



ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ



ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«ΑΜΕΣΕΣ ΞΕΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ “ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΘΡΑΚΗΣ”»



ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Παντελής Παντελίδης

«Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Πειραιώς ως μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική»

Ανδρονίκου Αγγελική

ΠΕΙΡΑΙΑΣ, 10/2023

UNIVERSITY OF PIRAEUS
DEPARTMENT OF ECONOMICS



**MASTER PROGRAM IN ECONOMIC AND BUSINESS
STRATEGY**

**“FOREIGN DIRECT INVESTMENTS: CASE
STUDY OF THRACE GROUP COMPANY”**

ANGELIKI ANDRONIKOU

Master Thesis submitted to the Department of Economics of the University of Piraeus in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Economic and Business Strategy

Piraeus, Greece, October 2023

Η παρούσα διπλωματική εργασία είναι αφιερωμένη στους γονείς μου, οι οποίοι ήταν πολύ υποστηρικτικοί καθ' όλη τη διάρκεια των τεσσάρων εξαμήνων φοίτησής μου στο ΠΜΣ, σε όλα τα άτομα που με στήριξαν για την συγγραφή της, καθώς και σε όλους τους καθηγητές/καθηγήτριες που μου μετέδωσαν τις γνώσεις τους και μου χάρισαν εξειδίκευση στον κλάδο των επιχειρήσεων.

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να εκφράσω την ευγνωμοσύνη μου και να ευχαριστήσω τον επιβλέποντα καθηγητή της διπλωματικής μου εργασίας κύριο Παντελή Παντελίδη. Αφορμή για την παρούσα διπλωματική εργασία αποτέλεσαν η ενέργειά του κατά τη διάρκεια παρακολούθησης του μαθήματος των άμεσων ξένων επενδύσεων των επιχειρήσεων, οι γνώσεις του και η μεταδοτικότητα του πάνω στο γνωστικό αντικείμενο και ιδιαίτερα η καλοσύνη του και η ευγένειά του ως καθηγητής. Μου έδωσε τη δυνατότητα να προσεγγίσω σε πρακτικό επίπεδο το πεδίο της στρατηγικής των επιχειρήσεων και το πώς εκείνες επενδύουν στο εξωτερικό, γεγονός που θα αποτελέσει εφόδιο στην μετέπειτα επαγγελματική μου αποκατάσταση.

Θα ήθελα, επίσης, να ευχαριστήσω το σύνολο των διδασκόντων καθηγητών στο μεταπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών για τις γνώσεις και τις εμπειρίες τους που μου μεταλαμπάδευσαν. Ο τρόπος σκέψης τους και η προσέγγιση τους, σε επιστημονικό, φιλοσοφικό και προσωπικό επίπεδο, μου προσέφεραν ανεπτυγμένο επιστημονικό υπόβαθρο και με βοήθησαν να εξελιχθώ σε καλύτερο άνθρωπο, φίλο, συνομιλητή και συνεργάτη. Εν συνεχεία, θερμές ευχαριστίες θα ήθελα να αποδώσω στον διευθυντή του προγράμματος μεταπτυχιακών σπουδών, κύριο καθηγητή Ιωάννη Πολλάλη, που με έκανε αποδεκτή στο πρόγραμμα, έδειξε την εμπιστοσύνη του προς το πρόσωπό μου και μου έδωσε την ευκαιρία να παρακολουθήσω το πρόγραμμα, να αποκτήσω πιο εξειδικευμένες γνώσεις πάνω στην στρατηγική των επιχειρήσεων και γενικότερα στα οικονομικά και να εξελίξω την επαγγελματική μου πορεία.

Τελειώνοντας, θέλω να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για την έμπρακτη και συνεχή στήριξη και καθοδήγηση που μου παρέχουν όλα αυτά τα χρόνια. Η προσωπική τους στάση ζωής, η δείψα τους για γνώση και οι ακέραιες αρχές τους πάντα θα αποτελούν οδηγό μου και θα με βοηθούν να παίρνω σημαντικές αποφάσεις στη μετέπειτα ζωή μου.

«ΑΜΕΣΕΣ ΞΕΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ “ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΘΡΑΚΗΣ”»

Σημαντικοί όροι: Πολυεθνική Επιχείρηση, ΑΞΕ, Πλαστικά Θράκης, Ρουμανία, Επενδύσεις, Οικονομική Ανάπτυξη, Επιπτώσεις των ΑΞΕ, Θυγατρική εταιρεία

Περίληψη

Στην παρούσα Μεταπτυχιακή Διατριβή θα πραγματοποιηθεί η παρουσίαση του θεωρητικού πλαισίου που αφορά τις Άμεσες Ξένες Επενδύσεις (ΑΞΕ). Επιπλέον, θα περιγραφεί η μελέτη περίπτωσης της θυγατρικής της εταιρείας «Πλαστικά Θράκης» στη Ρουμανία ως χώρα υποδοχής Άμεσων Ξένων Επενδύσεων, όπως επίσης και η μητρική εταιρεία, η οποία εδρεύει στην Θράκη. Κατόπιν θα υπάρξει αναφορά αφενός στην οικονομική ανάπτυξη που έχουν επιφέρει οι ΑΞΕ, αφετέρου και στις επιπτώσεις που ενδεχομένως προκαλούν. Αξιοσημείωτο κρίνεται να εξεταστεί επίσης και η επίδραση της πανδημίας COVID-19 στις πωλήσεις της εταιρείας, μιας και μία τέτοια συγκυρία από μόνη της επιφέρει αλλαγές όχι μόνο σε κοινωνικό αλλά και σε επιχειρηματικό επίπεδο. Στη συνέχεια, γίνεται η ανάλυση των δεικτών του Α.Ε.Π. της Ρουμανίας, όπως και των βασικών οικονομικών στοιχείων της, καθώς επίσης και των εισροών των Άμεσων Ξένων Επενδύσεων στην Ρουμανία για τις διάφορες περιόδους, βασιζόμενες σε δημοσιευμένες πηγές. Επιπρόσθετα, εξετάζεται λεπτομερώς το εσωτερικό και το εξωτερικό περιβάλλον της μητρικής εταιρείας, κάνοντας χρήση ευρέως γνωστών οικονομικών μοντέλων και υποδειγμάτων. Έπειτα και πιο εκτενέστερα, ακολουθεί η ανάλυση του Ομίλου των Πλαστικών Θράκης και της θυγατρικής εταιρείας Thrace Greiner Packaging με την χρήση των διαθέσιμων στοιχείων που έχουν αναρτηθεί από τις ίδιες τις εταιρείες. Τέλος, παρατίθεται ένα κείμενο με συμπεράσματα και θέματα προς προβληματισμό και συζήτηση.

“FOREIGN DIRECT INVESTMENTS: CASE STUDY OF THRACE GROUP COMPANY”

Keywords: FDI, Romania, Thrace Group, Multinational Corporation, Investments, Economic Development and Growth, FDI’s effects, Subsidiary

Abstract

In this Master's Thesis, will be presented the theoretical framework regarding Foreign Direct Investment (FDI). In addition, the case study of the subsidiary company "Plastics of Thrace" in Romania as a host country of Foreign Direct Investments, as well as the parent company, which is based in Thrace, will be described. Then there will be reference on the one hand to the economic development brought about by FDI, on the other hand to the effects they may cause. It is noteworthy to also examine the effect of the COVID-19 pandemic on the company's sales, since such a situation alone brings about changes not only at a social but also at a business level. Then, the analysis of the indicators of A.E.P. of Romania, as well as its basic economic data, as well as the inflows of Foreign Direct Investments in Romania for the various periods, based on published sources. In addition, the internal and external environment of the parent company is examined in detail, making use of widely known economic models and models. Then and more extensively, follows the analysis of the Thrace Plastics Group and the subsidiary company Thrace Greiner Packaging using the available data posted by the companies themselves. Finally, a text with conclusions and topics for reflection and discussion is listed.

Πίνακας Περιεχομένων

Αφιερώσεις.....	2
Ευχαριστίες.....	3
Περίληψη.....	4
Abstract.....	5
Εισαγωγή.....	8-10
Κεφάλαιο 1 ^ο : Πολυεθνικές Επιχειρήσεις.....	13-24
1.1 Ορισμός.....	13-14
1.2 Ορισμός Άμεσης Ξένης Επένδυσης (ΑΞΕ).....	14
1.3 Βασικοί τύποι και μορφές Άμεσων Ξένων Επενδύσεων.....	15-16
1.4 Συνθήκες και λόγοι οι οποίοι ωθούν μια επιχείρηση να επενδύσει σε μία ξένη χώρα.....	16-17
1.4.1 Παράγοντες που επιδρούν στις αποφάσεις των ξένων επενδυτών.....	18
1.5 Αναπτυξιακές Επιδράσεις των ΑΞΕ.....	19-20
1.6 Βασικοί Τρόποι Πραγματοποίησης ΑΞΕ.....	21
1.7 Πλεονεκτήματα Τοποθεσίας-Ιδιοκτησίας-Εσωτερίκευσης (LOI).....	22-23
1.8 Αρνητικές Επιπτώσεις.....	23-24
Κεφάλαιο 2 ^ο : Η ιστορία, η αποστολή και το όραμα της εταιρείας «Πλαστικά Θράκης».....	25-29
2.1 Ιστορία.....	25-27
2.2 Αποστολή και όραμα της εταιρείας.....	28-29
Κεφάλαιο 3 ^ο : Εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της εταιρείας «Πλαστικά Θράκης».....	30-40
3.1 Εξωτερικό Περιβάλλον.....	30-32
3.1.1 Μοντέλο των Πέντε Δυνάμεων του Porter.....	32-36
3.2 Εσωτερικό Περιβάλλον.....	36-37
3.3 Ανάλυση SWOT.....	38-40
Κεφάλαιο 4 ^ο : Εταιρεία «Πλαστικά Θράκης».....	42-54

4.1	Λίγα λόγια για την εταιρεία.....	42-43
4.2	Δομή της εταιρείας.....	43-45
4.3	Θυγατρικές εταιρείες του Ομίλου.....	45
4.4	Παραγόμενα Προϊόντα της εταιρείας.....	46-49
4.5	Οικονομικά Στοιχεία της εταιρείας «Πλαστικά Θράκης».....	50-51
4.6	Ανάλυση επιχειρησιακής στρατηγικής της εταιρείας.....	52-53
4.7	Ανάλυση επιχειρηματικής στρατηγικής της εταιρείας.....	53-54
	Κεφάλαιο 5 ^ο : Η ίδρυση της θυγατρικής της στη Ρουμανία.....	56-65
5.1	Λίγα λόγια για την εταιρεία.....	56
5.2	Δομή της εταιρείας.....	57
5.3	Το όραμα και η αποστολή της εταιρείας Thrace Greiner Packaging.....	58
5.4	Η οικονομία της φιλοξενούσας χώρας.....	59-62
5.5	Ανταγωνισμός.....	63-64
5.6	Στρατηγική της εταιρείας.....	64-65
	Συμπεράσματα.....	66-67
	Βιβλιογραφική ανασκόπηση.....	68-69

Εισαγωγή

Ο απώτερος σκοπός της παρούσας διπλωματικής εργασίας είναι να πραγματοποιηθεί μια στρατηγική ανάλυση της εταιρείας «Πλαστικά Θράκης», όπως επίσης και να παρουσιαστεί ο ορισμός των Άμεσων Ξένων Επενδύσεων, μιας και οι ίδιες κατέχουν σημαντική θέση στην οικονομία. Ο όμιλος των Πλαστικών Θράκης έχει διεθνή παρουσία σε διάφορες αγορές παγκοσμίως, παρέχοντας ένα πλήρως διαφοροποιημένο προϊόντικό χαρτοφυλάκιο πλαστικών προϊόντων.

Ο όμιλος των Πλαστικών Θράκης απαρτίζεται από πολλές θυγατρικές εταιρείες, μία εκ των οποίων είναι και η εταιρεία Thrace Greiner Packaging SRL στη Ρουμανία. Κατά κύριο λόγο, η εταιρεία των Πλαστικών Θράκης εστιάζει στον χώρο της συσκευασίας (τροφίμων, εμπορευμάτων, κλπ) που προορίζονται για βιομηχανική χρήση. Η επιχείρηση, έχοντας ως πρωταρχικό όραμά της, την διαρκή τεχνολογική καινοτομία, την έρευνα και ανάπτυξη, την εντατική επιμόρφωση του ανθρώπινου δυναμικού της καθώς και την εταιρική κοινωνική ευθύνη, έχει διασφαλίσει τη θέση της τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο, πετυχαίνοντας σημαντική αύξηση των πωλήσεων από το 2006 μέχρι και σήμερα.

Στη συνέχεια, ειδικό κεφάλαιο στην παρούσα εργασία αποτελεί ο ορισμός και η ανάλυση των Άμεσων Ξένων Επενδύσεων, φαινόμενο το οποίο κατέχει σημαντικότερη θέση στην παγκόσμια οικονομία. Οι άμεσες ξένες επενδύσεις αποτελούν ένα κρίσιμο στοιχείο της παγκόσμιας οικονομίας και αποτελούν την πρακτική κατά την οποία επιχειρήσεις από μία χώρα επενδύουν σε επιχειρήσεις σε μία άλλη χώρα. Αυτού του είδους οι επενδύσεις μπορεί να περιλαμβάνουν την αγορά μεριδίων, τη δημιουργία νέων επιχειρηματικών δομών, ή ακόμα και την απόκτηση ελέγχου σε μια ξένη επιχείρηση. Οι λόγοι πίσω από αυτές τις επενδύσεις είναι πολλοί και ποικίλοι.

Οι άμεσες ξένες επενδύσεις μπορούν να έχουν σημαντικές επιπτώσεις στην οικονομία της χώρας προορισμού, καθώς μπορούν να συμβάλουν στη δημιουργία θέσεων εργασίας, στην αύξηση της παραγωγικότητας και στην ενίσχυση της τεχνολογικής ανάπτυξης. Επιπλέον, μπορούν να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητα των τοπικών επιχειρήσεων, να διασφαλίσουν πρόσβαση σε νέες αγορές και να ενισχύσουν τις εξαγωγές.

Πέρα από τα οικονομικά οφέλη, οι άμεσες ξένες επενδύσεις μπορούν να συμβάλουν στην ανάπτυξη των σχέσεων μεταξύ χωρών, καθώς ενισχύουν τις διεθνείς συνεργασίες και τις πολιτικές σχέσεις. Ωστόσο, οι άμεσες ξένες επενδύσεις μπορεί να συναντήσουν και προκλήσεις, όπως προβλήματα σχετικά με την κυριαρχία και την εθνική ασφάλεια, καθώς και ανησυχίες για τον αντίκτυπο στην τοπική απασχόληση και το περιβάλλον.

Σε κάθε περίπτωση, οι άμεσες ξένες επενδύσεις είναι ένα σημαντικό θέμα που αξίζει την προσοχή των κυβερνήσεων, των επιχειρήσεων και των επενδυτών, καθώς επηρεάζουν την οικονομική ανάπτυξη, την ανταγωνιστικότητα και τις διεθνείς σχέσεις των χωρών.

Ειδικότερα, η συγκεκριμένη διπλωματική εργασία, στα πλαίσια του μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών «Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική», απαρτίζεται από πέντε κεφάλαια συνολικά. Στο πρώτο κεφάλαιο, πραγματοποιείται μία εισαγωγική αναφορά στις πολυεθνικές επιχειρήσεις και το πώς αυτές επιλέγουν να επενδύσουν και έπειτα αναλύονται λεπτομερώς οι Άμεσες Ξένες Επενδύσεις, ο ρόλος τους στην τοπική και παγκόσμια οικονομία, οι βασικοί τύποι και μορφές τους καθώς και οι επιπτώσεις που αυτές επιφέρουν.

Στο δεύτερο κεφάλαιο, πραγματοποιείται μία εισαγωγική γνωριμία με την εταιρεία Πλαστικά Θράκης, παρέχοντας πληροφορίες ιστορικού χαρακτήρα, το όραμα και την αποστολή αυτής, το προϊόντικό της χαρτοφυλάκιο κλπ.

Στο τρίτο κεφάλαιο, παρουσιάζεται εκτενώς το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της εταιρείας, κάνοντας χρησιμοποίηση ευρέως γνωστών οικονομικών μοντέλων και υποδειγμάτων, όπως είναι το μοντέλο των 5 Δυνάμεων του Porter και η SWOT Analysis, φέρνοντας ρεαλιστικά παραδείγματα μέσα από την ίδια την εταιρεία.

Στο τέταρτο κεφάλαιο της παρούσας μεταπτυχιακής διατριβής, γίνεται μία εις βάθος ανάλυση της εταιρείας, συνεχίζοντας την εισαγωγική γνωριμία του δευτέρου κεφαλαίου. Πιο συγκεκριμένα, γίνεται λόγος για τα προϊόντα που παράγει η εταιρεία Πλαστικά Θράκης, την οργανωσιακή δομή της, όλες τις θυγατρικές της ανά τον κόσμο, καθώς επίσης περιγράφεται τόσο η επιχειρησιακή όσο και η επιχειρηματική της στρατηγική, γεγονός το οποίο την καθιστά μοναδική στο είδος της και της παρέχει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Δεν εκλείπει φυσικά, η ανάλυση των οικονομικών της καταστάσεων, όπως αυτές έχουν αναρτηθεί από την ίδια την εταιρεία στην επίσημη

ιστοσελίδα της, οι οποίες αφορούν το έτος 2022. Αξίζει επίσης να σημειωθεί, ότι αναφέρονται και οι επιδράσεις της πανδημίας COVID-19 στις πωλήσεις της εταιρείας Πλαστικά Θράκης.

Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας, είναι φυσικό και επόμενο να παρουσιαστεί η θυγατρική της στη Ρουμανία, ο όγκος των πωλήσεών της διεθνώς, τα προϊόντα που παράγει και η οικονομία της φιλοξενούσας χώρας η οποία δέχεται την άμεση ξένη επένδυση. Έπειτα, παρουσιάζονται τα οικονομικά της στοιχεία, όπως και στη μητρική εταιρεία, στηριζόμενα σε πίνακες οι οποίοι έχουν δημοσιευτεί σε άρθρα και επίσημες ιστοσελίδες.

Τελειώνοντας, σαν τελευταίο κεφάλαιο θα μπορούσαν να θεωρηθούν τα συμπεράσματα και οι προτάσεις που προκύπτουν από όλη την ανάλυση της μητρικής εταιρείας Πλαστικά Θράκης και της θυγατρικής της στη Ρουμανία.

Κεφάλαιο 1^ο: Πολυεθνικές Επιχειρήσεις

1.1 Ορισμός

Στο σύγχρονο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον ισχυρή θέση κατέχουν οι πολυεθνικές επιχειρήσεις. Οι εν λόγω οικονομικές μονάδες δραστηριοποιούνται σε διεθνές επίπεδο μεταφέροντας ανά τον κόσμο, αφενός την εταιρική κουλτούρα τους και αφετέρου τα προϊόντα τους, τα κεφάλαια τους και το εργατικό τους ανθρώπινο δυναμικό. Με άλλα λόγια, οι εν λόγω οικονομικοί οργανισμοί δραστηριοποιούνται και σε άλλες χώρες πέρα από αυτήν που εδρεύουν ήδη. Οι πολυεθνικές επιχειρήσεις είναι ένα σύνθετο φαινόμενο επιχειρήσεων, η περιγραφή του οποίου μπορεί να αναλυθεί ποικιλοτρόπως. Γενικότερα, ως επιχείρηση λογίζεται ο οικονομικός, θεσμικός και φυσικός χώρος, στον οποίο με τη χρήση υλικών, ενέργειας, τεχνικού εξοπλισμού και ανθρώπινου εργατικού δυναμικού, παράγονται αγαθά ή υπηρεσίες, τα οποία πωλούνται έναντι του αντίστοιχου αντιτίμου (ο καθορισμός του οποίου εξαρτάται από διάφορους παράγοντες) και προσδοκείται από αυτά η μεγαλύτερη δυνατή αποκόμιση κέρδους.

Μια πολυεθνική ή διεθνική επιχείρηση είναι σωστός και ευρέως αποδεκτός όρος στην ακαδημαϊκή και επιχειρησιακή κοινότητα. Μια πολυεθνική επιχείρηση δραστηριοποιείται σε πολλές χώρες και έχει επενδύσει σε παραγωγικές μονάδες σε περισσότερες από μία χώρες. Αυτό το μοντέλο επιχειρηματικής δραστηριότητας συνήθως συνεπάγεται πολυπολιτισμική και διεθνή διαχείριση, καθώς και την αντιμετώπιση των προκλήσεων που προκύπτουν από τις διαφορές στις χώρες όπου δραστηριοποιείται.

Οι πολυεθνικές επιχειρήσεις συνήθως έχουν παγκόσμια παρουσία και επηρεάζουν τις οικονομίες των χωρών στις οποίες δραστηριοποιούνται. Αυτές οι επιχειρήσεις συχνά έχουν σημαντική επιρροή στην παγκόσμια οικονομία και συμβάλλουν στη δημιουργία θέσεων εργασίας και στη μεταφορά τεχνογνωσίας ανάμεσα στις χώρες.

Έτσι λοιπόν, όταν μια πολυεθνική επιχείρηση πραγματοποιεί μία επένδυση στο εξωτερικό, χτίζοντας ένα νέο εργοστάσιο ή δημιουργώντας μία καινούρια επιχείρηση εκεί, τότε γίνεται λόγος για άμεση ξένη επένδυση. Με βάση κάποια οικονομικά κριτήρια, κριτήρια οργάνωσης και κριτήρια management, ο βαθμός της πολυεθνικότητας μιας επιχείρησης προσδιορίζεται σχετικά με το ποσοστό των

συνολικών πωλήσεων, του ενεργητικού, της παραγωγής και των κερδών που προέρχονται από τις δραστηριότητες της πολυεθνικής επιχείρησης σε άλλες χώρες. Σύμφωνα με τα κριτήρια αυτά, προκύπτει ο ακόλουθος ορισμός: «κάθε επιχείρηση με μία ή περισσότερες θυγατρικές μονάδες μπορούν να χαρακτηριστούν πολυεθνικές επιχειρήσεις».

Οι πολυεθνικές επιχειρήσεις είναι υπεύθυνες για την πλειοψηφία των άμεσων ξένων επενδύσεων, γι αυτό τα περισσότερα στατιστικά δεδομένα που χρησιμοποιούνται στην παρούσα εργασία αφορούν τις ΑΞΕ, γι αυτό σκόπιμο κρίνεται να πραγματοποιηθεί εκτενέστερη αναφορά στον ορισμό και στις διάφορες μορφές τους.

1.2 Ορισμός Άμεσης Ξένης Επένδυσης (ΑΞΕ)

Σύμφωνα με τον ορισμό που χρησιμοποιεί η UNCTAD (United Nations Corporation for Trade and Development), στην τελευταία ετήσια έκδοσή της για την εξέλιξη των ΑΞΕ, ως Άμεση Ξένη Επένδυση ορίζεται μια επένδυση που περιλαμβάνει μια μακροπρόθεσμη σχέση, απεικονίζει ένα μόνιμο ενδιαφέρον και έλεγχο μιας εδρεύουσας οντότητας σε μία οικονομία (ξένος άμεσος επενδυτής ή μητρική επιχείρηση). Η ΑΞΕ υπονοεί ότι ο επενδυτής ασκεί έναν σημαντικό βαθμό επιρροής στη διαχείριση της επιχείρησης που εδρεύει στην άλλη οικονομία. Μία ΑΞΕ μπορεί να αναληφθεί από άτομα, όπως επίσης και από επιχειρησιακές οντότητες. Οι άμεσες ξένες επενδύσεις, επομένως, συνεπάγονται τον έλεγχο της θυγατρικής επιχείρησης από τη μητρική, δηλαδή η μητρική επιχείρηση επηρεάζει τη διαδικασία και τα κριτήρια λήψης αποφάσεων της θυγατρικής και καθορίζει τη συμπεριφορά της σε μια σειρά από διάφορα καίρια ζητήματα (επιλογή τεχνολογίας, πηγές πρώτων υλών κλπ.)

Ο ορισμός των ΑΞΕ (Άμεσες Ξένες Επενδύσεις) είναι σημαντική για τη μέτρηση του διεθνούς οικονομικού δραστηριότητας και του διακυβερνητικού οικονομικού δικαίου. Ωστόσο, η μέτρηση των ΑΞΕ μπορεί να αντιμετωπίσει προκλήσεις λόγω της ποικιλίας των εθνικών πηγών, μεθόδων συλλογής και ταξινόμησης των συναλλαγών.

Αυτές οι προκλήσεις συνήθως προκύπτουν από το γεγονός ότι κάθε χώρα μπορεί να έχει διαφορετικές προτεραιότητες στη συλλογή και την αναφορά δεδομένων για τις ΑΞΕ. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις μπορεί να χρησιμοποιούν διάφορες τακτικές για τη μεταφορά κεφαλαίων και πόρων από μια χώρα σε μια άλλη, και αυτό μπορεί να καθιστά δύσκολο τον προσδιορισμό τους.

Για την αντιμετώπιση αυτών των προβλημάτων, πολλοί οργανισμοί, όπως η EUROSTAT, προσπαθούν να εναρμονίσουν τις μεθόδους και τα κριτήρια για τη μέτρηση των ΑΞΕ σε διεθνές επίπεδο. Αυτό βοηθά στη βελτίωση της αξιοπιστίας και της συγκρισιμότητας των δεδομένων μεταξύ των χωρών και στην κατανόηση της διασυνοριακής οικονομικής δραστηριότητας.

Συνολικά, οι στατιστικές των ΑΞΕ είναι σημαντικές για την κατανόηση της διεθνούς οικονομικής σχέσης μεταξύ χωρών, αλλά πρέπει να λαμβάνονται υπόψη οι προκλήσεις και οι περιορισμοί που σχετίζονται με τη μέτρησή τους.

1.3 Βασικοί τύποι και μορφές Άμεσων Ξένων Επενδύσεων

Οι Άμεσες Ξένες Επενδύσεις διακρίνονται σε οριζόντιες, κάθετες και διακλαδικές, ανάλογα με τη μορφή τους. Οι οριζόντιες, κάθετες και διακλαδικές άμεσες ξένες επενδύσεις (ΑΞΕ) είναι τρεις διαφορετικές κατηγορίες επενδύσεων που μια εταιρεία μπορεί να πραγματοποιήσει σε μια ξένη χώρα:

1. **Οριζόντιες Άμεσες Ξένες Επενδύσεις (Horizontal FDI)**: Αυτές οι επενδύσεις συμβαίνουν όταν μια θυγατρική εταιρεία επενδύει σε μια ξένη χώρα και ασχολείται με την ίδια δραστηριότητα παραγωγής ή παροχής υπηρεσιών όπως η μητρική εταιρεία της. Στόχος τους είναι συνήθως η εξυπηρέτηση της αγοράς της χώρας υποδοχής. Αυτοί οι τύποι επενδύσεων είναι κοινί όταν υπάρχουν μονοπωλιακά ή ολιγοπωλιακά πλεονεκτήματα, όπως πατέντες ή διαφοροποιημένα προϊόντα, που η εταιρεία θέλει να εκμεταλλευτεί σε μια συγκεκριμένη αγορά.
2. **Κάθετες Άμεσες Ξένες Επενδύσεις (Vertical FDI)**: Σε αυτήν την περίπτωση, η θυγατρική εταιρεία επενδύει σε μια ξένη χώρα και αναλαμβάνει διαφορετικά στάδια της παραγωγικής διαδικασίας από τη μητρική εταιρεία. Συνήθως, αυτό συμβαίνει όταν η θυγατρική εταιρεία επενδύει σε διαφορετικά στάδια της αλυσίδας εφοδιασμού, όπως την παραγωγή πρώτων υλών ή τον έλεγχο των σημείων διανομής στη χώρα υποδοχής.

3. **Διακλαδικές Άμεσες Ξένες Επενδύσεις (Conglomerate FDI)**: Αυτός ο τύπος ΑΞΕ είναι ο πιο ασυνήθιστος και συμβαίνει όταν μια εταιρεία επενδύει ταυτόχρονα σε μια ξένη χώρα και σε μια νέα βιομηχανία που δεν σχετίζεται με την κύρια δραστηριότητά της. Αυτό μπορεί να συμβεί για διάφορους λόγους, όπως επιθυμία για διαφοροποίηση προϊόντος ή εκμετάλλευση νέων ευκαιριών σε άλλους τομείς.

Κάθε τύπος ΑΞΕ έχει διαφορετικούς στόχους και στρατηγικές, ανάλογα με τις ανάγκες και τις συνθήκες της εταιρείας που πραγματοποιεί την επένδυση.

Οι βασικοί τύποι ΑΞΕ ανάλογα με τα κίνητρα και τον σκοπό για τον οποίο πραγματοποιούνται, σύμφωνα με τον Dunning (1993), είναι οι εξής:

- **Άμεσες ξένες επενδύσεις προς αναζήτηση αγορών (market seeking)**: Με αυτό τον τρόπο η επιχείρηση άμεσης επένδυσης στοχεύει στην παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών για την εξυπηρέτηση των ξένων αγορών με σκοπό την αύξηση του καταναλωτικού κοινού και το μέγεθος της αγοράς. Επίσης, δίνουν τη δυνατότητα προσαρμογής πολλών προϊόντων στα καταναλωτικά πρότυπα και στον τρόπο παραγωγής της φιλοξενούσας χώρας και πολλές φορές είναι πιο συμφέρουσες από άποψη κόστους από τις εξαγωγές τις οποίες και υποκαθιστούν. Οι ΑΞΕ αυτού του είδους μπορούν να αποτελέσουν μια αμυντική στρατηγική, σύμφωνα με τους Chen και Ku (2000), όταν στοχεύουν στην διατήρηση του μεριδίου της αγοράς στην οποία ήδη δραστηριοποιείται η επιχείρηση.

- **Άμεσες ξένες επενδύσεις προς αναζήτηση πλουτοπαραγωγικών πόρων (resource seeking)**: Οι ΑΞΕ αντιπροσωπεύουν σημαντική στρατηγική επιλογή για πολλές επιχειρήσεις που επιθυμούν να επεκταθούν σε νέες αγορές και να εκμεταλλευτούν τους τοπικούς πόρους και συντελεστές παραγωγής. Ένας από τους κύριους λόγους για τους οποίους οι εταιρείες υιοθετούν αυτήν τη στρατηγική περιλαμβάνει, αρχικά, την πρόσβαση στους πολύτιμους τοπικούς πόρους, όπως τις πρώτες ύλες, κάτι το οποίο συμβάλλει στη μείωση του κόστους παραγωγής και στην αύξηση της ανταγωνιστικότητάς τους. Έπειτα, με την επένδυση σε χώρες όπου οι εργατικοί πόροι είναι φθηνοί ή όπου υπάρχει ειδικευμένο εργατικό δυναμικό, οι εταιρείες μπορούν να εκμεταλλευτούν τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και να παράγουν προϊόντα ή υπηρεσίες με χαμηλότερο κόστος. Επιπρόσθετα, οι επενδύσεις σε ξένες χώρες

συνοδεύονται από καλές διακυβερνητικές σχέσεις και διαπραγματευτική δυνατότητα με τις τοπικές αρχές. Τελειώνοντας, οι ΑΞΕ μπορούν να λειτουργήσουν ως αμυντική στρατηγική για τις εταιρείες ενάντια σε πολιτικούς, οικονομικούς ή άλλους κινδύνους στη χώρα προέλευσής τους. Η διαφοροποίηση της γεωγραφικής παρουσίας μπορεί να μειώσει τον κίνδυνο.

Ωστόσο, οι ΑΞΕ ενέχουν επίσης κινδύνους και προκλήσεις, όπως πολιτικούς κινδύνους, διαφοροποίηση της διανομής, προβλήματα πολιτιστικής προσαρμογής και άλλα. Επομένως, είναι σημαντικό να διεξάγεται λεπτομερής ανάλυση κινδύνων και αξιολόγησης πριν από τη λήψη τέτοιων καθοριστικών αποφάσεων για επένδυση.

- Άμεσες ξένες επενδύσεις προς αναζήτηση αποδοτικότητας (rationalized or efficiency seeking): Οι επιχειρήσεις τοποθετούν τα διάφορα στάδια παραγωγής ενός προϊόντος ή την παραγωγή διαφοροποιημένων προϊόντων σε διάφορες χώρες, ανάλογα με τις συνθήκες που επικρατούν στις τοπικές αγορές. Ο σκοπός πραγματοποίησης αυτών των ΑΞΕ είναι η βελτίωση της απόδοσης των επιχειρήσεων, το οποίο με τη σειρά του αποσκοπεί στη μείωση του κόστους και στην αύξηση της αποτελεσματικότητας των εταιρειών.

- Άμεσες ξένες επενδύσεις προς αναζήτηση στρατηγικών πόρων ή ικανοτήτων (strategic asset seeking): Οι εταιρείες που έχουν διεθνή δράση είναι σε θέση να αντιμετωπίσουν και να βελτιώσουν τη θέση τους στον παγκόσμιο ανταγωνισμό. Αυτό επιτυγχάνεται με την απόκτηση εξειδικευμένων υλικών και άυλων πόρων (προηγμένη τεχνολογία, υψηλά εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό) που είναι διατεθειμένοι στη φιλοξενούσα χώρα. Αυτό το είδος ΑΞΕ συναντάται κυρίως σε κλάδους υψηλής τεχνολογίας. Σύμφωνα με τους Chen και Ku (2000), οι ΑΞΕ που πραγματοποιούνται προς αναζήτηση αποδοτικότητας και στρατηγικών πόρων είναι οι επιθετικές ΑΞΕ, οι οποίες πραγματοποιούνται για την εκμετάλλευση στοχευμένων πλεονεκτημάτων στη χώρα υποδοχής όπως είναι η ανάπτυξη οικονομιών κλίμακας, η ένταση της έρευνας και ανάπτυξης και κίνητρα για τεχνολογικές επενδύσεις.

1.4 Συνθήκες και λόγοι οι οποίοι ωθούν μία επιχείρηση να επενδύσει σε μία ξένη χώρα

Σύμφωνα με τα σημερινά δεδομένα, αρκετά διαδεδομένο είναι το φαινόμενο οι επιχειρήσεις ανεπτυγμένων οικονομιών να επιδιώκουν την επέκτασή τους και σε άλλες χώρες. Οι στρατηγικές που συνήθως υιοθετούνται και εφαρμόζονται από μεγάλες επιχειρηματικές μονάδες για την εξάπλωσή τους είναι οι εξής:

- Οι εξαγωγές (άμεσες και έμμεσες)
- Συμφωνίες παραγωγής
- Συμφωνίες παραχώρησης δικαιωμάτων εκμετάλλευσης (licensing)
- Συμφωνίες δικαιόχρησης (franchising)
- Άμεσες Ξένες Επενδύσεις
- Παγκόσμιες Στρατηγικές Συμμαχίες

Η επιλογή των παραπάνω στρατηγικών διεθνοποίησης των επιχειρηματικών μονάδων, προσδιορίζεται από την ανάγκη αυξημένου ελέγχου της επένδυσης και την απαιτούμενη εμπειρία. Καθεμία από τις παραπάνω στρατηγικές απαιτεί διαφορετικό βαθμό εμπειρίας και παρακολούθησης. Στην κορυφή βρίσκονται οι άμεσες ξένες επενδύσεις, καθώς λόγω του βαθμού δέσμευσης κεφαλαίων και της ανάγκης σημαντικής πληροφόρησης πριν την πραγματοποίησή τους, προαπαιτούν σημαντική επιχειρηματική εμπειρία.

Πλήθος παραγόντων ωθούν μία επιχειρηματική μονάδα να εγκατασταθεί σε μία άλλη χώρα και να διευρύνει την επιχειρηματική της δραστηριότητα, οι οποίοι συνοπτικά είναι οι ακόλουθοι:

1. **Πνευματική Ιδιοκτησία και Τεχνογνωσία:** Η διαθεσιμότητα διεθνών δικαιωμάτων ευρεσιτεχνίας, τεχνικής γνώσης και εμπορικών σημάτων μπορεί να δώσει στην επιχείρηση σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην νέα χώρα. Αυτά τα περιουσιακά στοιχεία μπορούν να προστατεύσουν την επένδυσή της και να την κάνουν πιο ελκυστική για επενδυτές.
2. **Εσωτερική Αγορά:** Η ενίσχυση της θέσης της επιχείρησης στην εσωτερική αγορά της χώρας προέλευσης μπορεί να διευκολύνει την επέκταση σε άλλες χώρες. Με την

αύξηση της κερδοφορίας στην αρχική αγορά, η επιχείρηση μπορεί να αντλήσει περισσότερους πόρους για να χρηματοδοτήσει την επέκτασή της σε νέες αγορές.

3. **Εμπειρία και Καλές Δεξιότητες:** Η ύπαρξη τεράστιας εμπειρίας, καλής οργάνωσης, καινοτόμας τεχνολογίας και διοικητικών δεξιοτήτων μπορεί να καταστήσει την επιχείρηση ανταγωνιστική στην φιλοξενούσα χώρα. Αυτά τα προσόντα μπορούν να βοηθήσουν την επιχείρηση να ανταποκριθεί στις τοπικές απαιτήσεις και να προσφέρει υψηλής ποιότητας προϊόντα ή υπηρεσίες.

Συνοψίζοντας, αυτοί οι παράγοντες μπορούν να αποτελέσουν σημαντικές κινητήριες δυνάμεις πίσω από την απόφαση μιας επιχείρησης να επενδύσει σε μια νέα χώρα και να διευρύνει την επιχειρηματική της δραστηριότητα. Ωστόσο, πρέπει να ληφθούν υπόψη και άλλοι παράγοντες, όπως οι νομικοί κανονισμοί, η οικονομική κατάσταση της χώρας υποδοχής και οι τοπικές αγορές, προτού ληφθεί η τελική απόφαση για την επένδυση.

1.4.1 Παράγοντες που επιδρούν στις αποφάσεις των ξένων επενδυτών

Οι αποφάσεις των ξένων επενδυτών σχετικά με τον τρόπο και τον τομέα επένδυσής τους επηρεάζονται από ποικίλους παράγοντες. Ορισμένοι από τους κύριους παράγοντες που επηρεάζουν αυτές τις αποφάσεις περιλαμβάνουν:

1. **Οικονομικά Δεδομένα:** Οι ξένοι επενδυτές εξετάζουν τις οικονομικές προοπτικές μιας χώρας ή ενός τομέα πριν αποφασίσουν να επενδύσουν. Σημαντικοί παράγοντες περιλαμβάνουν τον προβλεπόμενο ρυθμό ανάπτυξης, το κατά πόσο η οικονομία παραμένει σταθερή, τα επιτόκια, την πληθωρική πίεση και τη φορολογική πολιτική.
2. **Πολιτικό Κλίμα:** Το πολιτικό κλίμα και οι πολιτικές αποφάσεις μπορούν να επηρεάσουν σημαντικά τις επενδυτικές αποφάσεις. Σταθερότητα, αντιπολίτευση, διαφάνεια και ασφάλεια των επενδύσεων είναι σημαντικοί παράγοντες.

3. **Νομικό Πλαίσιο**: Οι επενδυτές εξετάζουν την νομική προστασία των δικαιωμάτων τους στη χώρα προορισμού. Σημαντικοί παράγοντες περιλαμβάνουν την επιβεβαίωση των ιδιοκτησιακών δικαιωμάτων, την προστασία από εξαπάτηση και τη διαδικασία επίλυσης διαφορών.
4. **Εργατικό Δυναμικό**: Η διαθεσιμότητα ειδικευμένου εργατικού δυναμικού σε μια περιοχή είναι σημαντική για ορισμένους τομείς, όπως η τεχνολογία και η παραγωγή.
5. **Υποδομές και Εκδοτικές Παροχές**: Οι επενδυτές εξετάζουν την ποιότητα των υποδομών, όπως μεταφορές, ενέργεια, και την πρόσβαση στην αγορά.
6. **Κοινωνικοί Παράγοντες**: Η κοινωνική σταθερότητα, η υγεία και η εκπαίδευση του πληθυσμού είναι σημαντικοί παράγοντες που επηρεάζουν τις επενδυτικές αποφάσεις.
7. **Προοπτικές Αγοράς**: Οι επενδυτές εξετάζουν τη μέγεθος και την εξέλιξη της αγοράς στη χώρα προορισμού, καθώς και τον ανταγωνισμό.
8. **Επιχειρηματική Στρατηγική**: Οι επενδυτές εξετάζουν τις δικές τους επιχειρηματικές στρατηγικές και προτεραιότητες, καθώς και τον τομέα και την περιοχή που ταιριάζουν στα σχέδιά τους.

Οι παραπάνω παράγοντες αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και διαμορφώνουν τις αποφάσεις των ξένων επενδυτών σχετικά με τις επενδύσεις τους σε μια δεδομένη χώρα ή τομέα.

1.5 Αναπτυξιακές Επιδράσεις των ΑΞΕ

Οι βασικοί φορείς προώθησης της διεθνούς παραγωγής αποτελούν πλέον οι πολυεθνικές επιχειρήσεις, η δράση των οποίων είναι ιδιαίτερα σημαντική, καθώς μεταφέρουν και οργανώνουν διαδικασίες παραγωγής στη βάση όλου του παγκόσμιου χώρου. Η ακολουθία των επιτυχημένων και κερδοφόρων δραστηριοτήτων των πολυεθνικών επιχειρήσεων βασίζεται κυρίως στη διάθεση ειδικών ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων τους, όπως η προσφορά δραστηριοποιημένων προϊόντων, η τεχνολογική καινοτομία, οι οικονομίες κλίμακας και η παρουσία κατάλληλα πεπειραμένων στελεχών.

Η αναγκαιότητα επένδυσης από τις εγχώριες εταιρείες όχι μόνο στο εσωτερικό μίας χώρας, αλλά και σε άλλες ξένες χώρες, επεξηγείται σύμφωνα με τρεις αλληλεπιδρώντες παράγοντες που χαρακτηρίζουν τις πολυεθνικές, οι οποίοι είναι:

- a) **Κεφάλαια και πόροι**: Οι εταιρείες που διαθέτουν αρκετά κεφάλαια και πόρους, συμπεριλαμβανομένης της πνευματικής ιδιοκτησίας, των δεξιοτήτων οργάνωσης και διαχείρισης, και των δικτύων αγοράς, μπορούν να εκμεταλλευτούν αυτούς τους πόρους επικερδώς σε μεγάλη κλίμακα. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη δυνατότητα επενδύσεων σε ξένες αγορές.
- b) **Κερδοφορία σε ξένες αγορές**: Σε πολλές περιπτώσεις, η χρησιμοποίηση των κεφαλαίων σε παραγωγικές διαδικασίες σε ξένες χώρες μπορεί να είναι πιο κερδοφόρα από την αποκλειστική εκμετάλλευσή τους στην εγχώρια αγορά ή την εξαγωγή προϊόντων στο εξωτερικό. Αυτό οφείλεται συνήθως στην πρόσβαση σε νέες αγορές, τον αυξημένο όγκο των πωλήσεων και τις δυνατότητες ανάπτυξης.
- c) **Πλεονεκτήματα της εσωτερικής εκμετάλλευσης**: Η εκμετάλλευση των κεφαλαίων μπορεί να προσφέρει πολύ μεγαλύτερα πλεονεκτήματα από την έγκριση και εκμετάλλευση αυτών από ξένες εταιρείες. Επιπλέον, το διαχειριστικό κόστος ενός μεγάλου και γεωγραφικά διασπαρμένου οργανισμού μπορεί να είναι υψηλό, και η εσωτερική εκμετάλλευση μπορεί να μειώσει αυτό το κόστος.

Επιπλέον, οι πολυεθνικές εταιρείες δεν επικεντρώνονται σε μία μόνο ξένη χώρα, αλλά δραστηριοποιούνται σε πολλές, καθώς αυτό αυξάνει την ανταγωνιστικότητά τους. Επιπλέον, οι άμεσες ξένες επενδύσεις (ΑΞΕ) αποτελούν σημαντικό μέσο προώθησης του διασυνοριακού εμπορίου, καθώς οι προμηθευτές των μητρικών επιχειρήσεων πρέπει να είναι παρόντες στην ξένη αγορά για να ενισχύσουν την ανταγωνιστικότητά τους. Συνολικά, αυτοί οι παράγοντες εξηγούν τη σημασία των εξωτερικών επενδύσεων για τις εταιρείες που επιθυμούν να διεθνοποιηθούν και να επεκτείνουν την παρουσία τους σε πολλές χώρες.

Ως επί το πλείστον, οι ΑΞΕ συσχετίζονται με μια σειρά πλεονεκτημάτων και αναπτυξιακών επιδράσεων τόσο για τις χώρες υποδοχής όσο και για την χώρα προέλευσης. Πιο συγκεκριμένα, οι ΑΞΕ συμβάλλουν στην περιφερειακή ανάπτυξη μέσω αύξησης του κεφαλαιουχικού αποθέματος, η οποία είναι εντονότερη στην περίπτωση που πραγματοποιείται νέα επένδυση ή επέκταση ενός ήδη υπάρχοντος

σχεδίου, ενώ λιγότερο έντονη όταν οι ΑΞΕ αποτελούν μέρος μιας χρηματοοικονομικής συναλλαγής για απόκτηση μεριδίου σε μία τοπική εταιρεία. Αν και το μεγαλύτερο ποσοστό των άμεσων ξένων επενδύσεων αφορά τη δεύτερη επενδυτική μορφή, οι ξένες επενδύσεις μπορούν να συντελέσουν σε αύξηση του κεφαλαιουχικού αποθέματος στην πρώτη περίπτωση, καθώς οι αποδέκτες των επενδύσεων δαπανούν τα επιπρόσθετα κεφάλαια που έλαβαν και στη δεύτερη περίπτωση, καθώς μακροπρόθεμα οι νέοι ιδιοκτήτες επενδύουν στην επιχείρηση που αγόρασαν (WTO, 1996).

Παρακάτω παρατίθενται επιγραμματικά μερικές από τις πιο θετικές καταλυτικές επιδράσεις των ΑΞΕ:

1. **Βελτίωση της παραγωγικής ικανότητας:** Όταν οι ΑΞΕ επενδύουν σε μια περιοχή, συνήθως συμβάλλουν στην ανάπτυξη υποδομών και την παροχή εκπαίδευσης και κατάρτισης για τον τοπικό εργατικό δυναμικό. Αυτό μπορεί να βελτιώσει τις δεξιότητες και την αποδοτικότητα των εργαζομένων, καθιστώντας τις επιχειρήσεις πιο αποδοτικές.
2. **Αύξηση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων:** Με την υποστήριξη των ΑΞΕ, οι τοπικές επιχειρήσεις μπορούν να βελτιώσουν την παραγωγικότητά τους και να αναπτυχθούν σε πιο ανταγωνιστικές επιχειρήσεις σε τοπικό και διεθνές επίπεδο.
3. **Αύξηση του ανταγωνισμού του οικονομικού περιβάλλοντος:** Η παρουσία των ΑΞΕ μπορεί να ενθαρρύνει τις τοπικές επιχειρήσεις να είναι πιο ανταγωνιστικές και να βελτιώσουν την ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών τους. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε μια ενίσχυση της τοπικής οικονομίας και της ανάπτυξης.

Οι ΑΞΕ, επομένως, μπορούν να έχουν σημαντικό αντίκτυπο στην ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα της περιοχής όπου επενδύουν. Αυτές οι επιπτώσεις μπορούν να είναι θετικές για την οικονομία και την κοινότητα της περιοχής.

1.6 Βασικοί τρόποι πραγματοποίησης ΑΞΕ

Οι βασικοί τρόποι πραγματοποίησης Άμεσης Ξένης Επένδυσης (ΑΞΕ) περιλαμβάνουν τις εξής διαδικασίες και μεθόδους:

1. **Ίδρυση θυγατρικής εταιρείας:** Σε αυτήν την περίπτωση, ένας ξένος επενδυτής δημιουργεί μια νέα εταιρεία στη χώρα στην οποία επιθυμεί να επενδύσει. Αυτή η εταιρεία μπορεί να λειτουργεί ως θυγατρική της εταιρείας στη χώρα καταγωγής του.
2. **Εξαγορά Υφιστάμενης Επιχείρησης:** Ο ξένος επενδυτής αγοράζει μια υφιστάμενη επιχείρηση στη χώρα προορισμού. Αυτό μπορεί να γίνει με την αγορά των μετοχών ή των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης.
3. **Συμμετογή σε Κοινοπραξία:** Ο ξένος επενδυτής συμμετέχει σε μια κοινοπραξία με τοπικούς εταίρους, όπου κάθε μέρος συνεισφέρει κεφάλαιο και επιχειρηματική εμπειρία.
4. **Επένδυση σε Υποκατάστημα:** Σε αυτήν την περίπτωση, ο ξένος επενδυτής δημιουργεί ένα υποκατάστημα της επιχείρησής του στη χώρα προορισμού. Το υποκατάστημα λειτουργεί ως ξεχωριστή νομική οντότητα, αλλά είναι συνδεδεμένο με τη μητρική εταιρεία.
5. **Επενδύσεις σε Συγκεκριμένα Έργα:** Ο ξένος επενδυτής επενδύει σε συγκεκριμένα έργα ή προγράμματα, όπως ανάπτυξη ακίνητης περιουσίας, ενέργεια, υποδομές, ή τουρισμό.
6. **Επενδύσεις σε Χρηματοοικονομικά Εργαλεία:** Ο ξένος επενδυτής μπορεί να επενδύσει σε χρηματοοικονομικά εργαλεία όπως μετοχές, ομόλογα, ή χρηματιστηριακά προϊόντα που σχετίζονται με την οικονομία της χώρας προορισμού.

Οι επιλογές που κάνει ένας ξένος επενδυτής εξαρτώνται από πολλούς παράγοντες, όπως οι οικονομικές συνθήκες, οι νομικοί κανονισμοί και οι στόχοι της επένδυσης. Επίσης, οι επενδύσεις αυτές μπορεί να είναι γραμμικές, όπου ο επενδυτής αποκτά μόνιμη και μακροπρόθεσμη παρουσία, ή μεταβαλλόμενες, όπου μπορεί να πραγματοποιήσει αγορές και πωλήσεις κεφαλαίων ανάλογα με τις συνθήκες της αγοράς.

1.7 Πλεονεκτήματα Τοποθεσίας-Ιδιοκτησίας-Εσωτερίκευσης (L.O.I)

Οι ΑΞΕ, ως ένας σημαντικός φορέας ανάπτυξης παγκοσμίως, αν και έχει αναλυθεί πολύ διεξοδικά τις τελευταίες δεκαετίες δεν έχει ένα θεωρητικό πλαίσιο που να οδηγεί στην πλήρη τεκμηρίωση του συγκεκριμένου φαινομένου. Κατόπιν των θεωριών του Παγκόσμιου Εμπορίου του Adam Smith (που αφορά το απόλυτο πλεονέκτημα), του David Ricardo (που αφορά το συγκριτικό πλεονέκτημα) και του Heckscher – Ohlin, οι μεγάλοι οικονομολόγοι της εποχής προσδιόρισαν το φαινόμενο των ΑΞΕ και της πολυεθνικής επιχείρησης στην παγκόσμια αγορά. Πιο συγκεκριμένα, ο John Dunning, ύστερα από τη συγκέντρωση και ανάλυση των σημαντικότερων θεωριών για τις ΑΞΕ, κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1960 διατύπωσε το εκλεκτικό υπόδειγμα (The eclectic paradigm) OLI. Στη βάση αυτού του υποδείγματος τα πλεονεκτήματα που είναι καθοριστικά για την διεθνοποίηση – παγκοσμιοποίηση των οικονομικών μονάδων είναι είναι τα παρακάτω:

1) Πλεονέκτημα τοποθεσίας (location): Η κατηγορία αυτή συμπεριλαμβάνει όλα τα πλεονεκτήματα της χώρας που υποδέχεται την επένδυση. Αυτά τα πλεονεκτήματα μπορεί να είναι τα ακόλουθα:

- Σταθερό και ευνοϊκό θεσμικό περιβάλλον: χαμηλή και σταθερή φορολογία, κυβερνητικές πολιτικές προσέλκυσης ξένων επενδύσεων, ευνοϊκό νομοθετικό πλαίσιο
- Φθηνές πρώτες ύλες και χαμηλό εργατικό κόστος.
- Ύπαρξη κατάλληλων υποδομών, εξειδικευμένου ανθρώπινου κεφαλαίου.
- Σημαντικό μέγεθος αγοράς και κατάλληλη γεωγραφική θέση.

2) Πλεονέκτημα ιδιοκτησίας (Ownership):

Η κατηγορία αυτή συμπεριλαμβάνει τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα μιας επιχείρησης, που της δίνουν υπεροχή απέναντι σε αντίπαλες επιχειρήσεις. Τέτοια πλεονεκτήματα μπορεί να είναι:

- Καλά οργανωμένη και εκσυγχρονισμένη οργάνωση και διοίκηση της εταιρείας.
- Ανεπτυγμένη τεχνολογία, τεχνογνωσία προϊόντων και άριστα ανεπτυγμένο τμήμα R&D.
- Ύπαρξη δικτύων marketing και ξεχωριστών δικτύων διανομής των αγαθών.

3) Πλεονέκτημα Εσωτερίκευσης (Internalization):

Σε αυτήν την κατηγορία περιλαμβάνονται επιχειρήσεις που θέλουν να αξιοποιήσουν

ενδοεταιρικά το ιδιοκτησιακό πλεονέκτημα. Πρακτικά πρόκειται για την αξιοποίηση της σχέσης μητρικής εταιρείας με την θυγατρική εταιρεία (Κυρκίλης ,2010).

Γενικότερα, οι αποφάσεις σχετικά με την ιδιοκτησία, την εσωτερίκευση και την τοποθεσία εξαρτώνται από πολλούς παράγοντες, όπως ο τύπος της επιχείρησης, η ενδεχόμενη διαθεσιμότητα κεφαλαίων, οι στόχοι, η αγορά και οι προσωπικές προτιμήσεις. Ο καλύτερος τρόπος για μία οικονομική μονάδα να αποφασίσει ποια επιλογή είναι η κατάλληλη και ευνοϊκότερη για εκείνη, είναι να αξιολογήσει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα κάθε επιλογής σε σχέση με τις δικές της ανάγκες και στόχους και ανάλογα να πορευτεί.

Στον παρακάτω πίνακα, αποτυπώνονται συνοπτικά τα κριτήρια επιλογής μεταξύ διαφόρων μορφών διεθνούς παραγωγής:

<u>Τύπος Διεθνούς Παραγωγής</u>	<u>Πλεονεκτήματα τύπου L</u>	<u>Πλεονεκτήματα τύπου O</u>	<u>Πλεονεκτήματα τύπου I</u>
ΑΞΕ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
Licensing	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΟΧΙ
Διεθνές Εμπόριο	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ

Πηγή: [Dunning\(1981\)](#)

1.8 Αρνητικές επιπτώσεις

Πολλές φορές, εξαιτίας του ότι μια πολυεθνική εταιρεία έχει σημαντική ισχύ στο κράτος το οποίο πραγματοποιεί την επένδυση, παρατηρούνται και κάποιες αρνητικές επιπτώσεις. Η ανάλυση παρακάτω περιγράφει πολλές από τις πιθανές αρνητικές επιπτώσεις που μπορούν να προκύψουν από τις επενδύσεις των πολυεθνικών εταιρειών (ΑΞΕ) σε μια χώρα υποδοχής. Αυτές οι αρνητικές επιπτώσεις περιλαμβάνουν οικονομικές, κοινωνικές, περιβαλλοντικές και πολιτιστικές διαστάσεις. Είναι σημαντικό να θυμάται κανείς ότι οι επενδύσεις των πολυεθνικών εταιρειών μπορούν

να έχουν τόσο θετικές όσο και αρνητικές επιπτώσεις, και η εκτίμηση του αντικειμένου πρέπει να λάβει υπόψη την ποικιλία των ποικίλων παραγόντων που εμπλέκονται.

Ορισμένα σημεία που αξίζει να επισημανθούν:

1. **Κατανομή κερδών:** Όντως, η μεταφορά κερδών από τις θυγατρικές εταιρείες στη μητρική εταιρεία μπορεί να έχει αρνητικές επιπτώσεις στην τοπική οικονομία. Αυτό μπορεί να μειώσει τα κέρδη που παραμένουν στη χώρα υποδοχής και τα φορολογικά έσοδα που εισπράττει η κυβέρνηση.
2. **Περιβαλλοντικές επιπτώσεις:** Η δραστηριότητα των πολυεθνικών εταιρειών μπορεί να έχει αρνητικές επιπτώσεις στο περιβάλλον λόγω της ρύπανσης και της εκμετάλλευσης φυσικών πόρων.
3. **Κοινωνικές και πολιτιστικές επιπτώσεις:** Οι πολυεθνικές εταιρείες μπορούν να επηρεάσουν την τοπική κουλτούρα και τις κοινωνικές δομές, καθώς προωθούν συχνά τον καταναλωτισμό και την παγκοσμιοποίηση.
4. **Ισχύ και ανταγωνισμός:** Η ισχύς των πολυεθνικών εταιρειών μπορεί να οδηγήσει στη στρέβλωση του ανταγωνισμού και στην απομάκρυνση των μικρών τοπικών επιχειρήσεων.

Για να αντιμετωπιστούν αυτά τα ζητήματα, οι χώρες υποδοχής πρέπει να θεσπίσουν αυστηρούς κανονισμούς και να διασφαλίσουν τη συμμόρφωση των πολυεθνικών εταιρειών με τις περιβαλλοντικές, κοινωνικές και φορολογικές προδιαγραφές. Επίσης, η διαφάνεια και ο έλεγχος των δραστηριοτήτων τους είναι σημαντικά για την προστασία των συμφερόντων της τοπικής κοινωνίας και του περιβάλλοντος.

Σαν γενικό συμπέρασμα οι περισσότερες αρνητικές επιπτώσεις μπορούν να επέλθουν για τη φιλοξενούσα χώρα κατά κύριο λόγο όταν οι πολυεθνικές εταιρείες αποκτούν μεγάλη οικονομική δύναμη και ισχύ. Αυτό με βάση την οικονομική επιστήμη, συμβαίνει όταν μια πολυεθνική εταιρεία επιτυγχάνει να δημιουργήσει συνθήκες μονοπωλίου και μειώνεται αισθητά ο εσωτερικός ανταγωνισμός στη χώρα υποδοχής της ΑΞΕ. Τότε, η πολυεθνική εταιρεία είναι σε θέση να επιβάλλει ευκολότερα στη χώρα υποδοχής τα οικονομικά της προγράμματα.

Κεφάλαιο 2^ο: Η ιστορία, η αποστολή και το όραμα της εταιρείας

«Πλαστικά Θράκης»

2.1 Ιστορία

Η ιστορία του Ομίλου Πλαστικά Θράκης ξεκινά το 1977, όταν η εταιρεία ιδρύεται από τον Σταύρο Χαλιορή. Από τότε και μέχρι σήμερα, ο όμιλος εξαγόρασε άλλες εταιρείες με στόχο τη διεθνοποίηση του οργανισμού, επένδυσε σε μία νέα γραμμή παραγωγής, εισήγαγε καινοτόμες οργανωτικές δομές και ισχυροποίησε την παρουσία του στον διεθνή επιχειρηματικό χώρο. Η εταιρεία Πλαστικά Θράκης Συσκευασίας ABEE ιδρύθηκε το 1997 με τη δημιουργία ενός νέου εργοστασίου του Ομίλου Πλαστικά Θράκης στα Ιωάννινα με αποκλειστική δραστηριότητα τις λύσεις συσκευασίας. Το 2002 ιδρύεται η εταιρεία Πλαστικά Θράκης Pack ABEE με την επωνυμία THRACE FOOD PACKAGING ABEE και έδρα στην βιομηχανική περιοχή του Νομού Ιωαννίνων. Το αντικείμενο εργασιών της εταιρείας είναι η παραγωγή και εμπορία στην Ελλάδα και το εξωτερικό εξειδικευμένων πλαστικών ειδών. Το 2006 η εταιρεία Πλαστικά Θράκης Pack ABEE ολοκληρώνει την απορρόφηση της εταιρείας Πλαστικά Θράκης Συσκευασίας ABEE. Στον παρακάτω πίνακα αποτυπώνονται τα σημεία- σταθμοί για την εταιρεία Πλαστικά Θράκης.

Πίνακας 2.1: Ιστορία της εταιρείας Πλαστικά Θράκης

Έτος	Σημαντικό γεγονός για την εταιρεία
1977	Ο Σταύρος Χαλιορής ιδρύει την εταιρεία Πλαστικά Θράκης ΑΕ στη Θράκη.
1980	Η εταιρεία Πλαστικά Θράκης λειτουργεί το πρώτο της εργοστάσιο, το οποίο παράγει υφαντά σακιά πολυπροπυλενίου, σχοινιά και σπάγκους για την ελληνική αγορά αλλά και για εξαγωγές.
1986	Η Εταιρεία εισέρχεται στην αγορά των τεχνικών υφασμάτων πολυπροπυλενίου με τη δημιουργία νέων εγκαταστάσεων στην Ξάνθη.
1992	Ένα τρίτο εργοστάσιο δημιουργείται στην Ξάνθη, με εξειδίκευση στην παραγωγή βιομηχανικών νημάτων και νημάτων ταπητουργίας.

1995	Εισαγωγή της Εταιρείας Πλαστικά Θράκης στο Χρηματιστήριο Αθηνών.
1997	Η Εταιρεία μπαίνει στην αγορά της άκαμπτης συσκευασίας με τη δημιουργία ενός νέου εργοστασίου στα Ιωάννινα.
1999	Με την εξαγορά της Don & Low Ltd (Σκωτία), η Εταιρεία Πλαστικά Θράκης εδραιώνει τη διεθνή παρουσία της και ξεκινά να δραστηριοποιείται στην κατηγορία των μη-υφαντών.
2000	Η Εταιρεία μπαίνει στην αγορά των FIBC/μεγασάκων μέσω της εξαγοράς της Thrace Polybulk (Νορβηγία).
2000 - 2006	Η Εταιρεία διευρύνει τη διεθνή παρουσία στη ΝΑ Ευρώπη μέσω της εξαγοράς της Thrace Iromax (Βουλγαρία) και της ίδρυσης των Thrace Greiner (50% κοινοπραξία στη Ρουμανία) και Thrace Plastics Pack Doo (Σερβία). Στις εγκαταστάσεις της Ξάνθης προστίθενται δύο νέες γραμμές παραγωγής των υφασμάτων spunbond και αντίστοιχα των μη-υφαντών βελονωτών.
2007	Ο Όμιλος Πλαστικά Θράκης επεκτείνει τις δραστηριότητές του στη Βόρεια Αμερική με την εξ ολοκλήρου εξαγορά της Thrace LINQ Inc. και της Lumite Inc. κατά 50%.
2009	Επένδυση σε μια νέα γραμμή παραγωγής μη-υφαντών βελονωτών υφασμάτων στη Βόρεια Αμερική (Thrace LINQ)
2010 - 2012	Επικέντρωση στον εκσυγχρονισμό των λειτουργιών και στη δημιουργία της οργανωτικής δομής που θα ενισχύσουν την ανάπτυξη του Ομίλου στα πλαίσια της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης. Οι εταιρείες του ομίλου επεκτείνουν το δίκτυο των πωλήσεών τους σε 80 χώρες για να εξασφαλιστεί η οικονομική ευημερία.
2012	Μια νέα εμπορική εταιρεία ιδρύεται στην Κίνα με στόχο τη διείσδυση στην ευρύτερη αγορά της Ασίας.
2013	Η Εταιρεία διευρύνει την επιχειρηματική της δραστηριότητα, ιδρύοντας την εταιρεία «Θερμοκήπια Θράκης Α.Ε.». Αντικείμενο δραστηριότητας της νέας εταιρείας είναι η δημιουργία θερμοκηπίων για την παραγωγή ντομάτας με την εφαρμογή της μεθόδου υδροπονικής καλλιέργειας και την αξιοποίηση και χρήση γεωθερμικής ενέργειας.

2014	Η Εταιρεία μπαίνει στην αγορά των προϊόντων στεγανοποίησης με τη χρήση γεωσυνθετικού αργιλικού φραγμού μέσω της ίδρυσης της εταιρείας “Thrace-Eurobent A.B.E.E.” στην Ξάνθη (51% κοινοπραξία).
2016	Η Εταιρεία επενδύει σε δύο νέες γραμμές παραγωγής βελονωτών μη-υφαντών και Sprunbond υφασμάτων στην Ελλάδα (Thrace NG). Την ίδια χρονιά ξεκινά η παραγωγή thermoforming στη Βουλγαρία (Thrace Iroma).
2017	Ξεκινά η παραγωγή injection στην Ιρλανδία (Thrace Synthetic).
2018	Η Εταιρεία επενδύει σε μια νέα γραμμή παραγωγής βελονωτών μη-υφαντών υφασμάτων στη Βόρεια Αμερική (Thrace LINQ). Ολοκληρώνεται με επιτυχία το σχέδιο επέκτασης των Θερμοκηπίων Θράκης κατά 45 στρέμματα, φτάνοντας συνολικά τα 185 στρέμματα.
2019	Εσωτερική αναδιοργάνωση των δραστηριοτήτων του Ομίλου με έμφαση στην ανάπτυξη νέων καινοτόμων και βιώσιμων προϊόντων και περιορισμό δραστηριοτήτων σε αγορές και προϊόντα με χαμηλό περιθώριο κέρδους.
2020	Λειτουργία νέων γραμμών παραγωγής βελονωτών μη υφαντών υφασμάτων, υφασμάτων meltblown και χειρουργικών μασκών σε Ελλάδα, Σκωτία και Ιρλανδία και παύση λειτουργίας της Thrace Linq Inc (ΗΠΑ).
2021	Λειτουργία φωτοβολταϊκών συστημάτων net metering.
2022	Λειτουργία νέας γραμμής ανακύκλωσης και λειτουργία νέας γραμμής παραγωγής τεχνητής ίνας για την κάλυψη των αναγκών των γραμμών βελονωτών μη υφαντών (τεχνολογία needlepunch).

Πηγή: <https://www.thracegroup.com/cy/el/history/>

2.2 Αποστολή και Όραμα της εταιρείας

Το όραμα αποτελεί μια πολύ σημαντική λέξη για μια συνεχώς αναπτυσσόμενη και καινοτόμα εταιρεία όπως η εταιρεία που εξετάζεται στην παρούσα διπλωματική εργασία. Το όραμα υποδηλώνει έναν εξιδανικευμένο στόχο στον οποίο επικεντρώνεται ολόκληρη η εταιρεία. Μάλιστα, πολλά και διάφορα στελέχη μεγάλων πολυεθνικών εταιρειών ισχυρίζονται ότι εκφράζει το κατάλληλο μέλλον για την κάθε εταιρεία, όπου εμπεριέχει τις φιλοδοξίες και τις προσδοκίες της εκάστοτε επιχείρησης. Το όραμα μιας επιχείρησης είναι αυτό που ουσιαστικά εκφράζει το λόγο ύπαρξής της. Είναι το πώς θα επιθυμούσε η διοίκηση της εκάστοτε εταιρείας να δει την εταιρεία μετά από πολλά χρόνια. Είναι προφανές ότι, ο κάθε οργανισμός πρέπει να έχει το δικό του όραμα προκειμένου να μπορεί να πορευθεί και φυσικά να επιβιώσει μέσα στο δύσκολο αυτό ανταγωνιστικό περιβάλλον, στο οποίο δραστηριοποιείται. Μερικά χαρακτηριστικά του οράματος της κάθε επιχείρησης πρέπει να είναι τα εξής (Grant, 2010):

- Απλό και περιεκτικό.
- Σύντομο.
- Χωρίς περιττές προεκτάσεις.
- Μοναδικό, συνεπές και σταθερό.

Συγκεκριμένα, η εταιρεία Πλαστικά Θράκης οραματίζεται να είναι ο πιο πολύτιμος συνεργάτης για τους πελάτες και τους προμηθευτές της και παράλληλα να αυξάνει συστηματικά τη μετοχική αξία, φροντίζοντας πάντα για την ευημερία όλων των ανθρώπων που εργάζονται και αποτελούν μέρος του ομίλου.

Η αποστολή ή σκοπός της επιχείρησης είναι μια λεπτομερής περιγραφή του τι ακριβώς κάνει η εκάστοτε επιχείρηση, ποιο είναι το target group της (δηλαδή σε ποιους απευθύνεται η επιχείρηση και ποια είναι η βασική της αγορά) κ.λ.π. Με τον όρο αποστολή περιγράφονται αναλυτικά όλες οι δραστηριότητες της κάθε εταιρείας σε ότι αφορά τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της, την τεχνολογία και τις αγορές όπου δραστηριοποιείται. Επικοινωνώντας με μεγάλα στελέχη της εταιρείας Πλαστικά Θράκης, η αποστολή της αποτυπώνεται στους παρακάτω βασικούς άξονες:

- Η τήρηση των θεμελιωδών αξιών του ομίλου: ακεραιότητα, αποτελεσματικότητα, καινοτομία, ευελιξία, άμεση ανταπόκριση, συνεργασία, ηγεσία.

- Η επένδυση στο ανθρώπινο δυναμικό, ενθαρρύνοντας τη δια βίου μάθηση, την ατομικότητα, την πρωτοβουλία και τα προσωπικά επιτεύγματα.
- Η καθιέρωση νέων επιχειρηματικών προτύπων μέσω της καινοτομίας και της πρωτοποριακής σκέψης, βοηθώντας τους πελάτες να διεκδικούν την ηγετική θέση στην αγορά τους.
- Η διάθεση όχι απλώς σκέτων προϊόντων αλλά ολοκληρωμένων και καινοτόμων λύσεων που προσαρμόζονται στις ανάγκες και τα ζητούμενα των πελατών.
- Η δραστηριοποίηση σε ένα τοπικό και ταυτοχρόνως παγκόσμιο επίπεδο, εξυπηρετώντας χιλιάδες εταιρείες σε όλο τον πλανήτη μέσω της στρατηγικής γεωγραφικής διασποράς.
- Η επιδίωξη της κερδοφορίας μέσω της οργανικής ανάπτυξης και των στρατηγικών εξαγορών.
- Η επίτευξη ανταγωνιστικών τιμών μέσω οικονομιών κλίμακας, καθετοποίησης και εσωτερικών συνεργειών.
- Ο σεβασμός στο περιβάλλον.
- Η προσαρμογή στις συνεχώς μεταβλητές συνθήκες της αγοράς και η τροποποίηση των πρακτικών, με σκοπό την επιτυχημένη ανταπόκριση στις παγκόσμιες τάσεις που διαμορφώνουν την επιχειρηματικότητα, την οικονομία και την κοινωνία του αύριο.

Κεφάλαιο 3^ο: Εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον της εταιρείας

«Πλαστικά Θράκης»

3.1 Εξωτερικό περιβάλλον

Το εξωτερικό περιβάλλον μιας εταιρείας αναφέρεται σε όλους τους παράγοντες και τις συνθήκες που υπάρχουν έξω από την εταιρεία και επηρεάζουν τη λειτουργία και την απόδοσή της. Οι παράγοντες αυτοί διαμορφώνουν το πλαίσιο στο οποίο λειτουργεί η εταιρεία και περιλαμβάνουν οικονομικά, πολιτικά, κοινωνικά, τεχνολογικά ερεθίσματα καθώς και ερεθίσματα από τους τελικούς καταναλωτές (πελάτες). Η ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντος της κάθε επιχείρησης που προβαίνουν οι manager της, προτού πάρουν κάποια σημαντική απόφαση που θα αφορά την επιχείρηση, δεν είναι καθόλου τυχαία. Ο απώτερος σκοπός της επιχείρησης που προβαίνει στην ανάλυση του εξωτερικού περιβάλλοντός της είναι η αναζήτηση πιθανών ευκαιριών που θα πρέπει να εκμεταλλευτεί καθώς και ο εντοπισμός των διαφόρων ενδεχόμενων απειλών που θα πρέπει να αποφύγει ή να αντιμετωπίσει. Με αυτόν τον τρόπο, στοχεύει να πετύχει την ομαλή λειτουργία της και την ανάπτυξή της τόσο σε βραχυπρόθεσμο ορίζοντα όσο και σε μακροπρόθεσμο.

Στην παρακάτω εικόνα παρατίθεται διαγραμματικά και συνοπτικά οι διάφοροι παράγοντες που επηρεάζουν το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης.

ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ



Πηγή: microconsulting.gr

Προκειμένου να γίνει κατανοητό το εξωτερικό περιβάλλον της εταιρείας που "Πλαστικά Θράκης", που πρόκειται να μελετηθεί, πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι η ανάλυση αυτή είναι ένα στιγμιότυπο της κατάστασης και μπορεί να εξελιχθεί με την πάροδο του χρόνου. Οι βασικοί παράγοντες που επηρεάζουν το εξωτερικό περιβάλλον της εταιρείας "Πλαστικά Θράκης" περιλαμβάνουν:

1. **Οικονομική Κατάσταση:** Η υγεία της ελληνικής οικονομίας είναι κρίσιμη για την εταιρεία. Παράγοντες όπως η ανάπτυξη του ΑΕΠ, ο πληθωρισμός, οι επιτόκιοι και η ανεργία επηρεάζουν την αγοραστική δύναμη των καταναλωτών και τη ζήτηση για προϊόντα πλαστικών.
2. **Νομοθεσία και Κανονιστικό Πλαίσιο:** Οι κανονιστικές αλλαγές, όπως οι περιβαλλοντικοί κανονισμοί, οι φορολογικοί νόμοι και οι εμπορικοί περιορισμοί, μπορεί να επηρεάσουν την λειτουργία της εταιρείας.
3. **Πολιτικό Περιβάλλον:** Οι πολιτικοί παράγοντες, όπως η σταθερότητα της πολιτικής σκηνής, οι εμπορικές σχέσεις με άλλες χώρες και οι εξωτερικές πολιτικές επιλογές, μπορούν να επηρεάσουν τη δραστηριότητα της εταιρείας.
4. **Κοινωνικές Τάσεις:** Οι αλλαγές στις κοινωνικές προτιμήσεις και αξίες, όπως η αντίληψη για την περιβαλλοντική βιωσιμότητα και η ανάγκη για ανακύκλωση, μπορούν να επηρεάσουν τη ζήτηση προϊόντων πλαστικών.

5. **Τεχνολογική Εξέλιξη:** Η ταχεία αλλαγή στην τεχνολογία μπορεί να δημιουργήσει ευκαιρίες για την εταιρεία, αλλά επίσης να αποτελέσει απειλή αν δεν προσαρμοστεί στις νέες τεχνολογίες.
6. **Ανταγωνισμός:** Ο ανταγωνισμός στην αγορά πλαστικών είναι έντονος. Η ανάλυση των ανταγωνιστών, των προϊόντων τους και των στρατηγικών τους είναι σημαντική για την εταιρεία.
7. **Κοινωνική Ευθύνη Επιχειρήσεων (CSR):** Η προσέγγιση της εταιρείας στον τομέα της κοινωνικής ευθύνης επιχειρήσεων μπορεί να επηρεάσει τη φήμη της και την ανταπόκριση των καταναλωτών.

Αυτοί οι παράγοντες αποτελούν μόνο μερικά παραδείγματα του εξωτερικού περιβάλλοντος που επηρεάζουν την εταιρεία "Πλαστικά Θράκης". Είναι σημαντικό για την εταιρεία να παρακολουθεί συνεχώς αυτούς τους παράγοντες και να προσαρμόζει τη στρατηγική της ανάλογα με τις τυχόν αλλαγές που μπορούν να συμβούν στο εξωτερικό περιβάλλον.

3.1.1 Μοντέλο των 5 Δυνάμεων του Porter

Ο Michael Porter διατύπωσε το "Μοντέλο 5 Δυνάμεων" ως ένα πλαίσιο ανάλυσης για τον βαθμό ανταγωνισμού σε μια βιομηχανία. Στόχος του μοντέλου είναι να βοηθήσει τις εταιρείες να κατανοήσουν τις δυνάμεις που επηρεάζουν τον βαθμό ανταγωνισμού στην αγορά τους, καθώς και να αναπτύξουν στρατηγικές για την αντιμετώπισή τους. Το μοντέλο των 5 Δυνάμεων του Porter διαμορφώνεται ως ακολούθως:

- Η απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων.
- Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών της επιχείρησης.
- Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών της επιχείρησης.
- Η απειλή από υποκατάστατα προϊόντα.
- Η ένταση του διαγωνισμού ανάμεσα στις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις στον κλάδο.

Ας εξετάσουμε το Μοντέλο 5 Δυνάμεων του Porter για την εταιρεία Πλαστικά Θράκης:

- **Απειλή εισόδου νέων επιχειρήσεων:**

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την είσοδο των νέων επιχειρήσεων σε ένα κλάδο ή μία αγορά μπορεί να είναι διαφόρων ειδών. Χαρακτηριστικοί παράγοντες μπορεί να αποτελούν οικονομίες κλίμακας, απαιτήσεις σε κεφάλαια, διαφοροποίηση προϊόντος κτλ. Η εταιρεία των Πλαστικών Θράκης ανήκει στον ευρύτερο κλάδο των πλαστικών. Το θεσμικό πλαίσιο κάτω από το οποίο δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις αυτού του κλάδου δεν παρουσιάζει υψηλά εμπόδια εισόδου για τις νεοεισερχόμενες εταιρείες. Παρόλα αυτά, είναι σχετικά δύσκολο να μπορέσουν να εισέλθουν εταιρείες στον κλάδο των πλαστικών στην σημερινή εποχή, καθώς το κόστος για την απόκτηση όλων των απαραίτητων παραγωγικών γραμμών, του εξοπλισμού και γενικότερα το κόστος των πρώτων υλών για την παραγωγή των προϊόντων έχει αυξηθεί σημαντικά. Τέλος, είναι σχετικά αδύνατο να μπορέσει να εισέλθει κάποια εταιρεία στον κλάδο, εξαιτίας του υψηλού επιπέδου του ανταγωνισμού που υπάρχει στον κλάδο. Επιπρόσθετα, ανασταλτικός παράγοντας εισόδου στον ευρύτερο κλάδο των πλαστικών αποτελεί η έλλειψη τεχνογνωσίας που πιθανόν να έχουν οι νεοεισερχόμενες εταιρείες στον κλάδο.

- **Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών της επιχείρησης:**

Οι παράγοντες που επηρεάζουν τη διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών των επιχειρήσεων μπορεί να είναι διαφόρων ειδών. Χαρακτηριστικοί παράγοντες μπορεί να αποτελούν ο αριθμός των προμηθευτών, το μέγεθος και η σημασία του αγοραστή, η δυνατότητα υποκατάστασης των προϊόντων των προμηθευτών κτλ.

Ειδικότερα για την εξεταζόμενη εταιρεία, ιδιαίτερα ισχυρή θεωρείται η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών πρώτης ύλης για τις διάφορες εταιρείες παραγωγής ποικίλων ειδών συσκευασίας. Όλες οι πρώτες ύλες που χρησιμοποιούνται για την παραγωγή των διαφόρων ειδών των πλαστικών, προέρχονται ως επί το πλείστον από το εξωτερικό, όπως επίσης αποτελούν παράγωγα πετρελαίου τα οποία συντελούν στην υψηλή διακύμανση του κόστους παραγωγής των παραγόμενων προϊόντων. Επιπλέον, η εταιρεία προχωρά στις διάφορες εισαγωγές προϊόντων, όπως για παράδειγμα προμηθεύεται διαφόρων ειδών χημικά από χώρες του εξωτερικού εξαιτίας της χαμηλότερης τιμής τους. Η διαπραγματευτική δύναμη των προμηθευτών της εξαρτάται από διάφορους παράγοντες, όπως ο τρόπος αποπληρωμής των προϊόντων, η ποσότητα των προϊόντων που θα εισάγει κτλ.

- **Η διαπραγματευτική δύναμη των αγοραστών της επιχείρησης:**

Τα προϊόντα των Πλαστικών Θράκης και γενικότερα όλα τα παραγόμενα προϊόντα του κλάδου των πλαστικών παράγονται και απευθύνονται τόσο για επιχειρήσεις εμπορικού χαρακτήρα όσο και βιομηχανικού χαρακτήρα, όπου από τις οποίες δημιουργείται η ζήτηση για όλα τα παραγόμενα προϊόντα. Οι μεγάλες επιχειρήσεις, ανεξάρτητα εμπορικού ή βιομηχανικού χαρακτήρα, έχουν ισχυρή διαπραγματευτική δύναμη έναντι των προμηθευτών. Το γεγονός αυτό ενισχύεται ολοένα και περισσότερο τόσο από τον αρκετά μεγάλο αριθμό των προϊόντων συσκευασίας πλαστικού καθώς και από το γεγονός ότι τα προϊόντα των διαφόρων προμηθευτών συσκευασίας πλαστικού παρουσιάζει σχετικά μικρό βαθμό διαφοροποίησης, πράγμα που οδηγεί τους πιθανούς αγοραστές σε διάφορες πηγές εναλλακτικού εφοδιασμού των πλαστικών προϊόντων που επιθυμούν να αγοράσουν (Μακρυγιάννης, 2016).

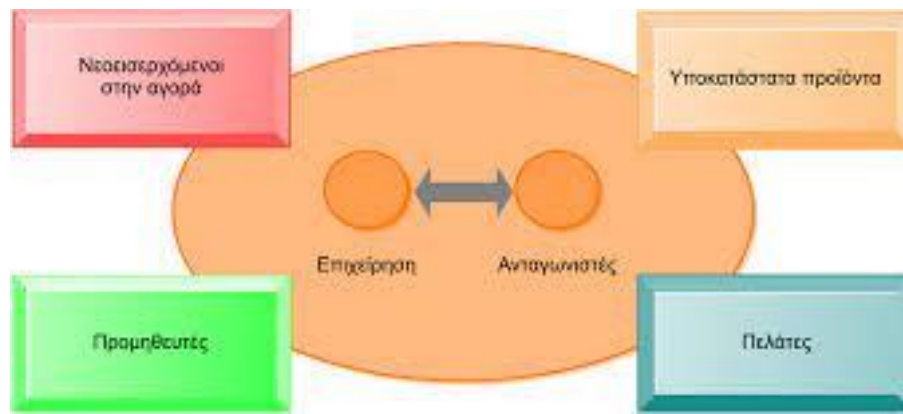
- **Απειλή από υποκατάστατα προϊόντα:**

Στην περίπτωση των Πλαστικών Θράκης, υποκατάστατα προϊόντα στον κλάδο της συσκευασίας μπορεί να θεωρηθούν τα διαφόρων ειδών προϊόντα συσκευασίας από χαρτί, γυαλί και μέταλλο, όπου το κάθε ένα διαθέτει διαφορετικά πλεονεκτήματα και ιδιότητες. Η απειλή από υποκατάστατα προϊόντα που μπορεί να αντιμετωπίσει η εξεταζόμενη εταιρεία είναι σχεδόν μηδαμινή.

- **Η ένταση του διαγωνισμού ανάμεσα στις ήδη υπάρχουσες επιχειρήσεις στον κλάδο:**

Ο κλάδος των πλαστικών ειδών, όπου ανήκει και η εταιρεία, χαρακτηρίζεται από πολύ υψηλά ποσοστά ανταγωνισμού. Ο ανταγωνισμός αυτός είναι εντονότερος σε προϊόντα καθημερινής χρήσης, όπως πλαστικές σακούλες, τσάντες, πλαστικά μπουκάλια, πλαστικά ποτήρια κτλ. Την τελευταία δεκαετία, εξαιτίας της νομοθεσίας για ελεύθερο εμπόριο χωρίς περιορισμούς από τρίτες χώρες, οι εισαγωγές προϊόντων από τις χώρες έχουν αυξηθεί, λόγω των χαμηλότερων τιμών των εισαγόμενων αγαθών. Με αυτόν τον τρόπο, τα προϊόντα αυτά διαθέτουν πολύ ανταγωνιστικές τιμές εξαιτίας του χαμηλού εργατικού κόστους που υπάρχει στις χώρες όπου τα παράγουν, πχ Βουλγαρία, Ρουμανία. Είναι γεγονός ότι το φαινόμενο αυτό προκαλεί μία πολύ σημαντική όξυνση του ανταγωνισμού όλων των εταιρειών του κλάδου των πλαστικών. Έτσι, η εταιρεία είναι αναγκασμένη να προβεί στη σημαντική συμπίεση του περιθωρίου κέρδους της με απώτερο σκοπό φυσικά την επιβίωση και την ευημερία της. Τελειώνοντας, ο ανταγωνισμός μεταξύ των εταιρειών του συγκεκριμένου κλάδου παρουσιάζει επιπλέον σημαντική έξαρση εξαιτίας της υπερβάλλουσας προσφοράς που εντοπίζεται σε συγκεκριμένους φορείς της αγοράς στους οποίους δραστηριοποιείται η εταιρεία Πλαστικά Θράκης, σε συνδυασμό με τη σημαντική μείωση της ζήτησης εξαιτίας της οικονομικής δυσχέρειας (Μακρυγιάννης, 2016).

Αναλύοντας αυτές τις πέντε δυνάμεις, γίνεται ευκολότερα κατανοητός ο βαθμός ανταγωνισμού και το περιβάλλον της εταιρείας Πλαστικά Θράκης. Αυτή η ανάλυση μπορεί να βοηθήσει την επιχείρηση να αναπτύξει στρατηγικές για τη διατήρηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και την αντιμετώπιση των προκλήσεων στην αγορά πλαστικών προϊόντων.



Πηγή: easymindconsulting

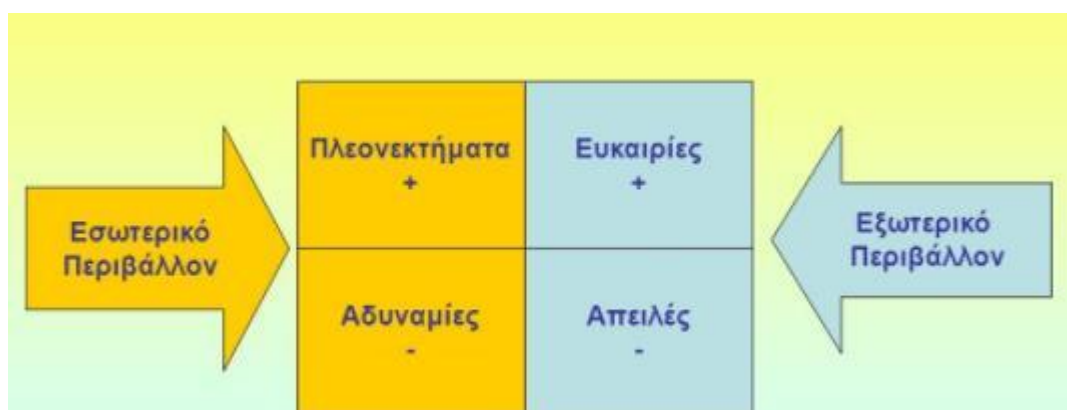
3.2 Εσωτερικό Περιβάλλον

Το εσωτερικό περιβάλλον επιτρέπει στην επιχείρηση να αξιολογήσει και φυσικά να συλλέξει πληροφορίες που αφορούν την ίδια την επιχείρηση και τις δραστηριότητές της κατά το πρόσφατο παρελθόν. Η ανάλυση του εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης πραγματοποιείται με απώτερο σκοπό τον εντοπισμό των δυνατών και αδύνατων σημείων της και στην συνέχεια στην κατάστρωση ενός σχεδίου δράσης προσπαθώντας να εκμεταλλευτεί στο μέγιστο βαθμό τις δυνατότητές της και να μετριάσει, ή ακόμα καλύτερα, να εξαλείψει και τις πιθανές αδυναμίες της (Αυλωνίτης, 2010).

Το εσωτερικό περιβάλλον της εταιρείας "Πλαστικά Θράκης" αναφέρεται στα χαρακτηριστικά, τις διαδικασίες, τους πόρους και τον πολιτισμό που επικρατούν εντός της εταιρείας. Παρακάτω παρατίθενται κάποιες γενικές πτυχές που μπορεί να αντικατοπτρίζουν το εσωτερικό περιβάλλον μιας τυπικής εταιρείας στον τομέα των πλαστικών, όπως είναι η εταιρεία που εξετάζεται στην παρούσα εργασία:

1. **Δομή και Διοίκηση:** Η δομή της εταιρείας περιλαμβάνει διάφορες μονάδες ή τμήματα, όπως παραγωγή, πωλήσεις, μάρκετινγκ, λογιστήριο, έρευνα και ανάπτυξη, κ.λπ. Οι αποφάσεις λαμβάνονται από την επικεφαλής διοίκηση, η οποία μπορεί να αποτελείται από τους ιδιοκτήτες ή τους ανώτερους στελέχη της εταιρείας.
2. **Προσωπικό:** Το προσωπικό αντιπροσωπεύει τον πιο σημαντικό πόρο μιας εταιρείας. Ανάλογα με τον τύπο και το μέγεθος της επιχείρησης, η σύνθεση του προσωπικού μπορεί να περιλαμβάνει παραγωγικούς εργάτες, τεχνικούς, διοικητικούς υπαλλήλους, στελέχη πωλήσεων, κ.λπ.
3. **Πολιτικές και Διαδικασίες:** Οι εταιρικές πολιτικές και διαδικασίες καθορίζουν τον τρόπο λειτουργίας της εταιρείας. Αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν πολιτικές ασφαλείας, διαδικασίες παραγωγής, πολιτικές πρόσληψης και απόλυσης, κανονισμούς εσωτερικής διαχείρισης, κ.λπ.
4. **Τεχνολογία και Εξοπλισμός:** Στον κλάδο των πλαστικών, η τεχνολογία και ο εξοπλισμός είναι κρίσιμοι παράγοντες για την παραγωγή και την ποιότητα των προϊόντων.
5. **Πολιτισμός και Αξίες:** Ο πολιτισμός της εταιρείας αντικατοπτρίζει τις αξίες, τις πεποιθήσεις και τη συμπεριφορά που επικρατούν μέσα στην εταιρεία. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει τη σημασία που δίνεται στην καινοτομία, την ποιότητα, την περιβαλλοντική βιωσιμότητα, κ.λπ.

Στην παρακάτω εικόνα, είναι εύκολα αντιληπτή η σύνδεση του εσωτερικού με το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης που αναλύθηκε προηγουμένως.



Πηγή: <http://player.slideplayer.gr>

3.3 Ανάλυση SWOT

Η ανάλυση SWOT είναι ένα πλαίσιο που χρησιμοποιείται για να αξιολογηθεί τόσο η εσωτερική όσο και η εξωτερική κατάσταση μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού. Τα αρχικά SWOT αντιπροσωπεύουν τέσσερα βασικά στοιχεία που εξηγούνται παρακάτω και πρέπει να αξιολογούνται κάθε φορά από μία επιχείρηση:

1. **Δυνατότητες (Strengths):** Αυτά είναι τα θετικά χαρακτηριστικά, τα πλεονεκτήματα και οι εσωτερικοί πόροι που έχει μια επιχείρηση ή ένας οργανισμός. Αυτά μπορούν να περιλαμβάνουν την εμπειρογνωμοσύνη του προσωπικού, την καλή φήμη, την τεχνολογική υπεροχή, την καλή διαχείριση και άλλους παράγοντες που μπορούν να βοηθήσουν τον οργανισμό να επιτύχει τους στόχους του.
2. **Αδυναμίες (Weaknesses):** Αυτά αντιπροσωπεύουν τα αρνητικά χαρακτηριστικά, τις αδυναμίες και τις περιορισμένες δυνατότητες της επιχείρησης ή του οργανισμού. Αυτές μπορεί να περιλαμβάνουν έλλειψη πόρων, ανεπαρκή διοίκηση, περιορισμένη ανταγωνιστικότητα και άλλα στοιχεία που μπορούν να αποτελέσουν εμπόδια.
3. **Ευκαιρίες (Opportunities):** Αυτές είναι εξωτερικοί παράγοντες που μπορούν να προσφέρουν ευκαιρίες για ανάπτυξη και επιτυχία. Μπορεί να περιλαμβάνουν αναπτυσσόμενες αγορές, αυξανόμενη ζήτηση για συγκεκριμένα προϊόντα ή υπηρεσίες, νέες τεχνολογίες και άλλες ευκαιρίες που μπορούν να εκμεταλλευτούν.
4. **Απειλές (Threats):** Αυτές αντιπροσωπεύουν εξωτερικούς παράγοντες που μπορούν να απειλήσουν την επιχείρηση ή τον οργανισμό. Μπορεί να περιλαμβάνουν ανταγωνισμό, αλλαγές στο νομοθετικό περιβάλλον, οικονομικές ύφεσης και άλλους παράγοντες που μπορούν να απειλήσουν την επιτυχία.

Κατά την ανάλυση SWOT, είναι σημαντικό να συλλεχθεί και να αξιολογηθεί πληροφωρία για κάθε ένα από αυτά τα στοιχεία. Αφού γίνει αυτή η αξιολόγηση, η εκάστοτε επιχείρηση μπορεί να αναπτύξει τις κατάλληλες στρατηγικές για την αξιοποίηση των δυνατοτήτων, την αντιμετώπιση των απειλών, την καταπολέμηση των αδυναμιών και την εκμετάλλευση των δυνατοτήτων προκειμένου να επιτύχει τους στόχους και την ανάπτυξη του οργανισμού.

Η κάθε εταιρεία ανάλογα με τον κλάδο τον οποίο αντιπροσωπεύει, διαμορφώνει τη δική της ανάλυση SWOT, η οποία εξαρτάται από πληθώρα παραγόντων. Ειδικότερα

για την εταιρεία «Πλαστικά Θράκης», οι σημαντικότερες ευκαιρίες, δυνάμεις, αδυναμίες και απειλές που αντιμετωπίζει διαμορφώνονται ως ακολούθως:

Δυνατότητες (Strengths):

1. Υψηλή ποιότητα προϊόντων: Η εταιρεία είναι γνωστή για την ποιότητα των πλαστικών προϊόντων της.
2. Ευρεία γκάμα προϊόντων: Προσφέρει ποικιλία προϊόντων από πλαστικά υλικά, καλύπτοντας διάφορες αγορές και ανάγκες.
3. Εμπειρία και ιστορία: Η εταιρεία έχει μακρά ιστορία και εμπειρία στον κλάδο των πλαστικών.
4. Το άρτια καταρτιζόμενο προσωπικό που διαθέτει η εξεταζόμενη εταιρεία αποτελεί αδιαμφισβήτητα ένα από τα δυνατά «χαρτιά» που κατέχει στον δύσκολο αυτό ανταγωνιστικό κλάδο των πλαστικών, στον οποίο ανήκει.

Αδυναμίες (Weaknesses):

1. Εξάρτηση από περιορισμένες αγορές: Εάν η εταιρεία εξακολουθεί να εξαρτάται από λίγες αγορές ή πελάτες, μπορεί να είναι ευάλωτη σε οικονομικές αναταράξεις.
2. Περιορισμένη παγκόσμια παρουσία: Εάν η εταιρεία δεν έχει διεθνή παρουσία, μπορεί να χάνει ευκαιρίες σε παγκόσμιες αγορές.

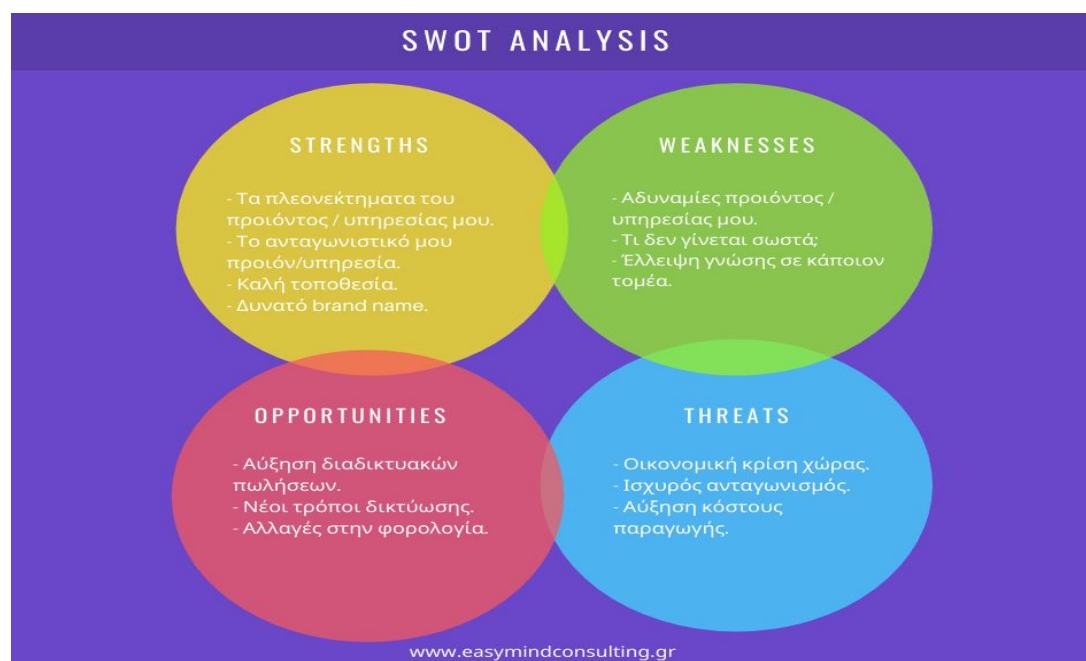
Ευκαιρίες (Opportunities):

1. Ανάπτυξη πράσινων προϊόντων: Η αυξανόμενη επικράτηση των πράσινων τεχνολογιών και των φιλικών προς το περιβάλλον προϊόντων δημιουργεί ευκαιρίες για την εταιρεία να αναπτύξει βιώσιμα προϊόντα.
2. Διεθνής επέκταση: Εάν η εταιρεία επεκτείνει την παρουσία της σε διεθνείς αγορές, μπορεί να αυξήσει τα έσοδά της και να διαφοροποιήσει τον κίνδυνο.
3. Ένα επιπλέον από τα δυνατά στοιχεία της εταιρείας «Πλαστικά Θράκης», είναι η σημαντική προσέγγιση νέων πελατών σε νέους κλάδους ταχύτατα αναπτυσσόμενου, όπως για παράδειγμα στον κλάδο της εστίασης. Εταιρείες στις οποίες παρέχει η εταιρεία των Πλαστικών Θράκης πλαστικές συσκευασίες είναι για παράδειγμα η Coffee Island, η Mikel και η Everest.

Απειλές (Threats):

1. Αυξανόμενος ανταγωνισμός: Ο κλάδος των πλαστικών μπορεί να είναι ανταγωνιστικός, με αυξημένο ανταγωνισμό από άλλες εταιρείες.
2. Οικονομικές αναταράξεις: Οι οικονομικές αναταράξεις, όπως οι υποχρεώσεις αυξημένων κόστων παραγωγής ή η μείωση της κατανάλωσης, μπορεί να απειλήσουν την αποδοτικότητα της εταιρείας.
3. Τα συχνά φαινόμενα επισφαλών πελατών, ως αποτέλεσμα της αστάθειας που διαπερνά η Ελλάδα εξαιτίας της οικονομικής κρίσης αποτελούν χωρίς αμφιβολία πολύ σημαντική απειλή για την εταιρεία «Πλαστικά Θράκης».

Αυτή η SWOT ανάλυση μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως αφετηρία για την ανάπτυξη στρατηγικών για την εταιρεία "Πλαστικά Θράκης". Ο στόχος είναι να εκμεταλλευτεί τις δυνατότητες και να αντιμετωπίσει τις απειλές, ενώ ταυτόχρονα να ενισχύσει τα στοιχεία των δυνατοτήτων της εταιρείας και να διορθώσει όσο το δυνατόν περισσότερο τις αδυναμίες της.



Πηγή: easymindconsulting

Κεφάλαιο 4º: Εταιρεία «Πλαστικά Θράκης»

4.1 Λίγα λόγια την εταιρεία



Πηγή: ered.gr

Ο Όμιλος Thrace Group φαίνεται να είναι μια εντυπωσιακή εταιρεία με εκτεταμένη παγκόσμια παρουσία στον τομέα των τεχνικών υφασμάτων και των λύσεων συσκευασίας. Παρακάτω παρουσιάζονται συνοπτικά τα κύρια χαρακτηριστικά και τα στοιχεία της εταιρείας:

1. **Παρουσία σε 9 χώρες:** Η παρουσία του Ομίλου Thrace Group σε 9 διάφορες χώρες, συμπεριλαμβανομένων ευρωπαϊκών και μη, αναδεικνύει τη διεθνή του δραστηριότητα.
2. **Κατανομή παραγωγής και πωλήσεων:** Το γεγονός ότι το 67% της παραγωγής και το 21% των πωλήσεων πραγματοποιούνται εντός της Ελλάδας υποδηλώνει τη σημαντική παρουσία της εταιρείας στην τοπική αγορά.

3. **Δίκτυο πωλήσεων:** Με πωλήσεις σε 80 χώρες και 1.800 πελάτες διεθνώς, ο Ομίλος Thrace Group έχει επιτύχει εντυπωσιακή διεθνή απόδοση και επικοινωνία.
4. **Οικονομικά στοιχεία:** Ο κύκλος εργασιών του Ομίλου το 2020 ανέρχεται σε 350 εκατομμύρια ευρώ, υπογραμμίζοντας την οικονομική επιτυχία της εταιρείας. Επίσης, οι κεφαλαιουχικές δαπάνες για το 2017 ανέρχονται περίπου σε 22 εκατομμύρια ευρώ, υποδεικνύοντας την επενδυτική δραστηριότητα της εταιρείας.
5. **Απασχόληση:** Η απασχόληση 2.202 εργαζομένων στην Ελλάδα αποδεικνύει τη σημαντική κοινωνική επίδραση του Ομίλου Thrace Group στην περιοχή της Θράκης και τον ρόλο της εταιρείας ως πηγής εργασίας.

Συνολικά, ο Όμιλος Thrace Group φαίνεται να έχει επιτύχει σημαντική ανάπτυξη και διεθνή αναγνώριση στον τομέα του, συνεισφέροντας ταυτόχρονα στην τοπική και παγκόσμια οικονομία και κοινωνία.

4.2 Δομή της εταιρείας

Η εταιρεία "Πλαστικά Θράκης Pack A.B.E.E." είναι μια εταιρεία που ιδρύθηκε το 1977 και έχει την έδρα της στο Δήμο Αβδήρων του νομού Ξάνθης. Οι μετοχές της εταιρείας έχουν εισαχθεί στο Χρηματιστήριο Αξιών από το 1995 και είναι εγγεγραμμένη στο Μητρώο Ανωνύμων Εταιρειών του Υπουργείου Ανάπτυξης. Η εταιρεία ασχολείται με την παραγωγή και εμπορία πλαστικών υλικών συσκευασίας και πλαστικών υλικών γενικότερα. Πιο συγκεκριμένα, σε επόμενη υποενότητα θα παρουσιαστούν αναλυτικά όλα τα προϊόντα τα οποία παράγει.

Τον Νοέμβριο του 2017, η εταιρεία αποσχίστηκε από τον κλάδο παραγωγής και εμπορίας προϊόντων βιομηχανικής συσκευασίας της εταιρείας "Πλαστικά Θράκης A.B.E.E." και άλλαξε την επωνυμία της σε "Πλαστικά Θράκης Συμμετοχών A.E.E."

Σήμερα, ο σκοπός της "Πλαστικά Θράκης Εταιρεία Συμμετοχών Α.Ε.Ε." περιλαμβάνει κυρίως:

α) Τη συμμετοχή στο κεφάλαιο και τη χρηματοδότηση των θυγατρικών εταιρειών του Ομίλου, είτε στην Ελλάδα είτε στο εξωτερικό.

β) Την παροχή λογιστικών και φοροτεχνικών εργασιών, την παροχή συμβουλών και υπηρεσιών σε επίπεδο διοικητικής και οργανωτικής υποστήριξης, marketing και πωλήσεων, καθώς και την κατάρτιση οικονομικών και επενδυτικών μελετών.

γ) Την εκμετάλλευση ακινήτων.

Οι παραπάνω δραστηριότητες εξασφαλίζουν την ομαλή και εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης και την εξέλιξη των θυγατρικών εταιρειών του Ομίλου σε όλα τα επίπεδα.

Η δομή της εταιρείας, βάσει των τελευταίων στοιχείων που δημοσιεύθηκαν από την ίδια την εταιρεία το Σεπτέμβριο του 2021, περιλαμβάνει διάφορα τμήματα και θέσεις, όπως:

1. **Διοίκηση/Διεύθυνση:** Περιλαμβάνει τη γενική διεύθυνση της εταιρείας και την υψηλότερη διοικητική θέση, όπως ο Διευθύνων Σύμβουλος (CEO) ή ο Πρόεδρος της εταιρείας.
2. **Τμήματα/Τμήματα Λειτουργιών:** Κάθε τμήμα μπορεί να είναι υπεύθυνο για συγκεκριμένες λειτουργίες της εταιρείας, όπως Παραγωγή, Πωλήσεις, Μάρκετινγκ, Οικονομικά, Ανθρώπινο Δυναμικό, κ.λπ.
3. **Τμήμα Παραγωγής:** Το τμήμα παραγωγής είναι υπεύθυνο για την κατασκευή των πλαστικών προϊόντων που παράγει η εταιρεία.
4. **Τμήμα Πωλήσεων και Μάρκετινγκ:** Είναι υπεύθυνο για την προώθηση και την πώληση των προϊόντων της εταιρείας.
5. **Οικονομικά και Λογιστικά:** Ασχολούνται με την οικονομική διαχείριση, τους λογαριασμούς, τον έλεγχο κόστους και την οικονομική αναφορά της εταιρείας.

6. **Ανθρώπινο Δυναμικό:** Είναι υπεύθυνο για θέματα σχετικά με τους εργαζομένους, συμπεριλαμβανομένης της πρόσληψης, εκπαίδευσης και διαχείρισης ανθρώπινου δυναμικού.

4.3 Θυγατρικές εταιρείες του Ομίλου

Στον Όμιλο των Πλαστικών Θράκης συμπεριλαμβάνονται μια σειρά από εταιρείες οι οποίες είτε είναι αποκλειστικής ιδιοκτησίας του Ομίλου είτε ο Όμιλος κατέχει ένα σημαντικό ποσοστό αυτών των εταιρειών. Έτσι, λοιπόν, στον Όμιλο ή στην μητρική εταιρεία, βάση στοιχείων της ιστοσελίδας της εταιρείας, υπάρχουν στο σύνολο ή εν μέρη οι παρακάτω εταιρείες:

- Don & Low Ltd Σκωτίας
- Lumite Inc.
- Thrace Eurobent ABEE
- Thrace Greiner Packaging SRL
- Thrace Ipoma
- Thrace Nonwovens & Geosynthetics ABEE
- Thrace Plastics Packaging DOO
- Thrace Polybulk AB
- Thrace Polybulk AS
- Thrace Polyfilms ABEE
- Thrace Synthetic Packaging Ltd
- Θερμοκήπια Θράκης
- Πλαστικά Θράκης Pack ABEE
- Πλαστικά Θράκης Εταιρεία Συμμετοχών Α.Ε.Ε.

4.4 Παραγόμενα προϊόντα της εταιρείας

Ο όμιλος της Thrace Group παράγει μια μεγάλη γκάμα προϊόντων και ομαδοποιείται σε 2 κατηγορίες:

- i)Τεχνικά Υφάσματα
- ii)Λύσεις Συσκευασίας

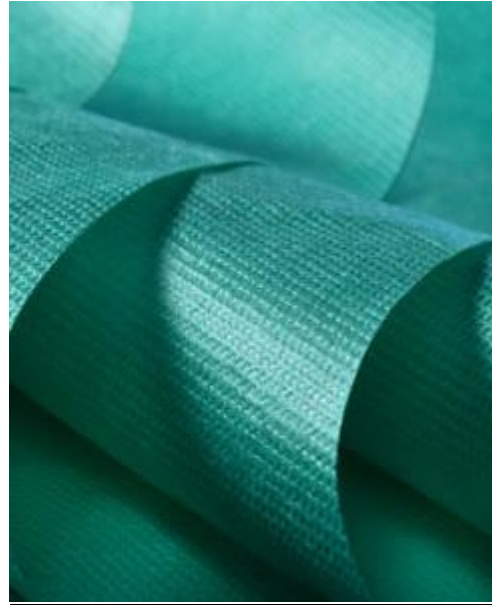
i)**Τεχνικά Υφάσματα**: Η συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων λειτουργεί υποστηρικτικά για παραπάνω από 20 διαφορετικές βιομηχανίες συμβάλλοντας στην ταχύτερη, ασφαλέστερη, αποτελεσματικότερη και πιο βιώσιμη άσκηση της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας. Πολύ συνοπτικά τα προϊόντα που περιλαμβάνονται σε αυτήν την κατηγορία είναι τα κάτωθι:

- Γεωσυνθετικά
- Κατασκευές
- Γεωργία / Φυτοκομία / Υδατοκαλλιέργεια
- Έργα Πρασίνου Κήπου
- Σπορ & Αναψυχή
- Νοσοκομειακά / Προϊόντα Υγιεινής
- Βιομηχανία Φίλτρων
- Επιπλοποιία & Στρωματοποιία
- Βιομηχανία Αυτοκινήτων
- Υφάσματα Συσκευασίας
- Καινοτόμα υφάσματα
- Ταπητουργία
- Υφάσματα Βιομηχανικής Χρήσης
- ARNO Ιμάντες / Σχοινιά
- Νήματα / Ίνες Βιομηχανικής Χρήσης

Παρακάτω παρατίθενται ενδεικτικά παραδείγματα και φωτογραφικό υλικό από τα παραγόμενα προϊόντα της εταιρείας Πλαστικά Θράκης, αναφερόμενα πάντα στις παραπάνω κατηγορίες:



Εσωτερική επένδυση δαπέδων



Υφασμα για φόρμες μίας χρήσης



Έργα Πράσινου Κήπου



Γεωσυνθετικά

- **ii) Λύσεις Συσκευασίας:** Επενδύοντας στον τομέα της Έρευνας και Ανάπτυξης και κάνοντας σημαντικά βήματα προς την κυκλική οικονομία, η εταιρεία Πλαστικά Θράκης παρέχει λύσεις που μεγιστοποιούν την χρηστικότητα έχοντας μηδενικό περιβαλλοντικό αποτύπωμα στους τομείς της συσκευασίας τροφίμων, των καταναλωτικών προϊόντων και στον κλάδο των βιομηχανικών συσκευασιών. Τα πιο ευρέως γνωστά προϊόντα λύσεων συσκευασίας είναι τα εξής:

- Μεγασάκοι / Συστήματα Πλήρωσης
- Σάκοι / Φιλμ FFS
- Φιλμ Συσκευασίας / Παλετοποίησης
- Liners Κοντέινερ / Προστασία φορτίων
- Υφάσματα Συσκευασίας
- Δοχεία / Περιέκτες / Κάδοι Injection
- Κύπελλα / Ποτήρια Thermoforming
- Πλαστικά Κιβώτια
- Ασκοί
- Σακούλες Απορριμμάτων
- Σχοινιά & Σπάγγοι

Παρακάτω, επίσης, απεικονίζονται κάποια παραδείγματα:



Σακούλες απορριμμάτων



Προστασία φορτίων



Σχοινιά/Σπάγγοι



Πλαστικά ποτήρια

4.5 Οικονομικά Στοιχεία της εταιρείας Πλαστικά Θράκης

Σύμφωνα με την πιο πρόσφατη ετήσια οικονομική έκθεση περιόδου από 1^η Ιανουαρίου 2022 έως και 31 Δεκεμβρίου 2022, οι επιδόσεις της εταιρείας κατά το 2022 αποτυπώνονται ως εξής. Σε αυτό το έντονα δυσχερές περιβάλλον και παρά τις αρνητικές συγκυρίες που διαμορφώθηκαν στην παγκόσμια ζήτηση και προσφορά, η επιχειρηματική διαστηριότητα και λειτουργία της εταιρείας δεν έχει επηρεαστεί σημαντικά και εξακολουθεί να αντιμετωπίζει επιτυχώς τις ενδεχόμενες υφιστάμενες προκλήσεις. Πιο συγκεκριμένα, το επίπεδο ζήτησης, του πρώτο μισό του έτους 2022 κυμάνθηκε σε ικανοποιητικά επίπεδα και η εταιρεία κατάφερε να διαχειριστεί αποτελεσματικά τα αυξημένα και να διατηρήσει την κερδοφορία σε υψηλά επίπεδα. Παρόλα αυτά, οι μήνες Οκτώβριος, Νοέμβριος και Δεκέμβριος 2022, ήταν ιδιαίτερα δυσχερείς, ίσως από τις πιο δύσκολες καταστάσεις που έχει αντιμετωπίσει η εταιρεία όλα αυτά τα χρόνια, καθώς ο συνδυασμός των παραμέτρων που αναλύθηκαν παραπάνω, είχαν ως αποτέλεσμα την επιβράδυνση της ζήτησης τους τελευταίους μήνες του έτους. Ως εκ τούτου, το προαναφερθέν διάστημα παρατηρήθηκε:

- Μειωμένη ζήτηση για προϊόντα που απευθύνονται στον τομέα της συσκευασίας τροφίμων.
- Σταθερή ζήτηση για προϊόντα που απευθύνονται στον τομέα της χημικής βιομηχανίας και των χρωμάτων.
- Σχεδόν μηδενική ζήτηση για προϊόντα που σχετίζονται με την πανδημία COVID-19.
- Πτώση του κόστους των πρώτων υλών.
- Έντονες πιέσεις για μείωση των τιμών πώλησης, σε όλες τις προϊοντικές κατηγορίες.
- Προσπάθεια μείωσης των αποθεμάτων από τους πελάτες της εταιρείας, λόγω της πτώσης των τιμών των πρώτων υλών και της μεγάλης αβεβαιότητας για την πορεία των οικονομιών της Ευρώπης.
- Σημαντικά αυξημένο κόστος ενέργειας, με αξιοσημείωτες διακυμάνσεις από μήνα σε μήνα.
- Σταθερά αυξημένο μεταφορικό κόστος με μικρή αποκλιμάκωση σε συγκεκριμένες διαδρομές.
- Σημαντικά αυξημένο κόστος β' υλών και υλικών συσκευασίας.

- Σταδιακά αυξανόμενα επιτόκια δανεισμού.

Σε χρηματοοικονομικούς όρους, η εταιρεία κατάφερε να αυξήσει τον κύκλο εργασιών, καταφέροντας να εκμεταλλευτεί την παραγωγική του δυναμικότητα, το διαρκώς αναπτυσσόμενο δίκτυο πελατών του και τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που προέκυψαν, με αποτέλεσμα οι πωλήσεις για το 2022 να ανέλθουν σε 78.439.000 εκατομμύρια ευρώ, αυξημένες κατά 10% σε σύγκριση με το 2020 και λόγω αύξησης των τιμών πώλησης, τα Κέρδη Προ Φόρων ανήλθαν σε 6.054.000 εκατομμύρια ευρώ, αυξημένα κατά 1,1% σε σύγκριση με το 2021.

Ως προς τα επίπεδα ρευστότητας της εταιρείας, δεν υπήρξε οποιαδήποτε αρνητική επίδραση λόγω των δυσχερών συνθηκών που επικράτησαν, ωστόσο λόγω της υλοποίησης του επενδυτικού πλάνου, το οποίο ξεπέρασε τα 9.500.000 εκατομμύρια ευρώ, αυξήθηκε ο καθαρός δανεισμός κατά 7 εκατομμύρια ευρώ.

Τελειώνοντας, η εταιρεία Πλαστικά Θράκης, διατήρησε υψηλά επίπεδα αποθεμάτων στις βασικές πρώτες ύλες, παρά την αυξημένη τιμή αγοράς, διασφαλίζοντας με αυτόν τον τρόπο την απρόσκοπτη παραγωγική της λειτουργία, σε επίπεδο εφοδιαστικής αλυσίδας, ώστε να είναι σε θέση να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις της απέναντι στο ευρύ πελατολόγιό της (<https://www.thracegroup.com/gr/el/companies/thrace-pack-greece/>).

4.6 Ανάλυση Επιχειρησιακής Στρατηγικής της εταιρείας

Η εταιρεία «Πλαστικά Θράκης» είναι μία από τις μεγαλύτερες, αν όχι η μεγαλύτερη, εταιρείες στον κλάδο των πλαστικών τόσο στην Ελλάδα όσο και στην ευρύτερη περιοχή των Βαλκανίων. Η εταιρεία κατέχει ένα τεράστιο μερίδιο αγοράς, διαθέτει μία πολύ ισχυρή βάση για περαιτέρω ανάπτυξη στον κλάδο των πλαστικών, παρόλο τον ανταγωνισμό που επικρατεί, σε συνδυασμό πάντα με την οικονομική κρίση που αντιμετωπίζει η χώρα και οδεύει στο να της αποδοθεί ο όρος «κολοσσός» στον κλάδο που διαστηριοποιείται. Αυτό καθιστά την εταιρεία να εφαρμόζει στρατηγική ανάπτυξης και στρατηγική οριζόντιας ολοκλήρωσης.

Η στρατηγική της οριζόντιας ολοκλήρωσης της εταιρείας «Πλαστικά Θράκης», πραγματοποιήθηκε διαμέσου της απορρόφησης- εξαγοράς αρκετών μικρότερων εταιρειών από το έτος 2006 έως το 2012. Ο απώτερος σκοπός της εταιρείας δεν είναι άλλος από την απόκτηση σημαντικού μεριδίου της αγοράς, καθιστώντας την ακόμα μεγαλύτερη σε μέγεθος και μακράν ισχυρότερη.

Μεταξύ άλλων, η επιχείρηση ακολουθεί και την γνωστή στρατηγική διείσδυσης στην αγορά. Η φιλοσοφία των διοικητικών στελεχών της εταιρείας είναι να διεισδύουν στην αγορά, διότι πιστεύουν και εκτιμούν ότι η αγορά δεν έχει υψηλά επίπεδα κορεσμού. Επιπρόσθετα, η εταιρεία εφαρμόζει και στρατηγικές ανάπτυξης προϊόντων, την οποία πετυχαίνει με τη βοήθεια της προηγμένης και τεχνολογικής καινοτομίας την οποία διαθέτει στις παραγωγικές μονάδες της Ξάνθης και των Ιωαννίνων.

Έπειτα, η εταιρεία, σχετικά με τις στρατηγικές των συμμαχιών, συνάπτει συμφωνίες με νεοϊδρυθείσες αλυσίδες εταιρειών εστίασης (π.χ Mikel όπως αναφέρθηκε παραπάνω). Είναι εύληπτο ότι, η συγκεκριμένη στρατηγική που ακολουθεί και εφαρμόζει η εταιρεία είναι πολύ στοχευμένη, διότι οι εταιρείες εστίασης τα τελευταία χρόνια παρουσιάζουν ανοδική πορεία ανάπτυξης.

Τελειώνοντας, η επιχείρηση, προκειμένου να μπορέσει να αναπτυχθεί και να φυσικά να επιβιώσει από τον ανταγωνισμό και όλες τις επικείμενες απειλές τις οποίες δέχεται, θέτει σαν βραχυπρόθεσμο στόχο της την στρατηγική της κάθετης ολοκλήρωσης προς τα εμπρός. Σε αυτό το πλαίσιο, η εταιρεία οραματίζεται την διαδικασία των πωλήσεων της είτε ηλεκτρονικά (e-shop), είτε μέσω τηλεφωνικών

πωλήσεων, γύρω από τις οποίες θα βρίσκεται ένα οργανωμένο τηλεφωνικό κέντρο απαρτιζόμενο από το πλέον άρτια εκπαιδευμένο προσωπικό.

4.7 Ανάλυση επιχειρηματικής στρατηγικής της εταιρείας

Η δημιουργία μιας επιχειρηματικής στρατηγικής για μια εταιρεία απαιτεί μια προσεκτική ανάλυση του περιβάλλοντος, των ανταγωνιστών και των δυνητικών ευκαιριών και απειλών. Παρακάτω παρατίθενται επιγραμματικά μερικά βήματα που μπορεί να ακολουθήσει η εταιρεία «Πλαστικά Θράκης» για να αναπτύξει την επιχειρηματική της στρατηγική:

1. **Ανάλυση SWOT:** Ξεκινώντας με μια ανάλυση SWOT (Δυνατότητες, Αδυναμίες, Ευκαιρίες, Απειλές), θα είναι πιο εύκολο στα στελέχη της εταιρείας να κατανοήσουν την τρέχουσα κατάσταση της εταιρείας. Αυτό θα βοηθήσει στο να αναγνωριστούν τα σημεία δύναμης και αδυναμίας της επιχείρησης, καθώς και οι ευκαιρίες και απειλές που αντιμετωπίζει στον ευρύτερο τομέα των πλαστικών.
2. **Ορισμός στόχων:** Αξιοσημείωτο κομμάτι θεωρείται το να θέσει η εταιρεία σαφείς και προσιτούς στόχους, ώστε να γνωρίζει πού θα ήθελε να ανήκει σε ένα, δύο, τρία ή πέντε χρόνια από τώρα.
3. **Καθορισμός στρατηγικής κατεύθυνσης:** Βάσει των αναλύσεων SWOT και των στόχων της εταιρείας, τα στελέχη καλούνται να αποφασίσουν ποια θα είναι η γενική στρατηγική κατεύθυνση της εταιρείας. Πρέπει να αποφασιστεί εάν θα επικεντρωθεί στην ανάπτυξη νέων προϊόντων, στη μείωση του κόστους παραγωγής, στη διεύρυνση της αγοράς, ή σε συνδυασμό άλλων στρατηγικών.
4. **Ανάπτυξη προϊόντων και υπηρεσιών:** Η εταιρεία θα πρέπει να εξετάσει και να αξιολογήσει το προϊόν ή τις υπηρεσίες τις και να σκεφτεί το πώς μπορεί να τα βελτιώσει ή να αναπτύξει νέα προϊόντα που να ανταποκρίνονται στις ανάγκες της αγοράς.
5. **Ανάπτυξη αγοράς:** Η εταιρεία καλείται να εξετάσει τη δυνατότητα επέκτασης σε νέες αγορές, τόσο εντός όσο και εκτός της Θράκης. Αυτό μπορεί να συμπεριλαμβάνει εξαγωγές σε διεθνές επίπεδο.

6. **Αειφορία:** Στην εποχή μας, η αειφορία είναι σημαντική. Η εταιρεία πρέπει να αξιολογήσει και να εφαρμόσει μία στρατηγική κατά την οποία θα μειώνεται το περιβαλλοντικό αποτύπωμα και να προωθείται η αειφορία γενικότερα.
7. **Διαχείριση ρίσκων:** Η αναγνώριση των πιθανών απειλών για την εταιρεία και η ανάπτυξη σχεδίων διαχείρισης ρίσκων για την αντιμετώπιση αυτών των απειλών, αποτελεί ακόμα ένα αναπόσπαστο κομμάτι επιχειρηματικής στρατηγικής.
8. **Παρακολούθηση και αξιολόγηση:** Ο καθορισμός συστημάτων παρακολούθησης και αξιολόγησης για τον έλεγχο της προόδου της εταιρείας προς την επίτευξη των στόχων της και η προσαρμογή της κατάλληλης στρατηγικής που απαιτείται κάθε φορά είναι ακόμη μία έξυπνη επιχειρηματική στρατηγική που εφαρμόζει η εταιρεία «Πλαστικά Θράκης».

Η επιχειρηματική στρατηγική είναι μία συνεχής διαδικασία και είναι σημαντικό η κάθε εταιρεία να προσαρμόζει τη στρατηγική της στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς και του περιβάλλοντος.

Κεφάλαιο 5^ο: Η ίδρυση της θυγατρικής της εταιρείας στη Ρουμανία

5.1 Λίγα λόγια για την εταιρεία

Η Thrace Greiner Packaging SRL έγινε μέλος του Ομίλου Πλαστικά Θράκης το 2002, ως κοινοπραξία μεταξύ των εταιρειών Greiner Packaging SRL της Ρουμανίας και Πλαστικά Θράκης Συσκευασίας ABEE της Ελλάδας.



Πηγή: plastEurope.com

Η Thrace Greiner Packaging SRL ειδικεύεται στην κατασκευή πλαστικών συσκευασιών για διάφορες βιομηχανίες, όπως η τροφική, η καλλυντική, η φαρμακευτική και άλλες. Η εταιρεία παρέχει προϊόντα και λύσεις συσκευασίας υψηλής ποιότητας και συνεργάζεται με πελάτες σε διεθνές επίπεδο. Εξειδικεύεται σε συσκευασίες injection με βάση το πολυπροπυλένιο, οι οποίες έχουν βιομηχανική και οικιακή χρήση. Είναι ένας από τους βασικούς προμηθευτές της ρουμανικής αγοράς αλλά και των γειτονικών χωρών.

Τα προϊόντα τα οποία παράγει η ρουμάνικη εταιρεία είναι πολλών ειδών όπως κάδοι και καπάκια κωνικού και οβάλ σχήματος, χωρητικότητας μεταξύ 1 και 18 λίτρων, με τελείωμα IML, περιέκτες οβάλ ή ορθογώνιου σχήματος, με τελείωμα IML και χωρητικότητα από 0,85 ως 1,2 λίτρα, καθώς και μία πλήρη σειρά κωνικών κάδων με χωρητικότητα από 1 ως 18 λίτρα και δυνατότητα για εκτύπωση offset.

5.2 Δομή της εταιρείας

Η Thrace Greiner Packaging εξειδικεύεται στην παραγωγή άκαμπτων, πλαστικών συσκευασιών – με επιτυχία για περισσότερα από 60 χρόνια. Οι πελάτες της βρίσκονται ολόγυρα σε όλο τον κόσμο. Με περισσότερες από 30 τοποθεσίες σε 19 χώρες παγκοσμίως, η εταιρεία πέτυχε να εδρεύει πάντα ακριβώς εκεί που την χρειάζονται οι πελάτες της.

Η συσκευασία της προστατεύει μια μεγάλη ποικιλία προϊόντων. Από γιαούρτι μέχρι σαλάτες και απορρυπαντικά – οι πελάτες πολλών αγορών εμπιστεύονται τις συσκευασίες της Greiner Packaging. Αυτή η ποικιλομορφία απαιτεί τεχνολογικό εύρος. Χάρη στο ευρύ φάσμα τεχνολογιών παραγωγής και διακόσμησης, μπορεί να παρέχει στους πελάτες της εκτενείς συμβουλές και υπηρεσίες. Με αυτόν τον τρόπο, διασφαλίζεται ότι καταφέρνει και επιδιώκει τους φιλόδοξους στόχους της όσον αφορά τη βιωσιμότητα της εταιρείας.

Το 2022, μάλιστα, έπειτα από ανακοίνωση της ίδιας της εταιρείας, έχει υπογραμμιστεί η δέσμευσή της να χρησιμοποιεί ως επί το πλείστον ανακυκλωμένο υλικό στις συσκευασίες της, εξαγοράζοντας μια εταιρεία ανακύκλωσης PET – Greiner Recycling d.o.o.

Επιπλέον, είναι αυτονόητο ότι τα προϊόντα της είναι και οπτικά ελκυστικά, χάρη στο οργανωμένο και κατάλληλα εκπαιδευμένο τμήμα σχεδιασμού DesPro που διαθέτει η εταιρεία.

Η Greiner Packaging αποτελείται από δύο επιχειρηματικές μονάδες: Packaging και Assistec. Η Επιχειρηματική Μονάδα Συσκευασίας παράγει συσκευασίες. Η επιχειρηματική μονάδα Assistec παράγει τεχνικά μέρη και ολόκληρα συγκροτήματα από πλαστικό. Είναι πάντα συντριπτικό και εντυπωσιακό να βλέπει κανείς πόσα προϊόντα Greiner Packaging έχει κάθε καταναλωτής στο σπίτι του. Αν και μπορεί να μην είναι όλα από την ίδια την εταιρεία, μπορεί να είναι από ένα άλλο τμήμα Greiner.

5.3 Το όραμα και η αποστολή της εταιρείας Thrace Greiner

Packaging

Το όραμα της εταιρείας Greiner Packaging είναι η σχεδίαση και η διαμόρφωση βιώσιμων λύσεων πλαστικής συσκευασίας για ένα πιο βιώσιμο μέλλον παγκοσμίως.

Η αποστολή της εταιρείας είναι να προσφέρει αισθητικές, βολικές πλαστικές λύσεις που είναι επίσης βιώσιμες, να δημιουργεί καθημερινά προστιθέμενη αξία για τους πελάτες της και να εμπλουτίζει τη ζωή των καταναλωτών σε όλο τον κόσμο. Διαδραματίζει βασικό ρόλο στη διαμόρφωση του κλάδου χάρη σε ένα ποικίλο και καινοτόμο φάσμα τεχνολογιών και διακοσμήσεων σε συνδυασμό με την κορυφαία τεχνογνωσία και τη δέσμευση των εργαζομένων της.

Σύμφωνα με τα οικονομικά στοιχεία που έχουν δημοσιευθεί στην ιστοσελίδα της εταιρείας το 2022, η Thrace Greiner Packaging έκλεισε το έτος της με έσοδα 772 εκατομμυρίων δολαρίων, βάσει των οποίων τα 80 εκατομμύρια δολάρια αποτελούν καθαρές λειτουργικές ταμειακές ροές και 55 εκατομμύρια δολάρια αποτελούν επενδύσεις της εταιρείας, γεγονός το οποίο σημαίνει ότι οι πωλήσεις της απέφεραν θετικό πρόσημο σε όλους τους κλάδους της εταιρείας. Αξίζει επίσης να σημειωθεί, ότι η ρουμάνικη εταιρεία απασχολεί περισσότερους από 4.900 εργαζομένους, γεγονός το οποίο κι αυτό αντικατοπτρίζει ότι η εταιρεία επενδύει στο ανθρώπινο δυναμικό της και στην κατάλληλη εκπαίδευσή τους ώστε να μπορέσουν να ανταποκριθούν στις τεχνολογικές καινοτομίες που χρησιμοποιεί η εταιρεία στη γραμμή παραγωγής της.

5.4 Οικονομία της φιλοξενούσας χώρας

Η οικονομική κατάσταση ενός κράτους μπορεί να αλλάζει συνεχώς, ανάλογα με τις συνθήκες που μπορεί να επικρατούν κάθε φορά. Η οικονομία της Ρουμανίας είναι μια σύνθετη οικονομία υψηλού εισοδήματος με εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό. Κατατάσσεται στη 12^η θέση στην Ευρωπαϊκή Ένωση ως προς το συνολικό ονομαστικό Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν και ως 7^η μεγαλύτερη όταν προσαρμόζεται στηριζόμενη στην ισοτιμία αγοραστικής δύναμης. Η Παγκόσμια Τράπεζα ισχυρίζεται ότι οι προσπάθειες που καταβάλλει η Ρουμανία επικεντρώνονται στην επιτάχυνση των διαρθρωτικών μεταρρυθμίσεων και στην ενίσχυση των θεσμών προκειμένου να συγκλίνει περαιτέρω με την Ευρωπαϊκή Ένωση. Η οικονομική ανάπτυξη της χώρας ήταν μία από τις υψηλότερες στην Ευρωπαϊκή Ένωση από το 2010, με το πρώτο εξάμηνο του 2022 να σημειώνει απροσδόκητη αύξηση 5,8%.

Τα τελευταία χρόνια, παρουσίασε ρυθμούς ανάπτυξης όπως 4,8% το 2016, 7,1% το 2017, 4,4% το 2018 και 4,1% το 2019. Το 2020, το κατά κεφαλήν ΑΕΠ της σε πρότυπα αγοραστικής δύναμης κατάφερε να φτάσει το 72% του μέσου όρου της Ευρωπαϊκής Ένωσης, από 44% το 2007, γεγονός το οποίο σημαίνει ότι είχε έναν από τους υψηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης μεταξύ των διαφόρων μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η οικονομία της Ρουμανίας κατατάσσεται στην 36^η θέση στον κόσμο, με ετήσια παραγωγή 731 δισεκατομμυρίων δολαρίων, σύμφωνα με τα τελευταία οικονομικά στοιχεία του 2022.

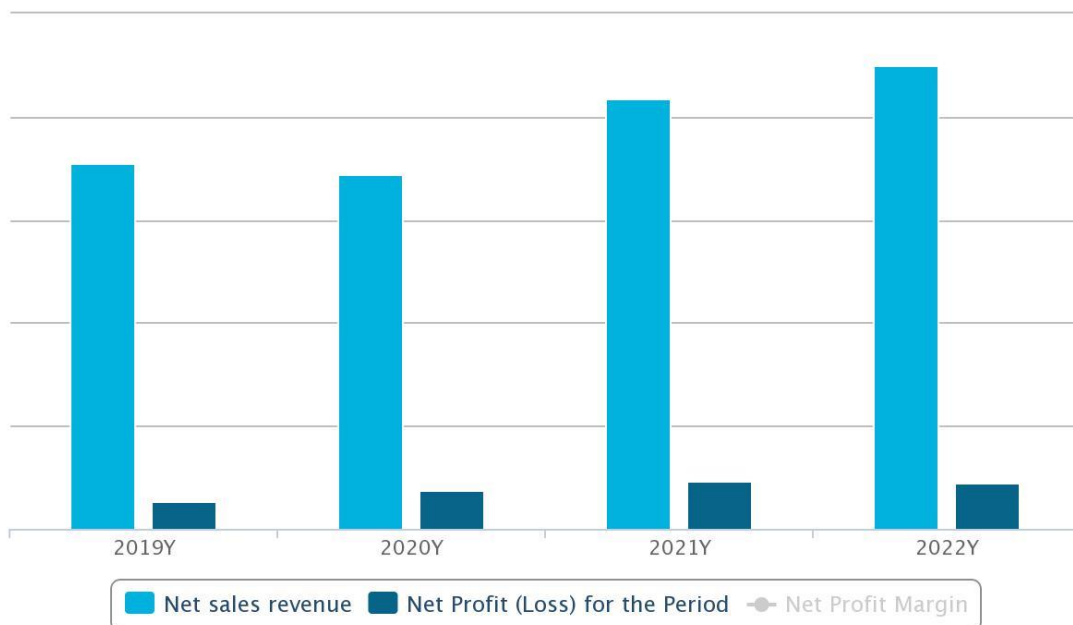
Η Ρουμανία είναι κορυφαίος προορισμός στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη για άμεσες ξένες επενδύσεις, οι οποίες από το 1989 ανέρχονται συνολικά σε περισσότερα από 170 δισεκατομμύρια δολάρια. Η Ρουμανία είναι ο μεγαλύτερος παραγωγός ηλεκτρονικών ειδών στην περιοχή. Τα τελευταία 20 χρόνια η Ρουμανία έχει επίσης εξελιχθεί σε σημαντικό κέντρο για την τεχνολογία κινητής τηλεφωνίας, την ασφάλεια των πληροφοριών και τη σχετική έρευνα υλικού. Η χώρα κατέχει ηγετική θέση σε περιφερειακό επίπεδο σε τομείς όπως η πληροφορική και η παραγωγή μηχανοκίνητων οχημάτων. Το Βουκουρέστι, η πρωτεύουσα, είναι ένα από τα κορυφαία οικονομικά και βιομηχανικά κέντρα στην Ανατολική Ευρώπη. Οι 10 κορυφαίες εξαγωγές της Ρουμανίας είναι οχήματα, μηχανήματα, χημικά προϊόντα, ηλεκτρονικά προϊόντα, ηλεκτρικός εξοπλισμός, φαρμακευτικά προϊόντα, εξοπλισμός

μεταφορών, βασικά μέταλλα, προϊόντα διατροφής, καουτσούκ και πλαστικά. Οι εισαγωγές αγαθών και υπηρεσιών αυξήθηκαν κατά 9,3%, ενώ οι εξαγωγές αυξήθηκαν κατά 7,6% το 2016, συγκριτικά με το 2015.

Η βιομηχανία στη Ρουμανία παράγαγε το 33,6% του τοπικού ακαθάριστου εγχώριου προϊόντος (ΑΕΠ) το πρώτο εξάμηνο του 2018. Το επίπεδο των επενδύσεων παραμένει πάνω από τον μέσο όρο της ΕΕ, καθώς αντιπροσωπεύουν σχεδόν το 25% του ΑΕΠ στη Ρουμανία σε αντίθεση με το 19% του ΑΕΠ στην ΕΕ, σύμφωνα με στοιχεία που αφορούν το 2016. Οι καθαρές επενδύσεις στην οικονομία της Ρουμανίας ανήλθαν σε 7,2 δισεκατομμύρια ευρώ το πρώτο εξάμηνο του 2018, αυξημένες κατά 5,8% σε σύγκριση με την ίδια περίοδο του 2017, σύμφωνα με το Εθνικό Ινστιτούτο Στατιστικής (INS). Το ίδιο έτος, (2018), οι άμεσες ξένες επενδύσεις ήταν 51 δισεκατομμύρια, με το 63% να αφορά την "πράσινη οικονομία". Στον ρουμανικό τύπο, μάλιστα, η οικονομία αναφέρεται ως «Τίγρης της Ανατολής» κατά τη δεκαετία του 2000. Η Ρουμανία είναι μια χώρα με σημαντικό οικονομικό δυναμικό: πάνω από 10 εκατομμύρια εκτάρια γεωργικής γης, ποικίλες πηγές ενέργειας (άνθρακας, πετρέλαιο, φυσικό αέριο, υδροηλεκτρικά, πυρηνικά και αιολικά), μια ουσιαστική μεταποιητική βάση και ευκαιρίες για διευρυμένη ανάπτυξη στον τουρισμό στη Μαύρη Θάλασσα και στα βουνά.

Αξίζει να αναφερθεί επίσης ότι πριν από την πανδημία του COVID-19, η Ρουμανία είχε μια αναδυόμενη οικονομία και είχε επιτύχει αξιόλογη ανάπτυξη σε πολλούς τομείς, συμπεριλαμβανομένης της τεχνολογίας, των υπηρεσιών, του τουρισμού και της γεωργίας, όπως παρουσιάστηκε παραπάνω. Ωστόσο, η πανδημία του COVID-19 είχε σημαντικό αντίκτυπο στην οικονομία της Ρουμανίας, όπως και σε πολλά άλλα κράτη. Οι περιοριστικές μέτρησεις και η επιβράδυνση της παγκόσμιας οικονομίας είχαν επιπτώσεις στην ανάπτυξη και την απασχόληση.

Στο παρακάτω διάγραμμα απεικονίζονται τα καθαρά έσοδα από πωλήσεις της εταιρείας Thrace Greiner Packaging από το έτος 2019 έως και το 2022, τα οποία όπως μπορεί να παρατηρηθεί είναι όλο και αυξανόμενα, δεδομένης της πανδημίας COVID-19 που κυριάρχησε παγκοσμίως από το 2020 και μετά, σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα δημοσιευμένα οικονομικά στοιχεία. Συμπληρωματικά, απεικονίζεται και η απώλεια καθαρού κέρδους της εταιρείας αναφερόμενη στις ίδιες περιόδους.



Πηγή: companyprofile/RO.gr

Παρακάτω θα παρατεθεί και ένας πίνακας με τα βασικά οικονομικά στοιχεία της θυγατρικής εταιρείας στη Ρουμανία και τα ετήσια ποσοστά ανάπτυξης για τα τελευταία δύο χρόνια σε τοπικό νόμισμα RON.

Πίνακας 5.1 Βασικά οικονομικά στοιχεία της Thrace Greiner Packaging

Καθαρά έσοδα από πωλήσεις	7.94% ▲
Συνολικά λειτουργικά έσοδα	9.21% ▲
Λειτουργικά κέρδη	-11.6% ▼
Κέρφη προ φόρων, τόκων και αποσβέσεων	-14.4% ▼
Καθαρή απώλεια κέρδους για την περίοδο	-5.53% ▼
Συνολικό ενεργητικό	-0.54% ▼
Συνολικά ίδια κεφάλαια	11.34% ▲
Περιθώριο λειτουργικού κέρδους	-2.52% ▼
Καθαρό περιθώριο κέρδους	-1.4% ▼
Απόδοση ιδίων κεφαλαίων	-4.6% ▼
Δείκτης χρέους προς ίδια κεφάλαια	-12.25% ▼
Αναλογία (δείκτης μετρητών)	0.04% ▲

Πηγή: companyprofile/RO.gr

Ο παρακάτω πίνακας επίσης, δείχνει τους κύριους οικονομικούς δείκτες την περίοδο 2014-2019. Ο πληθωρισμός κάτω του 2% είναι πράσινος. Γίνεται εύκολα αντιληπτό, ότι τόσο το ολικό Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν όσο και το Κατά Κεφαλήν ΑΕΠ της Ρουμανίας, με την πάροδο των ετών είναι διαρκώς αυξανόμενο στις συγκεκριμένες χρονικές περιόδους σε σύγκριση πάντα με τον αντίστοιχο πληθωρισμό του εκάστοτε έτους.

Πίνακας 5.2 Βασικοί οικονομικοί δείκτες περιόδων 2014-2019 της

Ρουμανίας

Έτος	ΑΕΠ ολικό, δισ \$)	Κατά κεφαλήν ΑΕΠ (ολικό, δισ \$)	ΑΕΠ (ονομαστικό, δισ \$)	Κατά κεφαλήν ΑΕΠ (ονομαστικό, δισ \$)	Αύξηση ΑΕΠ (πραγματική)	Πληθωρισμός (%)
2014	▲ 411.3	▲20,612	▲3.6%	▲1.1%	▼6.8%	▲40.4%
2015	▲ 428.2	▲21,546	▲2.9%	▼-0.6%	—6.8%	▼39.3%
2016	▲ 478.1	▲24,197	▲4.7%	▼-1.6%	▼5.9%	▼39.0%
2017	▲ 534.7	▲27,220	▲7.3%	▲1.3%	▼5.0%	▼36.8%
2018	▲ 572.0	▲29,290	▲4.5%	▲1.3%	▼4.0%	▼36.5%
2019	▲ 606.2	▲31,243	▲4.1%	▲1.3%	▼3.9%	▲36.8%

Πηγή: <https://el.wikipedia.org/wiki>

5.5 Ανταγωνισμός

Ο ανταγωνισμός στη Ρουμανία, όπως και σε άλλες χώρες, εξαρτάται από διάφορους παράγοντες και τοπικές συνθήκες. Στη Ρουμανία, ο ανταγωνισμός εκτυλίσσεται σε πολλούς τομείς της οικονομίας. Ορισμένοι από αυτούς τους τομείς περιλαμβάνουν:

1. **Βιομηχανία:** Η Ρουμανία έχει μια αναπτυγμένη βιομηχανική βάση που καλύπτει πολλούς κλάδους, όπως η αυτοκινητοβιομηχανία, η τεχνολογία, η κατασκευή, η χημική βιομηχανία και άλλοι. Σε αυτούς τους τομείς, ο ανταγωνισμός μπορεί να είναι έντονος.
2. **Εμπόριο:** Ο τομέας του λιανικού εμπορίου έχει επίσης σημαντικό ανταγωνισμό με μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων και σούπερ μάρκετ να ανταγωνίζονται για τον μερίδιο της αγοράς.
3. **Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες:** Οι τράπεζες και άλλες χρηματοοικονομικές υπηρεσίες ανταγωνίζονται για την παροχή υπηρεσιών στους καταναλωτές και τις επιχειρήσεις.
4. **Τηλεπικοινωνίες:** Οι εταιρείες τηλεπικοινωνιών ανταγωνίζονται για τους συνδρομητές και την παροχή υπηρεσιών τηλεπικοινωνιών και διαδικτύου.
5. **Τουρισμός:** Η Ρουμανία προσελκύει τουρίστες από όλον τον κόσμο, και ο ανταγωνισμός στον τομέα του τουρισμού είναι σημαντικός, καθώς το κράτος αναζητά να αναπτύξει τον τουρισμό ως μια σημαντική πηγή εσόδων.

Ο ανταγωνισμός ενθαρρύνει συνήθως την καινοτομία, τη βελτίωση των προϊόντων και υπηρεσιών, και τη μείωση των τιμών προς όφελος των καταναλωτών. Ωστόσο, είναι επίσης σημαντικό να υπάρχει ρύθμιση για τη διασφάλιση της δίκαιης αντιμετώπισης και της αποφυγής της αντινομικής συμπεριφοράς εκ μέρους των επιχειρήσεων.

Οι κύριοι ανταγωνιστές της εταιρείας Thrace Greiner Packaging στον ευρύ κλάδο των πλαστικών στη Ρουμανία είναι οι εξής ακόλουθες:

- GUALA PACK NADAB SRL
- PET STAR HOLDING SA
- ALPLA PACKAGING ROMANIA SA

- CF. STARCOMEXIM SRL
- LIVINGJUMBO INDUSTRY SA
- ARTEMA PLAST SRL
- MULTIVAC ROMANIA SRL
- MICRO GRUP BUSINESS SOLUTION SRL
- BERICAP ROMANIA SRL
- OBRIST EASTERN EUROPE SRL
- RAFICON TRADE SRL

5.6 Στρατηγική της εταιρείας

Η Thrace Greiner Packaging είναι μια εταιρεία που ειδικεύεται στην κατασκευή πλαστικών συσκευασιών και λύσεων συσκευασίας για διάφορες εφαρμογές. Για να αναπτύξει και να διατηρήσει την ανταγωνιστικότητά της, η εταιρεία θα πρέπει να έχει μια στρατηγική που προσαρμόζεται στις αλλαγές της αγοράς και να προάγει τη βιωσιμότητα και την ανάπτυξη. Ορισμένα κύρια στοιχεία της στρατηγικής της Thrace Greiner Packaging μπορεί να περιλαμβάνουν τα εξής:

1. **Καινοτομία**: Η εταιρεία θα πρέπει να διατηρεί μια δυναμική προσέγγιση προς την καινοτομία στον τομέα της συσκευασίας. Αυτό μπορεί να συμπεριλαμβάνει την ανάπτυξη νέων υλικών, τεχνολογιών και σχεδίων συσκευασίας που να προσφέρουν βελτιωμένες λύσεις στους πελάτες της.
2. **Βιωσιμότητα**: Η στρατηγική της εταιρείας θα πρέπει να εστιάζει στη βιωσιμότητα, συμπεριλαμβανομένης της μείωσης της περιβαλλοντικής επίπτωσης των προϊόντων της και της παραγωγικής διαδικασίας. Αυτό μπορεί να συμπεριλαμβάνει τη χρήση

ανακυκλώσιμων υλικών και την εφαρμογή «πράσινων» πρακτικών που εξοικονομούν πόρους.

3. **Διεθνής προσέγγιση**: Η Thrace Greiner Packaging μπορεί να επεκτείνει την παρουσία της σε διεθνές επίπεδο, επενδύοντας σε νέες αγορές και εταιρείες. Αυτό θα της παρέχει ευκαιρίες για ανάπτυξη και διαφοροποίηση.
4. **Εξυπηρέτηση πελατών**: Η εταιρεία θα πρέπει να διατηρεί υψηλά επίπεδα εξυπηρέτησης πελατών και να παρέχει προσαρμοσμένες λύσεις σύμφωνα με τις ανάγκες των πελατών της.
5. **Ανθρώπινο κεφάλαιο**: Η εταιρεία θα πρέπει να επενδύει στην εκπαίδευση και την ανάπτυξη του προσωπικού της, προκειμένου να διατηρεί μια ικανή και αφοσιωμένη ομάδα.

Αυτά είναι μερικά από τα στοιχεία που μπορούν να αποτελέσουν τη στρατηγική της Thrace Greiner Packaging. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι η στρατηγική μιας εταιρείας μπορεί να εξελίσσεται και να μεταβάλλεται με την πάροδο του χρόνου για να προσαρμοστεί στις συνθήκες της αγοράς και στις αλλαγές στο περιβάλλον.

Συμπεράσματα

Η παρούσα μεταπτυχιακή εργασία προσπάθησε να αναλύσει πολύπλευρα την έννοια των άμεσων ξένων επενδύσεων και το πόσο σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν στην παγκόσμια οικονομία και στις πολυεθνικές επιχειρήσεις που τις πραγματοποιήσουν. Οι Άμεσες Ξένες Επενδύσεις (ΑΞΕ) αναφέρονται στη διαδικασία όπου επιχειρήσεις ή άτομα από ένα ξένο κράτος αποφασίζουν να επενδύσουν κεφάλαιο σε μια χώρα διαφορετική από τη δική τους. Αυτές οι επενδύσεις μπορούν να έχουν διάφορες επιπτώσεις στην οικονομία της χώρας που τις υποδέχεται. Οι ΑΞΕ μπορούν να προωθήσουν την οικονομική ανάπτυξη, μπορούν να προσφέρουν κεφάλαιο, τεχνογνωσία και διεθνείς συνδέσεις που μπορούν να ενισχύσουν την παραγωγικότητα και την ανάπτυξη φιλοξενούσας χώρας. Οι ΑΞΕ μπορούν να δημιουργήσουν θέσεις εργασίας στη χώρα προορισμού, προσφέροντας ευκαιρίες απασχόλησης σε τοπικούς πολίτες. Έπειτα, μπορούν να φέρουν νέες τεχνολογίες, διαδικασίες και γνώση στη χώρα προορισμού, προωθώντας την τεχνολογική ανάπτυξη και την καινοτομία, επηρεάζοντας την τοπική αγορά, αυξάνοντας τον ανταγωνισμό και ενίοτε προκαλώντας αλλαγές στη δομή του εκάστοτε κλάδου. Οι χώρες συνήθως χρησιμοποιούν φορολογικά και χρηματοδοτικά κίνητρα για να προσελκύσουν ξένες επενδύσεις. Ωστόσο, οι ΑΞΕ μπορεί να συνοδεύονται από κινδύνους όπως η εξάρτηση από ξένα κεφάλαια και η απώλεια της εθνικής επιχειρηματικής κυριαρχίας. Οι χώρες χρειάζονται καλή ρύθμιση και προστασία των ΑΞΕ για να διασφαλίσουν ότι οι επενδύσεις αυτές συμβάλλουν θετικά στην οικονομία τους.

Τα συμπεράσματα αυτά υπογραμμίζουν τη σημασία των ΑΞΕ ως μέσο για την οικονομική ανάπτυξη, αλλά και την ανάγκη για σωστή διαχείριση και ρύθμιση προκειμένου να επωφεληθούν οι χώρες από αυτές τις επενδύσεις και να αντιμετωπίσουν τυχόν προκλήσεις.

Ο COVID-19 είχε σημαντικές επιπτώσεις στις άμεσες ξένες επενδύσεις (ΑΞΕ) σε παγκόσμιο επίπεδο. Ορισμένες από τις κύριες επιπτώσεις και τις αντιδράσεις που παρατηρήθηκαν είναι, αρχικά, η μείωση των επενδύσεων. Η αβεβαιότητα και η αναστολή της οικονομικής δραστηριότητας κατά τη διάρκεια της πανδημίας οδήγησαν πολλές εταιρείες να μειώσουν τον ρυθμό των επενδύσεών τους ή να αναβάλουν τις επενδύσεις που είχαν προγραμματίσει. Επίσης, οι επενδύσεις στην τεχνολογία και την ψηφιακή μετάβαση αυξήθηκαν, καθώς πολλές εταιρείες αναγκάστηκαν να

προσαρμόσουν την δραστηριότητά τους στην αυξημένη ζήτηση για ψηφιακές υπηρεσίες και λύσεις λόγω του τηλεργασίας και της απομακρυσμένης εκπαίδευσης. Επιπρόσθετα, οι επενδυτές άλλαξαν τις προτεραιότητές τους και έδωσαν έμφαση στη ρευστότητα και την ασφάλεια των επενδύσεών τους. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε αυξημένες επενδύσεις σε προϊόντα και αγαθά που θεωρούνται ασφαλή, όπως τα ομόλογα και τα χρηματιστηριακά προϊόντα.

Συνολικά, η πανδημία του COVID-19 είχε σημαντικές επιπτώσεις στις ΑΞΕ, επηρεάζοντας την πορεία της παγκόσμιας οικονομίας και τις επενδυτικές στρατηγικές εταιρειών, επηρεάζοντας φυσικά και την εξεταζόμενη εταιρεία «Πλαστικά Θράκης» όπως και τη θυγατρική της στη Ρουμανία. Οι αντιδράσεις και οι επιπτώσεις αυτές εξακολουθούν να εξελίσσονται καθώς η πανδημία συνεχίζεται και η παγκόσμια οικονομία προσαρμόζεται στη νέα πραγματικότητα.

Στα επιμέρους κεφάλαια της εργασίας αναλύθηκε εκτενέστερα η μητρική εταιρεία Πλαστικά Θράκης, η δράση των Άμεσων Ξένων Επενδύσεων και τα πιο βασικά οικονομικά της στοιχεία, σύμφωνα με τις πιο πρόσφατες δημοσιευμένες πηγές. Στο τελευταίο κεφάλαιο έγινε αναφορά και περιγραφή της θυγατρικής της εταιρείας στη Ρουμανία, Thrace Greiner Packaging, σαν μία μελέτη περίπτωσης άμεσης ξένης επένδυσης. Σαφέστατα, ο συγκεκριμένος ευρύς κλάδος των πλαστικών έχει μονοπωλήσει το ενδιαφέρον των καταναλωτών παγκοσμίως και δικαίως, η εταιρεία «Πλαστικά Θράκης» θεωρείται μοναδική στο είδος της και κατέχει ηγετική θέση στον κλάδο των πλαστικών τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό που έχει επενδύσει.

Βιβλιογραφική ανασκόπηση

Διαδικτυακές πηγές

- <https://hellanicus.lib.aegean.gr/bitstream/handle/11610/6113/file0.pdf?sequence=2>
- http://ikee.lib.auth.gr/record/307765/files/EFTIMIADOY745_DE.pdf
- https://dione.lib.unipi.gr/xmlui/bitstream/handle/unipi/13709/Kapsiotis_Moes_1813.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- <https://hellanicus.lib.aegean.gr/bitstream/handle/11610/18353/MBA%20%ce%9b%ce%95%ce%9f%ce%9d%ce%a4%ce%97%ce%a3.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- file:///C:/Users/aggel/Downloads/Makrigiannis_Epaminondas.pdf
- <https://www.thracegroup.com/gr/el/companies/thrace-plastics/>
- <https://www.proquest.com/openview/407e5e852f19aeb9c9ec97ec067b982a/1?pq-origsite=gscholar&cbl=2026366&diss=y>
- https://apothesis.lib.hmu.gr/bitstream/handle/20.500.12688/7562/KaloudiEirini_VantarakiZoi2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- https://european-union.europa.eu/principles-countries-history/country-profiles/romania_el
- https://europa.eu/youreurope/citizens/work/taxes/income-taxes-abroad/index_en.htm
- <https://www.euractiv.gr/section/evropaika-diethni/news/i-oikonomiki-anaptyxi-tis-roymanias-itan-apo-tis-ypsiloteres-stin-ee-to-PROTO-trimino/>
- https://www.emis.com/php/company-profile/RO/Thrace_Greiner_Packaging_SRL_en_2091785.html
- <https://www.thracegroup.com/cy/el/companies/thrace-greiner/>
- <https://www.thracegroup.com/gr/el/companies/thrace-pack-greece/>
- <https://www.thracegroup.com/cy/el/history/>

Ελληνική βιβλιογραφία

- Παντελίδης Παντελής-Δ. Γιαννέλης «Εισαγωγή στην Οικονομική Θεωρία», Πειραιάς 2014
- Κοτταρίδη Κων/να και Γιακούλας Δημήτρης, «Άμεσες Ξένες Επενδύσεις στην Ελλάδα: Οι επιπτώσεις της κρίσης και ο ρόλος των θεσμών». Ελληνικό Ίδρυμα Ευρωπαϊκής και Εξωτερικής Πολιτικής, 2013
- Πολλάλης Ιωάννης, «Ηλεκτρονικό Επιχειρείν, Τεχνολογίες και Στρατηγικές Ψηφιακής Οικονομίας», Αθήνα 2007
- Πολλάλης Ιωάννης, Δημητράς, Αυγουστίνος, & Ι. Δημοτίκαλης, «Στρατηγικός σχεδιασμός marketing/Marketing Planning, 2003

Αξιοποιήθηκαν επίσης σε μεγάλο βαθμό οι σημειώσεις των μαθημάτων «Διεθνείς Επενδύσεις» και «Μακροοικονομικό Περιβάλλον και Επιχειρήσεις», όπως επίσης και του μαθήματος «Στρατηγική των Επιχειρήσεων».