



ΟΔΗΓΟΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ ΒΗΜΑ ΠΡΟΣ ΒΗΜΑ



Γ ΚΟΙΝΟΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΣΤΗΡΙΞΗΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ



ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ



ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

ΔΙΚΤΥΟ ΚΕΤΑ ΚΡΗΤΗΣ

Ηράκλειο:

Ανδρόγεω 1, ΤΚ 71202 Ηράκλειο
Τηλ.: 2810302900, Fax: 2810302929
e-mail: info@keta-kriti.gr

Χανιά:

Επιμελητήριο Χανίων
Ελ. Βενιζέλου 4, Τ.Κ. 73110
Χανιά
Τηλ: 28210 56406, Fax: 28210 56603
e-mail: chania@keta-kriti.gr

Ρέθυμνο:

Επιμελητήριο Ρεθύμνου
Εμμ. Πορτάλιου 23, Τ.Κ. 74100, Ρέθυμνο
Τηλ: 2831057330, Fax: 2831055086
e-mail: rethymno@keta-kriti.gr

Λασιθι:

Επιμελητήριο Λασιθίου
Ι. Κούνδουρου 17, Τ.Κ. 72100, Αγ. Νικόλαος
Τηλ: 2841025434, Fax: 28410 82973
e-mail: lasithi@keta-kriti.gr

ΑΠΟΠΟΙΗΣΗ ΕΥΘΥΝΗΣ:

Όσα αναφέρονται στο παρόν έχουν συμβουλευτικό χαρακτήρα και σε καμία περίπτωση δεν αποτελούν νομικό έρεισμα που πρόκειται να στραφεί εναντίον του ΚΕΤΑ σε ενδεχόμενη εφαρμογή τους. Η ευθύνη εφαρμογής βαρύνει αποκλειστικά τους επιχειρηματίες.

Κύριες πηγές πληροφοριών για τον οδηγό είναι:

1. Κέντρο Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης Κεντρικής Μακεδονίας (ΚΕΤΑ-ΚΕ.ΜΑΚ)-Εργαλεία εξαγωγών
2. Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων
3. Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων
4. Ελληνικός Οργανισμός Εξωτερικού Εμπορίου (ΟΠΕ)
5. <http://www.geocities.com/akourtesis>

Τα Κέντρα Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης δημιουργήθηκαν στο πλαίσιο της δράσης 1.4.1 (Δομές Υποστήριξης ΜΜΕ) του Επιχειρησιακού προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα» του Υπουργείου Ανάπτυξης στο πλαίσιο του Γ' Κ.Π.Σ. 2000-2006 και χρηματοδοτούνται κατά 70% από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) που συμβάλει στην άμβλυνση των ανισοτήτων που υπάρχουν στην ανάπτυξη και το βιοτικό επίπεδο διαφόρων περιφερειών, και κατά 30% από Εθνική Δημόσια Δαπάνη.

Το ΚΕΤΑ Κρήτης στο πλευρό των εξαγωγέων

Η διεθνοποίηση των οικονομικών σχέσεων και η ταχεία ανάπτυξη της διεθνούς αγοράς έχει καταστήσει επιτακτική την ανάγκη την δημιουργία συνεχώς νέων συνεργασιών μεταξύ των επιχειρήσεων διαφορετικών χωρών. Παράλληλα για μια οικονομία όπως η Κρητική, ο προσανατολισμός στις αγορές του εξωτερικού αποτελεί μία επιβεβλημένη επιλογή. Για να ανταποκριθεί στην ανάγκη αυτή το **ΚΕΤΑ Κρήτης** έχει αναπτύξει ένα σύνολο υπηρεσιών ώστε να βοηθήσει τις επιχειρήσεις της Περιφέρειας να αναπτυχθούν στη διεθνή αγορά.

Στόχος των προσφερόμενων υπηρεσιών δεν είναι να υποκαταστήσουν οργανωμένα τμήματα εξαγωγών μεγάλων επιχειρήσεων αλλά να συνδράμουν στην οργάνωση εξαγωγικών ή εν δυνάμει εξαγωγικών επιχειρήσεων και στην ενημέρωσή τους για εξαγωγικές ευκαιρίες, στατιστικά στοιχεία, πιθανούς πελάτες εξωτερικού, εκθέσεις, επιχειρηματικές αποστολές κ.α.

Πιο συγκεκριμένα, οι παρεχόμενες υπηρεσίες του ΚΕΤΑ Κρήτης προς τους εξαγωγείς συνοψίζονται στα ακόλουθα:

- 1. Παροχή τεχνικής βοήθειας για την κατάρτιση ενός σύντομου σχεδίου μάρκετινγκ εξαγωγών**, μέσω ειδικού διαγνωστικού εργαλείου που έχει αναπτυχθεί και συμπληρώνεται από τα στελέχη του ΚΕΤΑ σε συνεργασία με τον επιχειρηματία. Από το διαγνωστικό αυτό εργαλείο διαφαίνεται και η εξαγωγική ετοιμότητα της επιχείρησης.
- 2. Παροχή Τεχνικής Βοήθειας για την αναγνώριση εξαγωγικών ευκαιριών και την ανεύρεση συνεργατών** σε όλες τις χώρες, με την παροχή πληροφοριών για χονδρεμπόρους, διανομείς, σούπερ μάρκετ και κλαδικά στοιχεία που μπορούν να βοηθήσουν στην εκτίμηση της κάθε αγοράς.
- 3. Διοργάνωση επιχειρηματικών αποστολών** σε εκδηλώσεις με κλαδικό χαρακτήρα (π.χ. ANUGA, CeBit) ή άλλες που οργανώνονται με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Europarteneriat, Medparteneriat, Interprise).
- 4. Πρόσβαση σε διεθνείς και ελληνικές βάσεις δεδομένων** με στοιχεία διεθνών εκθέσεων και επιχειρηματικών αποστολών, ετήσιων εκθέσεων και οικονομικών δελτίων, κλαδικά στοιχεία, επιχειρήσεις εισαγωγείς, χονδρεμπόρους και διανομείς, φορείς ανάπτυξης των εξαγωγών και προσφορές και ζητήσεις προϊόντων.
- 5. Στήριξη της διαφοροποίησης και βελτίωση των Κρητικών προϊόντων για καλύτερη πρόσβαση σε ξένες αγορές** με τη διενέργεια έρευνας αγοράς

σε τουρίστες της Κρήτης για να διαπιστωθεί ο βαθμός αποδοχής των κρητικών προϊόντων και κατάρτιση μελέτης για ζητήματα εικόνας των προϊόντων του Κρητικού προτύπου διατροφής που θα περιλαμβάνει και ζητήματα στρατηγικής.

- 6. Προβολή των εξαγωγέων Κρήτης** μέσω ειδικού μητρώου που καταρτίστηκε από το ΚΕΤΑ Κρήτης και παρουσιάζεται στην ιστοσελίδα του ΚΕΤΑ (www.keta-kriti.gr).

Ο **οδηγός εξαγωγών -βήμα προς βήμα** αποτελεί μία ακόμα δραστηριότητα του ΚΕΤΑ Κρήτης που στοχεύει στην ενημέρωση των εξαγωγέων και εν δυνάμει εξαγωγέων, καλύπτοντας από τη μία τις κινήσεις που πρέπει να κάνει μια επιχείρηση για να κινηθεί επιτυχημένα στη διεθνή αγορά και προϋποθέσεις οργάνωσης και λειτουργίας της και από την άλλη θέματα διαδικασιών που θα πρέπει να είναι γνωστά στην επιχείρηση.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1. ΞΕΚΙΝΩΝΤΑΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ	7
1.1. ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ	7
1.2. ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	8
1.3. ΑΞΙΟΛΟΓΩΝΤΑΣ ΤΙΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΕΣ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	9
2. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΧΕΔΙΟΥ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	11
3. ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΤΩΝ ΑΓΟΡΩΝ ΣΤΟΧΩΝ	13
3.1. ΒΗΜΑΤΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΑΓΟΡΩΝ	13
3.2. ΚΥΡΙΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΑΓΟΡΩΝ	14
3.3. ΈΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ	14
3.4. ΣΥΓΚΕΝΤΡΩΣΗ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΓΙΑ ΚΑΘΕ ΑΓΟΡΑ ΣΤΟΧΟ	15
4. ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΧΕΔΙΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	16
4.1. Η ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	16
4.2. ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	16
4.3. ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ	17
4.4. ΤΙΜΟΛΟΓΗΣΗ	19
4.5. ΠΡΩΘΗΣΗ	20
5. ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΣΤΟΧΟ	22
5.1. ΜΕΘΟΔΟΙ ΔΙΕΙΣΔΥΣΗΣ	22
5.2. ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΜΕΣΩ ΤΡΙΤΩΝ	23
6. ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΚΑΙ ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ-INCOTERMS	25
6.1. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΤΟΥ ΤΡΟΠΟΥ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ	25
6.2. ΤΡΟΠΟΙ ΜΕΤΑΦΟΡΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ	27
6.3. ΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΞΟΔΩΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ	30
6.4. ΑΠΟΣΤΟΛΗ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ-INCOTERMS	31
6.5. ΑΣΦΑΛΙΣΗ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ	35
7. ΑΣΦΑΛΙΣΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ	38
7.1. ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ	39
7.2. ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΟΥ Ο.Α.Ε.Π. ¹	41
8. ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΔΙΑΚΑΝΟΝΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΠΛΗΡΩΜΕΣ	42
8.1. ΤΡΟΠΟΙ ΔΙΑΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ	42
8.2. ΤΡΟΠΟΙ ΠΛΗΡΩΜΗΣ	47
9. ΒΑΣΙΚΑ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	50
9.1. ΤΕΛΩΝΕΙΑΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΚΑΙ ICIS	50

9.2.	ΈΚΔΟΣΗ ΠΑΡΑΣΤΑΤΙΚΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΕΞΑΓΩΓΕΑ	50
9.3.	ΒΑΣΙΚΑ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	52
9.3.1.	Ενιαίο Διοικητικό Έγγραφο (Ε.Δ.Ε.)	52
9.3.2.	Πιστοποιητικό κυκλοφορίας εμπορευμάτων EUR 1 & ATR 1.....	53
9.3.3.	Πιστοποιητικό T5.....	53
9.3.4.	Κοινοτική διαμετακόμιση T2L	54
9.4.	ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ	54
9.4.1.	Φορτωτική οδικής μεταφοράς CMR	54
9.4.2.	Εγγύηση μεταφοράς TIR.....	55
9.5.	ΕΙΔΙΚΑ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΤΙΚΑ	56
9.6.	ΕΠΙΔΟΤΗΣΕΙΣ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	58
9.7.	ΚΑΘΕΣΤΩΣ ΤΕΛΕΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΣ ΕΠΑΝΕΞΑΓΩΓΗ	60
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: ΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΟ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	61
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑΣ.....	71
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3: ΛΕΞΙΚΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	75
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4: ΦΟΡΕΙΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ	84

1. Ξεκινώντας εξαγωγές

1.1. Ευκαιρίες και προκλήσεις

Η παγκοσμιοποίηση των αγορών έχει οδηγήσει, περισσότερο από ποτέ, στην απελευθέρωσή τους και στην προσφορά πολλών δυνατοτήτων σε κάθε επιχείρηση να επεκταθεί σε αυτές. Η είσοδος βέβαια στην παγκόσμια αγορά παρουσιάζει ευκαιρίες αλλά και κινδύνους και πρέπει να μελετηθεί με προσοχή και να μην αντιμετωπιστεί ως μια ευκαιριακή προοπτική της επιχείρησης.

Ο ίδιος ο επιχειρηματίας πρέπει να γνωρίζει γιατί θέλει να κάνει εξαγωγές, ποιοι είναι οι στόχοι του και ποια τα προβλήματα αλλά και οι ευκαιρίες ανάπτυξης της επιχείρησής του κάνοντας ένα τέτοιο βήμα. Τα πλεονεκτήματα και οι ευκαιρίες που έχει μια επιχείρηση από την εξαγωγή των προϊόντων της μπορεί να είναι οι ακόλουθες:

- **Οικονομίες κλίμακας**, εφόσον η αγορά των προϊόντων θα μεγαλώσει και η διαχείριση πόρων θα είναι αποτελεσματικότερη
- **Αύξηση των πωλήσεων**, εφόσον αναγνωριστεί η ζήτηση του προϊόντος σε ξένες αγορές ή ανακαλυφθεί κάποια αγορά που το προϊόν της επιχείρησης είναι μοναδικό ή σπάνιο
- **Αύξηση των κερδών** της επιχείρησης, που μπορεί να επιτευχθεί σχετικά γρήγορα αν τα σταθερά κόστη καλύπτονται από τις πωλήσεις στην εγχώρια αγορά ή με άλλη χρηματοδότηση και οι τιμές πώλησης στο εξωτερικό έχουν καθοριστεί λαμβάνοντας υπόψη όλους τους παράγοντες (κόστη μεταφοράς, δασμοί, φόροι κλπ.)

Ο ίδιος ο επιχειρηματίας πρέπει να γνωρίζει γιατί θέλει να κάνει εξαγωγές, ποιοι είναι οι στόχοι του και ποια τα προβλήματα αλλά και οι ευκαιρίες ανάπτυξης της επιχείρησής του κάνοντας ένα τέτοιο βήμα.

- **Μείωση της εξάρτησης της επιχείρησης από την εγχώρια αγορά**, της οποίας η πορεία επηρεάζει άμεσα την επιχείρηση
 - **Απόκτηση τεχνογνωσίας**, που μπορεί να αφορά νέους τρόπους παραγωγής, νέα προϊόντα, νέους τρόπους συσκευασίας κλπ.
 - **Ενδυνάμωση της θέσης του προϊόντος στην εγχώρια αγορά**, εφόσον έχει επιτύχει στις ξένες αγορές, ανάμεσα σε πληθώρα άλλων προϊόντων.

Εκτός όμως από τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται στην επιχείρηση, για ανάπτυξη και επέκταση, υπάρχουν και προκλήσεις και απειλές πολλές φορές, που πρέπει να διαγνωστούν έγκαιρα και να αντιμετωπιστούν. Αυτές θα μπορούσαν να είναι:

- **Αυξημένα κόστη παραγωγής ή λειτουργίας**, που μπορεί να προκύψουν από την διαφοροποίηση του προϊόντος που εξάγεται, τη δημιουργία νέας συσκευασίας, την πρόσληψη νέου εξειδικευμένου προσωπικού, τα έξοδα ταξιδιών, την οργάνωση προωθητικών ενεργειών κλπ.
- **Προσαρμογές στη διοίκηση της επιχείρησης**, που προκύπτουν από την επέκταση των δραστηριοτήτων της και την άμεση ανταπόκριση που θα πρέπει να υπάρχει σε όλα τα επίπεδα
- **Ανταγωνισμός**, που θα πρέπει να είναι γνωστός σε όλες τις αγορές που απευθύνεται η επιχείρηση
- **Μακροπρόθεσμη απόδοση της επένδυσης**, καθώς τα θετικά αποτελέσματα της εξαγωγικής προσπάθειας της επιχείρησης μπορεί να φανούν μετά από μήνες ή ακόμα και έτη.
- **Γραφειοκρατικές διαδικασίες**, που απαιτούνται κυρίως για εξαγωγές σε τρίτες χώρες, και τις οποίες η επιχείρηση θα πρέπει να γνωρίζει λεπτομερώς.

1.2. Εξαγωγική ετοιμότητα της επιχείρησης

Το πρώτο πράγμα που θα πρέπει να σκεφτεί ο επιχειρηματίας είναι πόσο έτοιμη είναι η επιχείρηση να ξεκινήσει εξαγωγές, βάσει της παραγωγικής της δυναμικότητας, των οικονομικών πόρων της, του ανθρώπινου δυναμικού της, της διοίκησής της κλπ. και σε περίπτωση που δεν είναι, τι είναι αυτό που πρέπει να κάνει. Ξεκινώντας, πρέπει να αναφερθεί ότι ο επιχειρηματίας θα πρέπει να γνωρίζει και να λάβει υπόψη του:

1. **Την ανταγωνιστικότητα του προϊόντος:** η επιχείρηση θα πρέπει να έχει τους πόρους να ερευνήσει τη βιωσιμότητα του προϊόντος στις ξένες αγορές, τις προοπτικές του, τους τρόπους προώθησής του και τον ανταγωνισμό
2. **Τους ανθρώπινους πόρους της επιχείρησης:** τη δέσμευση των ανώτερων στελεχών για ανάπτυξη των εξαγωγών, τις γνώσεις και δεξιότητες του διοικητικού προσωπικού, την γρήγορη ανταπόκριση του προσωπικού παραγωγής στην απαιτούμενη ζήτηση και την προσαρμοστικότητα των ανθρώπων στη νέα πορεία της επιχείρησης
3. **Τη χρηματοδότηση της επιχείρησης:** τους τρόπους απόκτησης κεφαλαίων για την παραγωγή ή την κάλυψη αυξημένων λειτουργικών εξόδων, τις προσφερόμενες μεθόδους μείωσης του χρηματοοικονομικού ρίσκου, την τεχνική βοήθεια για οικονομικά και νομικά θέματα εξαγωγών

4. **Τις προσδοκίες και τους στόχους** που έχουν οριστεί: τον καθορισμό ρεαλιστικών στόχων και την κατάρτιση οικονομικών και ποσοτικών προβλέψεων.

1.3. Αξιολογώντας τις εξαγωγικές προοπτικές της επιχείρησης

Η απόφαση του επιχειρηματία να ξεκινήσει εξαγωγές πρέπει να έχει προέλθει μετά από μελέτη και καταγραφή όλων των ανωτέρω θεμάτων, που θα τον κάνουν να καταλάβει πόσο έτοιμη είναι η επιχείρηση και ποιες αλλαγές θα πρέπει να γίνουν στην οργάνωση και λειτουργία της. Το πρώτο και κύριο για το οποίο αναρωτιούνται οι επιχειρηματίες, είναι αν το προϊόν τους, μπορεί να έχει μία καλή θέση στις αγορές του εξωτερικού. Το ερώτημα όμως αυτό δεν μπορεί να απαντηθεί εύκολα και είναι λανθασμένη η διαμόρφωση άποψης από την εμπειρική γνώση κάποιων ή την παραβολή στοιχείων που αφορούν 'παρόμοια' προϊόντα ή 'παρόμοιες' αγορές. Προκειμένου ο επιχειρηματίας να ερευνήσει τη θέση του προϊόντος του στις ξένες αγορές πρέπει να λάβει υπόψη του παράγοντες όπως:

1. Ποιοι είναι οι πιθανοί πελάτες-στόχος;
 - Ποιοι χρησιμοποιούν ήδη το προϊόν;
 - Είναι ευρείας κατανάλωσης ή απευθύνεται σε συγκεκριμένο κοινό;
 - Αφορά συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού;
 - Επηρεάζεται η αγορά του από κοινωνικούς, δημογραφικούς ή άλλους παράγοντες;
2. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά του ίδιου του προϊόντος;
 - Απαιτούνται τροποποιήσεις για την εξαγωγή του και πόσο εύκολο είναι να γίνουν αυτές;
 - Ποια είναι η διάρκεια ζωής του προϊόντος;
 - Απαιτείται ακριβή συσκευασία για την μεταφορά του;
 - Απαιτούνται ειδικές άδειες για την εξαγωγή του;
 - Πόσο εύκολη είναι η μεταφορά του προϊόντος;
 - Πόσο θα επιβαρύνουν οι δαπάνες μεταφοράς την τελική τιμή του προϊόντος;
 - Απαιτείται ειδική εγκατάσταση του προϊόντος; Από ποιον θα γίνει;
 - Προσφέρονται υπηρεσίες μετά την πώληση; Από ποιον θα προσφέρονται;
3. Ποια η παραγωγική δυναμικότητα της επιχείρησης;
 - Μπορεί να ικανοποιηθεί η εγχώρια ζήτηση και οι νέοι πελάτες εξωτερικού;

- Σε περίπτωση που αυξηθεί η εγχώρια ζήτηση, θα μπορεί η επιχείρηση να καλύψει και τις εξαγωγές, ή το αντίστροφο;

Στο **παράρτημα 1** παρατίθεται ένα **διαγνωστικό εργαλείο μάρκετινγκ εξαγωγικών επιχειρήσεων**, που έχει αναπτυχθεί από το ΚΕΤΑ Κρήτης και θεωρείται ότι θα προβληματίσει τον επιχειρηματία και θα τον οδηγήσει σε χρήσιμα συμπεράσματα για την ετοιμότητα της επιχείρησής του. Στο **παράρτημα 2**, παρουσιάζεται ένα ‘κουίζ εξαγωγών’ που έχει συντάξει το TCI (Team Canada Inc), και αφορά την ετοιμότητα της επιχείρησης να ξεκινήσει εξαγωγές.

2. Ανάπτυξη σχεδίου εξαγωγών

Το σχέδιο εξαγωγών είναι το ίδιο σημαντικό για την επιχείρηση όσο και το επιχειρηματικό σχέδιο που καταρτίζεται ετησίως. Κι αυτό γιατί τα θέματα που πρέπει να εξετάσει η επιχείρηση κατά την έναρξη των εξαγωγών της είναι ποικίλα, και το καθένα από αυτά απαιτεί ιδιαίτερη ανάλυση. Πολλές δυστυχώς είναι οι επιχειρήσεις που ξεκινούν χωρίς σχέδιο εξαγωγών, βλέποντας την ανάπτυξη εξαγωγών ως μία ευκαιριακή διαφυγή σε προβλήματα της εγχώριας αγοράς ή ως εναλλακτικό τρόπο διάθεσης πλεονάζουσας παραγωγής. Οι στόχοι αυτοί μπορούν να επιτευχθούν, μόνο όμως αν σχεδιαστούν με αποτελεσματικό τρόπο, λαμβάνοντας υπόψη θέματα όπως

Οι στόχοι των εξαγωγών μπορούν να επιτευχθούν μόνο αν σχεδιαστούν με αποτελεσματικό τρόπο, λαμβάνοντας υπόψη θέματα όπως ο ανταγωνισμός, η επιλογή των αγορών στόχου, η επιλογή των τρόπων μεταφοράς των εμπορευμάτων και η σωστή τιμολόγηση

ο ανταγωνισμός, η επιλογή των αγορών στόχου, η επιλογή των τρόπων μεταφοράς των εμπορευμάτων, η σωστή τιμολόγηση κλπ. Τονίζεται ότι το σχέδιο εξαγωγών, όπως και το επιχειρηματικό σχέδιο, είναι εργαλεία δυναμικά και όχι στατικά, πρέπει δηλαδή να παρακολουθούνται συνεχώς, να προσαρμόζονται και να αλλάζουν, ανάλογα με τα εμπόδια και τις συνθήκες που συναντά η επιχείρηση κατά περίπτωση.

Τα κύρια θεματικά πεδία ενός σχεδίου εξαγωγών μπορούν να συνοψιστούν στα ακόλουθα:

A. Παρουσίαση της επιχείρησης

- Στόχοι και προοπτικές της επιχείρησης
- Πορεία της επιχείρησης μέχρι σήμερα
- Στόχος ανάπτυξης του σχεδίου εξαγωγών
- Βραχυπρόθεσμοι και μακροπρόθεσμοι στόχοι του εξαγωγικού πλάνου της επιχείρησης
- Τρόπος οργάνωσης των τμημάτων της επιχείρησης
- Προσωπικό
- Επίπεδο οργάνωσης διαδικασιών και τεχνολογικό επίπεδο της επιχείρησης

B. Προϊόντα και Υπηρεσίες

- Περιγραφή των προϊόντων και των υπηρεσιών
- Προσαρμογή ή επανασχεδιασμό των προϊόντων για να εξαχθούν
- Ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα των προϊόντων της επιχείρησης
- Παραγωγική δυναμικότητα της επιχείρησης
- Εισαγωγή και σχεδιασμός νέων προϊόντων

Γ. Ανάλυση της αγοράς

- Έρευνα αγοράς
- Οικονομικό και πολιτικό περιβάλλον
- Μέγεθος της αγοράς
- Αγοραστικές συνήθειες και δημογραφικά χαρακτηριστικά
- Στοιχεία εισαγωγών της αγοράς στόχου και ανταγωνισμός
- Δασμοί και φόροι

Δ. Στρατηγική εισαγωγής σε νέες αγορές

- Καθορισμός των αγορών στόχο
- Περιγραφή των κυριότερων ανταγωνιστών
- Ανταγωνιστικά στοιχεία του προϊόντος στην αγορά στόχο
- Τρόπος εισαγωγής του προϊόντος
- Τιμολογιακή πολιτική
- Όροι πωλήσεων
- Στρατηγική διανομής-εναλλακτικοί τρόποι
- Στρατηγική προώθησης και διαφήμισης

ΣΤ. Νομικά και διαδικαστικά θέματα

- Ειδικά καθεστώτα εισαγωγών στην αγορά στόχο
- Ειδικά έγγραφα και άδειες
- Προσφερόμενοι τρόποι μεταφοράς των εμπορευμάτων
- Ασφάλιση των εμπορευμάτων

Ε. Χρηματοοικονομικός σχεδιασμός

- Πόροι χρηματοδότησης εξαγωγών
- Κόστος πωλήσεων
- Κόστος προώθησης και προβολής
- Λειτουργικά κόστη
- Λοιπά κόστη

Ζ. Υλοποίηση του σχεδίου εξαγωγών

- Καθορισμός ενεργειών και οργάνωσή τους
- Κριτήρια αξιολόγησης και διαδικασίες

3. Αναγνώριση των αγορών στόχων

Η αναγνώριση συγκεκριμένων αγορών για την εξαγωγή των προϊόντων αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα θέματα που θα καθορίσουν σε μεγάλο βαθμό την επιτυχημένη πορεία της επιχείρησης στις ξένες αγορές. Μετά την κατάρτιση του σχεδίου εξαγωγών, θα πρέπει να επιλεχθούν οι χώρες-αγορές που θα απευθυνθεί η επιχείρηση. Ο επιχειρηματίας μπορεί να γνωρίζει τις ευκαιρίες ανάπτυξης του προϊόντος του σε κάποιες χώρες, αλλά απαιτούνται περισσότερες πληροφορίες για να αξιοποιήσει τις ευκαιρίες αυτές. Η έρευνα αγοράς είναι το κύριο μέσο αναγνώρισης των ευκαιριών που προκύπτουν και των λοιπών παραγόντων που μπορεί να επηρεάσουν την πορεία της εξαγωγικής προσπάθειας.

3.1. Βήματα επιλογής αγορών

Παρά το ότι μία έρευνα αγοράς μπορεί να αφορά μια πληθώρα πληροφοριών, τα κύρια θεματικά πεδία στα οποία πρέπει να δοθεί έμφαση είναι:

Βήμα 1: Εύρεση πιθανών αγορών

- Πληροφορίες και στατιστικά των κυριότερων χωρών εξαγωγής των προϊόντων της επιχείρησης
- Επιλογή αυτών με τους καλύτερους ρυθμούς ανάπτυξης τα τελευταία 3-5 έτη
- Επιλογή αγορών με τις καλύτερες προοπτικές για το προϊόν (π.χ. μικρές αγορές με μεγάλους ρυθμούς ανάπτυξης ή αγορές που το προϊόν βρίσκεται σε φάση εισαγωγής, οπότε και ο ανταγωνισμός είναι σχετικά μικρός)
- Επιλογή 3-5 αγορών που εμφανίζουν τις καλύτερες προϋποθέσεις και για τις οποίες θα ακολουθήσει περαιτέρω έρευνα

Βήμα 2: Καθορισμός των αγορών στόχων

- Καθορισμός παραγόντων που επηρεάζουν τη ζήτηση του προϊόντος στις συγκεκριμένες αγορές
- Συγκέντρωση στοιχείων για την κατανάλωση/χρήση του συγκεκριμένου είδους προϊόντων και τις εισαγωγές
- Μελέτη του ανταγωνισμού και των κυριότερων ανταγωνιστών, παραγωγών ή εισαγωγέων
- Καθορισμός παραγόντων που επηρεάζουν τη χρήση του προϊόντος σε κάθε αγορά, όπως κανάλια διανομής, καταναλωτικές συνήθειες κλπ.
- Εμπόδια εισαγωγής σε κάθε αγορά στόχο (ανάλογα με το είδος του προϊόντος, το νομικό πλαίσιο εισαγωγών κλπ)


Βήμα 3: Συμπεράσματα για τις αγορές στόχο

- Αξιολόγηση των δεδομένων που συγκεντρώθηκαν και επικέντρωση σε συγκεκριμένες αγορές. Οι επιχειρήσεις που ξεκινούν εξαγωγές είναι καλύτερο να επικεντρώνονται σε 2-3 χώρες
- Για τις 2-3 χώρες που έχουν επιλεχθεί, αναπτύσσεται σχέδιο μάρκετινγκ εξαγωγών

3.2. Κύριες κατηγορίες αγορών

Οι αγορές μπορούν να κατηγοριοποιηθούν βάσει συγκεκριμένων χαρακτηριστικών τους. Αυτό διευκολύνει τον επιχειρηματία στην επιλογή των αγορών-στόχος και στη στρατηγική ανάπτυξής του στις αγορές αυτές. Κάποιες γενικές κατηγορίες αγορών θεωρούνται:

1. **Αναπτυγμένες και ανταγωνιστικές αγορές** (π.χ. χώρες της Δυτικής Ευρώπης): απαιτείται ποιοτικό προϊόν, αποτελεσματική διανομή, έμφαση στα μέσα προβολής και προώθησης
2. **Αναπτυσσόμενες αγορές** (π.χ. χώρες της Ανατολικής Ευρώπης): απαιτείται ιδιαίτερη έρευνα των καταναλωτικών συνηθειών, της κουλτούρας και του βιοτικού επιπέδου και συνήθως η εισαγωγή των προϊόντων γίνεται μέσω τοπικού αντιπροσώπου
3. **Υπό ανάπτυξη αγορές** (π.χ. χώρες της Αφρικής): η ανάπτυξη των αγορών γίνεται με αργούς ρυθμούς και απαιτείται ευελιξία στη στρατηγική της επιχείρησης.



Κάποιες χώρες μπορεί να έχουν χαρακτηριστικά δύο κατηγοριών αγορών

3.3. Έρευνα Αγοράς

Η υλοποίηση ερευνών αγοράς πολλές φορές αντιμετωπίζεται με δυσφορία από τους επιχειρηματίες, λόγω κυρίως του υψηλού κόστους που θεωρείται ότι έχει. Η έρευνα αγοράς έχει κύρια δύο μορφές, όπως παρουσιάζεται ακολούθως, είναι όμως γεγονός ότι όσο περισσότερα στοιχεία έχουμε για κάποια αγορά, τόσο πιθανότερο είναι να μην υπάρχουν αστοχίες. Οι δύο κατηγορίες έρευνας αγοράς είναι:

- **Δευτερογενής έρευνα**, που πραγματοποιείται στην έδρα της επιχείρησης και περιλαμβάνει τη συγκέντρωση και ανάλυση στοιχείων από μελέτες, βιβλία, περιοδικά, αναφορές, έρευνες και στατιστικές αναλύσεις. Τέτοιου είδους στοιχεία και μελέτες μπορεί οποιοσδήποτε να βρει από φορείς ανάπτυξης επιχειρήσεων και εξαγωγών που παρατίθενται στο **παράρτημα 4**

- **Πρωτογενής έρευνα**, που πραγματοποιείται μετά τη δευτερογενή έρευνα και αφορά τη συγκέντρωση πληροφοριών από συγκεκριμένους ανθρώπους ή φορείς που γνωρίζουν πολύ καλά την αγορά ή είναι πιθανοί καταναλωτές του προϊόντος της επιχείρησης. Σε αυτούς η επιχείρηση πρέπει να θέσει τα ακριβή χαρακτηριστικά του προϊόντος και άλλα στοιχεία, ανάλογα με το σε ποιους απευθύνεται η έρευνα.

3.4. Συγκέντρωση πληροφοριών για κάθε αγορά στόχο

Μετά την υλοποίηση της δευτερογενούς και πρωτογενούς έρευνας, μπορεί να καταρτιστεί ένα προφίλ για κάθε αγορά στόχο. Αυτό είναι δυνατόν να περιλαμβάνει στοιχεία σχετικά με:

1. τον τύπο της αγοράς (με βάση όσα αναφέρθηκαν παραπάνω)
2. το πολιτικό περιβάλλον (σταθερότητα, σχέσεις με Ελλάδα, πολίτευμα κλπ.)
3. το οικονομικό περιβάλλον (στοιχεία εισαγωγών-εξαγωγών με άλλες χώρες και με την Ελλάδα, οικονομική σταθερότητα, βιοτικό επίπεδο κλπ.)
4. το επιχειρηματικό περιβάλλον (επιχειρηματικές πρακτικές και νομοθεσία, διαφοροποιήσεις σε νομοθετικά θέματα εισαγωγών, διαδικασίες εισαγωγών κλπ)
5. την υποστήριξη της εισαγωγής στην αγορά (ενώσεις επαγγελματιών, δίκτυα προώθησης, βάσεις δεδομένων πληροφόρησης κλπ.)
6. την κουλτούρα και τις συνήθειες (διαφορές και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κουλτούρας)

4. Ανάπτυξη σχεδίου μάρκετινγκ εξαγωγών

4.1. Η διαφοροποίηση του μάρκετινγκ εξαγωγών

Η κατάρτιση ενός σχεδίου μάρκετινγκ εξαγωγών είναι απαραίτητη προκειμένου να καταγραφούν τα χαρακτηριστικά της αγοράς στόχου, του ανταγωνισμού, των προωθητικών ενεργειών που έχει στη διάθεσή της η επιχείρηση και των μετατροπών που πιθανόν να υποστεί το προϊόν για να εξαχθεί.

Στη στρατηγική μάρκετινγκ κάθε επιχείρησης στην εγχώρια αγορά δίνεται έμφαση στο προϊόν (product), την τιμή (price), την προώθηση (promotion) και τον τόπο (place), τα γνωστά 4 P' s.

Σύμφωνα με μία άποψη, το διεθνές μάρκετινγκ είναι

περισσότερο πολύπλοκο και προστίθενται επιπλέον 9 P' s τα οποία είναι:

- Πληρωμές (payment) - πόσο πολύπλοκες είναι οι διεθνείς συναλλαγές;
- Προσωπικό- (personnel) έχει το υφιστάμενο προσωπικό τα κατάλληλα προσόντα;
- Σχεδιασμός (planning)
- Έγγραφα και απαραίτητα δικαιολογητικά (paperwork)
- Πρακτικές (practices)- διαφορές σε ότι αφορά κουλτούρα και επιχειρηματικότητα
- Συνεργασίες (partnerships)
- Πολιτικές και μέθοδοι της επιχείρησης (policies)
- Τρόποι παρουσίας στην νέα αγορά (positioning)
- Προστασία (protection)- των εξαγόμενων προϊόντων και της πνευματικής ιδιοκτησίας της επιχείρησης

Επιτυχημένες εξαγωγικές επιχειρήσεις επικεντρώνονται κάθε φορά σε μία αγορά και περνούν στην επόμενη μόνο όταν επιτύχουν στην προηγούμενη

4.2. Περιεχόμενα σχεδίου μάρκετινγκ εξαγωγών

Το σχέδιο μάρκετινγκ εξαγωγών σχετίζεται σε μεγάλο βαθμό με το σχέδιο εξαγωγών που αναφέρθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο και αντλεί στοιχεία από αυτό. Ένα σχέδιο μάρκετινγκ εξαγωγών μπορεί να θεωρηθεί ότι περιλαμβάνει τα ακόλουθα κεφάλαια:

- 1. Ανάλυση προϊόντος:** περιγραφή των προϊόντων που θα εξαχθούν, ανταγωνιστικά τους πλεονεκτήματα και ανταγωνιστικότητά τους στη διεθνή αγορά
- 2. Ανάλυση αγοράς:** ανάλυση της αγοράς στόχου σε ότι αφορά το μέγεθός της και τη ζήτηση του προϊόντος με αναφορά σε οικονομικά, κοινωνικά, πολιτικά και δημογραφικά χαρακτηριστικά, προφίλ του πιθανού καταναλωτή και παράγοντες επηρεασμού της καταναλωτικής συμπεριφοράς
- 3. Ανάλυση ανταγωνιστικότητας του προϊόντος:** ανάλυση της θέσης του προϊόντος σε σχέση με ανταγωνιστικά προϊόντα
- 4. Στόχοι:** αναφορά σε στόχους πωλήσεων, μεριδίου αγοράς, εσόδων και κέρδους.
- 5. Στρατηγική μάρκετινγκ:** περιγραφή της στρατηγικής μάρκετινγκ με αναφορά στην τιμολόγηση, τη διανομή και την προώθηση.
- 6. Υλοποίηση:** καταγραφή των ενεργειών που θα πρέπει να γίνουν, με ορισμό του χρόνου και του ατόμου που θα είναι υπεύθυνο για κάθε μία.
- 7. Αξιολόγηση:** σχεδιασμός μιας μεθόδου αξιολόγησης των ενεργειών του σχεδίου μάρκετινγκ και δράσεις υλοποίησης διορθωτικών ενεργειών

Οι επαγγελματικές σχέσεις στις ξένες αγορές θεμελιώνονται καλύτερα με επαφή πρόσωπο με πρόσωπο. Τα φαξ, τα email και τα τηλεφωνήματα είναι καλύτερα για επιβεβαίωση παρά για αρχική επαφή.

4.3. Προσαρμογή του προϊόντος

Σε πολλές περιπτώσεις η επιλογή εξαγωγής κάποιου προϊόντος συνοδεύεται και από αναγκαίες τροποποιήσεις στο ίδιο το προϊόν. Οι μέθοδοι και τεχνικές ελέγχου της εξαγωγικής καταλληλότητας ενός προϊόντος καλύπτουν ένα πολύ μεγάλο φάσμα διαδικασιών αρχίζοντας από τις πολύ στοιχειώδεις, γρήγορες και ανέξοδες τεχνικές, μέχρι εκείνες που προϋποθέτουν περίπλοκες, πολυδάπανες και χρονοβόρες διαδικασίες.

Είναι θέμα του ίδιου του εξαγωγέα, σε συνεννόηση με τον αντίστοιχο αντιπρόσωπο του ή τον αντίστοιχο υπεύθυνο διανομής του προϊόντος, να διαλέξει το μέγεθος, την τεχνική και τη διάρκεια της έρευνας, που θα πρέπει να διεξαχθεί σε κάθε περίπτωση. Μπορεί να ακολουθηθεί ένα πρόγραμμα που περιλαμβάνει έρευνα και που μπορεί να αφορά:

1. Μελέτη και καταγραφή των ανταγωνιστικών προϊόντων

α) Τεχνικά χαρακτηριστικά: πρώτες ύλες, μορφή προϊόντος, ποικιλία, τύπος, μεγέθη, σήματα, χρώματα, τροποποιήσεις, βελτιώσεις, ανθεκτικότητα

β) Εκτίμηση της ποιότητας: αντοχή, ικανότητα, απόδοση, εμφάνιση, καταλληλότητα και ευκολία χειρισμού

γ) Νομική κατοχύρωση: σχέδιο (μορφή του προϊόντος, δικαιώματα ευρεσιτεχνίας, εγκρίσεις)

2. Συσκευασία/Παρουσίαση

α) Τεχνικά χαρακτηριστικά: σχεδιασμός, σχήμα, υλικά κατασκευής, αντοχή στις κλιματολογικές συνθήκες, ευκολία και σταθερότητα στις διαδικασίες φόρτωσης και εκφόρτωσης, διακίνησης, αποθήκευσης και έκθεσης, προσαρμογής στους επίσημους κανόνες και νομοθετικές ρυθμίσεις.

β) Ελκυστικότητα: μέγεθος, σχήμα, κατάλληλος χρωματισμός, σφραγίδα ποιότητας και σχεδιασμός ετικέτας (επιγραφής).

γ) Στοιχεία ταυτότητας: σχήμα, χρώμα, ετικέτα σήμα κατατεθέν

δ) Πληροφορίες: περιγραφή προϊόντος, σύνθεση περιεχομένου, οδηγίες χρήσης

ε) Παροχή υπηρεσιών: το είδος των υπηρεσιών που προσφέρονται από τα ανταγωνιστικά προϊόντα - παράδοση, εγκατάσταση, προετοιμασία, κύρια μέρη και εξαρτήματα, εκπαίδευση για τη χρήση, επισκευές, ανταποδοτικά αγαθά.

3. Ανταγωνιστικές Τιμές

α) Τιμές καταναλωτή: κατάλογος βασικών τιμών - συνήθεις τιμές πώλησης - φόροι (προστιθέμενης αξίας, κοινοτικός ή δημοτικός) - εκπτώσεις (λόγω ποσότητα ή πληρωμής μετρητοίς) - τρόπος πληρωμής (μετρητοίς, πίστωση, δόσεις) - εκπτώσεις λόγω κατεστραμμένων εμπορευμάτων - ποικιλία προϊόντων, τομείς αγοράς και τύπος πώλησης (πρατήρια και καταστήματα).

β) Τιμές για το εμπόριο: διαφορετικές τιμές - εκπτώσεις - όροι πληρωμής - ειδικές εκπτώσεις για τους εισαγωγείς χονδρεμπόρους και λιανοπωλητές, λόγω προϊόντων, τομέων, μεγέθους παραγγελίας, είδος εμπόρων.

4. Αποδοχή προϊόντος

Θα πρέπει ο εξαγωγέας να γνωρίσει το προϊόν του στους ενδεχόμενους εισαγωγείς και να συζητήσει μαζί τους για τις συνθήκες στην πώληση και διακίνηση παρεμφερών προϊόντων. Έτσι θα μπορέσει να έχει μια πρώτη ένδειξη και θα μπορέσει να προχωρήσει σε προσθήκες ή αλλαγές του προϊόντος του όπου αυτό είναι αναγκαίο να γίνει. Το επόμενο βήμα θα πρέπει να είναι η παρουσίαση του προϊόντος σε μια ομάδα χονδρεμπόρων και λιανοπωλητών, έτσι ώστε να πάρει τη γνώμη τους και να συνεχίσει στη λήψη αποφάσεων. Μπορεί επίσης να ζητήσει πληροφορίες απευθείας από τους καταναλωτές. Επίσης θα πρέπει να εξετασθεί:

α) το μέγεθος και οι διαστάσεις που θα πρέπει να έχει το προϊόν

β) ο τύπος του εξωτερικού περιβλήματος, στο οποίο θα πρέπει να συσκευαστεί

- γ) ο τρόπος, που θα πρέπει να είναι συσκευασμένο, ώστε να υπάρχει ευκολία για τη διακίνησή του μέσα στην αποθήκη
- δ) η ευκολία που θα παρέχει η συσκευασία για εύκολη τοποθέτηση σε ψύξη αν χρειαστεί
- ε) το θέμα της τιμής πώλησης και η ευκολία ανάλογων παροχών

Ως αποτέλεσμα της έρευνας, θα διαπιστωθούν οι πιθανές τροποποιήσεις που απαιτούνται ενώ ο εξαγωγέας θα πρέπει να κάνει ακριβείς υπολογισμούς της δαπάνης που απαιτείται για το πρόγραμμα επανασχεδιασμού και τα λοιπά πιθανά κόστη που θα προκύψουν.

4.4. Τιμολόγηση

Η τιμολόγηση των προϊόντων που εξάγονται αποτελεί ιδιαίτερης σημασίας διαδικασία καθώς λαμβάνονται υπόψη, εκτός από παράγοντες κόστους παραγωγής, και άλλοι που αφορούν τη μεταφορά και παράδοση των εμπορευμάτων στις ξένες αγορές.

Τέτοιοι παράγοντες μπορεί να είναι:

- Οι διαφορές στις ισοτιμίες νομισμάτων
- Η μεταφορά των εμπορευμάτων
- Η ειδική συσκευασία των εξαγόμενων προϊόντων
- Η ασφάλιση εμπορευμάτων
- Οι προμήθειες και άλλες χρεώσεις που αφορούν τους ενδιάμεσους κλπ.

Η **ζήτηση του προϊόντος**, όπως και στις τοπικές αγορές, είναι καθοριστικής σημασίας για τη διαμόρφωση των τιμών. Για τα περισσότερα καταναλωτικά προϊόντα το κατά κεφαλήν εισόδημα αποτελεί ένα δείκτη δυναμικής της αγοράς ενώ λίγα θεωρείται ότι είναι τα προϊόντα για τα οποία η ζήτηση είναι τόσο μεγάλη που δεν επηρεάζεται από το χαμηλό κατά κεφαλήν εισόδημα των καταναλωτών.

Ο **ανταγωνισμός**, όπως και στις τοπικές αγορές, επηρεάζει οπωσδήποτε τις τιμές πώλησης των προϊόντων. Ένα νέο προϊόν σε μια καινούρια αγορά μπορεί να έχει υψηλή τιμή ενώ η εισαγωγή ενός προϊόντος σε μία ιδιαίτερα ανταγωνιστική αγορά μπορεί να απαιτεί μειωμένη τιμή προκειμένου να κερδισθεί άμεσα μερίδιο αγοράς.

Για τον προσδιορισμό των τιμών όμως λαμβάνονται υπόψη και οι στόχοι των εξαγωγών σε κάθε αγορά. Τέτοιοι στόχοι μπορεί να είναι η γρήγορη εξάπλωση στην αγορά, η αντικατάσταση υπάρχοντων προϊόντων, η αργή αλλά σταθερή διεξόδωση κ.α. Οι στόχοι αυτοί και η συνολική στρατηγική τιμολόγησης επηρεάζονται και από τη φάση ανάπτυξης της αγοράς στόχου και το κατά κεφαλήν εισόδημα των πιθανών καταναλωτών.

Κάποιες εναλλακτικές μορφές τιμολόγησης είναι οι ακόλουθες:

- Στατική τιμολόγηση- ίδια τιμή για όλους τους πελάτες
- Ευέλικτη τιμολόγηση-προσαρμογή των τιμών για τα διαφορετικά είδη πελατών
- Τιμολόγηση βάσει κόστους- τιμολόγηση για την απόλυτη κάλυψη των σταθερών και μεταβλητών δαπανών παραγωγής και εξαγωγής των προϊόντων
- Τιμολόγηση βάσει μεταβλητού κόστους- τιμολόγηση για την κάλυψη των μεταβλητών δαπανών παραγωγής και εξαγωγής των προϊόντων ενώ οι σταθερές δαπάνες καλύπτονται από τις πωλήσεις στην εσωτερική αγορά
- Τιμολόγηση διείσδυσης– χαμηλή τιμή για γρήγορη εισαγωγή στην αγορά και αποθάρρυνση των ανταγωνιστών
- Τιμολόγηση αγορών με μικρό ανταγωνισμό- υψηλή τιμή προϊόντων με μεγάλο περιθώριο κέρδους σε αγορές με μικρό ανταγωνισμό.

Αφού έχει καθοριστεί η στρατηγική τιμολόγησης και έχουν υπολογιστεί τα διάφορα κόστη, τιμολογούνται τα προϊόντα και με βάση το επιθυμητό περιθώριο κέρδους για την επιχείρηση.

Προσπαθώντας να τιμολογήσει η επιχείρηση όσο γίνεται πιο αποτελεσματικά τα προϊόντα της, θα πρέπει να λάβει υπόψη όλα τα πιθανά κόστη. Ακολουθώς παρουσιάζεται μια λίστα των περισσοτέρων από αυτά:

- Κόστη μάρκετινγκ και προώθησης: διανομής, διαφήμισης, ταξιδίων, έντυπου διαφημιστικού υλικού, συμμετοχής σε εκθέσεις κλπ
- Κόστη παραγωγής: κόστος παραγωγής ανά προϊόν, κόστος συσκευασίας ή συναρμολόγησης ανά προϊόν
- Κόστος συσκευασίας: υλικά, μακέτα, ετικέτα κλπ.
- Κόστη οργάνωσης και διοίκησης: ασφάλεια μεταφορών, πιστοποιήσεις κλπ.
- Κόστη μεταφοράς εμπορευμάτων: κόστη αποθήκευσης, ασφάλισης, μεταφοράς
- Χρηματοοικονομικά κόστη: κόστη χρηματοδότησης των εξαγωγών, κόστη από μεταβολές στις ισοτιμίες νομισμάτων, κόστη από μεταβολές επιτοκίων κλπ.

4.5. Προώθηση

Τα μέσα προώθησης που έχει στη διάθεσή της η επιχείρηση στις αγορές του εξωτερικού είναι σε γενικές γραμμές τα ίδια με τις αγορές του εσωτερικού. Αυτά είναι:

- Διαφήμιση: ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην επιλογή των κατάλληλων μέσων που θα έχουν αντίκτυπο στον πιθανό καταναλωτή
- Προωθητικό υλικό: υλικό που έχει αναπτυχθεί και διανέμεται στην τοπική αγορά πιθανόν να πρέπει να τροποποιηθεί τόσο σε ότι αφορά το σχεδιασμό του όσο και τα κείμενα που περιέχονται σε αυτό.
- Μηνύματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου: η αποστολή μηνυμάτων απευθείας σε πιθανούς πελάτες-στόχο μπορεί να γίνει μόνο μετά από εμπειρία στη συγκεκριμένη αγορά και αποτελεσματική έρευνα αγοράς.
- Προσωπικές επισκέψεις: οι προσωπικές επαφές με πιθανούς πελάτες αποτελεί πιθανόν τον καλύτερο τρόπο προώθησης. Σε πολλές περιπτώσεις αυτό εξαρτάται και από την επιχειρηματική κουλτούρα της αγοράς στόχου
- Συμμετοχή σε εκθέσεις: η συμμετοχή σε εκθέσεις, εκτός από την προώθηση των προϊόντων και της επιχείρησης, συμβάλλει και στην γνωριμία με την αγορά και τους ανταγωνιστές. Σε περίπτωση που η συμμετοχή σε μια έκθεση είναι δύσκολη, αρκεί μόνο η επίσκεψη του επιχειρηματία στην έκθεση.
- Ιστοσελίδα της επιχείρησης: κάθε εξαγωγική επιχείρηση οφείλει να έχει ιστοσελίδα για λόγους διαφημιστικούς και για να συμβάλλει στην εξυπηρέτηση των πελατών εξωτερικού. Απαραίτητη όμως είναι η παρακολούθηση και συνεχής ανατροφοδότησή της, ώστε οι πληροφορίες που περιέχονται να είναι επικαιροποιημένες. Στόχος δεν είναι η απλή ύπαρξη δικτυακού τόπου αλλά και η συχνή ενημέρωσή του καθώς μια ιστοσελίδα με μη επίκαιρα στοιχεία περισσότερο μπορεί να βλάψει παρά να ωφελήσει μια επιχείρηση.

5. Εισαγωγή των προϊόντων στην αγορά στόχο

5.1. Μέθοδοι διείσδυσης

Με βάση όσα αναφέρθηκαν για την επιλογή των αγορών-στόχο, η επιχείρηση έχει πλέον επιλέξει τις 'καλύτερες' αγορές για τα προϊόντα της. Η επόμενη απόφαση αφορά τη μέθοδο διείσδυσης στις αγορές στόχο. Οι παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη για την απόφαση αυτή είναι:

- Τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα των προϊόντων στις αγορές του εξωτερικού και οι πιθανοί κίνδυνοι
- Η χρηματοοικονομική δυναμική της επιχείρησης
- Οι περιορισμοί και τα εμπόδια που πιθανόν θα συναντήσει η επιχείρηση στην προσπάθειά της
- Το είδος του προϊόντος ή υπηρεσίας που θα εξαχθεί
- Οι ιδιαιτερότητες της κάθε αγοράς

Σε γενικές γραμμές, οι μέθοδοι εισαγωγής ενός προϊόντος σε μια αγορά του εξωτερικού μπορούν να θεωρηθούν ότι είναι οι **απευθείας εξαγωγές**, οι **εξαγωγές μέσω τρίτων** και η **σύναψη συνεργασίας με επιχειρήσεις του εσωτερικού ή του εξωτερικού**.

Οι **Απευθείας Εξαγωγές** αφορούν την πώληση των προϊόντων απευθείας από την επιχείρηση στον τελικό πελάτη. Τα κύρια πλεονεκτήματα της μεθόδου αυτής αφορούν την εξασφάλιση μεγαλύτερου περιθωρίου κέρδους λόγω της απουσίας ενδιάμεσων, τη δυνατότητα καθορισμού χαμηλών τιμών και την άμεση επαφή και γνώση των τελικών πελατών/ καταναλωτών των προϊόντων της επιχείρησης. Υπάρχουν όμως και μειονεκτήματα που εντοπίζονται στο ότι η επιχείρηση πρέπει να έχει άριστη γνώση της αγοράς ενώ και η αναγνωρισιμότητα του προϊόντος και της επιχείρησης είναι αργή. Οι **εξαγωγές μέσω τρίτων** αφορούν την πώληση των προϊόντων της επιχείρησης σε κάποιον ενδιάμεσο, που μπορεί να είναι χονδρέμπορος ή διανομέας. Η επιχείρηση μπορεί επίσης να έχει κάποιον αντιπρόσωπο που δεν αγοράζει τα προϊόντα της αλλά τα αντιπροσωπεύει στη συγκεκριμένη αγορά. Η **σύναψη συνεργασίας με άλλη επιχείρηση** για τη διενέργεια εξαγωγών μπορεί να προσφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα όπως μεταφορά τεχνογνωσίας, καταμερισμό του ρίσκου, ισόποση συμβολή στα απαιτούμενα κεφάλαια, ταυτόχρονη διείσδυση σε διάφορες αγορές στόχο κλπ. Η σύναψη **στρατηγικής συνεργασίας με επιχείρηση της αγοράς στόχου** μπορεί επίσης να αποβεί εξαιρετικά ωφέλιμη καθώς επιλέγονται συνήθως επιχειρήσεις με

συμπληρωματικά προϊόντα και αξιοποιούνται τα υφιστάμενα δίκτυα διανομής και μέσα προώθησης.

5.2. Εξαγωγές μέσω τρίτων

Παρά το ότι οι απευθείας εξαγωγές μπορεί να φαίνονται περισσότερο κερδοφόρες για την επιχείρηση, η ύπαρξη ενδιάμεσων μπορεί να σημαίνει σημαντική εξοικονόμηση χρόνου και χρήματος για την επιχείρηση.

Μία μορφή εισαγωγής στην αγορά στόχο είναι **μέσω αντιπροσώπων**, που συνήθως εκπροσωπούν μια συγκεκριμένη αγορά και πωλούν και συμπληρωματικά προϊόντα. Είναι εξουσιοδοτημένοι να συνάπτουν συμφωνίες πωλήσεων για τις επιχειρήσεις που αντιπροσωπεύουν και πληρώνονται με προμήθεια μόνο όταν πραγματοποιήσουν πωλήσεις. Μια συμφωνία με ένα αντιπρόσωπο σε αγορά του εξωτερικού βοηθά στο να έχει άμεσα η επιχείρηση ή το προϊόν παρουσία στην αγορά αυτή. Συνήθως έχει μικρότερο κόστος από τις απευθείας εξαγωγές ενώ η επιχείρηση διατηρεί τον έλεγχο του προϊόντος και της τιμής πώλησής του. Οι τοπικοί αντιπρόσωποι μπορούν να βοηθήσουν την επιχείρηση και στην υλοποίηση ερευνών αγοράς, στην παροχή συμβουλών για θέματα μεταφοράς εμπορευμάτων, στη διείσδυση σε συγκεκριμένες κατηγορίες πελατών και στην παροχή πληροφοριών για νομικά, οικονομικά και διαδικαστικά θέματα.

Μία δεύτερη επιλογή του επιχειρηματία αφορά την πώληση σε αγορές του εξωτερικού μέσω **χονδρεμπόρων**, που σε κάποιες περιπτώσεις αγοράζουν και μεταπωλούν τα προϊόντα και σε κάποιες άλλες πωλούν με προμήθεια. Συνήθως εξειδικεύονται σε συγκεκριμένα προϊόντα ή κατηγορίες προϊόντων. Σε πολλές περιπτώσεις αναλαμβάνουν δράσεις προώθησης των προϊόντων στην εκάστοτε αγορά, μέσω διαφήμισης, συμμετοχής σε εκθέσεις, προσωπικών πωλήσεων κλπ.

Τέλος πρέπει να αναφερθεί και η ύπαρξη των **διανομέων**, οι οποίοι αγοράζουν τα προϊόντα και τα μεταπωλούν σε πελάτες της αγοράς του εξωτερικού. Συνήθως οι ίδιοι καθορίζουν τις τιμές πώλησης και αναλαμβάνουν την παρακολούθηση της πορείας του προϊόντος στην αγορά. Το μειονέκτημα της πώλησης μέσω διανομέων έγκειται στη μείωση του περιθωρίου κέρδους για τον εξαγωγέα και στο μειωμένο έλεγχο της θέσης του προϊόντος και της τιμής του.

Για την επιλογή του ενδιάμεσου με τον οποίο θα συνεργαστεί η επιχείρηση για να εξάγει, πρέπει να ληφθούν υπόψη διάφοροι παράγοντες, καθώς η απόφαση είναι

ιδιαίτερα σημαντική και οι επιλογές πιθανόν να είναι πολλές. Κάποιοι από τους παράγοντες αυτούς μπορεί να είναι:

- Το δίκτυο πωλήσεων του ενδιαμέσου, ο βαθμός ανάπτυξης και εξάπλωσής του με την πάροδο του χρόνου κλπ.
- Το τμήμα της αγοράς στόχου που καλύπτει και η σχέση αυτού με τους στόχους της επιχείρησης, η ύπαρξη υποκαταστημάτων ή τοπικών γραφείων στην αγορά στόχο
- Η ποικιλία και το μίγμα των προϊόντων που αντιπροσωπεύει ή πουλά, η σχέση τους με τα προϊόντα της επιχείρησης, η αντιπροσώπηση άλλων προϊόντων από την ελληνική αγορά, οι ελάχιστες πωλήσεις που μπορεί να εξασφαλίσει, η αποτελεσματικότητά του από πωλήσεις συμπληρωματικών ή σχετικών προϊόντων
- Η μέθοδος αποθήκευσης ή αποθεματοποίησης των προϊόντων, η ευκολία επικοινωνίας μαζί του, η οργάνωση της επιχείρησης, οι υπηρεσίες που μπορεί να προσφέρει στον τελικό πελάτη κλπ.
- Η μέθοδος πωλήσεων που ακολουθεί, ο τρόπος παρακολούθησης της πορείας των πωλήσεων, ο τρόπος εκπαίδευσης του προσωπικού πωλήσεων
- Τα χαρακτηριστικά των πελατών του, ποιοι και πόσοι είναι οι κυριότεροι πελάτες του
- Η παροχή τεχνικής βοήθειας στη διενέργεια έρευνας αγοράς, τα μέσα προώθησης που χρησιμοποιεί, τα ποσά που επενδύει σε διαφήμιση και άλλες δράσεις προώθησης, η πρόθεση να μοιραστεί το κόστος διαφήμισης, η ύπαρξη ιστοσελίδας και η προβολή των προϊόντων των επιχειρήσεων που αντιπροσωπεύει μέσω αυτής.

Η ανάπτυξη σε ξένες αγορές αποτελεί μακροχρόνια δέσμευση για την επιχείρηση και απαιτεί ιδιαίτερες προσπάθειες, πόρους και χρόνο. Αυτό πρέπει να έχει γίνει αποδεκτό πρώτα απ' όλα από τη διεύθυνση της επιχείρησης.

6. Μεταφορά και αποστολή εμπορευμάτων-Incoterms

6.1. Παράγοντες επηρεασμού του τρόπου μεταφοράς

Η επιλογή του τρόπου αποστολής των εμπορευμάτων στο εξωτερικό επηρεάζει πολλαπλά η συνολική εξαγωγική διαδικασία της επιχείρησης. Οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή του τρόπου μεταφοράς είναι:

- Ο πελάτης
- Τα προϊόντα
- Τα χρονικά περιθώρια
- Το κόστος / Το κέρδος
- Οι παρεχόμενες Υπηρεσίες
- Η διαχείριση των Προϊόντων
- Οι γεωγραφικοί παράγοντες

Ο κάθε παράγοντας μεμονωμένα αλλά και διάφοροι συνδυασμοί παραγόντων θα μπορούσαν να αποτελέσουν έναν καλό λόγο για να προτιμηθεί ένας συγκεκριμένος τρόπος μεταφοράς. Ειδικότερα σε ότι αφορά τους πελάτες του εξωτερικού, για οποιονδήποτε λόγο μπορεί να επιθυμούν να γίνει η μεταφορά των προϊόντων με τον τρόπο που επιλέγουν οι ίδιοι. Για παράδειγμα, μπορεί να έχουν μία προτίμηση σε ένα συγκεκριμένο πλοίο ή μία αεροπορική εταιρεία με την οποία συνεργάζονται, ή να ζητήσουν η μεταφορά να γίνει οδικώς ή σιδηροδρομικώς, κ.τ.λ.

Άλλοι παράγοντες που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη είναι:

- **Τιμή:** Συνήθως όσο περισσότερο κοστίζει ένα προϊόν τόσο λιγότερο η τιμή του επηρεάζεται από τα έξοδα μεταφοράς.
- **Πυκνότητα:** Η πυκνότητα εκφράζει το συνδυασμό του βάρους ενός προϊόντος και του χώρου που καταλαμβάνει. Ο χώρος φόρτωσης κάθε οχήματος είναι περιορισμένος, αλλά και το βάρος που μπορεί να μεταφέρει είναι περιορισμένο. Ένα φορτίο με ιδανική πυκνότητα θα κάλυπτε απόλυτα τον ελεύθερο χώρο του οχήματος ζυγίζοντας ακριβώς το βάρος το οποίο μπορεί να μεταφέρει.
- **Η φύση των προϊόντων:** Ορισμένες φορές τα ίδια τα προϊόντα υπαγορεύουν από μόνα τους τον τρόπο που πρέπει να χρησιμοποιηθεί για τη μεταφορά τους. Σημαντικότεροι παράγοντες με βάση τους οποίους η φύση των προϊόντων καθοδηγεί από μόνη της την επιλογή του τρόπου μεταφοράς τους είναι η ευπάθεια των προϊόντων και η ποσότητα που πρέπει να αποσταλεί.
- **Χρονικά περιθώρια:** Είναι ενδεχόμενο τα προϊόντα να πρέπει να βρίσκονται στον προορισμό τους την επόμενη μέρα για μια εμπορική έκθεση ή η

ημερομηνία και ώρα της παράδοσης των προϊόντων να αποτελεί μέρος των όρων του συμβολαίου. Στις περιπτώσεις που ενδιαφέρει ο χρόνος παράδοσης, οι επιλογές σε ό,τι αφορά τον τρόπο μεταφοράς περιορίζονται.

- **Παρεχόμενες υπηρεσίες:** αφορά υπηρεσίες χρήσιμες για την πρόσβαση στην αγορά οι οποίες μπορεί να παρέχονται ή να μην παρέχονται. Για παράδειγμα, η ενδεχόμενη ύπαρξη σε μία χώρα λιμενικών εγκαταστάσεων υψηλής ποιότητας στις οποίες είναι εφικτός ο ελλιμενισμός κάθε είδους πλοίου, ή η ύπαρξη εκτεταμένων εγκαταστάσεων αποθήκευσης. Ωστόσο, εάν το οδικό δίκτυο έξω από το λιμάνι δεν είναι κατάλληλο ή εάν υπάρχει έλλειψη φορτηγών ή οδηγών, είναι βέβαιο ότι η διανομή των προϊόντων στους αγοραστές θα καθυστερήσει.
- **Διαχείριση των προϊόντων:** Μία μεταφορά μπορεί να απαιτήσει τη χρήση περισσότερων από ένα μέσων, για παράδειγμα το συνδυασμό οδικής και θαλάσσιας ή οδικής και αεροπορικής μεταφοράς. Στην περίπτωση αυτή η μεταφορά γίνεται με τη χρήση πολλαπλών τρόπων μεταφοράς. Σε τέτοια ταξίδια δεν αποκλείεται να χρειαστεί να γίνει μεταφόρτωση των προϊόντων από τα οχήματα σε αποθήκες και το αντίστροφο αρκετές φορές.
- **Γεωγραφία του τόπου:** Το πού βρίσκεται η χώρα προορισμού, τα βασικά γεωγραφικά χαρακτηριστικά της και η απόσταση που τη χωρίζει από τον εξαγωγέα είναι παράγοντες που πρέπει να ληφθούν υπόψη στην επιλογή του τρόπου μεταφοράς. Η απόσταση συνδέεται με παράγοντες όπως: η κρισιμότητα της τήρησης του προγράμματος, η διάρκεια του ταξιδιού και οι ενδεχόμενες συνέπειες πάνω στην ποιότητα των προϊόντων, οι καιρικές συνθήκες τις οποίες θα συναντήσουν τα προϊόντα και που ενδεχόμενα θα διαμορφώσουν αρνητικά την ποιότητά τους στην αγορά προορισμού.
- **Χωρητικότητα μεταφορικού μέσου:** Κάθε μέσο έχει ένα περιορισμένο όγκο και βάρος που μπορεί να μεταφέρει. Για παράδειγμα, υπάρχουν πλοία που έχουν τη δυνατότητα να μεταφέρουν μεγαλύτερα και βαρύτερα φορτία από ό,τι τα τρένα.
- **Λειτουργικά προβλήματα:** Τα αεροπλάνα επηρεάζονται σε καθοριστικό βαθμό από τις καιρικές συνθήκες και τα μηχανικά προβλήματα. Εκτός των περιπτώσεων που γίνεται ειδική ναύλωση, οι πτήσεις και τα δρομολόγια τους είναι καθορισμένα. Από την άλλη μεριά, η χρήση ειδικά ναυλωμένων δρομολογίων παρουσιάζει άλλα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα.

6.2. Τρόποι μεταφορά εμπορευμάτων

Ακολούθως παρουσιάζονται οι κυριότεροι τρόποι μεταφοράς εμπορευμάτων από μια χώρα σε άλλη:

1. **Οδικώς:** το 90% των προϊόντων στην Ευρώπη μεταφέρονται οδικώς. Τα κύρια μέσα που χρησιμοποιούνται σε αυτή την περίπτωση είναι τα ακόλουθα:

Αυτοκινούμενο Κοντέινερ	Πρόκειται για όχημα με μονοκόμματο άκαμπτο αμάξωμα με μήκος που φτάνει τα 12 μέτρα. Επειδή ακριβώς είναι άκαμπτο προσφέρει υψηλό βαθμό ασφάλειας.
Ρυμούλκα με κανναβάτσα στα πλευρά	Το όχημα αυτό έχει σκληρή οροφή και πόρτα στο πίσω μέρος, ενώ τα πλευρά του καλύπτονται από κανναβάτσα. Το γεγονός αυτό του δίνει πλεονέκτημα έναντι των άκαμπτων οχημάτων. Τα προϊόντα μπορούν να φορτωθούν από τα πλάγια.
Ρυμούλκα με κανναβάτσα	Εδώ, το κάλυμμα μπορεί να αφαιρεθεί προκειμένου να γίνει η φόρτωση και από τις δύο πλευρές, το πίσω μέρος, αλλά και την οροφή. Την ώρα που το όχημα ταξιδεύει το κάλυμμα πρέπει να δένεται και να κλείνει ερμητικά.
Σούπερ κοντέινερ	Στο όχημα αυτό οι πίσω ρόδες έχουν μικρή διάμετρο, πράγμα που επιτρέπει στην καρότσα να φτάνει σε ύψος 4 μέτρων, μεγαλώνοντας έτσι το χώρο φόρτωσης, χωρίς ωστόσο να μεταβάλλονται αντίστοιχα και τα επιτρεπτά όρια βάρους.
Επίπεδη καρότσα	Όπως υποδηλώνει και το όνομά του, το μονοκόμματο αυτό όχημα διαθέτει επίπεδο χώρο φόρτωσης επιτρέποντας τη φόρτωση από όλες τις μεριές. Αφού τοποθετηθεί το φορτίο σκεπάζεται με κάλυμμα για προστασία.
TIR	Το αρθρωτό αυτό όχημα αποτελείται από ένα μονοκόμματο άκαμπτο όχημα εμπρός που έχει και ρυμούλκα την οποία έλκει με τη βοήθεια ενός άξονα. Τα οχήματα αυτά είναι πολύ δημοφιλή στην ηπειρωτική Ευρώπη. Αν και δεν υπάρχει όφελος στον όγκο του φορτίου που μπορούν να μεταφέρουν, η ευελιξία που προσφέρουν είναι αυξημένη. Τα οχήματα αυτά είναι ιδανικά για χρήση σε έδαφος το οποίο θα ήταν φυσιολογικά απρόσιτο σε οχήματα με κανναβάτσα μήκους 12 μέτρων.
Βυτιοφόρο όχημα	Τα οχήματα αυτά έχουν προβλεφθεί για τη μεταφορά υγρών, αερίων, σκόνης χύδην, φυλλιδίων, σπόρων. Έχουν δυνατότητα μεταφοράς περίπου 5.000 έως 6.000 γαλόνια.

Το νόμιμο μέγιστο ωφέλιμο φορτίο που επιτρέπει να μεταφέρεται από φορτηγά οχήματα ποικίλλει μεταξύ των κρατών - μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Είναι απαραίτητο να λαμβάνεται υπόψη η τήρηση των ορίων αυτών στις μεταφορές που πραγματοποιούνται για τη διακίνηση προϊόντων μεταξύ των κρατών - μελών. Για το λόγο αυτό, πριν ξεκινήσει η φόρτωση των προϊόντων, πρέπει ο εξαγωγέας να είναι βέβαιος ότι ο φόρτος κάθε οχήματος δεν υπερβαίνει τα επιτρεπτά όρια που ισχύουν σε κάθε χώρα από την οποία θα διέλθουν τα προϊόντα μέχρι να φτάσουν στον προορισμό τους.

2. **Μέσω θαλάσσης:** Τα είδη των πλοίων που χρησιμοποιούνται για τη μεταφορά των φορτίων είναι:

<p>Πλοία μεταφοράς κοντέινερ</p>	<p>Τα κοντέινερ είναι μεγάλα μεταλλικά κουτιά. Το μήκος τους μπορεί να φτάνει τα 20 ή και 40 πόδια. Μεταφέρονται εύκολα σιδηροδρομικώς ή οδικώς πάνω σε φορτηγά με επίπεδη καρότσα. Για τη μεταφορά των προϊόντων σας με τις καλύτερες δυνατές συνθήκες, μπορείτε να επιλέξετε μεταξύ:</p> <p>α. Κοντέινερ με μόνωση. Η μόνωση που διαθέτουν μειώνει την ανταλλαγή θερμότητας με το εξωτερικό περιβάλλον, προστατεύοντας τα προϊόντα από το κίνδυνο ύγρανσης, ξήρανσης ή παγώματος.</p> <p>β. Κοντέινερ με ψύξη. Τα πλεονεκτήματα που παρέχουν είναι προφανή. Ωστόσο, υπάρχει και ένα μειονέκτημα: ο ψυκτικός μηχανισμός που βρίσκεται στο εσωτερικό καταλαμβάνει χώρο ελαττώνοντας τις εσωτερικές διαστάσεις του κοντέινερ.</p> <p>γ. Κοντέινερ ξηρού φορτίου. Έχουν κατασκευαστεί για τη μεταφορά προϊόντων σε μορφή ξηρής σκόνης. Διαθέτουν τρεις καθέκτες για το φόρτωμά τους στο επάνω μέρος και ένα άνοιγμα για την εκκένωση του φορτίου στο κάτω μέρος. Ο καλύτερος και ταχύτερος τρόπος για το άδειασμα του φορτίου είναι η χρήση ανατρεπόμενης ρυμούλκας.</p> <p>Ο καθέκτης είναι ένα άνοιγμα μέσω του οποίου γίνεται το φόρτωμα και το ξεφόρτωμα του προϊόντος. Θα έχετε δει ανατρεπόμενα φορτηγά να ξεφορτώνουν άμμο ή χαλίκι. Με τον ίδιο τρόπο λειτουργούν και τα οχήματα με ανατρεπόμενη ρυμούλκα.</p> <p>δ. Κοντέινερ - βυτία. Τα κοντέινερ αυτά είναι κατασκευασμένα για υγρά. Στερεώνονται πάνω σε πλαίσιο με συγκεκριμένες διαστάσεις. Έτσι το συνολικό μέγεθος του κοντέινερ είναι το ίδιο με οποιουδήποτε άλλου TEU.</p> <p>Ο όρος TEU αναφέρεται για πρώτη φορά. Προκύπτει από τα αρχικά των λέξεων Twenty - foot Equivalent Unit ("Ισοδύναμη μονάδα 20 ποδών"). Χρησιμοποιείται για τη μέτρηση της χωρητικότητας των κοντέινερ αλλά και των πλοίων.</p>
<p>Πλοία</p>	<p>Πρόκειται για τα παραδοσιακά πλοία γενικού φορτίου στα οποία ο μεγαλύτερος χώρος για την αποθήκευση του φορτίου βρίσκεται κάτω</p>

χύδην	από το κατάστρωμα. Είχαν σχεδιαστεί για τη μεταφορά μεταξύ λιμένων απόπλου και προορισμού φορτίων χύδην. Σήμερα, τα πλοία αυτά μεταφέρουν στα αμπάρια τους κοντέινερ αλλά και ξηρά φορτία όπως σπόρους δημητριακών.
Ro / Ro	Είναι συντομογραφία του roll on / roll off. Τα σκάφη τύπου Ro / Ro έχουν πόρτες και στην πλώρη και στην πρύμνη δίνοντας τη δυνατότητα για ταυτόχρονη αποβίβαση και επιβίβαση οχημάτων. Έτσι, ένα από τα πλεονεκτήματα των πλοίων Ro / Ro είναι η ταχύτητα που παρέχουν στο φόρτωμα και το ξεφόρτωμα. Ένα άλλο είναι ότι δεν απαιτείται χειρισμός των προϊόντων, πράγμα που είναι θετικό για αυτά, ούτε έξοδα χειρισμού, πράγμα θετικό για σας.

3. **Αεροπορικώς:** Τα προϊόντα που στέλνονται αεροπορικώς μπορούν είτε να φορτωθούν χύδην είτε σε ειδικά κοντέινερ που ονομάζονται ULD, από τα αρχικά των λέξεων Unit Load Devices (Κατασκευές Μονάδας Φορτίου). Τα ULD είναι πολύ μικρότερα και ελαφρύτερα από τα τυποποιημένα κοντέινερ που χρησιμοποιούνται στις θαλάσσιες μεταφορές, ωστόσο προσφέρουν στην ουσία τα ίδια πλεονεκτήματα που είναι (α) το γεγονός ότι παρέχουν στις αερομεταφορές φορτία με ιδανική πυκνότητα, (β) το ότι μειώνουν το χειρισμό των προϊόντων και (γ) το ότι βελτιώνουν τις συνθήκες ασφαλείας. Ορισμένα ULD διαθέτουν εσωτερική ψύξη για τα ευαλλοίωτα προϊόντα.
4. **Σιδηροδρομικώς:** Τα τρένα μεταφοράς κοντέινερ μπορούν να μεταφέρουν μέχρι 90 TEU. Υπάρχουν επίσης ορισμένες ειδικές τεχνικές μεταφοράς μέσω του σιδηροδρομικού δικτύου που συνδυάζουν τη σιδηροδρομική μεταφορά με την οδική στην αρχή ή το τέλος του ταξιδιού. Πρόκειται για λεγόμενα συστήματα πολυλειτουργικών κοντέινερ και σιδηροδρομικής μεταφοράς οχημάτων.
5. **Πολυλειτουργικά κοντέινερ:** Πρόκειται για κοντέινερ που χρησιμοποιούνται τόσο σε οδικές όσο και σε σιδηροδρομικές μεταφορές. Φυσικά, το μεταφερόμενο φορτίο προσαρμόζεται κάθε φορά στο χρησιμοποιούμενο μέσο, τον ασθενέστερο κρίκο στην αλυσίδα της μεταφοράς με πολλαπλά μέσα μεταφοράς, π.χ., εάν ένα κοντέινερ μεταφέρεται οδικώς με προορισμό ένα λιμάνι όπου θα φορτωθεί σε πλοίο, τα όρια στο βάρος του τίθενται από τη δυνατότητα μεταφοράς του φορτηγού και όχι βέβαια του πλοίου. Τα πολυλειτουργικά κοντέινερ είναι ελαφρύτερης κατασκευής από ό,τι τα συνήθη κοντέινερ θαλάσσιων μεταφορών. Γι' αυτό, δεν υπάρχει η δυνατότητα τοποθέτησης του ενός πάνω στο άλλο. Ωστόσο, το ωφέλιμο βάρος τους

υπερβαίνει τους 29 τόνους και δεν αποκλείεται να φτάνουν το μεικτό βάρος των 44 τόνων- όριο για την ηπειρωτική Ευρώπη.

6.3. Υπολογισμός εξόδων μεταφοράς

Το βάρος και ο όγκος ενός εμπορεύματος είναι οι δύο παράγοντες που λαμβάνονται υπόψη από τις μεταφορικές εταιρείες κατά τον υπολογισμό του ναύλου ενός φορτίου.

- **Βάρος:** Το βάρος ενός φορτίου (που μπορεί να αποτελείται από ένα ή πολλά "τεμάχια") υπολογίζεται πάντοτε σε κιλά.
- **Όγκος:** Είναι ο συνολικός χώρος που καταλαμβάνει ένα φορτίο. Ο όγκος μετριέται συνήθως σε κυβικά μέτρα. Αυτά συμβολίζονται ως m^3 ή cbm. Ο όγκος είναι μία σημαντική παράμετρος για το μεταφορέα, δεδομένου ότι ο διαθέσιμος χώρος στο μεταφορικό μέσο είναι πάντα περιορισμένος. Για το λόγο αυτό, ο μεταφορέας διατηρεί συνήθως το δικαίωμα να κάνει τη χρέωση είτε επί του συνολικού όγκου του φορτίου, είτε επί του βάρους - ανάλογα με το ποιο είναι μεγαλύτερο.
- **Οι αναλογίες:** Στις θαλάσσιες μεταφορές, το βάρος και ο όγκος θεωρείται ότι έχουν την ίδια σπουδαιότητα, οπότε η αναλογία που ισχύει είναι: $1m^3 = 1000$ KGs. Η αναλογία αυτή σημαίνει ότι το κάθε κυβικό μέτρο φορτίου θα θεωρείται ότι αντιστοιχεί σε βάρος 1000 κιλών. Στις οδικές και σιδηροδρομικές μεταφορές, το βάρος είναι σημαντικότερο από τον όγκο, οπότε η αναλογία γίνεται: $3m^3 = 1000$ KGs. Αυτό σημαίνει ότι κάθε $3m^3$ φορτίου θα θεωρείται ότι αντιστοιχούν σε βάρος 1000 κιλών. Στις αεροπορικές μεταφορές, το βάρος είναι και εδώ σημαντικότερο από τον όγκο, και η αναλογία που ισχύει είναι: $6m^3 = 1000$ KGs Αυτό σημαίνει ότι κάθε $6 m^3$ φορτίου θα θεωρείται ότι αντιστοιχούν σε βάρος 1000 κιλών. Τα αποτελέσματα που λαμβάνονται από τις μετατροπές αυτές ονομάζονται κάποιες φορές και "ειδικά βάρη".

Για τον υπολογισμό του κόστους μεταφοράς πρώτα από όλα πρέπει να είναι γνωστή η τιμή που θα χρεώσει ο μεταφορέας. Η τιμή αυτή μπορεί να δίνεται ανά τόνο - στην περίπτωση θαλάσσιων μεταφορών, ή ανά κιλό στις οδικές μεταφορές και τις αερομεταφορές. Κάποιες φορές ίσως υπάρξει διαφοροποίηση από τις αναλογίες που αναφέρθηκαν. Τα στάδια για τον υπολογισμό του κόστους μεταφοράς συνοψίζονται στα εξής:

1ο στάδιο: Υπολογίζεται το συνολικό πραγματικό βάρος του φορτίου.

2ο στάδιο: Υπολογίζεται ο συνολικός όγκος του φορτίου

3ο στάδιο: Υπολογίζονται τα ειδικά βάρη

4ο στάδιο: Συγκρίνονται το "ειδικό βάρος" που υπολογίσθηκε στο 3ο στάδιο με το πραγματικό βάρος.

5ο στάδιο: Κρατείται το μεγαλύτερο από τα δύο βάρη

6ο στάδιο: Πολλαπλασιάζεται το βάρος με την τιμή που αντιστοιχεί και επιλέγεται αυτή που συμφέρει περισσότερο (στις θαλάσσιες μεταφορές 1 m³: 1000 KGs, στις οδικές 3 m³ : 1000 KGs και στις αερομεταφορές 6 m³: 1000 KGs.

6.4. Αποστολή εμπορευμάτων-Incoterms

Η αποστολή εμπορευμάτων από μια χώρα σε μια άλλη στα πλαίσια μιας εμπορικής συναλλαγής μπορεί να περικλείει πολλούς και διαφορετικούς κινδύνους. Αν τα εμπορεύματα χαθούν ή υποστούν ζημιά ή αν η παράδοση δεν πραγματοποιηθεί για κάποιον άλλο λόγο, η εμπιστοσύνη ανάμεσα στους ενδιαφερόμενους μπορεί να κλονισθεί σε τέτοιο βαθμό ώστε να καταλήξουν σε δικαστικούς αγώνες, οι οποίοι συνήθως επιδεινώνουν το κλίμα αμοιβαίας εμπιστοσύνης στις συναλλαγές και δημιουργούν συνθήκες αμφισβήτησης και παρεξηγήσεων που οδηγούν σε απώλειες χρόνου και χρήματος.

Επειδή οι Τράπεζες μεσολαβούν στην διακίνηση των σχετικών κεφαλαίων που αφορούν τις συναλλαγές αυτές, ενδιαφέρονται και χρησιμοποιούν όλες τις διεθνείς πρακτικές. Σήμερα οι όροι και οι έννοιες των σχετικών ενεργειών εκφράζονται με ενιαία διεθνή ορολογία.

Στο πλαίσιο της οργάνωσης του Διεθνούς Εμπορίου σε συνθήκες ασφάλειας και υγιούς ανταγωνιστικότητας δημιουργήθηκαν διεθνείς κανόνες, που αποσκοπούν στην εξάλειψη προβλημάτων που αντιμετωπίζονται στο Διεθνές Εμπόριο και βελτιώνουν τις συνθήκες ανάμεσα στα ενδιαφερόμενα μέρη παρέχοντας γνώση για τις υφιστάμενες διαφορές από χώρα σε χώρα, ελαττώνοντας την πιθανότητα να υπάρχει διαφορετική ερμηνεία των εμπορικών πρακτικών και αποσκοπούν στο να αποδίδονται με τρόπο απλό και σαφή οι ευθύνες που αναλαμβάνονται από τα μέρη που εμπλέκονται.

Οι κανόνες αυτοί είναι γνωστοί ως INCOTERMS και έχουν εκδοθεί από το Διεθνές Εμπορικό Επιμελητήριο (CC [International Chamber of Commerce]) για πρώτη φορά το 1936 και έκτοτε με συνεχείς αναπροσαρμογές και τροποποιήσεις ισχύουν για όλες τις τρέχουσες διεθνείς εμπορικές πρακτικές. Σε κάθε περίπτωση οι ενδιαφερόμενοι υπογράφουν και συμφωνούν ένα εμπορικό συμβόλαιο που στηρίζεται στα INCOTERMS προκειμένου να είναι έγκυρο. Ο βασικός σκοπός κάθε Incoterm είναι

να προσδιορίσει πώς κατανέμονται οι ενέργειες, οι ευθύνες, τα κόστη και οι κίνδυνοι ανάμεσα στον πωλητή και τον αγοραστή σε σχέση πάντα με τη μεταφορά των αγαθών.

Οι Incoterms 2000 είναι οι παρακάτω¹³:

- EXW Ex Works
- FCA Free Carrier
- FAS Free Alongside Ship
- FOB Free on Board
- CFR Cost and Freight
- CIF Cost, Insurance and Freight
- CPT Carriage Paid To
- CIP Carriage and Insurance Paid to
- DAF Delivered At Frontier
- DDP Delivered Duty Paid
- DDU Delivered Duty Unpaid
- DEQ Delivered Ex Quay
- DES Delivered Ex Ship

Οι INCOTERMS χωρίζονται σε 4 ομάδες και έχουν τα παρακάτω βασικά χαρακτηριστικά:

Ομάδα E: (EXW) - Αναχώρηση

Ομάδα F: (FCA, FAS, FOB) - Ναύλος Κύριας Μεταφοράς Απλήρωτος

Ομάδα C: (CFR, CIF, CPT, CIP) - Ναύλος Κύριας Μεταφοράς Πληρωμένος

Ομάδα D: (DAF, DES, DEQ, DDU, DDP) - Άφιξη

EXW - Ex Works (Εκ του Εργοταξίου): “Εκ του Εργοταξίου” σημαίνει ότι ο πωλητής εκπληρώνει την υποχρέωση του για παράδοση, όταν έχει θέσει τα εμπορεύματα στη διάθεση του αγοραστή, στις εγκαταστάσεις του (δηλαδή στο εργοστάσιο, αποθήκη, κ.λ.π.) Ειδικότερα, δεν είναι υπεύθυνος για τη φόρτωση των εμπορευμάτων στο όχημα που του διέθεσε ο αγοραστής. Ο αγοραστής αναλαμβάνει όλα τα έξοδα και τους κινδύνους που ανακύπτουν από την παραλαβή των εμπορευμάτων από τις εγκαταστάσεις του πωλητή μέχρι την άφιξή τους στον επιθυμητό τόπο προορισμού. Συνεπώς ο όρος αυτός αντιπροσωπεύει το ελάχιστο των υποχρεώσεων του πωλητή.

FCA - Free Carrier (Ελεύθερο στον Μεταφορέα): “Ελεύθερο στον μεταφορέα” σημαίνει ότι ο πωλητής εκπληρώνει την υποχρέωση του όταν παραδώσει τα εμπορεύματα εκτελωνισμένα για εξαγωγή στην επιμέλεια του μεταφορέα που έχει υποδειχθεί από τον αγοραστή, στον κατονομαζόμενο τόπο ή σημείο.

FAS - Free Alongside Ship (Ελεύθερο Παράπλευρα του Πλοίου): “Ελεύθερο παράπλευρα στο πλοίο” σημαίνει ότι ο πωλητής εκπληρώνει την υπο-χρέωση του, όταν τα εμπορεύματα έχουν τοποθετηθεί παράπλευρα στο πλοίο, στην αποβάθρα ή στη φορτηγίδα, στο κατονομαζόμενο λιμάνι φόρτωσης. Αυτό σημαίνει ότι ο αγοραστής αναλαμβάνει όλα τα έξοδα και τους κινδύνους απώλειας ή ζημίας των εμπορευμάτων από τη στιγμή αυτή. Ο όρος FAS απαιτεί από τον αγοραστή να εκτελωνίσει τα εμπορεύματα προς εξαγωγή.

FOB - Free on Board (Ελεύθερο επί του πλοίου): “Ελεύθερο επί του πλοίου” σημαίνει ότι ο πωλητής εκπληρώνει την υποχρέωση του, όταν τα εμπορεύματα έχουν περάσει πάνω από το κιγκλίδωμα του πλοίου, στο κατονομαζόμενο λιμάνι φόρτωσης. Αυτό σημαίνει ότι ο αγοραστής αναλαμβάνει όλα τα έξοδα και τους κινδύνους απώλειας ή ζημίας των εμπορευμάτων από το σημείο αυτό και μετά. Ο όρος FOB απαιτεί από τον πωλητή να εκτελωνίσει τα εμπορεύματα προς εξαγωγή.

CFR - Cost and Freight (Αξία και Ναύλος): “Αξία και Ναύλος” σημαίνει ότι ο πωλητής πρέπει να πληρώσει τα απαραίτητα έξοδα και ναύλο για την μεταφορά των εμπορευμάτων μέχρι το κατονομαζόμενο λιμάνι προορισμού, αλλά ο κίνδυνος απώλειας ή ζημίας των εμπορευμάτων, καθώς επίσης και όλα τα τυχόν πρόσθετα έξοδα που οφείλονται σε γεγονότα που θα επέλθουν μετά το χρόνο παράδοσης των εμπορευμάτων επί του πλοίου, μεταβιβάζονται από τον πωλητή στον αγοραστή όταν το εμπόρευμα έχει περάσει πάνω από το κιγκλίδωμα του πλοίου, στο λιμάνι φόρτωσης. Ο όρος CFR απαιτεί από τον πωλητή να εκτελωνίσει τα εμπορεύματα προς εξαγωγή.

CIF - Cost, Insurance and Freight (Αξία, Ασφάλεια και Ναύλος): “Αξία, ασφάλεια και Ναύλος” σημαίνει ότι ο πωλητής έχει τις ίδιες υποχρεώσεις με αυτές του όρου CFR, αλλά με την πρόσθετη υποχρέωση να εφοδιάσει τον αγοραστή με ασφαλιστήριο θαλάσσιας μεταφοράς, προς κάλυψη των κινδύνων του αγοραστή για απώλεια ή ζημία των εμπορευμάτων κατά τη διάρκεια της μεταφοράς. Ο πωλητής συνάπτει τη σύμβαση ασφάλισης και καταβάλλει το ασφάλιστρο. Ο αγοραστής θα πρέπει να λάβει υπόψη του ότι σύμφωνα με τον όρο CIF, ο πωλητής υποχρεούται να αποκτήσει ασφαλιστήριο μόνο με τις ελάχιστες καλύψεις.

CPR - Carriage paid to... (Μεταφορά πληρωμένη μέχρι...): “Μεταφορά πληρωμένη μέχρι...” σημαίνει ότι ο πωλητής πληρώνει το ναύλο μεταφοράς των εμπορευμάτων μέχρι τον κατονομαζόμενο προορισμό. Ο κίνδυνος απώλειας ή ζημίας των εμπορευμάτων, καθώς επίσης και όλα τα πρόσθετα έξοδα που οφείλονται σε γεγονότα που επέρχονται μετά το χρόνο παράδοσης των εμπορευμάτων στον μεταφορέα, μεταβιβάζονται από τον πωλητή στον αγοραστή όταν τα εμπορεύματα παραδοθούν στην επιμέλεια του μεταφορέα.

CIP - Carriage and insurance paid to... (Μεταφορά και ασφάλεια πληρωμένη μέχρι...): “Μεταφορά και ασφάλεια πληρωμένη μέχρι...” σημαίνει ότι ο πωλητής έχει τις ίδιες υποχρεώσεις με αυτές του όρου CPT, αλλά με πρόσθετη υποχρέωση να εφοδιάσει τον αγοραστή με ασφαλιστήριο μεταφοράς, προς κάλυψη των κινδύνων του αγοραστή για απώλεια ή ζημία των εμπορευμάτων κατά τη διάρκεια της μεταφοράς. Ο πωλητής συνάπτει τη σύμβαση ασφάλισης και καταβάλλει το ασφαλιστρο. Ο αγοραστής θα πρέπει να λάβει υπόψη του ότι σύμφωνα με τον όρο CIP, ο πωλητής υποχρεούται να αποκτήσει ασφαλιστήριο μόνο με τις ελάχιστες καλύψεις. Ο όρος CIP απαιτεί από τον πωλητή να εκτελωνίσει τα εμπορεύματα προς εξαγωγή. Ο όρος αυτός μπορεί να χρησιμοποιηθεί για κάθε τρόπο μεταφοράς, συμπεριλαμβανομένης και της πολλαπλής μεταφοράς.

DAF - Deliverd at Frontier... (Παραδοτέο στα σύνορα...): “Παραδοτέο στα σύνορα...” σημαίνει ότι ο πωλητής εκπληρώνει την υποχρέωση του για παράδοση όταν τα εμπορεύματα έχουν τεθεί στη διάθεση του αγοραστή, εκτελωνισμένα προς εξαγωγή, στο κατονομαζόμενο σημείο και τόπο στα σύνορα, αλλά προ του συνοριακού τελωνείου της συνορευόμενης χώρας. Ο όρος “σύνορα” μπορεί να αναφέρεται σε οποιαδήποτε σύνορα συμπεριλαμβανομένων και των συνορών της χώρας εξαγωγής. Για αυτό είναι ζωτικής σημασίας να καθορίζονται με ακρίβεια τα ζητούμενα σύνορα με την προσθήκη στον όρο του σημείου και του τόπου. Ο όρος αρχικά προοριζόταν να χρησιμοποιείται όταν τα εμπορεύματα επρόκειτο να μεταφερθούν σιδηροδρομικώς ή οδικώς αλλά μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε κάθε τρόπο μεταφοράς.

DDP - Delivered Duty Paid... (Παραδοτέο, δασμός πληρωμένος...):“Παραδοτέο, δασμός πληρωμένος” σημαίνει ότι ο πωλητής εκπληρώνει την υποχρέωση του για παράδοση όταν θέσει τα εμπορεύματα στη διάθεση του αγοραστή, στον κατονομαζόμενο τόπο στη χώρα εισαγωγής. Ο πωλητής οφείλει να αναλάβει όλους τους κινδύνους και τα έξοδα συμπεριλαμβανομένων των δασμών, φόρων και λοιπών επιβαρύνσεων που συνεπάγεται η παράδοση των εμπορευμάτων στο σημείο αυτό, εκτελωνισμένα προς εισαγωγή. Ενώ ο όρος EXW αντιπροσωπεύει το ελάχιστο των υποχρεώσεων του πωλητή, ο όρος DDP αντιπροσωπεύει το μέγιστο αυτών.

DDU - Delivered Duty Unpaid... (Παραδοτέο, δασμός απλήρωτος...):“Παραδοτέο, δασμός απλήρωτος...” σημαίνει ότι ο πωλητής εκπληρώνει την υποχρέωση του για παράδοση όταν θέσει τα εμπορεύματα στη διάθεση του αγοραστή, στον κατονομαζόμενο τόπο στη χώρα εισαγωγής. Ο πωλητής οφείλει να αναλάβει όλους τους κινδύνους και τα έξοδα που συνεπάγεται η κόμιση των εμπορευμάτων στο σημείο αυτό (εξαιρουμένων των δασμών, φόρων και λοιπών επιβαρύνσεων που οφείλονται κατά την εισαγωγή, καθώς επίσης και των εξόδων και κινδύνων της διεκπεραίωσης των απαραίτητων για την εισαγωγή των εμπορευμάτων τελωνειακών

διατυπώσεων). Ο αγοραστής οφείλει να πληρώσει κάθε πρόσθετο έξοδο και να αναλάβει κάθε κίνδυνο που θα ανακύψει εξαιτίας της τυχόν παράλειψης του να εκτελωνίσει έγκαιρα τα εμπορεύματα προς εισαγωγή.

DEQ - Delivered Ex Quay... (Παραδοτέο εκ της προκυμαίας...): Παραδοτέο εκ της προκυμαίας...” σημαίνει ότι ο πωλητής εκπληρώνει την υποχρέωση του για παράδοση όταν θέσει τα εμπορεύματα στη διάθεση του αγοραστή επί της προκυμαίας (αποβάθρας), στο κατονομαζόμενο λιμάνι προορισμού, εκτελωνισμένα προς εισαγωγή. Ο πωλητής οφείλει να αναλάβει όλους τους κινδύνους και τα έξοδα, συμπεριλαμβανομένων και των δασμών, φόρων και λοιπών επιβαρύνσεων που συνεπάγεται η κόμιση των εμπορευμάτων στο σημείο αυτό.

DES - Delivered Ex Ship... (Παραδοτέο εκ του πλοίου...): “Παραδοτέο εκ του πλοίου...” σημαίνει ότι ο πωλητής εκπληρώνει την υποχρέωση του για παράδοση όταν τα εμπορεύματα έχουν τεθεί στη διάθεση του αγοραστή επί του πλοίου, μη εκτελωνισμένα προς εισαγωγή, στο κατονομαζόμενο λιμάνι προορισμού. Ο πωλητής υποχρεούται να αναλάβει όλα τα έξοδα και τους κινδύνους που σχετίζονται με την μεταφορά των εμπορευμάτων στο κατονομαζόμενο λιμάνι προορισμού.

6.5. Ασφάλιση μεταφοράς

Η ασφάλιση μεταφοράς είναι ένας από τους κύριους κλάδους της ασφάλισης. Στοχεύει στη μετάθεση του βάρους του κινδύνου από τους εξαγωγείς και εισαγωγείς των αγαθών στις ασφαλιστικές εταιρίες. Ο ασφαλισμένος, πληρώνοντας κάποιο ασφαλιστρο, αποκτά το δικαίωμα σε περίπτωση ζημίας να απαιτήσει αποζημίωση. Για τη διευκόλυνση των συναλλασσομένων και των ασφαλιστικών εταιριών, οι όροι ασφάλισης μεταφερόμενων φορτίων τυποποιήθηκαν από το Ινστιτούτο Ασφαλιστικών Εταιριών του Λονδίνου και την Ένωση Ασφαλιστών των LLOYDS (Institute of London Underwriters - Lloyd' s Underwriters' Association) . Μετά την τυποποίηση αυτή έλαβαν τη μορφή στερεότυπων ρητρών των **Institute Cargo Clauses, 1.1.82**. Συνεπώς, ο ασφαλιζόμενος δεν έχει παρά να επιλέξει το μέγεθος της κάλυψης που επιθυμεί και να ζητήσει από την ασφαλιστική του εταιρία να εκδώσει ασφαλιστήριο συμβόλαιο, συμπεριλαμβάνοντας σε αυτό τις αντίστοιχες ρήτρες. Οι ρήτρες που εφαρμόζονται στις μεταφορές φορτίου είναι οι εξής:

1.INSTITUTE CARGO CLAUSES

Institute Cargo Clauses (C): αφορά την κάλυψη βασικών κινδύνων μεταφοράς και ισχύουν για όλα τα μέσα μεταφοράς. Ο ασφαλιστής ευθύνεται για τις απώλειες ή/και ζημιές των ασφαλισμένων αντικειμένων που προκαλούνται, ανάλογα με το μέσο

μεταφοράς από: **α) Θαλάσσια μεταφορά:** πυρκαγιά, έκρηξη, προσάραξη, σύγκρουση, ναυάγιο, εκβολή φορτίου στη θάλασσα, συνεισφορά σε γενική αβαρία και σώστρα. **β) Χερσαία μεταφορά:** Ατύχημα του αυτοκινήτου ή σιδηροδρομικού συρμού και Πυρκαγιά. **γ) Αεροπορική μεταφορά:** Ατύχημα του αεροσκάφους και πυρκαγιά **δ) Ταχυδρομική μεταφορά:** Ατύχημα του μεταφορικού μέσου και Πυρκαγιά.

Institute Cargo Clauses (B): εφαρμόζονται στις θαλάσσιες μεταφορές. Ο ασφαλιστής ευθύνεται για τους κινδύνους που καλύπτονται από τις ρήτρες (C), καθώς και για τις απώλειες ή / και ζημιές των ασφαλισμένων αντικειμένων που προκαλούνται από: διαβροχή από θαλάσσιο νερό (για φορτία που φορτώνονται από το κατάστρωμα ή μέσα σε κιβώτια), αρπαγή του φορτίου από τη θάλασσα, απώλεια ολόκληρων "κόλλων" από πτώση τους στη θάλασσα, σεισμική έκρηξη ηφαιστείου και κεραυνό.

Institute Cargo Clauses (A): Κάλυψη όλων των κινδύνων μεταφοράς. Ισχύουν για όλα τα μέσα μεταφοράς. Ο ασφαλιστής ευθύνεται για τους κινδύνους που καλύπτονται από τις ρήτρες (C) και (B) καθώς και για τις απώλειες ή/και ζημιές των ασφαλισμένων αντικειμένων που προκαλούνται από: βροχή, γλυκό νερό, επαφή με άλλα εμπορεύματα ή με ξένες ουσίες, κλοπή, υπεξαίρεση, ελλείμματα λόγω ποσοτικής απώλειας, μη παράδοση ολόκληρων κόλλων, θραύση, σκουριά ή οξειδωση, διαρροή. Επιπλέον, καλύπτεται και ο κίνδυνος σκόπιμων ζημιών, που προέρχονται από κακόβουλες πράξεις τρίτων.

Για τις ρήτρες (A), (B) και (C) η ασφαλιστική κάλυψη αρχίζει από τη στιγμή που τα εμπορεύματα φεύγουν από την αποθήκη του τόπου που αναφέρεται στο ασφαλιστήριο συμβόλαιο για την έναρξη της μεταφοράς. Η κάλυψη που προαναφέρθηκε συνεχίζεται κατά τη διάρκεια της μεταφοράς και λήγει όταν συμβεί οποιοδήποτε από τα παρακάτω δύο γεγονότα: α) Με την παράδοση στην αποθήκη των παραληπτών στον τόπο προορισμού που αναφέρεται στο ασφαλιστήριο συμβόλαιο. Ως αποθήκη παραλήπτη θεωρείται ο χώρος όπου αποθηκεύτηκαν τα ασφαλισμένα αντικείμενα για πρώτη φορά, ανεξάρτητα του αν ο χώρος αυτός ανήκει ή όχι στον παραλήπτη. β) Μετά την πάροδο 60 ημερών από το τέλος της εκφόρτωσης από το μεταφορικό μέσο στο Τελωνείο του τόπου προορισμού.

Institute Cargo Clauses (Air): Κάλυψη όλων των κινδύνων αεροπορικής μεταφοράς. Δεν καλύπτονται αποστολές μέσω ταχυδρομείου. Ο ασφαλιστής ευθύνεται για τους κινδύνους που καλύπτονται από τις ρήτρες (A). Η διάρκεια της ασφαλιστικής κάλυψης ταυτίζεται με αυτήν των ρητρών (A), (B) και (C), εκτός από το

χρονικό διάστημα που καλύπτεται η παραμονή του εμπορεύματος στο Τελωνείο του τόπου προορισμού, το οποίο περιορίζεται σε 30 ημέρες από το τέλος της εκφόρτωσης.

2. INSTITUTE WAR CLAUSES - Institute War Clauses (Cargo): αφορά κάλυψη κινδύνων πολέμου στη θαλάσσια μεταφορά. Ο ασφαλιστής ευθύνεται για απώλεια ή/και ζημία του ασφαλισμένου αντικειμένου που προκαλείται από: α) Πόλεμο, εμφύλιο πόλεμο, επανάσταση, εξέγερση, στάση ή κάθε εχθρική πράξη από ή ενάντια σε δύναμη που έχει εχθρικές διαθέσεις. β) Σύλληψη, κατάσχεση ή κατακράτηση γ) Εγκαταλειμμένες νάρκες, τορπίλες, βόμβες ή άλλα όπλα.

Institute War Clauses (Air Cargo): Κάλυψη κινδύνων πολέμου στην αεροπορική μεταφορά. Ο ασφαλιστής ευθύνεται για τους κινδύνους που καλύπτονται από τις ρήτρες Institute War Clauses (Cargo). Δεν καλύπτονται οι αποστολές μέσω ταχυδρομείου. Για τις ρήτρες War Clauses (Cargo) και War Clauses (Air Cargo) η ασφαλιστική κάλυψη αρχίζει από τη στιγμή που φορτώνονται τα εμπορεύματα σε πλοίο ή αεροσκάφος και λήγει κατά την εκφόρτωσή τους στον τόπο προορισμού ή εφόσον δε γίνει η εκφόρτωση αμέσως, 15 ημέρες μετά την άφιξη στον τόπο προορισμού.

Institute War Clauses-Sendings by Post: Κάλυψη κινδύνων πολέμου στην ταχυδρομική μεταφορά. Ο ασφαλιστής ευθύνεται για τους κινδύνους που καλύπτονται από τις ρήτρες Institute War Clauses (Cargo). Η ασφαλιστική κάλυψη αρχίζει από τη στιγμή που τα εμπορεύματα φεύγουν από την αποθήκη του τόπου που αναφέρεται στο συμβόλαιο για την έναρξη της μεταφοράς. Συνεχίζεται (με εξαίρεση το χρόνο παραμονής στις αποθήκες της εταιρίας που τυχόν μεσολαβεί για τη συσκευασία των εμπορευμάτων) μέχρι την παράδοση στη διεύθυνση που αναφέρεται επί του ταχυδρομικού δέματος, όπου τερματίζεται.

7. Ασφάλιση εξαγωγικών πιστώσεων

Εκτός από τους κινδύνους που προκύπτουν από τη μεταφορά των προϊόντων κατά την εξαγωγή τους, προκύπτουν και άλλοι που αφορούν τις πιστώσεις και που δεν καλύπτονται από ιδιωτικές ασφαλιστικές εταιρίες. Για το λόγο αυτό δημιουργήθηκαν και λειτουργούν στις περισσότερες ανεπτυγμένες χώρες, ειδικοί Ασφαλιστικοί Οργανισμοί που ενισχύονται από το κράτος. Στην Ελλάδα ο οργανισμός που έχει αναλάβει το έργο αυτό είναι ο **Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων (Ο.Α.Ε.Π.)** που είναι αυτόνομος οργανισμός (Νομικό Πρόσωπο Ιδιωτικού Δικαίου) με την εγγυοδοσία το Ελληνικού Δημοσίου και την Εποπτεία του Υπουργείου Εθνικής Οικονομίας. Ο Ο.Α.Ε.Π. ασφαρίζει, έναντι εμπορικών και πολιτικών κινδύνων μη πληρωμής, τις εξαγωγικές πιστώσεις που παρέχουν οι Έλληνες εξαγωγείς σε πελάτες του εξωτερικού για την πώληση προϊόντων, υπηρεσιών, ή ακόμα κατασκευής τεχνικών έργων. Ο ΟΑΕΠ ασφαρίζει επίσης, έναντι πολιτικών κινδύνων, τις επενδύσεις που πραγματοποιούν Έλληνες επιχειρηματίες στο εξωτερικό.

Οι κίνδυνοι που καλύπτονται από τους οργανισμούς που αναλαμβάνουν την ασφάλιση των εξαγωγικών πιστώσεων είναι οι ακόλουθοι:

- Αφερεγγυότητα του αγοραστή ή εργοδότη, φυσικού ή νομικού προσώπου. Ο έλεγχος της φερεγγυότητας πραγματοποιείται συνήθως από τον ίδιο τον οργανισμό, διαφορετικά δεν αναγνωρίζεται από αυτόν και, συνεπώς, δεν θεμελιώνεται δικαίωμα αποζημίωσης σε περίπτωση αφερεγγυότητας.
- Υπερημερία του αγοραστή ή εργοδότη, φυσικού ή νομικού προσώπου
- Άρνηση παραλαβής του εμπορεύματος ή μη εξόφληση της αξίας του από τον αγοραστή, φυσικό ή νομικό πρόσωπο, αλλοδαπό δημόσιο ή οργανισμό ελεγχόμενο από αυτό. Η άρνηση παραλαβής θα πρέπει να οφείλεται - σε μερική ή ολική καταστροφή του εμπορεύματος κατά τη μεταφορά ή - σε ελάττωμα που προήλθε κατά τη μεταφορά, ή από άλλη αιτία για την οποία δεν υπάρχει ευθύνη του πωλητή
- Άρνηση παραλαβής του έργου ή μη εξόφληση της αξίας του από τον εργοδότη, φυσικό ή νομικό πρόσωπο, αλλοδαπό ή δημόσιο ή οργανισμό ελεγχόμενο από αυτό. Η άρνηση παραλαβής θα πρέπει να οφείλεται είτε σε μερική είτε σε ολική καταστροφή του έργου, ή σε ελάττωμα προ κλήθηκε κατά την εκτέλεσή του, εφόσον δεν υπάρχει υπαιτιότητα του εργολήπτη.
- Ακύρωση της άδειας εισαγωγής ή εξαγωγής. Η ακύρωση θα πρέπει να προέρχεται από ενέργεια των Κρατικών Αρχών της χώρας εισαγωγής ή εξαγωγής.

- Αυθαίρετη καταγγελία, τροποποίηση ή μη εκτέλεση της σύμβασης από τον αγοραστή ή τον εργοδότη.
- Απαγόρευση μεταφοράς συναλλάγματος.
- Επιβολή δικαιοστασίου στη χώρα προορισμού των αγαθών, παροχής των υπηρεσιών, εκτέλεσης του έργου ή πραγματοποίησης των επενδύσεων.
- Αναγκαία εκ των υστέρων αλλαγή συγκοινωνιακού μέσου ή της πορείας του κατά τη μεταφορά των εμπορευμάτων.
- Πράξεις ή ενέργειες αλλοδαπού κράτους ή οργανισμού ελεγχόμενου από αλλοδαπό κράτος. Οι πράξεις ή ενέργειες θα πρέπει να αποδεικνύονται με επίσημα έγγραφα και να εμποδίζουν την εκτέλεση της σύμβασης ή την κανονική λειτουργία της επένδυσης ή να διαφοροποιούν το αρχικό καθεστώς της επένδυσης, όπως εθνικοποιήσεις, απαλλοτριώσεις, κλπ.
- Γεγονότα ανωτέρας βίας, όπως πόλεμος, εσωτερικές ταραχές, τρομοκρατικές ενέργειες, θεομηνίες και απεργίες, που καθιστούν αδύνατη ολικά ή μερικά την εκτέλεση ή την εμπρόθεσμη εκτέλεση της σύμβασης ή την κανονική λειτουργία της επένδυσης.
- Μείωση της τιμής πώλησης σε συνάλλαγμα εγχώριου προϊόντος ή υπηρεσίας που εξάγεται, σε σχέση με αυτή που ίσχυε κατά το χρόνο σύναψης της ασφαλιστικής σύμβασης.
- Υποτίμηση του νομίσματος συναλλαγής έναντι του τοπικού νομίσματος, σε σχέση με την ισοτιμία που ίσχυε κατά το χρόνο σύναψης της ασφαλιστικής σύμβασης.
- Δαπάνες προώθησης των πωλήσεων στο εξωτερικό, που δεν καλύπτονται από τα έσοδα των αντίστοιχων πωλήσεων αγαθών ή παροχής υπηρεσιών.

7.1. Μορφές και διαδικασίες ασφάλισης

Η ασφαλιστική κάλυψη που παρέχεται από τους Οργανισμούς Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων, εμφανίζεται κυρίως με δύο μορφές ασφάλισης: Η πρώτη αφορά **ασφάλιση συγκεκριμένης εξαγωγής**, με προορισμό συγκεκριμένο πελάτη ή πελάτες, σε συγκεκριμένη χώρα. Η δεύτερη αφορά σε **πρόγραμμα ασφάλισης ετήσιας διάρκειας** και αφορά σε όλες τις εξαγωγές που πραγματοποιεί ο εξαγωγέας μέσα στο χρόνο, προς όλους τους πελάτες του στις αντίστοιχες χώρες. Τα ασφαλιστρα καθορίζονται συνήθως για τη δεύτερη περίπτωση σε πολύ χαμηλότερα επίπεδα από εκείνα της πρώτης.

Η διαδικασία ασφάλισης συνήθως είναι απλή και εξαντλείται σε τρία απλά βήματα που πρέπει να ακολουθήσει ο ενδιαφερόμενος εξαγωγέας:

- α) συμπληρώνει το ειδικό έντυπο αίτησης ασφάλισης
- β) υποβάλλει την αίτηση στον αρμόδιο οργανισμό
- γ) μετά τον έλεγχο των στοιχείων της αίτησης από την αρμόδια Υπηρεσία και την αποδοχή των όρων της ασφάλισης από τον εξαγωγέα, συντάσσεται και υπογράφεται το Ασφαλιστήριο Συμβόλαιο.

Ο εξαγωγέας έχει τη δυνατότητα, μετά από σχετική έγκριση του αρμόδιου για την ασφάλιση Οργανισμού, να εκχωρήσει τα δικαιώματά του, που προκύπτουν από το Ασφαλιστήριο Συμβόλαιο στην εμπορική τράπεζα με την οποία συνεργάζεται, πετυχαίνοντας έτσι εγγύηση για τη χρηματοδότησή του.

Σύμφωνα με τον Ο.Α.Ε.Π.¹, οι βασικοί όροι ασφάλισης είναι τρεις:

1. Ποσοστό Κάλυψης: Σύμφωνα με το άρθρο 5 του ιδρυτικού νόμου του ΟΑΕΠ (Ν.1796/88), ο Οργανισμός μπορεί να καλύπτει μέχρι το 95% της ασφαλισμένης φορτωθείσας αξίας. Φυσικά, το κατά περίπτωση καθοριζόμενο από τον ΟΑΕΠ ποσοστό κάλυψης εξαρτάται από την πιστοληπτική ικανότητα του ξένου αγοραστή και την οικονομική και πολιτική κατάσταση της χώρας προορισμού. Για το λόγο αυτό, στο ίδιο Ασφαλιστήριο Συμβόλαιο όπου καλύπτονται εμπορικοί και πολιτικοί κίνδυνοι, διαφοροποιούνται τα ποσοστά κάλυψης για κάθε μία από τις παραπάνω δύο κατηγορίες κινδύνων.

2. Πιστωτικό Όριο: Για κάθε ξένο αγοραστή υπολογίζεται ένα μέγιστο ποσό (όριο) μέχρι του οποίου ο ασφαλισμένος εξαγωγέας μπορεί να παρέχει πιστώσεις ανά πάσα χρονική στιγμή. Θα πρέπει να τονιστεί, ότι το πιστωτικό όριο είναι ανακυκλούμενο (revolving) και παύει να ισχύει για όσο χρονικό διάστημα υπάρχει ληξιπρόθεσμη απαίτηση.

3. Ασφάλιστρο: Το ύψος του ασφαλίστρου καθορίζεται κατά περίπτωση και υπολογίζεται σαν ποσοστό επί της φορτωθείσας αξίας του τιμολογίου. Το ασφαλιστρο εξαρτάται βασικά από τον αριθμό των εμπορικών και πολιτικών κινδύνων μη πληρωμής έναντι των οποίων ζητά να καλυφθεί ο εξαγωγέας, με ταυτόχρονη συνεκτίμηση διαφόρων παραμέτρων, όπως π.χ. το είδος του εξαγόμενου προϊόντος, η φερεγγυότητα του ξένου αγοραστή, ο τρόπος διακανονισμού της πληρωμής, η οικονομική και πολιτική κατάσταση της χώρας προορισμού, κλπ.

¹ Πηγή: Ο.Α.Ε.Π. www.oaep.gr

7.2. Ασφαλιστικά προϊόντα του Ο.Α.Ε.Π.

Τα προϊόντα που προσφέρει στη χώρα μας ο Ο.Α.Ε.Π. είναι συνοπτικά τα ακόλουθα:

- 1. Πρόγραμμα ασφάλισης βραχυπρόθεσμων εξαγωγικών πιστώσεων:** Τα Προγράμματα Ασφάλισης Βραχυπρόθεσμων Εξαγωγικών Πιστώσεων που προσφέρει ο ΟΑΕΠ είναι δύο: «Μεμονωμένων Φορτώσεων» και «Καθολικής Ασφάλισης Εξαγωγών GLOBAL». Το Πρόγραμμα «Μεμονωμένων Φορτώσεων» αφορά ασφάλιση συγκεκριμένων φορτώσεων με προορισμό συγκεκριμένο πελάτη ή πελάτες, σε συγκεκριμένη χώρα ή χώρες, ενώ το Πρόγραμμα «GLOBAL» προσφέρεται με συμβόλαιο ασφάλισης ετήσιας διάρκειας και αφορά όλες ανεξαιρέτως τις φορτώσεις που πραγματοποιεί ο ασφαλισμένος εξαγωγέας μέσα στο χρόνο, προς όλους τους πελάτες του, προς όλες τις χώρες που αυτοί βρίσκονται.
- 2. Πρόγραμμα ασφάλισης μεσο-μακροπρόθεσμων εξαγωγικών πιστώσεων:** Το Πρόγραμμα αυτό αφορά ασφάλιση εξαγωγικών πιστώσεων μεσοπρόθεσμης διάρκειας (2-5 χρόνια), ή μακροπρόθεσμης διάρκειας (πάνω από 5 χρόνια), έναντι εμπορικών και πολιτικών κινδύνων. Στην περίπτωση αυτή πρόκειται για «επί πιστώσει» πώληση προϊόντων που δικαιολογεί εξόφληση σε περισσότερα του ενός χρόνια. Πρόκειται για «ενδιάμεσα» ή «κεφαλαιουχικά» προϊόντα μεγάλης αξίας (μηχανήματα, καλώδια, τηλεπικοινωνιακό υλικό, αγωγοί, κλπ.).
- 3. Προγράμματα Ασφάλισης τεχνικών έργων:** αφορούν τεχνικές εταιρίες που μέσω των Προγραμμάτων αυτών καλύπτονται οι εμπορικοί και πολιτικοί κίνδυνοι μη πληρωμής της αξίας του έργου από τους Δημόσιους και Ιδιωτικούς Φορείς - Οφειλέτες των ξένων χωρών.
- 4. Πρόγραμμα ασφάλισης πιστώσεων στον αγοραστή:** Ενώ στις προηγούμενες μορφές, ο Ο.Α.Ε.Π. ασφαλίσει άμεσα των Έλληνα εξαγωγέα, στο Πρόγραμμα Ασφάλισης Πιστώσεων στον Αγοραστή (Buyer's Credit), ο Ο.Α.Ε.Π. ασφαλίσει την πίστωση που παρέχει η Τράπεζα (Ελληνική ή το υποκατάστημα ξένης Τράπεζας στην Ελλάδα) στον αλλοδαπό εισαγωγέα προκειμένου αυτός να αγοράσει Ελληνικά προϊόντα.
- 5. Προγράμματα ασφάλισης επενδύσεων εξωτερικού:** αφορά ασφάλιση ελληνικών επενδύσεων στο εξωτερικό έναντι πολιτικών κινδύνων.

Περισσότερες πληροφορίες για τα προγράμματα του Ο.Α.Ε.Π. μπορεί να λάβει κάθε ενδιαφερόμενος από την ιστοσελίδα του Οργανισμού (www.oaep.gr).

8. Διεθνείς διακανονισμοί και πληρωμές

8.1. Τρόποι διακανονισμού

Ένα από τα κύρια ζητήματα που πρέπει να αντιμετωπίσουν τα δυο μέρη μιας διεθνούς αγοραπωλησίας, ο αγοραστής και ο πωλητής, είναι αυτό του τρόπου διακανονισμού της πληρωμής των εμπορευμάτων. Στο σημείο αυτό τα συμφέροντα και οι επιδιώξεις των μερών συγκρούονται: ο πωλητής επιθυμεί να εισπράξει όσο το δυνατό γρηγορότερα την αξία των εμπορευμάτων, ακόμη και σε χρόνο που προηγείται από την παράδοσή τους, ενώ ο αγοραστής έχει κάθε συμφέρον να παρατείνει την προθεσμία πληρωμής σε χρόνο πολύ μεταγενέστερο από την εκ μέρους παραλαβή των εμπορευμάτων. Στην πρακτική του διεθνούς εμπορίου χρησιμοποιούνται συγκεκριμένοι τρόποι διακανονισμού, λίγο ως πολύ ομοιόμορφοι σε διεθνές επίπεδο. Οι τρόποι αυτοί είναι οι εξής:

1. Ανοικτός λογαριασμός (Open Account)

Ο ανοικτός λογαριασμός είναι μια συμφωνία μεταξύ αγοραστή και πωλητή, κατά την οποία ο πωλητής συμφωνεί να παραδίδει εμπορεύματα στον αγοραστή, χωρίς να εξαρτά την παράδοσή τους από άμεση πληρωμή της αξίας τους, ή άλλη διατύπωση εκ μέρους του αγοραστή. Ο τελευταίος έχει δεσμευτεί να πληρώσει την αξία των εμπορευμάτων στον πωλητή σε προκαθορισμένο χρονικό διάστημα μετά την παραλαβή τους. Το χρονικό αυτό διάστημα μπορεί να κυμαίνεται από λίγες ημέρες έως και

αρκετά χρόνια. Η λειτουργία του ανοικτού λογαριασμού απαιτεί μεγάλη εμπιστοσύνη του πωλητή προς το πρόσωπο του αγοραστή, επειδή η προσωπική του φερεγγυότητα είναι το μόνο διασφαλιστικό στοιχείο για τον πωλητή ότι θα λάβει την αξία των εμπορευμάτων του. Συνήθως ο ανοικτός λογαριασμός αποτελεί διαρκή συμφωνία μεταξύ των μερών, βάσει της

Στις εξαγωγές οι πληρωμές των πελατών συνήθως καθυστερούν περισσότερο απ' ότι στην εγχώρια αγορά. Φροντίστε να το λάβετε υπόψη σας στην κατάσταση ροής μετρητών της επιχείρησής.

οποίας διακανονίζονται όλες οι μεταξύ τους αγοραπωλησίες. Κύρια στοιχεία της είναι το όριο οφειλής (plafont) που καθορίζει ο πωλητής, το μέγιστο δηλαδή ύψος μέχρι το οποίο είναι δυνατό να φθάσει η οφειλή του αγοραστή, καθώς και η προθεσμία εξόφλησης που παρέχει ο πωλητής για την πληρωμή της αξίας κάθε ποσότητας εμπορευμάτων που παραδίδει.

Για τον καθορισμό των δύο αυτών στοιχείων, ο πωλητής πρέπει να λάβει υπόψη του κυρίως τα εξής στοιχεία:

- τη φερεγγυότητα (πιστοληπτική ικανότητα) του αγοραστή.

- το αναμενόμενο συνολικό ύψος των πωλήσεων προς το συγκεκριμένο αγοραστή σε σχέση με το χρόνο (ετήσιος τζίρος).
- τη δική του πιστοδοτική ικανότητα (που σχετίζεται και με τη ρευστότητα της επιχείρησής του).
- τις συνθήκες της αγοράς, τόσο γενικά όσο και στο συγκεκριμένο είδος.

Στον ανοικτό λογαριασμό τα εμπορεύματα παραδίδονται από τον μεταφορέα στον παραλήπτη ελεύθερα πληρωμής και χωρίς ιδιαίτερες διατυπώσεις (στο μέτρο που αυτό επιτρέπεται από τη νομοθεσία της χώρας προορισμού). Η πληρωμή των εμπορευμάτων γίνεται επίσης με απλό έμβασμα από τον αγοραστή στον πωλητή. Το λειτουργικό κόστος του τρόπου αυτού διακανονισμού εμφανίζεται ιδιαίτερα χαμηλό, αφού περιορίζονται στο ελάχιστο οι προμήθειες των τραπεζών και των μεταφορικών εταιριών.

Αντιστάθμισμα του χαμηλού κόστους είναι όμως ο υψηλός κίνδυνος που αναλαμβάνει ο πωλητής, που μπορεί να φθάσει μέχρι και στην ολική απώλεια της αξίας των εμπορευμάτων του.

Ο περιορισμός του κινδύνου είναι εφικτός με την εγγύηση της πληρωμής από τρίτο φερέγγυο πρόσωπο. Στην πράξη συνηθίζεται η έκδοση εγγυητικής επιστολής πληρωμής (Payment guarantee) από τράπεζα, οπότε ο κίνδυνος περιορίζεται στο ελάχιστο, με παράλληλη όμως αύξηση του κόστους της συναλλαγής.

2. Διακανονισμός έναντι φορτωτικών εγγράφων

Οι τρόποι διακανονισμού "έναντι φορτωτικών εγγράφων" έχουν επινοηθεί για να δοθεί η δυνατότητα στον πωλητή να μην αποξενωθεί από την κατοχή του εμπορεύματος, πριν ο αγοραστής τηρήσει τη συμβατική υποχρέωσή του για πληρωμή της αξίας του ή αποδοχή ισόποσου προθεσμιακού τίτλου. Κοινό χαρακτηριστικό των τρόπων αυτών είναι ότι η μεταφορική εταιρεία που έχει αναλάβει τη διεθνή μεταφορά του εμπορεύματος δεσμεύεται να μην το παραδώσει στον αγοραστή, αν ο τελευταίος δεν αποδείξει ότι έχει προβεί στον διακανονισμό της αξίας του.

Με τον όρο "διακανονισμός" εννοείται είτε η πληρωμή της αξίας των εμπορευμάτων, είτε η εκ μέρους του αγοραστή αποδοχή προθεσμιακών τίτλων, είτε και συνδυασμός των παραπάνω, ανάλογα με τη σχετική συμφωνία αγοραστή - πωλητή. Για την πραγματοποίηση του διακανονισμού μεσολαβεί το **τραπεζικό σύστημα** κατά τον ακόλουθο τρόπο: Ο πωλητής, μετά τη φόρτωση παραδίδει μια πλήρη σειρά φορτωτικών εγγράφων στην τράπεζά του (αποστέλουσα τράπεζα) και της δίνει οδηγίες για την αποστολή τους σε τράπεζα της χώρας του αγοραστή (επιφορτισμένη με την είσπραξη τράπεζα). Η τράπεζα αυτή, μόλις παραλάβει τα φορτωτικά έγγραφα και τις οδηγίες της αποστέλλουσας τράπεζας, καλεί τον αγοραστή να διακανονίσει

την αξία των φορτωτικών εγγράφων - σύμφωνα με τις οδηγίες της αποστέλλουσας τράπεζας - και να τα παραλάβει. Έχοντας στην κατοχή του τα φορτωτικά έγγραφα και - συνήθως - μια έγγραφη βεβαίωση της επιφορισμένης με την είσπραξη τράπεζας ότι πραγματοποίησε το διακανονισμό της αξίας τους, ο αγοραστής αποκτά το δικαίωμα να ζητήσει από τη μεταφορική εταιρεία να του παραδώσει τα εμπορεύματα. Οι οδηγίες της αποστέλλουσας τράπεζας για το διακανονισμό είναι δυνατό να προβλέπουν παράδοση των φορτωτικών εγγράφων στον αγοραστή είτε έναντι πληρωμής της αξίας του είτε έναντι αποδοχής προθεσμιακών τίτλων.

α. Διακανονισμός έναντι φορτωτικών εγγράφων με αποδοχή (Documents against Acceptance). Έναντι φορτωτικών εγγράφων με αποδοχή σημαίνει ότι η παράδοση των φορτωτικών εγγράφων από την επιφορισμένη με την είσπραξη τράπεζα στον αγοραστή θα πραγματοποιηθεί εφόσον αυτός αποδειχτεί προθεσμιακούς τίτλους για την μελλοντική πληρωμή της αξίας των εμπορευμάτων, σύμφωνα με τις οδηγίες της αποστέλλουσας τράπεζας. Οι προθεσμιακοί τίτλοι που γίνονται συνήθως αποδεκτοί είναι η συναλλαγματική (Bill of Exchange), το γραμμάτιο σε διαταγή (Promissory Note) και η υποσχητική επιστολή (Promissory Letter). Από αυτούς, οι δύο πρώτοι είναι τυπικά αξιόγραφα, με αυξημένη νομική κάλυψη του δικαιούχου (λήπτη ή κομιστή), ενώ το τρίτο είναι απλό άτυπο έγγραφο, με το οποίο ο αγοραστής, υπόσχεται να εξοφλήσει την οφειλή του στον πωλητή. Ανεξάρτητα από τη νομική κάλυψη που αποκτά (ή δεν αποκτά) ο πωλητής, έχοντας στην κατοχή του τα αξιόγραφα που αποδέχτηκε ο αγοραστής, το κύριο στοιχείο αυτού του τρόπου διακανονισμού είναι ότι το εμπόρευμα παραδίδεται στον αγοραστή χωρίς πληρωμή, με απλή αποδοχή τίτλων. Επομένως η πληρωμή του εξαρτάται και πάλι από τη φερεγγυότητα του αγοραστή. Έτσι η μέθοδος αυτή διακανονισμού μοιάζει αρκετά με τον ανοικτό λογαριασμό, από τη σκοπιά των κινδύνων που αντιμετωπίζει ο πωλητής. Είναι βέβαια και στην περίπτωση αυτή δυνατή η έκδοση εγγυητικής επιστολής τράπεζας, με την οποία να διασφαλίζεται τόσο η αποδοχή των προθεσμιακών τίτλων, όσο και η πληρωμή στη λήξη τους. Αυτό όμως συνεπάγεται πρόσθετο κόστος για τη συναλλαγή.

β. Έναντι φορτωτικών εγγράφων με πληρωμή (Documents against Payment): Με τον τρόπο αυτό διακανονισμού, που είναι γνωστός στη διεθνή πρακτική και ως "έναντι φορτωτικών τοις μετρητοίς, ο αγοραστής παραλαμβάνει τα φορτωτικά έγγραφα - και τα εμπορεύματα - έναντι πληρωμής της αξίας τους στην επιφορισμένη με την είσπραξη τράπεζα. Έτσι, ο πωλητής είναι βέβαιος ότι δεν θα χάσει τον έλεγχο των εμπορευμάτων αν δεν εισπράξει προηγουμένως την αξία τους από τον αγοραστή. Μοναδικός κίνδυνος που αντιμετωπίζει είναι η άρνηση παραλαβής (και πληρωμής) των φορτωτικών εγγράφων από τον αγοραστή, ενδεχόμενο που θα τον οδηγήσει είτε στην αναζήτηση νέου αγοραστή των εμπορευμάτων (που ήδη

βρίσκονται στο εξωτερικό), είτε στον επαναπατρισμό τους, με επιπλέον επιβάρυνσή του με τα σχετικά έξοδα. Σε ορισμένα εμπορεύματα, όπως είναι τα ευπαθή ή τα εποχιακά, η άρνηση παραλαβής συνεπάγεται συνήθως ολική απώλεια της αξίας τους. Και στον τρόπο αυτό είναι δυνατή η διασφάλιση του πωλητή για την πληρωμή των εμπορευμάτων με την έκδοση τραπεζικής εγγυητικής επιστολής για την εγγύηση της πληρωμής των φορτωτικών εγγράφων. Με τη μέθοδο αυτή αποτρέπεται και ο κίνδυνος της άρνησης παραλαβής από τον αγοραστή.

3. Τραπεζική Ενέγγυος πίστωση (Documentary Credit)

Ένα δεύτερο σημείο που πρέπει να προσεχθεί στις διεθνείς αγοραπωλησίες είναι ο χρόνος πληρωμής των εμπορευμάτων. Με τους παραπάνω τρόπους διακανονισμού η πληρωμή των εμπορευμάτων γίνεται κατά κανόνα μετά την άφιξη τους στον συμφωνημένο τόπο προορισμού. Θεωρήθηκε λοιπόν απαραίτητο να υπάρξει τρόπος διακανονισμού που να μην εξαρτά την πληρωμή των εμπορευμάτων από την άφιξη αλλά από τη φόρτωσή τους, και να απαλλάσσει πλήρως τον πωλητή από το πρόβλημα της φερεγγυότητας του αγοραστή. Ο τρόπος αυτός είναι η τραπεζική ενέγγυος πίστωση. Η τραπεζική ενέγγυος πίστωση είναι μια γραπτή υπόσχεση μιας τράπεζας (εκδότρια τράπεζα - issuing bank) που απευθύνεται προς τον πωλητή των εμπορευμάτων (δικαιούχο της πίστωσης - beneficiary) κατ' εντολή και σύμφωνα με τις οδηγίες του αγοραστή (εντολέα - applicant). Με αυτήν η εκδότρια τράπεζα υπόσχεται να πληρώσει στο δικαιούχο ορισμένο ποσό (την αξία των εμπορευμάτων), σε τακτή προθεσμία εφόσον ο τελευταίος της παραδώσει συγκεκριμένα φορτωτικά έγγραφα.

Στην τραπεζική ενέγγυο πίστωση την ευθύνη για την πληρωμή της αξίας των εμπορευμάτων αναλαμβάνει άμεσα μια τράπεζα, υποκαθιστώντας έτσι τον αγοραστή των εμπορευμάτων. Συνεπώς, η φερεγγυότητα του τελευταίου είναι πλέον αδιάφορη για τον πωλητή των εμπορευμάτων, ο οποίος βασίζει την ασφάλεια της απαίτησής του στην - οπωσδήποτε μεγαλύτερη - φερεγγυότητα μιας τράπεζας. Επιπλέον, η πληρωμή της αξίας των εμπορευμάτων πραγματοποιείται, μέσω του μηχανισμού της πίστωσης, με την παράδοση φορτωτικών εγγράφων, συνεπώς αμέσως μετά τη φόρτωση, και δε συσχετίζεται με την άφιξη των εμπορευμάτων στον προορισμό τους. Εξαιτίας των πλεονεκτημάτων τους αυτών οι πιστώσεις αποτελούν ιδανικό τρόπο πληρωμής όταν ο πωλητής δεν εμπιστεύεται τον αγοραστή, ή όταν μεσολαβεί μεγάλο χρονικό διάστημα από τη φόρτωση των εμπορευμάτων μέχρι την άφιξή τους στον προορισμό τους (υπερπόντιες αγοραπωλησίες). Στην τραπεζική πρακτική έχουν διαμορφωθεί διάφοροι τύποι πιστώσεων, για να εξυπηρετήσουν ειδικές ανάγκες του διεθνούς εμπορίου. Οι κυριότεροι είναι:

- i. **Ανακλητές πιστώσεις (Revocable Credits):** Πρόκειται για πιστώσεις περιορισμένης διασφαλιστικής αξίας, επειδή η εκδότρια τράπεζα διατηρεί το δικαίωμα να τις ανακαλέσει ή να τις τροποποιήσει οποτεδήποτε, ανεξάρτητα από τη θέληση του δικαιούχου.
- ii. **Αμετάκλητες πιστώσεις (Irrevocable Credits):** Στις πιστώσεις αυτές η εκδότρια τράπεζα δε δικαιούται να προχωρήσει σε ανάκληση ή τροποποίηση μέσα στο χρόνο ισχύος τους, χωρίς τη σύμφωνη γνώμη του δικαιούχου. Αποτελούν τη συντριπτική πλειονότητα των πιστώσεων.
- iii. **Βεβαιωμένες πιστώσεις (Confirmed Credits):** Πρόκειται για αμετάκλητες πιστώσεις, την πληρωμή των οποίων εγγυάται, εκτός από την εκδότρια, και δεύτερη τράπεζα άλλης συνήθως χώρας. Με τον τρόπο αυτό ο δικαιούχος εξασφαλίζεται από ενδεχόμενη αφερεγγυότητα της εκδότριας τράπεζας, ή από συναλλαγματικά ή άλλα προβλήματα της χώρας όπου αυτή λειτουργεί.
- iv. **Πιστώσεις όψεως (Sight Payment Credits):** Είναι πιστώσεις όπου η πληρωμή της αξίας των φορτωτικών εγγράφων γίνεται αμέσως με την παράδοσή τους.
- v. **Πιστώσεις προθεσμίας (Deferred Payment Credits):** Σ' αυτές η πληρωμή της αξίας των φορτωτικών εγγράφων γίνεται σε προκαθορισμένη προθεσμία μετά την παράδοση των φορτωτικών εγγράφων.
- vi. **Μεταβιβάσιμες πιστώσεις (Transferable Credits):** Πρόκειται για πιστώσεις όπου ο αρχικός δικαιούχος μπορεί να μεταβιβάσει τα δικαιώματά του σε άλλα πρόσωπα (δεύτερους δικαιούχους).
- vii. **Πιστώσεις με ρήτρα προκαταβολής (Red Clause Credits):** Στις πιστώσεις αυτές ο δικαιούχος έχει δικαίωμα να προεισπράξει μέρος ή το σύνολο της αξίας τους πριν την παράδοση των φορτωτικών εγγράφων (και πριν τη φόρτωση).

4. Προκαταβολή (Advance Payment)

Με τη μέθοδο αυτή ο αγοραστής προκαταβάλλει στον πωλητή την αξία των εμπορευμάτων, πριν ο τελευταίος προβεί στην αποστολή τους. Ο αγοραστής έτσι διατρέχει τον κίνδυνο να μην παραλάβει ποτέ τα προπληρωμένα εμπορεύματα, αν ο πωλητής αποδειχθεί αφερέγγυος. Για το λόγο αυτό η προκαταβολή χρησιμοποιείται μόνο όταν ο αγοραστής εμπιστεύεται απόλυτα τον πωλητή.

Είναι βέβαια δυνατό να κατατεθεί από τον πωλητή εγγυητική επιστολή τράπεζας για την επιστροφή του ποσού της προκαταβολής, σε περίπτωση που δεν φορτωθεί το εμπόρευμα μέσα στις προβλεπόμενες προθεσμίες.

Συνήθως η προκαταβολή αφορά τμήμα της αξίας του εμπορεύματος και χρησιμοποιείται σε συνδυασμό με άλλους τρόπους πληρωμής, ώστε να επιβεβαιώσει

τη σοβαρότητα της πρόθεσης του αγοραστή να παραλάβει τα εμπορεύματα που παρήγγειλε.

5. Άλλοι τρόποι διακανονισμού

Εκτός από τους τρόπους που προαναφέρθηκαν, χρησιμοποιούνται στην πράξη και ορισμένοι άλλοι τρόποι διακανονισμού, με περιορισμένη όμως εφαρμογή. Ενδεικτικά αναφέρονται:

α. Μετρητοίς κατά την παράδοση (Cash on Delivery): Πρόκειται για πληρωμή των εμπορευμάτων κατά την παράδοσή τους στον αγοραστή. Στην περίπτωση αυτή την ευθύνη της είσπραξης της αξίας των εμπορευμάτων κατά την παράδοσή τους πρέπει να αναλάβει η μεταφορική εταιρεία. Οι μεταφορικές εταιρείες δεν είναι ιδιαίτερα πρόθυμες να αναλάβουν την ευθύνη της είσπραξης χρημάτων και της διακίνησής τους. Εξάλλου ο τρόπος αυτός πληρωμής δεν επιτρέπεται σε ορισμένες χώρες.

β. Ιδιωτική ανταλλαγή εμπορευμάτων (Barter Agreement): Πρόκειται για συμφωνία μεταξύ δύο προσώπων να συμψηφίζουν τις μεταξύ τους απαιτήσεις από ανταλλαγές εμπορευμάτων, χωρίς τη μεσολάβηση πληρωμών σε χρήμα. Ο τρόπος αυτός εφαρμόζεται όταν στη χώρα του ενός τουλάχιστον από τους συναλλασσόμενους υπάρχει έλλειψη συναλλάγματος και δυσχέρεια πραγματοποίησης διεθνών πληρωμών. Και ο τρόπος αυτός δεν επιτρέπεται σε ορισμένες χώρες.

8.2. Τρόποι Πληρωμής

Εφόσον συμφωνηθεί μεταξύ των δύο μερών ο τρόπος διακανονισμού, επιλέγεται και ο τρόπος πληρωμής για την εξαγωγή αγαθών ή υπηρεσιών. Προκειμένου να ληφθεί η απόφαση αυτή πρέπει να ληφθούν υπόψη παράγοντες, όπως:

1. Η φερεγγυότητα του άλλου μέρους: Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην ρευστότητα της επιχείρησης και στο ποσοστό του τζίρου της επιχείρησης που αντιπροσωπεύει ο συγκεκριμένος πελάτης.

2. Η παλαιότητα του πελάτη: Ο κίνδυνος είναι ενδεχόμενα μεγαλύτερος όταν αναφερόμαστε σε ένα νέο πελάτη, εκτός εάν πρόκειται για κάποιον ο οποίος αποδεδειγμένα είναι οικονομικά υγιής.

3. Ο κίνδυνος που συνδέεται με τη χώρα του αγοραστή: Ο πολιτικός κίνδυνος περιλαμβάνει κινδύνους που προέρχονται από γεγονότα όπως πόλεμοι, επαναστάσεις, κατάλυση της έννομης τάξης, ή κυβερνητικά διατάγματα τα οποία θα παρεμπόδιζαν την υλοποίηση της σύμβασης. Περιλαμβάνονται ακόμα οι περιπτώσεις θεομηνιών και αδυναμίας μεταφοράς συναλλάγματος. Η επιλογή ως

προς τη μέθοδο πληρωμής δεν θα είναι η ίδια στην περίπτωση που ο πελάτης ανήκει στην Ε.Ε. και στην περίπτωση που προέρχεται, για παράδειγμα, από μία μικρή Αφρικανική χώρα όπου επικρατεί πολιτική αστάθεια.

4. Το μέγεθος της παραγγελίας: Όσο μεγαλύτερο είναι το συνολικό ύψος της παραγγελίας τόσο πιο προσεκτική πρέπει να είναι η επιχείρηση, ενώ στις περιπτώσεις που το ύψος της παραγγελίας είναι μικρό θα πρέπει η μέθοδος που θα επιλεγεί να είναι οικονομική

5. Εμπορικές πρακτικές και νομοθεσία: συνήθως δεν υπάρχουν και πολλές επιλογές σε κάποιες περιπτώσεις εξαγωγών σε μεγάλες επιχειρήσεις του εξωτερικού όπου οι όροι διατυπώνονται από τους ίδιους. Συγκεντρώνοντας πληροφορίες σχετικά με το ποιος τρόπος πληρωμής ταιριάζει καλύτερα σε κάθε χώρα ή ομάδα χωρών ο εξαγωγέας θα έχει κάνει ένα σημαντικό βήμα στην απόφαση του τρόπου πληρωμής.

Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, ο εξαγωγέας πρέπει να αποφασίσει τα μέσα πληρωμής που θα επιλέξει, και τα οποία στο διεθνές εμπόριο είναι:

α. Η επιταγή: Η επιταγή είναι ένα αξιόγραφο, μία παραγγελία πληρωμής, με την οποία ο εισαγωγέας, ο εκδότης, πληρώνει τον προμηθευτή του, το δικαιούχο. Η τράπεζα, ο πληρωτής, ενεργεί ως ενδιάμεσος. Το αρνητικό είναι ότι εναπόκειται στον πελάτη η έκδοση της επιταγής. Θα μπορούσε να την εκδώσει για λάθος ποσό ή να αδιαφορήσει για τις προθεσμίες που συμφωνήθηκαν. Οι νόμοι που ισχύουν σε μία χώρα δεν είναι απαραίτητα οι ίδιοι και αλλού. Ας υποθέσουμε ότι ο πελάτης πλήρωσε με μία επιταγή καλής πίστης σε γαλλικά φράγκα που εκδόθηκε από την τοπική τράπεζα. Εάν η μεταφορά συναλλάγματος απαγορευτεί από τη χώρα στην οποία ανήκει είναι σίγουρο ότι δεν θα γίνει η πληρωμή. Είναι μία περίπτωση του λεγόμενου πολιτικού κινδύνου. Τις περισσότερες φορές η πληρωμή με επιταγή απαιτεί μία χρονοβόρο διαδικασία στην οποία δεν μπορεί να βασιστεί κανείς. Στέλνεται η επιταγή στην τράπεζα η οποία τη μεταβιβάζει στην τράπεζα του εξωτερικού όπου και εξαργυρώνεται. Εξαιτίας του χρόνου που απαιτεί η διαδικασία είναι δαπανηρή.

β. Η μεταφορά μέσω τραπέζης: Η μεταφορά χρησιμοποιείται συχνά μεταξύ επιχειρηματιών τους οποίους συνδέουν μακρόχρονες εμπορικές σχέσεις. Ακόμα ταχύτερη και μάλιστα και φθηνότερη είναι η μεταφορά SWIFT. Το δίκτυο SWIFT λειτουργεί γύρω από ένα δίκτυο υπολογιστών. Το βασικό πλεονέκτημα αυτού του είδους της μεταφοράς είναι ότι είναι αρκετά ασφαλής. Το κείμενο της μεταφοράς κωδικοποιείται και ελέγχεται τόσο όταν στέλνεται όσο και όταν λαμβάνεται. Το στοιχείο αυτό αποκλείει οποιονδήποτε κίνδυνο λάθους. Στη χρήση της μεταφοράς SWIFT η τράπεζα εφοδιάζει τον εξαγωγέα με ειδικές ετικέτες οι οποίες κολλούνται πάνω στα τιμολόγια. Προτού ζητηθεί η μεταφορά SWIFT ο επιχειρηματίας πρέπει να

βεβαιωθεί ότι η χώρα του πελάτη ανήκει στο δίκτυο. Αν και το δίκτυο επεκτείνεται ταχύτατα υπάρχουν ακόμη χώρες που δεν είναι συνδεδεμένες.

Το αρνητικό της μεταφοράς μέσω τραπέζης έγκειται στο ότι η εντολή της μεταφοράς εναπόκειται στον πελάτη. Θα μπορούσε να τη δώσει για λάθος ποσό ή να αγνοήσει συμφωνημένες ημερομηνίες λήξης. Όπως και στην περίπτωση της επιταγής, ο πολιτικός κίνδυνος δεν καλύπτεται.

γ. Συναλλαγματική: Η συναλλαγματική είναι ένα αξιόγραφο με το οποίο ο πιστωτής - ο πωλητής - ή "εκδότης" επιτάσσει τον οφειλέτη, τον πελάτη του ή "πληρωτή" να πληρώσει ένα ορισμένο ποσό σε καθορισμένη ημερομηνία. Πρόκειται για μία τραπεζική συναλλαγή, έγγραφη, μεταξύ τραπεζών διαφορετικών χωρών. Ο πελάτης από το εξωτερικό ζητά από τη τράπεζά του να χρεώσει το λογαριασμό του με το ποσό που οφείλει και ταυτόχρονα να πιστώσει το λογαριασμό του εξαγωγέα με το ίδιο ποσό. Η συναλλαγματική αποστέλλεται στον πληρωτή για αποδοχή. Εάν την αποδεχθεί αναγνωρίζει την οφειλή του και αναλαμβάνει τη δέσμευση να πληρώσει κατά τη λήξη. Εάν δεν την αποδεχθεί ή αρνηθεί να πληρώσει κατά τη λήξη αφού την έχει αποδεχθεί, συντάσσεται ένα επίσημο "διαμαρτυρικό" σε συμβολαιογράφο και κινείται αγωγή εναντίον του. Η αποδοχή συνίσταται στην υπογραφή του πίσω μέρους της συναλλαγματικής, όπου μερικές φορές γράφεται και η λέξη "αποδεκτή" πριν την υπογραφή. Στην περίπτωση συναλλαγματικής που εκδίδεται με λήξη Χ ημέρες από την εμφάνιση, οι μέρες αρχίζουν να μετράνε από την ημερομηνία αποδοχής (τη στιγμή που τη βλέπει ο οφειλέτης).

Τα θετικά στοιχεία από τη χρήση συναλλαγματικής ως μέσο πληρωμής είναι ότι εκδίδεται από τον ίδιο τον εξαγωγέα. Συνήθως τυπώνεται από υπολογιστή μαζί με το τιμολόγιο και κατά συνέπεια ο κίνδυνος λάθους είναι μικρός. Η συναλλαγματική αποτελεί αξιόγραφο με νομική ισχύ και άρα είναι ευκολότερο να κινήσει κανείς αγωγή εναντίον του εκδότη από τη στιγμή που υπάρχει αποδοχή. Ένα επιπλέον πλεονέκτημα των συναλλαγματικών είναι ότι μπορούν να ρευστοποιηθούν και να καλύψουν ανάγκες της επιχείρησης πριν τη λήξη τους.

Σε ότι αφορά το κόστος, η συναλλαγματική υπόκειται σε τέλη χαρτοσήμου τα οποία καταβάλλονται από τον εκδότη κατά την έκδοση. Σε ορισμένες χώρες τα τέλη αυτά είναι αρκετά υψηλά, π.χ. Ιταλία. Οι συναλλαγματικές χρησιμοποιούνται σπάνια σε χώρες όπως η Γερμανία ή οι Σκανδιναβικές χώρες όπου αντιμετωπίζονται ως έκφραση αφερεγγυότητας. Κατά την έκδοση συναλλαγματικής ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στη γλώσσα που συντάσσεται (συνήθως στη γλώσσα του πελάτη εξωτερικού ή σε όποια άλλη επιλέξει) ενώ πρέπει να ελεγχθούν και οι διαδικασίες που ισχύουν στη χώρα του εξωτερικού. Η αποστολή της συναλλαγματικής γίνεται συνήθως μέσω του τοπικού καταστήματος της τράπεζάς του εκδότη.

9. Βασικά πιστοποιητικά εξαγωγών

9.1. Τελωνειακές διαδικασίες και ICIS

Για κάθε συναλλαγή με τα Ελληνικά Τελωνεία², απαιτείται η προσκόμιση των απαραίτητων εγγράφων στο Τελωνείο, τα στοιχεία των οποίων καταχωρούνται στο ICIS (για τα τελωνεία που έχουν μηχανογραφηθεί), το Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα Τελωνείων (Integrated Customs Information System). Το ICIS καλύπτει όλες τις δραστηριότητες της Τελωνειακής Υπηρεσίας και έχει διεπαφές με άλλα συστήματα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, συμβάλλοντας στην ανάγκη εκσυγχρονισμού των Υπηρεσιών, απλοποίησης των διαδικασιών και βελτίωσης των μεθόδων, προκειμένου να διευκολυνθεί και να προστατευθεί η οικονομική δραστηριότητα της χώρας.

Προκειμένου να μειωθεί ο χρόνος συναλλαγής στον απολύτως απαραίτητο για τον τελωνειακό έλεγχο, και να απλοποιηθεί η διαδικασία, παρέχεται η δυνατότητα στους συναλλασσόμενους να υποβάλλουν τα κυριότερα έγγραφα και σε ηλεκτρονική μορφή (e-παραστατικά) ως αρχεία ASCII σε δισκέτα.

9.2. Έκδοση παραστατικών από τον εξαγωγέα

Προτού αναφερθούμε στα έγγραφα και πιστοποιητικά που απαιτούνται για την υλοποίηση των εξαγωγών, θα πρέπει να αναφερθούν κάποια σημαντικά σημεία που αφορούν την παραγγελία και τα οποία είναι τα εξής:

- Η παραγγελία θα πρέπει να είναι γραπτή, να έχει αποσταλεί με φαξ ή email και να είναι σαφής. Απαραίτητη θεωρείται και η τηλεφωνική επικοινωνία, ιδιαίτερα με νέους πελάτες εξωτερικού
- Πρέπει να διευκρινίζονται με τον πελάτη οι όροι πληρωμής και παράδοσης. Στη περίπτωση που ο πελάτης είναι παλιός, χρειάζεται επιβεβαίωση ότι οι όροι είναι οι ίδιοι με τις προηγούμενες συνεργασίες. Σε αντίθετη περίπτωση απαιτείται να δοθούν νέες διευκρινήσεις. Βασικά σημεία τα οποία πρέπει να διευκρινισθούν είναι ο τρόπος πληρωμής ή ακόμα και οι τιμές σε μερικές περιπτώσεις διαφοροποίησης, η αναμενόμενη από τον πελάτη ημερομηνία φόρτωσης, ο τρόπος μεταφοράς και ο καθορισμός του μέρους που έχει την

² Πηγή: Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων (www.gsis.gr). Στη συγκεκριμένη διεύθυνση παρέχονται πολλές χρήσιμες πληροφορίες για τελωνειακά θέματα.

ευθύνη της, όπως πιθανόν και στοιχεία του μεταφορέα στην περίπτωση που η μεταφορά είναι ευθύνη του πελάτη.

- Κατά την επικοινωνία με τον πελάτη, είναι απαραίτητο να διευκρινισθούν όποιες ειδικές απαιτήσεις μπορεί να έχει, είτε σε επίπεδο προδιαγραφών του προϊόντος όσον αφορά την συσκευασία, τη σύσταση, ή σε επίπεδο συνοδευτικών παραστατικών και πιστοποιητικών του προϊόντος.
- Απαιτείται επικοινωνία με τον πελάτη, πιθανόν προφορική, αλλά απαραίτητα και γραπτή για επιβεβαίωση της φόρτωσης σύμφωνα με την συμφωνία. Στην περίπτωση ύπαρξης προβλημάτων που οφείλονται σε αδυναμία του εργοστασίου να παραδώσει έγκαιρα την συγκεκριμένη παραγγελία, ο πελάτης πρέπει να ενημερωθεί με στόχο την αντικατάσταση των μη διαθέσιμων προϊόντων ή για αναβολή στην ημερομηνία φόρτωσης.

Εφόσον έχει αποφασισθεί το μέσο αποστολής των εμπορευμάτων στο εξωτερικό, πρέπει να εκδοθούν κάποια παραστατικά από την επιχείρηση που θα συνοδεύουν τα εμπορεύματα. Οι ενέργειες που θα πρέπει να γίνουν σε αυτό το επίπεδο είναι:

- Ενημέρωση του γραφείου κινήσεως της εταιρίας σχετικά με την φόρτωση και το μέσο μεταφοράς. Οποιοδήποτε και αν είναι το μέσο μεταφοράς γνωστοποιούνται τα νούμερα του φορτηγού που θα φορτώσει την παραγγελία ή τα διακριτικά νούμερα του container για αποφυγή λανθασμένων φορτώσεων.
- Ενημέρωση του εκτελωνιστή ή το ατόμου της εταιρίας που ασχολείται με τον εκτελωνισμό των εμπορευμάτων στην περίπτωση εξαγωγής σε τρίτη χώρα εκτός της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Θα πρέπει να τονισθεί ότι στην περίπτωση πώλησης σε χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αυτή δεν θεωρείται εξαγωγή, ονομάζεται Ενδοκοινοτική Διακίνηση οπότε δεν χρειάζεται να ακολουθηθεί η διαδικασία εκτελωνισμού.
- Εάν πραγματοποιούνται εξαγωγές για πρώτη φορά, απαιτείται η εγγραφή της επιχείρησης στο **Μητρώο Εξαγωγέων του Επιμελητηρίου**, απ' όπου προσκομίζεται κάποια ειδικά κάρτα. Σε περίπτωση που η επιχείρηση διαθέτει την κάρτα αυτή, πρέπει να βεβαιωθεί ότι βρίσκεται ακόμα σε ισχύ.
- Έκδοση των απαραίτητων παραστατικών και πιστοποιητικών της εξαγωγής που αναφέρονται ακολούθως.
- Ενημέρωση του γραφείου κινήσεως για την **έκδοση Δελτίου Αποστολής** για τα εμπορεύματα που φορτώνονται καθώς και για τα δείγματα που αποστέλλονται στο χημείο για έλεγχο καταλληλότητας ή για την χορήγηση των επιδοτήσεων σε ειδικές περιπτώσεις

- **Έκδοση τιμολογίου** που περιλαμβάνει ενδείξεις σχετικά με το σύνολο της αξίας, τον αριθμό μονάδων (δεμάτων) και αναφορά ότι τα προϊόντα είναι ελληνικής παραγωγής.
- Έλεγχος και διασταύρωση των στοιχείων που εμφανίζονται στο Δελτίο Παραγγελίας, στα τιμολόγια και στο Δελτίο Αποστολής, για την αποφυγή λαθών κατά την φόρτωση.
- Ενημέρωση του λογιστηρίου της εταιρίας για την λογιστική εγγραφή της πώλησης.

Σε κάθε εξαγωγή, τα έγγραφα που απαιτούνται και συνοδεύουν τα εμπορεύματα ανεξάρτητα από το είδος τους είναι:

1. Τιμολόγιο εξαγωγής
2. Δελτίο αποστολής θεωρημένο με παραλήπτη τον πελάτη του εξωτερικού και τόπο παράδοσης το τελωνείο εξαγωγής.
3. Επιμελητηριακή ενημερότητα (φωτοαντίγραφο και των 2 όψεων της κάρτας που χορηγεί το Εμπορικό & Βιομηχανικό Επιμελητήριο που φαίνεται η εγγραφή του εξαγωγέα στο Ειδικό Μητρώο Εξαγωγών).

9.3. Βασικά Πιστοποιητικά εξαγωγών

Τα πιστοποιητικά που απαιτούνται από τα τελωνεία για να πραγματοποιηθεί η εξαγωγή εξαρτώνται κυρίως από το **είδος του προϊόντος** και τη **χώρα προορισμού**. Για το λόγο αυτό κάθε εξαγωγέας **είναι απαραίτητο να συμβουλευέται κάποιο εκτελωνιστή** σχετικά με τις διατυπώσεις και τα δικαιολογητικά που απαιτούνται κατά περίπτωση.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται κάποια από τα βασικά πιστοποιητικά που απαιτούνται για κάθε εξαγωγή, με κριτήριο τη χώρα προορισμού και σε κάποιες περιπτώσεις τον τρόπο μεταφοράς του εμπορεύματος.

9.3.1. *Ενιαίο Διοικητικό Έγγραφο (Ε.Δ.Ε.)*

Προκειμένου να εξαχθούν προϊόντα προς Τρίτες χώρες είναι υποχρεωτική η κατάθεση του Ενιαίου Διοικητικού Εγγράφου (Ε.Δ.Ε.) και παράλληλα να προσκομιστεί δισκέτα, στην οποία θα εμπεριέχονται τα στοιχεία του Ε.Δ.Ε., στο Τελωνείο που θα έχει την καθ' ύλη και κατά τόπο αρμοδιότητα. Κατάθεση του Ε.Δ.Ε. απαιτείται και κατά την εξαγωγή προϊόντων σε εδάφη που ανήκουν μεν στο τελωνειακό αλλά όχι στο φορολογικό έδαφος της Κοινότητας (Μαρτινίκα, Γαλλική Γουιάνα, Γουαδελούπη, Ρεουνιόν, Κανάρια Νησιά, Νησιά Τσάνελ, Νησιά Άλαντ).

Το Ε.Δ.Ε ονομάζεται διασάφηση/δήλωση και ο διασαφιστής ή ο νόμιμος αντιπρόσωπος του έχει υποχρέωση, να γνωρίζει τις απαραίτητες θέσεις και ενδείξεις

συμπλήρωσης της διασάφησης, ανάλογα με το τελωνειακό καθεστώς στο οποίο ζητά να υπαχθούν τα εμπορεύματα, σύμφωνα με τις ισχύουσες διατάξεις. Σημειώνεται πως σύμφωνα με την Εθνική Νομοθεσία Ν. 718/1977, νόμιμος αντιπρόσωπος του διασαφιστή μπορεί να είναι μόνο ο εκτελωνιστής.

9.3.2. Πιστοποιητικό κυκλοφορίας εμπορευμάτων EUR 1 & ATR 1

Τα πιστοποιητικά κυκλοφορίας EUR. 1 και ATR 1 θεωρούνται από τις τελωνειακές αρχές του κράτους εξαγωγής, κατά την εξαγωγή των εμπορευμάτων τα οποία αφορά, δίνονται δε στον εξαγωγέα μόλις πραγματοποιηθεί ή εξασφαλιστεί η πραγματική εξαγωγή. Κατ' εξαίρεση, είναι δυνατό να εκδοθεί ένα πιστοποιητικό μετά την εξαγωγή των προϊόντων στα οποία αφορά:

- όταν δεν εκδόθηκε πιστοποιητικό κυκλοφορίας κατά το χρόνο της εξαγωγής λόγω λαθών, ακουσίων παραλείψεων ή ειδικών περιστάσεων.
- όταν εκδόθηκε πιστοποιητικό, αλλά απορρίφθηκε για τεχνικούς λόγους.

Η διαφορά των δύο πιστοποιητικών είναι στη χώρα προορισμού των εμπορευμάτων καθώς το Eur 1 είναι απαραίτητο για εξαγωγές στις χώρες ΕΖΕΣ και χώρες με σύμβαση ενώ το ATR 1 αφορά εξαγωγές στην Τουρκία.

Τίτλος πιστοποιητικού:	Κυκλοφορίας Εμπορευμάτων (Eur 1)
Εκδίδουσα αρχή:	Τελωνείο εξαγωγής
Υπηρεσία που κατατίθεται:	Τελωνείο εξαγωγής
Υπηρεσία που το θεωρεί:	Τελωνείο εξαγωγής
Σκοπός έκδοσης:	Έλεγχος προνομιακής μεταχείρισης χώρας εξαγωγής
Συμπληρώνεται από:	Εξαγωγέα
Ζητείται από:	Τελωνείο εισαγωγής
Απαραίτητο για εξαγωγές εις:	Ε.Ζ.Ε.Σ. (Ελβετία, Νορβηγία, Ισλανδία, Λιχτενστάιν), χώρες με σύμβαση
Επιδεικνύεται εις:	Τελωνείο
Εκδίδεται μετά από:	Αίτηση εξαγωγέα

9.3.3. Πιστοποιητικό T5

Είναι έγγραφο παρακολούθησης της διακίνησης αγροτικών προϊόντων, καθώς και προϊόντων που δικαιούνται κοινοτικής επιδότησης. Επίσης, με το ίδιο έγγραφο παρακολουθούνται τα προϊόντα κοινοτικής παρέμβασης.

Εκδίδεται από το τελωνείο εξαγωγής στην περίπτωση που το προϊόν για το οποίον έχει γίνει αποδεκτή διασάφηση εξαγωγής διασχίσει, πριν εγκαταλείψει το τελωνειακό έδαφος της κοινότητας κοινοτικά εδάφη, άλλα από αυτό του κράτους μέλους εξαγωγής. Η απόδειξη ότι το εν λόγω προϊόν εγκατέλειψε το τελωνειακό

έδαφος παρέχεται με την προσκόμιση του πρωτότυπου αντιτύπου ελέγχου T5 συμπληρωμένο από το τελωνείο εξόδου και το οποίο αποστέλλεται από το τελωνείο εξόδου στο αρμόδιο τελωνείο εξαγωγής από το οποίο εκδόθηκε.

9.3.4. Κοινοτική διαμετακόμιση T2L

Ο κοινοτικός χαρακτήρας εμπορεύματος αποδεικνύεται με την προσκόμιση παραστατικού T2L. Απόδειξη ότι τα εμπορεύματα βρίσκονται σε ελεύθερη κυκλοφορία εντός της Κοινότητας πρέπει να κατατίθεται στις αρμόδιες αρχές. Αυτή η απόδειξη μπορεί να λάβει τη μορφή παραστατικού T2 (T2F) σφραγισμένου κατάλληλα από το τελωνείο αναχώρησης στην Κοινότητα ή του πρωτότυπου παραστατικού T2L (T2LF) ή ισοδύναμου εγγράφου. Οι συναλλαγές που πραγματοποιούνται με το εμπόρευμα να συνοδεύεται με T2LF τελεί υπό φορολογικό καθεστώς (ΦΠΑ).

Τίτλος πιστοποιητικού:	Κοινοτική διαμετακόμιση (T2)
Εκδίδουσα αρχή:	Τελωνείο εξαγωγής
Υπηρεσία που κατατίθεται:	Τελωνείο εξαγωγής
Υπηρεσία που το θεωρεί:	Τελωνείο εξαγωγής
Σκοπός έκδοσης:	Πιστοποίηση κοινοτικής προέλευσης
Συμπληρώνεται από:	Εξαγωγέα
Ζητείται από:	Τελωνεία εισαγωγής - σύνορα
Απαραίτητο για εξαγωγές - εις:	E. E.
Επιδεικνύεται εις:	Τελωνεία εισαγωγής - σύνορα
Εκδίδεται μετά από:	-

9.4. Πιστοποιητικά μεταφορών

9.4.1. Φορτωτική οδικής μεταφοράς CMR

Η συνθήκη CMR, διέπει τις διαδικασίες που θα πρέπει να γίνουν για την διεθνή μεταφορά και αντικαθιστά με δικές της διατάξεις και νόμους κάθε σχετικό νόμο των κρατών μελών της συνθήκης. Η φιλοσοφία της είναι να υπάρχει πλέον μια ενιαία νομοθεσία για να λύνει τις διαφορές μεταξύ των νομικών συστημάτων των κρατών μελών. Χάρη στη συνθήκη CMR λειτουργεί ενιαία νομοθεσία μεταξύ διαφορετικών χωρών, για την επίλυση διαφορών στις οδικές διεθνείς μεταφορές.

Η συνθήκη CMR αναφέρεται στις δυσκολίες, οι οποίες αφορούν τα δικαιώματα του παραλήπτη, την επιρροή των περιστάσεων που δεν επιτρέπουν την σωστή παράδοση και την πώληση των εμπορευμάτων από τον μεταφορέα, τα κενά που υπάρχουν μεταξύ των ορισμών κλπ. Συγκεκριμένα, μετά την άφιξη των εμπορευμάτων στον τόπο που προσδιορίζεται η παράδοση, ο παραλήπτης έχει το

δικαίωμα να απαιτήσει από τον μεταφορέα την παράδοση του φορτίου, έναντι απόδειξης και του δεύτερου αντιγράφου της φορτωτικής. Εάν η απώλεια των εμπορευμάτων έχει προσδιοριστεί, ή τα εμπορεύματα δεν έχουν αφιχθεί μετά την εκπνοή της περιόδου, ο παραλήπτης έχει το δικαίωμα να εγείρει απαιτήσεις για λογαριασμό του, έναντι του μεταφορέα για τα δικαιώματα του όπως απορρέουν από την σύμβαση μεταφοράς.

Τίτλος πιστοποιητικού:	Φορτωτική οδικής Μεταφοράς (CMR)
Εκδίδουσα αρχή:	Πρακτορείο Μεταφορών
Υπηρεσία που κατατίθεται:	Πρακτορείο Μεταφορών
Υπηρεσία που το θεωρεί:	Πρακτορείο Μεταφορών
Σκοπός έκδοσης:	Ανάληψη υποχρεώσεων μεταφοράς
Συμπληρώνεται από:	Πρακτορείο
Ζητείται από:	Τελωνείο - συνοριακού σταθμούς
Απαραίτητο για εξαγωγές εις:	Σε όλες τις χώρες
Επιδεικνύεται εις:	Τελωνείο - Σύνορα
Εκδίδεται μετά από:	-

9.4.2. Εγγύηση μεταφοράς TIR

Το καθεστώς διαμετακόμισης TIR («Transports Internationaux Routiers» — Διεθνείς Οδικές Μεταφορές) βασίζεται στην τελωνειακή σύμβαση περί διεθνών μεταφορών εμπορευμάτων υπό την κάλυψη δελτίων TIR, που σήμερα αριθμεί 64 συμβαλλόμενα μέρη συμπεριλαμβανομένων όλων των κρατών μελών της Ε.Ε. Τα εμπορεύματα μπορούν μεταφερόμενα υπό την κάλυψη δελτίου TIR να διέρχονται από το έδαφος οιοδήποτε αριθμού συμβαλλομένων μερών, ένα από τα οποία πρέπει απαραίτητα να μην είναι κράτος μέλος της ΕΚ. Το καθεστώς TIR βασίζεται στο «δελτίο TIR» που χρησιμεύει και ως τελωνειακή δήλωση και ως εγγύηση. Τυπώνεται και διανέμεται από τη Διεθνή Ένωση Οδικών Μεταφορών (IRU) και εκδίδεται σε χρήστες από τους εθνικούς εγγυοδοτικούς οργανισμούς που έχουν εξουσιοδοτηθεί για το σκοπό αυτό από τις αρμόδιες αρχές (συνήθως τελωνειακές) κάθε συμβαλλόμενου μέρους.

Σε περίπτωση που η μεταφορά ή η διαμετακόμιση ενός εμπορεύματος στο εσωτερικό της Κοινότητας εκτελείται υπό το καθεστώς της σύμβασης TIR, η Κοινότητα θεωρείται, για τους σκοπούς της μεταφοράς ή της διαμετακόμισης, ενιαίο έδαφος. Σε περίπτωση που η μεταφορά από ένα σημείο της Κοινότητας σε άλλο εκτελείται με τμηματική διέλευση από το έδαφος τρίτης χώρας, οι έλεγχοι και οι διατυπώσεις που εμπεριέχονται στο καθεστώς TIR εφαρμόζονται στα σημεία στα οποία η μεταφορά εγκαταλείπει προσωρινά το τελωνειακό έδαφος της Κοινότητας και από τα οποία εισέρχεται εκ νέου σ' αυτό. Όσον αφορά την εφαρμογή της Σύμβασης

TIR σε περίπτωση που μία αποστολή εισέρχεται ή αρχίζει στο έδαφος της Κοινότητας, η εγγυήτρια ένωση καθίσταται ή είναι υπεύθυνη έναντι των αρχών κάθε κράτους μέλους από το έδαφος του οποίου διέρχεται η αποστολή TIR, μέχρις ότου εξέλθει από το τελωνειακό έδαφος της Κοινότητας, ή μέχρι το τελωνείο προορισμού που βρίσκεται στο έδαφος αυτό. Τα εμπορεύματα που κυκλοφορούν στο έδαφος της Κοινότητας βάσει του δελτίου TIR θεωρούνται ως μη κοινοτικά εμπορεύματα, εκτός αν αποδειχθεί ότι αυτά έχουν κοινοτικό χαρακτήρα. Πρέπει να σημειωθεί ότι με την ίδια διαδικασία διακινούνται και κοινοτικά εμπορεύματα τα οποία διέρχονται ή εξάγονται στις χώρες ΕΖΕΣ (Νορβηγία, Ελβετία, Ισλανδία).

Τίτλος πιστοποιητικού:	Εγγύηση μεταφοράς (Carnet TIR)
Εκδίδουσα αρχή:	Τελωνείο εξαγωγής
Υπηρεσία που κατατίθεται:	Τελωνείο εξαγωγής
Υπηρεσία που το θεωρεί:	Τελωνείο εξαγωγής
Σκοπός έκδοσης:	Εγγύηση
Συμπληρώνεται από:	Μεταφορέα
Ζητείται από:	Τελωνείο εξαγωγής - σύνορα - τελωνείο παραλαβής
Απαραίτητο για εξαγωγές εις:	Όλες τις χώρες
Επιδεικνύεται εις:	Τελωνείο εξαγωγής - σύνορα - τελωνείο παραλαβής
Εκδίδεται μετά από:	-

9.5. Ειδικά Πιστοποιητικά

Ακολουθώς παρουσιάζονται κάποια πιστοποιητικά που απαιτούνται σε περιπτώσεις εξαγωγής τροφίμων ή άλλων προϊόντων που υπόκεινται σε χημικούς και εργαστηριακούς ελέγχους. Και πάλι όμως τονίζεται ότι ο εξαγωγέας θα πρέπει πάντα να συμβουλευέται εκτελωνιστή σε κάθε περίπτωση εξαγωγής.

Τίτλος πιστοποιητικού:	Κτηνιατρικό υγειονομικό (φαρικά, πουλερικά, κρεατοσκευάσματα)
Εκδίδουσα αρχή:	Τμήμα ελέγχου τροφίμων (Τ.Ε.Τ.)
Υπηρεσία που κατατίθεται:	Τ. Ε. Τ.
Υπηρεσία που το θεωρεί:	Τ. Ε. Τ.
Σκοπός έκδοσης:	Έλεγχος καταλληλότητας
Συμπληρώνεται από:	Τ. Ε. Τ.
Ζητείται από:	Υγειονομικές - τελωνειακές αρχές
Απαραίτητο για εξαγωγές - εις:	Όλες τις χώρες
Επιδεικνύεται εις:	Τρίτες Χώρες / τελωνείο Ε. Ε. / αντίστοιχη Τ.Ε.Τ.
Εκδίδεται μετά από:	Αίτηση πελάτη/ Εξαγωγή

Τίτλος πιστοποιητικού:	Πιστοποιητικό ποιότητας
Εκδίδουσα αρχή:	Διεύθυνση Γεωργίας
Υπηρεσία που κατατίθεται:	Διεύθυνση Γεωργίας Έλεγχος Γεωργικών Βιομηχανιών
Υπηρεσία που το θεωρεί:	Διεύθυνση Γεωργίας / Έλεγχος Γεωργικών Βιομηχανιών
Σκοπός έκδοσης:	Πιστοποίηση
Συμπληρώνεται από:	Έλεγχος Γεωργικών Βιομηχανιών
Ζητείται από:	Τελωνείο
Απαραίτητο για εξαγωγές εις:	Τρίτες Χώρες
Επιδεικνύεται εις:	Τελωνείο Εξαγωγής
Εκδίδεται μετά από:	Αίτηση Εξαγωγή

Τίτλος πιστοποιητικού:	Φυτοϋγείας
Εκδίδουσα αρχή:	Υπουργείο Γεωργίας
Υπηρεσία που κατατίθεται:	Διεύθυνση προστασίας φυτών
Υπηρεσία που το θεωρεί:	Διεύθυνση προστασίας φυτών
Σκοπός έκδοσης:	Πιστοποίηση καταλληλότητας
Συμπληρώνεται από:	Διεύθυνση προστασίας φυτών
Ζητείται από:	Τρίτες Χώρες / τελ. εξαγωγής / τελ. εισαγωγής Ε. Ε./ τελ. εισαγωγής
Απαραίτητο για εξαγωγές εις:	Όλες τις χώρες
Επιδεικνύεται εις:	Τελωνείο
Εκδίδεται μετά από:	Αίτηση Εξαγωγή

Τίτλος πιστοποιητικού:	Εργαστηριακή ανάλυση
Εκδίδουσα αρχή:	Εταιρία εξαγωγής
Υπηρεσία που κατατίθεται:	-
Υπηρεσία που το θεωρεί:	-
Σκοπός έκδοσης:	Πιστοποίηση προδιαγραφών
Συμπληρώνεται από:	Εταιρία εξαγωγής
Ζητείται από:	Πελάτη
Απαραίτητο για εξαγωγές εις:	-
Επιδεικνύεται εις:	-
Εκδίδεται μετά από:	Αίτηση πελάτη

Τίτλος πιστοποιητικού:	Πιστοποίηση Φυσικοχημικών Ιδιοτήτων
Εκδίδουσα αρχή:	Η ανάλογη
Υπηρεσία που κατατίθεται:	Γενικό Χημείο Κράτους
Υπηρεσία που το θεωρεί:	Η ανάλογη
Σκοπός έκδοσης:	Πιστοποίηση
Συμπληρώνεται από:	Την εκδίδουσα υπηρεσία
Ζητείται από:	Πελάτη
Απαραίτητο για εξαγωγές - εις:	Όπου ζητηθεί
Επιδεικνύεται εις:	Τελωνείο - υγειονομικές αρχές
Εκδίδεται μετά από:	Αίτηση Εξαγωγή

9.6. Επιδοτήσεις εξαγωγών

Η επιστροφή χρημάτων από εξαγωγές, ή στην καθομιλουμένη επιδοτήσεις, είναι η βοήθεια που παρέχει η Ε.Ε. στους παραγωγούς/εξαγωγείς από χώρες μέλη της Ένωσης, ώστε να αντεπεξέλθουν στο διεθνή ανταγωνισμό και στις χαμηλότερες τιμές των διεθνών αγορών. Οι επιδοτήσεις παρέχονται μόνο για την εξαγωγή συγκεκριμένων προϊόντων προς τρίτες χώρες μη - μέλη της Ε.Ε. και είναι ίσες με τη διαφορά των διεθνών και των κοινοτικών τιμών.

Επιδοτούνται ορισμένα αγροτικά προϊόντα, ωστόσο ο εξαγωγέας, μπορεί να επιδοτηθεί και για τα βασικά προϊόντα, τα οποία χρησιμοποιούνται στα μεταποιημένα, σύμφωνα με την περιεκτικότητα. Για περισσότερες διευκρινήσεις σε θέματα επιδοτήσεων αγροτικών προϊόντων θα πρέπει κανείς να απευθυνθεί στον ΟΠΕΚΕΠΕ, την αρμόδια Γενική Διεύθυνση του Υπ. Γεωργίας.

Η επιδότηση δίδεται απευθείας στον εξαγωγέα, στο όνομα του οποίου έχει εκδοθεί η διασάφηση εξαγωγής και υπάρχει βέβαια η δυνατότητα αυτός να εκχωρήσει τα χρήματα σε τρίτο πρόσωπο, π.χ. στον παραγωγό. Ως ημερομηνία εξαγωγής θεωρείται η ημερομηνία αποδοχής της διασάφησης, όπως την καθορίζει το Τελωνείο. Ωστόσο, το εμπόρευμα πρέπει να εγκαταλείψει το τελωνειακό έδαφος της Ε.Ε. μέσα σε 60 ημέρες από την αποδοχή.

Ειδικότερα, η διαδικασία έχει ως εξής:

- Ο εξαγωγέας οφείλει να ενημερώνει με κατάθεση (π.χ. με φαξ) του εντύπου προενημέρωσης στο αρμόδιο τελωνείο του τόπου όπου θα φορτωθούν τα προϊόντα για τη μεταφορά τους προς εξαγωγή τουλάχιστον 24 ώρες πριν την έναρξη των εργασιών φόρτωσης και να αναφέρει την εικαζόμενη διάρκειά τους.
- Να καταθέτει διασάφηση εξαγωγής στο ανωτέρω τελωνείο, με συνημμένα τα απαιτούμενα δικαιολογητικά, πριν τη λήξη της ανωτέρω προθεσμίας.
- Εφόσον επιλεγεί φυσικός έλεγχος των προϊόντων, αυτός πραγματοποιείται στις εγκαταστάσεις του εξαγωγέα
- Έκδοση βεβαίωσης εξαγωγής για τον Ο.Π.Ε.Κ.Ε.Π.Ε. (Ν.Π.Ι.Δ.) βάσει της Τ3869/1214/12.10.87 ΔΥΟ
- Έκδοση άδειας παράδοσης
- Έκδοση του αντιτύπου Ε του ΕΔΕ, σε όλες τις περιπτώσεις κατά τις οποίες η έξοδος πραγματοποιείται από το έδαφος της χώρας μας, ή το αντίτυπο ελέγχου Τ5, όταν η έξοδος πραγματοποιείται από το έδαφος άλλου κράτους μέλους
- Το τελωνείο εξόδου, εκτός από τη θεώρηση στην οπίσθια όψη του αντιτύπου αριθμ. 3 του ΕΔΕ και την επιστροφή του στο πρόσωπο που το προσκόμισε

για την απαλλαγή του από το ΦΠΑ, βεβαιώνει την έξοδο στο αντιτύπο Ε του ΕΔΕ ή στο αντίτυπο ελέγχου Τ5 και το επιστρέφει στο τελωνείο εξαγωγής

- Για κάθε εξαγωγέα μετά από αίτησή του και μετά την ολοκλήρωση της εξαγωγής, αποστέλλονται από το τελωνείο εξαγωγής στον Ο.Π.Ε.Κ.Ε.Π.Ε., όλα τα τελωνειακά έγγραφα που απαιτούνται για την πληρωμή της επιστροφής.

Προκειμένου ο εξαγωγέας να λάβει την επιδότηση θα πρέπει να προσκομίσει μια σειρά δικαιολογητικών, τα οποία είναι:

1. Πιστοποιητικό εξαγωγής (AGREX) που περιλαμβάνει προκαθορισμό της επιστροφής, το οποίο εκδίδεται από τον Οργανισμό Πληρωμών - Ο.Π.Ε.Κ.Ε.Π.Ε και υποβάλλεται στο Τελωνείο, εκτός από την περίπτωση των εμπορευμάτων που διέπονται από τον Κανονισμό 1520/2002
2. Δεν χρειάζεται πιστοποιητικό εξαγωγής AGREX στις περιπτώσεις που εμπíπτουν στο παράρτημα ΙΙΙ του Κανονισμού (ΕΚ) 1291/2000, όπως τροποποιήθηκε και ισχύει (μικροποσότητες).
3. Διασάφηση εξαγωγής
4. Τιμολόγιο
5. Δελτίο αποστολής
6. Φορτωτική
7. Κιβωτολόγιο
8. Εφόσον ο εξαγωγέας έχει αναθέσει σε εκτελωνιστή την διεκπεραίωση των διατυπώσεων εξαγωγής, σχετική εξουσιοδότηση
9. Δήλωση της κοινοτικής καταγωγής των προϊόντων σύμφωνα με το άρθρο 11 του Κανονισμού (ΕΚ) 800/99
10. Δελτίο Χημείου (εφόσον απαιτείται)

Σημειώνεται επίσης ότι στα κοινοτικά γεωργικά προϊόντα που δικαιούνται επιδότησης κατά την εξαγωγή δίδεται η δυνατότητα στους ενδιαφερομένους να συγκεντρώσουν τμηματικά τα προϊόντα και να τα εξαγάγουν σε μεταγενέστερο χρόνο όπως επίσης να προβούν στην μεταποίησή τους και κατόπιν να τα εξαγάγουν. Με την κατάθεση του σχετικού παραστατικού για αποθεματοποίηση ή μεταποίηση καταβάλλεται στον δικαιούχο το ποσό της επιδότησης πριν τα εμπορεύματα εξαχθούν.

9.7. Καθεστώς Τελειοποίησης προς επανεξαγωγή

Το καθεστώς της **Τελειοποίησης προς Επανεξαγωγή (Ενεργητική Τελειοποίηση)** αποτελεί ανασταλτικό καθεστώς, που έχει σαν σκοπό την **ενίσχυση και προώθηση των εξαγωγών σε τρίτες χώρες**, καθώς και τη διατήρηση και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της Κοινοτικής μεταποιητικής βιομηχανίας σε διεθνές επίπεδο. Βασική αρχή του καθεστώτος αποτελεί η απαλλαγή από δασμούς και άλλες επιβαρύνσεις προϊόντων τρίτων χωρών που εισάγονται στο Κοινοτικό τελωνειακό έδαφος, τα οποία, αφού υποστούν μια ή περισσότερες εργασίες τελειοποίησης, επανεξάγονται ως παράγωγα προϊόντα σε τρίτες χώρες.

Ο όρος τελειοποίηση (μεταποίηση) προβλέπει οποιαδήποτε μεταποιητική δραστηριότητα, από την απλή επανασυσκευασία προϊόντων, ως την πλέον σύνθετη μεταποιητική ενέργεια. Το καθεστώς απευθύνεται σε πρόσωπα ή εταιρείες εγκαταστημένες εντός της Ευρωπαϊκής Κοινότητας.

Επίσης χρήση των διατάξεων του καθεστώτος μπορούν να κάνουν πρόσωπα ή εταιρείες, οι οποίες ευρίσκονται εκτός Κοινότητας, με την προϋπόθεση ότι τα υπό μεταποίηση εμπορεύματα δεν έχουν εμπορικό χαρακτήρα. Η υπαγωγή των εμπορευμάτων στο καθεστώς της Τελειοποίησης προς Επανεξαγωγή προϋποθέτει την έκδοση σχετικής άδειας, ύστερα από αίτηση του ενδιαφερόμενου στην αρμόδια τελωνειακή αρχή.

Η ισχύς της άδειας δεν είναι δυνατόν να υπερβαίνει τα τρία έτη, με εξαίρεση ορισμένα αγροτικά και γαλακτοκομικά προϊόντα, όπου οι προθεσμίες περιορίζονται μόνο στους έξι και τρεις μήνες αντίστοιχα. Το καθεστώς της τελειοποίησης προς επανεξαγωγή προβλέπει την δυνατότητα μεταποίησης των εισαγομένων προϊόντων σε περισσότερα του ενός Κράτη-Μέλη, μετά από αίτηση του ενδιαφερόμενου και έκδοση ανάλογης άδειας που θα καλύπτει το σύνολο της μεταποιητικής διαδικασίας (Ενιαία Άδεια).

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1: ΔΙΑΓΝΩΣΤΙΚΟ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ
ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

1. Πληροφοριακά Στοιχεία για την επιχείρηση

1.1. Στοιχεία επικοινωνίας

Επωνυμία επιχείρησης:	
Διακριτικός τίτλος	
Τηλέφωνο:	
Φαξ:	
E-mail:	
Url:	
Διεύθυνση:	
ΤΚ:	
Πόλη:	
Υπεύθυνος εξαγωγών:	

1.2. Σύντομο ιστορικό της επιχείρησης και πορεία της σε σχέση με τις πωλήσεις, τα κέρδη και τα προβλήματα που αντιμετωπίζει

1.3. Έχετε οργανώσει δράσεις προώθησης της επιχείρησης και των προϊόντων σας;

1.4. Αντιμετωπίζετε χρηματοοικονομικά προβλήματα; Περιγράψτε συνοπτικά τη δανειακή κατάσταση της επιχείρησης

--

2. Περιγραφή Προϊόντων

2.1. Η επιχείρηση είναι:

Παραγωγική	
Εμπορική	
Εμπορική και παραγωγική	

2.2. Ποια είναι τα κυριότερα προϊόντα σας και ποιες οι συσκευασίες τους;

Προϊόν	Συσκευασία

2.3. Που θεωρείτε ότι διαφέρουν τα προϊόντα σας σε σχέση με τα ανταγωνιστικά;

Τιμή	
Ποιότητα	
Ποικιλία	
Συσκευασία	
Εξυπηρέτηση	
Άλλο	

2.4. Ποια είναι η τιμολογιακή πολιτική της επιχείρησης σήμερα; Με βάση ποιους παράγοντες καθορίζονται οι τιμές;

Τιμές ανταγωνιστικών προϊόντων	
Αγορά-στόχο	
Πελάτες-στόχο	
Εποχικότητα του προϊόντος	
Ακριβή υπολογισμό του κόστους παραγωγής	
Άλλο	
Σχόλια:	

3. Εξαγωγική πορεία της επιχείρησης (εάν δεν έχετε πραγματοποιήσει εξαγωγές, προχωρήστε στο κεφάλαιο 4)

3.1. Τι ποσοστό του τζίρου σας αντιπροσωπεύουν οι εξαγωγές ετησίως;

--

3.2. Σε ποιες χώρες εξάγετε σήμερα;

Χώρα	Ποσοστό εξαγωγών

3.3. Ποια προϊόντα εξάγετε; Έχουν υποστεί τα προϊόντα σας τροποποιήσεις για να εξαχθούν;

--

3.4. Ποια είναι η ανταγωνιστική θέση των προϊόντων σας στις αγορές του εξωτερικού;

--

3.5. Με βάση ποιους παράγοντες αποφασίζετε τις αγορές στόχους;

Τη ζήτηση του προϊόντος	
Τις επαφές που υπάρχουν	
Την ευκολία μεταφοράς των εμπορευμάτων	
Την ύπαρξη ανταγωνιστών	
Την εύρεση αντιπροσώπων/διανομέων	
Την υλοποίηση ερευνών αγοράς	
Άλλο	

3.6. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των υφιστάμενων ή δυνητικών πελατών σας;

--

3.7. Πώς εξάγετε σήμερα; Για ποιο λόγο επιλέξατε το συγκεκριμένο κανάλι διανομής;

Μέσω διανομέων	
Μέσω αντιπροσώπων	
Μέσω χονδρεμπόρων	
Απευθείας	

3.8. Πώς διαμορφώθηκαν οι τιμές πώλησης των προϊόντων σας στο εξωτερικό;

--

3.9. Διαθέτει η επιχείρηση στελέχη ή τμήμα εξαγωγών; Είστε ικανοποιημένοι από τις δεξιότητες των υπευθύνων;

--

3.10. Πώς βρίσκετε νέους πελάτες στο εξωτερικό;

--

4. Θέματα έναρξης εξαγωγών από την επιχείρηση

4.1. Γιατί θέλετε να ξεκινήσετε εξαγωγές;

Λόγω πλεονάζουσας παραγωγής;	
Λόγω ζήτησης των προϊόντων από το εξωτερικό;	
Λόγω αδυναμίας διοχέτευσης στις αγορές της Ελλάδας;	
Άλλο	

4.2. Ποια θεωρείται ότι είναι τα χαρακτηριστικά των αγορών-στόχων σας για εξαγωγές;

--

4.3. Με βάση ποιους παράγοντες θα αποφασίσετε τις αγορές στόχους;

Τη ζήτηση του προϊόντος	
Τις επαφές που υπάρχουν	
Την ευκολία μεταφοράς των εμπορευμάτων	
Την ύπαρξη ανταγωνιστών	
Την εύρεση αντιπροσώπων/διανομέων	
Την υλοποίηση ερευνών αγοράς	
Άλλο	

4.4. Ποιοι θα είναι και ποια τα χαρακτηριστικά των πελατών-στόχου του εξωτερικού;

--

4.5. Έχετε ερευνήσει τους εναλλακτικούς τρόπους πωλήσεων; Με βάση ποια κριτήρια θα τους επιλέξετε;

Π.χ. μέσω χονδρεμπόρων, αντιπροσώπων, απευθείας κλπ.
--

4.6. Έχετε συγκεντρώσει πληροφορίες για τις αγορές στόχο σε σχέση με:

Τη ζήτηση ή κατανάλωση του προϊόντος σας;	
Τις ζητούμενες συσκευασίες του;	
Τις τάσεις της αγοράς;	

Τον ανταγωνισμό;	
Τα κανάλια διανομής;	
Τα σημεία πώλησης;	
Τις τιμές πώλησης;	
Το νομικό πλαίσιο εισαγωγών ή πώλησης των προϊόντων;	

Από πού προήλθαν οι πληροφορίες αυτές;

4.7. Ποια θεωρείται ότι είναι τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα των προϊόντων σας στις αγορές του εξωτερικού;

4.8. Γνωρίζετε αν τα προϊόντα σας θα χρειαστούν τροποποιήσεις για να εξαχθούν;

4.9. Με βάση ποιους παράγοντες θα διαμορφώσετε τις τιμές πώλησης των προϊόντων στο εξωτερικό;

4.10. Έχουν τα στελέχη που θα ασχοληθούν γνώσεις και δεξιότητες για την ανάπτυξη των εξαγωγών της επιχείρησης;

5. Ανασταλτικοί παράγοντες για την εξαγωγική δραστηριότητα της επιχείρησης

5.1. Ποιοι ενδογενείς παράγοντες σας εμποδίζουν για την έναρξη ή ανάπτυξη των εξαγωγών της επιχείρησης;

Ελλιπής παραγωγική δυναμικότητα	
Υψηλό κόστος παραγωγής	
Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού	
Αδυναμία εύρεσης πελατών εξωτερικού	
Χρηματοδότηση της εξαγωγικής δραστηριότητας	
Μειωμένη ζήτηση των προϊόντων στο εξωτερικό	
Προβλήματα διοίκησης και οργάνωσης της επιχείρησης	
Έλλειψη γνώσεων για τις απαιτούμενες διαδικασίες	
Άλλο	

5.2. Ποιοι παράγοντες που αφορούν απαιτούμενες διαδικασίες σας προβληματίζουν;

Τραπεζικές διαδικασίες	
Εγγυήσεις	
Τιμές και όροι πληρωμής	
Μέσα και Κόστος μεταφοράς	
Δασμοί	
Τελωνειακές απαιτήσεις	
Άλλο	

6. Προώθηση των προϊόντων και της επιχείρησης στο εξωτερικό

6.1. Ποιες δράσεις προώθησης έχετε οργανώσει ή θα οργανώσετε στο εξωτερικό;

--

6.2. Έχετε επισκεφθεί αγορές του εξωτερικού προκειμένου να τις ερευνήσετε σε σχέση με τα προϊόντα σας;

6.3. Έχετε επισκεφθεί διεθνείς εκθέσεις του εξωτερικού στον κλάδο δραστηριοποίησής σας, είτε ως επισκέπτης, είτε ως εκθέτης;

6.4. Έχετε συμμετάσχει σε επιχειρηματικές αποστολές; Αν ναι, σε ποιες;

**ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2: ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗΣ
ΕΤΟΙΜΟΤΗΤΑΣ**

1. Είναι το προϊόν ή η υπηρεσία σας ήδη διαθέσιμα;

- a) ήδη παράγονται ή αναπτύσσονται
- b) σε αρχικό στάδιο
- c) σε σχεδιασμό

2. Πωλείται ήδη το προϊόν σας ή η υπηρεσία σας στη ελληνική αγορά;

- a) πωλείται ήδη με αυξανόμενο μερίδιο αγοράς
- b) πωλείται ήδη αλλά το μερίδιο αγοράς είναι χαμηλό
- c) πωλείται μόνο στην περιοχή της έδρας της επιχείρησης

3. Έχετε επιπλέον παραγωγική δυναμικότητα ή τους διαθέσιμους ειδικούς να ικανοποιήσετε την αυξανόμενη ζήτηση για το προϊόν σας ή την υπηρεσία σας;

Ναι /Όχι

4. Έχετε την απαιτούμενη χρηματοδότηση για να προσαρμόσετε το προϊόν ή την υπηρεσία σας στις απαιτήσεις της αγοράς στόχου και για να το προωθήσετε;

- a) Υπάρχει ήδη χρηματοδότηση
- b) Ρυθμίζεται τώρα το θέμα της χρηματοδότησης
- c) Δεν υπάρχει χρηματοδότηση

5. Έχει δεσμευτεί η διοίκηση της εταιρίας στη στήριξη της προσπάθειας εξαγωγών;

Ναι /Όχι

6. Η εταιρία τηρεί συνήθως τις προθεσμίες παράδοσης;

Ναι /Όχι

7. Έχει η διοίκηση εμπειρία στις εξαγωγικές αγορές;

Ναι /Όχι

8. Έχει το προϊόν σας ή η υπηρεσία σας ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα (ποιότητα, τιμή, καινοτομικότητα κλπ.) έναντι των ανταγωνιστών;

Ναι /Όχι

9. Έχετε προσαρμόσει τη συσκευασία σας (μάρκα και/ή προωθητικά υλικά) στην αγορά στόχο;

Ναι /Όχι

10. Έχετε την ικανότητα και τους πόρους να παρέχετε στήριξη και υπηρεσίες μετά την πώληση του προϊόντος στην αγορά στόχο;

Ναι /Όχι

11. Γνωρίζετε τις τιμές FOB ή CIF για τα προϊόντα σας;

Ναι /Όχι

12. Έχετε υλοποιήσει κάποια έρευνα αγοράς σε αγορά στόχο του εξωτερικού;

- a) Ολοκληρωμένη πρώτου και δεύτερου βαθμού έρευνα αγοράς, συμπεριλαμβανομένης επίσκεψης στην αγορά στόχο
- b) Ολοκληρωμένη πρωτογενής και δευτερογενής έρευνα αγοράς
- c) Καθόλου έρευνα

13. Είναι το προωθητικό σας υλικό διαθέσιμο στη γλώσσα της αγοράς στόχο;(Επιχειρηματικές κάρτες, φυλλάδια, ιστοσελίδα)

Ναι /Όχι

14. Έχετε αρχίσει να οργανώνεται και να υλοποιείτε το μάρκετινγκ των προϊόντων ή υπηρεσιών σας στην αγορά στόχο;

Ναι /Όχι

15. Έχετε κάνει κάποια συμφωνία με αντιπρόσωπο/διανομέα/πράκτορα ή μία επιχείρηση της αγοράς στόχο του εξωτερικού;

Ναι /Όχι

16. Έχετε έρθει σε επαφή με κάποιο εκτελωνιστή;

Ναι /Όχι

Πως τα πήγατε; (Αποτελέσματα)

Αν έχετε επιλέξει Α ή έχετε επιλέξει “Ναι” σε 12-16 ερωτήσεις, συγχαρητήρια! Αντιλαμβάνεστε τη δέσμευση, τις στρατηγικές και τους πόρους οι οποίοι χρειάζονται για να είστε ένας επιτυχημένος εξαγωγέας. Διαθέτετε τουλάχιστον την υποδομή για να κατακτήσετε τον κόσμο και να επιτύχετε

7-11:Όχι άσχημα αλλά υπάρχουν αδυναμίες στη στρατηγική εξαγωγών σας. Θα ήταν καλό να επιδιώξετε συμβουλές και καθοδήγηση από συμβούλους εξαγωγών και εξειδικευμένους φορείς

Λιγότερο από 7:Ενώ ίσως είστε έτοιμος να επισκεφτείτε ξένα εδάφη, θα χρειαστεί να κάνετε λίγο περισσότερη προετοιμασία πριν κάνετε εξαγωγές. Σκεφτείτε να πάρετε περισσότερη βοήθεια από ανθρώπους και φορείς που γνωρίζουν από εξαγωγές.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3: ΛΕΞΙΚΟ ΕΞΑΓΩΓΩΝ³

³ Πηγή: <http://www.geocities.com/akourtesis>. Ευρετήριο εξαγωγικών όρων παρέχεται και στην ιστοσελίδα www.interex.gr

Acceptance (Αποδοχή): Η Γραπτή και υπογεγραμμένη από τον αποδέκτη επί της συναλλαγματικής συμφωνία να καταβάλει το ποσόν της συναλλαγματικής σε μια καθορισμένη ημερομηνία.

Accepting Bank (τράπεζα αποδοχής): Η τράπεζα που αποδέχεται μια συναλλαγματική υπό μία ενέγγυα πίστωση.

Accepting House (Οίκος αποδοχής): Χρηματοοικονομικός οίκος (συνήθως εμπορική τράπεζα) ο οποίος εξειδικεύεται στη χρηματοδότηση του εξωτερικού εμπορίου.

Against All Risks (aar): Κατά παντός κινδύνου

ADR: Ευρωπαϊκή συμφωνία για τις διεθνείς Οδικές μεταφορές επικινδύνων Εμπορευμάτων

Ad Valorem (ad Val) (Κατ' αξία): Σύμφωνα με την αξία των εμπορευμάτων για την πληρωμή δασμών και ναύλων.

Advising Bank (Η κοινοποιούσα Τράπεζα): Η τράπεζα μέσω της οποίας η εκδότρια τράπεζα πληροφορεί τον δικαιούχο για το άνοιγμα της πίστωσης η οποία βρίσκεται συνήθως στην χώρα του δικαιούχου.

Air Waybill (AWB) (Αεροπορική Φορτωτική): Απόδειξη για την μεταφορά εμπορευμάτων τα οποία μεταφέρονται Αεροπορικώς.

Amendment (Τροποποίηση): Μια τροποποίηση σε μια ενέγγυα πίστωση. Η ειδοποίηση για οποιαδήποτε αλλαγή προέρχεται μάλλον από την εκδότρια τράπεζα και πρέπει να κοινοποιείται στον δικαιούχο μέσω της κοινοποιούσας τράπεζας. Οι ανέκκλητες⁴ πιστώσεις μπορούν να τροποποιηθούν μόνο με την συναίνεση όλων των συμβαλλομένων μερών.

Applicant (ο Αιτών): Ο Αγοραστής για λογαριασμό του οποίου εκδίδεται μία ενέγγυα πίστωση. Αναφέρεται και ως "Ανοίγων την Πίστωση".

ATA Carnet (Καρνέ ΑΤΑ): Διεθνές τελωνειακό έγγραφο για την κάλυψη προσωρινών εισαγωγών και εξαγωγών εμπορευμάτων.

Average clause (Ρήτρα Αβαρίας): Ρήτρα σε Ναυτιλιακό ασφαλιστικό συμβόλαιο που προβλέπει ότι ορισμένα είδη είναι ελεύθερα αβαρίας, εκτός αν η αβαρία είναι γενική, καθώς και άλλα είδη είναι θα είναι ελεύθερα αν η αβαρία είναι μικρότερη από ένα καθορισμένο ποσοστό.

BC - Net: Δίκτυο Επιχειρηματικής συνεργασίας για τον συντονισμό αιτήσεων συνεργασίας μεταξύ μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

⁴ Οριστικές , Αμετάκλητες

Beneficiary (Δικαιούχος): Το πρόσωπο προς το οποίο απευθύνεται μια ενέγγυα πίστωση.

BSEC (ΟΣΕΠ): Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας (χωρών) του Ευξείνου Πόντου.

BIFA: Βρετανική Ένωση διεθνών Μεταφορών

Bill of exchange (B/E) (Συναλλαγματική): Μια γραπτή εντολή Πληρωμής.

Bill of landing (Φορτωτική): Φορτωτικό έγγραφο που λειτουργεί ως απόδειξη παραλαβής των εμπορευμάτων, απόδειξη της σύμβασης μεταφοράς και έγγραφος τίτλος.

Bonded warehouse (Τελωνειακή αποθήκη): Χώρος υπο τελωνειακό έλεγχο για την αποθήκευση εμπορευμάτων για τα οποία δεν έχει πληρωθεί ο εισαγωγικός δασμός ή ο ΦΠΑ κατά την εισαγωγή. Ο δασμός και ο ΦΠΑ καταβάλλονται από τον εισαγωγέα όταν τα εμπορεύματα εκτελωνιστούν.

BRE: Γραφείο Προσέγγισης Επιχειρήσεων, ελεύθερο σύστημα για τον συντονισμό αιτήσεων συνεργασίας μεταξύ μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Bunker Adjustment Factor (Συντελεστής αναπροσαρμογής καυσίμων) BAF: Συντελεστής με βάση τον οποίον αναπροσαρμόζεται ο Ναύλος λόγω διακυμάνσεων του κόστους των καυσίμων.

Bill of Landing (B/L): Φορτωτική

Back letter (to avoid a clause B/L or to obtain delivery without presenting B/L): Εγγυητική επιστολή (για να αποφευχθεί φορτωτική με όρους ή να παραληφθεί εμπόρευμα χωρίς φορτωτικά έγγραφα.

Carrier (Μεταφορέας): Ο Λειτουργός του μέσου μεταφοράς , δηλ η Ναυτιλιακή ή η Αεροπορική Εταιρεία

Common Custom Tariff of European Community (CCT): Κοινό Εξωτερικό δασμολόγιο των κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Certificate of non-receipt (Πιστοποιητικό μη παραλαβής): Πιστοποιητικό το οποίο αποστέλλεται στον μεταφορέα από τον τελικό παραλήπτη, ο οποίος επιβεβαιώνει την μη παραλαβή του όλου ή μέρους του φορτίου, για την άσκηση ασφαλιστικής απαίτησης.

CFS: Σταθμός υποδοχής Εμπορευματοκιβωτίων.

Convention for International Carriage by rail (CIM): Διεθνής Ευρωπαϊκή σύμβαση για τις σιδηροδρομικές μεταφορές.

CKD: Εντελώς χτυπημένη τιμή.

Convention for International Carriage of Goods by board (CMR): Ευρωπαϊκή σύμβαση για τις χερσαίες μεταφορές.

C/N: Δελτίο Αποστολής

Conference Line (Ναυτιλιακή Ένωση): Όργανισμός στον οποίο ένας αριθμός πλοιοκτητών προσφέρει υπηρεσίες σε μια δεδομένη θαλάσσια γραμμή με όρους οι οποίοι έχουν συμφωνηθεί από τα μέλη του.

Confirming Bank (Επιβεβαιούσα Τράπεζα): = Μια τράπεζα εκτός της εκδότριας τράπεζας η οποία αναλαμβάνει την πληρωμή, αποδοχή ή διαπραγμάτευση μιας ενέγγυας πίστωσης.

Confirming House (Μεσολαβών Οίκος): Ένας εξαγωγικός οίκος ο οποίος λειτουργεί για λογαριασμό ξένων αγοραστών, επιβεβαιώνοντας παραγγελίες που έχουν ήδη δοθεί ούτως ώστε ο εξαγωγέας να μπορεί να πληρωθεί από τον μεσολαβούντα Οίκο με την αποστολή των εμπορευμάτων. Οποιαδήποτε περίοδος πίστωσης ζητείται από τον αγοραστή παρέχεται από τον μεσολαβούντα οίκο.

Confirming House (Μεσολαβών Οίκος): = Ένας εξαγωγικός οίκος ο οποίος ενεργεί για λογαριασμό ξένων αγοραστών, επιβεβαιώνοντας παραγγελίες που έχουν ήδη δοθεί ούτως ώστε ο εξαγωγέας να μπορεί να πληρωθεί από τον μεσολαβούντα οίκο με την αποστολή των εμπορευμάτων. Οποιαδήποτε περίοδος πίστωσης ζητείται από τον αγοραστή παρέχεται από τον μεσολαβούντα οίκο.

Dept: = Χρέος

a) **Consolidated d....** = Πάγιο

b) **Floating d...** = Κυμαινόμενο

c) **D...collection for realization of pledged property** = Είσπραξη οφειλής με εκποίηση ενέχυρου.

d) **D...enforcement:** = Δικαστική αξίωση οφειλής

On Deck = Επί του καταστρώματος

Under Deck = Κάτω από το κατάστρωμα.

(to) defraud: = Εξαπατώ υπεξαίρω

Defendant: = Εναγόμενος

Del credere: = Ασφαλιστικά ρήτρα

Demurrage (charges): = Σταλίες

Disbursements: = Πληρωμές σε μετρητά

(To) dishonur: = Αθετώ

Dockage: = Δικαίωμα χρήσης προβλήτας

Dues: = Δασμοί, Δικαίωμα

Duty, (pi) duties (customs): = Δικαίωμα, Δασμοί

a) **d... free:** = Ελεύθερο δασμών

b) **d... paid:** = Εκτελωνισμένο

c) **d... s on buyer's account:** = Οι δασμοί βαρύνουν τον αγοραστή

Dead Freight: = (Νεκρός Ναύλος) Ναύλος που καταβάλλεται για χώρο του πλοίου που κρατήθηκε από τον φορτωτή αλλά έμεινε κενός.

Delivery Order: (Διατακτική) = Έγγραφο το οποίο επιτρέπει την παράδοση σε ένα κατονομαζόμενο πρόσωπο των εμπορευμάτων που βρίσκονται στην κατοχή ενός τρίτου.

Discount (Προεξόφληση) = Η αγορά από μια τράπεζα ή έναν χρηματοοικονομικό οίκο μιας συναλλαγματικής στην ονομαστική τους αξία μείον τους τόκους.

Discount Market (Προεξοφλητική αγορά) = Αγορά για την προεξόφληση συναλλαγματικών.

D/P = Πληρωμή μετά την κατάθεση των εγγράφων.

Draft = Συναλλαγματική

Drawee = (Αποδέκτης) Το πρόσωπο προς το οποίο απευθύνεται η μια συναλλαγματική και το οποίο αναμένεται να την αποδεχθεί ή και να την πληρώσει.

Drawer = (Εκδότης) Το πρόσωπο που εκδίδει μια συναλλαγματική.

D/S = Ημέρες μετά την εμφάνιση.

Dunnage = (Υλικά σταθεροποίησης) Καδρόνια, σχοινιά, σφήνες, κλπ τα οποία χρησιμοποιούνται για την σταθεροποίηση του φορτίου.

Endorsee = Δικαιούχος από οπισθογράφιση, εκδοχέας.

Endorser = Οπισθογράφος.

Enforcement = Εκτέλεση (δικαστικής απόφασης)

Excisable = φορολογητέος

Excise = Φόρος εσωτερικής κατανάλωσης

ECSI = Οδηγίες αποστολής εξαγωγικών φορτίων, οι οποίες δίδονται από τον αποστολέα στον μεταφορέα.

ECU = Ευρωπαϊκή Λογιστική Μονάδα.

EDI = Ηλεκτρονική ανταλλαγή στοιχείων ή δεδομένων

EEA = Ευρωπαϊκή Οικονομική Περιοχή, η οποία δημιουργήθηκε από την Ευρωπαϊκή ένωση και τις χώρες της EFTA πλην της Ελβετίας.

EU = Ευρωπαϊκή Ένωση

ΕΛΟΤ = Ελληνικός Οργανισμός Τυποποίησης

EFTA = Ευρωπαϊκή Ζώνη ελευθέρων συναλλαγών, τα μέρη της οποίας είναι η Ισλανδία, το Λιχτενστάιν, η Νορβηγία, και η Ελβετία.

EMS = Ευρωπαϊκό Νομισματικό Σύστημα. Ένα σύστημα το οποίο έχει σαν σκοπό την σταθεροποίηση των τιμών συναλλάγματος μεταξύ των Ευρωπαϊκών χωρών.

ERM = Μηχανισμός Συναλλαγματικών Ισοτιμιών. Είναι ένα όργανο για την σύνδεση των νομισμάτων του Ευρωπαϊκού Νομισματικού Συστήματος μέσω της κεντρικής ισοτιμίας η οποία συνοδεύεται από περιθώριο διακυμάνσεων.

Fees (duties) = Τέλη

Forgery = Πλαστογραφία

Forwarder = Πράκτορας φόρτωσης

a) **F...s receipt** = απόδειξη πράκτορα φόρτωσης
(**to fulfill (conditions)**) = Τηρώ (τους κανόνες)

Factoring company (Εταιρεία factoring) = Εταιρεία η οποία χειρίζεται τους εισπρακτέους λογαριασμούς και διενεργεί εισπράξεις για λογαριασμό ενός εξαγωγέα

FAK = Ενιαίος Ναύλος

FCL = Πλήρες container από έναν φορτωτή. Συμφωνία σύμφωνα με την οποία ο φορτωτής χρησιμοποιεί όλο τον χώρο ενός container.

FIATA = Διεθνής συνομοσπονδία διαμεταφορέων, συγγενής προς την IATA.

FIO = Ελεύθερο μέσα και έξω. Η φόρτωση και η εκφόρτωση δεν επιβαρύνουν τον μεταφορέα.

Forwarder's bill of Landing = Φορτωτική του διαμεταφορέα, που εκδίδεται από μια μεταφορική εταιρεία και καλύπτει έναν αριθμό φορτίων.

FCR (Forwarder's certificate receipt) = Απόδειξη παραλαβής εταιρείας μεταφορών . Έγγραφο το οποίο εκδίδεται από μία μεταφορική εταιρεία και το οποίο αποδεικνύει την παραλαβή των εμπορευμάτων.

Forwarder's Certificate of shipment = Πιστοποιητικό αποστολής μεταφορικής Εταιρείας. Έγγραφο το οποίο εκδίδεται από μία μεταφορική εταιρεία με το οποίο πιστοποιείται ότι τα εμπορεύματα έχουν φορτωθεί σε ένα συγκεκριμένο πλοίο ή μέσον μεταφοράς.

Forwarder's delivery order = Εντολή παράδοσης της μεταφορικής εταιρείας. Έγγραφο το οποίο εκδίδεται από μία μεταφορική εταιρεία με το οποίο εξουσιοδοτείται το αναφερόμενο μέρος να παραδώσει το φορτίο σε κάποιον τρίτο, άλλο από τον παραλήπτη, ο οποίος αναφέρεται στο δελτίο αποστολής.

Freely negotiable credit = Ελεύθερα διαπραγματεύσιμη πίστωση. Μία ενέγκυα πίστωση σύμφωνα με την οποία τα έγγραφα ή οι συναλλαγματικές μπορούν να είναι διαπραγματεύσιμα σε οποιαδήποτε τράπεζα.

GATT = Γενική Συμφωνία Δασμών και εμπορίου.

General Average (Γενική Αβαρία) = Οποιαδήποτε ζημιά ή απώλεια που θα μπορούσε να προκληθεί σκόπιμα από τον Πλοίαρχο ή από άλλο αρμόδιο σε περίπτωση κινδύνου , με σκοπό την διάσωση του πλοίου του πληρώματος , των επιβατών ή του συνόλου του φορτίου . Η απώλεια αυτή καλύπτεται με ανάλογη συνεισφορά όλων των μερών ,των οποίων τα συμφέροντα διασώθηκαν.

Groupage (Ομαδοποίηση) = Ομαδοποίηση ενός αριθμού μικρών φορτίων σε φορτίο που καλύπτει τον χώρο ενός container

General Average (g/a) = Γενική αβαρία

GCG (General Cargo Rates) = Τιμολόγιο ναύλου γενικού φορτίου

Holder = Κομιστής, κάτοχος

Hull Insurance = Ασφάλιση Σκάφους

Hague Rules = (Κανόνες της Χάγης) Διεθνής σύμβαση θαλασσίων μεταφορών του 1924, η οποία ρυθμίζει τις θαλάσσιες μεταφορές (Δηλ υποχρεώσεις και δικαιώματα πλοιοκτήτη και ναυλωτή)

Hague - Visby Rules = Αναθεώρηση των κανόνων της Χάγης, η οποία έγινε το 1968

Hamburg Rules (Κανόνες του Αμβούργου) = Αναθεώρηση των κανόνων της Χάγης, η οποία έγινε το 1978 από τον Οργανισμό του ΟΗΕ για το Εμπόριο και την Ανάπτυξη.

HAWB = Αεροπορική φορτωτική η οποία εκδίδεται από έναν Αεροπορικό διαμεταφορέα

High Storage Factor (Υψηλός συντελεστής Στοιβασίας) = Φορτίο το οποίο έχει μεγάλη αναλογία όγκου σε σχέση με το βάρος του

HS = Εναρμονισμένο σύστημα περιγραφής και κωδικοποίησης εμπορευμάτων, το οποίο έχει υιοθετηθεί από το συμβούλιο τελωνειακής συνεργασίας

Injunction = Δικαστική Απόφαση

a) **interim...I** = Προσωρινά μέτρα , Ασφαλιστικά μέτρα

Island Waterway = Εσωτερική Ναυσιπλοία

a) **I...W...bill of landing** = Φορτωτική εσωτερικής Ναυσιπλοίας

b) **I...W...Consignment** = Σημείωμα παραλαβής εσωτερικής ναυσιπλοίας

Insolvency = Αφερεγγυότητα

Installment = Δόση

a) **Payment by installment** = Πληρωμή με δόσεις

b) **Shipment by Installment** = Μερική φόρτωση

LayDays = Ημέρες Σταλιών (καθυστερήσεων στην εκτέλεση)

Lien = Προνόμιο, Υποθήκη

a) **Maritime L...** = Ναυτικό Προνόμιο

LSD (Landing Storage Delivery) = Εκφόρτωση, Αποθήκευση, Παράδοση

LCL Περιεχόμενο = (Ποσότητα Εμπορεύματος) που δεν καλύπτει τον χώρο ενός container. Ένα δέμα εμπορευμάτων πολύ μικρό για να καλύψει τον χώρο ενός container ,το οποίο ομαδοποιείται με άλλα ανάλογα φορτία με τον ίδιο προορισμό

Letter of Credit (L/C) = Πιστωτική επιστολή

Letter of Hypothecation = Τραπεζικό Έγγραφο περιγράφον τους όρους υπο τους οποίους θα εκτελεσθούν διεθνείς συναλλαγές για λογαριασμό του εξαγωγέα, ο οποίος έχει δώσει στην τράπεζα του κάποιες εμπράγματα ασφάλειες

Letter of Indemnity (Επιστολή ευθύνης) = Επιστολή την οποία αποστέλλει ο κατασκευαστής με την οποία εγγυάται κάθε απώλεια ή απαίτηση που μπορεί να προκύψει λόγω μη αποστολής των εμπορευμάτων ακριβώς ποσοτικά και σε καλή κατάσταση. Επίσης μία επιστολή η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί προκειμένου να

επιτραπεί στον παραλήπτη να παραλάβει τά εμπορεύματα χωρίς παράδοση της φορτωτικής ή για την αποζημίωση μιας τράπεζας λόγω ασυμφωνίας εγγράφων.

Letter of no objection (Επιστολή μη αντίρρησης) = Επιστολή ή πιστοποιητικό το οποίο εκδίδεται από έναν εγχώριο κατασκευαστή με το οποίο δηλώνει προς έναν εξαγωγέα ότι δεν έχει αντίρρηση να εισάγει ο τελευταίος προϊόντα όμοια με τα δικά του

Mortgage = Υποθήκη

Manifest = (Δηλωτικό Πλοίου) Κατάλογος των εμπορευμάτων που βρίσκονται πάνω στο πλοίο.

Maturity (Ωριμότητα) = Η ημερομηνία κατά την οποία μια συναλλαγματική υποπροθεσμία καθίσταται πληρωτέα.

MFA = Πολυεθνική συμφωνία μεταξύ των ενδιαφερομένων χωρών στο πλαίσιο της GATT

MIP = Ναυτασφαλιστήριο

M/V = Πλοίο με μηχανές Ντίζελ Εσωτερικής Καύσεως

MTO (Multimodal transport operation) = Εργολάβος συνδυασμένης μεταφοράς

NCV = Δείγματα χωρίς εμπορική Αξία

Null and Void = Άκυρος και Ανίσχυρος

Negotiation (Διαπραγμάτευση) = Η Αγορά συναλλαγματικής ή φορτωτικών εγγράφων από μια τράπεζα με δικαίωμα προσφυγής στον δικαιούχο σε περίπτωση πληρωμής.

Negotiating Bank (Διαπραγματευόμενη Τράπεζα) = Η τράπεζα η οποία διαπραγματεύεται μια ενέγγυα πίστωση. Μπορεί να είναι μια τράπεζα η οποία ορίζεται από την εκδότρια τράπεζα ή οποιονδήποτε άλλον δικαιούχο της πίστωσης.

NIMEXE = Ονοματολογία των εμπορευμάτων για τις διεθνείς εμπορικές στατιστικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης και τις εμπορικές στατιστικές μεταξύ των κρατών Μελών

Onus = Βάρος Ευθύνη

Outsider = Μεταφορέας εκτός διάσκεψης

Overcharge = Έκτακτη επιπρόσθετη δαπάνη

Overheads = Υπερωρίες

OGEL = Ελεύθερο εμπορικό καθεστώς εξαγωγών

OJ = Επίσημη Εφημερίδα. Μια ημερήσια έκδοση της Ευρωπαϊκής Ένωσης σε τρεις σειρές C, L, και S στην οποία δημοσιεύονται προτάσεις, οδηγίες κανονισμοί και διαγωνισμοί.

Open Cover (Ανοιχτή κάλυψη) = Μια συμφωνία ασφάλισης φορτίου η οποία καλύπτει όλες τις αποστολές του ασφαλιζόμενου για μια συγκεκριμένη χρονική

περίοδο υποκείμενη σε μια ρήτρα ακύρωσης και σε ένα όριο μέχρι του ασφαλιζόμενου ποσού σε οποιοδήποτε πλοίο.

Opener = Το πρόσωπο, συνήθως ο αγοραστής για λογαριασμό του οποίου ανοίγεται μία ενέγγυα πίστωση.

OPR = Outward Processing Relief

Parity = Συναλλαγματική Ισοτιμία

Pay Load = Ωφέλιμο Φορτίο

Payee = Κομιστής Συναλλαγματικής

Pick up and delivery (P & D) = Παραλαβή και παράδοση

Plaintiff = Ενάγων

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 4: ΦΟΡΕΙΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΚΑΙ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

ΕΘΝΙΚΟΙ ΦΟΡΕΙΣ

ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ ΚΡΗΤΗΣ	www.crete-exporters.com
ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ (ΣΕΒΕ)	www.seve.gr
ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ (ΟΠΕ)	www.hepo.gr
ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΑΣΦΑΛΙΣΗΣ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΠΙΣΤΩΣΕΩΝ	www.oaep.gr
ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΠΛΗΡΩΜΩΝ & ΕΛΕΓΧΟΥ ΚΟΙΝΟΤΙΚΩΝ ΕΝΙΣΧ. ΠΡΟΣΑΝΑΤΟΛΙΣΜΟΥ & ΕΓΓΥΗΣΕΩΝ	www.opekepe.gr
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ	www.mfa.gr www.agora.mfa.gr
ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΣ ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΞΑΓΩΓΕΩΝ	www.pse.gr
ΕΘΝΙΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ	www.statistics.gr
HELEXPO Α.Ε.	www.helexpo.gr
ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ (ΣΕΒ)	www.fgi.org.gr
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΝΩΣΗ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ	www.uhcci.gr
ΕΥΡΩΠΑΪΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ	www.eic.gr
ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΒΟΡΕΙΟΥ ΕΛΛΑΔΟΣ	www.sbbe.gr
ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΚΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ	www.gsis.gr

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΦΟΡΕΙΣ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ	http://europa.eu
ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ	http://europa.eu/eurostat.html
ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ	http://eib.eu.int/
EU-COMMITTEE OF THE REGIONS	http://www.cor.eu.int
EUROCHAMBRES	http://www.eurochambres.be/
TAXUD - Taxation and Customs Union	www.europa.eu.int/comm/taxation_customs/index_en.htm
Πληροφορίες TARIC	http://europa.eu.int/comm/taxation_customs/dds/el/tarhome.htm
Πληροφορίες TRANSIT	www.europa.eu.int/comm/taxation_customs/dds/el/csrdhome.htm
European Chamber of International Business (ECIB)	www.ecib.com
UNITED NATIONS	www.unido.org

INDUSTRIAL DEVELOPMENT ORGANIZATION (U.N.I.D.O.)	
WORLD CHAMBERS NETWORK	www.worldchambers.com

ΤΕΛΩΝΕΙΑ

ΠΕΙΡΑΙΑ	ΤΗΛ. ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ
Α' ΤΕΛΩΝΕΙΟ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	210 4511081
Β' ΤΕΛΩΝΕΙΟ ΕΙΣΑΓΩΓΗ	210 4612321-4612132
Γ' ΤΕΛΩΝΕΙΟ ΕΞΑΓΩΓΗΣ & ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ	210 4006914
Δ' ΤΕΛΩΝΕΙΟ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΩΝ ΔΕΜΑΤΩΝ	210 4626310
Ε' ΤΕΛΩΝΕΙΟ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	210 4005878
ΣΤ' ΤΕΛΩΝΕΙΟ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	210 4007864
Ζ' ΤΕΛΩΝΕΙΟ	210 4003937
ΚΡΗΤΗΣ	
ΑΓ. ΝΙΚΟΛΑΟΥ	28410 22291
ΙΕΡΑΠΕΤΡΑΣ	28420 24711
ΣΗΤΕΙΑΣ	28430 22280
ΡΕΘΥΜΝΟΥ	28310 24458 - 22292
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	2810302600
ΣΟΥΔΑΣ	28210 89277

ΜΙΚΤΑ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΑ

ΑΡΑΒΟ-ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ & ΑΝΑΠΤΥΞΕΩΣ

Τηλέφωνο: 210-6711210, 6726882

Fax: 210-6746577

E-mail: chamber@arabgreekchamber.gr

Url: www.arabgreekchamber.gr

ΕΛΛΗΝΟΑΜΕΡΙΚΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

Τηλέφωνο: 210 699 3559

Fax: 210 698 5686, 210 698 5687, 210 699 5033

E-mail: info@amcham.gr

Url: www.amcham.gr

ΕΛΛΗΝΟ-ΑΦΡΙΚΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Τηλέφωνο: 210-3810465 & 210-3805114

Fax: 210-3805113

E-mail: info@helafrican-chamber.gr

Url: www.helafrican-chamber.gr

ΕΛΛΗΝΟΒΡΕΤΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

Τηλέφωνο: 210 7210361 - 7210493

Fax: 210 7212119

E-mail: info@bhcc.gr

Url: www.bhcc.gr

ΕΛΛΗΝΟΓΕΡΜΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

Τηλέφωνο: 210 64 19 000

Fax: 210 64 45 175

E-mail: ahkathen@mail.ahk-germany.de

Url: www.german-chamber.gr/websitegr/indexgr.htm

ΕΛΛΗΝΟΙΤΑΛΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

Τηλέφωνο: 210 7213209

E-mail: info@italia.gr

Url: www.italia.gr/online/portal.asp?cpage=INDEX

ΕΛΛΗΝΟΚΙΝΕΖΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ & ΒΙΟΜ. ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

Τηλέφωνο: 2103629445

Fax: 2103629052

E-mail: info@chinese-chamber.gr

Url: www.chinese-chamber.gr

ΕΛΛΗΝΟΣΟΥΗΔΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

Τηλέφωνο: 210-6084399

Fax: 210-6084395

E-mail: hsc@otenet.gr

Url: www.hellenic-swedishcc.gr

ΕΥΡΟΚΙΝΕΖΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ & ΕΡΕΥΝΑΣ

Τηλέφωνο: 2103827604

Fax: 2103814459

E-mail: contact@chinabusiness.gr

Url: www.chinabusiness.gr

ΕΛΛΗΝΟΑΡΜΕΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΚΟ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

Τηλέφωνο: 2103225569

Fax: 2103224701

E-mail: info@diamondclub.gr

ΕΛΛΗΝΟΟΥΚΡΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

Τηλέφωνο: 2104119340

Fax: 2104119341

E-mail: huc@otenet.gr

Url: www.huc.gr

ΕΛΛΗΝΟΙΣΡΑΗΛΙΝΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

Τηλέφωνο: 2109680171

Fax: 2109680171

E-mail: info@hol.gr

ΕΛΛΗΝΟΓΑΛΛΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

Τηλέφωνο: 2103625516

Fax: 2103638106

E-mail: ccifhel@otenet.gr

ΓΡΑΦΕΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ (ΟΕΥ)

ΑΖΕΡΜΠΑΪΤΖΑΝ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: Kichik Gala Kuc.-Malaya Krepostnaya ul.86-88,Icheri Sheher,

Ταχ. κώδικας: Baku 370004

Τηλέφωνο: (0099412) 4924680

Fax: 4924645

Email: grembecon@azeri.com

Υπεύθυνος: Λεωνίδα Χαρίτος, Γραμματέας ΟΕΥ

ΑΡΜΕΝΙΑ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: 6, Demirchian Str.

Ταχ. κώδικας: Yerevan, 37002

Τηλέφωνο: (003741) 530446

Fax: 530049

Email: oeu@greekembassy.am

Υπεύθυνος: Παντελής Γιαννούλης, Γραμματέας Α' ΟΕΥ

ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: Level 9, Suite 902/28 Margaret Str.

Ταχ. κώδικας: Sydney NSW 2000

Τηλέφωνο: (00612) 92624500

Fax: (00612)92624700

Email: greek-econ-comm@cgg.powertel.net.au

Υπεύθυνος: Πάρις Νίκολης, Γραμματέας Α' ΟΕΥ

ΑΥΣΤΡΙΑ

Τίτλος: Wirtschafts- und Handelsabteilung

Διεύθυνση: Bayerngasse 3/13,

Ταχ. κώδικας: 1030 Wien

Τηλέφωνο: (00431) 7132342, 7154168

Fax: (00431) 7130700

Email: oeu.vienna@chello.at

Υπεύθυνος: Ιουλία Χρήστου, Γεν. Σύμβουλος Β' ΟΕΥ

ΒΕΛΓΙΟ

Τίτλος: Le Conseiller Economique et Commercial
Διεύθυνση: Rue des Petits Carmes 6
Ταχ. κώδικας: 1000 Bruxelles
Τηλέφωνο: (00322) 5455506
Fax: (00322)5455508
Email: ecomgrem@skynet.be
Υπεύθυνος: Ιωάννα Σωτηράκου, Σύμβουλος Α' ΟΕΥ

ΒΟΣΝΙΑ ΚΑΙ ΕΡΖΕΓΟΒΙΝΗ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs
Διεύθυνση: Obala Maka Dizdara 1,
Ταχ. κώδικας: 71000 Sarajevo
Τηλέφωνο: (0038733) 211794
Fax: (0038733) 211756
Email: geeco@bih.net.ba
Υπεύθυνος: Μιχάλης Βρεπτάκης, Γραμματέας Α' ΟΕΥ

ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs
Διεύθυνση: Evlogi Georgiev 103,
Ταχ. κώδικας: Sofia 1504
Τηλέφωνο: (003592) 9447959, 9447790
Fax: (003592) 9442868
Email: economy@grebassysofia.org
Web site: www.bulgarianeconomy.gr/
Υπεύθυνος: Δημήτριος Ζώμας, Σύμβουλος Α' ΟΕΥ

ΓΑΛΛΙΑ

Τίτλος: Section Economique et Commercial
Διεύθυνση: 17, Rue Auguste Vacquerie,
Ταχ. κώδικας: 75116 Paris
Τηλέφωνο: (00331) 47202660
Fax: (00331) 40701904
Email: ambcomgr@yahoo.fr
Υπεύθυνος: Ασημίνα Μίσσα, Γεν. Σύμβουλος Β' ΟΕΥ

ΓΕΡΜΑΝΙΑ

Τίτλος: Wirtschafts- und Handelsabteilung
Διεύθυνση: Kurfurstenstr, 130,
Ταχ. κώδικας: 107 85 Berlin

Τηλέφωνο: (004930) 2360990
Fax: (004930) 23609920
Email: oeyperlin@t-online.de
Υπεύθυνος: Γεώργιος Δουδούμης, Γεν. Σύμβουλος Β' ΟΕΥ

Τίτλος: Wirtschafts- und Handelsabteilung
Διεύθυνση: Schwanthalerstr. 5,
Ταχ. κώδικας: D-80336 Munchen
Τηλέφωνο: (004989) 553646, 553647
Fax: (004989) 553784
Email: info@grhandel.de
Web site: www.grhandel.de
Υπεύθυνος: Γεράσιμος Λαζαράς, Σύμβουλος Α' ΟΕΥ

Τίτλος: Wirtschafts- und Handelsabteilung
Διεύθυνση: Grafenberger Allee 128 A, Dusseldorf 40327
Τηλέφωνο: (0049211) 68785030
Fax: 68785033
Email: germany.dus@dos.gr

ΓΕΩΡΓΙΑ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs
Διεύθυνση: Uznadze str. 4, entr.X, apt 97
Ταχ. κώδικας: 380002 Tbilisi-2, Post Box 11
Τηλέφωνο: (0099532) 955683, 942858, 99532
Fax: (0099532)941886
Email: GRAF_OEY@access.sanet.ge
Web site: www.oey-tiflis.org.ge
Υπεύθυνος: Αδάμ Τριανταφύλλου, Σύμβουλος Β' ΟΕΥ

ΔΑΝΙΑ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs
Διεύθυνση: Hammerensgade 4
Ταχ. κώδικας: 1267 Copenhagen K, Denmark
Τηλέφωνο: (0045) 33148486
Fax: (0045) 33140235
Email: commercial.greece@mail.dk
Υπεύθυνος: Χριστιάνα Πασσάδη, Σύμβουλος Α' ΟΕΥ

ΕΛΒΕΤΙΑ

Τίτλος: Wirtschafts- und Handelsabteilung

Διεύθυνση: Weltpoststrasse 4 Postfach 236

Ταχ. κώδικας: 3000 Berne 15

Τηλέφωνο: (004131) 35614-13 & 05

Fax: (004131)3681272

Email: helecof@bluewin.ch

Υπεύθυνος: Χρήστος Πραπτόπουλος, Σύμβουλος Α' ΟΕΥ

ΗΝΩΜΕΝΑ ΑΡΑΒΙΚΑ ΕΜΙΡΑΤΑ

Τίτλος: Hellenic Trade Center

Διεύθυνση: Al Reem Tower, Office 801, Deira

Ταχ. κώδικας: P.O.Box 7706 Dubai

Τηλέφωνο: (009714) 2272106

Fax: (009714) 2272253

Email: tradegr@emirates.net.ae

Web site: www.oeydubai.geoweb.ge

Υπεύθυνος: Βασίλης Σκρόνιας, Σύμβουλος Α' ΟΕΥ

ΗΝΩΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΕΙΕΣ ΑΜΕΡΙΚΗΣ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: 11835 W. Olympic Boulevard Suite 405

Ταχ. κώδικας: Los Angeles, CA 90064

Τηλέφωνο: (00310) 9143 434

Fax: (00310) 9144 577

Email: greektradecommission@yahoo.com

Υπεύθυνος: Καλλιόπη Τουφίδου, Διοικ. Γραμματέας

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: East 58th Str. 150 Suite 1791

Ταχ. κώδικας: New York, NY 10155

Τηλέφωνο: (001212) 7512 404 – 6

Fax: (001212) 5932 278

Email: greektrade@wlof.com

Web site: www.geocities.com/grecomny/index.html

Υπεύθυνος: Σπυρίδων Αμπατζόπουλος, Γεν. Σύμβουλος Β' ΟΕΥ

Τίτλος: Economic and Commercial Office

Διεύθυνση: Massachusetts Ave. 2211, N.W. Washington D.C

Ταχ. κώδικας: 20008 U.S.A.

Τηλέφωνο: (001202) 3322 844

Fax: (001202)3283 105

Email: grembtrade@prodigy.net

Υπεύθυνος: Ιωάννα Μαυρομιχάλη, Γεν. Σύμβουλος Β΄ ΟΕΥ

ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: 1a Holland Park,

Ταχ. κώδικας: London W11 3TP

Τηλέφωνο: (004420) 77278860, 72212810

Fax: (004420) 77279934

Email: commercial@greekembassy.org.uk

Web site: www.greekembassy.org.uk

Υπεύθυνος: Χαράλαμπος Κουτσούκος, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

ΙΑΠΩΝΙΑ

Τίτλος: Economic and Commercial Counselor's Office

Διεύθυνση: 3-16-30 Nishi-Ajabu, Minato-Ku

Ταχ. κώδικας: Tokyo 106-0031

Τηλέφωνο: (00813)34045853, 34041195

Fax: (00813)34045845

Email: oey-tokyo@va.rosenet.ne.jp

Web site: www.greekemb.jp/economic

Υπεύθυνος: Αθανάσιος Καραπέτσας, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

ΙΝΔΙΑ

Τίτλος: Economic and Commercial Office

Διεύθυνση: EP 32, Chanakyapuri, Dr. S. Radha Krishnan Marg

Ταχ. κώδικας: New Delhi 110021

Τηλέφωνο: (009111) 26880434

Fax: (009111) 26880436

Email: tradeoffice@greeceinindia.com

Υπεύθυνος: Φρίντα Γεωργίου, Γραμματέας Γ' ΟΕΥ

ΙΡΑΝ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: 43 Esfandiar Av., Africa Express Way - P.O.Box 11365-8151

Ταχ. κώδικας: Tehran 19679

Τηλέφωνο: (009821) 2050014

Fax: (009821) 2011957

Email: grecomiran@apadana.com

Υπεύθυνος: Ευάγγελος Καβαζαράκης, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

ΙΡΛΑΝΔΙΑ

Τίτλος: Economic and Commercial Office

Διεύθυνση: Herbert Place 9, Dublin 2

Τηλέφωνο: (003531) 6617058

Fax: (003531) 6617060

Email: oeydublin@eircom.net

Υπεύθυνος: Αθανάσιος Μακρυνδρέου, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

ΙΣΠΑΝΙΑ

Τίτλος: Economic and Commercial Office

Διεύθυνση: Avda Dr. Arce 24,

Ταχ. κώδικας: 28002 Madrid

Τηλέφωνο: (003491) 5644592

Fax: (003491) 5644668

Email: oeymadrid@yahoo.com

Υπεύθυνος: Φώτης Μανουσάκης, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

ΙΣΡΑΗΛ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: 76 Hey Be'iyar, Tel Aviv 5nd floor

Ταχ. κώδικας: 62198 Tel Aviv

Τηλέφωνο: (009723) 6055299, 6022460

Fax: (009723) 6055296

Email: hellcomm@inter.net.il

Υπεύθυνος: Ηλίας Γριβογιάννης, Σύμβουλος Β΄ ΟΕΥ

ΙΤΑΛΙΑ

Τίτλος: Economic and Commercial Office

Διεύθυνση: Viale Parioli 10,

Ταχ. κώδικας: 00197 Rome

Τηλέφωνο: (003906) 80690758

Fax: (003906) 80692298

Email: oey@ambasciatagreca.191.it , ambasciata.greca@agora.stm.it

Web site: www.greekembassy.it

Υπεύθυνος: Ιωάννης Τζεν, Γεν. Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

ΚΑΝΑΔΑΣ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: 365 Bloor Street East, Suite 1800,

Ταχ. κώδικας: Toronto Ontario M4W 3L4

Τηλέφωνο: (001416) 5150135

Fax: (001416) 5150708

Email: greekeconcom@aol.com , gr-trade@the-wire.com

Υπεύθυνος: Χρ. Αθανασόπουλος, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

KINA

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: No. 6, Xin Yuan Nan Li, Capital Mansion, Rm. 4405

Ταχ. κώδικας: Beijing, 100004,

Τηλέφωνο: +86-10-84868475

Fax: +86-10-84868478

Email: greece@sohu.net

Υπεύθυνος: Εμμανουήλ Στάντζος, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

KOPEA (NOTIOS KOPEA)

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: Rm 2511, Jang Kyo Bldg, 1, Jang Kyo-dong, Chung-ku

Ταχ. κώδικας: 100797 Korea, Seoul

Τηλέφωνο: (00822) 7548292

Fax: (00822) 7548293

Email: commercial@greekemb.net

Υπεύθυνος: Στέφανος Βουδούρης, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

KPOATIA

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: Opraticka 12,

Ταχ. κώδικας: 10000 Zagreb

Τηλέφωνο: (003851) 4810444, 4810437, 4835716

Fax: (003851) 4810419

Email: grafoey@zg.htnet.hr

Web site: www.grembassy.hr

Υπεύθυνος: Ανδρέας Καραϊσκάκης, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

KYΠPOΣ

Τίτλος: Γραφείο Οικονομικών & Εμπορικών Υποθέσεων

Διεύθυνση: Κυριάκου Μάτση 18, Λευκωσία

Τηλέφωνο: (0035722) 672219, 672604

Fax: (0035722) 672703

Email: greekcom@otenettel.com

Υπεύθυνος: Θεοδόσιος Βάλλας, Σύμβουλος Β΄ ΟΕΥ

ΛΙΒΑΝΟΣ

Τίτλος: Section Economique et Commercial

Διεύθυνση: New Naccache, Rue 64, Boukhater Bldg. No 85, 3rd floor

Ταχ. κώδικας: B.O. Box 309 Beyrouth

Τηλέφωνο: (009614) 524396, 521701

Fax: 521701

Email: grecomlb@cyberia.net.lb , grecomlb@yahoo.com

Web site: www.geocities.com/grecomlb/index.html

Υπεύθυνος: Όλγα Μεζερίδου, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

ΛΙΒΥΗ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: 18, Shar'a Jelal Bayar str., Dahra, Tripoli (P.O.Box 5147)

Ταχ. κώδικας: (P.O.Box 5147) Tripoli

Τηλέφωνο: (0021821) 3336689, 3338563

Fax: (0021821) 4441907

Email: gremboey@hotmail.com

Υπεύθυνος: Χρήστος Ντοκομές, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

Μ.Α. ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ

Τίτλος: Representation Permanente de la Grece aupres de l' Union Europeenne

Διεύθυνση: Section Economique et Commerciale, Rue Montoyer 25

Ταχ. κώδικας: 1040 Bruxelles

Τηλέφωνο: (00322) 5515 718, 5515 611

Fax: (00322) 5515 651, 5515 979

Email: mea.bruxelles@gr-greece.be , c.papadimitriou@gr-greece.be

Υπεύθυνος: Κων. Παπαδημητρίου, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

Μ.Ε.Α. ΓΕΝΕΥΗΣ

Τίτλος: Mission Permanente de la Grece aupres de l' Organisation des Nations Unies

Διεύθυνση: Place St. Gervais 1

Ταχ. κώδικας: 1201 Geneve

Τηλέφωνο: (004122) 9098940

Fax: (004122) 7313 887

Email: georgios.mermigis@ties.itu.int

Υπεύθυνος: Γεώργιος Μερμίγκης, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

ΝΟΤΙΟΣ ΑΦΡΙΚΗ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: Oxford Road 261,

Ταχ. κώδικας: Illovo 2196, Johannesburg

Τηλέφωνο: (002711) 2142300
Fax: (002711) 4477678
Email: greekmadebb@telkomsa.net
Υπεύθυνος: Δημήτριος Μίχας, Σύμβουλος Β΄ ΟΕΥ

ΟΛΛΑΝΔΙΑ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs
Διεύθυνση: Anna Paulownastraat 117,
Ταχ. κώδικας: 2518 BD The Hague
Τηλέφωνο: (003170) 3561199, 3463571
Fax: (003170) 3615747
Email: gremco.Hague@InterNL.net
Υπεύθυνος: Γεωργία Ιωάννου, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

ΟΥΓΓΑΡΙΑ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs
Διεύθυνση: Margit Krt. 43-45, t
Ταχ. κώδικας: 1024 Budapest
Τηλέφωνο: (00361) 3362610
Fax: (00361) 3362613
Email: greekcom@axelero.hu
Υπεύθυνος: Αναστάσιος Κουρούσης, Γεν. Σύμβουλος Β΄ ΟΕΥ

ΟΥΚΡΑΝΙΑ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs
Διεύθυνση: Panfilovtsev Str. 10,
Ταχ. κώδικας: 10901 Kiev
Τηλέφωνο: (0038044) 2545 317, 2545489
Fax: (0038044) 2545 486
Email: economic@attache.relc.com
Υπεύθυνος: Χρήστος Λελεμψής, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

ΠΟΛΩΝΙΑ

Τίτλος: Bureau Economique et Commercial
Διεύθυνση: Krakowskie Przedmiescie 47/51
Ταχ. κώδικας: 00-071 Warszawa
Τηλέφωνο: (004822) 8264828
Fax: (004822) 8264008
Email: ecotrade@greece.pl
Web site: www.greece.pl
Υπεύθυνος: Αριστοτέλης Ξενάκης, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: Avenida Defensores de Chaves 15-4G,

Ταχ. κώδικας: 1000-109 Lisbon

Τηλέφωνο: (0035121) 3501600-07

Fax: (0035121) 3501609

Email: grecia@mail.telepac.pt

Υπεύθυνος: Κων/νος Δίκαιος, Γραμματέας Α΄ ΟΕΥ

ΠΡΩΗΝ ΓΙΟΥΓΚΟΣΛ. ΔΗΜ. ΤΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ (Π.Γ.Δ.Μ.)

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: DTO "Bunjakovec" Unit 15, 2nd floor, Blvd. Partizanski Odredi

Ταχ. κώδικας: 1000 Skopje

Τηλέφωνο: (0038923) 129 456, 129 458

Fax: (0038923) 129 441

Email: office@hellastrade-skopje.com

Υπεύθυνος: Ιωάννης Μάρκος, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

ΡΟΥΜΑΝΙΑ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: Alecu Russo13-19, Et.3, ap.6,

Ταχ. κώδικας: 020522 Sec Bucharest

Τηλέφωνο: (004021) 2100748, 2115724

Fax: (004021) 2119893

Email: ecocom-bucharest@mfa.gr

Web site: www.hellas-oeuy.ro

Υπεύθυνος: Χαράλαμπος Κουναλάκης, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

ΡΩΣΙΑ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: Kursnovo Per. 9

Ταχ. κώδικας: 119034, Moscow

Τηλέφωνο: +7-495-2013433, 2017020

Fax: +7-495-2013511

Email: ecocom-moscow@mfa.gr

Web site: www.agora.mfa.gr/russia

Υπεύθυνος: Διονύσης Πρωτοπαπάς, Σύμβουλος Β' ΟΕΥ

ΣΑΟΥΔΙΚΗ ΑΡΑΒΙΑ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs

Διεύθυνση: P.O.Box 5108

Ταχ. κώδικας: Jeddah 21422
Τηλέφωνο: (009662) 6690824, 6674088
Fax: (009662) 6692644
Email: comoffgr@cyberia.net.sa
Web site: www.geocities.com/grtradesa
Υπεύθυνος: Παντελής Γκάσιος, Γραμματέας Α΄ ΟΕΥ

ΣΕΡΒΙΑ ΚΑΙ ΜΑΥΡΟΒΟΥΝΙΟ

Τίτλος: Bureau Economique et Commercial
Διεύθυνση: Simina 15,
Ταχ. κώδικας: 11000 Belgrade
Τηλέφωνο: (0038111) 3231 577, 3222 338
Fax: (0038111) 3249215
Email: greconof@verat.net
Υπεύθυνος: Γεώργιος Κουτσοδήμος, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

ΣΛΟΒΕΝΙΑ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs
Διεύθυνση: Trnovski Pristan 14,
Ταχ. κώδικας: 1000 Ljubljana, Slovenia
Τηλέφωνο: (003861) 2811258-9, 4201400
Fax: (003861) 4201411
Email: grecom.slovenia@siol.net
Υπεύθυνος: Ανδριανή Φαλκονάκη, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

ΣΟΥΗΔΙΑ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs
Διεύθυνση: Kommendorsgatan 16, 2Tr. 11448 Stockholm
Ταχ. κώδικας: P.O Box 55565, 10204 Stockholm
Τηλέφωνο: (00468) 54566015-16-17
Fax: (00468) 6605470
Email: sweden.oeu@greekembassy.se
Web site: www.greekembassy.se
Υπεύθυνος: Ρέα Τσιτσάνη, Γραμματέας Β΄ ΟΕΥ

ΣΥΡΙΑ

Τίτλος: Section Economique et Commerciale
Διεύθυνση: Rue Ata Ayoubi 76
Ταχ. κώδικας: P.O.Box 3792, Damascus
Τηλέφωνο: (0096311) 3342168
Fax: (0096311) 3342168

Email: gr-trade@net.sy, ecocom-damascus@mfa.gr
Υπεύθυνος: Ευλαμπία Μαυροκεφάλου, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

ΤΟΥΡΚΙΑ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs
Διεύθυνση: Inonu Caddesi No. 49, Akun Apt., D:8, K:7
Ταχ. κώδικας: Gumussuyu, 80090 Istanbul
Τηλέφωνο: (0090212) 2452231, 2927118
Fax: (0090212) 2927119
Email: gr.econtrade@comnet.com.tr
Υπεύθυνος: Δημήτριος Χαλεπίδης, Σύμβουλος Β΄ ΟΕΥ

ΤΣΕΧΙΑ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs
Διεύθυνση: Vsehrdova 2,
Ταχ. κώδικας: 11000 Prague 1
Τηλέφωνο: (004202) 57317270
Fax: (004202) 57321840
Email: greekemb.trade@iol.cz
Web site: www.geocities.com/greek_trade/
Υπεύθυνος: Ιωάννης Παπαδημητρίου, Γεν. Σύμβουλος Β΄ ΟΕΥ

ΤΥΝΗΣΙΑ

Τίτλος: Section Economique et Commerciale
Διεύθυνση: 6, rue Saint Fulgence str., Notre Dame,
Ταχ. κώδικας: 1082 Tunis
Τηλέφωνο: (0021671) 288411, 846632
Fax: (0021671) 789518
Email: grece.comm.@planet.tn
Υπεύθυνος: Ηλίας Θανασάς, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ

Τίτλος: Office of Economic and Commercial Affairs
Διεύθυνση: Rikhardinkatu 4 B 21,
Ταχ. κώδικας: 00170 Helsinki
Τηλέφωνο: (003589) 2783 214
Fax: (003589) 68136200
Email: greekcomm@kolumbus.fi
Υπεύθυνος: Ευαγγελία Σαμαρά, Σύμβουλος Α΄ ΟΕΥ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΑ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΑ

Union of Chambers of Commerce and Industry of Albania

6, Rr. Kavajes

AL - 00355 TIRANA

Albania

Tel: 00355-42/22934

Fax: 00355-42/22934

E-mail: uccial@abissnet.com.al

Chamber of Commerce and Industry of the Republic of Armenia

11 Khandjyan

Yerevan 375010

Republic of Armenia

Tel : 003741-56/0184 or 96

Fax : 003741-58/7871

E-mail: armcci@arminco.com

Wirtschaftskammer Österreich

Wiedner Hauptstrasse 63, Postfach 150

A - 1045 Vienna

Tel : 43 (1) 501.05

Fax : 43 (1) 50105-250

E-Mail: wkoe@wko.at

Brussels Office

Avenue de Cortenberg, 30

B - 1040 Brussels

Tel : 32 (2) 230.91.49

Fax : 32 (2) 230.67.76

E-Mail: eu@eu.austria.be

Belarussian Chamber of Commerce and Industry

14, Masherova ave

BY - 220035 MINSK

Republic of Belarus

Tel: 375-17/226.91.27

Fax: 375-17/226.98.60

E-mail: mbox@cci.by

Fédération des Chambres de Commerce et d'Industrie de Belgique,

Rue Montoyer 3

B - 1000 Brussel, Belgium

Tel : 32 (2) 209.05.50

Fax : 32 (2) 209.05.68

E-mail: fedcci@cci.be

The Foreign Trade Chamber of Bosnia & Herzegovina

Branislava Durdeva, 10

71000 Sarajevo

Tel: 387 (033) 66.33.70

Fax: 387 (033) 21.42.92

E-Mail: info@komorabih.com

Bulgarian Chamber of Commerce and Industry

42, Parchevich Street

BU - 1000 Sofia

Tel: 359 (2) 987.26.31

Fax: 359 (2) 987.32.09

E-Mail: bcci@bcci.bg

Croatian Chamber of Economy

Rooseveltov trg 2

HR 10000 Zagreb

tel:+385 (1) 4561 555

fax: +385 (1) 78 28 380

e-mail: hgk@hgk.hr

Croatian Chamber of Economy

Brussels Representation

Av. des Arts, 50

B-1000 Bruxelles

Phone: +32 2 512 18 90

Fax + 32 2 512 17 85

e-mail: cce.brussels@skynet.be

Cyprus Chamber of Commerce and Industry

P.O.Box 21455, Chamber Building

38, Grivas Dhigenis Ave & 3, Deligiorgis Street

CY- 1509 Nicosia

Tel : 357 (2) 88.98.00

Fax : 357 (2) 66.86.30

E-mail: chamber@ccci.org.cy

E-mail: info@ccci.org.cy

Economic Chamber of the Czech Republic

Freyova, 27

CZ - 190 00 Praha 9

Tel: 420 (2) 240.96.111

Fax: 420 (2) 240.96.222

E-mail: info@komora.cz

The Danish Chamber of Commerce

Borsen (Royal Exchange)

DK - 1217 Copenhagen

Tel : 45 (33) 95.05.00

Fax : 45 (33) 32.52.16

E-mail: handelskammeret@commerce.dk

Estonian Chamber of Commerce and Industry

Toom-Kooli 17

EE - 10130 Tallinn

Tel: 372 (6) 460.244

Fax: 372 (6) 460.245

E-mail: koda@koda.ee

The Central Chamber of Commerce of Finland

Aleksanterinkatu, 17

P.O. Box 1000

SF - 00101 Helsinki

Tel : 358 (9) 69.69.69

Fax : 358 (9) 65.03.03

E-mail: keskuskauppamari@wtc.fi

Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie (ACFCI)

Avenue d'Iéna, 45

F - 75769 Paris cedex 16

Tel : 33 (1) 40.69.37.00

Fax : 33 (1) 47.20.61.28

E-Mail: service.courrier@acfc.cci.fr

Assemblée des Chambres Françaises de Commerce et d'Industrie (ACFCI)

Bureau de Bruxelles

Avenue des Arts, 19 A/D

1000 Brussels

Tel : +322.221.04.11

Fax : +322.217.69.87.

E-mail : h.malosse@acfc.cci.fr

Economic Chamber of FYR of Macedonia

1000 Skopje

Republic of Macedonia

Tel: +389 (2) 118088

Fax: +389 (2) 116210

E-mail: ic@ic.mchamber.org.mk

The Georgian Chamber of Commerce and Industry

11, Chavchavadze avenue

Tbilisi, 380079

Georgia

Tel.: +995 32 23 00 45

Fax.: +995 32 23 57 60

E-mail.: info@gcci.ge; gcci2003@yahoo.com

Web site: www.gcci.ge

Deutscher Industrie- und Handelskammerstag (DIHT)

Breite Strasse, 29

D - 10178 Berlin

Tel : 49 (30) 20308-0

Fax : 49 (30) 20308-1000

E-mail: dihk@berlin.dihk.de

Web site: www.dihk.de

Brussels Office

Avenue des Arts, 19 A/D

B-1000 Brussels

Tel: +32 2 286 1611

Fax: +32 2 286 1605

E-mail: korn.peter@bruessel.dihk.de

Union of Hellenic Chambers of Commerce

Akadimias 7-9

GR - 106 71 Athens

Tel : 30 (1) 363.27.02

Fax : 30 (1) 362.23.20

E-mail: hellas@uhcci.gr

Brussels Office

Av.de Cortenbergh 66

B - 1040 Brussels
Tel: 32 (2) 735.99.56/732.43.99
Fax: 32 (2) 735.64.58
E-mail : uhcci@skynet.be

Hungarian Chamber of Commerce

Kossuth ter 6-8
H - 1055 Budapest
Tel : 36 (1) 474.51.00
Fax : 36 (1) 474.51.49
E-Mail: mkik@mail.mkik.hu

Iceland Chamber of Commerce

Husi verslunarinnar
Kringlunni, 7
IS-103 Reykjavik
Tel : (354-5) 10.71.00
Fax : (354-5) 68.65.64
E-mail: mottaka@chamber.is

The Chambers of Commerce of Ireland

Merrion Square 17
IRL - Dublin 2
Tel : 353 (1) 661.28.88
Fax : 353 (1) 661.28.11
E-mail: info@chambersireland.ie

Brussels Office

Schuman Associates
Rue Archimède 5
1000 Brussels
Tel: 32 (2) 230.74.39
Fax: 32 (2) 230.74.26
E-mail: info@schumanassociates.com

Federation of Israeli Chambers of Commerce

P.O.Box 200-27
Hahasmonaim Street 82
IL - Tel-Aviv 67011
Tel : (972-3) 563.10.20
Fax : (972-3)561.90.27
E-mail: Chamber@tlv-chamber.org.il

Unione Italiana delle Camere di Commercio Industria, Artigianato e Agricoltura

(UNIONCAMERE)

Piazza Sallustio 21

I - 00187 Rome

Tel : 39 (6) 47 041

Fax : 39 (6) 48.90.39.63

E-mail: unioncamere@unioncamere.it

Brussels Office

Rue de l'Industrie 22

1040 Brussels

Tel : 32 (2) 512.22.40

Fax : 32 (2) 512.49.11

E-mail: sede.bruxelles@unioncamere.be

The Latvian Chamber of Commerce and Industry

K.Valdemara iela 35

LV-1010 Riga

Tel: 371 (7) 22.55.95

Fax: 371 (7) 82.00.92

E-mail: info@chamber.lv

Association of Lithuanian Chambers of Commerce, Industry and Crafts

J. Tumo-Vaizganto Street, 9/1-63a

Tel: 370 (2) 61.21.02

Fax: 370 (2) 61.21.12

E-mail: info@chambers.lt

Site: www.chambers.lt

Chambre de Commerce du Grand-Duché de Luxembourg

31, Bd Konrad Adenauer

L - 2981 Luxembourg

Tel : (352) 42.39.39-1

Fax : (352) 43.83.26

E-mail: chamcom@cc.lu

The Malta Chamber of Commerce

Exchange Building,

Republic Street,

MW - Valletta VLT 05

Tel : +356 (21) 22.44.15 or 23.38.73

Fax : +356 (21) 24.52.23

E-mail: admin@chamber.org.mt

Brussels Office:

The Malta Business Bureau

Avenue d'Auderghem, 289

B-1040 Brussels

Tel: 32 (2) 7634263

Fax: 32 (2) 7360855

E-mail: Imizzi@mbb.org.mt & lenmizzi@skynet.be

Chamber of Commerce and Industry of Republic of Moldova

28, Eminescu Srt.

MD 2012 CHISINAU

Republic of Moldova

Tel: 373-2/221552

Fax: 373-2/241453

E-mail: president@chamber.md

Vereniging van Kamers van Koophandel en Fabrieken in Nederland

Watermolenlaan 1

NL - 3447 GT Woerden

Tel : 31 (348) 42.69.11

Fax : 31 (348) 42.12.31

E-Mail: site@vkv.kvk.nl

The Association of Norwegian Chambers of Commerce

Postboks 2900 Solli

N - 0230 Oslo

Tel : (47) 22.54.17.00

Fax : (47) 22.56.17.00

E-mail: h.thrap-meyer@hsh-org.no

Polish Chamber of Commerce

Ul. Trebacka 4

PL - 00074 Warszawa

Tel : 48 (22) 630.96.00

Fax : 48 (22) 827.46.73

E-mail: mailbox@kig.pl

Associacao Comercial de Lisboa, Camara de Comercio e Industria Portuguesa

Rua Portas de Santo Antao, 89

P - 1194 Lisboa Codex
Tel : 351 (1) 322.40.50
Fax : 351 (1) 322.40.51
E-Mail: mcr@port-chambers.com

The Chamber of Commerce and Industry of Romania and Bucharest

2, Bd Octavian Goga - sector 3
RO - 030982 Bucharest
Tel: 40 (21) 322.95.35/39
Fax: 40 (21) 322.95.42
E-mail: ccir@ccir.ro

The Chamber of Commerce and Industry of the Russian Federation

Iliynka Str., 6
RU - 103012 Moscow
Tel : 7 (095) 929.00.99
Fax : 7 (095) 929.03.60
E-Mail: tpprf@tpprf.ru

Brussels Office

Russian Chamber of Commerce and Industry in Belgium
Avenue Louise, 360
1050 Brussels
Tel : 32 (2) 648.40.93
Fax : 32 (2) 648.26.86

Chamber of Commerce and Industry of Serbia

Resavska 13-15
11000 Belgrado
Tel : 381 (011) 3300 900
Fax : 381 (011) 3235 426
E-mail: predsednik@pks.co.yu

Brussels Office

CCI Serbia - Representative Office in Brussels
Boulevard du Roi Albert II 30/19, Bte 46
1000 Brussels
Tel : 32 (2) 201.59.60
Fax : 32 (2) 201.19.29
E-mail: ycci.be@busmail.net

Slovak Chamber of Commerce and Industry

Gorkeho str. 9

SK - 81603 Bratislava

Tel : 421 (2) 54.43.32.91

Fax : 421 (2) 54.13.11.59

E-mail: sopkurad@sopk.sk

Chamber of Commerce and Industry of Slovenia

Dimiceva 13

SL -1504 Ljubljana

Tel : 386 (1) 58.98.000

Fax : 386 (1) 58 98 100

E-mail: infolink@gzs.si

Brussels Office**Slovenian Business & Research Association**

Avenue Lloyd George 6, 360

B 1000 Brussels

Tel : 32 (0)2 645.19.10

Fax : 32 (0)2 645.19.17

E-mail: info@sbra.be

Consejo Superior de Camaras Oficiales de Comercio, Industria y Navegación de España

C/Velázquez, 157

E - 28002 Madrid

Tel : 34 (91) 590.69.00

Fax : 34 (91) 590.69.08

E-mail: csc@cscamaras.es

Brussels Office

Rue du Luxembourg, 19-21

1000 Brussels

Tel : 32 (2) 705.67.50

Fax : 32 (2) 705.66.40

E-mail: del.bruselas@cscamaras.es

Svenska Handelskammarförbundet

Västra Trädgårdsgatan 9

Box 16050

S - 10321 Stockholm

Tel : 46 (8) 555 100 36

Fax : 46 (8) 566 316 36

E-mail: carl-johan.jargenius@chamber.se

**Chambres de commerce et d'industrie
suisses**

Avenue d'Ouchy, 47

Case postale 205

CH 1000 Lausanne 13

Tel : 41 (21) 613.35.35

Fax : 41 (21) 613.35.05

E-mail : info@cci.ch

**Union of Chambers of Commerce, Industry,
Maritime Commerce and Commodity Exchanges of Turkey**

Ataturk Bulvari 149

TR - Bakanliklar, Ankara

Tel : (90-312) 417.77.00

Fax : (90-312) 418.32.68

E-mail: ferd@info.tobb.org.tr

Brussels Office

Avenue Franklin Roosevelt, 148 A

1050 Brussels

Tel : 32 (2) 646.40.40

Fax : 32 (2) 646.95.38

The Ukrainian Chamber of Commerce and Industry

33, vul.Velyka Zhytomyrska

01601 KYIV

Ukraine

Tel: 380-44/2122911

Fax: 380-44/2123353

E-mail: ucci@ucci.org.ua

The British Chambers of Commerce

1st Floor

65 Petty France, St James Park

GB - London SW1H 9EU

Tel : 44 (207) 654.58.00

Fax : 44 (207) 654.58.19

E-mail: info@britishchambers.org.uk