

Γεωγραφίες

Αρ. 30 (2017)

Γεωγραφίες, Τεύχος 30, 2017



Η ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΥΠΟ ΤΙΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΤΗΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΤΟΥ 2007. ΟΙ ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΕΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΣΤΗ ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΑΠΟΔΟΣΗ

Νίκος Καπιτσίνης

Η ΚΙΝΗΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΥΠΟ ΤΙΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΤΗΣ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΤΟΥ 2007. ΟΙ ΜΕΤΑΚΙΝΗΣΕΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΣΤΗ ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΑΠΟΔΟΣΗ

Καπιτσίνης Νίκος*

Περίληψη

Το παρόν άρθρο πραγματεύεται την εξέλιξη της κινητικότητας των επιχειρήσεων στο πλαίσιο της οικονομικής κρίσης του 2007 και την επίπτωση της μετακίνησης στην απόδοση των εταιριών. Συγκεκριμένα, αναλύεται εις βάθος η μετά την κρίση μετακίνηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) από την Ελλάδα στη Βουλγαρία, η οποία αυξήθηκε πρόσφατα, κάνοντας χρήση δεδομένων από επιτόπια έρευνα με 103 Ελληνικές ΜΜΕ στη Βουλγαρία. Οι επιχειρηματίες θεώρησαν τη μετακίνηση σαν αναγκαιότητα. Σε αντίθεση με την υφιστάμενη βιβλιογραφία, το εργατικό κόστος δεν επηρέασε αποφασιστικά την έξοδο των ΜΜΕ από την Ελλάδα. Επίσης, το επίπεδο της ζήτησης, αποκαλύφθηκε ως πιο σημαντικό σε σχέση με τα ευρήματα της βιβλιογραφίας και η πρόσβαση στην εξωτερική χρηματοδότηση αναδύθηκε σαν ένας κύριος παράγοντας. Η χαμηλή φορολογία και η γεωγραφική γειτνίαση με την Ελλάδα, ήταν επίσης σημαντικά στοιχεία τα οποία προσέελκυσαν τους επιχειρηματίες στη Βουλγαρία.

Firm mobility in the conditions of the 2007 global economic crisis. Firm relocation from Greece to Bulgaria and its impact on business performance

Kapitsinis Nikos

Abstract

This paper studies firm relocation in the global financial crisis of 2007 and the impact of relocation on business performance. Specifically, the paper examines the post-crisis relocation of SMEs from Greece to Bulgaria based on original insights by a survey of 103 Greek SMEs in Bulgaria. The research outcomes enrich the existing analytical tools on firm mobility. Firm relocation was perceived as a necessity. Contrary to literature findings, labour cost did not significantly influence firm exit from Greece, the level of demand was more important compared with literature findings and access to external finance emerged as a significant factor. Low taxation and geographical proximity to Greece proved also to be significant in attracting the Greek businesspeople to Bulgaria.

Εισαγωγή

Στο παρόν άρθρο αναλύω την επιχειρηματική κινητικότητα στις μοναδικές συνθήκες της παγκόσμιας οικονομικής κρίσης του 2007, ενώ εξετάζω και την επίπτωση της μετακίνησης στην απόδοση των επιχειρήσεων. Προηγού-

* Πανεπιστήμιο του Κάρντιφ, Τμήμα Επιχειρηματικών Σπουδών, KapitsinisN1@cardiff.ac.uk.

μένη έρευνα μου συγκρίνει τις μετα την κρίση μετακινήσεις Ελληνικών επιχειρήσεων στη Βουλγαρία με τις αντίστοιχες στην περίοδο πριν το 2007 με βάση πρωτογενή δεδομένα εξετάζοντας τις άμεσες επιπτώσεις της κρίσης στους παράγοντες επιχειρηματικής κινητικότητας (Καπιτσίνης, 2016). Ωστόσο, το παρόν άρθρο επεκτείνει την υπάρχουσα έρευνα: αναλύει εις βάθος την εξέλιξη της μετα την κρίση επιχειρηματικής μεταγκατάστασης σε σχέση με το αναλυτικό πλαίσιο εταιρικής κινητικότητας σε περιβάλλον οικονομικής μεγέθυνσης, μέσω της ποιοτικής ανάλυσης του ευρύτερου κοινωνικού και οικονομικού πλαισίου στην Ελλάδα, ενώ εξετάζει και τις επιπτώσεις της μετακίνησης στην εταιρική απόδοση. Συνολικά, ερευνά το βαθμό που το ερμηνευτικό πλαίσιο επιχειρηματικής κινητικότητας σε συνθήκες οικονομικής ανάπτυξης σε μακρο επίπεδο είναι κατάλληλο για την επεξήγηση της μετα-κρίσης κινητικότητας. Για την επίτευξη του ερευνητικού σκοπού, τα ευρήματα της βιβλιογραφίας, αναφορικά με την προ-κρίσης περίοδο, συγκρίνονται με τα εμπειρικά δεδομένα, μέσα από την εξέταση του ευρύτερου κοινωνικο-οικονομικού πλαισίου, το οποίο είναι αντικείμενο συνεχών αλλαγών, υπό την επίδραση βαθύτερων διαδικασιών. Για παράδειγμα, η παγκοσμιοποίηση έχει μεταβάλει την βαρύτητα των στοιχείων που επιδρούν στην επιχειρηματική κινητικότητα, ισοσκελίζοντας το κόστος τους (Maskell and Malmberg, 1999).

Η βιβλιογραφία έχει αναδείξει τη μείωση του λειτουργικού κόστους και την επέκταση των αγορών, ως σημαντικά κίνητρα για τη μετακίνηση των επιχειρήσεων, και το εργατικό και μεταφορικό κόστος και τη φορολογία ως κύριους παράγοντες επιχειρηματικής κινητικότητας σε έρευνες κατά την περίοδο 1980-2008 (Domanski, 2003; Kiss, 2007; Smallbone et al., 2011). Σε αυτή την περίοδο, κατά την οποία η παγκόσμια οικονομία κατέγραψε ανάπτυξη, οι επιχειρηματίες συχνά αντιμετώπιζαν την μετακίνηση, ως ευκαιρία για αύξηση κερδών και οικονομική μεγέθυνση, μολονότι κάποιοι μετέφεραν την εταιρία τους, στοχεύοντας στην επιβίωσή της (Zahra and George, 2002; Alberti, 2006; Wright et al., 2007). Ωστόσο, οι γεωγραφικά άνισα κατανομημένες αλλαγές που επέφερε η κρίση, όπως η μείωση των μισθών και η πτώση της ζήτησης, έχουν αλλάξει το επιχειρηματικό λειτουργικό κόστος σε διάφορες περιοχές και δίνουν το έναυσμα για μία ενδελεχή επανεξέταση της επιχειρηματικής μετακίνησης.

Ο ακαδημαϊκός διάλογος για την επιχειρηματική κινητικότητα στα πλαίσια της οικονομικής κρίσης του 2007 είναι σε πρώιμο στάδιο. Ο Kinkel (2012) εξέτασε τις επιπτώσεις της κρίσης στις μετακινήσεις των διεθνοποιημένων Γερμανικών εταιριών, αναδεικνύοντας την τάση επιστροφής στη Γερμανία, στα τέλη της δεκαετίας του 2000. Η Kiss (2012) μελέτησε τη γεωγραφία των επιχειρήσεων στην Ουγγαρία κι ανακάλυψε, πως ο αριθμός των εταιριών που εγκατέλειψαν τη χώρα μειώθηκε, παρ' όλους τους φόβους για αυξημένη φυγή ξένων επιχειρήσεων, ενώ οι εισερχόμενες εταιρίες αυξήθηκαν, σε σύγκριση με την προ-κρίσης περίοδο. Τέλος, οι Salt και Wood (2012) ανέδειξαν τις μετα την κρίση μετακινήσεις 8 Βρετανικών πολυεθνικών εταιριών από την Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) και τις ΗΠΑ προς αναδύμενες οικονομίες, για να μειώσουν το κόστος λειτουργίας.

Το παρόν άρθρο εξετάζει τη μετακίνηση Ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) στη Βουλγαρία μετά το 2007. Πάνω από 12,000 εταιρίες (1,5% του συνόλου των Ελληνικών επιχειρήσεων το 2012) έχουν μετακινηθεί από την Ελλάδα στα Βαλκάνια και στην Κύπρο μεταξύ 2007 και 2012, σύμφωνα με στοιχεία του Υπουργείου Εξωτερικών (<http://www.mfa.gr/en/>). Η έρευνα εστιάζει στη Βουλγαρία, καθώς αποτέλεσε την χώρα προορισμό για τις περισσότερες Ελληνικές επιχειρήσεις κατά τη διάρκεια της προ- και μετα-κρίσης περιόδου (Labrianidis and Vogiatzis, 2013). Το άρθρο επικεντρώνεται στις ΜΜΕ, αφού αποτελούν τη βάση της Ελληνικής οικονομίας (Γιαννίτσης, 2013) και την πλειοψηφία των Ελληνικών εταιριών στη Βουλγαρία (Karagianni and Labrianidis, 2001).

Αναμφίβολα, η Ελλάδα αποτελεί το Κράτος Μέλος της ΕΕ που έχει γνωρίσει τις πιο οδυνηρές επιπτώσεις της κρίσης, λόγω της θέσης της στην περιφέρεια της Ευρωπαϊκής οικονομικής ολοκλήρωσης, του αδύναμου παραγωγικού ιστού της, των μη αποτελεσματικών θεσμών και του σχεδίου διάσωσης που εφαρμόσε η Ελληνική κυβέρνηση το 2010, υπό την επίβλεψη του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου, της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (την περίφημη Τρόικα). Το σχέδιο αυτό περιείχε πολιτικές σφοδρής λιτότητας, όπως η αύξηση της φορολογίας και η μείωση των μισθών, που ήταν καταστροφικές για την Ελληνική οικονομία και την κοινωνική δικαιοσύνη (Χατζημιχάλης, 2012; Kapitsinis et al., 2013). Οντως, η Ελλάδα αποτελεί τη μοναδική ανεπτυγμένη εθνική

οικονομία από το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, που κατέγραψε ύφεση για 6 συνεχόμενα έτη (2008-2013), με συνολική μείωση 25% του ΑΕΠ, σύμφωνα με στοιχεία της Eurostat (<http://epp.eurostat.ec.europa.eu>). Επιπλέον, το ποσοστό ανεργίας, εκτινάχθηκε από 7,7% το 2008 σε 27% το 2013. Αναπόφευκτα, οι Ελληνικές ΜΜΕ, που είναι ως επί το πλείστον οικογενειακές επιχειρήσεις με χαμηλό επίπεδο παραγωγικότητας και είναι εξαρτημένες από την εξωτερική χρηματοδότηση (Liargovas, 1998), γνώρισαν μεγάλη ύφεση.

Πολλές ΜΜΕ χρεοκόπησαν, ενώ άλλες μεταφέρθηκαν στη Βουλγαρία. Η παρούσα μελέτη, είναι η πρώτη που εξετάζει την μεταφορά Ελληνικών επιχειρήσεων στη Βουλγαρία στη μετα την κρίση περίοδο, καθώς οι προηγούμενες μελέτες πραγματοποιήθηκαν σε συνθήκες οικονομικής μεγέθυνσης (Labrianidis, 2001; Bitzenis, 2003). Η ίδρυση θυγατρικών εταιριών, μέσω υπεργολαβιών (outsourcing), και η μερική ή ολική μετακίνηση, αποτέλεσαν τον κύριο τρόπο της προ-κρίσης εισόδου Ελληνικών επιχειρήσεων στη Βουλγαρία, η οποία ξεκίνησε το 1989 με τη μετάβαση της Βουλγαρίας σε οικονομία ελεύθερης αγοράς. Η είσοδος στη Βουλγαρία πραγματοποιήθηκε με στόχο την επέκταση αγορών, τη μείωση κόστους και τη διατήρηση της ανταγωνιστικότητας. Το εργατικό κόστος, το επίπεδο ανταγωνισμού και η γεωγραφική γειτνίαση ήταν καθοριστικοί παράγοντες μετεγκατάστασης (Labrianidis, 2001).

Βιβλιογραφική επισκόπηση της επιχειρηματικής κινητικότητας σε περίοδο οικονομικής μεγέθυνσης

Από την αρχή της δεκαετίας του 1980 μέχρι το τέλος της δεκαετίας του 2000 (προ-κρίσης περίοδος οικονομική μεγέθυνσης), ο Νέος Διεθνής Καταμερισμός Εργασίας (ΝΔΚΕ) και η Διασυννοριακή Επιχειρηματικότητα (ΔΕ) βρίσκονται ανάμεσα στις σημαντικές θεωρητικές προσπάθειες για την ερμηνεία της επιχειρηματικής κινητικότητας. Οι προσεγγίσεις αυτές επιλέχθηκαν καθώς κρίνονται δυναμικά κατάλληλες για την επεξήγηση της περίπτωσης που εξετάζει το παρόν άρθρο. Επικεντρώνονται στη μετακίνηση εταιριών, από το 1980 έως το 2008, όταν το παγκόσμιο ΑΕΠ εξαπλασιάστηκε (στοιχεία Παγκόσμιας Τράπεζας).

Η σχετική με το ΝΔΚΕ βιβλιογραφία, αντιλαμβάνεται συνήθως την επιχειρηματική κινητικότητα ως μία ευκαιρία, εξηγώντας την, στη βάση των χαρακτηριστικών της εργασίας, δηλαδή το εργατικό κόστος και τα εργατικά προσόντα (Shaiken, 1994; Castells, 1996; Wilkinson et al., 2001; Hudson, 2016). Με άλλα λόγια, η μετακίνηση επιλέγεται από τους επιχειρηματίες, ανάμεσα σε άλλες αναδιαρθρώσεις, όπως η βελτίωση της ποιότητας ή η μείωση του λειτουργικού κόστους, με στόχο την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας. Επιχειρήσεις εντάσεως-εργασίας ή τομείς παραγωγής πολυεθνικών μετακινούνται προς περιοχές χαμηλού εργατικού κόστους, κυρίως στον αναπτυσσόμενο κόσμο, επιδιώκοντας τη μείωση του κόστους παραγωγής (Shaiken, 1994; Wilkinson et al., 2001). Ο ΝΔΚΕ είναι, λοιπόν, δυναμικά κατάλληλος για την παρούσα περίπτωση, καθώς οι Ελληνικές επιχειρήσεις είναι κυρίαρχα εντάσεως-εργασίας (Αργεΐτης, 2008), ενώ η Βουλγαρία προσφέρει τον χαμηλότερο κατώτατο μισθό στην ΕΕ από το 2007 (Eurostat). Από την άλλη, εταιρίες σε κλάδους υψηλής τεχνολογίας ή τομείς έρευνας πολυεθνικών, χωροθετούνται σε τοποθεσίες εργαζομένων με υψηλά προσόντα, με στόχο τη βελτίωση της τεχνολογίας και της ποιότητας των προϊόντων (Castells, 1996; Hudson, 2016). Αυτές οι περιοχές έτειναν να είναι στις ανεπτυγμένες χώρες, ωστόσο τα τελευταία 25 χρόνια δεν υπάρχει μία ξεκάθαρη τάση. Οι εργαζόμενοι με υψηλά προσόντα έχουν αυξηθεί στις αναπτυσσόμενες χώρες, που πλέον προσελκύουν οικονομική δραστηριότητα υψηλής προστιθέμενης αξίας (Luce, 2011). Επιπλέον, οι πολύ χαμηλά αμειβόμενες κι επισφαλείς θέσεις απασχόλησης πολλαπλασιάστηκαν στον ανεπτυγμένο κόσμο (Hudson, 2016). Αποτέλεσμα όλων αυτών, η ανάδυση νέων οικονομικών γιγάντων, όπως η Κίνα, και νέων μορφών άνισης ανάπτυξης.

Η σχετική με τη ΔΝΚΕ βιβλιογραφία επικεντρώνεται σε εταιρίες εγκατεστημένες σε συνοριακές περιφέρειες, οι οποίες συχνά έχουν αναιμική οικονομική ανάπτυξη (Zahra and George, 2002; Wright et al., 2007; Labrianidis, 2008; Smallbone et al., 2011). Η εν λόγω θεωρητική προσπάθεια, έχει αναδείξει τις θυγατρικές εταιρίες, τις υπεργολαβίες και την ολική ή μερική μετακίνηση ως κύριες μορφές εταιρικής εισόδου σε μία χωρική ενότητα (Wright et al., 2007; Labrianidis, 2008). Εστιάζοντας στις ΜΜΕ, η ΔΕ αναφέρει πως οι

επιχειρηματίες αντιλαμβάνονται συχνά τη μετακίνηση σε όμορες χώρες σαν ευκαιρία ώστε να αντιμετωπίσουν τον υψηλό ανταγωνισμό, ειδικά στα πλαίσια της ενιαίας αγοράς και των ανοιχτών συνόρων της ΕΕ, εκμεταλλευόμενοι την γεωγραφική γειτνίαση (Pavlínek and Smith, 1998; Zahra and George, 2002; Smallbone et al. 2011). Επομένως, η ΔΕ θα μπορούσε να είναι κατάλληλη για την επεξήγηση της ελληνικής περίπτωσης, καθώς οι ΜΜΕ αποτελούν τη μεγάλη πλειοψηφία των Ελληνικών εταιριών, ενώ η Ελλάδα και η Βουλγαρία είναι γειτονικές χώρες, όντας μέλη της ΕΕ. Η ΔΕ δίνει έμφαση στην προαγωγή της θέσης μίας εταιρίας στις διεθνείς αγορές, στην επέκταση αγορών, στη μείωση του κόστους και στην τεχνολογική βελτίωση ως τα κύρια κίνητρα για τη μετεγκατάσταση (Pickles, 2005; Smallbone et al., 2011). Κάποιοι επιχειρηματίες μετακινήθηκαν με στόχο την επιβίωση, μολονότι αυτό αναδείχθηκε σε περίπτωση οικονομικής ύφεσης σε συγκεκριμένες περιοχές και οικονομικούς τομείς, όπως οι Ελληνικές εταιρίες ενδύματος και οι επιχειρήσεις στο επιχειρηματικό cluster στο Como της Ιταλίας στη δεκαετία του 1990 (Karagianni and Labrianidis, 2001; Alberti, 2006).

Από μικροοικονομικής απόψεως, οι επιχειρηματίες μετακινούνται με σκοπό να εκμεταλλευτούν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των εταιριών τους (Aspelund and Butsko 2010), μεταφερόμενοι σε περιοχές που αυξάνουν την κερδοφορία τους (Hudson, 2001; Harvey, 2006). Αλλάζοντας τοποθεσία, πολλοί επιχειρηματίες στοχεύουν στη βελτίωση της απόδοσης της εταιρίας και του επίπεδου καινοτομίας, προβαίνοντας εξίσου σε εσωτερικές στην επιχείρηση αναδιαρθρώσεις, όπως η ενσωμάτωση σε δίκτυα αγοράς υψηλής προστιθέμενης αξίας και η γειτνίαση με τεχνολογικά κέντρα (Oerlemans et al., 2001; Sammarra and Belussi 2006). Το επιχείρημα αυτό σχετίζεται με τους παράγοντες επιχειρηματικής ανταγωνιστικότητας: αν στοιχεία εξωτερικά από την επιχείρηση είναι καθοριστικά για τη λειτουργία της εταιρίας (Porter 1990) ή αν εσωτερικές πτυχές θα πρέπει επίσης να ληφθούν υπόψη (Krugman 1996; Bristow 2005).

Όπως είναι γνωστό, το μεταφορικό κόστος είναι σημαντικό για την επιχειρηματική κινητικότητα, λόγω της μεγάλης του συμβολής στο συνολικό λειτουργικό κόστος (van Dijk and Pellenbarg, 2000). Επομένως, πολλοί επιχειρηματίες προτιμούν να μετακινούνται σε γεωγραφικά προσκείμενες, στην αρχική τοποθεσία της

επιχείρησης, περιοχές, καθώς θέλουν να διατηρήσουν σχέσεις με υφιστάμενους συνεργάτες (Labrianidis, 2001; Smallbone et al., 2011). Το υψηλό επίπεδο ζήτησης τονώνει την επιχειρηματική δραστηριότητα σε μία περιφέρεια (Domanski, 2003; Holl, 2004), ενώ η μείωση της ζήτησης την εμποδίζει (Alberti, 2006). Οι περισσότερες μελέτες έχουν εστιάσει στον τρόπο με τον οποίο το επίπεδο ζήτησης προσελκύει επιχειρήσεις σε μία χωρική ενότητα. Εκτιμάται πως η χαμηλή φορολογία αυξάνει τον αριθμό των επιχειρήσεων που εισέρχονται σε μία περιφέρεια, ενώ η υψηλή φορολογία μπορεί να οδηγήσει μία εταιρία στην έξοδο από μία χωρική ενότητα (Domanski, 2003; Harvey, 2006). Ανεπιφύλακτα, οι επιχειρήσεις προτιμούν περιοχές χαμηλού ανταγωνισμού, ενώ οι υψηλές ανταγωνιστικές πιέσεις έχουν τα αντίθετα αποτελέσματα (Karagianni and Labrianidis, 2001; Nguyen et al., 2013). Επίσης, το επίπεδο κοινωνικής εμπιστοσύνης επηρεάζει την επιχειρηματική κινητικότητα, καθώς τονώνει την οικονομική μεγέθυνση μίας εταιρίας (Guzik and Micek 2008). Επομένως, οι τυπικοί και άτυποι θεσμοί είναι σημαντικοί για την κινητικότητα εταιριών καθώς οι επιχειρηματίες είναι ενσωματωμένοι σε κοινωνικά δίκτυα με πελάτες και το Κράτος (Maskell and Malmberg, 1999; Domanski, 2003). Τέλος, είναι ευρέως αναγνωρισμένο, πως τα εργατικά χαρακτηριστικά είναι εξαιρετικά σημαντικά για τη γεωγραφία των επιχειρήσεων (Massey, 1995; Castells, 1996; Hudson, 2001). Οι επιχειρηματίες έλκονται από περιοχές χαμηλού εργατικού κόστους, στη βάση των τεράστιων οφελών στην κερδοφορία τους (Wilkinson et al., 2001; Kiss, 2007). Επίσης, περιοχές με εργαζομένους υψηλών προσόντων θεωρούνται ελκυστικές για μία εταιρία (Hudson, 2016).

Τα ευρήματα αυτά αναφέρονται σε περιόδους οικονομικής μεγέθυνσης σε μακρο επίπεδο, ωστόσο η παγκόσμια οικονομική κρίση του 2007 έχει επιφέρει σημαντικούς κοινωνικο-οικονομικούς μετασχηματισμούς που κρίνουν επιτακτική την ενδελεχή επανεξέταση της επιχειρηματικής μετακίνησης. Οι επιπτώσεις της κρίσης σε κάθε χώρα εξαρτώνται από τη θέση της στον παγκόσμιο καταμερισμό της εργασίας, τον παραγωγικό της ιστό και τους θεσμούς της, αναδεικνύοντας το σημαντικό ρόλο της γεωγραφίας στην εξέλιξή της (Χατζημιχάλης, 2010). Αναμφίβολα, σε περιόδους οικονομικής κρίσης, οι επιχειρηματίες προσπαθούν να εκμεταλλευτούν τη γεωγραφική, κοινωνικο-οικονομική διαφοροποίηση και να μεταφέρουν τις επιχειρήσεις τους,

από περιοχές όπου η κερδοφορία τους μειώνεται, σε χωρικές ενότητες που επαναφέρουν το ρυθμό κέρδους, αναζητώντας μία «χωρική ενθύκευση» ('spatial fix') για την αντιμετώπιση της κρίσης (Harvey, 2006).

Η μεθοδολογική προσέγγιση και το εννοιολογικό πλαίσιο

Η παρούσα επεξηγηματική μελέτη, χρησιμοποιεί δεδομένα που συλλέχθηκαν σε έρευνα πεδίου στη Βουλγαρία, μεταξύ Μαΐου και Ιουνίου 2014. Συμπληρώθηκαν 103 κλειστά ερωτηματολόγια με ιδιοκτήτες Ελληνικών ΜΜΕ στη Βουλγαρία. Λόγω της έλλειψης βάσης δεδομένων Ελληνικών εταιριών στη γειτονική χώρα, χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της «χιονοστιβάδας» ('snowballing'): οι ερωτηθέντες καλούνταν να ονομάσουν άλλους ιδιοκτήτες εταιριών που θα μπορούσαν να συμμετέχουν στην έρευνα. Οι επιχειρηματίες κλήθηκαν να αξιολογήσουν από το 1 (η χαμηλότερη) έως το 5 (η υψηλότερη) τη βαρύτητα των παραγόντων για τη μετεγκατάσταση της εταιρίας, χρησιμοποιώντας την κλίμακα Likert.

Με 68 από τους 103 συμμετέχοντες στην έρευνα, πραγματοποιήσα ημι-δομημένες συνεντεύξεις, ώστε να εξάγω παράγοντες που ήταν δυσδιάκριτοι στα ερωτηματολόγια. Επιπλέον, διενέργησα συνεντεύξεις με ιδιοκτήτες 4 φοροτεχνικών εταιριών στη Βουλγαρία και εκπροσώπους 5 Βιομηχανικών κι Εμπορικών Επιμελητηρίων στην Ελλάδα και 2 στη Βουλγαρία, καθώς έχουν βαθιά γνώση για την απόδοση των Ελληνικών ΜΜΕ στη γειτονική χώρα. Μία συνέντευξη, που διενεργήθηκε με την product manager επιχειρηματικής πίστης για ΜΜΕ σε υποκατάστημα μίας εκ των συστημικών Ελληνικών τραπεζών, συντέλεσε στο να κατανοηθούν βαθύτερα οι συνθήκες εξωτερικής χρηματοδότησης των ΜΜΕ.

Η επεξεργασία των δεδομένων έγινε με περιγραφική στατιστική, και ποιοτική ανάλυση. Στη βάση αυτή, τα δεδομένα της έρευνας συγκρίθηκαν με τις θεωρητικές διατυπώσεις και τα ευρήματα στη βιβλιογραφία που αναφέρονται στην προ-κρίσης περίοδο. Τα ερευνητικά αποτελέσματα επιστράφηκαν στους συμμετέχοντες, τον Οκτώβριο του 2015, 15 μήνες μετά την έρευνα πεδίου.

Το εννοιολογικό πλαίσιο πολλών ερευνητικών προπαθειών (Manjón-Antolín and Arauzo-Carod, 2011;

Kronenberg, 2012; Hong, 2013) χρειάζεται επαναπροσδιορισμό για τους παρακάτω λόγους. Αρχικά, οι μελέτες αυτές προβλέπουν, παρά εξηγούν, τη μετακίνηση εταιριών, καθώς εξετάζουν την πιθανότητα μετακίνησης, μέσω ποσοτικών οικονομετρικών μοντέλων. Δεύτερον, οι συγκεκριμένες προσεγγίσεις δίνουν έμφαση στα στοιχεία που επηρεάζουν την απόφαση των επιχειρηματιών να μετακινηθούν σε μία περιοχή, υποβαθμίζοντας έτσι τους παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση να αποχωρήσουν από μία χωρική ενότητα. Τρίτον, αυτές οι ερευνητικές προσπάθειες επικεντρώνονται συνήθως σε μερικούς προκαθορισμένους παράγοντες, χωρίς να λαμβάνουν υπόψη το οικονομικό και θεσμικό πλαίσιο και τις αλλαγές του.

Ωστόσο το ευρύτερο κοινωνικο-οικονομικό περιβάλλον, θεωρείται υψίστης σημασίας, διότι επηρεάζει άμεσα την επιχειρηματική λειτουργία. Επομένως, οι Pavlínek και Smith (1998) και ο Domanski (2003) ανέλυσαν τη μετακίνηση επιχειρήσεων, εξετάζοντας το συνολικό οικονομικό και θεσμικό πλαίσιο μίας συγκεκριμένης περιοχής. Συμπερασματικά, η παρούσα μελέτη εξηγεί, παρά προβλέπει, την επιχειρηματική κινητικότητα, αναλύοντας το ευρύτερο κοινωνικο-οικονομικό περιβάλλον, τόσο στην αρχική περιφέρεια όσο και στη περιφέρεια προορισμό, χωρίς να προκαθορίζει τους παράγοντες μετακίνησης.

Η επιχειρηματική κινητικότητα υπό συνθήκες οικονομικής κρίσης

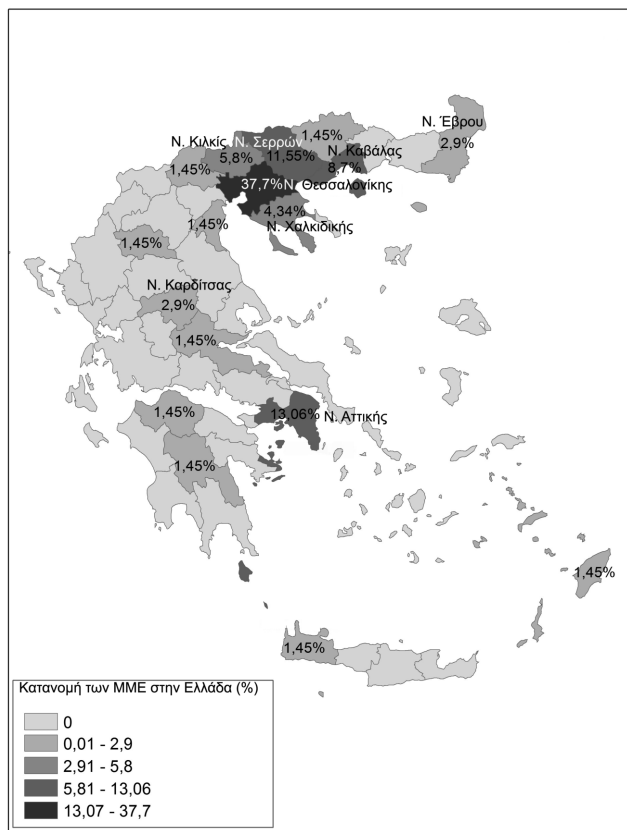
Η εξέλιξη της μετακίνησης των εταιριών

Ο ακριβής υπολογισμός του αριθμού των Ελληνικών ΜΜΕ στη Βουλγαρία είναι δύσκολος, καθώς ούτε επίσημη βάση δεδομένων υπάρχει, ούτε όλες οι επιχειρήσεις είναι ενεργές. Σύμφωνα με υπολογισμούς του συγγραφέα, ο αριθμός των ενεργών Ελληνικών επιχειρήσεων ανερχόταν σε 1.000 το 2006 κι αυξήθηκε θεαματικά σε 3.000 το 2014.

Οι περισσότερες επιχειρήσεις του δείγματος είναι πολύ μικρές (66%), όπως οι περισσότερες Ελληνικές εταιρίες (Liargovas, 1998). Ωστόσο, διαφαίνεται μεγάλη διαφορά στα ποσοστά, καθώς το 96,6% των επιχειρήσεων στην Ελλάδα ήταν πολύ μικρές (στοιχεία για το 2012 από την Eurostat). Το εύρημα αυτό αναδεικνύει την έλλειψη πόρων στην προσπάθεια για διε-

θνοποίηση των πολύ μικρών εταιριών (Karagianni and Labrianidis, 2001). Αντιθέτως τα ποσοστά των μικρών (24,5%) και μεσαίων (9,5%) επιχειρήσεων της έρευνας είναι σημαντικά υψηλότερα από τα αντίστοιχα στην Ελλάδα (2,96% και 0,36%), εξαιτίας της μεγαλύτερης διαθεσιμότητας οικονομικών πόρων για τη μεταγκατάσταση σε ξένη χώρα. Περαιτέρω, ενώ κατά τη δεκαετία του 1990, η μεταποίηση και το εμπόριο ήταν οι κυρίαρχοι τομείς των Ελληνικών επιχειρήσεων στη Βουλγαρία (Labrianidis, 2001), οι εταιρίες του δείγματος, ήταν πιο ομοιόμορφα κατανομημένες: οι κυρίαρχοι κλάδοι είναι το εμπόριο (29%), οι υπηρεσίες εστίασης και παροχής καταλύματος (17%), η μεταποίηση (16%) και οι κατασκευές (11%).

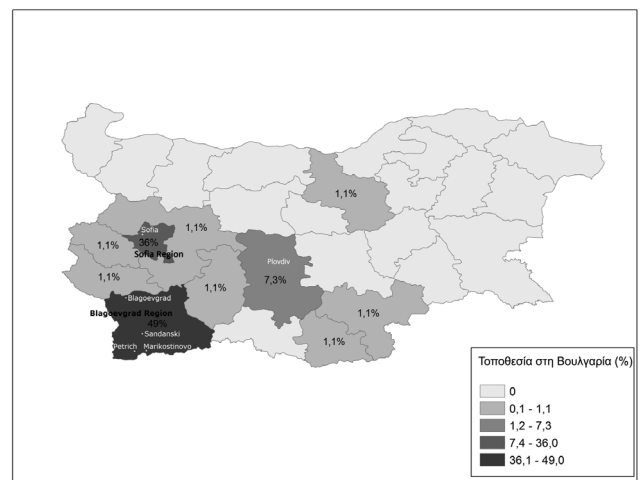
Αντίθετα με συνήθεις προτάσεις της ΔΕ (Zahra and George, 2001; Wright et al., 2007; Smallbone et al., 2011) και προηγούμενες έρευνες επιχειρηματικής μετακίνησης από την Ελλάδα στα Βαλκάνια, στη δεκαετία του 1990 (Labrianidis, 2001), οι εταιρίες έχουν μεταφερθεί από πολλούς νομούς, και όχι κυρίως από τους συνοριακούς, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 1. Μισές



Διάγραμμα 1. Η γεωγραφική κατανομή των ΜΜΕ στην Ελλάδα πριν τη μετακίνηση. Πηγή: Στοιχεία έρευνας.

από τις ΜΜΕ ήταν εγκατεστημένες στην Αττική και τη Θεσσαλονίκη, τις δύο μητροπολιτικές περιφέρειες, οι οποίες έχουν επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό από την κρίση, αναφορικά με το περιφερειακό εισόδημα και παραγωγή, εξαιτίας κυρίως της εξάρτησής τους από τον τριτογενή τομέα που επλήγη σημαντικά (Psycharis et al., 2014). Δευτερευόντως, οι επιχειρηματίες μεταγκαταστάθηκαν από συνοριακές περιοχές της Βορείου Ελλάδας, λόγω της γεωγραφικής γειννίας με τη Βουλγαρία. Τέλος, κάποιες άλλες εταιρίες, έχουν μεταφερθεί από μακρινούς νομούς, όπως τα Χανιά και η Αρκαδία, αναδεικνύοντας τη μεγάλη ένταση του φαινομένου της επιχειρηματικής εξόδου αλλά και το σημαντικό αντίκτυπο της κρίσης σε όλους τους Ελληνικούς νομούς (Psycharis et al., 2014).

Σχετικά με τη γεωγραφική θέση των ΜΜΕ στη Βουλγαρία, οι πιο πολλές εταιρίες είναι χωροθετημένες στη συνοριακή περιφέρεια Blagoevgrad και στην περιφέρεια πρωτεύουσας Sofia (Διάγραμμα 2), ακολουθώντας το ίδιο μοτίβο με τη δεκαετία του 1990 (Karagianni and Labrianidis, 2001). Οι επιχειρηματίες προτίμησαν την πρώτη, και ειδικά τις πόλεις Sandanski, Petrich και Blagoevgrad, λόγω της γεωγραφικής γειννίας με την Ελλάδα. Από την άλλη, πολλοί ιδιοκτήτες εταιριών έδειξαν προτίμηση στη Sofia, καθώς προσφέρει τη βέλτιστη συνδεσιμότητα και τη μεγαλύτερη αγορά, στοιχεία κρίσιμα για αποφάσεις μεταφοράς εταιριών (Domanski, 2003). Κάποιοι επιχειρηματίες μεταγκαταστάθηκαν στο Plondiv για να εκμεταλλευτούν την ισχυρή παρουσία Ελλήνων



Διάγραμμα 2. Η γεωγραφική κατανομή των Ελληνικών ΜΜΕ στη Βουλγαρία. Πηγή: Στοιχεία έρευνας

φοιτητών στην πόλη, προσφέροντας κυρίως υπηρεσίες εστίασης.

Αναφορικά με την αναδιοργάνωση της εσωτερικής δομής της εταιρίας, οι περισσότεροι ερωτηθέντες (52%) επέλεξαν την ολική μετεγκατάσταση, ώστε να αποφύγουν τις δυσμενείς συνθήκες στην Ελλάδα. Λίγοι επιχειρηματίες (9,5%) μετέφεραν μόνο ένα κομμάτι της εταιρίας, ώστε να επωφεληθούν από το χαμηλό εργατικό κόστος στη Βουλγαρία. Το στοιχείο αυτό εμπλουτίζει τη σχετική με το ΝΔΚΕ βιβλιογραφία που αναφέρεται σε μερική μεταφορά (Shaiken, 1994; Wilkinson et al., 2001), ενώ οι Karagianni και Labrianidis (2001) έδειξαν ότι 40% των Ελληνικών επιχειρήσεων στη Βουλγαρία σχετιζόταν με μερική μετακίνηση κατά τη δεκαετία του 1990. Μικρός ήταν, επίσης, ο αριθμός θυγατρικών που βρέθηκε (10%), αντίθετα με συχνούς ισχυρισμούς της ΔΕ (Zahra and George, 2001; Wright et al., 2007). Το μικρό μέγεθος και οι χαμηλοί οικονομικοί πόροι των επιχειρήσεων της έρευνας ήταν σημαντικοί παράγοντες για την απόφαση ολικής μετεγκατάστασης παρά για τη δημιουργία θυγατρικής. Οι επιχειρηματίες είχαν περιορισμένη δυνατότητα να βρίσκονται τόσο στην Ελλάδα όσο και στη Βουλγαρία για να διαχειριστούν και τις δύο εταιρίες. Τέλος, το 15% των επιχειρηματιών επέκτειναν την εταιρία στη Βουλγαρία, χωρίς όμως να λειτουργούν την επιχείρηση στην Ελλάδα. Έτσι, το 37% των ερωτηθέντων, διατηρούν ακόμη εταιρία στην Ελλάδα, η οποία όμως είναι συνήθως ανενεργή, ώστε να διευκολύνουν το εμπόριο προϊόντων τους μεταξύ των δύο χωρών και να αποπληρώσουν τα χρέη τους.

Η επίπτωση της κρίσης στη μετακίνηση της επιχείρησης, υπήρξε εξαιρετικά σημαντική. Συγκεκριμένα, το 86% των ερωτηθέντων την ανέδειξαν ως την κύρια αιτία για την έξοδο από την Ελλάδα. Με άλλα λόγια, θεώρησαν τροχοπέδη για την απόδοση της εταιρίας το κοινωνικο-οικονομικό πλαίσιο, όπως διαμορφώθηκε από τις προ-κρίσης συνθήκες, που περιελάμβαναν, μεταξύ άλλων, υψηλά επίπεδα γραφειοκρατίας και φοροδιαφυγής, και από τις επιπτώσεις της κρίσης και των πολιτικών λιτότητας, όπως η έλλειψη ζήτησης.

Επομένως, οι επιχειρηματίες αντέδρασαν ενάντια στα μειούμενα κέρδη, μέσω της μεταφοράς της εταιρίας στη Βουλγαρία. Για το 71% των ερωτηθέντων, το κύριο κίνητρο για τη μετακίνηση ήταν η διάσωση και η ανάκαμψη της επιχείρησης. Ο ιδιοκτήτης μίας εταιρίας logistics στο Petrich δήλωσε: «Δεν μπορούσα να

λειτουργήσω την επιχείρηση. Έτσι, αναγκάστηκα να μετακινηθώ στη Βουλγαρία για να τη διατηρήσω ανοικτή». Μόλις το 29% των επιχειρηματιών, μετέφεραν την εταιρία στοχεύοντας στην επέκταση αγορών και στη μείωση του λειτουργικού κόστους, τα οποία έχουν αναδειχθεί συχνά ως κίνητρα για την επιχειρηματική κινητικότητα στη βιβλιογραφία του ΝΔΚΕ και της ΔΕ (Shaiken, 1994; Wilkinson et al., 2001; Zahra and George, 2001; Wright et al., 2007; Smallbone et al., 2011). Ακόμη λιγότεροι ερωτηθέντες ανέφεραν τη βελτίωση του προϊόντος ή την τεχνολογική αναβάθμιση σαν κίνητρα, κόντρα σε εμπειρικά δεδομένα από άλλες περιπτώσεις, όπως της κινητικότητας Βρετανικών και Γαλλικών επιχειρήσεων κατά τη δεκαετία του 2000 (Kalantaridis et al., 2011; Carrincazeaux and Coris, 2015). Σύμφωνα με το ΝΔΚΕ και τη ΔΕ, η επιχειρηματική κινητικότητα, έχει αναγνωριστεί συνήθως ως ευκαιρία για μεγέθυνση της επιχείρησης κατά την προκρίσης περίοδο, όταν πολλές χώρες είχαν καταγράψει οικονομική ανάπτυξη.

Ωστόσο, η εξεταζόμενη μετακίνηση διαπνέεται από αναγκαιότητα. Πολλοί επιχειρηματίες αποφάσισαν να μετακινηθούν σε άλλη χώρα για να αποφύγουν την αποτυχία, αντί να κλείσουν τις εταιρίες τους. Η απόφαση για μετεγκατάσταση δεν σχετίζεται με την ανικανότητα παραγωγής φτηνών προϊόντων ή με την παροχή υπηρεσιών χαμηλού κόστους στην Ελλάδα, αλλά με την αδυναμία καθημερινής λειτουργίας της επιχείρησης, συμπεριλαμβανομένων των πληρωμών για μισθούς και φόρους. Η επιβίωση της επιχείρησης έχει επίσης αποδειχθεί ότι ήταν το κίνητρο για τη μετεγκατάσταση επιχειρήσεων παραγωγής ειδών ένδυσης από την Ελλάδα στη Βουλγαρία στη δεκαετία του 1990, λόγω της αύξησης του ανταγωνισμού σε αυτόν τον τομέα (Karagianni and Labrianidis, 2001). Επιπλέον, πολλοί επιχειρηματίες μετακινήθηκαν από το Como στα τέλη της δεκαετίας του 1990, προσπαθώντας να διασώσουν την επιχείρηση, καθώς η συγκεκριμένη περιοχή κατέγραψε σημαντική ύφεση (Alberti, 2006).

Οι επιχειρηματίες δεν μπορούσαν να διατηρήσουν τις εταιρίες στην Ελλάδα, υπό τις τόσο δυσμενείς κοινωνικο-οικονομικές συνθήκες, ακόμη κι αν προέβησαν σε εσωτερικές αναδιαρθρώσεις, όπως απολύσεις και μείωση του εργατικού κόστους. Ο ιδιοκτήτης μίας εκ των φοροτεχνικών εταιριών εξήγησε: «Οι επιχειρηματίες μετακινούνται στη Βουλγαρία, στοχεύοντας στην επιβίωση, μέσω της μείωσης του λειτουργικού κό-

στους, και αργότερα στην επαναφορά κερδών. Λίγοι έχουν άλλα κίνητρα, όπως η βελτίωση του προϊόντος». Οι επιχειρηματίες θεώρησαν τη μετακίνηση στη Βουλγαρία σαν μία διέξοδο στα προβλήματά τους, αναδεικνύοντας έτσι, πως ο χώρος ήταν αναπόσπαστο κομμάτι των επιχειρηματικών λύσεων, με τον ίδιο τρόπο που ο Harvey (2006) έχει περιγράψει ως χωρική ενθούκευση (spatial fix).

Παρολ' αυτά, σημαντικές διαφορές βρέθηκαν σε σχέση με το κίνητρο της μετακίνησης. Οι περισσότεροι ιδιοκτήτες πολύ μικρών (76%) και μικρών (52%) εταιριών, σκόπευαν κυρίως στην επιβίωση, καθώς οι επιχειρήσεις αυτές ήταν πολύ πιο ευάλωτες στα πλαίσια της κρίσης (Γιαννίτσης, 2013). Αντιθέτως, το 66% των ιδιοκτητών μεσαίων εταιριών στόχευαν σε επέκταση αγορών. Τέλος, οι περισσότεροι ιδιοκτήτες μεταποιητικών επιχειρήσεων (52%), θα είχαν μετακινηθεί ακόμη και αν συνεχιζόταν η εποχή της οικονομικής μεγέθυνσης, ενώ οι ερωτηθέντες που δραστηριοποιούνταν στο εμπόριο (80%) και στις υπηρεσίες (72%) δεν θα είχαν μετεγκατασταθεί σε περίπτωση που η κρίση δεν είχε ξεσπάσει.

Οι παράμετροι που επηρέασαν την έξοδο των ΜΜΕ από την Ελλάδα

Γενικά, οι ερωτηθέντες δεν έλαβαν υπόψη μόνο μερικούς παράγοντες αλλά το οικονομικό και θεσμικό περιβάλλον στο σύνολό του, μέσα στο οποίο οι επιχειρήσεις είναι ενσωματωμένες και το οποίο είναι πολύ σημαντικό για την επιχειρηματική λειτουργία (Domanski,

2003; Labrianidis and Kalantaridis, 2004). Ο ιδιοκτήτης μίας εταιρίας παροχής υπηρεσιών εξήγησε: «Η κρίση και η λιτότητα επέφεραν έλλειψη πωλήσεων, αύξηση φορολογίας και κατάρρευση της κοινωνικής εμπιστοσύνης. Μετά ήταν η έλλειψη χρηματοδότησης και η μεγάλη γραφειοκρατία. Όλα αυτά μαζί επηρέασαν την απόφαση φυγής». Πολλοί ερωτηθέντες συνόψισαν την απόφασή τους με παρόμοιο τρόπο, καθοριζόμενη από ένα σύνολο παραγόντων. Ο πίνακας 1 δείχνει το μέσο όρο της τιμής Likert (επίπεδο βαρύτητας) για τα στοιχεία που επηρέασαν τη μετεγκατάσταση των επιχειρηματιών από την Ελλάδα.

Οι συμμετέχοντες στην έρευνα ανέδειξαν τη φορολογία, ως το πιο σημαντικό στοιχείο που επηρέασε την αποχώρηση από την Ελλάδα. Η κυβέρνηση αύξησε το φορολογικό συντελεστή επιχειρήσεων από 20% σε 26% το 2013. Ωστόσο, ήταν χαμηλότερος από άλλες χώρες της ΕΕ, όπως η Γερμανία (30%) και η Ιταλία (31,5%), σύμφωνα με τη Eurostat. Για να κατανοήσουμε τη βαρύτητα της φορολογίας πρέπει να συνυπολογίσουμε τη μείωση των εσόδων από την πτώση της ζήτησης, που δυσχέρανε την αποπληρωμή φόρων, τους έκτακτους φόρους, όπως ο ΕΝΦΙΑ και η ειδική εισφορά αλληλεγγύης, και τη νοοτροπία των Ελλήνων επιχειρηματιών για γρήγορα κι εύκολα κέρδη (Αργείτης, 2008). Οι έκτακτοι φόροι συλλέγονται από τη ΔΕΗ, οδηγώντας σε διακοπή ρεύματος σε περίπτωση μη πληρωμής και καθιστώντας έτσι πιο δύσκολη την φοροδιαφυγή. Ένας συνεντευξιαζόμενος ανέφερε:

Πίνακας 1. Η βαρύτητα των στοιχείων που επηρέασαν την έξοδο των ΜΜΕ από την Ελλάδα

Παράγοντας	Μέσος Όρος
1. Υψηλή φορολογία και πολύ χαμηλή επιστροφή Φ.Π.Α.	4,54
2. Υψηλό επίπεδο γραφειοκρατίας	4,30
3. Αστάθεια αγοράς και μεγάλη πτώση των πωλήσεων	4,13
4. Δύσκολη πρόσβαση στον τραπεζικό δανεισμό/χρηματοδότηση	3,86
5. Κατάσχεση καταθέσεων χωρίς προειδοποίηση	3,41
6. Δύσκολη πρόσβαση ή ακριβή ενέργεια και πρώτες ύλες	3,38
7. Υψηλό εργατικό κόστος	3,22
8. Αδυναμία χρησιμοποίησης τις μεταχρονολογημένες επιταγές	3,10
9. Υψηλό επίπεδο τιμών ενοικίασης επιχειρηματικών χώρων	2,92
10. Το αποτέλεσμα της συμμετοχής της Ελλάδας στην Ευρωζώνη	2,81
11. Υψηλός ανταγωνισμός στην Ελληνική αγορά	2,53
12. Υψηλό μεταφορικό κόστος	2,43

«Την προηγούμενη χρονιά πλήρωσα το 70% των εσόδων σε φόρους. Δεν τους εμπιστεύομαι πλέον», αναφερόμενος στο Ελληνικό πολιτικό σύστημα. Οι Gabe και Bell (2004) ισχυρίστηκαν ότι οι περιφέρειες με υψηλή φορολογία, παραμένουν ελκυστικές για οικονομική δραστηριότητα αν τα φορολογικά έσοδα χρησιμοποιούνται σε δημόσια αγαθά, όπως η βελτίωση των υποδομών. Εντούτοις, αυτό το επιχειρήμα δεν είναι συμβατό με τις πρόσφατες εξελίξεις στην Ελλάδα, καθώς η δυσβάσταχτη φορολογία ήταν το επίκεντρο των πολιτικών των κυβερνήσεων για να επιτύχουν δημοσιονομική προσαρμογή.

Εντυπωσιακό είναι το εύρημα ότι το εργατικό κόστος, ίσως ο πιο σημαντικός παράγοντας κινητικότητας επιχειρήσεων (Hudson, 2001; Domanski, 2003; Labrianidis and Kalantaridis, 2004; Smallbone et al., 2011), αναδείχθηκε μόλις 7^ο στην κατάταξη. Ενώ η σχετική με το ΝΔΚΕ βιβλιογραφία ανέδειξε τη μεγάλη σημασία του εργατικού κόστους (Castells, 1996; Wilkinson et al., 2001), ελάχιστοι ερωτηθέντες το ανέφεραν, σχετικά με την απόφαση φυγής από την Ελλάδα. Ο ιδιοκτήτης μίας εμπορικής εταιρίας στη Sofia σημείωσε: «Όχι, οι μισθοί δεν ήταν ανάμεσα στα σημεία κλειδιά, ήταν πολύ χαμηλοί». Το αποτέλεσμα αυτό αντανάκλα την πρόσφατη τρομακτική μείωση του εργατικού κόστους στην Ελλάδα, τη μεγαλύτερη σε όλη την ΕΕ από το 2010 έως το 2013, λόγω της μείωσης των ακαθάριστων μισθών κατά 19% (Eurostat). Παρόλη την μεγάλη μείωση του εργατικού κόστους, χιλιάδες επιχειρηματίες αποχώρησαν από την Ελλάδα καθώς οι εταιρίες τους ήταν μη κερδοφόρες.

Η έλλειψη ζήτησης είχε πολύ σημαντικό αντίκτυπο στη φυγή των ΜΜΕ, ενώ αναδείχθηκε σαν πιο κρίσιμος παράγοντας σε σχέση με προηγούμενες μελέτες, οι οποίες έχουν επικεντρωθεί κυρίως στο επίπεδο ζήτησης στην περιφέρεια προορισμό (Wilkinson et al., 2001; Domanski, 2003). Η πτώση των πωλήσεων και της ζήτησης, ήρθε ως αναπόφευκτο αποτέλεσμα της εκτόξευσης του ποσοστού ανεργίας (190%), των μισθολογικών μειώσεων και της πτώσης του εισοδήματος των νοικοκυριών (-30%) κατά την περίοδο 2007-2014 (Eurostat). Ένας επιχειρηματίας στη Sofia εξήγησε: «Οι πελάτες μου δεν μπορούσαν να αγοράσουν καθώς δεν είχαν τα επαρκή κεφάλαια για να πληρώσουν». Τα εμπορεύματα δεν μπορούσαν να πωληθούν, επιφέροντας μεγάλη έλλειψη ρευστότητας, ενώ το κεφάλαιο που είχε ήδη επενδυθεί έχασε μέρος της αξίας

του. Επιπλέον, μερικοί επιχειρηματίες προχώρησαν σε πωλήσεις με πίστωση, οι οποίες όμως τελικά δεν πληρώθηκαν ποτέ, καταλήγοντας σε απλήρωτες συναλλαγές.

Η έξοδος των ΜΜΕ επηρεάστηκε σημαντικά από την περιορισμένη πρόσβαση στην εξωτερική χρηματοδότηση, εξαιτίας των παρακάτω παραγόντων. Οι Ελληνικές ΜΜΕ είναι ιστορικά εξαρτημένες από τον δανεισμό (Liargovas, 1998), ενώ η χορήγηση δανείων είχε αυξηθεί σημαντικά από το 2000, στη βάση της πτώσης των επιτοκίων, που ήρθε σαν αποτέλεσμα του υψηλού ανταγωνισμού εντός της Ευρωζώνης. Οι τράπεζες προσέφεραν δάνεια στις ΜΜΕ, χωρίς να υπολογίζουν ιδιαίτερα την ικανότητα των επιχειρηματιών να αποπληρώσουν το χρέος τους, και ως εκ τούτου ο τραπεζικός δανεισμός αποτέλεσε μία έκφανση επιχειρηματικών δανείων υψηλού κινδύνου και ρίσκου ('subprime'). Η product manager επιχειρηματικής πίστης για ΜΜΕ ανέφερε: «Τότε τα πράγματα ήταν αισιόδοξα, κι έτσι ο δανεισμός των ΜΜΕ ήταν πέρα από τα όρια τους». Ωστόσο, από το 2007 η πρόσβαση στην εξωτερική χρηματοδότηση έχει περιορισθεί αισθητά, λόγω των οικονομικών ζημιών τόσο των τραπεζών όσο και των ΜΜΕ (Γιαννίτσης, 2013). Σύμφωνα με στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδας, ο ετήσιος ρυθμός αύξησης της πιστωτικής επέκτασης σε μη-χρηματοπιστωτικές επιχειρήσεις ήταν 6,8% το Σεπτέμβριο του 2009, αλλά καταγράφηκε αρνητικός το Σεπτέμβριο του 2012 (-4,9%) και περαιτέρω τον Μάρτιο του 2014 (-5,3%). Στο περιβάλλον της ύφεσης, οι ΜΜΕ δεν μπορούσαν να ορθοποδήσουν εξαιτίας, μεταξύ άλλων, της αδυναμίας χρηματοδότησης. Ο ιδιοκτήτης μίας επιχείρησης παροχής υπηρεσιών στο Petrich εξήγησε: «Η δύσκολη πρόσβαση στην εξωτερική χρηματοδότηση ήταν ο πιο σημαντικός παράγοντας για την απόφασή μου να μετακινηθώ στη Βουλγαρία. Όλοι οι ξένοι προμηθευτές απαιτούσαν προ-πληρωμές. Η ρευστότητα ήταν απαραίτητη, όμως δεν είχα πρόσβαση σε τραπεζικά δάνεια».

Το κρίσιμο ζήτημα της φοροδιαφυγής, λόγω των αναποτελεσματικών Κρατικών ελέγχων, προστίθεται στην ανάλυση της μετεγκατάστασης των ΜΜΕ, καθώς οι επίσημοι θεσμοί διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην επιχειρηματική απόδοση (Maskell and Malmberg, 1999; Domanski, 2003). Αν και η φορολογία έχει αυξηθεί σημαντικά για τους περισσότερους Έλληνες πολίτες από το 2010, οι πλούσιοι επιχειρηματίες, κυρίως

οι πλοιοκτήτες, απολαμβάνουν σοβαρές φοροαπαλλαγές (Wall Street Journal, 2015). Επομένως, ο τρόπος με τον οποίο οι Ελληνικές κυβερνήσεις προσπάθησαν να επιλύσουν την κρίση οδήγησε σε μεγαλύτερη συγκέντρωση πλούτου, εντείνοντας το φαινόμενο της προσοδοθηρίας¹ (rent-seeking) (Evangelopoulos, 2012). Περιγράφοντας το περιβάλλον μετά την κρίση, ο ιδιοκτήτης μίας εταιρίας παροχής υπηρεσιών στο Blagoevgrad δεν δίστασε να παραδεχτεί: «Χρωστούσα €15.000 στις φορολογικές αρχές και δεν μπορούσα να λάβω φορολογική ενημερότητα. Γνωρίζω, ωστόσο, μια μεγάλη εταιρία με χρέη €400.000 που έλαβε ενημερότητα».

Η φοροδιαφυγή και η μαύρη οικονομία έχουν αυξηθεί καθώς πολλοί Έλληνες επιχειρηματίες, απρόθυμοι ή ανήμποροι να πληρώσουν φόρους, κατέφυγαν σε άτυπα μέσα (Γιαννίτσης και Ζωγραφάκης, 2016). Πράγματι, προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι το 2012 το δηλωθέν εισόδημα από μισθούς και συντάξεις ήταν υψηλότερο από τα έσοδα από επιχειρηματικές δραστηριότητες. Ο ιδιοκτήτης μίας μεταποιητικής επιχείρησης στο Petrich δήλωσε χωρίς δισταγμό: «Γνωρίζω επιχειρηματίες που διατηρούν την εταιρία τους στη μαύρη οικονομία, αποφεύγοντας έτσι την καταβολή φόρων». Πράγματι, οι νομοταγείς επιχειρηματίες υποχρεώθηκαν να πληρώνουν υψηλότερους φόρους, ενώ σημαντικό πλήγμα δέχθηκαν τα έσοδα της Ελληνικής κυβέρνησης. Σπουδαίο ρόλο στη φοροδιαφυγή είχε η νομοθετική πολυπλοκότητα, η οποία αυξήθηκε στον απόηχο της συχνής νομοθέτησης των κυβερνήσεων υπό τις πιέσεις των διαπραγματεύσεων με την Τρόικα, επεκτείνοντας έτσι την αβεβαιότητα, την οποία οι επιχειρηματίες επιδιώκουν να αποφύγουν (Guzik and Micek, 2008). Ο ιδιοκτήτης μίας εταιρίας παροχής υπηρεσιών στο Petrich κατέληξε: «Από το 2007, έχουν ψηφιστεί εκατοντάδες νόμοι για τη φορολογία, αυξάνοντας την οικονομική αστάθεια. Δεν ήξερα τι να περιμένω».

Επιπλέον, το επίπεδο γραφειοκρατίας, που ήταν άμεσα σχετιζόμενο με την πολύ αργή επιστροφή του ΦΠΑ, αυξήθηκε και συνέβαλε σε χρονοβόρες συναλλαγές με το Κράτος. Ενώ τα κεφάλαια από την επιστροφή του ΦΠΑ έγιναν πιο σημαντικά για την αύξηση της ρευστότητας στην εποχή της κρίσης, η μέση περίοδος επιστροφής του ανήλθε στις 350 μέρες το 2013, σύμφωνα με τα στοιχεία του υπουργείου Οικονομικών. Ο διευθυντής μίας μεσαίας κατασκευαστικής εταιρίας

στη Sofia κατήγγειλε: «Το Κράτος δεν αποπλήρωσε €300.000 από επιστροφή ΦΠΑ. Είναι τελείως ανοργάνωτο».

Επομένως, σε σχέση με τις νόρμες, η εμπιστοσύνη των επιχειρηματιών στο Κράτος κατέρρευσε στα πλαίσια της κρίσης και των κυβερνητικών πολιτικών λιτότητας. Ένας ερωτηθείς επιχειρηματίας υπογράμμισε πως «παλαιότερα το Κράτος ζητούσε προμήθεια για να με υποστηρίξει, αλλά από το 2010 έχει στραφεί εναντίον μου», αναδεικνύοντας επιπλέον το υψηλό επίπεδο διαφθοράς (Γιαννίτσης, 2013). Επιπροσθέτως, η εμπιστοσύνη ανάμεσα στους επιχειρηματίες κατέρρευσε μετά το 2007. Οι τραπεζικές επιταγές είναι μία ενδεικτική περίπτωση. Οι επιταγές στην Ελλάδα έχουν αποτελέσει ιστορικά σημαντικό μέσο συναλλαγών, στη βάση της εμπιστοσύνης στα στενά κοινωνικά δίκτυα (IME ΓΣΕΒΕΕ, 2009). Ωστόσο, οι επιταγές δεν μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν στον απόηχο της κρίσης, λόγω της κατάρρευσης της εμπιστοσύνης. Αυτό αναδείχθηκε από τον ιδιοκτήτη μίας μεταποιητικής εταιρίας στο Blagoevgrad, που σημείωσε: «Οι τραπεζικές επιταγές δεν μπορούσαν ούτε να χρησιμοποιηθούν ούτε να εξαργυρωθούν. Δεν υπήρχε εμπιστοσύνη. Έτσι, η έλλειψη ρευστότητας βάθυνε ακόμη περισσότερο». Η έλλειψη εμπιστοσύνης κατέληξε σε μεγαλύτερη αβεβαιότητα, την οποία οι επιχειρηματίες προσπαθούν να αποφύγουν (Guzik and Micek, 2008).

Το κοινωνικο-οικονομικό περιβάλλον στη Βουλγαρία

Οι επιχειρηματίες μετέφεραν τις ΜΜΕ στη Βουλγαρία καθώς προτίμησαν τις εκεί διαμορφωμένες συνθήκες του οικονομικού και θεσμικού περιβάλλοντος. Το Βουλγάρικο Κράτος, έχει διαχρονικά προσφέρει κίνητρα ώστε να προσελκύσει ξένες επιχειρήσεις (Slaveski and Nedanovski, 2002). Έτσι, έχει θεσμοθετήσει το χαμηλότερο κατώτατο μισθό και επιχειρηματικό φορολογικό συντελεστή σε όλη την ΕΕ από το 2007 (στοιχεία Eurostat). Επιπλέον, οι επιπτώσεις της κρίσης στη Βουλγάρικη οικονομία, είναι πιο ήπιες από αυτές στην Ελληνική, ενώ τα μέτρα λιτότητας ήταν λιγότερο σκληρά σε σχέση με αυτά που εφαρμόστηκαν στην Ελλάδα, επηρεάζοντας κυρίως την κατανάλωση (Petkov, 2014). Η Βουλγαρική κυβέρνηση επικεντρώθηκε στο πάγωμα των μισθών και στις περικοπές των δημοσίων δαπανών, κυρίως στις δημόσιες υπηρεσίες και στην εκ-

Πίνακας 2. Βαρύτητα των στοιχείων που προσέλκυσαν τις Ελληνικές ΜΜΕ στη Βουλγαρία

Παράγοντας	Μέση τιμή
1. Γεωγραφική γειτνίαση Βουλγαρίας και Ελλάδας	4,57
2. Χαμηλή φορολογία και υψηλή επιστροφή Φ.Π.Α.	4,52
3. Χαμηλό επίπεδο γραφειοκρατίας	3,94
4. Χαμηλό εργατικό κόστος	3,71
5. Εύκολη πρόσβαση ή φτηνή ενέργεια και πρώτες ύλες	3,53
6. Το Βουλγάρικο κράτος δεν είχε πολλές οικονομικές απαιτήσεις	3,50
7. Σταθερή αγορά και σταθερό γενικό οικονομικό περιβάλλον	3,42
8. Χαμηλός ανταγωνισμός στη Βουλγάρικη αγορά	3,27
9. Χαμηλό επίπεδο τιμών ενοικίασης επιχειρηματικών χώρων	3,27
10. Χαμηλό μεταφορικό κόστος	3,15
11. Ανεπτυγμένες σχέσεις μεταξύ των επιχειρήσεων Ελλάδας και Βουλγαρίας	2,79
12. Μέγεθος της Βουλγάρικης αγοράς	2,63
13. Παρουσία Ελληνικών επιχειρήσεων στη Βουλγαρία	2,63
14. Το αποτέλεσμα της μη συμμετοχής της Βουλγαρίας στην Ευρωζώνη	2,50
15. Πολιτισμικές σχέσεις με την Ελλάδα	2,43
16. Εύκολη πρόσβαση στον τραπεζικό δανεισμό/χρηματοδότηση	2,22

Πηγή: Στοιχεία έρευνας

παίδευση, καθώς και στην αύξηση της τιμής της ηλεκτρικής ενέργειας (Petkov, 2014).

Η γεωγραφική γειτνίαση με την Ελλάδα αναδείχθηκε ο πιο σημαντικός παράγοντας. Λαμβανομένου υπόψη, ότι οι Έλληνες επιχειρηματίες είχαν μετεγκατασταθεί σε γειτονικές χώρες στη δεκαετία του 1990 (Labrianidis, 2001), είναι σημαντικό να αναλυθεί η σημασία της γεωγραφικής εγγύτητας στην περίοδο μετά την κρίση, δεδομένου ότι ήταν μεταξύ των βασικών λόγων που οι επιχειρηματίες επέλεξαν να μετακινηθούν στη Βουλγαρία και όχι σε μια άλλη πιο αναπτυγμένη εθνική οικονομία. Εξηγώντας την απόφαση μετεγκατάστασης, ο ιδιοκτήτης μίας εμπορικής επιχείρησης ανέφερε: «Θα ήθελα να μεταφερθώ στη Γερμανία, αλλά επέλεξα τη Βουλγαρία, καθώς συνδυάζει τη γεωγραφική εγγύτητα προς την Ελλάδα με το χαμηλό λειτουργικό κόστος». Η σημασία της γεωγραφικής εγγύτητας δεν αποτελεί έκπληξη, δεδομένου ότι οι επιχειρηματίες προτίμησαν να παραμείνουν σε κοντινή απόσταση με το δίκτυο υφιστάμενων πελατών, που είναι πολύ σημαντικό για τη λειτουργία μίας εταιρίας (Labrianidis, 2001). Η γεωγραφική γειτνίαση έχει αναδειχθεί κρίσιμη στη βιβλιογραφία της ΔΕ εξαιτίας της μείωσης του μεταφορικού κόστους (Zahra and George, 2001; Pickles, 2005; Smallbone et al., 2011). Χαρακτηριστικά, για το 48% των ερωτηθέντων η Ελλάδα συγκαταλέγεται στις αγορές που απευθύνονται, παρόλη την πτώση της ζήτησης. Η μεγάλη εξάρτηση των

Ελλήνων επιχειρηματιών στο θεσμό της οικογένειας (Γιαννίτσης, 2013), επηρέασε εξίσου σημαντικά την μεταφορά των ΜΜΕ, καθώς πολλοί προτιμούσαν να μη μείνουν μακριά από τις οικογένειές τους. Όντως, η Ελλάδα καταγράφει ισχυρούς οικογενειακούς δεσμούς, καθώς η οικογένεια συνιστά παράγοντα προστασίας και αντίβαρο στο αδύναμο Κράτος Πρόνοιας και τη χαμηλή κοινωνική αλληλεγγύη (Βενιέρης, 2011). Για παράδειγμα, ο ιδιοκτήτης μίας μεταποιητικής εταιρίας στα Kulata επισήμανε: «Μπορώ να γυρίσω στην οικογένειά μου μετά από μία ώρα οδήγησης. Αυτό ήταν πολύ σημαντικό για την απόφασή μου».

Μεταξύ των επιλογών για διασυνοριακή μετακίνηση σε οικονομίες χαμηλού κόστους, οι περισσότεροι επιχειρηματίες επέλεξαν τη Βουλγαρία δεδομένου ότι ήταν μέλος της ΕΕ. Πράγματι, η ευρωπαϊκή ενιαία αγορά έχει διευκολύνει την επιχειρηματική κινητικότητα εντός της ΕΕ (Domanski, 2003; Smallbone et al., 2011). Η ένταξη της Βουλγαρίας στην ΕΕ το 2007 άνοιξε τα σύνορα με τα άλλα Κράτη Μέλη της ΕΕ και βελτίωσε, έστω εν μέρει, την Κρατική λειτουργία (Pashev, 2011). Η εξέλιξη αυτή ήταν σημαντική για το 70% των ερωτηθέντων. Η project manager του επιμελητηρίου του Κιλκίς επιβεβαίωσε πως «τη δεκαετία του 1990, οι Έλληνες επιχειρηματίες μετακινούνταν σε όλες τις Βαλκανικές χώρες, αλλά από το 2007 παρατηρείται μία σημαντική προτίμηση προς τη Βουλγαρία».

Μέσα στον κυκεώνα των νέων κι έκτακτων φόρων στην Ελλάδα, η χαμηλή φορολογία στη Βουλγαρία αποκαλύφθηκε σαν πολύ σημαντικός παράγοντας, καθώς οι επιχειρηματίες επιδίωκαν να μειώσουν τα έξοδά τους. Το Βουλγάρικο Κράτος έχει διατηρήσει το φορολογικό συντελεστή των επιχειρηματικών κερδών στο 10% από το 2005. Χαρακτηριστικά, ο ιδιοκτήτης μίας εμπορικής εταιρίας στη Sofia σημείωσε: «Η χαμηλή φορολογία μου επιτρέπει να αυξήσω τα ταμειακά διαθέσιμα και τα κέρδη». Εντούτοις, ο Bitzenis (2003) ανέδειξε πως, στα τέλη του 1990, μόλις το 27% των Ελλήνων επιχειρηματιών που συμμετείχαν στην έρευνά του, θεώρησαν τη φορολογία σημαντική για την είσοδο στη Βουλγάρικη αγορά, καθώς ο φορολογικός συντελεστής ήταν 23,5% το 1999.

Το εργατικό κόστος αποδείχθηκε σημαντικό, παρόλη τη μεγάλη μείωση της διαφοράς κατώτατου μισθού μεταξύ Ελλάδας και Βουλγαρίας από 1:12 το 1995 σε 1:4 το 2012 (στοιχεία Eurostat). Η Βουλγαρία έχει διατηρήσει τον χαμηλότερο κατώτατο μισθό σε όλη την ΕΕ από το 2007 (16% του μέσου όρου στην ΕΕ το 2015). Το χαμηλό εργατικό κόστος αποτέλεσε κρίσιμη παράμετρο για τη μείωση του λειτουργικού κόστους κι επαναφοράς της κερδοφορίας των επιχειρηματιών. Ο ιδιοκτήτης μίας μεταποιητικής εταιρίας σημείωσε: «Οι μισθοί ήταν πολύ σημαντικοί καθώς θα μπορούσα να ριζώ σημαντικά το λειτουργικό κόστος». Το κόστος εργασίας αποδείχθηκε λιγότερο σημαντικό για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις (έκτη θέση στην ταξινόμηση) από ό,τι για τις μικρές και μεσαίες εταιρίες (τρίτη θέση). Αυτό θα μπορούσε να εξηγηθεί από τον οικογενειακό χαρακτήρα των Ελληνικών πολύ μικρών επιχειρήσεων (Liargovas, 1998). Ένα κοινό χαρακτηριστικό στο δείγμα της έρευνας ήταν ότι μέλη της οικογένειας εργάζονταν ανεπίσημα σε πολλές επιχειρήσεις, μαρτυρώντας την άτυπη οικονομία που λειτουργούσε μεταξύ των Ελληνικών ΜΜΕ. Θα πρέπει επίσης να ληφθεί υπόψη ότι η σημασία του κόστους εργασίας αυξάνεται ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης (ILO, 2015).

Κρίσιμος παράγοντας ήταν επίσης πως το Βουλγάρικο Κράτος προσφέρει ηλεκτρονική διακυβέρνηση και χαμηλό επίπεδο γραφειοκρατίας, τα οποία μειώνουν το κόστος και διευκολύνουν τις συναλλαγές με τους πολίτες. Στη Βουλγαρία η επιστροφή του ΦΠΑ γίνεται μόλις σε 32 μέρες. Ο διευθυντής μίας μεταποιητικής επιχείρησης στη βιομηχανική ζώνη της Sofia ανέ-

λυσε: «Εδώ το Κράτος είναι αρκετά οργανωμένο. Έχει σταθερό φορολογικό συντελεστή και επιστρέφει το ΦΠΑ πάντα στην ώρα του». Αυτό το αποτέλεσμα, είναι και πάλι αντίθετο με τα ευρήματα του Bitzenis (2003), ο οποίος ανέδειξε τη γραφειοκρατία ως ένα από τα μεγαλύτερα εμπόδια για τις Ελληνικές επενδύσεις στη Βουλγαρία κατά τη δεκαετία του 1990.

Σχετικά με τους άτυπους θεσμούς, η υψηλή διαφθορά επηρέασε αρνητικά την είσοδο των ΜΜΕ στη Βουλγαρία, καθώς ένα αναξιόπιστο κανονιστικό πλαίσιο αυξάνει το επιχειρηματικό ρίσκο (Guzik and Micek, 2008), αν και μόνο μερικοί επιχειρηματίες την μνημόνευσαν ως εμπόδιο. Παρόλη την ένταξη στην ΕΕ και την πρόσφατη βελτίωση, η Βουλγαρία καταγράφει ακόμη υψηλό επίπεδο διαφθοράς (Pashev, 2011). Ο ιδιοκτήτης μίας μικρής εμπορικής επιχείρησης στη Sofia δήλωσε: «Οι δημόσιοι υπάλληλοι ζητούν προμήθεια. Είναι κανόνας εδώ, είναι χειρότερα από την Ελλάδα. Ωστόσο, το φαινόμενο δικαιολογείται, καθώς οι άνθρωποι δεν μπορούν να ζήσουν με μισθό €200. Οι κυβερνητικές πολιτικές τους ωθούν να δρουν έτσι». Απροσδόκητα, λίγοι επιχειρηματίες ανέφεραν την διαφθορά σαν εμπόδιο, αντίθετα με τον Bitzenis (2003), που την ανέδειξε ως σημαντικό ανασταλτικό παράγοντα για τη δραστηριοποίηση Ελλήνων επιχειρηματιών στη Βουλγαρία κατά τη δεκαετία του 1990. Τρεις παράγοντες εμφανίζονται κρίσιμοι για τα ευρήματα της παρούσας έρευνας. Πρώτον, οι ιδιοκτήτες εταιριών είναι ιστορικά εξοικειωμένοι με τη διαφθορά στην Ελλάδα (Γιαννίτσης, 2013). Δεύτερον, οι κοινωνικο-οικονομικές συνθήκες ήταν τόσο δυσμενείς στην Ελλάδα που οι επιχειρηματίες προσπάθησαν να τις αποφύγουν με κάθε τίμημα. Τρίτον, ο δείκτης διαφάνειας που καταγράφηκε στη Βουλγαρία ήταν υψηλότερος από ό,τι στην Ελλάδα το 2011 (στοιχεία από Transparency International). Ο διευθυντής μίας μεσαίας κατασκευαστικής επιχείρησης στη Sofia αποκάλυψε ότι η διαφθορά ήταν υψηλή στην Ελλάδα εξηγώντας ότι «η αντιπαραγωγική Ελληνική δημόσια διοίκηση ήταν ένας από τους κύριους λόγους για την επέκταση της εταιρίας».

Η εμπιστοσύνη των ερωτηθέντων στους κοινωνικούς φορείς στη Βουλγαρία, επέδρασε θετικά στην απόφασή τους. Σύμφωνα με τα όσα δήλωσαν, η Βουλγαρία προσφέρει ένα περιβάλλον επιχειρηματικής ασφάλειας, την οποία οι ιδιοκτήτες εταιριών επιδιώκουν (Guzik and Micek, 2008). Ένας επιχειρηματίας

ανέφερε: «Εδώ οι πελάτες πληρώνουν, νιώθω σίγουρος πως θα εισπράξω τα λεφτά μου τη στιγμή που η συναλλαγή πραγματοποιείται». Το περιβάλλον αυτό ερχόταν σε μεγάλη αντίθεση με τις εμπειρίες των επιχειρηματιών στην Ελλάδα. Άλλοι συμμετέχοντες στην έρευνα διαφώνησαν, μνημονεύοντας περιστατικά κερδοσκοπίας, όπως τη στοχευμένη αύξηση των ενοικίων από τους ιδιοκτήτες όταν επρόκειτο για Έλληνες ενοικιαστές. Η ιδιοκτήτρια εμπορικής εταιρίας στο Pertich τόνισε: «Είπα στον ιδιοκτήτη πως είμαι Ελληνίδα και απευθείας τριπλασίασε το ενοίκιο».

Τέλος, τα προσόντα των εργαζομένων άφησαν μάλλον αδιάφορους τους περισσότερους επιχειρηματίες. Το ποσοστό των καταρτισμένων εργαζομένων στη Βουλγαρία είναι υψηλότερο από αυτό στην Ελλάδα, ενώ η Βουλγαρία καταγράφει ποσοστιαία, υψηλότερες δαπάνες στην εκπαίδευση για την περίοδο 2011-2014 (10% κατά μέσο όρο σε σύγκριση με 8% στην Ελλάδα, στοιχεία της Eurostat). Ωστόσο, το επίπεδο και η διάρκεια εκπαίδευσης είναι χαμηλότερα από την Ελλάδα. Ένας ερωτηθείς επιχειρηματίας τόνισε: «Οι Βούλγαροι είναι λιγότερο παραγωγικοί, με χαμηλότερα προσόντα και δεν είναι πρόθυμοι να εκπληρώσουν τα καθήκοντά τους. Ωστόσο, έπρεπε να μετακινηθώ ώστε να διασώσω την εταιρία μου».

Εκτός από τη διαφθορά και τα προσόντα των εργαζομένων, δεν ανιχνεύτηκαν σημαντικά εμπόδια για τη μετακίνηση των ΜΜΕ στη Βουλγαρία. Μερικοί συνεντευξιζόμενοι ανέφεραν τους ενδοιασμούς τους σχετικά με τη ξένη γλώσσα και το «άγνωστο» μίας ξένης χώρας. Ακόμη και κάτω από αυτές τις πολύ αρνητικές οικονομικές συνθήκες στην Ελλάδα, οι επιχειρηματίες κατάφεραν σχετικά εύκολα να διαχειριστούν το κόστος μετακίνησης της εταιρίας, το οποίο αποτελεί κρίσιμο στοιχείο για την επιχειρηματική κινητικότητα (Kiss, 2007). Ο εξοπλισμός ήταν ελαφρύς, καθώς πρόκειται για εταιρίες μικρού μεγέθους, και μεταφέρθηκε χωρίς ιδιαίτερα προβλήματα. Ο ιδιοκτήτης μίας εμπορικής επιχείρησης στο Blagoevgrad εξήγησε: «Μετέφερα τον εξοπλισμό, που ήταν μικρός, κάνοντας μερικές διαδρομές με ένα φορτηγό. Το κόστος ήταν χαμηλό και διαχειρίσιμο». Τέλος, το χαμηλό κόστος έναρξης επιχείρησης στη Βουλγαρία (€200) αποτέλεσε σημαντική παράμετρο ώθησης της μετεγκατάστασης πολλών ΜΜΕ στη γειτονική χώρα.

Η επίπτωση της μετακίνησης στην απόδοση των εταιριών: η σημασία των επιχειρηματικών τακτικών

Λαμβάνοντας υπόψη τα σημαντικά προβλήματα που αντιμετώπιζαν οι επιχειρηματίες στην Ελλάδα, είναι σημαντικό να εξεταστούν οι συνέπειες της τακτικής τους στην απόδοση της επιχείρησης. Σίγουρα, η αλλαγή των εξωτερικών κοινωνικο-οικονομικών συνθηκών ήταν σημαντική. Η κατά μέσο όρο 60% μείωση του λειτουργικού κόστους είναι η πιο ωφέλιμη εξέλιξη για τους περισσότερους επιχειρηματίες (92%), περιορίζοντας έτσι την αναγκαιότητα εξωτερικής χρηματοδότησης και αυξάνοντας τα έσοδα. Ωστόσο, το ζήτημα που τίθεται σχετίζεται με το αν αυτή ήταν επαρκή συνθήκη για την επιβίωση των ΜΜΕ.

Τα αποτελέσματα σε σχέση με το κίνητρο της μετακίνησης είναι σημαντικά για την απάντηση αυτού του ερωτήματος. Οι επιχειρηματίες χωρίστηκαν σε δύο κατηγορίες ανάλογα με το ευρύτερο κίνητρο για μετεγκατάσταση. Η πρώτη αφορά τους επιχειρηματίες που αντιλαμβάνονται την μετεγκατάσταση ως ευκαιρία και διαθέτουν μεγάλες, ισχυρές και παραγωγικές επιχειρήσεις. Η δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνει τους ιδιοκτήτες μικρών και αδύναμων επιχειρήσεων χαμηλής παραγωγικότητας που αντιλήφθηκαν τη μετεγκατάσταση ως αναγκαιότητα. Με βάση αυτό τον διαχωρισμό, στοιχεία για τις επιχειρηματικές τακτικές και την απόδοση της εταιρίας στη Βουλγαρία παρέχονται στον Πίνακα 3.

Πολλοί επιχειρηματίες της πρώτης κατηγορίας (35%), που κατέχουν δυνατές εταιρίες, απευθύνονται σε διάφορες αγορές εκτός από την Ελληνική και τη Βουλγάρικη. Πράγματι, πολλοί ερωτηθέντες από αυτή την κατηγορία επεδίωξαν την ένταξη σε νέα δίκτυα αγοράς, προσπαθώντας να εξάγουν στη Δυτική Ευρώπη. Αξίζει να σημειωθεί ότι ένα μικρό μέρος αυτών των επιχειρηματιών (4%) στοχεύει αποκλειστικά στην Ελληνική αγορά. Αυτό δείχνει ότι, μετά τη μετεγκατάσταση στη Βουλγαρία, προχώρησαν σε εσωτερικές αλλαγές στις επιχειρήσεις τους, οι οποίες είναι ζωτικής σημασίας για τη βελτίωση της επιχειρηματικής ανταγωνιστικότητας (Krugman 1996, Bristow 2005, Sammarra και Belussi 2006). Άλλες εσωτερικές αλλαγές περιλαμβάνουν την ανάπτυξη νέων προϊόντων, τη βελτίωση των υφιστάμενων, και την εισαγωγή καινοτομίας. Για παράδειγμα, ο ιδιοκτήτης μίας μεταποιητι-

Πίνακας 3. Τακτικές και απόδοση της επιχείρησης στη Βουλγαρία ανάλογα με το κίνητρο μετεγκατάστασης

Αγορά-στόχος για την εταιρία	Μετεγκατάσταση για οικονομική μεγέθυνση	Μετακίνηση για αποφυγή χρεοκοπίας
Βουλγαρία	47%	38%
Ελλάδα	4%	24%
Άλλες χώρες	9%	0%
Βουλγαρία κι Ελλάδα	13%	19%
Συνδυασμός όλων	27%	19%
Επιχειρηματική απόδοση στη Βουλγαρία		
Μεγάλη βελτίωση	55%	48%
Μερική βελτίωση ή επιδείνωση	45%	52%

Πηγή: Στοιχεία έρευνας

κής εταιρίας στη Sofia υλοποίησε εσωτερικές αλλαγές, υποστηρίζοντας ότι «στη Βουλγαρία προωθώ νέα προϊόντα υψηλότερης ποιότητας. Αυτό ήταν κρίσιμο για την επιτυχία της επιχείρησης». Επιπλέον, ένας ερωτηθείς που διαχειρίζεται μια εμπορική εταιρία στο Petrich δήλωσε: «Πρόσθεσα υπηρεσίες για τη βελτίωση της εταιρίας μου. Η δωρεάν διανομή των προϊόντων στην Ελλάδα ήταν ανάμεσα στις αποφάσεις μου». Ο ιδιοκτήτης μίας εμπορικής εταιρίας στο Blagoevgrad επικεντρώθηκε στη βελτίωση της ποιότητας των αγαθών: «Ενδιαφέρομαι κυρίως για την ποιότητα και, δευτερευόντως, για την τιμή των προϊόντων. Πλέον, είμαι πολύ πιο προσεκτικός σχετικά με το τι αγοράζω».

Αυτές οι τακτικές επηρέασαν την επιχειρηματική απόδοση. Οι εσωτερικές αλλαγές στην εταιρία, παράλληλα με τις νέες κοινωνικο-οικονομικές συνθήκες στη Βουλγαρία, οδήγησαν στην οικονομική ανάκαμψη αυτών των επιχειρήσεων. Λαμβάνοντας επιπλέον υπόψη την υψηλή παραγωγικότητα αυτών των εταιριών, δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι το 55% των επιχειρηματιών, που μετεγκαταστάθηκαν με σκοπό την οικονομική μεγέθυνση, βελτίωσαν σημαντικά την απόδοση των εταιριών τους.

Αντίθετα, επιχειρηματίες της δεύτερης κατηγορίας, που ασχολούνταν κυρίως με δραστηριότητες χαμηλής προστιθέμενης αξίας, μετακινήθηκαν στη Βουλγαρία χωρίς πρόθεση να προχωρήσουν σε εσωτερικές αλλαγές, αναζητώντας απλώς την επιβίωση. Πράγματι, πολλοί ερωτηθέντες αποσύνδεσαν την απόφαση να μετεγκατασταθούν με προσπάθειες βελτίωσης της τεχνολογίας ή της ποιότητας των προϊόντων και των υπηρε-

σιών, σε αντίθεση με ευρήματα στη βιβλιογραφία (Wilkinson et al., 2001; Kiss, 2007; Smallbone, Welter και Xheneti 2011). Η έλλειψη τέτοιων σχεδίων σχετίζεται με την πολύ αρνητική απόδοση των MME στην Ελλάδα, με την προθυμία των επιχειρηματιών να ξεφύγουν από το θεσμικό και οικονομικό Ελληνικό περιβάλλον και με την επιχειρηματική νοοτροπία. Όντως, οι περισσότεροι Έλληνες επιχειρηματίες στερούνται στρατηγικού σχεδιασμού και παραμελούν την ποιότητα των προϊόντων, προσπαθώντας να αντιμετωπίσουν την πτώση των πωλήσεων μέσω της μείωσης του κόστους και υιοθετώντας αμυντικές και βραχυπρόθεσμες επιχειρηματικές τακτικές που συνήθως στηρίζονται στη φοροαποφυγή (Καλογήρου, 2008).

Οι επιχειρηματίες που ανήκουν στη δεύτερη κατηγορία πίστεψαν ότι η απόφαση για μετεγκατάσταση θα λύσει αυτομάτως τα προβλήματά τους. Για παράδειγμα, πολλοί (24%) απευθύνονται μόνο στην Ελληνική αγορά, παρά τη μεγάλη πτώση της ζήτησης, ενώ μόνο το 19% απευθύνεται σε μια αγορά εκτός από την Ελληνική και τη Βουλγάρικη. Αυτό αναδεικνύει ότι οι περισσότεροι ερωτηθέντες αυτής της κατηγορίας, έχοντας χαμηλές επιχειρηματικές προσδοκίες, όπως ο ιδιοκτήτης μίας τυπικής Ελληνικής MME (Καλογήρου, 2008), αγνόησαν την ανάπτυξη νέων αγοραστικών δικτύων, αναμένοντας ότι η μετεγκατάσταση θα αποκαταστήσει την απόδοση της εταιρίας. Για τους λόγους αυτούς, αγνόησαν την εφαρμογή εσωτερικών αλλαγών. Δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι καταγράφουν μικρότερο ποσοστό (48%) επιχειρηματιών που βελτίωσαν σημαντικά την οικονομική απόδοση των

επιχειρήσεων τους. Για παράδειγμα, ο ιδιοκτήτης μίας επιχείρησης παροχής υπηρεσιών εστίασης στο Petrich αντιμετώπισε δυσκολίες, καθώς όρισε σαν αγοράστόχο τους Έλληνες επιχειρηματίες στη Βουλγαρία. Εντούτοις, υπήρξαν προβλήματα καθώς οι Έλληνες επιχειρηματίες στη Βουλγαρία δεν υποστηρίζουν αναγκαστικά τις Ελληνικές εταιρίες. Επιπλέον, ο ίδιος επιχειρηματίας τόνισε: «Δεν έχω κάνει εσωτερικές αλλαγές στην εταιρία, γεγονός που χειροτέρεψε την απόδοσή της».

Όπως διαπιστώθηκε κατά τη δεύτερη επίσκεψη στη Βουλγαρία, η μεγάλη μείωση του λειτουργικού κόστους επέτρεψε στην πλειοψηφία των εταιριών της έρευνας (75%) να επιβιώσουν, με τις περισσότερες να μη σημειώνουν ούτε βελτίωση ούτε επιδείνωση. Ωστόσο, πολλές εταιρίες (25%) έκλεισαν. Οι περισσότερες από αυτές διαχειρίζονταν από επιχειρηματίες της δεύτερης κατηγορίας.

Συμπερασματικά, οι επιχειρηματίες της πρώτης κατηγορίας συνδύασαν τη μετεγκατάσταση με εσωτερικές αλλαγές και πέτυχαν την ταχύτερη ανάκαμψη της επιχείρησης, ενώ πολλοί επιχειρηματίες της δεύτερης κατηγορίας δυσκολεύονται να διατηρήσουν τις εταιρίες τους ανοικτές στη Βουλγαρία. Τα ευρήματα αυτά αντιβαίνουν στα επιχειρήματα του Porter (1990) και υποστηρίζουν τους ισχυρισμούς των Krugman (1996) και Bristow (2005), αποκαλύπτοντας την επιρροή εσωτερικών κι εξωτερικών παραγόντων στην εταιρική ανταγωνιστικότητα. Ενώ οι κοινωνικο-οικονομικές συνθήκες σε μία χωρική ενότητα είναι κρίσιμες για την απόδοση της επιχείρησης (Porter, 1990), παράγοντες που σχετίζονται με τον πυρήνα της επιχείρησης είναι εξίσου σημαντικοί (Krugman, 1996; Bristow, 2005).

Συμπεράσματα

Αποφεύγοντας απλοϊκές γενικεύσεις, στο παρόν άρθρο, ανέδειξα πως η ερμηνεία της μετακίνησης επιχειρήσεων από την Ελλάδα στη Βουλγαρία στη μετα την κρίση περίοδο, είναι διαφορετική από το ερμηνευτικό πλαίσιο σε περίοδο οικονομικής μεγέθυνσης (Wilkinson et al., 2001; Smallbone et al., 2011; Kronenberg, 2012), καθώς η κρίση έχει μεταβάλει σημαντικά τις συνθήκες λειτουργίας των επιχειρήσεων. Η επεξήγηση της μετα την κρίση μετακίνησης ΜΜΕ από την Ελλάδα στη Βουλγαρία εμπλουτίζει τη σχε-

τική με την επιχειρηματική κινητικότητα βιβλιογραφία. Οι Έλληνες επιχειρηματίες δεν θεώρησαν την μετακίνηση ως μία ευκαιρία, όπως συχνά έχει αναδειχθεί στη βιβλιογραφία του ΝΔΚΕ (Shaiken, 1994; Castells, 1996; Wilkinson et al., 2001). Επίσης, δεν προέβησαν στη συγκεκριμένη απόφαση στοχεύοντας στη βελτίωση της ποιότητας του προϊόντος, ενώ τα εργατικά χαρακτηριστικά δεν ήταν αρκετά σημαντικά. Από την άλλη, η απόφαση των επιχειρηματιών δεν σχετιζόταν με μερική μετακίνηση ή με τη δημιουργία θυγατρικών εταιριών, όπως συνήθως ισχυρίζεται η ΔΕ (Zahra and George, 2001; Wright et al., 2007; Smallbone et al., 2011). Λίγοι επιχειρηματίες διατήρησαν τις εταιρίες τους ανοικτές στην Ελλάδα, ενώ η απόφαση μεταφοράς δεν αφορούσε μόνο επιχειρήσεις στις συνοριακές περιοχές και δεν αναδείχθηκε σαν μία ευκαιρία για επέκταση αγορών.

Αντιθέτως, είναι οι εμπειρίες των επιχειρηματιών από το Ελληνικό κοινωνικο-οικονομικό περιβάλλον συνολικά, που καθόρισαν την έξοδο χιλιάδων ΜΜΕ. Ιστορικά, το περιβάλλον αυτό παρουσιάζει αδυναμίες, όπως η υψηλή γραφειοκρατία, η φοροδιαφυγή, οι πελατειακές σχέσεις, η χαμηλή επιστροφή ΦΠΑ, ο μεγάλος όγκος δανείων υψηλού κινδύνου προς τις ΜΜΕ. Η κρίση και οι πολιτικές λιτότητας πρόσθεσαν οικονομική αστάθεια, υψηλή φορολογία, τεράστια πτώση ζήτησης, μεγάλη έλλειψη ρευστότητας, αδυναμία πρόσβασης στην εξωτερική χρηματοδότηση και κατάρρευση της κοινωνικής εμπιστοσύνης. Έτσι, στα πλαίσια της μεγάλης αύξησης του κινδύνου χρεοκοπίας των εταιριών, χιλιάδες επιχειρηματίες αποφάσισαν την ολική μεταφορά των ΜΜΕ στη Βουλγαρία, ώστε να αποφύγουν τις δυσμενείς συνθήκες. Αυτή η απόφαση αποτέλεσε τελικά αναγκαία και αναπόφευκτη λύση, ώστε να αποφύγουν το κλείσιμο της εταιρίας. Οι ενέργειες αυτές, είναι παρόμοιες με αυτές άλλων επιχειρηματιών σε συγκεκριμένες περιοχές και οικονομικούς τομείς, που κατέγραψαν ύφεση στη δεκαετία του 1990 (Karagianni and Labrianidis, 2001; Alberti, 2006). Ωστόσο, η περίπτωση του παρόντος άρθρου αφορά όλους τους τομείς και τις περιοχές στην Ελλάδα, στο πλαίσιο της γενικευμένης παγκόσμιας οικονομικής κρίσης.

Επιπλέον, μία επισκόπηση των αποτελεσμάτων, αναδεικνύει την αλλαγή βαρύτητας συγκεκριμένων παραγόντων κινητικότητας επιχειρήσεων. Σαφέστατα, η φορολογία, το επίπεδο εμπιστοσύνης και γραφειοκρα-

τίας και η γεωγραφική γειτνίαση επιβεβαιώθηκαν στην παρούσα έρευνα σαν κρίσιμοι παράγοντες (Domanski, 2003; Alberti, 2006; Guzik and Micek, 2008). Σημαντικά, όμως, είναι τα ευρήματα σε σχέση με το ρόλο του εργατικού κόστους. Από τη μία πλευρά, σίγουρα ήταν από τα στοιχεία που προσέλκυσαν τους επιχειρηματίες στη Βουλγαρία. Από την άλλη, όμως, το εργατικό κόστος έχει σχετικά ασήμαντο αντίκτυπο στην έξοδο των ΜΜΕ από την Ελλάδα, κόντρα σε μελέτες που το ανέδειξαν ως έναν εξαιρετικά σημαντικό παράγοντα (Hudson, 2001; Domanski, 2003; Kiss, 2007). Η επεξήγηση του ευρήματος, έγκειται στο γεγονός πως οι πρόσφατες κυβερνήσεις έχουν συνθλίψει τους μισθούς στην Ελλάδα σε μία προσπάθεια, σύμφωνα με τα λεγόμενα τους, να προσελκύσουν ξένες επενδύσεις. Ωστόσο, οι μισθολογικές μειώσεις στην Ελλάδα, δεν έχουν καταφέρει ούτε να αυξήσουν το επενδυτικό ενδιαφέρον ούτε ακόμη να αποτρέψουν την έξοδο χιλιάδων ΜΜΕ από την Ελληνική αγορά. Εκτός από οικονομικά αναποτελεσματικές, οι πολιτικές αυτές είναι κοινωνικά άδικες, βαθαίνοντας το χάσμα των κοινωνικό-οικονομικών ανισοτήτων.

Κάποια άλλα στοιχεία, τα οποία δεν έχουν εξεταστεί εξ' ολοκλήρου στη βιβλιογραφία, αξίζουν την επισημοτική προσοχή, καθώς βρέθηκαν να επιδρούν σημαντικά στην μετα-κρίσης έξοδο των ΜΜΕ από την Ελλάδα. Η έλλειψη ζήτησης αναδείχθηκε κρίσιμη, λόγω της αύξησης του ποσοστού ανεργίας και των μισθολογικών μειώσεων. Το εύρημα αυτό είναι σημαντικό, καθώς οι περισσότερες μελέτες κινητικότητας εταιριών έχουν επικεντρωθεί στο επίπεδο ζήτησης στην περιφέρεια προορισμό (Domanski, 2003; Holl, 2004). Επίσης, μέχρι σήμερα, οι περισσότεροι ερευνητές έχουν επικεντρωθεί στον τρόπο με τον οποίο οι συνθήκες εξωτερικής χρηματοδότησης προσελκύουν επιχειρηματικές δραστηριότητες σε μία περιφέρεια (Klagge and Martin, 2005; Dunford et al., 2014). Εκείνο το στοιχείο που λείπει από τον ακαδημαϊκό διάλογο, είναι ο τρόπος με τον οποίο οι συνθήκες εξωτερικής χρηματοδότησης επηρεάζουν την έξοδο επιχειρήσεων από μία χωρική ενότητα. Έτσι, το παρόν άρθρο εμπλουτίζει τη βιβλιογραφία αποδεικνύοντας πως η πρόσβαση στην εξωτερική χρηματοδότηση επηρέασε σημαντικά την έξοδο των ΜΜΕ από την Ελλάδα, στη βάση των δανείων υψηλού ρίσκου πριν το 2007 και της περιορισμένης πρόσβασης στην τραπεζική πίστωση στην περίοδο της κρίσης.

Η Βουλγαρία παρείχε ένα κοινωνικο-οικονομικό πλαίσιο στο οποίο οι επιχειρηματίες θα μπορούσαν δυνητικά να αντιστρέψουν την πτωτική πορεία, λόγω της μείωσης του λειτουργικού κόστους ως αποτέλεσμα του χαμηλότερου επιχειρηματικού συντελεστή φορολογίας κι εργατικού κόστους στην ΕΕ. Αρκετοί επιχειρηματίες κατάφεραν να διασώσουν την επιχείρηση και να βελτιώσουν την επίδοση της, ιδιαίτερα εκείνοι που προχώρησαν σε αλλαγές που είναι εσωτερικές στην εταιρία, όπως η βελτίωση των προϊόντων. Οι περισσότεροι επιχειρηματίες που αποσκοπούσαν μόνο στην επιβίωση των αδύναμων εταιριών τους παραμέλησαν τέτοιες τακτικές. Πολλοί από αυτούς απέτυχαν καθώς υπέθεσαν πως η μετεγκατάσταση θα λύσει αυτομάτως τα προβλήματά τους. Ωστόσο, αλλαγές εσωτερικές στην επιχείρηση είναι ουσιαστικές, καθώς επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό, παράλληλα με το κοινωνικο-οικονομικό περιβάλλον, την επιχειρηματική ανταγωνιστικότητα (Krugman, 1996; Bristow, 2005).

Σημείωση

1. Οι δράσεις ομάδων πίεσης ώστε να ασκήσουν επιρροή στην Κρατική πολιτική προς όφελός τους.

Βιβλιογραφικές αναφορές

Ελληνόγλωσση

- Αργεΐτης, Γ. (2008). "Μισθοί, ανεργία και ανταγωνιστικότητα στην Ελλάδα", στο Γιαννίτσης, Α. (επιμ.), Σε αναζήτηση Ελληνικού αναπτυξιακού μοντέλου, Αθήνα: Παπαζήση, 284-300.
- Βενιέρης, Δ. (2011). "Κρίση Οικονομίας, Απορρύθμιση Κοινωνικής Πολιτικής: Η Νέα Μικροελληνική Καταστροφή 2010-2011", *Επιθεώρηση Κοινωνικών Ερευνών* 134-135: 101-131.
- Γιαννίτσης, Α. (2013). *Η Ελλάδα στην κρίση*. Αθήνα: Πόλις.
- ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ (2009). *Χρηματοδότηση πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων*. Αθήνα: ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ.
- Καλογήρου, Γ. (2008). "Τεχνολογία, γνώση και οικονομική μεγέθυνση στο ελληνικό αναπτυξιακό μοντέλο: Συγκρίσεις, συγκλίσεις και αποκλίσεις", στο Γιαννίτσης, Α. (επιμ.) Σε αναζήτηση ελληνικού μοντέλου ανάπτυξης, Αθήνα: Παπαζήση, 181-221.
- Καπιτσίνης, Ν. (2016). "Οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στη μεταφορά επιχειρήσεων. Συγκριτική ανάλυση της προ- και μετα-κρίσης μετακίνησης των ελληνικών επιχειρήσεων στην Βουλγαρία", *Αειχώρος* 24: 86-122.
- Χατζημιχάλης, Κ. (2010). "Η ελληνική οικονομική κρίση και η γεωγραφία", *Γεωγραφίες* 16: 4-6.
- Χατζημιχάλης, Κ. (2012). "Άνιση γεωγραφική ανάπτυξη και χωροκοινωνική δικαιοσύνη-αλληλεγγύη: οι ευρωπαϊκές περι-

φέρειες μετά την οικονομική κρίση του 2009”, *Γεωγραφίες* 19: 11-40.

Ξενόγλωσση

- Alberti, F. (2006). “The decline of the industrial district of Como: recession, relocation or reconversion?”, *Entrepreneurship & Regional Development: An International Journal* 18: 473-501.
- Aspelund, A. and Butsko, V. (2010). “Small and middle-sized enterprises’ offshoring production: a study of firm decisions and consequences”, *Tijdschrift voor economische en sociale geografie* 101, 262-275.
- Bitzenis, A. (2003). “The determinants of FDI in transition countries; incentives and barriers based on a questionnaire research: the case of Bulgaria, 1989-2000”, στο Petrakos, G., Kotios, A. and D. Chionis (επιμ.), *International and monetary aspects of transition in Southeastern Europe*, Τόμος 2, Βόλος: Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Θεσσαλίας, 99-154.
- Bristow, G. (2005). “Everyone’s a ‘winner’: problematising the discourse of regional competitiveness”, *Journal of Economic Geography* 5, 285-304.
- Carrincazeaux, C. and Coris, M. (2015). “Why Do Firms Relocate? Lessons from a Regional Analysis”, *European Planning Studies* 23: 1695-1721.
- Castells, M. (1996) *The rise of the network society. The Information Age: Economy, Society, and Culture*, Τόμος 1, Oxford: Blackwell.
- Domanski, B. (2003). “Industrial Change and Foreign Direct Investment in the Postsocialist Economy: The Case of Poland”, *European Urban and Regional Studies* 10: 99-118.
- Dunford, M., Liu, W., Liu, Z. and Yeung, G. (2014). “Geography, trade and regional development: the role of wage costs, exchange rates and currency/capital movements”, *Journal of Economic Geography* 14: 1175-1197.
- Evangelopoulos, P. (2012). “Rent Seeking in the Greek Economic Drama”. *The Independent Review* 17, 95-98.
- Gabe, T. and Bell, K. (2004). “Tradeoffs between Local Taxes and Government Spending as Determinants of Business Location”, *Journal of Regional Science* 44: 21-41.
- Guzik, R. and Micek, G. (2008). “The Impact of Delocalisation on the European Software Industry”, στο Labrianidis, L. (επιμ.) *The Moving Frontier. The Changing Geography of Production in Labour-Intensive Industries*, Aldershot: Ashgate, 229-251.
- Harvey, D. (2006). *The Limits to Capital. New and fully updated edition*, London: Verso.
- Holl, A. (2004). “Start-ups and relocations: Manufacturing plant location in Portugal”, *Papers in Regional Science* 83: 649-668.
- Hong, S. H. (2013). “Agglomeration and relocation: Manufacturing plant relocation in Korea”, *Papers in Regional Science* 93: 803-818.
- Hudson, R. (2001). *Producing Places*, London: Guildford.
- Hudson, R. (2016). “Rising powers and the drivers of uneven global development”, *Area Development and Policy* 1: 279-294.
- ILO (2015). *Small and medium-sized enterprises and decent and productive employment creation*, Geneva: ILO.
- Kalantaridis, C., Vassilev, I. and Fallon, G. (2011). “Enterprise Strategies, Governance Structure and Performance: A Comparative Study of Global Integration”, *Regional Studies* 45: 153-166.
- Kapitsinis, N., Metaxas, T. and Duquenne, M. N. (2013). “Exploring the Coherence and the Meaning of Territorial Competition: Do National States Behave in the Same Way as Firms in Case of Default? The Cases of Greece and Dubai”, *Applied Econometrics and International Development* 13: 57-72.
- Karagianni, S. and Labrianidis, L. (2001). “The Pros and Cons of SMEs Going International. Greek companies in Bulgaria”, *Eastern European Economics* 39: 5-28.
- Kinkel, S. (2012). “Trends in production relocation and backshoring activities. Changing patterns in the course of the global economic crisis”, *International Journal of Operations & Production Management* 32: 696-720.
- Kiss, E. (2007). “The impacts of relocation on the spatial pattern to Hungarian industry”, *Geographia Polonica* 80: 43-63.
- Kiss, E. (2012). “The impacts of the economic crisis on the spatial organization of Hungarian industry”, *European Urban and Regional Studies* 19: 62-76.
- Klage, B. and Martin, R. (2005). “Decentralized versus centralized financial systems: is there a case for local capital markets?”, *Journal of Economic Geography* 5: 387-421.
- Kronenberg, K. (2012). “Firm relocations in the Netherlands: Why do firms move, and where do they go?”, *Papers in Regional Science* 92: 691-714.
- Krugman, P. (1996). “Making sense of the competitiveness debate”, *Oxford Review of Economic Policy* 12, 17-25.
- Labrianidis, L. (2001). “Geographical proximity matters in the orientation of FDI: Greek FDI in the CEECs”, στο Petrakos, G. and Totev, S. (επιμ.) *The development of the Balkan region*, Aldershot: Ashgate, 436-489.
- Labrianidis, L. (2008). “Introduction”, στο Labrianidis, L. (επιμ.) *The Moving Frontier. The Changing Geography of Production in Labour-Intensive Industries*, Aldershot: Ashgate, 1-19.
- Labrianidis, L. and Kalantaridis, C. (2004). “The Delocalization of Production in Labour Intensive Industries: Instances of Triangular Manufacturing between Germany, Greece and FYROM”, *European Planning Studies* 12: 1157-1173.
- Labrianidis, L. and Vogiatzis, N. (2013). *Restructuring in SMEs: Greece*. Eurofound, [online] Διαθέσιμο στον παρακάτω σύνδεσμο: <http://www.eurofound.europa.eu/publications/htmlfiles/ef12475.htm>
- Liargovas, P. (1998). “The White Paper on Growth, Competitiveness and Employment and Greek Small and Medium Sized Enterprises”, *Small Business Economics* 11: 201-214.
- Luce, R. (2011). *In spite of the gods: The strange rise of modern India*. London: Abacus.
- Manjón-Antolín, M. and Arauzo-Carod, J. M. (2011). “Locations and relocations: determinants, modelling, and interrelations”, *Annals of Regional Science* 47: 131-146.
- Maskell, P. and Malmberg, A. (1999). “The competitiveness of firms and regions ‘ubiquitification’ and the importance of localized learning”, *European Urban and Regional Studies* 6: 9-25.

- Massey, D. (1995). *Spatial Division of Labour, Social Structures and the Geography of Production*, Δεύτερη έκδοση, London: MacMillan.
- Nguyen, C., Sano, K., Tran, T. and Doan, T. (2013). "Firm relocation patterns incorporating spatial interactions", *Annals of Regional Science* 50: 685-703.
- Oerlemans, L., Meeus, M. and Boekema, F. (2001). "Firm clustering and innovation: Determinants and effects", *Papers in Regional Science* 80, 337-356.
- Pashev, K. (2011). "Corruption and accession: Evidence from public procurement in Bulgaria", *Public Management Review* 13: 409-432.
- Pavlínek, P. and Smith, A. (1998). "Internationalization and Embeddedness in East Central European Transition: The Contrasting Geographies of Inward Investment in the Czech and Slovak Republics", *Regional Studies* 32: 619-638.
- Petkov, V. (2014). "Advantages and Disadvantages of Fiscal Discipline in Bulgaria in Times of Crisis", *Contemporary Economics* 8: 47-56.
- Pickles, J. (2005). "Guest editorial: Trade liberalization, industrial upgrading, and regionalization in the global clothing industry", *Environment and Planning A* 38: 2201-2206.
- Porter, M. (1990). *Competitive Advantage of Nations*, New York: The Free Press.
- Psycharis, Y., Kallioras, D. and Pantazis, P. (2014). "Economic crisis and regional resilience: detecting the 'geographical footprint' of economic crisis in Greece", *Regional Science Policy & Practice* 6: 121-142.
- Salt, J. and Wood, P. (2012). "Recession and international corporate mobility", *Global Networks* 12: 425-445.
- Samarra, A. and Belussi, F. (2006). "Evolution and relocation in fashion-led Italian districts: evidence from two case-studies", *Entrepreneurship & Regional Development* 18:, 543-562
- Shaiken, H. (1994). "Advanced Manufacturing and Mexico: A New International Division of Labour?", *Latin American Research Review* 29: 39-71.
- Slaveski, T. and Nedanovski, P. (2002). "Foreign Direct Investment in the Balkans", *Eastern European Economics* 40: 83-99.
- Smallbone, D., Xheneti, M. and Welter, F. (2011). "Cross-border Cooperation between Enterprises as a Form of International Entrepreneurship", στο Raposo, M., Smallbone, D., Balaton, K. and Hortoványi, L. (επιμ.) *Entrepreneurship, Growth and Economic Development*, Cheltenham: Edward Elgar, 154-179.
- van Dijk, J. and Pellenbarg, P. (2000). "Firm relocation decisions in the Netherlands: an ordered logit approach", *Papers in Regional Science* 79: 191-219.
- Wall Street Journal (2015). *Greek Shipowners Prepare to Weigh Anchor on Prospect of Higher Taxes*. [online]. Διαθέσιμο στον παρακάτω σύνδεσμο: <http://www.wsj.com/articles/greek-shipowners-prepare-to-weigh-anchor-on-prospect-of-higher-taxes-1443520314>
- Wilkinson, B., Gamble, J., Humphrey, J., Morris, J. and Anthony, D. (2001). "The new international division of labour in Asian electronics: work organization and human resources in Japan and Malaysia", *Journal of Management Studies* 38: 675-695.
- Wright, M., Westhead, P. and Ucbasaran, D. (2007). "Internationalisation of small and medium sized enterprises (SMEs) and international entrepreneurship: A critique and policy implications", *Regional Studies* 41: 1013-1029.
- Zahra, S. and George, G. (2002). "International entrepreneurship: research contributions and future directions", στο Hitt, M., Ireland, R., Camp, S. and Sexton, D. (επιμ.) *Strategic Entrepreneurship: Creating a New Mindset*, Oxford: Blackwell, 255-288.