

Ομιλία Προέδρου Ε.Β.Ε.Π., Βασιλή Κορκίδη

**ΕΠΑΝΑΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΧΑΡΤΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ
ΟΙ ΧΩΡΕΣ ΣΤΟΧΟΙ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ**

(Τετάρτη, 1η Μαρτίου 2023, Electra Metropolis Athens)

«Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΝΔΥΝΑΜΩΣΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ»

Επόμενος στόχος, η μείωση του εμπορικού ελλείμματος. Εξωστρέφεια, ποιότητα και καινοτομία είναι τα μόνα «όπλα» στη «μάχη» της μείωσης του εμπορικού ελλείμματος, που το 2022 κατέγραψε ρεκόρ 14 ετών. Η διεύρυνση του εμπορικού ελλείμματος στα 38,4 δις ευρώ με ρυθμούς 50,7% αποτελεί αιτία προβληματισμού με στόχο τη μείωσή του. Παρά ταύτα, οι ελληνικές εξαγωγές διατήρησαν το θετικό τους πρόσημο το 2022 σημειώνοντας ιστορικό ρεκόρ. Η δύναμη των αριθμών είναι εκείνη που πρέπει να μας σπρώξει σε μία νέα δυναμική εξαγωγική πολιτική υπό την προϋπόθεση ενός σταθερού πολιτικού και οικονομικού περιβάλλοντος, που απαιτείται, ώστε οι ελληνικές εξαγωγές να μπορέσουν να συνεχίσουν να συμβάλουν στη σταθεροποίηση και ανάκαμψη της ελληνικής οικονομίας.

Στο πεδίο του «εξαγωγικού ανταγωνισμού» δεν υπάρχει η πολυτέλεια του εφησυχασμού και της συνέχισης των μέχρι σήμερα δοκιμασμένων πρακτικών, αλλά προβάλλει αδήριτη αναγκαιότητα **καλλιέργειας μιας νέας κουλτούρας** ικανής να προσδώσει δυναμική, αλλά και να ανοίξει την «βεντάλια» των εξαγωγίμων προϊόντων. Η καλλιέργεια, λοιπόν, αυτής της νέας κουλτούρας **πρέπει να είναι το επίκεντρο δράσεων που πρέπει να αναπτύξει άμεσα η Επιμελητηριακή κοινότητα** αξιοποιώντας τη συσσωρευμένη γνώση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των εξαγωγικών επιχειρήσεων που έχει υπό την ομπρέλα της, προτάσσοντας τα θετικά στοιχεία, αλλά και αναδεικνύοντας άλλα στοιχεία, που μπορεί να οδηγήσουν σε συνέργειες εξαγωγικού χαρακτήρα μεταξύ επιχειρήσεων στην Ελλάδα, και όχι μόνο. Πρόσφατα, στο πλαίσιο ειδικής εκδήλωσης στο Ε.Β.Ε.Π., γνωστός Έλληνας εφοπλιστής που έχει επενδύσει στον υπό αναζωογόνηση ναυπηγικό τομέα της χώρας, αναφερόμενος στις **συνέργειες**, τόνισε χαρακτηριστικά ότι «ένα και ένα, δεν κάνουν δύο, αλλά τρία» καθιστώντας έτσι σαφή τον στόχο της ανάπτυξης των συνεργειών, ώστε να είναι κερδοφόρα και αποδοτική η όποια προσπάθεια. Η Επιμελητηριακή κοινότητα οφείλει να απαλείψει τα «φοβικά σύνδρομα» τα οποία ενδεχομένως υπάρχουν και λειτουργούν ανασχετικά στη διάθεση συνεργασίας, κυρίως με «ξένες», εκτός Ελλάδος, επιχειρήσεις, για την από κοινού ανάπτυξη εξαγωγικών δράσεων. Ένα καλό ελληνικό προϊόν μπορεί να **«κουμπώσει»** με ένα άλλο προϊόν και να δημιουργηθεί μια νέα υπεραξία. Δεν πρέπει να **σκεφτόμαστε «μονοδιάστατα»** στις εξαγωγές.

Γνωρίζουμε πολύ καλά ότι η πρόσβαση σε διεθνείς σύγχρονες πρακτικές διασφαλίζει τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεών μας και οφείλουμε να επεκταθούμε σε ξένες αγορές και να σφυρηλατήσουμε νέες εμπορικές σχέσεις. Η πραγματοποίηση αυτού του στόχου αποτελεί μονόδρομο ανάπτυξης και απαιτεί συντονισμένες προσπάθειες, υπομονή, επιμονή, συνέπεια και, κυρίως, καλή γνώση του μεταβαλλόμενου οικονομικού περιβάλλοντος, τόσο στη χώρα μας, όσο και σε πολλές άλλες χώρες.

Η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας επιβάλλει στην επιχειρηματική κουλτούρα να ενυπάρχουν εξαγωγικές δραστηριότητες. Τα ελληνικά προϊόντα δεν στερούνται ποιοτικών χαρακτηριστικών σε σύγκριση με ομοειδή «ανταγωνιστικά» τους ενώ, σε πολλές των περιπτώσεων, είναι και υπέρτερα. Ωστόσο, η εξαγωγική κουλτούρα, για μία σειρά λόγους που σχετίζονται με το περιβάλλον της ελληνικής οικονομίας, δεν καλλιεργήθηκε όσο θα έπρεπε. Ούτε εμπεδώθηκαν στις διεθνείς αγορές τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των ελληνικών προϊόντων, ώστε να αυξηθεί η ζήτηση και αντίστοιχα η παραγωγή τους. Σήμερα, οφείλουμε να κατανοήσουμε ότι η καινοτομία

και η υψηλή ποιότητα είναι στοιχεία που πρέπει να χαρακτηρίζουν οριζόντια το σύνολο της εξωστρεφούς ελληνικής οικονομίας.

Το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Πειραιώς **έχει προτάξει** στην πολιτική ενίσχυσης των εξαγωγικών δραστηριοτήτων τα στοιχεία της **ποιότητας** αλλά και της **καινοτομίας**, της με την καλή έννοια του όρου «πατέντα», αλλά και των συνεργειών που μπορούν να δημιουργηθούν μεταξύ επιχειρήσεων. Εδώ έρχεται και η **εξωστρέφεια** την οποία, επίσης, το Επιμελητήριο έχει προτάξει ως πολιτική, καθώς υποστηρίζει ότι η ανταγωνιστικότητα, μέσω εξωστρέφειας, αποτελεί παράγοντα ζωτικής σημασίας σε ό,τι αφορά τη χάραξη αναπτυξιακής στρατηγικής για τις επιχειρήσεις που θέλουν να διαφυλάξουν τη βιωσιμότητά τους. Η εξωστρέφεια είναι ένα μεγάλο κεφάλαιο, το οποίο πιστεύω ότι θα πρέπει να καλλιεργηθεί περισσότερο **με τους νέους επιχειρηματίες να είναι «μπροστάρηδες»** σε μία προσπάθεια τόσο εκπαίδευσης για τους νέους στο επιχειρείν, όσο και μετεκπαίδευσης για τους παλαιότερους επιχειρηματίες.

Στην καλλιέργεια της εξαγωγικής κουλτούρας θα πρέπει να ενυπάρχει και το **ψηφιακό στοιχείο**. Οι ελληνικές επιχειρήσεις, ανεξαρτήτως μεγέθους, θα πρέπει να καταστήσουν ορατή την παρουσία τους στο διαδίκτυο και τις ψηφιακές πλατφόρμες. Να παρουσιάσουν τις δεξιότητές τους, αλλά και τα προϊόντα τους, μη φοβούμενες να «εκτεθούν» σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον. Κατά συνέπεια, η ψηφιοποίηση είναι ο «ακρογωνιαίος λίθος» του εξαγωγικού πυλώνα στον οποίο θα πρέπει να στηριχθεί η ελληνική επιχείρηση.

Η Επιμελητηριακή κοινότητα έχει την εμπειρία στο να δώσει έναν νέο βηματισμό στις εξαγωγές. Και αυτή εμπειρία είναι πολύτιμη.