριότητας στην Εφορία.

Αφού έχει ολοκληρωθεί η παραπάνω διαδικασία, ο Κινέζος προβαίνει στην εύρεση χώρου εγκατάστασης της επιχείρησής του και στον εξοπλισμό του καταστήματος. Συνήθως, ο Κινέζος επιχειρηματίας προτιμά να εισάγει τον εξοπλισμό (κούκλες βιτρινών, ράφια) από τη χώρα του. Κατά την εισαγωγή αυτή, επιβάλλεται δασμός CIF 3% και ορισμένα άλλα μικρά τέλη (πχ. ΟΛΠ). Στο Παράρτημα Α' παρουσιάζεται ένα ενδεικτικό τιμολόγιο εισαγωγής.

Το μεγαλύτερο πρόβλημα που δημιουργείται κατά την διαδικασία δημιουργία ενός κινεζικού καταστήματος ενδυμάτων είναι ότι το σύνολο σχεδόν των Κινέζων υπηκόων δεν έχει άδεια άσκησης εμπορίας αλλά άδεια άσκησης εξαρτημένης εργασίας, που χορηγείται πιο εύκολα.

3.12 Ο Αριθμός των Κινεζικών Καταστημάτων Ένδυσης στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία των περισσότερων εμπορικών επιμελητηρίων της Ελλάδας, οι εγγεγραμμένες κινεζικές επιχειρήσεις στα μητρώα τους ανέρχονται περίπου στις 1.550-1.600. Όμως υπολογίζονται σε 2.500-4.000, δεδομένου ότι αρκετά επιμελητήρια δεν έχουν δώσει επαρκή στοιχεία. Και τούτο διότι λειτουργούν πολλά υποκαταστήματα τα οποία δεν έχουν εγγραφεί όπως έχουν υποχρέωση.

Ύστερα από έρευνα της Εθνικής Συνομοσπονδίας Ελληνικού Εμπορίου στον Νομό Αττικής βρέθηκαν πολλαπλάσια καταστήματα από αυτά που ήταν εγγεγραμμένα στα επιμελητήρια. Το ίδιο φαινόμενο παρατηρείται και στην υπόλοιπη Ελλάδα, όπως υποστηρίζουν οι εμπορικοί σύλλογοι της επαρχίας από δικές τους έρευνες. Ο αριθμός των κινεζικών καταστημάτων στην χώρα μας συνεχίζει να αυξάνεται και υπολογίζεται ότι ενώ το 2004 το σύνολο των κινεζικών καταστημάτων έφτανε τα 3.000, το 2005 ξεπέρασε κατά πολύ τα 4.000 καταστήματα. Σύμφωνα με την «Ελευθεροτυπία», μέλη της κινεζικής μαφίας ελέγχουν πολλά από αυτά τα καταστήματα κινεζικών συμφερόντων που κατέκλυσαν την Ελλάδα σε λιγότερο από δύο χρόνια.

Μπορούν όμως τα αρμόδια Υπουργεία και οι ελληνικές Δημόσιες Υπηρεσίες να ελέγξουν τα κινεζικά καταστήματα που ξεφυτρώνουν σαν μανιτάρια;

3.13 Το Υπουργείο Οικονομίας Προσπαθεί να Ελέγξει την Κατάσταση

Φρένο στην επέλαση των κινεζικών προϊόντων προσπαθεί να βάλει το υπουργείο Οικονομίας, αφού η κατάσταση στην αγορά γίνεται μήνα με τον μήνα χειρότερη για τις ελληνικές επιχειρήσεις. Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία του υπουργείου, η αξία μόνο των νόμιμων εισαγωγών για το 2005 από την Κίνα, ξεπέρασε κατά πολύ την αξία των εξαγωγών για το σύνολο του 2004. Αυτό σημαίνει ότι οι Κινέζοι επιχειρηματίες κατάφεραν να εισπράξουν από τους Έλληνες πάνω από 1.63 δις ευρώ το 2005.

Για τον λόγο αυτό, η κυβέρνηση προσπαθεί συντονισμένα να ελέγξει την επιχειρηματική κοινότητα των Κινέζων στην Ελλάδα. Το υπουργείο Οικονομικών και το υπουργείο Εργασίας, στην προσπάθειά τους να προστατεύσουν την αγορά από τη διοχέτευση και πώληση μη νόμιμων προϊόντων, προχωρούν στους εξής ελέγχους:

- Στις επιχειρήσεις κινεζικών συμφερόντων για το αν έχουν ανοίξει βιβλία στην Είφορσία.
- Στο εάν η εισαγωγή και ο εκτελωνισμός των προϊόντων έχουν γίνει με νόμιμο τρόπο.
- Στο εάν οι εργαζόμενοι σε αυτά τα καταστήματα έχουν νόμιμες άδειες παραμονής και εργασίας στην Ελλάδα.

3.14 Δέσμες Μέτρων

Οι ελληνικές επιχειρήσεις κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης έχουν καταλάβει πλέον ότι πρέπει να προβούν σε κινήσεις που θα φέρουν όχι μόνο τη βιωσιμότητα αλλά και τη σταθερή ανάπτυξη τους, όπως:

- Αναδιάρθρωση οργανωτικής και παραγωγικής δομής μέσω επενδύσεων σε νέες τεχνολογίες παραγωγής, διαχείρισης και ελέγχου.
- Επίτευξη οικονομικών κλίμακας μέσω της δημιουργίας ομίλων εταιρειών ένδυσης.
- Στροφή στη παραγωγή νέων προϊόντων και υφασμάτων, αλλά και στη δημιουργία υποδομών για είσοδο στην λιανική αγορά, όπου τα περιθώρια κέρδους είναι σαφώς μεγαλύτερα.

Σημειώνεται ότι απαραίτητες κρίνονται και οι θεσμικές παρεμβάσεις για την εκτόνωση του αθέμιτου ανταγωνισμού από χώρες όπως η Κίνα αφενός, αλλά και για την ενίσχυση της παραγωγής και της ανταγωνιστικότητας όπως:

- Την γήφηση το συντομότερο δυνατό του νέου αναπτυξιακού νόμου που περιλαμβάνει επιχορηγήσεις, μείωση φορολογικών συντελεστών.
- Την ενίσχυση του κλάδου διαμέσου του Γ' ΚΠΣ (Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης). Αυτή θα επιτευχθεί με την επανεξέταση των όρων και προϋποθέσεων για τη συμμετοχή των κλωστοϋφαντουργικών επιχειρήσεων στο Γ' ΚΠΣ και με την επίσπευση προκήρυξης των προγραμμάτων, των ελέγχων, και των εκταμιεύσεων, όπου παρουσιάζονται σοβαρές καθυστερήσεις.
- Την αναθεώρηση του Εργασιακού Νόμου 2874 προς την κατεύθυνση της ευελιξίας των εργασιακών σχέσεων και τη διευθέτηση του χρόνου εργασίας, καθώς και την απαλλαγή για μια τριετία των εισφορών στο ΙΚΑ για την κλωστοϋφαντουργία, όπως έχει γίνει και σε ορισμένες χώρες της Ε.Ε κατά το παρελθόν.
- Την πάταξη του παραεμπορίου μέσω συστηματικότερων ελέγχων στα κινεζικά καταστήματα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

«Η Ελλάδα και το Εμπόριο της»



4. Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό εξετάζεται εκτενώς η Ελλάδα, μία ευρωπαϊκή χώρα η οποία παρουσιάζει ενδιαφέρον λόγω της σχετικά σταθερής οικονομικής ανάπτυξης που σημειώνει τα τελευταία χρόνια, και της επιτυχίας της να εισέλθει στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Η χώρα αυτή θα μας απασχολήσει κυρίως για το εξαγωγικό της εμπόριο, καθώς και τις προσπάθειες βελτίωσης των επενδυτικών της δυνατοτήτων στην κινεζική αγορά.

4.1 Η Ελλάδα

4.1.1 Γενικά στοιχεία

Η Ελλάδα αποτελεί χώρα της Ευρώπης. Βρίσκεται στην νοτιοανατολική άκρη της και καταλαμβάνει το νοτιότερο άκρο της Βαλκανικής Χερσονήσου. Συνορεύει με 4 κράτη και η έκτασή της υπολογίζεται στα 131.957 τ.χλ.

Ο πληθυσμός της αγγίζει τους 11.000.000 κατοίκους, με πυκνότητα 80 κατοίκους ανά τ.χλ. Ολόκληρη η χώρα χωρίζεται σε 51 νομούς, με μεγαλύτερο το νομό Αττικής. Πρωτεύουσα είναι η Αθήνα. Το πολίτευμα της είναι χώρας είναι η Προεδρευόμενη κοινοβουλευτική Δημοκρατία. Η Θρησκεία είναι η Χριστιανική

Ορθόδοξη και η επίσημη γλώσσα η ελληνική. Το νόμισμα της Ελλάδας είναι το ευρώ, ενώ μέχρι πριν λίγα χρόνια, ήταν η δραχμή (έως την 31^η Δεκεμβρίου του 2000).

Η τουριστική περίοδος διαρκεί όλο το έτος, με κυριότερες εποχές αυτές του χειμώνα και του καλοκαιριού.

4.1.2 Φυσική εξέταση

Η Ελλάδα είναι χώρα της νοτιοανατολικής Ευρώπης. Συνορεύει βορειοδυτικά με την Αλβανία, βόρεια με την Γιουγκοσλαβία και τη Βουλγαρία και βορειοανατολικά με την Τουρκία. Ανατολικά βρέχεται από το Αιγαίο πέλαγος, νότια από τη Μεσόγειο θάλασσα και δυτικά από το Ιόνιο πέλαγος.



Είναι γνωστή για τις φυσικές της ομορφιές, τις πανέμορφες παραλίες και τα γραφικά νησιά της. Ο μεγάλος γεωγράφος Στράβων στην αρχαιότητα είχε πει για την Ελλάδα «η θάλασσα αγκαλιάζει τη χώρα με χίλια χέρια». Η χώρα κατέχει πάνω από 6.000 νησιά και νησίδες στο Αιγαίο και το Ιόνιο πέλαγος.

Η ηπειρωτική Ελλάδα είναι ορεινή. Τα 4/5 του εδάφους της είναι ορεινές περιοχές και μόνο το 1/5 πεδινές εκτάσεις. Οι μεγαλύτερες οροσειρές της είναι οι οροσειρές της Πίνδου, της Μακεδονίας και της Θράκης. Η υψηλότερη κορυφή βρίσκεται στο όρος Όλυμπος (Πάνθεον 2.918 μέτρα). Άλλα σημαντικά όρη είναι ο Σμόλικας, ο Γράμμος, η Γύμνη, ο Παρνασσός και ο Ταΰγετος.

Σημαντικές είναι και οι λίμνες της χώρας, ορισμένες από τις οποίες αποτελούν και μοναδικούς υδροβιότοπους. Οι μεγαλύτερες είναι η λίμνη Τριχωνίδα, η Βόλβη, η Βιστονίδα, η Μικρή και η Μεγάλη Πρέσπα και η λίμνη της Καστοριάς.

Πολλοί είναι και οι ποταμοί που διαρρέουν το έδαφος της χώρας, κανένας όμως δεν είναι πλωτός. Ο μεγαλύτερος είναι ο Αλιάκμονας και ακολουθούν ο Αχελώος, ο Πηνειός, ο Έβρος, ο Νέστος και ο Στρυμόνας.

4.1.3 Παράδοση και Ιστορία της Ελλάδας

Η Ελλάδα έχει μία πολύ σημαντική ιστορία. Παρόλο που η χώρα δοκιμάστηκε σε πολλούς πολέμους και πέρασε από πολλές αναταράξεις, κατάφερε να αποκτήσει έναν αξιόλογο πολιτισμό. Η ιστορία της χώρας χωρίζεται σε τρεις σημαντικές περιόδους:

- Αρχαία Ελλάδα

Ο Ελλαδικός χώρος κατοικήθηκε από την παλαιολιθική περίοδο. Στα νεολιθικά χρόνια, λόγω της στρατηγικής του γεωγραφικής θέσης, κοντά στα μεγάλα ασιατικά και μικρασιατικά κέντρα, δημιουργήθηκε αξιόλογος πολιτισμός και οργανώθηκαν οι πρώτοι νεολιθικοί συνοικισμοί. Ακόμα και πριν την έναρξη της εποχής του Χαλκού, στον Ελλαδικό χώρο, άνθισαν σημαντικοί πολιτισμοί, όπως ο Μινωικός, ο Κυκλαδικός και ο Πρωτοελλαδικός. Οι Έλληνες οργανώθηκαν σε πόλεις κράτη. Το 490 και 480 π.Χ. αντιμετώπισαν και νίκησαν τους Πέρσες που εισέβαλαν στη χώρα για να την κατακτήσουν. Μετά τους Περσικούς πολέμους η Ελλάδα γνώρισε μεγάλη ακμή. Οι Έλληνες ίδρυσαν σε διάφορες ακτές της Μεσογείου αποικίες.

Τα ελληνικά φύλα που κατέβηκαν αργότερα στον ελλαδικό χώρο, αφομοίωσαν δημιουργικά τα καλύτερα στοιχεία και επιτεύγματα αυτών των πολιτισμών, με αποτέλεσμα να χαράξουν τη δική τους σφραγίδα στη τέχνη, τη πολιτική και τον πολιτισμό, ολόκληρου του κόσμου. Οι μεγάλοι φιλόσοφοι και οι προσωπικότητες της αρχαιότητας, έθεσαν τις βάσεις για τη μακρόχρονη πολιτική και πολιτιστική πορεία της Ελλάδας.

Γύρω στα μέσα του 4^{ου} αιώνα π.Χ. προβάλλει στη σκηνή της ιστορίας η Μακεδονία με τον Φίλιππο τον Β' και τον Μέγα Αλέξανδρο. Το 330 μ.Χ. ο Μέγας Κωνσταντίνος χτίζει την Κωνσταντινούπολη και ιδρύει την Βυζαντινή αυτοκρατορία που θα γίνει μεγάλη και πανίσχυρη. Οι Έλληνες θα διαδραματίσουν επί χίλια χρόνια σπουδαίο ρόλο.

▪ Περίοδος 1453-1922

Η Βυζαντινή αυτοκρατορία θα αντιπαλέψει για χρόνια με πολλούς βάρβαρους εχθρούς: Γότθους, Ούνους, Σλάβους, Αγάρους, Άραβες και Τούρκους. Τελικά το 1453 οι Τούρκοι θα κατακτήσουν την Πόλη και θα υποδουλώσουν την Ελλάδα. Τετρακόσια περίπου χρόνια θα μείνουν οι Έλληνες σκλάβοι στους Τούρκους. Το 1821 επαναστάτησαν εναντίον των Τούρκων και ύστερα από εφτάχρονο σκληρό πολέμοις ελευθέρωσαν τη μισή Ελλάδα. Το 1830 η Ελλάδα έγινε ανεξάρτητο κράτος.

Το 1912-1913, στο Βαλκανοτουρκικό πόλεμο, ελευθερώθηκαν από τον ελληνικό στρατό η Μακεδονία, η Ήπειρος, τα νησιά του Αιγαίου. Στο τέλος του Α' Παγκοσμίου Πολέμου, δόθηκε στην Ελλάδα ολόκληρη η Θράκη και η Σμύρνη. Τον Αύγουστο του 1922 ο ελληνικός στρατός ηττήθηκε στη Μικρασία. Οι Τούρκοι έδιωξαν όλους τους Έλληνες (1,5 εκατομμύριο περίπου) που κατοικούσαν εκεί. Αυτοί, ήρθαν στην Ελλάδα ως πρόσφυγες, ξεριζωμένοι από τις πατρίδες τους. Ταυτόχρονα, οι Τούρκοι πήραν και την Ανατολική Θράκη.

▪ Νεότερη ιστορία

Ο βασιλιάς Γεώργιος Β' γύρισε στην Ελλάδα (δημοψήφισμα 1946) αλλά πέθανε σύντομα και τον διαδέχτηκε ο αδερφός του Παύλος. Το 1946-1949 η χώρα δοκιμάστηκε από εμφύλιο πόλεμο, ενώ οι αυτονομίση της Κύπρου εμπόδισε τον εκφυλισμό του Κυπριακού θέματος σε ελληνοτουρκική ένοπλη σύγκρουση. Τον Παύλο (1964), διαδέχτηκε ο γιος του Κωνσταντίνος. Στις 21 Απριλίου του 1967, στρατιωτικοί ανέτρεψαν την Κυβέρνηση Π.Κανελλόπουλου και ο λαός μας στερήθηκε την ελευθερία του για επτά χρόνια, ενώ ο Κωνσταντίνος έφυγε στο εξωτερικό.

Μετά την εισβολή των Τούρκων στην Κύπρο (1974) και την πτώση της δικτατορίας, σχηματίστηκε η Κυβέρνηση Κ.Καραμανλή. Με δημοψήφισμα η χώρα ανακηρύχθηκε σε Αβασίλευτη Δημοκρατία με προσωρινό πρόεδρο τον Μ.Στασινόπουλο. Το 1975, Πρόεδρος έγινε ο Κ.Τσάτσος. Το 1977, έπειτα από εκλογές ο Κ.Καραμανλής σχημάτισε και πάλι Κυβέρνηση και το 1980 εκλέχθηκε από

τη Βουλή Πρόεδρος της Δημοκρατίας. Το 1981 έγιναν εκλογές που ανέδειξαν πρώτο κόμμα το ΠΑΣΟΚ. Πρωθυπουργός ανέλαβε ο Α.Παπανδρέου που επανεκλέχθηκε το 1985. Πρόεδρος της Δημοκρατίας ο Χ.Σαρτσετάκης. Το 1990-1993, πρώτο κόμμα ανεδείχθη η Νέα Δημοκρατία και Πρωθυπουργός ανέλαβε ο Κ.Μητσοτάκης. Το 1993 εξελέγει και πάλι το ΠΑΣΟΚ, με Πρωθυπουργό τον Α.Παπανδρέου. Το 1996 αναλαμβάνει τα ηνία του κόμματος ο Κ.Σημίτης, και διατελεί Πρωθυπουργός την οκταετία 1996-2004.

4.1.4 Πολιτική Εξέταση

Το πολίτευμα της Ελλάδας, από το 1974, είναι η Προεδρευόμενη Κοινοβουλευτική Δημοκρατία, την οποία επέλεξε ο λαός με δημοψήφισμα.

Από το 2004 έως σήμερα, κυβερνών κόμμα είναι η Νέα Δημοκρατία, με Πρωθυπουργό της χώρας τον κ. Κων/νο Καραμανλή, ενώ Πρόεδρος της Δημοκρατίας είναι ο κος Κάρολος Παπούλιας.

4.1.5 Θρησκεία

Σύμφωνα με το Σύνταγμα της χώρας (1975), η επίσημη θρησκεία στην Ελλάδα είναι η Ανατολική Ορθόδοξος Εκκλησία του Χριστού ή αλλιώς Χριστιανική Ορθόδοξη. Υπάρχουν όμως αρκετοί καθολικοί και ιουδαϊστές, μωαμεθανοί και χριστιανοί άλλων δογμάτων.

4.1.6 Δημογραφία

Ο πληθυσμός της Ελλάδας είναι στη μεγάλη του πλειοψηφία Έλληνες. Παρόλα αυτά, στη χώρα ζουν πολλοί Ρώσοι, Βούλγαροι, Πακιστανοί και Αλβανοί, ενώ ο αριθμός των αλλοδαπών που έρχονται να κατοικήσουν στην Ελλάδα, αναζητώντας εργασία και καλύτερες συνθήκες ζωής και διαβίωσης, συνεχώς αυξάνεται.

4.1.7 Γλώσσα

Η ελληνική γλώσσα θεωρείται πολύ πλούσια. Αποτελεί μία από τις πιο δύσκολες γλώσσες λόγω των πολλών λέξεων από τις οποίες αποτελείται.

Παλαιότερα χρησιμοποιούταν η αρχαία ελληνική γλώσσα. Σήμερα την θέση της έχει πάρει η νεοελληνική γλώσσα η οποία βασίζεται στο τυπικό και στην σύνταξη της αρχαίας, παρά τις αναπότρεπτες μετατροπές που ήταν φυσικό να φέρει ο χρόνος.

4.1.8 Εκπαίδευση

Σύμφωνα με το Σύνταγμα του 1975 (άρθρο 16), η παιδεία αποτελεί βασική αποστολή του Κράτους και έχει ως σκοπό την ηθική, πνευματική, επαγγελματική και φυσική αγωγή των Ελλήνων.

Παλαιότερα, το μεγαλύτερο ποσοστό του πληθυσμού της Ελλάδας ήταν ημιανalfάβητοι λόγω της δυσμενούς οικονομικής τους κατάστασης. Σήμερα, όλο και περισσότεροι είναι οι Έλληνες που μορφώνονται καθώς η μόρφωση αποτελεί πλέον απαραίτητο εφόδιο για την μετέπειτα επαγγελματική αποκατάσταση τους.

Η εκπαίδευση είναι υποχρεωτική για όλα τα παιδιά του ελληνικού λαού για εννέα χρόνια, από την πρώτη δημοτικού μέχρι την τρίτη γυμνασίου. Περιλαμβάνει τρεις βασικούς κλάδους (βαθμίδες) σπουδών: τη δημοτική, τη μέση και την ανώτατη εκπαίδευση. Εκτός λοιπόν από τα σχολεία κατώτατης και μέσης εκπαίδευσης, λειτουργούν και πανεπιστήμια, πολλές ανώτερες σχολές και ειδικά κολέγια σε πολλές περιοχές της χώρας.

4.1.9 Συγκοινωνίες

Οι συγκοινωνίες στην Ελλάδα επεκτάθηκαν ιδιαίτερα τα τελευταία χρόνια. Τα περισσότερα και μεγαλύτερα έργα πραγματοποιήθηκαν πριν τους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας 2004, προκειμένου η χώρα να είναι έτοιμη να υποδεχτεί τους επισκέπτες.

Σήμερα, η χώρα διαθέτει πάνω από 114.000 τ.χλμ. οδικού δικτύου, το οποίο συνεχίζει να εκσυγχρονίζεται. Διαθέτει επίσης 2.600 χλμ. σιδηροδρομικού δικτύου και σύγχρονο μετρό το οποίο συνεχώς επεκτείνεται.

Εντοπισιακά μεγάλος είναι ο αριθμός των διακοσίων λιμανιών, που οφείλεται στο γεγονός πως η Ελλάδα είναι χώρα με εκατοντάδες νησιά. Τα ελληνικά λιμάνια είναι κέντρα εξυπηρέτησης του τουρισμού, των μεταφορών, των εισαγωγών και εξαγωγών, της συγκεντρώσεως και διανομής των προϊόντων αλιείας. Τα κυριότερα λιμάνια είναι αυτά του Πειραιά, της Πάτρας, της Θεσσαλονίκης και της Ρόδου.

Όσον αφορά τις αερομεταφορές, υπάρχει η Ολυμπιακή που είναι ο Εθνικός Αερομεταφορέας, ο οποίος τελευταία αντιμετωπίζει σοβαρά προβλήματα λειτουργίας. Οι πολιτικοί αερολιμένες έχουν φτάσει τους 26, με κυριότερους τους κεντρικούς αερολιμένες Αθηνών (στα Σπάτα), Θεσσαλονίκης και Κρήτης.

4.1.10 Κλίμα

Το κλίμα της Ελλάδας χαρακτηρίζεται ως αμιγώς μεσογειακό και παρουσιάζει ποικιλία κατά περιοχές, που οφείλεται στη μορφολογία του εδάφους, στη νησιωτική της συγκρότηση και στη γεωγραφική της θέση.

Στις νότιες περιοχές της και κυρίως στην Κρήτη και τη νότια Πελοπόννησο το κλίμα είναι ημιτροπικό. Η ηλιοφάνεια είναι μεγάλη και οι θερμοκρασίες της θάλασσας και του αέρα υψηλές. Στις πεδινές περιοχές τα καλοκαίρια είναι ζεστά και ξηρά, με μεγάλη ηλιοφάνεια, ενώ οι χειμώνες είναι βροχεροί. Το κλίμα των ορεινών περιοχών είναι ψυχρό, με όρμιες χειμώνες, που τους χαρακτηρίζουν συχνές χιονοπτώσεις, και δροσερά καλοκαίρια.

4.1.11 Ο τουρισμός της Ελλάδας

Η Ελλάδα έχει να επιδείξει πολλά ιστορικά μνημεία, αρχαιολογικά μουσεία και θέρετρα από την ιστορία και τον πολιτισμό της. Μερικά από τα πιο σημαντικά είναι ο λόφος της Ακροπόλεως, ο Παρθενώνας, η Αρχαία Ολυμπία και οι Δελφοί.

Τα περισσότερα νησιά της Ελλάδας διαθέτουν υπέροχες αμμιώδεις παραλίες, που σε συνδυασμό με το εξαιρετικό κλίμα και τη μεγάλη ηλιοφάνεια, προσελκύουν χιλιάδες επισκέπτες ημεδαπούς και αλλοδαπούς.

Σε πολλά από τα όρη, όπως στον Παρνασσό, στο Βέρμιο, στο Περτούλι και στο Πήλιο, έχουν δημιουργηθεί χιονοδρομικά κέντρα και εγκαταστάσεις υποδοχής και αναψυχής.

Ο ελλαδικός χώρος λοιπόν, έχει όλες τις προϋποθέσεις για να προσελκύσει ένα σεβαστό αριθμό τουριστών από το εξωτερικό.

4.2 Η Ελλάδα στην Ευρωπαϊκή Ένωση

Ο ευρωπαϊκός προσανατολισμός της Ελλάδας προϋπήρχε της διασύνδεσης της πορείας της χώρας με τις προσπάθειες ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης εντός της Ευρωπαϊκής Κοινότητας/Ένωσης. Έλαβε, ωστόσο, συγκεκριμένη διάσταση με την υποβολή της αίτησης για σύνδεση με τη νεοπαγή Ευρωπαϊκή Οικονομική Κοινότητα (ΕΟΚ), τον Ιούνιο του 1959, αίτηση που οδήγησε στην υπογραφή της Συμφωνίας Σύνδεσης Ελλάδας-ΕΟΚ, τον Ιούνιο του 1961.

Ο στόχος όμως της ελληνικής κυβέρνησης ήταν η ενσωμάτωση της χώρας στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα ως πλήρες μέλος. Οι λόγοι για τους οποίους η Ελλάδα επέλεξε την πλήρη ένταξη στην Κοινότητα μπορούν να συνοψιστούν στους εξής:

- Θεώρησε τη Κοινότητα ως το θεσμικό πλαίσιο μέσα στο οποίο θα μπορούσε να σταθεροποιηθεί το δημοκρατικό πολιτικό της σύστημα και θεσμούς.
- Επεδίωκε την ενίσχυση της ανεξαρτησίας και της θέσης της στο περιφερειακό και διεθνές σύστημα καθώς και της «διαπραγματευτικής της δύναμης», ιδιαίτερα σε σχέση με την Τουρκία η οποία εμφανιζόταν ως η μείζων απειλή για την Ελλάδα μετά την εισβολή και κατάληψη μέρους της Κύπρου (1974). Στα πλαίσια αυτά, η Ελλάδα επεδίωκε επίσης τη χαλάρωση της έντονης εξάρτησης που είχε αναπτύξει μεταπολεμικά από τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής (ΗΠΑ).
- Θεώρησε την ένταξη στην Κοινότητα ως ισχυρό παράγοντα που θα συνέβαλε στην ανάπτυξη και τον εκσυγχρονισμό της ελληνικής οικονομίας και κοινωνίας.
- Επιθυμούσε ως ευρωπαϊκή χώρα, να είναι παρούσα και να επηρεάσει τις διεργασίες για την ευρωπαϊκή ενοποίηση και το πρότυπο της Ευρώπης, στο οποίο η διαδικασία αυτή θα μπορούσε να οδηγήσει.

Τον Ιούλιο του 1976 άρχισαν οι διαπραγματεύσεις για την ένταξη, οι οποίες ολοκληρώθηκαν το Μάιο του 1979 με την υπογραφή της Πράξης Προσχώρησης στην Αθήνα. Η συμμετοχή της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα/Ένωση στην περίοδο 1981-2006 μπορεί να διακριθεί σε τρεις βασικές χρονικές υπο-περιόδους: την πρώτη μεταξύ 1981-1985, τη δεύτερη μεταξύ 1985-1995 και την τρίτη από το 1996 μέχρι σήμερα.

4.3 Η Ελλάδα σε Διεθνείς Οργανισμούς

Η Ελλάδα είναι μέλος σε μεγάλο αριθμό διεθνών οργανισμών. Εκτός από την Ευρωπαϊκή Ένωση, μετέχει σε παγκόσμιους Οργανισμούς (όπως Οργανισμός Ηνωμένων Εθνών, Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας) και σε περιφερειακούς (ΝΑΤΟ). Μετέχει ακόμη σε πολιτικούς Οργανισμούς (Συμβούλιο Ευρώπης, ΟΑΣΕ), οικονομικούς (Παγκόσμια Τράπεζα, Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, ΟΟΣΑ), ανθρωπιστικούς (UNICEF) και σε οργανισμούς με εξειδικευμένο αντικείμενο (Παγκόσμιος Οργανισμός Εργασίας).

Η ελληνική συμμετοχή αποσκοπεί στην υλοποίηση των στόχων της εξωτερικής πολιτικής της χώρας μέσω των διεθνών οργανισμών, και ειδικότερα της ειρήνης, του σεβασμού του Διεθνούς Δικαίου, των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και της ανάπτυξης των πάσης φύσεως διεθνών σχέσεων.

4.4 Η Ελληνική Οικονομία

Σύμφωνα με την έκθεση προόδου για την ελληνική οικονομία, το Υπουργείο Οικονομίας εκτιμά ότι ο ρυθμός ανάπτυξης της οικονομίας θα επιταχυνθεί στο 3,8% το 2006 από 3,6% που ήταν το 2005 και ότι οι συνολικές επενδύσεις θα σημειώσουν **ανάκαμψη κατά 5,4%**.

Όσον αφορά στο πως διαμορφώνονται βασικά οικονομικά μεγέθη κατά τους τελευταίους μήνες του 2005, αξίζει να αναφέρουμε ότι:

- Κατά το τρίτο 3μηνο του 2005 το ΑΕΠ εμφανίζει αύξηση 3,7%, σε σχέση με την ίδια περίοδο του 2004, σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat. Αναλυτικότερα, ο ρυθμός ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας αυξήθηκε κατά 1,7% το τρίτο 3μηνο του 2005, σε σχέση με το δεύτερο 3μηνο του έτους.
- Το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου, στο χρονικό διάστημα Ιανουαρίου-Αυγούστου 2005 παρουσίασε μείωση 1,2% από το αντίστοιχο του 2004, και ανήλθε σε 18.245,5 εκατομμύρια ευρώ, σύμφωνα με στοιχεία του περιοδικού «Ανάπτυξη» του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών.

Στον παρακάτω πίνακα δίνονται ορισμένα οικονομικά στοιχεία της χώρας για το έτος 2005.

▪ Κατά Κεφαλήν ΑΕΠ.....	11.030\$
▪ ΑΕΠ.....	3,6%
▪ Ρυθμός Ανάπτυξης.....	3,6%
▪ Πληθωρισμός.....	3,5%
▪ Ανεργία.....	10,6%

4.5 Οι Εισαγωγές της Ελλάδας

Η Ελλάδα παρουσιάζει στο δεύτερο τρίμηνο του 2005 τη μεγαλύτερη μείωση εισαγωγών (με ποσοστό 6,3%) ανάμεσα στις χώρες-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σύμφωνα με τα στοιχεία τόσο από τον Ελληνικό Οργανισμό Εξωτερικού Εμπορίου όσο και από τη Eurostat. Αντίθετα, οι ελληνικές εισαγωγές αυξήθηκαν κατά 0,7% το 2005 σε σχέση με το 2004, σύμφωνα με στοιχεία του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών. Το Υπουργείο Οικονομίας εκτιμά ότι το 2006 ο όγκος των εισαγωγών θα αυξηθεί κατά 4,9%.

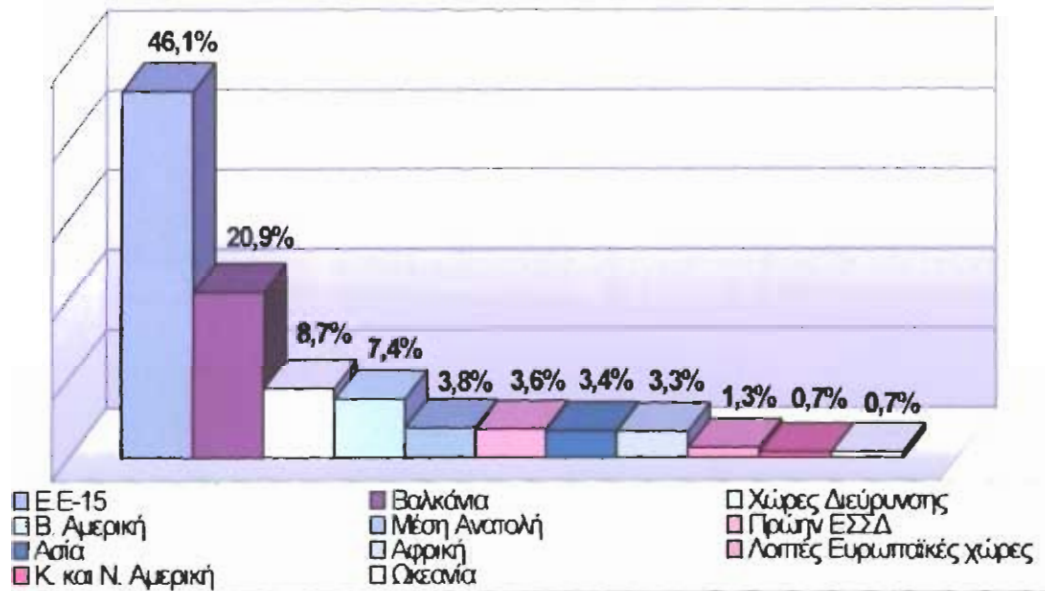
Οι κύριες εισαγωγές που πραγματοποιεί η Ελλάδα είναι σε μηχανήματα, εξοπλισμό μεταφοράς, χημικά, σίδηρο και χάλυβα και σε καύσιμα. Οι κυριότερες χώρες προέλευσης των εισαγωγών της είναι η Ιταλία, η Γερμανία, η Γαλλία και η Ολλανδία.

4.6 Οι Εξαγωγές της Ελλάδας

Οι ελληνικές εξαγωγές σημειώνουν θετική πορεία το τελευταίο διάστημα. Για το 2005 παρουσίασαν αύξηση κατά 5% σε σχέση με το 2004. Ακόμη, η χώρα παρουσιάζει στο δεύτερο τρίμηνο του 2005 τη μεγαλύτερη αύξηση εξαγωγών (με ποσοστό 7,7%) ανάμεσα στις χώρες-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, σύμφωνα με τα στοιχεία τόσο από τον Ελληνικό Οργανισμό Εξωτερικού Εμπορίου όσο και από τη Eurostat.

Στο παρακάτω γράφημα παρουσιάζεται το μερίδιο που κατείχαν οι ελληνικές εξαγωγές ανά γεωγραφική περιοχή για το έτος 2004.

Μερίδιο Ελληνικών Εξαγωγών ανά Γεωγραφική Αγορά. 2004



Πηγή: Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Πανελληνίου Συνδέσμου Εξαγωγέων, οι ελληνικές εξαγωγές το 2005 προσέγγισαν τα 14 δις ευρώ. Η Γερμανία παραμένει η πρώτη χώρα δέκτης των ελληνικών προϊόντων, με την Ιταλία στη δεύτερη θέση.

Πιο αναλυτικά, η εξαγωγική δραστηριότητα προς τις χώρες της Ε.Ε αυξήθηκε κατά 15,5% από το 2004 στο 2005. Σημαντική αύξηση των εξαγωγών σημειώθηκε προς την Ιταλία (κατά 15,36%), τη Γαλλία (κατά 14,88%), την Ισπανία (κατά 25%). Ακόμη, σημαντική ήταν η αύξηση των ελληνικών εξαγωγών προς την Πολωνία (12,88%), την Τουρκία (κατά 29%) και τις ΗΠΑ (κατά 10,1%), ενώ ισχυρή ήταν και η άνοδος των εξαγωγών προς την Κίνα (κατά 46,23%).

Το Υπουργείο Οικονομίας εκτιμά ότι θα συνεχιστεί η θετική πορεία των ελληνικών εξαγωγών και θα αυξηθεί, το 2006, κατά 6,8%.

Σε ότι αφορά τη σύνθεση των εξαγωγών από πλευράς προϊόντων, σύμφωνα πάντα με τον Πανελλήνιο Σύνδεσμο Εξαγωγέων, σημαντική άνοδο σε σύγκριση με το 2004 κατέγραψαν για το 2005 οι εξαγωγές στα παρακάτω προϊόντα:

- Τη μεγαλύτερη αύξηση παρατηρούμε στα έλαια και φυτικά λίπη, τα οποία αυξήθηκαν κατά 152,43%.
- Μεγάλη άνοδο (56%) εμφανίζουν επίσης τα καύσιμα, που αποτελούν, ανεξάρτητα από τις διακυμάνσεις, σταθερή εξαγωγίμη κατηγορία πάνω από τρεις δεκαετίες.

- Οι εξαγωγικές επιδόσεις των μονάδων μεταποίησης αλουμινίου είναι από τις πιο υψηλές της ελληνικής βιομηχανίας, δεδομένου ότι οι τρεις κυριότεροι υποκλάδοι εξάγουν το 44% περίπου του συνόλου της παραγωγής τους. Οι σημαντικότερες εξαγωγικές αγορές των προϊόντων του κλάδου είναι εκείνες των αραβικών χωρών και των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (κυρίως χώρες της Δυτικής Ευρώπης). Ακολουθούν η Κύπρος, η Κίνα και το Ισραήλ.

- Οι εξαγωγές τσιμέντου σημείωσαν αύξηση 74,2%.
- Σημαντική άνοδο υπήρξε και στα φάρμακα, τα οποία αυξήθηκαν κατά 37,32%.
- Οι εξαγωγές χημικών προϊόντων αυξήθηκαν κατά 26%.
- Οι εξαγωγές αγροτικών προϊόντων σημείωσαν αύξηση 24,2%.
- Τέλος, τα φρούτα (παρασκευασμένα ή διατηρημένα) σημείωσαν άνοδο κατά 23,94%.

Ακολουθεί πίνακας με τις εξαγωγές τις χώρες μας για το διάστημα Ιανουαρίου-Νοεμβρίου του 2005, όπου παρουσιάζονται τα προϊόντα, η αξία τους και η μεταβολή που υπήρξε για αυτά από το αντίστοιχο διάστημα του 2004 σε αυτό του 2005.

Εξαγωγές Ελλάδος (Ιανουάριος-Νοέμβριος) 2005

(σε εκατομμύρια ευρώ)

Προϊόντα	Αξία (σε ευρώ)	%	Μεταβολή 2004-2005 %
Βιομηχανικά είδη ταξινομημένα κατά α' ύλη	2.649,8	21,0	6,9
Χημικά προϊόντα	1.888,2	15,0	25,8
Τρόφιμα και ζώα ζώντα	1.827,6	14,5	15,8
Διάφορα βιομηχανικά είδη	1.738,3	13,8	-5,60
Μηχανήματα και υλικό μεταφορών	1.588,0	12,6	7,1
Ορυκτά, καύσιμα, λιπαντικά	1.196,7	9,5	55,5
Πρώτες ύλες μη εδωδιμες εκτός από καύσιμα	592,3	4,7	-3,1
Ποτά και καπνός	492,3	3,8	18,2
Έλαια και λίπη ζωικά ή φυτικά	320,0	2,5	144,8
Είδη και συναλλαγές μη ταξινομημένα	311,8	2,5	9,6
ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	12.604,9	100,00	13,6

Πηγή: Εφημερίδα «Κέρδος», 7 Φεβρουαρίου 2006, Ρεπορτάζ της Ε. Παπαδοσηφάκη.

4.7 Προσπάθειες του Οργανισμού Προώθησης Εξαγωγών

Με ένα ολοκληρωμένο και αναλυτικό πρόγραμμα δράσης για κάθε διεθνή αγορά, που περιλαμβάνει διεθνείς εκθέσεις και επιχειρηματικές αποστολές, ο ΟΠΕ θέτει ως πρώτη προτεραιότητα την ενίσχυση της εξωστρέφειας των ελληνικών επιχειρήσεων και τους δίνει τη δυνατότητα να προβάλλουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους σε όλο τον κόσμο. Όπως τονίζεται στην εφημερίδα «Κέρδος» (20 Δεκεμβρίου 2005), το πρόγραμμα δράσης του ΟΠΕ για το 2006 στοχεύει στην περαιτέρω αύξηση της εξαγωγικής δραστηριότητας και έρχεται να ενισχύσει την ήδη ανοδική πορεία των ελληνικών εξαγωγών κατά το 2005.

Οι ελληνικές εξαγωγικές επιχειρήσεις έχουν πλέον την δυνατότητα να προγραμματίσουν έγκαιρα τις δραστηριότητές τους, να τις εντάξουν στη στρατηγική και τον προϋπολογισμό τους και να επιλέξουν τις δράσεις στις οποίες θα συμμετάσχουν.

Σημειώνεται το γεγονός ότι, το πλάνο δράσεων για το 2006 περιλαμβάνει διπλάσιο αριθμό συμμετοχών σε διεθνείς εκθέσεις και σχεδόν υπερτριπλάσιο αριθμό επιχειρηματικών αποστολών (25 το 2006 έναντι 9 το 2005). Χαρακτηρίζεται δε, τόσο από το εύρος των κλάδων που καλύπτει όσο και από τον μεγάλο αριθμό των χωρών.

4.8 Οι Ελληνικές Εξαγωγές στην Κίνα

Οι εξαγωγές της Ελλάδας στην Κίνα είναι από τις μικρότερες και σε απόλυτα νούμερα αμελητέες. Οι εμπορικές μας συναλλαγές με την Κίνα παρουσιάζουν δυσμενή εικόνα. Το ελληνοκινεζικό εμπόριο είναι ελλειμματικό σε βάρος της Ελλάδας (ιδιαίτερα αν υπολογιστούν οι δαπάνες για ναυπηγήσεις και επισκευές ελληνικών πλοίων στην Κίνα και το τουριστικό συνάλλαγμα που δαπανά σημαντικός αριθμός Ελλήνων επισκεπτών στην Κίνα).

Η διάρθρωση των ελληνικών εξαγωγών χαρακτηρίζεται από πολύ μικρό εύρος προϊόντων και υπηρεσιών. Τα μάρμαρα καταλαμβάνουν περίπου το 35% του συνόλου της αξίας των εξαγόμενων προϊόντων. Ακολουθούν το βαμβάκι, τα μηχανήματα κλωστοϋφαντουργίας και επεξεργασίας δέρματος, τα μεταλλεύματα αλουμινίου, τα ολοκληρωμένα κυκλώματα, τα ορυκτέλαια, τα υλικά κατασκευών, τα μηχανήματα ψύξης-θέρμανσης, τα προϊόντα χαλκού, τα φαρμακευτικά προϊόντα και τα δέρματα.

Για λιπάσματα, που μαζί με τα μάρμαρα αποτελούσαν το κύριο εξαγωγικό προϊόν της Ελλάδας στην Κίνα μέχρι το 2003, καταποντίστηκαν το 2004, καθώς η Κίνα στράφηκε σε προμήθεια λιπασμάτων από τις χώρες της πρώην Σοβιετικής Ένωσης, τη Νορβηγία, τη Φινλανδία αλλά και τη γειτονική μας Κροατία. Ακόμη, έχουν γίνει διερευνητικές διαπραγματεύσεις για την είσοδο ελληνικών βιομηχανιών σε προϊόντα χάλυβα με πιθανή επένδυση της τάξης των 6 εκατομμυρίων ευρώ, χωρίς ωστόσο, να έχει μέχρι στιγμής υπογραφεί κάποια συμφωνία.

Άλλα ελληνικά προϊόντα τα οποία εξήχθησαν το 2005 στην Κίνα κατά σειρά αξίας είναι οι ηλεκτρικές ασφάλειες, τεχνουργήματα χαλκού και καουτσούκ, πετρέλαιο εσωτερικής καύσης, πλαστικά, γενικός βιομηχανικός εξοπλισμός, δέρματα, γουνο-δέρματα, φασματόμετρα, ζωτικά και φυτικά λίπη, ελαιόλαδο και τυρί φέτα.

Παράλληλα εξήχθησαν, από το 2000 και έπειτα, νέα προϊόντα που παρουσιάζουν προοπτικές στην κινεζική αγορά, όπως: αμίαντος, σωλήνες ποτίσματος, κράμιατα αργιλίου, πλαστικά για γεωργική χρήση, δομικά υλικά, φαρμακευτικά προϊόντα, καλλυντικά, κρασιά, μούστος, τρόφιμα και ποτά (κυρίως ψάρια, κομπόστες, μπισκότα, κονσέρβες λαχανικών, γιαούρτι, κονιάκ, ούζο).

4.9 Λόγοι για την Φτωχή Επίδοση των Ελληνικών Εξαγωγών στην Κίνα

Οι εξαγωγές της Ελλάδας στην Κίνα, όπως προαναφέρθηκε, είναι πολύ μικρές τόσο σε ποσότητα όσο και σε ποικιλία προϊόντων. Για την κατάσταση αυτή που επικρατεί, σίγουρα υπάρχουν αιτίες. Παρακάτω αναφέρονται οι σημαντικότεροι λόγοι που οδήγησαν στην μειωμένη απόδοση των ελληνικών εξαγωγών στην κινεζική αγορά. Αυτοί είναι:

- Η μεγάλη **γεωγραφική** απόσταση και το υψηλό κόστος μεταφοράς των εξαγόμενων προϊόντων, το οποίο εξάλλου επιβαρύνεται σημαντικά λόγω των **μικρών** γενικώς ποσοτήτων των ελληνικών εξαγωγών.
- Η απουσία της ελληνικής ομογένειας.
- Ο έντονος ανταγωνισμός που επικρατεί στη Κίνα. Πολλές επιχειρήσεις και άλλων χωρών προσπαθούν να εισέλθουν στην αγορά της Κίνας και να αποκτήσουν **μακροχρόνια** συγκριτικό πλεονέκτημα.

- Η διαφορά επιχειρηματικής κουλτούρας μεταξύ των ελληνικών και των κινεζικών επιχειρήσεων.
- Το πολυδάπανο πρόγραμμα μάρκετινγκ που απαιτείται για την προβολή των προϊόντων.
- Η μη συγκροτημένη παρουσία της ελληνικής οικονομικής διπλωματίας στην περιοχή και η ελλιπής υποδομή και στελέχωση που παρατηρείται στα γραφεία Οικονομικών και Εμπορικών υποθέσεων.
- Το σημαντικό κόστος που απαιτείται για τις επικοινωνίες και για συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις.

4.10 Η Ελληνική Επενδυτική Δραστηριότητα στην Κίνα

Η αυξανόμενη οικονομική και πολιτική επιρροή της Κίνας, που αποτελεί τη δύναμη του 21^{ου} αιώνα, προτρέπει τον επιχειρηματικό κόσμο της Ελλάδας να εκμεταλλευθεί έγκαιρα την ευκαιρία και να αντιμετωπίσει τη συνεργασία με την Κίνα ως πρόκληση και όχι ως απειλή.

Σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία του Υπουργείου Εμπορίου της Κίνας, το σύνολο των ελληνικών επενδύσεων από το 1992 μέχρι τα τέλη Σεπτεμβρίου 2004 ανέρχεται σε 49 επενδυτικά έργα, με συμβατικό συνολικό κεφάλαιο 1,10 δις δολάρια και με υλοποιημένες επενδύσεις της τάξης των 58,49 εκατομμυρίων δολαρίων ΠΠΑ.

Σημειώνεται ότι, σύμφωνα με την έκθεση του εμπορικού τμήματος της ελληνικής πρεσβείας στο Πεκίνο, οι ελληνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σήμερα στην Κίνα επενδύουν περίπου 1,2 δισεκατομμύρια δολάρια. Το επιχειρηματικό ενδιαφέρον για την αγορά της Κίνας ενισχύθηκε ιδιαίτερα ενόψει των Ολυμπιακών Αγώνων του 2008. Οι Έλληνες επιχειρηματίες θεωρούν ότι μπορούν να καλύψουν μέρος της μεγάλης ζήτησης που θα υπάρξει σε προϊόντα και υπηρεσίες το διάστημα αυτό.

Το «κλειδί» στην επιτυχημένη ελληνική παρουσία είναι η εστίαση σε στρατηγικούς κλάδους/προϊόντα και σε μεγάλες εσωτερικές αγορές της Κίνας. Οι τρεις μεγάλες πόλεις (Πεκίνο, Σαγκάη, Καντόνα), με σημαντικό πληθυσμό και σημαντική οικονομική ανάπτυξη, θα πρέπει να αποτελέσουν τους κυριότερους στόχους των Ελλήνων εξαγωγέων και επενδυτών, ενώ σε ότι αφορά τα προϊόντα υπάρχει μεγάλη ποικιλία ενδιαφέροντος.

4.10.1 Πλεονεκτήματα, μειονεκτήματα και εμπόδια για τους Έλληνες επενδυτές

Η Κίνα παρουσιάζει ορισμένα σημαντικά πλεονεκτήματα αλλά και μειονεκτήματα για τους Έλληνες επενδυτές.

Τα μεγαλύτερα πλεονεκτήματα είναι το χαμηλό κόστος εργασίας, η μεγάλη αγορά, η ζήτηση τεχνογνωσίας, η χαμηλή φορολογία, οι φορολογικές απαλλαγές (καθώς μια ξένη επιχείρηση, τα δύο πρώτα χρόνια, απαλλάσσεται από την φορολογία, ενώ τα τρία επόμενα φορολογείται με 50%), η αυξανόμενη αγοραστική δύναμη του Κινέζου καταναλωτή, οι άφθονες πρώτες ύλες, η πολιτική θέληση για την προώθηση ξένων επενδύσεων, οι ανάγκες για σχεδόν όλα τα αγαθά και τις υπηρεσίες, η βελτίωση του γενικότερου περιβάλλοντος επιχειρηματικής δράσης, η φιλελευθεροποίηση των εμπορικών και επενδυτικών ροών, η εξάλειψη των κυριότερων εμποδίων στις επενδύσεις,

Μειονεκτήματα αποτελούν η έλλειψη διαφάνειας σε νόμους και κανονισμούς, ο προστατευτισμός σε κάποιους κλάδους και επιχειρηματικά πεδία, η μη πλήρης συμμετοχή στο διεθνές δίκτυο εμπορίου, η έλλειψη υποδομής (ειδικά στην ενδοχώρα), η έλλειψη προηγμένου εξοπλισμού, μηχανημάτων και διοικητικής τεχνογνωσίας, και τέλος, η αργή λήψη αποφάσεων από την κυβέρνηση.

Επιπλέον, τα κυριότερα εμπόδια ανάπτυξης επιχειρηματικότητας για τις ελληνικές επιχειρήσεις στην Κίνα είναι:

- 1ο Η Κίνα δεν ευνοεί τις βραχυπρόθεσμες επενδύσεις καθώς η προσέγγιση της κινεζικής αγοράς απαιτεί χρόνο και χρήμα.
- 2ο Η γεωγραφική απόσταση που χωρίζει τις δύο χώρες είναι αρκετά μεγάλη.
- 3ο Οι δαπάνες εξαγωγών είναι αρκετά υψηλές για τη μέση ελληνική εξαγωγική επιχείρηση και οι απαιτήσεις της διαδικασίας εξαγωγής είναι αρκετά πολύπλοκες, ενώ οι απαιτήσεις της κινεζικής αγοράς αφορούν σε όρους ποιότητας, ανταγωνιστικότητας, τιμής και ποσοτήτων.
- 4ο Υπάρχουν μεγάλες διαφορές στην επιχειρηματική νοοτροπία, στην επικοινωνία και στον πολιτισμό.

Οι επενδύσεις στη Κίνα, λοιπόν, απαιτούν συστηματική προσπάθεια και δέσμευση γιατί παρά το σχετικό άνοιγμα της αγοράς, οι απαιτήσεις και οι κίνδυνοι για την ίδρυση και λειτουργία μικτών επιχειρήσεων είναι σημαντικοί.

Η εγκατάσταση ελληνικών τραπεζών στην Κίνα μπορεί να συμβάλει στη προώθηση εμπορικών συναλλαγών αλλά και την ανάπτυξη επιχειρηματικών projects

- Από ετών δραστηριοποιείται στην Κίνα η εταιρεία Polcor China Ltd. παραγωγής και εφαρμογής οξειδίων κυρίως για την προστασία μεταλλικών επιφανειών πλοίων καθώς και άλλων μεταλλικών επιφανειών που βρέχονται από θαλασσινό νερό. Η εταιρεία ιδρύθηκε από την ελληνική Τεχνική Προστασίας Περιβάλλοντος Α.Ε., που έχει την μεγάλη πλειοψηφία των μετοχών, και την κινεζική εταιρεία της οποίας όμως η συμμετοχή περιορίζεται στο ελάχιστο. Η Τεχνική Προστασίας Περιβάλλοντος Α.Ε. εξέφρασε την πρόθεση της να επεκταθεί μελλοντικά και στον τομέα καθαρισμού και απορρύπανσης θαλάσσιων περιοχών.
- Στη Σαγκάη λειτουργεί από το 2000 η εταιρεία Cosmos Building Materials Shanghai Co. Ltd. (κοπή και επεξεργασία μαρμάρου) του Ομίλου Λάτση σε συνεργασία με την εταιρεία Μάρμαρα Κυριακίδη και αριθμό άλλων ελληνικών εταιρειών μαρμάρου με πολύ μικρή συμμετοχή.
- Η εταιρεία Μακεδονικά Μάρμαρα αποφάσισε πριν από δύομισι χρόνια να αποκτήσει παραγωγική βάση στη βόρεια Κίνα. Συγκεκριμένα, προχώρησε στη σύσταση joint venture με την επωνυμία Jiamou στην πόλη Jiamoushi, κοινοπραξία στην οποία τα Μακεδονικά Μάρμαρα έχουν το 35% των μετοχών και το υπόλοιπο τοπικός εταίρος. Διαθέτουν επίσης γραφείο αντιπροσωπείας στη Σαγκάη. Από την Ελλάδα στέλνουν ημικατεργασμένα προϊόντα, τα οποία επεξεργάζεται η εταιρεία στο Jiamoushi, η οποία πραγματοποιεί ετησίως πωλήσεις περί τα δύο εκατομμύρια ευρώ. Το ποσό που επένδυσαν τα Μακεδονικά Μάρμαρα στη Κίνα ανέρχεται σε 400.000 δολάρια.
- Στο Πεκίνο άρχισε το 2001 τη λειτουργία του το Γραφείο Αντιπροσωπείας της Intracom με στόχο το άνοιγμα της κινεζικής αγοράς στα προϊόντα της εταιρείας, κυρίως για τηλεπικοινωνιακό υλικό και λογισμικό υπολογιστών.
- Η Ικτίνος Ελλάς Α.Ε υπέγραψε πρόσφατα σύμβαση στρατηγικής συνεργασίας με την κινεζική Universal Marble and Granite Group Ltd., για την αποκλειστική αντιπροσώπευση και διάθεση του μονοπωλιακού μαρμάρου Golden Spider στις αγορές της Κίνας, του Χονγκ Κονγκ και του Μακάο.
- Ο όμιλος LAVIPHARM, μέσω της θυγατρικής του Castalia Laboratoires Dermatologiques Α.Ε, έχει εισέλθει από το 2004 στην αγορά της Κίνας. Τα προϊόντα του ομίλου, αφού κατάφεραν να περάσουν επιτυχώς όλα τα στάδια των αυστηρών ελέγχων του Υπουργείου Υγείας της Κίνας, πωλούνται στην κινεζική αγορά από την εταιρεία Profex S.A.

- Η Cosomat, εταιρεία παραγωγής νηματουργικών προϊόντων, δραστηριοποιείται εδώ και δύο χρόνια στην κινεζική αγορά, σε συνεργασία με την κινεζική Gao Wei.
- Από το 2000, η Eurobank διαθέτει γραφείο αντιπροσωπείας στην κινεζική πρωτεύουσα, στο Πεκίνο.
- Τέλος, άλλες ελληνικές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Κίνα είναι: Αντωνίου Σταμόπουλος Α.Ε (κατασκευαστής δερμάτινων αποσκευών), Γυμνόπουλος (νηματοργία), Γεώργιος Ικάμος (αρχική διαδικασία επεξεργασίας λινών), V & I International (λοιπή βαμβακοβιομηχανία), Βάρσος (παραγωγή εξοπλισμού για βιομηχανίες τροφίμων, ποτών, καπνού), Μπροσγυμνόπουλος Α.Ε (λοιπή κλωστοϋφαντουργία), Sealight Management S.A (επισκευές μηχανημάτων),

4.11 Τομείς Ενδιαφέροντος για την Ανάπτυξη των Ελληνικών Επενδύσεων στην Κίνα

Οι εξαγωγές ελληνικών προϊόντων αλλά και οι ελληνικές επενδύσεις στην Κίνα είναι λιγοστές. Παρόλα αυτά, οι εξαγωγές της Ελλάδος προς την Κίνα την επταετία 1997-2003 αυξήθηκαν κατά 0,95%. Σήμερα, το 65% των ελληνικών εξαγωγών στην Κίνα είναι πρώτες ύλες (όπως δομικά υλικά, βαμβάκι).

Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι, ο Οργανισμός Προώθησης Εξαγωγών οργανώνει επιχειρηματικές αποστολές στην Κίνα με σκοπό να μπορέσουν οι ελληνικές επιχειρήσεις να αξιοποιήσουν τις ευκαιρίες που προσφέρει η μεγάλη αγορά της Κίνας.

Για την ελληνική βιομηχανία λοιπόν, ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι παρακάτω τομείς για ανάπτυξη επενδύσεων:

Τεχνολογίες πληροφορικής και τηλεπικοινωνίες

- Τηλεπικοινωνιακό υλικό και υπηρεσίες (τεχνολογίες σταθερής και κινητής τηλεφωνίας, οπτικές ίνες και συμβουλευτικές υπηρεσίες)
- Λογισμικό (για λειτουργικά συστήματα υπολογιστών, για συστήματα διαχείρισης πληροφοριών, για συστήματα τηλεπικοινωνιών)
- Μηχανολογικός εξοπλισμός

Αξίζει να σημειωθεί ότι η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων στο Πεκίνο το 2008, είναι ένα γεγονός που δεν θα πρέπει να μείνει ανεκμετάλλετο, σε επίπεδο

περαιτέρω διμερών συνεργασιών στον κλάδο πληροφορικής και επικοινωνιών ακόμα και στον κλάδο των υπηρεσιών (π.χ τουρισμός, εκπαίδευση, υγεία, συμβουλευτικές υπηρεσίες).

Πρώτες ύλες για κατασκευές

- Εξόρυξη και επεξεργασία μετάλλων
- Εξόρυξη και επεξεργασία μαρμάρων
- Πετρώματα, πλάκες, πλακάκια
- Ξυλεία
- Κεραμικά
- Γυαλί
- Γυψομεμβρανομηχανία και παραγωγή τελικών προϊόντων τσιμέντου
- Δημιουργία ψυκτικών θαλάμων για βιομηχανικές χρήσεις

Εξοπλισμός κτιρίων και κατοικιών

- Είδη φωτισμού
- Είδη ασφαλείας, κλειδαριές και εξαρτήματα
- Διακοσμητικά υλικά
- Do-it-yourself εργαλεία
- Λέξεσουάρ μπάνιου και κουζίνας

Πρώτες ύλες για μεταλλουργία

- Σιδηρομεταλλεύματα
- Χαλκομεταλλεύματα
- Αλουμίνια
- Μόλυβδος
- Ψευδάργυρος
- Χαλυβουργικά προϊόντα

Φαρμακευτικά προϊόντα

- Φάρμακα
- Βιταμίνες
- Προϊόντα που βοηθούν στην απώλεια βάρους και στην ευεξία του οργανισμού

Εξοπλισμός για κλωστοϋφαντουργία και προϊόντα αυτής

- Κλώστριες
- Μηχανήματα βαφής
- Γουνοποιία
- Δέρματα
- Βαμβάκι

Εξοπλισμός για έλεγχο της ρύπανσης

- Συσκευές ελέγχου ατμοσφαιρικής και υδάτινης ρύπανσης
- Συσκευές καθαρισμού πόσιμου νερού
- Συσκευές ελέγχου ρύπανσης αυτοκινήτων
- Τεχνολογίες ανακύκλωσης/αποκομιδής ύλης

Εργαλεία

- Υψηλής ποιότητας εργαλεία για παραγωγή αυτοκινήτων
- Υψηλής ποιότητας εργαλεία για παραγωγή αεροπλάνων

Πλαστικά

- Μονάδες παραγωγής πλαστικών ειδικών χρήσεων
- Μονάδες παραγωγής υψηλής ποιότητας πλαστικών
- Μονάδες παραγωγής πολυαιθυλενίου και πολυστερίνης
- Μονάδες παραγωγής πλαστικών ειδών για γεωργικές χρήσεις

Τουρισμός

- Ξενοδοχεία
- Κρουαζιέρες

Χημικά προϊόντα

- Γεωργικά χημικά όπως ποτασιούχα και φωσφορούχα λιπάσματα και εντομοκτόνα
- Παρασκευάσματα φυτοφαρμάκων και παραγωγή χημικών προσθέτων

Τρόφιμα

- Κρασιά και ποτά
- Ελαιόλαδο

- Φρούτα
- Τυριά
- Γιαούρτι
- Snacks
- Αφυδατωμένα λαχανικά, επεξεργασία αρωματικών φυτών, παιδικές τροφές
- Μονάδες επεξεργασίας αλεύρων και υποπροϊόντων σίτου
- Επεξεργασία και συσκευασία κατεψυγμένων φρούτων-λαχανικών και αλευμάτων, κονσερβοποιία
- Μονάδες καλλιέργειας, διαλογής, συσκευασίας και τυποποίησης κηπευτικών και νωπών φρούτων και λαχανικών
- Μονάδες αξιοποίησης φυτικών ελαίων και ελαιούχων σπόρων
- Ιχθυοκαλλιέργειες

Υπάρχει επίσης, μεγάλη ζήτηση και για Franchising ιδιαίτερα στον τομέα των εστιατορίων, εξυπηρέτησης αυτοκινήτων, επεξεργασίας φιλμ, υγείας, διασκέδασης, αθλητικών ειδών και εκπαίδευσης.

4.12 Ευκαιρίες που η Ελλάδα πρέπει να εκμεταλλευτεί

Υπάρχουν, ωστόσο, ακόμη αρκετές ευκαιρίες για πολλούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας με σημαντικότερους τον τουρισμό, τις κατασκευές και τη ναυτιλία.

4.12.1 Ευκαιρίες στον κλάδο του τουρισμού

Όσον αφορά τον τουρισμό, γίνεται προσπάθεια να ξεπεραστούν τα εμπόδια, που αφορούν την έκδοση βίζας και την απευθείας αεροπορική σύνδεση Αθήνας-Πεκίνου, προκειμένου η χώρα μας να καταστεί τόπος προορισμού ακόμη περισσότερων Κινέζων τουριστών.

Με βάση τις εκτιμήσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, περί τα 100 εκατομμύρια Κινέζοι θα κάνουν τουρισμό κάθε χρόνο στην Ευρώπη μέχρι το 2010. Ήδη οι καταξιωμένοι τουριστικοί προορισμοί της γηραιάς ηπείρου (Γαλλία, Βρετανία και Ισπανία) ερίζουν για την προσέλκυση όσο το δυνατόν μεγαλύτερου μεριδίου αυτής της πολυάνθρωπης αγοράς. Το άνοιγμα γραφείου του ΕΟΤ στο Πεκίνο

αποτελεί ένα θετικό βήμα, όμως θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι οι τρεις παραπάνω χώρες διαθέτουν οργανωμένα γραφεία σε πολύ περισσότερες πόλεις της Κίνας και προωθούν ολοκληρωμένα πακέτα διακοπών με επιδότηση των συνεργαζόμενων κινεζικών τουριστικών γραφείων.

4.12.2 Ευκαιρίες στον κατασκευαστικό τομέα

Όσον αφορά τον κατασκευαστικό τομέα, θα πρέπει να αναφερθεί ότι από το 1996, όπου για πρώτη φορά δόθηκαν κίνητρα σε όλους τους πολίτες για την απόκτηση ιδιόκτητης κατοικίας, οι προοπτικές ανάπτυξης του τομέα αυτού είναι τεράστιες, δεδομένων και των συνεχώς αυξανόμενων εγχώριων και ξένων καταθέσεων και αποταμιεύσεων. Σημειώνεται ότι οι συνολικές ιδιωτικές αποταμιεύσεις ανέρχονται σε περίπου 500 δις. δολάρια, λόγω της υψηλής ροπής των Κινέζων για αποταμίευση.

Υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον από την Κίνα για συνεργασία με κατασκευαστικές και με μελετητικές εταιρείες, τόσο λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων που θα γίνουν στο Πεκίνο όσο και σε άλλες δράσεις που αναπτύσσει σήμερα η Κίνα, όπως τα αναπτυξιακά κέντρα και ο βιολογικός καθαρισμός.

4.12.3 Ευκαιρίες στη ναυτιλία

Πολλές γνωστές ελληνικές ναυτιλιακές εταιρείες έχουν επισκεφθεί την Κίνα αναζητώντας συνεργασία για την ανάληψη διοίκησης σε ναυπηγεία ή αποκλειστικές συμφωνίες με αυτά.

Ακόμη, έγιναν εκ νέου αναλυτικές συνομιλίες για την δημιουργία στην χώρα μας, με ελληνοκινεζικά κεφάλαια, διαμετακομιστικών εμπορευματικών κέντρων στα λιμάνια της Θεσσαλονίκης και της νότιας Κρήτης.

4.12.4 Ευκαιρίες στην εισαγωγή μεθόδων διοίκησης και εμπειριών

Η παροχή επανεκπαίδευσης είναι ένας ακόμη επιχειρηματικός τομέας που αναμένεται να προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες στο μέλλον, ειδικά αν συνδυαστεί με τις αυξανόμενες ανάγκες των Κινέζων διοικητικών στελεχών για τεχνογνωσία σε όλους τους τομείς διοίκησης επιχειρήσεων. Η Κίνα επιδιώκει να εισάγει μεθόδους

διοίκησης και εμπειρία για να αναζωογονήσει τον δημόσιο τομέα της οικονομίας της, ο οποίος υπολειπεται, δημιουργώντας πάρα πολλά προβλήματα και απειλώντας σοβαρά την οικονομική ανάπτυξη και τον εκσυγχρονισμό της χώρας.

Η Ελλάδα πρέπει να κινηθεί οργανωμένα και σε παράλληλα επίπεδα, ώστε οι προσπάθειες που αναπτύσσονται οι ελληνικές επιχειρήσεις να υποστηρίζονται από φορείς και οργανισμούς καθώς και συντονισμένες ενέργειες, στο πλαίσιο της οικονομικής διπλωματίας από την πλευρά της ελληνικής κυβέρνησης.

4.13 Οι Τομείς στους οποίους Έγιναν τα πιο Διακριτά Βήματα

Ανοίγουν έστω και με αργούς ρυθμούς οι πύλες της τεράστιας αγοράς της Κίνας για τις ελληνικές επιχειρήσεις. Πιο αναλυτικά:

- Συμφωνήθηκε η συμμετοχή των κινεζικών προϊόντων στη Διεθνή Έκθεση της Θεσσαλονίκης, ενώ, έχει δημιουργηθεί δίκτυο επικοινωνίας μεταξύ Κίνας και ΠΕΙ.ΕΧΡΟ. Η κινεζική πλευρά έδειξε ιδιαίτερο ενδιαφέρον συμμετοχής στην κλαδική έκθεση μαρμάρων.
- Η μεταφορά τεχνογνωσίας εκ μέρους του Τεχνικού Επιμελητηρίου σε θέματα βιολογικού καθαρισμού προσέλκυσε το ενδιαφέρον της κινεζικής πλευράς.
- Ο Λιμένας Θεσσαλονίκης και Πειραιώς ενθάρρυνε την επένδυση κινεζικών κεφαλαίων για τον εκσυγχρονισμό (χρήση containers) και τα logistics του λιμένα.
- Προωθούνται εκπαιδευτικές ανταλλαγές μεταξύ των δύο χωρών (ανταλλαγή φοιτητών, καθηγητών, κοινό MBA) με στόχο τη κατάρτιση εξειδικευμένων στελεχών για τις ελληνοκινεζικές επιχειρήσεις.
- Σε εξαιρετικά καλό δρόμο βρίσκεται και η υπογραφή συμφωνίας μεταξύ της συνεταιριστικής καπνοβιομηχανίας ΣΕΚΑΠ με το κινεζικό μονοπώλιο για την προώθηση στην Κίνα του βιολογικού φίλτρου τσιγάρων, που αποτελεί πατέντα για την ελληνική καπνοβιομηχανία.
- Τρεις μικρές ελληνικές εταιρείες έκαναν συμφωνίες για την εξαγωγή ελαιολάδου και βρώσιμων ελιών, ακτινιδίων, εσπεριδοειδών και κρασιού.
- Έκλεισε συμφωνία για το εμπόριο πλαστικών στην Κίνα.
- Συζητήθηκε η εξαγωγή ελληνικής τεχνογνωσίας στον τομέα ηλεκτρολογικών υλικών και πινάκων και σε θέματα λογισμικών. Επίσης ενδιαφέρον παρουσιάζεται

από κινεζικής πλευράς και για τη δημιουργία μικτών επιχειρήσεων στον τομέα των ηλεκτρονικών υπολογιστών.

- Συμφωνίες για εξαγωγές στην Κίνα συμπυκνωμένων χυμών και αναψυκτικών, βιολογικών κρασιών και σπόρων για πιπεριές, υπέγραψε η εταιρεία Σουμελίδης Α.Ε. Ακόμη, η εταιρεία υπέγραψε μνημόνιο συνεργασίας με την κινεζική εταιρεία Shanghai Green Zone Food Co. Ltd. για την από κοινού παραγωγή μανιταριών στην Ελλάδα και διάθεση της παραγωγής στην κινεζική αγορά. Η Shanghai Green Zone Food, από τις μεγαλύτερες αγροτικές επιχειρήσεις της Κίνας, θα μεταφέρει τεχνολογία στην ελληνική επιχείρηση και θα αναλάβει την διάθεση του προϊόντος μέσω του εξειδικευμένου δικτύου της.

- Ενδιαφέρον υπάρχει από τις κινεζικές επιχειρήσεις και για την εισαγωγή πορτών ασφαλείας και επίπλων κουζίνας, όπως προέκυψε από τις συναντήσεις των εκπροσώπων της εταιρείας ΠΡΟΤΕΚΤΑ.

- Η Alumil, εταιρεία αρχιτεκτονικών συστημάτων αλουμινίου, δρομολόγησε συνεργασία, αναζητώντας συνεργάτες στους οποίους θα μεταφερθεί η τεχνογνωσία της εταιρείας και οι οποίοι θα παράγουν προϊόντα για λογαριασμό του ελληνικού ομίλου.

- Έγινε ελληνική πρόταση από την εταιρεία Θεοχαράκης για συναρμολόγηση κινεζικών αυτοκινήτων στην Ελλάδα, η οποία περιλαμβάνει τον εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων με κινεζικά κεφάλαια. Ακόμη, πραγματοποιήθηκαν συζητήσεις για την δημιουργία κοινοπραξιών με σκοπό τη συμπαραγωγή αυτοκινήτων και την εξαγωγή τους στην Κίνα, μεταξύ των εκπροσώπων των ελληνικών επιχειρήσεων Σφακιανάκης, Θεοχαράκης και Προμότη Λαϊνόπουλος.

- Έτοιμη είναι η συμφωνία για την εξαγωγή 60.000 τόνων φωσφορικών λιπασμάτων από το εργοστάσιο της Καβάλας (Κωνσταντινίδης).

- Με τις προσπάθειες του προέδρου του Ελληνοκινεζικού Επιχειρηματικού Συμβουλίου, δρομολογείται η συνεργασία μεταξύ των Χρηματιστηρίων Αθηνών και Σαγκάης. Μεταξύ των στόχων συνεργασίας είναι η εισαγωγή ελληνικών εταιρειών στο Χρηματιστήριο της Σαγκάης.

- Τέλος, επιτεύχθηκε συμφωνία μεταξύ των κυβερνήσεων των δύο χωρών για συνεργασία και κοινή πιστοποίηση των προϊόντων προκειμένου να καταστούν οι εξαγωγές και εισαγωγές ευκολότερες.

4.14 Προτάσεις για την Ενεργό Προώθηση Ελληνικών Επιχειρήσεων στην Κίνα

Το Ελληνοκινεζικό Επιμελητήριο ασκεί πιέσεις ώστε να επιτευχθεί με τον καλύτερο τρόπο η διείσδυση ελληνικών εταιρειών στην κινεζική αγορά. Δίνει μεγάλη σημασία στις επιχειρηματικές επαφές και βρίσκεται σε διάλογο με συναρμόδιους φορείς και με το υπουργείο Εξωτερικών προκειμένου να υπάρξει μεγαλύτερη δραστηριοποίηση με στρατηγικό σχεδιασμό.

Συγκεκριμένα, οι δράσεις που σχεδιάζονται και προωθούνται από το Ελληνοκινεζικό Επιμελητήριο, αλλά σχετίζονται με τις δράσεις που προωθούν και άλλοι αρμόδιοι φορείς, είναι στις εξής κατευθύνσεις:

4.14.1 Κατευθύνσεις για πληροφόρηση των ελληνικών επιχειρήσεων

- Παροχή άμεσης και έγκαιρης πληροφόρησης για την Κίνα στις ελληνικές επιχειρήσεις από ειδικό τόπο στην ιστοσελίδα του Ελληνοκινεζικού Επιμελητηρίου, αλλά και σε ιστοσελίδες του ΟΠΕ και άλλων αρμόδιων φορέων.
- Η εγκατάσταση ελληνικών εταιρειών παροχής υπηρεσιών στην Κίνα. Τέτοιες εταιρείες παροχής υπηρεσιών μπορεί να είναι γραφεία αντιπροσωπείας ελληνικών τραπεζών και άλλες εταιρείες παροχής υπηρεσιών, όπως νομικοί και οικονομοτεχνικοί σύμβουλοι, μεταφορικά και ασφαλιστικά γραφεία.
- Έμμοση στην επίλογή συμβούλων εξαγωγών, με εμπειρία και παρουσία στην Κίνα, που θα υποστηρίξουν εξαγωγείς για τον εντοπισμό καναλιών, τη δημιουργία επαφών, το κλείσιμο συμφωνιών και την υλοποίηση εξαγωγών.

4.14.2 Διερεύνηση επίτευξης συμφωνιών

- Διερεύνηση επίτευξης διμερούς Συμφωνίας Υγειονομικής και Φυτο-υγειονομικής προστασίας (SPS). Η συμφωνία αυτή θα συμβάλει στην ανάπτυξη των εξαγωγών αγροτικών και γαλακτοκομικών προϊόντων, καθιστώντας δυνατή τη διάθεση τους στην κινεζική αγορά.
- Διερεύνηση δυνατότητας άμεσης αεροπορικής σύνδεσης της Ελλάδας με την Κίνα, τουλάχιστον δύο φορές ημερησίως, ώστε να είναι εύκολη η πρόσβαση Κινέζων τουριστών στην χώρα μας, αλλά και για την διευκόλυνση επιχειρηματικών επαφών.

4.14.3 Κατευθύνσεις για επενδυτικά προγράμματα

- Αξιοποίηση ειδικών κοινοτικών αναπτυξιακών προγραμμάτων και χρηματοδοτήσεων διεθνών οργανισμών. Οι ελληνικές επιχειρήσεις κρίνεται σκόπιμο να δραστηριοποιηθούν και να αξιοποιήσουν τα αναπτυξιακά προγράμματα της Ε.Ε για την Κίνα. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το πρόγραμμα Asia Invest, το οποίο παρέχει δυνατότητα χρηματοδότησης δραστηριοτήτων των συμμετεχουσών εταιρειών κατά 50% ή μέχρι και 100% της συνολικής δαπάνης.

- Σύσταση κεφαλαίου επιχειρηματικού κινδύνου (Venture Capital Co.) Η σύσταση ελληνικού Venture Capital για επενδύσεις στην Κίνα, με ενδεχόμενη στήριξη από ελληνικό κρατικό φορέα (π.χ. από ελληνική τράπεζα) θα βοηθούσε ελληνικές εταιρείες να αναπτύξουν επιχειρηματικά σχέδια στην Κίνα και να ανταγωνιστούν άλλες ξένες επιχειρήσεις που τυχάνουν της εν λόγω ευχέρειας.

- Χορήγηση Αναπτυξιακής Χρηματοδοτικής Πίστωσης (Soft Loan). Προτείνεται η εξέταση της δυνατότητας παραχώρησης soft loan, με ευνοϊκούς όρους αποπληρωμής στα πλαίσια των γενικών οδηγιών του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ), το οποίο θα χρησιμοποιηθεί για την αγορά ελληνικών προϊόντων -κυρίως μηχανημάτων, εξοπλισμού και υπηρεσιών- για αναπτυξιακά έργα που ενδιαφέρουν την κινεζική πλευρά.

Η τακτική αυτή χρησιμοποιείται από τους άλλους εταίρους μας στην Ε.Ε., γεγονός που δημιουργεί ανταγωνιστικό πρόβλημα στις αντίστοιχες ελληνικές εξαγωγές. Με τον τρόπο αυτό θα μπορούσαμε να εξαγάγουμε και προϊόντα/υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας και παράλληλα θα βελτιώναμε την εικόνα της χώρας και θα δημιουργούσαμε συνθήκες αυξημένων εξαγωγών στο μέλλον.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

«Ελληνικά Τρόφιμα στην Κίνα»

5. Εισαγωγή

Στο παρόν κεφάλαιο, εξετάζονται οι εξαγωγές τροφίμων στην αγορά της Κίνας και οι ευκαιρίες που υπάρχουν σε πολλά είδη τροφίμων. Ακολουθούν, οι τρόποι προσέγγισης της αγοράς, καθώς και τα εμπόδια που πρέπει να αντιμετωπίσουν οι ελληνικές εταιρείες.

Επίσης, παρουσιάζεται η πρωτογενής έρευνα που πραγματοποιήσαμε σε επιχειρήσεις, η μεθοδολογία που ακολουθήσαμε και τα αποτελέσματα που προέκυψαν.

5.1 Η Θέση των Τροφίμων στην Κινεζική Αγορά

Η αυξανόμενη αγοραστική δύναμη και οι μεταβαλλόμενες διατροφικές συνήθειες των 1,3 δις Κινέζων μετασηματίζουν τον τομέα των τροφίμων, τόσο στο εσωτερικό της χώρας όσο και στο διεθνές εμπόριο. Η εαδοκίμηση στην Κίνα εστιατορίων, υπεραγορών (supermarkets), διαφήμισης νέων και ελκυστικά συσκευασμένων προϊόντων σηματοδοτεί τη νέα, πιο σημαντική επιρροή των Κινέζων καταναλωτών στην οικονομία της χώρας τους.

Ξένες εταιρείες παίζουν πρωταγωνιστικό ρόλο στη ραγδαία ανάπτυξη στον τομέα των ταχυφαγείων (fast food) και της λιανικής τροφίμων και ξένα προϊόντα είναι συνηθισμένα πλέον σήμερα στα ράφια των κινεζικών υπεραγορών. Ανάμεσα σε αυτά υπάρχουν και αρκετά ελληνικά προϊόντα όπως το ελαιόλαδο και η φέτα.

5.1.1 Αλλαγές στη διατροφή των Κινέζων

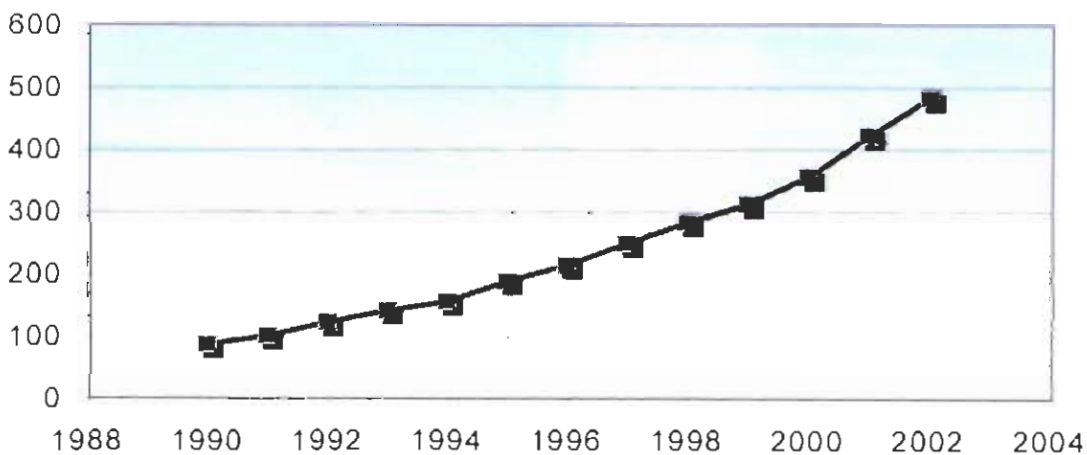
Η τοπική κινεζική διατροφή αλλάζει κινούμενη από βασικά είδη, όπως σπόροι, σε πιο ακριβά, όπως τα ψαρικά και τα γαλακτοκομικά προϊόντα. Παρότι οι πωλήσεις τέτοιων τροφίμων γίνονται κυρίως μέσα από τα εστιατόρια, η τάση έχει αρχίσει να

αλλάζει, καθώς οι πιο εξελιγμένοι καταναλωτές επιδιώκουν να μεταφέρουν τις γεύσεις του εστιατορίου στο σπίτι. Παράλληλα, ο κόσμος αγοράζει όλο και πιο συχνά επεξεργασμένες τροφές, κυρίως στις πιο εύπορες περιοχές.

Από τη περασμένη δεκαετία λοιπόν, τα κινεζικά νοικοκυριά καταναλώνουν λιγότερο ρύζι και περισσότερα πουλερικά, θαλασσινά, έλαια και γαλακτοκομικά προϊόντα. Έτσι, οι εισαγωγές της χώρας διαμορφώθηκαν ώστε να περιλαμβάνουν πιο πολλά κρέατα, λαχανικά, θαλασσινά, επεξεργασμένες τροφές και άλλα καταναλωτικά αγαθά. Σήμερα, οι Κινέζοι ξοδεύουν σχεδόν το μισό τους εισόδημα σε τρόφιμα και ποτά, αναδεικνύοντας αυτή τη κατηγορία προϊόντων πρώτη στην εκδήλωση της καταναλωτικής τους προτίμησης.

Στο παρακάτω γράφημα εμφανίζεται η αύξηση των πωλήσεων τροφίμων στην αγορά της Κίνας από το 1990 έως και το 2002.

Οι πωλήσεις στον κλάδο των τροφίμων στην Κίνα
(σε δις γιουάν)



5.2 Οι Ελληνικές Εξαγωγές Τροφίμων στην Κίνα

Γενικά τα τρόφιμα παρουσιάζουν κάποιες ιδιαιτερότητες λόγω της γευστικής διαφοροποίησης των καταναλωτών, οι οποίοι δείχνουν προτίμηση για τα εγχώρια προϊόντα. Η αύξηση όμως της οικονομικής ευρωστίας, ο μιμητισμός καθώς και η αύξηση του αριθμού των αλλοδαπών που ζουν στη Κίνα είναι λόγοι να προωθηθούν τα ελληνικά προϊόντα στην κινεζική αγορά. Πολύ περιορισμένες ποσότητες

ελληνικών τροφίμων όπως ελαιόλαδο, κομπόστες ροδάκινων, μπισκότα, κονσέρβες λαχανικών και (από τα αλκοολούχα ποτά) brandy και ούζο, εισάγονται αποσπασματικά και όχι σε σταθερή βάση από τα τοπικά πολυκαταστήματα.

Όπως προκύπτει από μελέτη του Ινστιτούτου Εξαγωγικών Ερευνών και Σπουδών, του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος (ΣΕΒΕ), οι ελληνικές εξαγωγές τροφίμων ακολούθησαν ανοδική πορεία κατά τη διάρκεια της περιόδου 1999-2003. Παρόλα αυτά, ο κλάδος των τροφίμων αύξησε ελάχιστα το ποσοστό του, σε σχέση με το σύνολο των ελληνικών εξαγωγών. Βέβαια, η συμβολή του στην ελληνική οικονομία εξακολουθεί και είναι σημαντική, αλλά όχι εκείνη που θα μπορούσε και θα έπρεπε.

5.3 Επιλογές που Μπορεί να Κάνει μια Εταιρεία για την Προσέγγιση της Κινεζικής Αγοράς

Κάθε εταιρεία που επιθυμεί να δραστηριοποιηθεί στην Κίνα, έχει την δυνατότητα ποικιλίας επιλογών για να εισέλθει στην αγορά, όπως αναφέρεται παρακάτω:

1. Μέσω του Χονγκ Κονγκ αναζητώντας εκεί πράκτορα, διανομέα ή συνέταιρο. Προτιμάται από τις ξένες εταιρείες με μικρή ή καθόλου εμπειρία από την απευθείας προσέγγιση της Κίνας. Είναι ο ασφαλέστερος δρόμος προς την κινεζική αγορά, ένας δρόμος που τον επιλέγουν πολλές μεγάλες και μικρές εταιρείες, λόγω της απλούστερης γραφειοκρατικής διαδικασίας και των μηδαμινών τελών εισαγωγής.
2. Μέσω Κρατικού Συνδέσμου εξωτερικού εμπορίου (FEC). Προτιμάται από τους προμηθευτές πρώτων υλών, εξαρτημάτων τηλεπικοινωνιών και βαρέων οχημάτων και επίσης για κρατικές προμήθειες.
3. Δημιουργώντας γραφείο Αντιπροσώπων. Συνιστάται για προϊόντα που απαιτούν μεγάλης έκτασης υπηρεσίες μετά την πώληση και καλλιέργεια στενών σχέσεων με τους πελάτες, όπως για παράδειγμα λογισμικό, υπολογιστές, συσκευές, εξειδικευμένα ή μεγάλης κλίμακας εξαρτήματα.
4. Συμμετέχοντας σε εμπορικές εκθέσεις. Προτείνεται για την προώθηση προϊόντων και την εισαγωγή νέων. Η επιλογή αυτή ισχύει εφόσον η εμπορική έκθεση περιλαμβάνει την κατηγορία του προϊόντος της εταιρείας.

5. Μέσω διανομέα ή πράκτορα στην Κίνα.

Συνιστάται για καταναλωτικά αγαθά με καλά εδραιωμένο ανταγωνισμό ή για μη καταναλωτικά αγαθά (πχ. επιχειρήσεις και κάθετες εφαρμογές λογισμικού, βιομηχανικό εξοπλισμό, ηλεκτρονικά μέρη) που απευθύνονται σε κρατικές ή εμπορικές εταιρείες.

6. Με απευθείας marketing.

Προτιμάται για καταναλωτικά αγαθά (μικρές συσκευές, καταναλωτικά ηλεκτρονικά προϊόντα), είναι όμως κοινή μέθοδος και για τις βιομηχανίες (συμπεριλαμβανομένων των εργοστασίων) που επιθυμούν να αποφύγουν το κόστος διαμεσολάβησης. Μια επιλογή είναι να έρθει η εταιρεία απευθείας σε επαφή με εισαγωγείς που δουλεύουν μέσω αποθηκών ή άλλων σημείων λιανικής πώλησης.

7. Ανοίγοντας το δικό της γραφείο ή τα δικά της καταστήματα λιανικής.

Προτείνεται για εταιρείες με μεγάλη ποικιλία προσφερομένων προϊόντων (πχ. αξεσουάρ αυτοκινήτου). Με αυτό τον τρόπο, η εταιρεία μπορεί να διενεργεί συναλλαγές (εισαγωγή, εξαγωγή, πώληση εμπορευμάτων) και να προσφέρει υπηρεσίες ακόμη και μετά την πώληση.

8. Διαπραγματευόμενη τη σύσταση κοινοπραξίας με εγχώρια εταιρεία.

Προτιμάται για προϊόντα υψηλής τεχνολογίας, τα οποία πρέπει να τροποποιηθούν πριν από την πώλησή τους στην εγχώρια αγορά, έχουν μεγάλη διεθνή ζήτηση και προστατεύονται τα δικαιώματα περί πνευματικής ιδιοκτησίας και πατέντας (για παράδειγμα υψηλής τεχνολογίας λογισμικό).

9. Ηλαιοδοτώντας σε διαγωνισμό.

Συνιστάται κυρίως για πωλήσεις σε δημόσιους οργανισμούς.

5.4 Επιλογή Καναλιού Διανομής

Τα σημαντικότερα κανάλια διανομής στην Κίνα, μέσω των οποίων μια εταιρεία μπορεί να διαθέσει τα προϊόντα της, **ώστε να δημιουργηθεί ζήτηση** από τον Κινέζο καταναλωτή είναι:

- Τα πολυκαταστήματα

Παραμένουν τα σημαντικότερα σημεία πώλησης **στις αστικές** περιοχές καλύπτοντας μεγάλη γκάμα επώνυμων προϊόντων, σε διάφορα **επίπεδα τιμών**.

- Εξειδικευμένα καταστήματα

Πολύ σημαντικό κανάλι διανομής, κυρίως με την μορφή «shop-in-shop» στα εμπορικά κέντρα ή ανεξάρτητα καταστήματα στο κέντρο των πόλεων, τα οποία και προσφέρουν επώνυμα προϊόντα.

- Εξειδικευμένες αγορές

Επίσης πολύ σημαντικό κανάλι για μέσης και χαμηλής εισοδηματικής τάξης καταναλωτές, σε αστικές και μη αστικές περιοχές. Διαθέτουν ανώνυμα προϊόντα.

Το μερίδιο κατανάλωσης που κάλυψαν τα τρία παραπάνω κανάλια διανομής το 2003 ξεπέρασε το 66%, ενώ το υπόλοιπο 34% αφορούσε άλλα κανάλια διανομής.

Μερίδιο αγοράς ανά κανάλι διανομής το 2003

<i>Κανάλι</i>	<i>Μερίδιο αγοράς</i>
Εξειδικευμένα καταστήματα	31%
Πολυκαταστήματα	27%
Ειδικές αλυσίδες	8%
Άλλες κατηγορίες	34%

5.5 Εμπόδια που Πρέπει να Αντιμετωπίσουν οι Ελληνικές Εταιρείες Τροφίμων κατά την Εξαγωγική τους Δραστηριότητα στην Κίνα

Σε επίπεδο παραγωγικών επενδύσεων, οι διμερείς σχέσεις της Ελλάδας με την Κίνα είναι σχετικά υποβαθμισμένες. Παράγοντες οι οποίοι εμποδίζουν την ανάπτυξη των ελληνοκινεζικών οικονομικών σχέσεων παρουσιάζονται στην συνέχεια.

5.5.1 Η γλώσσα

Το ουσιαστικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν η ελληνικές επιχειρήσεις τροφίμων είναι η γλώσσα. Η άγνοια της αγγλικής γλώσσας τις αναγκάζει να εξαρτώνται από τον μεσάζοντα, επιβαρύνοντας έτσι την αξία του εμπορεύματος με προμήθειες και μεσιτείες.

5.5.2 Οργανωτικές Δυσκολίες

Οι ελληνικές εταιρείες που επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στην κινεζική αγορά συναντούν προβλήματα που σχετίζονται με το πώς να στηθεί μια επιχείρηση

σε μια χώρα με εντελώς διαφορετική κουλτούρα από την ελληνική. Οι οργανωτικές δυσκολίες οι οποίες προκύπτουν, αφορούν κυρίως την εύρεση εγκαταστάσεων, εξοπλισμού και υπαλλήλων.

5.5.3 Ανταγωνισμός

Στην κινεζική αγορά υπάρχει έντονος ανταγωνισμός, με χαμηλές τιμές, από κρατικές εταιρείες που δεν λειτουργούν με ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια, αλλά με τη λογική να καλύψουν πρώτα από όλα τα λειτουργικά έξοδα τους και να πληρώσουν το υπεράριθμο προσωπικό τους.

Σύμφωνα με στοιχεία του κ. Νικολακόπουλου, πρόεδρου του Ινστιτούτου Ανάπτυξης Ευρωκινεζικών Σχέσεων, τρεις στις πέντε ελληνικές εταιρείες αντιμετώπισαν μεγαλύτερο ανταγωνισμό από ότι περίμεναν. Δεν αποτελεί έκπληξη ότι οι δυτικές εταιρείες υποτιμούν τον κινεζικό ανταγωνισμό.

Το 53% των εταιρειών που υπερβαίνουν σε επένδυση τα 15 εκατομμύρια ευρώ υποτίμησαν τον ξένο ανταγωνισμό, παρά την προσπάθεια που κατέβαλλαν ως προς την έρευνα αγοράς. Αυτό συχνά οφειλόταν στη μεγάλη χρονική απόσταση μεταξύ της εκτίμησης της αγοράς και της υλοποίησης της επένδυσης. Από την στιγμή άφιξης του στην Κίνα, ο δυτικός διευθυντής βλέπει αποδείξεις της φτωχής ποιότητας των προϊόντων και των ελλιπών παρεχόμενων υπηρεσιών. Ωστόσο πολλά κινεζικά προϊόντα είναι εξαιρετικά φθηνά, σχετικά λειτουργικά και στοχεύουν στην εξοικονόμηση χρημάτων.

Πολλές εταιρείες προέβησαν σε επενδυτικές δεσμεύσεις ταυτόχρονα με τους διεθνείς ανταγωνιστές τους. Όταν τα εργοστάσιά τους έλαβαν την έγκριση λειτουργίας, ανακάλυψαν ότι δεν ήταν παρά κάποιες εκ των πολλών διεθνών εταιρειών που είχαν μόλις αγοράσει στην ίδια περιοχή αρκετά μεγάλες εργοστασιακές εγκαταστάσεις, επαρκείς να ικανοποιήσουν μεγάλο μέρος της κινεζικής ζήτησης για το συγκεκριμένο προϊόν. Οι μικρότερες εταιρείες τα κατάφεραν καλύτερα ως προς το συγκεκριμένο ζήτημα, γιατί οι διαδικασίες της απόφασης ήταν λιγότερο χρονοβόρες. Πέραν αυτού, η επικέντρωσή τους σε εξειδικευμένα τμήματα της αγοράς μείωσε τις πιθανότητες να βρεθεί κάποιος ανταγωνιστής που θα επιθυμούσε συγχρόνως να επενδύσει στην ίδια αγορά.

5.5.4 Διαδικαστικά προβλήματα

Άλλα προβλήματα που μπορεί να αντιμετωπίσει μια επιχείρηση είναι διαδικαστικά. Αφορούν την άδεια λειτουργίας της και εκδηλώνονται με καθυστερήσεις και γραφειοκρατική ταλαιπωρία.

Συνολικά οι εταιρείες που επιθυμούσαν την επέκτασή τους στην κινεζική αγορά διαπίστωσαν ότι, στην κυριολεξία κάθε στάδιο στην ίδρυση μιας επιχείρησης στην Κίνα, απαιτήσε περισσότερο διαχειριστικό χρόνο από όσο είχαν προβλέψει. Περισσότεροι από τους μισούς ανέφεραν τα ακόλουθα θέματα, ως απαιτούμενα πολύ περισσότερο διαχειριστικό χρόνο από τον αναμενόμενο:

Άδειες και εγκρίσεις.....	73%
Φόροι και δασμοί.....	63%
Εξεύρεση υπαλληλικού προσωπικού.....	63%
Διοικητική μέριμνα.....	60%
Πράκτορες και διανομείς.....	57%
Προσέλκυση ευπατρίδων.....	51%

5.6 Τελωνειακοί Δασμοί και Δασμολόγια

Η κινεζική Γενική Τελωνειακή Διεύθυνση αξιολογεί και συλλέγει τα δασμολόγια. Επιπλέον συλλέγει το Φόρο Προστιθέμενης Αξίας (Φ.Π.Α), που είναι συνήθως ίσος με 17%, στα εισαγόμενα προϊόντα.

Σύμφωνα με τους κινεζικούς τελωνειακούς κανονισμούς, η φορολογήσιμη αξία ενός εισαγόμενου αγαθού είναι η CIP τιμή του, η οποία περιλαμβάνει την κανονική τιμή συναλλαγής του αγαθού, συν το κόστος της συσκευασίας, του φορτίου, της ασφάλειας και της προμήθειας του πωλητή. Μετά την είσοδο της Κίνας στον ΠΟΕ εισήχθησαν διάφορα μέτρα μειώσεων των δασμολογίων. Από το 1993 έως το 1996 το μέσο δασμολόγιο έπεσε από 36% σε 23% και αναμένεται μία περαιτέρω μείωση 17% περίπου.

5.7 Σύσταση των Κοινοπραξιών μεταξύ Κινεζικών και Ελληνικών Εταιρειών Τροφίμων

Ο Έλληνας επιχειρηματίας που διαπραγματεύεται την ίδρυση μίας κοινοπραξίας στην Κίνα με τον Κινέζο εταίρο του, ωστόσο, εισέρχεται σε ένα πεδίο όπου η διαφορά των δύο χωρών στα έθιμα και την νομοθεσία είναι ίσως η πιο μεγάλη.

Υπάρχουν, πέραν των νόμων και διατάξεων που έχει εκπονήσει ο Κινέζος νομοθέτης, πολυάριθμα επίσημα έγγραφα, τα οποία είναι σημαντικά για την εφαρμογή και έγκριση κοινοπραξίας. Προτείνεται, κατά συνέπεια, ο ξένος επιχειρηματίας να συμβουλευέται Κινέζους δικηγόρους και σύμβουλους επιχειρήσεων προτού να εμπλακεί σε διαπραγματεύσεις με τους Κινέζους ομολόγους του. Οι διαδικασίες έγκρισης για την σύσταση μιας κοινοπραξίας είναι:

Α) Διαπραγματεύσεις. Γίνονται συνήθως σε δύο φάσεις: στις προκαταρκτικές που έχουν ως κύριο στόχο τη σύνταξη μίας επιστολής πρόθεσης, και στις λεπτομερείς διαπραγματεύσεις που στοχεύουν στην σύναψη δεσμευτικών για τους συμβαλλόμενους δικαιωμάτων και υποχρεώσεων για όλους τους τομείς κοινοπραξίας. Στο μεσοδιάστημα μεταξύ των δύο φάσεων, ζητείται από την κινεζική πλευρά να υποβάλλει στην αρμόδια αρχή ένα σχέδιο πρότασης μαζί με μία μελέτη βιωσιμότητας και μια επιστολή πρόθεσης υπογεγραμμένη από όλα τα μέρη προκειμένου να εγκριθούν από το αρμόδιο κινεζικό υπουργείο.

Β) Προετοιμασία εγγράφων. Κατά τις διαπραγματεύσεις μεταξύ των δύο μερών, θα πρέπει να προετοιμαστεί μια σειρά νομικών εγγράφων. Στα έγγραφα αυτά περιλαμβάνονται: η σύμβαση κοινοπραξίας, το συμβόλαιο, τα άρθρα σύμπραξης και ίσως το συμβόλαιο για την μεταφορά τεχνολογίας και την διανομή των προϊόντων. Σε έναν Έλληνα επιχειρηματία ή δικηγόρο, οι όροι συμφωνία και σύμβαση μπορεί να σημαίνουν λίγο πολύ το ίδιο. Ωστόσο, στην έννοια του κινεζικού κοινοπρακτικού νόμου, η συμφωνία και η σύμβαση μπορεί να είναι διαφορετικά έγγραφα. Σύμφωνα με την κινεζική κοινοπρακτική νομοθεσία, η συμφωνία κοινοπραξίας είναι το έγγραφο που ορίζει τα κύρια σημεία και τις αρχές που συμφωνούν τα δύο μέρη, ενώ μια σύμβαση κοινοπραξίας είναι το έγγραφο που ορίζει τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των συμβαλλομένων. Αυτό σημαίνει ότι η συμφωνία κοινοπραξίας δεν αποτελεί απαραίτητα δεσμευτικό έγγραφο και για αυτό διαφοροποιείται από την σύμβαση κοινοπραξίας.

Γ) Λίτηση και έγκριση. Κανένα από τα νομικά έγγραφα, στα οποία κατάληξαν οι συμβαλλόμενοι στην κοινοπραξία, δεν έχει νομική ισχύ αν δεν τύχει έγκρισης από την κυβέρνηση της Κίνας. Σε γενικές γραμμές, μια κοινοπραξία θα πρέπει να εγκριθεί από το Υπουργείο Εμπορίου και από το Κρατικό Συμβούλιο. Με τη λήψη των υποβληθέντων εγγράφων, η κινεζική αρχή θα εγκρίνει (ή θα απορρίψει) την κοινοπραξία εντός 3 μηνών. Εφόσον την εγκρίνει, εκδίδεται από τις προαναφερθείσες αρχές σχετικό πιστοποιητικό σύστασης. Τότε ξεκινά το τυπικό κομμάτι των διαδικασιών σύστασης στα κατά τόπους διοικητικά γραφεία βιομηχανίας και εμπορίου.

Η καταχώρηση της κοινοπραξίας θα πρέπει να γίνει ένα μήνα πριν από την έκδοση αδειας ασκήσεως. Ως αρχή λειτουργίας λαμβάνεται η ημερομηνία έκδοσης της εν λόγω αδειας.

5.8 Πρωτογενής Έρευνα σε Επιχειρήσεις Τροφίμων

Για την διεκπεραίωση της έρευνάς μας, επισκεφτήκαμε το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών και το Ελληνοκινεζικό Επιμελητήριο, προκειμένου να μας δώσουν πληροφορίες σχετικά με το ποιες ελληνικές επιχειρήσεις εξάγουν τρόφιμα στην Κίνα. Όπως μας τόνισαν, αν και οι επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται να εξάγουν τα προϊόντα τους στην κινεζική αγορά είναι πολλές, αυτές που ήδη εξάγουν είναι ελάχιστες ή εξάγουν πολύ μικρές ποσότητες τροφίμων με αποτέλεσμα να μην υπάρχουν επίσημα καταγεγραμμένα στοιχεία.

Μη μπορώντας να μας δώσουν αξιόλογες πληροφορίες, οι υπεύθυνοι των επιμελητηρίων, αποφασίσαμε να έρθουμε σε επικοινωνία με τις μεγαλύτερες ελληνικές εταιρείες τροφίμων, ώστε να μας επιβεβαιώσουν αν εξάγουν ή όχι προϊόντα τους στην Κίνα. Επικοινωνήσαμε τηλεφωνικώς με ορισμένες εταιρείες και ζητήσαμε να μιλήσουμε ή να κλείσουμε ραντεβού με τον υπεύθυνο του τμήματος εξαγωγών. Αυστηρώς δεν μας δεχτήκανε επικαλούμενοι τον μεγάλο φόρτο εργασίας. Στη συνέχεια αναγκαστήκαμε να αποσταίλουμε με φαξ το ερωτηματολόγιο, που μπορείτε να δείτε στο Παράρτημα Β', ώστε να μας ενημερώσουν αν πράγματι εξάγουν κάποια προϊόντα στην Κίνα, και αν ναι, να απαντήσουν στην έρευνα μας.

Το ερωτηματολόγιο αυτό αποτελείται από έντεκα ερωτήσεις ανοικτού τύπου και χωρίζεται στους εξής τομείς με βάση:

1. την δυναμική
2. τον προγραμματισμό
3. την αντιμετώπιση πρωταρχικών δυσκολιών
4. τον ανταγωνισμό
5. τα έξοδα πραγματοποίησης εξαγωγών
6. την τιμολόγηση

Ο λόγος που μας οδήγησε στη διατύπωση της 1^{ης} ερώτησης, που αφορά τη δυναμική της επιχείρησης, είναι να ανακαλύψουμε την ποικιλία των εξαγόμενων προϊόντων. Οι ερωτήσεις 2 και 3 έγιναν με σκοπό να ενημερωθούμε για τον ρυθμό αύξησης ή μείωσης των πωλήσεων της εταιρείας από την έναρξη της δραστηριοποίησής της στην Κίνα έως σήμερα.

Σχετικά με τον τομέα του προγραμματισμού της επιχείρησης, θέσαμε τις ερωτήσεις 4,5 και 6. Με αυτές ερευνάται η πιθανή μελλοντική αποστολή άλλων προϊόντων και οι συνθήκες προώθησης και διανομής των ήδη εξαγόμενων προϊόντων της.

Η 7^η ερώτηση, σχετίζεται με την αντιμετώπιση των πρωταρχικών δυσκολιών της εταιρείας κατά την εισαγωγή της στην κινεζική αγορά.

Η 8^η και 9^η ερώτηση έγιναν με σκοπό να γνωρίσουμε τους πιθανούς τοπικούς και διεθνείς ανταγωνιστές της επιχείρησης και την πιθανή προσαρμογή του προϊόντος της στις απαιτήσεις της συγκεκριμένης αγοράς.

Όσον αφορά τα εξαγωγικά έξοδα, θέσαμε τη 10^η ερώτηση, για να ενημερωθούμε για τα έξοδα που πραγματοποιεί η εταιρεία για την αποστολή των προϊόντων από την Ελλάδα στην Κίνα.

Τέλος, διατυπώσαμε την ερώτηση 11. Με αυτή θέλουμε να μάθουμε την τιμή πώλησής του, ώστε στη συνέχεια να διαπιστώσουμε σε ποιες κοινωνικές τάξεις απευθύνεται.

Οι εταιρείες στις οποίες αποστείλαμε το ερωτηματολόγιο είναι:

- ΑΦΟΙ ΚΑΛΟΓΙΑΝΝΟΙ Α.Ε., εταιρεία παραγωγής ούζου (Ούζο 12)
- ΔΕΛΤΑ, εταιρεία παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων: μας ενημέρωσαν ότι δεν πραγματοποιούν εξαγωγές στην Κίνα. Παρόλα αυτά σκέφτονται σοβαρά αυτό το ενδεχόμενο, αν και όπως μας είπαν η Κίνα αποτελεί μια μεγάλη αγορά και θα είναι δύσκολο το προϊόν τους να γίνει γνωστό στους καταναλωτές της χώρας.

- ▣ ΕΛΛΙΣ, εταιρεία παραγωγής ελαιόλαδου
- ▣ ΚΑΤΣΕΛΙΣ, εταιρεία παραγωγής άρτου
- ▣ ΜΕΒΓΑΛ, εταιρεία παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων
- ▣ ΜΕΤΑΧΑΣ, εταιρεία παραγωγής ποτών
- ▣ ΜΙΝΕΡΒΑ, εταιρεία παραγωγής ελαιόλαδου
- ▣ ΜΠΟΥΤΑΡΙΣ, εταιρεία παραγωγής οίνου
- ▣ ΦΛΙΤ, εταιρεία παραγωγής γαλακτοκομικών προϊόντων

Από δευτερογενή στοιχεία, γνωρίζουμε ότι ορισμένες ελληνικές εταιρείες κάνουν πωλήσεις στην Κίνα. Σύμφωνα με την Ελληνική Πρεσβεία στο Πεκίνο, το Ούζο 12 και το Μεταξά έχουν κάποια παρουσία. Η Μινέρβα Α.Ε. προμηθεύει ελαιόλαδο στην κινεζική εταιρεία Worldbest Group Co. Ltd., η οποία το συσκευάζει και το πουλάει στην κινεζική αγορά με το όνομα CWGC.

Στην πρωτογενή έρευνα που πραγματοποιήσαμε, καμία εταιρεία δεν ανταποκρίθηκε, παρά την επιμονή που δείξαμε στέλνοντας τρεις φορές το ερωτηματολόγιο με φαξ. Οι μοναδικές που δέχτηκαν να μας απαντήσουν σε ορισμένες ερωτήσεις μόνο τηλεφωνικά, είναι η ΜΙΝΕΡΒΑ και η ΦΛΙΤ. Παρακάτω, αναλύονται οι απαντήσεις που μας έδωσαν.

5.8.1 Εταιρεία ΜΙΝΕΡΒΑ

Η εταιρεία ξεκίνησε το 2000 την δραστηριότητα της στην Κίνα. Αρχικά προμήθευε με χύμα ελαιόλαδο την κινεζική αγορά, ενώ πλέον το στέλνει συσκευασμένο. Αυτά τα στοιχεία αποτελούν απαντήσεις στις δυο πρώτες ερωτήσεις.

Στην ερώτηση 3, που αφορά τις πωλήσεις της εταιρείας στην κινεζική αγορά, μας απάντησαν ότι αυξάνονται κάθε χρόνο. Συγκεκριμένα, από το 2004 στο 2005 αυξήθηκαν κατά 100%.

Στην ερώτηση 4, η Μινέρβα σκοπεύει σύντομα να ξεκινήσει την εξαγωγή επιτραπέζιων ελιών.

Όσον αφορά την 5^η ερώτηση, η εταιρεία συνεργάζεται με την κινεζική Worldbest Group Co. Ltd, η οποία έχει αναλάβει την διανομή του προϊόντος στην αγορά, ενώ στην ερώτηση 6 δεν μας έδωσαν απάντηση.

Στην ερώτηση 7 του ερωτηματολογίου, σχετικά με τις δυσκολίες που αντιμετώπισε κατά την εξαγωγική της δραστηριότητα, δεν μας έδωσε σαφή

απάντηση, αφήνοντας να εννοηθεί ότι οι αρχικές δυσκολίες ήταν η γλώσσα και το νόμισμα.

Στην 8^η και 9^η ερώτηση, που αφορούν τους ανταγωνιστές της και την προσαρμογή του προϊόντος αντίστοιχα, δεν μας έδωσαν καμία απάντηση.

Σχετικά με τα έξοδα της εταιρείας (ερώτηση 10), αυτά διαμορφώνονται ανάλογα με τα κιλά και τον τρόπο μεταφοράς. Στην συγκεκριμένη περίπτωση, τα προϊόντα μεταφέρονται αεροπορικώς και ο ελάχιστος ναύλος έως 5 κιλά, είναι περίπου 35 ευρώ.

Στην 11^η ερώτηση, παρόλο που δεν μας έδωσαν ακριβή απάντηση, μας τόνισαν ότι το ελαιόλαδο απευθύνεται, λόγω της τιμής του, κυρίως στους κατοίκους των δύο μεγάλων πόλεων, του Πεκίνου και της Σαγκάης, που έχουν καλύτερη οικονομική κατάσταση από τους υπόλοιπους Κινέζους.

5.8.2 Εταιρεία ΦΑΓΕ

Η εταιρεία ΦΑΓΕ, δεν εξάγει προϊόντα της στην Κίνα αλλά στο Χονγκ-Κονγκ. Ξεκίνησε πριν από 25 περίπου χρόνια και τα προϊόντα που εξάγει είναι: γιαούρτι, τζατζίκι και τυρί. Τα προϊόντα αυτά μεταφέρονται αεροπορικώς, και η εταιρεία επιβαρύνεται με τα έξοδα μεταφοράς.

Η ΦΑΓΕ συνεργάζεται με κινέζο αντιπρόσωπο, ο οποίος φροντίζει για την διανομή των προϊόντων αυτών.

Οι πωλήσεις της σημειώνουν άνοδο κάθε χρόνο. Στα βραχυπρόθεσμα σχέδια της δεν περιλαμβάνεται η εξαγωγή άλλων προϊόντων της.

Όσον αφορά τις δυσκολίες που αντιμετώπισε η εταιρεία στην αρχή, έχουν πλέον εξαλειφθεί. Ο αντιπρόσωπος φροντίζει για την επίλυση του εκάστοτε τοπικού προβλήματος που προκύπτει. Επίσης, αναλαμβάνει και τις υπόλοιπες διαδικασίες, όπως είναι οι προωθητικές ενέργειες των προϊόντων.

Στην ερώτηση μας σχετικά με τους λόγους που δεν δραστηριοποιείται στην Κίνα, μας απάντησε τα εξής:

- i. Προς τον παρόν δεν σκοπεύει να εξάγει προϊόντα της στην Κίνα. Ίσως το επιδιώξει σε 5-6 χρόνια, που θα έχει αναπτυχθεί περισσότερο η κινεζική αγορά και θα είναι πιο συμφέρουσα.
- ii. Λόγω της μεγάλης αγοράς, η εταιρεία θα χρειαστεί αρκετούς αντιπροσώπους, με συνέπεια τα έξοδα της να είναι υψηλά.

- iii. Τα προϊόντα της έχουν υψηλή ποιότητα και τιμή, και απευθύνονται σε μικρό μέρος του πληθυσμού που έχει την οικονομική άνεση. Ο πληθυσμός αυτός βρίσκεται κυρίως στο Πεκίνο και στη Σαγκάη.
- iv. Ένας ακόμη σημαντικός παράγοντας είναι ότι στους Κινέζους λείπει από τον οργανισμό τους ένα ένζυμο που είναι υπεύθυνο για την χώνεψη της λακτόζης. Τα προϊόντα της εταιρείας, και γενικά τα γαλακτοκομικά προϊόντα, περιέχουν λακτόζη.

5.9 Ευκαιρίες για τις Ελληνικές Επιχειρήσεις Τροφίμων στην Κίνα

Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης, η Κίνα, με την οικονομική πρόοδο που παρουσιάζει, αναμένεται να εξελιχθεί σε έναν από τους μεγαλύτερους εισαγωγείς τροφίμων.

Μπορεί να υπάρχουν εμπορικές ευκαιρίες, τουλάχιστον βραχυπρόθεσμα, για τρόφιμα όπως φρούτα, ψάρια, ξηροί καρποί κ.ά. Ευκαιρίες υπάρχουν επίσης για προϊόντα υγιεινής διατροφής όπως φυτικά και βιολογικά. Τα προϊόντα αυτά περιλαμβάνονται στην παράδοση της ιστορίας της κινεζικής ιατρικής και ίσως για τον λόγο αυτό να παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον για τους Κινέζους. Τα βιολογικά και φυτικά προϊόντα, όπως μέλι, ρίζες, βότανα, ελαιόλαδο ταιριάζουν πολύ με την νοοτροπία των Κινέζων.

5.9.1 Ευκαιρίες για το ελαιόλαδο

Το ελαιόλαδο μπορεί να βρει μια αγορά αρκετά μεγάλη, ώστε να υποστηρίξει πωλήσεις και άλλων παραγωγών πέρα από τη Μινέρβα. Παρότι δεν είναι ακόμη αρκετά δημοφιλές στην Κίνα, κερδίζει συνεχώς έδαφος. Οι Κινέζοι καταναλώνουν τεράστιες ποσότητες ελαίων (20 εκατομμύρια τόνους ετησίως). Το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιόλαδου (IOOC) προβλέπει ότι η Κίνα θα αποτελέσει τη μεγαλύτερη καταναλώτρια χώρα ελαιόλαδου στο κόσμο καθώς οι Κινέζοι είναι ιδιαίτερα ευαίσθητοποιημένοι για τα οφέλη που μπορεί να αποκομίσουν από αυτό το προϊόν. Αν οι προβλέψεις αληθεύουν, το ελαιόλαδο θα μπορούσε να αποτελέσει μια μεγάλη πηγή εισοδημάτων.

Το ελαιόλαδο πραγματοποιεί μια τεράστια και ξαφνική είσοδο στην Κίνα. Το 2004 εισήχθησαν 3.000 τόνοι, ενώ σύμφωνα την εφημερίδα «Κέρδος» (10 Μαρτίου

2006), το 2005 υπήρξε αύξηση 50%. Η αγορά του ελαιολάδου ανεβαίνει πολύ γρήγορα και υπάρχουν τουλάχιστον 50 μάρκες. Οι μάρκες αυτές είναι ιταλικές, ισπανικές αλλά και ελληνικές μάρκες μπαίνουν δυνατά στην αγορά.

Η Ελλάδα είναι η πρώτη χώρα στον κόσμο σε παραγωγή αγνού παρθένου ελαιολάδου και οι Έλληνες παραγωγοί θα μπορούσαν να αποκομίσουν μεγάλα κέρδη. Εκτός της Μινέρβα, υπάρχει άλλος ένας όμιλος που προσπαθεί να μπει στην κινεζική αγορά. Το Jade Olive Oil project, με την υποστήριξη του Ελληνικού Οργανισμού Εμπορίου, προσπαθεί να συνεργαστεί με διάφορους μικρούς παραγωγούς, ώστε να κάνει εισαγωγές ελαιολάδου υψηλής ποιότητας στην Κίνα.

Ήδη, το ελαιόλαδο αρχίζει να αποκτά αυξημένη ζήτηση από τα ανώτερα εισοδηματικά στρώματα και προσφέρεται πλέον σε φαγητά εκλεκτών εστιατορίων και ξενοδοχείων. Η αναμενόμενη αύξηση του αριθμού των ξένων εστιατορίων, με δεδομένη πλέον την δυνατότητα των ξένων να ανοίγουν εστιατόρια στην Κίνα προβλέπεται ότι θα συντελέσει στην αύξηση της κατανάλωσης ελαιολάδου.



5.9.2 Ευκαιρίες για τα γαλακτοκομικά προϊόντα

Για τη χώρα μας ενδιαφέρον παρουσιάζει η αγορά παγωτών, γιαουρτιών και φέτας. Υπάρχει επίσης περιθώριο για εξαγωγές σκόνης γάλακτος και παιδικών τροφών στην Κίνα γιατί αυξάνεται με μεγάλους ρυθμούς η ζήτηση εγχώρια παραγόμενων παγωτού και γιαούρτης. Τα δύο πρώτα προϊόντα -παγωτά και γιαούρτια- είναι ήδη ευρέως διαδεδομένα στην αγορά της Κίνας. Η αγορά της φέτας βρίσκεται στη φάση εκκίνησης. Θεωρείται είδος εκλεκτού delicatessen και βρίσκεται μόνο σε καλά ξενοδοχεία, όπου προσφέρεται και η ελληνική σαλάτα. Η αυξανόμενη κατανάλωση της φέτας, στα εστιατόρια καλών ξενοδοχείων και σε άλλα ποιοτικά εστιατόρια θα έπρεπε να αποτελέσει το έναυσμα για εξέταση της δυνατότητας ίδρυσης εργοστασίου παραγωγής φέτας στην Κίνα. Είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι στο Πεκίνο κυκλοφορεί μεγάλος αριθμός τυριών με την ονομασία «φέτα» με προέλευση κυρίως από την Αυστραλία, τη Νέα Ζηλανδία, τη Λανία, αλλά και την εγχώρια παραγωγή.

5.9.3 Ευκαιρίες για τα φρούτα

Αν και η παραγωγή της Κίνας σε φρούτα είναι ιδιαίτερα μεγάλη, εξακολουθούν να υπάρχουν σημαντικά περιθώρια εισαγωγών λόγω της έλλειψης υποδομών, της ελλιπούς οργάνωσης διάθεσης των προϊόντων και άλλων ελλείψεων σε κατάλληλους αποθηκευτικούς και ψυκτικούς χώρους.

Μεταξύ των φρούτων που μέχρι στιγμής εισάγονται επιτυχώς στην Κίνα από άλλες χώρες είναι τα μήλα, τα πορτοκάλια, τα σταφύλια και τα δαμάσκηνα. Η Ελλάδα θα πρέπει να εκμεταλλευτεί αυτή την ευκαιρία και να εξάγει φρούτα στην κινεζική αγορά.

5.9.4 Ευκαιρίες για την ίδρυση υπεραγορών (super markets)

Προϊόντα ορισμένων χωρών (Γερμανία, Αυστραλία) προωθούνται μέσω μικρών καταστημάτων, τύπου delicatessen, στο Πεκίνο και στη Σαγκάη. Μέσω των καταστημάτων αυτών θα μπορούσαν να διατεθούν αρκετά ελληνικά προϊόντα (ενδεικτικά αναφέρουμε το ελαιόλαδο και τη φέτα). Ενδιαφέρον λοιπόν για τις ελληνικές επιχειρήσεις παρουσιάζει το λιανικό εμπόριο, ιδιαίτερα η ίδρυση και λειτουργία super markets.

5.9.5 Ευκαιρίες για τα snacks

Με δεδομένα την υψηλή πληθυσμιακή συγκέντρωση στις πόλεις και τις γρήγορες ταχύτητες που αποκτά η ζωή των Κινέζων θα ήταν σκόπιμο οι ελληνικές εταιρείες snacks να εξετάσουν το ενδεχόμενο επένδυσης παραγωγής των προϊόντων αυτών στα μεγάλα αστικά κέντρα της Κίνας. Παράλληλα, μεγάλη κινητικότητα παρουσιάζεται στις αλυσίδες ταχυφαγείων (fast food).

5.9.6 Ευκαιρίες για ενδιάμεσα προϊόντα για τις ανάγκες της εγχώριας βιομηχανίας

Δύο ενδιάμεσα αγροτικά προϊόντα που στο παρελθόν εξήχθησαν από την χώρα μας στην Κίνα σε ικανοποιητικές ποσότητες ήταν το χύμα κρασί (μούστος), που χρησιμοποιείται από τις τοπικές επιχειρήσεις παραγωγής και εμφιάλωσης κρασιών, και τα φρούτα για την παραγωγή φρουτοχυμών. Οι ελληνικές επιχειρήσεις συνεπώς,

πρέπει να μελετήσουν το ενδεχόμενο εξαγωγής τέτοιων προϊόντων, προκειμένου να καλύψουν τις ανάγκες της κινεζικής βιομηχανίας.

Η χώρα μας έλαβε μέρος για πρώτη φορά στη διεθνή έκθεση τροφίμων, China Food 2000 (20-23 Ιουνίου στο Πεκίνο), με ποικιλία τροφίμων και ποτών, σε μια προσπάθεια να παρουσιαστούν τα ελληνικά τρόφιμα στη αγορά της Κίνας. Η ίδια έκθεση επαναλήφθηκε στη Σαγκάη (28-31 Αυγούστου 2001) με ικανή ελληνική συμμετοχή.

Η πρόσφατη συνεργασία για την παραγωγή και διακίνηση ελληνικών μανιταριών στην Κίνα είναι το πρώτο βήμα για την οργανωμένη προώθηση ελληνικών προϊόντων, όπως το ελαιόλαδο, στην κινεζική αγορά. Σύμφωνα με την εφημερίδα «Κέρδος» (17 Ιανουαρίου 2006), από τις συναντήσεις των Ελλήνων επιχειρηματιών με κινεζικές εταιρείες του κλάδου τροφίμων και ποτών στην πρόσφατη επιχειρηματική αποστολή στο Πεκίνο και στη Σαγκάη, υπάρχουν θετικές προοπτικές για διακίνηση λαχανικών και φρούτων (ειδικά βιολογικές καλλιέργειες), όπως επίσης και για το ελληνικό κρασί στην Κίνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

«Συμπεράσματα και Προτάσεις»

6. Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό, έχοντας πραγματοποιήσει τη πρωτογενή και δευτερογενή έρευνα, προκύπτουν ορισμένα συμπεράσματα που αφορούν τις εμπορικές σχέσεις Ελλάδας-Κίνας και το διμερές εμπόριο των δύο αυτών χωρών.

Στη συνέχεια γίνονται προτάσεις τόσο για τη βελτίωση του ελληνικού κλάδου κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης, όσο και για τη βελτίωση και την αύξηση των ελληνικών εξαγωγών τροφίμων στην Κίνα.

Στο τέλος, προτείνεται ένας οδηγός συμπεριφοράς που οι ελληνικές εταιρείες είναι ωφέλιμο να λάβουν υπόψη τους ώστε να επιβιώσουν στην τεράστια κινεζική αγορά.

6.1 Εμπορικές Σχέσεις Ελλάδας-Κίνας

Στους παρακάτω πίνακες παρουσιάζονται αναλυτικά όλες οι ελληνικές εισαγωγές κινεζικών προϊόντων και οι εξαγωγές ελληνικών προϊόντων στην Κίνα, από το 1998 έως το 2002.

Όπως φαίνεται, οι εισαγωγές κινεζικών ειδών ένδυσης σημειώνουν συνεχή άνοδο, με μέση ετήσια αύξηση 18.8% καλύπτοντας το 24.8% των συνολικών εισαγωγών της χώρας μας.

Αντίθετα, οι ελληνικές εξαγωγές τροφίμων αυξάνονται με πολύ μεγάλο ρυθμό (263,7%). Παρόλα αυτά, συνεχίζουν να αποτελούν ένα ιδιαίτερα μικρό ποσοστό των συνολικών εξαγωγών, που δεν ξεπερνά το 0,9%.

Εισαγωγές Ελλάδας από την Κίνα
(σε χιλ. ευρώ)

Κατηγορίες Προϊόντων	1998	1999	2000	2001	2002	Μέση ετήσια τάση	Μερίδιο
Μηχανές και συσκευές	89.231	123.790	199.749	247.781	272.956	32,2%	26,7%
Κλωστοϋφαντουργία & ένδυση	127.388	145.355	186.926	204.583	253.576	18,8%	24,8%
Οχήματα	86.784	5.043	34.879	131.339	98.220	3,1%	9,6%
Μέταλλα	51.373	43.878	61.757	64.586	76.835	10,6%	7,5%
Χημικά και πλαστικά	35.678	37.727	52.075	58.106	70.694	18,6%	6,9%
Τρόφιμα	6.577	9.129	17.383	18.687	18.308	29,2%	1,8%
Ξύλο και χαρτί	11.754	14.180	16.591	17.179	18.835	12,5%	1,8%
Μη μεταλλικά ορυκτά	11.342	14.915	18.924	20.829	25.500	22,5%	2,5%
Ποτά και καπνά	3.582	566	1.157	1.266	3.258	-2,3%	0,3%
Πετρελαιοειδή	363	4.654	4.202	12.153	1.472	41,9%	0,1%
Άλλα	104.772	124.234	163.586	165.054	183.609	15,1%	17,9%
ΣΥΝΟΛΟ	528.844	523.471	757.229	941.563	1.023.264	17,9%	100%

Πηγή: Περιοδικό «Εξάγουμε» του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος (ΣΕΒΕ).
Τεύχος 3, Απρίλιος-Μάιος-Ιούνιος 2003

Εξαγωγές Ελλάδας στην Κίνα
(σε χιλ. ευρώ)

Κατηγορίες Προϊόντων	1998	1999	2000	2001	2002	Μέση ετήσια τάση	Μερίδιο
Μηχανές και συσκευές	757	1.227	1.896	13.855	27.613	145,8%	45,9%
Μη μεταλλικά ορυκτά	6.684	5.903	10.790	13.873	14.542	21,5%	24,2%
Χημικά και πλαστικά	5.210	8.106	15.815	15.924	11.567	22,1%	19,2%
Μέταλλα	509	718	1.379	2.054	2.329	46,3%	3,9%
Κλωστοϋφαντουργία & ένδυση	1.201	907	1.382	1.158	2.062	14,5%	3,4%
Τρόφιμα	3	208	444	442	525	263,7%	0,9%
Ποτά και καπνά	56	208	121	546	535	75,8%	0,9%
Πετρελαιοειδή	810	292	921	481	254	-25,2%	0,4%
Ξύλο και χαρτί	12	26	12	72	24	18,5%	0,0%
Οχήματα	153	84	22	188	8	-52,6%	0,0%
Άλλα	185	643	443	716	701	39,5%	1,2%
ΣΥΝΟΛΟ	15.580	18.322	33.225	49.309	60.159	40,2%	100%

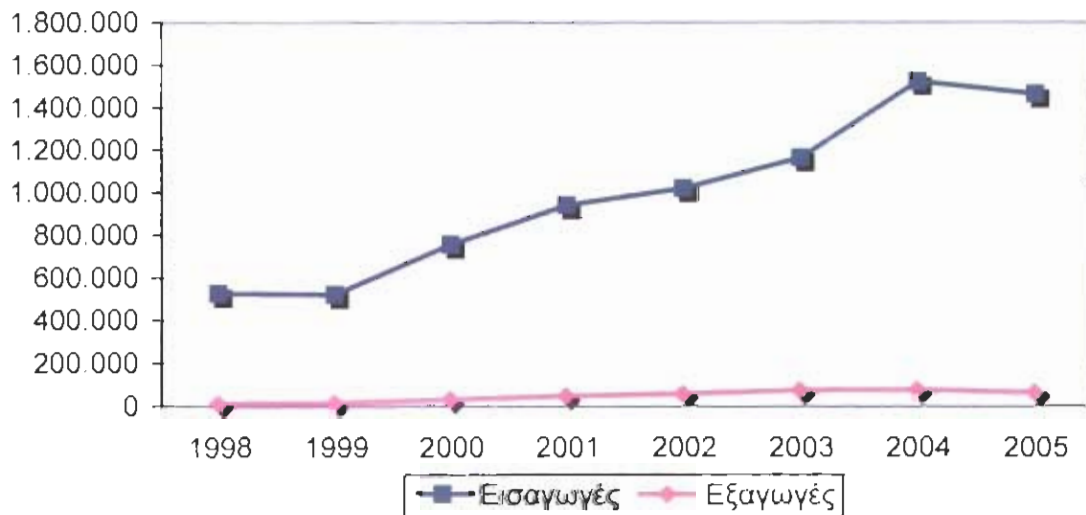
Πηγή: Περιοδικό «Εξάγουμε» του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος (ΣΕΒΕ).
Τεύχος 3, Απρίλιος-Μάιος-Ιούνιος 2003

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια συνεχόμενη αύξηση στην αξία και στον όγκο εισαγωγών από την Κίνα. Τη περίοδο 2000-2004 σημειώθηκε αύξηση 87,4% στην αξία και 101,3% στον όγκο των εισαγωγών από την Κίνα, σύμφωνα με στοιχεία της Πρεσβείας.

Συγκεκριμένα, το 2004 οι εξαγωγές μας προς την Κίνα κυμάνθηκαν στα ίδια περίπου επίπεδα με το 2003, μη υπερβαίνοντας τα 80 εκατομμύρια δολάρια, τη στιγμή που οι εισαγωγές από την Κίνα ήταν, το 2004, αυξημένες κατά 23,4% σε σχέση με το 2003 και ξεπέρασαν τα 1,5 δις δολάρια.

Παρήγορο είναι το γεγονός ότι οι εξαγωγές ελληνικών προϊόντων προς την Κίνα αυξήθηκαν, στο πρώτο πεντάμηνο του έτους 2005, κατά 21%. Σύμφωνα όμως με στοιχεία του ΟΠΕ που παρουσιάστηκαν στην εφημερίδα «Το Βήμα» (15 Ιανουαρίου 2006), το 2005 η αξία των εισαγωγών από την Κίνα έφτασε τα 1,46 δις ευρώ. Οι εξαγωγές της Ελλάδας προς την Κίνα έφτασαν μόλις τα 65,62 εκατομμύρια ευρώ. Το ισοζύγιο λοιπόν, των εξαγωγών είναι σε αναλογία 1 προς 22 υπέρ της Κίνας και μάλιστα με τάσεις συνεχούς διεύρυνσης.

Το εμπόριο της Ελλάδας με την Κίνα (1998-2005)
(σε χιλ.ευρώ)



Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι η Κίνα βρίσκεται στην 30ή θέση όσο αφορά τις ελληνικές εξαγωγές παρόλο το μέγεθος και τον δυναμισμό της.

6.2 Διμερές Εμπόριο

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ελληνικής Πρεσβείας στην Κίνα, το εμπορικό ισοζύγιο Ελλάδας-Κίνας είναι ελλειμματικό εις βάρος της χώρας μας. Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζεται αναλυτικά το διμερές εμπόριο της Ελλάδας με την Κίνα από το 2000 έως και το 2004.

Εμπορικό Ισοζύγιο Ελλάδας-Κίνας 2000-2004
(σε χιλ. δολάρια ΗΠΑ)

Έτος	Ελληνικές εισαγωγές	Ελληνικές Εξαγωγές	Ισοζύγιο
2000	578.700	48.070	-530.630
2001	693.820	58.500	-635.320
2002	731.950	55.600	-676.350
2003	1.113.640	74.670	-1.038.970
2004	1.380.000	86.420	-1.293.580

Πηγή: Περιοδικό «Οικονομική Επιθεώρηση», Τεύχος Νοεμβρίου 2005.
Στοιχεία από την Πρεσβεία της Ελλάδας στην Κίνα, Ιανουαρίου-Ιουνίου 2004.

Όπως φαίνεται λοιπόν, διευρύνεται συνεχώς το έλλειμμα στο Ελληνοκινεζικό εμπορικό ισοζύγιο, καθώς οι εισαγωγές αυξάνονται με αλματώδη ρυθμό. Οι εξαγωγές ελληνικών προϊόντων στην Κίνα αυξάνονται αλλά με εξαιρετικά χαμηλούς ρυθμούς. Ο όγκος αυτών παραμένει μικρός και ο κυριότερος λόγος είναι η μη ανταγωνιστική τιμή των ελληνικών εξαγωγών, η έλλειψη πληροφόρησης του Κινέζου καταναλωτή για τα ελληνικά προϊόντα και η μη επιμονή των ελληνικών οίκων να προωθήσουν τα προϊόντα τους στην εν λόγω αγορά.

Η Κίνα είναι μια αγορά που χρειάζεται μεγάλη επιμονή και υπομονή πριν καθιερωθεί ένα προϊόν, αλλά εάν γίνει η σχετική προσπάθεια, τότε υπάρχουν δυνατότητες να αποφέρει κέρδη μακροπρόθεσμα.

Όσον αφορά τις διμερείς σχέσεις μεταξύ της Ελλάδας και της Κίνας, αρκετές συμφωνίες και πρωτόκολλα είναι σε ισχύ, όπως η επιστημονική και τεχνολογική, η ναυπλιακή και η τουριστική συνεργασία.

6.3 Προτάσεις για την Βελτίωση του Ελληνικού Κλάδου Κλωστοϋφαντουργίας-Ένδυσης

Στην ενότητα αυτή γίνονται προτάσεις για τον ελληνικό κλάδο κλωστοϋφαντουργίας-ένδυσης, που μαστιζείται από την αθρόα εισαγωγή κινεζικών ρούχων. Παρόλα αυτά, υπάρχουν περιθώρια αντίδρασης ώστε να αντιμετωπιστεί ο κινεζικός ανταγωνισμός.

6.3.1 Η επικρατούσα κατάσταση στην ελληνική κλωστοϋφαντουργία

Η ελληνική κλωστοϋφαντουργία έρχεται αντιμέτωπη με σειρά προβλημάτων, όπως είναι το υψηλό κόστος παραγωγής και η έλλειψη εξειδικευμένης τεχνογνωσίας, στα οποία τα τελευταία χρόνια προστέθηκε και ο ανταγωνισμός από τα κινεζικά προϊόντα.

Υπάρχει όμως ακόμα χρόνος αντίδρασης για τη διάσωση του κλάδου κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης, αρκεί να εφαρμοσθεί άμεσα μία ενιαία στρατηγική για την αντιμετώπιση της κρίσης, με συστηματική και συντονισμένη προσπάθεια από όλους τους εμπλεκόμενους, όπως υπογραμμίζεται σε μελέτη του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE). Αντίθετα, η αδράνεια μπορεί να αποδειχθεί καταστροφική για τον κλάδο, που αποτέλεσε για χρόνια την αιμομηχανή της ελληνικής μεταποίησης. Η υφιστάμενη κατάσταση δεν είναι δυνατόν να αντιμετωπιστεί ούτε με απομόνωση της ελληνικής κλωστοϋφαντουργίας από τη διεθνή αγορά, ούτε με αποσπασματικά μέτρα ενίσχυσης που στερούνται ενιαίου προγραμματισμού.

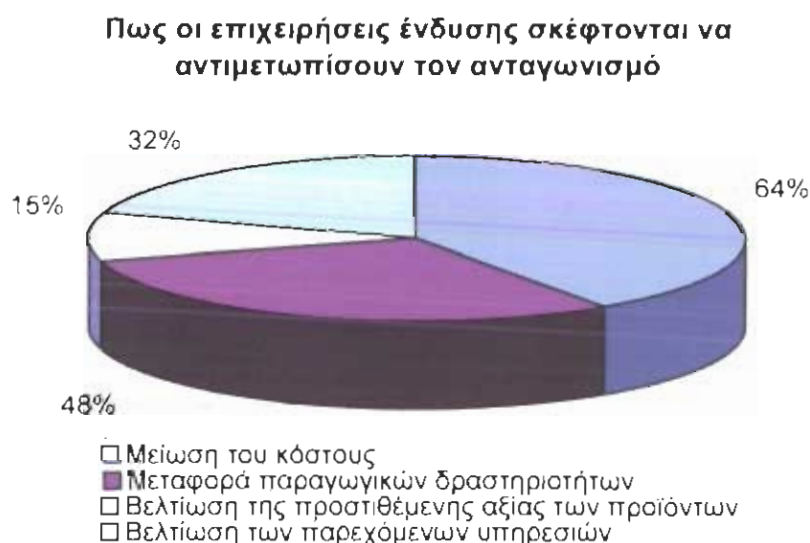
6.3.2 Το σημαντικότερο πρόβλημα του κλάδου

Το σημαντικότερο πρόβλημα του κλάδου συνδέεται με την ισχυρή ανταγωνιστική πίεση που δέχεται, κυρίως από χώρες χαμηλού κόστους (όπως την Κίνα), μετά την πλήρη απελευθέρωση των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων από τις αρχές του 2005, που βρήκε απροετοίμαστες τις περισσότερες εγχώριες κλωστοϋφαντουργίες.

6.3.3 Μελέτη και έρευνα IOBE και ΣΕΠΕΕ για το πρόβλημα της ελληνικής κλωστοϋφαντουργίας

Η λύση στα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο κλάδος θα δοθεί από κινήσεις, όπως στροφή στην παραγωγή ποιοτικών και διαφοροποιημένων προϊόντων, δημιουργία καταστημάτων boutique, έμφαση στην καινοτομία και εφαρμογή νέων τεχνολογιών. Αυτό επισημαίνεται σε μελέτη του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Έρευνών (IOBE), ενώ παράλληλα σε έρευνα του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Πλεκτικής Ένδυσης Ελλάδος (ΣΕΠΕΕ) τονίζεται ο φόβος της μεταφοράς παραγωγικών δραστηριοτήτων και άλλων εταιρειών του κλάδου ένδυσης σε γειτονικές χώρες, προκειμένου να μειωθεί το κόστος παραγωγής και να βελτιωθεί η ανταγωνιστικότητα των ελληνικών επιχειρήσεων μετά το 2007 που λήγει η συμφωνία Ε.Ε-Κίνας.

Οι επιχειρήσεις ένδυσης προκειμένου να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό, με βάση την έρευνα του ΣΕΠΕΕ, σκέφτονται ως καταλληλότερες ενέργειες τις ακόλουθες, όπως παρουσιάζονται στο γράφημα:



Είναι σημαντικό να σημειώσουμε ότι η βελτίωση της προστιθέμενης αξίας θα επιτευχθεί, σύμφωνα με τις επιχειρήσεις, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην εκπαίδευση και την έρευνα. Ταυτόχρονα στην βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών περιλαμβάνεται η βελτίωση του σχεδιασμού, της ποιότητας, του χρόνου παράδοσης, της εξυπηρέτησης μικρών παραγγελιών και η έμφαση στα επώνυμα προϊόντα.

6.3.4 Πεδία δράσης για την τόνωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων του κλάδου

Σύμφωνα με την μελέτη του IOBE, σημαντικά πεδία δράσης για την τόνωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων του κλάδου κλωστοϋφαντουργίας και ένδυσης είναι δυνατόν να αποτελέσουν:

- Η αλλαγή της στρατηγικής, με την μετατόπιση του ανταγωνισμού από την παραγωγή φθηνών στην παραγωγή ποιοτικών προϊόντων σε ανταγωνιστικές τιμές, με ιδιαίτερη έμφαση στη σμίκρυνση του χρόνου παράδοσης.
- Η υιοθέτηση ενός περισσότερο πελατοκεντρικού συστήματος παραγωγής και διανομής, έτσι ώστε να εξασφαλίζεται ικανοποίηση των υψηλών απαιτήσεων.
- Η δημιουργία καταστημάτων boutique, με παράλληλη τοποθέτηση κλωστοϋφαντουργικών και μη προϊόντων, ώστε να εξασφαλίζεται η μεγαλύτερη ικανοποίηση πελατών και η αποτελεσματικότερη διαχείριση κινδύνου.
- Η προβολή των ελληνικών κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων στο εξωτερικό, μέσα από διεθνείς εκθέσεις.
- Η βελτίωση της πρόσβασης των επιχειρήσεων του κλάδου στις υπάρχουσες δυνατότητες χρηματοδότησης.
- Η αύξηση των επενδύσεων σε ερευνητικές και αναπτυξιακές προσπάθειες, για βελτίωση της παραγωγικότητας, βελτίωση της ποιότητας και μείωση του κόστους παραγωγής.
- Έμφαση στην καινοτομία, που αποτελεί ακρογωνιαίο λίθο ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας του κλάδου.
- Έμφαση στις νέες τεχνολογίες, ιδιαίτερα στην πληροφορική και τις επικοινωνίες.
- Καταπολέμηση του παραεμπορίου, κυρίως της εισαγωγής προϊόντων σε τιμές κάτω του κόστους, του αθέμιτου ανταγωνισμού και της γραφειοκρατίας, σε συνδυασμό με την υιοθέτηση σταθερού φορολογικού συστήματος, με χαμηλότερους φορολογικούς συντελεστές κερδών για τα επιχειρηματικά κέρδη.
- Διασφάλιση της προστασίας του περιβάλλοντος.
- Έμφαση στην Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη.

6.4 Προτάσεις για την Βελτίωση και την Αύξηση των Ελληνικών Εξαγωγών Τροφίμων στην Κίνα

Η συμβολή της διατροφής στην καλή υγεία αλλά και τη μακροζωία αποτελεί ένα θέμα στο οποίο δίνεται όλο και μεγαλύτερη έμφαση τόσο από τους καταναλωτές όσο και από τις επιχειρήσεις. Είναι γεγονός ότι οι καταναλωτές επιθυμούν πλέον προϊόντα τα οποία να καλύπτουν όχι μόνο βασικές ανάγκες για τη διατροφή τους, αλλά προϊόντα εξειδικευμένα, τα οποία να απευθύνονται στις προσωπικές τους ανάγκες. Προϊόντα που να δρουν ευεργετικά σε μία ή περισσότερες λειτουργίες του οργανισμού τους, να βελτιώνουν την κατάσταση της υγείας τους ή να μειώνουν τον κίνδυνο ασθενειών.

Η σωστή σήμανση των προϊόντων, η καλή συσκευασία, η ενεργότερη συμμετοχή σε εξειδικευμένες εκθέσεις τροφίμων και ποτών, η διοργάνωση εκδηλώσεων προβολής και ενημέρωσης και η ανεύρεση ικανών Κινέζων αντιπροσώπων/διανομέων είναι οι βασικότεροι όροι για την τοποθέτηση ελληνικών τροφίμων στα ράφια των κινεζικών πολυκαταστημάτων, τα οποία μπορούν τα ίδια να είναι εισαγωγείς τροφίμων.

6.4.1 Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της ποιότητας

Τα ελληνικά τρόφιμα οφείλουν να γίνουν πιο ανταγωνιστικά και ποιοτικά προκειμένου να μπορέσουν να ισχυροποιήσουν την θέση τους στην κινεζική αγορά. Παρακάτω προτείνονται ορισμένες δράσεις:

- Οργάνωση ενημερωτικών εκδηλώσεων με θέμα την ανάγκη προβολής μιας νέας εικόνας για τα ελληνικά τρόφιμα. Η δημιουργία αντίληψης για την αξία και τα οφέλη των προϊόντων μας μέσα από την διαφήμιση, την συσκευασία, και η απαγκίστρωση από τον παράγοντα τιμή είναι θέματα άμεσης προτεραιότητας.
- Να περάσουμε από τα μη συσκευασμένα (χόμια), σε συσκευασμένα προϊόντα και από τα ανώνυμα σε επώνυμα προϊόντα με μεγάλη προστιθέμενη αξία.
- Κεντρικός πυρήνας των εξαγωγικών τροφίμων πρέπει να είναι η ποιότητα, οι ανθρώπινες αξίες, ο υγιεινός τρόπος ζωής και η μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία.
- Ισχυρές και συναισθηματικές δημόσιες σχέσεις, με αγορά χρόνου και χώρου στα οργανωμένα δίκτυα διανομής, με ειδικές εκδηλώσεις προώθησης των πωλήσεων

(εκδηλώσεις για το περιβάλλον, την υγεία, την ελληνική κουζίνα, ιστορία, τη παράδοση).

- Ο σταθερός προσανατολισμός των επιχειρήσεων στον εκσυγχρονισμό των μονάδων παραγωγής, διαφαίνεται αναπόφευκτος.
- Να συστηματοποιηθεί η ενημέρωση και προώθηση όσον αφορά τα ελληνικά βιολογικά προϊόντα.
- Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης πρέπει να βοηθήσουν προβάλλοντας τις εταιρείες τροφίμων για τη συνεχή τους προσπάθεια και βελτίωση.

6.4.2 Συντονισμός και αναβάθμιση των εξαγωγικών επιχειρήσεων τροφίμων

Για να υπάρχει το επιθυμητό αποτέλεσμα θα πρέπει οι επιχειρήσεις και το κράτος να συντονίσουν τις δράσεις τους προς την ίδια κατεύθυνση. Στη συνέχεια προτείνονται ορισμένες ενέργειες:

- Ανάπτυξη των δυνατοτήτων αντιμετώπισης του διεθνούς ανταγωνισμού μέσα από την διάρθρωση των χρηματοδοτικών προγραμμάτων και των θεσμοθετημένων κινήτρων, όπως: κλαδική χρηματοδότηση, ανάπτυξη νέων προϊόντων, ανάπτυξη επιχειρηματικότητας, ανάπτυξη ανθρωπίνων πόρων, στήριξη νέων εξαγωγέων, κοινές ομάδες προώθησης προϊόντων.
- Επιβράβευση της εξωστρέφειας, των νέων προσπαθειών, των νέων κατακτήσεων και των επιτυχημένων συνεργασιών και προβολή αυτών σε εθνικό επίπεδο.
- Να περιληφθούν πολιτικές δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, οι οποίες σε αντίθεση με την παραδοσιακή πολιτική ανάπτυξης, θα παροτρύνονται να αρχίζουν την λειτουργία τους με εξαγωγικό προσανατολισμό και όχι την τοπική αγορά.
- Συνεχής προσπάθεια για αλλαγή νοοτροπίας, επιχειρηματική συνεργασία, σωστό προγραμματισμό και επαγγελματισμό.
- Ανταμοιβή εξαγωγικών επιδόσεων (φορολογικά και αναπτυξιακά κίνητρα).

6.4.3 Αξιολόγηση και έλεγχος

Η υλοποίηση όλων των παραπάνω δράσεων για την ανάπτυξη των ελληνικών εξαγωγών τροφίμων στην κινεζική αγορά απαιτεί ένα αποτελεσματικό σύστημα **ελέγχου** και αξιολόγησης. Αυτό περιλαμβάνει:

- Έναν μηχανισμό ελέγχου επίτευξης των στόχων που τέθηκαν από τις επιχειρήσεις.
- Ένα σύστημα αξιολόγησης αποτελεσμάτων και ελέγχου δράσεων (ποιοτική, ποσοτική και οικονομική αποτελεσματικότητα).
- Έναν μηχανισμό καταγραφής προβλημάτων, δυσλειτουργιών και συντονισμού, έτσι ώστε να υπάρχουν περιθώρια διορθωτικών κινήσεων και νέων προτάσεων.
- Ένα σύστημα καταγραφής αλλαγών στο περιβάλλον και στον ανταγωνισμό.

6.5 Οι Σημαντικότεροι Παράγοντες που Πρέπει να Λάβουν Υπόψη οι Ελληνικές Εταιρείες Τροφίμων

6.5.1 Η σημασία της πιστοποίησης

Ως προωθητικός μοχλός στην ανταγωνιστικότητα μιας επιχείρησης λειτουργεί η πιστοποίηση συστημάτων διαχείρισης. Ιδιαίτερα δε για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον ευαίσθητο κλάδο των τροφίμων, η χρήση προτύπων θεωρείται επιβεβλημένη προκειμένου να επιβιώσουν σε μια ιδιαίτερα απαιτητική αγορά, όπως είναι η κινεζική.

Στη βιομηχανία τροφίμων σημαντική είναι η πιστοποίηση με HACCP, το σύστημα Ανάλυσης Κινδύνων στα Κρίσιμα Σημεία Ελέγχων, το οποίο εισάγει τον προληπτικό έλεγχο των πρώτων υλών και των υλικών παραγωγής, της επεξεργασίας και του χειρισμού των τροφίμων γενικότερα σε όλη τη διαδικασία της παραγωγής. Η πιστοποίηση HACCP αποτελεί ένα συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των επιχειρήσεων που δεν έχουν πιστοποιηθεί. Είναι επίσης σημαντικό ότι τα πρότυπα συνδέουν τις αγορές, ενώνουν αναπτυσσόμενες χώρες και οικονομίες σε μεταβατικό στάδιο, με τεχνικές και τεχνογνωσίες αιχμής. («Τρόφιμα-Ποτά», Ετήσια Ειδική Έκδοση της Εφημερίδας «Κέρδος» για το 2005).

6.5.2 Ο ρόλος της συσκευασίας

Ένα σημαντικό κεφάλαιο στην αγορά τροφίμων αποτελεί η συσκευασία, ο ρόλος της οποίας είναι καθοριστικός τόσο για την ποιότητα των τροφίμων, όσο και για την προώθησή τους.

Τα τελευταία χρόνια διαπιστώνεται μια τάση προς τα ανακυκλώσιμα υλικά συσκευασίας, ακολουθώντας την ανάγκη για προϊόντα πιο φιλικά προς το περιβάλλον, αλλά και την εξοικονόμηση πόρων που συχνά αυτό συνεπάγεται.

Οι ελληνικές λοιπόν εξαγωγικές επιχειρήσεις τροφίμων θα πρέπει να γνωρίζουν την σημασία της συσκευασίας, ώστε να προωθούν ασφαλέστερα και πιο επιτυχημένα τα προϊόντα τους στην κινεζική αγορά.

6.5.3 Τα χρώματα, οι αριθμοί και το λογότυπο στην συσκευασία

Σε κάθε περίπτωση, οι Έλληνες εξαγωγείς θα πρέπει να δίνουν ιδιαίτερη προσοχή στην εμφάνιση της συσκευασίας. Αυτή, θα πρέπει να είναι σύμφωνη με τα ήθη και τα έθιμα των Κινέζων, ενώ τα χρώματα, οι αριθμοί και το λογότυπο δεν θα πρέπει να προσβάλουν τα «πιστεύω» του κινεζικού λαού.

Αναφορικά, τα βασικά χρώματα της Κίνας είναι το κόκκινο και το κίτρινο-χρυσό. Το κόκκινο χρώμα συμβολίζει την ευτυχία, ενώ το κίτρινο-χρυσό τη λαμπρότητα και την αφθονία.

Όσον αφορά τους αριθμούς, κάθε ένας έχει συγκεκριμένη σημασία και είναι σημαντικό να το γνωρίζουν οι ελληνικές επιχειρήσεις. Για παράδειγμα, το τέσσερα θα πρέπει να αποφεύγεται καθώς είναι ένας αριθμός που οι Κινέζοι δεν συμπαθούν, αφού συμβολίζει τον θάνατο.

6.5.4 Ετικετοποίηση

Η Γενική Διοίκηση Εποπτείας Ποιοτικού Ελέγχου και Απομόνωσης (AQSIQ: General Administration of Quality Supervision, Inspection and Quarantine) της Κίνας δημοσίευσε τον Φεβρουάριο του 2000 ένα κανονισμό που αφορά στον έλεγχο των εισαγωγών και εξαγωγών των τροφίμων. Από την 1^η Μαΐου του 2001 όλα τα τρόφιμα πρέπει να έχουν εκδώσει πιστοποιητικό για την ετικέτα, πριν την εισαγωγή ή εξαγωγή του προϊόντος. Από την 1^η Ιουλίου του 2002, το εν λόγω προϊόν πρέπει να υποβληθεί σε υγειονομικό έλεγχο. Αρμόδιο για την χορήγηση αυτού του πιστοποιητικού είναι το AQSIQ.

6.6 Οδηγός Επιβίωσης στην Αγορά της Κίνας

Έτσι, οι εταιρείες θα πρέπει να είναι προσεκτικές σε θέματα που αφορούν τη συμπεριφορά τους προς τους Κινέζους καταναλωτές. Επισημαίνονται τα παρακάτω:

6.6.1 Διατήρηση της ελληνικής ταυτότητας

Απέναντι στον Κινέζο καταναλωτή, ο οποίος είναι πολύ απαιτητικός, μια εταιρεία οφείλει να είναι τίμια, να ξέρει τι θέλει να πουλήσει και πώς να το πουλήσει και πάνω από όλα, να διατηρήσει την ταυτότητά της ακέραιη και να μην γίνει άλλη μία κινεζική εταιρεία. Στην Κίνα δεν χρειάζονται άλλον έναν Κινέζο, χρειάζονται έναν που να είναι ξένος, που φέρνει τη δική του τεχνογνωσία και τις δικές του αξίες.

Οι Κινέζοι λοιπόν χρειάζονται τους ξένους επενδυτές και επιχειρηματίες διότι θέλουν να βελτιώσουν τους εαυτούς τους, και αυτό που ουσιαστικά θέλουν είναι νέα τεχνολογία και κυρίως υπόδειξη του πώς να κάνουν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες και πώς να βελτιώσουν τη βιομηχανία τους.

6.6.2 Η συμπεριφορά του επιχειρηματία

Σύμφωνα με άρθρο της εφημερίδας «Κέρδος» (10 Μαρτίου 2006), ο επιχειρηματίας που δραστηριοποιείται στην κινεζική αγορά έχει δύο βασικά καθήκοντα. Το πρώτο, πρέπει να είναι άνθρωπος μαλακός στις σχέσεις του και να δείξει σεβασμό στην κινεζική κουλτούρα. Αυτό που είναι ενδιαφέρον στην Κίνα και στο οποίο δίνουν σημασία οι Κινέζοι, είναι η προσωπικότητα που αντιπροσωπεύει μια εταιρεία. Οι Κινέζοι βλέπουν μια εταιρεία μέσω του ανθρώπου. Για τους Κινέζους, επίσης, είναι πολύ σημαντικό το θέμα της εμπιστοσύνης. Χρειάζεται πολύς χρόνος για να εμπιστευτούν και να κτίσουν γερές βάσεις συνεργασίας. Το δεύτερο καθήκον είναι ότι ο επιχειρηματίας πρέπει να εξηγήσει τι μπορεί να κάνει για τους Κινέζους και πώς μπορούν να συνεργαστούν.

Για τα παραπάνω, προτείνεται η διεξαγωγή έρευνας για την νοοτροπία του Κινέζου καταναλωτή, προκειμένου ο Έλληνας επιχειρηματίας να γνωρίζει πώς πρέπει να συμπεριφερθεί. (Εφημερίδα «Κέρδος», 23 Φεβρουαρίου 2006).

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α΄

Περιλαμβάνει:

- Ενδεικτικό τιμολόγιο παροχής υπηρεσιών για την εισαγωγή κινεζικού εξοπλισμού καταστημάτων

ΕΚΤΕΛΩΝΙΣΤΗΣ

ΠΑΤΗΣΙΩΝ 345B - Τ.Κ. 111 41 ΑΘΗΝΑ

ΤΗΛ 210.2234111 - FAX: 210.2017282

Α.Φ.Μ. 010335907 - Δ.Ο.Υ. 18^η ΑΘΗΝΩΝ

e-mail: manol@otenet.gr

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ

10/02/2006

ΗΜΕΡΑ ΠΡΟΣΒΟΛΗΣ 07

**ΤΙΜΟΛΟΓΙΟ
ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ**

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΕΛΑΤΟΥ

ΚΩΔΙΚΟΣ:	32706
ΑΦΜ :	
Ο παρ. πελάτης με την παραλαβή του τιμολογίου	

ΣΥΜΠΛΗΡΩΜΑΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ & ΑΠΟΔΕΙΚΤΙΚΑ ΕΣΟΔΩΝ	ΑΞΙΑ ΥΠΟΧ. ΣΕ Φ.Π.Α.	%	Φ.Π.Α. ΠΟΣΟ	ΠΟΣΑ ΣΕ ΧΡΕΩΣΗ ΠΕΛΑΤΗ
ΚΑ: 652005030	ΝΑΥΛΟΣ ΠΡΑΚΤ. Νο 00452	900,60			900,60
ΚΣΤΟΛΗ: ΜΙΝΑ	ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ ΠΡΑΚΤ. Νο 00452	185,00	19	35,15	220,15
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΣΧΕΔΙΟ: SHANGHAI ASTERION	ΧΑΡΙΣΜΟΝ ΔΙΑΣΤΑΣΕΩΣ Νο				30,00
ΑΝΥΠΕΡΒΙΒΑΤΑ	ΔΑΣΜΟΙ ΦΟΡΟΙ Νο 91875	11267,05	19	2130,74	13412,55
57 ΧΜ 2809 ΧΚ 2473	ΔΕΤΕ Νο 559807	60,00			60,00
ΣΠΟ ΜΕΣΟΚΑΤΕΣ	ΕΞΠΑ Νο	40,00			40,00
ΤΑΦΟΡΑΣ ΗΜΕΡΑ 10/02/06	ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΑ Ο.Α.Π. Νο 07639	46,11	15	6,76	54,87
ΚΕΙΑΣ ΤΡΑΠΕΖΗΣ	• ΤΕΛ. ΑΦ Νο				
ΚΑΔΕΙΑΣ	• ΑΕΡΟΛΙΜ. Νο				
Ε ΤΕΛΟΣΚΕΙΩ	• ΛΟΓΩΝ ΤΕΛΩΝ Νο				
ΣΤΑΤΚΟΥ 0956101,02,06	ΠΡΟΚΑΤΑΒΟΛΗ Νο				
	ΠΑΡΑΚΑΤΑΒΟΛΗ Νο				
	ΜΕΤΑΦΟΡΑ Νο 9273	206,50	19	39,24	245,74
	ΦΟΡΤΟΕΚΦΟΡΤΩΤΙΚΑ Νο				
	ΔΙΑΦ. ΕΣΟΔΑ ΔΠΟΣ Νο 137				70,00
ΑΠΟΣΤΟΛΗ	ΣΥΝΤΕΛΕΣ ΔΙΑΤ. ΕΝΤΥΠΑ				
ΟΣ 094701	ΑΝΤΙΓΡΑΦΑ - ΕΠΙΧΥΡΩΣΗ				
ΥΣΔ: 10009,13	ΚΙΝΗΣΗ - ΤΗΛ. ΚΑΛ.				
ΕΛΡ: 1985,39	ΑΜΦΙΣΠΗΤΗΣΗ				
ΒΝΤΑΙ	ΥΠΕΡΦΩΣΗ Νο				
Κ ΜΡΟΜ 120353-1	ΓΡΑΜ. ΕΙΣΠΡ. ΠΡΑΞΕΩΝ Νο				
	ΚΑΤΑΧΕΙΡΙΑΜΑΤΙΚΟΥ				
	ΣΥΝΟΛΟ ΕΣΟΔΩΝ			24.3,97	4775,00
	ΑΜΟΙΒΗ	92,70	19	17,58	110,28
	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΕΣΟΔΩΝ			24.3,97	4885,28
	ΟΛΟΓΡΑΦΟΣ				
	ΤΕΛΟΣ ΣΕ				

Ε.Σ.Σ. ΕΠ. 46/402/03/2004 Π.Σ.Π.Π.Σ.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β΄

Περιλαμβάνει:

- Ερωτηματολόγιο πρωτογενούς έρευνας «Ελληνικά Τρόφιμα στην Κίνα»

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ
«ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΡΟΦΙΜΑ ΣΤΗΝ ΚΙΝΑ»

Ερωτήσεις:

1. Τι προϊόν/προϊόντα εξάγετε στην Κίνα;

.....
.....
.....

2. Πότε ξεκινήσατε να εξάγετε το προϊόν σας στην Κίνα;

.....
.....
.....

3. Στατιστικά για τις πωλήσεις/εξαγωγές σας από τότε έως σήμερα.

.....
.....
.....

4. Σκοπεύετε να εξάγετε και κάποιο άλλο προϊόν; Αν ναι, ποιο;

.....
.....
.....

5. Με ποιον τρόπο πραγματοποιείτε την εξαγωγή; Συνεργάζεστε με κάποια κινεζική εταιρεία και τι ακριβώς έχει αναλάβει αυτή για την εταιρεία σας; (πχ. συσκευασία, διανομή κτλ.)

.....
.....
.....

6. Πως προωθείτε το προϊόν σας στην κινεζική αγορά (πχ. Διαφήμιση); Την προώθηση του την έχετε αναλάβει εσείς ή κάποια κινεζική εταιρεία;

.....
.....
.....

7. Υπάρχουν δυσκολίες για την εξαγωγή τροφίμων σε χώρες της Ασίας και ποιο συγκεκριμένα στην Κίνα; Αν ναι, ποιες είναι αυτές (πχ. γλώσσα, πολιτισμός, νόμισμα κ.ά) και πως τις αντιμετώπισε η εταιρεία σας;

.....
.....
.....

8. Γνωρίζετε ποιοι είναι οι ανταγωνιστές στον κλάδο σας στην αγορά της Κίνας; Ποιοι είναι τοπικοί και ποιοι διεθνείς;

.....
.....
.....

9. Έχετε αλλάξει ορισμένα από τα χαρακτηριστικά του προϊόντος; Το έχετε προσαρμόσει για να είναι πιο εύκολα αποδεκτό στην Κίνα; (πχ. αλλαγή στα χρώματα της συσκευασίας, στα συστατικά του προϊόντος κ.ά).

.....
.....
.....

10. Ποια είναι τα έξοδα που έχετε (πχ. έξοδα μεταφοράς, για αεροδρόμια, πρακτορεία κ.ά.);

.....
.....
.....

11. Πως τιμολογείτε το προϊόν σας στην αγορά του εξωτερικού;

.....
.....
.....

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Βιβλία-Εγκυκλοπαίδειες

- ▣ Αλεξανδράκη-Κριτσωτάκη Ρ. (2000). *Τουριστική Οικονομία*. Αθήνα: Παπαζήση.
- ▣ Γρηγοριάδου Κ. (2000). *Αρχές Οικονομικής Θεωρίας*. Θεσσαλονίκη: Ζήση.
- ▣ Δαμασκηνίδη Αντ. (1998). *Εισαγωγή στην Οικονομική Επιστήμη*. Δεύτερος Τόμος, Δεύτερη Έκδοση. Θεσσαλονίκη: University Studio Press.
- ▣ Λοριπαράκης Χ. (1993). *Λεξικό της νεοελληνικής*. Αθήνα: Σπουδή.
- ▣ Εγκυκλοπαίδεια «Γνωρίζω». (1990). Έκτος Τόμος. Αθήνα: Κ. Κουμουνδουρέας.
- ▣ Εγκυκλοπαίδεια «Για σας παιδιά». (1992). Έκτος Τόμος. Αθήνα: Αυλός.
- ▣ Εγκυκλοπαίδεια «Υδρία». (1985). Τέταρτος Τόμος. Αθήνα: Γ. Αξιώτέλλης & ΣΙΑ Ε.Π.Ε.
- ▣ Εγκυκλοπαίδεια «Grand Larousse». (1996). Πρώτος τόμος. Αθήνα: Ελληνικά Γράμματα.
- ▣ Κολτσιδόπουλος Γ. (2001). *Εισαγωγή στην Παγκόσμια Τουριστική και Ταξιδιωτική Γεωγραφία*. Τρίτη Έκδοση. Αθήνα: Έλλην.
- ▣ Μοίρα-Μυλωνοπούλου Π. (1999). *Τουριστική Γεωγραφία: Ευρώπη*. Αθήνα: Α.Σταμούλης.
- ▣ Νικολακόπουλος Σ. (2005). *Πώς να κάνετε μπίζνες με την Κίνα*. Αθήνα: Eurasian Link.
- ▣ Παναγιωτόπουλος Ι. (1993). *Ο Κόσμος της Κίνας*. Δεύτερη Έκδοση. Αθήνα: Αστήρ.

- Πανηγυράκης Γ. (1999). *Λιθινές Εξαγωγικό Marketing*. Τόμος Ι. Αθήνα: Α.Σταμούλης.
- Σημειώσεις του κου Καμπισόπουλου Ι. (1998). *Παγκόσμια Τουριστική Γεωγραφία*. Πάτρα.
- (1994). *Σύγχρονος Άτλας του Κόσμου 1995*. Λονδίνο: Dorling Kindersley.
- Σφακιάνος Γ. (1978). *Τεχνική των Συναλλαγών*. Αθήνα: Ίδρυμα Ευγενίδου.
- Τεγόπουλος-Φυτράκης, (1993). *Ελληνικό Λεξικό*. Αθήνα: Ελευθεροτυπία.
- Dvd από το περιοδικό Science Illustrated, (2005). *Ο Κόσμος σε Κρίσιμη Καμπή. Η Κίνα Επιταχύνει*. Αθήνα: Περιοδικός Τύπος Α.Ε.

Εφημερίδες

- «Απογευματινή», 20 Ιανουαρίου 2006. *Συμφωνίες που ενισχύουν την οικονομία μας*. Άρθρο του Θ.Κασσίμη.
- «Λυριανή», 10 Ιουλίου 2004. *Η μαφία των Κινέζων τσακίζει την ελληνική βιομηχανία*.
- «Το Βήμα», 15 Ιανουαρίου 2006. *Τι κρύβει η επίσκεψη Καραμανλή στην Κίνα*. Ρεπορτάζ του Β.Χιώτη.
- «Το Βήμα», 15 Ιανουαρίου 2006. *Οι προεθνοπορητοί στον δρόμο του μεταξιού*. Ρεπορτάζ του Η.Λαμπια.
- «Το Βήμα», 15 Ιανουαρίου 2006. *Τι κρύβει η επίσκεψη Καραμανλή στην Κίνα*. Άρθρο του Β.Χιώτη.
- «Το Βήμα», 15 Ιανουαρίου 2006. *Η ελληνική βίβα διώχνει τους τουρίστες*. Άρθρο του Β.Χιώτη.
- «Γήθος της Κυριακής», 11 Δεκεμβρίου 2005. *Τι είδαν οι Έλληνες στην Κίνα*. Άρθρο του Α.Κανέλλη.

- «Έθνος της Κυριακής». Ένθετο «Ε Οικονομία». 31 Δεκεμβρίου 2005-1 Ιανουαρίου 2006. *Ο πληθωρισμός στην Ε.Ε.*
- «Έθνος της Κυριακής». 22 Ιανουαρίου 2006. *Υπεραγορά ανοίγουν οι Κινέζοι.* Ρεπορτάζ του Κ.Νάνου.
- «Ημερησία». 6 Νοεμβρίου 2005. *Κινεζικά προϊόντα κατακλύζουν την αγορά, εκτοπίζοντας τα εγχώρια.* Άρθρο του Φ.Χοϊδά.
- «Καθημερινή». 16 Οκτωβρίου 2005. *Καλωσώρισε αυτό που δεν μπορείς να αποφύγεις.* Άρθρο του βουλευτή Β' Αθηνών, Κ.Μητσοτάκη.
- «Κέρδος». 16 Οκτωβρίου 2005. *Κίνα: Ο γίγαντας των μεγάλων αντιφάσεων.* Άρθρο των Μ.Αδαμίδου και Χ.Κατσαρού.
- «Κέρδος». 11 Νοεμβρίου 2005. *Λέο Ρεκόρ στο εμπορικό πλεόνασμα της Κίνας.* Άρθρο της Ν.Σπαγαδόρου.
- «Κέρδος». 27 Νοεμβρίου 2005. *Σε αναζήτηση νέου μοντέλου ανάπτυξης η Κίνα.* Άρθρο της Σ.Δέδε.
- «Κέρδος». 2 Δεκεμβρίου 2005. *Ελληνική ακροβασία στο κινεζικό (χαοτικό) θαύμα.* Άρθρο του Γ.Σταματόπουλου.
- «Κέρδος». 6 Δεκεμβρίου 2005. *Ενδιαφέρον της China Shipping για διαμετακομιστικό κέντρο στην Κρήτη.*
- «Κέρδος». 9 Δεκεμβρίου 2005. *Συστράτευση για την αύξηση των εξαγωγών.* Άρθρο της Ε.Παπαδοσηφάκη.
- «Κέρδος». 13 Δεκεμβρίου 2005. *Το υψηλό κόστος εργασίας έπληξε την απασχόληση στην κλωστοϋφαντουργία.* Άρθρο της Ε.Βασιδάκη.
- «Κέρδος». 17 Δεκεμβρίου 2005. *Ελληνική συνεργασία με κινεζικό κολλοσσό.* Άρθρο της Ε.Παπαδοσηφάκη.

- «Κέρδος», 20 Δεκεμβρίου 2005. *ΟΗΠΕ: Όλα για την εξωστρέφεια με πλούσιο σχέδιο δράσεων*. Άρθρο της Ν.Σπαγαδώρου.
- «Κέρδος», 31 Δεκεμβρίου 2005. *Πρώτη προτεραιότητα η ενίσχυση της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων*. Άρθρο της Ε.Βασιλάκη.
- «Κέρδος», 10 Ιανουαρίου 2006. *Κλαδικές συμβάσεις χρειάζεται η ελληνική κλωστούφαντουργία*. Άρθρο της Ε.Βασιλάκη.
- «Κέρδος», 10 Ιανουαρίου 2006. *Φρενήρεις ρυθμοί ανάπτυξης στην Κίνα*. Άρθρο της Ε.Παπαδοσηφάκη.
- «Κέρδος», 12 Ιανουαρίου 2006. *Κίνα: Πάνω από 100 δις δολάρια το εμπορικό πλεόνασμα*. Άρθρο της Ε.Ροζάκη.
- «Κέρδος», 17 Ιανουαρίου 2006. *Εκτοξέθηκαν τα συναλλαγματικά αποθέματα της Κίνας*. Άρθρο της Ε.Ροζάκη.
- «Κέρδος», 17 Ιανουαρίου 2006. *Απόφαση του ελληνικού εφοπλισμού στην Κίνα*. Άρθρο του Γ.Σταματόπουλου.
- «Κέρδος», 24 Ιανουαρίου 2006. *Σημαντικές οι προοπτικές για τις εξαγωγές ελαιολάδου*. Συνέντευξη του Γ.Κοστιάνη, διευθύνων συμβούλου της Μινέρβα.
- «Κέρδος», 26 Ιανουαρίου 2006. *Με φρενήρεις ρυθμούς αναπτύχθηκε η κινεζική οικονομία*. Άρθρο της Ε.Ροζάκη.
- «Κέρδος», 29 Ιανουαρίου 2006. *Μέχρι το 2035 η Κίνα θα διεκδικεί τη θέση της μεγαλύτερης οικονομίας στον κόσμο*. Άρθρο της Ε.Βασιλάκη.
- «Κέρδος», 29 Ιανουαρίου 2006. *Τέσσερα χρόνια...συνβίωσης Κίνας-Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου*. Άρθρο του Σ.Κατρανίδη.
- «Κέρδος», 1 Φεβρουαρίου 2006. *Και όμως μπορεί να σωθεί η κλωστούφαντουργία*. Άρθρο του Γ.Σταματόπουλου.
- «Κέρδος», 7 Φεβρουαρίου 2006. *Αιναμική πορεία των εξαγωγών*. Ρεπορτάζ της Ε.Παπαδοσηφάκη.

- «Κέρδος», 9 Φεβρουαρίου 2006. *Καλά μηνύματα στην κλωστοϋφαντουργία φέρνει η συμφωνία με την Κίνα.* Ρεπορτάζ της Ε.Βασιλάκη.
- «Κέρδος», 10 Φεβρουαρίου 2006. *Κλωστές και Ίνδυμα: Συρρίκνωση ή Εξαφάνιση;* Άρθρο του Σ.Κατρανίδη.
- «Κέρδος», 23 Φεβρουαρίου 2006. *Οι Κινέζοι θέλουν ποιοτικά προϊόντα.* Άρθρο της Ε.Παπαδοσηφάκη.
- «Κέρδος», 1 Μαρτίου 2006. *Αναγκαίες οι ριζικές διαρθρωτικές μεταβολές.* Άρθρο της Ε.Βασιλάκη.
- «Κέρδος», 10 Μαρτίου 2006. *Οδηγός Επιβίωσης στην αγορά της Κίνας.* Άρθρο της Ν.Σπαγαδώρου.
- «Κέρδος», 10 Μαρτίου 2006. *Ανοστό σημείο για την Ελλάδα τα μοναδικά της προϊόντα.* Άρθρο της Ε.Παπαδοσηφάκη.
- «Ναυτεμπορική», 8 Φεβρουαρίου 2006. *Τα 14 δις ευρώ άγγιξαν οι ελληνικές εξαγωγές το 2005.*
- «Τα Νέα», 5 Δεκεμβρίου 2005. *Πολυεθνική έρευνα και ανάπτυξη.* Άρθρο της Μ.Παπαναστασίου.
- «Χώρα της Κυριακής», 11 Δεκεμβρίου 2005. *Οι Έλληνες επιχειρηματίες στην Κίνα.*

Οικονομικές Εκθέσεις

- *Ετήσια έκθεση για τις οικονομικές εξελίξεις στη Λ.Α. της Κίνας, τις επενδύσεις, το εξωτερικό εμπόριο και τις διμερείς οικονομικές και εμπορικές σχέσεις.* Στοιχεία από το 3^ο Πανελλήνιο Συνέδριο Ανάπτυξης Εξαγωγών.

□ Ετήσια έκθεση οικονομικών εξελίξεων στη Λ.Α. της Κίνας και διμερών οικονομικών και εμπορικών σχέσεων Ελλάδος-Κίνας. Στοιχεία από την Πρεσβεία της Ελλάδος στην Κίνα, του Ε.Στάντζου.

Περιοδικά

□ «Ανάπτυξη». Περιοδικό του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών. Τεύχος 4, Απρίλιος 2005. *Η πορεία των ελληνικών εξαγωγών*. Άρθρο της Α.Παύλου.

□ «Ανάπτυξη». Περιοδικό του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών. Τεύχος 10, Οκτώβριος 2005. *Η θετική πορεία των ελληνικών εξαγωγών*. Άρθρο της Ν.Ταγκούλη.

□ «Ανάπτυξη». Περιοδικό του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών. Τεύχος 11, Νοέμβριος 2005. *Αγωνιόδης αναζήτηση λύσεων στο χώρο της Κλωστοϋφαντουργίας και Ένδυσης*. Άρθρο του Α.Τσαούλα.

□ «Ανάπτυξη». Περιοδικό του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών. Τεύχος 11, Νοέμβριος 2005. *Ελληνική οικονομία: τρέχουσες εξελίξεις*. Άρθρο της Ν.Ταγκούλη.

□ «Ανάπτυξη». Περιοδικό του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών. Τεύχος 12, Δεκέμβριος 2005. *Πώς διαμορφώνονται τα μεγέθη για το 2005 και ποιες οι προοπτικές για το 2006*. Άρθρο της Ν.Ταγκούλη.

□ «China Business Today». Περιοδικό υπό την αιγίδα του Ευρωκινεζικού Κέντρου Έρευνας & Ανάπτυξης. Τεύχος 41 Αύγουστος-Σεπτέμβριος-Οκτώβριος 2005.

□ «Εξάγουμε». Περιοδικό του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος. Τεύχος 2, Απρίλιος-Μάιος-Ιούνιος 2002. *Ελλάδα-Κίνα. Ημερές Εμπόριο*.

□ «Εξάγουμε». Περιοδικό του Συνδέσμου Εξαγωγέων Βορείου Ελλάδος. Τεύχος 3, Ιούλιος-Αύγουστος-Σεπτέμβριος 2002. *Ο κλάδος της ένδυσης*.

- ⊣ «Κεφάλαιο». Απρίλιος 2004. *Ελληνικές επενδύσεις στην Κίνα*. Άρθρο της Δ.Καραγιαννοπούλου.
- ⊣ «Κεφάλαιο». Ιανουάριος 2005. *Κίτρινος πυρετός και στην Ελλάδα*. Άρθρο της Δ.Καραγιαννοπούλου.
- ⊣ «Οικονομική Επιθεώρηση». Νοέμβριος 2005. *Ελληνικές επενδύσεις στην Κίνα: Αλήθειες και μύθοι*. Άρθρο της Ν.Καψή.
- ⊣ «Οικονομικός Ταχυδρόμος» της εφημερίδας «Το Βήμα». 13 Ιουλίου 2002. *Σε σταυροδρόμι οι ελληνικές εξαγωγές*. Επιμέλεια της Τ.Καλημέρη.
- ⊣ «Τρόφιμα και Ποτά». Σεπτέμβριος 2005. Εκδόσεις Τρίαινα. *Η απειλή της Κίνας*.
- ⊣ «Τρόφιμα-Ποτά». Ετήσια Ειδική Έκδοση της Εφημερίδας «Κέρδος» για το 2005. *Σκηνικό καινοτομιών στο χώρο της συσκευασίας*.
- ⊣ «Τρόφιμα-Ποτά». Ετήσια Ειδική Έκδοση της Εφημερίδας «Κέρδος» για το 2005. *Η πιστοποίηση στηρίζει την ανάπτυξη*.
- ⊣ «Greek Fashion». Περιοδικό του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Ηλεκτρικής Ένδυσης Ελλάδος. Τεύχος Οκτωβρίου-Νοεμβρίου-Δεκεμβρίου 2004.



- «Κεφάλαιο». Απρίλιος 2004. *Ελληνικές επενδύσεις στην Κίνα*. Άρθρο της Δ.Καραγιαννοπούλου.
- «Κεφάλαιο». Ιανουάριος 2005. *Κίτρινος πυρετός και στην Ελλάδα*. Άρθρο της Δ.Καραγιαννοπούλου.
- «Οικονομική Επιθεώρηση». Νοέμβριος 2005. *Ελληνικές επενδύσεις στην Κίνα: Αλήθειες και μύθοι*. Άρθρο της Ν.Καψή.
- «Οικονομικός Ταχυδρόμος» της εφημερίδας «Το Βήμα». 13 Ιουλίου 2002. *Σε σταυροδρόμι οι ελληνικές εξαγωγές*. Επιμέλεια της Τ.Καλημέρη.
- «Τρόφιμα και Ποτά». Σεπτέμβριος 2005. Εκδόσεις Τρίαίνα. *Η απειλή της Κίνας*.
- «Τρόφιμα-Ποτά». Ετήσια Ειδική Έκδοση της Εφημερίδας «Κέρδος» για το 2005. *Σκηνικό καινοτομιών στο χώρο της συσκευασίας*.
- «Τρόφιμα-Ποτά». Ετήσια Ειδική Έκδοση της Εφημερίδας «Κέρδος» για το 2005. *Η πιστοποίηση στηρίζει την ανάπτυξη*.
- «Greek Fashion». Περιοδικό του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Πλεκτικής Ένδυσης Ελλάδος. Τεύχος Οκτωβρίου-Νοεμβρίου-Δεκεμβρίου 2004.

