

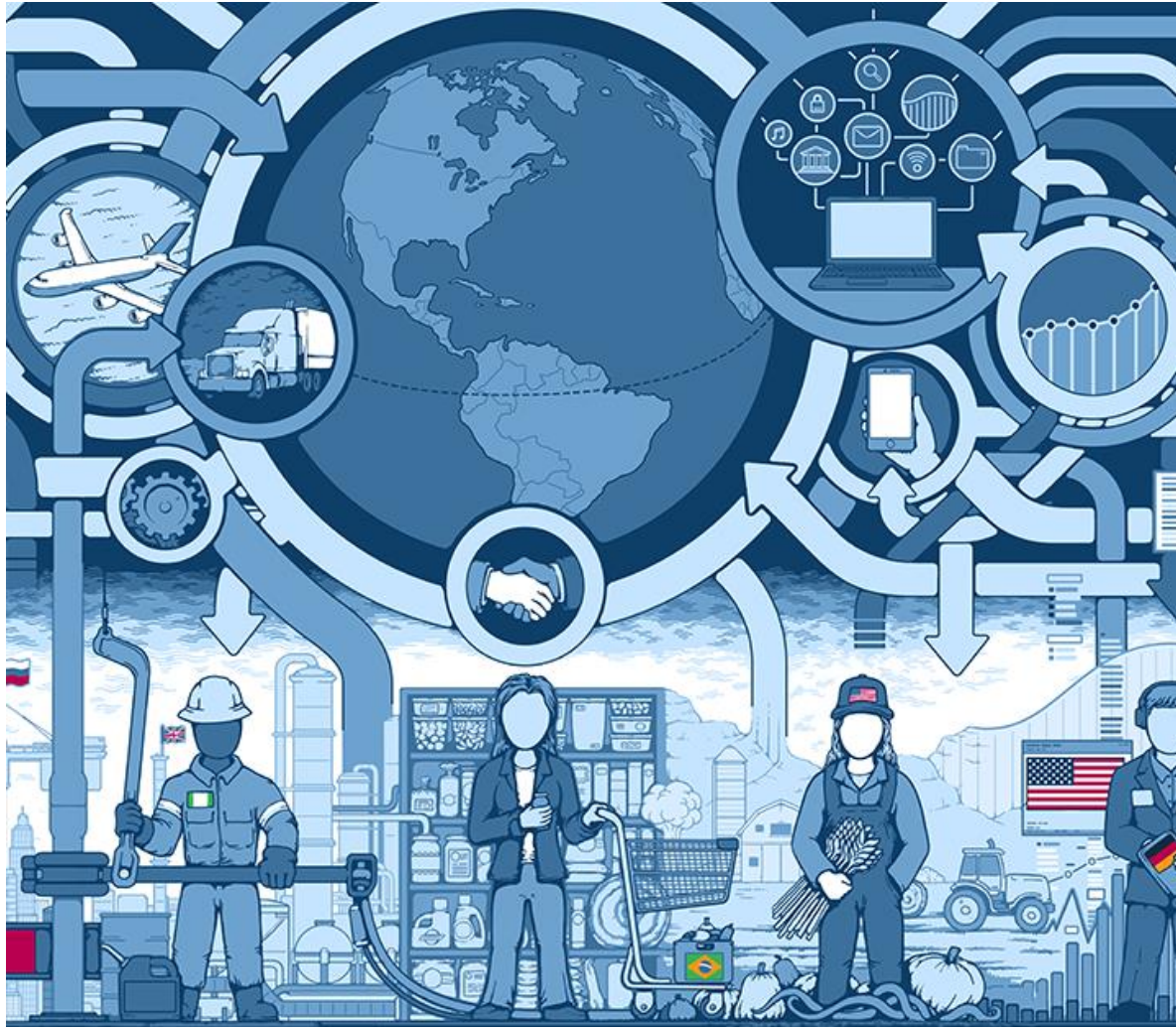
The background of the slide is a historical painting depicting a bustling harbor or public square. On the left, a tall, fluted column stands on a tiered base. In the center, a large red speech bubble contains white text. On the right, a grand classical building with columns and a pediment is visible. The foreground is filled with numerous figures in period clothing, engaged in various activities, suggesting a busy marketplace or port.

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

ΣΕ ΜΙΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΑΓΟΡΑ 3

3.1 Παγκοσμιοποίηση

- Βιομηχανική
- Χρηματοπιστωτική
- Πολιτική
- Πληροφοριακή
- Πολιτιστική



Παγκοσμιοποίηση - Παράμετροι

Είναι η “αυτονόμηση & αυθυπαρξία” όλων εκείνων των παραμέτρων (οικονομία, επικοινωνία, τεχνολογία, πολιτιστικά κλπ) οι οποίες μέχρι πρόσφατα (μερικές δεκαετίες) «επεδίωκαν» να έχουν σύνορα μέσα σε ένα κράτος - προστάτη.

- Παράμετροι που τείνουν να ελευθερώνονται και να διαχέονται, ακολουθώντας την παγκοσμιοποίηση, είναι το *εμπόριο, η κοινωνική δομή, η τεχνολογία, η κουλτούρα, το πολιτικό σύστημα, η γνώση* κλπ.

Ο όρος συχνά χρησιμοποιείται στην επιχειρηματολογία για την ανάγκη μιας νέας καθολικού τύπου «ηγεμονίας» στον κόσμο.

Ορισμός

Ένας τυπικός, αν και περιοριστικός, ορισμός είναι αυτός που δίνει το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, ο οποίος δίνει έμφαση στην αυξανόμενη οικονομική αλληλεξάρτηση των χωρών παγκόσμια μέσω του αυξανόμενου όγκου και ποικιλίας διεθνών συναλλαγών αγαθών και υπηρεσιών, της ελεύθερης ροής κεφαλαίου διεθνώς, και της γρήγορης και ευρείας διάχυσης της τεχνολογίας.

Η παγκοσμιοποίηση είναι η εξάπλωση - διάδοση προϊόντων, τεχνολογίας, πληροφοριών και θέσεων εργασίας πέρα από τα εθνικά σύνορα και τους πολιτισμούς. Με οικονομικούς όρους, περιγράφει μια αλληλεξάρτηση των εθνών σε όλο τον κόσμο που καλλιεργείται μέσω του ελεύθερου εμπορίου

- Η παγκοσμιοποίηση είναι η **«εξάπλωση» προϊόντων, τεχνολογίας, πληροφοριών και θέσεων εργασίας** σε όλα τα έθνη.
- Οι εταιρείες στις ανεπτυγμένες χώρες μπορούν να αποκτήσουν **ανταγωνιστικό πλεονέκτημα** μέσω της παγκοσμιοποίησης.
- Οι αναπτυσσόμενες χώρες επωφελούνται επίσης από την παγκοσμιοποίηση, καθώς τείνουν να είναι **πιο αποδοτικές ως προς το κόστος** και ως εκ τούτου να προσελκύουν θέσεις εργασίας.
- Τα **οφέλη της παγκοσμιοποίησης αμφισβητήθηκαν**, καθώς τα θετικά αποτελέσματα δεν κατανέμονται απαραίτητα εξίσου.
- Ένα σαφές αποτέλεσμα της παγκοσμιοποίησης είναι **ότι μια οικονομική ύφεση σε μια χώρα μπορεί να δημιουργήσει ένα φαινόμενο ντόμινο μέσω των εμπορικών εταίρων της**.

Κατανοώντας την παγκοσμιοποίηση



- Οι εταιρείες αποκτούν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε «πολλαπλά μέτωπα» μέσω της παγκοσμιοποίησης.
- Μπορούν να μειώσουν το λειτουργικό κόστος κατασκευάζοντας στο εξωτερικό,
- να αγοράσουν πρώτες ύλες πιο φθηνά λόγω της μείωσης ή της κατάργησης των δασμών και
- κυρίως, αποκτούν πρόσβαση σε εκατομμύρια νέους καταναλωτές.

Κατανοώντας την παγκοσμιοποίηση

Η παγκοσμιοποίηση είναι ένα κοινωνικό, πολιτιστικό, πολιτικό και νομικό φαινόμενο: Τάσεις >>>

- **Κοινωνικά**, οδηγεί σε μεγαλύτερη αλληλεπίδραση μεταξύ διαφόρων πληθυσμών.
- **Πολιτισμικά**, η παγκοσμιοποίηση αντιπροσωπεύει την ανταλλαγή ιδεών, αξιών και καλλιτεχνικής έκφρασης μεταξύ των πολιτισμών.
- Η παγκοσμιοποίηση αντιπροσωπεύει επίσης μια τάση προς την ανάπτυξη **ενός ενιαίου παγκόσμιου πολιτισμού**.
- Πολιτικά, η παγκοσμιοποίηση έχει στρέψει την προσοχή **σε διακυβερνητικούς οργανισμούς** όπως τα Ηνωμένα Έθνη (ΟΗΕ) και ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου (ΠΟΕ).
- Νομικά, η παγκοσμιοποίηση έχει αλλάξει τον **τρόπο** δημιουργίας και επιβολής του **διεθνούς δικαίου**.

Παγκοσμιοποίηση - Πλεονεκτήματα

- Οι υποστηρικτές της παγκοσμιοποίησης πιστεύουν ότι επιτρέπει στις αναπτυσσόμενες χώρες να «τρέξουν» και να *φτάσουν τα βιομηχανικά έθνη* μέσω της αυξημένης μεταποίησης, της διαφοροποίησης, της οικονομικής επέκτασης και της βελτίωσης του βιοτικού επιπέδου.
- Η *εξωτερική ανάθεση (παραγωγής)* από εταιρείες φέρνει θέσεις εργασίας και τεχνολογία στις αναπτυσσόμενες χώρες (με φθηνό εργατικό), που τις βοηθούν να αναπτύξουν τις οικονομίες τους.
- Οι εμπορικές πρωτοβουλίες αυξάνουν τις διασυνοριακές συναλλαγές με την άρση των περιορισμών από την πλευρά της προσφοράς και του εμπορίου.
- Η παγκοσμιοποίηση έχει προωθήσει την **κοινωνική δικαιοσύνη** και σε διεθνή κλίμακα, και οι υποστηρικτές αναφέρουν ότι έχει επικεντρώσει την προσοχή στα *ανθρώπινα δικαιώματα παγκοσμίως*, τα οποία διαφορετικά θα είχαν αγνοηθεί σε μεγάλη κλίμακα.

Παγκοσμιοποίηση - Μειονεκτήματα

- Ένα σαφές αποτέλεσμα της παγκοσμιοποίησης είναι ότι μια οικονομική ύφεση σε μια χώρα μπορεί να δημιουργήσει ένα φαινόμενο ντόμινο μέσω των εμπορικών εταίρων της. Για παράδειγμα, η οικονομική κρίση του 2008 είχε σοβαρό αντίκτυπο στην Πορτογαλία, την Ιρλανδία, την Ελλάδα και την Ισπανία. Όλες αυτές οι χώρες ήταν μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η οποία έπρεπε να παρέμβει για να διασώσει κράτη με χρέη, τα οποία στη συνέχεια ήταν γνωστά με το ακρωνύμιο PIGS.
- Οι επικριτές της παγκοσμιοποίησης υποστηρίζουν ότι έχει δημιουργήσει μια συγκέντρωση πλούτου και δύναμης στα χέρια μιας μικρής επιχειρηματικής ελίτ που μπορεί να «καταβροχθίσει» μικρότερους ανταγωνιστές σε όλο τον κόσμο.
- Η παγκοσμιοποίηση έχει γίνει ένα πολωτικό ζήτημα στις ΗΠΑ με την εξαφάνιση ολόκληρων βιομηχανιών (και μετακόμισης τους) σε νέες τοποθεσίες στο εξωτερικό. Θεωρείται σημαντικός παράγοντας στην οικονομική συμπίεση της μεσαίας τάξης.

Παγκοσμιοποίηση - Ουδέτερο

➤ Καλώς και κακώς, η παγκοσμιοποίηση αύξησε επίσης την “ομογενοποίηση”.

Τα brands Starbucks, Nike και Gap κυριαρχούν στον εμπορικό χώρο σε πολλές χώρες. Το τεράστιο μέγεθος και η εμβέλεια των ΗΠΑ έχουν κάνει την πολιτιστική ανταλλαγή μεταξύ των εθνών σε μεγάλο βαθμό μια μονόπλευρη υπόθεση (δυτικός κόσμος, δυτικό lifestyle).

Σχολιασμός: Καλή ή κακή η Παγκοσμιοποίηση ?

- Οι υποστηρικτές της παγκοσμιοποίησης θα επισημάνουν τη δραματική μείωση της φτώχειας που έχει σημειωθεί σε όλο τον κόσμο τις τελευταίες δεκαετίες, την οποία πολλοί οικονομολόγοι αποδίδουν εν μέρει στην αύξηση του εμπορίου και των επενδύσεων μεταξύ των εθνών.
- Ομοίως, θα υποστηρίξουν ότι η παγκοσμιοποίηση επέτρεψε σε προϊόντα και υπηρεσίες όπως τα κινητά τηλέφωνα, τα αεροπλάνα και η τεχνολογία των πληροφοριών να διαδοθούν πολύ ευρύτερα σε όλο τον κόσμο.
- ❖ Από την άλλη πλευρά, οι επικριτές της παγκοσμιοποίησης θα επισημάνουν τον αρνητικό αντίκτυπο που είχε σε βιομηχανίες συγκεκριμένων εθνών, οι οποίες ενδέχεται να αντιμετωπίσουν αυξημένο ανταγωνισμό από διεθνείς εταιρείες.
- ❖ Η παγκοσμιοποίηση μπορεί επίσης να έχει αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις λόγω της οικονομικής ανάπτυξης, της εκβιομηχάνισης και των διεθνών ταξιδιών.

Είναι η παγκοσμιοποίηση Σημαντική ?

- Η παγκοσμιοποίηση είναι σημαντική γιατί είναι μια από τις πιο ισχυρές δυνάμεις που επηρεάζουν τον σύγχρονο κόσμο, τόσο πολύ που μπορεί να είναι δύσκολο να κατανοήσει κανείς τον κόσμο χωρίς να κατανοήσει την παγκοσμιοποίηση.

Για παράδειγμα, πολλές από τις μεγαλύτερες και πιο επιτυχημένες εταιρείες στον κόσμο είναι στην πραγματικότητα πραγματικά πολυεθνικοί οργανισμοί, με γραφεία και αλυσίδες εφοδιασμού σε όλο τον κόσμο. Αυτές οι εταιρείες δεν θα μπορούσαν να υπάρχουν αν δεν υπήρχε το πολύπλοκο δίκτυο εμπορικών οδών, οι διεθνείς νομικές συμφωνίες και οι τηλεπικοινωνιακές υποδομές που κατέστησαν δυνατές μέσω της παγκοσμιοποίησης.

Σημαντικές πολιτικές εξελίξεις, όπως η συνεχιζόμενη εμπορική σύγκρουση μεταξύ των Ηνωμένων Πολιτειών και της Κίνας, σχετίζονται επίσης άμεσα με την παγκοσμιοποίηση.

Πλεονεκτήματα

- *Προσδόκιμο ζωής:* Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας το προσδόκιμο της ζωής από τα 48 χρόνια που ήταν το 1955, θα φτάσει τα 73 χρόνια το 2025. Κυρίως λόγω της ανόδου στον Τρίτο Κόσμο.
- *Παιδική θνησιμότητα:* Το 1990 πέθαιναν στον Τρίτο Κόσμο 109 ανά 1.000 παιδιά έως πέντε ετών. Το σημερινό ποσοστό είναι 61 τοις χιλίοις.
- *Αναλφαβητισμός:* Σύμφωνα με την UNESCO, το 1970 το ποσοστό των αναλφάβητων ενηλίκων στον κόσμο ήταν 37%. Σήμερα μόνο 18% δεν γνωρίζουν γραφή και ανάγνωση. Τα 2/3 αυτών είναι γυναίκες και αφορά χώρες που η εκπαίδευση γυναικών θεωρείται «αμάρτημα».
- *Δημοκρατία:* Ο αριθμός των δημοκρατικών χωρών αυξήθηκε τα τελευταία τριάντα χρόνια από 46 σε 90. Παρ' όλα αυτά, μόνο το 46% του παγκόσμιου πληθυσμού ζει σε καθεστώς ελευθερίας.

Μειονεκτήματα

- *Φαινόμενο θερμοκηπίου:* Η οικονομική ανάπτυξη του Τρίτου Κόσμου έχει σοβαρό περιβαλλοντικό κόστος. Η Κίνα μόνο καίει 2 δισ. τόνους κάρβουνου τον χρόνο και μέχρι το 2016 θα φτάσει τους 4 δισ. τόνους. Οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα αυξήθηκαν την περίοδο 2000-2004 περισσότερο από τις χειρότερες προβλέψεις των επιστημόνων, κάτι που τους κάνει να πιστεύουν ότι τα αέρια που συντελούν στη δημιουργία του θερμοκηπίου θα αυξηθούν κατά 25 - 90% μέχρι το 2030. Οι εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα το 2006 έμειναν σταθερές στην Ε.Ε., μειώθηκαν κατά 1,4% στις ΗΠΑ, αλλά αυξήθηκαν αλματωδώς στην Κίνα σε σημείο να υπερβαίνει τις εκπομπές από τις ΗΠΑ κατά 8%.

Εξεπρασμένες απόψεις?

Πλεονεκτήματα

- *Πόλεμοι:* Η προφητεία του Economist ότι δεν θα υπάρξει ποτέ πολεμική σύγκρουση μεταξύ χωρών που έχουν McDonalds μοιάζει να επιβεβαιώνεται. Το 1991 γίνονταν 52 πόλεμοι σε όλο τον κόσμο, πέρυσι 31. Ακόμη και η Αφρική, ζει πιο ειρηνικά. Σήμερα υπάρχουν πέντε ένοπλες συγκρούσεις έναντι 16 (το ανώτατο) του 2002.

- *Ισότητα φύλων:* Σύμφωνα με το Διεθνές Γραφείο Εργασίας, η ισότητα των δύο φύλων προχωρά αργά, αλλά σταθερά. Το 1995 οι γυναίκες κατείχαν μόνο το 25,6% των υψηλών θέσεων στην πολιτική και στις επιχειρήσεις. Σήμερα αυτό το ποσοστό έχει φτάσει στο 28,3%. Η πολιτική όμως δεν ακολουθεί με την ταχύτητα που κινείται ο κόσμος. Ενώ το 57% των εργαζομένων είναι γυναίκες, μόνο 17% από τα μέλη όλων των Κοινοβουλίων του ελεύθερου κόσμου είναι γυναίκες.

Μειονεκτήματα

- *Διαφθορά:* Δύο από τα 66 τρισ. του πλούτου που παράγεται παγκοσμίως ελέγχεται από το οργανωμένο έγκλημα. Οι δωροδοκίες κυβερνητικών αξιωματούχων και δημόσιων λειτουργών το περασμένο έτος υπολογίζονται στο αστρονομικό ποσό του ενός τρισεκατομμυρίων δολαρίων. Από αυτό το ποσό 20-40 δισ. δολάρια είναι δωροδοκίες πολιτικών σε αναπτυσσόμενες χώρες και 60 - 80 δισ. σε αναπτυγμένες.

- *Σκλαβοπάζαρα:* Σήμερα υπάρχουν περισσότεροι σκλάβοι στον κόσμο, απ' όσους υπήρχαν ποτέ στην ιστορία του ανθρώπινου γένους, ακόμη και από τον 18ο αιώνα που το αφρικανικό δουλεμπόριο είχε φτάσει στο αποκορύφωμά του. Υπολογίζεται ότι σήμερα 12,3 - 27 εκατ. (κυρίως) γυναίκες της Ανατολικής Ασίας στερούνται των βασικών τους δικαιωμάτων.

Πλεονεκτήματα

- *Διαδίκτυο:* Ένα δισεκατομμύριο άνθρωποι (17,5% του παγκόσμιου πληθυσμού) είναι σήμερα συνδεδεμένοι στο internet. Οι νέες τεχνολογίες επεκτείνονται ταχύτατα στον Τρίτο Κόσμο και οι παραγγελίες του «υπολογιστή των 100 δολαρίων» (θα κοστίζει, για την ακρίβεια, 178\$) δείχνουν ότι θα πρέπει να περιμένουμε έκρηξη στις συνδέσεις.

Ξεπερασμένες απόψεις?

Μειονεκτήματα

- *Ψηφιακή αποθήκευση:* Όσο κι αν φανεί περίεργο, ένα από τα βασικά προβλήματα που θα αντιμετωπίσει άμεσα η ανθρωπότητα είναι η ψηφιακή αποθήκευση των δεδομένων που θα παράγει. Σύμφωνα με την International Data Corporation, το 2006 ο κόσμος παρήγαγε 161 δισ. gigabyte πληροφορίας ενώ είχε χώρους αποθήκευσης 185 δισ. gigabyte. Με την διασύνδεση όλο και περισσότερων ανθρώπων στο διαδίκτυο, την έλευση του YouTube, και των καμερών επιτήρησης, την εξέλιξη των αρχείων του δημοσίου και ιδιωτικών επιχειρήσεων το 2010 θα χρειαστούν αποθηκευτικοί χώροι 988 δισ. gigabyte ενώ θα υπάρχουν διαθέσιμα μόνο 601 δισ. Το ένα τρίτο της ψηφιακής ανθρώπινης γνώσης θα χαθεί για πάντα.

3.2 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ

- Το Οικονομικό Περιβάλλον
- Το Κοινωνικό και Πολιτιστικό Περιβάλλον
- Το Πολιτικό και Νομικό Περιβάλλον
- Διεθνής Έρευνα Αγοράς

Οι διάφορες αγορές του εξωτερικού μπορεί να διαφέρουν σε μεγάλο βαθμό σε σχέση με το στάδιο της οικονομικής τους ανάπτυξης. Έτσι είναι σημαντικό να καθορισθεί το επίπεδο της οικονομικής ανάπτυξης των χωρών που αποβλέπει να λειτουργήσει η επιχείρηση, μια που αυτή θα ορίσει και το είδος των αναγκών που θα πρέπει να ικανοποιηθούν. Με βάση το κριτήριο της βιομηχανικής δομής οι οικονομίες των διαφόρων χωρών μπορούν να διακριθούν ως εξής:

Οικονομίες επιβίωσης: σε μια οικονομία επιβίωσης η τεράστια πλειοψηφία των ανθρώπων ασχολείται με την απλή γεωργία. Καταναλώνουν το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής τους και ανταλλάσσουν το υπόλοιπο μέρος με απλά προϊόντα και υπηρεσίες. Προσφέρουν ελάχιστες ευκαιρίες αγοράς.

Εξαγωγικές οικονομίες α' υλών: οι οικονομίες αυτές είναι πλούσιες σε ένα ή περισσότερους φυσικούς πόρους, αλλά είναι φτωχές σε άλλα πράγματα. Το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων τους προέρχεται από την εξαγωγή αυτών το πόρων. Παραδείγματα αποτελούν η Χιλή(ψευδάργυρο και χαλκό), το Κονγκό (χαλκός, κοβάλτιο και καφές), η Σαουδική Αραβία (πετρέλαιο). Οι χώρες αυτές είναι καλές αγορές για μεγάλα μηχανήματα, εργαλεία και προμήθειες, καθώς και για φορτηγά. Εάν υπάρχουν πολλοί αλλοδαποί κάτοικοι και μια πλούσια ανώτερη τάξη, τότε αποτελούν καλές αγορές για προϊόντα πολυτελείας.

Το Οικονομικό Περιβάλλον

Προς εκ-βιομηχανοποίηση οικονομίες:

Σε μια τέτοια οικονομία, η μεταποίηση αντιστοιχεί στο 10-20% της οικονομίας της χώρας.

Παραδείγματα αποτελούν η Αίγυπτος, Ινδία και Βραζιλία. Καθώς αυξάνει η μεταποίηση, η χώρα χρειάζεται περισσότερους εισαγωγές Α' υλών στην υφαντουργία, σε χάλυβα, και βαριά μηχανήματα και λιγότερες σε έτοιμα υφάσματα, προϊόντα χάρτου και αυτοκίνητα.

Η βιομηχανοποίηση δημιουργεί συνήθως μια νέα πλούσια τάξη και μια αναπτυσσόμενη μεσαία τάξη, που και οι δυο έχουν ανάγκη νέων τύπων εισαγόμενων προϊόντων.

Βιομηχανικές οικονομίες:

Οι βιομηχανικές οικονομίες είναι μεγάλοι εξαγωγείς βιομηχανικών προϊόντων, υπηρεσιών και επενδυτικών κεφαλαίων. Εμπορεύονται αγαθά μεταξύ τους και επίσης τα εξάγουν σε άλλου τύπου οικονομίες ως ενδιάμεσα / ημιτελή προϊόντα. Οι ποικίλες βιομηχανικές δραστηριότητες αυτών των χωρών και η μεγάλη τους μεσαία τάξη τις καθιστούν πλούσιες αγορές για όλα τα είδη των αγαθών.

Το Οικονομικό Περιβάλλον

Χρησιμοποιώντας το κριτήριο **του εθνικού εισοδήματος** οι χώρες μπορούν να διακριθούν ως ακολούθως:

- Χαμηλού επιπέδου
- Μεσαίου επιπέδου
- Υψηλού επιπέδου

Επίσης ένα τρίτο κριτήριο, είναι εκείνο **του κατά κεφαλήν εισοδήματος**. Με βάση αυτό το κριτήριο οι οικονομολόγοι κάνουν λόγο για τρεις κατηγορίες χωρών, : τις βιομηχανικές χώρες, τις αναπτυσσόμενες χώρες και τις υποανάπτυκτες (αν και οι συγκεκριμένες τιμές του κατά κεφαλήν εισοδήματος μεταβάλλονται πολύ συχνά).

Το Κοινωνικό και Πολιτιστικό Περιβάλλον

- Το κοινωνικό και πολιτιστικό περιβάλλον που επιδρά σημαντικά *στη συμπεριφορά του καταναλωτή* και επηρεάζει άμεσα *το σχεδιασμό του προγράμματος μάρκετινγκ* δεν μπορεί παρά να έχει μια πιο σημαντική σημασία στο χώρο του διεθνούς εμπορίου.
- Αυτό οφείλεται στο ότι το κοινωνικό – πολιτιστικό περιβάλλον σχετίζεται με το *σύνολο των αξιών, πεποιθήσεων και συμβολικών εννοιών* που μεταβιβάζονται από τη μια γενιά στην άλλη και που μπορεί να μεταβληθούν με πολύ αργό ρυθμό με τη πάροδο του χρόνου.
- Επιπλέον δεν θα πρέπει να παραβλέπεται όταν αναλύονται οι διάφορες αγορές του εξωτερικού ότι μέσα σε αυτές μπορεί να ξεχωρίζουν *ιδιαίτερα πολιτιστικά υποσυστήματα*, όπως είναι το ξεχωριστό πολιτιστικό περιβάλλον που διακρίνει σήμερα όλες τις σύγχρονες μεγαλουπόλεις (lifestyles – στάσεις και τάσεις ζωής).

Το Κοινωνικό και Πολιτιστικό Περιβάλλον

Μερικά ενδεικτικά παραδείγματα πολιτιστικών διαφορών που υπάρχουν στις διαφορετικές χώρες με σημαντικές επιπτώσεις στο διεθνές εμπόριο είναι οι παρακάτω:

- Οι μουσουλμάνοι δεν τρώνε χοιρινό για θρησκευτικούς λόγους.
- Οι γυναίκες στην Τανζανία δεν δίνουν στα παιδιά τους αυγά γιατί πιστεύεται ότι θα τους παραμορφώσουν τα φυσικά χαρακτηριστικά τους.
- Το κόκκινο χρώμα είναι δημοφιλές χρώμα στην αγορά της Κίνας, αλλά δεν συμβαίνει το ίδιο με αυτό το χρώμα σε αρκετές χώρες τις Αφρικής.
- Το Nona της Chevrolet δεν είναι κατάλληλο όνομα μάρκας για την Ισπανία, επειδή το No να σημαίνει στα Ισπανικά «δεν περπατάει».
- Στη Ταϋλάνδη εισάγεται ένα φαρμακευτικό προϊόν σε πράσινο πακέτο. Η αποτυχία είναι πλήρης και αυτό γιατί το πράσινο χρώμα σε αυτή τη χώρα συμβολίζει τις διάφορες τοπικές αρρώστιες

Το Πολιτικό και Νομικό Περιβάλλον

Οι πολιτικοί και νομικοί παράγοντες που επικρατούν σε μια χώρα επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό τις αποφάσεις που λαμβάνονται στα πλαίσια του διεθνούς εμπορίου.

- Όσον αφορά το πολιτικό παράγοντα κατά αρχήν, ένα θέμα το οποίο ενδιαφέρει είναι το πολιτικό σύστημα το οποίο υπάρχει σε μία χώρα. Σήμερα, με την κατάρρευση των καθεστώτων στις χώρες του πρώην ανατολικού μπλοκ, τα υπάρχοντα πολιτικά συστήματα στις διάφορες χώρες, τείνουν προς μια μεγαλύτερη ομοιομορφία.

Δυο άλλα σημεία σε σχέση με το πολιτικό παράγοντα τα οποία είναι απαραίτητο να εξεταστούν διεξοδικά από τη διεθνή επιχείρηση είναι η κατανόηση ότι:

- a) πρώτον σε αρκετές χώρες η ανάμιξη των κυβερνήσεων στην οικονομική ζωή είναι πάρα πολύ μεγάλη, και
- b) δεύτερον, σε πολλές χώρες υπάρχει μεγάλη οικονομική αστάθεια πράγμα που κάνει το διεθνές εμπόριο ένα πολύ τολμηρό εγχείρημα.

Το Πολιτικό και Νομικό Περιβάλλον

Συγκεκριμενοποιώντας τα πράγματα μπορούμε να πούμε ότι οι κυβερνήσεις των διαφόρων χωρών επηρεάζουν τις δραστηριότητες του εμπορίου με τους ακόλουθους τρόπους:

- θέτοντας δασμούς ή άλλους φόρους στις εισαγωγές
- θεσπίζοντας ποσοτώσεις ή άλλους περιορισμούς στις εισαγωγές πολλών προϊόντων
- θέτοντας περιορισμούς στο συνάλλαγμα, το οποίο μπορεί να εξάγει μια εταιρεία (για να εισάγει προϊόντα)
- καθορίζοντας ανώτερες τιμές στα πωλούμενα εντός της χώρας προϊόντα.

Σε ορισμένες περιπτώσεις οι κυβερνήσεις διαφόρων χωρών προσφέρουν κίνητρα σε ξένες επιχειρήσεις να κάνουν επενδύσεις, σε άλλες χώρες όμως θέτουν εμπόδια στη λειτουργία ξένων επιχειρήσεων. Επίσης πολιτικές αναταραχές ή αλλαγές είναι δυνατόν να δημιουργήσουν κινδύνους ή ευκαιρίες σε ξένους επενδυτές.

Το Πολιτικό και Νομικό Περιβάλλον



- Οι διαφορές στο πολιτικό πλαίσιο και κλίμα μεταξύ των χωρών αντανακλώνται τελικά και στη νομοθεσία τους. Μια πολυεθνική επιχείρηση πρέπει να αντιμετωπίσει το νομικό παράγοντα σε τρία επίπεδα.
 - 1. Το πρώτο επίπεδο αναφέρεται στη νομοθεσία που υπάρχει στη χώρα που εδρεύει η επιχείρηση (χώρα βάσης ή προέλευσης).
 - 2. Το δεύτερο επίπεδο αναφέρεται στις εθνικές νομοθεσίες των χωρών όπου πουλά (χώρες στόχος - εθνικές αγορές)
 - 3. και το τρίτο επίπεδο αφορά τη νομοθεσία που υπάρχει και διαμορφώνεται διεθνώς και ιδιαίτερα μέσα σε συνασπισμούς πολιτικοοικονομικούς (περιφερειακά).

Δείκτες δυναμικού της αγοράς

Δημογραφικά	Κοινωνικό-πολιτιστικοί	Γεωγραφικά	Πολιτικοί & νομικοί	Οικονομικοί
χαρακτηριστικά	παράγοντες	χαρακτηριστικά	παράγοντες	παράγοντες
⇒ Μόρφωση	⇒ Τρόπος ζωής,	⇒ Κλίμα	⇒ Εθνικές	⇒ Μέγεθος και
⇒ Μέγεθος & αύξηση	πεποιθήσεις και	⇒ Μέγεθος χώρας	προτεραιότητες	αύξηση του ΑΕΠ
πληθυσμού	αξίες καταναλωτών	⇒ Πυκνότητα	⇒ Πολιτική	⇒ Κατανομή
⇒ Ηλικιακή σύνθεση	⇒ Επιχειρησιακά	πληθυσμού	σταθερότητα	εισοδήματος
πληθυσμού	πρότυπα και	⇒ Δομή μεταφορών	⇒ Στάση κυβέρνησης	⇒ Βιομηχανική
	προσεγγίσεις	και	έναντι παγκόσμιου	υποδομή
	⇒ Πολιτιστικά και	προσβασιμότητα	εμπορίου	⇒ Φυσικοί πόροι
	κοινωνικά πρότυπα	αγορών	⇒ Κρατική	⇒ Οικονομικοί και
	⇒ Γλώσσες		γραφειοκρατία	ανθρώπινοι πόροι
			⇒ Νομισματικοί &	
			εμπορικοί κανόνες	

Διεθνής Έρευνα Αγοράς

Η διεθνής έρευνα αγοράς έχει και μια σειρά προβλημάτων, συνηθισμένων μεν στην έρευνα αγοράς, αλλά κρισιμότερων διεθνώς.

1. Το πρώτο είναι το κατά πόσο γίνονται οι κατάλληλες ερωτήσεις, ώστε να βγαίνουν τα κατάλληλα συμπεράσματα. Το πρόβλημα αυτό είναι σοβαρό όταν ο ερευνητής δεν είναι ευαίσθητος στις τοπικές ιδιαιτερότητες.
2. Το δεύτερο πρόβλημα είναι το κατά πόσο η έρευνα βρίσκει το κατάλληλο δείγμα πληθυσμού. Ένα άλλο πρόβλημα είναι το κατά πόσον ο ερωτώμενος αντιλαμβάνεται τις ερωτήσεις όπως και ο ερευνητής. Για διάφορους λόγους (κακές μεταφράσεις, ιδιωτισμοί, προχειρότητα κλπ) οι απαντήσεις πολλές φορές δεν έχουν καμία σχέση με τις ερωτήσεις.
3. Το άλλο πρόβλημα είναι το κατά πόσο ο ερωτώμενος θέλει και μπορεί να απαντήσει στην έρευνα. Πολλές φορές ένα προφανές προϊόν ή υπηρεσία σε μια αγορά είναι εντελώς ακατάληπτο σε μια άλλη.
4. Τέλος, σε πολλές χώρες για διάφορους λόγους η ανεύρεση χαρακτηριστικών δειγμάτων που να επιτρέπουν αντικειμενική αποτύπωση της τοπικής αγοράς, αλλά και σύγκρισης της με άλλες, είναι πολύ δύσκολη.

Όλα αυτά τα προβλήματα είναι πολλές φορές δυσεπίλυτα και έτσι σε πολλές περιπτώσεις ο μάνατζερ του διεθνούς μάρκετινγκ μπορεί να έχει στη διάθεση του στοιχεία που δεν του δίνουν την δυνατότητα να πάρει σωστές αποφάσεις.

Διεθνής Έρευνα Αγοράς

Παραδοσιακά η βασική μονάδα έρευνας διεθνών αγορών ήταν η χώρα.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις με διεθνή παρουσία *είναι οργανωμένες γεωγραφικά κατά χώρες* και η έρευνα της αγοράς είναι ανάλογα οργανωμένη εκ των πραγμάτων.

Παρ' όλη την προφανή ευκολία της όμως η πρακτική αυτή έχει την τάση να θεωρεί μια χώρα ως ομογενή αγορά κάτι που δεν συμβαίνει στην πραγματικότητα (οι αγορές της Β. και Ν. Ιταλίας είναι κλασικό παράδειγμα οικονομικών και πολιτισμικών διαφορών, όπως επίσης οι διάφορες περιοχές των ΗΠΑ, και οι αστικές και αγροτικές περιοχές της Κίνας).

Το άλλο βασικό μειονέκτημα της συλλογής πληροφοριών ανά χώρα είναι ότι δεν ανακαλύπτει αναγκαστικά τις καλύτερες ευκαιρίες για ανάπτυξη της επιχείρησης.

Διεθνής Έρευνα Αγοράς

Με την παγκοσμιοποίηση της οικονομίας μια καλύτερη προσέγγιση είναι η θεώρηση προϊόντων και αγορών (ποια προϊόντα είναι ενδιαφέροντα για ποια τοπική αγορά) ανεξάρτητα χωρών (ανεξάρτητα από το εθνικό κριτήριο) – δηλαδή το κριτήριο δεν είναι το «εθνικό».

Με τον τρόπο αυτό ο μάνατζερ έχει το πλεονέκτημα σύγκρισης τοπικών αγορών ανεξάρτητα μεγέθους ή χώρας και σύμπτυξης τους σε μια μεγάλη ομοιογενή κατά το δυνατόν διεθνή αγορά. Οι κατασκευαστές διαφόρων προϊόντων πολυτελείας είναι κλασικό παράδειγμα του τρόπου αυτού. Οι επιχειρήσεις αυτές προσπαθούν να βρουν τις κατάλληλες ομάδες καταναλωτών σε διάφορες χώρες για να τις στοχεύσουν με κάποια ομοιόμορφη στρατηγική μάρκετινγκ. Η τάση στην παγκοσμιοποιημένη οικονομία, και στο βαθμό που το προϊόν ή υπηρεσία το επιτρέπουν, είναι να ακολουθείται η εξωτερική έρευνα αγοράς.

Ερωτήσεις ανακεφαλαίωσης & κατανόησης

3.2.1 Ποιες είναι οι βασικοί παράμετροι της παγκοσμιοποίησης ?

3.2.2 Αναφέρατε επιγραμματικά μερικά πλεονεκτήματα και μερικά μειονεκτήματα της παγκοσμιοποίησης (ενδεικτικά 3 από το καθένα)

3.2.3 Σε ποιες κατηγορίες διακρίνονται οι χώρες με βάση την οικονομική και βιομηχανική τους ανάπτυξη ?

3.2.4 Σχολιάστε ελεύθερα γιατί το κοινωνικό - πολιτιστικό περιβάλλον μπορεί να επηρεάζει σημαντικά το διεθνές εμπόριο και πως

3.2.5 Αναφέρατε – σχολιάστε δυσκολίες και προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο ερευνητής όταν μελετάει – ερευνά ξένες αγορές για στόχευση εμπορίου

3.3 ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

- Στόχοι διεθνούς εμπορικής πολιτικής
- Φορείς άσκησης εξωτερικής εμπορικής πολιτικής
- Εξωτερική εμπορική πολιτική
- Τα μέτρα εξωτερικής εμπορικής πολιτικής - Επιδοτήσεις

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

➤ Στόχοι διεθνούς εμπορικής πολιτικής

Ταξινομικοί στόχοι: δημιουργία πλαισίου για το διεθνές εμπόριο

- Απολύτως ελεύθερο εμπόριο
- Σχετικά ελεύθερο εξωτερικό εμπόριο (τομεακά, γεωγραφικά)
- Παρεμβατική εξωτερική εμπορική πολιτική
- Πεδίο ισχύος της εθνικής εξωτερικής εμπορικής πολιτικής

Διαδικαστικοί στόχοι: επηρεασμός διαδικασιών αγοράς

- Άμεσοι στόχοι: αύξηση εξαγωγών, μείωση εξαγωγών, μείωση εισαγωγών, αύξηση εισαγωγών
- Υπέρτεροι στόχοι: αύξηση της εθνικής παραγωγής και απασχόλησης, βελτίωση του ισοζυγίου πληρωμών, περιφερειακή ανάπτυξη, βελτίωση τεχνολογικών βάσεων της οικονομίας κλπ.
- Μη οικονομικοί στόχοι: δημόσια τάξη και ασφάλεια, προστασία υγείας, πολιτικοί στόχοι

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

➤ Στόχοι διεθνούς εμπορικής πολιτικής

- Αντιμετώπιση επιπτώσεων (Spill over effects) εθνικών εξωτερικών εμπορικών πολιτικών
- Αντιμετώπιση επιπτώσεων μέτρων εσωτερικής οικονομικής πολιτικής
- Αποφυγή της διεθνούς μετάδοσης του προστατευτισμού
- Αποφυγή κατάχρησης εμπορικής δύναμης
- Δημιουργία διεθνών τομεακών καθεστώτων
- Επιδίωξη αμοιβαιότητας και αντιμετώπιση του Free Riding
- Αντιμετώπιση πιέσεων οργανωμένων ομάδων συμφερόντων
- Δημιουργία ενός σταθερού και προβλέψιμου διεθνούς πλαισίου για κατανομή πόρων
- Επίλυση διαφορών
- «Αποπολιτικοποίηση» του διεθνούς εμπορίου ή επιδίωξη συλλογικών πολιτικών στόχων

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

➤ Φορείς άσκησης εξωτερικής εμπορικής πολιτικής

- -Εθνικό επίπεδο: Κοινοβούλιο, Κυβέρνηση, υπουργεία, οργανισμοί, επαγγελματικές και άλλες ενώσεις, επιχειρήσεις κ.α.
- -Περιφερειακό επίπεδο: Συμβούλιο υπουργών, Επιτροπή κ.α.
- -Πολυμερές επίπεδο: ΠΟΕ/GATT, UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development)



- Ελεύθερο εμπόριο ως «συμπλήρωμα» μιας ελεύθερης εθνικής οικονομίας

Πλεονεκτήματα

- Καταναλωτές: διεύρυνση των επιλογών, ανταγωνισμός τιμών και ποιοτήτων
- Παραγωγοί: διεύρυνση των δυνατοτήτων διάθεσης, αξιοποίηση οικονομιών κλίμακας, δημιουργία θέσεων εργασίας στον εξαγωγικό τομέα

Πλεονεκτήματα για εθνική οικονομία

- Εντατικοποίηση του ανταγωνισμού, ενίσχυση της τεχνικής προόδου
- Μη οικονομικά οφέλη
- Εξωτερική οικονομική ελευθερία ως τμήμα της πολιτικής ελευθερίας

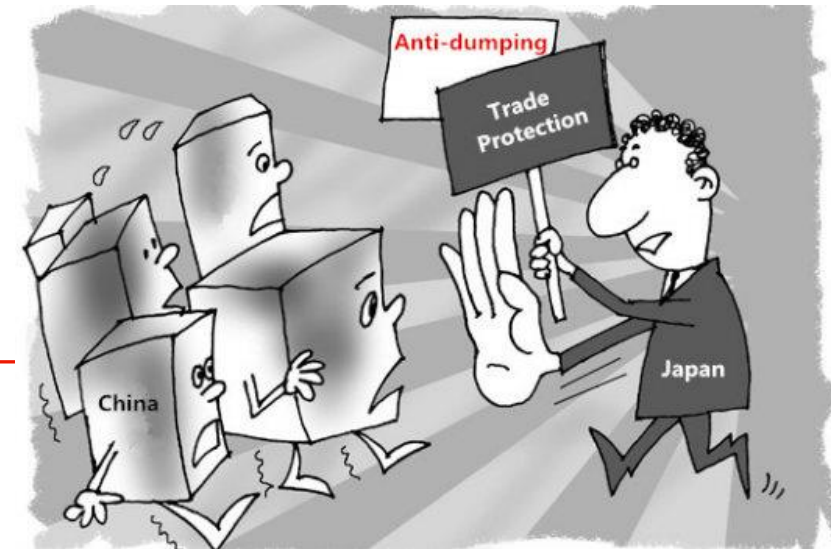
Κίνδυνοι:

- Κίνδυνοι για παραγωγούς: πίεση από εξωτερικό ανταγωνισμό, πίεση για συνεχή προσαρμογή, έξοδος από την αγορά, απώλεια θέσεων εργασίας
- Κίνδυνοι για εθνική οικονομία: εξάρτηση από εξωτερικό, διαρθρωτικές κρίσεις, κόστος προσαρμογής

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

- Εξωτερική εμπορική πολιτική ως «συμπλήρωμα» εθνικών παρεμβατικών πολιτικών
 - Άμβλυνση ή εξουδετέρωση εξωτερικού ανταγωνισμού
 - Διάκριση επιχειρήσεων εξωτερικού υπέρ εγχώριων παραγωγών
- Εξωτερική εμπορική πολιτική για «εξίσωση» οικονομικών πρακτικών της αλλοδαπής
 - Μέτρα κατά των επιδοτήσεων
 - Μέτρα αντί-ντάμπινγκ
 - Μέτρα για λόγους περιβαλλοντικής ή κοινωνικής προστασίας

Το **ντάμπινγκ (Dumping)** αναφέρεται στην πρακτική των επιχειρήσεων να πωλούν προϊόντα στο εξωτερικό σε τιμές χαμηλότερες από το κόστος ή σημαντικά χαμηλότερες από τις τιμές στην εγχώρια αγορά.



ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

➤ Τα μέτρα εξωτερικής εμπορικής πολιτικής

Μέτρα επηρεασμού των τιμών

- Επιβάρυνση τιμών (π.χ. δασμοί)
- Ελάφρυνση τιμών (π.χ. εξαγωγικές επιδοτήσεις)
- Καθορισμός τιμών (π.χ. καθιέρωση κατώτατων τιμών εισαγωγής ή εξαγωγής)

Μέτρα επηρεασμού των ποσοτήτων

- Απαγορεύσεις εισαγωγών
- Απαγορεύσεις εξαγωγών
- Καθορισμός ανωτάτων ποσοτήτων (π.χ. ποσόστωση εισαγωγών)
- Καθορισμός ελαχίστων ποσοτήτων



ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

➤ Τα μέτρα εξωτερικής εμπορικής πολιτικής

Μέτρα εξωτερικής νομισματικής πολιτικής

- Συναλλαγματική πολιτική (π.χ. υποτίμηση, ανατίμηση)
- Περιορισμός στη διάθεση συναλλάγματος
- Διπλές ισοτιμίες

Μέτρα εσωτερικής πολιτικής στην υπηρεσία της εξωτερικής εμπορικής πολιτικής (μέτρα «δεύτερης» γραμμής)

- Κρατικές προμήθειες
- Τεχνικές προδιαγραφές
- Ενισχύσεις στην παραγωγή
- Διοικητικά εμπόδια

ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ

➤ **Επιδοτήσεις**

Επιδότηση ονομάζεται η οικονομική ενίσχυση μιας βιομηχανίας ή μιας εταιρίας από μία κυβέρνηση ή ένα οργανισμό για την:

- υποστήριξη μιας επιθυμητής δραστηριότητας όπως οι εξαγωγές
- διατήρηση χαμηλών τιμών σε ορισμένα βασικά αγαθά
- υποστήριξη επιχείρησης που θεωρείται δημοσίου συμφέροντος.
- διατήρηση εισοδήματος των παραγωγών κρίσιμων ή στρατηγικών προϊόντων
- διατήρηση υψηλών επιπέδων απασχόλησης

Το βασικό χαρακτηριστικό των επιδοτήσεων είναι **η μείωση της αγοραίας αξίας ενός προϊόντος κάτω από το κόστος παραγωγής του**. Οι επιδοτήσεις, που μπορεί να είναι φοροελαφρύνσεις ή/και χρηματικές συνεισφορές, προορίζονται συνήθως για βιομηχανίες που βρίσκονται σε ύφεση και χρειάζονται ώθηση στην εγχώρια αγορά. Οι επιδοτήσεις προκαλούν υψηλότερη ζήτηση για ένα αγαθό ή μία υπηρεσία εξαιτίας της μειωμένης τιμής.

Αποτέλεσμα των **επιχορηγήσεων** είναι η μείωση της ανταγωνιστικότητας των ξένων βιομηχανιών αφού ακόμα κι αν παράγουν ένα συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία πιο γρήγορα, πιο φτηνά και πιο αποτελεσματικά, δεν μπορούν να ανταγωνιστούν τιμές (να πωλούν σε τιμές ...) οι οποίες θα ήταν ζημιογόνες (κάτω του κόστους παραγωγής) χωρίς τις επιδοτήσεις.

Η διάρκεια των επιδοτήσεων είναι βραχυπρόθεσμη αλλά σε ορισμένες περιπτώσεις υιοθετούνται σε μόνιμη βάση.

Ερωτήσεις ανακεφαλαίωσης & κατανόησης

3.3.1 Τι είναι οι δασμοί και τι οι εξαγωγικές επιδοτήσεις ?

3.3.2 Ποιες μορφές μπορούν να πάρουν οι εξαγωγικές επιδοτήσεις ?

3.3.3 Τι είναι οι ποσοστώσεις στις εισαγωγές ? (επιβάλλονται από τις χώρες που εισάγουν)

3.3.4 Τι είναι το ντάμπινγκ και τι το αντί-ντάμπινγκ

3.3.5 Αναφέρατε μερικά *μη οικονομικά μέτρα* εμπορικής πολιτικής

3.4 ΑΓΟΡΑ - ΔΟΜΕΣ ΑΓΟΡΑΣ

- Διάκριση Αγορών – Μορφές Αγοράς
- Πλήρης Ανταγωνισμός – Ατελής Ανταγωνισμός -
Μονοπώλιο
- Ολιγοπώλιο

ΑΓΟΡΑ

- Γενικά με τον όρο **αγορά** στην οικονομική επιστήμη χαρακτηρίζεται ένας θεωρητικός χώρος στον οποίο «συναντώνται» η προσφορά και ζήτηση αγαθών ή παροχή υπηρεσιών.
- Για να υπάρχει αγορά ενός αγαθού δεν είναι απαραίτητο οι αγοραστές και οι πωλητές να βρίσκονται στον ίδιο τόπο, αλλά είναι αρκετό να βρίσκονται σε ικανοποιητική επαφή μεταξύ τους άμεσα ή έμμεσα για να μπορεί να γίνει η μεταξύ τους συναλλαγή.
- Είναι όμως απαραίτητο στοιχείο για την έννοια της αγοράς οι επιθυμίες των αγοραστών και πωλητών να αναφέρονται σε ορισμένο χρόνο.

Επομένως αγορά είναι ο «χωρόχρονος» που εκφράζονται (εκδηλώνονται) οι επιθυμίες των αγοραστών και πωλητών για κάποιο αγαθό και την ποσότητα που θα αγοράσουν ή θα πουλήσουν καθώς και την τιμή του αγαθού που θα δώσουν ή θα πάρουν σε ορισμένη χρονική στιγμή.

ΑΓΟΡΑ

Δομές αγοράς	Προϋποθέσεις	Παραδείγματα
Αμιγές Μονοπώλιο	Μία επιχ/ση κατέχει το 100% της αγοράς	Ηλεκτρικό, νερό κ.α. δημόσιες υπηρεσίες
Κυρίαρχη Επιχ/ση	Μία επιχ/ση κατέχει >50% της αγοράς χωρίς να υπάρχει ανταγωνιστής	Σταθερή τηλεφωνία, αερομεταφορές
Ισχυρό Ολιγοπώλιο	Οι 4 μεγαλύτερες επιχ/σεις κατέχουν >60% της αγοράς και μπορούν εύκολα να έρθουν σε συμφωνία για τις τιμές πώλησης	Βιομηχανία ταιμέντων
Ασθενές Ολιγοπώλιο	Οι 4 μεγαλύτερες επιχ/σεις κατέχουν λιγότερο του 40% της αγοράς και η συμφωνία μεταξύ τους για την διαμόρφωση των τιμών δεν είναι εφικτή	Εφημερίδες, περιοδικά
Μονοπωλιακός Ανταγωνισμός	Υπάρχουν πολλοί ανταγωνιστές κανένας εκ των οποίων δεν κατέχει περισσότερο του 10% της αγοράς	Λιανικό εμπόριο, βιομηχανία αλλαντικών
Πλήρης Ανταγωνισμός	Υπάρχουν περισσότεροι από 50 ανταγωνιστές με πολύ μικρά μερίδια αγοράς	Γεωργικά προϊόντα



ΑΓΟΡΑ

➤ Διάκριση αγορών

Οι αγορές διακρίνονται κυρίως κατά τόπο δραστηριότητας, κατά μορφή ή τύπο δραστηριότητας και κατά είδος διακινούμενου αγαθού. Κατά τόπο δραστηριότητας οι αγορές διακρίνονται σε: *"τοπικές", "εθνικές" και "διεθνείς"*.

Κατά τύπο ή μορφή, οι αγορές διακρίνονται σε: ελεύθερη αγορά, *ή αγορά ελεύθερου συναγωνισμού, αγορά ευτελούς συναγωνισμού και αγορά άνευ συναγωνισμού*

Κατά διακινούμενα αγαθά, οι αγορές διακρίνονται σε: *"αγορά πρωτογενών προϊόντων," "βιομηχανικών προϊόντων", "αγορά υπηρεσιών" (παροχής), (π.χ. μεταφορές), αγορά εργασίας κ.λπ.*

Ανεξάρτητα της παραπάνω γενικής διάκρισης υφίστανται στη πράξη και άλλες επιμέρους διακρίσεις π.χ. *ναυλαγορά, αγορά κεφαλαίου, χρηματιστηριακή, τραπεζική, χρυσού, κα.*

ΑΓΟΡΑ

➤ Μορφές Αγοράς

Οι συνθήκες που επικρατούν στην αγορά διαφέρουν ανάλογα με το βαθμό που οι αγοραστές και οι πωλητές μπορούν να επηρεάσουν τις τιμές των αγαθών. Ο βαθμός αυτός εξαρτάται από 2 παράγοντες:

i. Από τον αριθμό των πωλητών και αγοραστών στην αγορά.

Όσο περισσότεροι είναι οι αγοραστές και οι πωλητές στην αγορά, τόσο οι προσπάθειες τους να επηρεάσουν τις τιμές δεν μπορούν να είναι αποτελεσματικές. Αντίθετα όταν οι αγοραστές και οι πωλητές είναι λίγοι, τότε έχουν μεγαλύτερες δυνατότητες να επηρεάσουν τις τιμές στην αγορά.

ii. Ο βαθμός ομοιογενείας του προϊόντος.

Όταν οι εταιρείες του ίδιου κλάδου παράγουν περίπου τα ίδια προϊόντα, από την άποψη ποιότητας και χαρακτηριστικών, τότε δεν έχουν την δυνατότητα να επηρεάσουν τις τιμές των προϊόντων στην αγορά.

Αντίθετα όταν τα προϊόντα που παράγουν εταιρείες του ίδιου κλάδου διαφέρουν τότε οι δυνατότητες για να επηρεαστούν οι τιμές του προϊόντος στην αγορά αυξάνουν.

ΑΓΟΡΑ

➤ Πλήρης (Ελεύθερος) Ανταγωνισμός

Τα χαρακτηριστικό γνώρισμα της αγοράς σε πλήρη ανταγωνισμό είναι ότι δεν υπάρχει καμία δυνατότητα επίδρασης στη διαμόρφωση της τιμής των προϊόντων, τόσο από την μεριά των πωλητών όσο και από την μεριά των αγοραστών.

Εδώ οι τιμές διαμορφώνονται μέσα από τον μηχανισμό των τιμών, δηλαδή με την ενέργεια των δυνάμεων της προσφοράς και της ζήτησης που ισορροπούν σε κάποια τιμή.

Βασικές Προϋποθέσεις Ύπαρξης Ελεύθερου Ανταγωνισμού

- Μεγάλος αριθμός πωλητών ή αγοραστών
- Ομοιογένεια του προσφερόμενου προϊόντος
- Πλήρης γνώση των συνθηκών αγοράς από τους αγοραστές και τους πωλητές
- Ελεύθερη είσοδος και έξοδος των επιχειρήσεων στον κλάδο

ΑΓΟΡΑ

➤ Πλήρης (Ελεύθερος) Ανταγωνισμός

ΣΗΜΕΙΑ ΚΛΕΙΔΙΑ

- Ο τέλειος ανταγωνισμός είναι ένας ιδανικός τύπος δομής αγοράς όπου όλοι οι παραγωγοί και οι καταναλωτές έχουν πλήρη και συμμετρική πληροφόρηση και κανένα κόστος συναλλαγής.
- Υπάρχει μεγάλος αριθμός παραγωγών και καταναλωτών που ανταγωνίζονται μεταξύ τους σε αυτό το είδος περιβάλλοντος.
- Ο τέλειος ανταγωνισμός είναι θεωρητικά το αντίθετο μιας μονοπωλιακής αγοράς.
- Δεδομένου ότι όλες οι πραγματικές αγορές υπάρχουν εκτός του επιπέδου του μοντέλου τέλειου ανταγωνισμού, κάθε μία μπορεί να ταξινομηθεί ως ατελής.
- Το αντίθετο του τέλειου ανταγωνισμού είναι ο ατελής ανταγωνισμός, ο οποίος υπάρχει όταν μια αγορά «παραβιάζει» (δεν πληροί) τις αφηρημένες αρχές του νεοκλασικού καθαρού ή τέλειου ανταγωνισμού.

ΑΓΟΡΑ

➤ Πλήρης (Ελεύθερος) Ανταγωνισμός

Τι είναι ο τέλειος ανταγωνισμός;

Ο όρος τέλειος ανταγωνισμός αναφέρεται σε μια θεωρητική δομή της αγοράς. Σε ένα μοντέλο τέλειου ανταγωνισμού, δεν υπάρχουν μονοπώλια. Αυτό το είδος δομής έχει μια σειρά από βασικά χαρακτηριστικά, όπως:

- ✓ Όλες οι εταιρείες πωλούν ένα πανομοιότυπο προϊόν (το προϊόν είναι εμπόρευμα ή ομοιογενές).
- ✓ Όλες οι εταιρείες λαμβάνουν τιμές (δεν μπορούν να επηρεάσουν την τιμή αγοράς των προϊόντων τους).
- ✓ Το μερίδιο αγοράς δεν επηρεάζει τις τιμές.
- ✓ Οι αγοραστές έχουν πλήρεις ή τέλειες πληροφορίες (στο παρελθόν, το παρόν και το μέλλον) σχετικά με το προϊόν που πωλείται και τις τιμές που χρεώνει κάθε εταιρεία.
- ✓ Οι κεφαλαιουχικοί πόροι και η εργασία είναι τέλεια κινητά.
- ✓ Οι επιχειρήσεις μπορούν να εισέλθουν ή να εξέλθουν από την αγορά χωρίς κόστος.

ΑΓΟΡΑ

➤ Πλήρης (Ελεύθερος) Ανταγωνισμός

Τι είναι ένα παράδειγμα τέλει ανταγωνισμού;

- Σκεφτείτε μια αγορά αγροτών όπου κάθε πωλητής πουλά τον ίδιο τύπο μαρμελάδας.
- Υπάρχει μικρή διαφοροποίηση μεταξύ καθενός από τα προϊόντα τους, καθώς χρησιμοποιούν την ίδια συνταγή και τα πωλούν ο καθένας σε ίση τιμή.
- Ταυτόχρονα, οι πωλητές είναι λίγοι και ελεύθεροι να συμμετέχουν στην αγορά χωρίς κανένα εμπόδιο.
- Οι αγοραστές, σε αυτήν την περίπτωση, θα έχουν πλήρη γνώση της συνταγής του προϊόντος και οποιασδήποτε άλλης πληροφορίας σχετικής με το αγαθό.

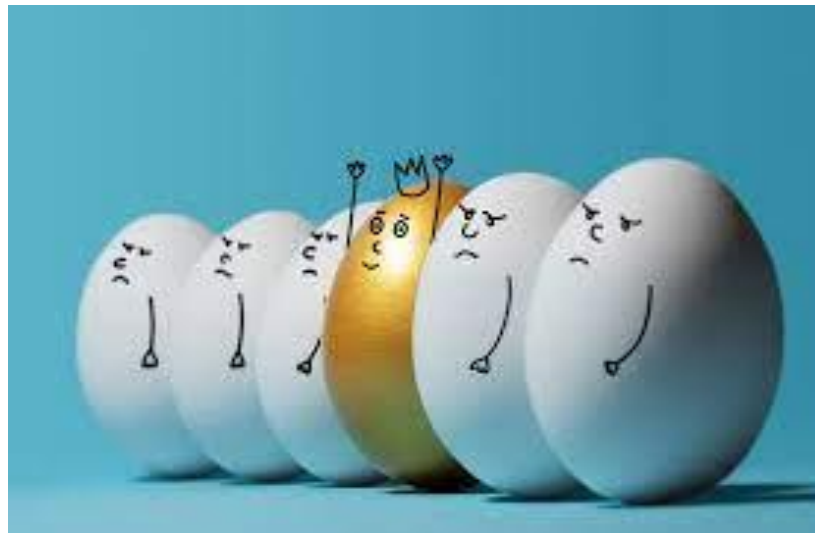
Αφού τα πάντα είναι δεδομένα οι παραγωγοί μαρμελάδας συμπιέζουν την τιμή πώλησης της μονάδας μαρμελάδας (προϊόν) σε χαμηλά επίπεδα - που τελικά προσεγγίζουν το κόστος παραγωγής - για να προσελκύσουν περισσότερους πελάτες μειώνοντας το κέρδος τους – τελικά η τιμή του προϊόντος γίνεται περίπου μία (ισορροπία) για όλους (ισορροπία) και είναι η χαμηλότερη δυνατή....

ΑΓΟΡΑ

➤ Ατελής Ανταγωνισμός

Όταν λείπει ένα ή περισσότερα από τα βασικά στοιχεία του ελεύθερου ανταγωνισμού, τότε έχουμε μονοπωλιακά στοιχεία στην ανταγωνιστική οργάνωση της αγοράς με συνέπεια να γίνεται ατελής η διαδικασία κατανομής των παραγωγικών μέσων με βάση το μηχανισμό αγοράς.

- Από την πλευρά των παραγωγών έχουμε τις μορφές του μονοπωλίου και του ολιγοπωλίου.
- Από την πλευρά των αγοραστών έχουμε τις μορφές του μονοψωνίου και ολιγοψωνίου.



ΑΓΟΡΑ



- **Μονοπώλιο**
- Μονοπώλιο είναι η μορφή της αγοράς στην οποία **υπάρχει ένας μόνο πωλητής**.
- Μονοπώλιο όμως μπορεί να δημιουργηθεί και στην περίπτωση που υπάρχει περιορισμένος αριθμός από εταιρίες που δρουν στην αγορά σαν μια εταιρεία.

Παράγοντες που οδηγούν στο μονοπώλιο

- ✓ Ο έλεγχος στις Α ύλες
- ✓ Το αποκλειστικό δικαίωμα που παραχωρεί το κράτος σε ορισμένη επιχείρηση για την παραγωγή ή εμπορία αγαθών και υπηρεσιών
- ✓ Η κατοχή δικαιώματος από ευρεσιτεχνία
- ✓ Η καλύτερη οργάνωση, οι τεχνολογικές συνθήκες σε ορισμένες επιχειρήσεις δημιουργούν συνθήκες χαμηλού κόστους σε μεγάλες ποσότητες παραγωγής (οικονομία κλίμακας) που επαρκούν να καλύψουν τις ανάγκες της αγοράς.

Για την ύπαρξη μονοπωλιακής επιχείρησης είναι ακόμα απαραίτητο να υπάρχουν και οι κάτωθι προϋποθέσεις:

- Σκοπός της μονοπωλιακής επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους της.
- Στην αγορά των παραγωγικών συντελεστών επικρατεί πλήρης ανταγωνισμός και επομένως η μονοπωλιακή επιχείρηση μπορεί να αποκτήσει οποιαδήποτε ποσότητα παραγωγικών συντελεστών με τις τιμές που επικρατούν στην αγορά
- Η επιχείρηση παράγει ένα μόνο προϊόν (υπηρεσία).

ΑΓΟΡΑ

➤ Μονοπωλιακός ανταγωνισμός

Είναι η μορφή της αγοράς που υπάρχει σχετικά μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων που παράγουν παραπλήσια προϊόντα.

- Οι επιχειρήσεις αυτές δεν έχουν τέτοιο μέγεθος που από μόνες τους να μπορούν να ελέγχουν μεγάλο μέρος της αγοράς. Για αυτό η θεωρία του μονοπωλιακού ανταγωνισμού χρησιμεύει για να ερμηνεύσει την συμπεριφορά των επιχειρήσεων στους περισσότερους κλάδους που *δεν υπάρχουν ούτε συνθήκες ελεύθερου ανταγωνισμού ούτε συνθήκες μονοπωλίου*.
- Στο μονοπωλιακό ανταγωνισμό ισχύουν οι ίδιες προϋποθέσεις με τον ελεύθερο ανταγωνισμό με τη μοναδική διαφορά ότι **στο μονοπωλιακό ανταγωνισμό το προϊόν δεν είναι ομοιογενές, αλλά διαφοροποιημένο**.



➤ Ολιγοπώλιο

- Η αγορά του ολιγοπωλίου χαρακτηρίζεται από ένα μικρό αριθμό πωλητών που βρίσκεται σε αλληλεξάρτηση τόσο στη διαμόρφωση των τιμών όσο και στην διαμόρφωση της ποσότητας των προϊόντων τους.
- Η αλληλεξάρτηση εδώ έχει την έννοια ότι οι αποφάσεις των επί μέρους επιχειρήσεων για τον προσδιορισμό της τιμής και της ποσότητας του προϊόντος, επηρεάζουν αποφασιστικά τη συμπεριφορά των άλλων επιχειρήσεων.
- Η πιο απλή μορφή ολιγοπωλίου είναι το δυο-πωλιο (όπου υπάρχουν 2 επιχειρήσεις)

Στο ολιγοπώλιο το προϊόν μπορεί να είναι ομοιογενές όποτε μοιάζει με την αγορά του ελεύθερου ανταγωνισμού, μπορεί να είναι και διαφοροποιημένο όποτε μοιάζει με την αγορά του μονοπωλιακού ανταγωνισμού. Η εμφάνιση του ολιγοπωλίου οφείλεται είτε στην εξέλιξη ορισμένων επιχειρήσεων σε μεγάλες επιχειρήσεις, είτε στην προνομιακή θέση ορισμένων επιχειρήσεων επειδή έχουν παραχωρηθεί σε αυτές από το κράτος δικαιώματα για την εκμετάλλευση προϊόντων και υπηρεσιών. Οι πιο συνηθισμένες περιπτώσεις ολιγοπωλίου είναι στις βιομηχανίες τσιγάρων, αυτοκίνητων, μετάλλων, ελαστικών αυτοκίνητων, κτλ.

[illegible]

➤ Μονοψώνιο & Ολιγοψώνιο

Το μονοψώνιο αναφέρεται στον αγοραστή και αφορά την περίπτωση όπου μια επιχείρηση έχει την δυνατότητα να αγοράσει ένα προϊόν και κατά συνέπεια να καθορίσει την τιμή του προϊόντος που αγοράζει.

Περίπτωση μονοψωνίου υπάρχει στην αγορά των ζαχαρότευτλων από την Ελληνική Βιομηχανία Ζάχαρης, αφού οι τευτλοκαλλιεργητές δεν έχουν την δυνατότητα να πουλήσουν το προϊόν τους σε άλλη επιχείρηση. Υπάρχει δυνατότητα βέβαια εμφάνισης μονοψωνίου και από περισσότερες από μια επιχειρήσεις όταν αυτές αποφασίζουν από κοινού μια ενιαία τιμή για το προϊόν που θα αγοράσουν.

Σε αυτήν την περίπτωση έχουμε την εμφάνιση του ολιγοψωνίου και ένα άλλο χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι οι καπνοβιομηχανίες.

Ερωτήσεις ανακεφαλαίωσης & κατανόησης

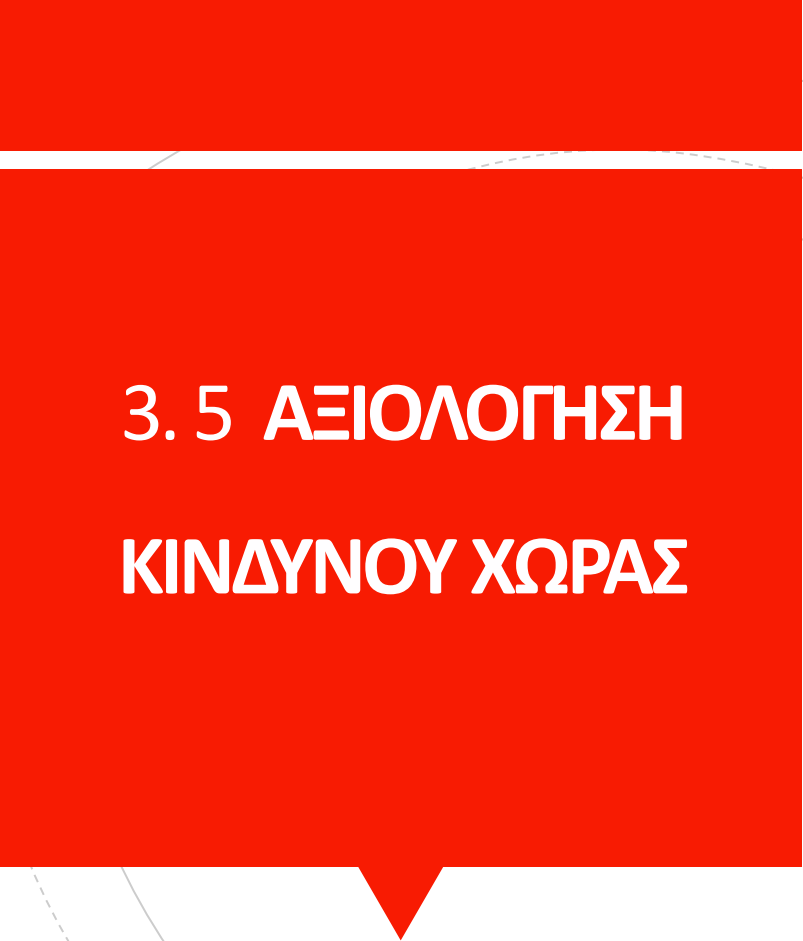
3.4.1 Τι είναι τέλειος ή πλήρης ανταγωνισμός?

3.4.2 Τι είναι μονοπωλιακός ανταγωνισμός

3.4.3 Τι είναι μονοπώλιο και τι τέλειος ανταγωνισμός

3.4.4 Τι είναι ολιγοπώλιο

3.4.5 Τι είναι μονοψώνιο ή ολογοψώνιο

A large red speech bubble graphic with a white border, containing the section title. It has a tail pointing downwards and to the right.

3.5 ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΙΝΔΥΝΟΥ ΧΩΡΑΣ

- Πηγές Πληροφόρησης
- Δείκτες Μέτρησης Κινδύνου
- Πτώχευση

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΙΝΔΥΝΟΥ

➤ Πηγές Πληροφόρησης

(α) Στατιστικές πληροφορίες διαθέσιμες σε εθνικό ή διεθνές επίπεδο, όπως πληροφορίες που ετοιμάζονται από το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (IMF), τον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και ανάπτυξης (OECD) και την Τράπεζα Διεθνών Διακανονισμών (BIS*).

(β) Το μέγεθος, τη φύση και τη «ληκτότητα» (οι χρόνοι λήξης) του εξωτερικού χρέους της χώρας υποδοχής (όπου κατευθύνονται να πωληθούν τα εμπορεύματα μας) σε συνάρτηση με τη δυνατότητα εξυπηρέτησης και αποπληρωμής του.

Λαμβάνονται υπόψη, μεταξύ άλλων, η κατάσταση των συναλλαγματικών αποθεμάτων και του ισοζυγίου πληρωμών, οι όροι εμπορίου, οι τιμές συναλλάγματος, ο πληθωρισμός και η προϋστορία της χώρας υποδοχής όσον αφορά την εξυπηρέτηση του εξωτερικού της χρέους.

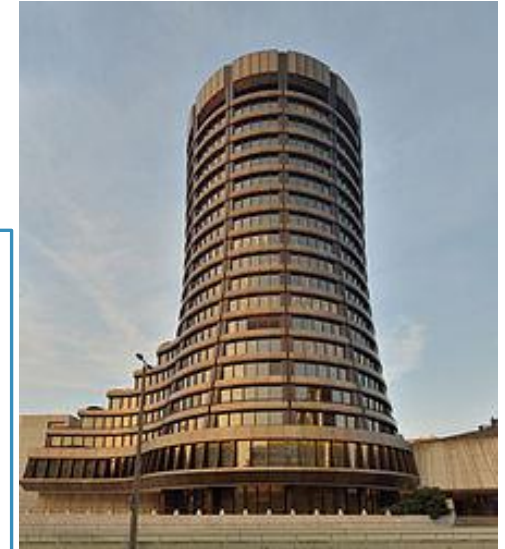
* Επόμενη διαφάνεια

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΙΝΔΥΝΟΥ

Bank for International Settlements (Τράπεζα Διεθνών Διακανονισμών)

Η **Τράπεζα Διεθνών Διακανονισμών (BIS)** είναι ένα διεθνές χρηματοπιστωτικό ίδρυμα που ανήκει σε κεντρικές τράπεζες που "προωθεί τη διεθνή νομισματική και χρηματοπιστωτική συνεργασία και λειτουργεί ως τράπεζα για τις κεντρικές τράπεζες".

Η **BIS** εκτελεί το έργο της μέσω των συνεδριάσεων, των προγραμμάτων και μέσω της «Διαδικασίας της Βασιλείας» - φιλοξενώντας διεθνείς ομάδες που επιδιώκουν την παγκόσμια χρηματοπιστωτική σταθερότητα και διευκολύνουν την αλληλεπίδρασή τους. Παρέχει επίσης τραπεζικές υπηρεσίες, αλλά μόνο σε κεντρικές τράπεζες και άλλους διεθνείς οργανισμούς. Έχει έδρα στη Βασιλεία της Ελβετίας, με γραφεία αντιπροσωπείας στο Χονγκ Κονγκ και την Πόλη του Μεξικού.



BIS main building in Basel, Switzerland



<https://www.bis.org/>

Δείκτες μέτρησης του κινδύνου

Υπάρχουν αρκετοί, διαφορετικοί δείκτες μέτρησης του κινδύνου της χρεοκοπίας μίας χώρας, οι οποίοι «χρησιμοποιούνται» τόσο από την ίδια «προληπτικά», όσο και από τις διεθνείς εταιρείες αξιολόγησης (για τον καθορισμό της πιστοληπτικής ικανότητας της, με βάση την οποία υπολογίζονται, μεταξύ άλλων, τα επιτόκια των ομολόγων του δημοσίου).

Ένας σημαντικός δείκτης του κινδύνου χρεοκοπίας μιας χώρας, **είναι η καθαρή θέση της – η αξία δηλαδή των περιουσιακών στοιχείων της που απομένει, εάν αφαιρέσουμε τις υποχρεώσεις της** (η «μέτρηση» της καθαρής θέσης στη Γερμανία είναι υποχρεωτική από το Σύνταγμα της – στην Αυστρία μετρείται τακτικά, ενώ μόνο στην Ελβετία υπάρχει ένα ειδικό «φρένο δανεισμού», το οποίο εμποδίζει την υπερχρέωση της χώρας).

Δείκτες μέτρησης του κινδύνου

Ένας δεύτερος δείκτης είναι η πορεία (διαχρονικά) και το ύψος των επιτοκίων που πληρώνει μία χώρα για τα δάνεια που λαμβάνει.

Όταν δεν ξεπερνούν πολύ το επιτόκιο μίας ισχυρής Οικονομίας (στην Ε.Ε. η Γερμανία με 3%), θεωρείται ότι δεν «υποδηλώνουν» κίνδυνο χρεοκοπίας (η Αργεντινή πλήρωνε, λίγο πριν πτωχεύσει, 40 ποσοστιαίες «μονάδες βάσης» – δηλαδή πάνω από 40%).

Επόμενος βασικός δείκτης είναι το ποσοστό των δημοσίων χρεών μίας χώρας, σε σχέση με το ΑΕΠ της αφού, όσο μεγαλύτερο εμφανίζεται, τόσο πιο πιθανή είναι η χρεοκοπία της

Επίσης, το ποσοστό του εξωτερικού χρέους της σε σχέση με το ΑΕΠ (στη Μ. Βρετανία υπερβαίνει το 400%!).

Δείκτες μέτρησης του κινδύνου

Ελλάδα:

- Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ το ΑΕΠ το 2021 σε όρους όγκου ανήλθε σε 181,0 δισ. ευρώ έναντι 167,1 δισ. ευρώ του 2020 παρουσιάζοντας αύξηση κατά 8,3%.

Το ΑΕΠ σε τρέχουσες τιμές το 2021 ανήλθε σε 182,8 δισ. ευρώ έναντι 165,3 δισ. ευρώ το 2020 παρουσιάζοντας αύξηση κατά 10,6%.

- Το 3^ο τρίμηνο του 2021 το ακαθάριστο εξωτερικό χρέος ήταν 538,118 δηλ. 297% του ΑΕΠ (σχεδόν 3 φορές το ΑΕΠ)
- Το 2010 το ΑΕΠ ήταν € 320 δισ. και το ακαθάριστο εξωτερικό χρέος ήταν 419,107 δηλ. 131% του ΑΕΠ

Δείκτες μέτρησης του κινδύνου



Άλλοι δείκτες είναι η ρευστότητα, το ισοζύγιο πληρωμών, η ευκολία διάθεσης των δημοσίων ομολόγων, το έλλειμμα του προϋπολογισμού σε σχέση με το ΑΕΠ (η Ε.Ε. επιβάλλει το «σεβασμό» ενός ανώτατου ορίου 3%), οι εξαγωγές σε σχέση με το ΑΕΠ (υποδηλώνουν την ανταγωνιστικότητα μίας Οικονομίας), το ποσοστό των καταναλωτικών δαπανών που συμβάλλουν στο ΑΕΠ (στις Η.Π.Α. υπερβαίνει τα 75%, ενώ στη Γερμανία είναι αρκετά χαμηλότερο από το 50%), οι συνολικές αποταμιεύσεις των Πολιτών, τα χρέη των ιδιωτών, καθώς επίσης τα διαρθρωτικά και λοιπά προβλήματα της Οικονομίας (διαφθορά, γραφειοκρατία, απαρχαιωμένες δομές, μη ευέλικτη αγορά εργασίας κ.α.).

Δείκτες μέτρησης του κινδύνου

Επί πλέον σημαντικοί δείκτες είναι ο δανεισμός των επιχειρήσεων (εξαιρετικά επικίνδυνος στην Ελλάδα, όπου οι μεταχρονολογημένες επιταγές πλησιάζουν το 150% του ΑΕΠ, όταν σε άλλες χώρες δεν υφίσταται καν αυτός ο όρος),

η χρηματιστηριακή αξία (κεφαλαιοποίηση) όλων των εισηγμένων επιχειρήσεων της χώρας (είναι θετικό να ξεπερνούν το δημόσιο χρέος της – *στην Ελλάδα υπολείπονται πολύ*: υπολογίζεται σήμερα γύρω στα 92,5 δις €, έναντι δημοσίου χρέους 300 δις €) και η έκθεση των εγχώριων τραπεζών σε πιστωτικούς κινδύνους – η Αυστρία θεωρείται «ύποπτη» χρεοκοπίας, επειδή οι τράπεζες της έχουν δανείσει στα κράτη της Α. Ευρώπης ποσό που υπερβαίνει το 100% του ΑΕΠ της χώρας (άλλες «ύποπτες» χώρες, εκτός της Ανατολικής Ευρώπης και εκτός αυτών που έχουμε ήδη αναφέρει – Ιταλία, Μ. Βρετανία – είναι η Ιρλανδία και η Ισπανία).

Στοιχεία για το 2010

Πτώχευση

Πτώχευση κράτους

Η κρατική χρεοκοπία, ή αλλιώς πτώχευση, ενός κράτους είναι ουσιαστικά η δεινή κατάσταση που μπορεί να περιέλθει μια χώρα όπου αδυνατεί να ανταποκριθεί στις οικονομικές της υποχρεώσεις, εσωτερικές και κυρίως εξωτερικές. Η κατάσταση αυτή δηλώνεται με επίσημη εξαγγελία της ίδιας της κυβέρνησης, με την οποία και καθιστά διεθνώς γνωστή την αδυναμία της αυτή, όπως π.χ. να πληρώσει τα ληξιπρόθεσμα χρέη της χώρας της (εξ ολοκλήρου, ενός μέρους ή των τόκων τους).

Η πτώχευση ενός κράτους αποτελεί αντικείμενο και του Διεθνούς Δικαίου λόγω των ειδικών σχέσεων που δημιουργεί με άλλα κράτη. Βέβαια με τη συνεργασία άλλων κρατών, διεθνών οργανισμών και περιφερειακών οικονομικών οργανώσεων μπορεί να επέλθει κάποια οικονομική στήριξη υπό την επίβλεψη διεθνούς οικονομικής επιτροπής προκειμένου να αποφευχθούν οι δυσμενέστερες των επιπτώσεων.

Τέλος 3ης Παρουσίασης
Ευχαριστώ !