



4th

παγκρήτια
έκθεση

επιχειρηματικό
πανόραμα

Ρέθυμνο 2005

Μαρίνα Ρεθύμνου

28 Μαΐου-5 Ιουνίου 2005

- Αγροτικά προϊόντα
- Γεωργικά μηχανήματα
- Κρητικά παραδοσιακά προϊόντα
- Βιομηχανία
- Βιοτεχνία μετάλλου
- Βιοτεχνία - Μεταποίηση
- Βιοτεχνία ξύλου
- Εμπόριο
- Παραγωγικά προϊόντα
- Παροχή Υπηρεσιών
- Τρόφιμα - Ποτά
- Σύγχρονη κατοικία
- Τουρισμός
- Επαγγελματικός εξοπλισμός



Οργάνωση:

ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΑΡΧΙΑΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ kollias expo - ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΡΕΘΥΜΝΟΥ

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ ΤΗΣ ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΡΕΘΥΜΝΟΥ, ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΡΕΘΥΜΝΟΥ, ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΚΟΥ ΣΥΛΛΟΓΟΥ ΡΕΘΥΜΝΟΥ

ΚΑΙ ΤΗΝ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΡΗΤΗΣ

www.eber.gr



ΕΠΙ + ΕΠΙ
ΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

5^ο ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2004 - ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2005

ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΗ ΕΚΔΟΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΡΕΘΥΜΝΟΥ Τμή: 0,001€

- >> ΝΕΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ: - ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ - ΕΡΓΑΝΗ - ΙΣΟΚΡΑΤΙΑ
- >> ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΤΕ ΕΝΑ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΟ ΕΤΑΙΡΙΚΟ WEBSITE



ΧΡΟΝΙΑ ΠΟΛΛΑ / ΚΑΛΗ ΧΡΟΝΙΑ / ΚΑΛΕΣ ΓΙΟΡΤΕΣ / ΚΑΛΕΣ ΔΟΥΛΕΙΕΣ / ΚΑΛΗ



ΑΦΙΕΡΩΜΑ: 70 ΧΡΟΝΙΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΙΔΡΥΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ
Όλες οι επιτυχημένες εκδηλώσεις.

Μέσα στο
"λαβύρινθο"
των Τραπεζών



μια Τράπεζα **ξεχωρίζει**

Γιατί...

- ☐ ανήκει στα μέλη της
- ☐ εξυπηρετεί γρήγορα και αποτελεσματικά
- ☐ τοκίζει τις καταθέσεις από το 1ο Ευρώ με το μεγαλύτερο επιτόκιο
- ☐ χορηγεί δάνεια με τις χαμηλότερες επιβαρύνσεις
- ☐ η απόκτηση μερίδων είναι μια σίγουρη και κερδοφόρα επένδυση

 **ΠΑΓΚΡΗΤΙΑ
ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ**

Η δική μας Τράπεζα



ΣΚΥΡΟΔΕΜ 
Ε. ΣΤΡΑΤΙΔΑΚΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε. 

ΠΑΡΑΓΩΓΗ ΕΤΟΙΜΟΥ ΣΚΥΡΟΔΕΜΑΤΟΣ

**ΓΙΑ 100 %
ΓΕΡΑ ΘΕΜΕΛΙΑ**

- * *άριστη ποιότητα*
- * *ασυναγώνιστες τιμές*
- * *άμεση εξυπηρέτηση*
- * *δειγματοληπτικό έλεγχο ποιότητας
του σκυροδέματος στο χώρο μας*

ΧΑΜΑΛΕΥΡΙ - ΔΗΜΟΥ ΑΡΚΑΔΙΟΥ

ΤΗΛ. : 28310 73990 - 1

Fax: 28310 73992



Είναι πλέον
πραγματικότητα,
κατά γενική παραδοχή,
ότι η ατμομηχανή
της Εθνικής μας
Οικονομίας,
είναι ο Τουρισμός.
Ο ίδιος
ο Πρωθυπουργός,
στην πρόσφατη Διεθνή
Έκθεση Θεσσαλονίκης
τον Σεπτέμβριο
είπε επί λέξει:
«Πρέπει να
παραδεχθούμε,
ότι η βαρεία
βιομηχανία της χώρας
μας είναι ο Τουρισμός»

Η κυκλοφορία του 5ου τεύχους, του τριμηνιαίου περιοδικό του Επιμελητηρίου μας, συμπίπτει, με τις άγιες μέρες των Χριστουγέννων, και την έλευση του καινούριου χρόνου. Μέρες, που εκτός από την μεγάλη θρησκευτική τους σημασία δίνουν προσδοκία και στον εμποροεπαγγελματικό και επιχειρηματικό κόσμο για τόνωση της αγοράς.

Μιας αγοράς, που δυστυχώς πλήττεται και δοκιμάζεται από κρίση. Η κρίση αυτή, σε μεγάλο βαθμό οφείλεται στις δύσκολες τουριστικές χρονιές, που αντιμετωπίζει η χώρα μας, την τελευταία τριετία. Είναι πλέον πραγματικότητα, κατά γενική παραδοχή, ότι η ατμομηχανή της Εθνικής μας Οικονομίας, είναι ο Τουρισμός.

Ο ίδιος ο Πρωθυπουργός, στην πρόσφατη Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης τον Σεπτέμβριο είπε επί λέξει:

«Πρέπει να παραδεχθούμε, ότι η βαρεία βιομηχανία της χώρας μας είναι ο Τουρισμός»

Όπως και στο προηγούμενο 4ο τεύχος του περιοδικού μας επισημάναμε, το μεγάλο γεγονός της διεξαγωγής, με μοναδική επιτυχία, των Ολυμπιακών Αγώνων και της επίσης μεγάλης επιτυχίας της Ελλάδος στο Ευρωπαϊκό Μουντιάλ στο ποδόσφαιρο που θριαμβεύσαμε, προέβαλαν και έδειξαν σ' όλη την υφήλιο την όμορφη χώρα μας, που όταν είναι μονιασμένη πετυχαίνει μεγάλους στόχους.

Βάσιμα ελπίζουμε και προσδοκούμε, τα θετικά οφέλη από την άριστη διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων, και την παγκόσμια προβολή και διαφήμιση της Ελλάδος, να τονώσουν και τον Ελληνικό Τουρισμό και γενικότερα την Εθνική μας Οικονομία και όχι μόνο για ένα χρόνο.

Ξανά υπενθυμίζουμε στα μέλη μας, ότι υπάρχουν ανοιχτά προγράμματα, στήριξης μικρομεσαίων επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα, το πρόγραμμα ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ και άλλα.

Η Διοίκηση του Επιμελητηρίου εύχεται στα μέλη της για τις άγιες μέρες των Χριστουγέννων υγεία και χαρά ατομική και οικογενειακή. Για τον καινούργιο χρόνο κάθε προκοπή.

Εμμαν. Μπιρλιράκης
Πρόεδρος Δ.Σ.



ΤΟ ΣΗΜΕΡΙΝΟ
ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ
ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ
ΤΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ



Πρόεδρος:
Μπιρλιράκης Εμμανουήλ

Α' Αντιπρόεδρος:
Ψαρουδάκης Εμμανουήλ

Β' Αντιπρόεδρος:
Πωλιουδάκης Χαράλαμπος

Γεν. Γραμματέας:
Χριστουλάκης Όθωνας

Οικον. Επόπτης:
Μελισσουργός Ηλίας

Μέλη:
Αλυγιζάκης Ιωσήφ
Γαβαλάς Στυλιανός
Γιακουμάκης Γεώργιος
Ζαφειράκης Γεώργιος
Καλαϊτζάκη Μαρία
Καλαϊτζάκης Ιωάννης
Κωνσταντουλάκης Κων/νος
Λεντζάκης Μιχαήλ
Μαριόλος Νικόλαος
Νίνος Νικόλαος
Παπατζανής Ιωάννης
Περάκης Εμμανουήλ
Πολιουδάκης Γεώργιος
Σαριδάκης Κων/νος
Σταρένιος Δημήτριος
Φεσσάς Ανδρέας

ΕΚΠΡΟΣΩΠΗΣΗ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΣΕ ΣΥΜΒΟΥΛΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΤΡΟΠΕΣ

ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ Ν. ΡΕΘΥΜΝΗΣ

- Εμμανουήλ Μπιρλιράκης, ως τακτικός
Εμμ. Πορτάλιου 23, 74100 Ρέθυμνο, τηλ. 28310-22214 & 22572
- Όθωνας Χριστουλάκης, ως αναπληρωματικός
Πλ. Τ.Πετυκάκη 27, 74100 Ρέθυμνο, τηλ. 28310-55500

ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ Ο.Α.ΔΥ.Κ.

- Εμμανουήλ Ψαρουδάκης, Λ. Πορτάλιου 31, 74100 Ρέθυμνο, τηλ. 28310-23607

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΦΙΛΙΚΟΥ ΔΙΑΚΑΝΟΝΙΣΜΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

- Μαρία Καλαϊτζάκη, ως τακτικός
Πρεβελάκη 13, 74100 Ρέθυμνο, τηλ. 28310-55257
- Νικόλαος Νίνος, ως αναπληρωματικός
Μακ. Σχολής Χωροφυλακής 6, 74100 Ρέθυμνο, τηλ. 28310-25810

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ (Ο.Κ.Ε.)

- Χαράλαμπος Πωλιουδάκης
Αδ. Κοραή 4, 74100 Ρέθυμνο, τηλ. 28310-26012

ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ & ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ

- Κωνσταντίνος Σαριδάκης, ως τακτικός
Κουντουριώτου 160, 74100 Ρέθυμνο, τηλ. 28310-52720
- Απόστολος Τσομπανάκης, ως αναπληρωματικός
Κριάρη 31, 74100 Ρέθυμνο, τηλ. 28310-55683

ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ Κ.Ε.Τ.Α. ΚΡΗΤΗΣ

- Εμμανουήλ Μπιρλιράκης
Εμμ. Πορτάλιου 23, 74100 Ρέθυμνο, τηλ. 28310-22214 & 22572

ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ ΚΕΝΤΡΟΥ ΚΡΗΤΙΚΗΣ ΛΑΪΚΗΣ ΤΕΧΝΗΣ

- Εμμανουήλ Μπιρλιράκης
Εμμ. Πορτάλιου 23, 74100 Ρέθυμνο, τηλ. 28310-22214 & 22572
- Στυλιανός Χουρδάκης
Λ. Καφάτου & Ελευθερίας, 74100 Ρέθυμνο, τηλ. 28310-29350

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΔΕΙΟΔΟΤΗΣΗΣ ΥΠΑΙΘΡΙΟΥ ΣΤΑΣΙΜΟΥ ΚΑΙ ΠΛΑΝΟΔΙΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

- Στυλιανός Γαβαλάς, ως τακτικός
Μ. Πορτάλιου 8-10, 74100 Ρέθυμνο, τηλ. 28310-52500
- Ιωάννης Καλαϊτζάκης, ως αναπληρωματικός
Γ. Παναγιωτάκη 1, 74100 Ρέθυμνο, τηλ. 28310-22979

ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΛΑΪΚΩΝ ΑΓΟΡΩΝ

- Στυλιανός Γαβαλάς, ως τακτικός
Μ. Πορτάλιου 8-10, 74100 Ρέθυμνο, τηλ. 28310-52500
- Ιωάννης Καλαϊτζάκης, ως αναπληρωματικός
Γ. Παναγιωτάκη 1, 74100 Ρέθυμνο, τηλ. 28310-22979

ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

- Γεώργιος Πολιουδάκης, ως τακτικός
Αγγ. Σικελιανού 9, 74100 Ρέθυμνο, τηλ. 28310-22560
- Κωνσταντίνος Κωνσταντουλάκης, ως αναπληρωματικός
Κριάρη 9, 74100 Ρέθυμνο, τηλ. 28310-23449



ΣΕΛ. 6 -29

<< ΑΡΘΡΑ

- ΣΕΛ. 6 ΤΟΠΙΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ, του Ν. Νίνου
- ΣΕΛ. 9 ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΗΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΥΠΕΡΑΓΟΡΩΝ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, του Α. Καραλή
- ΣΕΛ. 13 ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ ΚΑΙ ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΤΟΥ ΡΕΘΥΜΝΟΥ, του Α. Καραλή
- ΣΕΛ. 19 ΕΚΘΕΣΗ ΚΟΚ «Αντιμετωπίζοντας την πρόκληση»
- ΣΕΛ. 26 ΤΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΕΧΟΥΝ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΒΑΣΗ ΟΔΗΓΙΩΝ ΤΟΥ ΕΦΕΤ, του Γ. Παπατζανή

ΣΕΛ. 30 - 40

<< ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

- ΣΕΛ. 30 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ
- ΣΕΛ. 31 ΑΝΟΙΧΤΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
- ΣΕΛ. 34 ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ «ΕΡΓΑΝΗ»
- ΣΕΛ. 37 ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ «ΙΣΟΚΡΑΤΙΑ»
- ΣΕΛ. 39 ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ «SYNERGY»

ΣΕΛ. 41 - 42

<< ΕΚΘΕΣΕΙΣ

- ΣΕΛ. 41 ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ

ΣΕΛ. 44 - 45

<< ΡΕΤΡΟ

- ΣΕΛ. 44 ΡΕΤΡΟ ΕΙΚΟΝΕΣ

ΣΕΛ. 46 - 56

<< ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ - ΕΙΔΗΣΕΙΣ - ΕΠΙΚΑΙΡΟΤΗΤΑ

- ΣΕΛ. 46 ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ: 70 ΧΡΟΝΙΑ από την ίδρυση του Επιμελητηρίου Ρεθύμνης
- ΣΕΛ. 50 ΗΜΕΡΙΔΕΣ: Ισόρροπη οικονομική ανάπτυξη με έμφαση στην πολυλειτουργικότητα
- ΣΕΛ. 53 ΔΟΘΗΚΕ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ Ο ΝΕΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΝΟΜΟΣ
- ΣΕΛ. 54 ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ
- ΣΕΛ. 55 ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ ΕΤΗΣΙΑΣ ΕΚΘΕΣΗΣ ΜΕ ΘΕΜΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΦΥΣΙΟΓΝΩΜΙΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΙΑΣ ΚΡΗΤΗΣ



5ο ΤΕΥΧΟΣ
ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ 2004 - ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ 2005

ΤΡΙΜΗΝΙΑΙΟ
ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ
ΔΕΛΤΙΟ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ
ΡΕΘΥΜΝΗΣ
ΚΩΔΙΚΟΣ: 7327

Ιδιοκτήτης έκδοσης
Επιμελητήριο Ρεθύμνης,
Εμμ. Πορτάλιου 23
Τηλ.: 28310 22214
Fax: 28310 55086
e-mail: eber@otenet.gr
site: www.eber.gr

Υπεύθυνος σύμφωνα με το νόμο
Εμμ. Μπιρλιράκης
Πρόεδρος Επιμελητηρίου Ρεθύμνης

Συντακτική επιτροπή
Πρόεδρος: Ψαρουδάκης Εμμ.
Μέλη: Μελισσουργός Ηλίας
Νίνος Νικόλαος
Φεσσάς Ανδρέας
Κουμεντάκης Ευάγγ.

Συντονισμός έκδοσης
Φεσσάς Ανδρέας
Κουμεντάκης Ευάγγ.

Καλλιτεχνική επιμέλεια -
διορθώσεις κειμένων
Βασιλάκη Νίκη

Υπεύθυνος διαφημίσεων
Φεσσάς Ανδρέας, Τηλ.: 28310 20210

Παραγωγή
Γραφοτεχνική Κρήτης Α.Ε.Ε.
3ο χιλ. Εθνικής οδού
Ρεθύμνου - Χανίων

Τα επώνυμα άρθρα εκφράζουν
απόψεις των συντακτών τους

Το περιοδικό εκδίδεται σε 6.000 αντίτυπα
και διανέμεται δωρεάν στα μέλη του Επιμελητηρίου,
σε οργανισμούς και δημόσιες αρχές.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ



Σελίδα
Μελών

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ

ΧΕΙΡΣ

Ο Πρόεδρος, το Διοικητικό Συμβούλιο
και το προσωπικό του ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΡΕΘΥΜΝΗΣ
εύχονται στα μέλη του και σε όλους τους Ρεθυμνιώτες
χρόνια πολλά και καλές γιορτές!



Ο Πρόεδρος, το Διοικητικό Συμβούλιο
και το προσωπικό του ΚΕΤΑ Κρήτης
εύχονται στους επιχειρηματίες του Ρεθύμνου
χρόνια πολλά, καλές γιορτές,
χαρούμενο και δημιουργικό
το νέο έτος 2005.

Μπορείτε να μας στέλνετε τα θέματά σας και τις παρατηρήσεις σας στο Επιμελητήριο Ρεθύμνης:
Εμμ. Πορτάλιου 23, και στο e-mail μας: eber@otenet.gr
ή να επικοινωνείτε μαζί μας στο τηλ.:28310 22214 και fax: 28310 55086.



Edited with Infix PDF Editor
- free for non-commercial use.

To remove this notice, visit:
www.iceni.com/unlock.htm

ANEK Cargo

Ελλάδα - Ιταλία

ΠΑΤΡΑ - ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ - ΑΓΚΩΝΑ
ΠΑΤΡΑ - ΚΕΡΚΥΡΑ - ΗΓΟΥΜΕΝΙΤΣΑ - ΤΕΡΓΕΣΤΗ

ΠΑΤΡΑ - ΒΕΝΕΤΙΑ ΝΕΑ ΓΡΑΜΜΗ

ΠΑΤΡΑ - ΜΠΑΡΙ ΝΕΑ ΓΡΑΜΜΗ

Πειραιάς - Κρήτη

ΧΑΝΙΑ
ΡΕΘΥΜΝΟ
ΗΡΑΚΛΕΙΟ



ΠΕΙΡΑΙΑΣ: ΚΕΝΤΡΙΚΟ ΤΜΗΜΑ ΚΡΑΤΗΣΕΩΝ ΦΟΡΤΗΓΩΝ
ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ: ΤΗΛ.: 210 4197542, Fax: 210 4116401
ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ: ΤΗΛ.: 210 4197540, Fax: 210 4116401
e-mail: cargo@anek.gr
ΡΕΘΥΜΝΟ: 28310 29874
ΧΑΝΙΑ: 28210 27500
ΗΡΑΚΛΕΙΟ: 2810 222481

www.anek.gr



Edited with Infix PDF Editor
- free for non-commercial use.

To remove this notice, visit:
www.iceni.com/unlock.htm

ΤΟΠΙΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

του Νικόλαου Θ. Νίνου, πολιτικού μηχανικού, μέλος Διοικητικού Συμβουλίου Επιμελητηρίου Ρεθύμνης



Και είναι αυτοδίκαια αποδεκτή τούτη η άποψη, αφού η εσωτερική συναισθηματική ηρεμία, και ισορροπία του, επιτρέπει στον άνθρωπο την ανεπηρέαστη και ανεμπόδιστη ανάπτυξη σχεδιασμών και δράσεων, για τοποθέτηση στόχων, χωροθέτηση επιδιώξεων και ακολούθηση υλοποιητικών πορειών, που οδηγούν στις επιτυχίες.

Θεωρούμε, και όχι λανθασμένα, ότι η πόλη, η γειτονιά, ο εμπορικός δρόμος μας, είναι το σπίτι της κάθε επιχείρησης, της κάθε επαγγελματικής δραστηριότητας.

Όλες οι παράμετροι που κατευθύνουν και στοιχειοθετούν την λειτουργικότητα, που διέπουν και οριοθετούν την επιχειρηματικότητα, που συνθέτουν και ορίζουν την καθημερινότητα ολόκληρης της πόλης αλλά και των επί μέρους περιοχών και δρόμων της, είναι, στην μέγιστη πλειοψηφία τους, αρμοδιότητες και κυβερνώνται από την κατά τόπους τοπική αυτοδιοίκηση. Έτσι, κατ' επέκταση, πιστεύουμε στην ουσιαστική επιρροή της τοπικής αυτοδιοίκησης πάνω στην λειτουργικότητα και την αποδοτικότητα των επιχειρήσεων.

Η τοπική αυτοδιοίκηση, οριοθετεί τις χρήσεις γης, πάνω στις οποίες θεμελιώνεται όλος ο βασικός σκελετός της λειτουργικότητας της πόλης σε σχέση με τις επιχειρηματικές και κοινωνικές προοπτικές και δράσεις.

Με τις χρήσεις γης, όπου αυτές έχουν οριοθετηθεί, (και εδώ οι ευθύνες των τυχόν παραλείψεων της τοπικής αυτοδιοίκησης είναι ουσιαστικές), κτίζεται και υλοποιείται όλος ο αναπτυξιακός αρχιτεκτονικός σχεδιασμός της πόλης, και διασφαλίζεται η λειτουργικότητα της, βασική παράμετρος της όπτιμης αξιοποίησης των χώρων της πόλης σε σχέση με το περιβάλλον με τους βασικούς συγκοινωνιακούς άξονες, τις ενεργειακές υποδομές, τα διάφορα δίκτυα, κλπ.

Λένε οι σοφοί μας,
ότι η οικογενειακή
ηρεμία η ασφάλεια
και βεβαιότητα του
σπιτιού μας,
αποτελεί μια
ουσιαστική, αν όχι
την βασική,
παράμετρο για
την επαγγελματική
επιτυχία και
την όπτιμη
εργασιακή απόδοση,
για όλους!

Στην τοπική αυτοδιοίκηση ανήκουν τα υδραυλικά δίκτυα της πόλης (ύδρευσης, αποχέτευσης) και δικές της αρμοδιότητες και ευθύνες είναι η διαχείριση όλων των στερεών, υγρών και αερίων αποβλήτων και των παραγώγων τους. Δικές της υποθέσεις είναι η τελική διάθεση όλων των αποβλήτων της περιοχής της.

Ξεκινώντας από τις προκύπτουσες ανεξέλεγκτες χωματερές με τις τεράστιες και ποικίλες επιπτώσεις στο περιβάλλον, αναφερόμενοι στους κινδύνους πλημμυρών από ανεπαρκή η και ατελώς φροντιζόμενα αποχετευτικά δίκτυα, και καταλήγοντας στους κινδύνους για μολύνσεις και αρνητικές καταστάσεις από ανεπαρκή τελική διάθεση στερεών και υγρών αποβλήτων, συνηθητοποιούμε τις διαστάσεις, και το μέγεθος, των ευθυνών και της συμμετοχής της τοπικής αυτοδιοίκησης.

Αλλωστε είναι γνωστά, από την καθημερινή λειτουργική μας στα οικοδομήματα μας, τα προβλήματα και οι συνέπειες τους, από τα διάφορα προβληματικά οικιακά δίκτυα.

Η συνολική κυκλοφοριακή άνεση, η δυνατότητα ακώλυτης προσπέλασης προς τις επιχειρήσεις, από όλους ανεξαιρέτως τους πολίτες, οι άνετες και επαρκείς θέσεις στάθμευσης, η ύπαρξη και διάθεση τους στην ελεύθερη χρήση των πεζών, χωρίς παράνομες καταλήψεις, επαρκούς πλάτους και καλής επιφάνειας πεζοδρομίων, αποτελεί μια ακόμη αρμοδιότητα και ευθύνη της τοπικής αυτοδιοίκησης.

Γνωρίζουμε πόση κακοδιάθεση και εκνευριστικές δυσκολίες στην καθημερινότητα μας, προκαλούν οι εμποδιζόμενες κινησιακές λειτουργίες (από έπιπλα, από στενότητα χώρου κλπ) στους χώρους του σπιτιού μας.

Ο επαρκής δημοτικός φωτισμός, οι εστίες πρασίνου, οι ομορφολογικοστρωμένοι πεζόδρομοι, ο εορταστικός διάκοσμος, τα πολιτιστικά δρώμενα, διαμορφώνουν ένα άριστο περιβάλλον που δημιουργεί μια ποιότητα περιβάλλοντος, και αποφέρει τις καλές προϋποθέσεις για μια επιχειρηματική απόδοση και οικονομική δραστηριότητα.

Όλοι διακοσμούμε τα σπίτια μας, φροντίζουμε τον επαρκή φωτισμό των χώρων μας, γιατί έτσι βελτιώνεται η ψυχική μας διάθεση. Και βέβαια μια βελτιωμένη ψυχική διάθεση είναι η αναγκαία και ικανή συνθήκη για αποδοτικότερη εργασία.

Τα δημοτικά οικονομικά στηρίζονται στα δημοτικά έσοδα, τα οποία επιβαρύνουν σε αυξημένο ποσοστό, τους επιχειρηματίες. Η τοπική αυτοδιοίκηση δεν αποτελεί οικονομική επιχείρηση, που στοχεύει σε κέρδη, αλλά είναι, απλά, ένας ανταποδοτικός διαχειριστής των δημοτικών εσόδων.

Επομένως χρειάζεται ένας προγραμματικός σχεδιασμός των απαραίτητων δράσεων για την καλύτερη και πληρέστερη λειτουργία της πόλης, και στην συνέχεια μια αντίστοιχη οικονομική πολιτική, με σαφέστατο και εμφανέστατο, ανταποδοτικό χαρακτήρα. Η όπτιμη οικονομική διαχείριση είναι το απαραίτητο και ουσιαστικό χαρακτηριστικό για την τοπική αυτοδιοίκηση. Οι ψυχαγωγικές εκδηλώσεις, πρέπει να αποτελούν ένα μικρό ποσοστό, επιτρεπόμενο, από τα συνολικά οικονομικά δεδομένα, διότι είναι γνωστό το αποτέλεσμα στα απρογραμμάτιστα νοικοκυριά.

Οι δημοτικές υπηρεσίες οφείλουν να εφαρμόζουν την εκάστοτε υφιστάμενη νομοθεσία, αλλά, ταυτόχρονα, να καταγράφουν τις ανασταλτικές και προβληματικές διατάξεις, και να εισηγούνται τις χρειαζόμενες αλλαγές και τροποποιητικές βελτιώσεις.

Η εφαρμογή του Νόμου μπορεί να γίνεται και με το χαμόγελο, χωρίς να είναι απαραίτητα τα όπλα και οι σφυρίκρες. Η γραφειοκρατία ταλαιπωρεί και την διοίκηση όσο και τους διοικούμενους, γι' αυτό πρέπει να την καταστέλλει η τοπική αυτοδιοίκηση.

Οι δημοτικές αποφάσεις πρέπει να λαμβάνονται στους θεσμικούς τους χώρους, και να φωτίζονται με τον μέγιστο φωτισμό της δημοσιότητας. Χρειάζονται το κύρος της ενεργοποίησης των πολιτών, και το βάσανο του επαρκούς διαλόγου και των σθεναρών επιχειρημάτων.

Η τοπική αυτοδιοίκηση πρέπει να πείθει και όχι να επιβάλλει! Ετσι θα κερδίσει τον σεβασμό και την αποδοχή του θεσμικού ρόλου της. Ετσι θα λειτουργήσει την πόλη, με δημιουργική ηρεμία, χωρίς κραδασμούς, αντιδράσεις, κινητοποιήσεις, φλύαρα και εξαντλητικά στριφογυρίσματα.





Στην οικογένεια οι μεγάλοι οφείλουν να κερδίζουν τον σεβασμό και έτσι να επιτυγχάνουν την λειτουργική και εποικοδομητική ηρεμία της. Οι φωνές, οι καυγάδες, οι ψυχοφθόρες αλαζονείες και τα μίζερα πείσματα, απλά μας πνίγουν στις δίνες μιας περιττής αυτοεξάνλησης.

Το δημοτικό κτίριο είναι το σπίτι όλων των επιχειρηματιών, αφού είναι το σημείο αναφοράς για όλες τις καθημερινές λειτουργικές παραμέτρους.

Εκεί θα αναφερθούν για το νερό, εκεί για την αποχέτευση, εκεί για την κυκλοφορία, εκεί για την καθαριότητα, εκεί για κάθε πρόβλημα για κάθε προβληματισμό τους.

Μια σωστή και πραγματικά συνειδητοποιημένη στον ρόλο της τοπική αυτοδιοίκηση, είναι η αναγκαία και ικανή προϋπόθεση για μια επιτυχημένη τοπική επιχείρηση, για μια αείφορα βελτιούμενη τοπική οικονομία, για μια μόνιμη βελτιωτική πορεία της ποιότητας των επιχειρήσεων και των επιχειρηματιών.

Θεωρούμε, επομένως, πως οι επιχειρηματικές οργανώσεις και τα επιμελητήρια οφείλουν να έχουν μια στενή και διαρκή συνεργασία με την τοπική αυτοδιοίκηση, βοηθώντας τις προσπάθειες της προς όφελος της τοπικής οικονομίας.

Το ίδιο όμως αυτονόητη και απαραίτητη, θεωρούμε την αυστηρότητα των επιμελητηρίων, προς όσους φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης βρίσκονται έξω από την σωστή τοποθέτηση, σχετικά με τις υποχρεώσεις και τις ευθύνες τους, όπως αυτές κατατέθηκαν πριν. Αυτήν την αυστηρότητα την οφείλουν στα μέλη τους, αλλά και στην προσπάθεια της οικονομικής ανάπτυξης.

Θεωρούμε, ότι η επιρροή, θετική η αρνητική, της τοπικής αυτοδιοίκησης έναντι των τοπικών επιχειρήσεων, είναι φανερή, ουσιαστική και καθοριστική. Επομένως όλοι μας, φυσικά πρόσωπα φορείς και επιμελητήρια, οφείλουμε να χρησιμοποιήσουμε όλες τις υπάρχουσες δυνατότητες (να επιδιώκουμε, μάλιστα, και την δημιουργία άλλων) και να ασκήσουμε κάθε δυνατή πίεση, ώστε αυτή η αυτοδιοικητική επιρροή, να έχει πάντοτε, μονίμως, και καθεστωτικά θετικό πρόσημο, και προσπαθητικά αυξανόμενο μέγεθος!

Δεν θα υπερβάλαμε αν λέγαμε, πως τούτη η μονίμως θετική και σταθερά αυξανόμενη αυτοδιοικητική επιρροή, αποτελεί την απαιτούμενη κινητήρια δύναμη για την αειφόρο ανάπτυξη, την οποία, σαν χαμένη Ατλαντίδα, επιζητούν όλες οι αναπτυξιακές προσπάθειες.

Όμως δεν πρέπει να διαφεύγει της παρούσης τοποθέτησης μας, η ρεαλιστική αλήθεια, πως η σχέση της τοπικής αυτοδιοίκησης προς τις επιχειρήσεις είναι αμφίδρομη, αφού οι επιτυχημένες επιχειρήσεις προσφέρουν οικονομικές δυνατότητες στην τοπική αυτοδιοίκηση, για ευκολότερες συνθήκες δραστηριοποίησης της, προς την συνολική ανάπτυξη της περιοχής.

Θα τολμήσουμε να καταθέσουμε την ρεαλιστική άποψη, πως τοπική αυτοδιοίκηση και επιχειρήσεις, «χέρι χέρι», οδηγούν τον τόπο προς την οικονομικοκοινωνική πρόοδο, και η σωστή σχέση τους αποφέρει βελτιωμένες, και μονίμως βελτιούμενες, παραμέτρους για αειφόρο ανάπτυξη και ποιότητα ζωής.

**Πολλές φορές ογκωδέστατα
προβλήματα, έχουν πολύ απλές λύσεις!**

**Θεωρούμε ότι στην υπόθεση
της ανάπτυξης λέγονται πολλά,
γράφονται περισσότερα,
και εξαγγέλλονται απεριόριστα.**

**Η λύση όμως είναι λιτή
και άμεσα προσιτή!**

**Η σωστή και εποικοδομητική σχέση
της τοπικής αυτοδιοίκησης με
τις επιχειρήσεις και τους επιχειρηματίες!**

Ας την υλοποιήσουμε, όλοι μαζί!



ΚΟΙΝΩΝΙΚΕΣ ΣΥΝΕΠΕΙΕΣ ΤΗΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ ΥΠΕΡΑΓΟΡΩΝ ΛΙΑΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ

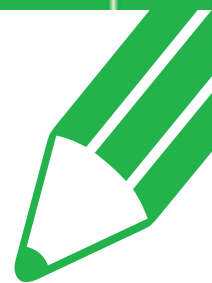


Του Απόστολου Β. Καραλή
Υποψήφιου Διδάκτορα Οικονομικών Επιστημών,
Ειδικού Επιστήμονα-Οικονομολόγου Επιμελητηρίου Ρεθύμνου

Η εγκατάσταση μιας υπεραγοράς λιανικού εμπορίου επιφέρει ιδιαίτερα σημαντικές επιπτώσεις στις οικονομικές και κοινωνικές συνιστώσες μιας μικρής κοινωνίας σε σχέση με τον αντίστοιχο αντίκτυπο που η εγκατάσταση αυτή θα είχε σε μια μεγαλούπολη. Στα επόμενα παρουσιάζεται μια καταγραφή των επιπτώσεων αυτών με βάση την επισκόπηση της διεθνούς βιβλιογραφίας.

Η χωροθέτηση μιας υπεραγοράς λιανικού εμπορίου γίνεται συνήθως είτε στις παρυφές μιας πόλης είτε εκτός πόλεως (διαθέσιμες εκτάσεις για το κτίριο και τους χώρους στάθμευσης), κοντά σε αυτοκινητόδρομο (για εύκολη πρόσβαση) και σε σημείο που να είναι εύκολα προσβάσιμο από καταναλωτές της ευρύτερης γεωγραφικής περιοχής. Η πολιτική των υπεραγορών είναι να προσφέρουν όσο γίνεται περισσότερα προϊόντα και υπηρεσίες κάτω από μια στέγη ώστε οι καταναλωτές να κάνουν ει δυνατόν όλες τις αγορές τους από ένα κατάστημα. Αυτό σε συνδυασμό με τους σύγχρονους ρυθμούς ζωής, που αφήνουν μικρά περιθώρια ελεύθερου χρόνου οδηγούν σε απόσπαση μεγάλου μέρους πωλήσεων από τις υπάρχουσες εμπορικές επιχειρήσεις μιας περιοχής.

Η εγκατάσταση λοιπόν μιας υπεραγοράς λιανικού εμπορίου έχει άμεσο αντίκτυπο στις πωλήσεις ενός πολύ μεγάλου μέρους των υφιστάμενων εμπορικών επιχειρήσεων. Μια μαρτυρία¹ επισημαίνει ότι, για πολλά μικρά εμπορικά καταστήματα που λειτουργούν με σχετικά μικρά περιθώρια κέρδους, ακόμα και μια μικρή απώλεια πωλήσεων της τάξης του 8% μπορεί να υπονομεύσει τη βιωσιμότητά τους. Σε κάθε χώρα του πλανήτη όπου εγκαθίστανται υπεραγορές μεγάλος αριθμός (και ποσοστό) των εμπορικών επιχειρήσεων αργά ή γρήγορα αναγκάζεται να κλείσει. Το κλείσιμο των μικρών εμπορικών επιχειρήσεων επιφέρει με τη σειρά του τις εξής αρνητικές συνέπειες: αύξηση της ανεργίας και μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των αντίστοιχων νοικοκυριών, μείωση του κύκλου εργασιών άλλων επιχειρήσεων (επιχειρήσεις χονδρικού εμπορίου, λογιστικά γραφεία, επιχειρήσεις καθαρισμού, επισκευών και συντήρησης κτιρίων, φωτοτυπικά και εκτυπωτικά κέντρα κλπ.), μείωση των εσόδων των Δημοτικών και φορολογικών αρχών. Οι επιχειρήσεις χονδρικού εμπορίου πλήττονται διπλά: αφενός μειώνονται οι πωλήσεις τους λόγω κλεισίματος των καταστημάτων λιανικής, αφετέρου οι υπεραγορές δεν αγοράζουν από αυτές αλλά απευθείας από τους παραγωγούς με όρους και τιμές που διαμορφώνουν οι ίδιες. Αυτό με τη σειρά του αναγκάζει ορισμένες από τις επιχειρήσεις χονδρικού εμπορίου να κλείσουν καθιστώντας ακόμα πιο δύσκολη την επιβίωση των μικρών ανεξάρτητων καταστημάτων.





Εύκολα μπορεί να αντιληφθεί κανείς ότι η εγκατάσταση μιας υπεραγοράς σε μια ορισμένη περιοχή μπορεί να αποτελέσει το γεγονός που θα προκαλέσει την έναρξη ενός φαύλου κύκλου που ως τελικό αποτέλεσμα θα έχει τον οικονομικό και κοινωνικό μαρασμό μιας περιοχής.

Ας δούμε όμως λίγο πιο αναλυτικά τα ευρήματα διαφόρων ερευνών-μελετών σε σχέση με τις επιπτώσεις που προαναφέρθηκαν.



Επιπτώσεις στην απασχόληση

Η εγκατάσταση μιας υπεραγοράς έχει άμεσες επιπτώσεις στη δημιουργία ενός αρνητικού ισοζυγίου στην απασχόληση στην περιοχή που πραγματοποιείται. Και τούτο διότι η εγκατάσταση μιας εμπορικής μονάδας που η έκτασή της προαναγγέλλει την πώληση μιας σειράς προϊόντων που σήμερα διακινούνται από πολλές και διαφορετικές επιχειρήσεις, είναι βέβαιο ότι θα προκαλέσει ισχυρές πιέσεις στις μικρές επιχειρήσεις και θα οδηγήσει σε «κλείσιμο» πολλές από αυτές. Η διεθνής εμπειρία γύρω από το ζήτημα αυτό έχει δείξει ότι, στην καλύτερη περίπτωση, κάθε μια θέση μερικής απασχόλησης που δημιουργείται από την εγκατάσταση μιας υπεραγοράς συνοδεύεται από την απώλεια μιας θέσης πλήρους απασχόλησης στην τοπική κοινωνία. Άλλες έρευνες που λαμβάνουν υπόψη τους τα υποβοηθούμενα μέλη που απασχολούνται στις μικρές επιχειρήσεις προσδιορίζουν ακόμη μεγαλύτερη απώλεια θέσεων εργασίας (μια νέα θέση μερικής / δύο θέσεις πλήρους απασχόλησης).



Συγκεκριμένα:

➤ Σύμφωνα με μια έκθεση² για κάθε μία θέση μερικής απασχόλησης που δημιουργείται σε υπεραγορά Wal-Mart μια και μισή (1½) θέση πλήρους απασχόλησης χάνεται σε μικρές εμπορικές επιχειρήσεις.

➤ Μια έρευνα³ που εκπονήθηκε στη Μεγάλη Βρετανία κατέληξε στο συμπέρασμα ότι η εγκατάσταση υπεραγορών έχει αρνητικό αντίκτυπο στην απασχόληση. Η έρευνα έδειξε ότι κάθε εγκατάσταση υπεραγοράς στη Μεγάλη Βρετανία αντιστοιχεί σε απώλεια 276 θέσεων πλήρους απασχόλησης σε άλλες εμπορικές επιχειρήσεις σε μια ζώνη 15 χιλιομέτρων γύρω από την υπεραγορά.

➤ Τέλος, σύμφωνα με μια άλλη μελέτη,⁴ η δημιουργία 140 νέων θέσεων εργασίας σε υπεραγορές προκαλεί την απώλεια 230 υψηλότερα αμειβόμενων θέσεων εργασίας σε άλλες εμπορικές επιχειρήσεις.

➤ Η έρευνα των T. Muller και E. Humstone,⁵ οι οποίοι διερεύνησαν τις αναμενόμενες επιπτώσεις της εγκατάστασης υπεραγοράς Wal-Mart στην πόλη St. Albans της Πολιτείας Vermont, υπολόγισε ότι για 10 εκατ.\$ πωλήσεων οι τοπικές εμπορικές επιχειρήσεις απασχολούσαν 106 υπαλλήλους, αντίθετα μόνο 65 υπαλλήλοι απασχολούνταν από τη Wal-Mart για την επίτευξη του ίδιου επιπέδου πωλήσεων.

Τα πορίσματα δε που προέκυψαν από την έρευνα που εκπόνησε η Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (Οκτώβριος 2004) με θέμα «Επιπτώσεις σε τομείς της οικονομικής και κοινωνικής ζωής από την εγκατάσταση και τη λειτουργία υπεραγορών λιανικού εμπορίου στην πόλη του Ρεθύμνου» συμφωνούν απολύτως με την διεθνή εμπειρία. Παράλληλα, φαίνεται ότι θα υπάρξουν άμεσες αρνητικές επιπτώσεις και στα ποιοτικά χαρακτηριστικά της εργασίας όπως η αποειδίκευσή της. Η διαπίστωση αυτή δεν θα έχει μόνο ως αποτέλεσμα τη μείωση της απασχόλησης των αυτοαπασχολουμένων ή των μισθωτών στις μικρομεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις, αλλά, και σοβαρές επιπτώσεις σε όλη την παραγωγική διαδικασία από τον πρωτογενή ως τον τριτογενή τομέα, συμπληρωματικά δε, θα επιφέρει τη διάρρηξη του κοινωνικού ιστού.

Κυκλοφοριακές και Περιβαλλοντικές Επιπτώσεις

Η ανάπτυξη των υπεραγορών ως διακριτή επιχειρησιακή μορφή οργάνωσης του λιανικού εμπορίου έχει επιφέρει πολλές και σημαντικές κυκλοφοριακές και περιβαλλοντικές επιβαρύνσεις. Ενδογενές χαρακτηριστικό αυτής της μορφής πραγματοποίησης αγορών είναι η ανάγκη για χρησιμοποίηση αυτοκινήτου τόσο για να φτάσει κανείς στην, κατά κανόνα, απομακρυσμένη υπεραγορά όσο και για να μεταφέρει τα (πολλά) ψώνια της εβδομάδας ή του δεκαπενθήμερου.

Στη Μ. Βρετανία η απόσταση που διανύεται για πραγματοποίηση αγορών αυξήθηκε κατά 60% μεταξύ 1975 και 1990, και τα τρία τέταρτα των πελατών των σουπερμάρκετ και των υπεραγορών χρησιμοποιούν Ι.Χ. αυτοκίνητα για τις αγορές τους. Έχει υπολογιστεί ότι μια τυπική εκτός πόλεως υπεραγορά προκαλεί στην τοπική κοινωνία αρνητικές επιπτώσεις της τάξης των 25.000£ εβδομαδιαίως σε όρους ατμοσφαιρικής ρύπανσης και σχετικών επιβαρύνσεων — χωρίς να υπολογίζονται οι χρηματικές απώλειες λόγω κυκλοφοριακής συμφόρησης. Επίσης, μια άλλη έκθεση⁷ αναφέρει ότι μια υπεραγορά 10.000 m² μπορεί να είναι υπεύθυνη για 9710 δρομολόγια αυτοκινήτων ημερησίως.

Οι υπεραγορές βασίζονται στην εφαρμογή ενός κεντρικού μηχανισμού προμήθειας και διανομής των εμπορευμάτων. Σύμφωνα με το Βρετανικό Institute of Grocery Distribution μόνο το 2002 και μόνο στη Μ. Βρετανία τα οχήματα της εταιρείας Tesco διήνυσαν 224 εκατ. χιλιόμετρα, της εταιρείας Sainsbury's 115,7 εκατ. χιλιόμετρα, και της εταιρείας Asda-Walmart 147,9 εκατ. χιλιόμετρα.⁸

Η μεταφορά τροφίμων σε μεγάλες αποστάσεις (σε παγκόσμια κλίμακα) προκαλεί τεράστιο βαθμό ρύπανσης και μόλυνσης του περιβάλλοντος, απαιτεί τεράστιες ποσότητες υλικών συσκευασίας και χημικών συντηρητικών, απαιτεί την κατανάλωση πολύ μεγάλων ποσοτήτων ορυκτών καυσίμων, προκαλεί εκπομπές τεράστιων ποσοτήτων διοξειδίου του άνθρακα και συντελεί σημαντικά στις παρατηρούμενες κλιματολογικές μεταβολές. Η μεταφορά ενός κιλού μήλων από τη Νέα Ζηλανδία στη Μ. Βρετανία αντιστοιχεί σε ίσου βάρους εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα.⁹



Άλλα παραδείγματα υποβάθμισης του περιβάλλοντος από τις υπεραγορές λιανικού εμπορίου συμπεριλαμβάνουν την καταστροφή εκτάσεων πρασίνου για την ανοικοδόμηση των τεράστιων καταστημάτων και των απαραίτητων χώρων στάθμευσης. Μία έκθεση¹⁰ αναφέρει ότι η κατασκευή μιας υπεραγοράς της αλυσίδας Home Depot σε προάστιο της πόλης Victoria στην Πολιτεία British Columbia προκάλεσε την καταστροφή 4,22 εκταρίων δασικής έκτασης.

ΑΡΘΡΟ



Κοινωνικές Επιπτώσεις

Η εγκατάσταση υπεραγοράς/υπεραγορών λιανικού εμπορίου στο Ρέθυμνο θα έχει άμεσες συνέπειες στη οικονομική και κοινωνική δομή της περιοχής διαταράσσοντας τις διαμορφωμένες ισορροπίες. Οι επιπτώσεις στην απασχόληση, στο εισόδημα, στην παραγωγική ζήτηση τοπικών προϊόντων, οι δυσκολίες που θα αντιμετωπίσουν οι παραγωγοί στην προώθηση και διανομή των προϊόντων τους, θα αποδιαρθρώσουν τις υφιστάμενες δομές και θα βραχυκυκλώσουν το παγιωμένο οικονομικό κύκλωμα μεταφέροντας κυριολεκτικά το οικονομικό και κοινωνικό μικρόκοσμο της περιοχής στη διεθνή αρένα του οικονομικού ανταγωνισμού. Τέτοιες αρνητικές συνέπειες έχουν ήδη διαπιστωθεί τόσο στη διεθνή εμπειρία όσο και στην Ελλάδα (όπως π.χ. στα παντοπωλεία), ενώ, αναμένονται να είναι δυσμενέστερες στις τοπικές κοινωνίες οι οποίες είναι πολύ λιγότερο προετοιμασμένες τόσο οικονομικά όσο και κοινωνικά. Από τις πλέον εμφανείς συνέπειες μπορούν να αναφερθούν ενδεικτικά το κλείσιμο των επιχειρήσεων και η υποβάθμιση των υφιστάμενων εμπορικών ζωνών, η δημιουργία ενός μόνιμου και μεγαλύτερου αριθμού ανέργων και υποαπασχολούμενων, του επονομαζόμενου πλέον και ως «παθητικού εργατικού δυναμικού», η διάλυση της γειτονιάς, η κατάρρευση του υφιστάμενου συστήματος αξιών και την εκδήλωση παραβατικών συμπεριφορών στο κοινωνικά περιθωριοποιημένο τμήμα της τοπικής κοινωνίας.

Η διεθνής εμπειρία στο θέμα αυτό είναι ξεκάθαρη. Σύμφωνα με τη Βρετανική Υπηρεσία Countryside Agency (Υπηρεσία Εποπτευόμενη και χρηματοδοτούμενη από το Βρετανικό Υπουργείο Περιβάλλοντος, Τροφίμων και Υπαίθρου) επτά στα δέκα χωριά στην Αγγλία δεν έχουν ούτε ένα κατάστημα. Οι συνέπειες του γεγονότος αυτού για τους κατοίκους των χωριών αυτών (ιδιαίτερα δε των πιο ευπαθών ομάδων) είναι προφανείς και δεν χρήζουν ιδιαίτερης ανάλυσης. Αυτό που είναι ιδιαίτερα εντυπωσιακό είναι ότι ο ανταγωνισμός από τα σουπερμάρκετ και τις υπεραγορές θεωρείται ως άμεσα υπεύθυνος για την κατάσταση αυτή.

Δύο εκθέσεις¹¹ του ανεξάρτητου Βρετανικού Ινστιτούτου Μελετών 'The New Economics Foundation' (NEF) απεικονίζουν τη ζοφερή κοινωνική και οικονομική πραγματικότητα που αντιμετωπίζει όχι μόνο η Βρετανική επαρχία αλλά ακόμα και οι μεγάλες πόλεις ως αποτέλεσμα της ανεξέλεγκτης επέκτασης των υπεραγορών. Μια πραγματικότητα που δημιουργεί ερημωμένες πόλεις-φαντάσματα και τοπικές κοινωνίες που άνευ παρέμβασης είναι καταδικασμένες σε εξαφάνιση.

ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ:

1. "The Impact of Discount Superstores on Traditional Business Districts", testimony to the town of North Elba Planning Board, Kennedy Lawson Smith, National Trust for Historic Preservation, June 1995

2. Report on Wal-Mart's Entrance to the Market in Lake Placid, NY area. Residents for Responsible Growth. (Lake Placid: 1994)

3. Porter, S. and Raistrick, P. 'The Impact of Out-of-Centre Food Superstores on Local Retail Employment', National Retail Planning Forum, 1998

4. Corporate Watch, "How Supermarkets Destroy Jobs", Magazine Issue 10, Spring 2000.

5. T Muller & B Humstone, The Phase One Report - The Retail Sales Impact of Proposed Wal-Mart of Franklin County, Vermont, 1993.

6. Raven, H, Lang, T and Cumonteil, C. 1995. Off our Trolleys? Food retailing and the hypermarket economy. pp 8 and 11. IPPR

7. Gregory, M., 1993, "Doing Business with Big Box Retailers", Zoning News, October.

8. The Grocer, 4 January 2003. "Congestion starts here"

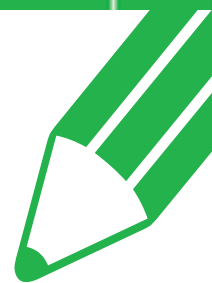
9. The Grocer, 4 January 2003. "Congestion starts here"

10. Curran, D., 2002, Challenging the Sprawl of Big Box Retail: The Smart Growth Approach to "Zone It and they Will Come" Development, POLIS & SGBC.

11. a) A. Simms, J. Oram, A. MacGillivray & J. Drury, 2002, GHOST TOWN BRITAIN: The Threat from Economic Globalisation to Livelihoods, Liberty and Local Economic Freedom, The New Economics Foundation (NEF) και

β) J. Oram, M. Conisbee, A. Simms, 2003, GHOST TOWN BRITAIN II: Death on the High Street, The New Economics Foundation (NEF)

Συμπεριφορά και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των καταναλωτών του Ρεθύμνου



(Από τη μελέτη για τις επιπτώσεις των πολυκαταστημάτων στο Ρέθυμνο που εκπόνησε η ΕΣΣΕ για λογαριασμό της Ν.Α. Ρεθύμνης)
του Απόστολου Β. Καραλή, Υποψήφιου Διδάκτωρος Οικονομικών Επιστημών
Ειδικού Επιστήμονα - Οικονομολόγου Επιμελητηρίου Ρεθύμνης

Μια τέτοια παρουσίαση και ανάλυση κρίνεται χρήσιμη
στο βαθμό που μπορεί:



Εισαγωγή

Σκοπός του παρόντος
κειμένου είναι η αποτύπωση
και ανάλυση
της συμπεριφοράς και
των χαρακτηριστικών
των καταναλωτών
του Ρεθύμνου.

α) να αποτελέσει μια ένδειξη του τι πρόκειται συμβεί σε περίπτωση που υπάρξει εγκατάσταση υπεραγοράς/υπεραγορών λιανικού εμπορίου εντός ή περί της πόλης του Ρεθύμνου

β) να προσφέρει κρίσιμες για την ανταγωνιστική στρατηγική πληροφορίες στις υφιστάμενες εμπορικές επιχειρήσεις.

Προκειμένου να γίνει μια κατά το μέτρο του δυνατού πλήρης κάλυψη του θέματος αυτού, το κείμενο διαρθρώνεται ως εξής: Αρχικά περιγράφονται εν συντομία οι ομάδες των καταναλωτών με βάση κάποια κοινά χαρακτηριστικά που αυτές παρουσιάζουν. Στη συνέχεια παρουσιάζονται τα ευρήματα της μελέτης με θέμα «Επιπτώσεις σε τομείς της οικονομικής και κοινωνικής ζωής από την εγκατάσταση και τη λειτουργία υπεραγορών λιανικού εμπορίου στην πόλη του Ρεθύμνου» που αφορούν στη συμπεριφορά των τοπικών καταναλωτών. Τέλος συνάγονται ορισμένα συμπεράσματα που θα είναι χρήσιμα σε σχέση με τις δυο προαναφερθείσες παραμέτρους.

Ομάδες καταναλωτών και καταναλωτική συμπεριφορά

Μία ομάδα καταναλωτών η οποία συνεισφέρει σημαντικά στην τοπική οικονομία είναι οι τουρίστες, Έλληνες και αλλοδαποί, που επισκέπτονται την πόλη του Ρεθύμνου. Αυτή η ομάδα καταναλωτών παρουσιάζει τις παρακάτω ιδιαιτερότητες:

- ✓ έχει συγκεκριμένη και χρονικά περιορισμένη παρουσία (κυρίως κατά τους καλοκαιρινούς μήνες),
- ✓ το διαθέσιμο για αγορές εισόδημα επηρεάζεται σημαντικά από την οικονομική συγκυρία, τις συναλλαγματικές διακυμάνσεις (για επισκέπτες εκτός χωρών μελών της Ε.Ε.) καθώς και από το επίπεδο του κόστους διακοπών (ταξιδιωτικά εισιτήρια, κόστος διαμονής σε κατάλυμα κλπ.),
- ✓ το αγοραστικό ενδιαφέρον τους επικεντρώνεται σε συγκεκριμένες κατηγορίες καταστημάτων και όχι σε όλες της υφιστάμενες,
- ✓ έχουν καταναλωτική συμπεριφορά και νοοτροπία που διαφέρει ανάλογα με τη χώρα προέλευσης.



Οι ιδιαιτερότητες αυτές είναι λογικό να διαμορφώνουν μια καταναλωτική συμπεριφορά που επιδιώκει να εξασφαλίσει την καλύτερη δυνατή σχέση ποιότητας-τιμής σε τουρίστες που χαρακτηρίζονται από δυτικού τύπου ορθολογική καταναλωτική συμπεριφορά και μια σχετική οικονομική άνεση και επιδίωξη της φθηνότερης δυνατής τιμής σε τουρίστες με περιορισμένο εισόδημα. Μια παράμετρος που πιθανόν παίζει κάποιο ρόλο στην επιλογή καταστήματος είναι και η αναγνωρισιμότητα (π.χ. σουπερμάρκετ διεθνών αλυσίδων που υπάρχουν και στις χώρες προέλευσης).



Μια δεύτερη ομάδα καταναλωτών είναι οι φοιτητές και σπουδαστές καθώς και άτομα που διαμένουν στο Ρέθυμνο χωρίς να έχουν τοπική καταγωγή (π.χ. εργαζόμενοι στο δημόσιο και ιδιωτικό τομέα, οικονομικοί μετανάστες κλπ.). Η ομάδα αυτή χωρίς να είναι ιδιαίτερα ομοιογενής έχει εντούτοις ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά:

- ✓ Περιορισμένο εισόδημα
- ✓ Απουσία δεσμών (κοινωνικών, φιλίας, συγγένειας κλπ.) με τοπικούς εμπόρους
- ✓ Περιορισμένη χρονικά παραμονή (για πολλά από τα άτομα αυτής της ομάδας)

Είναι απολύτως λογικό τα παραπάνω χαρακτηριστικά να συμβάλουν καθοριστικά στη διαμόρφωση μιας καταναλωτικής συμπεριφοράς η οποία να επιδιώκει την εξασφάλιση του χαμηλότερου δυνατού κόστους αγορών, πολλές φορές ακόμα και σε βάρος μιας στοιχειώδους ποιότητας των αγαθών.

Η τρίτη ομάδα καταναλωτών απαρτίζεται από τους κατοίκους του Ρεθύμνου που κατάγονται από την πόλη και το Νομό του Ρεθύμνου. Αν και συγκριτικά πιο ομοιογενής από τις δυο προηγούμενες και αυτή η ομάδα καταναλωτών παρουσιάζει σημαντικές εσωτερικές διαφοροποιήσεις που έχουν κατά κύριο λόγο να κάνουν με εισοδηματικές διαφορές. Η ειδοποιός διαφορά με τις δυο προηγούμενες ομάδες συνίσταται στο ότι για τη συγκεκριμένη ομάδα διάφοροι δεσμοί (κοινωνικοί, φιλικόι, συγγενικοί, κλπ.) διαμορφώνουν μια καταναλωτική συμπεριφορά η οποία δεν είναι ακριβώς ορθολογική (εξέυρεση χαμηλότερου κόστους ή καλύτερης σχέσης ποιότητας-τιμής) αλλά επηρεάζεται από άλλες παραμέτρους (το κατά πόσο αυτή η συμπεριφορά επηρεάζεται από αισθήματα γενικότερης οικονομικής αλληλεγγύης προς τις τοπικές επιχειρήσεις/οικονομία ή από δεσμούς συγγένειας κλπ. χρήζει διερεύνησης μιας και οι αντιδράσεις σε περίπτωση μεταβολών αναμένεται να είναι διαφορετικές).

Ευρήματα της μελέτης με θέμα «Επιπτώσεις σε τομείς της οικονομικής και κοινωνικής ζωής από την εγκατάσταση και τη λειτουργία υπεραγορών λιανικού εμπορίου στην πόλη του Ρεθύμνου»

Η μελέτη με θέμα «Επιπτώσεις σε τομείς της οικονομικής και κοινωνικής ζωής από την εγκατάσταση και τη λειτουργία υπεραγορών λιανικού εμπορίου στην πόλη του Ρεθύμνου» που εκπονήθηκε από την Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (Οκτώβριος 2004) περιέχει ως ένα τμήμα εμπειρικής διερεύνησης της συμπεριφοράς των καταναλωτών τη πραγματοποίηση συνεντεύξεων με 280 νοικοκυριά. Μονάδα έρευνας και ανάλυσης αποτέλεσε το νοικοκυριό, δηλαδή ένα άτομο που ζούσε μόνο του (μονοπρόσωπο νοικοκυριό) σε μία κατοικία ή μία ομάδα ατόμων συγγενικών ή μη (πολυπρόσωπο νοικοκυριό) που διαμένουν στην ίδια κατοικία και κατά κανόνα προμηθεύονται από κοινού τα απαραίτητα για την συντήρησή τους αγαθά. Η επιλογή δειγματοληψίας έγινε ανά περιοχή, με τη μέθοδο των μικροαπογραφών και η έρευνα διεξήχθη από ομάδα φοιτητών. Σύμφωνα με τη μέθοδο αυτή επιλέγονται τμήματα της πόλης, δηλαδή ένα σύνολο οικοδομικών τετραγώνων που ορίζονται από μεγαλύτερους δρόμους, από αυτή την περιοχή γίνεται η επιλογή των νοικοκυριών που θα συμμετέχουν στην έρευνα. Η έρευνα κάλυψε τα νοικοκυριά ανεξάρτητα από το μέγεθος ή οποιαδήποτε οικονομικά ή κοινωνικά χαρακτηριστικά τους.



Εκείνο το οποίο αμέσως καθίσταται προφανές είναι ότι οι κάτοικοι του Ρεθύμνου ακολουθούν μια καταναλωτική συμπεριφορά η οποία ενσωματώνει αρκετά παραδοσιακά χαρακτηριστικά. Ο κυριότερος δείκτης που υποδηλώνει το γεγονός αυτό είναι ο σημαντικός βαθμός προτίμησης που εκδηλώνουν οι κάτοικοι του Ρεθύμνου κατά την προμήθεια καταναλωτικών αγαθών από μικρά και μεσαία καταστήματα. Τα σχετικά ποσοστά ανέρχονται σε 47% για την προμήθεια των ειδών διατροφής, 75% για τα είδη ρουχισμού/υπόδησης, 6,5% για καλλυντικά, 80% για τα είδη κιγκαλερίας, 62% για τα διαρκή καταναλωτικά αγαθά και 87% για τα είδη ελεύθερου χρόνου.



ΑΡΘΡΟ





Όμως, τα χαρακτηριστικά αυτής της καταναλωτικής συμπεριφοράς δεν θα πρέπει να θεωρηθούν ως διασφαλισμένα και δεδομένα και για το μέλλον. Από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε προκύπτουν ισχυρές ενδείξεις αλλοίωσης του προτύπου αυτού. Χαρακτηριστικά αναφέρεται ότι καταγράφεται μεγάλο τμήμα του πληθυσμού το οποίο στρέφεται σε περισσότερο οικονομικά ορθολογικές και προγραμματισμένες μορφές κατανάλωσης. Υπάρχει δηλαδή μια ήδη διαμορφωμένη και σχετικά σημαντική τάση προμήθειας ορισμένων καταναλωτικών αγαθών από σουπερμάρκετ/πολυκαταστήματα κυρίως στα είδη διατροφής, τα καλλυντικά και τα διαρκή καταναλωτικά αγαθά με αντίστοιχα ποσοστά της τάξης του 37%, του 43,5%, 37,8%.

Η τάση της καταναλωτικής πρακτικής που σχετίζεται με την κατανάλωση ειδών διατροφής, προς το παρόν, είναι σχετικά αδιαμόρφωτη και μη ομοιογενής. Έτσι, ενώ το στοιχείο του ορθολογισμού (φθηνότερη τιμή) αναπτύσσεται με γοργούς ρυθμούς (37% αγοράζει ήδη από σουπερμάρκετ/πολυκαταστήματα), το στοιχείο του προγραμματισμού της καταναλωτικής συμπεριφοράς ακολουθεί με πιο αργούς ρυθμούς (το 78% του δείγματος επισκέπτεται τα καταστήματα για να εφοδιαστεί τα είδη διατροφής: 1-2 φορές την εβδομάδα ενώ το 18% πράττει το ίδιο 1 φορά κάθε 15 ημέρες και μόλις το 4% πραγματοποιεί 1 φορά το μήνα τις αγορές του). Αυτό συμβαίνει διότι τα παραδοσιακά χαρακτηριστικά της κοινωνίας (που σχετίζονται με τη γυναικεία απασχόληση, τη σύνθεση της οικογένειας, τον ελεύθερο χρόνο και τους ρυθμούς της ζωής εν γένει) είναι ακόμη ισχυρά.

Σημαντικό ρόλο επίσης στον προσδιορισμό των βασικών χαρακτηριστικών της καταναλωτικής συμπεριφοράς φαίνεται να έχει ο παράγοντας της εγγύτητας του καταστήματος με τον τόπο κατοικίας. Από τα ευρήματα της έρευνας φαίνεται πως το 71% του δείγματος αγοράζει τα βασικά είδη του νοικοκυριού από κατάστημα που βρίσκεται σε χρονοαπόσταση έως 10 λεπτών της ώρας από την οικία του καταναλωτή ενώ το 48% περίπου αγοράζει από κατάστημα που βρίσκεται σε απόσταση μικρότερη του ενός (1) χιλιομέτρου. Το 55% του δείγματος πραγματοποιεί τις αγορές του κάνοντας χρήση Ι.Χ. αυτοκινήτου δεδομένο που με τις κατάλληλες προϋποθέσεις (δρόμοι, χώροι στάθμευσης) μπορεί να σχετικοποιηθεί πολύ την έννοια της εγγύτητας ενός καταστήματος με τον τόπο κατοικίας.



Στο ερώτημα ποια είναι τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των μεγάλων αλυσίδων οι καταναλωτές απαντούν ότι τα ισχυρότερα πλεονεκτήματα είναι οι τιμές (83% του δείγματος) και η ποικιλία (82,5% του δείγματος). Ο συνδυασμός των στοιχείων αυτών οδηγεί στο συμπέρασμα ότι τα δύο τελευταία χαρακτηριστικά αποτελούν ήδη βασικές παραμέτρους που προσδιορίζουν τα χαρακτηριστικά της καταναλωτικής συμπεριφοράς μιας σημαντικής μερίδας των νοικοκυριών. Το ποσοστό των καταναλωτών που εκφράζει αυτή την άποψη (τιμές, ποικιλία) είναι ακόμη σημαντικά μεγαλύτερο από το ποσοστό των καταναλωτών που ήδη πραγματοποιεί τις αγορές του από τις μεγάλες αλυσίδες καταστημάτων. Αυτή η παράμετρος καταδεικνύει με τον πληρέστερο τρόπο ότι ένα σημαντικό τμήμα των καταναλωτών ακολουθεί τα παραδοσιακά χαρακτηριστικά της κατανάλωσης πραγματοποιώντας τις αγορές τους από μικρά και μεσαία καταστήματα. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας προκύπτει πως το μεγαλύτερο μέρος των καταναλωτών θεωρεί πως τα ισχυρότερα πλεονεκτήματα των μικρών και μεσαίων καταστημάτων είναι η ποιότητα (74,5% του δείγματος), η εξυπηρέτηση πελατών (75% του δείγματος) και η τόνωση των τοπικών αγορών (72% του δείγματος).

Όμως τίποτα δεν διασφαλίζει ότι και στο μέλλον τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των ΜΜΕ θα εξακολουθούν να θεωρούνται ότι ανήκουν μόνο σ' αυτές με δεδομένο ότι τα περισσότερα είναι κυρίως υποκειμενικού χαρακτήρα (όπως π.χ. ποιότητα, φήμη). Μέσω οργανωμένων στρατηγικών προβολής και προώθησης, τις οποίες μια υπεραγορά μπορεί να υλοποιήσει πολύ πιο αποτελεσματικά σε σχέση με μια ΜΜΕ, υπάρχουν τρόποι ακύρωσης των πλεονεκτημάτων αυτών.

Τα συγκριτικά πλεονεκτήματα των ΜΜΕ φαίνεται να απειλούνται επιπροσθέτως από το γεγονός ότι οι καταναλωτές του δείγματος σε ποσοστό 94% είναι ενημερωμένοι για την ύπαρξη κάποιου εκπαιδευτικού καταστήματος στην περιοχή του Ρεθύμνου και κατά έμμεσο τρόπο δηλώνει ότι αναζητά προσφορές κάποιου τύπου τουλάχιστον, ενώ το 37% απ' αυτούς δηλώνει ότι πάντα ενδιαφέρεται για ειδικές προσφορές και προσφορές γνωριμίας. Το ποσοστό εκείνων που αποτελούν τελικά μια πιο συμπαγή ομάδα ως προς αυτά τα ειδικά χαρακτηριστικά της καταναλωτικής τους συμπεριφοράς προσδιορίζεται με μεγαλύτερη σε απάντηση όπου το 28% δηλώνει ότι ψωνίζει τακτικά από τέτοια εκπαιδευτικά καταστήματα.

Επιπλέον, στοιχεία τα οποία απεικονίζουν αυτές τις τάσεις της καταναλωτικής συμπεριφοράς προκύπτουν από την απάντηση που δίνει το 21% του δείγματος όταν δηλώνει πως τους τελευταίους 24 μήνες άλλαξε το κατάστημα από το οποίο ψωνίζει. Απ' αυτούς του καταναλωτές το 44% δηλώνει ότι προέβη στην κίνηση αυτή γιατί ανακάλυψε άλλο κοντινό κατάστημα με καλύτερες τιμές και το 17% γιατί ανακάλυψε κατάστημα με μεγαλύτερη ποικιλία και καλύτερης ποιότητας προϊόντα. Το συμπέρασμα είναι ότι το 14% του δείγματος άλλαξε στα τελευταία χρόνια το βασικό του κατάστημα με βάση τα δύο κριτήρια που αρχικά είχαν αναφερθεί: τις τιμές και την ποικιλία/ποιότητα εμπορευμάτων.

Τέλος, σημαντικό εύρημα της έρευνας σχετικά με την καταναλωτική συμπεριφορά των κατοίκων του Ρεθύμνου το οποίο αποτελεί και επιβεβαίωση όλων των παραπάνω τάσεων που περιγράφηκαν είναι ότι οι Ρεθυμνιώτες πραγματοποιούν μέρος των αγορών τους σε άλλες πόλεις. Από αυτούς, το 27% δηλώνει ότι αναζητά καλύτερες τιμές, ενώ, 20% δηλώνει ότι αναζητά μεγαλύτερη ποικιλία. Εδώ θα πρέπει να συνυπολογιστεί πως το 45% των καταναλωτών απευθύνεται στην εγγύτερη αγορά που διαθέτει μεγάλα καταστήματα υπεραγορές, εκείνη του Ηρακλείου.



Ίδιες διαπιστώσεις κάνουν και οι επιχειρηματίες του Ρεθύμνου οι οποίοι αντιλαμβάνονται κατά τον ίδιο τρόπο τα παραπάνω χαρακτηριστικά της καταναλωτικής συμπεριφοράς. Επισημαίνουν δε και ένα επιπλέον σημαντικό παράγοντα στις προτιμήσεις του καταναλωτικού κοινού ως προς το από τι είδους καταστήματα προμηθεύονται τα αγαθά, την ύπαρξη χώρων στάθμευσης. Ο χώρος στάθμευσης είναι ιδιαίτερα σημαντικός για καταστήματα.



ΑΡΘΡΟ





Συμπεράσματα

Η προηγούμενη ανάλυση και παράθεση των ευρημάτων της έρευνας που εκπόνησε η ΕΣΕΕ οδηγεί σε μια σειρά συμπερασμάτων τόσο για το τι πρόκειται συμβεί σε περίπτωση που υπάρξει εγκατάσταση υπεραγοράς/υπεραγορών λιανικού εμπορίου εντός ή περί της πόλης του Ρεθύμνου όσο και για την ανταγωνιστική στρατηγική των υφιστάμενων εμπορικών επιχειρήσεων.

Η εγκατάσταση υπεραγοράς/υπεραγορών λιανικού εμπορίου εντός ή περί της πόλης του Ρεθύμνου αναμένεται να έχει εμπορική επιτυχία με την έννοια της απόσπασης μεγάλου μεριδίου της αγοράς εις βάρος των υφιστάμενων εμπορικών επιχειρήσεων. Υπάρχει μια πληθώρα συνθηκών που θα ευνοούσαν μια τέτοια εξέλιξη:

- ✓ Η παρατεταμένη διεθνής οικονομική ύφεση και οι επιπτώσεις της στο διαθέσιμο εισόδημα τόσο των τοπικών νοικοκυριών όσο και των επισκεπτών του Ρεθύμνου,
- ✓ Οι αλλαγές στους ρυθμούς ζωής οι οποίες καθιστούν πιο βολικό το να ψωνίζει κανείς λιγότερο συχνά και ει δυνατόν από ένα κατάστημα,
- ✓ Τα καταναλωτικά πρότυπα που διαμορφώνονται μέσα από μηχανισμούς διαφήμισης,
- ✓ Η αυξανόμενη αστικοποίηση και η αποπροσωπιοποίηση των κοινωνικών σχέσεων,
- ✓ Ο σταδιακός εξορθλογοισμός της καταναλωτικής συμπεριφοράς εκείνων των ομάδων που διατηρούν ακόμα τέτοιες νοοτροπίες.

Επιπλέον είναι αδιαμφισβήτητο γεγονός ότι πολιτική επιλογή της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι η διασφάλιση της ελεύθερης λειτουργίας των αγορών απαλλαγμένων από κάθε είδους τεχνικού ή νομικού τύπου στρεβλώσεις. Αυτό σε απλούς όρους σημαίνει ότι δεν είναι δυνατό να αποτραπεί η εγκατάσταση υπεραγοράς/υπεραγορών λιανικού εμπορίου αν τηρούνται οι προδιαγραφές του νόμου (και είναι μια εντελώς διαφορετική συζήτηση αν οι ισχύουσες προδιαγραφές είναι οι πλέον κατάλληλες ή όχι).

Οι επιπτώσεις των παραπάνω διαπιστώσεων στην ανταγωνιστική των υφιστάμενων μικρομεσαίων εμπορικών επιχειρήσεων αναμένεται να είναι σημαντικές. Θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση σε μια σειρά ανταγωνιστικών μεταβλητών οι οποίες στο παρελθόν μάλλον δεν λαμβάνονταν σοβαρά υπόψη από ορισμένες υφιστάμενες επιχειρήσεις. Χωρίς να καταφεύγει κανείς σε ακαδημαϊκά εγχειρίδια που περιγράφουν επιτυχημένες στρατηγικές εμπορικής επιτυχίας η απλή λογική υποστηρίζει ότι:



✓ Ο άνοιος ανταγωνισμός μεταξύ μεγάλων και μικρών επιχειρήσεων μετριάζεται όταν οι μικροί συνασπίζονται υιοθετώντας μια μορφή δικτύου (μείωση κόστους, οικονομίες κλίμακας κλπ.).

✓ Είναι προς το συμφέρον των μικρομεσαίων εμπορικών επιχειρήσεων να ελέγχουν ότι κατά την εγκατάσταση υπεραγοράς/υπεραγορών λιανικού εμπορίου τηρούνται όλες οι προϋποθέσεις που ορίζει ο νόμος.

✓ Οι υφιστάμενες τοπικές εμπορικές επιχειρήσεις μπορούν να αρθρώσουν πιο αξιόπιστα και ισχυρά το επιχειρήμα της ουσιαστικής συμβολής τους στην τοπική οικονομία αν αυξήσουν σημαντικά τον αριθμό των τοπικών επιχειρήσεων από τις οποίες προμηθεύονται τοπικά προϊόντα (η απάντηση σε αντίστοιχη ερώτηση του ερωτηματολογίου της ΕΣΕΕ είναι ένα απογοητευτικό 8,08%).

✓ Τα ισχυρά πλεονεκτήματα σήμερα δεν είναι μόνο το κόστος αλλά και παράμετροι όπως η καινοτομία, η διαρκής ενημέρωση, η εξυπηρέτηση μετά την πώληση καθώς και κάθε είδους ευελιξία που δεν είναι εύκολα εφικτή από τις μεγάλες και συγκεντρωτικές αλυσίδες λιανικού εμπορίου.

ΕΚΘΕΣΗ ΚΟΚ*

«Αντιμετωπίζοντας την πρόκληση»

Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει καθυστερήσει γενικότερα την πρόοδο για τον μετασχηματισμό της στην «ανταγωνιστικότερη οικονομία του κόσμου» μέχρι το 2010, όπως φιλοδοξούσε να κάνει με την απόφαση που έλαβε τον Μάρτιο του 2000 στη σύνοδο κορυφής της Λισσαβόνας.

Αυτό προκύπτει από την έκθεση με τίτλο «Αντιμετωπίζοντας την πρόκληση», την οποία δημοσίευσε η συμβουλευτική επιτροπή στην οποία προεδρεύει ο πρώην Ολλανδός πρωθυπουργός Βιμ Κοκ.

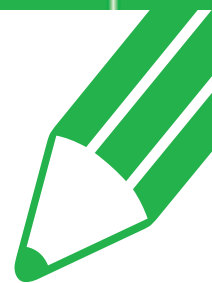
Η επιτροπή κοκ απέφυγε μιν να συστήσει την εγκατάλειψη του στόχου για το 2010, αλλά προειδοποίησε ότι είναι πλέον «εξαιρετικά δύσκολο» να επιτευχθεί καθώς η Ε.Ε. καθυστερεί στις δεσμεύσεις της, ενώ αντίθετα οι ΗΠΑ και η Ασία προχωρούν στο θέμα της ανταγωνιστικότητας.

Το πιο σημαντικό στοιχείο της στρατηγικής της Λισσαβόνας είναι η αναγνώριση της αλληλεξάρτησης μεταξύ των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης - η δράση κάθε μέλους προς αυτήν την κατεύθυνση θα είναι αποτελεσματικότερη αν κινούνται όλα τα άλλα κράτη - μέλη συντονισμένα.

Η στρατηγική της Λισσαβόνας αναφέρεται σε πέντε γενικές περιοχές πολιτικής:

- κοινωνία της γνώσης,
- εσωτερική αγορά,
- επιχειρηματικό κλίμα,
- αγορά εργασίας,
- διατηρησιμότητα του περιβάλλοντος.

* Βιμ Κοκ, Πρώην Ολλανδός Πρωθυπουργός





Η επιτροπή υπογραμμίζει ότι η πρόοδος πρέπει να γίνει ταυτόχρονα σε όλα τα μέτωπα για να γίνει αποτελεσματική. «Το κάθε κράτος — μέλος ξεχωριστά έχει κάνει πρόοδο σε μία ή περισσότερες περιοχές πολιτικής, αλλά κανένα δεν έχει επιταχύνει συνολικά. Καθώς η Ευρωπαϊκή Ένωση πλησιάζει χρονικά στο ήμισυ της διαδρομής, η έκθεση τονίζει ότι τα κράτη — μέλη απέτυχαν να δημιουργήσουν νέες θέσεις εργασίας, να περιορίσουν τη γραφειοκρατία στην επιχειρηματική δραστηριότητα και να προωθήσουν την έρευνα αιχμής. Για να επιτευχθεί ένας από τους βασικότερους και πιο τρανταχτούς στόχους της Λισσαβόνας απαιτεί η δημιουργία 11 εκατ. θέσεων εργασίας.

ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΑ

>> Ανταγωνιστικότητα και κανοτομία

Επισημαίνονται ιδιαίτερα οι τρεις γενικές κατευθύνσεις της έκθεσης στον συγκεκριμένο τομέα, οι οποίες:

- αποδίδουν βαρύτητα στην ανταγωνιστικότητα και ανάπτυξη, αναγνωρίζοντας την ιδιαίτερη σημασία μιας ισχυρής ευρωπαϊκής βιομηχανίας για την Ευρωπαϊκή οικονομία, θίγοντας παράλληλα τις συναφείς κοινωνικές και εργασιακές πτυχές.
- Εστιάζουν τις προσπάθειες σε λίγους αλλά σαφείς τομείς προτεραιότητας: την επίτευξη της κοινωνίας της γνώσης, την τήρηση των δεσμεύσεων για την εσωτερική αγορά, τη δημιουργία κατάλληλου επιχειρηματικού περιβάλλοντος, την προσαρμογή της αγοράς εργασίας και την περιβαλλοντική βιωσιμότητα.
- Καθιστούν σαφές ότι η ανταγωνιστικότητα και οι απαιτούμενες μεταρρυθμίσεις της στρατηγικής της Λισσαβόνας πρέπει να ξεκινήσουν στο εσωτερικό των κρατών μελών.

Στο πλαίσιο της προτεραιότητας που αποδίδεται στη δημιουργία κατάλληλου επιχειρηματικού περιβάλλοντος, η έκθεση δίνει έμφαση στην άρση των εμποδίων που αντιμετωπίζουν οι ευρωπαίοι επιχειρηματίες, ήτοι:

- Συνολικό - διοικητικό και κανονιστικό βάρος για τις επιχειρήσεις



Τα νέα στοιχεία που προτείνονται περιλαμβάνουν τον κοινό ορισμό του διοικητικού βάρους στις επιχειρήσεις και την δραστική μείωση του κόστους και του χρόνου που απαιτείται για την ίδρυση μιας επιχείρησης (σύγκληση με το μέσο όρο των 3 κρατών μελών με τις καλύτερες επιδόσεις για start-ups).

- Περιορισμένες δυνατότητες χρηματοδότησης κατά την ίδρυση και ανάπτυξη μιας επιχείρησης.
- Το στίγμα της αποτυχίας.

Τέλος, γίνεται ειδική αναφορά στην μεταφορά και ενσωμάτωση των κοινοτικών οδηγιών στην εθνική νομοθεσία.

>> Χρηματοπιστωτικές αγορές

Έμφαση δίδεται στην ολοκλήρωση της έγκρισης του προγράμματος δράσης για τις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες (ESAP) ΜΕΧΡΙ ΤΑ ΤΕΛΗ ΤΟΥ 2005. Αυτό θα συνέβαλλε στην μείωση του κόστους για τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές. Παράλληλα, η Επιτροπή, σύμφωνα με την έκθεση, καλείται να καταρτίσει για την άρση των εμποδίων στην εκκαθάριση και τον διακανονισμό στις διασυνοριακές συναλλαγές πριν από την εαρινή σύνοδο κορυφής. Στο τέλος του 2005 η Επιτροπή θα πρέπει να παρουσιάσει προτάσεις προκειμένου να διευκολυνθεί η ολοκλήρωση των λιανικών χρηματοπιστωτικών αγορών.

>> Έρευνα και Ανάπτυξη

Σε ότι αφορά τον τομέα της Έρευνας και Ανάπτυξης, η Έκθεση Κοκ δίνει έμφαση στα παρακάτω σημεία:

- Στην κινητικότητα «παγκοσμίου κλάσεως επιστημόνων και ερευνητών» και στην υιοθέτηση μέτρων με τα οποία θα παρακάμπτονται κυρίως συναφή γραφειοκρατικά προβλήματα.
- Στην προώθηση της επίτευξης του στόχου της αύξησης των δαπανών για την Έρευνα και Ανάπτυξη στο 3% του ΑΕΠ μέσω των Πανερωπαϊκών δημοσίων – ιδιωτικών συνεργασιών.
- Στην βελτίωση της συνεργασίας των Εθνικών Ερευνητικών Συμβουλίων μέσω της εγκαθίδρυσης ενός Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Έρευνας κατά την επιτροπή Κοκ, θα πρέπει να συμβάλει στην ενίσχυση των επενδύσεων στην Έρευνα και Ανάπτυξη.

Σημειώνεται ότι η δημιουργία του ειδικού αυτού Ευρωπαϊκού διαχειριστικού οργάνου Έρευνας, ενώ έχει κατ' αρχήν τύχει ευρείας αποδοχής, ωστόσο η υιοθέτηση του εκκρεμεί λόγω δυσχερειών που έχουν προκύψει όσον αφορά τη σύνθεση του και τις αρμοδιότητές του.

Έμφαση δίνεται, επίσης, στην υιοθέτηση του κοινοτικού διπλώματος ευρεσιτεχνίας, η επεξεργασία του οποίου εκκρεμεί από ετών στο Συμβούλιο.

>> Απασχόληση και Κοινωνική Προστασία

Στον τομέα της απασχόλησης η έκθεση Κοκ τονίζει την ανάγκη λήψης άμεσων μέτρων για την επίτευξη των στόχων της στρατηγικής της Λισσαβόνας και δίδει έμφαση στον κεντρικό ρόλο των κρατών μελών στην εφαρμογή τους, μεταφράζοντας σε εθνικές πολιτικές και στόχους τις επιδιώξεις της Λισσαβόνας. Προς τούτο υποβάλλει την εισήγηση για υιοθέτηση από την επιτροπή νέας μεθοδολογίας που θα περιλαμβάνει και σιγματισμό των κρατών μελών που απέτυχαν στον τομέα αυτό και επιβράβευση των υπολοίπων.

Ειδικότερα, ζητείται όπως τα κράτη μέλη παρουσίασαν, πριν από το εαρινό Ευρωπαϊκό Συμβούλιο του Μαρτίου 2005, έκθεση υλοποίησης των συστάσεων που έχει υιοθετήσει το Συμβούλιο προς κάθε ένα από αυτά στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Στρατηγικής για την Απασχόληση. Κατά την έκθεση Κοκ, θα πρέπει να ακολουθεί επίσημη δέσμευση των κρατών μελών επί της εφαρμογής των μεταρρυθμίσεων που προβλέπονται στα εθνικά Σχέδια Δράσεις για την Απασχόληση (ΕΣΔΑ), των οποίων η διάρκεια προτείνεται να είναι τριετής. Στο πλαίσιο αυτής της τροποποίησης της ισχύουσας διαδικασίας, η έκθεση Κοκ εισηγείται την υποβολή, εκ μέρους των κυβερνήσεων των κρατών μελών, προ του τέλους του 2005, εθνικών προγραμμάτων δράσης.



>> Το κείμενο της Έκθεσης προ- τίνει περαιτέρω όπως:

- Τα κράτη μέλη, μετά από διαβουλεύσεις με τους κοινωνικούς εταίρους να παρουσιάσουν εντός του Μαρτίου 2005 έκθεση πεπραγμένων αναφορικά με την υλοποίηση των συστάσεων που υιοθέτησε το Συμβούλιο, συμπεριλαμβανομένης της απόδοσης τους στην απασχόληση και της βιωσιμότητας των κοινωνικών τους συστάσεων, έτσι ώστε το εαρινό Ευρωπαϊκό Συμβούλιο του 2005 να μπορέσει να δώσει καθαρές πολιτικές κατευθύνσεις σχετικά με την πρόοδο που σημειώθηκε.
- Τα κράτη μέλη, σε στενή συνεργασία με τους κοινωνικούς εταίρους να υιοθετήσουν εντός του 2005 εθνικές πολιτικές για την δια βίου μάθηση, με στόχο την διάχυση του κλίματος ταχείας οικονομικής αναδιάρθρωσης, την αύξηση της συμμετοχής της αγοράς εργασίας, την μείωση της ανεργίας και την παροχή δυνατοτήτων στους πολίτες για παράταση του εργασιακού βίου.
- Τέλος, τονίζεται ότι τα Κράτη Μέλη θα πρέπει να αναπτύξουν συνεκτική στρατηγική ενεργούς γήρανσης έως το 2006, συμπεριλαμβανομένης της λήψης μέτρων για την παράταση του εργασιακού βίου. Στο τελευταίο θέμα αποδίδεται στην Έκθεση κεντρική σημασία για την προώθηση της οικονομικής μεγέθυνσης.

>> Περιβάλλον

1. Ανάγκη εισαγωγής των «εξωτερικών» πλευρών κόστους (δηλ. της επίδρασης στο περιβάλλον) στις τιμές
2. Καθιέρωση ευνοϊκών χρηματοδοτικών εργαλείων (ειδικά για ΜΜΕ) για την ανάπτυξη τεχνολογιών
3. «Πρασίνισμα» των δημοσίων προμηθειών, και κυρίως στους τομείς των Ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και των νέων καυσίμων για οχήματα.

>> Έκθεση Κοκ και Ελλάδα

Σε ότι αφορά ειδικότερα τις επιδόσεις της Ελλάδας στην επίτευξη των στόχων της Λισσαβόνας, προκύπτει από την έκθεση ότι το ελληνικό κατά κεφαλήν ΑΕΠ (επεκφρασμένο σε μονάδες αγοραστικής δύναμης) έφτασε το 2003 στο 73% του μέσου κοινοτικού στην ΕΕ των «15». Επομένως, η χώρα μας έχει κάνει πρόοδο προς αυτήν την κατεύθυνση σε σχέση με τον εαυτό της και με βάση το έτος εκκίνησης 1999. Την τελευταία θέση στην κατάταξη των «15» κατέχει η Πορτογαλία με 68,3%, ενώ ο μέσος όρος των «25» ήταν 91,2%. Από το 1999 το κατά κεφαλήν ΑΕΠ στην Ελλάδα παρουσίασε μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 3,9%, ενώ στους «25» η αύξηση ήταν 1,5% και στους «15» 1,4%.

>> Παραγωγικότητα της εργασίας

Σύμφωνα με την έκθεση, η παραγωγικότητα της εργασίας στην Ελλάδα έφτασε το 2003 στο 90,3% του μέσου κοινοτικού στην ΕΕ των «15», ενώ στους «25» ανήλθε στο 93,1%. Από το 1999 η παραγωγικότητα της εργασίας στην Ελλάδα παρουσίασε μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 3,9%, ενώ στους «15» η αύξηση ήταν 0,7% και στους «25» 1%.

>> Απασχόληση

Το 2003 το ποσοστό απασχόλησης στην Ελλάδα έφτασε το 57,8% έναντι 62,9% για τους «25» και 64,6% για τους «15». Υπενθυμίζεται ότι ο στόχος που θα έχει τεθεί από τη Στρατηγική της Λισσαβόνας για την ΕΕ είναι 67% για το 2005 και 70% για το 2010. Στην Ελλάδα το ποσοστό απασχόλησης των γυναικών έφτασε πέρυσι το 43,8% έναντι 55,1% για τους «25» και 56% για τους «15». Υπενθυμίζεται ότι οι στόχοι της Λισσαβόνας κάνουν λόγο για απασχόληση 57% το 2005 και 60% το 2010 στην ΕΕ. Παράλληλα το ποσοστό απασχόλησης των ηλικιωμένων στην Ελλάδα ήταν 42,1% έναντι 40,2% για τους «25» και 41,7% για τους «15», ενώ ο στόχος της Στρατηγικής της Λισσαβόνας είναι 50% για το 2010. Σε ότι αφορά την απασχόληση, σημειώνεται ιδιαίτερα η έλλειψη κατάλληλης για την υποδοχή και απασχόληση των μικρότερων παιδιών, ώστε να διευκολυνθούν οι γυναίκες που σήμερα παραμένουν καθηλωμένες στο ρόλο της «νοικοκυράς», δίνοντας στην Ελλάδα μια από τις χειρότερες, πανευρωπαϊκά, επιδόσεις στην απασχόληση αλλά και την ανεργία των γυναικών.



>> Δαπάνες για έρευνα

Σύμφωνα με την ίδια έκθεση, οι δαπάνες για την έρευνα έφτασαν στη χώρα μας το 2003 στο 0,6% του ΑΕΠ έναντι 1,9% στους «25» και 2% στους «15», ενώ ο στόχος για το 2010 είναι 3%. Οι επενδύσεις των επιχειρήσεων κινήθηκαν σε σχετικά υψηλά επίπεδα στην Ελλάδα το 2003 και έφτασαν το 21,8% του ΑΕΠ έναντι 16,8% για τους «25» και 16,7% για τους «15».

>> Φτώχεια

Όπως αναφέρεται ακόμη στην έκθεση, το 2003 στην Ελλάδα το 20% του πληθυσμού κινδύνευε από τη φτώχεια έναντι 15% τόσο για τους «25» όσο και για τους «15». Η μακροχρόνια ανεργία έφτασε στη χώρα μας το 2003 το 5,1% του οικονομικά ενεργού πληθυσμού έναντι 4% για τους «25» και 3,3% για τους «15».

Η Ελλάδα εγκალείται για τη συνεχιζόμενη απουσία συγκεκριμένων μέτρων πολιτικής σε έξι τομείς, από τους συνολικά δέκα που περιλαμβάνει ο κατάλογος των στόχων.

- Ο πρώτος είναι η βελτίωση της «απασχολησιμότητας» των εργαζομένων αλλά και της προσαρμοστικότητας των επιχειρήσεων στη λεγόμενη «νέα οικονομία», περιλαμβάνει δε μεταξύ άλλων την κατάργηση των τεραστίων εμποδίων που ακόμα ορθώνονται στην πορεία των νέων επιχειρήσεων, αλλά και το υψηλό μη μισθολογικό κόστος που επωμίζονται μέσω των εργοδοτικών ασφαλιστικών εισφορών.
- Ο δεύτερος είναι η αύξηση των επενδύσεων για τη βελτίωση του ανθρώπινου δυναμικού, ιδίως καθώς, όπως σημειώνεται στην έκθεση Κοκ, ο ενεργός πληθυσμός της Ελλάδος χαρακτηρίζεται από «χαμηλό επίπεδο μόρφωσης», ιδίως στις μεσαίες και μεγαλύτερες ηλικίες. Πλην όμως αυτό δεν συμβαίνει, με μόνον το 0,1% των εργαζομένων να έχει συμμετάσχει σε τέτοιο πρόγραμμα, κάτι που κρίνεται «ιδιαίτερα ανησυχητικό» και που ως εκ τούτου χρήζει «κατεπείγουσας λήψης μέτρων».
- Τρίτος τομέας είναι η αύξηση της προσφοράς εργασίας και η «παράταση του ενεργού βίου» όπως κομψά αποκαλούνται η καταπολέμηση της πρόωρης συνταξιοδότησης και τα ολοένα και περισσότερα χρόνια που απαιτούνται μέχρι την πλήρη συνταξιοδότηση του εργαζόμενου. Εδώ, η Ελλάδα έχει πραγματοποιήσει ορισμένες προόδους, ιδίως με την αύξηση των ορίων συνταξιοδότησης, ωστόσο τα κενά παραμένουν μεγάλα.

>> Από την άλλη πλευρά, επιτευχθέντες θεωρούνται τέσσερις στόχοι:

- Η αύξηση των ορίων συνταξιοδότησης
- Η δημιουργία θέσεων εργασίας στην περιφέρεια
- Η καταπολέμηση των (εργασιακών) διακρίσεων εις βάρος των ατόμων με ιδιαίτερα «μειονεκτήματα», όπως οι μετανάστες
- Καθώς και η δημιουργία θεσμικού πλαισίου, αφενός για τη διευκόλυνση της εργασίας (Ευρωπαϊών) αλλοδαπών στη χώρα ή της εργασίας Ελλήνων σε άλλες χώρες της Ένωσης, αφετέρου για την ενεργοποίηση των «κοινωνικών εταίρων»

Οι επιδόσεις της Ελλάδας στη στρατηγική της Λισσαβόνας

ΔΕΙΚΤΕΣ ΛΙΣΣΑΒΟΝΑΣ	ΕΛΛΑΔΑ	ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΕΕ – 15
Κατά κεφαλήν ΑΕΠ (ΕΕ-15=100)	73,0%	100%
Παραγωγικότητα ανα εργαζόμενο (ΕΕ-15=100)	90,3%	100%
Ποσοστό απασχόλησης	57,8%	64,4%
Ποσοστό απασχόλησης γυναικών	43,8%	56%
Δαπάνες για έρευνα και ανάπτυξη (%του ΑΕΠ)	0,60%	2%
Επενδύσεις επιχειρήσεων (% του ΑΕΠ)	21,8%	16,7%
Συγκριτικά επίπεδα τιμών (ΕΕ-15=100)	80,0%	100%
Ποσοστό ατόμων προ των πυλών της φτώχειας	20,0%	15%
Εκπομπές αερίων θερμοκηπίου (βάση = 100)	126,5	97,1
Ποσοστό μακροχρόνια ανέργων	5,10%	3,3%
Ποσοστό απασχόλησης μεσηλικών	42,1%	41,7%
Ενεργειακή ένταση της οικονομίας	258	191

project

Consulting, Engineering
& Management Co

Εταιρεία Συμβούλων Διοίκησης,
Μελετών και Ποιότητας
project Ε.Π.Ε.

- Γραφείο Μελετών
- ISO , HACCP , EMAS
- Αναπτυξιακοί νόμοι (Ν.2601) - Προγράμματα Γ' ΚΠΣ
- Κοινοτικά προγράμματα / Επιχορηγήσεις
- Leader+ , Γεωργική Μεταποίηση (Ν.1257), Αγροτουρισμός
- Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων - Project Management
- Προγράμματα Τουρισμού, Γεωργίας, Βιοτεχνίας, Ενέργειας
- E.R.P. - Logistics

www.project.com
e-mail: analysis1@otenet.gr

Ταχ.Διεύθυνση: Εμμ. Πορτάλιου 28, **Ρέθυμνο** Κρήτης τ.κ.74100
τηλ. 28310 57204 / 58350 / 20315
fax: 28310 58354, κιν.6972-070299
Καντανολέοντος 24, **Ηράκλειο** τ.κ. 71202
τηλ: 2810 301298 fax: 2810 301299



Edited with Infix PDF Editor
- free for non-commercial use.

To remove this notice, visit:
www.iceni.com/unlock.htm



ΤΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΕΧΟΥΝ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΒΑΣΗ ΟΔΗΓΙΩΝ ΤΟΥ ΕΦΕΤ

ΚΑΤΗΓΟΡΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΡΟΦΙΜΩΝ
ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΙΣ ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΚΑΙ
ΤΗΡΗΣΗ ΤΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΟΣ HACCP

ΑΡΘΡΟ



Του Γ. Παπατζανή

Μέλος του Δ.Σ. του Επιμελητηρίου, Μηχανικός Παραγωγής & Διοίκησης,
Σύμβουλος Επιχειρήσεων & Διευθυντής της PROJECT ΕΠΕ

1. Επιχειρήσεις μαζικής εστίασης και ζαχαροπλαστικής.

Σύμφωνα με την υπ' αριθμ. 30/18-7-2001 απόφαση του Δ.Σ του ΕΦΕΤ, απαιτείται πλήρης ανάπτυξη και τεκμηρίωση του συστήματος HACCP από τις επιχειρήσεις εκείνες που εξυπηρετούν περισσότερα από 1300 άτομα την ημέρα (με βάση τον μέσο όρο των ατόμων που διατρέφονται τον μήνα με τη μεγαλύτερη κίνηση της επιχείρησης). Στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται και οι επιχειρήσεις οι οποίες απευθύνονται σε ομάδες ατόμων υψηλού κινδύνου (νοσοκομεία, φοιτητικές λέσχες, παιδικοί και βρεφονηπιακοί σταθμοί, catering, κ.λπ) ανεξαρτήτως δυναμικότητάς τους.

Όλες οι άλλες επιχειρήσεις μαζικής εστίασης και ζαχαροπλαστικής υποχρεούνται στην ανάπτυξη και τήρηση του συστήματος όπως περιγράφεται στον «Οδηγό Υγιεινής Νο1»

Ο «Οδηγός Υγιεινής Νο1» διατίθεται από τα γραφεία της Π.Ο.Ε.Σ.Ε στη διεύθυνση Σταδίου 51, 8ος όροφος τηλ. 2103317301

2. Επιχειρήσεις αρτοποιίας και επιχειρήσεις διακίνησης και διάθεσης άρτου και προϊόντων αρτοποιίας.

Σύμφωνα με την υπ' αριθμ. 67/30-5-2002 απόφαση του Δ.Σ του ΕΦΕΤ, απαιτείται πλήρης ανάπτυξη και τεκμηρίωση του συστήματος HACCP από τις επιχειρήσεις εκείνες που επεξεργάζονται περισσότερα από 1000 κιλά αλεύρι ημερησίως.

3. Όλες οι άλλες επιχειρήσεις αρτοποιίας και επιχειρήσεις διακίνησης και διάθεσης άρτου και προϊόντων αρτοποιίας

υποχρεούνται στην ανάπτυξη και τήρηση του συστήματος όπως περιγράφεται στον «Οδηγό Υγιεινής Νο2».

Ο «Οδηγός Υγιεινής Νο2» διατίθεται από την Ομοσπονδία Αρτοποιών Ελλάδος στη διεύθυνση Βερανζέρου 15 τηλ. 2103840401, 2103806284.

4. Επιχειρήσεις λιανικής πώλησης τροφίμων.

Το Δ.Σ. του ΕΦΕΤ στη συνεδρίαση με αρ. 45 της 15ης/4/2003 επικύρωσε τον «Οδηγό Υγιεινής (No5) για τις επιχειρήσεις λιανικής πώλησης τροφίμων» στον οποίο αναφέρονται οι έξι κατηγορίες των επιχειρήσεων που περιλαμβάνονται στο πεδίο της εφαρμογής του «Οδηγού Υγιεινής» και από αυτές υποχρεούνται σε πλήρη ανάπτυξη και τεκμηρίωση του συστήματος HACCP όλες οι επιχειρήσεις εκτός από εκείνες των κατηγοριών 5 και 6.

Στις κατηγορίες 5 και 6 περιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις που παραλαμβάνουν τρόφιμα στα καταστήματά τους, τα διατηρούν, τα εκθέτουν ή όχι και τα διαθέτουν στον τελικό καταναλωτή. Οι επιχειρήσεις αυτές υποχρεούνται στην ανάπτυξη και τήρηση του συστήματος HACCP όπως περιγράφεται στον «Οδηγό Υγιεινής Νο5».

Ο «Οδηγός Υγιεινής Νο 5» διατίθεται από τα γραφεία του Σ.Ε.Σ.Μ.Ε στη διεύθυνση Ανδριανού 7, Ψυχικό, τηλ. 2106756618.

5. Επιχειρήσεις αποθήκευση και διανομής τροφίμων σε συνθήκες περιβάλλοντος, ψύξης ή κατάψυξης και στις οποίες απευθύνεται ο «Οδηγός Υγιεινής Νο 9 του ΕΦΕΤ»

Σύμφωνα με την υπ' αριθμ. 139/9-12-2003 απόφαση του Δ.Σ του ΕΦΕΤ, απαιτείται πλήρης ανάπτυξη και τεκμηρίωση του συστήματος HACCP από τις επιχειρήσεις εκείνες που διαθέτουν θαλάμους αποθήκευσης με χωρητικότητα μεγαλύτερη από 50cm³ και η ποσότητα των αποθηκευμένων προϊόντων τους υπερβαίνει τους 10 τόνους.

Όλες οι υπόλοιπες επιχειρήσεις υποχρεούνται στην ανάπτυξη και τήρηση του συστήματος HACCP όπως περιγράφεται στον «Οδηγό Υγιεινής Νο 9» Ο «Οδηγός Υγιεινής Νο 9» διατίθεται από την ιστοσελίδα του ΕΦΕΤ.

6. Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις – χώροι τροφίμων

Σύμφωνα με την υπ' αριθμ. 36/26-5-2004 απόφαση του Δ.Σ του ΕΦΕΤ, απαιτείται πλήρης ανάπτυξη και τεκμηρίωση του συστήματος HACCP από εκείνες τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που διαθέτουν περισσότερες από 200 κλίνες όπως και από τις επιχειρήσεις Α' και Β' κατηγορίας.

Όλες οι υπόλοιπες επιχειρήσεις υποχρεούνται στην ανάπτυξη και τήρηση του συστήματος HACCP όπως περιγράφεται στον «Οδηγό Υγιεινής Νο 13». Ο «Οδηγός Υγιεινής Νο 13» θα διατίθεται μετά την εκτύπωσή του από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος τηλ. 2103310022

Όλοι οι υπόλοιποι Οδηγοί Υγιεινής διατίθενται από την ιστοσελίδα του ΕΦΕΤ.

7. Για τα κρεοπωλεία

Ο «Οδηγός υγιεινής για τα κρεοπωλεία» επικυρώθηκε με την υπ' αριθμ 67/30-6-2004 απόφαση του Δ.Σ. του ΕΦΕΤ. Τα κρεοπωλεία που αποθηκεύουν και διακινούν κρέας υποχρεούνται στην ανάπτυξη του συστήματος HACCP όπως περιγράφεται στον « Οδηγό Υγιεινής Νο 14».

Τα κρεοπωλεία που διαθέτουν παρακείμενο χώρο και προετοιμάζουν προϊόντα με βάση το κρέας θα εφαρμόζουν τις απαιτήσεις του Π.Δ 204/96.

Η εκτύπωση και διανομή του «οδηγού υγιεινής» δεν έχει ρυθμιστεί ακόμα.



ΑΡΧΕΙΑ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΤΗΡΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις πρέπει να τηρούν τους παρακάτω φακέλους:

- **Φάκελος 1ος:**

Περιέχει τον Οδηγό Υγιεινής για τις επιχειρήσεις Μαζικής Εστίασης και Ζαχαροπλαστικής του ΕΦΕΤ.

- **Φάκελος 2ος:**

Περιέχει τα βιβλιάρια υγείας των εργαζομένων, τις βεβαιώσεις εκπαίδευσης των εργαζομένων και το Εγχειρίδιο Βασικής Εκπαίδευσης στην υγιεινή και το χειρισμό των τροφίμων για τις επιχειρήσεις Μαζικής Εστίασης και Ζαχαροπλαστικής.

- **Φάκελος 3ος:**

Περιέχει το πρόγραμμα καθαρισμού και απολύμανσης

- **Φάκελος 4ος:**

Περιέχει το πρόγραμμα καταπολέμησης τρωκτικών και εντόμων.

- **Φάκελος 5ος:**

Περιέχει ένα αποδεικτικό έγγραφο του τρόπου υδροληψίας της επιχείρησης.

- **Φάκελος 6ος:**

Περιέχει συμπληρωμένους τους πίνακες των θερμοκρασιών των ψυγείων, καταψυκτών, θερμικής επεξεργασίας και των τμημάτων του εξοπλισμού αποθήκευσης και μεταποίησης στα οποία η θερμοκρασία είναι η βασική λειτουργική παράμετρος.

- **Φάκελος 7ος:**

Συνοδευτικών εγγράφων των προϊόντων παραλαβής.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις θα πρέπει να έχουν αναρτημένη την πλαστικοποιημένη αφίσα του ΕΦΕΤ και να παρακολουθούν τις θερμοκρασίες στα ψυγεία, στους καταψύκτες, στη θερμική επεξεργασία και στα τμήματα του εξοπλισμού αποθήκευσης και μεταποίησης στα οποία η θερμοκρασία είναι η βασική λειτουργική παράμετρος.

Οι μεγάλες επιχειρήσεις πρέπει να τηρούν τα παρακάτω αρχεία

➤ Αρχεία προαπαιτούμενων

1. Γενικοί Κανόνες Υγιεινής (ή ο οδηγός υγιεινής του ΕΦΕΤ, στην περίπτωση που υπάρχει) και ειδικότεροι ανά θέση εργασίας.
2. Αρχείο Καθαρισμού/ Απολυμάνσεων
3. Αρχείο καταπολέμησης τρωκτικών και εντόμων
4. Αρχείο συντήρησης του κτιρίου
5. Κατάλογος εξοπλισμού και αρχεία βαθμονόμησης
6. Αρχείο ελέγχων νερού
7. Αρχείο προσωπικού(βιβλιάρια υγείας, κανόνες υγιεινής προσωπικού, βεβαιώσεις εκπαίδευσης)

➤ Αρχεία HACCP

1. Μελέτη HACCP
2. Αρχείο προμηθευτών, το οποίο περιέχει κατάλογο ειδών ανά προμηθευτή
3. Αρχείο παρακολούθησης των Κρίσιμων Σημείων Ελέγχου
4. Αρχεία διορθωτικών ενεργειών
5. Αρχείο ελέγχων α' και β' υλών, προϊόντων κατά την παραγωγική διαδικασία και τελικών προϊόντων
6. Σύστημα ικνηλασιμότητας από τις πρώτες ύλες έως και τον τελικό αποδέκτη των προϊόντων
7. Αρχείο επαλήθευσης του συστήματος HACCP
8. Φάκελος συναντήσεων της Ομάδας HACCP
9. Φάκελος με νομοθεσίες-βιβλιογραφία

Οι αλυσίδες καταστημάτων πρέπει να τηρούν τους παρακάτω φακέλους

- **Φάκελος 1ος:**
Περιέχει τους Κανόνες Υγιεινής όπως προκύπτουν από το σύστημα HACCP της αρχικής επιχείρησης.
- **Φάκελος 2ος:**
Περιέχει τα βιβλιάρια υγείας των εργαζομένων, τους κανόνες υγιεινής για το προσωπικό και τις βεβαιώσεις των εργαζομένων.
- **Φάκελος 3ος:**
Περιέχει το πρόγραμμα καθαρισμού και απολύμανσης.
- **Φάκελος 4ος:**
Περιέχει το πρόγραμμα καταπολέμησης τρωκτικών και εντόμων.
- **Φάκελος 5ος:**
Περιέχει ένα αποδεικτικό έγγραφο του τρόπου υδροληψίας της επιχείρησης.
- **Φάκελος 6ος:**
Περιέχει την καταγραφή της θερμοκρασίας των ψυγείων, καταψυκτών και θερμοκρασίας ψησίματος για κοτόπουλο ή μπιφτέκι.
- **Φάκελος 7ος:**
Κατάλογος προμηθευτών (ο οποίος περιέχει κατάλογο ειδών ανά προμηθευτή).

Προσοχή:

Οι αλυσίδες επιχειρήσεων τροφίμων θα πρέπει να παρακολουθούν τους χρόνους παραμονής των ανοικτών συσκευασιών (σήμανση ανοικτών συσκευασιών) και έχουν αναρτημένη την πλαστικοποιημένη αφίσα του ΕΦΕΤ.





ΝΕΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ «ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ»

Το πρόγραμμα Εκπαιδευτική Στήριξη του Δικτυωθείτε είναι μια πρωτοβουλία του Υπουργείου Ανάπτυξης, υλοποιείται από την ΕΔΕΤ Α.Ε. (Εθνικό Δίκτυο Έρευνας και Τεχνολογίας) και χρηματοδοτείται από το ΕΠΑΝ. Η Εκπαιδευτική Στήριξη του «ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ» έχει σκοπό να εξοικειώσει τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις απ' όλη την Ελλάδα στις τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών, παρέχοντας στους επιχειρηματίες που συμμετέχουν στο πρόγραμμα, δωρεάν υποστήριξη και καθοδήγηση στη χρήση του Διαδικτύου και των εφαρμογών του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Τη Δευτέρα 8 Νοεμβρίου πραγματοποιήθηκε πανηγυρική ημερίδα του Δικτυωθείτε, όπου τιμήθηκαν οι πρωτοπόροι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες του ηλεκτρονικού εμπορίου στην Ελλάδα. Δηλαδή εκείνοι που πρώτοι συμμετείχαν στην αξιοποίηση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας (ΤΠΕ) στη δραστηριότητά τους, μέσω του έργου «Εκπαιδευτική Στήριξη του Δικτυωθείτε».

Παράλληλα ανακοινώθηκε μεταξύ άλλων και η συνέχεια του προγράμματος, το Δικτυωθείτε II, στο οποίο μπορούν να υποβάλλουν αιτήσεις οι ενδιαφερόμενοι από τα τέλη Νοεμβρίου, προκειμένου να ικανοποιηθούν ακόμα περισσότερες μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Η πρώτη φάση του έργου «Εκπαιδευτική Στήριξη του Δικτυωθείτε», υποστήριξε 16.500 ΜΜΕ από όλη την Ελλάδα στην πορεία εξοικείωσης τους με τις δυνατότητες του ηλεκτρονικού εμπορίου και των υπηρεσιών του Διαδικτύου.

Η σοβαρότητα του έργου απαιτεί ανασχεδιασμό του προγράμματος έτσι ώστε να γίνει ακόμα πιο λειτουργικό και να καλύπτει νέες ανάγκες και απαιτήσεις που προκύπτουν. Στόχος του Δικτυωθείτε II, που θα παραταθεί μέχρι το 2006 είναι ο αριθμός των ΜΜΕ που θα συμμετέχουν στο πρόγραμμα να ανέλθει στις 25.000. Στο πρόγραμμα θα μπορούν να κάνουν αίτηση επιχειρήσεις από Δευτερογενή και Τριτογενή Τομέα, με περιορισμό τον κανόνα *de minimis*¹. Σύμφωνα με το νέο προγραμματισμό, η χρηματοδότηση ανά «καλάθι» ανέρχεται σε 1.250 € έναντι 704 € που ήταν κατά την προηγούμενη φάση.

Σχετικά με το Δικτυωθείτε II σημειώνονται τα εξής:

- Ο κανονισμός του νέου Δικτυωθείτε έχει πάρει την άγουσα για υπογραφή εντός των ημερών (ΥΠΑΝ / ΕΟΜΜΕΧ).
- Ο νέος κύκλος του ΕΟΜΜΕΧ (Β' Φάση) θα διαρκέσει μέχρι το τέλος 2006. Έχει υποβληθεί ΤΔΕ στο Ε.Π.ΚτΠ.
- Οι ΜΜΕ που συμμετείχαν στο «Δικτυωθείτε» της Α' φάσης, θα μπορούν να υποβάλλουν εκ νέου αίτηση για την Β' φάση εφόσον έχουν συμπληρωθεί 2 χρόνια από την εκταμίευση της πρώτης επιχορήγησης.
- Οι προδιαγραφές θα είναι πιο ευέλικτες ανά καλάθι.
- Εντοπίστηκε ανάγκη καταγραφής των προβλημάτων που αντιμετώπισαν οι ανάδοχοι ενώσεις κατά την υλοποίηση της Εκπαιδευτικής Στήριξης του Δικτυωθείτε της 1ης Φάσης.

1. Η επιχορήγηση, μέσω του προγράμματος, εμπίπτει στο καθεστώς ενισχύσεων *de minimis* (ήσσονος σημασίας), σύμφωνα με το οποίο το ύψος των ενισχύσεων που μπορεί να λάβει μια ΜΜΕ δεν πρέπει να υπερβαίνει τα 100.000 €, αθροιστικά για μια τριετία.

ΑΝΟΙΚΤΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ



Σ' αυτό το άρθρο περιγράφονται συνοπτικά τα ανοικτά κατά την παρούσα περίοδο προγράμματα χρηματοδότησης που αφορούν τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις. Αρκετά άλλα προκηρύσσονται σε περιοδική ή έκτακτη βάση. Για την έγκαιρη και έγκυρη ενημέρωσή σας για τα εκάστοτε ισχύοντα προγράμματα, σας προτείνουμε να ενημερώνεστε από τους φορείς εφαρμογής τους (Υπουργείο Ανάπτυξης, Περιφέρειες Κρήτης κλπ), τον τύπο, και φορείς υποστήριξης της επιχειρηματικότητας όπως το γραφείο Ρεθύμνου του ΚΕΤΑ Κρήτης.

του Θ. Τσαούλη, Επιχειρηματικού Συμβούλου του ΚΕΤΑ στο Ρέθυμνο Κρήτης

Ποιοτικός εκσυγχρονισμός μικρών καταλυμάτων, που δεν εντάσσονται στον Αναπτυξιακό Νόμο (Μέτρο 2.2., Πράξη 2)

➤ Στόχος του προγράμματος

Το πρόγραμμα έχει σαν στόχο τον ποιοτικό εκσυγχρονισμό των καταλυμάτων που δεν εντάσσονται στον αναπτυξιακό νόμο 2601/98.

➤ Ποιούς αφορά;

Το πρόγραμμα αφορά ξενοδοχεία κατηγορίας Δ', Ε', Camping Δ', Ενοικιαζόμενα Επιπλωμένα Δωμάτια και Διαμερίσματα, Τουριστικές Επιπλωμένες Κατοικίες και Επαύλεις. Επίσης ξενοδοχεία Γ' κατηγορίας και άνω (εφόσον δεν έχουν πάρει για 7 χρόνια επιχορήγηση από τον αναπτυξιακό νόμο) και έχουν μέγιστο αριθμό κλινών τις 30 και για κάμπινγκ τις 100 θέσεις.

Για μεμονωμένες επιχειρήσεις ισχύουν οι ακόλουθες προϋποθέσεις:

-έως 50 άτομα προσωπικό ή 880.411 τζίρο και μη συμμετοχή στο εταιρικό κεφάλαιο σε ποσοστό πλέον του 25% από μη επιλέξιμες επιχειρήσεις

-λειτουργούν τουλάχιστον 3 έτη

-έχουν άδεια λειτουργίας από τον ΕΟΤ (σήμα ΕΟΤ)

Στο πρόγραμμα μπορούν να μπου και επιχειρήσεις στις οποίες ο επιχειρηματίας είναι αυτοαπασχολούμενος ή απασχολεί συγγενείς α' ή β' βαθμού.



➤ Τι δαπάνες χρηματοδοτούνται;

Το πρόγραμμα αφορά στην αναβάθμιση των εγκαταστάσεων και υπηρεσιών που προσφέρουν τα μικρά καταλύματα. Αναλυτικά, χρηματοδοτούνται προτάσεις που περιλαμβάνουν δαπάνες για 3 τουλάχιστον από τα παρακάτω:

1. Βελτίωση / Αναβάθμιση κτιριακών εγκαταστάσεων.
2. Εκσυγχρονισμός κινητού εξοπλισμού εσωτερικών χώρων.
3. Έργα διαμόρφωσης και εξοπλισμού περιβάλλοντος χώρου.
4. Επενδύσεις σε ηλεκτρονικό, μηχανογραφικό εξοπλισμό και λογισμικό.
5. Έργα εξοικονόμησης ενέργειας και εξοικονόμησης ύδατος.
6. Έργα προστασίας του περιβάλλοντος και της υγείας πελατών και προσωπικού.

Επισημαίνεται ότι για το συγκεκριμένο πρόγραμμα ισχύει ο κανόνας de minimis. Επομένως ο επιχειρηματίας που διαθέτει περισσότερα από ένα ειδικά σήματα και θα υποβάλει χωριστές αιτήσεις συμμετοχής για κάθε σήμα, δεν επιτρέπεται να εισπράξει αθροιστικά σε περίοδο 3 ετών ενισχύσεις που θα υπερβαίνουν τα 100.000 Ευρώ.

➤ Χρηματοδοτούμενος προϋπολογισμός

Το πρόγραμμα χρηματοδοτεί με 40% έναν προϋπολογισμό που μπορεί να ανέλθει σε € 2.347,76 ανά κλίνη, με ανώτατο όριο τα 73.367,57 €. Το υπόλοιπο ποσοστό του 60% αφορά την ίδια συμμετοχή της επιχείρησης (ίδια κεφάλαια η/και τραπεζικό δάνειο).

➤ Υποβολή των προτάσεων

Η διάρκεια εφαρμογής της Δράσης 2 ορίζεται μέχρι την 30/06/2006. Δεν υπάρχει άλλη ενδιάμεση καταληκτική ημερομηνία.

Οι προτάσεις για αυτό το πρόγραμμα, όπως και για το πρόγραμμα 2.2.3 υποβάλλονται στον Ενδιάμεσο Φορέα Διαχείρισης του ΕΠΑΝ για την Περιφέρεια Κρήτης: Αναπτυξιακή Κρήτης Χορτάσων 4 και Κυδωνίας, 71202 Ηράκλειο τηλ. 2810302400.

Οι προτάσεις συλλέγονται και προχωρούν σε αξιολόγηση 2 φορές τον χρόνο.

Διευκρινίζεται ότι δεν θεωρούνται επιλέξιμες οι δαπάνες που αφορούν το ΦΠΑ των δαπανών της επένδυσης, όσες δαπάνες έγιναν πριν την υποβολή της πρότασης καθώς και οποιαδήποτε δαπάνη αφορά στην δημιουργία νέων κλινών ή νέων θέσεων.

Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ όλων των κλάδων του Τουριστικού Τομέα (Μέτρο 2.2, Πράξη 3)

➤ Ποιούς αφορά;

Το πρόγραμμα αφορά: Ξενοδοχεία, Camping, Ενοικιαζόμενα Επιπλωμένα Δωμάτια και Διαμερίσματα, Τουριστικά Γραφεία και Τουριστικές Επιχειρήσεις Οδικών Μεταφορών, Επιχειρήσεις εκμίσθωσης Ι.Χ., ναυλομεσιτικά γραφεία, επιχειρήσεις πλοιοκτήτες άνω των 5 σκαφών, εκμετάλλευσης τουριστικής υποδομής (golf, SPA, Μαρίνες), Τουριστικές Επιπλωμένες Κατοικίες και Επαύλεις.

Ειδικότερα η επιχείρηση:

Δεν θα πρέπει να απασχολεί πάνω από 150 άτομα προσωπικό ή να έχει πάνω από 4.400.000 € τζίρο, πρέπει να έχει μέσο ετήσιο κύκλο εργασιών τα 3 τελευταία χρόνια ίσο ή μεγαλύτερο των 44.000 €, να λειτουργεί τουλάχιστον 3 έτη και να έχει άδεια λειτουργίας (σήμα) από τον ΕΟΤ.

➤ Τι δαπάνες χρηματοδοτούνται;

Έρευνα αγοράς, εκπόνηση μελετών μάρκετινγκ, αναδιοργάνωση και αυτοματοποίηση, ηλεκτρονική δικτύωση, προβολή και διαφήμιση, δημιουργία κοινών τουριστικών πακέτων, συνδυασμένες ενέργειες ένταξης σε πακέτα εναλλακτικών μορφών τουρισμού (σχεδιασμός και διοργάνωση). Επίσης: Απόκτηση και εφαρμογή τεχνογνωσίας όσον αφορά στην ανάπτυξη και διαχείριση ειδικών μορφών τουρισμού (αγορά τεχνογνωσίας, εκπαίδευση προσωπικού κ.λπ.) και συνενώσεις – συγχωνεύσεις επιχειρήσεων (ενέργειες υλοποίησης διαδικασιών συνένωσης-συγχώνευσης).

➤ Χρηματοδοτούμενος προϋπολογισμός

Επιχορήγηση: 40%, Ίδια συμμετοχή: 60%. Μέγιστος προϋπολογισμός 58.700 για κάθε επιχείρηση

➤ Υποβολή των προτάσεων

Μέχρι 30-06-2006

Εκπαιδευτική Στήριξη Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Δράση 8.2.5.)

➤ Στόχος του προγράμματος

Η εξοικείωση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ) με τις νέες τεχνολογίες της πληροφορικής και των επικοινωνιών, όπως αυτές εφαρμόζονται και αξιοποιούνται από το σύγχρονο επιχειρηματία, και η υποστήριξη τους για να εναρμονιστούν με τις σύγχρονες τάσεις της αγοράς, οι οποίες ολοένα και περισσότερο κατευθύνονται προς τις πρακτικές του ηλεκτρονικού επιχειρείν.

➤ Ποιούς αφορά;

Δικαίωμα συμμετοχής στο πρόγραμμα έχουν όλες οι ΜΜΕ που είτε α. εντάχθηκαν στο πρόγραμμα «Δικτυωθείτε» είτε β. διαθέτουν ήδη ηλεκτρονικό υπολογιστή και σύνδεση στο Διαδίκτυο, ανεξάρτητα από τη συμμετοχή τους ή μη στο «Δικτυωθείτε».

➤ Περισσότερες πληροφορίες:

Γραφείο Περιφερειακής Εκπαιδευτικής Στήριξης
για την Κρήτη:
Τηλ.: 2810 – 302430.
Email: helpdesk@crete.goonline.gr

ΗΡΩΝ (δράση 8.3.2): Πρόγραμμα για την απασχόληση ερευνητικού προσωπικού στις επιχειρήσεις.

➤ Στόχος του προγράμματος

Κάλυψη μέρους του μισθολογικού κόστους που προκαλεί η απασχόληση νέων ερευνητών και τεχνικών σε ερευνητικά έργα σε επιχειρήσεις για ελάχιστο διάστημα 18 μηνών και μέγιστο διάστημα 36 μηνών. ποιος απευθύνεται

➤ Ποιούς αφορά;

Στο πρόγραμμα μπορούν να υποβληθούν προτάσεις για ερευνητικές δραστηριότητες (Βιομηχανικής έρευνας και ανάπτυξης), από επιχειρήσεις όλων των κλάδων της οικονομίας του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα. Ο μέγιστος αριθμός ερευνητών που επιχορηγείται ανά επιχείρηση είναι τρεις και ο μέγιστος αριθμός τεχνικού και υποστηρικτικού προσωπικού είναι δύο. Οι προτάσεις μπορούν να υποβάλλονται καθημερινά από 1η Φεβρουαρίου έως 30η Ιουνίου και από 1η Σεπτεμβρίου έως 30η Νοεμβρίου κάθε έτους και αξιολογούνται συνεχώς και μέχρι εξαντήσεως των διαθέσιμων κονδυλίων. Οι προτάσεις υποβάλλονται στην Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας του Υπουργείου Ανάπτυξης, Μεσογείων 14-18, 115 27 Αθήνα, Τηλ. 210 7458000.

➤ Πρόγραμμα Δικτυωθείτε

Σχεδιάζονται αλλαγές στη δομή του Προγράμματος που θα ενσωματωθούν στο νέο κύκλο του Προγράμματος που αναμένεται να προκηρυχθεί προσεχώς. Ο νέος κύκλος του «ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ» θα διαρκέσει μέχρι το τέλος του 2006.





Σχέδιο Δράσης

«ΕΡΓΑΝΗ»



Αναλυτικά η ομάδα συνεργαζομένων φορέων Ν. Ρεθύμνου απαρτίζεται από τους:

Α. Ταυτότητα Σχεδίου ΕΡΓΑΝΗ

Στο πλαίσιο του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος Κρήτης, Μέτρο 6.3 «Τοπικές Πρωτοβουλίες Απασχόλησης», που εντάσσεται στο Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης 2000- 2006 και χρηματοδοτείται κατά 75% από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ) και κατά 25% από το Ελληνικό Δημόσιο, θα υλοποιηθεί στο Νομό Ρεθύμνης το Σχέδιο Ολοκληρωμένης Παρέμβασης «ΕΡΓΑΝΗ», κατά το χρονικό διάστημα 2004 – 2006.

Το Σχέδιο Ολοκληρωμένης Παρέμβασης «ΕΡΓΑΝΗ» υλοποιείται από την Ομάδα Συνεργαζόμενων Φορέων (Ο.Σ.Φ.) Ν. Ρεθύμνου, που απαρτίζεται από τριάντα τοπικούς φορείς με Συντονιστή Φορέα τη Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ρεθύμνου.

Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ρεθύμνης, Τοπική Ένωση Δήμων και Κοινοτήτων, Δήμο Ρεθύμνου, Δήμο Κουρητών, Δήμο Γεροποτάμου, Δήμος Ανωγείων, Δήμο Συβρίτου, Δήμο Αρκαδίου, Δήμο Κουλούκωνα, Δήμο Λάμπης, Δήμο Νικ. Φωκά, Επιμελητήριο Ρεθύμνου, Ε.Α.Σ. Ρεθύμνου, Εργατοϋπ/κο Κέντρο Ρεθύμνου, Εταιρεία Πρόληψης κατά των Ναρκωτικών, Ο.Α.ΔΥ.Κ., Ο.Ε.Ε / Π.Δ. Κρήτης, Παιδικό Πολιτιστικό Κέντρο, Πανεπιστήμιο Κρήτης, Σύλλογο Κωφών, Σύλλογο Ξενοδόχων, Σωματείο ΑμεΑ, Α.Δ.Ε. «Ο Γεροπόταμος», Πολιτιστικό Σύλλογο Ρεθύμνου, Κέντρο Κρητικής Λαϊκής Τέχνης και Πολιτιστικός Οργανισμός Ρεθύμνου.

B. Γενικοί στόχοι και σκοποί

Σκοπός των ολοκληρωμένων παρεμβάσεων είναι η τοπική ανάπτυξη μέσω της βελτίωσης και αύξησης της απασχόλησης, σε περιοχές ή τομείς που παρουσιάζουν ιδιαίτερα κοινωνικά και οικονομικά προβλήματα, καθώς και για ειδικές πληθυσμιακές ομάδες, σε τοπική κλίμακα, που αντιμετωπίζουν προβλήματα κοινωνικού αποκλεισμού.

Ο σκοπός αυτός επιτυγχάνεται μέσω της δημιουργίας συνθηκών που θα επιτρέψουν την αύξηση της απασχολησιμότητας, την κοινωνική ένταξη, την προώθηση ίσων ευκαιριών για όλους και την ενσωμάτωση ειδικών πληθυσμιακών ομάδων στην αγορά εργασίας.

Οι ωφελούμενοι του Σχεδίου Δράσης «ΕΡΓΑΝΗ» μπορεί να είναι:

- ➔ Άνεργοι και κάτοικοι σε οικονομικά και κοινωνικά υποβαθμισμένες περιοχές
- ➔ Άνεργοι ειδικών πληθυσμιακών ομάδων : άτομα με αναπηρίες, παλιννοστούντες, μετανάστες, ανήλικοι παραβάτες, ειδικές κατηγορίες γυναικών που απειλούνται με κοινωνικό αποκλεισμό, μακροχρόνια άνεργοι άνω των 45 ετών, άνεργοι άνω των 55 ετών και λοιπές κατηγορίες ατόμων που απειλούνται με αποκλεισμό από την αγορά εργασίας.
- ➔ Άτομα σε μειονεκτική θέση

Ιεράρχηση αναγκών και προτεραιοτήτων του Σχεδίου

Κύρια προτεραιότητα του προγράμματος αποτελεί η δημιουργία συνθηκών μέσω εξειδικευμένων παρεμβάσεων που θα επιτρέψουν την αύξηση της απασχολησιμότητας, την προώθηση στην απασχόληση, την κοινωνική ένταξη και την προώθηση ίσων ευκαιριών για όλους.



Επιμέρους στόχοι είναι:

- Πρόσβαση σε πληροφόρηση για ευκαιρίες στην αγορά εργασίας.
- Δημιουργία «δεσμών» μεταξύ ατόμων ή ομάδων.
- Η καταπολέμηση των αντικειμενικών και υποκειμενικών συνθηκών, αιτιών και μηχανισμών που οδηγούν στον αποκλεισμό από την αγορά εργασίας.
- Η ανάπτυξη δεξιοτήτων, ικανοτήτων και επαγγελματικών προσόντων των ατόμων που ανήκουν στις ομάδες στόχου και η διευκόλυνση της πρόσβασής τους στην αγορά εργασίας.
- Η κοινωνική και ψυχολογική στήριξη και ενίσχυση των ευπαθών κοινωνικά ομάδων και ατόμων που ανήκουν σε αυτές, προκειμένου να υπερβούν κάθε είδους υποκειμενικές αναστολές και κάθε μορφής αντικειμενικούς φραγμούς που εμποδίζουν την πρόσβασή τους στην αγορά εργασίας.
- Η καταπολέμηση των διακρίσεων, των αρνητικών κοινωνικών στερεοτύπων και του κοινωνικού στιγματισμού.
- Η προώθηση της ισότητας των ευκαιριών, της κοινωνικής αλληλεγγύης και της κοινωνικής συνοχής.
- Η δημιουργία και ανάπτυξη νέων θέσεων απασχόλησης.
- Η μεταφορά εμπειριών και τεχνογνωσίας μεταξύ φορέων σε εθνικό ή διακρατικό επίπεδο.
- Η αύξηση της παραγωγικής ικανότητας, η ενεργοποίηση των μέχρι σήμερα οικονομικά αδρανών πληθυσμιακών ομάδων και η αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού.
- Η βελτίωση των υπαρχουσών δομών στήριξης των ευπαθών κοινωνικά ομάδων και η ανάπτυξη νέων.
- Η ανάπτυξη των απομακρυσμένων από τα αστικά κέντρα περιοχών και το σταμάτημα της πληθυσμιακής διαρροής προς αυτά.





Συνοπτική περιγραφή δράσεων

ΕΡΓΟ	ΤΕΛΙΚΟΣ ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΣ	ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΙ	ΑΝΑΘΕΣΗ Ή ΜΕ ΙΔΙΑ ΜΕΣΑ
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ: ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ			
ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ	N.A. ΡΕΘΥΜΝΟΥ	165	ΙΔΙΑ ΜΕΣΑ
ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ		45	ΙΔΙΑ ΜΕΣΑ
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ: ΔΙΚΤΥΩΣΗ			
ΔΙΚΤΥΩΣΗ	N.A. ΡΕΘΥΜΝΟΥ		ΙΔΙΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΚΤΥΩΣΗ	ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΡΕΘΥΜΝΗΣ		ΙΔΙΑ ΜΕΣΑ
ΔΙΚΤΥΩΣΗ	ΟΕΕ/ Π.Τ.Δ. ΚΡΗΤΗΣ		ΙΔΙΑ ΜΕΣΑ
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ: ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ - ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ			
ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ	N.A. ΡΕΘΥΜΝΟΥ		ΙΔΙΑ ΜΕΣΑ
ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ	ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΡΕΘΥΜΝΗΣ		ΙΔΙΑ ΜΕΣΑ
ΕΥΑΙΣΘΗΤΟΠΟΙΗΣΗ	ΟΕΕ/ Π.Τ.Δ. ΚΡΗΤΗΣ		ΙΔΙΑ ΜΕΣΑ
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ: ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ			
ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ	ΔΗΜΟΣ ΡΕΘΥΜΝΟΥ	100	ΑΝΑΘΕΣΗ
ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ	ΔΗΜΟΣ ΓΕΡΟΠΟΤΑΜΟΥ	100	ΑΝΑΘΕΣΗ
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ: ΣΥΝΟΔΕΥΤΙΚΕΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ			
ΣΥΝΟΔΕΥΤΙΚΕΣ	N.A. ΡΕΘΥΜΝΟΥ	50	ΙΔΙΑ ΜΕΣΑ
ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ: ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ			
ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	Ο.Α.Ε.Δ. ΡΕΘΥΜΝΟΥ	188	ΙΔΙΑ ΜΕΣΑ

ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ:

Στις δράσεις Απασχόλησης εντάσσονται **188** ωφελούμενοι.

Επιδότηση της απασχόλησης:

Αφορά την επιχορήγηση επιχειρήσεων και οργανισμών για την πρόσληψη ανέργων σε θέσεις απασχόλησης πέραν των υφιστάμενων στην εν λόγω επιχείρηση — οργανισμό (88 ωφελούμενοι).

Επιδότηση της αυτοαπασχόλησης:

Σκοπός είναι η ενθάρρυνση, μέσω της επιδότησης, των ανέργων που αποφασίζουν να δημιουργήσουν την δική τους επιχείρηση (40 ωφελούμενοι).

Επιδότηση απόκτησης εργασιακής εμπειρίας (STAGE):

Σκοπός είναι η απόκτηση εργασιακής εμπειρίας και δεξιοτήτων που δίνουν περισσότερες ευκαιρίες για ένταξη στην αγορά εργασίας (36 ωφελούμενοι).

Νέες μορφές απασχόλησης:

η αγορά από τους ΟΤΑ ή τις δημοτικές επιχειρήσεις, υπηρεσιών από τον ιδιωτικό τομέα για την λειτουργία των έργων με την μέθοδο του outsourcing (24 ωφελούμενοι).

Όσοι ενδιαφέρονται
να ενταχθούν στο πρόγραμμα
ως ωφελούμενοι αλλά και οι
επιχειρήσεις που επιθυμούν
να ενταχθούν στο πρόγραμμα
επιδότησης για την απασχόληση
ανέργων μπορούν να επικοινωνή-
νουν με το Συντονιστή Φορέα
στα τηλέφωνα 2831025441

και 2831021613.



Edited with Infix PDF Editor
- free for non-commercial use.

To remove this notice, visit:
www.iceni.com/unlock.htm

Σχέδιο Δράσης

«ΙΣΟΚΡΑΤΙΑ»

"ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΕΙΣ ΥΠΕΡ ΤΩΝ ΓΥΝΑΙΚΩΝ" ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΟΥ ΜΕΤΡΟΥ 3, ΤΟΥ
ΑΞΟΝΑ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑΣ 5, ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ
"ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΚΑΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ"



Ταυτότητα Σχεδίου «ΙΣΟΚΡΑΤΙΑ»

Το σχέδιο δράσης για την εξασφάλιση ολοκληρωμένων παρεμβάσεων υπέρ των γυναικών εντάσσεται στο πλαίσιο του Μέτρου 5.3, του άξονα προτεραιότητας 5 "Βελτίωση της πρόσβασης και της συμμετοχής των γυναικών στην αγορά εργασίας" του Επιχειρησιακού προγράμματος "Απασχόληση και επαγγελματική κατάρτιση" που συγχρηματοδοτείται σε ποσοστό 75% από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο στο πλαίσιο του Γ' ΚΠΣ. (2003-2006).

Τα Σχέδια Δράσης είναι σύμπραξη φορέων της Περιφέρειας Κρήτης, οι οποίοι δεσμεύονται για την υλοποίηση μιας ολοκληρωμένης παρέμβασης στην περιοχή ευθύνης τους, με τελικό στόχο την ένταξη των γυναικών στην αγορά εργασίας, είτε σε βιώσιμες θέσεις εργασίας, είτε με την ανάπτυξη ατομικών ή και ομαδικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων από τις ίδιες τις γυναίκες.



**Οι φορείς που συμμετέχουν
στο Σχέδιο Δράσης είναι:**

ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ ΦΟΡΕΙΣ

- ➔ Αναπτυξιακή Ηρακλείου Α.Ε. (Συντονιστής)
- ➔ Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Ηρακλείου (Επιτροπή Ισότητας – Ν.Ε.Λ.Ε. Ηρακλείου)
- ➔ Σύνδεσμος Γυναικών Επιχειρηματιών Κρήτης
- ➔ Σύνδεσμος Τοπικών Ενώσεων Δήμων Κοινοτήτων Κρήτης
- ➔ Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Χανίων (Επιτροπή Ισότητας)
- ➔ Οργανισμός Ανάπτυξης Δυτικής Κρήτης Α.Ε
- ➔ Αναπτυξιακό Κέντρο Ορεινού Μυλοποτάμου Μαλεβυζίου ΑΕ
- ➔ Νομαρχιακή Επιτροπή Λαϊκής Επιμόρφωσης Ρεθύμνου
- ➔ Οργανισμός Ανάπτυξης Σητείας ΑΕ
- ➔ Αναπτυξιακή Λασιθίου ΑΕ
- ➔ Περιφερειακή Επιτροπή Ισότητας Κρήτης





Γενικοί στόχοι και σκοποί

Το έργο αφορά την υλοποίηση Σχεδίων Δράσης για την εξασφάλιση ολοκληρωμένων παρεμβάσεων υπέρ του γυναικείου πληθυσμού αποσκοπώντας στην βελτίωση της πρόσβασης, της κοινωνικής στήριξης και της συμμετοχής των γυναικών στην αγορά εργασίας σε επίπεδο Περιφέρειας μέσα από την παροχή υπηρεσιών εξειδικευμένης πληροφόρησης, συμβουλευτικής και κοινωνικής στήριξης.

Επιμέρους στόχοι:

- ενδυνάμωση του ρόλου των γυναικών και ενθάρρυσή τους για την ανάληψη πρωτοβουλιών ατομικά ή και συλλογικά
- συμβουλευτική καθοδήγηση για την αντιμετώπιση προσωπικών και διοικητικών και νομικών θεμάτων
- ανάπτυξη δεξιοτήτων που καθιστούν τις ωφελούμενες ικανές για ην ένταξη στις ενεργητικές πολιτικές απασχόληση
- η προώθησή τους σε θέσεις απασχόλησης σε μία ή περισσότερες παρεμβάσεις που προβλέπονται στο πλαίσιο των ενεργητικών πολιτικών απασχόλησης.
- ένταξη γυναικών σε βιώσιμες θέσεις απασχόλησης
- ανάπτυξη συνεργασίας με όλους τους τοπικούς φορείς που δραστηριοποιούνται σε θέματα απασχόλησης και επιχειρηματικότητας γυναικών
- πληροφόρηση, υποκίνηση και στήριξη των τοπικών κοινωνιών και των γυναικών στην κατεύθυνση της ανάληψης αναπτυξιακών δραστηριοτήτων
- ευαισθητοποίηση της κοινής γνώμης και κινητοποίηση των τοπικών φορέων για την άμβλυνση της περιθωριοποίησης των γυναικών σε σχέση με την αγορά εργασίας και την κοινωνική ένταξη.

Οι ωφελούμενες του Σχεδίου Δράσης «ΙΣΟΚΡΑΤΙΑ» μπορεί να είναι:

- Άνεργες κάτοικοι ορεινών και απομακρυσμένων περιοχών
- Άνεργες πτυχιούχοι σχολών οικονομικών, κοινωνικών και ανθρωπιστικών σχολών
- Άνεργες αρχηγοί μονογονεϊκών οικογενειών
- Εργαζόμενες που απειλούνται με αποκλεισμό από την αγορά εργασίας
- Εργαζόμενες μέλη γυναικείων αγροτικών συνεταιρισμών
- Άνεργες υποβαθμισμένων αστικών κέντρων
- Άνεργες μετανάστριες

Συνοπτική περιγραφή δράσεων

Η Ν.Ε.Λ.Ε. Ρεθύμνου έχει αναλάβει τη δράση της συμβουλευτικής στο Νομό Ρεθύμνου, μέρος των δράσεων της συμβουλευτικής στο Νομό Χανίων καθώς και δράσεις Δημοσιότητας – Ευαισθητοποίησης (ημερίδα, ανακοινώσεις – δημοσιεύσεις, έκδοση ενημερωτικού φυλλαδίου).

Οι συνεδρίες της συμβουλευτικής διαρκούν μέχρι το τέλος της όλης παρέμβασης, ώστε οι ωφελούμενοι να υποστηρίζονται καθ' όλη τη διάρκεια της συμμετοχής τους στις επί μέρους δράσεις.

Όσες ενδιαφέρονται να ενταχθούν στο πρόγραμμα ως ωφελούμενες αλλά και όσες επιχειρήσεις επιθυμούν να ενταχθούν στο πρόγραμμα επιδότησης για την απασχόληση ανέργων γυναικών μπορούν να επικοινωνούν με τη Ν.Ε.Λ.Ε. Ρεθύμνου στα τηλέφωνα **2831025441** και **2831021613**.

Σχέδιο Δράσης SYNERGY



Το πρόγραμμα SYNERGY, η υλοποίηση του οποίου ολοκληρώνεται στις 31/12/2004, ξεκίνησε πριν από δύο χρόνια, με αφορμή την διαπίστωση ότι καθένας από τους τοπικούς φορείς, που δραστηριοποιούνται στη χώρα και την πόλη μας ειδικότερα σε θέματα δια βίου κατάρτισης, πολιτισμού, μεταναστών και επαγγελματικής ανάπτυξης, αγνοεί σε μεγάλο βαθμό τις δράσεις του άλλου, γεγονός που καθιστά δύσκολη την ενημέρωση των πολιτών που ενδιαφέρονται για τα θέματα αυτά και δημιουργεί μια σύγχυση σχετικά με το πού πρέπει να απευθύνονται, για να πάρουν τις πληροφορίες που χρειάζονται.



Το γεγονός αυτό ενέπνευσε στα στελέχη του ΚΕΚΑΝΑΡ- ΝΕΛΕ, του ΚΕΑ και της ΡΔΜ ΗΕΛΛΑΣ την ιδέα της ανάπτυξης ενός τοπικού δικτύου, το οποίο να δραστηριοποιεί όλους τους τοπικούς φορείς που σχετίζονται με τα θέματα αυτά, ώστε να υπάρξει η δυνατότητα από ένα και μόνο σημείο- σταθμό να δίνονται πληροφορίες για τις δράσεις όλων των τοπικών φορέων. Έτσι σχεδιάστηκε το πρόγραμμα SYNERGY, που πρότείνει ακριβώς την ανάπτυξη ενός οργανωτικού μοντέλου αυτού του δικτύου και τη δημιουργία, σε πρώτη φάση, ενός πιλοτικού σημείου πληροφόρησης, ενός Synergy Info Point (SIP), όπως ονομάστηκε, που υπεβλήθη στο Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και εγκρίθηκε.



Συνεργαζόμενοι φορείς για την υλοποίηση του προγράμματος, εθνικοί και διακρατικοί, είναι:

- ΚΕΚΑΝΑΡ- ΝΕΛΕ ΡΕΘΥΜΝΟΥ ως Συντονιστής Φορέας
- ΚΕΑ
- ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ
- ΡDΜ HELLAS
- ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΧΑΝΙΩΝ
- WSHΕ (ΠΟΛΛΩΝΙΑ)
- EUROPA FORMAZIONE (ΙΤΑΛΙΑ)
- IMPULSE (ΓΕΡΜΑΝΙΑ)
- VEB CONSULT S.r.l (ΙΤΑΛΙΑ)
- CO.RI.S.S. (ΙΤΑΛΙΑ)

Μετά από μακρόχρονη δουλειά, που συνίστατο στην καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης στη χώρα μας, την έρευνα σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες για δίκτυα αυτού του τύπου και τη λειτουργία τους, καθώς και στον καθορισμό, με βάση τις ανάγκες της τοπικής κοινωνίας, των θεματικών πεδίων, για τα οποία θα παρέχει πληροφόρηση το δίκτυο, το οργανωτικό μοντέλο έχει πια ολοκληρωθεί και το πρώτο, πιλοτικό SIP είναι γεγονός. Με τη συνεργασία του Πολυτεχνείου Χανίων δημιουργήθηκε η βάση δεδομένων, στην οποία θα καταχωρούνται όλα τα στοιχεία από τους συνεργαζόμενους τοπικούς φορείς του προτεινόμενου δικτύου, ώστε να βρίσκονται στη διάθεση του πολίτη από τα Synergy Info Points κάθε φορά που τα χρειάζεται.

Οι τοπικοί φορείς που έχουν εκδηλώσει- μέχρι σήμερα- ενδιαφέρον να συμμετέχουν στο δίκτυο είναι:

- ΚΕΚΑΝΑΡ- ΝΕΛΕ ΡΕΘΥΜΝΟΥ (Συντονιστής Φορέας)
- ΡDΜ HELLAS
- ΚΕΝΤΡΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΡΕΘΥΜΝΟΥ (ΚΕΑ)
- ΕΒΕ ΡΕΘΥΜΝΟΥ
- Δ/ΝΣΗ ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑΣ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ
- ΚΕΝΤΡΟ ΝΕΩΝ ΔΗΜΟΥ ΡΕΘΥΜΝΟΥ
- ΓΡΑΦΕΙΟ ΔΙΑΣΥΝΔΕΣΗΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ
- 5η ΘΥΡΙΔΑ ΝΕΑΝΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ & ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΡΕΘΥΜΝΟΥ
- ΓΡΑΦΕΙΟ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΤΟΥ ΤΕΕ ΡΕΘΥΜΝΟΥ
- ΚΕΝΤΡΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΜΕΤΑΝΑΣΤΩΝ



Παράλληλα, προκειμένου να εξασφαλιστεί η ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών και η βιωσιμότητα του προτεινόμενου δικτύου, έχουν οριστεί κάποιες προδιαγραφές που θα πρέπει να πληρούν τα Synergy Info Points και έχει αναπτυχθεί ένα εργαλείο ελέγχου ποιότητας, που θα κρίνει την αποτελεσματικότητα του δικτύου. Στο προσεχές διάστημα προβλέπεται να ξεκινήσει και η εκπαίδευση του προσωπικού που θα απασχολείται στα SIPS.

Πρόσφατα πραγματοποιήθηκε στην πόλη μας, εν όψει της ολοκλήρωσης του προγράμματος, διακρατική συνάντηση, στην οποία συμμετείχαν εκπρόσωποι τόσο των εθνικών όσο και των διακρατικών εταιρών. Ως εκπρόσωπος της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης παραβρέθηκε στη Συνάντηση και ο Αντινομάρχης Ρεθύμνου, κύριος Αρχοντάκης Μανόλης, εκφράζοντας εμπράκτως την ενεργή δράση και αμέριστη συμπαράσταση που επιδεικνύει η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση σε κάθε καινοτόμο σχέδιο και πρωτοβουλία.

Στο πλαίσιο της συνάντησης, οι συμμετέχοντες είχαν, μεταξύ άλλων, την ευκαιρία να επισκεφτούν το πιλοτικό Synergy Info Point, το οποίο έχει ολοκληρωθεί και λειτουργεί στις εγκαταστάσεις του ΚΕΑ. Ευχή όλων είναι το SIP αυτό να αποτελέσει την αρχή μόνο ενός δικτύου που θα συμβάλλει στην πληρέστερη και πιο έγκαιρη πληροφόρηση των πολιτών μας και να αποτελέσει την αφορμή για την ανάπτυξη αναλόγων δικτύων και στην υπόλοιπη χώρα. Αξίζει άλλωστε να σημειωθεί, και αυτό αποτελεί και απόδειξη της επιτυχίας του προγράμματος, ότι ορισμένοι από τους Ευρωπαίους εταιρούς μας, μετά την επίσκεψη στο πιλοτικό SIP, εξέφρασαν ήδη την επιθυμία να πάρουν το μοντέλο που δημιουργήθηκε για να λειτουργήσει στην πόλη μας και να το εφαρμόσουν στις δικές τους χώρες, προσαρμόζοντάς το στα δικά τους δεδομένα.

Περισσότερες πληροφορίες για το δίκτυο είναι διαθέσιμες και στην ιστοσελίδα που σχεδιάστηκε για το πρόγραμμα: www.synergy-actions.org

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ



ΕΚΘΕΣΕΙΣ

ΕΚΔΗΛΩΣΗ

ΗΜ/ΝΙΕΣ

ΠΟΛΗ/ΧΩΡΟΣ

ABF - Exhibition for Cars, Boats, Gardening, Leisure, Tourism, Caravans & Camping

ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ - ΟΧΗΜΑΤΑ, ΣΚΑΦΗ ΑΝΑΨΥΧΗΣ, ΧΟΜΠΥ - ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ, ΚΗΠΟΥΡΙΚΗ - ΑΝΘΟΚΟΜΙΑ - ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΚΗΠΩΝ, ΚΑΤΑΣΚΗΝΩΣΗ - ΤΡΟΧΟΣΠΙΤΟ, ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ - ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΘΕΡΕΤΡΑ

29/01/2005-
06/02/2005

ΓΕΡΜΑΝΙΑ, HANNOVER
MESSEGELENDE HANNOVER

AGRA - International Agricultural Exhibition (UFI) ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

22/02/2005-
26/02/2005

ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ, PLOVDIV
PLOVDIV FAIR

AGRORAMA ΓΕΩΡΓΙΑ 2005

25/02/2005-
28/02/2005

ΕΛΛΑΔΑ, ΑΘΗΝΑ
ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΧΩΡΟΣ Ε.Κ.Ε.Π.

AHR EXPO - International Air-Conditioning, Heating, Refrigerating Exposition ΘΕΡΜΑΝΣΗ - ΚΛΙΜΑΤΙΣΜΟΣ - ΨΥΞΗ

07/02/2005-
09/02/2005

ΗΠΑ, ORLANDO
ORANGE COUNTY
CONVENTION CENTER

ANTICUARIOS - Antiques Exhibition ΑΝΤΙΚΕΣ - ΣΥΛΛΕΚΤΙΚΑ ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΑ

05/02/2005-
13/02/2005

ΙΣΠΑΝΙΑ, BARCELONA
FIRA DE BARCELONA

AQUA-THERM International Specialized Exhibition on Air Conditioning, Heating and Cooling

28/02/2005-
03/03/2005

ΡΩΣΣΙΑ, MOSCOW
Krasnaja Presnja

AQUA-THERM - International Trade Fair Heating, Air-Conditioning, Sanitary, Environment Protection Technology, Measurement and Regulation

08/02/2005-
11/02/2005

ΣΛΟΒΑΚΙΑ, Nitra
International
Exhibition Center
Agrokomplex

ASIA EXPO ΚΟΣΜΗΜΑ, ΔΕΡΜΑ - ΔΕΡΜΑΤΙΝΑ ΕΙΔΗ, ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΑ ΑΓΑΘΑ

03/02/2005-
05/02/2005

Η. ΒΑΣΙΛΕΙΟ,
LONDON
OLYMPIA EXH CTR

AULA International Educational Opportunities Exhibition

09/03/2005-
13/03/2005

ΙΣΠΑΝΙΑ, 28067 MADRID
IFEMA-PARQUE FERIAL
JUAN CARLOS I

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ

ΕΚΔΗΛΩΣΗ	ΗΜ/ΝΙΕΣ	ΠΟΛΗ/ΧΩΡΟΣ
AUTO-ZUM - International Trade Fair for Car Workshop and petrol station equipment International Trade Fair for Car Workshop and petrol station equipment, motor vehicle spare parts	12/01/2005- 15/01/2005	ΑΥΣΤΡΙΑ, SALZBURG SALZBURG EXHIBITION CENTER
AgriHort - International Agriculture and Horticulture Exhibition ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, ΓΕΩΡΓΙΑ - ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ	23/02/2005- 25/02/2005	ΟΥΚΡΑΝΙΑ, Kiev International Exhibition Center Kyiv
Ambiente - Internationale Frankfurter Messe ΟΙΚΙΑΚΕΣ ΣΥΣΚΕΥΕΣ & ΣΚΕΥΗ, ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ, ΚΟΣΜΗΜΑ, ΡΟΛΟΓΙΑ	11/02/2005- 15/02/2005	ΓΕΡΜΑΝΙΑ, Frankfurt Messegelände
BATINOV Building and Refurbishment Exhibition Expositions	02/03/2005- 05/03/2005	ΓΑΛΛΙΑ, Lyon EUREXPO - City des
BAU - International Trade Fair for Building Materials, Building Systems, Building Renovation ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ - ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΚΑΤΑΣΚΕΥΗΣ, ΕΡΓΑΛΕΙΑ & ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΑ ΚΑΤΑΣΚΕΥΩΝ, ΟΙΚΟΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ	17/01/2005- 22/01/2005	ΓΕΡΜΑΝΙΑ, Munich Neue Messe
BAUExpo - Building Exhibition ΟΙΚΟΔΟΜΗΣΗ - ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ	10/02/2005- 13/02/2005	ΓΕΡΜΑΝΙΑ, Gießen Hessenhallen
BEAUTY International Perfumery & Cosmetics Equipment Exhibition	03/03/2005- 06/03/2005	ΜΟΛΔΑΒΙΑ, KISHINEV Moldexpo
BEAUTY INTERNATIONAL International Trade Fair for Professional Cosmetics	04/03/2005- 06/03/2005	ΓΕΡΜΑΝΙΑ, Düsseldorf Messegelände
BEAUTY ZAGREB International Cosmetics Fair	11/02/2005- 13/02/2005	ΚΡΟΑΤΙΑ, ZAGREB ZAGREB FAIRGROUND

ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΕΙΤΕ

ΣΤΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ

ΕΠΙ+ΕΠΙ
ΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΧΕΙΡΣΕΣ

ΤΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΡΕΘΥΜΝΗΣ



ΘΑ ΔΙΑΒΑΣΟΥΝ ΤΟ ΜΗΝΥΜΑ ΣΑΣ 6.000 ΣΥΝΔΡΟΜΗΤΕΣ - ΜΕΛΗ ΤΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΡΕΘΥΜΝΗΣ.

ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΕΩΝ

(1) ΟΠΙΣΘΟΦΥΛΛΟ	1000 ΕΥΡΩ
(2) ΣΑΛΟΝΙ	900 ΕΥΡΩ
(3) Α' ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΣΕΛ.	650 ΕΥΡΩ
(4) ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ	600 ΕΥΡΩ
(5) ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΣΕΛΙΔΑ	500 ΕΥΡΩ
(6) ΜΙΣΗ (1/2) ΣΕΛΙΔΑ	300 ΕΥΡΩ

(*) ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΕΠΙΒΑΡΥΝΟΝΤΑΙ ΜΕ Φ.Π.Α. 18%

(**) ΓΙΑ 2-3 ΣΥΝΕΧΟΜΕΝΕΣ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΕΙΣ ΕΚΠΤΩΣΗ 10%

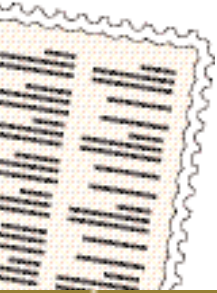
(***) ΓΙΑ 4 ΣΥΝΕΧΟΜΕΝΕΣ ΚΑΤΑΧΩΡΗΣΕΙΣ ΕΚΠΤΩΣΗ 20%



Edited with Infix PDF Editor
- free for non-commercial use.

To remove this notice, visit:
www.iceni.com/unlock.htm

Ρετρό Εικόνες



ΡΕΤΡΟ

Α Ι Σ Α Σ

Τὴν εἰς τὴν ἑστῆσαν ἑπιμελητηρικὴν περιόχουσαν ὑπαγορὰν ἐπιχειρημάτων μεταλλικῶν καὶ ὀρυκτῶν ἀφαιρέσεως ἐκ τῆς τεχνολογιακῆς εἰσεύκτης τοῦ ὕψους γαῖθου Ἰσρατιλιστιανῶν.

* Ἐπωνυμία	Διευθυντικὸς	* ἡμερομηνία παραγωγῆς	* ἀριθμὸς ἐργατῶν ἐπιτελεστικῶν	Κατατάξις εἰς τὸν κλάδον
3/ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ ΛΑΡΟΥΣΙΩΝ				
Π Γ ΓΑΤΑΚΗ Πέτρον		1880	5	50
2/ ΜΗΛΑΧΙΩΝ ΔΡΥΜΟΙΩΝ				
Σ ΔΗΜΗΤΡΑΚΗΣ Πέτρον		1880	5	12
2/ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ ΛΑΡΟΥΣΙΩΝ				
Π Γ ΓΑΤΑΚΗ Πέτρον		1880	5	50
4/ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑ ΛΑΡΟΥΣΙΩΝ				
Π Γ ΓΑΤΑΚΗ Πέτρον		20000	15	50
Σ ΔΗΜΗΤΡΑΚΗΣ Πέτρον		20000	5	12
Σ ΚΑΤΣΙΩΝ Πέτρον		2400	6	9
ΑΔ/ΣΟΙ ΚΩΝΙΝΑ-Πέτρον		12500	12	50
2/ ΑΣΙΜΙΩΝ ΚΩΝΙΝΑ-Πέτρον				
2/ ΑΣΙΜΙΩΝ ΚΩΝΙΝΑ-Πέτρον				
ΣΑΛΑΝΤΙΩΝ Πέτρον		5000	50	170
4/ ΜΕΤΑΛΛΕΙΑ ΚΩΝΙΝΑ-Πέτρον				
ΣΑΛΑΝΤΙΩΝ Πέτρον		5000	50	170
ΑΔ/ΣΟΙ ΚΩΝΙΝΑ-Πέτρον		700	4	12
ΑΓΙΑ ΣΟΦΙΑ Πέτρον		1100	15	20
7/ ΚΑΡΑΥΩΝ ΚΩΝΙΝΑ-Πέτρον				
ΚΑΡΑΥΩΝ ΚΩΝΙΝΑ-Πέτρον		500	10	125
2/ ΚΩΝΙΝΑ				
ΚΑΡΑΥΩΝ ΚΩΝΙΝΑ-Πέτρον		2500	5	125

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΤΩΝ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΩΝ ΤΟΥ ΡΕΘΥΜΝΟΥ ΤΟ ΕΤΟΣ 1937

Στον πίνακα που ακολουθεί υπάρχουν καταγεγραμμένες οι βιομηχανίες του Ρεθύμνου κατά το έτος 1937.

Πρόκειται για το έγγραφο με αριθ. πρωτ. 853/29-7-1937

του Επιμελητηρίου.

Στο έγγραφο αυτό φαίνονται οι επωνυμίες των επιχειρήσεων, η παραγωγή τους ανά οκτάωρο, ο αριθμός των εργατών τους και η ιπποδύναμή τους

* Ἐπωνυμία	Διευθυντικὸς	* ἡμερομηνία παραγωγῆς	* ἀριθμὸς ἐργατῶν	Κινητὸς δυνάμεις εἰς τὸν κλάδον
Σ ΜΗΤΣΙΩΝ Πέτρον		200	10	14
ΑΔ/ΣΟΙ ΚΩΝΙΝΑ-Πέτρον		50	5	5



70 ΧΡΟΝΙΑ



Με επιτυχία εστέφθησαν οι εκδηλώσεις για τα «70 χρόνια από την ίδρυση του Επιμελητηρίου Ρεθύμνης»



Χαμαράκης Γεώργιος



Γαγάνης Γεώργιος



Φραγάκης Γεώργιος



Ιερωνυμάκης Μιχαήλ

Με επιτυχία εστέφθησαν οι εκδηλώσεις για τα «70 χρόνια από την ίδρυση του Επιμελητηρίου Ρεθύμνης», το 3ήμερο 15,16 και 17 Οκτωβρίου 2004. Στις εκδηλώσεις παρευρέθησαν φορείς και αρχές της πόλης, καθώς και εκπρόσωποι Επιμελητηρίων - φορέων από όλη την Ελλάδα και πλήθος Ρεθυμνιωτών.

Η έναρξη των εκδηλώσεων έγινε την Παρασκευή 15 Οκτωβρίου στην αίθουσα συνεδρίων του Επιμελητηρίου Ρεθύμνης, όπου κυρίως παρουσιάστηκαν οι δράσεις του Επιμελητηρίου.

Το βράδυ της ίδιας μέρας, στο κοσμικό κέντρο Μέγαρο, έγιναν οι βραβεύσεις σπουδαιών Ρεθύμνιων επιχειρηματιών, που συνέβαλαν στην ανάπτυξη του τόπου. Αυτοί ήταν οι οικογένειες: Βαρδινογιάννη, Δασκαλαντωνάκη και Δομαζάκη.

Εκ μέρους της οικογένειας Βαρδινογιάννη το βραβείο παρέλαβε η ανιψιά της οικογένειας κα. Όλγα Κεφαλογιάννη, εκ μέρους της οικογένειας Δασκαλαντωνάκη το βραβείο παρέλαβε ο Διευθυντής της Grecotel κ. Γιώργος Καρατζιάς, και εκ μέρους της οικογένειας Δομαζάκη το βραβείο παρέλαβε ο κ. Τάκης Δομαζάκης.

Επίσης τιμήθηκαν οι πρώην πρόεδροι του Επιμελητηρίου Ρεθύμνης, Χαμαράκης Γεώργιος ο οποίος διετέλεσε πρόεδρος από το 1934 έως το 1947, Γαγάνης Γεώργιος από το 1947 έως το 1967, Φραγάκης Γεώργιος από το 1967 έως το 1987 και τέλος Ιερωνυμάκης Μιχαήλ από το 1987 έως το 1993. Μετά τη βράβευση ακολούθησε κρητική βραδιά.

Το Σάββατο 16 Οκτωβρίου διεξήχθη συνέδριο στο Ξενοδοχείο «CRETA PALACE». Η εκδήλωση ξεκίνησε με τους χαιρετισμούς του Μητροπολίτη Ρεθύμνης και Αυλοποτάμου κ.κ. Άνθιμου καθώς και του Νομάρχη κ. Γ. Παπαδάκη. Συνεχίστηκε με ομιλία του Προέδρου του Επιμελητηρίου κ. Εμμ. Μπιρλιράκη ο οποίος τόνισε μεταξύ άλλων: «Τα 70 χρόνια μπορούμε να τα μοιράσουμε σε δύο περιόδους. Μέχρι το 1992 δεν υπήρχε θεσμικό πλαίσιο για να εφαρμόζονται η υποχρεωτική εγγραφή των επιχειρηματιών και των επιχειρήσεων. Μετά το 1992 τα Επιμελητήρια απέκτησαν νομική και οικονομική αυτοτέλεια.

Στο Ρέθυμνο μέχρι το 1975 η περιοχή ήταν υπό ανάπτυξη, μετά το 1975, με την έλευση του τουρισμού και του Πανεπιστημίου, η ανάπτυξη προχώρησε πάρα πολύ.

Στη συμπλήρωση 70 χρόνων από το 1934, χρονιά που ιδρύθηκε το Επιμελητήριο Ρεθύμνου, η διοίκησή του αποφάσισε να γιορτάσει αυτήν την επέτειο με τη διοργάνωση τριήμερων εκδηλώσεων».



Παρουσίαση των δράσεων από τον πρόεδρο του Επιμελητηρίου κ. Εμμ. Μπιρλιράκη.



Βράβευση της οικογ. Δομαζάκη, παραλαμβάνει το βραβείο ο κ. Τάκης Δομαζάκης.



Βράβευση της οικογ. Βαρδινογιάννη, παραλαμβάνει το βραβείο η κα. Όλγα Κεφαλογιάννη.



Βράβευση της οικογ. Δασκαλαντωνάκης, παραλαμβάνει το βραβείο ο κ. Γιώργος Καράτζιας.





Στη συνέχεια το λόγο πήρε ο Υφυπουργός Τουρισμού κ. Αν. Λιάσκος ο οποίος μίλησε για «Νέα Τουριστική Στρατηγική» και μεταξύ άλλων τόνισε: «Για την Ελλάδα ο Τουρισμός αποτελεί το μεγαλύτερο συγκριτικό πλεονέκτημα. Η τουριστική πολιτική που χαράζουμε, αναδεικνύει μια νέα τουριστική ταυτότητα που κατοχυρώνει την μοναδικότητα των ελληνικών προορισμών και εξασφαλίζει την διεθνή αναγνωρισιμότητα του προϊόντος. Σήμερα γίνεται αποδεκτό ότι οι περιβαλλοντικοί και πολιτιστικοί πόροι του Ρεθύμνου μπορούν να αποτελέσουν τον κινητήριο μοχλό για την ανάπτυξή του, μέσα από τον κατάλληλο σχεδιασμό, που θα στηρίζεται στην προώθηση ευέλικτων και καινοτόμων ως προς την περιβαλλοντική διαχείριση μέτρων, στην επιλογή ενός μοντέλου βιώσιμης ανάπτυξης με βάση τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού και τέλος την παρέμβαση των περιφερειακών και των τοπικών αρχών στην περιβαλλοντική προστασία».

Στο βήμα ανέβηκε μετά ο ευρωβουλευτής του ΠΑΣΟΚ κ. Ν. Σηφουνάκης, ο οποίος αναφέρθηκε στον «Τουρισμό και το Περιβάλλον». Μεταξύ άλλων τόνισε τα εξής: «Το Ρέθυμνο έχει τη δική του συνεισφορά στην ανάπτυξη του τόπου, αλλά και στο γίνεσθαι της χώρας. 70 χρόνια λειτουργίας του Επιμελητηρίου, είναι ένας σημαντικός σταθμός.. Νομίζω ότι η τουριστική βιομηχανία που έχει δημιουργηθεί στο Ρέθυμνο, ξεκίνησε από ανθρώπους σε μια εποχή ανύποπτη. Μέσα σε μια μεγάλη προσπάθεια και με ένα αντικείμενο όπου κανένας δεν ήξερε, κατόρθωσε σήμερα το Ρέθυμνο να είναι ένας τόπος και ένα σημείο αναφοράς».



Κωστής Χατζηδάκης, ευρωβουλευτής της Ν.Δ.



Το Δ.Σ. του Επιμελητηρίου.



Ε. Τζαμπαζή, Μ. Νεονάκης, Ν. Σηφουνάκης.

Έπειτα συνέχισε ο Ευρωβουλευτής της Ν.Δ. κ. Κ. Χατζηδάκης λέγοντας: «Πιστεύω πως το Επιμελητήριο Ρεθύμνου, θα μπορούσε να καταστεί μοχλός ανάπτυξης για τις τουριστικές επιχειρήσεις. Θα μπορούσε το Επιμελητήριο σε συνεργασία με την τοπική Αυτοδιοίκηση να προωθήσει την ανάπτυξη του αγροτουρισμού, επενδύοντας σε μικρά εγκαταλελειμμένα αλλά και ιδιαίτερα όμορφα χωριά».

Τον λόγο πήρε μετά η κα. Ε. Τζαμπαζή, Ευρωβουλευτής του ΠΑΣΟΚ, η οποία μίλησε για τον τουρισμό και τα άτομα με αναπηρία.

Στη συνέχεια ακολούθησαν κι άλλες διαλέξεις από την κα. Β. Αρανίτου, επιστημονική σύμβουλο της Ε.Σ.Ε.Ε., η οποία μίλησε για τον

Τουρισμό και το Εμπόριο, τον κ. Δ. Τερζάκη καθηγητή Τ.Ε.Ι. Κρήτης και υπεύθυνος Αθλητικού Τουρισμού, την κα. Ξ. Χριστονάκη διευθύντρια διαφημιστικής εταιρείας, τον Πρόεδρο του ΚΕΤΑ Κρήτης κ. Γ. Ξυλούρη, τον Πρόεδρο της Ελληνικής Ακαδημίας Γεύσης κ. Α. Παναγιωτόπουλο, καθώς και τον κ. Η. Μελισσοουργό Επίσημο Επιμελητήριο Ρεθύμνης. Στη συνέχεια παρατέθηκε γεύμα στο ξενοδοχείο.

Την Κυριακή 17 Οκτωβρίου, τελευταία ημέρα των εκδηλώσεων, έγινε περιήγηση κα ξενάγηση στη μονή Αρκαδίου, καθώς και στο χωριό Ανώγεια όπου και παρατέθηκε γεύμα.



Κρητική βραδιά στο κέντρο «Μέγαρο».





ΗΜΕΡΙΔΕΣ

ΙΣΟΡΡΟΠΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΠΟΛΥΛΕΙΤΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ

Του Ηλία Μελισσοουργού, Οικ. Επόπτη Επιμελητηρίου Ρεθύμνου

ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ



Συνέντευξη τύπου, ξεκίνημα ΕΒΕ



Δήμος Κουλούκωνα



Ολοκληρώθηκε ο κύκλος των ενημερωτικών ημερίδων που ξεκίνησαν οι παραγωγικοί και επιστημονικοί φορείς του Νομού μας μαζί με τον Σύλλογο Ξενοδόχων Ρεθύμνου και με την συνεργασία των δήμων που μας φιλοξένησαν.

Η πρωτοβουλία αυτή των φορέων μεταξύ των άλλων εγκαινίασε και μια επιθετική στοχευμένη μορφή επικοινωνίας στοιχηματίζοντας απέναντι στην δικαιολογημένη καχυποψία και τον ατομικισμό.

Τα θέματα που μπήκαν στο τραπέζι ήταν πολλά, κάλυπταν όμως όλες τις μορφές επαγγελματικών δραστηριοτήτων, εμπλέκοντάς τις σε ένα πολυλειτουργικό μοντέλο που πρέπει να βασίζεται αφ ενός στην εξωστρέφεια του μοντέλου και αφ εταίρου στον πολίτη που συμμετέχει, ενημερώνεται, διεκδικεί και κυρίως λαμβάνει μέρος στις διαδικασίες που παίρνονται οι αποφάσεις.

Η πρωτοβουλία αποτελεί την αρχή μιας πιο ολοκληρωμένης μορφής παρέμβασης που στόχο θα έχει την ουσιαστική και πρακτική στήριξη στο σωστό χρόνο με κριτήρια αγοράς όλων των παραγωγικών πόρων, ανθρώπινων και άλλων.

Αναξιοποίητα παραμένουν ακόμη ισχυρά πλεονεκτήματα του τόπου, τα οποία μπορούν να αναπτύξουν ισχυρή δυναμική σε βάθος χρόνου. (π.χ άριστες κλιματολογικές συνθήκες, πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, ήθη έθιμα, διατροφικές συνήθειες, τοπικά προϊόντα κ.α)

Σύμφωνα με τα παραπάνω και αν συμμεριστούμε τον προβληματισμό που προκαλεί η υποχώρηση του μαζικού τουρισμού ως μοντέλο, εύκολα μπορούμε να συμφωνήσουμε ότι η συνύπαρξη του πρωτογενή, του δευτερογενή και του τριτογενή τομέα είναι αναμφίβολα εκείνο που χρειάζεται ο τόπος για να πορευτεί σε μία ισόρροπη οικονομική ανάπτυξη.



Κεντρική Κρέτα Παλλάς



Δήμος Λάμης Μέλαμπες



Δήμος Κουρητών



Δήμος Κουλούκωνα





Τα συμπεράσματα, αν κανείς προσπαθήσει να τα περιγράψει με λίγες λέξεις, συνοψίζονται κυρίως στα εξής:

- Ο επιθυμητός βαθμός ανάπτυξης δεν μπορεί να επιτευχθεί χωρίς τα βασικά έργα υποδομής με κυρίαρχο αυτό του οδικού δικτύου και τη βελτίωση των υπηρεσιών στην υγεία & την παιδεία.
- Η ανάγκη αλλαγής της νοοτροπίας των πολιτών από καχύποπη και αρνητική σε δεκτική, από απαξιωτική προς τους φορείς και τις υπηρεσίες σε δυναμική, από την λογική των εύκολων επιδοτήσεων στην λογική της παραγωγικότητας και της ανταγωνιστικότητας. Έτσι, θα έχουμε πολίτες ενημερωμένους, συμμετόχους και σύγχρονους επιχειρηματίες.
- Η διεκδίκηση και οργάνωση ειδικών εκπαιδευτικών προγραμμάτων για την κατάρτιση των πληθυσμιακών ομάδων που αναπτύσσουν δραστηριότητα στον πρωτογενή τομέα από μικρή ηλικία.
- Η ανάγκη προσαρμογής της μεταποίησης στις συνεχώς μεταβαλλόμενες καταναλωτικές ανάγκες.
- Και τελευταίο αλλά όχι λιγότερο σημαντικό, η ανάγκη πιστοποίησης της ποιότητας και η ανάπτυξη μηχανισμών αυτοελέγχου των παραγομένων και μεταποιημένων προϊόντων που θα τα καθιστούν ασφαλή στην συνείδηση του καταναλωτή.

Κεντρική Agreco



Δήμος Γεροποτάμου



Αναμφισβήτητη για όλα τα παραπάνω απαιτείται μια χρονική περίοδος προσαρμογής ώστε να διαμορφωθούν οι απαραίτητες συνθήκες κοινωνικής αποδοχής, χωρίς τις οποίες δεν θα μπορούσε να είναι εφικτή καμία αλλαγή.

Όσο μικρότερη είναι η περίοδος αυτή, τόσο μπορούμε να πούμε ότι το οικονομικό μοντέλο έχει αναπτύξει τέτοιους μηχανισμούς προσαρμοστικότητας που του επιτρέπει να απαντά άμεσα και αποτελεσματικά .

Κατά γενική ομολογία, τα παραπάνω χαρακτηριστικά καταδεικνύουν ευπροσάρμοστα οικονομικά μοντέλα.

Η μεγάλη δυνατότητα προσαρμογής, η συνεχής πληροφόρηση και η οργανωτική δομή τους επιτρέπει να μην αιφνιδιάζονται και παράλληλα συνεχώς να αναζητούν και να «οδηγούν» τις εξελίξεις.

Τελειώνοντας, οφείλουμε να τονίσουμε ότι η προσπάθεια των φορέων, για να μπορέσει να δημιουργήσει συνθήκες ενθάρρυνσης, οφείλει να επανέλθει με συγκεκριμένες προτάσεις που θα πρέπει να λειτουργήσουν με όρους αγοράς και ρεαλιστική αντίληψη.

ΔΟΘΗΚΕ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΟΤΗΤΑ Ο ΝΕΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΝΟΜΟΣ



του Θ. Τσαούλη, Επιχειρηματικού Σύμβουλου του ΚΕΤΑ Κρήτης στο Ρέθυμνο

Το νομοσχέδιο εισάγει σημαντικές αλλαγές σε σχέση με την προηγούμενη μορφή του όπως:



1. Κατάργηση της διάκρισης μεταξύ νέων και παλαιών επιχειρήσεων
2. Δημιουργία σαφών κριτηρίων επιλογής και σημαντική απλούστευση του θεσμικού πλαισίου
3. Οι επιχορηγούμενες επενδύσεις χωρίζονται σε 4 γεωγραφικές ζώνες και 7 κατηγορίες με κριτήρια το αντικείμενο δραστηριότητας είδος της επένδυσης
4. Μειώνονται σε δύο οι εκταμιεύσεις των δόσεων. Η καταβολή της επιχορήγησης από το Δημόσιο πραγματοποιείται ως εξής: το 50% του ποσού της επιχορήγησης καταβάλλεται αμέσως μετά την υλοποίηση του 50% της επένδυσης και το υπόλοιπο καταβάλλεται μετά την πιστοποίηση της ολοκλήρωσης και της έναρξης της παραγωγικής λειτουργίας της επένδυσης από το αρμόδιο όργανο ελέγχου
5. Τίθεται κατώτερο ύψος επένδυσης ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης
6. Υπάρχει σαφής καθορισμός των δαπανών που δεν ενισχύονται, και τέλος
7. Υπάρχει μερική αποσύνδεση του ύψους της επιχορήγησης από τον αριθμό των δημιουργούμενων θέσεων εργασίας

Πέρα από τις άμεσες επιχορηγήσεις, προβλέπονται και μια σειρά από άλλα κίνητρα όπως επιδότηση τόκων και χρηματοδοτικής μίσθωσης, φορολογική απαλλαγή και επιδότηση του εργατικού κόστους (για την παραμεθόρια ζώνη).

Ο νέος Αναπτυξιακός Νόμος θα έχει ισχύ για την περίοδο 2005 – 2007. Μετά το πέρας αυτής της περιόδου αναμένεται η κατάρτιση νέου νόμου που θα είναι προσαρμοσμένος στο υπό μελέτη νέο θεσμικό πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

Για περισσότερες πληροφορίες οι ενδιαφερόμενοι επιχειρηματίες μπορούν να ενημερωθούν από το γραφείο Ρεθύμνου του ΚΕΤΑ Κρήτης, Εμμ. Πορτάλιου 23, 2ος όροφος (Επιμελητήριο Ρεθύμνης), τηλ. 28310-57330.

Δόθηκε στη δημοσιότητα το νέο αναπτυξιακό νομοσχέδιο που έρχεται να ικανοποιήσει αρκετά από τα πάγια αιτήματα του επιχειρηματικού κόσμου. Στο νέο αναπτυξιακό νόμο υπάγονται επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε όλους τους τομείς της οικονομίας, ενώ δίδεται ιδιαίτερη έμφαση στην ποιότητα, στον τουρισμό, στις υπηρεσίες και στις λιγότερο αναπτυγμένες περιφέρειες της χώρας.

Παράλληλα, ο νέος νόμος παρέχει κίνητρα ειδικά για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ενώ προβλέπει και διεύρυνση της εφαρμογής των ενισχύσεων, τόσο για τον τριτογενή τομέα (υπηρεσίες), όσο και για σημαντικές αναπτυξιακές δράσεις, όπως η έρευνα, η ανάπτυξη της τεχνολογίας και η ανακύκλωση.



«ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ»



Με πρόσφατη
απόφαση
του υφυπουργού

Ανάπτυξης
κ. Γ. Παπαθανασίου

ρυθμίζεται
το καθεστώς
των χειμερινών
εκπτώσεων.

Το κείμενο
της απόφασης
έχει ως εξής:

1. Επιτρέπεται σε κάθε εμπορική επιχείρηση η πώληση εμπορευμάτων με μειωμένες τιμές λόγω τέλους εποχής (τακτικές εκπτώσεις) από 1/2/2005 έως 28/2/2005 για ολόκληρη την Επικράτεια.
2. Οι εκπτώσεις μπορούν να αφορούν το σύνολο των ειδών εμπορίας της εμπορικής επιχείρησης που τις διενεργεί.
3. Επιβάλλεται η αναγραφή διπλών τιμών σε όλα τα πωλούμενα είδη ή η αναγραφή σε πινακίδα του ποσοστού της έκπτωσης για σαφώς καθορισμένες κατηγορίες ομοίων προϊόντων με την προϋπόθεση ύπαρξης της αρχικής τιμής κάθε είδους.
4. Αναρτάται στο κατάστημα έγγραφη αναγγελία ότι πραγματοποιεί τακτικές χειμερινές εκπτώσεις.
5. Απαγορεύονται οι προσφορές από 15/12/2004, όπως επίσης και η με οποιαδήποτε μορφή ονομασία ή δικαιολογία ή πρόσχημα αναγγελία περί πωλήσεων με μειωμένες τιμές (αποστολή επιστολών και λοιπές προσκλήσεις προς το αγοραστικό κοινό).
6. Απαγορεύεται η καθ' οιονδήποτε τρόπο παραπλάνηση του καταναλωτικού κοινού όπως με παραπλανητικές πινακίδες με εκπτώσεις που δεν ανταποκρίνονται στην πραγματικότητα (αναγραφόμενη τιμή προ των εκπτώσεων υψηλότερη της πραγματικής απόκρυψης αποθεμάτων και πώληση μικρής εκ τούτων ποσότητας κατά τη διάρκεια των εκπτώσεων, πώληση ειδών β' διαλογής ειδικά αγορασθέντων για αυτό το σκοπό κ.λ.π.).
7. Οι υπάλληλοι της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου και των Τομέων Εμπορίου των Ν.Α. θα διενεργούν ελέγχους κατά το χρονικό διάστημα πριν, κατά τη διάρκεια και μετά τη λήξη των εκπτώσεων προκειμένου να διαπιστώσουν την τήρηση των παραπάνω διατάξεων.
8. Συνιστώνται Τριμελές Επιτροπές στις Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις της χώρας με σκοπό τη γνωμοδότηση για την επιβολή προστίμου στους παραβάτες των παραπάνω διατάξεων, τις οποίες συγκροτεί με απόφασή του ο οικείος Νομάρχης και αποτελούνται από τον Προϊστάμενο του Τομέα Εμπορίου ως Πρόεδρο, έναν υπάλληλο της Νομαρχίας υποδεικνυόμενο από τον Νομάρχη και έναν υπάλληλο του Τομέα Εμπορίου που θα εκτελεί και χρέη εισηγητού των παραβάσεων ως και χρέη Γραμματέα της Επιτροπής. Στις Ν.Α. που υφίστανται οργανικές μονάδες επιπέδου Δ/νσης Εμπορίου και οι τρεις υπάλληλοι που συμμετέχουν στην Επιτροπή ορίζονται από τη Δ/νση αυτή.
9. Σε περίπτωση παράβασης των κειμένων διατάξεων ο Νομάρχης επιβάλλει «πρόστιμο», μετά από γνωμοδότηση της παραπάνω Επιτροπής μέχρι το 0,5% των ακαθαρίστων ετήσιων εσόδων του προηγούμενου έτους. Σε υποτροπή το πρόστιμο που επιβάλλεται μπορεί να φτάνει το 3% των ακαθαρίστων ετήσιων εσόδων.
Για να επιβληθεί κυρίως το ανώτατο προβλεπόμενο πρόστιμο συνεκτιμώνται η σοβαρότητα των καθ' υποτροπή παραβάσεων (π.χ. παραπλάνηση του καταναλωτή, το μέγεθος της επιχείρησης σε πανελλήνια κλίμακα, ο αριθμός των απασχολούμενων κ.λ.π.). Τα εν λόγω συλλογικά όργανα υποχρεούνται μέσα σε ένα μήνα να γνωστοποιούν στη Δ/νση Τιμών Παροχής Υπηρεσιών του Υπουργείου Ανάπτυξης το επιβληθέν πρόστιμο.
10. Το πρόστιμο εισπράττεται σύμφωνα με τις διατάξεις του ΚΕΔΕ.
11. Η απόφαση αυτή να δημοσιευθεί στην εφημερίδα της Κυβέρνησης και να ισχύει από τη δημοσίευσή της στον ημερήσιο Τύπο.

ΑΠΟΣΠΑΣΜΑ ΕΤΗΣΙΑΣ ΕΚΘΕΣΗΣ ΜΕ ΘΕΜΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΦΥΣΙΟΓΝΩΜΙΑ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΡΗΤΗΣ



του Θ. Τσαούλη, Επιχειρηματικού Σύμβουλου του ΚΕΤΑ Κρήτης στο Ρέθυμνο

Οικονομικοί Δείκτες της περιφέρειας Κρήτης

Η Περιφέρεια παράγει το 5,3% του συνολικού ΑΕΠ της χώρας. Με κατά κεφαλήν περιφερειακό προϊόν 12,3 χιλ. ευρώ το 2002, κατατάσσεται με βάση το κριτήριο αυτό 6η στο σύνολο των 13 περιφερειών, παράγοντας το 96% του μέσου όρου της χώρας (Ελλάδα: 12,8 χιλ. ευρώ κατά κεφαλήν). Με το κατά κεφαλήν προϊόν της Ελλάδας να αντιστοιχεί σε 73,7% του μέσου της Ευρωπαϊκής Ένωσης των 25 χωρών το 2001 σύμφωνα με την Eurostat, παρουσιάζει και πάλι σημαντική βελτίωση της θέσης της σε σχέση με το έτος 1986, όταν το ΑΕΠ της ανερχόταν στο 57% του μέσου κατά κεφαλή ΑΕΠ της Ένωσης. Το στοιχείο που παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον είναι και η διαχρονική εξέλιξη του παραγόμενου Κρητικού ΑΕΠ. Μεταξύ των ετών 1999 και 2001, σε τρέχουσες τιμές παρουσιάζει μια μέση ετήσια αύξηση της τάξης του 6,5%, σε τρέχουσες τιμές.

Όσον αφορά την παραγωγικότητα, η Περιφέρεια βρίσκεται στο ίδιο περίπου επίπεδο με τη χώρα, ενώ υστερεί σε σχέση με την παραγωγικότητα του μέσου όρου της Ε.Ε. Συγκεκριμένα, το έτος 1996 η παραγωγικότητα της Κρήτης καλύπτει το 72% του Μέσου Όρου (μ.ο.) της Ε.Ε. (μ.ο. Ελλάδα = 72%), παρουσιάζοντας όμως συνεχή βελτίωση τα τελευταία χρόνια. (το 1993 το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 69%, ενώ το 1988 ήταν 64%).

Η Κρήτη παράγει το 8,2% της αγροτικής παραγωγής, 1,1% της μεταποιητικής και 5,8% των υπηρεσιών της Ελλάδας.

Της αναλογεί το 7,4% των καλλιεργούμενων εκτάσεων στη χώρα, 41% της συνολικής παραγωγής ελαιολάδου (1η στη χώρα), 10% της παραγωγής εσπεριδοειδών (4η στη χώρα), 11% της παραγωγής πατάτας (4η στη χώρα) και 7% τομάτας (5η στη χώρα) το 2002.

Στην περιφέρεια αναλογεί 6% των συνολικών επενδύσεων στη χώρα. Στις επιχειρήσεις της αναλογεί 1,5% των επενδύσεων των βιομηχανικών επιχειρήσεων της χώρας την περίοδο 1999-2000, σύμφωνα με την Ετήσια Βιομηχανική Έρευνα της ΕΣΥΕ.

Τα 3/4 του προϊόντος της προέρχονται από τις υπηρεσίες, με σημαντική τη συμβολή του τουρισμού, αφού 14% του ακαθάριστου προϊόντος της προέρχεται από υπηρεσίες ξενοδοχείων και εστιατορίων. Με 25% των συνολικών διανυκτερεύσεων αλλοδαπών στη χώρα (2η υψηλότερη συμμετοχή μετά το Ν. Αιγαίο) έχει την 3η υψηλότερη (μετά το Ν.Αιγαίο και τα Ιόνια Νησιά) αναλογία διανυκτερεύσεων ανά κάτοικο (21 το 2000, 22 το 1999).

Από την παράθεση των στοιχείων αυτών και μόνο, γίνεται φανερό η σημασία του πρωτογενούς τομέα καθώς και αυτού των υπηρεσιών για την Κρητική οικονομία.

ΕΠΙΚΑΙΡΟΤΗΤΑ

Στοιχεία που μπορούν να κάνουν επιτυχημένο ένα εταιρικό WEBSITE

του Θ. Τσαούλη, Επιχειρηματικού Σύμβουλου του ΚΕΤΑ Κρήτης στο Ρέθυμνο



Η δημιουργία μιας ιστοσελίδας (website) μπορεί ν' αποτελέσει το κύριο μέσο παρουσίασης και προβολής της επιχείρησής μας. Το πληροφοριακό υλικό που περιέχεται σ' αυτό χρησιμοποιείται για να ενημερωθούν οι «επισκέπτες» της (υφιστάμενοι και δυνητικοί πελάτες, καθώς και συνεργάτες) και να παρακινήθούν σε κάποια «επιθυμητή δράση»: ενδιαφέρον για την επιχείρησή μας, αύξηση του κύρους της στα μάτια των επισκεπτών, αγορά ή ορθή χρήση προϊόντων της.

Για να συμβούν αυτά, η ιστοσελίδα οφείλει να είναι ενδιαφέρουσα και ελκυστική. Υπάρχει ένα ελάχιστο ποσότητας και ποιότητας πληροφοριών που πρέπει να περιλαμβάνεται σε θεματικές κατηγορίες. Ας δούμε ποιες είναι αυτές:

1. Στοιχεία για την επιχείρηση: αντικείμενο, ιστορικό, στοιχεία που την διαφοροποιούν από τον ανταγωνισμό κλπ.
2. Νέα της επιχείρησης (What's new τμήμα): Δελτία Τύπου (αναφορά στην παραλαβή νέων προϊόντων, προσφορές, επιχειρηματικά σχέδια κλπ).
3. Στοιχεία Επικοινωνίας: είναι απίστευτο αλλά υπάρχουν websites εκεί έξω δίχως στοιχεία επικοινωνίας (τηλέφωνα, φαξ και διεύθυνση). Επίσης πολύ σημαντικό στοιχείο είναι η έγκαιρη και αξιόπιστη εξυπηρέτηση της ηλεκτρονικής αλληλογραφίας μας.
4. Αναλυτική περιγραφή των διαθέσιμων προϊόντων και υπηρεσιών. Έτσι υποστηρίζεται η προετοιμασία του πελάτη που τελικά θα επισκεφτεί το κατάστημα.
5. Αναφορά σε σημαντικούς υφιστάμενους πελάτες. Προφανές είναι ότι όσο πιο σημαντικό είναι οι πελάτες μας, τόσο περισσότερο κύρος προσδίδεται στην επιχείρησή μας και ενισχύεται στον υποψήφιο πελάτη η παρακίνηση για συνεργασία μαζί μας.

Η προσοχή στις παραπάνω ενότητες περιεχομένων δεν αποτελεί το μόνο στοιχείο το οποίο θα πρέπει να αξιοποιήσουμε για να φτιάξουμε ένα καλό εταιρικό website. Τα σημαντικότερα στοιχεία που κερδίζουν την προτίμηση των επισκεπτών μας είναι:

- I. Επαγγελματικός σχεδιασμός: το website μας πρέπει να διαθέτει ευχρηστία στον σχεδιασμό του: μικρός όγκος σελίδων, κείμενα χωρίς ορθογραφικά ή συντακτικά λάθη, χρήση links (παραπομπές). Σημαντικός επίσης είναι και ο συχνός εμπλουτισμός του site με νέο περιεχόμενο.
- II. Δυνατότητες για after sales service (εξυπηρέτηση πελάτη μετά την πώληση). Αποστολή e-mails με πληροφορίες για νέα προϊόντα και για τυχόν δυνατότητες αναβάθμισης των ήδη αγορασθέντων προϊόντων.
- III. Παρουσίαση του ανθρώπινου δυναμικού. Οι επιχειρήσεις δεν αποτελούνται από τα πάγια τους μόνο. Η φιλικότητα που προκύπτει από την γνωριμία με τους ανθρώπους μας βοηθά στο κτίσιμο κλίματος εμπιστοσύνης με την ίδια την επιχείρηση.
- IV. Αν οι πιθανοί πελάτες μας είναι και αλλοδαποί τότε είναι απαραίτητη η χρήση και δεύτερης γλώσσας.
- V. Τέλος, μια ευκολομνημόνευτη διεύθυνση της ιστοσελίδας, κατά προτίμηση σχετική με την επωνυμία της επιχείρησης θα βοηθήσει την επισκεψιμότητα της

Σίγουρα από μόνο του, ένα καλό website δεν επαρκεί. Χρειάζεται ν' αφιερώσουμε χρόνο για την μελέτη των βέλτιστων μεθόδων προβολής και προώθησής του, μελέτη του ανταγωνισμού και αξιοποίηση πληροφοριών από τους επισκέπτες μας για τα ισχυρά και αδύναμα σημεία της ιστοσελίδας μας. Όμως ας μην ξεχνάμε ότι η ιστοσελίδα μας είναι η εικόνα που επιθυμούμε να δώσουμε στο περιβάλλον για την επιχείρησή μας και κατά συνέπεια πρέπει να της δώσουμε την προσοχή που της επιβάλλεται.