

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΡΗΤΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ



ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«ΟΙ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥΣ
ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ: Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ»**

ΦΟΙΤΗΤΡΙΑ : ΑΝΔΡΕΑΔΑΚΗ ΝΙΚΗ (Α.Μ :2357)

ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ : ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ ΒΑΛΙΑ ΑΡΑΝΙΤΟΥ

ΡΕΘΥΜΝΟ, 2016

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1.ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ	σελ. 3-5
2.ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΘΕΜΑΤΟΣ	
Α) ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	σελ. 5-8
Β) ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ	σελ. 8-9
Γ) ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΓΙΑ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	σελ. 9-12
3. ΑΜΕΣΕΣ ΞΕΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ	σελ. 12-14
Α) ΜΟΡΦΕΣ ΑΞΕ	σελ. 14-16
Β) ΒΑΣΙΚΟΙ ΤΥΠΟΙ ΑΞΕ	σελ. 16-18
Γ) ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΓΙΑ ΑΞΕ	σελ. 18-19
4. ΟΙ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	σελ. 20-23
Α) ΘΕΤΙΚΑ ΚΑΙ ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΞΕΝΩΝ ΕΠΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	σελ. 23-24
Β) ΥΠΕΡ ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗΣ ΞΕΝΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ	σελ. 24-26
5. ΟΙ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ	σελ. 26-30
Α) ΝΟΜΟΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	σελ. 30-32
Β) ΝΟΜΟΣ ΧΑΝΙΩΝ	σελ. 32-35
Γ) ΝΟΜΟΣ ΡΕΘΥΜΝΟΥ	σελ. 35-38
Δ) ΝΟΜΟΣ ΛΑΣΙΘΙΟΥ	σελ. 38-40
Ε) ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ ΚΡΗΤΗΣ (ΟΝΟΜΑΣΤΙΚΑ)	σελ. 40-42
6)ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ	σελ. 42-45
7) ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	σελ. 45-46
8) ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ	σελ. 46-50
9) ΠΗΓΕΣ	σελ. 50-52

1. ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Η Βιομηχανική Επανάσταση έφερε αλλαγές στα οικονομικά δεδομένα σε παγκόσμιο επίπεδο. Δημιουργήθηκαν καινούργιες εμπορικές οδοί ,που οδήγησαν τις επιχειρήσεις σε απόσταση όσο το δυνατόν μεγαλύτερης αγοραστικής δύναμης. Εξαπλώθηκαν γεωγραφικά, επεκτάθηκαν δηλαδή και σε άλλες χώρες ώστε να αποκτήσουν μία ισχυρή θέση στο ανταγωνιστικό παγκόσμιο περιβάλλον. Έτσι με την επέκταση επιχειρήσεων και σε άλλες χώρες δημιουργήθηκαν οι λεγόμενες πολυεθνικές επιχειρήσεις.

Η οικονομική κρίση του 2008 – η οποία έχει χαρακτηριστεί από κάποιους ως η χειρότερη τα τελευταία 70 χρόνια - έχει επηρεάσει και την οικονομία της Κρήτης. Έχει παρατηρηθεί ύφεση της Κρητικής αγοράς με αποτέλεσμα την αύξηση της ανεργίας, τη μείωση επενδύσεων και στασιμότητα αγοράς, με μείωση της κυκλοφορίας χρήματος. Η οικονομία της χώρας στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στον τουρισμό και ειδικότερα του νησιού. Επιπλέον η Κρήτη στηρίζεται και στον πρωτογενή τομέα. Ακόμα επίσης υπάρχουν τοπικές επιχειρήσεις, οι οποίες είναι χρόνια στην αγορά. Βοηθούν στην καλύτερη εξυπηρέτηση του κοινού, βοηθούν στον τουρισμό και στο γενικό ΑΕΠ της χώρας. Βέβαια ο ετήσιος τζίρος έχει μειωθεί και πολλοί μικρομεσαίοι επιχειρηματίες έχουν κλείσει οριστικά τις επιχειρήσεις τους. Παραδοσιακά επαγγέλματα αφανίζονται, αφού οι τεχνίτες αντικαθίστανται από μηχανές, που είναι πιο οικονομικές και δίνουν μεγαλύτερη απόδοση παραγωγής. Έτσι το εργατικό δυναμικό μειώνεται και οι άνεργοι αυξάνονται. Όπως αναφέρθηκα παραπάνω μετά την οικονομική κρίση, αρκετές θυγατρικές επιχειρήσεις μεγάλων πολυεθνικών επιχειρήσεων ήρθαν στην Κρήτη. Οι πολυεθνικές επιχειρήσεις έχουν πλέον κυρίαρχο ρόλο στην παγκόσμια οικονομία, έτσι και εγώ εξαιτίας της κυριαρχίας τους επέλεξα να ασχοληθώ με αυτές συγκεκριμένα για το νησί μου, την Κρήτη. Η παρούσα εργασία αφορά τις πολυεθνικές επιχειρήσεις στην Κρήτη και τον ρόλο τους στην τοπική αγορά του συγκεκριμένου νησιού. Μέσα από κάποια ερωτήματα που έχω θέσει, θα απαντήσω στον τρόπο που έχουν επεκταθεί οι πολυεθνικές επιχειρήσεις στην Κρήτη και τις αλλαγές που έχουν φέρει στον τοπικό οικονομικό τομέα. Θα εστιάσω στον τομέα τροφίμων και ένδυσης. Θα αναλύσω τη δομή μιας τέτοιας επιχείρησης και τον σκοπό που μια απλή επιχείρηση θέλει να μετατραπεί σε πολυεθνική.

Τα ερευνητικά ερωτήματα που έχω θέσει στη εργασία μου είναι ο σκοπός της πολυεθνικής επιχείρησης και οι παράγοντες που ωθούν μια επιχείρηση να γίνει πολυεθνική. Οι λόγοι ύπαρξης και πως δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα και ειδικότερα στην Κρήτη. Έχουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις κάποιο όφελος; Έχουν βοηθήσει ή έχουν δημιουργήσει μεγάλα επίπεδα ανταγωνισμού; Απασχολούν ντόπιο εργατικό δυναμικό που έχει ως αποτέλεσμα να μειωθεί το ποσοστό ανεργίας; Ποιος έχει προνόμια από την ύπαρξη πολυεθνικών;

Η συγκεκριμένη έρευνα αυξάνει την γνώση μας για το ρόλο και τις επιδράσεις που έχει η δράση πολυεθνικών εταιρειών σε τοπικές κοινωνίες. Ειδικότερα παράγεται γνώση για τις σύνθετες οικονομικές σχέσεις, οι οποίες αναπτύσσονται μεταξύ πολυεθνικών εταιρειών και τοπικών κοινωνιών, τις μορφές που αυτές λαμβάνουν, καθώς και τη δυναμική που εμφανίζουν στο χρόνο. Η μελέτη μπορεί να συνεισφέρει επιστημονικά στην ανάλυση αυτών των οικονομικών και κοινωνικών σχέσεων και να ανατρέψει δυσμενές παραδοχές ή προκαταλήψεις που παρέχονται για το ρόλο των πολυεθνικών εταιρειών και τις επιπτώσεις του σε τοπικές οικονομίες. Συμβάλει επίσης στη μελέτη μιας συγκεκριμένης περιοχής (Κρήτη) και στον τρόπο που επιδρούν οι πολυεθνικές επιχειρήσεις οικονομικά, κοινωνικά, πολιτισμικά στο νησί.

«Κάθε επιχείρηση επηρεάζεται από τους μετόχους της και άλλες κοινωνικές ομάδες τις οποίες επηρεάζει και εκείνη με τη σειρά της άμεσα ή έμμεσα. Γι' αυτό το λόγο το 1984, ο Edward Freeman αποδεικνύει για πρώτη φορά επισήμως την έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, τους τομείς στρατηγικής σημασίας για την επιχείρηση. Βέβαια στοιχεία της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης υπάρχουν από την αρχή της βιομηχανικής επανάστασης, ενώ έννοιες όπως η χορηγία είναι γνωστές ήδη από την αρχαία Ελλάδα.

Ο ρόλος κάθε επιχείρησης είναι να δημιουργεί πλούτο, αγαθά, υπηρεσίες και εργασία και να εξασφαλίζει απόδοση των κεφαλαίων και μετοχών της. Με την αυτοδέσμευση και την εθελοντική εφαρμογή προγραμμάτων και δράσεων της στο πλαίσιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, οι επιχειρήσεις δημιουργούν αφενός πρόσθετο άμεσο κόστος, περιορίζουν τα πιθανά κέρδη που μπορεί να προκύπτουν από την επιχειρηματική δραστηριότητα άμεσα ή έμμεσα. Υπάρχει ανάγκη αποτελεσματικής διαχείρισης όλων των ενδιαφερόμενων μερών ως προϋποθέσεων της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης με μεσοπρόθεσμο και μακροπρόθεσμο επίπεδο. Οι γενικές κατευθύνσεις και συνθήκες που επιβάλλει ο ανταγωνισμός είναι σε πολλές περιπτώσεις αντίθετες με τις αρχές της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης περιλαμβάνεται για πρώτη φορά το 1976 στις οδηγίες της ΟΟΣΑ για τις επενδύσεις των πολυεθνικών επιχειρήσεων σε τρίτες χώρες.

Η μεθοδολογία που θα ακολουθήσω για να βρω στοιχεία και να απαντήσω τα ερωτήματα βασίζεται σε σχεδιαγράμματα και σε στοιχεία που βρήκα από τους Εμπορικούς Συλλόγους και τα Επιμελητήρια της Κρήτης. Πήρα συνεντεύξεις από μικροεπιχειρηματίες. Ακόμα συνέταξα ερωτηματολόγια, τα οποία συμπληρώθηκαν από εργαζόμενους σε πολυεθνικές και από καταναλωτές στο Νομό Χανίων και Ρεθύμνης. Ο καθένας παρουσίασε την οπτική του για τον κλάδο των πολυεθνικών αναφέροντας τα υπέρ και τα κατά, σε τι έχει ωφελήσει τον τόπο μας και που έχει δημιουργήσει πρόβλημα.

Στο πρώτο κεφάλαιο δίνω την ευκαιρία στον αναγνώστη να γνωρίσει τη δομή των επιχειρήσεων και τον λόγο που αποφασίζεται μια επιχείρηση να

μετατραπεί σε πολυεθνική. Δίνω τον ορισμό της παγκοσμιοποίησης, η οποία είναι η αιτία ύπαρξης πολυεθνικών. Για να λέγεται μια επιχείρηση πολυεθνική, πρέπει να κάνει Άμεσες Ξένες Επενδύσεις. Έτσι αναλύω τις ΑΞΕ και στη συνέχεια αναφέρομαι στην Ελλάδα και στις ΑΞΕ που υπάρχουν, τα υπέρ και τα κατά που έφεραν με την εγκατάστασή τους. Έπειτα κάνω μια έρευνα για την Κρήτη και τον κάθε νομό. Πως δραστηριοποιούνται οι Π.Ε στον τομέα του λιανικού εμπορίου τουρισμού, ένδυσης, υπόδησης και παραγωγής τροφίμων, τα συμπεράσματα που προκύπτουν και το συμπέρασμα που βγήκε από την έρευνα με λύσεις και προτάσεις.

Θεωρώ σημαντικό να ευχαριστήσω τους καθηγητές μου, που με βοήθησαν να τα καταφέρω μέσα από τις γνώσεις και τις συμβουλές τους, τους φορείς για τα στοιχεία και τις πληροφορίες που συνέλλεξα.

Οι επιχειρήσεις που επενδύουν σε τρίτες χώρες οφείλουν να λαμβάνουν υπόψη τους, τους σκοπούς και τις προτεραιότητες που σχετίζονται με την οικονομική και κοινωνική πρόοδο συμπεριλαμβανομένης της βιομηχανικής και περιφερειακής ανάπτυξης της προστασίας του περιβάλλοντος, τη δημιουργία απασχόλησης, της προώθησης της καινοτομίας και τη μεταφορά της τεχνολογίας.»¹

2. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

2.Α.ΟΡΙΣΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Πριν ξεκινήσω να αναλύω τι είναι μια πολυεθνική επιχείρηση και πώς λειτουργεί, θεώρησα σημαντικό να αναφέρω τον ορισμό της επιχείρησης. Ο λόγος δημιουργίας μιας επιχείρησης είναι η αναγκαιότητα και η χρησιμότητα πόρων για την ολοκλήρωση στόχων και την επίτευξη αναγκών που αναζητούν οι καταναλωτές. Η αξιοποίηση επιτυγχάνεται με άσκηση αποτελεσματικής οργάνωσης και διοίκησης. Υπάρχει οικονομικός, θεσμικός και φυσικός χώρος. Γίνεται χρήση υλικών, ενέργειας, εργατικού δυναμικού και τεχνικού εξοπλισμού.

Είναι απαραίτητη αφού το εισόδημα αρκετών νοικοκυριών και η εξέλιξη της οικονομίας, εξαρτάται ως ένα μεγάλο βαθμό από τις επιχειρήσεις. Αποτελεί μια οργάνωση που παράγει πλούτο με την έννοια των αγαθών και συμμετέχει σε κάθε οικονομική δραστηριότητα, αφού για να παράγει υπάρχουν διάφοροι

¹ Αλεξίου (2008), Εταιρική κοινωνική ευθύνη: μια διαφορετική αντίληψη στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον. Επιστήμη και κοινωνία: Επιθεώρηση Πολιτικής και Ηθικής Θεωρίας, 19,115-113

ρόλοι στο προσκήνιο, όπως του επενδυτή, καταναλωτή, αποταμιευτή και δανειζόμενου.

Οι βασικοί φορείς προώθησης της διεθνούς παραγωγής αποτελούν πλέον πολυεθνικές επιχειρήσεις, των οποίων η δράση είναι σημαντική, καθώς μεταφέρουν, «διασπούν» και οργανώνουν παραγωγικές διαδικασίες στην βάση όλου του παγκοσμίου χώρου. Οι επιτυχημένες και οργανωμένες δραστηριότητες υπολογίζονται από την αξιοποίηση ειδικών ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων που διαθέτουν, όπως για παράδειγμα η προφορά διαφοροποιημένων προϊόντων, η τεχνολογική υπεροχή, η ικανότητα μετατροπής επιστημονικών γνώσεων σε νέα κερδοφόρα αγαθά, οι οικονομίες κλίμακας και η ύπαρξη εξειδικευμένων στελεχών.² Τα χαρακτηριστικά μιας επιχείρησης που δεν έχει για παράδειγμα ένα σχολείο είναι ότι για την παραγωγή κάποιου αγαθού που διατίθεται, δίνονται έναντι μιας ανταλλακτικής αξίας μέσω του μηχανισμού αγοράς. Δηλαδή αγοράζονται υπηρεσίες ή αγαθά. Μέσω του μηχανισμού αυτού παράγονται έσοδα και κέρδη.

Επίσης υπάρχει ανάληψη κινδύνου εφόσον μπορεί να προκληθεί ζημία αντί για κέρδος. Οι παραγωγικές μονάδες που δεν εξαρτάται η ύπαρξή τους από το κέρδος, δεν είναι επιχειρήσεις. Μια επιχείρηση εισέρχεται στην αγορά όταν έχει ένα νέο προϊόν ή μια σημαντική βελτίωση σε υπάρχοντα προϊόντα ή μια φθηνή μέθοδος παραγωγής παλαιών προϊόντων σε σχέση με τους άλλους. Αυτό επιφέρει σημαντική άνοδο πωλήσεων από μεγαλύτερες εισπράξεις, άρα και μεγαλύτερο ποσοστό κερδών.

Μια επιχείρηση μπορεί να έχει εγκαταστημένη μια μονάδα στην ίδια περιφέρεια ή ακόμα να δραστηριοποιείται και σε άλλη χώρα. Όταν προκύπτει το δεύτερο, τότε η επιχείρηση ονομάζεται πολυεθνική. Συγκεκριμένα χαρακτηρίζεται ως πολυεθνική μια επιχείρηση, όταν οι παραγωγικές δραστηριότητές τους, επεκτείνονται σε περισσότερες από μία χώρες, σε αντιπαράθεση με τους ορισμούς των παραδοσιακών επιχειρήσεων που λειτουργούν σε εθνικά πλαίσια.

Στον Α΄ Παγκόσμιο Πόλεμο το 1914 υπήρχαν πολυεθνικές επιχειρήσεις που μεταποιοούνται στον τομέα των χημικών και φαρμακευτικών προϊόντων, τροφίμων, τσιγάρων και άλλα. Εκείνη την εποχή εμφανίστηκαν σημαντικές πολυεθνικές επιχειρήσεις που είναι γνωστές μέχρι και σήμερα – Nestle, Citibank, Dunlop – και άλλες. Μέσα από στατιστικές βλέπουμε ότι η σπουδαιότερη χώρα, φορέας των ΑΞΕ ήταν η Μ. Βρετανία με 45,5 % του συνόλου των παγκοσμίων ΑΞΕ, ενώ ακολουθούν οι Η.Π.Α με 18,5%, η Γαλλία με 12,5 % και η Γερμανία με 10,5%. Το σύνολο των εξωστρεφών ΑΞΕ προέρχεται στο έπακρο από ανεπτυγμένες χώρες. Οι πιο δημοφιλείς

² Ρουμελιώτης Π., Πολυεθνικές Επιχειρήσεις και Τιμές Μεταβίβασης στην Ελλάδα, Αθήνα, 1999

γεωγραφικοί τόποι υποδοχής είναι η Λατινική Αμερική με 33% του συνόλου των ΑΞΕ, ακολουθεί η Ασία με 21%, η Ανατολική Ευρώπη και οι Η.Π.Α με 10%. Παρατηρώντας την κατανομή των παγκόσμιων ΑΞΕ σε κάθε παραγωγικό κλάδο, παρατηρείται ότι το 1914, το 55% των ΑΞΕ συγκεντρώνεται στην εκμετάλλευση των φυσικών πόρων, το 30 % στις υπηρεσίες και το 15% μόνο στην μεταποίηση. (Γεωργόπουλος Α. 1998)

Τις δεκαετίες 1960 και 1970 το κεφάλαιο ξεκίνησε να διεθνοποιείται με νέους τρόπους. Μέχρι στιγμής είχαν το αυξανόμενο εμπόριο προϊόντων και τη διεθνοποίηση του εμπορικού κεφαλαίου. Το νέο στοιχείο είναι ότι το κεφαλαίο έγινε πιο διεθνοποιημένο από τι παραγωγικό. Η αλλαγή εκδηλώθηκε με τη μεταφορά της βιομηχανικής παραγωγικής από τις βιομηχανικές στις αναπτυσσόμενες χώρες, δημιουργώντας ένα νέο διεθνή καταμερισμό εργασίας. Ο αρχικός καταμερισμός εργασίας παρατηρείται, όταν οι αναπτυσσόμενες χώρες εξήγαγαν πρώτες ύλες σε βιομηχανικές χώρες. Είχαν ανταλλακτική σχέση αφού έπαιρναν ως αντάλλαγμα τα επεξεργασμένα αγαθά που κατασκευάζονταν σε αυτές. Ο κλασικός καταμερισμός εργασίας άλλαξε σε ορισμένες αναπτυσσόμενες χώρες από την περίοδο του Μεσοπολέμου. Σε χώρες της Λατινικής Αμερικής και σε κάποιες ασιατικές χώρες ιδρύθηκε ένα μικρό ποσοστό βιομηχανιών που προμήθευαν εγχώριες αγορές.

Ως αποτέλεσμα είχε, αυτές οι χώρες να μειώσουν τις εισαγωγές βιομηχανικών αγαθών, ανεξαρτήτως ότι όλες συνέχισαν να εξαρτώνται από τις εισαγωγές μηχανημάτων και άλλων κεφαλαιουχικών αγαθών από τις βιομηχανικές χώρες.³

Την δεκαετία 1996 – 2006 έχουμε μια ροή στις Άμεσες Ξένες Επενδύσεις. Από αυτό προκύπτει η τάση αύξησης των Άμεσων Ξένων Επενδύσεων διεθνώς. Υπάρχει γεωγραφική αναδιάρθρωση, με αύξηση των ΑΞΕ εντός ΟΟΣΑ και διασπορά των επενδύσεων σε μεγαλύτερο αριθμό χωρών. Επιπλέον υπήρχε μια τάση αύξησης των Άμεσων Ξένων Επενδύσεων στον τομέα υπηρεσιών.

Ο τριτογενής τομέας δείχνει ότι έχει μεγαλύτερη ζήτηση στην υλοποίηση των επενδύσεων τους μέσω εξαγορών και συγχωνεύσεων. Οι «πράσινες επενδύσεις» δεν έχουν ακόμα μεγάλη ανταπόκριση. Παρόλα αυτά οι επενδύσεις αυτές ακολουθούν στρατηγικές αναζήτησης και εκμετάλλευσης νέων αγορών. Δηλαδή θέλουν να καλύπτουν νέες αγορές, ενώ αναμένεται στο μέλλον η ανάληψη ΑΞΕ βελτίωση αποτελεσματικότητας των εταιριών, ιδίως στον τομέα χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών.⁴

³J. Martinussen, Κοινωνία, Κράτος, αγορά: Θεωρίες της ανάπτυξης, Σαββάλας, Αθήνα, 2007

⁴Πράσινες Επενδύσεις : Επενδύσεις σε ζητήματα περιβάλλοντος και εξοικονόμησης ενέργειας

Ένα νέο γεγονός είναι ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις του Πρώτου Κόσμου επέλεξαν χώρες του Τρίτου Κόσμου για να εγκαταστήσουν τις παραγωγικές μονάδες τους με σκοπό την εξαγωγή στην παγκόσμια αγορά. Συνεπαγόταν με ένα τμήμα ενός εσωτερικού καταμερισμού εργασίας ή σε άλλες περιπτώσεις η συγκεκριμένη στρατηγική είχε σχέση με την αντικατάσταση της παραγωγής που προηγουμένως διεξαγόταν στις βιομηχανικές χώρες. Αυτή η καινούργια μέθοδος, δηλαδή, η επεκτεινόμενη μεταφορά και εγκατάσταση της βιομηχανίας στην περιφέρεια, ασχέτως τον σκοπό που εξυπηρετεί σημείωσε σημαντική μεταβολή στον διεθνή καταμερισμό εργασίας.

Σύμφωνα με τον Αμερικανό οικονομολόγο Στέφεν Χάιμερ, ο ανταγωνισμός θα ήταν υψηλός αφού και άλλες επιχειρήσεις θα παρήγαγαν το ίδιο ή παρόμοιο προϊόν και ίσως πιο φθηνά. Στην προκειμένη περίπτωση ο ηγέτης της αγοράς θα πρέπει να αναζητά νέες ευκαιρίες. Για αυτό το λόγο μια επιχείρηση ίσως μετακινήσει την παραγωγή της σε αναπτυσσόμενες χώρες.⁵

2.B. ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΠΟΙΗΣΗ

Το φαινόμενο της Παγκοσμιοποίησης στην εποχή μας είναι γνωστό. Υπάρχουν διαφορετικές διαστάσεις και διαφορετικές σκοπιές για αυτό. Αυτές μπορεί να είναι οικονομικές, πολιτικές, κοινωνικές. Η Παγκοσμιοποίηση ορίζεται πέρα από την Πολυεθνικοποίηση ή τη Διεθνοποίηση. Στην περίπτωση της εργασίας μου, μας ενδιαφέρει η οικονομική σκοπιά της Παγκοσμιοποίησης, όπου είναι η Διεθνοποίηση των επιχειρήσεων.

Η Παγκοσμιοποίηση αναδιοργανώνει τη μεταποίηση, το εμπόριο, τις υπηρεσίες σε παγκόσμιο επίπεδο. Δεν σχετίζεται με απλά μεγάλες επιχειρήσεις αλλά με γιγαντιαίες πολυεθνικές επιχειρήσεις που κάνουν μαζική παραγωγή και πωλήσεις και λειτουργούν παγκόσμια.⁶

Η Διεθνοποίηση των επιχειρήσεων γίνεται με γρήγορους ρυθμούς. Τα στελέχη μιας πολυεθνικής προσπαθούν να υιοθετήσουν στρατηγικές των αγορών σε διεθνές επίπεδο. Έχουν κίνητρο και οφέλη και για αυτό πράττουν με σωστούς και ολοκληρωμένους τρόπους στην Διεθνοποίηση των επιχειρήσεων.

Η διαδικασία ανάπτυξης επιχειρηματικών στρατηγικών στην διεθνή αγορά είναι σήμερα πραγματικό γεγονός. Γεγονός που διευρύνει τους ορίζοντες των επιχειρήσεων σε διεθνές επίπεδο και ταυτόχρονα πολλαπλασιάζει τον ανταγωνισμό τους (εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον). Επιτακτική ανάγκη για την αντιμετώπιση της πολυπλοκότητας και των εξελίξεων του παγκόσμιου περιβάλλοντος, ορίζεται η ανάπτυξη στρατηγικών και μεθόδων. Πολλές είναι οι

⁵J. Martinussen, Κοινωνία, Κράτος, αγορά: Θεωρίες της ανάπτυξης, Σαββάλας, Αθήνα, 2007

⁶J. Martinussen, Κοινωνία, Κράτος, αγορά: Θεωρίες της ανάπτυξης, Σαββάλας, Αθήνα, 2007

επιχειρήσεις εκείνες οι οποίες πέτυχαν εξαιρετικά γρήγορους ρυθμούς ανάπτυξης βασιζόμενες σε γρήγορη διεθνοποίηση. (Παπαδάκης 2002).

Όταν μια επιχείρηση είναι πρώτη σε μια διεθνή αγορά, δυσκολεύει την είσοδο σε νέες ανταγωνίστριες επιχειρήσεις. Η Ελλάδα είναι μια χώρα η οποία προσφέρει σε πολλές επιχειρήσεις μέσω συμβούλων επιχειρήσεων, συμβουλές σχετικά με την στρατηγική που πρέπει να ακολουθήσουν στο εξωτερικό, και τη συνολική τους δράση, καθώς υπάρχουν και πολλοί μη ιδιωτικοί οργανισμοί (εμπορικά επιμελητήρια, κ.ά), οι οποίοι προσφέρουν στους ενδιαφερόμενους δωρεάν ηλεκτρονική δικτύωση (Παπαδάκης 2002).

Με τον όρο Παγκοσμιοποίηση των αγορών, ορίζεται ως η συνεχή ενδυνάμωση του βαθμού αλληλεξάρτησης και αλληλεπίδρασης των αγορών σε διεθνές επίπεδο, και κατ'επέκταση των οικονομιών των χωρών όλου του κόσμου, οδηγώντας έτσι στην πρόσβαση των επιχειρήσεων σε αγορές διεθνούς επιπέδου. Ως αποτέλεσμα έχει οι επιχειρήσεις θα πρέπει να προσαρμόσουν την λειτουργία τους στα δεδομένα που τις υποδεικνύει το διεθνές οικονομικό περιβάλλον προκειμένου να ανταπεξέλθουν στις απαιτήσεις του.

Συνεπώς λόγω του φαινομένου της παγκοσμιοποίησης, οι επιχειρήσεις υφίστανται ολοένα και πιο έντονα τον ανταγωνισμό, οδηγώντας σε αναπροσαρμογή στην οργάνωση στο ανθρώπινο δυναμικό, καθώς και στις τεχνολογίες που χρησιμοποιούν (Χατζηδημητρίου, 2003).

2.Γ. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Ένας σημαντικός παράγοντας που οδήγησε στην μετεγκατάσταση των επιχειρήσεων είναι το φθινό εργατικό δυναμικό. Αναζητούσαν μείωση στο κόστος του εργατικού δυναμικού. Συμφέρον των βιομηχανικών επιχειρήσεων είναι το εργατικό κόστος στην παραγωγή να είναι μεγάλο ώστε να παράγουν τα προϊόντα τους στις φτωχές χώρες με μεγάλη προσφορά εργασίας, που μπορεί να επωφεληθεί ακόμα και η παγκόσμια αγορά. Επιπρόσθετα, η μεταφορά της παραγωγής σε αυτές τις χώρες προσφέρει ευκαιρίες δημιουργίας σχέσεων με νέες αγορές. Ένα παράδειγμα είναι ο εκσυγχρονισμός του αγροτικού τομέα που συνέβαλλε στην αύξηση του αριθμού των ανέργων, προκαλώντας πρόβλημα στους μικρούς γεωργούς, από την παραγωγή.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό είναι η δημιουργία των τεχνικών δυνατοτήτων για την διάσπαση των παραγωγικών διαδικασιών σε πολλά συστατικά μέρη. Έτσι ως ένα βαθμό θα μπορούν οι επιχειρήσεις να χρησιμοποιούν εργατικό δυναμικό, το οποίο μπορεί να είναι ανειδίκευτο ή ταχέως εκπαιδευόμενο ή ημιειδίκευμένο. Δεν έχει σημασία η γεωγραφική απόσταση και η τοποθεσία από

οικονομικής πλευράς σε σχέση με το εργατικό κόστος. Για αυτό δημιουργήθηκε ένα ολιγοδάπανο παγκόσμιο σύστημα μεταφορών και επικοινωνιών.

Έτσι η επένδυση στον Τρίτο Κόσμο δεν έγινε μόνο λόγω φθηνού εργατικού δυναμικού, αλλά και δυναμικού το οποίο είναι πειθαρχημένο και ικανό να εκτελεί διάφορες λειτουργίες στην εργασιακή διαδικασία. Εργάτες δεύτερης γενιάς, οι οποίοι δεν θα αναζητούσαν τις ρίζες τους και δεν θα επιθυμούσαν μια επιστροφή πίσω στο χωριό τους ή ένα κομμάτι γης. Επίσης να μην ήταν καθόλου οργανωμένοι ή να μην υπήρχε η περίπτωση δημιουργίας συνδικάτου που θα απαιτούσαν υψηλότερους μισθούς ή καλύτερες συνθήκες, οι οποίες θα δημιουργούσαν κόστος στις επιχειρήσεις. Βέβαια υπήρχε η περίπτωση, οι χώρες που δέχονταν τις επενδύσεις να είχαν προνοήσει την προστασία των ξένων επιχειρήσεων από απεργίες και άλλες εργατικές ενέργειες, που θα προκαλούσαν πρόβλημα στην παραγωγή.

Άλλοι λόγοι που ώθησαν τις επιχειρήσεις να επεκταθούν και πέρα από τα σύνορα της χώρας τους είναι η οικονομική κρίση και ύφεση που υπέστησαν οι βιομηχανικές χώρες από την αρχή της δεκαετίας του 1970. Η αναζήτηση νέων ευκαιριών για αγορές είναι ένας ακόμα παράγοντας που βοήθησε στην επιλογή αυτή. Νέες περιβαλλοντικές ρυθμίσεις και άλλοι περιορισμοί σε δραστηριότητες των επιχειρήσεων τις δεκαετίες 1980 και 1990 ήταν άλλο ένα κίνητρο μετεγκατάστασης επιχειρήσεων.

Υπήρχε νομικό πλαίσιο συγκεκριμένο για ξένες επενδύσεις και ξένες επιχειρήσεις. Ένα, υπήρχαν ρυθμίσεις για τις μεταφορές κεφαλαίου, επαναπατρισμού κερδών, φορολογικές πολιτικές, συμπεριλαμβανομένων απαλλαγών και άλλων προνομίων που προσφέρονταν από τις μεμονωμένες χώρες στις επιχειρήσεις. Τέλος τα συστήματα μεταφορών και επικοινωνιών, το τραπεζικό σύστημα και άλλες υπηρεσίες είχαν καίρια σημασία για κάθε επιχείρηση στο ζήτημα της υποδομής για την ομαλή λειτουργία του.

Η πολυεθνικοποίηση και η διεθνοποίηση του κεφαλαίου είναι διαδικασίες που η «παγκοσμιοποίηση» τις ξεπερνά. Ο ορισμός αυτός χαρακτηρίζει τις πολυεθνικές επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν συνολική παραγωγή και μαζική πώληση και επιθυμούν την επέκτασή τους σε παγκόσμια κλίμακα από εκείνες που αναγκαστικά μετεγκαθιστούν τμήματα των παραγωγικών τους διαδικασιών σε άλλες χώρες. Επηρεάζεται από τη στρατηγική και η συμπεριφορά των πολυεθνικών επιχειρήσεων, που εφαρμόζουν μια ευέλικτη παραγωγή και ενδοεταιρικές στρατηγικές δικτύωσης. Ο όρος «μάνατζμεντ» χρησιμοποιείται στην περίπτωση των πολυεθνικών επιχειρήσεων και σύμφωνα με αυτό, μια επιχείρηση είναι πραγματικά πολυεθνική αν στη συμπεριφορά της και τη

λειτουργία της χαρακτηρίζεται από έλλειψη εθνικισμού κι έχει μια γεωκεντρική ή παγκόσμια θεώρηση.⁷

Από την άλλη έχει παρατηρηθεί ότι το φθινό εργατικό κόστος δεν είναι ο βασικός λόγος που οι πολυεθνικές επεκτείνονται σε χώρες Τρίτου Κόσμου, γιατί οι επενδύσεις τους δεν γίνονται σε περιοχές με χαμηλούς μισθούς αλλά σε περιοχές με σχετικά υψηλό επίπεδο μισθού, όπως η Σιγκαπούρη, η Ταϊβάν και η Νότια Κορέα. Έτσι η παγκοσμιοποίηση σχετίζεται και με την περιφερειοποίηση.

Προκύπτει για παράδειγμα ότι οι επιχειρήσεις της Βόρειας Αμερικής, όπου μπορεί να επωφεληθούν με την μετεγκατάσταση σε μέρη με χαμηλούς μισθούς, δεν επιλέγουν την Ασία ή Νότια Αμερική, όπως έκαναν παλαιότερα, αλλά περιοχές μέσα στις ΗΠΑ ή το Μεξικό με χαμηλούς μισθούς εξίσου. Παρόμοια συμπεριφέρεται και η αγορά της Ευρώπης, η οποία προτιμά χαμηλόμισθες χώρες της Νότιας ή Ανατολικής Ευρώπης, παρά να φύγει σε χώρες της Ασίας ή της Λατινικής Αμερικής.

Άλλοι λόγοι που μια επιχείρηση επιθυμεί να λειτουργήσει πέρα από τα σύνορα της χώρας της, είναι η αναζήτηση νέων αγορών, όπως συμβαίνει στην Κίνα, Ανατολική Ασία και η πρόσβαση σε εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό, ικανό να χειριστεί πιο πολύπλοκες εργασιακές διαδικασίες. Επιπλέον ίσως υπάρχει η σύμπραξη με άλλες πρωτοπόρες επιχειρήσεις τεχνολογικά, που να λειτουργούν και σε άλλες περιφέρειες.

Ο ανταγωνισμός μιας επιχείρησης με μια άλλη είναι πιο έντονος από ότι μιας χώρας με μιας άλλης. Και αυτό συμβαίνει, γιατί οι εθνικές οικονομίες είναι σε χαμηλότερο βαθμό ενοποιημένες από τι τα συστήματα παραγωγής και διανομής των πολυεθνικών επιχειρήσεων. Έτσι αλληλεπιδρά η ανταγωνιστικότητα τους και στις χώρες.

Πώς μια επιχείρηση χαρακτηρίζεται πολυεθνική; Ορισμός συγκεκριμένος δεν υπάρχει. Όμως ένα βασικό στοιχείο είναι ότι πρέπει να δραστηριοποιείται και έξω από την χώρα της που αποτελεί έδρα της. Κάποιες θεωρίες υποστηρίζουν ότι οι διεθνείς δραστηριότητες τους πρέπει να ανέρχονται στο 50% ή και περισσότερο του συνολικού τους τζίρου, ενώ άλλες υποστηρίζουν τον τρόπο οργάνωσης που έχουν. Γενικά πρέπει να υπάρχει παραπάνω από μια παραγωγική μονάδα σε διάφορες χώρες πέρα από την μητρική. Βέβαια μια πολυεθνική επιχείρηση έχει μεγαλύτερες δυνατότητες να οργανώσει την παραγωγή και το εμπόριο αποδοτικά στοχεύοντας στο κέρδος. Από την άλλη οι δραστηριότητες πρέπει να έρχονται σε αντίθεση με τους στόχους και τα εθνικά συμφέροντα των χωρών υποδοχής στην οποία λειτουργεί.

⁷J.Martinussen, Κοινωνία, Κράτος, Αγορά :Θεωρίες της ανάπτυξης, Σαββάλας, Αθήνα, 2007

Οι αναπτυσσόμενες χώρες επιθυμώντας την γρήγορη ανάπτυξη με την απασχόληση εργατικού δυναμικού, σταθεροποίηση των τιμών και μείωση του ελλείμματος των εξωτερικών τους συναλλαγών, προσπαθούν να προσελκύσουν τις πολυεθνικές επιχειρήσεις για να τους ευνοήσουν.

3. ΑΜΕΣΕΣ ΞΕΝΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Το παγκόσμιο σύστημα το ελέγχουν οι πολυεθνικές επιχειρήσεις. «Πολυεθνική επιχείρηση είναι η επιχείρηση εκείνη η οποία διενεργεί άμεσες ξένες επενδύσεις (ΑΞΕ) και η οποία έχει την ιδιοκτησία της, ή ελέγχει με οποιονδήποτε τρόπο, δραστηριότητες προστιθέμενης αξίας σε περισσότερες από μια χώρες».(DunningandLundan 2008)

Οι Άμεσες Ξένες Επενδύσεις ορίζονται ως αγορά ενός κυρίαρχου μεριδίου σε μια εγχώρια επιχείρηση από τους κατόχους ξένου κεφαλαίου. Γίνεται μεταφορά χρηματοοικονομικού κεφαλαίου μαζί με τους παραγωγικούς συντελεστές, που είναι η τεχνογνωσία, το μάρκετινγκ, η διοικητική και χρηματοοικονομική εμπειρία. Οι ξένες επενδύσεις πραγματοποιούνται από μεγάλες και όχι μόνο επιχειρήσεις. Γίνονται και από μικρότερου μεγέθους. Δημιουργούν θυγατρική παραγωγική μονάδα μιας επιχείρησης στο εξωτερικό, την αγορά μιας εγχώριας επιχείρησης από μια ξένη, σύσταση κοινοπραξίας όπως και συμφωνίες σε εγχώρια εταιρεία που χρησιμοποιεί το σήμα μια ξένης.

Υπάρχει μια διαφορά ανάμεσα στις ξένες επιχειρήσεις και τις απλές κεφαλαιακές κινήσεις. Οι Άμεσες Ξένες Επενδύσεις έχουν πιο μακροχρόνιο χαρακτήρα, ενώ οι δεύτερες έχουν χαρακτήρα ευκαιριών κέρδους. Το φορολογικό, νομισματικό, εμπορικό καθεστώς για τις εργασίες και περιβαλλοντικές ρυθμίσεις και γενικότερα για την οικονομική κατάσταση της χώρας υποδοχής συμβαίνει λόγω της μακροχρόνιας απόδοσης βάση εκτιμήσεων.

Επιπλέον υπάρχουν παράγοντες που ευνοούν τις αναπτυσσόμενες χώρες για τις εξαγωγές και εισαγωγές των Άμεσων Ξένων Επενδύσεων. Αρχικά υπάρχει αυξανόμενη προσφορά κεφαλαίων προς επένδυση. Στο εξωτερικό αναζητούν επενδυτικές ευκαιρίες για μεγαλύτερη απόδοση υπό διαχείριση κεφαλαίων και της τεχνογνωσίας. Η διεθνής ολοκλήρωση κεφαλαιαγορών και τεχνολογική πρόοδος συμβάλλουν και πάλι. Επιπλέον η διόγκωση του παγκόσμιου εμπορίου και η τεχνολογική πρόοδος κάνουν τις αναπτυσσόμενες χώρες σημαντικές. Τέλος υπάρχει μια αυξανόμενη ζήτηση επενδυτικών κεφαλαίων από αναπτυσσόμενες και αναπτυσσόμενες χώρες.

Το Κέντρο για τις Πολυεθνικές Επιχειρήσεις (UNCTC – επονομαζόμενο σήμερα Τμήμα της Διάσκεψης των Ηνωμένων Εθνών για το Εμπόριο και την Ανάπτυξη- UNCTAD) ασχολήθηκε με τις ενέργειες των πολυεθνικών

επιχειρήσεων και τον ρόλο τους γενικά. Μια δραστηριότητα τους είναι ότι ελέγχουν σε μεγάλο βαθμό το διεθνές εμπόριο των βιομηχανικών και αναπτυσσόμενων χωρών μέσω του ενδοεταιρικού εμπορίου, που σχετίζεται με τις συναλλαγές μεταξύ μονάδων στο πλαίσιο της ίδιας επιχείρησης, χωρίς να ισχύουν οι τιμές αγοράς.

Ποιος είναι ο τρόπος που ξεκινά να λειτουργεί μια μητρική εταιρεία όταν αποφασίζει να κατασκευάσει θυγατρικές για την εξάπλωση της εκτός συνόρων; Η πρώτη, η οποία είναι εγκατεστημένη σε βιομηχανική χώρα, μεταβιβάζει ένα ορισμένο χρηματικό ποσό, στη θυγατρική της, η οποία βρίσκεται σε μια αναπτυσσόμενη χώρα. Το συγκεκριμένο κεφάλαιο που στάλθηκε από τη μητρική εταιρεία, μπορεί να αποτελεί σημαντικό μερίδιο από τη συνολική επένδυση ή απλώς ένα μικρό κομμάτι της. Μια πολυεθνική επιχείρηση έχει και άλλες δυνατότητες στο να βρει κεφάλαιο. Μπορεί να βοηθηθεί από την χώρα που την φιλοξενεί, από δημόσια χρηματοοικονομικά ιδρύματα ή από τοπικούς επενδυτές.

Στη συνέχεια απαιτούνται κάποιες αγορές εισροών για την παραγωγική διαδικασία, όπως πρώτες ύλες, εργασία, μέσα παραγωγής, καύσιμα, ενδιάμεσα αγαθά, και άλλα. Η εξασφάλιση τους γίνεται επιτόπου ή μέσω της μητρικής εταιρείας. Συγκεκριμένα μέσω υπερτιμολογήσεων, δηλαδή οι τιμές που χρεώνει είναι μεγαλύτερες από εκείνες που επικρατούν στην παγκόσμια αγορά. Υπάρχουν και άλλοι πόροι, ώστε η μητρική εταιρεία να μεταβιβάσει πόρους. Αυτή είναι όταν μια θυγατρική πουλάει εμπορεύματα ή υπηρεσίες στην μητρική εταιρεία σε τιμές χαμηλότερες από της παγκόσμιας αγοράς. Η αξιοποίηση πόρων μιας πολυεθνικής επιχείρησης εξαρτώνται από την μητρική και όχι θυγατρική εταιρεία. Γενικά η κατανομή των πόρων και η συσσώρευση του κεφαλαίου γίνεται μέσα στο πλαίσιο μιας τυπικής πολυεθνικής επιχείρησης. Πέρα από εθνικά σύνορα, περιλαμβάνεται πακέτο παραγωγικών εισροών. Από την μια υλικές, για παράδειγμα μετοχικό κεφάλαιο, εξοπλισμός, ενδιάμεσες και πρώτες ύλες και από την άλλη άυλες – τεχνογνωσία οργάνωσης της παραγωγής, ποιοτικού ελέγχου, και μάρκετινγκ.

Χωρίς την παρεμβολή της αγοράς γίνεται μεταφορά πόρων. Πιο συγκεκριμένα, δεν υπάρχει μορφή μιας εμπορικής συναλλαγής ή συμφωνίας μεταξύ δύο ανεξάρτητων επιχειρηματικών οντοτήτων, αλλά ανάμεσα σε δυο επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν σχέσεις ιδιοκτησίας μεταξύ τους.

Ο έλεγχος θυγατρικής επιχείρησης δημιουργείται μέσω των Α.Ξ.Ε από την μητρική επιχείρηση. Γενικά η μητρική επιχείρηση οφείλει να επηρεάζει την θυγατρική επιχείρηση σε διάφορους τομείς, όπως στην λήψη αποφάσεως ακόμα και στην συμπεριφορά της δεύτερης σε ζητήματα, όπως πηγές πρώτων υλών, επιλογή τεχνολογίας και άλλα.

Μόνο όταν μια επιχείρηση έχει Α.Ξ.Ε θεωρείται πολυεθνική. Όλες οι υπόλοιπες επιχειρηματικές δραστηριότητες δεν επαρκούν για τον συγκεκριμένο χαρακτηρισμό. Επιπλέον οι πολυεθνικές επιχειρήσεις έχουν στην κατοχή τους παραπάνω από μια παραγωγική μονάδα σε περισσότερο από μια χώρα. Επομένως για την ύπαρξη μιας πολυεθνικής είναι χρήσιμο να υπάρχει παραπάνω από μια παραγωγική μονάδα, όπου βρίσκονται σε διαφορετικές χώρες, η κατοχή δηλαδή ολόκληρου ή ενός ποσοστού του μετοχικού κεφαλαίου μιας τουλάχιστον θυγατρικής επιχείρησης που είναι σε άλλη χώρα. Ακόμα όπως αναφέρθηκε παραπάνω, μια μητρική επιχείρηση μπορεί να επηρεάσει την διαδικασία γενικά λήψης αποφάσεων σε ένα από τα ζητήματα.

Επιπρόσθετα, χαρακτηριστικά μιας πολυεθνικής επιχείρησης είναι η «κάθετη ολοκλήρωση» όταν κάνει διαχείριση από την αρχή μέχρι το τέλος ενός προϊόντος. Από την άλλη στοιχεία για «οριζόντια ολοκλήρωση» παρουσιάζει όταν οι θυγατρικές αναλαμβάνουν περιφερείς δραστηριότητες σε διαφορετικές χώρες. Η μητρική εταιρεία της πολυεθνικής επιχείρησης είναι χωροθετημένη στην χώρα προέλευσης. Η αφετηρία και πηγή των Άμεσων Ξένων Επενδύσεων είναι οι χώρες προέλευσης, ενώ οι χώρες υποδοχής ο προορισμός τους.

Μια πολυεθνική επιχείρηση έχει παραγωγικούς πόρους, υλικούς και άυλους. Δημιουργούνται οπουδήποτε, σε οποιοδήποτε σημείο του συστήματος της πολυεθνικής. Από την μητρική επιχείρηση διανέμονται παραγωγικοί πόροι στις θυγατρικές και μπορεί να ελέγχει την χρήση αυτών των εισροών στις τελευταίες. Η εσωτερική μεταφορά των πόρων που το ίδιο συμβαίνει και στις ΑΞΕ γίνεται σε τιμές. Αυτές βέβαια δεν καθορίζονται από τον μηχανισμό της αγοράς, αλλά καθαρά από την διοικητική ιεραρχία της πολυεθνικής με βάση στρατηγικούς στόχους που θέτουν και στοχεύουν στην μεγιστοποίηση του κέρδους σε όλο το σύνολο της επιχείρησης και όχι σε επιμέρους τμήματα.

3.A. ΜΟΡΦΕΣ ΑΞΕ

Υπάρχουν διάφορες μορφές Άμεσων Ξένων Επενδύσεων. Η πρώτη μορφή είναι η «Θυγατρική αποκλειστικής ιδιοκτησίας». Η επιχείρηση ιδρύει μια νέα επιχείρηση σε νέα χώρα και ο μόνος μέτοχος της είναι η ίδια. Η θυγατρική μπορεί να είναι μια νέα επιχείρηση ή μια νέα ήδη υπάρχουσα επιχείρηση όπου και εξαγόρασε. Το συγκεκριμένο μοντέλο επιχειρήσεων έχει θετικά και αρνητικά στοιχεία. Αρχικά, η μητρική επωφελείται από τα κέρδη της θυγατρικής, αφού είναι ο μοναδικός μέτοχός της. Διατηρεί το διοικητικό έλεγχο θυγατρικής με όλα τα πλεονεκτήματα που συνεπάγεται για την διαμόρφωση και εφαρμογή στρατηγικών της σε παγκόσμιο επίπεδο. Έτσι, με αυτόν τον τρόπο η επιχειρηματική και στρατηγική δραστηριότητα της θυγατρικής απορρέει από την μητρική. Από την στιγμή που η θυγατρική βρίσκεται σε μια νέα άλλη χώρα, οφείλει να μεταποιησει σε κάποιο βαθμό τα προϊόντα ώστε να ανταποκριθούν

οι καταναλωτές της τοπικής αγοράς. Έτσι αναγκάζεται να διευρύνει τις παραγωγικές και εμπορικές δραστηριότητες.

Από την άλλη υπάρχουν μειονεκτήματα των ΑΞΕ. Μια μητρική επιχείρηση μπορεί να κερδίσει από μια θυγατρική της αλλά μπορεί και να μπει σε κίνδυνο. Και αναγκαστικά ως ο μοναδικός κάτοχός της αναλαμβάνει όλο το ρίσκο και το οικονομικό κόστος που μπορεί να προκύψει. Δεν μπορεί να θεωρηθεί ως «ντόπιο» κομμάτι της χώρας. Χαρακτηρίζεται «ξένη» και μπορεί να δημιουργηθεί αρνητική εικόνα γύρω από δημόσιες υπηρεσίες, κοινή γνώμη και κυβέρνηση.

Ένα δεύτερο είδος πολυεθνικής επιχείρησης είναι η «Κοινοπραξία». Η «Κοινοπραξία» προέρχεται από μια συνεργασία μιας ή περισσοτέρων ξένων επιχειρήσεων με μια ή περισσότερες τοπικές επιχειρήσεις για τη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης ή για την εξαγορά μιας ήδη υπάρχουσας τοπικής επιχείρησης. Υπάρχει συνεισφορά κεφαλαίου, στελεχικού δυναμικού, τεχνολογίας και τεχνογνωσίας από τους εταίρους. Συνεισφέρουν τον παραγωγικό συντελεστή, στον οποίο υπερτερούν σε σχέση με τους άλλους εταίρους.

Στην περίπτωση αυτή το οικονομικό κόστος που μπορεί να προκύψει, μοιράζεται ίσα ανάλογα με τους εταίρους. Άρα μοιράζεται το κόστος εγχειρήματος. Ένα άλλο είναι ότι υπάρχει ήδη γνώση και εμπειρία για τον τρόπο λειτουργίας και προτίμησης της τοπικής αγοράς. Δεν είναι δηλαδή ξένοι σε μια άλλη χώρα. Έχουν γνωριμίες, διασυνδέσεις που η κοινωνία μπορεί εύκολα να συνηθίσει γιατί δεν το θεωρεί άγνωστο. Ακόμα η διερεύνηση χρηματοδοτικών δυνατοτήτων και η μείωση του μεταξύ ανταγωνισμού βοηθά στην αντιμετώπιση κινδύνου για είσοδο νέου ανταγωνιστή στην αγορά.

Από την άλλη όταν υπάρχουν διαφορετικοί εταίροι, υπάρχει η πιθανότητα να μην συμφωνούν μεταξύ τους σχετικά με τους στόχους και την στρατηγική της κοινοπραξίας. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τις περισσότερες φορές να οδηγήσει στην διάλυσή της. Επιπλέον η επιχείρηση δεν ελέγχει απόλυτα την διοίκηση της νέας επιχείρησης, με αποτέλεσμα να μην έχει πλήρη έλεγχο και να μην μπορεί να την εντάξει πλήρως στον σχεδιασμό της.

Μια τρίτη μορφή επιχείρησης είναι η «Μερική Εξαγορά». Αυτός ο τρόπος είναι μια μορφή επένδυσης πιο ασφαλής από τις άλλες δύο. Αυτό προκύπτει από το ότι η επιχείρηση αποκτά ένα μέρος μετοχών της τοπικής επιχείρησης με την οποία συνεργάζεται μέσω της μεταφοράς τεχνολογίας και τεχνογνωσίας, συμφωνιών αμοιβαίας διανομής προϊόντων τους. Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα ταυτίζονται στο ελάχιστο από την «Κοινοπραξία». Είναι η πιο διαδεδομένη και συχνή στη χρήση μορφή επιχείρησης. Αυτό ίσως συμβαίνει, λόγω ότι συνδυάζει σχεδόν όλα τα πλεονεκτήματα από τις άλλες δύο και

ελάχιστα έως καθόλου μειονεκτήματα. Είναι ένα ρίσκο που μια επιχείρηση το παίρνει εκ του ασφαλούς.

4.B. ΒΑΣΙΚΟΙ ΤΥΠΟΙ ΑΜΕΣΩΝ ΞΕΝΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ (ΑΞΕ)

Υπάρχουν σαφώς και οι βασικοί τύποι Άμεσων Ξένων Επενδύσεων. Είναι οι ΑΞΕ οι οποίοι αναζητούν πλουτοπαραγωγικούς πόρους. Επιθυμούν συγκεκριμένους πλουτοπαραγωγικούς πόρους σε χαμηλότερο κόστος από ότι στην χώρα προέλευσης. Για αυτό τον σκοπό προβαίνουν σε Άμεσες Ξένες Επενδύσεις. Σε αυτό το σημείο υπάρχουν τρεις κύριοι πλουτοπαραγωγικοί πόροι. Ο ένας είναι οι φυσικοί πόροι. Συμπεριλαμβάνονται μεταλλεύματα όπως πετρέλαιο, χαλκός, βωξίτης και αγροτικά προϊόντα όπως ζάχαρη, καφές, μπανάνες. Τέτοιου είδους επενδύσεις συνδέονται αποκλειστικά με την χώρα υποδοχής και απαιτούν υψηλές επενδύσεις σε υποδομή. Ακόμα και οι πετρελαϊκές επενδύσεις όπως η Shell, Mobil και άλλες.

Ένας δεύτερος πλουτοπαραγωγικός πόρος, τον οποίο αναζητούν συχνά οι πολυεθνικές επιχειρήσεις και έχει αναφερθεί και σε προηγούμενο κεφάλαιο είναι το φθηνό ανειδίκευτο ή μερικά ειδικευμένο εργατικό δυναμικό. Οι πολυεθνικές επιχειρήσεις αναζητούν συχνά φθηνό εργατικό κόστος ώστε να έχουν μεγαλύτερο κέρδος. Αν στις αναπτυσσόμενες χώρες υπάρχει υψηλό εργατικό δυναμικό καταφεύγουν σε αναπτυσσόμενες χώρες. Το Μεξικό και η Κίνα αποτελούν χώρες υποδοχής που το παρέχουν. Τρίτον, οι τεχνολογικές και διαχειριστικές ικανότητες είναι επίσης πλουτοπαραγωγικός πόρος. Τέτοιου είδους επιχειρήσεις είναι ο τομέας υπηρεσιών, όπως ο τουρισμός, οι ενοικιάσεις αυτοκινήτων, ιατρικές και εκπαιδευτικές υπηρεσίες, διότι ο χαρακτήρας τους συνδέεται σχεδόν με την χώρα υποδοχής.

Πολλές επενδύσεις στοχεύουν στην αγορά των χωρών υποδοχής και των γειτονικών χωρών. Προσπαθούν να παράγουν προϊόντα και υπηρεσίες που θα προσελκύσουν τις αγορές. Αυτές είναι οι Άμεσες Ξένες Επενδύσεις προς αναζήτηση αγορών. Γεννιούνται διάφορα κίνητρα που ωθούν τις επιχειρήσεις σε τέτοιου είδους επενδύσεις. Ένα κίνητρο είναι ότι οι πελάτες και οι προμηθευτές τους έχουν εγκατασταθεί εκεί και για αυτούς είναι στόχος η κατάκτησή τους. Για παράδειγμα αρκετές Ιαπωνικές επιχειρήσεις ανταλλακτικών ακολουθούν Ιαπωνικές αυτοκινητοβιομηχανίες στην επέκτασή τους σε Ευρώπη και ΗΠΑ. Δεύτερον πολλά προϊόντα για να αποδώσουν πρέπει να προσαρμοστούν ανάλογα με τις ανάγκες, τα πρότυπα και τις συνθήκες παραγωγής, όπως τρόφιμα, ποτά, υπηρεσίες – όπως διαφήμιση.

Πολλές φορές όταν μια αγορά πλαισιώνεται από ΑΞΕ είναι συμφέρουσα ως προς το κόστος. Όταν οι επιχειρήσεις θεωρούν τις αγορές σημαντικές και βρίσκονται σε απόσταση από την χώρα προέλευσης θα προτιμήσουν να τις εξυπηρετήσουν μέσω ΑΞΕ παρά με εμπόριο.

Άλλες επιχειρήσεις πάλι θέλουν να βρίσκονται όπου είναι και οι ανταγωνιστές τους. Για αυτόν τον λόγο οδηγούνται σε άμεσες ξένες επενδύσεις. Χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η αγορά των Η.Π.Α, η οποία εξαιτίας του μεγέθους της και ότι αποτελεί χώρα προέλευσης πολλών πολυεθνικών επιχειρήσεων έχει κινητοποιήσει σχεδόν όλες τις πολυεθνικές επιχειρήσεις να βρίσκονται εκεί.

Υπάρχουν οι ΑΞΕ, οι οποίες είναι προς αναζήτηση στρατηγικών πόρων ή ικανοτήτων. Ο συγκεκριμένος τύπος περιλαμβάνει πολυεθνικές επιχειρήσεις που στοχεύουν στην διατήρηση και βελτίωση διεθνούς ανταγωνιστικότητας με εξαγορά πλουτοπαραγωγικών πόρων άλλων επιχειρήσεων. Αυτό το είδος επενδύσεων το συναντάμε σε κλάδους υψηλής τεχνολογίας.

Για να πετύχουν οι σκοποί των ΑΞΕ πρέπει να στοχεύουν στη χώρα υποδοχής και στην χώρα προέλευσης με συγκεκριμένες κινήσεις. Η παγκοσμιοποίηση, έχει ανοίξει τις αγορές και εντείνει στην οριζόντια και κάθετη επέκταση επενδυτικών κινήτρων ως προς την ποιότητα και ως προς την ποσότητα των υπαρχόντων. Οι στόχοι που επιδιώκουν διαφέρουν από χώρα σε χώρα και αλλάζουν μέσα στο πέρασμα του χρόνου ανάλογα με τις συνθήκες και ανάγκες. Για την χώρα υποδοχής προκύπτει ότι οι ΑΞΕ στοχεύουν στην αύξηση παραγωγής, στην δημιουργία θέσεων απασχόλησης, στην βελτίωση ανταγωνιστικότητας, στην αύξηση γνώσεων εργατικού δυναμικού και στην εξερεύνηση επικουρικών πηγών για κάλυψη ελλείμματος του ισοζυγίου πληρωμών. Ο τελευταίος στόχος δεν είναι άμεσος. Έμμεσα από τα παραπάνω προκύπτει η κάλυψη ελλείμματος. Όταν το σύστημα της χώρας είναι ελκυστικό, το διοικητικό σύστημα κάθε χώρας προσδίδει απαραίτητα στοιχεία συντονισμού για να πετύχει τους στόχους μακροπρόθεσμα. Μπορούν να εξεταστούν οι στόχοι στο πλαίσιο των επιπτώσεων τους στην οικονομία της χώρας υποδοχής, δηλαδή στην ευημερία και αποτελεσματικότητα.

Για τις χώρες προέλευσης, οι Άμεσες Ξένες Επενδύσεις έχουν πλεονέκτημα των άλλων μεθόδων διείσδυσης σε μια ξένη αγορά (όπως είναι οι εξαγωγές και η πώληση δικαιωμάτων ευρεσιτεχνίας). Υπάρχει μακροπρόθεσμα προοπτική, ώστε να δημιουργηθούν οικονομίες κλίμακας και είναι ένα τρόπος για άμεση επιτόπια παρουσία και πλήρους ελέγχους διαχείρισης. Έτσι στοχεύουν στην διεύρυνση της αγοράς των προϊόντων της εταιρείας με την έννοια της εκμετάλλευσης, την δυναμική και τη μεγέθυνση της χώρας υποδοχής (προώθηση εξαγωγών, διατήρηση ή αύξηση μεριδίου στην διεθνή αγορά, εύκολη πρόσβαση προϊόντων στον πελάτη και χρήση της χώρας υποδοχής ως χώρα βάσης για την προώθηση εξαγωγών και σε άλλες χώρες.

Οι ανταγωνιστές έχουν όμοια τάση και η διασπορά εμποδίων στο εμπόριο και των απορρυθμίσεων από το άνοιγμα των αγορών. Γίνεται για την αποφυγή δασμολογικών εμποδίων των εγχώριων επιχειρήσεων. Επιπλέον ένας άλλος στόχος είναι η μείωση των δαπανών παραγωγής και η βελτίωση της

αποτελεσματικότητας. Αυτό επιτυγχάνεται μέσα από εύκολη πρόσβαση στις πηγές προμήθειας, φθηνών και κατάλληλων πόρων, διαθέσιμο κατάλληλο εργατικό δυναμικό, διαθέσιμο κεφάλαιο – τεχνογνωσία, δυνατότητα ανάπτυξης ενδοεπιχειρησιακού εμπορίου και άλλα. Το επιχειρηματικό περιβάλλον της χώρας υποδοχής παίζει ρόλο, εάν δηλαδή το επιχειρησιακό κλίμα είναι ευνοϊκό, αν υπάρχει πολιτική και νομισματική σταθερότητα και αν υπάρχει καθεστώς ιδιοκτησίας και κόστος χρηματοδότησης.

Χαρακτηριστικό των ΑΞΕ είναι ότι εισρέουν σε μια οικονομία με σκοπό να μείνουν και όχι να φύγουν, ακόμα και αν εμφανιστούν τα πρώτα προβλήματα. Αυτό σε περίοδο οικονομικής κρίσης θεωρείται σημαντικό ανάχωμα.

Οι βασικές στρατηγικές των ΑΞΕ βασίζονται στην εκμετάλλευση και την αναζήτηση νέων αγορών. Συγκεκριμένα η επενδύουσα εταιρεία ενδιαφέρεται να επενδύσει την παρουσία της σε μια αγορά ή και στις γειτονικές αυτής, επομένως το μέγεθος αυτών των αγορών παίζει καθοριστικό λόγο. Είναι η πιο συνηθισμένη μορφή στρατηγικής μαζί με την βελτίωση της αποτελεσματικότητας της εταιρείας. Η ύπαρξη υποδομών όπως η τεχνολογία, η επικοινωνία, οι συγκοινωνίες έχουν βαρύνουσα σημασία ανεξαρτήτως του μεγέθους αγοράς.

Τέλος η αξιοποίηση φυσικών πόρων, η ειδικά αποτελεσματικότητα της εταιρείας μπορεί να ενισχυθεί και με την αξιοποίηση της τεχνογνωσίας και του δικτύου διανομής μιας εγχώριας εταιρείας, μέσω σύναψης συνεργασίας με αυτήν.

3.Γ. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΑΜΕΣΩΝ ΞΕΝΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Υπάρχουν κάποια κριτήρια τα οποία προσδιορίζουν την κατανομή των Άμεσων Ξένων Επενδύσεων. Πρώτα είναι ο αριθμός των καταναλωτών, ο οποίος προσδιορίζει και το μέγεθος της αγοράς. Ανάλογα με το ενδιαφέρον της κατανάλωσης, γίνεται αντιληπτό πως μπορεί να εξελιχθεί ποιοτικά και ποσοτικά η αγορά. Το εμπόριο έχει μια άρρηκτη σχέση με τις ΑΞΕ, εφόσον έτσι μπορεί να υπολογίζεται ο λόγος των εξαγωγών, η εγχώρια οικονομία και το ΑΕΠ της χώρας. Είναι σημαντικό να υπάρχει πολιτική και οικονομική σταθερότητα γιατί έτσι βελτιώνει την εικόνα στην χώρα υποδοχής, χωρίς βέβαια αυτό να είναι καθοριστικός παράγοντας. Το επενδυτικό περιβάλλον και τα επενδυτικά κίνητρα βοηθούν στην προσέλκυση των ξένων επενδυτών. Η ύπαρξη φιλικού περιβάλλοντος και κατανόησης κουλτούρας της εγχώριας κοινωνίας και τα ευνοϊκά νομοθετικά πλαίσια δίνουν το έναυσμα σε νέες επενδύσεις. Το ασφαλιστικό και εργασιακό κόστος πρέπει να ελέγχονται. Για παράδειγμα το ασφαλιστικό κόστος αφορά το ποσό ασφάλειας κάθε εργαζομένου ανά χώρα. Η απελευθέρωση αγορών και κλάδων αυξάνει τις πιθανότητες συμμετοχής των ξένων επενδυτών σε αυτές με ελκυστικούς όρους,

χωρίς παρέμβαση. Ένα ακόμα κριτήριο είναι οι ιδιωτικοποιήσεις. Δίνουν τη δυνατότητα εξαγορών συμμετοχής στο μετοχικό κεφάλαιο μεγάλων οργανισμών και εταιρειών υπό κρατικό έλεγχο, που σε πολλές περιπτώσεις λειτουργούσαν μέχρι πρότινος μονοπωλίου, δραστηριοποιούμενες σε κλάδους οικονομίας, όπως τηλεπικοινωνίες, τράπεζες, ενέργεια. Αν η γεωγραφική θέση της χώρας υποδοχής είναι σε καλό σημείο, ευνοεί την επέκταση σε γειτονικές ελκυστικές χώρες.

Επιπρόσθετα, το χαμηλόμισθο ανθρώπινο δυναμικό υψηλής ειδίκευσης αφορά την Ευρωπαϊκή Ένωση. Τα νέα κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης έχουν ανθρώπινο δυναμικό, εξειδικευμένο αλλά χαμηλά αμειβόμενο. Από την άλλη πρέπει και το επίπεδο υποδομών και μεταφορών να είναι ικανοποιητικό. Αυτό αφορά το κόστος λειτουργίας των μεταφορών. Το επίπεδο ενσωμάτωσης νέων τεχνολογιών βοηθά σημαντικά στους κλάδους τεχνολογίας αιχμής, όπως πληροφορική, τηλεπικοινωνίες και ενέργεια. Ακόμα τα κατάλληλα δίκτυα διανομής βοηθούν στην ευνοϊκή και γρήγορη διοχέτευση των προϊόντων στον καταναλωτή. Η δημιουργία νέων δικτύων συνεπάγεται επιπλέον κόστος. Ένα τελευταίο είναι η προσδοκώμενη απόδοση του κεφαλαίου που πρόκειται να επενδυθεί και το συνακόλουθο περιθώριο κέρδους που είναι εξίσου σημαντικό.

Έτσι η συμμετοχή των πολυεθνικών στη βιομηχανική ανάπτυξη μπορεί να βοηθήσει τις αναπτυσσόμενες χώρες. Ο λόγος γίνεται για προσφορά σημαντικών και ιδιαίτερα αναγκαίων χρηματοοικονομικών πόρων για βιομηχανικές επενδύσεις από τις ίδιες τις επιχειρήσεις και πρόσβαση σε διεθνείς αγορές κεφαλαίου και σε χρηματοοικονομικά ιδρύματα. Ακόμα μπορούν να προσφέρουν εξελιγμένη τεχνολογία, τεχνογνωσία και διευθυντικές δεξιότητες, που άλλες πηγές δύσκολα μπορούν να δώσουν. Ο Τρίτος Κόσμος μπορεί να αυξήσει τις εξαγωγές του, επειδή έχουν την δυνατότητα πρόσβασης σε καλύτερα δίκτυα διανομής και μάρκετινγκ. Επιπλέον, εξαιτίας των πολλών θέσεων εργασίας που δημιουργούνται για την ομαλή και σωστή παραγωγική διαδικασία, μπορούν να απασχολήσουν αρκετό εργατικό δυναμικό. Άρα συμβάλλουν στη μείωση του ποσοστού ανεργίας. Γενικά οι «χώρες φιλοξενίας» του Τρίτου Κόσμου έχουν αρκετά οφέλη, διότι μπορούν να συμβάλλουν στη «διαφοροποίηση» και «εμβάθυνση» της βιομηχανικής δομής.

Μια πολυεθνική εταιρεία προκαλεί ποικίλες καταστάσεις στις περιοχές όπου βρίσκεται. Δημιουργεί νέες προοπτικές, νέες θέσεις εργασίας, καταργεί τομείς απασχόλησης, έχει πανίσχυρο διευθυντικό κέντρο δημοσίων υποθέσεων, στην χώρα καταγωγής και στις χώρες εγκαταστάσεως διαφεύγει η φορολογία, νομοθεσία, όπου δημιουργείται και νέα αν χρειαστεί, έλλειψη κάθε εθνικής ή πατριωτικής συνειδήσεως και πιστεύει ένα και μοναδικό κανόνα διαγωγής, την όσο μεγαλύτερη γίνεται συσσώρευση κερδών, όσο γίνεται ταχύτερη συγκέντρωση και συγκεντροποίηση κεφαλαίων. Η σχέση ανάμεσα προς την ανεξαρτησία των κρατών και προς την κυριαρχία των λαών είναι αντιστρόφως ανάλογη με την ανάπτυξη της πολυεθνικής. (AlianAspect, 1957)

4.ΟΙ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα γεωγραφικά βρίσκεται σε κομβικό σημείο. Είναι σταυροδρόμι τριών ηπείρων, της Ασίας, της Αφρικής και της Ευρώπης. Είναι το νοτιότερο άκρο της Ευρώπης και για αυτό τον λόγο δέχεται επιρροές από την Δύση και από την Ανατολή. Αυτό το γεγονός έχει επηρεάσει την εξέλιξή της στον χρόνο. Επομένως έλκει σαν χώρα αρκετούς ξένους επενδυτές και αυτό συμβάλλουν οι πολιτικές και οικονομικές συνθήκες, όπως και η πολιτική που ακολουθεί η κάθε κυβέρνηση.

Η γεωγραφική θέση της χώρας μας, η πολιτική και κοινωνική σταθερότητα, το κοινωνικό και μορφωτικό επίπεδο, η ύπαρξη φθηνού εργατικού δυναμικού, το μέγεθος και ο ρυθμός αύξησης της οικονομίας συμπεριλαμβάνονται στις γενικές οικονομικές και πολιτικές συνθήκες. Ο Νόμος του Κράτους έχει επιφέρει πολλά οφέλη στις Πολυεθνικές Επιχειρήσεις. Στους ξένους επενδυτές παρέχεται προστασία και προνόμια. Έχουν κύριους προστατευτικούς όρους που πρέπει να εφαρμόσουν :

ΟΡΟΙ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

- Το δικαίωμα επαναπατριsmού των κεφαλαίων, κερδών και τόκων. Το ετήσιο ποσοστό επαναπατριsmού είναι 10% για απόσβεση του κεφαλαίου που εισάγεται, 12% για κέρδη και 10% για το εισαγόμενο δανειακό κεφάλαιο.
- Τα μη εξαγόμενα κέρδη και αποσβέσεις μπορούν να επενδυθούν ξανά.
- Απαλλαγή για μια δεκαετία από φόρους, δασμούς, εισφορές και τέλη υπέρ διαφόρων οργανισμών και ταμείων για εισαγωγές μηχανολογικού εξοπλισμού, πρώτων υλών, ενδιάμεσων προϊόντων και ανταλλακτικών που χρησιμοποιούνται για την εγκατάσταση και λειτουργία των ξένων επιχειρήσεων.
- Το δικαίωμα να απασχολούν έναν περιορισμένο αριθμό ξένων ειδικών στις ανώτερες τεχνικές και διοικητικές θέσεις της επιχείρησης.
- Επιτρέπεται η εξαγωγή κεφαλαίων για αποσβέσεις, κέρδη και τόκους σωρευτικά αν τα προηγούμενα χρόνια δεν είχαν ασκήσει αυτό το δικαίωμα
- Εξαιρούνται από κάθε αναγκαστική απαλλοτρίωση παρά μόνο σε περίπτωση πολέμου και τότε με αποζημίωση που έχει συμφωνηθεί
- Σε περίπτωση διαφωνίας που προκύπτει από διαφορετική ερμηνεία των όρων της συμφωνίας προβλέπεται ξένη διαιτησία
- Δεν μπορεί να γίνει τροποποίηση των όρων που έχουν συμφωνηθεί παρά μόνο με την συγκατάθεση του επενδυτή.
- Σε περίπτωση που μια ξένη επένδυση κριθεί ιδιαίτερα σημαντική για την οικονομία τα ποσοστά επαναπατριsmού των κεφαλαίων, κερδών και τόκου μπορεί να είναι μεγαλύτερα από αυτά που προβλέπονται. Το ίδιο ισχύει και για τις επενδύσεις που προωθούν τις εξαγωγές.

Στην Ελλάδα το πρώτο θεσμικό πλαίσιο που καθιερώθηκε για τις Άμεσες Ξένες Επενδύσεις (ΑΞΕ) ήταν το 1953 με τον νόμο 2687/53, πολιτική φιλελευθεροποίησης, όπου προσέλκυε ξένους επενδυτές. Το 1980 οι Άμεσες Ξένες Επενδύσεις στην Ελλάδα εισήχθησαν υπό το τότε θεσμικό πλαίσιο για τις παραγωγικές επενδύσεις.

Το 1950 δεν υπήρχαν πολλές ΑΞΕ στην Ελλάδα. Σε αυτό ίσως συμβάλλει ότι προτιμούσαν την εγχώρια παραγωγή και όχι τις εισαγωγές. Δεκτές γίνονταν μόνο όταν υπήρχε ένα είδος εξαγωγικού χαρακτήρα, όπως για παράδειγμα τα ναυπηγεία, ή αν δεν υπήρχε εγχώρια παραγωγή σε ένα προϊόν και το παρήγαν οι ΑΞΕ. Υπήρχαν ΑΞΕ που το ελλιπές κεφάλαιο δεν υπήρχε. Συγκεντρώθηκαν πιο πολύ σε τομείς Μεταφορικών Μέσων, Βασικών Μετάλλων, Πετρελαίου, Χημικών και Πλαστικών –Ελαστικών.

Στην πορεία, μια δεκαετία μετά αυξήθηκαν σε μεγάλο βαθμό οι Άμεσες Ξένες Επενδύσεις. Αυτό κυρίως έγινε στον κλάδο χημικών, πετρελαιοκηλίδων και βασικών μετάλλων.

Στον κλάδο των τροφίμων παρατηρήθηκε εξαγορά από τον όμιλο «Unilever» της ελληνικής επιχείρησης «ΕΛΑΪΣ». Από την άλλη, δύο μεγάλοι πολυεθνικοί όμιλοι Φαρμάκων –Απορρυπαντικών- Καλλυντικών ίδρυσαν θυγατρική στην Ελλάδα. Το 1960 η «Procter&Gamble» και το 1965 η «JohnsonS.C».

Όταν η Ελλάδα έγινε μέρος της ΕΟΚ (1981) βοήθησε πολύ στο να έρθουν ολοένα και πιο πολλές ΑΞΕ στην Ελλάδα. Το 1998 ξεκίνησε η πτώση πέφτοντας στα 85εκ. δολάρια, ενώ το 1999 ξαφνικά σημειώθηκε άνοδος στα 527εκ. δολάρια και το 2000 στα 1.09δισ δολάρια. Τα ποσά, μας δείχνουν ότι τελικά το ισχύων νομικό καθεστώς, δεν έχει τον κυρίαρχο ρόλο. Οι επενδυτές δίνουν σημασία και σε άλλους παράγοντες.

Ένα γεγονός που παρατηρήθηκε και πρέπει να σημειωθεί, είναι η φυγή επιχειρήσεων από την Ελλάδα. Το φαινόμενο αυτό, ξεκίνησε το 1980 και συνεχίζεται μέχρι και σήμερα. Πάνω από 20 μεγάλες ελληνικές και ξένες βιομηχανίες έκλεισαν ή έφυγαν, με αποτέλεσμα να χάσουν την δουλειά τους αρκετοί εργαζόμενοι. Έψαχναν φθηνό εργατικό δυναμικό και ευκολία απόλυσης πλεονάζοντος εργατικού δυναμικού σε χώρες της Ασίας και των Βαλκανίων. Αυτό δίνει αφορμή μέχρι και σήμερα και σε άλλους πολυεθνικούς ομίλους να καταφύγουν και σε άλλες χώρες. Στην περίπτωση της Ελλάδας οι Πολυεθνικές Επιχειρήσεις προέρχονται κατά κύριο λόγο από χώρες του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας (ΟΟΣΑ)⁸ και της Μέσης Ανατολής. Η Αθήνα ήταν και

⁸ ΟΟΣΑ: Οργανισμός Ευρωπαϊκής Οικονομικής Συνεργασίας που μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο είχε την ευθύνη συντονισμού του σχεδίου Marshal. Συστάθηκε στις 14 Δεκεμβρίου 1961 από 20

είναι ο πρώτος προορισμός του και στη συνέχεια ακολουθεί η περιφέρεια (Μακεδονία, νησιά Αιγαίου και Ιονίου). Συνέβαλλε στην προσέλκυση και ο νέος αναπτυξιακός νόμος του 2004 και οι επιχορηγήσεις που λαμβάνονται. Έτσι δίνεται η δυνατότητα και στην ανάπτυξη της περιφέρειας. Κατά κύριο λόγο η μορφή Π.Ε που υπάρχει στην Ελλάδα είναι η «Κοινοπραξία». Εξαγοράζουν η συγχωνεύονται οι Πολυεθνικές Επιχειρήσεις με κάποια τοπική επιχείρηση και συνεργάζονται για να μπορέσουν οι δεύτερες να αντέξουν στην αγορά.

Ένα παράδειγμα είναι ο τομέας ένδυσης, ο οποίος σκέφτεται να μεταφέρει τις παραγωγικές δραστηριότητες στο εξωτερικό για να μπορούν να αντιμετωπίσει τις δυσκολίες στην εγχώρια αγορά και να αντιμετωπίσουν τον διεθνή ανταγωνισμό.

Υπάρχουν διάφοροι λόγοι που μια επιχείρηση αποφασίζει να μετεγκατασταθεί. Σε αυτό ευθύνεται και το κράτος. Τα στοιχεία προκύπτουν από σχετική έρευνα (Αλευρά 2001). Αρχικά ένα στοιχείο είναι ο ανταγωνισμός από εισαγόμενα προϊόντα κυρίως από Ανατολικές και Ευρωπαϊκές χώρες. Η εγκατάλειψη από το κράτος αναφορικά με προγράμματα και η μη ευνοϊκή φορολογική μεταχείριση. Επιπλέον υπάρχει χρηματοδοτική μεταχείριση από τις τράπεζες με υψηλά επιτόκια, περιορισμένο πλαφόν και χρονοβόρα διαδικασία δανεισμού από αυτές. Τέλος η συνεχής αύξηση του κόστους πρώτων υλών και οι οικονομικές δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι καταναλωτές λόγω της ακριβής παραγωγής και του υψηλού κόστους εργασίας συμβάλλουν στην απόφαση μια επιχείρηση να εγκατασταθεί σε μια άλλη χώρα.

Το 2002 νέα στοιχεία δείχνουν ότι οι Άμεσες Ξένες Επενδύσεις δείχνουν πτώση τζίρου μόλις στα 50εκ. δολάρια, ποσό που είχε σημειωθεί πάλι το 1970. Ανάκαμψη παρατηρείται πάλι με την υιοθέτηση του νέου Αναπτυξιακού Νόμου 3299/2004 και με την προβολή της χώρας εν όψει Ολυμπιακών Αγώνων.

Το 1969 παγκοσμίως υπήρχαν 7.285 πολυεθνικές επιχειρήσεις και από το 2003 φθάνουν στις 65.000. Οι πολυεθνικές επιχειρήσεις διαθέτουν 850.000 θυγατρικές διασκορπισμένες σε όλο τον πλανήτη και πραγματοποιούνται πωλήσεις ύψους 19.000 δις δολάρια και απασχολούνται 54.000.000 εργαζόμενοι. Από τις 5000 πολυεθνικές επιχειρήσεις, οι 185 είναι αμερικανικές, 126 Ευρωπαϊκές και 105 Ιαπωνικές. Οι Ιαπωνικές, οι Μεξικάνικες και οι Βραζιλιάνικες αυξάνονται συνέχεια. Τράπεζες, ασφαλιστικές εταιρείες και εταιρείες παροχής χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών είναι οι μεγαλύτερες πολυεθνικές επιχειρήσεις. Έχουν διαφορετική εικόνα οι νέες επιχειρήσεις από τις παραδοσιακές.

χώρες με σκοπό τη δια – ατλαντική οικονομική συνεργασία. Σήμερα υπάρχουν 30 χώρες. Η Ελλάδα υπέγραψε τη συνθήκη το 1961. (ΠΗΓΗ: www.minagric.gr)

Σε όλες τις οικονομικά αναπτυσσόμενες χώρες όπως οι Η.Π.Α, η Βρετανία, η Γερμανία, η Γαλλία, όπου θα μπορούσαν να θεωρηθούν επενδυτές, οι συγκεκριμένες χώρες προτιμούν την προσέλκυση των άμεσων ξένων επενδύσεων. Αυτό εξηγείται στο ότι αυτές οι χώρες έχουν κρατικούς οργανισμούς και υπηρεσίες για να υποστηρίξουν την εισροή ξένων παραγωγικών κεφαλαίων στη χώρα.

Στην Ελλάδα μια τέτοια είδους υπηρεσία είναι το Ελληνικό Κέντρο Επενδύσεων, που σκοπός του είναι η προσέλκυση και υποστήριξη των ξένων επενδύσεων στην Ελλάδα. Επίσης τα Γραφεία Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων των ελληνικών πρεσβειών της χώρας στο εξωτερικό, αποτελούν την ένωση του ελληνικού κράτους στις ξένες αγορές και έχουν και την αρμοδιότητα μεταξύ άλλων παροχής κάθε είδους πληροφορίας και υποστήριξης στους ξένους επενδυτές, οι οποίοι δείχνουν την προτίμησή τους να επενδύσουν στην ελληνική αγορά.

4.Α. ΘΕΤΙΚΑ ΚΑΙ ΑΡΝΗΤΙΚΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΞΕΝΩΝ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων στις μέρες μας, δίνει βάση στις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες που πραγματοποιούνται εκτός συνόρων από όπου βρίσκεται η έδρα της επιχείρησής τους. Μοναδικός παράγοντας επέκτασης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων τους εκτός γεωγραφικής εμβέλειας δεν οφείλεται μόνο στην ανάπτυξη της τεχνολογίας και των μέσων επικοινωνίας και μεταφοράς, αλλά και στην αύξηση της καταναλωτικής ζήτησης.

Για την Ευρώπη, η οικονομική ενοποίηση και το κοινό νόμισμα διευκολύνουν ακόμη περισσότερο τη λειτουργία μιας διεθνοποιημένης επιχείρησης. Βεβαίως υπάρχουν στοιχεία ότι η δημιουργία πολυεθνικών επιχειρήσεων συχνά επηρεάζει την κοινωνική και πολιτική δομή των χωρών ακόμα και την οικονομική τους ανάπτυξη.

Η Ελλάδα έχει ξεκινήσει τις τελευταίες δεκαετίες να προσελκύει ολοένα και μεγαλύτερο αριθμό ξένων επενδυτών. Δεν έχει ακόμα διαπιστωθεί, αν η Ελλάδα πληρεί όλες τις απαραίτητες προϋποθέσεις που απαιτούνται για την εγκατάστασή τους. Πολλοί εμπορικοί σύλλογοι έχουν εκφράσει την ανησυχία τους για την εξέλιξη αυτή, αφού επηρεάζει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Αυτή η ραγδαία εξάπλωση των πολυκαταστημάτων – ξένων και ελληνικών συμφερόντων, η συνεργασία μεγάλων ξένων και ελληνικών αλυσίδων καταστημάτων, επηρεάζουν τον χώρο στην πρωτεύουσα όσο και στην επαρχία.

Το λιανεμπόριο, το οποίο είναι από τους σημαντικότερους κλάδους στην ελληνική οικονομία, αφού εξαρτώνται δεκάδες χιλιάδες επιχειρήσεις και

εκατοντάδες χιλιάδες εργαζόμενοι άμεσα ή έμμεσα, έχει δεχτεί από την οικονομική κρίση, ισχυρό πλήγμα σε σχέση με τους άλλους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας. Η παραπάνω διαπίστωση εμφανίζει φυσιολογική ροή, αφού η οικονομική κατάσταση του καταναλωτή σχετίζεται και επηρεάζεται από το λιανεμπόριο.

Αίσθημα ανησυχίας προκαλεί η ερήμωση εμπορικών δρόμων. Στους συνηθισμένους πολυσύχναστους εμπορικούς δρόμους, τώρα υπάρχουν κενά κτίρια και καταστήματα, αφού ο συνδυασμός υψηλών ενοικίων και η πτώση του τζίρου οδηγεί στο κλείσιμο των οικονομικών τους δραστηριοτήτων. Οργανωμένο λιανεμπόριο θεωρούνται τα σούπερ μάρκετ. Τα κέρδη τους έχουν μειωθεί κατά 23%. Ο τζίρος βέβαια παραμένει ίδιος, κερδίζοντας έτσι μερίδια στην αγορά έναντι των μικρότερων επιχειρήσεων.

Υπάρχει αντιπαράθεση εδώ και αρκετές δεκαετίες για τις τυχόν οικονομικές συνέπειες που προκύπτουν από την εγκατάσταση πολυεθνικών επιχειρήσεων στην χώρα υποδοχής.

Η θετική άποψη που προκύπτει υποστηρίζει ότι η προσέλκυση άμεσων ξένων επενδύσεων επιτρέπει μια αναπτυξιακή μεταμόρφωση της οικονομίας υποδοχής. Πιο συγκεκριμένα, δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας, νέες δεξιότητες και γνώσεις αλλά και δεσμοί επικοινωνίας και ανταλλαγής ανάμεσα στην οικονομική δραστηριότητα και τα ευρύτερα παραγωγικά δίκτυα της παγκόσμιας οικονομίας.

Η κριτική άποψη από την άλλη, υποστηρίζει ότι η προσέλκυση ξένων επενδύσεων προκαλεί ζημία στη χώρα που την φιλοξενεί. Ναι μεν, μειώνεται το ποσοστό ανεργίας με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, όμως αυτές συνήθως είναι χαμηλά αμειβόμενες, χαμηλών δεξιοτήτων και αμφιβόλου διάρκειας. Συγχρόνως δεν ελέγχεται σε εθνικό επίπεδο η παραγωγική διαδικασία.

4.B. ΥΠΕΡ ΚΑΙ ΚΑΤΑ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗΣ ΞΕΝΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Παρακάτω παρουσιάζονται τα υπέρ και τα κατά της προσέλκυσης των ξένων επενδύσεων σε κάθε βαθμό ανάπτυξης της οικονομίας.⁹

Τα θετικά στοιχεία είναι ότι στην τοπική οικονομία δημιουργούνται νέες επενδύσεις και εισοδήματα. Υπάρχει μεταφορά γνώσης, τεχνολογίας και τεχνικών διοίκησης. Οι δεξιότητες του καθενός βελτιώνονται λόγω κατάρτισης,

⁹Λυμπεράκη Αντιγόνη, Θέμα σημειώσεων, «Οι πολυεθνικές εταιρείες και η μεταβαλλόμενη γεωγραφία τους», Δεκέμβριος 2010

εκπαιδευτικών προγραμμάτων και άλλα. Αποκτώνται φορολογικά έσοδα που ενισχύουν την οικονομία της χώρας.

Στον κλάδο των τοπικών επιχειρήσεων υπάρχουν ευκαιρίες για παραγωγή προμηθειών προς την διεθνή επιχείρηση. Διευκολύνεται η πρόσβαση στην διεθνή αγορά. Επιπλέον προκύπτει η εκμάθηση με όχημα την μίμηση των άριστων διεθνών πρακτικών.

Η τοπική κοινωνία επηρεάζεται θετικά με την αναβάθμιση της τοπικής υποδομής που διαφορετικά μπορεί να μην είχε γίνει, για παράδειγμα οι μεταφορές και η επικοινωνία. Γίνονται και επενδύσεις κοινωνικού χαρακτήρα όπως σχολεία, νοσοκομεία, τοπικές υπηρεσίες και άλλα. Απασχολούνται περισσότερα άτομα. Υπάρχουν περισσότερες δουλειές και έτσι νέες ευκαιρίες απασχόλησης για τον ντόπιο πληθυσμό. Οι μισθοί συνήθως είναι υψηλότεροι από αυτούς της εγχώριας αγοράς. Η εκπαίδευση και η πιο προοδευτική προσέγγιση στην αξιοποίηση των ανθρώπινων πόρων παίζουν σημαντικό ρόλο επίσης.

Οι πολιτικές συνέπειες και παρενέργειες έρχονται από τον ερχομό ισχυρών μη τοπικών «παικτών» αναβαθμίζοντας τη σημασία της περιοχής στον ανταγωνισμό μεταξύ περιφερειών και κρίσιμων κρατικών πόρων.

Τι χρειάζεται για τη δημιουργία ενός πολυκαταστήματος και τι παράγοντες συμβάλλουν στην καθυστέρησή του; Αρχικά χρειάζεται αδειοδότηση. Έπειτα λόγω γραφειοκρατίας της ελληνικής πολιτείας υπάρχει πρόβλημα με την πολυνομία, την απουσία χωροταξικών σχεδιασμών, την αδυναμία ελεγκτικού μηχανισμού να συμβάλλει στον υγιή ανταγωνισμό και να δώσει ένα τέλος στην στρέβλωση αγοράς. Τέτοια προβλήματα είναι η παραβίαση όρων άδειας, η λειτουργία πολυκαταστημάτων χωρίς άδεια, η μη τήρηση ωραρίων, οι καταχρηστικοί όροι εργασίας, οι πωλήσεις κατά του κόστους και άλλα.

Τα μειονεκτήματα στην τοπική οικονομία είναι η ανάπτυξη που εξαρτάται από εξωτερικό έλεγχο. Υπάρχει μεγαλύτερη ευπάθεια στο κλείσιμο επιχειρήσεων με αποτέλεσμα να έχουμε μείωση των θέσεων εργασίας άρα αύξηση ανεργίας. Δεν ειδικεύονται πια σε παραδοσιακές δεξιότητες με αποτέλεσμα να χάνονται παραδοσιακά επαγγέλματα. Η ανάπτυξη της οικονομίας που προκύπτει δημιουργεί στενούς δεσμούς με την παγκόσμια αγορά. Στην εγχώρια οικονομία έχει μικρή επίδραση ανάπτυξης. Ακόμα περιθωριοποιούνται και χάνονται άλλες οικονομικές δραστηριότητες.

Ο ανταγωνισμός στις τοπικές επιχειρήσεις και αγορές ολοένα και πιο πολύ αυξάνεται. Ο ολοένα και αυξανόμενος ανταγωνισμός για γη, για εργασία και κεφάλαιο οδηγεί στην αύξηση τιμών. Αναλαμβάνουν συγκεκριμένοι προμηθευτές και αιχμαλωτίζουν έτσι την αγορά, προμηθεύοντας την αυτοί μόνο. Ως συνέπεια έχει να μην μπορούν τοπικές επιχειρήσεις να συμμετάσχουν στο «εμπόριο» και να μειώνονται τα έσοδά τους.

Η τοπική οικονομία αντιμετωπίζει παρεμβολή και καταστροφή του τοπικού χαρακτήρα και των συνηθειών και εκτόπιση από την χρήση κάποιων φυσικών πόρων. Δημιουργούνται υποδομές στα μέτρα της κάθε ξένης επιχείρησης αλλά όχι κατάλληλων για την τοπική οικονομική δραστηριότητα.

Η απασχόληση παίρνει διαστάσεις αυταρχικής μορφής αφού εισάγονται περισσότερες αυταρχικές μεθόδους διοίκησης. Οι δουλειές που προκύπτουν είναι χαμηλών επιπέδων δεξιοτήτων ή εντελώς ανειδίκευτες και επαναλαμβανόμενες.

Η εκπαίδευση βασίζεται σε δεξιότητες που είναι χρήσιμες αποκλειστικά για την συγκεκριμένη επιχείρηση και δεν προσφέρονται αλλού στην οικονομία . Οι πολιτικές συνέπειες και παρενέργειες που επηρεάζονται αρνητικά είναι οι εξής. Οι τοπικές και αναπτυξιακές προτεραιότητες υπάγονται στις προτεραιότητες της επιχείρησης που φιλοξενεί. Τέλος ο κάθε αναπτυξιακός προβληματισμός περιθωριοποιείται.

5. ΟΙ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ

Η Κρήτη είναι το μεγαλύτερο νησί σε έκταση και πληθυσμό της Ελλάδας και το πέμπτο σε έκταση της Μεσογείου. Πρωτεύουσα της Κρήτης είναι το Ηράκλειο όπου εδρεύει η Περιφέρεια Κρήτης. Η οικονομία του νησιού βασίζεται όλο αυτά τα χρόνια κυρίως στην γεωργία. Την δεκαετία του 1970 εκτός από την διατήρηση της οικονομίας του νησιού στον τομέα της γεωργίας και της κτηνοτροφίας λόγω κλίματος και έκτασης, εμφανίζεται μείωση στον τομέα κατασκευών και μια αύξηση στην παροχή υπηρεσιών. Ξεκινά να παρουσιάζεται το φαινόμενο του τουρισμού. Ολοένα και περισσότεροι τουρίστες επισκέπτονται την Κρήτη. Σε αυτό συμβάλλει τα λιμάνια και τα αεροδρόμια που υπάρχουν στο νησί. Ο αερολιμένας του Ηρακλείου «Ν. Καζαντζάκης» είναι το δεύτερο μεγαλύτερο αεροδρόμιο στην Ελλάδα σε κίνηση επιβατών και εμπορευμάτων. Έπειτα έρχεται ο αερολιμένας του Νομού Χανίων «Δασκαλογιάννης» και μικρότερης έκτασης αυτό της Σητείας.

Η Ελλάδα έχει αρκετά νησιά και συμπλέγματα νησιών, με εθνική σημασία αφού αποτελούν φυσικά σύνορα με την Ανατολή. Από την άλλη όμως δεν έχει καταφέρει να βρει μια ειδική ολοκληρωμένη πολιτική για την ισόρροπη ανάπτυξη των οικονομικών τους δραστηριοτήτων. Η Κρήτη έχει το ίδιο ποσό επιδότησης παραγωγικών επενδύσεων με το Κιλκίς και τις Σέρρες και χαμηλότερο ποσό από την Πελοπόννησο.

Η Κρήτη είναι σημαντικός πυλώνας στην οικονομία της χώρας. Η συμμετοχή της Περιφέρειας Κρήτης στο ακαθόριστο Προϊόν της χώρας είναι σε ποσοστό 5%. Το έτος 2008 σύμφωνα με πρόσφατα αρχεία των Περιφερειακών Λογαριασμών της Εθνικής Στατιστικής, το ΑΕΠ της Κρήτης ανήλθε σε 12.854

εκ. ευρώ και ποσοστό 5,4 του εθνικού ΑΕΠ. Η Περιφερειακή Ενότητα Ηρακλείου έχει την υψηλότερη συμμετοχή (52,06%), η Π.Ε Χανίων (23,07%), η Π.Ε Λασιθίου (12,89%) και η Π.Ε Ρεθύμνου (11,98%).¹⁰

Τα τελευταία χρόνια ολοένα και περισσότερες πολυεθνικές επιχειρήσεις επιλέγουν την Κρήτη για την προώθηση των προϊόντων τους. Δημιουργούν θυγατρικές στο νησί, οι οποίες προκαλούν πρόβλημα στην τοπική αγορά και οικονομία. Μεγάλες εταιρείες του λιανικού εμπορίου στον τομέα ένδυσης, υπόδησης, τροφίμων και τουρισμού παίρνουν ακίνητα σε μέρη κομβικά και ετοιμάζουν καταστήματα, όπου προκαλούν την καταστροφή των μικροεπιχειρηματιών. Οι νομοί Ηρακλείου και Χανίων έχουν κυρίως τέτοιου είδους πολυεθνικές εταιρείες. Το Ρέθυμνο και το Λασιθί δραστηριοποιούνται κυρίως στον τομέα των τροφίμων.

Επίσης στο νησί βοήθησε η ίδρυση από το 1980 Πανεπιστημίων, Πολυτεχνικών Σχολών, Τεχνολογικών Ιδρυμάτων, καθώς και σημαντικών ερευνητικών κέντρων (Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας, ΕΠΚΕΘΕ, κ.ά). Πολλοί νέοι σπουδαστές επιλέγουν την Κρήτη για τόπο σπουδών λόγω των πλεονεκτημάτων που έχει. Άρα υπάρχει ανάπτυξη στο τομέα της στέγασης, τροφίμων, χώρου εστίασης και σε άλλους τομείς που χρησιμεύουν σε ένα φοιτητή.

Παρά την οικονομική κρίση και τα προβλήματα ρευστότητας που υπάρχουν στην χώρα μας, η Κρήτη εξακολουθεί να θεωρείται από τις πιο σίγουρες επενδύσεις στο χώρο του εμπορίου.

Η εξέλιξη της τεχνολογίας συμβάλλει στην παγκοσμιοποίηση και συνεχώς οι ανάγκες του ανθρώπου αλλάζουν. Ο νέος τρόπος ζωής συμπαρασύρει σε καταναλωτικές συνήθειες, μερικές φορές άσκοπες, ανεξαρτήτως της οικονομική κατάσταση και την αγοραστική τους δύναμη. Στον τριτογενή τομέα οι νομοί της Κρήτης έχουν καλύτερες θέσεις σε σχέση με τους άλλους νομούς της Ελλάδας. Ακολουθεί ο πρωτογενής τομέας και έπειτα ο δευτερογενής τομέας. Από το 1995 έως και το 2006 όλοι οι νομοί του νησιού έχουν μια πτώση στον πρωτογενή τομέα, με τη μεγαλύτερη πτώση στο νομό Ηρακλείου 70,9% και το νομό Χανίων με 80,3%.Ο δευτερογενής τομέας σημειώνει αύξηση με τη μεγαλύτερη άνοδο στο νομό Λασιθίου 90,1% και το νομό Ρεθύμνης με 80,3%.Στον τριτογενή τομέα τα Χανιά σημείωσαν αύξηση κατά 15% και το Ηράκλειο κατά 16,1%. Παρακάτω είναι ένας πίνακας που συγκρίνει τους τρεις κλάδους δραστηριοτήτων, τουρισμό, λιανικό εμπόριο υποδημάτων και ενδυμάτων και παραγωγή τροφίμων ανά νομό και συνολικά της Κρήτης .

¹⁰ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΤΟΜΕΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ					
	ΓΕΩΡΓΙΑ	ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΕΜΠΟΡΙΟ	ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ	ΔΗΜΟΣΙΟ	ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ
ΚΡΗΤΗ	21,5%	11,7%	12,1%	8,5%	15,9%	5,7%
ΧΑΝΙΑ	17,9%	9,2%	12,1%	9,6%	20%	5,6%
ΡΕΘΥΜΝΟ	22,5%	16,1%	10%	10,1%	13,8%	5,6%
ΗΡΑΚΛΕΙΟ	21%	11,8%	13,3%	7,9%	15%	6,3%
ΛΑΣΙΘΙ	29,5%	13,4%	9,7%	7,5%	15%	3,7%

*ΠΗΓΗ: ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΡΕΘΥΜΝΟΥ

Ένα λάθος που κάνουν οι Κρητικές αλλά και ελληνικές επιχειρήσεις είναι ότι δεν παρακολουθούν τα συνεχή νέα δεδομένα που παρουσιάζει η εποχή. Δεν ακολουθούν την μετεξέλιξη της αγοράς και τις νέες απαιτήσεις που έχει όσο και γενικά τον νέο τρόπο ζωής. Έτσι υστερούν σε ανταγωνισμό από τις οργανωμένες επιχειρηματικές μονάδες του εξωτερικού ή κάποιες ελληνικές επιχειρήσεις που κατάφεραν το παραπάνω.

Τα τελευταία χρόνια, η εγκατάσταση πολυκαταστημάτων έχει αλλάξει την οικονομία κάθε τόπου όπου βρίσκονται. Ένα παραπάνω συμβαίνει λόγω της οικονομικής ύφεσης που επικρατεί. Έχει παρατηρηθεί ότι πολλά καταστήματα έχουν κλείσει και ειδικά σε κεντρικούς δρόμους. Στη θέση τους ανοίγουν πολυεθνικές εταιρείες ή μεγάλα πολυκαταστήματα. Ακόμα ανοίγουν καταστήματα, τα οποία βρίσκονταν σε παρόδους και πλέον επιθυμούν ευκολότερη πρόσβαση στην πελατεία. Έτσι με την αναμενόμενη μείωση των ενοικίων σε κεντρικούς δρόμους βρίσκουν ευκαιρία να μεταφερθούν εκεί καταστήματα, συνεχίζοντας την λειτουργία τους κανονικά, ασχέτως ότι έχουν κλείσει κάποια άλλα. Βεβαίως μπορεί να σημαίνει μείωση κενών καταστημάτων σε άλλους συγκεκριμένους δρόμους.

Στα αστικά κέντρα έρχονται αντιμέτωποι πολλοί με τον όρο «λουκέτο». Η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη το βιώνει σε μεγάλο βαθμό. Το Ηράκλειο είναι σε καλύτερη κατάσταση. Ο παραδοσιακός και διαπροσωπικός χαρακτήρας είναι ένα σημαντικό χαρακτηριστικό συγκριτικά με τις περιοχές του κέντρου. Είναι επιχειρήσεις που λειτουργούν συγκεκριμένα με μοτίβο « εσόδων- εξόδων» χωρίς επιχειρηματικά ρίσκα αφού τις περισσότερες φορές έχουν την ασφάλεια του «ιδιόκτητου». Έτσι δεν έχουν να αντιμετωπίσουν το πρόβλημα επαγγελματικής στέγης. Απέχουν πιο πολύ στη μείωση ρευστότητας και της καταναλωτικής ζήτησης. Τα εμπορικά κέντρα των αστικών πόλεων ενώ έχουν παραπάνω πληθυσμό συγκριτικά με άλλες πόλεις παρακμάζουν εντονότερα, αφού το βιοτικό επίπεδο στην περιφέρεια έχει πιο καλή βάση λόγω του κοινωνικού ιστού, που σε συνθήκες κρίσης λειτουργούσε ως δίχτυ προστασίας.

Μετά την οικονομική κρίση έχει παρατηρηθεί ότι οι εμπορικοί δρόμοι των πόλεων ερημώνουν σε διάφορους επαγγελματικούς τομείς, όπως καφετέριες,

μεταποίηση, υπηρεσίες, τρόφιμα και άλλα. Εξαιτίας αυτού προκαλείται μια «αλλοίωση» της παραδοσιακής και σύγχρονης κοινωνίας με μια ορθή «αγορά», όσο και να αντιστέκεται το εμπόριο κάποιες φορές. Σίγουρα αυτή η κατάσταση φέρνει συνέπειες σε κάθε είδους καταστήματα. Αυτές οι σχέσεις είναι αλυσιδωτές. Σημαντικό θέμα είναι η ερήμωση του εμπορικού δρόμου, η διάσπαση της κοινωνικής συνοχής και η διαμόρφωση μιας νέας εικόνας για τα ιστορικά εμπορικά κέντρα.

Η ανάπτυξη πολυεθνικών δεν καταργεί κράτη και δεν κάνει παρεμβάσεις στην οικονομία. Μεταμορφώνει θεσμούς και τον τρόπο που ασκείται η πολιτική εξουσία, όπου η κοσμοπολίτικη ομάδα υπόκειται σε αύξουσα επιρροή. Με αυτόν τον τρόπο, το μονοπωλιακό κεφάλαιο προσανατολίζει την οικονομική πολιτική του κράτους προς το συμφέρον του. Το κράτος παρέχει δημόσια χρηματοδότηση υποδομών, οικονομική ενίσχυση ερευνών σε δημόσιες επιδοτήσεις, πολιτική μισθών και ημερομίσθιων που ευνοεί τα μονοπώλια νομοθετικά μέσα σε πολλούς τομείς και κρατικό προγραμματισμό προς το συμφέρον του. Γενικά το κράτος προστατεύει τις πολυεθνικές, παρέχοντας εγγύηση ή άλλη ευκολία, ώστε να αντιμετωπίσουν και ένα πρόβλημα από υποτίμηση ή από διακοπή δικτύου νομισματικών ανταλλαγών, ενώ οι μικροκεφαλαιούχοι και οι εργαζόμενοι δεν διαφεύγουν από τις νομισματικές κρίσεις. Από την άλλη πλευρά, το φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης δεν προστατεύει τις μεσαίες επιχειρήσεις. Η Ευρωπαϊκή Ένωση θεωρεί μικρομεσαία μια επιχείρηση, η οποία έχει κύκλο εργασιών ή ενεργητικό κάτω από 50εκ. ευρώ ή 250 άτομα προσωπικό.

Πέρα από κάποιες συνθήκες, όπως η συνθήκη του Άμστερνταμ, η έκθεση Musotto, δεν υπάρχουν σαφώς εκφρασμένες Ευρωπαϊκές Πολιτικές για την προστασία των τοπικών επιχειρήσεων.

Το Ηράκλειο έχει σύμφωνα με έρευνα της GlobalTrust 561 Ανώνυμες Εταιρείες (έρευνα 2012). Το 49% των μόνιμων κατοίκων του νησιού βρίσκεται στο νομό Ηρακλείου, το 61,4% των Ανώνυμων Εταιρειών και 66,9% των πωλήσεων. Οι Ανώνυμες Εταιρείες του νησιού συμμετέχουν πλέον ενεργά στην οικονομία της χώρας και του ίδιου του νησιού. Ο νομός Χανίων έχει 25% πληθυσμό, κατέχει το 14,4% των Ανώνυμων Εταιρειών (122 εταιρείες), με 11,3% επί των συνολικών πωλήσεων. Το Ρέθυμνο έχει καλύτερη απόδοση με μικρότερο πληθυσμό. Το 13,7% είναι ο συνολικός πληθυσμός, το 15,6% των Α.Ε (130 επιχειρήσεις) με 14,2% πωλήσεις. Ενισχύει την Ρεθεμνιώτικη οικονομία οι τουριστικές και ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις και η CRETAFARM. Το Λασιθί έχει πληθυσμό 12,1% με 8,7% των εταιρειών με 7,6% επί των συνολικών πωλήσεων. Το οικονομικό επίπεδο είναι χαμηλό σε σχέση με τον πληθυσμό του νομού και το ποσοστό των τουριστών που τον επισκέπτονται.

Από έρευνα της ΕΣΕΕ προέκυψε ότι ακόμα και την περίοδο εκπτώσεων στο λιανικό εμπόριο, τα έσοδα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων δεν ανεβαίνουν. Οι

επιχειρηματίες προσδοκούν από τις εκπτώσεις να προσελκύσουν τους καταναλωτές και να αυξηθεί η ζήτηση των προϊόντων τους. Στην έρευνα της ΕΣΕΕ προκύπτει ένας πίνακας για τις εκτιμήσεις Εμπορικών Συλλόγων για την εξέλιξη του κύκλου εργασιών κατά τη διάρκεια των θερινών εκπτώσεων του 2016 και απομόνωσα τα στοιχεία για την αγορά της Κρήτης.

ΕΜΠΟΡΙΚΟΙ ΣΥΛΛΟΓΟΙ	ΠΟΣΟΣΤΑ
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	ΠΤΩΣΗ 0-10%
ΧΑΝΙΩΝ	ΠΤΩΣΗ 11-20%
ΡΕΘΥΜΝΟΥ	ΠΤΩΣΗ 0-10%
ΑΓΙΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΠΤΩΣΗ 11-20%
ΣΗΤΕΙΑΣ ΚΡΗΤΗΣ	ΣΤΑ ΙΔΙΑ ΕΠΙΠΕΔΑ
ΙΕΡΑΠΕΤΡΑΣ	ΠΤΩΣΗ 11-20%

ΠΗΓΗ:ΕΣΕΕ

5.A. ΝΟΜΟΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

Το Ηράκλειο έχει χαρακτηριστεί πολλές φορές ως βιομηχανική πόλη. Η αγορά του Ηρακλείου αυξάνεται με πολυκαταστήματα και πολυεθνικές επιχειρήσεις που υπάρχουν. Η δυναμική της ανάπτυξη εγγυάται τεράστια κέρδη για τους μεγάλουςεμπορικούς κολοσσούς.

Ο Νομός Ηρακλείου είναι ο μεγαλύτερος νομός της Κρήτης. Έχει το υψηλότερο εισόδημα και είναι ο πιο πυκνοκατοικημένος από τους 4 νομούς. Η πόλη του Ηρακλείου και πρωτεύουσα του νομού έχει ραγδαία ανάπτυξη και αυτό αντανακλά σε όλο το νομό Ηρακλείου. Το λιμάνι του Ηρακλείου είναι το τρίτο στη χώρα σε κίνηση πλοίων και εμπορευμάτων (μετά του Πειραιά και της Θεσσαλονίκης. Το αεροδρόμιο «Ν. Καζαντζάκης» είναι τέταρτο σε κίνηση αεροσκαφών και επιβατών. Προηγούνται τα αεροδρόμια Αθήνας, Θεσσαλονίκης και Ρόδου.

Την βάση της οικονομίας του Νομού Ηρακλείου αποτελεί η γεωργία. Καλλιεργούνται υψηλά στρέμματα αποδόσεων. Στην πόλη Ηρακλείου είναι συγκεντρωμένα σημαντικό τμήμα της βιομηχανίας και της βιοτεχνίας της Κρήτης, κατά κύριο λόγο παραγωγής τροφίμων. Η επιφάνεια του Ηρακλείου καλύπτει το 31,8% της συνολικής επιφάνειας της Κρήτης. Η καλλιεργημένη έκταση αντιπροσωπεύει το 50% του νομού της καλλιεργούμενης επιφάνειας της. Κύριο προϊόν είναι η σουλτανίνα (άσπρο αποξηραμένο σταφύλι – άσπρη σταφίδα). Επίσης άλλα προϊόντα είναι τα επιτραπέζια σταφύλια, το κρασί, το

λάδι και οι ελιές. Ένα είδος ανάπτυξης της τεχνολογίας είναι η χρήση γεωργικών μηχανημάτων για την κάλυψη αναγκών της ανάπτυξής της. Τέλος αρχίζει να αναπτύσσεται η κτηνοτροφία.

Επιπλέον ο τουρισμός συμβάλλει στην οικονομία του τόπου. Υπάρχουν πολλές ξενοδοχειακές μονάδες και χώροι εστίασης. Έτσι προκύπτει ποσοτική και ποιοτική αναβάθμιση των ξενοδοχειακών υποδομών. Βεβαίως η τουριστική κίνηση είναι έντονη μόνο συγκεκριμένους μήνες του χρόνου. Αυτό ισχύει και για τους 4 νομούς. Υπάρχει κίνηση τουριστών σε οικισμούς της ενδοχώρας, αλλά πιο πολλοί είναι συγκεντρωμένοι στα βόρεια και νότια προάστια. Επιπλέον το μουσείο Ηρακλείου έρχεται τρίτο στην Ελλάδα. Πρώτο είναι το Εθνικό και Αρχαιολογικό Μουσείο της Αθήνας. Η Κνωσός είναι σε υψηλό ποσοστό επισκεψιμότητας ο τέταρτος αρχαιολογικός χώρος. Η Ακρόπολη, οι Δελφοί και το Σούνιο έχουν περισσότερους επισκέπτες.

Στο πολεοδομικό τμήμα η πόλη του Ηρακλείου συγκεντρώνει και το ένα τρίτο του πληθυσμού του νομού. Επιπλέον στο Ηράκλειο είναι προσωρινοί κάτοικοι μεγάλος αριθμός φοιτητών. Η ύπαρξη του Πανεπιστημίου Ηρακλείου, Τεχνολογικών Ιδρυμάτων, σχολών Δημοσίου και Ιδιωτικού τομέα συνέβαλλαν στην ανάπτυξη του τόπου. Από το Επιμελητήριο του Ηρακλείου μου δόθηκαν στοιχεία για το σύνολο των επιχειρήσεων που υπάρχουν στο νομό και λειτουργούν σήμερα.

ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Ν. ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ : 21.945

1)ΤΟΜΕΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΝΩΝ. ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ	493	12
ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ-ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΕΣ ΚΑΤΟΙΚΙΕΣ	590	54
ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ -ΜΟΤΟΠΟΔΗΛΑΤΩΝ	285	50
ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ ΘΑΛΑΣΣΗΣ	30	4
ΕΚΜΙΣΘΩΣΗ ΟΜΠΡΕΛΟΚΑΘΙΣΜΑΤΩΝ	91	12
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ	282	58

2)ΤΟΜΕΑΣ ΕΝΔΥΣΗΣ ΚΑΙ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ

ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΑΝΩΝ.ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

ΕΜΠΟΡΙΟ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ	425	6
--------------------	-----	---

ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ	220	9
-------------------	-----	---

3)ΤΟΜΕΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΝΩΝ.ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	433	7
--------------------	-----	---

ΠΗΓΗ: ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

Από τα στοιχεία του Επιμελητηρίου Ηρακλείου παρατηρείται, ότι ο νομός Ηρακλείου έχει στο σύνολό του 21.945 επιχειρήσεις. Από αυτές τις επιχειρήσεις οι 1.771 δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού και οι 190 είναι Ανώνυμες Εταιρείες. Στον τομέα λιανικό εμπόριο υποδημάτων και ένδυσης υπάρχουν 645 επιχειρήσεις όπου 15 είναι Ανώνυμες Εταιρείες. Στην παραγωγή τροφίμων οι επιχειρήσεις είναι 433 και μόλις 7 επιχειρήσεις είναι Ανώνυμες.

Ελληνικές και ξένες επιχειρήσεις επιδιώκουν την εξάπλωση των επενδύσεων τους στην αγορά του Ηρακλείου. Μέσω μεσιτικών γραφείων ψάχνουν για εκτάσεις – στρέμματα για την ανέγερση και λειτουργία των μεγάλων πολυκαταστημάτων. Εν ώρα οικονομικής κρίσης, η Κρήτη θεωρείται προσοδοφόρο έδαφος για εμπόριο. Από την άλλη υπάρχουν και συνδικαλιστικοί φορείς που δεν επιθυμούν την έναρξη πολυκαταστημάτων και πολυεθνικών επιχειρήσεων στο νησί. Ακόμα εμποδίζονται από την Τοπική Αυτοδιοίκηση και τη νομοθεσία.

Στην αγορά του Ηρακλείου έχουν κλείσει πολλές επιχειρήσεις και η έναρξη νέων είναι σε χαμηλό ποσοστό. Ο τουρισμός που θεωρείται ένας από τους βασικότερους πυλώνες στην οικονομία του νησιού, έχει παραμείνει στάσιμος, με μηδαμινό ποσοστό νέων επιχειρήσεων. Από την άλλη όμως μεγάλες πολυεθνικές άνοιξαν καταστήματα σε πολλά μέρη της χώρας. Στο Ηράκλειο τέτοιες πολυεθνικές είναι στο λιανικό εμπόριο υποδημάτων και ενδυμάτων το ZARA, BERSHKA, STRADIVIRIUS, PULL&BEAR, PINKWOMAN, OYSHO και άλλες.

5.B. ΝΟΜΟΣ ΧΑΝΙΩΝ

Ο Νομός Χανίων είναι ο δεύτερος μεγαλύτερος νομός της Περιφέρειας Κρήτης σε έκταση και πληθυσμό, όπου απαρτίζει το δυτικό κομμάτι της Κρήτης. Το 1,4 του πληθυσμού της χώρας συγκεντρώνεται από τον πληθυσμό των Χανίων. Το 56% είναι αστικός, το 40% είναι αγροτικός και το 4% κατοικεί σε ημιαστικές περιοχές. (απογραφή 2001)

Το ποσοστό της ανεργίας κυμαίνεται στο 9%. Στο Ακαθόριστο Εγχώριο Προϊόν τα Χανιά συμβάλλουν στο 1,3%. Το 84% από αυτό προέρχεται από τις υπηρεσίες που σε μεγάλο βαθμό έχει συμβάλλει ο τουρισμός, το 9% είναι του πρωτογενή τομέα και το υπόλοιπο του δευτερογενή τομέα. Στον πρωτογενή τομέα (γεωργία – κτηνοτροφία) απασχολείται το 16% του οικονομικά ενεργού πληθυσμού. Τα κύρια προϊόντα του νομού είναι τα εσπεριδοειδή, το ελαιόλαδο, το γάλα, τα κηπευτικά και τα τυροκομικά. Τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται μεγάλο ενδιαφέρον στον τομέα της οργανικής – βιολογικής καλλιέργειας και στην τυποποίηση των προϊόντων αυτής.

Στον δευτερογενή τομέα (βιομηχανία – βιοτεχνία) απασχολείται το 12% του οικονομικά ενεργού πληθυσμού. Η οικονομική δραστηριότητα επικεντρώνεται στην βιομηχανία τροφίμων και ποτών, στη βιομηχανία ξύλου και τις κατασκευαστικές επιχειρήσεις.

Ο τριτογενής τομέας (υπηρεσίες) απασχολεί το 72% του πληθυσμού που κατά κύριο λόγο ασχολούνται με την παροχή ξενοδοχειακών και τουριστικών υπηρεσιών και το εμπόριο. Ο τουρισμός γνώρισε τεράστια ανάπτυξη την δεκαετία του 1970 και έκτοτε αναπτύσσεται διαρκώς, με τον εναλλακτικό τουρισμό (αγροτουρισμός, συνεδριακός τουρισμός, κ.ά) να αυξάνονται σημαντικά τα τελευταία χρόνια.¹¹

ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Ν.ΧΑΝΙΩΝ : 15.400

1)ΤΟΜΕΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΝΩΝ. ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ	445	4
ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ-ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΕΣ ΚΑΤΟΙΚΙΕΣ	1252	36
ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ	91	4
ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΜΟΤΟΠΟΔΗΛΑΤΩΝ	14	0
ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ ΘΑΛΑΣΣΗΣ	29	0
ΕΚΜΙΣΘΩΣΗ ΟΜΠΡΕΛΟΚΑΘΙΣΜΑΤΩΝ	84	1
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ	137	17

¹¹Πηγή : Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Χανίων

2) ΤΟΜΕΑΣ ΕΝΔΥΣΗΣ ΚΑΙ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ

ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΑΝΩΝ. ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

ΕΜΠΟΡΙΟ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ	215	1
ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ	283	2

3) ΤΟΜΕΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΑΝΩΝ.ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	472	52
--------------------	-----	----

*ΠΗΓΗ: ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΧΑΝΙΩΝ

Από τις 15.400 επιχειρήσεις στο Νομό Χανίων οι 2.052 επιχειρήσεις ανήκουν στον τομέα του τουρισμού, όπου οι 62 είναι Ανώνυμες Εταιρείες. Στον τομέα υπόδησης και ένδυσης απασχολούνται 498 επιχειρήσεις, όπου οι 3 είναι Ανώνυμες Εταιρείες και στην παραγωγή τροφίμων 472, όπου οι 52 είναι Ανώνυμες Εταιρείες.

Σύμφωνα με άρθρα και έρευνες ο δευτερογενής τομέας (βιομηχανία – βιοτεχνία) του νόμου Χανίων έχει σημειώσει μια χαμηλή πτώση το 2014, παρότι έδειχνε ευνοϊκό το 2013. Ο τουρισμός βοηθά και ανακάμπτει την οικονομία αλλά για την αγορά των καταναλωτικών προϊόντων δεν υπάρχει ρευστότητα και χρηματοδοτικοί πόροι. Έτσι εμποδίζεται η επάνοδος ελαιουργικών επιχειρήσεων και μεταποιητικών εταιρειών. Από την άλλη 2014, κάποιες εξαγωγικές επιχειρήσεις, θέλοντας να επεκταθούν στο εξωτερικό, σημείωσαν μια άνοδο.

Γενικά το 2013 ήταν καλύτερη χρονιά από το 2012. Αυτά τα στοιχεία είναι από 29 εταιρείες παραγωγής, επεξεργασίας και τυποποίησης, κάθε είδους προϊόντων, όπου αναπτύσσουν και εμπορικές δραστηριότητες. Η αποδοτικότητάς τους ανήλθε το 2013 στο 8,1% από το 2012 που ήταν στο 6,7%. Το τραπεζικό και μη τραπεζικό χρέος μειώθηκε και τα κεφάλαια ίσως αυξήθηκαν λόγω αποθεματοποίησης κερδών.

Μια από αυτές τις εταιρείες είναι η «ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΑΝΩΣΚΕΛΗ Α.Β.Ε ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΚΗ», «ΚΡΗΤΙΚΑ ΠΛΕΓΜΑΤΑ Α.Ε.», «ΝΕΡΑ ΚΡΗΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε.», «ΟΙΝΟΠΟΙΙΑ ΜΑΝΟΥΣΑΚΗ-ΝΟΣΤΟΣ Ε.Π.Ε» «ΓΙΑΝΝΟΥΛΗΣ Χ. ΕΛΑΙΟΥΡΓΙΚΗ Α.Ε.».

Στον τριτογενή τομέα, όπου είναι οι υπηρεσίες, τα Χανιά έχουν σημειώσει πτώση στον τομέα αυτό. Με την είσοδο μεγάλων πολυεθνικών στην τοπική αγορά οι περισσότερες τοπικές επιχειρήσεις έχουν να αντιμετωπίσουν δύσκολο αντίπαλο. Τέτοιες μεγάλες επιχειρήσεις είναι προστατευμένες από το κράτος και έχουν προνόμια που οι ντόπιες επιχειρήσεις δεν έχουν. Ένα προνόμιο είναι η χαμηλή φορολόγηση.

Στον τομέα του τουρισμού, έχει σημειωθεί μεγάλη κίνηση επισκεψιμότητας τουριστών από όλη την Ευρώπη και όχι μόνο. Η είσοδος πολλών αεροπορικών εταιρειών στα δύο αεροδρόμια του νησιού ευνόησε την κατάσταση. Για παράδειγμα, η αεροπορική εταιρεία Ryanair είναι μια εταιρεία με πολύ οικονομικές τιμές σε όλη την Ευρώπη που πολλοί ταξιδιώτες προτιμούν. Στην Κρήτη εξυπηρετεί μόνο το αεροδρόμιο Χανίων «Δασκαλογιάννης», και έτσι η χανιώτικη οικονομία έχει ωφεληθεί σε μεγάλο ποσοστό, αφού και ντόπιοι κάτοικοι από τους άλλους νομούς αναγκάζονται να ταξιδέψουν από Χανιά. Επιπλέον ο τουρισμός του νησιού ευνοείται και από την έλευση κρουαζιερόπλοιων που μπαρκάρουν συχνά στο λιμάνι της Σούδας ή το Ενετικό Λιμάνι Χανίων. Βεβαίως υπάρχει μείωση επισκέψεων της τάξεως του 3%, που υπολογίζεται σε 27.000 λιγότερους επισκέπτες. Αυτό γίνεται αλυσίδα και επηρεάζει όλους τους τομείς της τοπικής οικονομίας (τουριστικά είδη, ενοικιαζόμενα δωμάτια, ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα, κ.ά). Επίσης έχει αντίκτυπο στις ναυτιλιακές εταιρείες, αφού πλέον όχι μόνο οι τουρίστες αλλά και οι ντόπιοι προτιμούν να ταξιδέψουν με το αεροπλάνο παρά με το καράβι. Τα δρομολόγια Αθήνα – Χανιά πριν εισέρθουν οι φθηνές αεροπορικές εταιρείες γίνονταν με τις ακτοπλοϊκές γραμμές από Χανιά και Ηράκλειο. Πλέον για εξοικονόμηση χρόνου και χρήματος γίνονται συνήθως με το αεροπλάνο. Έτσι υπάρχει πτώση στις Κρητικές εταιρείες όπως είναι η ANEK LINES και η MINOAN LINES.

Στον τομέα υπηρεσιών το λιανικό εμπόριο υποδημάτων ενδυμάτων έχει σημειώσει μεγάλη πτώση τζίρου. Παρόλο που οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες κάνουν εκπτώσεις, προσφορές για να προσελκύσουν τον καταναλωτή και να ανέβει ο τζίρος τους. Όμως σύμφωνα με τον Εμπορικό Σύλλογο Χανίων το καλοκαίρι του 2016 σε περίοδο εκπτώσεων οι μη τουριστικές περιοχές είχαν πτώση τζίρου 12%, ενώ οι τουριστικές 8%. Από την άλλη μεγάλα πολυκαταστήματα όπως BERSKHA, ZARA, H&M και άλλα, οι πελάτες σχημάτιζαν ουρές στα ταμεία τους, προκειμένου να ψωνίσουν. Ελλείπει χρημάτων οι καταναλωτές απλά κοιτάζουν και προτιμούν να πάνε στη σίγουρη οικονομική επιλογή ανεξαρτήτου ποιότητας.

5.Γ. ΝΟΜΟΣ ΡΕΘΥΜΝΟΥ

Ο Νομός Ρεθύμνης έχει πληθυσμό, 85.160 κατοίκους μετά την τελευταία απογραφή του 2011. Η Περιφερειακή Ενότητα Ρεθύμνου έχει συμμετοχή στο περιφερειακό ΑΕΠ 11,98%. Ο οικονομικά ενεργός πληθυσμός στο Ρέθυμνο είναι 40,6% του συνολικού πληθυσμού, ποσοστό χαμηλότερο σε σχέση με το ποσοστό της Κρήτης γενικά.

Κύρια πηγή απασχόλησης είναι η γεωργία, που απασχολεί το 22,5% των θέσεων εργασίας, η Παροχή Υπηρεσιών Τουρισμού με 16,9 % θέσεων εργασίας, το Εμπόριο με 10% και οι κατασκευές με 10,1%. Το 13 % εργάζεται στο Δημόσιο Τομέα, ως εκπαιδευτές, υπάλληλοι, νοσηλευτικό προσωπικό και άλλα. Ο κλάδος της μεταποίησης συμμετέχει στην παροχή θέσεων απασχόλησης μόλις κατά 5,6%. Επίσης στο Ξενοδοχειακό Δυναμικό η Κρήτη έχει ποσοστό 9.207 ξενοδοχειακές μονάδες και το Ρέθυμνο κατέχει το 9,83%.

¹²

Από την άλλη μεριά η τοπική εμπορική αγορά του Ρεθύμνου έρχεται αντιμέτωπη με σοβαρά οικονομικά προβλήματα εξαιτίας της οικονομικής κρίσης, που έκανε την εμφάνιση της στην Ελλάδα το 2008. Οι φορολογικές επιβαρύνσεις είναι ένα μείζον ζήτημα που οι τοπικοί έμποροι προσπαθούν να ανταπεξέλθουν.

Στο Ρέθυμνο σύμφωνα με τα στοιχεία από τον Εμπορικό Σύλλογο, το Επιμελητήριο, η αγορά Ρεθύμνου έχει αλλάξει από την αρχή της κρίσης. Κάθε χρόνο υπάρχει ολοένα και μεγαλύτερη έλλειψη αγαθών και ο τουρισμός είναι μια λύση στο να διατηρηθεί όσο μπορεί ακόμα η αγορά. Βεβαίως τους μικρομεσαίους επιχειρηματίες τους επιβαρύνει η βαριά φορολογία σε σχέση με τις πολυεθνικές επιχειρήσεις, οι οποίες έχουν μια μορφή ελαστικότητας από το κράτος. Ως αποτέλεσμα κλείνουν μαγαζιά και έτσι μειώνονται οι θέσεις εργασίας, αφού τις επιχειρήσεις τις δουλεύουν πλέον οι ίδιοι επιχειρηματίες. Έτσι γλιτώνουν το ποσό του μισθού, την ασφάλιση του εργαζομένου και διάφορα άλλα που προκύπτουν από τα δικαιώματα του εργαζομένου. Έτσι η έξαρση της ανεργίας και η μείωση της αγοραστικής δύναμης επιβαρύνει τον επιχειρηματικό τομέα. Σύμφωνα με την Ελληνική Συνομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας έχουν κλείσει το πρώτο πεντάμηνο του 2016, 15.000 επιχειρήσεις σε ολόκληρη την χώρα. Έχουν ανοίξει όμως μεγάλες πολυεθνικές, οι οποίες εκμεταλλεύονται την δύσκολη κατάσταση των μεσαίων επιχειρήσεων. Με σωστό μάρκετινγκ, όπως η διαφήμιση ή οι χαμηλές τιμές σε μια τεράστια ποικιλία προϊόντων προσελκύουν περισσότερους καταναλωτές που προσπαθούν να μειώσουν τα έξοδα τους.

¹²Πηγή: Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Ρεθύμνου.

Στο Ρέθυμνο δύσκολα μπορεί να γίνει κάποια επένδυση, εφόσον η αγορά περνά κρίση. Κρατά το Ρέθυμνο ζωντανό η Πανεπιστημιούπολη Ρεθύμνου και το ΤΕΙ που υπάρχουν και έτσι κινείται με πιο αργό ρυθμό βέβαια η αγορά. Ανοίγουν μαγαζιά που απαιτούν μικρό κεφάλαιο, όχι πολυάριθμο προσωπικό και φθηνά υλικά. Σε όλα τα επαγγέλματα όταν ακολουθείται η παραπάνω τακτική, επέρχεται ο κορεσμός, με αποτέλεσμα να κλείνουν οι επιχειρήσεις.

ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Ν. ΡΕΘΥΜΝΟΥ : 6.069

ΑΝΩΝΥΜΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ : 389

1)ΤΟΜΕΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΤΜΗΜΑ	993
------------------	-----

2)ΤΟΜΕΑΣ ΕΝΔΥΣΗΣ ΚΑΙ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ

ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΕΜΠΟΡΙΟ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ	109
ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ	281

3)ΤΟΜΕΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	973
--------------------	-----

Το Ρέθυμνο έχει 6.069 ενεργές επιχειρήσεις. Οι 993 επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στον τουρισμό, οι 109 στο λιανικό εμπόριο υποδημάτων και οι 281 στο λιανικό εμπόριο ενδυμάτων. Στην παραγωγή τροφίμων υπάρχουν 973 επιχειρήσεις. Από έρευνα που έχει γίνει το 2004 και βρίσκεται στην επίσημη ιστοσελίδα του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Ρεθύμνης ρωτήθηκαν επιχειρηματίες για την κατάσταση στην Ρεθεμνιώτικη αγορά. Στην ερώτηση αν πιστεύουν ότι το καταναλωτικό κοινό του Ρεθύμνου προτιμά να ψωνίζει από υπεραγορές, παρά από τοπικά μαγαζιά, το 82,6% απάντησε ότι αυτό ισχύει. Οι λόγοι είναι πολλοί. Ο πιο σημαντικός, όπου είχε και το μεγαλύτερο ποσοστό 47,08 % είναι επειδή ο νομός Ηρακλείου και Χανίων έχει υπεραγορές (πολυκαταστήματα). Άλλος λόγος είναι ότι τα πολυκαταστήματα έχουν καλύτερες τιμές σε όλη την αγορά, επίσης το ωράριο

παίζει ρόλο, η καλύτερη εξυπηρέτηση από το προσωπικό, μέχρι και ο χώρος στάθμευσης.¹³

5.Δ. ΝΟΜΟΣ ΛΑΣΙΘΙΟΥ

Ο Νομός Λασιθίου είναι ο τρίτος σε έκταση από τους 4 νομούς της Κρήτης. Το μεγαλύτερο μειονέκτημά του είναι η έλλειψη ενός αστικού κέντρου. Για αυτό το λόγο εξαρτάται από το μεγαλύτερο αστικό, εμπορικό και βιομηχανικό αστικό κέντρο της Κρήτης, το Ηράκλειο. Από την άλλη έχουν αναπτυχθεί στο νομό 4 αξιόλογες κωμοπόλεις, του Αγίου Νικολάου, της Σητείας, της Ιεράπετρας και της Νεάπολης. Ως αποτέλεσμα έχει οι περισσότεροι κάτοικοι να ασχολούνται με την γεωργία και την κτηνοτροφία, λόγω έλλειψη αστικού κέντρου. Διότι αυτή η κατάσταση προσδίδει στην οικονομία του Λασιθίου έναν έντονο αγροτικό χαρακτήρα. Το εργατικό δυναμικό μεταφέρεται στο νομό Ηρακλείου, ακόμα και στην πρωτεύουσα και σε άλλες πόλεις της χώρας. Η μετανάστευση προς το εξωτερικό είναι χαμηλή.

Στον πρωτογενή τομέα επικρατεί η ελαιοκαλλιέργεια, όπως και στο υπόλοιπο νησί. Επίσης παράγουν σουλτανίνα, χαρούπια, εσπεριδοειδή, κτηνοτροφικά προϊόντα και άλλα. Στο νότιο τμήμα του νησιού (Ιεράπετρα) λόγω των ευνοϊκών εδαφικών και κλιματολογικών συνθηκών μπορούν να καλλιεργηθούν οπωροκηπευτικά, των οποίων εμποδίζεται η ανάπτυξη λόγω λειψυδρίας.

Ο τουρισμός αποτελεί πηγή εσόδων και για αυτόν το νομό. Οι παραθαλάσσιες περιοχές του βόρειου τμήματος (Άγιος Νικόλαος) και του τμήματος που βρέχεται από το Λιβυκό, έχουν αναπτυχθεί σε μεγάλο βαθμό. Για παράδειγμα η Ελούντα έχει υψηλό επίπεδο ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, τις οποίες επισκέπτονται η ελίτ.

Ακόμα η λειτουργία ΤΕΙ στο νομό βοήθησε στην ανάπτυξη του τόπου. Μεγάλη ήταν η πηγή εσόδων και από τους φοιτητές, που νοίκιαζαν προσωρινά εκεί. Επίσης και οι χώροι εστίασης και ότι σχετίζονται με τους φοιτητές ευνοούν την οικονομία.

ΣΥΝΟΛΟ ΕΝΕΡΓΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Ν.ΛΑΣΙΘΙΟΥ : 6.200

1)ΤΟΜΕΑΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

¹³ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΡΕΘΥΜΝΟΥ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ	234
ΕΝΟΙΚΙΑΖΟΜΕΝΑ ΔΩΜΑΤΙΑ- ΕΠΙΠΛΩΜΕΝΕΣ ΚΑΤΟΙΚΙΕΣ	324
ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ	8
ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΜΟΤΟΠΟΔΗΛΑΤΩΝ	0
ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΠΑΙΧΝΙΔΙΩΝ ΘΑΛΑΣΣΗΣ	32
ΕΚΜΙΣΘΩΣΗ ΟΜΠΡΕΛΟΚΑΘΙΣΜΑΤΩΝ	42
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ	67

2)ΤΟΜΕΑΣ ΕΝΔΥΣΗΣ ΚΑΙ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ

ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΕΜΠΟΡΙΟ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ	120
ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ	52

3)ΤΟΜΕΑΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	143
--------------------	-----

Από τα στοιχεία του Επιμελητηρίου Λασιθίου, οι ενεργές επιχειρήσεις του νομού είναι 6.200. Στον τομέα του τουρισμού δρουν 707 επιχειρήσεις, δηλαδή το 23% των επιχειρήσεων όλου του νομού δραστηριοποιείται εκεί. Ποσοστό υψηλό, το οποίο δείχνει ότι η οικονομία και η αγορά επί το πλείστον βασίζεται στους τουρίστες επισκέπτες.¹⁴

Σε δημοσίευμα γνωστής Αθηναϊκής εφημερίδας τον Μάρτη του 2016 έγινε γνωστό, ότι εγκρίθηκε μεγάλη τουριστική επένδυση στο Λασιθί. Το σχέδιο

¹⁴ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΛΑΣΙΘΙΟΥ

«Ιτανος Γαία» αφορά τη δημιουργία ξενοδοχείων και τουριστικών χωριών σε έκταση 22.120 στρέμματα στο ακρωτήριο Σίδερο, η οποία ανήκει στο ίδρυμα «Παναγία η Ακρωτηριανή» και έχει παραχωρηθεί στην εταιρεία LoyalwardLtd. Βέβαια πρέπει να ελεγχθεί ξανά η περιβαλλοντική διάσταση του έργου από το ανώτατο ακυρωτικό δικαστήριο, αφού η επένδυση πραγματοποιείται σε μια σημαντική οικολογική περιοχή.

Στην συνέχεια το λιανικό εμπόριο ενδυμάτων και υποδημάτων αντίστοιχα έχει 52 και 120 επιχειρήσεις. Την τελευταία χρονιά, ενώ οι άλλες εμπορικές αγορές της χώρας έδειξαν μείωση εσόδων, η εμπορική αγορά του Λασιθίου έδειξε μια μικρή άνοδο. Στην παραγωγή τροφίμων οι επιχειρήσεις είναι 143. Και στο νομό Λασιθίου καταλαβαίνει κανείς ότι ο τουρισμός παίζει τον πρωταγωνιστικό ρόλο στην οικονομία του τόπου.

5.Ε. ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ ΣΤΗΝ ΚΡΗΤΗ(ΟΝΟΜΑΣΤΙΚΑ)

Παρακάτω αναφέρω κάποιες πολυεθνικές που δραστηριοποιούνται στην Κρήτη. Πιο συγκεκριμένα στην Ελλάδα και ειδικά στην Κρήτη δεν υπάρχουν πολυεθνικές. Ανοίγουν οι θυγατρικές τους, που και αυτές με τη σειρά τους ανοίγουν καταστήματα στην υπόλοιπη χώρα. Λειτουργούν με βάση τους κανονισμούς της μητρικής εταιρείας. Συνήθως τέτοιες μεγάλες πολυεθνικές ανοίγουν στους δύο μεγάλους νομούς του νησιού, το Ηράκλειο και τα Χανιά.

Μια πολυεθνική στον τομέα του τουρισμού μπορεί να θεωρηθεί η TUI, η οποία δημιουργήθηκε από τον γερμανικό κολοσσό Harag – Lloyd. Έπειτα επεκτάθηκε και σε άλλες Ευρωπαϊκές χώρες. Μια από αυτές είναι η Ελλάδα με προτίμηση και στα Χανιά. Η TUI έδειξε εμπιστοσύνη στον κρητικό λαό και βοήθησε στην αύξηση του τουρισμού. Έκανε όμως ζημιά σε τοπικά τουριστικά γραφεία και ταξιδιωτικούς πράκτορες, αφού μείωσε τη δουλειά τους.

Η γνωστή εταιρεία «booking» είναι κορυφαίο σάιτ online κρατήσεων καταλυμάτων σε όλο τον κόσμο. Έδρα είναι το Άμστερνταμ και απασχολεί 13.000 εργαζομένους σε όλο τον κόσμο. Ξεκίνησε το 1996 και εγγυάται καλύτερες τιμές. Προσφέρει κρατήσεις σε 227 χώρες και στην περιφέρεια. Η Starwood είναι μια μεγάλη πολυεθνική, η οποία άρχισε να δραστηριοποιείται στην Ελλάδα τις αρχές του 2000 και αναλαμβάνει τη διαχείριση ξενοδοχείων όπως το Μεγάλη Βρετανία, που κάποτε τελούσε υπό την ιδιοκτησία του. Έχει αναλάβει μεγάλα ξενοδοχεία στη χώρα. Στην Κρήτη δεν έχει ακόμα ενεργήσει.

Στην παραγωγή τροφίμων δύο γνωστές μεγάλες πολυεθνικές είναι οι Lidl και COCACOLATPIA ΕΨΙΛΟΝ. Η LIDL ξεκίνησε την δεκαετία του 1930 στο χονδρικό και λιανικό εμπόριο ειδών διατροφής στη Νότια Γερμανία. Ως διεθνής όμιλος επιχειρήσεων δραστηριοποιείται σε όλη την Ευρώπη με αυτόνομες Εταιρείες στις εκάστοτε χώρες. Στην Κρήτη, καταστήματα Lidl υπάρχουν και στους 4 νομούς. Στα Χανιά υπάρχουν 4 καταστήματα Lidl, στο

Ρέθυμνο 2, στο Ηράκλειο 6 και στο Λασιθί 1. Συνολικά υπάρχουν 13 καταστήματα σε όλο το νησί, όπου το εργατικό δυναμικό είναι ντόπιοι κάτοικοι. Η άλλη γνωστή πολυεθνική είναι η COCACOLATPIA ΕΨΙΛΟΝ η οποία είναι μέρος του ομίλου COCACOLAΗBC, κορυφαίου εμφιαλωτή της COCACOLACOMPANYπου έχει έδρα την Ελβετία με όγκο πωλήσεων που ξεπερνά τα δύο δισεκατομμύρια κιβώτια. Δραστηριοποιείται σε 28 χώρες και καλύπτει τις ανάγκες περισσότερων από 590.000.000 ανθρώπων. Στην Ελλάδα απασχολούνται 1.500 εργαζόμενοι και υπάρχουν χιλιάδες θέσεις εργασίας σε όλη τη χώρα. Στο Ηράκλειο δραστηριοποιείται από το 1988. Αποτελεί έδρα παραγωγικής και εμπορικής δραστηριότητας για την Κρήτη, Κυκλάδες και Δωδεκάνησα. Καλύπτει ανάγκες της ευρύτερης περιοχής σε αναψυκτικά και άλλα μη αλκοολούχα προϊόντα. Συμβάλει σημαντικά στην οικονομική και επιχειρηματική ανάπτυξη του τόπου. Ο εμφιαλωτής των προϊόντων της COCACOLACOMPANYείναι η COCACOLATPIA ΕΨΙΛΟΝ που μαζί με την COCACOLAHELLASαποτελούν το σύστημα της COCACOLAστην Ελλάδα. Η COCACOLAHELLASείναι θυγατρική της COCACOLACOMPANYμε ευθύνη για Ελλάδα, Κύπρο και Μάλτα.

Στον τομέα υπόδησης και ένδυσης υπάρχουν αρκετές εταιρείες που δραστηριοποιούνται συνήθως στους δύο νομούς της Κρήτης. Μια εταιρεία είναι η BERSHKA η οποία ξεκίνησε το 1998. Ξεκίνησε μέσα σε δύο χρόνια με 100 καταστήματα και 18 χρόνια αργότερα έχει 1000 καταστήματα σε 70 χώρες. Έχει προϊόντα και για τον άντρα και τη γυναίκα.

Το TALLYWEIJLξεκίνησε το 1984 στην Ελβετία. Δραστηριοποιείται κι αυτή στο χώρο ένδυσης και υπόδησης. Έχει καταστήματα σε όλο τον κόσμο. Για την ακρίβεια έχει κοντά στα 800 καταστήματα σε 38 χώρες σε όλο τον κόσμο και απασχολεί 3.400 εργαζομένους παγκοσμίως.

Το H&Mξεκίνησε στην Σουηδία το 1947. 70 χρόνια δημιουργεί ρούχα, παπούτσια και για τα δύο φύλα σε 63 χώρες με 4.200 καταστήματα. Εργάζονται περισσότερα από 148.000 άτομα. Στην Ελλάδα έχει 30 καταστήματα. Στην Κρήτη υπάρχουν στο νομό Ηρακλείου και Χανίων.

Το ZARAαριθμεί 6.750 καταστήματα σε 86 χώρες με προσωπικό 128.000 ανθρώπους σε όλο τον πλανήτη. Ιδρυτής είναι ο Ισπανός AmancioOrtegaGaona. Το πρώτο κατάστημα ξεκίνησε από την Ισπανία. Η εταιρεία ZARAανήκει στον όμιλο Inditexόπου έχει 8 εμπορικές αλυσίδες. Είναι η BERSHKA, PULL&BEAR, MASSIMO DUTTI, BERSHKA, STRADIVIRIUS, OYSHO, ZARA HOME, UTERQUE. Ένα δίκτυο με πάνω από 7.000 καταστήματα σε 88 χώρες. Είναι ένας όμιλος με πάνω από 100 εταιρείες που συνδέονται με τις διάφορες δραστηριότητες στον επιχειρηματικό τομέα του σχεδιασμού, της διανομής κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων και κατασκευών.

Το STRADIVIRIUS ξεκίνησε το 1994 από την Ισπανία και ανήκει στην εταιρεία ZARA. Έχει 871 καταστήματα σε 57 χώρες του κόσμου. Στην Κρήτη υπάρχουν και στα Χανιά και στο Ηράκλειο.

Το PULL&BEAR ξεκίνησε το 1991 με καθαρά διεθνή χαρακτήρα και στρατηγική διαχωρισμού αγορών που έκανε η εταιρεία Inditex. Έχει πάνω από 930 καταστήματα σε 72 χώρες και εργάζονται πάνω από 9.400 άνθρωποι.

6. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

Στη συγκεκριμένη ενότητα παρατίθεται οι έρευνες που έκανα προσωπικά για την πτυχιακή μου εργασία. Έφτιαξα 2 διαφορετικά ερωτηματολόγια, τα οποία αφορούν τις πολυεθνικές επιχειρήσεις. Το πρώτο είναι «Ανώνυμο ερωτηματολόγιο ικανοποίησης εργαζομένων σε πολυεθνικές επιχειρήσεις» και το δεύτερο «Ανώνυμο ερωτηματολόγιο ικανοποίησης καταναλωτών πολυεθνικών επιχειρήσεων». Στο πρώτο ερωτηματολόγιο απάντησαν 35 άτομα και στο δεύτερο 70 άτομα αντίστοιχα. Από τις απαντήσεις έγινε κατανοητή η άποψη που επικρατεί για τις πολυεθνικές επιχειρήσεις σε μια μερίδα ατόμων. Λόγω υποχρεώσεων και δυσκολίας μετακίνησης, τα ερωτηματολόγια απαντήθηκαν από εργαζομένους και καταναλωτές στο Νομό Χανίων και Ρεθύμνου μόνο. Παρακάτω θέτω τα ερωτηματολόγια τα οποία δημιούργησα. Επίσης πήρα ανώνυμη συνέντευξη από μικρομεσαίο επιχειρηματία, ο οποίος λειτουργεί κατάστημα ένδυσης για άνδρες. Η συνέντευξη είναι ανώνυμη μετά από παράκληση του ίδιου του συνεντευξιαζόμενου.

1)ΑΝΩΝΥΜΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ ΣΕ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΦΥΛΟ	ΓΥΝΑΙΚΑ <input type="checkbox"/>	ΑΝΔΡΑΣ <input type="checkbox"/>
ΗΛΙΚΙΑ	18-30 <input type="checkbox"/>	ΑΝΩ 30 <input type="checkbox"/>
ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	Α/βάθμια εκπαίδευση Β/βάθμια εκπαίδευση Γ/βάθμια εκπαίδευση	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
ΈΤΗ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ		
ΘΕΣΗ ΣΤΗΝ ΕΤΑΙΡΕΙΑ		
Είσαι ευχαριστημένος/η από τη δουλειά που κάνεις;	Λίγο Αρκετά Πολύ	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Αν είσαι, σε ποιο παράγοντα οφείλεται;		
Οι απολαβές είναι ικανοποιητικές;	Λίγο Μέτρια Πολύ	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Οι σχέσεις μου με τους συναδέλφους είναι σε καλό επίπεδο;	Λίγο Αρκετά Πολύ	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>
Η εταιρεία κάνει προσπάθειες για να καλύψει τις ανάγκες για ένα σωστό εργασιακό περιβάλλον;	ΝΑΙ ΟΧΙ	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>

2)ΑΝΩΝΥΜΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΠΟΛΥΕΘΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΦΥΛΟ	ΓΥΝΑΙΚΑ <input type="checkbox"/>	ΑΝΔΡΑΣ <input type="checkbox"/>
ΗΛΙΚΙΑ	18-30 <input type="checkbox"/>	ΑΝΩ 30 <input type="checkbox"/>
ΜΟΡΦΩΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	Α/βάθμια εκπαίδευση <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Β/βάθμια εκπαίδευση <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Γ/βάθμια εκπαίδευση <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Είσαι ευχαριστημένος/η από τα προϊόντα που παρέχουν οι πολυεθνικές επιχειρήσεις;	Λίγο <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Αρκετά <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Πολύ <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Αν είσαι, που θεωρείς ότι οφείλεται;		
Το προσωπικό είναι εξυπηρετικό;	Λίγο <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Μέτρια <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Πολύ <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Έχει επηρεάσει η ύπαρξη τους την τοπική αγορά και οικονομία;	Λίγο <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> Μέτρια
		<input type="checkbox"/>
	Πολύ <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Στο πρώτο ερωτηματολόγιο «Ανώνυμο ερωτηματολόγιο ικανοποίησης εργαζομένων σε πολυεθνικές επιχειρήσεις» το πλήθος των ερωτηθέντων ήταν 35, οι οποίοι εργάζονται σε πολυεθνικές επιχειρήσεις στο νομό Χανίων. Από τους 35 οι 12 ήταν άνδρες και οι υπόλοιποι 23 γυναίκες. Η ηλικία τους κυμαίνεται από 18-30 ετών για τα 20 άτομα από τα οποία οι 15 είναι γυναίκες και οι 5 άνδρες, ενώ οι 15 είναι άνω των 30 ετών, όπου οι 9 είναι γυναίκες και οι 6 είναι άνδρες. Για το μορφωτικό επίπεδο τους απάντησαν ότι οι 26 είναι απόφοιτοι Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης. Από τους 26, οι 21 ήταν γυναίκες και οι 5 άνδρες, ενώ μόλις 9 άτομα είναι απόφοιτοι Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης, από τα οποία οι 3 ήταν γυναίκες και οι 6 άνδρες. Κανένας δεν ήταν απόφοιτος Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης. Τα έτη απασχόλησης κυμαίνονται στους 6 μήνες με 4 χρόνια. Η θέση στην εταιρεία ποικίλλει, επειδή το ερωτηματολόγιο το συμπλήρωσαν εργαζόμενοι σε διαφορετικές επιχειρήσεις όπως σουπερμάρκετ, καταστήματα ένδυσης και σε διαφορετικούς τομείς απασχόλησης. Επί το πλείστον το 80% είναι απλοί εργαζόμενοι (28 ερωτηθέντες). Το υπόλοιπο 20% (7 ερωτηθέντες) είναι υπεύθυνοι στο κατάστημα στο οποίο εργάζονται. Έπειτα το 57,14% (20 ερωτηθέντες από τους 35) των ερωτηθέντων είναι αρκετά ευχαριστημένο με την δουλειά που κάνει, το 28,57% (10 ερωτηθέντες) πολύ και το 14,29% (5 ερωτηθέντες) απάντησε ότι δεν είναι καθόλου. Ο παράγοντας που οφείλεται το μέγεθος ικανοποίησής τους στον χώρο εργασίας είναι η εργασιακή ασφάλεια που δίνεται (ιατρική περίθαλψη, ένσημα) και το αρκετά καλό κλίμα ανάμεσα στο προσωπικό. Επίσης 4 από τους εργαζομένους (οι 3 γυναίκες και 1 άντρας) έκαναν αναφορά για τα ωράρια των καταστημάτων και για τις «ανοικτές Κυριακές» που θέλουν να παραμείνουν ανοικτές τέτοιου είδους επιχειρήσεις. Όσον αφορά τις απολαβές που έχουν, όλοι οι ερωτηθέντες απάντησαν ότι δεν είναι ικανοποιητικές. Μόλις το 86% σημείωσε την απάντηση «Μέτρια» και το υπόλοιπο 14% απάντησε «Λίγο». Το εργασιακό κλίμα είναι ευχάριστο και οι σχέσεις με τους συναδέλφους είναι καλή. Στην τελευταία ερώτηση αν η εταιρεία κάνει προσπάθειες για να καλύψει τις ανάγκες για ένα σωστό εργασιακό περιβάλλον, το 80% (28 ερωτηθέντες) απάντησε ναι, ενώ το 20% (7 ερωτηθέντες) απάντησε αρκετά.

Παρατηρείται ότι τέτοιου είδους επιχειρήσεις επιθυμούν προσωπικό νεαρής ηλικίας το οποίο να έχει λάβει την βασική εκπαίδευση τουλάχιστον. Οι περισσότεροι εξάλλου, ποσοστό άνω των 65%, έχουν φοιτήσει στην Τριτοβάθμια Εκπαίδευση. Ο βασικός λόγος που παραμένουν στις συγκεκριμένες επιχειρήσεις είναι η εργασιακή ασφάλεια, τα ένσημα και ο βασικός μισθός. Τα χρήματα που λαμβάνουν για την εργασία που κάνουν δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα. Θα έπρεπε να είναι αρκετά παραπάνω σύμφωνα με τους εργαζομένους.

Στο δεύτερο ερωτηματολόγιο «Ανώνυμο ερωτηματολόγιο ικανοποίησης καταναλωτών πολυεθνικών επιχειρήσεων» πήραν μέρος 70 καταναλωτές, οι οποίοι ήταν και κάτοικοι των δύο νομών. Από τους 70 συμμετέχοντες οι 51 ήταν γυναίκες, από τις οποίες οι 27 ήταν στην ηλικία από 18-30 ετών και οι 14 άνω των 30. Από

τους 19 άνδρες, οι 13 ήταν ηλικίας από 18-30 ετών, ενώ οι 6 άνω των 30. Από αυτά τα αποτελέσματα γίνεται αντιληπτό, ότι η ηλικία δεν παίζει σημαντικό ρόλο στην κατανάλωση. Επιπλέον το Μορφωτικό Επίπεδο δεν έχει σημασία, αφού από τις 51 γυναίκες οι 2 ήταν απόφοιτοι Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης, οι 28 Δευτεροβάθμιας και οι 21 Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης. Από τους 19 άνδρες ερωτηθέντες οι 2 ήταν Πρωτοβάθμιας Εκπαίδευσης, οι 12 Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης και οι υπόλοιποι 5 Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης. Στο πρώτο ερώτημα αν είναι ευχαριστημένοι με τα προϊόντα που παρέχουν οι πολυεθνικές επιχειρήσεις, το 80% (56 ερωτηθέντες) απάντησε ναι, ενώ μόλις το 20%(14 ερωτηθέντες) απάντησε αρκετά. Στο που οφείλεται η ικανοποίησή τους, θεωρούν ότι φταίει η ποικιλία των προϊόντων που παρέχουν και στις τιμές που τα δίνουν. Μόλις το 71,50% (50 καταναλωτές) απάντησε ότι το προσωπικό είναι εξυπηρετικό, ενώ το 28,50% (20 ερωτηθέντες) απάντησε όχι. Στην ερώτηση αν οι πολυεθνικές επιχειρήσεις έχουν επηρεάσει την τοπική οικονομία και αγορά, όλοι απάντησαν ότι έχουν επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό και ότι θα ήθελαν να αλλάξουν κάποια πράγματα στον τρόπο λειτουργίας τους. Ένα από αυτά είναι να υπάρχει πλαφόν κατώτερων τιμών, ώστε να υπάρχει μια ισορροπία με τις τοπικές επιχειρήσεις και να μην προκύπτει μονοπώλιο. Επίσης να τηρούνται τα ωράρια καταστημάτων και να υπάρχουν καλύτερες εργασιακές συνθήκες.

Από το δεύτερο ερωτηματολόγιο μπορεί κανείς να δει ότι οι καταναλωτές ανεξαρτήτου ηλικίας επιλέγουν αυτές τις επιχειρήσεις για τις αγορές του. Σε μεγάλο βαθμό οφείλεται η μεγάλη ποικιλία που παρέχουν σε ασυναγώνιστες τιμές. Οι πιο πολύ παραμένουν ευχαριστημένοι με τα προϊόντα αλλά όχι με το ίδιο το προσωπικό. Υπάρχει ένα ενδεχόμενο το προσωπικό να μην μπορεί να αποδώσει στο έπακρο εξαιτίας των κακών εργασιακών συνθηκών, παραδείγματος χάρη, χαμηλό μισθολόγιο, δύσκολα και απαιτητικά ωράρια εργασίας, έλλειψη κινήτρων όπως η άδεια, παροχή μπόνους, προαγωγή. Όλα αυτά μπορεί να συμβάλλουν στην μέτρια απόδοση προσωπικού. Επιπλέον όλοι απάντησαν ότι η τοπική αγορά έχει υποστεί ζημιά και είναι ο λόγος που πολλές τοπικές επιχειρήσεις έχουν κλείσει. Θα άλλαζαν κάποια πράγματα στον τρόπο λειτουργίας τους, έτσι ώστε να μην τίθεται ζήτημα «μονοπωλίου».

Πρέπει να σημειωθεί ότι και τα δύο ερωτηματολόγια ήταν ανώνυμα και δεν τίθεται θέμα δημοσίευσης στοιχείων.

8. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Οι πολυεθνικές επιχειρήσεις είναι επιχειρήσεις διεθνούς επιχειρηματικής δραστηριότητας με Άμεσες Ξένες Επενδύσεις. Ελέγχουν παραγωγικές μονάδες σε παραπάνω από μια χώρες. Έχουν συμβάλλει στο φαινόμενο της παγκοσμιοποίησης αφού είναι καθορίζουν το ολιγοπώλιο στην παγκόσμια οικονομία.

Μια πολυεθνική μπορεί να έχει χιλιάδες εργαζομένους. Δεν είναι απαραίτητο να έχει ταυτότητα. Μπορεί να είναι ανώνυμη, απρόσωπη και να λειτουργεί κανονικά. Οποιαδήποτε στιγμή μπορεί να πάρει μέρος ή ολόκληρη την παραγωγική της μονάδα και να τη μεταφέρει σε άλλη χώρα. Επιλέγουν χώρες με χαμηλό βιοτικό επίπεδο για να έχουν χαμηλό κόστος παραγωγής και περισσότερο κέρδος. Αυτό το κερδίζουν σημαντικά από το φθηνό εργατικό δυναμικό και τις φθηνές πρώτες ύλες παραγωγής. Όσον αφορά την πώληση των προϊόντων τους, δημιουργούν τις θυγατρικές τους σε χώρες που θα μπορούν τα προϊόντα τους να κάνουν πωλήσεις. Έχουν τεράστια δύναμη και μπορούν να αλλάξουν ή να καταργήσουν νόμους, καθεστώτα εργασίας. Πολλές φορές πίσω από κυβερνήσεις, μεγάλα κανάλια υπάρχουν κολοσσοί πολυεθνικών. Τα νήματα κινούνται ανάλογα με τα συμφέροντα τους. Κάποιες από αυτές πολλές φορές έχουν κέρδη πιο πάνω και από το Ακαθόριστο Εγχώριο Προϊόν μιας χώρας. Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι η CentralMotor, η οποία είναι πλουσιότερη από τη χώρα, Δανία.

Ο σκοπός της έρευνάς μου ήταν η ενημέρωση του τρόπου λειτουργίας μιας πολυεθνικής επιχείρησης. Πως λειτουργεί και για ποιο λόγο μια επιχείρηση επιθυμεί να γίνει πολυεθνική. Αφού έγινε κατανοητό αυτό, ακολούθησε διερεύνηση που υπάρχουν πολυεθνικές στο νησί, την Κρήτη. Πως έχουν επηρεαστεί οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις και αν τελικά είναι θετικό ή αρνητικό για έναν τόπο να φιλοξενεί τέτοιου είδους επιχειρήσεις. Από το 1953 που τέθηκε σε ισχύ το πρώτο νομικό διάταγμα για τις Άμεσες Ξένες Επενδύσεις, η Ελλάδα δεν είναι στις πρώτες επιλογές για τη φιλοξενία πολυεθνικών επιχειρήσεων. Ακόμα και αρκετές ελληνικές επιχειρήσεις έχουν πάει σε άλλες χώρες για να συνεχίσουν την παραγωγική τους διαδικασία. Ο λόγος δηλαδή της μετεγκατάστασης σε μια άλλη χώρα είναι για την αύξηση κέρδους τους. Υπάρχουν ειδικοί σύμβουλοι, με σπουδές στο αντικείμενο όπου και απασχολούνται για να αναζητήσουν καλύτερο μέρος με χαμηλά έξοδα, να διαφημίσουν σωστά ώστε να προσελκύσουν καταναλωτές.

Μια χώρα επιθυμεί την εγκατάσταση των Α.Ξ.Ε, διότι αυξάνει τα έσοδα της. Συνήθως προσπαθούν να δημιουργήσουν ευνοϊκό έδαφος για αυτές. Τα στοιχεία για το κράτος είναι θετικά. Αυξάνουν την οικονομία, τον καταναλωτισμό άρα και τα έσοδα που λαμβάνουν από τις Α.Ξ.Ε. Αναπτύσσεται η τεχνολογία και προχωρά στο παιχνίδι της διεθνής αγοράς. Γίνεται διακίνηση αγαθών και κεφαλαίων και μπορούν και άλλες επιχειρήσεις να εμπιστευτούν την χώρα και να δράσουν σε αυτές .

Επίσης δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας και απασχολείται παραπάνω πληθυσμός. Μειώνεται η ανεργία. Προκύπτουν νέες εμπειρίες στον εμπορικό τομέα αφού πρέπει οι ντόπιες επιχειρήσεις να ακολουθήσουν πρακτικές των πολυεθνικών και την τεχνογνωσία που έχουν. Επίσης αυξάνεται ο πλούτος και για το κράτος πρόνοιας λειτουργεί αυτό θετικά.

Η εξάπλωση τους πέρα από θετικά στοιχεία για την οικονομία τους κράτους, έχει και αρνητικό αντίκτυπο. Η γρήγορη εξέλιξη του κόσμου δεν αφήνει περιθώρια στις επιχειρήσεις. Για να βρίσκονται ακόμα στο παιχνίδι του εμπορίου και της αγοράς,

οφείλουν να ακολουθήσουν τα δρώμενα. Πρέπει να προσαρμόζονται και να σχεδιάζουν στρατηγικές στα καινούργια δρώμενα για να ανταπεξέλθουν στο διεθνές οικονομικό περιβάλλον. Η οικονομική κρίση είναι παγκόσμια και κάθε επιχείρηση πρέπει να διεθνοποιείται με τον καλύτερο τρόπο. Βασικό για μια επιχείρηση πριν αποφασίσει να διεθνοποιηθεί είναι να ελέγξει όλες τις παραμέτρους που μπορεί να την ζημιώσουν και οικονομικά να είναι ανεξάρτητη και έτοιμη.

Είναι βασικός ο έλεγχος της χώρας που μια επιχείρηση αποφασίζει να εγκατασταθεί. Η αφθονία των προϊόντων κάνει την αγορά άκρως ανταγωνιστική. Για αυτό σημαντικό είναι να διασφαλιστεί η παραμονή της στην αγορά. Η Ελλάδα δεν διαθέτει ακόμα τις κατάλληλες υποδομές και ίσως είναι ρίσκο για μια ξένη επιχείρηση να επιλέξει την Ελλάδα. Είναι και ρίσκο και για τις ίδιες ελληνικές επιχειρήσεις αφού μπορεί να διακινδυνέψουν οι ίδιες.

Από την άλλη οι ντόπιες επιχειρήσεις δεν μπορούν να συναγωνιστούν τη δραστηριότητα των μεγάλων πολυεθνικών επιχειρήσεων. Για να το καταφέρουν πρέπει να επενδύσουν τεράστιο ποσό κεφαλαίου, τεχνολογίας και προώθησης προϊόντων. Στις τιμές που δίνουν τα προϊόντα τους οι Π.Ε, οι μικρές επιχειρήσεις δεν μπορούν να συναγωνιστούν. Έτσι τα ντόπια προϊόντα χάνουν την αξία τους γιατί αναζητούν παραγωγή με χαμηλότερο κόστος .

Σε γενικό βαθμό, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις πλήττονται από τις Π.Ε. Είναι δύσκολο να αντέξουν στον στίβο του ανταγωνισμού. Τα πολυκαταστήματα έχουν μεγαλύτερες δυνατότητες και πιο εύκολα ρισκάρουν. Επιπλέον έχουν και απόθεμα που τους διευκολύνει. Λίγες είναι οι μικρές επιχειρήσεις που μπορούν να έχουν απόθεμα, ώστε να μπορούν και αυτές να πάρουν ρίσκα. Η αυξανόμενη φορολογία είναι το τεράστιο πλήγμα. Με την αύξηση του Φ.Π.Α πολλές επιχειρήσεις αναγκάστηκαν να κλείσουν. Δεν μπορούσαν να αντέξουν. Η κατάστασή τους ήταν μονόδρομος. Θα έπρεπε να αυξήσουν τις τιμές τους για να μπορούν να έχουν ελάχιστο κέρδος, πράγμα που θα απωθούσε τους καταναλωτές ή να τις αφήσουν στο ίδιο επίπεδο που δεν θα υπήρχε καθόλου κέρδος. Έτσι η φορολογία που προστίθεται συνέχεια για την εφαρμογή αντικειμενικών κριτηρίων είναι επίπονη.

Επιπρόσθετα, ένα ακόμα μειονέκτημα είναι το συνεχές ωράριο που έχουν. Συνήθως τέτοιες μεγάλες επιχειρήσεις λειτουργούν με συνεχόμενα ωράρια (09π.μ – 09μ.μ). Οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν δύο επιλογές. Ή να ακολουθήσουν το ίδιο ωράριο ή να αφήσουν το κανονικό ωράριο καταστημάτων. Αν κάνουν το πρώτο αναγκάζονται αμέσως να προσλάβουν επιπλέον προσωπικό ή να απασχολούν το ίδιο παραπάνω ώρες. Αυτό φέρνει επιπλέον έξοδα, αφού θα πρέπει να δίνει παραπάνω μισθό, εργασιακή ασφάλεια. Τα λειτουργικά έξοδα αυξάνονται (ρεύμα, προμήθειες). Αν ακολουθήσουν τη δεύτερη επιλογή, τις ώρες που παραμένουν κλειστά, χάνεται η πελατεία τους επειδή τις ώρες εκείνες πολλοί που τελειώνουν από τις δουλειές τους, βρίσκουν χρόνο να κάνουν τις αγορές τους.

Το σημαντικότερο χαρτί των πολυεθνικών είναι οι ασυναγώνιστες τιμές με το πλήθος και την ποικιλία προϊόντων που έχουν. Ακόμα και οι προσφορές και εκπτώσεις που βάζουν προσελκύουν τους πελάτες. Η συνεχής και τεράστια διαφήμιση και ενημέρωση του καταναλωτή, μέχρι και η τεράστια έκταση και ο χώρος στάθμευσης έλκουν τον πελάτη. Όσο πιο άνετος και σίγουρος νιώθει για τις αγορές του, τόσο πιο εύκολα αγοράζει. Αρκεί να νιώθει ότι έχει πετύχει την χρυσή ευκαιρία, κάτι που μπορεί να μην είναι αλήθεια.

Οι συνδικαλιστικές οργανώσεις όσο και να προσπαθούν να προστατέψουν τον μικροεπιχειρηματία και τον εργαζόμενο, δεν τα καταφέρνουν. Είναι τεράστια η δύναμη και επιρροή που έχουν αυτές οι επιχειρήσεις. Από τα στοιχεία που συνέλεξα προκύπτει ότι η Κρήτη παρόλο που είναι σχεδόν ανεξάρτητη γιατί από μόνη μπορεί να έχει δική της οικονομία σε όλου τους τομείς, έχει πληγεί από την εγκατάσταση των πολυεθνικών επιχειρήσεων. Το εύρος των προσφερόμενων προϊόντων μεγαλώνει συνέχεια. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να προτιμούν συνέχεια αυτά τα προϊόντα και να μικραίνει το πελατολόγιο των ντόπιων επιχειρήσεων. Κάποια πολυκαταστήματα δεν προσφέρουν μόνο ένα προϊόν, προσφέρουν πολλών ειδών, ακόμα και υπηρεσίες που όλα αυτά σαν αλυσίδα προκαλούν πρόβλημα και σε άλλους τομείς.

Επιπλέον αυξάνεται η ανεργία. Αυτό συμβαίνει διότι μπορεί μια μεγάλη επιχείρηση να απασχολεί πλήθος ατόμων, όμως από την άλλη οι ντόπιες επιχειρήσεις με μειωμένο τζίρο αναγκάζονται να απολύσουν κόσμο γιατί δεν μπορούν να αντεπεξέλθουν. Επίσης σε τέτοιες αλυσίδες και μεγάλες βιομηχανίες οι απολαβές που έχουν οι εργαζόμενοι δεν είναι ίσης αξίας με τον κόπο τους αφού δουλεύουν συνέχεια με μικρό διάλειμμα λόγω υπερβολικού φόρτου εργασίας. Τα ωράρια είναι μερικής απασχόλησης.

Από τις απαντήσεις των εργαζομένων στα ερωτηματολόγια έγινε αντιληπτό ότι ναι μεν δεν είναι ικανοποιημένοι και θεωρούν ότι αξίζουν μεγαλύτερο μισθό από αυτό που τους δίνεται, όμως η εργασιακή ασφάλεια που έχουν (ένσημα, άδειες) τους κάνουν να είναι ακόμα εκεί. Ναι μεν το κλίμα είναι ευνοϊκό αλλά υπάρχει η έλλειψη κινήτρου, προαγωγής, μπόνους, που δεν τους κάνει να προσπαθούν για κάτι καλύτερο. Δεν τους δίνει τη δυνατότητα να γίνουν δημιουργικοί. Ακολουθούν τους κανόνες της εταιρείας. Στις τοπικές επιχειρήσεις υπάρχει η δυνατότητα αύξησης μισθού αν μπορεί να το αντέξει η επιχείρηση. Βέβαια μεγάλο ζήτημα είναι ότι λόγω της οικονομικής κρίσης οι ανασφάλιστοι στην εργασία και την υγεία πληθαίνουν. Το άνοιγμα των καταστημάτων τις Κυριακές δεν βοηθά τους μικρομεσαίους. Αντίθετα τους κοστίζει, αφού η αγορά δεν κινείται εκείνη τη μέρα, και κοστολογείται διαφορετικά σε μισθό και ένσημα.

Ακόμα με την τεράστια ποικιλία και τιμή που παρέχουν στην αγορά, οι τοπικοί παραγωγοί του πρωτογενή τομέα ζημιώνονται πολύ. Οι αγοραστές, όπως μανάβηδες, παντοπώληδες, ιδιοκτήτες μικρών σούπερ – μάρκετ δεν έχουν κίνηση. Σταματά η αγορά και δεν μπορούν να πουλήσουν τα προϊόντα τους. Έτσι τα δίνουν

σε τιμές κόστους, για να καλύψουν τα έξοδα τους με μηδενικό κέρδος. Ακόμα με την παροχή τόσων υπηρεσιών στα πολυκαταστήματα, διευκολύνονται οι καταναλωτές αφού ένα μέρος μπορεί να καλύψει πολλές ανάγκες και εξαλείφονται έτσι παραδοσιακά επαγγέλματα.

Ένα ακόμα φαινόμενο που έχει παρατηρηθεί είναι ότι ο καταναλωτισμός έχει αυξηθεί. Λόγω των τιμών που επικρατούν στα πολυκαταστήματα και με την τόση διαφήμιση που βομβαρδίζουν τον καταναλωτή, θεωρούν οι τελευταίοι ευκαιρίες τις αγορές με χαμηλές τιμές και μπαίνουν στη διαδικασία κατάκτησης περισσότερων προϊόντων, τα οποία δεν είναι απαραίτητα.

Βέβαια η κρίση δεν είναι μόνο οικονομική αλλά και κοινωνική. Ο καταναλωτισμός έχει φέρει κρίση και στον εσωτερικό κόσμο του καταναλωτή. Σοβαρό ζήτημα ιδιαίτερα στην Κρήτη είναι οι αυτοκτονίες μικρομεσαίων επιχειρηματιών, οι οποίοι δεν αντέχουν το βάρος των οικονομικών οφειλών και την πτώση τζίρου με αποτέλεσμα να λυγίζουν και να δίνουν τέλος στη ζωή τους. Η Κρήτη μετρά πολλές αυτοκτονίες επιχειρηματιών ακόμα και ανέργων.

Οι λύσεις που μπορούν να παρθούν αρχικά είναι το κράτος να βελτιώσει τη γραφειοκρατία και να σχεδιαστεί μια μακροπρόθεσμη οικονομική πολιτική στρατηγικής, η οποία να μην βοηθά μόνο τις μεγάλες ξένες εταιρείες αλλά και τη δημιουργία μικρών ελληνικών επιχειρήσεων. Τα τελευταία χρόνια έχουν παύσει να ανοίγουν νέες επιχειρήσεις, παρά μόνο στον τομέα εστίασης που δεν χρειάζεται μεγάλο κεφάλαιο. Να είναι πιο σταθερή η εφαρμογή αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας ώστε να μην διευκολύνονται μόνο οι Π.Ε. Να ισχύουν δηλαδή ίδια ωράρια, ίδιες μέρες. Ακόμα να υπάρχει ένα πλαφόν κατώτατων τιμών. Με τόσο χαμηλές τιμές και μαζική παραγωγική μονάδα είναι αδύνατον να ανταπεξέλθουν οι μικροεπιχειρηματίες.

Η Κρήτη και η Ελλάδα αν τεθούν σε ισχύ οι παραπάνω λύσεις μπορούν να επηρεαστούν θετικά από την ύπαρξη των Α.Ξ.Ε. Οφείλει η κάθε χώρα να προστατέψει τους πολίτες της, την πολιτισμική ταυτότητα και το φυσικό πλούτο πριν καταστραφεί τελείως η δομή της εγχώριας επιχείρησης και παραγωγής.

9. ΠΗΓΕΣ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

JohnMartinussen, «Κοινωνία, Κράτος, Αγορά: θεωρίες της ανάπτυξης», Σαββάλας, Αθήνα 2007.

Βάσω Παπανδρέου, «Πολυεθνικές Επιχειρήσεις και Αναπτυσσόμενες Χώρες: Η περίπτωση της Κρήτης», Gutenberg, Αθήνα 1981.

Κώστας Χριστόπουλος, «Τάσεις Ανάπτυξης του Κεφαλαίου στην Ελλάδα, Σύγχρονη Εποχή», Αθήνα 1991.

Αικατερίνη Γεωργοπούλου, «Εξέταση των επιπτώσεων από την επέκταση των πολυεθνικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα», Πτυχιακή Εργασία, Ηράκλειο 2012.

Βασίλης Παπαδάκης, « Στρατηγική των επιχειρήσεων :Ελληνική και Διεθνής Εμπειρία», Εκδόσεις Ε.Μπένου, Δ΄ Έκδοση, Αθήνα2002.

Ηλίας Ηλίου, « Η αλήθεια για την κοινή αγορά», Εκδόσεις Αθήνα, Αθήνα, 1962.

Δ. Παπαστεργίου & Δ. Τσιουχλιάρας «Πολυεθνικές Επιχειρήσεις», Πτυχιακή Εργασία

Ινστιτούτο και Εμπορίου Υπηρεσιών της ΕΣΕΕ(INEMY) «Εμπόριο και Τουρισμός στην Κρήτη», Έρευνα

ΦΟΡΕΙΣ

Περιφερειακή Ενότητα Χανίων

Υπουργείο Ανάπτυξης

Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Χανίων

Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Ρεθύμνου

Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Ηρακλείου

Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Λασιθίου

ENTERPRISEGREECE \ Επενδυτικός Τομέας – Τουρισμός

Ινστιτούτο και Εμπορίου Υπηρεσιών της ΕΣΕΕ(INEMY) «Εμπόριο και Τουρισμός στην Κρήτη», Έρευνα

Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων

Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ)

Υπουργείο Τουρισμού/ Επενδύσεις

ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΕΣ

www.rethemnosnews.gr, «Επιχειρηματικό όλεθρο βιώνει το Ρέθυμνο», 14/6/2016

www.iefimerida.gr, « Στρατηγικές επενδύσεις 600εκ. ευρώ στον τουρισμό, Σε Εύβοια και Κρήτη, 21/7/2010

www.zarpa.gr, «Σφίγγει η θηλιά, Μεγάλη η πτώση τζίρου στις εκπτώσεις λείει η έρευνα του Εμπορικού Συλλόγου, 31/08/2016

www.ependisnews.gr, «ΕΛΣΤΑΤ: Μειώθηκε ο τζίρος στο λιανικό εμπόριο», 29/4/2016

www.kathimerini.gr, « 3δισ. Επενδύσεις ετησίως χρειάζεται ο τουρισμός για να κινηθεί ανοδικά», 18/9/2016