

ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ;



**ΠΛΑΤΩΝ ΜΑΡΛΑΦΕΚΑΣ
ΛΟΥΞ ΑΒΕΕ**



Αθήνα, 7 Μαΐου 2015



ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ;

**ΛΟΓΟΙ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ**



ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ;

Είμαστε σε μια περίοδο όπου η κρίση διαφοροποιεί το διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον

Πρώτον, διότι αλλάζουν οι προτιμήσεις του καταναλωτή:

- αναδύονται νέα πρότυπα
- είναι περισσότερο ενημερωμένος
- ψάχνει για τρόπους να ικανοποιήσει τις ίδιες ανάγκες με πιο έξυπνες λύσεις
- μειώνει τις αγορές του και στρέφεται σε πιο οικονομικά προϊόντα, διατηρώντας όμως υψηλές τις απαιτήσεις του για ποιότητα
- δίνει μικρότερη αξία στα κλασσικά επώνυμα προϊόντα

ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ;

Δεύτερον, ο παγκόσμιος ανταγωνισμός στην προσφορά εντείνεται

- αλλάζουν οι παραδοσιακές δομές των κλάδων
- νέες αναδυόμενες πολυεθνικές εταιρείες από χώρες χαμηλού κόστους εισέρχονται δυναμικά στις διεθνείς αγορές και αλλάζουν τις ισορροπίες
- εντείνεται η αντίστροφη ροή προϊόντων από αναπτυσσόμενες χώρες προς την δύση

ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ;

Δεύτερον, ο παγκόσμιος ανταγωνισμός στην προσφορά εντείνεται

- εταιρείες από αναπτυσσόμενες χώρες διεθνοποιούνται και επενδύουν σε ανεπτυγμένες χώρες, οι οποίες:
- βελτιώνουν γρήγορα την ποιότητα των προσφερομένων προϊόντων απορροφώντας δυτική τεχνολογία
- εισάγουν καινοτομίες κόστους που μειώνουν ριζικά τις τιμές των προσφορών τους

ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ;

Τρίτον, το κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον αλλάζει οριστικά

- Οι απαιτήσεις της κοινωνίας για εταιρική υπευθυνότητα γίνονται πιο ισχυρές
- Ο καταναλωτής είναι πιο πληροφορημένος και με το διαδίκτυο ξέρει περισσότερα για το τι αγοράζει και για αυτόν που τα προσφέρει
- **Οι επιχειρήσεις που ανταποκρίνονται στις νέες απαιτήσεις για υπευθυνότητα αποκτούν κοινωνικό κεφάλαιο και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα**
- Η απλή συμμόρφωση με κοινωνικές ρυθμίσεις για εργασιακή, οικολογική και ηθική συμπεριφορά δεν είναι πλέον επαρκής
- Οι τάσεις αυτές ανοίγουν νέους ορίζοντες για καινοτομία και διαφοροποίηση των προσφορών (π.χ. με “πράσινα” προϊόντα, ηθικές δράσεις, κτλ.)

ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ;

Τέταρτον, η αντοχή των ελληνικών επιχειρήσεων στην κρίση εξαρτάται :

- Από την ικανότητά τους να χτίσουν και να διατηρήσουν συγκριτικό πλεονέκτημα σε χαμηλότερα επίπεδα κόστους
- Να προσφέρουν ποιοτικά προϊόντα σε πιο προσιτές (όχι απαραίτητα φθηνότερες) τιμές
- Από το πόσο έγκαιρα θα προσαρμοστούν στις νέες διεθνείς ανταγωνιστικές συνθήκες και θα αναπτύξουν το εξαγωγικό τους προφίλ
- Πως θα αξιοποιήσουν τεχνολογίες, θα εισάγουν καινοτομίες και θα αναδιατάξουν τους πόρους τους

ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ;

**ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΥΛΩΝΕΣ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ ΤΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΗΝ
ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ**



ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ;

Σε μακροοικονομικό επίπεδο μια επιχείρηση για να μπορέσει να αντιμετωπίσει θετικά την πρόκληση της διεθνοποίησης πρέπει να ασχοληθεί διεξοδικά και συστηματικά με ορισμένους βασικούς πυλώνες:

- Ευαισθητοποίηση
- Πληροφόρηση υψηλής αξίας
- Προγράμματα ανάπτυξης ανθρωπίνων πόρων
- Υποστήριξη των χρηματοοικονομικών αναγκών της διεθνοποίησης
- Προώθηση σε διεθνή δίκτυα
- Η διεθνοποίηση ως όχημα για την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας
- Εξατομικευμένη υποστήριξη

ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ;

ΛΟΥΞ & ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ



ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ;

Η διεθνοποίηση αποτελεί ένα μέσο για αυξημένες επιδόσεις, μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα και υψηλότερη ανταγωνιστικότητα.

Η Λουξ, μια οικογενειακή επιχείρηση, διέγνωσε αρκετά νωρίς την επερχόμενη κρίση και άρχισε να προσαρμόζεται στις απαιτήσεις του ανταγωνισμού:

- διαμορφώνοντας μια ισχυρή κουλτούρα ποιότητας που διέπει διαχρονικά την δράση της εταιρείας
- αναδεικνύοντας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά ενός παραδοσιακού ελληνικού κλάδου (τρόφιμα-ποτά), σε συνδυασμό με τεχνολογία, καινοτομία και με προσανατολισμό στην ενσωμάτωση των υψηλών απαιτήσεων της υγιεινής διατροφής και της ασφάλειας τροφίμων
- επιδιώκοντας συστηματικά την σύσφιξη σχέσεων ειλικρίνειας και εμπιστοσύνης με τον καταναλωτή στην τοπική, την εθνική και την διεθνή αγορά



Εξαγωγές πραγματοποιούνται στη Γερμανία, Καναδά, ΗΠΑ, Ιταλία, Αυστραλία, Κύπρο, Κίνα, Αγγλία, Ισραήλ, Μάλτα, Παναμά, Ελβετία, Ρουμανία, Κορέα, Αλβανία, Κατάρ. Ενδιαφέρον για τα προϊόντα της εταιρίας έχει εκδηλωθεί και από την αγορά της ευρύτερης περιοχής της Μέσης Ανατολής, της Ν.Αφρικής, και της Κ.Ευρώπης.

ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ;

***ΤΟΜΕΙΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ ΤΗΣ ΛΟΥΞ ΓΙΑ ΤΗΝ
ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΤΗΣ***



ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ;

Οι τομείς στους οποίους η Λουξ έχει επενδύσει σε πολλά επίπεδα τα τελευταία χρόνια για να ενισχύσει την διεθνοποίησή της είναι επιγραμματικά :

- **ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ**
- **ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ**
- **ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΧΡΗΜ/ΚΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗΣ**
- **ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΔΙΚΤΥΩΝ**
- **ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ**

ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ;

ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ

- Λήψη σωστών αποφάσεων

ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ

- Προγράμματα μεταφοράς δεξιοτήτων και γνώσεων με στόχο την εξασφάλιση εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού

ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΧΡΗΜ/ΚΩΝ ΑΝΑΓΚΩΝ ΤΗΣ ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗΣ

Λαμβάνοντας υπ' όψιν τα παρακάτω:

- Χρηματοπιστωτικοί κίνδυνοι
- Εγγύηση πληρωμών από το εξωτερικό
- Δυσκολίες παραχώρησης χρηματοπιστωτικών διευκολύνσεων σε ξένους πελάτες

ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ;

Η ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΔΙΚΤΥΩΝ

- Διευκόλυνση αλληλεπίδρασης επιχειρήσεων & οργανισμών
- Πηγή επικερδών συνεργιών από άποψη επιμερισμού κόστους
- Καλύτερη και ταχύτερη πρόσβαση σε νέες τεχνολογίες και σε νέους επιχειρηματικούς εταίρους

Η ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

Για να είναι η Λουξ μια από τις ηγέτιδες εταιρείες μετά την κρίση επικεντρώνεται στα εξής:

- πιο ανταγωνιστική
- με λιτές δομές και χαμηλότερο κόστος
- προσηλωμένη στην καινοτομία
- πιο υπεύθυνη - με “κοινωνική διαφοροποίηση”
- με διαφορετικό επιχειρηματικό μοντέλο, εστιασμένη σε διαφορετικά τμήματα αγοράς και νέους καταναλωτές
- με διεθνή παρουσία, ιδιαίτερα σε αναδυόμενες αγορές

ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ;

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ



ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ;

Πόσες ελληνικές εταιρείες θα ξεπεράσουν την κρίση και θα ανήκουν στην παραπάνω κατηγορία;

Έστω και λίγες να είναι, θα έχουν αλυσιδωτές επιδράσεις στην ελληνική οικονομία. Θα συμβάλλουν στην απασχόληση και στη δημιουργία υλικής και άυλης αξίας για την Ελλάδα.

Εξάλλου, η ανταγωνιστικότητα χωρών κρίνεται **ΚΑΙ:**

ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΕΘΝΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΓΟΡΕΣ

Loux

A flavor from Greece on the World

Σας ευχαριστώ πολύ για την προσοχή σας

