



<https://www.metaforespress.gr>

---

## Γ. Κωνσταντόπουλος, ΣΕΒΕ: Η αύξηση του μεταφορικού κόστους επηρέασε τους εξαγωγείς

---

2022/01/10 07:00 στην κατηγορία LOGISTICS

---

Εφικτός στόχος είναι η αύξηση των ελληνικών εξαγωγών σε επίπεδα άνω των 40 δισ. ευρώ το 2022, σύμφωνα με τον πρόεδρο του Συνδέσμου Εξαγωγέων (ΣΕΒΕ), δρ Γεώργιο Κωνσταντόπουλο, ο οποίος επισημαίνει, ωστόσο, ότι «οι υπέρογκες αυξήσεις στο ενεργειακό και μεταφορικό κόστος μπορεί να μας πάνε πολύ πίσω» – άρα η εφικτότητα του στόχου δεν συνεπάγεται αναγκαστικά και την επίτευξή του.

Σε συνέντευξή του στο ΑΠΕ-ΜΠΕ, σημειώνει ακόμα ότι για να «πιάσει» η Ελλάδα τον στόχο που έχει τεθεί για τη συνεισφορά των εξαγωγών στο ΑΕΠ στα επόμενα χρόνια **(στο 25% το 2025, έναντι 20%-21% το 2021)**, αυτές θα πρέπει να κάνουν άλμα στα 48-50 δισ. ευρώ σε μια τριετία.

«Για να γίνει πραγματικότητα αυτό», λέει, «πρέπει – κάτω από ένα στρατηγικό πλάνο – να μπουν στο παιχνίδι της εξωστρέφειας και οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις» (σ.σ. σήμερα, μόνο 260 επιχειρήσεις, που είναι το 2% του συνόλου των επιχειρήσεων της χώρας, πραγματοποιούν το 50% των ελληνικών εξαγωγών και το 98% μοιράζεται το υπόλοιπο 50%).

«Για να ξεπεράσουμε τα 40 δισ. ευρώ φέτος, πρέπει αρχικά να διατηρηθεί ο υφιστάμενος ρυθμός ανάπτυξης των εξαγωγών του 2021 (πάνω από 20%) και το 2022 να επιτύχουμε αύξηση εξαγωγών με ρυθμό τουλάχιστον 10%.

Ο στόχος είναι εφικτός και ξέρουμε ότι μπορούμε να τον πετύχουμε, αλλά είμαστε

ιδιαίτερα επιφυλακτικοί για το μέλλον, με δεδομένες τις υπέρογκες αυξήσεις που αντιμετωπίζουμε σε ενεργειακό και μεταφορικό κόστος, οι οποίες μπορεί να μας πάνε πολύ πίσω», σημειώνει αναλυτικότερα ο δρ Κωνσταντόπουλος.

Ως προς τις επιδόσεις του 2021 εκτιμά ότι οι ελληνικές εξαγωγές θα ξεπεράσουν τελικά τα 36 δισ. ευρώ:

«Οι εξαγωγικές μας επιδόσεις στο πρώτο δεκάμηνο του 2021 (...) δημιούργησαν αυξημένες προσδοκίες, δεδομένου ότι ξεπεράσαμε κατά πολύ τις επιδόσεις του 2020 και του 2019 (...) Υπάρχουν σαφείς ενδείξεις ότι το 2021 θα κλείσει με σημαντική αύξηση, **η οποία υπολογίζεται μεταξύ 20% και 30%, με τις εξαγωγές να ξεπερνάνε τα 36 δισ.**».

Προσθέτει ότι εξαιρουμένων των τροφίμων και των φαρμακευτικών προϊόντων, η πανδημία δεν ευνόησε την ενίσχυση των ελληνικών εξαγωγών, καθώς οι περισσότεροι κλάδοι κατέγραψαν μείωση.

**Σήμερα, μόνο 260 επιχειρήσεις, που είναι το 2% του συνόλου των επιχειρήσεων της χώρας, πραγματοποιούν το 50% των ελληνικών εξαγωγών και το 98% μοιράζεται το υπόλοιπο 50%**

«Οι Έλληνες εξαγωγείς όμως κατάφεραν να επανακάμψουν πολύ γρήγορα και ν' ανακτήσουν τη χαμένη τους δυναμική σε μικρό χρονικό διάστημα. Αυτό αποδεικνύεται από το γεγονός ότι όλοι οι κλάδοι πέτυχαν καλύτερες επιδόσεις από το 2019, όταν είχαμε καταγράψει ρεκόρ εξαγωγών» υπογραμμίζει.

Όσον αφορά το πότε θα κλείσει η διαδικασία οριστικής κατοχύρωσης του σήματος «Macedonia the GReat» για το σύνολο των 38 κλάσεων ελληνικών προϊόντων και υπηρεσιών, για τις οποίες ο ΣΕΒΕ κατέφυγε στο γραφείο Διανοητικής Ιδιοκτησίας της Ευρωπαϊκής Ένωσης (EUIPO) στο Αλικάντε, ο πρόεδρος του ΣΕΒΕ δηλώνει αισιόδοξος ότι αυτό θα γίνει «άμεσα και απρόσκοπτα».

## **Η αύξηση του μεταφορικού και ενεργειακού κόστους**

Ο εισαγόμενος πληθωρισμός έχει ήδη «εκτροχιάσει» πολλά κόστη, ενώ η επανεκκίνηση της παγκόσμιας οικονομίας έχει πολλαπλασιάσει το κόστος μεταφοράς ενός εμπορευματοκιβωτίου.

Πώς έχουν επηρεαστεί οι Έλληνες εξαγωγείς; «Οι εξαγωγείς κλήθηκαν να αντιμετωπίσουν πολλές προκλήσεις πέρυσι, μεταξύ των οποίων η διαχείριση της πανδημίας, ο ψηφιακός μετασχηματισμός, η άνοδος τιμών των πρώτων υλών, η αύξηση του μεταφορικού και ενεργειακού κόστους και ο συνεχώς εντεινόμενος διεθνής ανταγωνισμός.

Βάσει έρευνας πεδίου του Ινστιτούτου Εξαγωγικών Ερευνών και Σπουδών (ΙΕΕΣ) του ΣΕΒΕ στις επιχειρήσεις-μέλη μας, περίπου μία στις τέσσερις δήλωσε ότι το μεταφορικό κόστος αυξήθηκε πέρυσι πάνω από 100%, σε σχέση με το 2020 και το 2019, **ενώ το 45% δήλωσε ότι η αύξηση αυτή θα επηρεάσει πολύ ή πάρα πολύ τις εξαγωγικές της επιδόσεις.**

Αντίστοιχα, σε ό,τι αφορά στην αύξηση του ενεργειακού κόστους, το 42% δήλωσε ότι θα επηρεάσει πολύ ή πάρα πολύ τις εξαγωγές του. Το πρόσθετο αυτό βάρος αποτελεί τροχοπέδη στην επίτευξη υψηλών ρυθμών ανάπτυξης επιχειρήσεις και οικονομίας» εκτιμά.

Η πανδημία φαίνεται ότι επέφερε σημαντικές αλλαγές στα Logistics, κάνοντας τις αγορές της Ασίας πολύ «μακρινές» προς την Ευρώπη, με αποτέλεσμα πολλές ευρωπαϊκές επιχειρήσεις να αναζητήσουν προμηθευτές και συνεργάτες εντός Ευρώπης.

Το βίωσαν αυτό οι Έλληνες εξαγωγείς; «Πράγματι, το μεταφορικό κόστος εκτοξεύθηκε και αυτό ανάγκασε πολλές επιχειρήσεις να ψάξουν για εναλλακτικές επιλογές. Οι ελληνικές επιχειρήσεις προσπάθησαν να απορροφήσουν – κατά το δυνατόν – το επιπρόσθετο κόστος, με αποτέλεσμα τη σημαντική μείωση του περιθωρίου κέρδους τους.

Αν συνυπολογίσουμε και το υψηλότατο ενεργειακό κόστος, τότε καταλαβαίνουμε ότι δημιουργήθηκε μια μη βιώσιμη κατάσταση, με μόνη λύση τη μετακύλιση του πρόσθετου κόστους στην τελική τιμή των προϊόντων, καθιστώντας τα μη ανταγωνιστικά.

Οι επιπτώσεις αναμένεται να φανούν ακόμη εντονότερα στο πρώτο φετινό εξάμηνο. Παράλληλα, επιβεβαιώνεται για μια ακόμη φορά η υψηλή εξάρτηση από τις παραγωγικές χώρες της Ανατολής, γεγονός το οποίο εγκυμονεί αρκετούς κινδύνους για τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων» προσθέτει.

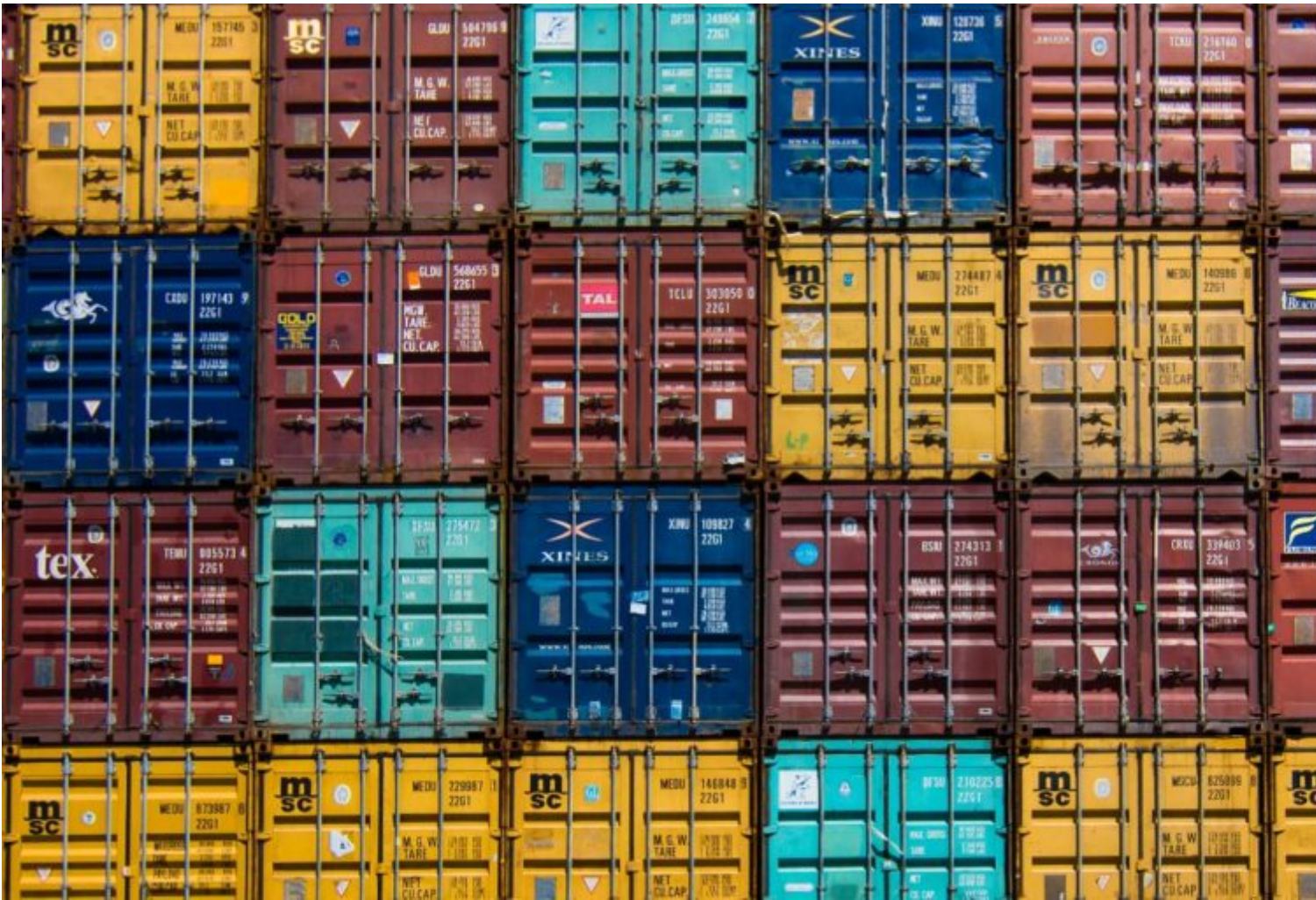
## Κέρδος, ζημία και στρατηγική επιλογή

Λένε πως οι αριθμοί, όταν δείχνουν άνθιση, δεν λένε πάντα την αλήθεια. Μήπως συχνά οι εξαγωγείς προσπαθούν να «κρατήσουν» μια αγορά, ακόμη και αν η παραμονή σε αυτή είναι επιζήμια για τα άμεσα οικονομικά αποτελέσματά τους ως επιχειρήσεων;

«Καμία επιχείρηση δεν θέλει να μπαίνει μέσα ή να κάνει επενδύσεις που δεν είναι αποδοτικές. Στη διεθνή στρατηγική των επιχειρήσεων όμως, η παρουσία και μόνο σε μια χώρα δύναται να είναι μια στρατηγική επιλογή που εξυπηρετεί άλλους σκοπούς, όπως ανταγωνιστικά κριτήρια. Κρίνοντας όμως από τη γενική εικόνα των εξαγωγών, μπορούμε να πούμε ότι η φετινή αύξηση δεν είναι πλασματική (...)» λέει.

Μόνο 260 επιχειρήσεις, που είναι το 2% του συνόλου των επιχειρήσεων της χώρας, κάνουν το 50% των ελληνικών εξαγωγών. Αυτό είναι μια στρέβλωση στην αγορά. Είδαμε να αλλάζει κάπως το 2021;

«Η μικρή εξαγωγική βάση είναι ένα δομικό χαρακτηριστικό και συνάμα ένα διογκούμενο πρόβλημα της ελληνικής αγοράς. Η συντριπτική πλειονότητα των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, είτε δεν έχει εντάξει την εξωστρέφεια στη στρατηγική της είτε -πιο συχνά- δεν ξέρει πώς να πραγματοποιήσει εξαγωγές.



Και ακριβώς αυτό το μεγάλο κενό θέλουμε να καλύψουμε στον ΣΕΒΕ με την εμπειρία μας, τον εκπαιδευτικό μηχανισμό ΣΕΒΕ Academy, το ερευνητικό ινστιτούτο ΙΕΕΣ και τις ενημερωτικές εκδηλώσεις.

Την τελευταία διετία το διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον ήταν ιδιαίτερα ρευστό και απρόβλεπτο, κάτι που αποτρέπει τις επιχειρήσεις να κάνουν ανοίγματα σε νέες αγορές και να ξεκινήσουν εξαγωγές.

Από την στρατηγική πλευρά του ζητήματος όμως, αν θέλουμε πραγματικά να γίνουμε μια εξαγωγική δύναμη, θα πρέπει να αυξήσουμε την εξαγωγική βάση και να βάλουμε στο παιχνίδι της εξωστρέφειας τις ΜμΕ», υπογραμμίζει.