

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ



## ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

«Η ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΩΝ ΚΙΝΕΖΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ  
ΑΘΗΝΑ ΚΑΙ ΠΩΣ ΕΧΕΙ ΕΠΗΡΕΑΣΤΕΙ Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ  
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ»

**Επιβλέπων καθηγητής:**

κ. Σάββας Μαυρίδης

**Εισηγήτριες:**

Θεοχάρη Χριστίνα

Μαγουλά Μαρία - Άννα

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ  
2011

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ



## ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Η ΕΜΦΑΝΙΣΗ ΤΩΝ ΚΙΝΕΖΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ  
ΑΘΗΝΑ ΚΑΙ ΠΩΣ ΕΧΕΙ ΕΠΗΡΕΑΣΤΕΙ Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ  
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ»**

**Ευχαριστούμε πολύ τον καθηγητή μας κ. Σάββα Μαυρίδη.**

**ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ  
2011**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

1.	Εισαγωγή.....	1
2.	Το διεθνές εμπόριο.....	4
2.1.	Περι παγκοσμιοποίησης.....	4
2.2.	Οι όψεις της παγκοσμιοποίησης σε διάφορους τομείς.....	7
2.3.	Εισαγωγή στο διεθνές εμπόριο.....	15
2.4.	Τρόποι εισόδου σε νέες αγορές.....	20
2.4.1.	Τακτικές και στάδια διεθνοποίησης.....	20
2.4.2.	Εξελιγμένες τακτικές διεθνοποίησης.....	22
2.4.3.	Οι επιπτώσεις και οι παράμετροι της απόφασης εισόδου σε μια ξένη αγορά.....	25
2.5.	Η παραγωγή φτηνών αγαθών – τα sweatshops.....	30
3.	Η οικονομία της Κίνας και η ένταξη της στον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου.....	39
4.	Τα κινεζικά καταστήματα στην Ελλάδα.....	45
4.1.	Εισαγωγή στο παραεμπόριο.....	45
4.2.	Η ιστορική εξέλιξη των κινεζικών καταστημάτων στην Ελλάδα.....	56
4.2.1.	Οι εμπορικές σχέσεις Ελλάδας – Κίνας.....	56
4.2.2.	Τα κινέζικα καταστήματα.....	61
4.3.	Οι επιπτώσεις στις τοπικές κοινωνίες.....	71
5.	Αποτελέσματα της έρευνας.....	72
6.	Συμπεράσματα και προτάσεις.....	85
7.	Βιβλιογραφία.....	88
8.	Παράρτημα – Το ερωτηματολόγιο.....	92

## 1. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το περίγραμμα του παγκόσμιου οικονομικού τοπίου έχει αλλάξει ριζικά κατά τις δύο τελευταίες δεκαετίες. Η παγκοσμιοποίηση της παραγωγής και των χρηματοοικονομικών αγορών καθώς και η ραγδαία τεχνολογική πρόοδος έχουν οδηγήσει σε βαθιές αλλαγές στις εθνικές και περιφερειακές οικονομίες στα πρότυπα απασχόλησης και στην οργάνωση εργασίας. Ο Έλληνας καταναλωτής παρά την μείωση της αγοραστικής του δύναμης και τις πιέσεις που δέχεται το διαθέσιμο εισόδημά του τα τελευταία χρόνια, δαπανά μεγαλύτερο ποσοστό του εισοδήματός του για καταναλωτικά αγαθά, συγκριτικά με κατοίκους άλλων ευρωπαϊκών χωρών.

Για τον λόγο αυτό η Ελληνική αγορά χαρακτηρίζεται ελκυστική από τους ξένους αλλά και ντόπιους ομίλους που αναζητούν ευκαιρίες στρατηγικής επέκτασης. Έτσι, παρατηρήθηκε ραγδαία εξάπλωση των πολυκαταστημάτων στα μεγάλα αστικά κέντρα (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Πάτρα κ.λ.π) τα οποία έπληξαν καίρια τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα η απειλή με εξαφάνιση ενός παραδοσιακού εμπορικού καταστήματος, του παντοπωλείου. Τα τελευταία 20 χρόνια, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ (2009)<sup>1</sup> έκλεισαν περίπου το 70% των καταστημάτων του είδους. Και ενώ τα πρώτα σημάδια κορεσμού της αγοράς των μεγάλων αστικών κέντρων έκαναν την εμφάνισή τους με αρνητικά αποτελέσματα όχι μόνο για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις αλλά και για τα ίδια τα

---

<sup>1</sup>ΕΣΥΕ, 2009, «Στοιχεία για το λιανεμπόριο»

πολυκαταστήματα οι μεγάλοι όμιλοι αναζήτησαν διέξοδο προς την επαρχία και τα μικρότερα αστικά κέντρα.

Το ισχύον νομοθετικό πλαίσιο που χαρακτηρίζεται αναποτελεσματικό από τις συνδικαλιστικές οργανώσεις των εμπόρων, καθώς επίσης και η «χαλαρή» εφαρμογή της αντιμονοπωλιακής νομοθεσίας διευκόλυναν τα σχέδια των πολυκαταστημάτων με αποτέλεσμα να κινδυνεύει η αγορά να περιέλθει στα χέρια λίγων με απρόβλεπτες συνέπειες αλλά και την είσοδο πολλών Κινεζικών καταστημάτων που συχνά λειτουργούν δίχως άδεια. (Ψαρουδάκης, 2006<sup>1</sup>).

Φυσικό επακόλουθο της εγκατάστασης τέτοιων καταστημάτων, όπως τα κινέζικα καταστήματα, ήταν η συρρίκνωση των παραδοσιακών τοπικών επιχειρήσεων οι οποίες δυσκολεύονται να ανταπεξέλθουν στον έντονο ανταγωνισμό των πολυκαταστημάτων από την μία μεριά και των φτηνών προσφορών των Κινέζικων καταστημάτων από την άλλη.

Αυτό φυσικά έχει δημιουργήσει ένα πολύ βασικό ζήτημα μιας και η παρουσία Κινέζικων καταστημάτων σε πολλές αγορές της Αττικής αλλά και της επαρχίας δημιουργεί μία πολύ αρνητική ατμόσφαιρα για το Ελληνικό παραδοσιακό λιανεμπόριο και τις χιλιάδες των οικογενειών που βασίζονται από αυτό.

Η εργασία έχει ως στόχο να αναλύσει τις επιπτώσεις από την λειτουργία των Κινέζικων καταστημάτων στην περιοχή της Αττικής και να καταγράψει τις απόψεις των Ελλήνων καταναλωτών πάνω σε αυτό το θέμα μέσα από τα αποτελέσματά της ποσοτικής έρευνας που θα γίνει.

---

<sup>1</sup>Ψαρουδάκης.Μ., 2006, Πολυκαταστήματα και Μικρομεσαίες Εμπορικές Επιχειρήσεις.

Σε ότι αφορά την δομή της εργασίας, έχει δύο μέρη. Στο πρώτο μέρος γίνεται μία θεωρητική διερεύνηση σε ότι αφορά το διεθνές εμπόριο και τις επιπτώσεις του, μαζί με δευτερογενή στοιχεία για τα Κινέζικα μαγαζιά, ενώ στο δεύτερο μέρος γίνεται έρευνα σε δείγμα καταναλωτών ώστε να φανούν οι απόψεις τους για την λειτουργία των Κινέζικων καταστημάτων στην Αττική.

## 2. ΤΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ

### 2.1. Περί Παγκοσμιοποίησης

Η παγκοσμιοποίηση των αγορών, του κεφαλαίου και της εργασίας (μετανάστευση) αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό της σύγχρονης οικονομίας. Ο όρος παγκοσμιοποίηση εκφράζει την αυξανόμενη εμπορική και χρηματοοικονομική αλληλεξάρτηση των εθνικών οικονομιών. Το σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον ευνοεί την ελεύθερη αγορά, περιορίζει τη σπουδαιότητα των εθνικών κυβερνήσεων και αναβαθμίζει το ρόλο των διεθνών οργανισμών.

Οι θεσμοθετημένοι παγκόσμιοι οργανισμοί όπως είναι ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου, το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο και η Παγκόσμια Τράπεζα αλλά και το G7<sup>1</sup>, του οποίου ο ρόλος στη διεθνή οικονομία αμφισβητείται, διαθέτουν σήμερα μεγαλύτερη δύναμη παρά ποτέ. Έχουν αποκτήσει τη δικαιοδοσία να παρεμβαίνουν στις οικονομίες των ανεπτυγμένων και ιδιαίτερα των αναπτυσσόμενων χωρών, να διατυπώνουν στις κυβερνήσεις των διαφόρων χωρών συγκεκριμένες υποδείξεις οικονομικής πολιτικής, να προτείνουν και σε κάποιες περιπτώσεις να επιβάλλουν τη λήψη οικονομικών μέτρων.

Οι διεργασίες της οικονομικής παγκοσμιοποίησης βρίσκονται σε εξέλιξη εδώ και καιρό, αλλά μόλις τα τελευταία χρόνια οι θετικές και αρνητικές επιπτώσεις της έχουν

---

<sup>1</sup>G7: Ο όμιλος G7, των επτά κορυφαίων βιομηχανικά ανεπτυγμένων οικονομιών του πλανήτη αποτελείται από τις ΗΠΑ, Καναδά, Γερμανία, Γαλλία, Μ. Βρετανία, Ιταλία και Ιαπωνία.

γίνει ορατές. Οι αγορές αναπτύσσονται και διεθνοποιούνται μέσα από το παγκόσμιο εμπόριο, ενώ από την άλλη ισχυροποιούνται τα διεθνή κινήματα που αντιτάσσονται στην παγκοσμιοποίηση και θέλουν να αλλάξουν τη μορφή της.

Η παγκοσμιοποίηση περιέχει θετικά και αρνητικά στοιχεία, προκαλώντας έντονη πολιτική αντιπαράθεση ανάμεσα στους υποστηρικτές και τους πολέμιους της. Ανάμεσα στα θετικά της παγκοσμιοποίησης είναι η ευχέρεια που παρέχει στους παραγωγούς να διαθέσουν τα προϊόντα σε περισσότερες αγορές. Οι επιχειρήσεις έχουν πρόσβαση σε μια παγκόσμια αγορά, στην οποία οι οικονομικές δυνατότητες, αλλά και οι προκλήσεις είναι μεγαλύτερες, καθώς αφενός το περιθώριο κέρδους είναι υψηλότερο και αφετέρου ο διεθνής ανταγωνισμός είναι σκληρότερος. Οι καταναλωτές ευνοούνται από την παγκοσμιοποίηση καθώς έχουν τη δυνατότητα να αγοράσουν στη καλύτερη δυνατή τιμή, προϊόντα σε μεγάλη ποικιλία και ανώτερη ποιότητα.

Η κοινή γνώμη παραμένει διχασμένη για τις πτυχές και τις επιπτώσεις της παγκοσμιοποίησης. Οι υπέρμαχοι της παγκοσμιοποίησης προβάλλουν τα επιχειρήματα ότι αυξήθηκε το παγκόσμιο εισόδημα, ευνοήθηκε η επιχειρηματικότητα και η αποτελεσματικότητα της οικονομίας, ενώ οι πολέμιοι αντιτείνουν τα επιχειρήματα ότι η παγκοσμιοποίηση ενίσχυσε κυρίως τις πολυεθνικές εταιρείες, διεύρυνε την εισοδηματική ανισότητα και διατήρησε την οικονομική απόσταση που χωρίζει τις αναπτυγμένες από τις αναπτυσσόμενες οικονομίες. Η χρησιμοποίηση των νέων τεχνολογιών στην παραγωγή και η αξιοποίηση τους από τη παγκοσμιοποίηση, προκάλεσε την απώλεια εκατομμυρίων θέσεων εργασίας. Σήμερα 160



εκατομμύρια άνθρωποι είναι άνεργοι και από αυτούς οι μισοί είναι νέοι.

Η δημιουργία συνθηκών ελεύθερου εμπορίου, με την κατάργηση των μέτρων προστατευτισμού που είχαν επιβληθεί σε αυτό από τις κυβερνήσεις που ήθελαν να στηρίξουν τις εγχώριες επιχειρήσεις, αποτελεί βασική συνισταμένη της παγκοσμιοποίησης. Το διεθνές εμπόριο επέτρεψε στις οικονομίες να εξειδικευθούν στους κλάδους προϊόντων και υπηρεσιών στους οποίους η κάθε χώρα εμφανίζει συγκριτικό πλεονέκτημα, αγοράζοντας τα υπόλοιπα αγαθά από το εξωτερικό. Η μείωση των δασμών, των ποσοτώσεων εμπορίου και των γραφειοκρατικών περιορισμών ήταν αποφασιστικής σημασίας για την ανάπτυξη του διεθνούς εμπορίου και την ολοκλήρωση των οικονομιών.

Οι διαδοχικοί γύροι διαπραγματεύσεων στους οποίους συμμετείχαν δεκάδες χώρες με το συντονισμό του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου, πέτυχαν την άρση των εμποδίων στο διεθνές εμπόριο. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου έχει κατηγορηθεί πολλές φορές από τις αναπτυσσόμενες χώρες ότι στη διάρκεια των διαπραγματεύσεων εξυπηρετεί τα εμπορικά συμφέροντα των αναπτυγμένων χωρών, οι οποίες σε μεγάλο βαθμό ελέγχουν τη λειτουργία και τις αποφάσεις του οργανισμού.

## 2.2. Οι όψεις της παγκοσμιοποίησης σε διάφορους τομείς

Σε κάθε τομέα ξεχωριστά η παγκοσμιοποίηση έχει επιφέρει αρνητικά και θετικά στοιχεία.

Στον τομέα της **ανάπτυξης**, με το νέο διεθνή καταμερισμό, η παραγωγικότητα αυξάνεται πιο γρήγορα όταν οι χώρες παράγουν προϊόντα και αγαθά στα οποία έχουν συγκριτικό πλεονέκτημα. Η ελεύθερη αγορά, ο παγκόσμιος ανταγωνισμός και οι φθηνές εισαγωγές διατηρούν χαμηλά τις τιμές και έτσι ο πληθωρισμός δεν μπορεί να επηρεάσει την οικονομική ανάπτυξη. Από την άλλη μεριά τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που προκύπτουν από ένα άφθονο εργατικό δυναμικό ή από τη γεωγραφική θέση ορισμένων φυσικών πόρων ωφελούν μόνο τις πολυεθνικές επιχειρήσεις και όχι τις περιοχές του κόσμου όπου βρίσκονται. Έτσι η ανταγωνιστικότητα που στηρίζεται στις τιμές καταδικάζει ολόκληρους πληθυσμούς σε εξαφάνιση.

Στον τομέα της **απασχόλησης** οι διεθνοποιημένες επενδύσεις δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας. Οι εισροές ξένων κεφαλαίων σε μια χώρα διατηρούν τα επιτόκια χαμηλά και ενισχύουν την παραγωγική διαδικασία. Η ελεύθερη κυκλοφορία ανθρώπων παρέχει φθηνή εργασία που διατηρεί χαμηλά το κόστος παραγωγής και συνεπώς συντελεί στην αύξηση των νέων επενδύσεων και της απασχόλησης. Αντιθέτως, εκατομμύρια εργαζόμενοι χάνουν τις δουλειές τους λόγω των φθηνών εισαγωγών ή της μεταφοράς της παράγωγης στο εξωτερικό. Η εναλλακτική λύση της επαγγελματικής εκμετάλλευσης των μεταναστών



έχει ως αποτέλεσμα τον περιορισμό των διεκδικήσεων και των αμοιβών των εργαζομένων.

Στον τομέα της **πολιτικής**, διεθνείς οικονομικοί θεσμοί όπως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου, η Παγκόσμια Τράπεζα και το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο, διασφαλίζουν την παγκόσμια οικονομική και κατ' επέκταση την πολιτική σταθερότητα. Το άνοιγμα των οικονομικών συνόρων απομάκρυνε τους οικονομικούς πολέμους. Όμως έτσι ο ρόλος του ΟΗΕ περιορίζεται με αποτέλεσμα να υποκινείται από τους υπερεθνικούς οργανισμούς οι οποίοι επιβάλλουν την θέληση των αναπτυγμένων χωρών στις αναπτυσσόμενες.



Σήμερα, οι νέες ιδέες και οι σπουδαίες επιστημονικές ανακαλύψεις γίνονται γνωστές ακαριαία μέσω του διαδικτύου, ενώ ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι ταξιδεύουν σε κάθε γωνιά του πλανήτη. Η ελεύθερη κυκλοφορία ανθρώπων και προϊόντων, που μεταφράζεται ως **παγκοσμιότητα**, έχει και αρνητικές επιπτώσεις. Η πτώση των συνόρων ευνοεί τη διάδοση επιδημιών και ασθενειών. Επίσης, η παγκοσμιοποίηση της εγκληματικότητας οδηγεί στην παγκοσμιοποίηση της αστυνόμευσης, η οποία απειλεί τις ατομικές ελευθερίες.

Ως προς το **παγκόσμιο εμπόριο**, η απελευθέρωση και η διεθνοποίηση των επενδύσεων έφεραν άνοδο του βιοτικού επιπέδου των αναπτυσσόμενων χωρών. Τη δεκαετία του 1990, ένα τρις δολάρια εισέρρευσε στις οικονομίες τους. Σήμερα, το επίπεδο ζωής διπλασιάζεται κάθε δέκα χρόνια στην Κίνα, ενώ προηγουμένως για να γίνει αυτό έπρεπε να περάσουν δύο γενιές. Μειονέκτημα αποτελούν οι

προστατευτικές πρακτικές των αναπτυγμένων χωρών, όταν αυτές τους εξασφαλίζουν συγκριτικό πλεονέκτημα, ενώ παράλληλα απαιτούν υποκριτικά από τις αναπτυσσόμενες χώρες να εγκαταλείψουν τις δικές τους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα ένα μεγάλο μέρος του τρίτου κόσμου να έχει μείνει πίσω, χωρίς ελπίδες να ανακτήσει το χαμένο έδαφος και να ενσωματωθεί στην παγκόσμια οικονομία.

Στον τομέα της **επικοινωνίας**, η εξάπλωση των τεχνολογιών της πληροφορικής έφερε πιο κοντά τους ανθρώπους του παγκοσμιοποιημένου πλανήτη. Με την πτώση των διεθνών τελών στις τηλεπικοινωνίες και την αλματώδη άνοδο του παγκόσμιου «πληθυσμού» του Ιντερνετ, που σήμερα υπολογίζεται σε 250 εκατ, ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι από τα πιο απομακρυσμένα μέρη του κόσμου έχουν την δυνατότητα να επικοινωνούν μεταξύ τους. Αντί όμως να γεφυρωθεί το «ψηφιακό χάσμα» μεταξύ των βιομηχανικών και των αναπτυσσομένων χωρών μεγαλώνει και βαθαίνει σε «ψηφιακή άβυσσο». Εκατομμύρια Αφρικανοί δεν έχουν καμία πρόσβαση σε τηλέφωνο, ενώ πολλοί από αυτούς δεν θα κάνουν ποτέ στη ζωή τους ένα τηλεφώνημα.



Στον τομέα του **χρηματιστήριου**, η παγκοσμιοποίηση των τεχνολογιών της πληροφορικής συνετέλεσε στην εντυπωσιακή άνθηση των αγορών χρήματος και κεφαλαίου. Χάρη σε αυτήν, περισσότερα από 1,5 τρις δολάρια διακινούνται καθημερινά σε αυτές τις αγορές σε όλο τον κόσμο, 50 – 60 φορές περισσότερα κεφάλαια απ’ όσα διακινούνταν το 1970. Όμως η αστραπιαία ταχύτητα κυκλοφορίας του χρήματος και ο τεράστιος όγκος των

κεφαλαίων κάνει εξαιρετικά ασταθείς τις διεθνείς αγορές διευκολύνοντας έτσι την κερδοσκοπία.

Η παγκοσμιοποίηση, με την κατάργηση του προστατευτισμού, έχει επηρεάσει την **κοινωνία**. Έχει δημιουργήσει ανοιχτές αγορές και κατ' επέκταση ανοιχτές κοινωνίες. Το νέο ανταγωνιστικό περιβάλλον, η πτώση των συνόρων και η πρωτοκαθεδρία της διεθνοποιημένης οικονομίας έναντι του εθνικού κράτους παρέχουν περισσότερες



ευκαιρίες σε όλους τους πολίτες. Εν αντιθέσει με τα παραπάνω ο περιορισμός της κρατικής προστασίας πλήττει κυρίως τις φτωχότερες τάξεις, που δεν είναι σε θέση να «αγοράσουν» παιδεία, υγεία, συντάξεις. Οι μετανάστες πιέζουν τις τοπικές αγορές εργασίας. Η εισαγόμενη εργασία μαζί με το κοινωνικό έλλειμμα δημιουργούν συνθήκες κοινωνικού αποκλεισμού, με συνέπεια την κοινωνική αναταραχή και την άνοδο ακραίων ιδεολογιών.

Με την παγκοσμιοποιημένη οικονομική ανάπτυξη, η **προστασία του περιβάλλοντος** γίνεται παγκόσμια προτεραιότητα, αφού τα περισσότερα προβλήματα του περιβάλλοντος δεν αντιμετωπίζονται ως τοπικά, αλλά ως παγκόσμια. Διεθνείς παγκόσμιοι οργανισμοί έχουν συναινέσει ομόφωνα για τον χειρισμό των περιβαλλοντικών κρίσεων. Ο περιορισμός όμως του κόστους παραγωγής και συνεπώς η αύξηση του κέρδους οδηγεί πολλές ισχυρές



χώρες (ΗΠΑ, Κίνα) να δίνουν μεγαλύτερη προτεραιότητα στην οικονομική ανάπτυξη παρά στο περιβάλλον. Δεν υπάρχει σήμερα διεθνής αρχή που να μπορεί να επιβάλλει κανείς για την προστασία του περιβάλλοντος.

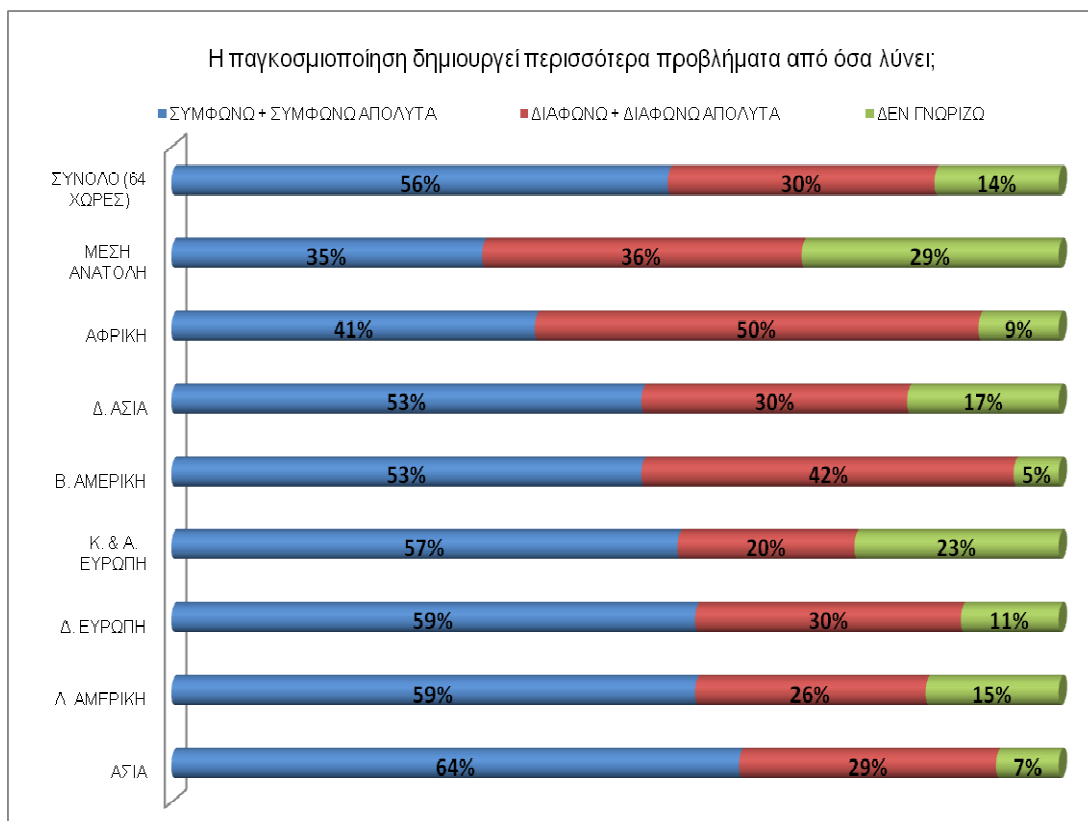
Ποιά είναι όμως η άποψη των πολιτών σε παγκόσμιο επίπεδο για την παγκοσμιοποίηση; Δημιουργεί τελικά περισσότερα προβλήματα από αυτά που λύνει; Σε αυτό ακριβώς το ερώτημα απαντά η έρευνα<sup>1</sup> που πραγματοποίησε η TNS ICAP σε συνεργασία με την Gallup International Association σε 64 χώρες σε 5 ηπείρους.

Τα αποτελέσματα της έρευνας αναδεικνύουν ότι η πλειοψηφία των πολιτών σε παγκόσμιο επίπεδο τάσσεται κατά της παγκοσμιοποίησης καθώς το 56% πιστεύει ότι τελικά η παγκοσμιοποίηση δημιουργεί περισσότερα προβλήματα από αυτά που λύνει. Η Ελλάδα είναι η χώρα με το υψηλότερο ποσοστό ατόμων τα οποία συμφωνούν με την άποψη αυτή (72%).

Πιο συγκεκριμένα, στο διάγραμμα 1, στο σύνολο των 64 χωρών, το 56% των πολιτών συμφωνεί απόλυτα είτε απλώς συμφωνεί ότι η παγκοσμιοποίηση δημιουργεί περισσότερα προβλήματα από αυτά που λύνει, ενώ το 30% διαφωνεί απόλυτα είτε απλώς διαφωνεί με την άποψη αυτή. Η περιοχή που συγκεντρώνει το υψηλότερο ποσοστό ατόμων τα οποία κρίνουν αρνητικά την παγκοσμιοποίηση είναι η Ασία (64%). Αντιθέτως, η Αφρική είναι η μόνη περιοχή στην οποία το ποσοστό των πολιτών οι οποίοι κρίνουν θετικά την παγκοσμιοποίηση (50%) υπερτερεί του ποσοστού που την κρίνει αρνητικά (41%).

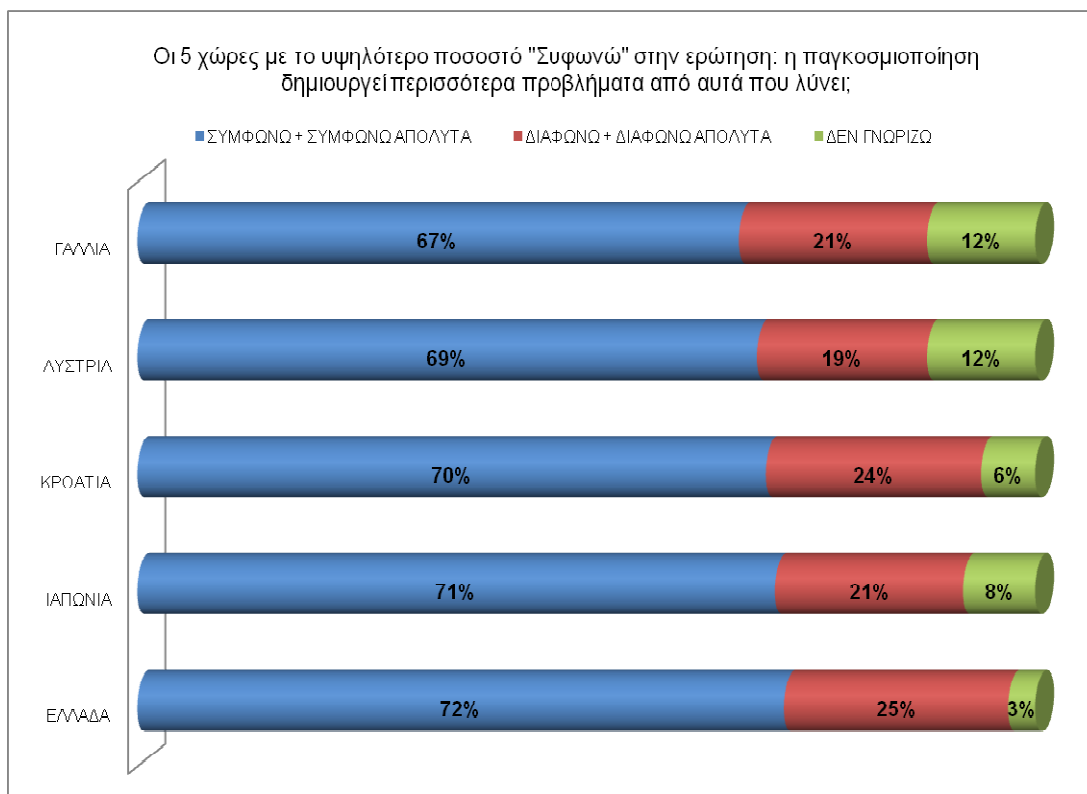
---

<sup>1</sup> Πηγή: [http://dir.icap.gr/news/index\\_gr\\_7153.asp](http://dir.icap.gr/news/index_gr_7153.asp)



Διάγραμμα 1: Η παγκοσμιοποίηση δημιουργεί περισσότερα προβλήματα από όσα λύνει;

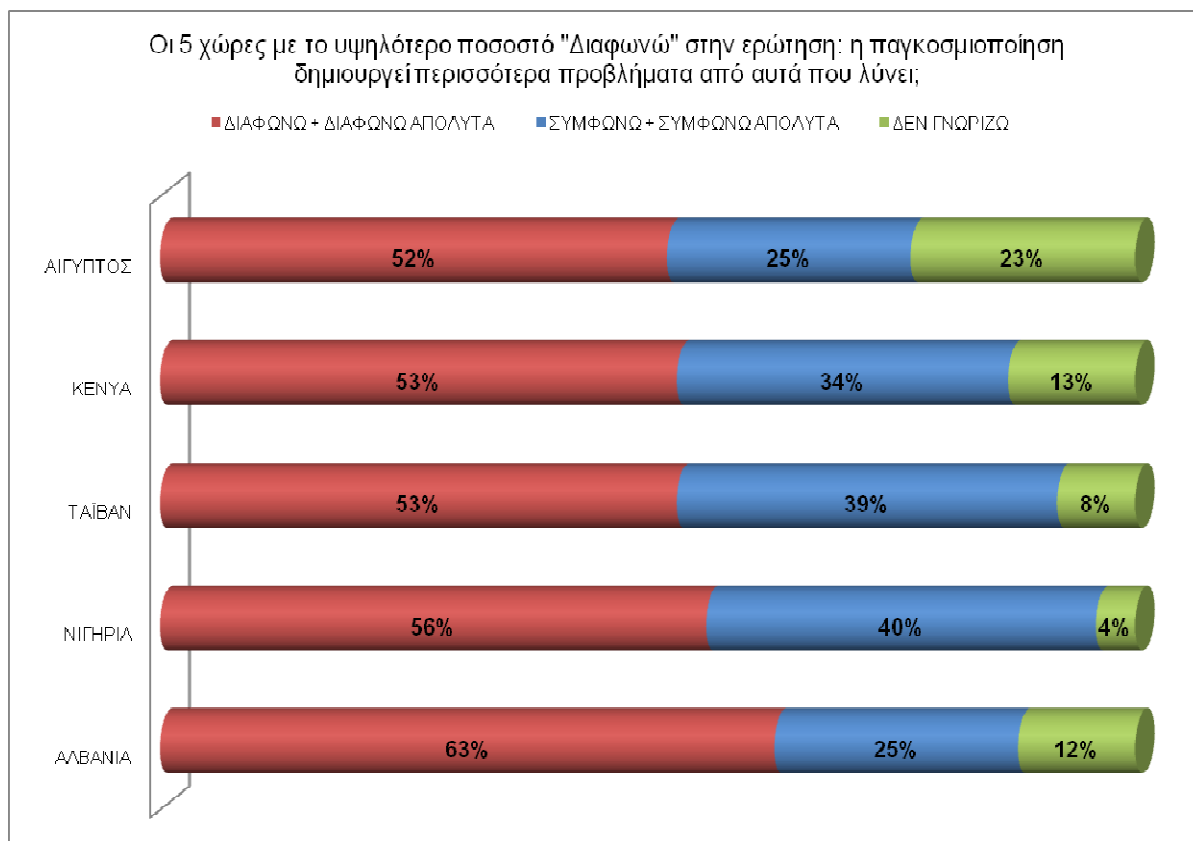
Σε επίπεδο χωρών, στο διάγραμμα 2, οι πέντε χώρες οι οποίες τάσσονται περισσότερο από τις άλλες κατά της παγκοσμιοποίησης είναι: η Ελλάδα (72%), η Ιαπωνία (71%), η Κροατία (70%), η Αυστρία (69%) και η Γαλλία (67%). Αξιοσημείωτο είναι ότι τρεις από τις πέντε αυτές χώρες είναι χώρες της Δυτικής Ευρώπης και δύο είναι κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Επίσης, το ποσοστό των πολιτών της Ελλάδας οι οποίοι απαντούν ότι «συμφωνούν απόλυτα» ότι η παγκοσμιοποίηση δημιουργεί περισσότερα προβλήματα από αυτά που λύνει φτάνει στο 47%, ποσοστό το οποίο είναι σαφώς υψηλότερο από οποιαδήποτε άλλη χώρα (για παράδειγμα, στην Κροατία το ποσοστό του «συμφωνώ απόλυτα» φτάνει στο 34%, ενώ στην Ιαπωνία είναι μόλις 9%).



Διάγραμμα 2: Οι 5 χώρες με το υψηλότερο ποσοστό «Συμφωνώ» στην ερώτηση: η παγκοσμιοποίηση δημιουργεί περισσότερα προβλήματα από αυτά που λύνει;

Αντιθέτως, οι πέντε χώρες με το υψηλότερο ποσοστό πολιτών που τάσσονται υπέρ της παγκοσμιοποίησης, στο διάγραμμα 3, καθώς η πλειοψηφία των πολιτών τους διαφωνεί με την άποψη ότι η παγκοσμιοποίηση δημιουργεί περισσότερα προβλήματα από αυτά που λύνει, είναι η Αλβανία (63%), η Νιγηρία (56%), Ταϊβάν (53%), η Κένυα (53%) και η Αίγυπτος (52%). Είναι αξιοσημείωτο ότι ανάμεσα στις πέντε αυτές χώρες που είναι θετικά διακείμενες προς την παγκοσμιοποίηση δεν υπάρχει χώρα της Ευρώπης αλλά ούτε και οι Η.Π.Α.





Διάγραμμα 3: Οι 5 χώρες με το υψηλότερο ποσοστό «Διαφωνώ» στην ερώτηση: η παγκοσμιοποίηση δημιουργεί περισσότερα προβλήματα από αυτά που λύνει;

### 2.3. Εισαγωγή στο διεθνές εμπόριο

Ο βασικός κανόνας της παγκόσμιας οικονομίας είναι ότι μερικά άτομα και οργανώσεις σε αυτόν τον κόσμο είναι απολύτως αυτάρκειες. Από την άλλη πλευρά ένα άτομο το οποίο θα περιορίσει τον εαυτό του στην κατανάλωση με τοπικά προϊόντα θα έχει περιορισμένη ποιότητα ζωής. Υπάρχουν μόνο μερικές χώρες που μπορούν να λειτουργούν ανεξάρτητα από το υπόλοιπο κόσμο και είναι δύσκολο να έχουν βασική θέση στην παγκόσμια οικονομία χωρίς επιδιώκουν να βρουν πόρους από άλλες χώρες.



Οι περισσότερες χώρες πρέπει να βρουν τρόπους για να εισάγουν προϊόντα που είναι απαραίτητα για την ποιότητα της ζωής και από την άλλη πλευρά να βρουν τρόπους για να εξάγουν τα προϊόντα που παράγουν. Το αποτέλεσμα αυτού είναι το διεθνές εμπόριο. Οι χώρες θα πρέπει να πωλούν και αγοράζουν αγαθά για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους. Ακόμη και αυτάρκειες χώρες με τεράστιους πόρους, όπως η Κίνα και οι ΗΠΑ, θα πρέπει να εξετάζουν τις αγορές

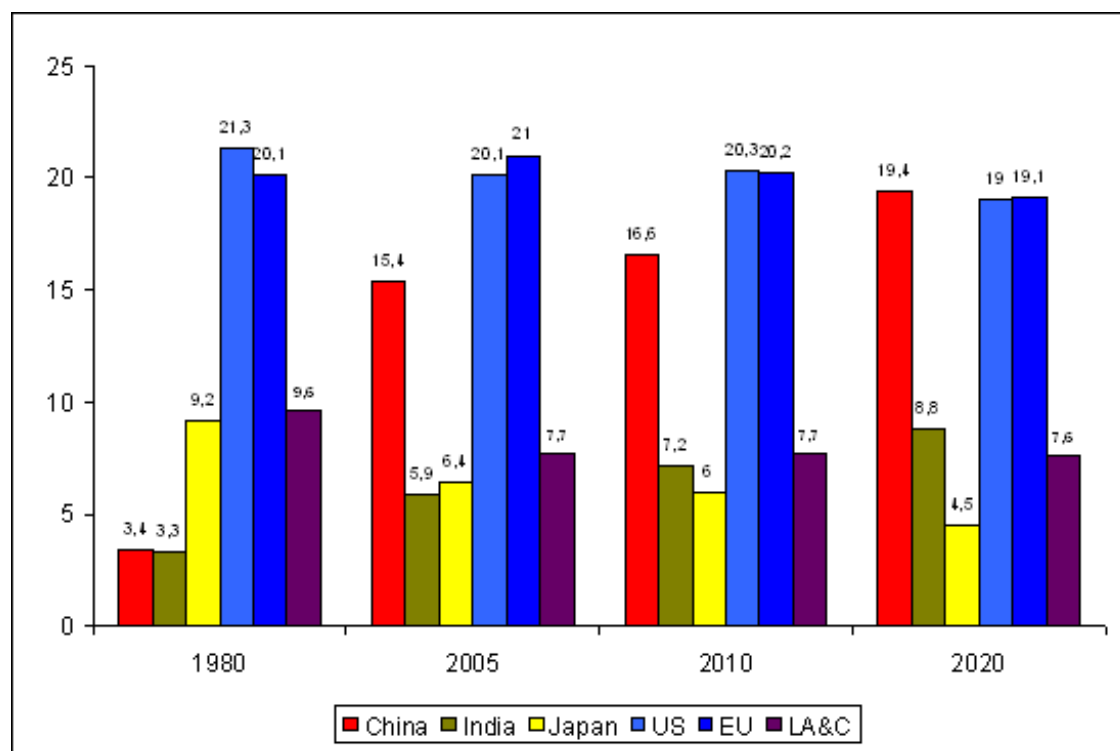
του εξωτερικού με σκοπό την εξεύρεση πόρων. Για να δώσουμε ένα παράδειγμα, μια αμερικανική εταιρεία που κατασκευάζει υπολογιστές θα πρέπει να εισάγει εξαρτήματα από τρίτες χώρες όπως η Κίνα και η Ταϊβάν με στόχο την παραγωγή του υπολογιστή σε μια τιμή που θα επιτρέψει στην επιχείρηση να αυξήσει το μερίδιο αγοράς της αλλά και να μπορεί να το προσφέρει σε χαμηλότερη τιμή από όσο οι ανταγωνιστές της. Θα πρέπει να ανιχνεύσει εξωτερικό του περιβάλλον, προκειμένου να βρει προμηθευτές που θα καταφέρουν να προσφέρουν εξαρτήματα στην εταιρεία με φθηνές περιοχές. Γι' αυτό και ένας υπολογιστής μπορεί να παράγεται στις ΗΠΑ, αλλά τα περισσότερα από τα τμήματά του είναι δυνατόν να παράγονται σε τρίτες χώρες όπως η Κίνα και η Ταϊβάν.

Αλλαγές κατά τα τελευταία χρόνια, όπως η απελευθέρωση των αγορών και η δημιουργία των τυποποιημένων καταναλωτικών προτιμήσεων, έχουν ενθαρρύνει τη διεθνοποίηση ακόμη και σε χώρες που μέχρι πρόσφατα αποτελούσαν την απόρριψη της έννοιας της επιχειρηματικότητας και των ελεύθερων αγορών. Ένα παράδειγμα είναι η Κίνα, μια χώρα που μέχρι πρόσφατα είχε μια αρνητική στάση έναντι του διεθνούς εμπορίου. Κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών το κομμουνιστικό καθεστώς της Κίνας έχει ενθαρρύνει τις ξένες επενδύσεις, μαζί με μια σειρά από αλλαγές που επιτρέπονται οι ξένες επενδύσεις σε μια οικονομία που μέχρι πρόσφατα ήταν κλειστή για τους ξένους επενδυτές, όπως και τις εξαγωγές σε πολύ χαμηλό κόστος (Economist, 2010<sup>1</sup>).

---

<sup>1</sup>Economist, 2010, China's misunderstood economy, January 14th

Το παρακάτω γράφημα δείχνει τις αλλαγές που λαμβάνουν χώρα στην παγκόσμια οικονομία κατά τα τελευταία χρόνια.



Διάγραμμα 4: Το μερίδιο του Ακαθάριστου Παγκόσμιου Προϊόντος σε αγοραστική δύναμη, 1980-2020<sup>1</sup>

Το παραπάνω γράφημα δείχνει το μερίδιο του παγκόσμιου ακαθάριστου προϊόντος (σε αγοραστική δύναμη), 1980-2020. Μπορούμε να δούμε ότι χώρες όπως η Κίνα και η Ινδία που παρουσίαζαν μία καθυστέρηση σε σχέση με το δυτικό κόσμο το 2010 αποτελούν το βασικό παγκόσμιο καταναλωτή, ενώ η Κίνα - που εντάχθηκε πρόσφατα στον ΠΟΕ - θα αφήσει πίσω της ΕΕ και των ΗΠΑ σε ότι αφορά την κατανάλωση.

<sup>1</sup>Πηγή:[http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano\\_eng/Content?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/elcano/Elcano\\_in/Zonas\\_in/ARI\\_100-2007](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_eng/Content?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/Elcano_in/Zonas_in/ARI_100-2007)

Όλα τα παραπάνω είναι αποτέλεσμα των αλλαγών στο Διεθνές εμπόριο. Οι περισσότερες από τις χώρες που έχουν συνειδητοποιήσει την αξία του να προσελκύσει ξένες επενδύσεις και να δημιουργήσουν τις απαραίτητες οικονομικό κλίμα που θα προωθήσει τις ξένες επενδύσεις θα έχουν και τα ανάλογα οφέλη.

Από την άλλη πλευρά, εξακολουθούν να υπάρχουν ορισμένα θέματα που αφορούν το διεθνές εμπόριο, όπως και οι πολιτικές προστατευτισμού. Οι Doode et al (1994)<sup>1</sup> σημειώνουν ότι προστατευτική νομοθεσία υπό τη μορφή των δασμών, των ποσοτώσεων ή ποιοτικούς περιορισμούς του εμπορίου μπορούν να γίνουν εμπόδια με τρομερές οικονομικές συνέπειες για τις χώρες και τα οικονομικά τους. Ναύλα και φόροι επί των εμπορευμάτων που διακινούνται στο διασυνοριακό εμπόριο, οι ποσοτώσεις, και τα όρια για το ύψος των εμπορευμάτων που μια χώρα μπορεί να εισάγει δημιουργούν προβλήματα στο διεθνές εμπόριο (Doode et al, 1994:59-60)<sup>1</sup>. Σε πολλές περιπτώσεις, ακόμη και στις πλέον ανοικτές αγορές όπως οι ΗΠΑ και το Ηνωμένο Βασίλειο, θα υπάρξουν ορισμένοι δασμοί για την προστασία των τοπικών προϊόντων από ξένους ανταγωνιστές.

Βέβαια το διεθνές εμπόριο μπορεί να είναι αποτέλεσμα από την μία μεριά της ζήτησης και της ανάγκης των επιχειρήσεων να επεκταθούν αλλά και από την άλλη μεριά της δημιουργίας αγαθών σε πολύ χαμηλό κόστος κυρίως από την Κίνα που τα φτηνά αγαθά της έχουν κατακλείσει όλες τις αγορές με τα όποια θετικά και αρνητικά στοιχεία.

---

<sup>1</sup>Doole I. Lowe R and Phillips C, 1994, International Marketing strategy, United Kingdom, International Thomson Publishing

Εν κατακλείδι, το διεθνές εμπόριο διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στις σύγχρονες οικονομίες. Όλες οι χώρες μπορούν να επωφεληθούν από το διεθνές εμπόριο. Παρόλα αυτά υπάρχουν ορισμένες προϋποθέσεις για να υπάρξει επιτυχές διεθνές εμπόριο για τις χώρες και τις εταιρίες τους, και αυτό είναι η μείωση των εμπορικών φραγμών. Σε πολλές περιπτώσεις χώρες είχαν αναπτύξει πολιτικές προστατευτισμού που ήταν καταστροφική για το διεθνές εμπόριο και για τις πολυεθνικές εταιρείες. Το αποτέλεσμα ήταν η δημιουργία των θεσμικών οργάνων, όπως του ΠΟΕ, με στόχο την προστασία του ελεύθερου εμπορίου σε μια διεθνή κλίμακα και η δημιουργία ενός σταθερού οικονομικού περιβάλλοντος που θα ωφελήσει το διεθνές εμπόριο

## **2.4. Τρόποι εισόδου σε νέες αγορές**

Η θεωρητική αναφορά που ακολουθεί συμπυκνώνει τα στάδια, στρατηγικές, πολιτικές και επιπτώσεις που καθορίζουν την διεθνή δραστηριότητα των οργανισμών όταν αυτή λαμβάνει χώρα.

### **2.4.1 Τακτικές και Στάδια Διεθνοποίησης**

Οι τακτικές (τρόποι) της διαδικασίας διεθνοποίησης κατηγοριοποιούνται σε δυο μεγάλες κατηγορίες: τις «πρωτόγονες» (εξαγωγικού τύπου) και τις «πιο εξελιγμένες». Η αξιοσημείωτη διαφορά μεταξύ αυτών των δυο κατηγοριών έγκειται στην τοποθεσία της παραγωγής.

#### ***«Πρωτόγονες» τακτικές διεθνοποίησης***

Σ' αυτή την κατηγορία, τα προϊόντα παράγονται στις τακτικές μονάδες παράγωγης στη χώρα έδρα της εταιρείας και ακολούθως εξάγονται σε ξένες χώρες με έναν από τους ακόλουθους τρόπους:

**Κατευθείαν εξαγωγή:** Μ' αυτόν τον τρόπο τα προϊόντα που παράγονται στη χώρα εγκατάστασης εξάγονται κατευθείαν στην τρίτη χώρα χωρίς την παρουσία και διαμεσολάβηση μεσαζόντων στην χώρα εγκατάστασης. Πρέπει να αναφέρουμε ότι οι διαμεσολαβητές ή ενδιάμεσα κανάλια διανομής στη διαδικασία της κατευθείαν εξαγωγής, μπορεί να υπάρχουν στην τρίτη χώρα, με τη μορφή εμπορικών αντιπροσώπων. Είναι η πιο διαδεδομένη τακτική διεθνοποίησης για πολλές εταιρείες του χώρου που ερευνούμε σ' αυτή την εργασία και αυτό γιατί πολλές από αυτές είναι μεσαίου μεγέθους εταιρείες με ανεπαρκείς διοικητικές και χρηματοοικονομικές δυνατότητες για να

στηρίζουν μια πιο έντονη δραστηριοποίηση τους στις ξένες αγορές. Από την άλλη πλευρά επειδή η Ελλάδα είναι μια χώρα με οικονομία συνεχώς αναπτυσσόμενη, οι κατευθείαν εξαγωγές αντιμετωπίζονται ως προτεινόμενες τακτικές διεθνοποίησης σε σχέση με άλλες, εξαιτίας του χαμηλού βαθμού αβεβαιότητας που έχουν και του χαμηλού κόστους συναλλαγών που τις χαρακτηρίζει. (Griffin και Pustay,2005<sup>1</sup>)

**Εξαγωγή με ενδιάμεσα κανάλια διανομής:** Στην περίπτωση αυτή η εξαγωγή γίνεται μέσα από εξειδικευμένες εταιρείες (εξαγωγικές εταιρείες και εταιρείες διεθνούς εμπορίου) οι οποίες δραστηριοποιούνται στην χώρα εγκατάστασης της εταιρείας και έχουν τη δυνατότητα να παράσχουν υπηρεσίες αντιπροσώπου στην Τρίτη χώρα για λογαριασμό της παραγωγού εταιρείας. Αυτή η μέθοδος ακολουθείται όταν η παράγωγος εταιρεία δεν επιδιώκει να παίξει έναν έντονο κατευθείαν ρόλο στην διεθνή αγορά, ή όταν αρχίζει τις προσπάθειες της για εξαγωγική δραστηριότητα αλλά λόγω έλλειψης εμπειρίας προτιμάει να περιορίσει τους ενδεχόμενους κινδύνους που συσχετίζονται με την εξαγωγική δραστηριότητα στο ελάχιστο. (Griffin και Pustay,2005<sup>1</sup>)

**Χορήγηση αδείας:** Η χορήγηση αδείας θέτει τα όρια μιας συνεργασίας μεταξύ παραγωγού (Χορηγός άδειας) και της εταιρείας που θα χρησιμοποιηθεί από τον παραγωγό για να διεθνοποιήσει της δραστηριότητές της. Ο χορηγός αδείας δίνει το δικαίωμα στη συμβαλλόμενη εταιρεία στη τρίτη χώρα να χρησιμοποιήσει την πατέντα της σε αντάλλαγμα πληρωμές για την χρήση της πατέντας.



Αυτή η τακτική διεθνοποίησης ακολουθείται από τις εταιρείες που έχουν κατοχυρώσει με πατέντα την τεχνογνωσία τους και τα προϊόντα προστατεύονται με πατέντα. Μ' αυτόν τον τρόπο η εταιρεία εξάγει την τεχνογνωσία της με την υποχρέωση του παραγωγού σε μια Τρίτη χώρα να πληρώνει αποζημίωση για την χρήση αυτής της τεχνογνωσίας ή ακόμα και των σημάτων της αρχικής παραγωγού εταιρείας.

**Αυστηρή χορήγηση αδείας:** Αυτή είναι μια πιο αυστηρή μορφή χορήγησης αδείας. Ο χορηγός αυτής της αδείας απαιτεί από την συμβαλλόμενη εταιρεία να δημιουργήσει ένα είδος επιχείρησης με συγκεκριμένες προδιαγραφές. Ως εκ τούτου η συμβαλλόμενη εταιρεία καλείται όχι μόνο να παράγει το προϊόν της μητρικής εταιρείας βάση κάποιων αυστηρών προδιαγραφών αλλά επίσης να υιοθετήσει τις πρακτικές μάρκετινγκ, τιμολόγησης και επιχειρησιακής οργάνωσης συσχετιζόμενης με το προϊόν. Αυτή η μορφή μεθοδευμένης διεθνοποίησης είναι προτιμότερη από παραγωγούς που έχουν ένα πολύ ισχυρό όνομα στην αγορά (brand name) και αυξημένη πιστότητα καταναλωτών (customer loyalty).

#### **2.4.2. Εξελιγμένες Τακτικές Διεθνοποίησης**

Οι πιο εξελιγμένες τακτικές διεθνοποίησης είναι από την φύση τους οι μη εξαγωγικού τύπου δραστηριότητες. Δείχνουν μια στρατηγική τάση του παραγωγού προς μια πιο δυναμική εισβολή στις διεθνείς αγορές. Η επιλογή μιας εξελιγμένης τακτικής διεθνοποίησης προϋποθέτει μεγάλη δέσμευση εν δυνάμει επενδυμένων κεφαλαίων και ανθρώπινων πόρων σε μια μακροπρόθεσμη χρονική περίοδο στις στοχευόμενες ξένες αγορές. Οι παρακάτω τακτικές

διεθνοποίησης ανήκουν σ' αυτή την κατηγορία. Albaum κ.συν (2005)<sup>1</sup>

**Κατευθείαν Εξωτερική Επένδυση:** Αυτό ο τύπος διεθνοποίησης αποτελεί τον τύπο με την πιο ουσιώδη διαφοροποίηση από την «πρωτόγονη» κατηγορία τύπων διεθνοποίησης. Η μεταφορά κεφαλαίων της εταιρείας μέσω μετοχών και ομολογιών στις ξένες χρηματαγορές δεν ανήκει σ' αυτή την κατηγορία, διότι η κατευθείαν εξωτερική επένδυση έχει τα παρακάτω χαρακτηριστικά για τον οργανισμό που την κάνει:

- Να έχει στην κατοχή της το 100% της επένδυσης στην ξένη αγορά εφόσον αυτό είναι ικανός τρόπος να προστατεύσει την κατευθείαν εξωτερική επένδυση της εταιρείας και τον έλεγχο της διεθνής της δραστηριότητας.

- Να καταλήξει σε κοινές επιχειρηματικές δραστηριότητες με ξένους οργανισμούς στην αγορά ενδιαφέροντος. Αυτή είναι η επιλογή μακροπρόθεσμης συνεργασίας που προϋποθέτει ότι και τα δυο μέρη θα δεχθούν να μοιραστούν το κόστος της επένδυσης, τις λειτουργίες και τελικά των κερδών τους από αυτή τους την επένδυση. Τέτοιες συμφωνίες συνήθως υλοποιούνται με την δημιουργία μιας νέας εταιρείας της οποίας το καταστατικό προβλέπει όλα τα επιθυμητά από την συμφωνία σύστασής της.

- Να προχωρήσει σε συμφωνίες για στρατηγικές συμμαχίες. Οι στρατηγικές συμμαχίες είναι ειδικού τύπου συμφωνίες κοινής επιχειρηματικής δράσης αλλά με πιο

---

<sup>1</sup>Albaum, G., Duerr, E., and Strandskov, J. (2005), "International Marketing and Export Management", 5th ed., Pearson Education Ltd

μακροπρόθεσμη προοπτική και στενότερη συνεργασία σε όλα τα επίπεδα. Οι συνέταιροι σ' αυτή την περίπτωση συμφωνούν σε μια αμοιβαία κοινή πορεία με σκοπό την απόκτηση του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μέσα σε μια αγορά χωρίς απαραίτητα να συστήσουν μια νέα εταιρεία της οποίας το καταστατικό θα βασίζεται στους όρους της συμφωνίας μεταξύ των δυο μερών.

**Διοικητικής Φύσεως Συμβόλαια:** Σ' αυτή την περίπτωση μια εταιρεία προμηθεύει με τεχνογνωσία και τεχνολογία μια άλλη εταιρεία πελάτη. Δηλαδή η εξαγωγική εταιρεία πουλάει την προμήθεια των γνώσεων της σε μια άλλη εταιρεία χωρίς ωστόσο να υπάρχει κίνδυνος για την πρώτη εταιρεία να χάσει το αποκλειστικό προνόμιο πάνω σ' αυτές τις γνώσεις αφού αυτή η ίδια παρακολουθεί την παροχή των υπηρεσιών της προς την τρίτη εταιρεία και την προφύλαξη των γνώσεων της από το προσωπικό και τους ειδικούς της τρίτης εταιρείας. Μοιάζει με την τακτική χορήγησης αδείας εκμετάλλευσης πατέντας αλλά είναι διαφορετική μέθοδος αφού στην ουσία δεν γίνεται εκμετάλλευση της αποκλειστικής γνώσης του ανήκει στην πρώτη εταιρεία.

### 2.4.3 Οι επιπτώσεις και οι παράμετροι της απόφασης εισόδου σε μία ξένη αγορά

Οι Albaum κ. συν. (2005)<sup>1</sup> παρατήρησαν ότι οι πολυεθνικές επιχειρήσεις (Multinational Corporation) όταν αποφασίζουν να εισέλθουν σε μια ξένη αγορά πρέπει να καθορίζουν τον τρόπο με τον οποίο θα εισέλθουν σ' αυτή την αγορά. Η πολυεθνική εταιρεία έχει πολλές εναλλακτικές επιλογές όπως την επιλογή της παροχής άδειας εκμετάλλευσης σε κάποια τοπική εταιρεία ή την κοινή εκκίνηση μιας νέας επιχειρησιακής δράσης σ' αυτή την αγορά σε συνεργασία με μια εγχώρια εταιρεία, ή τέλος με την δημιουργία μιας νέας εταιρείας στην ξένη αγορά που να ανήκει εξ' ολοκλήρου στη μητροπολιτική εταιρεία.

Αυτές οι διαφορετικές επιλογές έχουν και διαφορετικό αντίκτυπο σε θέματα όπως το βαθμό που η πολυεθνική εταιρεία μπορεί να έχει τον έλεγχο στους πόρους που θα διαθέσει και στο ρίσκο που θα αναλάβει. Η επιλογή του τρόπου διεθνοποίησης που θα υλοποιηθεί είναι αυτή που θα κρίνει αν η τελική έκβαση του εγχειρήματος είναι επιτυχής ή ανεπιτυχής.

Όσον αφορά τον έλεγχο που η πολυεθνική μπορεί να έχει στις δραστηριότητες της στην ξένη αγορά πρέπει να αναφερθεί ότι αυτός είναι περιορισμένου βαθμού σε μια περίπτωση χορήγησης άδειας εκμετάλλευσης, μεσαίου βαθμού σε περιπτώσεις κοινής εκκίνησης επιχειρηματικής δράσης με μια εγχώρια εταιρεία και υψηλού βαθμού σε περιπτώσεις όπου η εταιρεία στην ξένη αγορά ανήκει εξ' ολοκλήρου στην πολυεθνική εταιρεία. Ως πόροι ορίζονται

---

<sup>1</sup>Albaum, G., Duerr, E., and Strandskov, J. (2005), "International Marketing and Export Management", 5th ed., Pearson Education Ltd

όλες εκείνες οι υλικές και αυλές αξίες, ή στοιχεία πάγιου και κυκλοφορούν ενεργητικού που δεσμεύονται σ' αυτή την δραστηριότητα στην αγορά και που εναλλακτική χρησιμοποίησή τους σε άλλες χρήσεις δεν μπορεί να γίνει χωρίς αυτά να χάσουν σημαντικό μέρος της αξίας τους. Γι' αυτό το λόγο η δέσμευση πόρων από τις πολυεθνικές εταιρείες στις δραστηριότητες τους στις ξένες αγορές, αποτελεί πολλές φορές γι' αυτές ένα εμπόδιο εξόδου από μια αγορά ακόμα και αν τα πράγματα σ' αυτή την αγορά εξελίσσονται με πολύ πιο περιορισμένες προοπτικές απ' ότι αναμενόταν στις προκαταρκτικές έρευνες της αγοράς και του ανταγωνιστικού περιβάλλοντος που διαμορφώνεται σε μια αγορά. Αυτή η δέσμευση πόρων πολλές φορές μειώνει και την ευελιξία της πολυεθνικής να αλλάξει την στρατηγική της μέσα σε μια ξένη αγορά. (Hollensen, 2001)<sup>1</sup>.

Εκτός από όλα τα παραπάνω υπάρχει επίσης και το ρίσκο της διαρροής πληροφοριών σημαντικών για την πολυεθνική εταιρεία η οποία μπορεί να γίνει στις περιπτώσεις όπου η τεχνολογία, το μάρκετινγκ και η τεχνογνωσία χρησιμοποιούνται από αυτόν που του έχει χορηγηθεί άδεια εκμετάλλευσης από την πολυεθνική ή τον συνέταιρο της πολυεθνικής σε μια κοινή εκκίνηση επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Η εφαρμογή κάποιας τεχνολογίας, κάποιου συγκεκριμένου πλάνου μάρκετινγκ ή κάποιας συγκεκριμένης τεχνογνωσίας είναι πολλές φορές αυτά τα στοιχεία που δίνουν κάποια συγκριτικά ή ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα σε μια πολυεθνική εταιρεία, και γι' αυτό η πεποίθηση σε πολλές

---

<sup>1</sup>Hollensen, S, 2001, "Global Marketing. A Market-Responsive Approach", Essex: Prentice-Hall

από αυτές τις εταιρείες είναι ότι αυτά δεν θα πρέπει να διαρρέουν και να απελευθερώνονται στην αγορά. Ωστόσο αυτό δεν είναι δυνατόν ειδικά σε περιπτώσεις χορήγησης αδειών εκμετάλλευσης όπου η εταιρεία που έχει πάρει την άδεια εκμεταλλεύεται την δυνατότητα επαφής που έχει, με όλα αυτά τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που έχει η πολυεθνική και τα εκμεταλλεύεται πολλές φορές πέρα από τα θεμιτά όρια των συμβολαίων. Τέτοιες ευκαιριακές κινήσεις γίνονται και στην κοινή εκκίνηση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων έστω ακόμα και αν η πολυεθνική έχει πολύ μεγαλύτερο έλεγχο πάνω στις δραστηριότητες.

Είναι φανερό ότι τον μικρότερο κίνδυνο μια πολυεθνική τον διατρέχει όταν στην ξένη αγορά οι δραστηριότητες της, γίνονται μέσω εταιρείας που ανήκει εξ' ολοκλήρου στην πολυεθνική. Εδώ βέβαια υπάρχει ο κίνδυνος κάποιο στέλεχος της εταιρίας να φύγει και να απελευθερώσει σημαντικά στοιχεία στον επόμενο εργοδότη του. Τα προαναφερόμενα συμπεράσματα συγκεντρώνονται στον παρακάτω πίνακα:

### Παράμετροι

Τρόπος Εισόδου	Έλεγχος	Δέσμευση Πόρων	Ρίσκο Διαφυγής Πληροφοριών
Χορήγηση άδειας εκμετάλλευσης	Χαμηλός	Χαμηλή	Υψηλό
Κοινή εκκίνηση επιχειρηματικής δραστηριότητας	Μεσαίος	Μεσαία	Μεσαίο
Εξ' ολοκλήρου ιδιοκτησία νέας ή προϋπάρχουσας τοπικής εταιρείας	Υψηλός	Υψηλή	Χαμηλό

Πίνακας 1: Παράμετροι μεθόδων διεθνοποίησης. (Πηγή: Hollensen, S, 2001, "Global Marketing. A Market-Responsive Approach", Essex: Prentice-Hall)

Ωστόσο αυτοί οι τρεις παράμετροι δεν καθορίζουν από μόνες τους την μέθοδο εισόδου που είναι η πιο κατάλληλη. Οι συγγραφείς συνήθως ομαδοποιούν τις κρίσιμες παραμέτρους που μπορούμε να βρούμε στη διεθνή βιβλιογραφία σε τρεις μεγάλες κατηγορίες:

- *Τις στρατηγικές παραμέτρους*: αυτές επηρεάζουν την επιλογή της μεθόδου εισόδου, κυρίως λόγω των απαιτήσεων ελέγχου που συνεπάγονται.
- *Τις περιβαλλοντολογικές παραμέτρους*: επηρεάζουν την επιλογή μεθόδου εισόδου μέσα από την δέσμευση επιτρεπόμενων πόρων.
- *Τις παραμέτρους συναλλαγών*: αυτές αναφέρονται στο ρίσκο διαφυγής πληροφοριών που η εκτίμηση αυτού του ρίσκου καθορίζει πολλές φορές και την τελική επιλογή μεθόδου εισόδου από μια πολυεθνική.

Αυτές οι κατηγορίες περιέχουν πολλά στοιχεία που σχετίζονται με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της πολυεθνικής, με το ανταγωνιστικό περιβάλλον, τις συνθήκες της αγοράς, το είδος και η αξία της τεχνολογίας και της τεχνογνωσίας που κατέχει η εταιρεία κ.α.

Οι στρατηγικές παράμετροι θέτουν ερωτήματα που αφορούν το εύρος των διαφορών μεταξύ των διεθνών αγορών, την πιθανότητα εκμετάλλευσης οικονομιών κλίμακας και την παγκόσμια συγκέντρωση που μπορεί να υφίσταται στον κλάδο και είναι ερωτήματα που αντιμετωπίζονται σοβαρά από μια πολυεθνική. Για παράδειγμα μια πολυεθνική μπορεί να θεωρήσει κάθε καινούργια αγορά σε μια τελείως

μοναδική περίπτωση στην οποία θα ακολουθηθεί μια συγκεκριμένη στρατηγική, ή μπορεί να θεωρήσει τις διαφορετικές ξένες αγορές μέσα στο ίδιο πλαίσιο της γενικής διεθνούς στρατηγικής της (Hollensen, 2001)<sup>1</sup>. Προφανώς διαφορετικές στρατηγικές ανταγωνισμού στις ξένες αγορές συνεπάγονται και διαφορετικές απαιτήσεις στον έλεγχο και στην δέσμευση πόρων και συνεπώς διαφορετικές μεθόδους εισόδου στην αγορά. Η πιθανότητα διεθνοποίησης ενός ολόκληρου κλάδου είναι η πιθανότητα ότι μια παγκόσμια στρατηγική θα είναι αποτελεσματική και εξαρτάται από τον συνδυασμό τεσσάρων δεσμών παραγόντων: παράγοντες αγοράς, παράγοντες κόστους, παράγοντες διακυβέρνησης και παράγοντες ανταγωνισμού.

---

<sup>1</sup>Hollensen, S, 2001, "Global Marketing. A Market-Responsive Approach", Essex: Prentice-Hall



## 2.5. Η παραγωγή φτηνών αγαθών – τα sweatshops

Για τον σκοπό της εργασίας είναι βασικό να διερευνήσουμε την έννοια των sweatshops, μιας και τα Κινέζικα καταστήματα πουλάνε ως επί το πλείστον παράγωγα των sweatshops.

Ο όρος αυτός έκανε την εμφάνισή του περίπου τον 19<sup>ο</sup> αιώνα, αρχικά στην Δυτική Ευρώπη και την Αμερική, ταυτόχρονα με την έναρξη της βιομηχανικής επανάστασης. Sweatshop, είναι ο χώρος εργασίας στον οποίο όσοι εργάζονται αμείβονται χαμηλά, κάτω από άθλιες συνθήκες εργασίας, ενώ παράλληλα, καταπατώνται τα εργατικά τους δικαιώματα σχετικά με τις ώρες εργασίας ή ακόμη κακοποιούνται σωματικά και ψυχικά. Ετυμολογικά ο όρος αποδίδει την εκμετάλλευση του ιδρώτα (sweat) του εργαζόμενου (Dessing, 2000)<sup>1</sup>.

Το βασικότερο κίνητρο των εργοδοτών – υπεργολάβων για την επιλογή ατόμων προς εκμετάλλευση, τα οποία προέρχονται από τα κατώτερα κοινωνικά και οικονομικά στρώματα (συνήθως μετανάστες, γυναίκες, ακόμη και παιδιά), είναι το χαμηλό κόστος εργασίας.

Οι περισσότερες πολυεθνικές εταιρίες, οι οποίες έχουν μαζική παραγωγή προϊόντων αναθέτουν την παραγωγή στους υπεργολάβους, οι οποίοι έχουν και την τελική ευθύνη. Αυτοί, για να επιτύχουν όσο το δυνατόν χαμηλότερο κόστος, δεν τηρούν τα εργασιακά δικαιώματα, αμείβουν τους εργαζόμενους με συμβολικά ποσά – ποτέ δεν πληρώνουν το

---

<sup>1</sup>Dessing, M, 2000, "The competitiveness of firms when the labor supply curve is S-shaped: sweatshops and labor's poverty trap", Geneva, working paper

βασικό μεροκάματο- και σε πολλές των περιπτώσεων οι εργαζόμενοι είναι παιδιά. (Griffin και Pustay,2005)<sup>1</sup>

Παρ' όλα αυτά εργαζόμενοι σε sweatshops στις Φιλιππίνες, την Ινδονησία, αλλά και σε άλλες χώρες, κατάφεραν να αποκτήσουν δικαιώματα. Στις περιπτώσεις αυτές, οι πολυεθνικές μεταφέρονται σε χώρες, όπου ο συνδικαλισμός απαγορεύεται, ενώ πάντα αιωρείται η απειλή της μετακίνησης της παραγωγής σε άλλη χώρα.

Αν και η επιχείρηση επιτυγχάνει χαμηλά κόστη, άρα, πιο προσιτές τιμές με μεγάλα ποσοστά κέρδους, είναι σοβαρή η ανθρώπινη εκμετάλλευση στην οποία υπόκεινται οι εργαζόμενοι. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την τελική αρνητική εντύπωση, που δίνει η εκάστοτε πολυεθνική εταιρία σε παγκόσμιο επίπεδο. Για παράδειγμα, τη δεκαετία του '90, η εταιρία "Nike" (από την οποία και έγινε γνωστή η έννοια «sweatshop») μόλις μαθεύτηκε η χρήση των sweatshops στην Ασία για την παραγωγή των προϊόντων της, πίεσε τους προμηθευτές της, προκειμένου να προστατεύσει τη φήμη του brand της, για καλύτερες συνθήκες εργασίας και για τήρηση των ανθρωπίνων δικαιωμάτων.<sup>2</sup>

Παρ' όλα αυτά, τα μεγάλα brands κάνουν περισσότερο καλό παρά κακό, μιας και στα ασιατικά, κυρίως, κράτη η εργασία σε εργοστάσιο, το οποίο είναι υπερβολάβος κάποιας πολυεθνικής, είναι από τις καλύτερες δουλειές για τους ανθρώπους αυτών των χωρών. Μπορεί τα εργατικά δικαιώματα και οι μισθοί της Δύσης για αυτούς να είναι άγνωστοι όροι, όμως έχουν δουλειά, έστω

---

<sup>1</sup>Griffin,R. and Pustay,M. (2005) "International Business" 4th Ed. Pearsonp

<sup>2</sup>Πηγή: <http://www.villagevoice.com/news/0107,jockbeat,22274,3.html>

και με ελάχιστα χρήματα, ακόμη κι αν για να τα αποκτήσουν χρειάζεται να δουλεύουν πολλές ώρες. Βέβαια, σύμφωνα με την άποψη του Milton Friedman (WSJ, 2006)<sup>1</sup>, η κάθε επιχείρηση δεν έχει καμία υποχρέωση προς την κοινωνία, παρά μόνο να επιτυγχάνει τα κέρδη της με ηθικό τρόπο και να τα δίνει στην παραγωγή νέων προϊόντων, να αποδίδει τα κέρδη στους μετόχους και να πληρώνει τους μισθούς των υπαλλήλων, έστω κι αν είναι μισθοί πείνας.

Από την άλλη μεριά υπάρχει και η έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης. Σύμφωνα με αυτή τη θεωρία οι εταιρείες έχουν ευθύνη έναντι των κοινωνιών στις οποίες είναι ενεργές και πρέπει να συμβάλλουν ως προς την ευημερία αυτών των κοινωνιών που είναι ενεργές. Σύμφωνα με την θεωρία της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης από τη μία πλευρά υπάρχουν οι shareholders, οι μέτοχοι / ιδιοκτήτες, οι οποίοι κρατούν τους τίτλους ιδιοκτησίας. Από την άλλη πλευρά, βρίσκονται οι εμπλεκόμενοι στη λειτουργία μιας επιχείρησης, χωρίς να αποτελούν οι ίδιοι συστατικά μέλη της, όμως, λόγω της εμπλοκής τους στη δεδομένη επιχειρηματική δραστηριότητα, τα συμφέροντά τους διακυβεύονται ή τα δικαιώματά τους αναμιγνύονται ή τελικά συμμετέχουν σε σημαντικό βαθμό στην οικονομική και παραγωγική δραστηριότητα (Καλδής, 2002)<sup>2</sup>.

Υπάρχουν πολλά επιχειρήματα τόσο υπέρ των sweatshops όσο και κατά αυτών. Σύμφωνα με τους υποστηρικτές τους, μέσω του διεθνούς εμπορίου όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη έχουν συγκριτικό όφελος.

---

<sup>1</sup>"Why Money Matters", WSJ, Nov. 17 2006, p.A20

<sup>2</sup>Καλδής, Β, 2002, 'Επιχειρήσεις και Ηθική', Ο.Π.Α.

Πιο συγκεκριμένα, με τα sweatshops οι χώρες του τρίτου κόσμου βελτιώνουν τις συνθήκες διαβίωσης των πολιτών τους με το να κάνουν κάποιες εργασίες με λιγότερο κόστος από ότι θα τις έκαναν οι αντίστοιχοι εργαζόμενοι στον πρώτο κόσμο. Συνήθως, αυτές οι εργασίες έχουν να κάνουν με χειρονακτική εργασία, αλλά τα τελευταία χρόνια είναι και πιο εξειδικευμένες εργασίες, όπως τηλεφωνικά κέντρα και κατασκευή λογισμικού, που γίνεται κυρίως στην Ινδία, που προσφέρουν υπηρεσίες εφάμιλλης ποιότητας με αυτές στον πρώτο κόσμο και πολλές φορές και καλύτερης ποιότητας σε χαμηλότερη τιμή (McAdam κ Leonard, 2003)<sup>1</sup>.

Επίσης, οικονομολόγοι, όπως ο Sachs (2005)<sup>2</sup>, που διατύπωσε κιάλας το ότι «Το πρόβλημα με τα sweatshops είναι ότι δεν είναι αρκετά.», πιστεύουν ότι σε αυτά γίνονται δουλειές, τις οποίες οι εργαζόμενοι στις αναπτυγμένες χώρες αρνούνται πλέον να κάνουν ή δεν τις κατέχουν, όπως για παράδειγμα η ραφή ρούχων. Με αυτόν τον τρόπο μειώνεται και η τελική τιμή των προϊόντων δίνοντας έτσι μεγαλύτερο διαθέσιμο εισόδημα στον δυτικό καταναλωτή. Πέρα από αυτά, μπορεί οι χώρες του πρώτου κόσμου να επικεντρωθούν σε ειδικευμένες αγορές, όπως αυτές των νέων τεχνολογιών.

Πολλοί υποστηρικτές των sweatshops πιστεύουν, ότι μπορεί οι μισθοί να είναι μικροί για τα Δυτικά πρότυπα ζωής, αλλά για αυτές τις χώρες πολλές φορές είναι υπεραρκετοί. Αν δεν βελτίωναν τις συνθήκες ζωής σε αυτές τις χώρες, τότε

---

<sup>1</sup>McAdam, R., Leonard, D, 2003, "Corporate social responsibility in a total quality management context: opportunities for sustainable growth", Corporate Governance, Vol. 3 No.4, pp.36-45

<sup>2</sup>Sachs, Jeffrey, 2005, The End of Poverty: Economic Possibilities for Our Time Penguin Press

οι εργαζόμενοι δεν θα πήγαιναν να δουλέψουν στα sweatshops (Sachs, 2001)<sup>1</sup>.

Οι υποστηρικτές των sweatshops δηλώνουν, ότι ουσιαστικά δίνουν μία ευκαιρία στις χώρες του τρίτου κόσμου να παράγουν πλούτο και σιγά σιγά να μπορέσουν να ανταγωνιστούν τις χώρες του πρώτου κόσμου.<sup>2</sup>

Βέβαια υπάρχει και η άλλη πλευρά του θέματος. Σύμφωνα με τον Navarro (1998)<sup>3</sup>, οι οργανισμοί θέλουν να συμπεριφέρονται ως πολίτες με κοινωνική συνείδηση. Σύμφωνα με τους Lafferty et al (2002)<sup>4</sup> πλέον οι πολίτες – καταναλωτές στο δυτικό κόσμο έχουν αρχίσει να ενημερώνονται για το τι εστί sweatshops και δημιουργούν κινήματα, τα οποία ουσιαστικά μποϊκοτάρουν εταιρείες που τα χρησιμοποιούν. Τα sweatshops κατηγορούνται όχι μόνο για τους χαμηλούς μισθούς, που πιστεύουν ότι είναι η κορυφή στο παγόβουνο, αλλά κυρίως για τις παραβιάσεις στα εργασιακά δικαιώματα. Οι εργαζόμενοι απασχολούνται πάνω από 8 ώρες την ημέρα, συχνά σε απάνθρωπες συνθήκες εργασίας και σε πολλές χώρες οι εργαζόμενοι είναι ανήλικοι και εργάζονται υπό το καθεστώς βίας.

Το κοινό έχει αρχίσει να δείχνει την αποστροφή του σε τέτοια φαινόμενα.

---

<sup>1</sup>Sachs, Jeffrey (2001). The Strategic Significance of Global Inequality, The Washington Quarterly, Vol. 24, No. 3, Summer 2001

<sup>2</sup>Πηγή: <http://www.reason.com/news/show/28968.html>

<sup>3</sup>P. Navarro, 1988, Why do corporations give to charity?, Journal of Business, Vol. 61, No1, pp:65–93.

<sup>4</sup>Lafferty, B.A., Goldsmith, R.E., Newell, S.J, 2002, "The dual credibility model: the influence of corporate and endorser credibility on attitudes and purchase intentions", Journal of Marketing Theory & Practice, Vol. 10 No.1, pp.1-12.

Χαρακτηριστική είναι η έρευνα Cone Corporate Citizenship (2002)<sup>1</sup>, σύμφωνα με την οποία το 91% των καταναλωτών στις Η.Π.Α, που ενημερώνονται ως προς τις αρνητικές πρακτικές σχετικά με την ιδιότητα του εταιρικού πολίτη, σκέφτονται να αλλάξουν εταιρεία, το 85% περνά την πληροφορία στην οικογένειά του και στον κοινωνικό περίγυρο, το 83% αρνείται να επενδύσει σε αυτή την επιχείρηση, το 80% αρνείται να εργαστεί σε αυτή, ενώ το 76% θα μπορούσε να μπούκοτάρει τα προϊόντα της εν λόγω εταιρείας. Επίσης, το 79% των ερωτηθέντων λαμβάνουν υπόψη στις καταναλωτικές τους αποφάσεις το εάν η επιχείρηση είναι «καλός πολίτης» και το 61% υπολογίζει το γεγονός αυτό κατά την απόφασή του να αγοράσει μετοχές της επιχείρησης.

Είναι γενικά αποδεκτό το ότι το μέγεθος της αγοράς μεγαλώνει για προϊόντα και υπηρεσίες που προέρχονται από τις κοινωνικά υπεύθυνες επιχειρήσεις, δηλαδή από οργανισμούς που όχι μόνο ικανοποιούν καταναλωτικά κριτήρια, όπως η τιμή, η ποιότητα, η επάρκεια, η ασφάλεια και ευκολία, αλλά και ο σεβασμός προς το περιβάλλον, η καταπολέμηση του φαινομένου “sweatshop” και της παιδικής εργασίας και εκμετάλλευσης, καθώς επίσης και της αποφυγής χρήσης γενετικά τροποποιημένων υλικών στα προϊόντα. (Valor, 2002)<sup>2</sup>. Οι εταιρείες πλέον λογοδοτούν όχι μόνο για την ποιότητα των προϊόντων τους αλλά και για τον τρόπο που παράγονται και οι καταναλωτές είναι αυτοί που θα κρίνουν όχι έχοντας πλέον ως κριτήριο την τιμή αλλά και το αν το προϊόν που έχουν στα χέρια τους είναι προϊόν ενός

---

<sup>1</sup>Πηγή: [http://www.coneinc.com/Pages/pr\\_30.html](http://www.coneinc.com/Pages/pr_30.html)

<sup>2</sup>Valor, C, 2002, “Corporate Social Responsibility and Corporate Citizenship: Towards Corporate Accountability”, *Business & Society Review*, Vol.110, No. 2, pp:191 – 212.

ηθικού τρόπου παραγωγής ή είναι το αποτέλεσμα της εκμετάλλευσης κάποιων συνανθρώπων.

Μία επιχείρηση, που δέχτηκε πολλές επιθέσεις, ήταν και η WalMart. Σύμφωνα με τον Bavaria (2005)<sup>1</sup> η εταιρεία είχε πιεστεί από τον ανταγωνισμό να μειώσει τις τιμές της και ανάγκασε πολλούς προμηθευτές της να εξάγουν δραστηριότητες τους σε χώρες του τρίτου κόσμου και πιο συγκεκριμένα σε sweatshops που οι εργαζόμενοι δούλευαν σε απαράδεκτες συνθήκες. Η εταιρεία κατάφερε να μειώσει τα κόστη παραγωγής, αλλά δέχτηκε πολλές επικρίσεις, ενώ ενώσεις καταναλωτών έκαναν μποϊκοτάζ στις μαγαζιά της εταιρείας.

Μπροστά σε αυτήν την εικόνα η εταιρεία αναγκάστηκε να θέσει κάποια κριτήρια ηθικής διακυβέρνησης προς τους προμηθευτές της που θα έκανε σαφές το ότι τηρούσαν τις προδιαγραφές ποιότητας και δεν παραβίαζαν τις όποιες εργατικές νομοθεσίες αλλά και ότι οι μισθοί που έδιναν ήταν αυτοί που προέβλεπαν οι εθνικές συμβάσεις εργασίας. Το αποτέλεσμα ήταν να σταματήσουν οι επιθέσεις ενάντια στην αλυσίδα WalMart και να αποκτήσει την εύνοια πολλών καταναλωτών ενώ κατάφερε να μειώσει τα κόστη με την χρήση νέων τεχνολογιών στην αλυσίδα τροφοδοσίας της και φυσικά με το να υπάρχουν εργοστάσια στο τρίτο κόσμο αλλά να συμμορφώνονται με τους κανόνες που είχε θέσει η εταιρεία.

Ένα πολύ βασικό επιχείρημα που έχουν οι εταιρείες που επενδύουν σε αυτή την αγορά είναι η μείωση του κόστους

---

<sup>1</sup>Bavaria, J, 2005, "Wal Mart: twenty-first century leadership?", The Independent, 25 October

Σύμφωνα με τον Valor (2002)<sup>1</sup> αυτή είναι η ‘εύκολη λύση’ μιας και με το να επενδύσουν σε sweatshops στο τρίτο κόσμο οι επιχειρήσεις μπορούν να δουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους να παράγονται πιο φτηνά και έτσι να δημιουργούν είτε στρατηγικές ηγεσίας κόστους είτε να μπορούν να έχουν την οικονομική δυνατότητα να επενδύσουν σε κάτι άλλο π.χ. σε ενέργειες μάρκετινγκ. Πολλές φορές, οι εταιρείες υποχρεώνονται από τον ανταγωνισμό να προβούν σε τέτοιες ενέργειες, ώστε να μπορέσουν να μην μείνουν εκτός ανταγωνισμού. Από την άλλη μεριά, όμως έχουν να αντιμετωπίσουν και τη πίεση όχι μόνο από οργανώσεις καταναλωτών και κάποιες μεμονωμένες ομάδες αλλά και από επίσημους φορείς, όπως ο ΟΗΕ που συχνά με τις εκθέσεις του δημιουργεί αρνητικό κλίμα για επιχειρήσεις που διαθέτουν sweatshops. Μία επιπλέον ενέργεια είναι και η δημιουργία του προτύπου SA8000<sup>2</sup> για την δημιουργία ηθικών συνθηκών εργασίας σε εργοστάσια στο τρίτο κόσμο. Τα εργοστάσια των εταιρειών που πιστοποιούνται με αυτό το πρότυπο ελέγχονται και η απόκτηση του σημαίνει ότι η εταιρεία δεν παραβιάζει την εργασιακή νομοθεσία και φυσικά ούτε παραβιάζονται τα θεμελιώδη ανθρώπινα δικαιώματα.

Για να καταλήξουμε σε αυτή την εργασία, το να έχει μία επιχείρηση sweatshops μπορεί να την βοηθήσει να μειώσει τα κόστη αλλά αυτό δεν είναι η λύση, αντιθέτως μπορεί να δημιουργηθούν προβλήματα.

---

<sup>1</sup>Valor, C, 2002, “Corporate Social Responsibility and Corporate Citizenship: Towards Corporate Accountability”, Business & Society Review, Vol.110, No. 2, pp:191 – 212.

<sup>2</sup>Το SA8000 είναι ένα από τα πλέον αναγνωρίσιμα πρότυπα διεθνώς, το οποίο περιέχει τις απαιτήσεις για Σύστημα Διαχείρισης της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης, παρέχοντας παράλληλα κίνητρα για τη διαρκή βελτίωση των εργασιακών συνθηκών στην επιχείρηση, η οποία θα το εφαρμόσει.

Πηγή:<http://www.greece.lrq.com/standards-and-schemes/standards/149049-sa8000.aspx>.



Στις περισσότερες περιπτώσεις, τα sweatshops μειώνουν την αξία της εταιρείας, οι καταναλωτές μπορεί να αναρωτηθούν όχι μόνο για την ποιότητα του προϊόντος ή της υπηρεσίας αλλά και για το πόσο ηθικό είναι να αγοράζεις ένα τέτοιο προϊόν. Ειδικά σε κοινωνίες, όπως η Αμερικάνικη, που γίνεται μία στροφή προς τις πατροπαράδοτες ηθικές αρχές με κινήματα τόσο ενάντια στην παγκοσμιοποίηση όσο και κινήματα χριστιανικής ηθικής που είναι πολύ δημοφιλή και πλέον στηρίζονται από εκατομμύρια υποστηρικτικές.

Βέβαια, οι εταιρείες θα πρέπει να βρουν λύσεις. Η μία είναι η διαφοροποίηση και η άλλη είναι η μείωση του κόστους παραγωγής με σωστό μάνατζμεντ και την διαχείριση της αλυσίδας τροφοδοσίας και διανομής με ευέλικτο τρόπο ώστε να μειωθούν τα κόστη. Για παράδειγμα, η WalMart μείωσε τα κόστη της με την μηχανογράφηση όλης της αλυσίδας και τη δημιουργία μεγάλων κέντρων διανομής (Bavaria, 2005)<sup>1</sup>. Από αυτό το παράδειγμα φαίνεται ότι οι επιχειρήσεις μπορεί να μειώσουν τα κόστη τους με το σωστό μάνατζμεντ και ηγεσία και όχι βασισμένες στην εκμετάλλευση των ανθρώπων. Βέβαια, υπάρχει και η λύση δημιουργίας εργοστασίων στο τρίτο κόσμο εφόσον όμως βέβαια πληρούνται κάποιες ηθικές προδιαγραφές, όπως το να μην απασχολούν ανήλικους εργαζομένους, να τηρείται το οκτάωρο και να δίνονται οι προβλεπόμενοι μισθοί.

---

<sup>1</sup>Bavaria, J, 2005, "Wal Mart: twenty-first century leadership?", The Independent, 25 October

### 3. Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΗΣ ΚΙΝΑΣ ΚΑΙ Η ΕΝΤΑΞΗ ΤΗΣ ΣΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

Όντας η Κίνα μέρος της παγκόσμιας οικονομικής σκηνής δεν θα μπορούσε να μην ακολουθήσει την παγκόσμια τάση και να μην ανοίξει την τεραστίου μεγέθους αγορά της, με το άφθονο εργατικό δυναμικό, στον υπόλοιπο κόσμο, προσφέροντας έτσι κίνητρα, ευκαιρίες και δυνατότητες για εισροή άμεσων επενδύσεων και διεύρυνση της οικονομικής, εμπορικής, επιχειρηματικής και κοινωνικής της θέσης στην ανταγωνιστική σκακιέρα. Η είσοδος της Κίνας στον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου αποτέλεσε την αφετηρία για το άνοιγμα και την απελευθέρωση της εγχώριας αγοράς της χώρας προς τον κόσμο.

Η οικονομία της Κίνας άρχισε να αναπτύσσεται ραγδαία από το 1978 - 1979, έτος που αποτέλεσε την αφετηρία για την εφαρμογή ανοιχτής πολιτικής της Κίνας. Το 1990 η άνοδος που σημειώθηκε ήταν ακόμα μεγαλύτερη και η οικονομική ανάπτυξη έφτασε το 10% μέσα στο χρόνο. Με ακόμα μεγαλύτερους ρυθμούς, την ίδια περίοδο, άρχισε να αναπτύσσεται και το εξωτερικό εμπόριο της Κίνας κατατάσσοντας τη χώρα στο δεύτερο μεγαλύτερο αποδέκτη Άμεσων Ξένων Επενδύσεων.

Εφαλτήριο για τη συνέχιση αυτής της ανοδικής τάσης υπήρξε η είσοδος της Κίνας στο Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου (Π.Ο.Ε). Η Κίνα εντάχθηκε τον Δεκέμβριο του 2001 στον Π.Ο.Ε. έχοντας την ισχυρή υποστήριξη της Ε.Ε. Το 2000 υπεγράφη ανάμεσα στην Ε.Ε. και την Κίνα η Διμερής Συμφωνία για την προσχώρηση της Κίνας στον Π.Ο.Ε. Οι δεσμεύσεις που ανέλαβε η Κίνα, στο πλαίσιο της ένταξής της, περιελάμβαναν και τη διευκόλυνση της

πρόσβασης των κοινοτικών επιχειρήσεων στην αγορά της Κίνας. Από τότε, εισαγωγικοί δασμοί και άλλα μη δασμολογικά εμπόδια σταδιακά μειώθηκαν σε μεγάλο βαθμό. Στο πλαίσιο αυτό, διευκολύνθηκαν οι επενδύσεις κοινοτικών επιχειρήσεων και η πρόσβαση σε τομείς υπηρεσιών, όπως οι τηλεπικοινωνίες και οι ασφάλειες.

Η είσοδος της χώρας στον Π.Ο.Ε έχει κεφαλαιώδη σημασία για την οικονομική της πορεία και τη διαμόρφωση των οικονομικών της θεσμών. Η Κίνα έχει να επιδείξει σημαντική πρόοδο σε τομείς, όπως η απελευθέρωση του τραπεζικού και του ασφαλιστικού τομέα, η απελευθέρωση των τηλεπικοινωνιών, η μείωση των εισαγωγικών δασμών για πολλά προϊόντα (κυρίως καταναλωτικά) και η μερική εξάλειψη δασμολογικών εμποδίων.

Η απελευθέρωση των επενδύσεων και η μεγαλύτερη διαφάνεια των εμπορικών κανονισμών και θεσμών μετατρέπει τη χώρα σε μαγνήτη Α.Ξ.Ε. Πολλές επιχειρήσεις δρέπουν τις ωφέλειες του εμπορίου ένδυσης, υποδημάτων, μετάλλων, ηλεκτρονικών ειδών, επιχειρήσεις κοινής ωφέλειας και άλλες.

Η Κίνα αποκτά, εκτός όλων των άλλων, και το εισιτήριο για τις αγορές του παγκόσμιου ανταγωνισμού. Οι εισαγωγές και ο ανταγωνισμός από τις πολυεθνικές συνεργασίες θα αναγκάσουν τις κινεζικές επιχειρήσεις να γίνουν πιο παραγωγικές και να αναβαθμίσουν την τεχνολογία και την εσωτερική διοίκησή τους. Τα αγαθά θα γίνουν φθηνότερα, θα διασφαλιστεί η ασφάλεια και τα επίπεδα ποιότητας των προϊόντων, οι τιμές θα γίνουν ανταγωνιστικές, οι συναλλαγές θα διανθιστούν και το ρυθμιστικό πλαίσιο θα γίνει πιο ευέλικτο.

Στα θέματα Δικαιωμάτων Διανοητικής Ιδιοκτησίας (ΔΔΙ), όμως, δεν έχει επιτευχθεί ακόμη σημαντική πρόοδος. Η καταπάτηση των ΔΔΙ είναι πολύ συχνό και διαδεδομένο φαινόμενο, καθώς παρατηρείται αύξηση των εξαγωγών αντιγραφέντων δυτικών προϊόντων και η κατοχύρωση των copyrights στο διαδίκτυο είναι ιδιαίτερα αδύναμη.

Η Ε.Ε. έχει δεσμευτεί να υποστηρίξει πλήρως τις μεταρρυθμίσεις στην Κίνα και το άνοιγμά της στον υπόλοιπο κόσμο και προς τον σκοπό αυτόν υλοποιεί με την κυβέρνηση της Κίνας πολλά και ποικίλα προγράμματα δυναμικής συνεργασίας.<sup>1</sup>

Η συνεργασία της Ε.Ε. με την Κίνα εκτείνεται σε βασικούς τομείς, όπως:

#### Επιστήμη και τεχνολογία

Η τεχνολογική και επιστημονική συνεργασία μεταξύ της ΕΕ και της Κίνας στηρίζεται στην κοινή δήλωση στο φόρουμ για την επιστήμη και την τεχνολογία, του Μαΐου 2005. Η δήλωση αυτή έχει ως στόχο:

- τη βελτίωση της προβολής της συνεργασίας για τον καλύτερο καθορισμό των προτεραιοτήτων και την αντιμετώπισή τους,
- τη βελτίωση του κοινού σχεδιασμού και της συμμετοχής των Ευρωπαίων ερευνητών σε κινεζικά προγράμματα έρευνας.

---

<sup>1</sup>Πηγή:[http://europa.eu/legislation\\_summaries/external\\_relations/relations\\_with\\_third\\_countries/asia/r14208\\_el.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/external_relations/relations_with_third_countries/asia/r14208_el.htm)

Η Κίνα αφιερώνει περισσότερο από το 1,5% του ΑΕΠ της σε ένα φιλόδοξο πρόγραμμα έρευνας και ανάπτυξης. Επιπλέον, αποτελεί ουσιαστικό εταίρο πολλών ερευνητικών σχεδίων βάσει του έκτου προγράμματος πλαισίου έρευνας<sup>1</sup>.

### Περιβάλλον και ενέργεια

Προς αντιμετώπιση της πρόκλησης της βιώσιμης ανάπτυξης, η ΕΕ και η Κίνα θα πρέπει να εργαστούν από κοινού με στόχο:

- την εξασφάλιση καθαρού, ασφαλούς και βιώσιμου ενεργειακού ανεφοδιασμού. Η ενεργειακή ασφάλεια θα αποτελέσει αντικείμενο στενότερης διεθνούς συνεργασίας, ιδίως όσον αφορά τα ενεργειακά δεδομένα σε θέματα ασφάλειας, διαφάνειας και ανταλλαγής πληροφοριών. Επίσης, η ΕΕ θα στηρίξει την ενίσχυση της τεχνικής και ρυθμιστικής τεχνογνωσίας στην Κίνα, η οποία θα επιτρέψει την αντιμετώπιση θεμάτων ενεργειακής αποτελεσματικότητας και χρησιμοποίησης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας με ταυτόχρονο έλεγχο της αύξησης της ζήτησης. Οι ενεργειακές αγορές θα καταστούν σταθερότερες μέσω μεγαλύτερου ανοίγματος και θέσπισης διάφανων ρυθμιστικών πλαισίων χωρίς διακρίσεις, σύμφωνα προς τους διεθνείς κανόνες.

- την καταπολέμηση των κλιματικών αλλαγών και τη βελτίωση του περιβάλλοντος. Βάσει της εταιρικής σχέσης που συνάφθηκε το 2005, η ΕΕ θα θέσει στη διάθεση της Κίνας τη ρυθμιστική της τεχνογνωσία, ώστε να προλάβει

---

<sup>1</sup> Απόφαση αριθ. [1513/2002/ΕΚ](#) του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, της 27ης Ιουνίου 2002, σχετικά με το έκτο πρόγραμμα πλαίσιο δραστηριοτήτων έρευνας, τεχνολογικής ανάπτυξης και επίδειξης με σκοπό τη συμβολή στη δημιουργία του ευρωπαϊκού χώρου της έρευνας και στην καινοτομία (2002-2006)

τη ρύπανση, να διαφυλάξει τη βιοποικιλότητα, να χρησιμοποιεί αποτελεσματικότερα την ενέργεια, το νερό και τις πρώτες ύλες, να αυξήσει τη διαφάνεια και να βελτιώσει την εφαρμογή της περιβαλλοντικής νομοθεσίας.

Η εταιρική σχέση του 2005 θα ανοίξει επίσης το δρόμο για μια στενότερη διμερή και διεθνή συνεργασία, ιδίως προς αντιμετώπιση των επιταγών του Πρωτοκόλλου του Κυότο<sup>2</sup> και να προετοιμάσει τη συνεργασία για την αντιμετώπιση των κλιματικών αλλαγών μετά το 2012.

### Εμπόριο

Η ΕΕ είναι ο μεγαλύτερος εμπορικός εταίρος της Κίνας. Η αυξανόμενη μεσαία τάξη στην Κίνα αντιπροσωπεύει μια ραγδαία αυξανόμενη αγορά για τις εξαγωγές της ΕΕ, οι δε Ευρωπαίοι καταναλωτές επωφελούνται από καταναλωτικά αγαθά σε ανταγωνιστικές τιμές. Το άνοιγμα ωφελεί τόσο την Κίνα όσο και την ΕΕ. Η ΕΕ, ενθαρρύνοντας την Κίνα να θέσει πλήρως σε εφαρμογή τις υποχρεώσεις που έχει αναλάβει έναντι του Παγκόσμιου Οργανισμού Εμπορίου για να εξασφαλίσει αμοιβαίες και ισότιμες εμπορικές σχέσεις, θα επικεντρωθεί:

- στο άνοιγμα της κινεζικής αγοράς,
- στον καθορισμό δίκαιων κανόνων και τη στήριξη των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων, συμπεριλαμβανομένων και των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ),
- την προάσπιση των συμφερόντων της ΕΕ μέσω του διαλόγου και
- τη θέσπιση ισχυρότερων σχέσεων

---

<sup>2</sup>Απόφαση 2002/358/ΕΚ του Συμβουλίου της 25ης Απριλίου 2002 για την έγκριση, εξ ονόματος της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, του Πρωτοκόλλου του Κιότο στη σύμβαση-πλαίσιο των Ηνωμένων Εθνών για τις κλιματικές μεταβολές και την από κοινού τήρηση των σχετικών δεσμεύσεων.

Τέλος, τομείς ουσιαστικής σημασίας, της συνεργασίας μεταξύ της ΕΕ και της Κίνας αποτελούν και η στήριξη της μετάβασης προς τη δημοκρατία, οι ουσιαστικές σχέσεις σε θέματα μετανάστευσης, η ανάπτυξη των σχέσεων μεταξύ των λαών και οι πολιτιστικές ανταλλαγές, η παιδεία και οι ευρωπαϊκές σπουδές, καθώς και η Δημόσια Διοίκηση.

## 4.ΤΑ ΚΙΝΕΖΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

### 4.1 Εισαγωγή στο παραεμπόριο

Εμπειρικές έρευνες δείχνουν ότι το παραεμπόριο έχει αρνητικές επιπτώσεις στην οικονομική ανάπτυξη, τους θεσμούς και τη νομιμότητα των πολιτικών συστημάτων. Ωστόσο, όπως θα δούμε παρακάτω, δεν συμφωνούν όλοι οι ερευνητές με την άποψη ότι το παραεμπόριο έχει μόνο αρνητικές επιπτώσεις.

Οι Πελαγίδη και Μ. Μητσόπουλου (2006)<sup>1</sup> αναφέρουν ότι το παραεμπόριο στην Ελλάδα βρίσκεται από την αρχή του νέο-ελληνικού κράτους. Η έλλειψη ελέγχου στις αγορές αλλά συχνά και η διαφθορά οδήγησαν στην σημερινή κατάσταση, όχι μόνο της εμπορικής ζωής αλλά και της ίδιας της εθνικής οικονομίας με αποτέλεσμα να



υποφέρουν χιλιάδες οικογένειες που έχουν νόμιμες επιχειρήσεις ή δουλεύουν σε αυτές και έχουν να ανταγωνιστούν επιχειρήσεις του παραεμπορίου.

Οι Johnson, Kaufmann και Zodo-Lobaton (1998)<sup>2</sup> βρήκαν μια στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ παραεμπορίου και ρυθμού ανάπτυξης.

<sup>1</sup>Πελαγίδη και Μ. Μητσόπουλου, 2006, Ανάλυση της Ελληνικής Οικονομίας. Η Προσοδοθηρία και οι Μεταρρυθμίσεις, Παπαζήσης

<sup>2</sup>Johnson S., D. Kaufmann and P. Zoido-Lobaton, 1998, "Regulatory Discretion and the Unofficial Economy", American Economic Review, vol. 88, No. 2



Συγκεκριμένα, βρήκαν ότι η αύξηση του παραεμπορίου σε μια χώρα κατά 1 μονάδα - σε μια κλίμακα από το 0 έως το 6, όπου το 6 δείχνει έλλειψη παραεμπορίου - οδηγεί σε μείωση του ΑΕΠ της χώρας αυτής κατά 0,84 εκατοστιαίες μονάδες.

Όμως αυτή η σχέση γίνεται στατιστικά ασήμαντη εάν το προϊόν της παραοικονομίας χρησιμοποιηθεί στην εξίσωση ως εξωγενής μεταβλητή. Ο Wei (1997)<sup>1</sup> διερεύνησε την επίπτωση του παραεμπορίου στις ξένες άμεσες επενδύσεις, όπου βρήκε ότι επηρεάζει αρνητικά τις ξένες επενδύσεις σε μια χώρα μιας και οι επενδυτές δεν θέλουν να ανταγωνίζονται με επιχειρήσεις του παραεμπορίου. Ο λόγος είναι ότι το παραεμπόριο λειτουργεί ως ένα «καρκίνωμα» που δεν μπορεί να ελεγχθεί από τις αρχές.



Γενικότερα το παραεμπόριο, ασκούμενο στο περιθώριο των νομίμων συναλλαγών μεταξύ εμπόρων και καταναλωτών, σαν ιδιαίτερη πτυχή στρέβλωσης του ανταγωνισμού, έχει πάρει τα τελευταία χρόνια εκτεταμένες διαστάσεις με αποτέλεσμα το φαινόμενο να απειλεί την

ομαλή λειτουργία της αγοράς και την βιωσιμότητα των νομίμων επιχειρήσεων.



Η παγκοσμιοποίηση των εμπορικών συναλλαγών της τελευταίας δεκαετίας απαιτεί κανόνες διεθνούς δικαίου σε ότι αφορά την προστασία των καταναλωτών αφενός ώστε να αποφευχθεί η εξίσωση στο κατώτατο επίπεδο, αφετέρου η πολιτεία με τη σειρά της είναι υποχρεωμένη να δημιουργήσει ένα υγιές, σταθερό και ανταγωνιστικό περιβάλλον για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Το διαπιστούμενο έλλειμμα εξαιτίας του μεγεθυνόμενου παραεμπορίου ζημιώνει τόσο τις επιχειρήσεις όσο και τους καταναλωτές με ανάλογη ζημία στην Εθνική μας Οικονομία μιας και όσοι ασχολούνται με το παραεμπόριο δεν πληρώνουν φόρους ενώ πλήττονται και οι νόμιμες επιχειρήσεις.

Πιο συγκεκριμένα, πλήττεται άμεσα η ανταγωνιστικότητα των νομίμως λειτουργούντων επιχειρήσεων, οι οποίες στηρίζουν την οικονομία της χώρας εφόσον αυτές οι επιχειρήσεις καλούνται να ανταγωνιστούν με άνισους όρους τα κόστη παραγωγής και διακίνησης προϊόντων μη ελεγχμένης ποιότητας. Όταν ζημιώνεται η βιοτεχνία από το παραεμπόριο οι επιπτώσεις είναι καταστροφικές για την οικονομία της χώρας μας, την απασχόληση και το κοινωνικοασφαλιστικό σύστημα.

Το παραεμπόριο λειτουργεί αρνητικά σε κάθε δράση εφαρμογής βιομηχανικής στρατηγικής σε μία εποχή που η μεταποίηση καλείται να κερδίσει το στοίχημα της ανταγωνιστικότητας, ανανεώνοντας και εκσυγχρονίζοντας την παραγωγική του βάση ώστε να παράγει προϊόντα πιστοποιημένα ως προς την ποιότητα, καινοτόμα και εξαγωγίμα.



Θα πρέπει να αναφέρουμε ότι τα Επιμελητήρια και οι τοπικοί εμπορικοί σύλλογοι παρεμβαίνουν σε διαρκή βάση στα αρμόδια Υπουργεία, αιτώντας εντατικοποίηση των τελωνειακών, φορολογικών και εργασιακών ελέγχων από τις εντεταλμένες υπηρεσίες και δηλώνουν πρόθυμοι να συνεργαστούν σε κάθε ενέργεια σύμπλευσης πρωτοβουλιών δημόσιου και ιδιωτικού τομέα.

Κατά καιρούς οι έμποροι και οι εκπρόσωποι τους έχουν απαιτήσει να λειτουργήσουν οι ελεγκτικοί μηχανισμοί που θα περιορίσουν το παραεμπόριο, την αισχροκέρδεια, την παραοικονομία, την ανασφάλιστη εργασία. (Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Πειραιά, 2009)<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Πειραιά, 2009, Ημερίδα: Το Παραεμπόριο και οι Προτάσεις του ΒΕΠ για την αντιμετώπιση του

Στην ημερίδα<sup>1</sup> που έγινε το 2009 το Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Πειραιά έκανε τις παρακάτω προτάσεις για την πάταξη του παραεμπορίου:

- Τη επιστράτευση πολιτειακών αρχών, θεσμοθετημένων οργάνων και φορέων του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα
- Την αυστηρή τήρηση της κείμενης Ελληνικής και Ευρωπαϊκής Νομοθεσίας
- Την πληροφόρηση και προστασία του καταναλωτή
- Την εντατικοποίηση των ελέγχων που αφορούν την συσκευασία των προϊόντων, τα συνοδευτικά έγγραφα, τα τιμολόγια, τη δασμολογική κατάταξη των εισαγομένων εμπορευμάτων, την διαπίστωση ότι πρόκειται για δείγματα του προϊόντος. Τον ΦΠΑ στα εισαγόμενα προϊόντα από τρίτες χώρες που μπαίνουν στην χώρα με «κοινοτική ταυτότητα», με αποτέλεσμα την μη είσπραξη από το κράτος των αναλογούντων δασμών και του ΦΠΑ
- Την άρση των επικαλύψεων σε ότι αφορά την αρμοδιότητα και την ευθύνη άσκησης του ελεγκτικού μηχανισμού για την πάταξη του παραεμπορίου
- Την εφαρμογή ευμενούς τιμολογιακής πολιτικής υπέρ των νομίμων επιχειρήσεων όπως και μέτρα για την νομιμοποίηση των ασκούντων παραεμπόριο
- Την υποχρεωτική συμμετοχή και συγκατάθεση των εκπροσώπων των Επιμελητηρίων στις χορηγούμενες από τις νομαρχιακές και δημοτικές αρχές άδειες άσκησης υπαίθριου εμπορίου και παζαριών και την μηχανογράφηση των εκδιδόμενων αδειών υπαίθριου εμπορίου και εμπορίου στις λαϊκές αγορές ώστε να υπάρχει επίσημη καταγραφή της δυναμικής τους.

---

<sup>1</sup>Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Πειραιά, 2009, Ημερίδα: Το Παραεμπόριο και οι Προτάσεις του ΒΕΠ για την αντιμετώπιση του

Θα πρέπει να αναφέρουμε ότι το παραεμπόριο δεν είναι σε καμία περίπτωση αυτοτελές και αυθύπαρκτο πρόβλημα αλλά συνδέεται άμεσα με ένα απ' τα σημαντικότερα προβλήματα της ελληνικής οικονομίας. Αυτό της παραοικονομίας, η οποία και αποτελεί μορφή εγκλήματος όπως η φοροδιαφυγή ή η κλοπή. Με άλλα λόγια παράνομες οικονομικές δραστηριότητες που συντελούν στην πραγματοποίηση εισοδημάτων, χωρίς αυτές να αποτυπώνονται στο Α.Ε.Π. Κατ' επέκταση η έννοια της παραοικονομίας ταυτίζεται με τη φοροδιαφυγή και την άδικη αναδιανομή του πλούτου.

Σύμφωνα με μελέτη<sup>1</sup> του Ιδρύματος Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) για το 2007, η παραοικονομία στην Ελλάδα υπερβαίνει το 37% του ΑΕΠ, το υψηλότερο ποσοστό στις χώρες της ΕΕ. Από τα παραπάνω μεγέθη εύκολα αντιλαμβάνεται κανείς ότι το ποσό των διαφυγόντων φόρων είναι τέτοιο που σε αντίθετη περίπτωση δεν θα γινόταν λόγος για ελλειμματικό προϋπολογισμό των κοινωνικών παροχών όπως των συντάξεων, της υγείας, της παιδείας καθώς και άλλων κοινωνικών αγαθών. Βασικό κίνητρο παραοικονομίας και του παραεμπορίου είναι οι υψηλοί φορολογικοί συντελεστές και το άδικο φορολογικό σύστημα, ενώ οι κύριες αιτίες που οδηγούν στην εισφοροδιαφυγή είναι οι υψηλές εισφορές προς τα ασφαλιστικά ταμεία και τα υψηλά πρόστιμα σε συνδυασμό με την έλλειψη αποδοτικότητας, όσον αφορά τις παροχές.

---

<sup>1</sup>Ιδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) (2007) «Μελέτη για την παραοικονομία»

Ενδεικτικά αναφέρεται στην ίδια μελέτη, ότι μια αύξηση της άμεσης φορολογικής επιβάρυνσης κατά 10% αυξάνει το μέγεθος της παραοικονομίας κατά 7%. Από την φοροδιαφυγή, το ΙΚΑ χάνει περίπου το 30 % των εσόδων του.

Ένα επίσης σοβαρό θέμα που απασχολεί τις ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε σχέση με το παραεμπόριο είναι αυτό του αθέμιτου ανταγωνισμού. Η έλλειψη υγιούς ανταγωνισμού μαζί με την γραφειοκρατία και τη ύπαρξη παραεμπορίου αποτελούν τα γενεσιουργά αίτια των ανύπαρκτων άμεσων επενδύσεων στην Ελλάδα. Ανάμεσα στις χώρες της ΕΕ, η Ελλάδα και πάλι είναι ουραγός μιας και οι ετήσιες Άμεσες Ξένες Επενδύσεις (ΑΞΕ) είναι μόλις το 0,7% του ΑΕΠ, ποσοστό κατά το ήμισυ της Πορτογαλίας και μόλις του 1/10 αυτού της Ιρλανδίας. Είναι γεγονός ότι καμία επιχείρηση δεν θα ήθελε να επενδύσει σε μία χώρα που μπορεί να πουλάει μία επιχείρηση μία γνωστή μάρκα, όπως τα Polo και λίγο πιο κάτω να πουλάει ένας πλανόδιος μία φτηνή απομίμηση του ίδιου προϊόντος. Είναι κάτι που καμία επιχείρηση δεν θα ήθελε να γίνει. (Ημερησία, 2010, σ.5)<sup>1</sup>

Σύμφωνα με μια πρόσφατη μελέτη<sup>2</sup> του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας & Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ), η Ελλάδα κατατάσσεται τελευταία ανάμεσα στους 15 της ΕΕ, όσον αφορά τον δείκτη της μικροοικονομικής ανταγωνιστικότητας. Ο δείκτης αυτός μετρά την ποιότητα του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, την ποιότητα ανταγωνισμού των αγορών, της στρατηγικής των επιχειρήσεων και τονίζεται ότι το

---

<sup>1</sup>Ημερησία, 2010, «Το παραεμπόριο κτυπάει τις Ελληνικές επιχειρήσεις», 17 Ιουλίου, σελ.5

<sup>2</sup>Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας & Ανάπτυξης – ΟΟΣΑ, 2009, «Έρευνα για την μικροοικονομική ανταγωνιστικότητα»

παραεμπόριο είναι ένας σημαντικός παράγοντας που διαστρεβλώνει τον υγιή ανταγωνισμό.

Αξίζει να σημειωθεί ότι στην έρευνα του ΟΟΣΑ η Ελλάδα υστερεί έναντι και των νέων μελών της Ε.Ε. (όπως Εσθονία, Ουγγαρία, Τσεχία) σε ότι αφορά τον παραπάνω δείκτη.

Είναι γνωστή σε όλους μας η παράνομη διακίνηση καυσίμων, αλκοολούχων ποτών, τσιγάρων και CDs όπου εκτυλίσσεται μπροστά στα μάτια των αρμόδιων αρχών και με καθολική απουσία των ελεγκτικών μηχανισμών. Ενδεικτικά αναφερόμαστε στην πληγή των παράνομων CDs που κάνουν τζίρο 100 δις με παράλληλη απώλεια για το Δημόσιο 18 δις μόνο από το Φ.Π.Α. Το κόστος ζωής αυξάνεται ανησυχητικά με την ακρίβεια να εκτινάσσεται στο μέγιστο και να πλήττει κυρίως τα είδη πρώτης ανάγκης όπως οπωροκηπευτικά προϊόντα, γαλακτοκομικά και είδη βασικής διατροφής.

Στο πλαίσιο του παραεμπορίου θα πρέπει να τοποθετήσουμε και το φαινόμενο της παράνομης απασχόλησης και της εισφοροδιαφυγής με ανεπανόρθωτες συνέπειες στο σύνολο της οικονομικής και κοινωνικής συνοχής, μιας και όσοι απασχολούνται στο παραεμπόριο δουλεύουν ανασφάλιστοι, μιας και αυτές οι επιχειρήσεις είναι παράνομες.

Στην έκθεση του Βιοτεχνικού Επιμελητηρίου Πειραιά του 2009 αναφέρεται το παράδειγμα από τον κλάδο των χρυσοχόων – αργυροχρυσοχόων και των επίπλων, τις τηλεπωλήσεις, για τις οποίες δεν υπάρχουν περιοριστικοί κανόνες για την προστασία του καταναλωτή, ενώ τα προϊόντα που διατίθενται είναι αμφιβόλου ποιότητας και σε

πολύ χαμηλές τιμές. Επιπλέον, οι εισαγωγές προϊόντων από χώρες με φθινό εργατικό κόστος όπως Κίνα, Ινδονησία, Τουρκία, κτλ όπου ο έλεγχός τους δεν είναι εύκολος, δίνει μια επιπλέον διάσταση στην ανεξέλεγκτη μορφή του πλανόδιου εμπορίου. Ο κλάδος του ενδύματος υποφέρει στην κυριολεξία από τον «κινέζικο» ανταγωνισμό, που με την ανοχή του κράτους παραμερίζει την ελληνική βιοτεχνία με αποτέλεσμα να μειώνεται ο τζίρος και να χάνονται χιλιάδες θέσεις εργασίας.

Στην ίδια έκθεση αναφέρεται ότι όξυνση στο πρόβλημα του παράνομου εμπορίου επιφέρει και η διόγκωση των λαϊκών αγορών όπου οργιάζει το φαινόμενο των παράνομων αδειών και της διακίνησης πάσης φύσεως προϊόντων άγνωστης προελεύσεως και ποιότητας.

Από όσα αναφέρθηκαν παραπάνω αντιλαμβάνεται κανείς ότι το παραεμπόριο, το οποίο δρα ως παράσιτο του νόμιμου εμπορίου, παρουσιάζει ολοένα και μεγαλύτερη έξαρση. Δεν θα ήταν υπερβολικό να κάνει λόγο κανείς για επιδημία, η οποία έχει πάρει πλέον τη μορφή μιας ανεξέλεγκτης και πολύ καλά οργανωμένης παραοικονομίας σε βάρος των νόμιμων επιχειρήσεων, των καταναλωτών και της πολιτείας.

Το κακό επιδεινώθηκε με την ανοχή που επέδειξαν οι αρμόδιες αρχές σε τέτοια κρούσματα, με πρόφαση την κοινωνική ευαισθησία και αλληλεγγύη σε διάφορες «κοινωνικά αποκλεισμένες ομάδες», με αποτέλεσμα να πλήττονται οι νόμιμες επιχειρήσεις, αλλά και με την ανοχή του κράτους και της αστυνομίας προς αυτές τις ομάδες που πωλούν τα προϊόντα τους ακόμα και έξω από νόμιμες επιχειρήσεις.



Στο ερώτημα ποιοι είναι οι κλάδοι εκείνοι των επιχειρήσεων, ειδικά των μικρομεσαίων, οι οποίοι πλήττονται από τη μάστιγα του παραεμπορίου, η απάντηση είναι όλοι. Το εμπορικό κατάστημα κλείνει ελλείψει πελατείας, με συνέπεια να οδηγούνται σε κλείσιμο οι χονδρέμποροι και φυσικά οι βιοτέχνες. Το κλείσιμο των επιχειρήσεων οδηγεί με τη σειρά του στην αύξηση των μεγεθών της ανεργίας, η οποία με τη σειρά της συμβάλλει στην περαιτέρω επιδείνωση της κατάστασης.

Ενδεικτικά, αναφέρεται ότι σύμφωνα με στοιχεία από το μητρώο του Βιοτεχνικού Επιμελητηρίου της Αθήνας 1.448 επιχειρήσεις διέκοψαν τη λειτουργία τους το πρώτο εξάμηνο του 2010 έναντι 789 οι οποίες ιδρύθηκαν το ίδιο διάστημα. Οι περισσότερες διακοπές σημειώθηκαν τον μήνα Μάρτιο, φθάνοντας τις 299, έναντι 279 τον Ιούνιο, 245 τον Μάιο, 228 τον Απρίλιο, 213 τον Φεβρουάριο και 184 τον Ιανουάριο.

Οι συνεχώς αυξανόμενες παράνομες εισαγωγές προϊόντων από χώρες με φθηνό εργατικό κόστος, εισαγωγές των οποίων ο έλεγχος δεν είναι εύκολος, δίνει μία επιπλέον διάσταση στην ανεξέλεγκτη μορφή που έχει λάβει το παράνομο εμπόριο. Είναι εύκολο πλέον να αντιληφθεί κανείς ότι το παραεμπόριο, το οποίο δρα παρασιτικά εις βάρος του νόμιμου εμπορίου, παρουσιάζει συνεχή αύξηση. Είναι σαν μία μορφή χιονοστιβάδας, η οποία στο πέρασμά της αφανίζει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και συρρικνώνει τα δημόσια έσοδα.

Καταλήγοντας, το παραεμπόριο είναι μία μάστιγα τόσο για τις επιχειρήσεις, όσο και για την εθνική οικονομία. Μπορεί κάποιος να ισχυριστεί ότι το παραεμπόριο βοηθάει τους φτωχούς να έχουν πρόσβαση σε πολύ φτηνά προϊόντα,

αλλά από την άλλη μεριά χάνονται χιλιάδες θέσεις εργασίας, κλείνουν πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις ενώ το κράτος χάνει δισεκατομμύρια από τους φόρους που δεν καταβάλλονται, ενώ καλούνται οι φορολογούμενοι να καλύψουν αυτό το χάσμα. Πέρα από αυτά η πρακτική του να απασχολούνται ανασφάλιστοι, έχει αρχίσει να επεκτείνεται σε πολλές επιχειρήσεις του παραεμπορίου και φυσικά είναι μία βόμβα στα θεμέλια του ασφαλιστικού αλλά και του κοινωνικού κράτους της Ελλάδας.

## 4.2 Η ιστορική εξέλιξη των κινέζικων καταστημάτων στην Ελλάδα

### 4.2.1. Οι εμπορικές σχέσεις Ελλάδας Κίνας

Πρωτού αναλύσουμε την εξέλιξη των Κινέζικων καταστημάτων στην Ελλάδα θα κάνουμε μία αναφορά στις εμπορικές σχέσεις μεταξύ Κίνας και Ελλάδας.

Σύμφωνα με το σημείωμα Β5<sup>1</sup> της διεύθυνσης εξωτερικών σχέσεων του Υπουργείου Εξωτερικών, οι σχέσεις Ελλάδος – Κίνας ευρίσκονται σε άριστο επίπεδο, χαρακτηρίζονται από συχνές ανταλλαγές επισκέψεων και από τη σύναψη συμφωνιών συνεργασίας, στον οικονομικό, εμπορικό, επιστημονικό, τεχνολογικό, κοινωνικό και πολιτιστικό τομέα.



Ο όγκος του διμερούς εμπορίου, αυξάνεται σταθερά σε αξία τα τελευταία έτη και το 2007 ανήλθε σε \$ 3,97 δισ. δολ ΗΠΑ (2,38 δισ. δολ. ΗΠΑ το 2006). Η συνεχής αυτή αύξηση οφείλεται κυρίως στην αυξητική τάση των εισαγωγών μας από την Κίνα, η οποία έχει ως αποτέλεσμα την

---

<sup>1</sup> Πηγή: <http://www.mfa.gr/www.mfa.gr/el-GR/Policy/Geographic+Regions/Asia+Oceania/Bilateral+Relations/China/>

δημιουργία ιδιαίτερα υψηλού εμπορικού ελλείμματος εις βάρος της χώρας μας, που για το ίδιο ως άνω έτος ανήλθε σε \$3,96 δισ. Οι εισαγωγές μας από την Κίνα από \$117,5 εκ. ΗΠΑ το 1990 ανήλθαν σε \$3,81 δισ. ΗΠΑ το 2007(αύξηση κατά 59%). Το ίδιο χρονικό διάστημα οι ελληνικές εξαγωγές από \$33 εκ. ανήλθαν σε \$152 εκ. ΗΠΑ.

Τα δέκα κυριότερα εξαγόμενα, στην Κίνα, ελληνικά προϊόντα είναι: ακατέργαστα μάρμαρα, βαμβάκι, μηχανές για πλύσιμο –λεύκανση – βαφή υφασμάτων, χαρτιά και χαρτόνια, αργίλιο, απορρίμματα χαλκού, μέρη μετασχηματιστών και πηνία, και παρθένο ελαιόλαδο.

Τα δέκα κυριότερα εισαγόμενα προϊόντα το 2007 είναι: δεξαμενόπλοια, κλιματιστικά, υποδήματα, έπιπλα, είδη ταξιδιού, παιχνίδια, πλαστικά τεχνουργήματα, είδη κρουνοποιείας, χριστουγεννιάτικα διακοσμητικά είδη, ψηφιακές μηχανές επεξεργασίας πληροφοριών.

Οι υψηλοί δασμοί (ο μέσος κινεζικός δασμός είναι 10,4% έναντι 4,2% στην Ε.Ε.) τα πολυπληθή τεχνικά εμπόδια στις συναλλαγές, η γραφειοκρατία, το χαμηλό επίπεδο των εμπορικών υποδομών και οι εισοδηματικές ανισότητες αποτελούν σημαντικούς ανασταλτικούς παράγοντες ανάπτυξης των ελληνικών εξαγωγών στην Κίνα

Οι ελληνικές επενδύσεις στην Κίνα το 2006 ανέρχονταν σε 215,8 εκ. ευρώ. Επενδύσεις έχουν πραγματοποιήσει η μεταλλευτική S&B (πρώην Αργυρομεταλλευμάτων και Βαρυτίνης Α.Ε.), η εταιρεία Cosmos Building Materials Shanghai Co. Ltd (κοπή και επεξεργασία μαρμάρων), η εταιρεία ΙΚΤΙΝΟΣ (μάρμαρα), η Polcor China Ltd, παραγωγή και εφαρμογή οξειδίων για την προστασία πλοίων, η FOLLI-

FOLLIE, η LAVIPHARM, η εταιρεία καλλυντικών KOPPEΣ A.E., τα ΠΛΑΣΤΙΚΑ ΚΡΗΤΗΣ ΑΕ, και η ΕΤΜΑ. Στο Πεκίνο λειτουργεί επίσης Γραφείο Αντιπροσωπίας της EFG - Eurobank.

Σε ότι αφορά τις Κινεζικές επενδύσεις στην Ελλάδα, στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται οι ναυτιλιακές κινεζικές επιχειρήσεις CHINA SEAMEN CLUB SERVICES Co, NORTHEN Co of CHINA, και COSCO και αριθμός επιχειρήσεων με την μορφή αντιπροσωπειών λιανεμπορίου. Παρουσία έχουν οι κινεζικές εταιρείες τηλεπικοινωνιών ZTE (η οποία συνεργάζεται με τον ΟΤΕ) και η HUAWEI. Η χώρα μας ενδιαφέρεται για την προσέλκυση κινεζικών επενδύσεων, ιδίως, στους τομείς του τουρισμού και στην κατασκευή - αναβάθμιση και εκμετάλλευση λιμένων. Το 2007 ανανεώθηκε για μία διετία το 11ο Πρωτόκολλο E&T Συνεργασίας Ελλάδος- Κίνας (που καλύπτει την διετία 2008-9), στο πλαίσιο της Διμερούς Συμφωνίας E&T Συνεργασίας Ελλάδος-Κίνας του 1979.

### ΔΙΜΕΡΕΣ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΛΛΑΔΟΣ – ΚΙΝΑΣ (2002 – 2007 και Α' εξάμηνο 2008)

Αξία σε εκ. δολ. ΗΠΑ

	2002	2003	2004	2005	2006	Μεταβολή % 06-05	2007	Μεταβολή % 07-06	2008 Α' εξάμηνο
Εξαγωγές	56,8	60,5	72,7	100,6	156	55%	152	-2,53%	51,71
Εισαγωγές	960,9	1.371,6	1.757,6	2.109,9	2.274,8	7,8%	3.813,5	59,65%	1.561,37
Όγκος συναλλαγών	1.017,7	1.432,1	1.830,3	2.210,5	2.375,6	7,46%	3.965,5	59,90%	1.613,08
Ισοζύγιο	-904,1	-1.311,1	-1.684,9	-2.009,3	-2.174		-3.661,50		-1.509,66
Κάλυψη εισ/εξαγ.	5,91%	4,41%	4,14%	4,77%	6,86%		4%		3,31%

Πίνακας 2: Διμερές εμπόριο Ελλάδας – Κίνας (2002 – 2007 & α' εξάμηνο 2008)

Πηγή: Σημείωμα Β5 της διεύθυνσης εξωτερικών σχέσεων του Υπουργείου Εξωτερικών

Οι σχέσεις Ελλάδος-Κίνας στον οικονομικό τομέα διέπονται από τα εξής κείμενα<sup>1</sup>:

- **Συμφωνία πολιτικών αεροπορικών μεταφορών** (Πεκίνο, 23.5.1973). **Μνημόνιο Κατανοήσεως**, το οποίο τροποποιεί επί το πλέον φιλελεύθερο τις διατάξεις της ισχύουσας Διμερούς, υπεγράφη κατά την επίσκεψη του Υπουργού Μεταφορών και Επικοινωνιών κ. Λιάπη στο Πεκίνο, τον Σεπτέμβριο 2006.
- **Συμφωνία Εμπορίου-Πληρωμών** (Πεκίνο, 23.5.1973) και **Τροποποίηση Συμφωνίας Εμπορίου-Πληρωμών** (Αθήνα, 25.6.1976). Η τροποποιημένη συμφωνία ισχύει πλέον μόνο στο βαθμό που ρυθμίζει θέματα μη καλυπτόμενα από κοινοτική αρμοδιότητα.
- **Συμφωνία περί Αμοιβαίας Προστασίας των Εμπορικών και Βιομηχανικών Σημάτων** (Πεκίνο, 19.4.1975, Ν. 242/1975, ΦΕΚ 295/Α/30.12.1975)
- **Συμφωνία Συνεργασίας στον τομέα του Τουρισμού** (Πεκίνο, 16.4.1988, Ν.1944/1991, ΦΕΚ 194/Α/16.12.1991). Οι δύο πλευρές υπέγραψαν στο Πεκίνο νέα **Συμφωνία** (23.6.2006), που θα αντικαταστήσει την παλαιότερη μόλις τεθεί σε ισχύ.
- **Συμφωνία Οικονομικής και Τεχνικής Συνεργασίας** (Πεκίνο, 25.6.1983, Ν.1613/1986, ΦΕΚ 111/Α/18.7.1986)
- **Συμφωνία Οικονομικής, Βιομηχανικής και Τεχνολογικής Συνεργασίας** (Πεκίνο, 25.6.1992, Ν. 2140/1993, ΦΕΚ 85/Α/1993)
- **Συμφωνία για την Προώθηση και Αμοιβαία Προστασία των Επενδύσεων** (Πεκίνο, 25.6.1992, Ν. 2136/1993, ΦΕΚ 83/Α/28.5.1993)
- **Μνημόνιο κατανόησης μεταξύ των Υπουργείων Γεωργίας της Ελλάδος και της Κίνας για συνεργασία στον τομέα της γεωργίας** (Πεκίνο, 3.6.2002, Ν.3222/ΦΕΚ19/Α/2.2.2004).
- **Συμφωνία των Υπουργείων Ελλάδος-Κίνας για Συνεργασία στον τομέα Δασοπονίας** (Πεκίνο, 3.6.2002, Ν.3117/2003, ΦΕΚ 52/Α/4.3.2003)

---

<sup>1</sup> Πηγή: <http://www.mfa.gr/www.mfa.gr/el-GR/Policy/Geographic+Regions/Asia+Oceania/Bilateral+Relations/China/>

- **Συμφωνία Επιστημονικής και Τεχνολογικής Συνεργασίας** (Πεκίνο, 15.11.1979, Ν. 1097/1980, ΦΕΚ 285/Α/17.12.1980). Στο πλαίσιο αυτής έχουν υπογραφεί από το 1987 μέχρι σήμερα 10 πρωτόκολλα συνεργασίας (διετούς διάρκειας έκαστο), το τελευταίο εκ των οποίων υπογράφηκε στο Πεκίνο στις 27.5.2005 (καλύπτει την διετία 2006-07).
- **Συμφωνία για τις Θαλάσσιες Μεταφορές Ελλάδος-Κίνας** (Πεκίνο, 16.10.1995, Ν.2419/1996, ΦΕΚ 141/Α/3.7.1996)
- **Συμφωνία Αποφυγής Διπλής Φορολογίας Ελλάδος-Κίνας** (Πεκίνο, 3.6.2002. Κύρωση Συμφωνίας με το Ν.3331/2005.) Έναρξη εφαρμογής της 1.1.2006.
- **Μνημόνιο Κατανόησης στον τομέα των Μικρό-Μεσαίων Επιχειρήσεων** (Πεκίνο, 20.1.2006).
- **Μνημόνιο Κατανόησης για τη συνεργασία στον τομέα των οδικών μεταφορών** (Πεκίνο, 9.2006).
- **Μνημόνιο Κατανόησης μεταξύ του ΥΠΕΞ και του Κινεζικού Συμβουλίου Προώθησης του Διεθνούς Εμπορίου (CCPIT) για τη «Δημιουργία Δικτύου Συνεργασίας για την Υποστήριξη Επιχειρήσεων»** (Πεκίνο, 11.5.2007).
- **Μνημόνιο Κατανόησης Αναπτυξιακής Συνεργασίας Ελλάδος-Κίνας**. Υπεγράφη κατά την επίσκεψη του κ. Προέδρου της Δημοκρατίας στο Πεκίνο (22 – 27/6/2008)
- Ειδικές περιπτώσεις (μόνο για τις συγκεκριμένες διοικητικές περιοχές) αποτελούν το **Μνημόνιο Κατανόησης στον τομέα των Αεροπορικών Μεταφορών με το Μακάο** (Μακάο, 17.2.2006) και η **Συμφωνία Αεροπορικών Μεταφορών με το Χονγκ-Κονγκ** (Χονγκ-Κονγκ, 31.5.2002). Ως προς την τελευταία, έχει ανασταλεί η κυρωτική διαδικασία εκ μέρους του Υπουργείου Μεταφορών προκειμένου να ενσωματωθούν στη Συμφωνία πρόσφατες εξελίξεις του κοινοτικού δικαίου (Κανονισμός ΕΚ 847/2004).

#### 4.2.2 Τα Κινέζικα καταστήματα

Ένα σημαντικό ζήτημα είναι ότι αν και λειτουργούν δεκάδες Κινέζικα μαγαζιά, δεν υπάρχουν στα χαρτιά μιας και καλύπτονται από τις διακρατικές συμφωνίες Ε.Ε. και Κίνας όπου υπήρχε και όρος για την «ελεύθερη» λειτουργία αντιπροσωπειών κινέζικων ρούχων με την μορφή επιχειρήσεων λιανεμπορίου, που ουσιαστικά είναι τα γνωστά σε όλους μας κινέζικα μαγαζιά.



Θα πρέπει να αναφέρουμε επίσης ότι οι Κινέζοι είναι ένας λαός, όπως και οι Έλληνες, με φανταστικές επιδόσεις στο εμπόριο. Ιστορικά οι Κινέζοι λειτουργούσαν μέσα σε κλειστές ομάδες στο κέντρο των μεγάλων πόλεων ήδη από τον 18 αιώνα. Η μεγάλη εξέλιξη ήρθε περί το 1850, όταν η Αμερική κάλεσε μεγάλο αριθμό Κινέζων για να εργαστούν αρχικά στην δημιουργία των σιδηροδρομικών γραμμών. Στην συνέχεια όμως οι Κινέζοι αυτοί παράτησαν την δύσκολη δουλειά που τους είχε ανατεθεί και στράφηκαν προς την έρευνα για χρυσό και την πώληση του σε συγκεκριμένες περιοχές των πόλεων, γνωστές ως Chinatown. (Williams, 2004)<sup>1</sup>

---

Williams, D., 2004, "Chinatown Is a Hard Sell in Italy", *Washington Post Foreign Service*, March 1, Page A11.



Στην φωτογραφία που βλέπουμε στη συνέχεια, είναι η είσοδος της Chinatown στο San Francisco που είναι η μεγαλύτερη και η πιο γνωστή στον Κόσμο. Ιδρύθηκε το 1840 και αποτελεί σημαντικό κομμάτι της εμπορικής δραστηριότητας της πόλης.



Σε ότι αφορά τις λεγόμενες Chinatown, ήταν κλειστές κοινωνίες, που συχνά ο νόμος σταματούσε στην είσοδο τους. Δεν άφηναν να δημιουργηθούν ξένες επιχειρήσεις και ήταν γνωστές για το παραεμπόριο και τις παράνομες δραστηριότητες που υπήρχαν εκεί. Με τον καιρό το φαινόμενο αυτό παρουσιάστηκε σχεδόν σε όλες τις μεγάλες πόλεις του κόσμου, όπως το Λονδίνο, η Νέα Υόρκη και πολλές άλλες πόλεις. Με λίγα λόγια ήταν ένα κράτος εν κράτη, όπου κυριαρχούσε η κινέζικη κουλτούρα, το εμπόριο κινέζικων αγαθών αλλά συχνά και η παρανομία.



Με το πέρασμα των χρόνων όμως οι Chinatown από κέντρα παρανομίας μεταβλήθηκαν, με το σωστό όραμα από μεριάς των αρχών, σε τουριστικούς προορισμούς ενώ πλέον οι περισσότερες Chinatown ασχολούνται με τα περίφημα κινέζικα εστιατόρια και το νόμιμο εμπόριο.



Σε ότι αφορά την Ελλάδα ποτέ δεν είχε αυτά τα φαινόμενα μέχρι πρόσφατα. Η ύπαρξη των κινέζικων καταστημάτων είναι ένα φαινόμενο που παρουσιάστηκε κυρίως τα τελευταία 5 χρόνια. Τα περισσότερα λειτουργούν υπό το καθεστώς των συμφωνιών Ε.Ε. και Κίνας το οποίο όμως δεν είναι ξεκάθαρο με αποτέλεσμα να μην είναι ούτε παράνομα αλλά ούτε και νόμιμα. Με έρευνα που πραγματοποιήθηκε στο ΕΒΕΑ φάνηκε ότι δεν υπάρχουν

πολλά από αυτά τα καταστήματα καταγεγραμμένα στις λίστες του ΕΒΕΑ.

Σε άρθρο της Ελευθεροτυπίας (2009)<sup>1</sup> καταγράφεται το όλο νομικό πλαίσιο της λειτουργίας αυτών των επιχειρήσεων. Στο άρθρο αυτό αναφέρεται ότι με την Εγκύκλιο του Υπουργείου Οικονομικών στα μέσα του 2008 έδωσε το πράσινο φως να εισάγονται από την Ιταλία προϊόντα κινεζικής προέλευσης.

Η τροπολογία του Μπερλουσκόνι για την εισαγωγή κινεζικών ντάμπινγκ προϊόντων ήταν θέμα προς συζήτηση στο Ευρωκοινοβούλιο, τα πάντα όμως ανάγονται στην ελεύθερη παγκόσμια αγορά. Με την αναγραφή των δεμάτων σαν «δείγματα», «μικροδέματα» ή «δώρα» εισάγονται τεράστιες ποσότητες που μετά βγαίνουν στην αγορά ακόμη και ως είδη πολυτελείας.



Άλλη μέθοδος είναι η εισαγωγή «μη χρήσιμων» δειγμάτων άνευ αξίας. Έτσι, δύο δέματα που το ένα περιέχει μόνο αριστερά παπούτσια και το άλλο μόνο δεξιά και πηγαίνουν σε διαφορετικούς παραλήπτες δε θεωρούνται εμπορεύματα, μα μη αξιοποιήσιμα δείγματα. Ο καθένας βέβαια καταλαβαίνει τι ακριβώς συμβαίνει.

---

<sup>1</sup>Ελευθεροτυπία, 2009, «Τα Κινέζικα καταστήματα στην Αθήνα, 10 Σεπτεμβρίου

Τα παραθυράκια του ισχύοντος νομικού δασμολογικού πλαισίου, τα οποία, όπως παρατηρούν υπηρεσιακοί παράγοντες, έχουν μεταβληθεί σε κερκόπορτες για την άλωση της αγοράς, αλλά και την αποδιοργάνωση των τελωνείων. Εισάγουν χωρίς δασμούς τόνους εμπορευμάτων αλλά σε κιβώτια που τιμολογούνται με ελάχιστη αξία, δεδομένου ότι ο νόμος της ΕΕ επιτρέπει αδασμολόγητη εισαγωγή αξίας μέχρι 22 ευρώ, εφόσον τα εμπορεύματα είναι εμπορικά δείγματα ή δώρα εμπόρων προς εμπόρους-εισαγωγής.

Έτσι λχ παρατηρείται το φαινόμενο, να τιμολογείται το κάθε ζευγάρι πολυτελών παπουτσιών μισό ευρώ το καθένα, να συσκευάζεται σε κιβώτιο των 40 λεπτών και η συνολική αξία να μην υπερβαίνει τα 20 ευρώ, κατώτερη δηλαδή της επιτρεπόμενης των 22 ευρώ. Τα παπούτσια αυτά που δεν αποτελούν φτηνά κακέκτυπα, αλλά παράγονται σε εργοστάσια που λειτουργούν με την επίβλεψη ξένων οίκων (ντιζάιν–προδιαγραφές–ύλες) στην Κίνα ή την Ταϊβάν, διοχετεύονται στην αγορά και πωλούνται με 100–150 ευρώ το ζευγάρι.

Το υπουργείο οικονομίας το Δεκέμβρη του 2008 υποστήριζε πως τα κινέζικα μαγαζιά δεν ξεπερνούν τα 360 στην Αθήνα. Τα ΜΜΕ κάνουν αναφορά για μερικές χιλιάδες, το εμπορικό επιμελητήριο Αθηνών και συγκεκριμένα το τμήμα Διεθνούς εμπορίου υποστήριζε πως όλα τα κινέζικα μαγαζιά πληρούν τις προϋποθέσεις καθώς έχουν ανοιχτεί και καρτέλες στον εμπορικό σύλλογο. Στο ίδιο άρθρο της Ελευθεροτυπίας αναφέρεται ότι αναζητώντας στοιχεία από δημόσιους φορείς υπήρχε απάθεια ή μη εμφάνιση πραγματικών στοιχείων όπως από το Υπουργείο

Οικονομικών διότι τα στοιχεία για το κινέζικο παραεμπόριο είναι ένα πολυδιάστατο και σκοτεινό ζήτημα.

Πέρα από τις προαναφερθείσες πηγές, επισκεφθήκαμε το ΕΒΕΑ, για την επιβεβαίωση του ακριβή αριθμού των καταγεγραμμένων κινέζικων καταστημάτων στην Αθήνα.

Οι αρμόδιοι υπάλληλοι μας πληροφόρησαν ότι υπάρχουν πολλές περιπτώσεις όπου κινέζικα καταστήματα ανοίγουν υπό Έλληνα ιδιοκτήτη με κινέζο συνέταιρο.

Σαν αποτέλεσμα, προκύπτει η παρακάτω λίστα με τον αριθμό των εταιρειών – μελών του ΕΒΕΑ τα οποία είναι υπό κινέζικη διεύθυνση.

<b>ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ</b>	<b>ΠΛΗΘΟΣ</b>
ΑΛΛΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	4
ΒΟΗΘΗΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΣΥΝΑΦΕΙΣ ΠΡΟΣ ΤΙΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΩΝ	1
ΓΕΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΣΥΝΤΗΡΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΥΚΛΕΤΩΝ ΛΙΑΝΙΚΗ ΠΩΛΗΣΗ ΚΑΥΣΙΜΩΝ ΓΙΑ ΟΧΗΜΑΤΑ	1
ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ ΠΡΟΕΓΓΕΓΡΑΜΜΕΝΩΝ ΜΕΣΩΝ ΕΓΓΡΑΦΗΣ ΗΧΟΥ ΚΑΙ ΕΙΚΟΝΑΣ ΚΑΙ ΜΕΣΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ	1
ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ	11
ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΥΚΛΕΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΕΙΔΩΝ ΑΤΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ	131
ΤΑΧΥΔΡΟΜΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ	2
ΧΕΡΣΑΙΕΣ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ. ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ ΜΕΣΩ ΑΓΩΓΩΝ	1
ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΟ ΜΕ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΜΟΤΟΣΥΚΛΕΤΩΝ	96
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>248</b>

Πίνακας 3: Εταιρείες – μέλη του ΕΒΕΑ υπό κινέζικη διεύθυνση (2010-2011)

Πηγή: ΕΒΕΑ, Τμήμα ανάπτυξης και υποστήριξης πληροφοριακών συστημάτων

Η κατηγορία που αφορά την εργασία μας είναι οι εταιρείες λιανικού εμπορίου. Ο αριθμός ανέρχεται στα 131 καταστήματα.

Όπως έχουμε αναφέρει και παραπάνω οι απόψεις δίστανται καθώς ο αριθμός των καταγεγραμμένων εταιρειών είναι πολύ μικρότερος σε σχέση με τον πραγματικό αριθμό, γεγονός το οποίο μπορεί κάποιος να διακρίνει κάνοντας μια βόλτα στο κέντρο της Αθήνας.

Οι περιοχές που υπάρχουν και αναπτύσσονται τα κινέζικα καταστήματα τέτοιου τύπου είναι οι δρόμοι γύρω από την Ομόνοια, δηλαδή στις οδούς Αγησιλάου, Ευριπίδου, Σωκράτους, Λυκούργου, Λεωνίδου, Κολοκυνθούς, Πειραιώς και Κεραμεικού<sup>1</sup>.

Αξίζει όμως να σημειώσουμε ότι κινέζικα καταστήματα υπάρχουν σε κάθε γειτονιά της Αθήνας.

---

<sup>1</sup> Πηγή: ΒΗΜΑgazino, 2011 , «Η χρονιά του λαγού» τεύχος 538, σελ 40, 6  
Φεβρουαρίου.

Σε ότι αφορά την είσοδο αυτών των προϊόντων στην Ελλάδα, πραγματοποιείται με τους εξής τρόπους:

Στην Κίνα υπάρχουν 2 γραμμές παραγωγής:

1. Προϊόντα προς εξαγωγή

2. Προϊόντα προς εσωτερική κατανάλωση

Τα πρώτα παράγονται έχοντας σημάνσεις στην αγγλική ή άλλη διεθνή γλώσσα, τα δεύτερα φέρουν αποκλειστικά σήμανση στην κινεζική γλώσσα. Τα προϊόντα που παράγονται για τοπική κατανάλωση έχουν πολύ χαμηλότερη τιμή διάθεσης από αυτά της εξαγωγής. Παράνομα κυκλώματα στην Κίνα όμως αλλάζουν σήμανση στα προϊόντα εσωτερικής κατανάλωσης και τα προωθούν παράνομα στο εξωτερικό, έτσι στο προηγούμενο παράδειγμα το παντελόني των 5\$ κοστίζει τώρα 2,5 - 3 \$.

Η παράνομη εισαγωγή μέσω της Ιταλοκινέζικης συνθήκης κοστίζει με μεταφορικά 3 – 3,5 \$ το παντελόني, ενώ μέσω της νόμιμης οδού ο Ευρωπαίος (Έλληνας) επιχειρηματίας το προμηθεύεται στην τιμή των 7,7 \$. Η διαφορά τιμής είναι τεραστία.

Θα πρέπει να αναφέρουμε ότι πολλά κινέζικα εμπορεύματα που έρχονται από την Ιταλία, ενώ αγοράζονται με το κιλό πωλούνται με το τεμάχιο. Αυτός είναι ο πραγματικός λόγος που ανθεί το παράνομο εμπόριο.

Τα πολλά Κινέζικα μαγαζιά που ανοίγουν σε όλη την Ελλάδα στηρίζονται από ξένους οργανισμούς ακολουθώντας το επιχειρηματικό σχέδιο που ορίζει η εξωτερική πολιτική της

Κίνας. Πιθανό σενάριο, σε μερικά χρόνια να πάψουν να υπάρχουν τα Κινέζικα μαγαζιά. Όπως συμβαίνει στην Ιταλία, πλέον οι Ευρωπαίοι έμποροι μη μπορώντας να ανταγωνισθούν τα φτηνά κινέζικα προϊόντα αναγκάστηκαν να εισάγουν από Κινέζους μεγαλέμπορους.



Με αυτό τον τρόπο αναγκάζει, εξωθεί τον καταστηματάρχη - έμπορο να εισάγει προϊόντα που το μόνο θετικό τους είναι η ανταγωνιστική τιμή σε σχέση με τα εγχώρια, ακολουθώντας τους χαμηλούς ρυθμούς ανάπτυξης της Ευρώπης. Σίγουρα δεν θα μπορούσαμε σε καμία περίπτωση να καταλήξουμε σε τελικά συμπεράσματα, σύμφωνα με τα οποία θα άλλαζε η δυσμενής κατάσταση των ελληνικών επιχειρήσεων. Υπάρχουν μέτρα όμως που μπορούν να περιορίσουν την ασταμάτητη εξωστρέφεια των Κινέζων, χωρίς να έρχονται σε σύγκρουση με τα πρότυπα του ελεύθερου εμπορίου. Θα πρέπει λοιπόν να αναζητήσουμε τις ευθύνες σε φορείς που εμπλέκονται με την εισαγωγή των ξένων προϊόντων στην χώρα μας, καθώς και τους επιτήδειους που δρουν ανεξέλεγκτα εις βάρος του καταναλωτή και της ίδιας της οικονομίας.

Από τα παραπάνω προκύπτει ότι το τοπίο είναι θολό και ότι οι συμφωνίες Ε.Ε. και Κίνας, αλλά και οι συμφωνίες



Ιταλίας – Κίνας, επηρεάζουν αρνητικά το κλίμα στην Ελλάδα μιας και δεκάδες Κινέζικα μαγαζιά λειτουργούν σε καθεστώς ημι-παρανομίας, δίχως να κόβουν αποδείξεις, δίχως να πληρώνουν φόρους και φυσικά δίχως να απασχολούν νόμιμα το εργατικό τους δυναμικό.

Από την άλλη μεριά το παράδειγμα με τις οργανωμένες Chinatown σε πολλές πόλεις δείχνει ότι μπορεί από εστία παρανομίας, οι περιοχές με μεγάλη συγκέντρωση κινέζικων επιχειρήσεων, να γίνουν τουριστικός προορισμός ή να έχουν θετικό αντίκτυπο στην τοπική και εθνική οικονομία.

### 4.3. Οι επιπτώσεις στις τοπικές κοινωνίες

Εκθέσεις όπως του ΙΟΒΕ (2007)<sup>1</sup>, του ΟΟΣΑ(2009)<sup>2</sup> αλλά και από όσα γράφονται στον ημερήσιο τύπο όπως στην Ημερησία (2010, σελ.5)<sup>3</sup> δίνουν μία πολύ άσχημη εικόνα για τις επιπτώσεις από την λειτουργία των Κινέζικων καταστημάτων στις τοπικές κοινωνίες. Μπορούμε να κάνουμε αναφορά επιγραμματικά στις κύριες επιπτώσεις οι οποίες είναι οι εξής:

- Η μη καταβολή φόρων μειώνει την ικανότητα του κράτους να μαζέψει χρήματα με αποτέλεσμα να τα αναζητά από τους φορολογούμενους
- Οι χαμηλές τιμές βγάζουν εκτός ανταγωνισμού τις τοπικές Ελληνικές επιχειρήσεις
- Οι εργαζόμενοι στα Κινέζικα καταστήματα είναι ανασφάλιστοι μετανάστες, με αποτέλεσμα να διαιωνίζεται η ανεργία στις τοπικές κοινωνίες
- Δεν χρησιμοποιούν τοπικούς προμηθευτές
- Δεν εφαρμόζουν τα ωράρια λειτουργίας όπως κάνουν οι τοπικές επιχειρήσεις

Όλα τα παραπάνω είναι μία επισύναψη των αποτελεσμάτων που έχουν φέρει τα κινέζικα καταστήματα στις τοπικές κοινωνίες και με βάση τα όσα αναφέρθηκαν παραπάνω.

---

<sup>1</sup>Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ) (2007) «Μελέτη για την παραοικονομία»

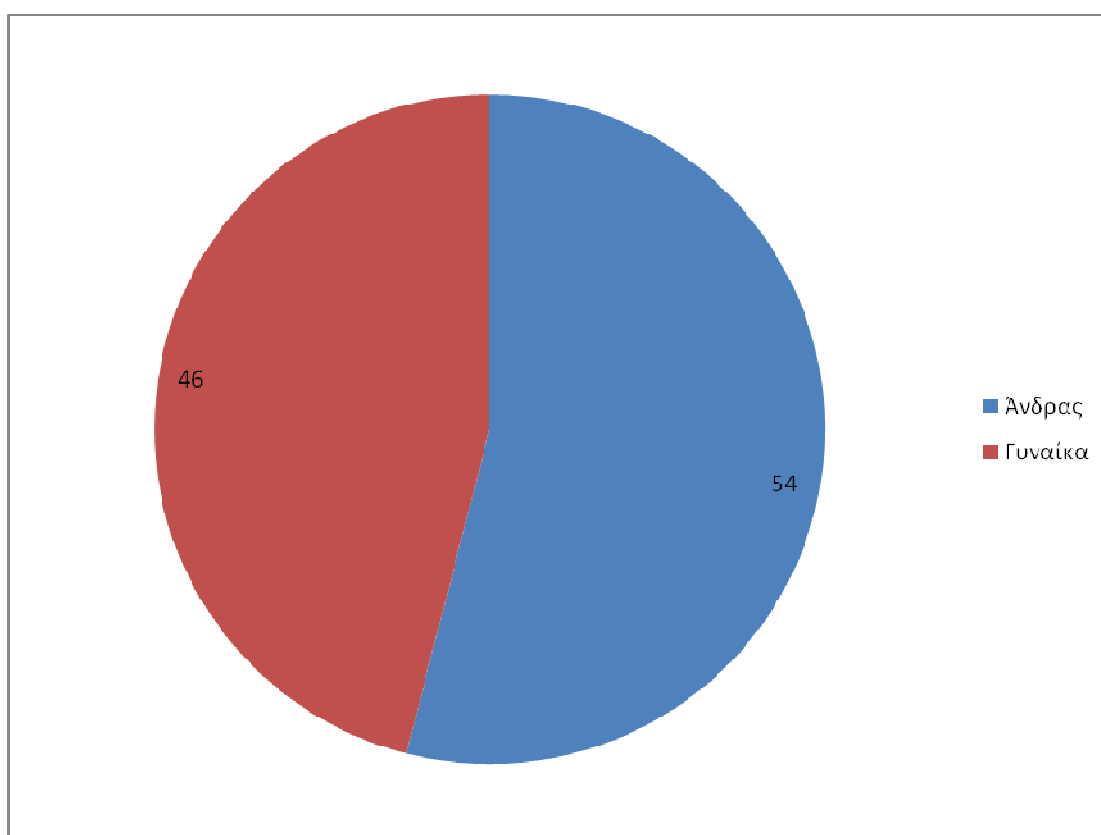
<sup>2</sup>Όργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας & Ανάπτυξης - ΟΟΣΑ (2009) «Έρευνα για την μικροοικονομική ανταγωνιστικότητα»

<sup>3</sup>Ημερησία (2010) «Το παραεμπόριο κτυπάει τις Ελληνικές επιχειρήσεις», 17 Ιουλίου, σελ.5

## 5. Αποτελέσματα της έρευνας

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε σε δείγμα 100 καταναλωτών. Η δειγματοληψία ήταν τυχαία και η διανομή των ερωτηματολογίων έγινε σε κεντρικά σημεία της Αθήνας.

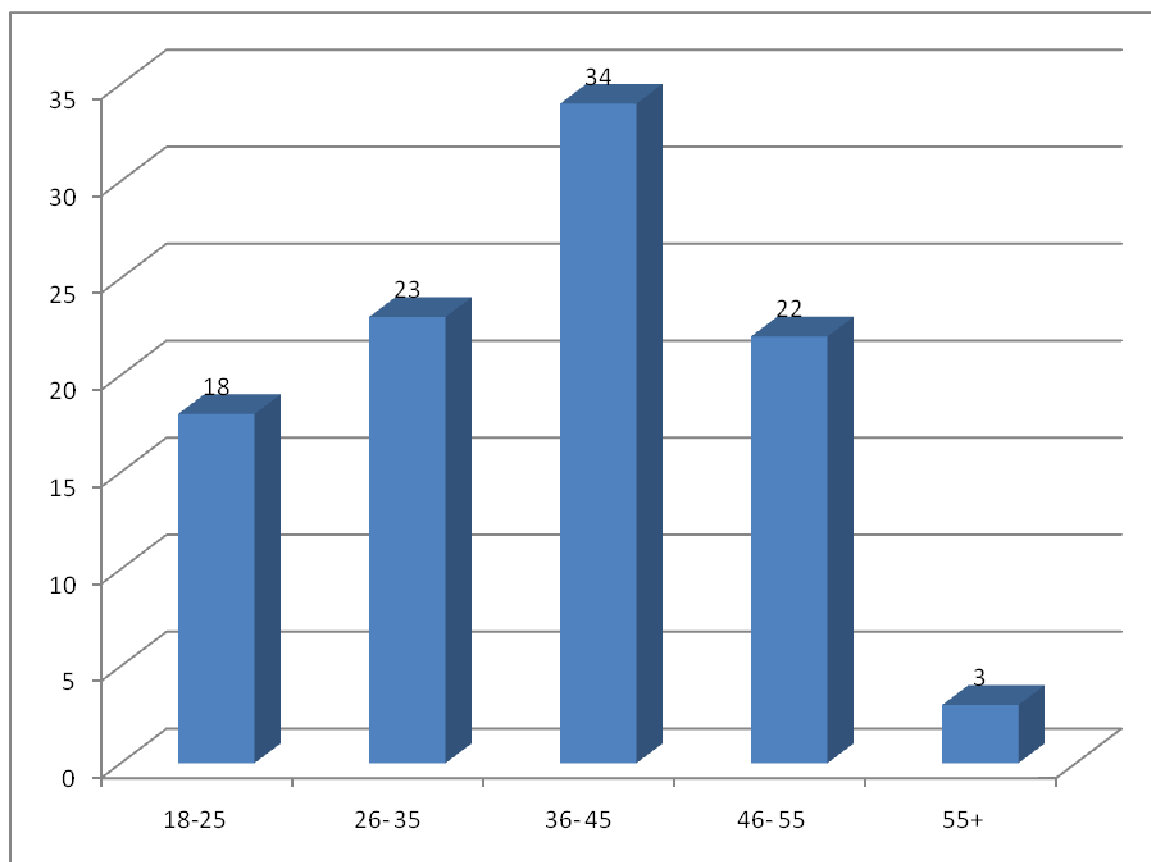
Το πρώτο ερώτημα αφορούσε το φύλο των ερωτώμενων.



Διάγραμμα 4: Φύλο δείγματος

Από τις απαντήσεις προκύπτει ότι η πλειοψηφία των ερωτώμενων είναι άνδρες. Παρόλα αυτά η διαφορά είναι μικρή, οπότε μπορούμε να δηλώσουμε ότι υπάρχει μία ίση κατανομή του δείγματος.

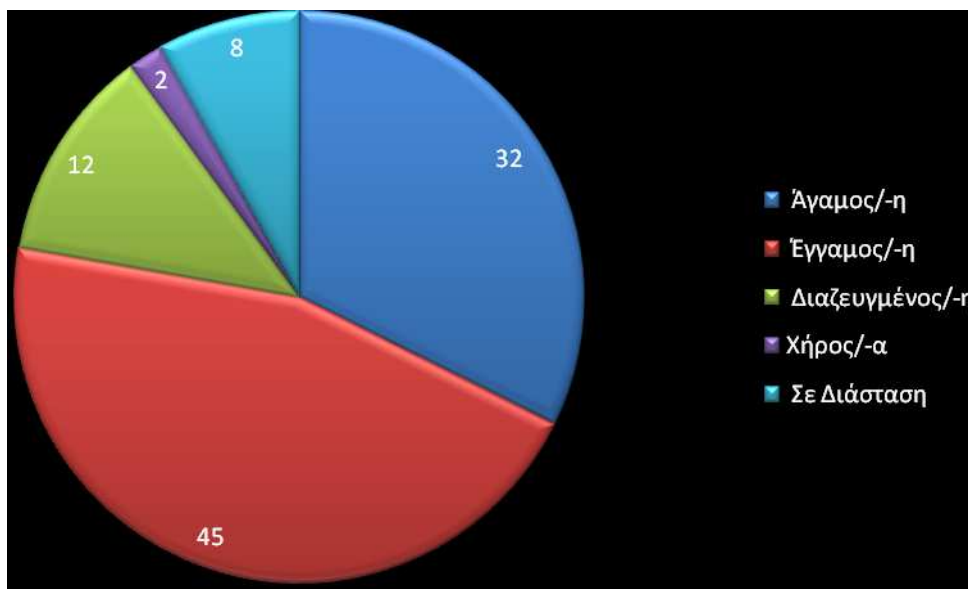
Το δεύτερο ερώτημα αφορά την ηλικία του δείγματος.



Διάγραμμα 5: Ηλικία δείγματος

Από τις απαντήσεις φαίνεται ότι υπάρχουν πολλοί νέοι άνθρωποι, οι οποίοι και αποτελούν και το πιο παραγωγικό κομμάτι της Ελληνικής οικονομίας. Οι περισσότεροι ανήκουν στην ηλικία των 36 έως 45 ετών, μετά είναι η ομάδα των 26 έως 35 με 23 συμμετέχοντες, ακολουθεί η ομάδα των 46 με 55 ετών, η ομάδα των 18 με 25 ενώ μόνο 3 ερωτώμενοι δήλωσαν άνω των 55 ετών.

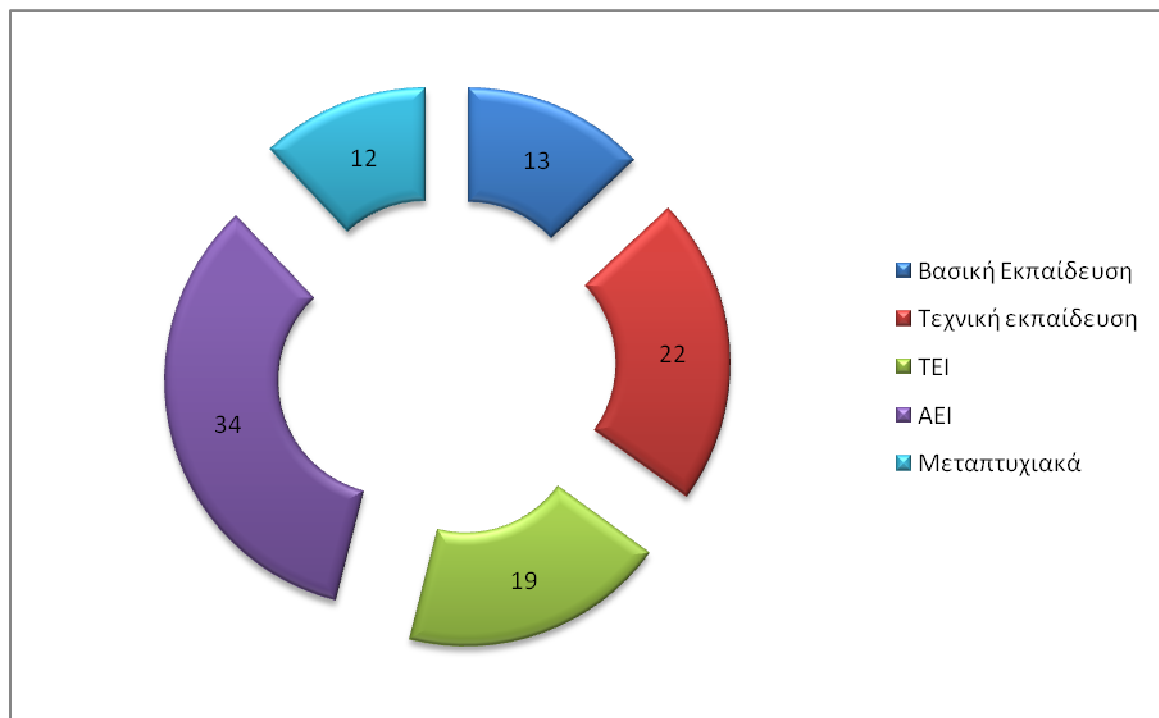
Το τρίτο ερώτημα αφορά την οικογενειακή κατάσταση των ερωτώμενων.



Διάγραμμα 6: Οικογενειακή κατάσταση δείγματος

Η πλειοψηφία είναι έγγαμοι (45 άτομα) ενώ πολλοί δήλωσαν άγαμοι. Αυτό δικαιολογείται και από το γεγονός ότι το δείγμα αποτελείται από νέους ανθρώπους. Μικρότερος αριθμός δήλωσε ότι είναι διαζευγμένος/η, 8 άτομα είναι σε διάσταση ενώ 2 δήλωσαν χήροι.

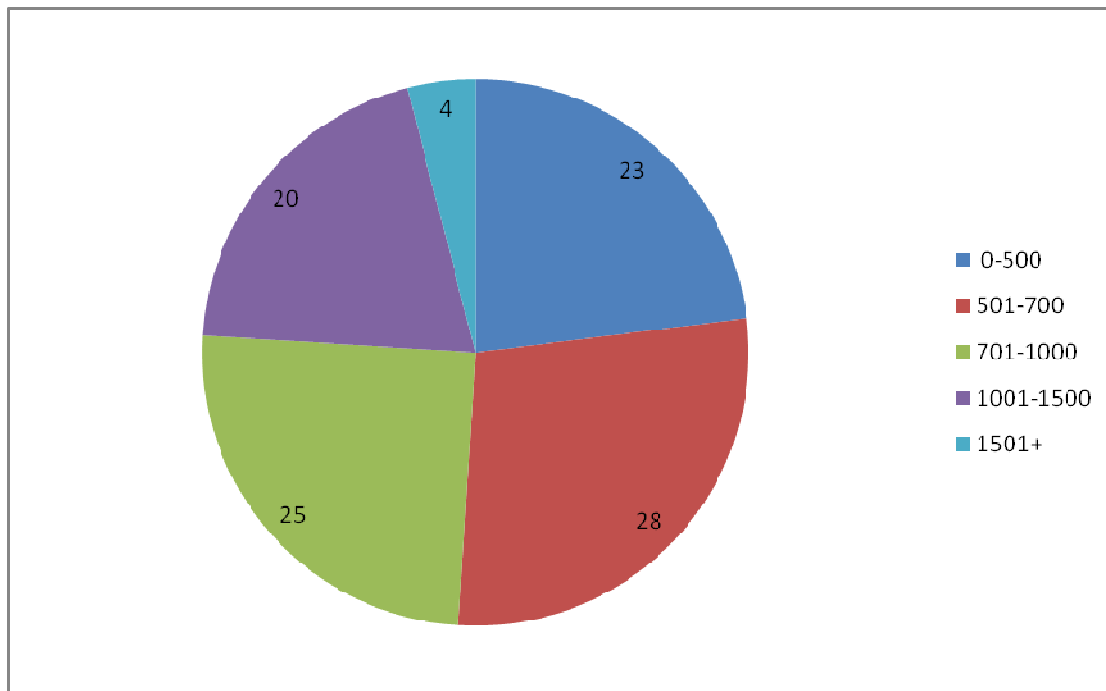
Το τέταρτο ερώτημα αφορά την εκπαίδευση των ερωτώμενων.



Διάγραμμα 7: Εκπαίδευση δείγματος

Η πλειοψηφία είναι απόφοιτοι ΑΕΙ (34 άτομα), 22 άτομα έχουν σπουδάσει σε σχολές Τεχνικής εκπαίδευσης, 19 είναι απόφοιτοι ΤΕΙ ενώ 13 άτομα έχουν βασική εκπαίδευση και τέλος 12 άτομα έχουν μεταπτυχιακό τίτλο. Η πλειοψηφία του δείγματος κατέχει πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, γεγονός το οποίο κάνει την άποψη τους πολύ σημαντική.

Η πέμπτη ερώτηση αφορά το μηναίο ατομικό εισόδημα των ερωτώμενων.

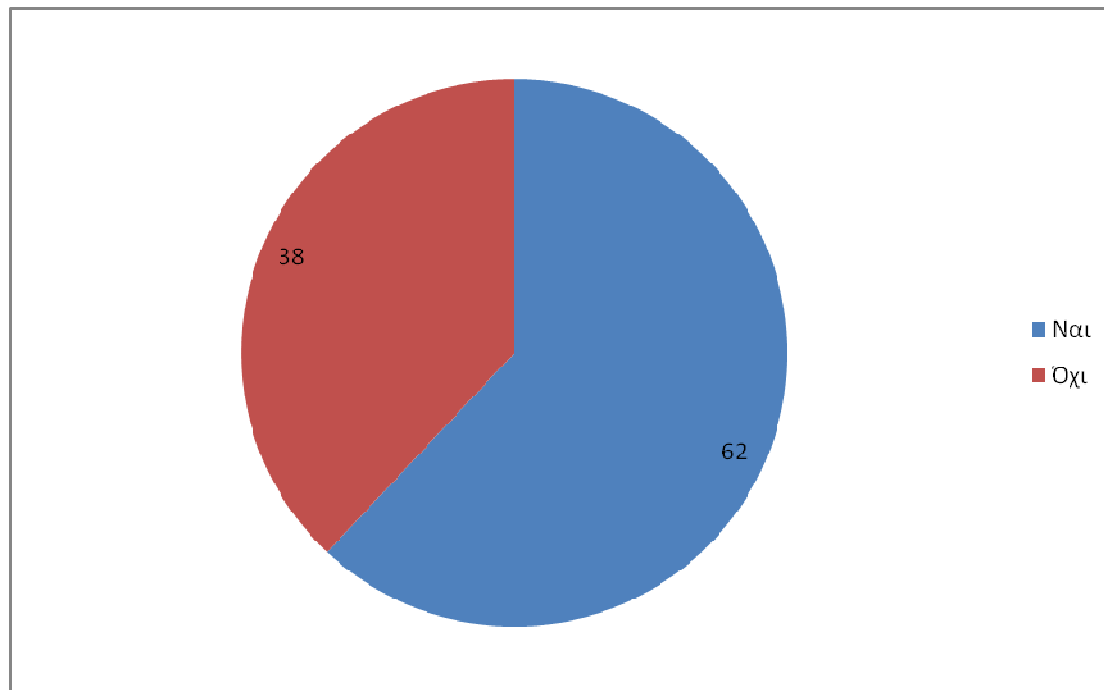


Διάγραμμα 8: Μηναίο ατομικό εισόδημα δείγματος

Εφόσον το δείγμα αποτελείται από πολλούς νέους ανθρώπους αλλά και δεδομένης της οικονομικής κρίσης, είναι αναμενόμενο, 28 άτομα να έχουν εισόδημα από 501 ως 700 ευρώ, 25 άτομα εισόδημα από 701 ως 1000 ευρώ, 23 άτομα εισόδημα από 0 έως 500 ευρώ, 20 άτομα με εισόδημα από 1001 έως 1500 και μόνο 4 άτομα εισόδημα άνω των 1501 ευρώ. Το γεγονός πως η πλειοψηφία του δείγματος είναι χαμηλόμισθοι, με εισόδημα μικρότερο των 1000 ευρώ, αποτελεί σημαντικό παράγοντα της έρευνας καθώς αφορά καταναλωτές που αποτελούν τους, κατά κύριο λόγο, πελάτες των κινέζικων καταστημάτων.

Με το πέρας των προκαταρκτικών ερωτήσεων, ακολουθεί το κυρίως μέρος της έρευνας.

Η έκτη ερώτηση αφορά το αν οι ερωτώμενοι έχουν αγοράσει αγαθά από κινέζικα καταστήματα.

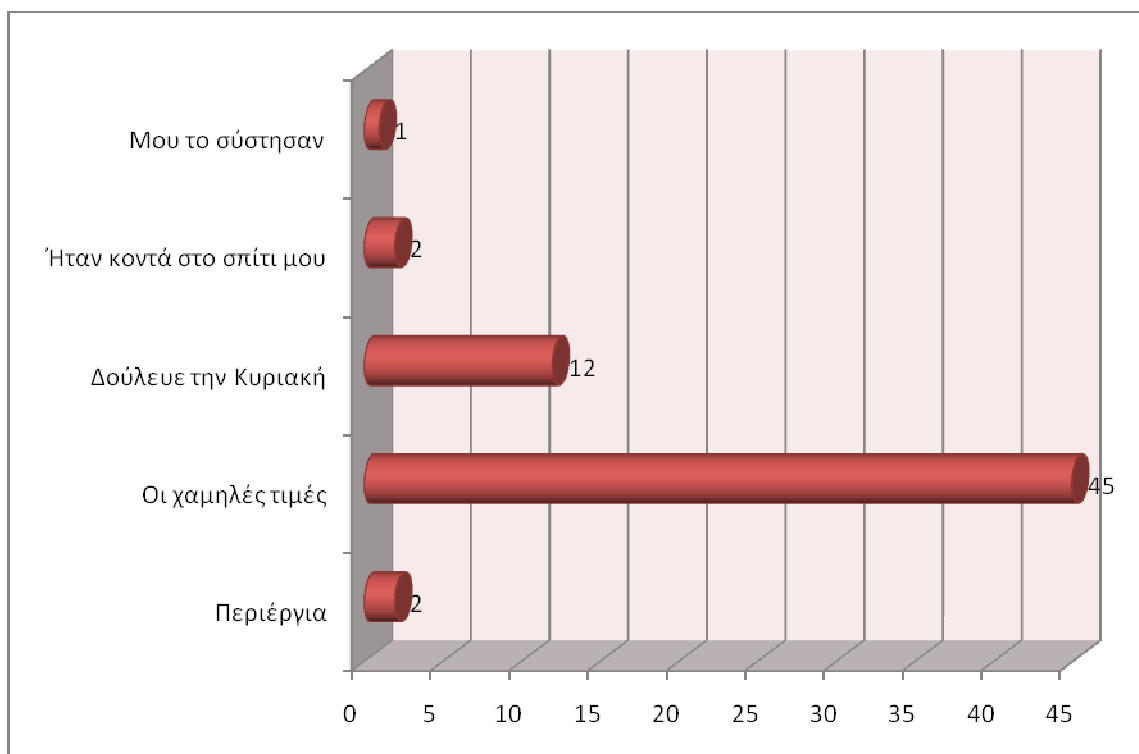


Διάγραμμα 9: Ποσοστό δείγματος που έχει αγοράσει αγαθά από κινεζικά καταστήματα

Από τις απαντήσεις φαίνεται ότι υπάρχει υψηλό ποσοστό ερωτώμενων που έχει αγοράσει από κινέζικα καταστήματα. Αυτοί που απάντησαν θετικά είναι ως επί το πλείστον νέοι άνθρωποι με χαμηλά εισοδήματα, ενώ οι άνω των 45 ετών φαίνεται να μην έχουν αγοράσει από τα κινέζικα καταστήματα.



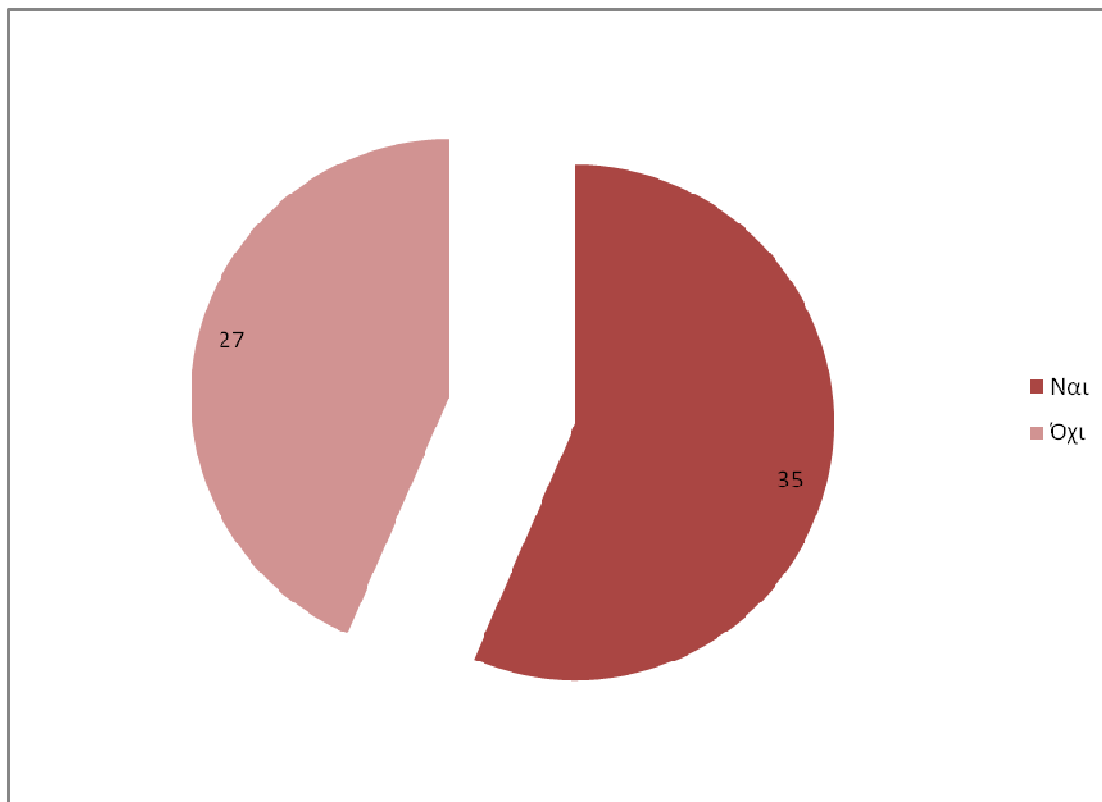
Από όσους είχαν αγοράσει από Κινέζικα καταστήματα, τους ζητήθηκε να απαντήσουν σε μία σειρά ερωτήσεων. Έτσι, η έβδομη ερώτηση αφορούσε το κίνητρο που τους ώθησε να αγοράσουν από Κινέζικο κατάστημα.



Διάγραμμα 10: Κίνητρα που οδηγούν στην αγορά αγαθών από κινέζικα καταστήματα

Από τις απαντήσεις φαίνεται πως η πλειοψηφία προτίμησε τα κινέζικα καταστήματα για τις χαμηλές τιμές τους. Είναι μία απάντηση που ουσιαστικά επιβεβαιώνει και τα όσα έχουμε πει στο θεωρητικό μέρος, ότι δηλαδή οι χαμηλές τιμές αποτελούν ένα σημαντικό κίνητρο. Επίσης, υπάρχει μερίδα του δείγματος που δήλωσε ότι προτίμησε να αγοράσει από κινέζικο κατάστημα από το γεγονός ότι λειτουργούσε – έστω και παράνομα – τις Κυριακές, μία πρακτική που την εφαρμόζουν σχεδόν όλα τα κινέζικα καταστήματα.

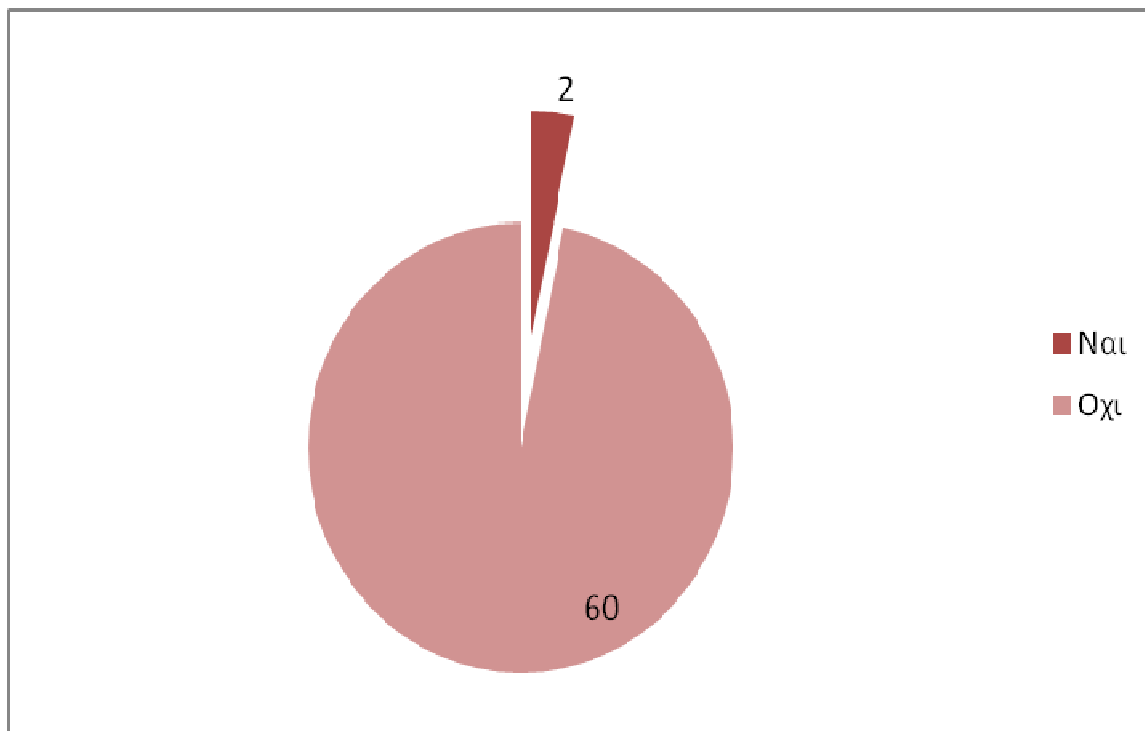
Το επόμενο ερώτημα αφορούσε το αν έμειναν ικανοποιημένοι από την αγορά που έκαναν και την εμπειρία τους από το κινέζικο κατάστημα.



Διάγραμμα 11: Ποσοστό ικανοποίησης του δείγματος από τα αγαθά των κινέζικων καταστημάτων

Από τα αποτελέσματα φαίνεται ότι η πλειοψηφία, 35 από τους 62 ερωτώμενους, έμειναν ικανοποιημένοι, ενώ 27 δήλωσαν ότι δεν έμειναν ικανοποιημένοι. Αν και είναι γνωστό ότι τα μαγαζιά αυτά παρέχουν προϊόντα κακής ποιότητας, φαίνεται ότι οι καταναλωτές το γνώριζαν και οι προσδοκίες τους είχαν να κάνουν με την αγορά ενός φτηνού προϊόντος όπως και έγινε. Οπότε δεν πρέπει να μας εκπλήσσουν οι απαντήσεις που δόθηκαν μιας και ουσιαστικά οι καταναλωτές πήραν αυτό που περίμεναν, δηλαδή ένα φτηνό προϊόν.

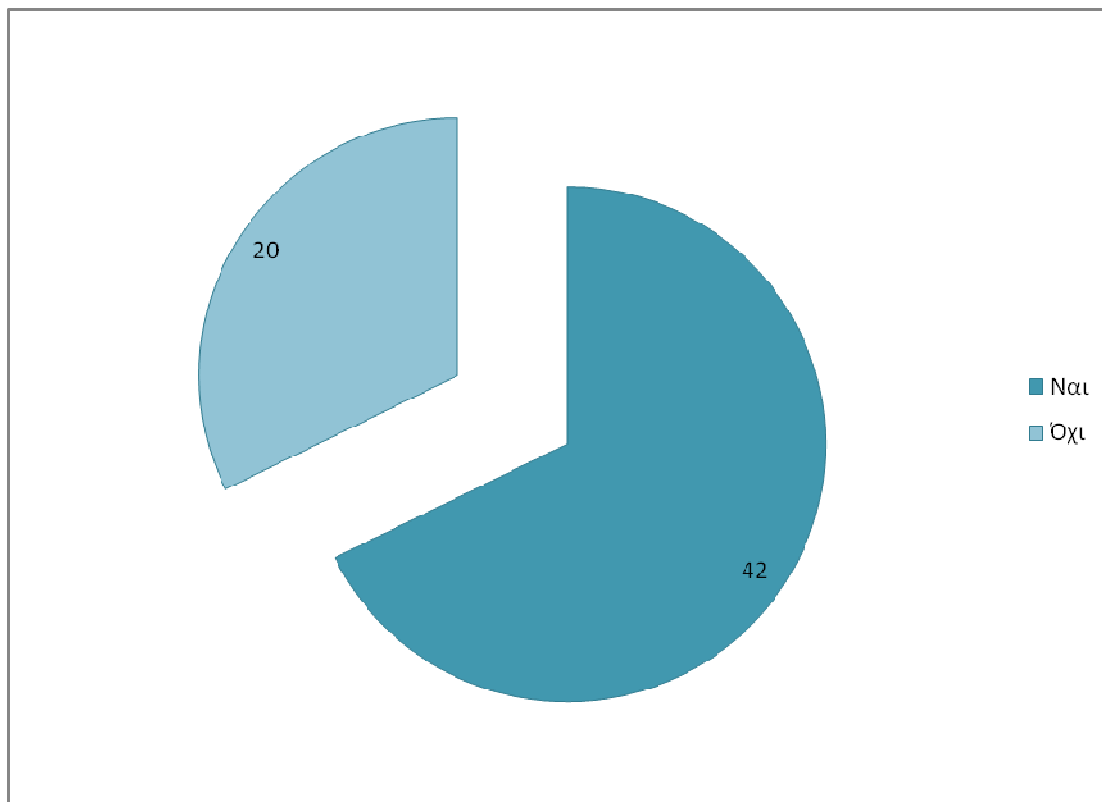
Η ένατη ερώτηση αφορούσε ένα σημείο όπου και τα κινέζικα καταστήματα έχουν γίνει στόχος κριτικής και δεν είναι τίποτε άλλο από το γεγονός ότι δεν παρέχουν νόμιμες αποδείξεις.



Διάγραμμα 12: Ποσοστό δείγματος που έλαβε νόμιμες αποδείξεις λιανικής αγοράς από κινέζικο κατάστημα

Από τις απαντήσεις προκύπτει ότι μόνο σε δύο περιπτώσεις δόθηκαν νόμιμες αποδείξεις λιανικής αγοράς. Βέβαια από την στιγμή που τα Κινέζικα καταστήματα, όπως εξηγήσαμε και στο θεωρητικό μέρος, λειτουργούν σε καθεστώς ημι-παρανομίας με ένα ομιχλώδες τοπίο ως προς την διαδικασία των εισαγωγών, πράγμα που δεν τους επιτρέπει και να εκδώσουν τα σχετικά τιμολόγια. Μπορεί επίσης να είναι και η επιχειρηματική κουλτούρα – φύση των συγκεκριμένων μαγαζιών που τείνουν γενικά προς τον αθέμιτο ανταγωνισμό.

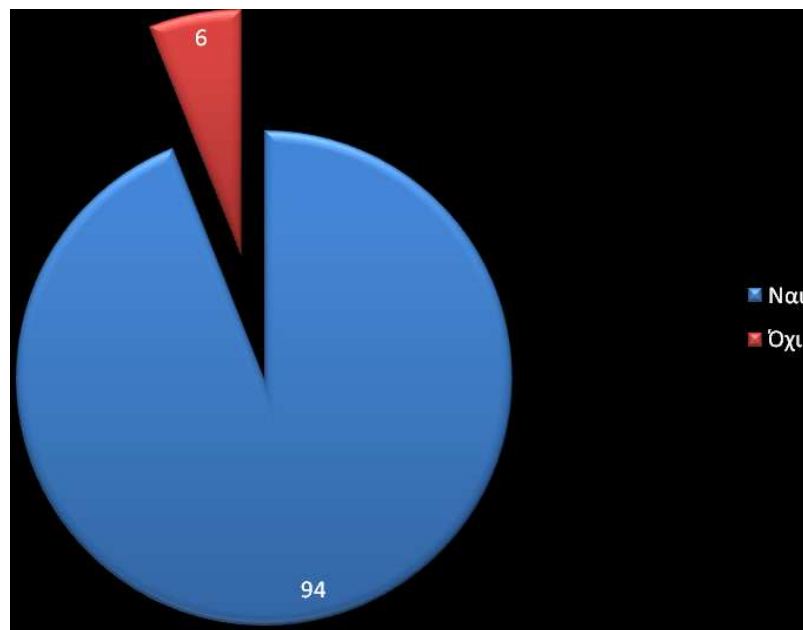
Η δέκατη ερώτηση αφορούσε το αν θα ψώνιζαν ξανά από κινέζικο κατάστημα, ακόμα και αν δεν ήταν ικανοποιημένοι.



Διάγραμμα 13: Ποσοστό δείγματος που θα επέλεγε ξανά αγαθά από κινέζικο κατάστημα

Σχεδόν όσοι ήταν ικανοποιημένοι αλλά και μέρος όσων δήλωσαν ότι δεν ήταν ικανοποιημένοι δήλωσαν ότι θα ψώνιζαν ξανά από κινέζικο κατάστημα. Φαίνεται ότι η προσφορά φτηνών αγαθών, ακόμα και αν είναι της χειρίστης ποιότητας, αποτελεί ένα πολύ σημαντικό κίνητρο.

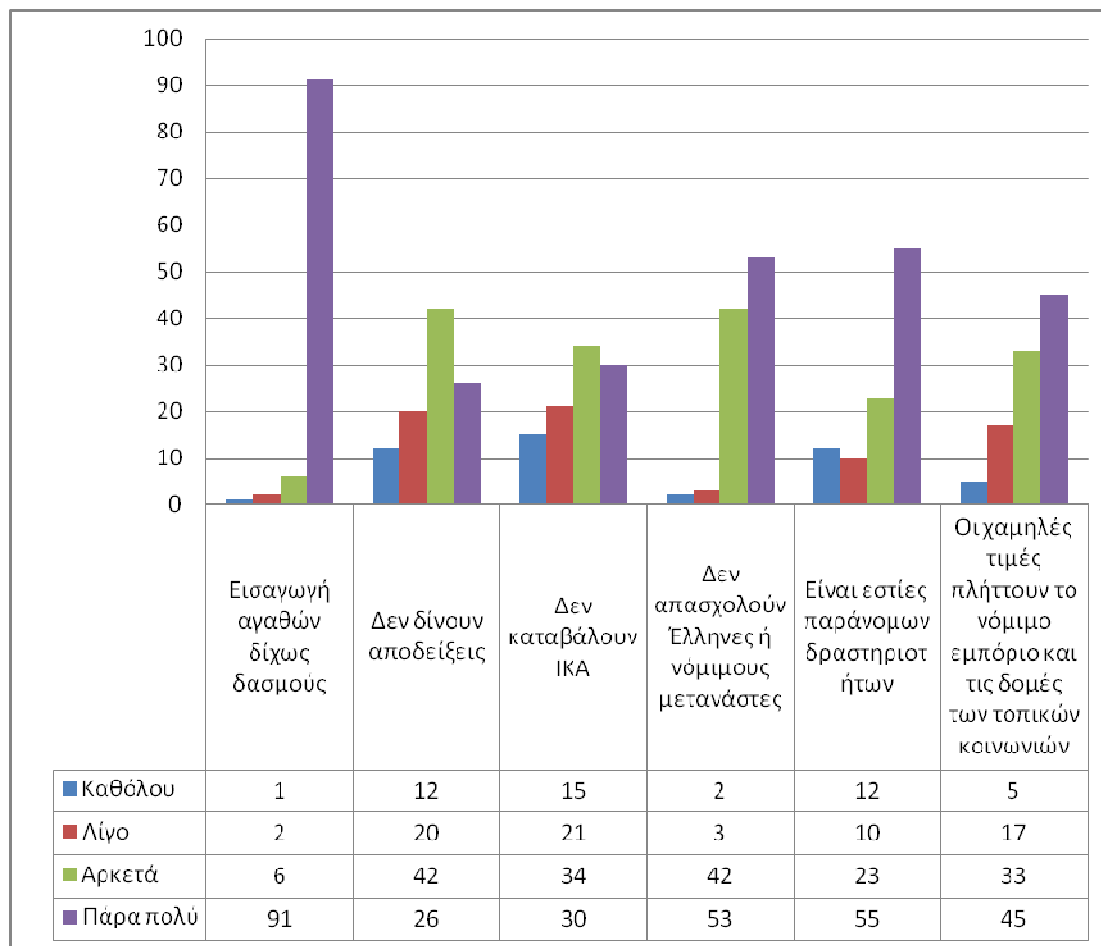
Η ενδέκατη ερώτηση αφορούσε το τι πιστεύουν οι καταναλωτές σε ότι αφορά το αν τα κινέζικα καταστήματα επηρεάζουν αρνητικά την Εθνική Οικονομία ή όχι



Διάγραμμα 14: Άποψη δείγματος σχετικά με το αν τα κινέζικα καταστήματα επηρεάζουν αρνητικά την εθνική οικονομία ή όχι

Η απάντηση εδώ ήταν ότι όντως επηρεάζουν αρνητικά την Εθνική οικονομία και αυτό φαίνεται να είναι μία κοινή πεποίθηση ανάμεσα στους καταναλωτές.

Στην συνέχεια έχουμε μία σειρά ερωτήσεων σε κλίμακα Likert.

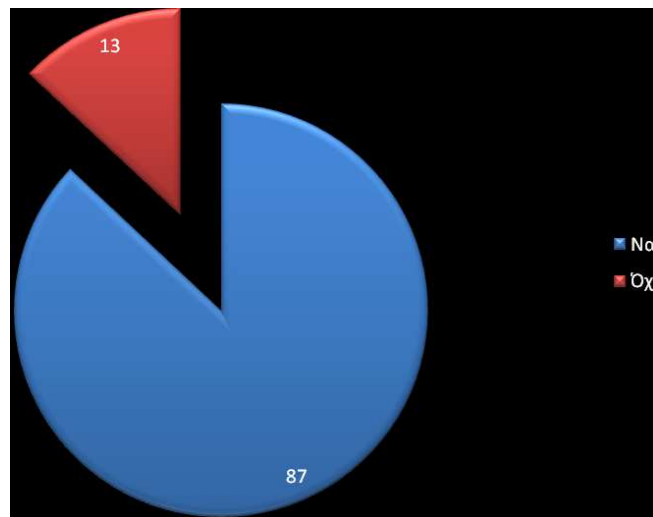


Διάγραμμα 15: Οι απόψεις του δείγματος σχετικά με το ποιά είναι τα κυριότερα ζητήματα των κινέζικων καταστημάτων που επηρεάζουν την ελληνική οικονομία

Από τις απαντήσεις που δόθηκαν φαίνεται πως η άποψη των καταναλωτών είναι ότι αυτές οι επιχειρήσεις πλήττουν την Εθνική Οικονομία. Ειδικότερα, η εισαγωγή αγαθών δίχως δασμούς, το γεγονός ότι αποτελούν εστίες παράνομων δραστηριοτήτων αλλά και ότι δεν απασχολούν Έλληνες εργαζόμενους ή νόμιμους μετανάστες αποτελούν τα κυριότερα ζητήματα. Βέβαια, σχεδόν όλα τα ανωτέρω ζητήματα φαίνεται να επηρεάζουν αρνητικά την Ελληνική οικονομία, σύμφωνα με τις απόψεις των καταναλωτών.

Αποτελεί, λοιπόν, μία κοινή παραδοχή ότι οι δραστηριότητες των κινέζικων καταστημάτων πλήττουν την Εθνική οικονομία.

Το τελευταίο ερώτημα αφορά το αν θα αποτελούσε κίνητρο για τους καταναλωτές το να λειτουργούν νόμιμα τα κινέζικα καταστήματα, γεγονός που σημαίνει να πληρώνουν κανονικά τις ασφαλιστικές εισφορές, τον φόρο και το ΦΠΑ όπως και δασμούς για τα αγαθά που εισάγουν.



Διάγραμμα 16: Αποψη του δείγματος σχετικά με την νομιμοποίηση των κινέζικων καταστημάτων

Από τις απαντήσεις φαίνεται ότι μία μεγάλη μερίδα των ερωτώμενων θα έβλεπε θετικά το ενδεχόμενο να μονιμοποιηθούν τα κινέζικα καταστήματα και να μπορούν να ανταγωνιστούν επί ίσης όροις με τα αντίστοιχα ελληνικά καταστήματα.

## 6. Συμπεράσματα και προτάσεις

Η εργασία εξέτασε την παρουσία των Κινέζικων καταστημάτων, με έμφαση στον Νομό Αττικής.

Από την βιβλιογραφική έρευνα φαίνεται πως η όλη παρουσία τους αποτελεί ένα ερωτηματικό. Το νομικό σκέλος της λειτουργίας τους είναι νεφελώδες και βασίζεται σε συμφωνίες μεταξύ Ε.Ε. και Κίνας για μειωμένους δασμούς, αλλά και στην απελευθέρωση του εμπορίου μεταξύ Κίνας και Ιταλίας, δίχως δασμούς και ελέγχους, από όπου και προέρχονται τα περισσότερα εμπορεύματα που διατίθενται στην Ελλάδα.

Η παρουσία των Κινέζικων καταστημάτων δημιουργεί μία σειρά προβλημάτων όπως:

- Λειτουργούν δίχως ωράρια
- Δεν κόβουν αποδείξεις και δεν πληρώνουν φόρους και ΦΠΑ
- Συχνά η λειτουργία τους αγγίζει τα όρια του υποκόσμου
- Δεν απασχολούν εργαζόμενους με ΙΚΑ και δεν δημιουργούν θέσεις εργασίας για όσες χάνονται από τα καταστήματα που κλείνουν, ως αποτέλεσμα της παρουσίας των κινέζικων καταστημάτων
- Οι χαμηλές τιμές, ως αποτέλεσμα του μοντέλου λειτουργίας που έχουν, είναι δείγμα αθέμιτου ανταγωνισμού προς τους νόμιμους λιανέμπορους
- Τα όποια αγαθά πωλούνται δεν είναι ελεγμένα και μπορεί να θέσουν σε κίνδυνο την υγεία των καταναλωτών.



Σε μία περίοδο οικονομικής κρίσης, το να λειτουργούν δεκάδες καταστήματα δίχως να αποδίδουν φόρους, δίχως να δημιουργούν θέσεις εργασίας αλλά και συγχρόνως να οδηγούν στο λουκέτο χιλιάδες νόμιμους λιανέμπορους, είναι μία αρνητική κατάσταση.

Βέβαια από αυτή την κατάσταση έχουν όφελος χιλιάδες Έλληνες καταναλωτές, ειδικά σε μία περίοδο κρίσης, καθώς αυτά τα καταστήματα αποτελούν μία φθηνή διέξοδο.

Σε ότι αφορά την έρευνα, φάνηκαν δύο προσεγγίσεις. Η μία είναι πως οι καταναλωτές έχουν αρνητική εικόνα για αυτές τις επιχειρήσεις και τις θεωρούν επιβλαβείς για την εθνική αλλά και την τοπική οικονομία. Από την άλλη πλευρά, ειδικά στους νέους και όσους έχουν χαμηλά εισοδήματα, η παρουσία αυτών των καταστημάτων αποτελεί μία οικονομική πρόταση, που αν και γνωρίζουν τις αρνητικές επιπτώσεις που έχει η πράξη τους, δεν θα δίσταζαν να αγοράσουν από ένα κινέζικο κατάστημα, μιας και κίνητρο τους δεν είναι η ποιότητα, αλλά το φθηνό προϊόν.

Με βάση τα παραπάνω, οι προτάσεις είναι οι εξής:

- Να εξεταστεί το νομικό πλαίσιο λειτουργίας αυτών των καταστημάτων
- Να ελέγχονται από τον ΣΔΟΕ για οικονομικές παραβάσεις
- Να υπάρξει ξεχωριστή συμφωνία μεταξύ Ελλάδας και Κίνας ώστε μπουν δασμοί και να εξεταστεί το όλο καθεστώς εμπορίου μεταξύ των δύο αυτών χωρών

- Να υποχρεωθούν τα κινέζικα καταστήματα για την νομιμοποίηση τους, για τα ωράρια τους, την απασχόληση κλπ.
- Να υπάρχει μία ποσόστωση ώστε τα Κινέζικα καταστήματα να είναι υποχρεωμένα να πουλάνε ένα ποσοστό Ελληνικών προϊόντων.

Οι παραπάνω προτάσεις θα βοηθήσουν να διορθωθούν οι όποιες στρεβλώσεις και να υπάρχει νομιμότητα στην λειτουργία των καταστημάτων αυτών, που ουσιαστικά λειτουργούν εις βάρος του κοινού συμφέροντος.

## BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ξένα βιβλιογραφία

- "Why Money Matters," WSJ, Nov. 17 2006, p. A20
- Albaum, G., Duerr, E., and Strandkov, J. (2005), "International Marketing and Export Management", 5th ed., Pearson Education Ltd
- Bavaria, J. (2005), "Wal Mart: twenty-first century leadership?", The Independent, 25 October
- Churchill, G, 1995 "Marketing research, methodological foundations" 6th edition, Dryden
- Dessing, M. (2000), "The competitiveness of firms when the labor supply curve is S-shaped: sweatshops and labor's poverty trap", Geneva, working paper
- Dibb, Simkin, Pride and Ferrell, 1994 "Marketing, concepts and strategies" Houghton Mifflin
- Doole I. Lowe R and Phillips C. (1994): International Marketing strategy, United Kingdom, International Thomson Publishing
- Economist (2010) China's misunderstood economy, January 14th
- Griffin, R. and Pustay, M. (2005) "International Business" 4th Ed. Pearson
- Hollensen, S. (2001), "Global Marketing. A Market-Responsive Approach", Essex: Prentice-Hall.
- Jacoby, J. "Consumer research: A state of the art review", Journal of marketing, 54 (July 1990), 1-15
- Johnson S., D. Kaufmann and P. Zoido-Lobaton (1998), "Regulatory Discretion and the Unofficial Economy", American Economic Review, vol. 88, No. 2

- Lafferty, B.A., Goldsmith, R.E., Newell, S.J. (2002), "The dual credibility model: the influence of corporate and endorser credibility on attitudes and purchase intentions", *Journal of Marketing Theory & Practice*, Vol. 10 No.1, pp.1-12.
- Malholtra, N. Birks, D, (1999) "Marketing Research, an applied approach" European edition, Prentice Hall – Financial Times
- McAdam, R., Leonard, D. (2003), "Corporate social responsibility in a total quality management context: opportunities for sustainable growth", *Corporate Governance*, Vol. 3 No.4, pp.36-45.
- P. Navarro. (1988) why do corporations give to charity? *Journal of Business*, Vol 61, No1, pp:65–93.
- Sachs, Jeffrey (2001). *The Strategic Significance of Global Inequality*, *The Washington Quarterly*, Vol. 24, No. 3, Summer 2001
- Sachs, Jeffrey (2005). *The End of Poverty: Economic Possibilities for Our Time* Penguin Press
- Valor, C, (2002) "Corporate Social Responsibility and Corporate Citizenship: Towards Corporate Accountability", *Business & Society Review*, Vol.110, No. 2, pp:191 – 212.
- Wei S.-J. (1997), "How Taxing is Corruption on International Investors", *National Bureau of Economic Research Working Paper*, No. 6030, Cambridge MA.
- Williams, D. "Chinatown Is a Hard Sell in Italy", *Washington Post Foreign Service*, March 1, 2004; Page A11.

### Ελληνική βιβλιογραφία

- Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Πειραιά, 2009 (Το Παραεμπόριο και οι Προτάσεις του ΒΕΠ για την αντιμετώπιση του)
- ΒΗΜΑgazino, 2011 , «Η χρονιά του λαγού» τεύχος 538, σελ 40, 6 Φεβρουαρίου.
- Ελευθεροτυπία (2009) «Τα Κινέζικα καταστήματα στην Αθήνα, 10 Σεπτεμβρίου
- ΕΣΥΕ (2009) «Στοιχεία για το λιανεμπόριο»
- Ημερησία (2010) «Το παραεμπόριο κτυπάει τις Ελληνικές επιχειρήσεις», 17 Ιουλίου, σελ.5
- Ιδρύματος Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ) (2007) «Μελέτη για την παραοικονομία»
- Καλδής, Β (2002) 'Επιχειρήσεις και Ηθική' Ο.Π.Α.
- Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας & Ανάπτυξης - ΟΟΣΑ (2009) «Έρευνα για την μικροοικονομική ανταγωνιστικότητα»
- Πελαγίδη και Μ. Μητσόπουλου (2006), Ανάλυση της Ελληνικής Οικονομίας. Η Προσοδοθηρία και οι Μεταρρυθμίσεις, Παπαζήσης.
- Σημείωμα Β5 της διεύθυνσης εξωτερικών σχέσεων του Υπουργείου Εξωτερικών για το εμπόριο με την Κίνα
- Ψαρουδάκης, Μ. (2006). Πολυκαταστήματα και Μικρομεσαίες Εμπορικές Επιχειρήσεις. Εισήγηση στην 19<sup>η</sup> Γενική Συνέλευση ΕΟΑΕΝ στη Μυτιλήνη

## Ιστοσελίδες

- <http://www.unic.gr>  
Facing the Humanitarian Challenge: Towards a Culture of Prevention" United Nations, Department of Public Information DPI/2070 - September 1999
- [http://www.coneinc.com/Pages/pr\\_30.html](http://www.coneinc.com/Pages/pr_30.html)
- [http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano\\_eng/Content?WCM\\_GLOBAL\\_CONTEXT=/elcano/Elcano\\_in/Zonas\\_in/ARI\\_100-2007](http://www.realinstitutoelcano.org/wps/portal/rielcano_eng/Content?WCM_GLOBAL_CONTEXT=/elcano/Elcano_in/Zonas_in/ARI_100-2007)
- <http://www.reason.com/news/show/28968.html>
- <http://www.sa-intl.org/index.cfm?&stopRedirect=1>
- [http://dir.icap.gr/news/index\\_gr\\_7153.asp](http://dir.icap.gr/news/index_gr_7153.asp)
- <http://www.greece.lraqa.com/standards-and-schemes/standards/149049-sa8000.aspx>.
- [http://europa.eu/legislation\\_summaries/external\\_relations/rerelations\\_with\\_third\\_countries/asia/r14208\\_el.htm](http://europa.eu/legislation_summaries/external_relations/rerelations_with_third_countries/asia/r14208_el.htm)
- <http://www.mfa.gr/www.mfa.gr/el-GR/Policy/Geographic+Regions/Asia/Oceania/Bilateral+Relations/China/>

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ – ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

### 1. Φύλο:

- Άνδρας
- Γυναίκα

### 2. Ηλικία

- 18-25
- 26- 35
- 36- 45
- 46- 55
- 55+

### 3.Οικογενειακή κατάσταση:

- Άγαμος/-η
- Έγγαμος/-η
- Διαζευγμένος/-η
- Χήρος/-α
- Σε Διάσταση

### 4. Σπουδές

- Βασική Εκπαίδευση
- Τεχνική εκπαίδευση
- ΤΕΙ
- ΑΕΙ
- Μεταπτυχιακά

### 5. Μηνιαίο ατομικό εισόδημα

- 0-500
- 501-700
- 701-1000
- 1001-1500
- 1501+

### 6. Έχετε αγοράσει προϊόν από Κινέζικο κατάστημα;

- Ναι
- Όχι (πηγαίνετε στην ερώτηση 11)

7. Αν ναι, ποιο ήταν το κύριο κίνητρο;

- Περιέργεια
- Οι χαμηλές τιμές
- Δούλευε την Κυριακή
- Ήταν κοντά στο σπίτι μου
- Μου το σύστησαν

8. Μείνατε ικανοποιημένοι από το συγκεκριμένο κατάστημα;

- Ναι
- Όχι

9. Σας δόθηκε νόμιμη απόδειξη αγοράς;

- Ναι
- Όχι

10. Θα ξαναψωνίζατε από Κινέζικο κατάστημα, ακόμα και δεν ήσασταν ικανοποιημένοι από την προηγούμενη εμπειρία σας;

- Ναι
- Όχι

11. Υπάρχει η άποψη ότι τα Κινέζικα καταστήματα επηρεάζουν αρνητικά την Εθνική οικονομία. Σας βρίσκει σύμφωνους αυτή η άποψη;

- Ναι
- Όχι

Παρακαλώ συμπληρώστε τον επόμενο πίνακα σε ότι αφορά το με ποιους τρόπους και κατά πόσο τα Κινέζικα καταστήματα να πλήξουν την οικονομία

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πάρα πολύ
12. Εισαγωγή αγαθών δίχως δασμούς				
13. Δεν δίνουν αποδείξεις				
14. Δεν καταβάλουν ΙΚΑ				
15. Δεν απασχολούν Έλληνες ή νόμιμους μετανάστες				
16. Είναι εστίες				



παράνομων δραστηριοτήτων				
17. Οι χαμηλές τιμές πλήττουν το νόμιμο εμπόριο και τις δομές των τοπικών κοινωνιών				

18. Θα το θεωρούσατε ως κίνητρο το να λειτουργούν τα Κινέζικα καταστήματα νόμιμα και με την παροχή νόμιμων αποδείξεων αγοράς;

- Ναι
- Όχι