ΕΤΗΣΙΑ ΕΚΘΕΣΗ 2006

ΜΕΡΟΣ Ι

Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΓΕΝΙΚΗ
ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑΣ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ
ΕΠΙΤΡΟΠΗ
ΕΤΠΑ

ΤΟ ΕΡΓΟ ΕΙΝΑΙ ΣΥΓΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΟΥΜΕΝΟ ΑΠΟ ΤΟ ΕΤΠΑ ΚΑΤΑ 80% ΚΑΙ ΑΠΟ ΕΘΝΙΚΟΥΣ ΠΟΡΟΥΣ ΚΑΤΑ 20%

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΜΕΡΟΣ Α: ΓΕΝΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΜΜΕ

ΕΝΟΤΗΤΑ Α': Η ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ, Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΙ ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ 6

Α.1. Η υφιστάμενη κατάσταση των ΜΜΕ στην Ελλάδα 6

Α.1.1. Χαρακτηριστικά των ΜΜΕ στην Ελλάδα 6

Α.1.2. Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα.....18

Α.1.3. Ανάπτυξη Καινοτομίας στις ΜΜΕ.....28

Α.2. Εξέλιξη, τάσεις και προοπτικές των ΜΜΕ 30

Α.3. Συμπεράσματα – Ανάλυση P.E.S.T.....32

ΕΝΟΤΗΤΑ Β': Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ 35

Β.1. Συμβολή των επιμέρους τομέων οικονομικής δραστηριότητας στην οικονομία της χώρας..... 35

ΕΝΟΤΗΤΑ Γ': ΤΑ ΕΠΙΚΑΙΡΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΥΝ ΟΙ ΜΜΕ.....38

Γ.1. Καταγραφή των επίκαιρων προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ στην εγχώρια αγορά 38

Γ.2. Προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές ΜΜΕ. 47

Γ.3. Συγκριτική ανάλυση των επιδόσεων των εγχώριων ΜΜΕ με τις αντίστοιχες ΜΜΕ της Ε.Ε. 48

Γ.4. Συγκεντρωτική παρουσίαση των Ελληνικών ΜΜΕ (Δυνατά & Αδύνατα Σημεία, Ευκαιρίες και Απειλές) 56

ΕΝΟΤΗΤΑ Δ': ΤΑ ΜΕΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΕΝΑΝΤΙ ΤΩΝ ΜΜΕ ΠΟΥ ΕΛΗΦΘΗΣΑΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΠΟΥ ΚΑΛΥΠΤΕΙ Η ΕΡΕΥΝΑ.....59

Δ.1. Ανάλυση Εθνικών Πολιτικών και Μέτρων για την ενίσχυση των ΜΜΕ 59

Δ.1.2 Αναπτυξιακός Νόμος 3299/2004 83

Δ.2. Ανάπτυξη και Εφαρμογή Πολιτικών Διοικητικού & Θεσμικού Πλαισίου 85

Δ.2.1 Σχεδιαζόμενες Πολιτικές & Μέτρα για την επόμενη Προγραμματική Περίοδο 90

Δ.2.2 Εφαρμοζόμενες & Σχεδιαζόμενες Πολιτικές & Μέτρα για την ενίσχυχη της Βιομηχανίας 91

Δ.2.3 Εφαρμοζόμενες και σχεδιαζόμενες πολιτικές και μέτρα για την ενίσχυση του Τουρισμού 92

ΕΝΟΤΗΤΑ Ε': ΟΙ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΕ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΠΕΔΟ, ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ-ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΜΕ 94

Ε.1.Οι εξελίξεις στο επιχειρηματικό περιβάλλον των ΜΜΕ σε Ευρωπαϊκό επίπεδο 94

Ε.1.1 Γενικά - Χαρακτηριστικά του επιχειρηματικού περιβάλλοντος των ΜΜΕ στην Ευρώπη 94

Ε.1.2 Εξελίξεις και Τάσεις των ΜΜΕ στην Ευρώπη 95

Ε.1.3 Το επιχειρηματικό πνεύμα στην Ευρώπη 101

Ε. 1.4. Κοινωνικό Περιβάλλον 106

Ε.1.5 Τεχνολογικό Περιβάλλον 110

Ε.2. Οι εξελίξεις στο Ευρωπαϊκό και Διεθνές οικονομικό περιβάλλον των ΜΜΕ 115

Ε.3. Ευκαιρίες – Προοπτικές ανάπτυξης για τις ελληνικές ΜΜΕ 128

ΕΝΟΤΗΤΑ Στ': ΟΙ ΝΕΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΕΝΑΝΤΙ ΤΩΝ ΜΜΕ 129

ΣΤ.1 Επισκόπηση & αποτίμηση (για την περίοδο 2004-2006) της Ευρωπαϊκής Πολιτικής για τις ΜΜΕ 129

ΣΤ.1.1 Εισαγωγή 129

ΣΤ.1.2 Πολιτική για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις 132

ΣΤ.1.3 Πολιτική για την Καινοτομία την Έρευνα & Ανάπτυξη 148

ΣΤ.1.4 Τεχνολογίες Πληροφοριών & Επικοινωνιών (ΤΠΕ) 150

ΣΤ.1.5 Πολιτική Ανταγωνισμού 152

ΣΤ.1.6 Πολιτική Απασχόλησης.....151

ΣΤ.1.7 Περιβαλλοντική Πολιτική 153

ΣΤ.1.8 Πολιτική για Ενέργεια 153

ΣΤ.1.9 Διαρθρωτικά Ταμεία 153

ΣΤ.2 Νέες προοπτικές και κατευθύνσεις.....156

ΣΤ.2.1 Πρόγραμμα Πλαίσιο για την ανταγωνιστικότητα & την καινοτομία (ΠΑΚ) (CIP-2007-20013) 157

ΣΤ.2.2 Έρευνα & Τεχνολογική Ανάπτυξη.....159

ΣΤ.2.3 7ο Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Έρευνα (7ο ΠΠ).....161

ΣΤ.2.4 Τεχνολογία Πληροφοριών 166

ΣΤ.2.5 Διαρθρωτικά Ταμεία 168

ΣΤ.2.6 Άλλες Πρωτοβουλίες 169

ΣΤ.3 Συγκριτική ανάλυση της Ευρωπαϊκής Πολιτικής έναντι των πολιτικών ανταγωνιστικών οικονομιών (ΗΠΑ & Ιαπωνία).....169

Στ.4. Συνθετική Παρουσίαση πολιτικών και «καλών πρακτικών» σε επίπεδο Ε.Ε. 174

ΕΝΟΤΗΤΑ Ζ': ΑΝΑΓΚΑΙΕΣ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΕΣ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ 242

Ζ.1 Ανασκόπηση της υφιστάμενης κατάστασης των ΜΜΕ στην Ελλάδα..... 242

Ζ.2 Εξελίξεις ΜΜΕ σε ευρωπαϊκές χώρες 247

Ζ.3 Δυνατότητες προσαρμογής των ελληνικών ΜΜΕ στις βέλτιστες πρακτικές και τις τάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος..... 250

ΕΝΟΤΗΤΑ Η': ΟΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΜΜΕ... 253

Συντομογραφίες

ΑΕΔΕΤΑ: Ακαθάριστη Εγχώρια Δαπάνη για Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη

ΑΠΑ: Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία

ΕΛΚΕ: Ελληνικό Κέντρο Επενδύσεων

ΕΕ: Ευρωπαϊκή Ένωση – Ευρωπαϊκή Επιτροπή

ΕΠ: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα

ΕΣΠΑ: Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς

ΕΠΑΝ: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα

ΕΤΑ: Έρευνα & Τεχνολογική Ανάπτυξη

ΕΤΑΚ: Έρευνα & Τεχνολογική Ανάπτυξη και Καινοτομία

IMD: International Institute for Management & Development

ΙΟΒΕ: Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών

ΚΕΤΑ: Κέντρο Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης

Κ.Υ.Ε: Κέντρα Υποδοχής Επενδυτών

ΜΜΕ: Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

ΝΧΜ: Νέες Χώρες Μέλη

ΟΠΕ: Οργανισμός Προώθησης Εξαγωγών

ΞΑΕ: Ξένες Άμεσες Επενδύσεις

ΠΜΕ: Πολύ Μικρές Επιχείρησες

ΥΠΑΝ: Υπουργείο Ανάπτυξης

ΥΓΟΣ: Υπηρεσίες Γενικού Οικονομικού Σκοπού

WEF: Word Economic Forum

ΜΕΡΟΣ Α'

ΓΕΝΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ Μ.Μ.Ε.

ΕΝΟΤΗΤΑ Α': Η ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ, Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΚΑΙ ΟΙ ΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ ΜΜΕ

Α.1. Η υφιστάμενη κατάσταση των ΜΜΕ στην Ελλάδα

Α.1.1 Χαρακτηριστικά των ΜΜΕ στην Ελλάδα

- *Μέγεθος επιχειρήσεων*

Αναμφισβήτητο χαρακτηριστικό του επιχειρηματικού χάρτη της Ελλάδας είναι η καθολική κυριαρχία των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων. Με βάση τον ορισμό της ΕΕ[1] και σύμφωνα με τα στοιχεία της Ε.Σ.Υ.Ε. (2002), το **98%** περίπου των **ελληνικών επιχειρήσεων είναι μικρομεσαίες** και έχουν μέγεθος μικρότερο των **10 απασχολούμενων**. Σχεδόν το σύνολο των επιχειρήσεων της χώρας απασχολούν 0-4 άτομα, το 2% των επιχειρήσεων απασχολεί 5-9 άτομα, ενώ το υπόλοιπο 2% απασχολεί περισσότερα από 10 άτομα. Έχει υπολογισθεί ότι το μέσο μέγεθος απασχόλησης των επιχειρήσεων στην Ελλάδα είναι δύο εργαζόμενοι, το μικρότερο σε σύγκριση με τις υπόλοιπες χώρες της Ε.Ε. Σημειωτέον ότι το μέσο μέγεθος απασχόλησης των επιχειρήσεων στην ΕΕ είναι έξι άτομα και είναι μικρότερο από αυτό των επιχειρήσεων των ΗΠΑ).

Πίνακας 1: Αριθμός επιχειρήσεων ανά αριθμό απασχολούμενων

Εύρος αριθμού απασχολούμενων	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό *(%)*
0-4	844.917	96%
5-9	17.713	2%
10-19	8.588	1%
20-29	2.908	0,4%
30-49	2.335	0,2%
50-99	1.534	0,2%
100 και άνω	1.323	0,2%
Σύνολο:	**879.318**	**100%**

Πηγή: ΕΣΥΕ – Μητρώο επιχειρήσεων 2002 (ίδια επεξεργασία στοιχείων)

[1] Σύμφωνα με την Σύσταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής 2003/361/ΕΚ, ως *Μεσαία Επιχείρηση* χαρακτηρίζεται οποιαδήποτε επιχείρηση απασχολεί λιγότερο από 250 εργαζομένους και ο κύκλος εργασιών της δεν υπερβαίνει τα 50 εκατ. Ευρώ. Ως μικρή επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 50 εργαζομένους και ο κύκλος εργασιών της ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 10 εκατ. ευρώ. Ως πολύ μικρή επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 10 εργαζομένους και της οποίας ο κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 2 εκατ. ευρώ.

Σχετικά ευρήματα από τις 2 ειδικές έρευνες

Σημείωση : Στα πλαίσια του παρόντος έργου, σχεδιάσθηκαν, υλοποιήθηκαν και αναλύθηκαν δύο ειδικές έρευνες :

Μία ποιοτική σε πανελλαδικό αντιπροσωπευτικό δείγμα 35 εκπροσώπων φορέων, όπως εμπορικά, βιομηχανικά ή επαγγελματικά επιμελητήρια. Η έρευνα αυτή έγινε κατά τον μήνα Σεπτέμβριο 2007, με τη μέθοδο των εις βάθος συνεντεύξεων.

Μία ποσοτική έρευνα σε πανελλαδικό αντιπροσωπευτικό δείγμα εκπροσώπων 800 επιχειρήσεων, στρωματοποιημένο κατά κατηγορία μεγέθους επιχείρησης (0-4, 5-9, 10-49, 50-249 εργαζόμενοι). Η έρευνα αυτή έγινε κατά τον Νοέμβριο 2007, με τη μέθοδο των αυτουμπληρούμενων ερωτηματολογίων (δι' αλληλογραφίας ή με απευθείας συμπλήρωση μέσω του διαδικτύου), ενώ από όσους καθυστερούσαν τις απαντήσεις τους, ειδικά εκπαιδευμένοι ερευνητές ελάμβαναν τις συνεντεύξεις τηλεφωνικά.

Σχετικό εύρημα από την ειδική ποσοτική έρευνα :

Η επιχείρησή μου έχει οικογενειακό χαρακτήρα - απασχολούνται κυρίως μέλη της οικογένειάς μου	Αριθμός προσωπικού				μ.ο. 4 κατηγ
	0-4	5-9	10-49	50-249	
Διαφωνώ απόλυτα	18,6	28,8	42,2	50,5	27,3
Μάλλον διαφωνώ	7,3	21,6	15,6	10,7	10,8
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	12,2	13,5	13,8	12,6	12,7
Μάλλον συμφωνώ	10,8	13,5	9,2	9,7	10,8
Συμφωνώ απόλυτα	50,3	20,7	13,8	13,6	36,6
ΔΞ/ΔΑ	0,8	1,8	5,5	2,9	1,9
ΒΑΣΗ	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*

Σχετικό Εύρημα από την ειδική ποιοτική έρευνα:

Επιπλέον, η πλειοψηφία των εκπροσώπων φορέων, που έλαβαν μέρος στην ειδική ποιοτική έρευνα, επεσήμανε ότι οι ΜΜΕ παρουσιάζουν μια σχετικά μεγαλύτερη ευελιξία έναντι των μεγαλύτερων επιχειρήσεων ενώ μπορούν ευκολότερα να προσαρμοστούν στην τοπική ζήτηση. Ακόμη, ιδιαίτερη αναφορά έγινε από τους περισσοτέρους ερωτόμενους, στην εγγύτητα στον πελάτη που φαίνεται να παρουσιάζουν οι ΜΜΕ.

Το μικρό μέγεθος της ελληνικής επιχείρησης αντανακλάται και στα αποτελέσματά τους, αφού το 95% από αυτές εμφανίζουν τζίρο μικρότερο των 500 χιλ. Ευρώ.

<u>Πίνακας 2</u>: Αριθμός επιχειρήσεων και τάξεις μεγέθους τζίρου

Τάξη Μεγέθους Τζίρου *(σε εκατ. Ευρώ)*	**Αριθμός επιχειρήσεων**	**Ποσοστό** *(%)*
[0 - 0,15)	743.817	85%
[0,15-0,3)	61.910	7%
[0,3-0,5)	28.852	3%
[0,5-1,5)	30.123	3,3%

[1,5-5)	10.399	1,2%
[5-15)	2.867	0,4%
[15-50)	1.003	0,1%
[50-100)	196	0,02%
100+	203	0,02%
Σύνολο:	**879.377**	**100%**

Πηγή: ΕΣΥΕ – Μητρώο επιχειρήσεων 2002 (ίδια επεξεργασία στοιχείων)

- ***Κατανομή επιχειρήσεων κατά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας***

Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ε.Σ.Υ.Ε. (2003), το μεγαλύτερο ποσοστό ΜΜΕ στην Ελλάδα (35%) είναι **επιχειρήσεις εμπορίου** (χονδρικό και λιανικό), ο τζίρος των οποίων αναλογεί στο 43% του συνολικού τζίρου αυτών. Το 11% του αριθμού των επιχειρήσεων δραστηριοποιείται στη Βιομηχανία και πραγματοποιεί το 23% του τζίρου αυτών, ενώ μόλις το 2,5% των επιχειρήσεων δραστηριοποιείται στον πρωτογενή τομέα (Γεωργία – Αλιεία).

Πίνακας 3: Κατανομή επιχειρήσεων & τζίρου κατά κατηγορία οικ. δραστηριότητας

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	αρ. επιχειρήσεων	% επί συνόλου	τζίρος *(σε εκατ.€)*	% επί συνόλου
ΓΕΩΡΓΙΑ, ΚΤΗΝΟΤΡΟΦΙΑ, ΘΗΡΑ ΚΑΙ ΔΑΣΟΚΟΜΙΑ	19.388	2%	1.738	0,7%
ΑΛΙΕΙΑ	1.620	0,2%	598	0,2%
ΟΡΥΧΕΙΑ ΚΑΙ ΛΑΤΟΜΕΙΑ	1.155	0,2%	695	0,3%
ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΕΣ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΕΣ	96.858	11%	56.818	23%
ΠΑΡΟΧΗ ΗΛΕΚΤΡΙΚΟΥ ΡΕΥΜΑΤΟΣ, ΦΥΣΙΚΟΥ ΑΕΡΙΟΥ ΚΑΙ ΝΕΡΟΥ	1.235	0,1%	5.249	2%
ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ	103.942	12%	14.501	6%
ΧΟΝΔΡΙΚΟ ΚΑΙ ΛΙΑΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ: ΕΠΙΣΚΕΥΗ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΩΝ ΟΧΗΜΑΤΩΝ, ΜΟΤΟΣΙΚΛΕΤΩΝ ΚΑΙ ΕΙΔΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗΣ Η ΟΙΚΙΑΚΗΣ ΧΡΗΣΗΣ	311.977	35%	107.746	43%
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΑΙ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ	104.700	12%	8.256	3%
ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ, ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ	48.267	5,4%	19.260	8%
ΕΝΔΙΑΜΕΣΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΠΙΣΤΩΤΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ	3.731	0,4%	13.697	5%
ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΚΙΝΗΤΗΣ ΠΕΡΙΟΥΣΙΑΣ, ΕΚΜΙΣΘΩΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ	119.345	13%	12.739	5%
ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΑΜΥΝΑ:ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΗ	994	0,1%	472	0,2%
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ	5.079	0,6%	341	0,1%
ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΜΕΡΙΜΝΑ	3.503	0,4%	722	0,3%

ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	αρ. επιχειρήσεων	% επί συνόλου	τζίρος *(σε εκατ.€)*	% επί συνόλου
ΑΛΛΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΥΠΕΡ ΤΟΥ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ ΚΑΙ ΑΛΛΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ Ή ΑΤΟΜΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ	44.332	5%	7.046	3%
ΙΔΙΩΤΙΚΑ ΝΟΙΚΟΚΥΡΙΑ ΠΟΥ ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΝ ΟΙΚΙΑΚΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ	32	0%	0,5	0,0%
ΕΤΕΡΟΔΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΑ	18	0,0%	1	0,0%
ΑΓΝΩΣΤΟΣ ΚΛΑΔΟΣ	27.213	3%	1.451	0,6%
ΣΥΝΟΛΟ:	**893.389**	**100,0%**	**251.331**	**100,0%**

Πηγή: ΕΣΥΕ – Μητρώο επιχειρήσεων 2003 (επεξεργασία στοιχείων)

▪ *Νομική Μορφή των Ελληνικών ΜΜΕ*

Το **90%** των ΜΜΕ λειτουργούν ως **προσωπικές, ομόρρυθμες και ετερόρρυθμες**, ενώ μόλις το 5% είναι Α.Ε. και Ε.Π.Ε.

Πίνακας 4: Αριθμός επιχειρήσεων κατά τάξη μεγέθους απασχόλησης

Νομική Μορφή	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό (%)
ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ	721.845	81%
Ο.Ε.	73.498	8%
Ε.Ε.	11.854	1,5%
Ε.Π.Ε.	19.665	2%
Α.Ε.	28.798	3%
ΚΟΙΝΟΠΡΑΞΙΑ	15.211	2%
ΚΟΙΝΩΝΙΑ	5.619	0,5%
ΣΥΜΠΛΟΙΟΚΤΗΣΙΑ	752	0,1%
ΝΑΥΤΙΛΙΑΚΕΣ	1.011	0,1%
ΛΟΙΠΕΣ	15.136	1,7%
Σύνολο:		**100%**

Πηγή: ΕΣΥΕ – Μητρώο επιχειρήσεων 2003 (ίδια επεξεργασία)

▪ *Περιφερειακή κατανομή των ΜΜΕ ανά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας σε εθνικό επίπεδο και ανά διοικητική περιφέρεια*

Η χωρική κατανομή των ελληνικών επιχειρήσεων παρουσιάζει **μεγάλη συγκέντρωση στα αστικά κέντρα**. Το **35%** του αριθμού των επιχειρήσεων είναι εγκατεστημένες στην **Αττική** από όπου και πραγματοποιούν το **67% του** συνολικού **τζίρου** των ΜΜΕ.

Πίνακας 5: Αριθμός Επιχειρήσεων και τζίρος αυτών κατά Περιφέρεια και Νομό

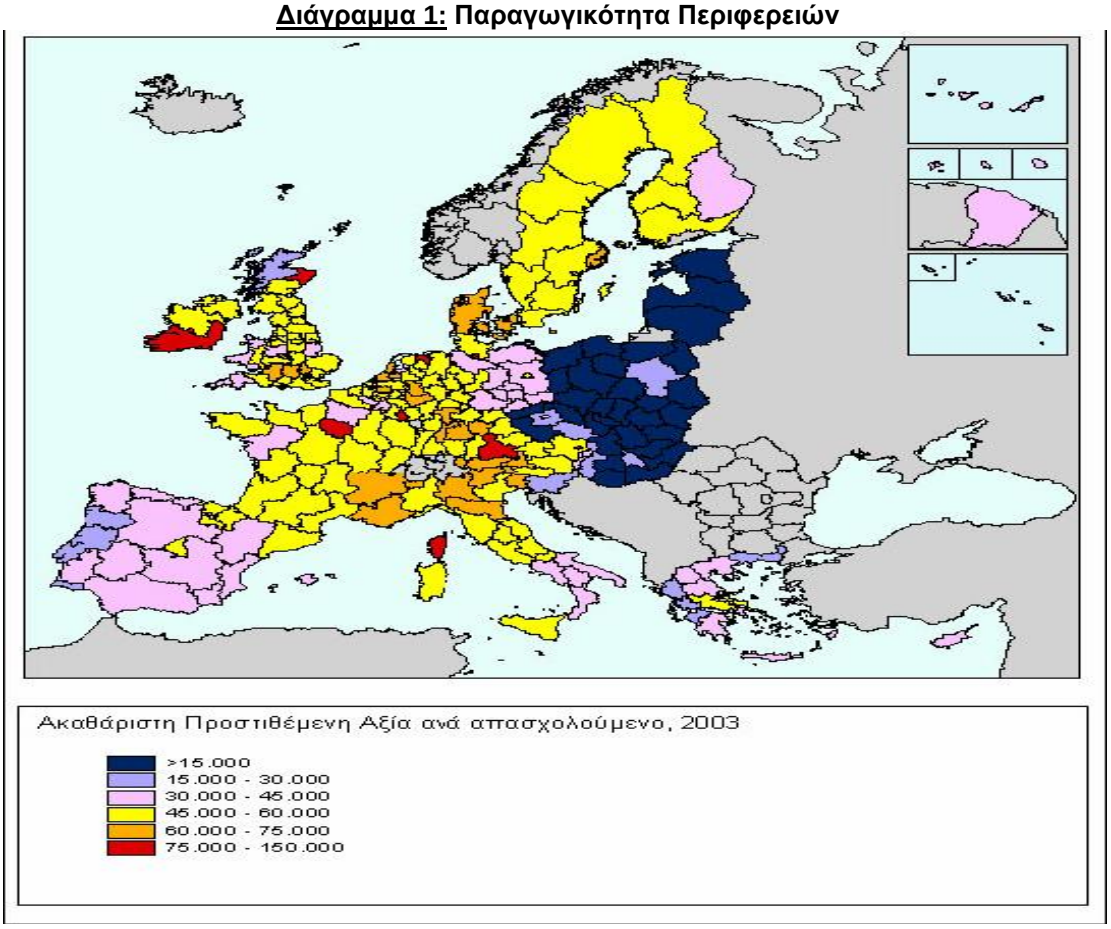
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΑΙ ΝΟΜΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		ΤΖΙΡΟΣ (σε εκατ. €)	
	ΣΥΝΟΛΟ	%	ΣΥΝΟΛΟ	%
ΣΥΝΟΛΟ ΕΛΛΑΔΟΣ	**893.389**	**100**	**251.332**	**100**
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	**43.186**	**4,8**	**6.662**	**2,7**
ΔΡΑΜΑΣ	7.806	0,9	942	0,4
ΕΒΡΟΥ	10.332	1,2	1.572	0,6
ΚΑΒΑΛΑΣ	12.994	1,4	1.947	0,8
ΞΑΝΘΗΣ	6.327	0,7	1.259	0,5
ΡΟΔΟΠΗΣ	5.727	0,6	941	0,4
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	**156.265**	**17,5**	**28.487**	**11**
ΗΜΑΘΙΑΣ	10.320	1,1	1.576	0,6
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	91.729	10,2	20.956	8,3
ΚΙΛΚΙΣ	6.446	0,7	1.117	0,3
ΠΕΛΛΗΣ	11.458	1,3	1.246	0,5
ΠΙΕΡΙΑΣ	11.351	1,3	1.173	0,5
ΣΕΡΡΩΝ	14.278	1,6	1.367	0,5
ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ	10.683	1,2	1.053	0,3
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	**26.632**	**3**	**2.530**	**1**
ΓΡΕΒΕΝΩΝ	3.086	0,3	232	0,1
ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ	6.367	0,7	575	0,2
ΚΟΖΑΝΗΣ	13.040	1,5	1.428	0,5
ΦΛΩΡΙΝΗΣ	4.139	0,5	295	0,2
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	**54.160**	**6**	**7.490,78**	**3**
ΚΑΡΔΙΤΣΗΣ	*7.047*	*0,8*	*769*	*0,3*
ΛΑΡΙΣΗΣ	*20.168*	*2,3*	*3.298*	*1,3*
ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ	*17.035*	*1,9*	*2.150*	*0,9*
ΤΡΙΚΑΛΩΝ	*9.910*	*1,1*	*1.273*	*0,5*
ΗΠΕΙΡΟΣ	**28.078**	**3,2**	**3.435**	**1,3**
ΑΡΤΗΣ	*5.117*	*0,6*	*617*	*0,2*
ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ	*4.067*	*0,5*	*371*	*0,2*
ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ	*13.462*	*1,5*	*1.916*	*0,7*
ΠΡΕΒΕΖΗΣ	*5.432*	*0,6*	*532*	*0,2*
ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ	**27.882**	**3**	**2.542**	**1**
ΖΑΚΥΝΘΟΥ	*5.631*	*0,5*	*591*	*0,3*
ΚΕΡΚΥΡΑΣ	*14.458*	*1,5*	*1.356*	*0,5*
ΚΕΦΑΛΛΗΝΙΑΣ	*4.587*	*0,5*	*415*	*0,2*
ΛΕΥΚΑΔΟΣ	*3.206*	*0,5*	*180*	*0,0*
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	**47.324**	**5,3**	**6.088**	**2,5**
ΑΙΤΩΛΟ/ΝΙΑΣ	*13.795*	*1,5*	*1.513*	*0,6*
ΑΧΑΪΑΣ	*22.895*	*2,6*	*3.466*	*1,4*
ΗΛΕΙΑΣ	*10.634*	*1,2*	*1.109*	*0,5*
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	**41.997**	**4,7**	**5.622**	**2,2**
ΒΟΙΩΤΙΑΣ	*8.030*	*0,9*	*1.589*	*0,6*
ΕΥΒΟΙΑΣ	*18.241*	*2*	*2.252*	*0,9*
ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ	*1.204*	*0,1*	*84*	*0,1*
ΦΘΙΩΤΙΔΟΣ	*11.584*	*1,3*	*1.451*	*0,5*
ΦΩΚΙΔΟΣ	*2.938*	*0,3*	*247*	*0,1*
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	**45.102**	**5**	**5.923**	**2,5**

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΑΙ ΝΟΜΟΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ		ΤΖΙΡΟΣ (σε εκατ. €)	
	ΣΥΝΟΛΟ	%	ΣΥΝΟΛΟ	%
ΑΡΓΟΛΙΔΟΣ	*8.507*	*1*	*1.170*	*0,5*
ΑΡΚΑΔΙΑΣ	*6.707*	*0,7*	*714*	*0,3*
ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ	*11.224*	*1,3*	*1.742*	*0,7*
ΛΑΚΩΝΙΑΣ	*6.637*	*0,7*	*713*	*0,3*
ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ	12.027	1,3	1.584	0,7
ΑΤΤΙΚΗ	**314.231**	**35**	**167.509**	**67**
ΑΤΤΙΚΗ	*314.231*	*35*	*167.509*	*67*
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	**17.415**	**2**	**1.997**	**0,8**
ΛΕΣΒΟΥ	*8.234*	*1*	*1.010*	*0,4*
ΣΑΜΟΥ	*4.809*	*0,5*	*432*	*0,2*
ΧΙΟΥ	*4.372*	*0,5*	*555*	*0,2*
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	**38.215**	**4,3**	**4.698**	**2**
ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ	*21.414*	*2,4*	*3.023*	*1,2*
ΚΥΚΛΑΔΩΝ	*16.801*	*1,9*	*1.675*	*0,8*
ΚΡΗΤΗ	**52.626**	**6**	**8.277**	**3,3**
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ	*25.121*	*3*	*4.372*	*1,7*
ΛΑΣΙΘΙΟΥ	*6.675*	*0,7*	*815*	*0,3*
ΡΕΘΥΜΝΗΣ	*7.322*	*0,8*	*1.033*	*0,5*
ΧΑΝΙΩΝ	*13.508*	*1,5*	*2.057*	*0,8*

Πηγή: ΕΣΥΕ / ΜΗΤΡΩΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ 2003 (ίδια επεξεργασία στοιχείων)

Η σημαντικά υψηλότερη πυκνότητα μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Αττική από ότι στις άλλες Περιφέρειες της χώρας συμβαδίζει με την σχετικά **υψηλότερη παραγωγικότητα των απασχολούμενων στην Αττική**, όπως φαίνεται στο χάρτη που ακολουθεί.

<u>Διάγραμμα 1:</u> Παραγωγικότητα Περιφερειών



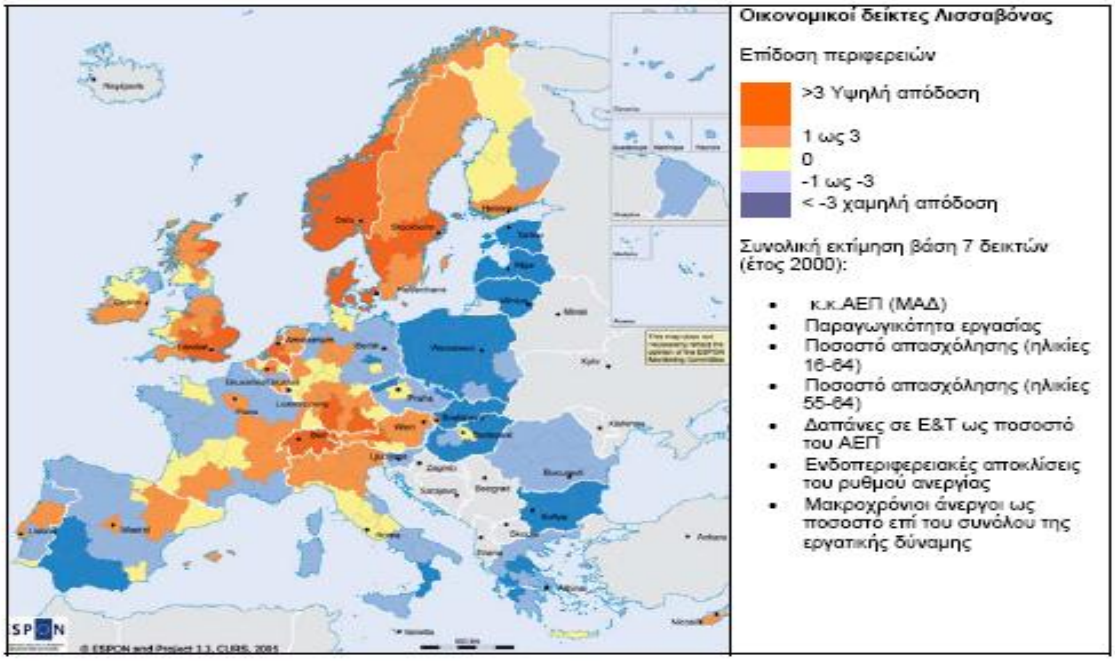
Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007 -2013»

Οι **Ελληνικές Περιφέρειες** παρά την ποικιλότητα χαρακτηριστικών όπως γεωγραφία (ορεινές - πεδινές - νησιωτικές), πληθυσμιακή ανάπτυξη (πυκνοκατοικημένες - αραιοκατοικημένες) παραγωγική διάρθρωση (αγροτικές - τουριστικές), κ.α., παρουσιάζουν **μικρές διαφοροποιήσεις ως προς τα αναπτυξιακά μεγέθη** και η έκταση των ενδοπεριφερειακών ανισοτήτων είναι αισθητά μικρότερη από άλλες Χώρες-Μέλη. Ο λόγος του κατά κεφαλήν εισοδήματος της φτωχότερης προς την πλουσιότερη περιφέρεια στην Ελλάδα είναι χαμηλότερος από ό,τι στην Ισπανία, στην Πορτογαλία, στην Ιταλία, στη Γερμανία, στη Γαλλία, και στο Ην. Βασίλειο και μεγαλύτερος μόνο ως προς την Ολλανδία και τη Σουηδία.

Εντούτοις, οι αναπτυξιακές επιδόσεις των ελληνικών Περιφερειών για την περίοδο 2000-2006 ως προς την επίτευξη των οικονομικών στοχοδεικτών της Agenda της Λισσαβόνας παρέμεινε χαμηλή έως πολύ χαμηλή, με μόνη την Κρήτη να εμφανίζει «ουδέτερη» επίδοση[2]:

[2] Οι δείκτες που εκτιμούνται με βάση την Agenda της Λισσαβόνας είναι 7: ΑΕΠ (σε μονάδες αγοραστικής δύναμης), παραγωγικότητα εργασίας, ποσοστά απασχόλησης στα ηλικιακά κλιμάκια 16-64 και 55-64, δαπάνες Ε&Τ ως ποσοστό του ΑΕΠ, ενδοπεριφερειακές αποκλίσεις του ρυθμού ανεργίας, μακροχρόνια άνεργοι ως ποσοστό επί του συνόλου της εργατικής δύναμης.

Διάγραμμα 2: Αναπτυξιακές επιδόσεις περιφερειών (Agenda της Λισσαβώνας)



Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007 -2013»

Όλες οι Περιφέρειες, εκτός της Αττικής, του Νοτίου Αιγαίου και της Κεντρικής Μακεδονίας παρουσιάζουν μεγαλύτερη συγκέντρωση σε ΜΜΕ με **ειδίκευση στον πρωτογενή τομέα**. Ειδίκευση στο **δευτερογενή τομέα** παρουσιάζουν η **Δυτική Μακεδονία** (Ενέργεια)**, η Στερεά Ελλάδα** (βιομηχανικές συγκεντρώσεις που αναφέρονται στην Αττική), **η Κεντρική Μακεδονία και Αττική**. Στον **τριτογενή τομέα** ειδικεύονται κυρίως **η Αττική και το Νότιο Αιγαίο** (Τουρισμός).

Πίνακας 6: Συμβολή των ΜΜΕ ανά Περιφέρεια στην Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία

	Πρωτογενής	Δευτερογενής	Τριτογενής
Αν. Μακεδονία & Θράκη	9,6%	5,0%	3,4%
Κεντρική Μακεδονία	**18,6%**	**17,0%**	**16,7%**
Δυτική Μακεδονία	**5,2%**	**4,0%**	**2,2%**
Θεσσαλία	13,4%	7,9%	5,1%
Ήπειρος	3,2%	2,1%	2,7%
Ιόνια Νησιά	2,1%	1,0%	2,0%
Δυτική Ελλάς	9,3%	4,1%	5,1%
Στερεά Ελλάς	**9,6%**	**14,1%**	**4,8%**
Πελοπόννησος	10,8%	6,7%	4,1%
Αττική	**3,3%**	**32,5%**	**42,9%**
Βόρειο Αιγαίο	2,9%	2,5%	1,6%
Νότιο Αιγαίο	**3,8%**	**0,9%**	**3,4%**
Κρήτη	8,2%	2,2%	6,1%
Σύνολο	*100,0%*	*100,0%*	

Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007 -2013» (στοιχεία ΕΣΥΕ 2005)

- ***Δημογραφικά Χαρακτηριστικά των Επιχειρηματιών των ΜΜΕ***

Τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των ελληνικών επιχειρήσεων αποτυπώνονται στις ετήσιες έρευνες επιχειρηματικότητας που εκπονεί κάθε χρόνο το I.O.B.E. σε συνεργασία με το Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Η έρευνα του ΙΟΒΕ – GEM διαχωρίζει την επιχειρηματικότητα σε δύο στάδια: α) επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, και β) την καθιερωμένη επιχειρηματικότητα[3]. Στη σχετική μελέτη του 2006 προσεγγίζονται και αναλύονται τέσσερα βασικά δημογραφικά **χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας** στην Ελλάδα:

- Φύλο,
- Ηλικία,
- Εκπαίδευση, και
- Εισόδημα.

1. ΦΥΛΟ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ

Σε όλες τις σχετικές έρευνες, τόσο διεθνείς όσο και ελληνικές[4], έχει επισημανθεί το **χάσμα** ανάμεσα στην **επιχειρηματική δραστηριότητα των δύο φύλων**: Στους τέσσερις Έλληνες

[3] Σημείωση: Η έννοια της νέας επιχειρηματικότητας και του νέου επιχειρηματία αναφέρεται στη διάσταση του καινούριου (πρόσφατου) εγχειρήματος και δεν θα πρέπει να συγχέεται π.χ με την ηλικία του ατόμου. Αντίστοιχα, ως καθιερωμένος επιχειρηματίας ορίζεται το άτομο που είναι ιδιοκτήτης ολόκληρου ή μόνον ενός μέρους ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος, το οποίο έχει πληρώσει μισθούς ή κέρδη για διάστημα μεγαλύτερο των 42 μηνών. Το χρονικό αυτό όριο ορίζεται λοιπόν από το ερευνητικό πρόγραμμα ως το όριο που διακρίνει την «επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων» από την επιχειρηματική δραστηριότητα των «καθιερωμένων» επιχειρηματιών.

[4] Πηγή: Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2005 – 2006, ΙΟΒΕ σε συνεργασία με το GEM.

που ξεκινούν επιχειρηματική δραστηριότητα, μόνο μία είναι γυναίκα[3]. Με βάση τους άνδρες επιχειρηματίες, η Ελλάδα κατατάσσεται στην 4η θέση στην Ευρώπη, υπερτερώντας από τον ευρωπαϊκό μέσο όρο, ενώ στις γυναίκες, παρά την άνοδο, η Ελλάδα παραμένει σε απόσταση από τους αντίστοιχους μέσους όρους, καταλαμβάνοντας την 12η θέση στην Ευρώπη.

2. ΗΛΙΚΙΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ

Σύμφωνα με την έρευνα, η **ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας** στην **Ελλάδα** παρουσιάζεται σε **όχι πολύ νεαρές ηλικίες,** κυρίως σε αυτές **μεταξύ 35-44 ετών** και ακολούθως στο ηλικιακό κλιμάκιο 45-54. Από τα διαθέσιμα στοιχεία της έρευνας IOBE-GEM[3] προκύπτει ότι ένας στους δύο επιχειρηματίες στην Ελλάδα (νέους επιχειρηματίες και εδραιωμένους[5]) είναι άνω των 45 ετών επίδοση που κατατάσσει την Ελλάδα στην πρώτη θέση στην Ευρώπη ως προς το ηλικιακό κλιμάκιο 45-54. Η ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας σε μικρότερες ηλικίες κυμαίνεται σε πολύ χαμηλά επίπεδα σε σχέση με τους μέρους όρους Ευρώπης και διεθνώς.

3. ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ

Το εκπαιδευτικό επίπεδο των επιχειρηματιών αποτελεί ένα σημαντικό παράγοντα που καθορίζει τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Δεδομένων των δυσκολιών σύγκρισης των εκπαιδευτικών βαθμίδων ανάμεσα σε χώρες με διαφορετικά εκπαιδευτικά συστήματα, οι ερευνητές διακρίνουν το εκπαιδευτικό επίπεδο σε τέσσερα κλιμάκια: α) άτομα που έχουν αποκτήσει μόνο μερική δευτεροβάθμια εκπαίδευση, β) άτομα με ολοκληρωμένη δευτεροβάθμια εκπαίδευση, γ) απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και δ) απόφοιτοι σε ανώτερο επίπεδο. Σε αντίθεση με όσα διαπιστώνονται σε άλλες χώρες, στην Ελλάδα δεν φαίνεται ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων να μεταβάλλεται με το εκπαιδευτικό επίπεδο, όσο έντονα αυτό συμβαίνει σε άλλες χώρες. Τα δεδομένα υποδηλώνουν λοιπόν ότι η έφεση προς το επιχειρείν είναι ανεξάρτητη από τη μόρφωση που κατέχει ένα άτομο.

Οι πίνακες που ακολουθούν παρουσιάζουν τα σχετικά δεδομένα για την Ελλάδα, σε σύγκριση με άλλους μέσους όρους που χρησιμοποιούνται στην έρευνα.

[5] Εδραιωμένοι επιχειρηματίες είναι εκείνοι που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα πάνω από 3,5 έτη.

Πίνακας 7: Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά εκπαιδευτικό επίπεδο στην Ελλάδα (2005)

Εκπαιδευτικό επίπεδο	% αντίστοιχου πληθυσμού (Ελλάδα)	Θέση στην παγκόσμια κατάταξη	Θέση στην Ευρώπη	Μέσος όρος GEM	Μέσος όρος Ευρώπης	Χώρες μεσαίου εισοδήματος (μ.ο.)	Χώρες υψηλού εισοδήματος (μ.ο.)
Μερική Δευτεροβάθμια	2,63%	28η	15η	6,54%	5,82%	8,91%	5,05%
Δευτεροβάθμια	7,15%	10η	3η	6,2%	4,41%	8,95%	5,52%
Τριτοβάθμια	8,66%	15η	4η	8,87%	5,41%	12,16%	7,69%
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	8,43%	22η	4η	10,05%	7,17%	13,67%	8,36%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Πίνακας 8: Η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα ανά εκπαιδευτικό επίπεδο στην Ελλάδα (2005)

Εκπαιδευτικό επίπεδο	% αντίστοιχου πληθυσμού (Ελλάδα)	Θέση στην παγκόσμια κατάταξη	Θέση στην Ευρώπη	Μέσος όρος GEM	Μέσος όρος Ευρώπης	Χώρες μεσαίου εισοδήματος (μ.ο.)	Χώρες υψηλού εισοδήματος (μ.ο.)
Μερική Δευτεροβάθμια	9,47%	7η	2η	6,04%	5,26%	5,90%	6,90%
Δευτεροβάθμια	12,82%	2η	1η	4,59%	4,86%	4,83%	6,03%
Τριτοβάθμια	11,09%	4η	2η	5,63%	5,08%	6,84%	6,31%
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	4,21%	30η	17η	7,51%	6,77%	8,08%	7,89%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

4. ΕΙΣΟΔΗΜΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ

Το μεγαλύτερο μέρος της **χρηματοδότησης** που απαιτείται για την εκκίνηση ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος καλύπτεται από **τον ίδιο τον επιχειρηματία,** μέσω κυρίως προσωπικής αποταμίευσης ή με την οικονομική συνεισφορά ατόμων από το στενό οικογενειακό ή επαγγελματικό περιβάλλον. Αναπόφευκτα λοιπόν, αναμένεται να υπάρχει ισχυρή συσχέτιση ανάμεσα στην επιχειρηματική δραστηριότητα και το επίπεδο του εισοδήματος[6]. Οι σχετικές έρευνες κατανέμουν τον πληθυσμό κάθε χώρας σε τρεις κλίμακες όσον αφορά στο επίπεδο εισοδήματος: κατώτερο, μεσαίο και ανώτερο. Από την ανάλυση των στοιχείων των επόμενων πινάκων προκύπτει η θετική συσχέτιση που υπάρχει μεταξύ εισοδήματος και εκδήλωσης επιχειρηματικής δραστηριότητας, διαφαίνεται όμως ότι στη περίπτωση της Ελλάδας, το εισόδημα δεν αποτελεί προσδιοριστικό παράγοντα για την

[6] Αποδεικνύεται με βάση οικονομετρικές αναλύσεις της έρευνας

εκδήλωση επιχειρηματικότητας, αλλά μάλλον κοινωνική / πολιτισμική ώθηση για άσκηση ανεξάρτητης οικονομικής δραστηριότητας.

Πίνακας 9: Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά εισοδηματικό κλιμάκιο (2005)

Εισοδηματικό κλιμάκιο	% αντίστοιχου πληθυσμού (Ελλάδα)	Θέση στην παγκόσμια κατάταξη	Θέση στην Ευρώπη	Μέσος όρος GEM	Μέσος όρος Ευρώπης	Χώρες μεσαίου εισοδήματος (μ.ο.)	Χώρες υψηλού εισοδήματος (μ.ο.)
Χαμηλότερο1/3	1,2%	31η	17η	6,4%	4,0%	9,0%	4,9%
Μεσαίο 1/3	6,1%	17η	6η	8,2%	4,6%	11,3%	6,0%
Ανώτερο 1/3	13,7%	9η	1η	10,7%	7,2%	12,8%	8,7%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Πίνακας 10: Η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα ανά εισοδηματικό κλιμάκιο (2005)

Εισοδηματικό κλιμάκιο	% αντίστοιχου πληθυσμού (Ελλάδα)	Θέση στην παγκόσμια κατάταξη	Θέση στην Ευρώπη	Μέσος όρος GEM	Μέσος όρος Ευρώπης	Χώρες μεσαίου εισοδήματος (μ.ο.)	Χώρες υψηλού εισοδήματος (μ.ο.)
Χαμηλότερο1/3	3,2%	15η	9η	3,8%	3,2%	4,8%	3,9%
Μεσαίο 1/3	13,3%	4η	1η	6,3%	5,3%	6,8%	6,2%
Ανώτερο 1/3	16,1%	4η	2η	9,8%	8,9%	7,9%	8,2%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Σε ότι αφορά τέλος στις συσχετίσεις του εισοδήματος με τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας, οι σχετικές αναλύσεις δεν ανέδειξαν κάποιες σημαντικές διαφοροποιήσεις, παρά μόνο το ότι τα εγχειρήματα των ατόμων από χαμηλότερα εισοδηματικά κλιμάκια δεν υστερούν σε όρους καινοτομίας ή τεχνολογίας. Σε κάθε περίπτωση πάντως η σχέση εισοδήματος και ποιοτικών χαρακτηριστικών του εγχειρήματος είναι πολύ ασαφής και χωρίς συγκεκριμένη κατεύθυνση.

- *Νέες Ιδρύσεις*

Με βάση τα πιο πρόσφατα στοιχεία της Γενικής Γραμματείας Πληροφοριακών Συστημάτων (Γ.Γ.Π.Σ.) σχετικά με τις ενάρξεις λειτουργίας επιχειρήσεων, μέσα στο **2006** πραγματοποιήθηκαν **26.774 ενάρξεις** (14% περισσότερες από το 2005), εκ των οποίων όμως μόνο **17%** (4.590 ενάρξεις) αφορούσαν σε νομικές μορφές περιορισμένης ευθύνης

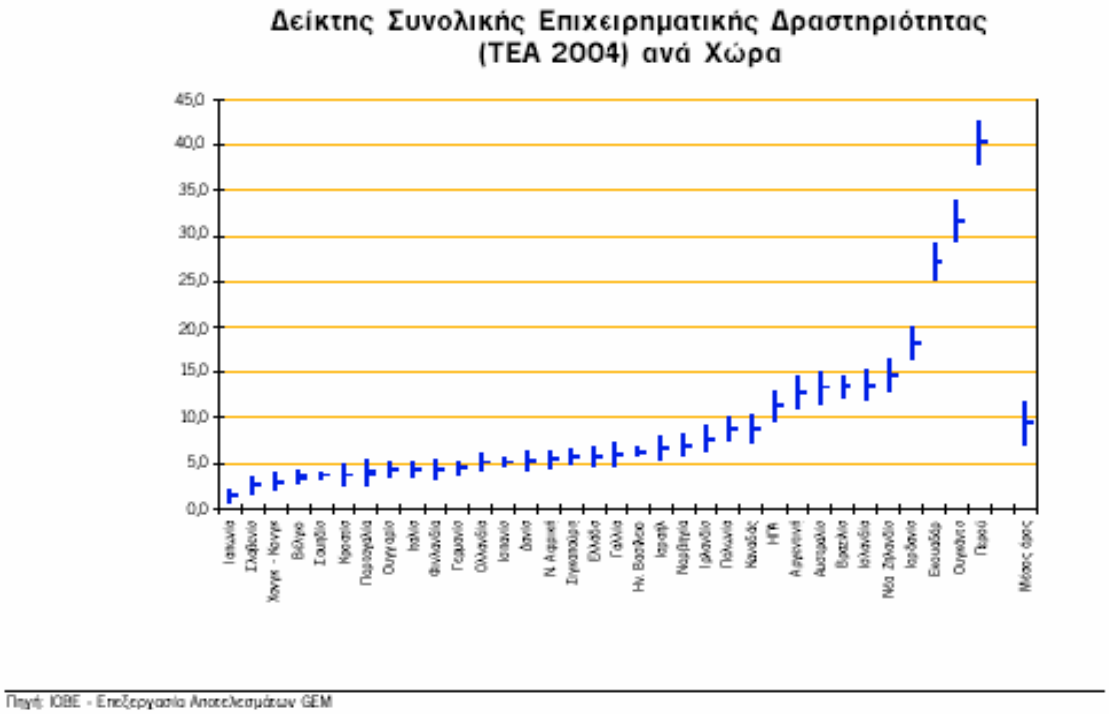
(Α.Ε. και ΕΠΕ). Οι νομικές αυτές μορφές μπορεί βέβαια να κινητοποιούν το μεγαλύτερο όγκο των κεφαλαίων στον ελληνικό εταιρικό τομέα[7], αλλά δεν αποτυπώνουν με εξίσου μεγάλη ακρίβεια τις εξελίξεις στην επιχειρηματικότητα, η οποία συνήθως εκδηλώνεται σε αρχικά στάδια με απλούστερες νομικές μορφές.

Συγκριτικές αναλύσεις αναδεικνύουν την Ελλάδα στην 8η θέση το μερίδιο των νέων επιχειρήσεων στο σύνολο, στην 6η ως προς τη συνολική «ροπή προς την επιχειρηματικότητα» (πάνω από το μέσο όρο της ΕΕ-15 και της ΕΕ-25), στην 11η ως προς το ρυθμό «γέννησης» επιχειρήσεων και στην 8η ως προς τον καθαρό ρυθμό (γεννήσεις μείον «θάνατοι») υψηλότερα από όλες τις χώρες της ΕΕ-15 πλην Ιρλανδίας και Λουξεμβούργου[8].

Α.1.2 Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα

Η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας σύμφωνα με συγκριτικές μελέτες διεθνών οργανισμών[9] χαρακτηρίζεται από μια 5ετή πτωτική πορεία. Το 2006 παρατηρείται αναστροφή της αρνητικής τάσης και η Ελλάδα βελτιώνει τη θέση της στη διεθνή κατάταξη και καταλαμβάνει την 42η θέση έναντι της 50η θέση που κατείχε το 2005[10] (αναλυτικότερα βλ. ενότητα Ι.2. της μελέτης). Σημαντική βάση για αντιστροφή της μειωμένης ανταγωνιστικότητας συνιστά η αυξημένη ροπή προς την επιχειρηματικότητα και ο υψηλός ρυθμός δημιουργίας ΜΜΕ στην Ελλάδα[11].

[7] Πηγή: ICAP 2006
[8] Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007-2013»
[9] Π.χ. Μελέτη του IMD World Competitiveness Yearbook 2006, Ετήσια Έκθεση για την Επιχειρηματικότητα του Εθνικού Συμβουλίου για την Ανταγωνιστικότητα, Έκθεση του WEF (World Economic Forum)
[10] Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007 -2013» (IMD, World Competitiveness Center, Yearbook, 2006).
[11] Η επιχειρηματική δραστηριότητα φθάνει στο 5,8% του ενήλικου πληθυσμού (λίγο κάτω από το σταθμισμένο μέσο όρο των χωρών του Ευρωπαϊκού δείγματος) και ο ρυθμός δημιουργίας ΜΜΕ είναι υψηλότερος του μέσου όρου της ΕΕ-25 (11% έναντι 8,5%). Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007 - 2013» (Global Entrepreneurship Monitor 2003, αναφέρεται στο: ΥΠΟΙΟ, Frontier Economics , 2005, *Έκθεση Γενικής Μελέτης Προοπτικών Ανάπτυξης της Ελλάδας)*.



Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007-2013» (ΙΟΒΕ – Επεξεργασία αποτελεσμάτων GEM)

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η επιχειρηματικότητα αυτή είναι σε μεγάλο βαθμό «Επιχειρηματικότητα Ανάγκης» και ότι οι Δείκτες Επιχειρηματικότητας Υψηλών Δυνατοτήτων και Εταιρικής Επιχειρηματικότητας (που αντικατοπτρίζουν το βαθμό καινοτομικότητας των επιχειρήσεων), είναι χαμηλοί (βλπ. αναλυτικά ενότητα Α.2). Συγκριτικές αναλύσεις αναδεικνύουν μεν τη χώρα στην 1η θέση ως προς την αυτοαπασχόληση και στην 7η σε ό,τι αφορά στην ανοιχτή κεφαλαιοποίηση των επιχειρήσεων (εισαγωγή στο Χρηματιστήριο), την 8η στο μερίδιο των νέων επιχειρήσεων στο σύνολο, στην 6η ως προς τη συνολική «ροπή προς την επιχειρηματικότητα[12]» (πάνω από το μέσο όρο της ΕΕ-15 και της ΕΕ-25), στην 11η ως προς το ρυθμό «γέννησης» επιχειρήσεων και στην 8η ως προς τον καθαρό ρυθμό (γεννήσεις μείον «θάνατοι») υψηλότερα από όλες τις χώρες της ΕΕ-15 πλην της Ιρλανδίας και του Λουξεμβούργου, αλλά στη 18η θέση σε ό,τι αφορά στο μέγεθος των επιχειρηματικών κεφαλαίων ('venture capital') ως προς το ΑΕΠ, στην τελευταία θέση στους όρους δανεισμού επιχειρηματικών κεφαλαίων, στη 13η ως προς τις δημόσιες υπηρεσίες προς επιχειρήσεις που παρέχονται ηλεκτρονικά (πάνω όμως από Ολλανδία και Λουξεμβούργο), στην 3η από το τέλος ως προς τον ολικό συντελεστή εταιρικής φορολόγησης (πάνω από Γερμανία και Ιταλία) και τη συνολική δαπάνη σε Ε&Τ σε % του ΑΕΠ, και στην τελευταία ως προς το ποσοστό του κύκλου εργασιών που πραγματοποιείται δια του ηλεκτρονικού εμπορίου.

[12] Επιθυμία έναρξης νέας επιχειρηματικής δραστηριότητας

Παρά την πρόοδο που έχει επιτευχθεί σε θέματα αύξησης της **ανταγωνιστικότητας** της Ελληνικής Οικονομίας, η τελευταία εξακολουθεί να χαρακτηρίζεται από[13]:

- Περιορισμένη ικανότητα ενσωμάτωσης νέων τεχνολογιών και έλλειμμα διείσδυσης ΕΤΑΚ ως προς το μέσο όρο της ΕΕ-25.

- Χαμηλή παραγωγικότητα και μικρή εξωστρέφεια των κλάδων της Ελληνικής Οικονομίας και αδυναμία αντιμετώπισης διεθνούς ανταγωνισμού.

- Χρόνια παραγωγική υστέρηση με «ιστορικά αίτια» τα οποία δεν έχουν αντιμετωπισθεί επαρκώς στο παρελθόν.

- Περιορισμένο ρόλο στο νέο οικονομικό «γίγνεσθαι» ιδιαίτερα σε σχέση με τις εξελίξεις στο χώρο των Βαλκανίων και της Μεσογείου.

- Αναποτελεσματικό μίγμα πολιτικών συντονισμού των επιχειρηματικών και οικονομικών πόρων του κράτους με στόχο την επίτευξη υψηλού βαθμού παραγωγικότητας και την ανάδειξη της ελκυστικότητας της ελληνική οικονομίας.

- Δυσκολίες βελτιστοποίησης του συνδυασμού των αναπτυξιακών συνεισφορών των κλάδων της οικονομίας.

- Επιχειρηματικό περιβάλλον που δεν έχει επιτύχει υψηλό επίπεδο ωριμότητας ικανό να προσελκύει και να ευνοεί ξένες επενδύσεις.

- Περιορισμένες πρωτοβουλίες ανάπτυξης ικανοτήτων του παραγωγικού δυναμικού και ενσωμάτωσής του στην οικονομία της γνώσης.

- Ημιτελές ενεργειακό δίκτυο και περιορισμένη εφαρμογή «πράσινων» επιχειρηματικών στρατηγικών.

- Υψηλή εξάρτηση από τα Διαρθρωτικά Ταμεία.

Σχετικό Εύρημα από την ειδική ποιοτική έρευνα:

Τέλος, σύμφωνα με τα ευρήματα της ειδικής ποιοτικής έρευνας, προκύπτει ότι οι ελληνικές ΜΜΕ, σε γενικές γραμμές, δεν θεωρούνται ανταγωνιστικές – με εξαίρεση ορισμένες ΜΜΕ που δραστηριοποιούνται σε τομείς όπως ο εναλλακτικός τουρισμός, ή οι μεταφορές ή που

[13] Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007-2013»

παράγουν εξειδικευμένα προϊόντα. Επιπλέον, οι εκπρόσωποι των φορέων ανέφεραν ως προβλήματα ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ – πέραν των παραπάνω – την περιορισμένη εκμετάλλευση των οικονομιών κλίμακας, την έλλειψη εξειδίκευσης, και την απουσία μακροχρόνιου σχεδιασμού.

Όσον αφορά την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών, την οργάνωση των επιχειρήσεων, την κατάρτιση των εργαζομένων, την ευελιξία των επιχειρήσεων, την απασχόληση εξειδικευμένου προσωπικού και τον μακροχρόνιο σχεδιασμό, από την ειδική ποσοτική έρευνα, προκύπτουν τα ακόλουθα ευρήματα:

Η επιχείρησή μου αξιοποιεί πλήρως τις τεχνολογίες πληροφορικής	Αριθμός προσωπικού				μ.ο. 4 κατηγ
	0-4	5-9	10-49	50-249	
Διαφωνώ απόλυτα	11,8	5,4	1,8	1,0	8,2
Μάλλον διαφωνώ	10,4	6,3	6,4	1,0	8,1
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	21,5	14,4	27,5	10,7	20,0
Μάλλον συμφωνώ	26,3	37,8	26,6	40,8	29,8
Συμφωνώ απόλυτα	28,2	35,1	35,8	44,7	32,3
ΔΞ/ΔΑ	1,9	0,9	1,8	1,9	1,7
Στην επιχείρησή μου η οργάνωση είναι αποτελεσματική - βοηθά στον να γίνεται η δουλειά μας γρηγορότερα, καλύτερα					
Διαφωνώ απόλυτα	1,9		2,8	1,0	1,6
Μάλλον διαφωνώ	3,3	5,4	3,7	3,9	3,7
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	17,4	9,9	14,7	12,6	15,4
Μάλλον συμφωνώ	31,5	32,4	40,4	44,7	34,5
Συμφωνώ απόλυτα	45,1	50,5	36,7	36,9	43,7
ΔΞ/ΔΑ	0,8	1,8	1,8	1,0	1,1
Στην επιχείρησή μου οι απασχολούμενοι συμμετέχουν τακτικά σε προγράμματα εκπαίδευσης - κατάρτισης					
Διαφωνώ απόλυτα	31,7	26,1	20,2	3,9	25,8
Μάλλον διαφωνώ	19,9	18,0	14,7	14,6	18,2
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	19,1	23,4	28,4	26,2	21,8
Μάλλον συμφωνώ	14,1	17,1	22,0	31,1	17,7
Συμφωνώ απόλυτα	12,8	14,4	12,8	23,3	14,4
ΔΞ/ΔΑ	2,5	0,9	1,8	1,0	2,0
Η επιχείρησή μου ανταποκρίνεται γρήγορα στις αλλαγές του επιχειρηματικού περιβάλλοντος - παρουσιάζει ευελιξία					
Διαφωνώ απόλυτα	3,5	2,7	2,8	1,0	3,0
Μάλλον διαφωνώ	6,2	2,7	4,6	3,9	5,2
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	19,7	21,6	14,7	15,5	18,7
Μάλλον συμφωνώ	32,1	34,2	41,3	43,7	35,1

Συμφωνώ απόλυτα	37,5	37,8	35,8	35,9	37,1
ΔΞ/ΔΑ	1,0	0,9	0,9		0,9
Η επιχείρησή μου απασχολεί το απαιτούμενο εξειδικευμένο προσωπικό	Αριθμός προσωπικού				μ.ο. 4 κατηγ
	0-4	5-9	10-49	50-249	
Διαφωνώ απόλυτα	11,4	1,8	2,8		7,4
Μάλλον διαφωνώ	6,0	5,4	2,8	2,9	5,1
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	15,1	18,0	11,0	10,7	14,4
Μάλλον συμφωνώ	25,7	26,1	34,9	31,1	27,7
Συμφωνώ απόλυτα	40,8	46,9	47,7	53,4	44,2
ΔΞ/ΔΑ	1,0	1,8	0,9	1,9	1,2
Στην επιχείρησή μου θέτουμε μακροπρόθεσμους στόχους ανάπτυξης					
Διαφωνώ απόλυτα	2,1	0,9	2,8	1,0	1,9
Μάλλον διαφωνώ	3,3	2,7	3,7	1,9	3,1
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	16,4	11,7	20,2	23,3	17,1
Μάλλον συμφωνώ	28,4	28,8	25,7	30,1	28,3
Συμφωνώ απόλυτα	47,8	54,1	45,9	43,7	47,9
ΔΞ/ΔΑ	2,1	1,8	1,8		1,7
ΒΑΣΗ	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*

- ***Αντιλαμβανόμενη Ανταγωνιστικότητα και παράγοντες που την επηρεάζουν***

Μέσω μιας σειράς ερωτήσεων στην ειδική ποσοτική έρευνα κατεγράφησαν οι απόψεις των επιχειρηματιών σε ότι αφορά τα ακόλουθα θέματα:

- Αντιλαμβανόμενο επίπεδο παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων και στάση έναντι στους ανταγωνιστές
- Παράγοντες που επηρεάζουν την ανταγωνιστικότητα
- Αναγνώριση βασικών ανταγωνιστών
- Αξιολόγηση των ενεργειών και δράσεων των βασικών ανταγωνιστών

Η επιχείρησή μου συνεργάζεται στενά με τους πελάτες της για να κατανοεί καλύτερα τις ανάγκες τους	Αριθμός προσωπικού				μ.ο. 4 κατηγ
	0-4	5-9	10-49	50-249	
Διαφωνώ απόλυτα	0,8	0	0	0	0,5
Μάλλον διαφωνώ	1,9	4,5	0	2,9	2,1
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	3,7	4,5	6,4	3,9	4,2
Μάλλον συμφωνώ	23,6	18,9	27,5	36,9	25,2
Συμφωνώ απόλυτα	68,7	71,2	65,1	56,3	67,0
ΔΞ/ΔΑ	1,2	0,9	0,9	0	1,0

Στην επιχείρησή μου υπάρχει πνεύμα συνεργασίας και αποτελεσματικής επικοινωνίας					
Διαφωνώ απόλυτα	1,5	2,7	0,9	1,0	1,5
Μάλλον διαφωνώ	2,1	3,6	2,8	1,0	2,2
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	12,8	5,4	13,8	22,3	13,2
Μάλλον συμφωνώ	28,8	40,5	33,0	38,8	32,3
Συμφωνώ απόλυτα	53,0	46,0	48,6	36,9	49,4
ΔΞ/ΔΑ	1,9	1,8	0,9		1,5
Στην επιχείρησή μου ερευνούμε συνεχώς την αγορά για νέες ευκαιρίες στο εσωτερικό					
Διαφωνώ απόλυτα	8,9	7,2	10,1	4,9	8,3
Μάλλον διαφωνώ	6,6	4,5	6,4	4,9	6,1
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	12,2	15,3	13,8	21,4	14,0
Μάλλον συμφωνώ	26,9	27,9	24,8	34,0	27,7
Συμφωνώ απόλυτα	43,9	44,1	44,0	34,0	42,7
ΔΞ/ΔΑ	1,5	0,9	0,9	1,0	1,2
Στην επιχείρησή μου ερευνούμε συνεχώς την αγορά για νέες ευκαιρίες στο εξωτερικό					
Διαφωνώ απόλυτα	31,5	14,4	24,8	11,7	25,7
Μάλλον διαφωνώ	9,5	7,2	11,9	9,7	9,6
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	11,6	17,1	13,8	16,5	13,3
Μάλλον συμφωνώ	17,8	18,9	13,8	28,2	18,7
Συμφωνώ απόλυτα	28,0	39,6	33,0	32,0	30,8
ΔΞ/ΔΑ	1,7	2,7	2,8	1,9	2,0
Η επιχείρησή μου παρέχει προϊόντα / υπηρεσίες υψηλής ποιότητας					
Διαφωνώ απόλυτα	2,3	0,9	0,9		1,6
Μάλλον διαφωνώ	1,2	1,8	1,8		1,2
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	8,9	11,7	6,4	7,8	8,8
Μάλλον συμφωνώ	31,1	26,1	34,9	37,9	31,8
Συμφωνώ απόλυτα	54,7	57,7	53,2	51,5	54,5
ΔΞ/ΔΑ	1,9	1,8	2,8	2,9	2,1
Η επιχείρησή μου παρέχει υψηλό επίπεδο εξυπηρέτησης πελατών					
Διαφωνώ απόλυτα	0,2				0,1
Μάλλον διαφωνώ	0,8	1,8	1,8		1,0
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	6,8	6,3	4,6	5,8	6,3
Μάλλον συμφωνώ	27,5	27,9	33,9	47,6	31,0
Συμφωνώ απόλυτα	63,2	62,2	58,7	46,6	60,3
ΔΞ/ΔΑ	1,5	1,8	0,9		1,2
Η επιχείρησή μου παρέχει υψηλό επίπεδο τεχνογνωσίας και εμπειρίας					
Διαφωνώ απόλυτα	1,0	0,9	3,7	1,9	1,5
Μάλλον διαφωνώ	4,4	0,9	2,8	1,0	3,2
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	10,8	14,4	10,1	7,8	10,8
Μάλλον συμφωνώ	26,7	29,7	33,9	37,9	29,5

Συμφωνώ απόλυτα	54,2	52,3	47,7	48,5	52,4
ΔΞ/ΔΑ	2,9	1,8	1,8	2,9	2,6
Στην επιχείρησή μου βασικά δουλεύουμε για πολύ λίγους πελάτες					
Διαφωνώ απόλυτα	31,3	28,8	41,3	45,6	34,1
Μάλλον διαφωνώ	12,4	20,7	18,4	14,6	14,6
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	18,0	18,0	12,8	9,7	16,3
Μάλλον συμφωνώ	18,4	9,9	14,7	18,5	16,8
Συμφωνώ απόλυτα	17,2	20,7	11,9	11,7	16,3
ΔΞ/ΔΑ	2,7	1,8	0,9		2,0
Υπάρχει μεγάλη ζήτηση για τα κύρια προϊόντα μας					
Διαφωνώ απόλυτα	3,5	2,7	2,8	1,0	3,0
Μάλλον διαφωνώ	10,1	5,4	6,4	2,9	8,1
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	24,6	24,3	29,4	24,3	25,2
Μάλλον συμφωνώ	29,4	31,5	37,6	38,8	32,0
Συμφωνώ απόλυτα	30,4	32,4	22,9	32,0	29,9
ΔΞ/ΔΑ	1,9	3,6	0,9	1,0	1,9
Τα προϊόντα μας έχουν διάρκεια, δεν ξεπερνιούνται γρήγορα στην αγορά					
Διαφωνώ απόλυτα	4,8	1,8	2,8	2,9	3,9
Μάλλον διαφωνώ	6,0	4,5	2,8	1,9	4,8
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	20,5	23,4	11,0	12,6	18,6
Μάλλον συμφωνώ	26,3	25,2	34,9	39,8	29,0
Συμφωνώ απόλυτα	38,5	43,2	46,8	38,8	40,3
ΔΞ/ΔΑ	3,9	1,8	1,8	3,9	3,4
Ο ανταγωνισμός στην αγορά που απευθυνόμαστε είναι έντονος					
Διαφωνώ απόλυτα	4,1	0,9	0,9	1,0	2,9
Μάλλον διαφωνώ	1,5	3,6	1,8	3,9	2,1
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	4,1	7,2	11,0	7,8	6,0
Μάλλον συμφωνώ	18,6	21,6	17,4	24,3	19,6
Συμφωνώ απόλυτα	70,4	65,8	67,9	62,1	68,4
ΔΞ/ΔΑ	1,2	0,9	0,9	1,0	1,1
Οι κινήσεις των ανταγωνιστών μας είναι προβλέψιμες, δεν μας φοβίζουν, αντιμετωπίζονται					
Διαφωνώ απόλυτα	7,7	5,4	2,8	5,8	6,5
Μάλλον διαφωνώ	7,5	6,3	7,3	1,9	6,6
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	24,8	25,2	35,8	26,2	26,6
Μάλλον συμφωνώ	25,7	35,1	23,9	45,6	29,3
Συμφωνώ απόλυτα	32,3	26,1	27,5	19,4	29,2
ΔΞ/ΔΑ	2,1	1,8	2,8	1,0	2,0
Σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές μας, έχουμε καλύτερες επιδόσεις					
Διαφωνώ απόλυτα	2,1	2,7	0,9	1,0	1,9
Μάλλον διαφωνώ	3,7	0,9	3,7	3,9	3,4
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	32,9	32,4	26,6	21,4	30,5

Μάλλον συμφωνώ	29,0	32,4	34,9	35,9	31,1
Συμφωνώ απόλυτα	29,4	29,7	32,1	37,9	30,9
ΔΞ/ΔΑ	2,9	1,8	1,8		2,2
ΒΑΣΗ	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Πόσο θα λέγατε ότι κάθε ένα από τα παρακάτω θέματα επηρεάζουν το επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση σας;	Αριθμός προσωπικού				μ.ο. 4 κατηγ
	0-4	5-9	10-49	50-249	
Ρυθμιστικό (νομοθετικές ρυθμίσεις)	8,3	6,3	9,2	5,8	7,8
Καθόλου	15,9	11,7	7,3	11,7	13,7
Λίγο	22,0	23,4	20,2	26,2	22,5
Αρκετά	20,5	25,2	30,3	24,3	23,0
Πολύ	32,3	32,4	32,1	31,1	32,1
ΔΞ/ΔΑ	1,0	0,9	0,9	1,0	1,0
Διαχείριση θεμάτων ενέργειας (κόστος, απόβλητα)					
Καθόλου	33,1	25,2	19,3	22,3	28,8
Λίγο	18,2	18,0	22,0	21,4	19,1
Αρκετά	15,1	21,6	21,1	16,5	17,0
Πολύ	14,9	18,9	20,2	27,2	17,7
ΔΞ/ΔΑ	12,2	14,4	16,5	11,7	13,0
Νομικά θέματα ανταγωνισμού (πάταξη αθέμιτου ανταγωνισμού, έλεγχος ποιότητας)					
Καθόλου	14,5	10,8	13,8	9,7	13,3
Λίγο	11,6	12,6	14,7	12,6	12,3
Αρκετά	19,7	30,6	21,1	30,1	22,7
Πολύ	20,9	18,9	22,0	26,2	21,5
ΔΞ/ΔΑ	29,6	25,2	27,5	21,4	27,7
Αξιοποίηση τεχνολογιών επικοινωνίας (θεσμοθέτηση ηλεκτρονικού εμπορίου, ηλεκτρονική επικοινωνία)					
Καθόλου	10,4	9,0	7,3	3,9	8,9
Λίγο	12,0	9,9	17,4	6,8	11,8
Αρκετά	21,5	21,6	15,6	28,2	21,6
Πολύ	23,6	23,4	23,9	34,0	24,9
ΔΞ/ΔΑ	30,6	34,2	35,8	25,2	31,1
Βελτίωση υποδομών					
Καθόλου	13,3	8,1	18,4	15,5	13,5
Λίγο	12,4	6,3	6,4	14,6	11,0
Αρκετά	16,8	19,8	23,9	14,6	17,9
Πολύ	19,1	25,2	14,7	25,2	20,1
ΔΞ/ΔΑ	36,4	39,6	36,7	30,1	36,1
Φορολογική μεταρρύθμιση (ελάφρθνση, μαπλοποίηση, πάταξη φοροδιαφυγής)					
Καθόλου	2,9	2,7	1,8	4,9	3,0
Λίγο	3,1	4,5	3,7	2,9	3,4
Αρκετά	11,2	14,4	14,7	15,5	12,7

Πολύ	19,9	19,8	17,4	35,0	21,5
ΔΞ/ΔΑ	62,1	57,7	61,5	41,8	58,8
Σύστημα Κοινωνικής Ασφάλισης (ελάφρυνση, μείωση εργοδοτικών εισφορών)					
Καθόλου	2,5	4,5	4,6	2,9	3,1
Λίγο	5,4	5,4	5,5	7,8	5,7
Αρκετά	13,5	17,1	13,8	14,6	14,1
Πολύ	19,1	23,4	23,9	39,8	23,0
ΔΞ/ΔΑ	58,6	48,7	50,5	35,0	53,1
ΒΑΣΗ					

Ποιοι θεωρείτε ότι είναι οι μεγαλύτεροι ανταγωνιστές σας;	Αριθμός προσωπικού				μ.ο. 4 κατηγ
	0-4	5-9	10-49	50-249	
Επιχειρήσεις ίδιου μεγέθους – ομοειδείς	38,1	38,7	40,4	39,8	38,7
Μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου	35,6	36,0	33,0	35,0	35,2
Εισαγωγείς	14,7	13,5	11,9	7,8	13,3
Άλλο	6,6	6,3	7,3	8,7	7,0
ΒΑΣΗ	5,0	5,4	7,3	8,7	5,8

Σε ό,τι αφορά τους βασικούς σας ανταγωνιστές, πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τη φράση ότι…	Αριθμός προσωπικού				μ.ο. 4 κατηγ
	0-4	5-9	10-49	50-249	
Έχουν καλή εσωτερική οργάνωση					
Συμφωνώ απόλυτα	14,1	10,8	8,3	11,7	12,5
Μάλλον συμφωνώ	9,7	10,8	15,6	12,6	11,0
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	34,0	38,7	30,3	33,0	34,0
Μάλλον διαφωνώ	20,3	23,4	24,8	31,1	22,7
Διαφωνώ απόλυτα	17,4	14,4	20,2	8,7	16,3
ΔΞ/ΔΑ	4,6	1,8	0,9	2,9	3,5
Απασχολούν σημαντικό αριθμό εξειδικευμένου προσωπικού					
Συμφωνώ απόλυτα	17,2	13,5	11,9	4,9	14,4
Μάλλον συμφωνώ	13,5	14,4	18,4	14,6	14,4
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	26,9	34,2	25,7	30,1	28,2
Μάλλον διαφωνώ	22,0	23,4	27,5	33,0	24,3
Διαφωνώ απόλυτα	15,7	12,6	14,7	14,6	15,0
ΔΞ/ΔΑ	4,8	1,8	1,8	2,9	3,7
Έχουν πρόσβαση σε χρηματοδοτικά προγράμματα					
Συμφωνώ απόλυτα	7,3	1,8	6,4	7,8	6,5
Μάλλον συμφωνώ	5,8	8,1	11,9	6,8	7,1
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	24,2	31,5	30,3	43,7	28,5
Μάλλον διαφωνώ	26,9	25,2	21,1	27,2	25,9
Διαφωνώ απόλυτα	29,0	29,7	24,8	9,7	26,1
ΔΞ/ΔΑ	6,8	3,6	5,5	4,9	6,0
Έχουν συνάψει κατάλληλες συνεργασίες και διακινούν ευκολότερα τα προϊόντα/ υπηρεσίες					

τους					
Συμφωνώ απόλυτα	11,2	9,0	12,8	5,8	10,4
Μάλλον συμφωνώ	8,7	7,2	13,8	14,6	9,9
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	25,5	27,9	26,6	34,0	27,1
Μάλλον διαφωνώ	23,0	33,3	24,8	23,3	24,7
Διαφωνώ απόλυτα	24,8	19,8	21,1	17,5	22,7
ΔΞ/ΔΑ	6,8	2,7	0,9	4,9	5,2
Έχουν στη διάθεση τους τον πλέον σύγχρονο εξοπλισμό					
Συμφωνώ απόλυτα	15,5	9,9	11,9	9,7	13,5
Μάλλον συμφωνώ	15,5	21,6	17,4	8,7	15,8
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	26,5	33,3	29,4	35,0	28,9
Μάλλον διαφωνώ	19,3	21,6	22,0	33,0	21,7
Διαφωνώ απόλυτα	17,6	10,8	18,4	10,7	15,9
ΔΞ/ΔΑ	5,6	2,7	0,9	2,9	4,2
Προσπαθούν ή/και καταφέρνουν να διακινήσουν τα προϊόντα/ υπηρεσίες τους σε χώρες του εξωτερικού					
Συμφωνώ απόλυτα	31,3	20,7	31,2	14,6	27,7
Μάλλον συμφωνώ	14,9	13,5	9,2	14,6	13,9
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	18,6	34,2	28,4	19,4	22,2
Μάλλον διαφωνώ	15,5	14,4	14,7	30,1	17,1
Διαφωνώ απόλυτα	15,1	13,5	15,6	16,5	15,1
ΔΞ/ΔΑ	4,6	3,6	0,9	4,9	4,0
Διαθέτουν τα προϊόντα τους σε ιδιαίτερα ανταγωνιστικές τιμές					
Συμφωνώ απόλυτα	11,2	8,1	6,4	2,9	9,1
Μάλλον συμφωνώ	9,9	9,0	12,8	10,7	10,3
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	21,3	28,8	29,4	28,2	24,3
Μάλλον διαφωνώ	22,0	27,9	22,9	33,0	24,3
Διαφωνώ απόλυτα	32,3	23,4	26,6	21,4	28,9
ΔΞ/ΔΑ	3,3	2,7	1,8	3,9	3,1
Τα προϊόντα/ υπηρεσίες τους είναι υψηλής ποιότητας					
Συμφωνώ απόλυτα	20,3	18,9	21,1	7,8	18,6
Μάλλον συμφωνώ	15,9	27,9	25,7	14,6	18,7
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	35,2	32,4	31,2	36,9	34,5
Μάλλον διαφωνώ	13,5	10,8	13,8	31,1	15,4
Διαφωνώ απόλυτα	11,8	7,2	6,4	5,8	9,7
ΔΞ/ΔΑ	3,3	2,7	1,8	3,9	3,1
Μειώνουν την ποιότητα των προϊόντων / υπηρεσιών και πωλούν σε χαμηλότερες τιμές					
Συμφωνώ απόλυτα	11,0	6,3	13,8	10,7	10,7
Μάλλον συμφωνώ	8,7	7,2	6,4	14,6	8,9
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	21,1	26,1	23,9	30,1	23,3
Μάλλον διαφωνώ	23,8	27,9	27,5	22,3	24,7
Διαφωνώ απόλυτα	29,6	28,8	27,5	19,4	27,9
ΔΞ/ΔΑ	5,8	3,6	0,9	2,9	4,5

Έχουν πρόσβαση σε κατάλληλα δίκτυα διανομής					
Συμφωνώ απόλυτα	10,6	8,1	11,9	7,8	10,1
Μάλλον συμφωνώ	6,6	6,3	6,4	11,7	7,2
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	28,6	27,9	33,0	36,9	30,2
Μάλλον διαφωνώ	25,3	27,0	18,4	28,2	24,9
Διαφωνώ απόλυτα	20,7	26,1	24,8	10,7	20,7
ΔΞ/ΔΑ	8,3	4,5	5,5	4,9	7,0
ΒΑΣΗ	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*

Α.1.3. Ανάπτυξη Καινοτομίας στις ΜΜΕ

Παρά τα σημαντικά βήματα που έχουν γίνει στον τομέα της Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (ΕΤΑ), υπάρχει σοβαρή υστέρηση στη σύνδεση επιχειρηματικότητας και καινοτομίας και στην υιοθέτηση ΤΠΕ από τις επιχειρήσεις, με αποτέλεσμα η αυξανόμενη παραγωγικότητα της εργασίας να μη συμβάλλει επαρκώς σε άνοδο του ΑΕΠ. Στο σημείο αυτό εντοπίζεται ο χαρακτηριστικός δυϊσμός του ελληνικού συστήματος ΕΤΑ: παρά τις αξιόλογες επιδόσεις των Ελλήνων ερευνητών στα διεθνή ανταγωνιστικά προγράμματα, η χώρα δεν έχει αναπτύξει ή/και αξιοποιήσει επιχειρηματικά την καινοτομία στην ποσότητα και ποιότητα που απαιτεί η παραγωγική της υστέρηση. Από την άλλη πλευρά, η πόλωση της «καινοτομικής αλυσίδας» (με συγκέντρωση των υψηλού επιπέδου δραστηριοτήτων σε αναπτυγμένα κέντρα και αποχωροθέτηση των χαμηλού επιπέδου δραστηριοτήτων προς χώρες χαμηλού κόστους επιστημονικής εργασίας) δρα εις βάρος χωρών με «μεσαίο» επίπεδο, όπως η Ελλάδα, η οποία δεν διαθέτει την δυνατότητα να "προστατεύσει" τα όποια επιτεύγματα της στον τομέα ή να τον ενισχύσει "αφανώς" (π.χ. δια αυξημένων δαπανών στον τομέα άμυνας - ασφάλειας)[14].

Οι επιδόσεις της χώρας είναι συνολικά χαμηλές: καταλαμβάνει την 23η θέση στην ΕΕ-25 (προηγείται Μάλτας και Λετονίας) και την 15η θέση στην ΕΕ-15 στην επίδοση στην καινοτομία, με μόνο 6 επιδόσεις να προσεγγίζουν τον ευρωπαϊκό μέσο όρο σε ένα σύνολο 24 δεικτών. Ασθενέστερα σημεία είναι η ευρυζωνική διείσδυση, η δια βίου κατάρτιση, οι επενδύσεις των επιχειρήσεων, το venture capital, οι εξαγωγές υψηλής τεχνολογίας, η απασχόληση στη μεταποίηση μέσης και υψηλής τεχνολογίας, η παραγωγή νέων προϊόντων και η κατοχύρωση με διπλώματα ευρεσιτεχνίας.

Παράλληλα, η Ακαθάριστη Εγχώρια Δαπάνη για Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη (ΑΕΔΕΤΑ) ως % του ΑΕΠ ήταν μόλις 0,62% (2003) και 0,61% (2004) και παρουσιάζει μικρή σταθερή κάμψη από το 1999, αν και όχι σε όρους απόλυτης δαπάνης. Τέλος, η συμμετοχή του παραγωγικού τομέα είναι πολύ χαμηλή (σταθεροποιείται στο 30%), με το ήμισυ της ερευνητικής δραστηριότητας να εκτελείται από τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα και τη

[14] Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007-2013».

βιομηχανία να χρηματοδοτεί (2003) μόλις το 28% της επένδυσης για έρευνα και ανάπτυξη και τον δημόσιο τομέα το 70,5%[15].

Η μικρή κινητοποίηση των επιχειρήσεων αποτελεί το ασθενέστερο σημείο του συστήματος καινοτομίας - έρευνας και τεχνολογίας και αντανακλά γενικότερες διαρθρωτικές αδυναμίες της παραγωγικής βάσης (μικρές επιχειρήσεις, παραδοσιακοί κλάδοι, πολύ μικρό δυναμικό σε τομείς που παράγουν τεχνολογική καινοτομία, μεταφορά έτοιμης και ώριμης τεχνολογίας και όχι ανάπτυξη in house, προσωπικό επιχειρήσεων χωρίς υψηλό επιστημονικό επίπεδο, αποφυγή κινδύνων). Πρόσφατες μετρήσεις[16] δείχνουν ευνοϊκότερες τάσεις: αύξηση των δαπανών για ΕΤΑ των επιχειρήσεων, ελαφρά αυξητική συμμετοχή τους στη συνολική). Αν και το 73% των επιχειρήσεων που δήλωσαν δαπάνες για έρευνα είναι μικρές, το μεγαλύτερο ποσοστό των ενδο-επιχειρηματικών δαπανών προέρχεται από τις μεγάλες και μεσαίες επιχειρήσεις. Η υστέρηση έχει κυρίαρχα περιφερειακή διάσταση: δύο από τις 13 Περιφέρειες (Αττική και Κεντρική Μακεδονία) εμφανίζουν συντριπτική υπεροχή σε όλους τους τομείς, συγκεντρώνοντας η Αττική 58% της συνολικής ΑΕΔΕΤΑ, 76% της δαπάνης των επιχειρήσεων, 62% των δημόσιων ερευνητικών κέντρων και 44% των ΑΕΙ, και η Κεντρική Μακεδονία 14,5% του συνόλου της ΑΕΔΕΤΑ, 10,5% των επιχειρήσεων, 11% των δημόσιων ερευνητικών κέντρων και 19% των ΑΕΙ.

Αναφορικά με την πραγματοποίηση επενδύσεων για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων, από την ειδική ποσοτική έρευνα προέκυψαν τα ακόλουθα:

Η επιχείρησή μου επενδύει στην ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων	Αριθμός προσωπικού				μ.ο. 4 κατηγ
	0-4	5-9	10-49	50-249	
Διαφωνώ απόλυτα	16,2	8,1	14,7	10,7	14,1
Μάλλον διαφωνώ	11,6	7,2	5,5	11,7	10,2
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	21,5	27,0	22,0	10,7	21,0
Μάλλον συμφωνώ	22,0	19,8	31,2	36,9	24,8
Συμφωνώ απόλυτα	25,3	34,2	24,8	28,2	26,8
ΔΞ/ΔΑ	3,5	3,6	1,8	1,9	3,1
ΒΑΣΗ	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*

Οι μισές περίπου επιχειρήσεις του δείγματος (τα 2/3 των μεγαλύτερων ΜΜΕ) επενδύουν στην ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων.

Σημαντικότερο εμφανίζεται το πρόβλημα σε ό,τι αφορά στη σύνδεση ανθρώπινων πόρων - καινοτομίας - επιχειρηματικότητας: το προσωπικό που μετέχει σε ερευνητική δραστηριότητα

[15] Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007-2013» (European Innovation Scoreboard 2005).
[16] Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007-2013» (Μέτρηση των δραστηριοτήτων Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης των επιχειρήσεων).

στις επιχειρήσεις παρουσιάζει αύξηση το 2001 σε σχέση με το 1999 αλλά μειώνεται το 2003 σε σχέση με το 2001 και από το συνολικό ερευνητικό - τεχνολογικό προσωπικό των 57.000 περίπου ατόμων, το ήμισυ είναι ερευνητές.

Χρειάζεται τέλος να επισημανθεί ότι παρ' όλη την υψηλή παραγωγικότητα των Ελλήνων ερευνητών, που εκδηλώνεται με τη σχετικά έντονη συμμετοχή στα «ανταγωνιστικά» κοινοτικά ερευνητικά προγράμματα και με υψηλό αριθμό δημοσιεύσεων ανά ερευνητή, διαπιστώνεται περιορισμένη επίπτωση των δημοσιεύσεων στη διεθνή γνώση (αναφορές ανά δημοσίευση), και εξαιρετικά χαμηλή δραστηριότητα κατοχύρωσης των παραγόμενων γνώσεων με διπλώματα ευρεσιτεχνίας. Τα στοιχεία αυτά υπογραμμίζουν τόσο την ποιοτική υστέρηση της έρευνας στην Ελλάδα, όσο και έλλειψη διεξόδων των αποτελεσμάτων της προς την επιστημονική και την τεχνολογική αξιοποίηση.

Η καινοτομικότητα και εξωστρέφεια των επιχειρήσεων, όπως φαίνεται από τους σχετικούς δείκτες, είναι κάτω από τον μέσο όρο της ΕΕ. Αυτό δείχνει την αμυντική στρατηγική των κλάδων που παρακμάζουν, με περιορισμένες ικανότητες να ανανεώσουν το μίγμα των προϊόντων ή και υπηρεσιών τους.

Τέλος, είναι πολύ περιορισμένη και στάσιμη η συμβολή στην παραγωγή νέας γνώσης, ως βασική συνιστώσα των επιχειρηματικών στρατηγικών.

Α.2. Εξέλιξη, τάσεις και προοπτικές των ΜΜΕ

Με βάση τα στοιχεία της έρευνας του ΙΟΒΕ[17], τα κυριότερα ευρήματα αναφορικά με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα είναι τα ακόλουθα:

1. Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα είναι κυρίως «επιχειρηματικότητα ανάγκης» λόγω έλλειψης άλλων δυνατοτήτων ικανοποιητικής απασχόλησης και το γεγονός αυτό εξηγεί το μεγάλος αριθμός των αυτοαπασχολούμενων επιχειρηματιών[18] . Τα τελευταία

[17] σε συνεργασία με το Global Entrepreneurship Monitor (GEM).
[18] Κατά το 1999-2005, ο αριθμός των νέων επιχειρηματιών παρουσίασε αύξηση 1,7 %. Ένα άλλο κυρίαρχο χαρακτηριστικό της σύγχρονου επιχειρηματικού περιβάλλοντος που προκύπτει από την ανάλυση των στοιχείων είναι ο μεγάλος βαθμός αυτοαπασχολούμενων επιχειρηματιών (αυτοαπασχολουμένων με προσωπικό ή χωρίς).

χρόνια η τάση αυτή παρουσιάζει αναστροφή και πλέον όλο και περισσότεροι Έλληνες στέφονται στην επιχειρηματικότητα για την εκμετάλλευση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας και όχι στην έλλειψη άλλων επιλογών.

2. Η ανάληψη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων έχει ολοένα και περισσότερο ως τελικό πελάτη τον καταναλωτή με ταυτόχρονη υποχώρηση των εγχειρημάτων που προσφέρουν υπηρεσίες σε επιχειρήσεις, εγχειρήματα που θεωρητικά απαιτούν μεγαλύτερο βαθμό εξειδίκευσης και τεχνογνωσίας. Τα ευρήματα αυτά επιβεβαιώνουν τη «ρηχότητα» της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα υπό την έννοια ότι αυτή δεν εκδηλώνεται σε ολόκληρη την «αλυσίδα αξίας» μέχρι το προϊόν στον τελικό καταναλωτή, αλλά μόνο στον έσχατο κρίκο της αλυσίδας.

3. Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα αποτελεί μια μάλλον «μοναχική» υπόθεση ως συνέπεια άλλωστε του υψηλού ποσοστού αυτοαπασχολούμενων. Η «μοναχικότητα» της επιχειρηματικής λειτουργίας αντικατοπτρίζεται και στην ένταση της απασχόλησης του επιχειρηματία. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας, το 90% των επιχειρηματιών είναι πλήρως απασχολημένοι με τη λειτουργία της επιχείρησης και αφιερώνουν τη μέγιστη προσπάθεια και χρόνο.

4. Μικρό μέρος της επιχειρηματικότητας εστιάζει στην παραγωγή και προσφορά νέων προϊόντων/υπηρεσιών για τους τελικούς πελάτες.

5. Αντίθετα, η επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα χαρακτηρίζεται από καινοτομική διάθεση με το 35% των επιχειρηματικών να δηλώνει ότι χρησιμοποιεί στην επιχείρηση τους νέες τεχνολογίες και διαδικασίες.

6. Τρία στα τέσσερα νέα εγχειρήματα αναφέρονται σε αγορές στις οποίες υπάρχουν ήδη πολλοί ανταγωνιστές που προσφέρουν παραπλήσια προϊόντα/υπηρεσίες. Η Ελλάδα

	Αυτο-απασχολούμενοι με προσωπικό	Αυτο-απασχολούμενοι χωρίς προσωπικό	Σύνολο	Σύνολο απασχολουμένων	% αυτο-απασχολούμενοι στο σύνολο
1999	305,8	991,6	1.297,4	4.040,4	32,1
2000	326,7	998,4	1.325,1	4.097,9	32.3
2001	336,3	954,3	1.290,6	4.103,2	31,2
2002	315,0	996,5	1.311,5	4.190,2	31,3
2003	310,2	1.018,5	1.328,7	4.286,6	31,0
2004	346,8	962,5	1.309,3	4.330,5	30,2
2005	352,2	967,5	1.319,7	4.381,9	30,1
2005-1999	+ 46,4	- 24,1	+ 22,3	+ 341,5	-
%	+15,1	- 2.4	+ 1,7	+ 8, 5	-

Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007 -2013»

βρίσκεται στις πρώτες θέσεις της παγκόσμιας κατάταξης όσον αφορά στην ένταση του ανταγωνισμού, αφού το 77% των επιχειρηματιών θεωρεί ότι έχει πολλούς ανταγωνιστές. Επομένως τα υψηλά επίπεδα καινοτομίας δεν φαίνεται να δημιουργούν εξειδίκευση και νησίδες αγοράς, αλλά αποτελούν οριακές βελτιώσεις με στόχο μικρή διαφοροποίηση από τον έντονο ανταγωνισμό.

7. Η επιχειρηματική δραστηριότητα έχει μέτρια προς χαμηλή επίπτωση ως προς την απασχόληση δεδομένου ότι 3 στους 10 επιχειρηματίες δεν απασχολούν κανένα πέραν του εαυτού τους.

Σχετικό Εύρημα από την ειδική ποιοτική έρευνα:

Τέλος, σύμφωνα με την πλειοψηφία των εκπροσώπων φορέων που έλαβαν μέρος στην ειδική ποιοτική έρευνα, μόνο ένα μικρό ποσοτό των ΜΜΕ είναι έτοιμο να αντιμετωπίσει τις εξελίξεις στην αγορά.

Α.3. Συμπεράσματα - Ανάλυση P.E.S.T.

Με βάση τα στοιχεία που παρουσιάζονται στις προηγούμενες ενότητες, γίνεται συγκεντρωτική αποτύπωση των βασικότερων παραγόντων που προσδιορίζουν το ευρύτερο περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται οι ελληνικές ΜΜΕ.

Συγκεκριμένα, στην παρούσα ενότητα συνοψίζονται όσα αναφέρθηκαν στις προηγούμενες ενότητες σε 4 βασικές κατηγορίες: Πολιτικό Περιβάλλον (**P**olitical Environment), Οικονομικό Περιβάλλον (**E**conomic Environment), **Κ**οινωνικό Περιβάλλον (Social Environment) και **Τ**εχνολογικό Περιβάλλον (**T**echnological Environment) των ΜΜΕ στην Ελλάδα.

Πίνακας 11: Ανάλυση ΠΟΛΙΤΙΚΟΥ – ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ - ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ-ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ για τις ΜΜΕ

Πολιτικό Περιβάλλον	Οικονομικό Περιβάλλον
• Αναγνώριση του ρόλου και του βαθμού σημαντικότητας των ΜΜΕ στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας	• Σταθερό μακρο-οικονομικό περιβάλλον
• Η ενίσχυση των ΜΜΕ βρίσκεται στο επίκεντρο της αναπτυξιακής στρατηγικής - Εφαρμογή ενεργών πολιτικών ενίσχυσης των ΜΜΕ σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο	• Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων έχουν οικογενειακό χαρακτήρα
• Αδυναμία εφαρμογής πολιτικών περιορισμού διοικητικών επιβαρύνσεων των ΜΜΕ (γραφειοκρατία, ρυθμιστικό περιβάλλον).	• Μικρό μέγεθος ελληνικής επιχείρησης
	• Μεγάλος ανταγωνισμός μεταξύ των ΜΜΕ
	• Χαμηλή ανταγωνιστικότητα και εξωστρέφεια των ΜΜΕ στο διεθνές και ευρωπαϊκό περιβάλλον
	• Επιχειρηματικότητα ανάγκης έναντι επιχειρηματικής ευκαιρίας.
	• Συγκέντρωση επιχειρήσεων στα μεγάλα αστικά κέντρα.
	• Προσανατολισμός της επιχειρηματικότητας στην τελική κατανάλωση («ρηχός χαρακτήρας» επιχειρηματικότητας)
	• Χαμηλή παραγωγικότητα
	• Μικρή εισροή Ξένων Άμεσων Επενδύσεων στην Ελλάδα

	• Υψηλή εξάρτηση από τους πόρους των διαρθρωτικών ταμείων • Μεγάλος αριθμός αυτοαπασχολούμενων επιχειρηματιών.
Κοινωνικό Περιβάλλον	**Τεχνολογικό Περιβάλλον**
• Χαμηλός αριθμός επιχειρηματικότητας ειδικών ομάδων πληθυσμού (π.χ. γυναικών)	• Έλλειψη παραγωγής καινοτόμων προϊόντων/υπηρεσιών
• Χαμηλή επίπτωση της επιχειρηματικότητας στην απασχόληση	• Μικρός βαθμός επένδυσης σε Έρευνας και Τεχνολογική Ανάπτυξη
• Η επιχειρηματικότητα είναι υπόθεση μεγαλύτερων ηλικιών (<45 ετών)	• Περιορισμένη ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών στις παραγωγικές διαδικασίες
• Αμφίθυμη στάση της ελληνικής κοινωνίας απέναντι στην επιχειρηματικότητα - Τάσεις «δαιμονοποίησης» της επιχειρηματικότητας.	• Έλλειψη διασύνδεσης της Ε&ΤΑ με την αγορά.

ΕΝΟΤΗΤΑ Β': Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ

Β.1. Συμβολή των επιμέρους τομέων οικονομικής δραστηριότητας στην οικονομία της χώρας

Όπως έχει ήδη προαναφερθεί, το 98% των ελληνικών επιχειρήσεων είναι μικρομεσαίες. Το γεγονός αυτό καταδεικνύει τον σημαντικό ρόλο που διαδραματίζουν στον παραγωγικό ιστό της χώρας, αλλά και στη διαμόρφωση των οικονομικών μεγεθών της ελληνικής οικονομίας. Όσον αφορά στη συμβολή και τη σπουδαιότητα των επιμέρους κλάδων οικονομικής δραστηριότητας στην εθνική οικονομία, ο τριτογενής τομέας διαδραματίζει πρωτεύοντα ρόλο σε όρους απασχόλησης και Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας (ΑΠΑ) και ακολουθεί ο δευτερογενής τομέας.

Πίνακας 12: Σύνθεση ΜΜΕ (%) σε Απασχόληση και Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία ανά Κλάδο

Απασχόληση	1998	2001	2004	2005
ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ	18,0	16,1	12,6	12,4
ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ	23,3	23,0	22,4	22,4
Ορυχεία και Λατομεία	0,5	0,5	0,3	0,4
Μεταποιητικές Βιομηχανίες	14,5	14,1	13,1	12,8
Ηλεκτρισμός, φυσ. αέριο, ...	0,9	0,9	0,9	0,9
Κατασκευές	7.4	7.5	8.1	8.3
ΤΡΙΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ	58,7	60,9	65,0	65,2
Χονδρικό & Λιανικό Εμπόριο ...	16,8	17,2	17,5	17,8
Ξενοδοχεία και εστιατόρια	6,2	6,6	6,4	6,8
Μεταφορές, αποθήκευση	6,1	6,3	6,2	6,2
Χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί	2,3	2,6	2,6	2,6
Άλλοι	27,3	28,2	32,3	32,3
Ακαθάριστη Προστιθέμενη Αξία (Α.Π.Α)	**2000**	**2001**	**2004**	**2005**
ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ	5,4	5,3	4,2	3,9
ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ	20,0	20,9	19,5	18,7
Ορυχεία και Λατομεία	0,4	0,4	0,4	0,3
Μεταποιητικές Βιομηχανίες	9,8	9,9	8,6	9,2
Ηλεκτρισμός, φυσ. αέριο, ...	2,0	2,3	2,2	2,1
Κατασκευές	7,8	8,3	8,3	7,0
ΤΡΙΤΟΓΕΝΗΣ ΤΟΜΕΑΣ	69,1	68,5	72,1	73,6
Χονδρικό & Λιανικό Εμπόριο ...	11,7	12,0	12,3	13,0
Ξενοδοχεία και εστιατόρια	8,7	9,4	9,6	9,9
Μεταφορές, αποθήκευση	8,0	7,0	8,4	8,0
Χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί	5,1	4,1	3,6	4,0
Άλλοι	35,7	36,0	38,1	38,7

Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007 -2013» (Πηγή ΕΣΥΕ)

Από την ανάλυση των επιμέρους κλάδων του Δευτερογενή Τομέα προκύπτει ότι η μεταποίηση και η ενέργεια σταθερά χάνουν μερίδιο Ακαθάριστης Προστιθέμενης Αξίας (ΑΠΑ), ενώ σταθερά επίσης αυξάνεται η σπουδαιότητα του κλάδου των κατασκευών.

	1999	2000	2001	2002	συνολική αύξηση	μεταβολή
ΜΕΤΑΛΛΕΙΑ - ΟΡΥΧΕΙΑ	1,7	2,0	2,2	1,8	35,3%	8%
ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ	68,7	68,8	67,5	67,7	23,5%	-1,4%
ΕΝΕΡΓΕΙΑ	6,4	5,7	5,4	5,5	7,0%	-14,6%
ΚΑΤΑΣΚΕΥΕΣ	23,2	23,5	24,9	25,0	35,0%	7,8%
ΣΥΝΟΛΟ					25,28%	

Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007 -2013» (Πηγή ΕΣΥΕ)

Η Ελληνική Οικονομία έχει ανάγκη προσανατολισμού προς κλάδους υψηλότερης προστιθέμενης αξίας καθώς επίσης και επείγουσας αναβάθμισης της προστιθέμενης αξίας που προέρχεται από τους "παραδοσιακούς" κλάδους. Διερευνώντας κατά κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, οι κλάδοι των τροφίμων - ποτών - καπνού, του χαρτιού και προϊόντων του, των ιατρικών οργάνων και οργάνων ακριβείας αποτελούν κλάδους της βιομηχανίας με σχετικά υψηλή προστιθέμενη αξία. Σε ανεκτά επίπεδα κυμαίνονται οι κλάδοι των χημικών προϊόντων, μεταφορικών μέσων και επίπλων και σε χαμηλά επίπεδα οι κλάδοι κλωστοϋφαντουργικών, ενδυμασίας, εκτυπώσεων - εκδόσεων, προϊόντων από ελαστική και πλαστική ύλη, μη μεταλλικών ορυκτών, όπου η ελληνική βιομηχανία ήταν εξαιρετικά εξειδικευμένη και οι οποίοι κάλυπταν κατά περιοχές μεγάλο μέρος της τοπικής απασχόλησης.

Τα βασικά κλαδικά χαρακτηριστικά της ελληνικής μεταποίησης εμφανίζουν μια σχετική υποχώρηση στους κλάδους Κλωστοϋφαντουργικών υλών, Ειδών ενδυμασίας, Δέρματος - ειδών υποδήσεως, Ξύλου και φελλού, Λοιπού εξοπλισμού μεταφορών, Χαρτιού και προϊόντων από χαρτί, Μηχανών γραφείου - Ηλ. Υπολογιστών, Επίπλων - λοιπών βιομηχανιών, Συσκευών ραδιοτηλεόρασης & επικοινωνιών, μια σταθερότητα (όχι ιδιαίτερα αναπτυσσόμενη ως προς το μέσο όρο) στους κλάδους Τροφίμων - ποτών, Μη μεταλλικών ορυκτών, Μηχανημάτων και ειδών εξοπλισμού, Ηλεκτρικών μηχανών, συσκευών κ.λ.π., Παραγώγων πετρελαίου και άνθρακα και μια ανάπτυξη στους κλάδους Καπνού, Εκτυπώσεων - εκδόσεων, Χημικών προϊόντων, Προϊόντων από ελαστική και πλαστική ύλη, Βασικών μετάλλων, Κατασκευή τελικών προϊόντων εκ μετάλλου[19]. Το συνολικό αποτέλεσμα είναι η εμφάνιση τάσης "αποβιομηχάνισης", με μείωση αριθμού επιχειρήσεων και, φυσικά, απασχόλησης:

[19] Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007 -2013» (Πηγή ΕΣΥΕ)

Πίνακας 13: Εξέλιξη μονάδων και απασχόλησης στην βιομηχανία

περίοδος	πλήθος μονάδων	απασχολούμενοι
1995-2000	-13,7%	-8,4%
2000-2002	-23,8%	-1,4%
1995-2002	-34,2%	-9,7%

Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007 -2013» (Πηγή ΕΣΥΕ, στοιχεία ΕΒΕ 2003)

ΕΝΟΤΗΤΑ Γ': ΤΑ ΕΠΙΚΑΙΡΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΥΝ ΟΙ ΜΜΕ

Γ.1. Καταγραφή των επίκαιρων προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ στην εγχώρια αγορά

Τα σταθερά χαρακτηριστικά προβλήματα των ΜΜΕ στην Ελλάδα, όπως επισημαίνονται από τις σχετικές έρευνες του ΙΟΒΕ σε συνεργασία με το GEM είναι τα ακόλουθα:

- Έλλειψη επιχειρηματικών ευκαιριών

Αν και από τις έρευνες αποτυπώνεται μια βαθμιαία αύξηση του ποσοστού επιχειρηματικής ευκαιρίας – ή αντίστροφα, μείωση της επιχειρηματικότητας ανάγκης, ωστόσο οι επιχειρηματίες δηλώνουν ότι δεν «βλέπουν» σημαντικές ευκαιρίες γύρω τους. Στην Ελλάδα υπάρχουν πολλοί που σκέφτονται να ξεκινήσουν επιχειρηματική δραστηριότητα, μολονότι οι περισσότεροι δεν «βλέπουν» γύρω τους σημαντικές επιχειρηματικές ευκαιρίες. Πώς μπορεί να εξηγηθεί αυτό το παράδοξο; Μια πιθανή εξήγηση είναι ότι ο επίδοξος επιχειρηματίας επικεντρώνει την προσοχή του στην ευκαιρία που ο ίδιος έχει αντιληφθεί και προσπαθεί να υλοποιήσει, ενώ ταυτόχρονα τείνει να πιστεύει ότι δεν υπάρχουν άλλες σημαντικές ευκαιρίες προς εκμετάλλευση στον περίγυρό του. Ωστόσο και πάλι, το γεγονός ότι οι Έλληνες δεν αντιλαμβάνονται επιχειρηματικές ευκαιρίες –πέραν, ενδεχομένως, από αυτήν που επιδιώκουν οι ίδιοι- αναδεικνύει ένα αρνητικό στοιχείο του επιχειρηματικού κλίματος στην Ελλάδα, το οποίο πρέπει να προβληματίσει.

Το σχετικό εύρημα από την ειδική ποσοτική έρευνα επιβεβαιώνει τα ανωτέρω, καθώς, ανεξαρτήτως μεγέθους, μόνο 4 στις 10 επιχειρήσεις συμφωνούν ότι απαυθύνονται σε περιβάλλον πλούσιο σε ευκαιρίες.

Στην επιχείρησή μου απευθυνόμαστε σε περιβάλλον που είναι πλούσιο σε ευκαιρίες	Αριθμός προσωπικού				μ.ο. 4 κατηγ
	0-4	5-9	10-49	50-249	
Διαφωνώ απόλυτα	15,9	17,1	12,8	13,6	15,4
Μάλλον διαφωνώ	19,9	10,8	15,6	9,7	16,8
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	24,6	30,6	23,9	33,0	26,4
Μάλλον συμφωνώ	19,3	17,1	28,4	29,1	21,5
Συμφωνώ απόλυτα	18,2	21,6	18,4	13,6	18,1
ΔΞ/ΔΑ	2,1	2,7	0,9	1,0	1,9
ΒΑΣΗ	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*

- Οικογενειακός χαρακτήρας της χρηματοδότησης

Η χρηματοδότηση των νέων εγχειρημάτων είναι μια άλλη περιοχή στην οποία εμφανίζεται μια διαχρονικά σταθερή ελληνική ιδιαιτερότητα. Όπως και σε όλες τις χώρες, το μεγαλύτερο μέρος των κεφαλαίων που απαιτούνται για την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας προέρχεται από την αποταμίευση του ίδιου του επιχειρηματία. Αλλά ιδιαίτερη σημασία εδώ έχει η προέλευση του υπολοίπου. Το μισό λοιπόν από αυτό προέρχεται σχεδόν αποκλειστικά από την οικογένεια του επιχειρηματία, ενώ το άλλο μισό από τραπεζικό δανεισμό και κρατικές ενισχύσεις. Με δεδομένο ότι οι επενδύσεις εκκίνησης σε νέα εγχειρήματα αποτελούν στην Ελλάδα ένα σημαντικό ποσοστό του ΑΕΠ κατ' έτος, είναι φανερό ότι η οικογένεια επενδύει αξιοσέβαστα ποσά για την ενίσχυση του συγγενούς-επιχειρηματία.

Ο ρόλος της οικογένειας είναι ακόμα ισχυρότερος στην Ελλάδα όταν αντικείμενο της ανάλυσης δεν είναι πλέον η πηγή της χρηματοδότησης, αλλά η λεγόμενη «άτυπη επένδυση». Ως *άτυπος επενδυτής* ορίζεται ένα άτομο το οποίο χρηματοδοτεί ένα νέο εγχείρημα που ξεκινάει κάποιος άλλος, χωρίς ο ίδιος να αποκτά την ιδιοκτησία οποιουδήποτε μεριδίου του νέου εγχειρήματος. Εδώ αποκαλύπτεται ότι ο αποδέκτης της άτυπης επένδυσης είναι κυρίως συγγενής του επενδυτή, σε ποσοστό υψηλότερο από τον αντίστοιχο μέσο όρο των χωρών του GEM.

Στην Ελλάδα οι άτυπες επενδύσεις είναι μια *οικογενειακή υπόθεση*. Τα ποσά που χρηματοδότησαν εγχειρήματα μελών της στενής οικογένειας του άτυπου επενδυτή ήταν ποσοστιαία πολύ υψηλότερα από τον μέσο όρο των χωρών του GEM.

Στον επόμενο πίνακα αποτυπώνεται η ποσοστιαία διάρθρωση των «άτυπων επενδυτών» με βάση τη σχέση τους με τον επιχειρηματία - αποδέκτη της χρηματοδότησης για την περίοδο 2003-2005:

Πίνακας 14: Άτυποι επενδυτές και σχέση με επιχειρηματία στην Ελλάδα και στην Ευρώπη κατά την τριετία 2003-2005

	Ποσοστιαία διάρθρωση στην Ελλάδα	Ποσοστιαία διάρθρωση στην Ευρώπη*
Μέλος στενής οικογένειας (σύζυγος, αδερφός, τέκνο, γονιός, εγγόνι)	47,1%	44,7%
άλλος συγγενής (εξ αίματος / εξ αγχιστείας)	9,2%	5,9%
συνάδελφος	14,3%	10,0%
φίλος ή γείτονας	26,1%	23,5%
Άλλος	3,4%	15,9%
Σύνολο	**100,0%**	**100,0%**

** Στοιχεία 2003-2004*

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων GEM

Αξίζει να αναφερθεί, ότι σύμφωνα με τα ευρήματα της ειδικής ποσοτκής έρευνας η μεγάλη πλειοψηφία των ΜΜΕ θεωρεί ότι θα επηρέαζε σημαντικά το επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται η βελτίωση της πρόσβασης τους σε πηγές χρηματοδότησης.

Πόσο θα λέγατε ότι η πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότησης (κρατικές ενισχύσεις, τραπεζικός δανεισμός, κτλ) επηρεάζει το επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση σας;	Αριθμός προσωπικού				μ.ο. 4 κατηγ
	0-4	5-9	10-49	50-249	
Καθόλου	7,9	5,4	7,3	10,7	7,8
Λίγο	5,8	4,5	7,3	8,7	6,2
Αρκετά	12,0	9,9	11,9	11,7	11,7
Πολύ	20,3	28,8	23,9	34,0	23,7
Πάρα Πολύ	52,4	49,6	47,7	35,0	49,1
ΔΞ/ΔΑ	1,7	1,8	1,8		1,5
ΒΑΣΗ	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*

Δυσκολίες μετεξέλιξης των «οικογενειακών» επιχειρήσεων

Στα προβλήματα της Ελλάδας στον τομέα της επιχειρηματικότητας δεν περιλαμβάνεται μόνο η δυσκολία ίδρυσης επιχειρήσεων αλλά και η σχετική αδυναμία που παρατηρείται στον τομέα

της μετάβασης από τη μικρή «οικογενειακή επιχείρηση» στην επιχείρηση με «επαγγελματικό management». Όπως προκύπτει από έρευνα του Ευρωβαρομέτρου[20], ο αριθμός των Ελλήνων πολιτών που έχει ιδρύσει μια επιχείρηση την τελευταία τριετία πλησιάζει το 12%, όπως και στις ΗΠΑ, ενώ στην ΕΕ-15 το ποσοστό αυτό δεν ξεπερνάει το 4%. Το ζητούμενο είναι η δημιουργία δυναμικών, ευέλικτων και καινοτόμων ΜΜΕ, αλλά ο ρυθμός δημιουργίας τέτοιων επιχειρήσεων είναι ακόμα χαμηλός, παρά τις πρωτοβουλίες που έχουν ληφθεί με παροχή κινήτρων μέσω αναπτυξιακών νόμων και Επιχειρησιακών Προγραμμάτων. Το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων (αυτοαπασχόληση, παραδοσιακή οργανωτική δομή, μικρός αριθμός απασχολουμένων και χαμηλό αρχικό κεφάλαιο) συνεπάγεται:

- Σχετικά χαμηλή παραγωγική δυναμικότητα και δυσχέρεια λειτουργίας στη διευρυμένη «εσωτερική αγορά» της ΕΕ-25 και των Βαλκανίων.

- Περιορισμένη εκμετάλλευση των οικονομιών κλίμακας στην παραγωγή και στην εμπορία.

- Περιορισμένη δυνατότητα διενέργειας υψηλού όγκου επενδύσεων σε νέο τεχνολογικό εξοπλισμό.

- Αδυναμία παρακολούθησης των εξελίξεων στις εγχώριες και ξένες αγορές.

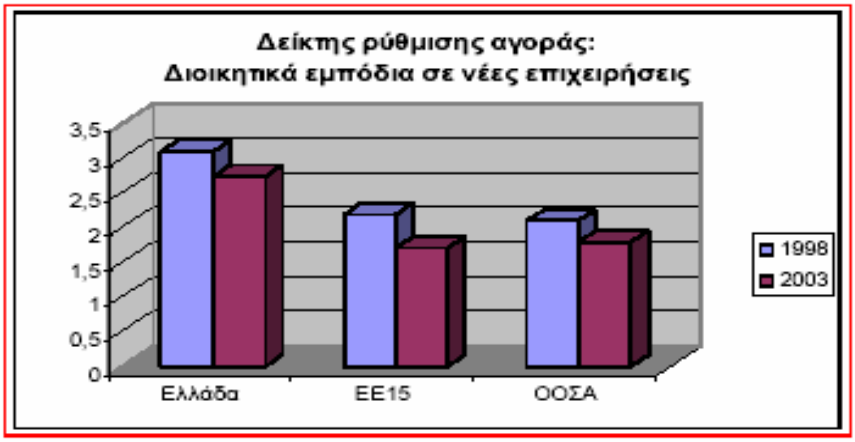
- Δυσκολία πρόσβασης στο τραπεζικό σύστημα, που επιτείνεται από τη μη-ανάπτυξη εναλλακτικών χρηματοδοτικών εργαλείων.

Διοικητικά εμπόδια λειτουργίας νέων επιχειρήσεων

Η ελληνική αγορά χαρακτηρίζεται από την εφαρμογή πληθώρας ρυθμιστικών παρεμβάσεων κατά τη διαδικασία ίδρυσης και λειτουργία των επιχειρήσεων. Και ενώ ο σκοπός των παρεμβάσεων πρωτίστως είναι η προστασία του καταναλωτικού κοινού και του Δημόσιου συμφέροντος, συχνά δεν επιτυγχάνουν τον σκοπό τους, με αποτέλεσμα να λειτουργούν ως διοικητικά εμπόδια στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Σύμφωνα με την έρευνα του Word Economic Forum για την Παγκόσμια Έκθεση της Ανταγωνιστικότητας 2006-2007, τόσο η γραφειοκρατία όσο και οι συχνές αλλαγές της εφαρμοζόμενης νομοθεσίας συνιστούν τα πλέον συνήθη προσκόμματα στην επιχειρηματική δραστηριότητα.

[20] Πηγή: Entrepreneurship Survey of the EU 25 Member States, United States, Iceland and Norway, Ευρωβαρόμετρο 2005.

<u>Διάγραμμα 3:</u> Δείκτης ρύθμισης της αγοράς. Διοικητικά εμπόδια σε νέες επιχειρήσεις



*Ο δείκτης παίρνει τιμές από 0-6 με κλίμακα από τις λιγότερο προς τις περισσότερο ρυθμιστικές αγορές.

Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα 2007-2013» (επεξεργασία στοιχείων του Global Entrepreneurship Monitor)

Σε σύγκριση με άλλες αναπτυγμένες χώρες του ΟΟΣΑ, οι διοικητικές επιβαρύνσεις στην Ελλάδα φαίνεται να είναι εκτενέστερες και να προκαλούν υψηλότερο κόστος για τις επιχειρήσεις. Πιο πρόσφατη σύγκριση (μεταξύ χωρών) της επιβάρυνσης που προκαλούν οι ρυθμιστικές παρεμβάσεις στην ίδρυση επιχειρήσεων είναι αυτή που έχει γίνει από την Παγκόσμια Τράπεζα[21] και η οποία επίσης υποδηλώνει την «επιβάρυνση» της επιχειρηματικότητας σε σχέση με τις άλλες αναπτυγμένες χώρες.

Πίνακας Β Απαιτούμενος χρόνος και κόστος για τη σύσταση επιχειρήσεων στις χώρες της ΕΕ-15

Χώρα	Αριθμός διαδικασιών	Ημέρες για την περαίωση της διαδικασίας ίδρυσης	Κόστος για την ίδρυση επιχείρησης (% του κατά κεφαλήν εισοδήματος)	Ελάχιστο καταβλητέο κεφάλαιο (% του κατά κεφαλήν εισοδήματος)
Ελλάδα	15	38	24,0[1]	116,0[2]
Ισπανία	10	47	16,2	14,6
Ιταλία	9	13	15,2	10,4
Ολλανδία	6	10	7,2	62,3
Βέλγιο	4	27	5,8	21,8
Αυστρία	9	29	5,6	59,6
Γερμανία	9	24	5,1	46,2
Πορτογαλία	8	8	4,3	38,7
Γαλλία	7	8	1,1	0,0
Φινλανδία	3	14	1,1	27,1
Σουηδία	3	16	0,7	33,7
Ην. Βασίλειο	6	18	0,7	0,0
Ιρλανδία	4	19	0,3	0,0
Δανία	3	5	0,0	44,6
Μέσος όρος	6,9	19,7	6,2	33,9

1 Αναφέρεται στο κόστος για τη σύσταση το 2004 ΕΠΕ η οποία θα ανήκει στο ΕΒΕΑ, με εταιρικό κεφάλαιο δεκαπλάσιο του κατά κεφαλήν εισοδήματος της χώρας στο ίδιο έτος (15.520 ευρώ). Τα στοιχεία αναφέρονται σε προηγούμενο έτος προκειμένου να γίνουν οι συγκρίσεις με τις άλλες χώρες της ΕΕ-15.
2 Το ελάχιστο καταβλητέο κεφάλαιο για ΕΠΕ είναι 18.000 ευρώ.
Πηγή: βλ. Πίνακα Α.

[21] World Bank, *Doing Business in 2007: How to Reform*, Σεπτέμβριος 2006.

Πηγή: Έκθεση του Διοικητική της Τράπεζας της Ελλάδας, 2006

Πίνακας Γ Διοικητικές επιβαρύνσεις[1] ως ποσοστό % του ΑΕΠ στις χώρες της ΕΕ-15

Χώρα	Διοικητικές επιβαρύνσεις
Ην. Βασίλειο	1,5
Σουηδία	1,5
Φινλανδία	1,5
Δανία	1,9
Ιρλανδία	2,4
Βέλγιο[2]	2,8
Γαλλία	3,7
Γερμανία	3,7
Ολλανδία	3,7
Αυστρία	4,6
Ισπανία	4,6
Ιταλία	4,6
Πορτογαλία	4,6
Ελλάδα	6,8

1 Διοικητικές επιβαρύνσεις της οποίες προκαλεί το ρυθμιστικό περιβάλλον για τις επιχειρήσεις.
2 Περιλαμβάνει και το Λουξεμβούργο.
Πηγή: Kox, H. (2005), "Intra-EU differences in regulation caused administrative burden for companies", CPB Memorandum 136, Χάγη.

Πηγή: Έκθεση του Διοικητική της Τράπεζας της Ελλάδας, 2006

Από την ειδική ποσοτική έρευνα προκύπτει ότι τα 2/3 των ΜΜΕ, ανεξαρτήτως μεγέθους, αντιμετωπίζουν εμπόδια στη συναλλαγή τους με το Δημόσιο:

Στην επιχείρηση μου αντιμετωπίζουμε εμπόδια στη συναλλαγή με το Δημόσιο, λόγω γραφειοκρατίας	Αριθμός προσωπικού				μ.ο. 4 κατηγ
	0-4	5-9	10-49	50-249	
Διαφωνώ απόλυτα	8,5	5,4	3,7	5,8	7,1
Μάλλον διαφωνώ	8,1	4,5	13,8	3,9	7,8
Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ	13,9	14,4	20,2	21,4	15,8
Μάλλον συμφωνώ	15,9	24,3	20,2	31,1	19,6
Συμφωνώ απόλυτα	52,2	50,5	41,3	37,9	48,6
ΔΞ/ΔΑ	1,5	0,9	0,9		1,1
ΒΑΣΗ	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*

Ενώ παράλληλα, τα 2/3 των ΜΜΕ θεωρούν ότι ο εκσυγχρονισμός της δημόσιας διοίκησης θα μπορούσε να επηρεάσει σημαντικά το επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται.

Πόσο θα λέγατε ότι ο εκσυγχρονισμός της δημόσιας διοίκησης (διαρθρωτικές αλλαγές, πάταξη γραφειοκρατίας, απλοποίηση αδειοδοτήσεων - μεταβιβάσεων) θα μπορούσε να επηρεάσει το επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρησή σας;	Αριθμός προσωπικού				
	0-4	5-9	10-49	50-249	μ.ο. 4 κατηγ
Καθόλου	7,3	5,4	2,8	1,0	5,6
Λίγο	6,6	8,1	11,0	7,8	7,6
Αρκετά	17,8	18,9	17,4	26,2	19,0
Πολύ	18,6	24,3	22,9	33,0	21,8
Πάρα Πολύ	47,0	42,3	44,0	32,0	44,0
ΔΞ/ΔΑ	2,7	0,9	1,8		2,0
ΒΑΣΗ	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*

Έλλειψη αποτελεσματικών δομών υποστήριξης των ΜΜΕ

Σημαντικός παράγοντας ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας είναι επίσης η ύπαρξη και σωστή λειτουργία ενός συνόλου δομών (άυλης) υποστήριξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας των ΜΜΕ. Και παρότι από το 1980 έχουν γίνει αναρίθμητες προσπάθειες για τη δημιουργία και λειτουργία σχετικών δομών (υπολογίζεται ότι έχουν λειτουργήσει ή αδρανήσει πάνω από 100 σχετικές δομές[22]) τα αποτελέσματα δεν ήταν τα αναμενόμενα. Η μορφή, η οργάνωση, οι στόχοι και ο ρόλος τους διαφέρει σημαντικά και κατά γενική αποδοχή των επιχειρήσεων-χρηστών υπήρξε σημαντική δυσκολία στην αναγνώριση του διακριτού ρόλου και της προστιθέμενης αξίας τους. Από την εμπειρία που αποκτήθηκε από τις παραπάνω προσπάθειες κατανοήθηκε ότι:

- Η έλλειψη συλλογικότητας και συντονισμού οδηγεί σε σπατάλη πόρων χωρίς τα επιθυμητά αποτελέσματα.

- Η ύπαρξη και διατήρηση μεγάλου αριθμού δομών στήριξης χωρίς πάντα διακριτές αρμοδιότητες δημιουργεί σύγχυση στις ΜΜΕ – χρήστες οι οποίες σταδιακά χάνουν την εμπιστοσύνη τους λόγω της αδυναμίας κατανόησης του ρόλου τους και σε επίπεδο κεντρικών δομών (κυρίως υπουργείων) δεν αποτυπώνεται η αναγκαία συνεργασία για την εξεύρεση συνεργιών.

Επιπλέον, η πλειοψηφία των ΜΜΕ που συμμετείχαν στην ειδική ποσοτική έρευνα έχουν θετικές προσδοκίες για συμβουλευτική υποστήριξη προς τις ΜΜΕ από το Δημόσιο :

[22] Ενδεικτικά: Κλαδικές εταιρείες, Τοπικές Αναπτυξιακές Εταιρείες, Τοπικές Ομάδες Δράσεις, Τεχνολογικά Πάρκα, κ.α.)

Πόσο θα λέγατε ότι η βελτίωση της συμβουλευτικής υποστήριξης προς τις ΜΜΕ από το Δημόσιο θα μπορούσε να επηρεάσει το επιχειρηματικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση σας;	Αριθμός προσωπικού				
	0-4	5-9	10-49	50-249	μ.ο. 4 κατηγ
Καθόλου	12,8	6,3	13,8	10,7	11,8
Λίγο	8,7	14,4	11,9	14,6	10,7
Αρκετά	18,0	24,3	22,9	24,3	20,4
Πολύ	23,2	18,9	19,3	32,0	23,2
Πάρα Πολύ	35,0	35,1	31,2	18,5	32,4
ΔΞ/ΔΑ	2,3	0,9	0,9		1,6
ΒΑΣΗ	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*	*100%*

Άλλα προβλήματα

Άλλα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ στην Ελλάδα και έχουν καταγραφεί σε διάφορες έρευνες είναι τα ακόλουθα:

- Πληθώρα διοικητικών ρυθμίσεων / φορολόγηση.
- Αντίξοο χρηματοδοτικό περιβάλλον για τις μικρές επιχειρήσεις.
- Διοικητικές δυσκολίες και γραφειοκρατία κατά την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας ή/και κατά την λειτουργία της επιχείρησης.
- Δυσκολία ανεύρεσης τουλάχιστον του αρχικού κεφαλαίου
- Δυσκολίες που προέρχονται από το ύψος της φορολογίας και τις κοινωνικές–ασφαλιστικές επιβαρύνσεις για τους αυτοαπασχολούμενους (ή τους δυνάμει αυτοαπασχολούμενους).
- Δυσκολίες αντιμετώπισης του ανταγωνισμού εντός της ΕΕ, αλλά και διεθνώς.
- Προβλήματα που δημιουργούνται από τον σχετικό αποκλεισμό ομάδων πληθυσμού από την ανάπτυξη επιχειρηματικότητας. Τέτοιες ομάδες είναι οι εθνοτικές μειονότητες, οι γυναίκες, τα νεαρά άτομα κλπ.
- Προβλήματα χωρικού–περιφερειακού αποκλεισμού.
- Ελλείψεις σε γενικότερη γνώση και αντίληψη περί επιχειρηματικότητας και εναλλακτικών λύσεων, καθώς και εμπόδια που έχουν να κάνουν με τις ανάγκες σε

εξειδικευμένη γνώση, εκπαίδευση – κατάρτιση και δεξιότητες, σε σχέση με τις διαθέσιμες.

- Κίνδυνοι (οικονομική ανασφάλεια, κοινωνική κατακραυγή) και αποθάρρυνση που προέρχονται από την προοπτική μίας επιχειρηματικής αποτυχίας, σε σχέση με τις πιθανότητες και το μέγεθος της αναμενόμενης ανταμοιβής από μία επιτυχή επιχειρηματική δραστηριοποίηση).

- Προτιμήσεις των Ευρωπαίων, που στην πλειοψηφία τους στρέφονται προς το καθεστώς του μισθωτού παρά του αυτοαπασχολούμενου.

Τα ανωτέρω θα πρέπει να συσχετιστούν με τους περιοριστικούς παράγοντες για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων όπως αυτοί δηλώνονται από τις ίδιες τις επιχειρήσεις, όπου ως κυριότερος εμφανίζεται (ιδίως για τις micro επιχειρήσεις όπως η είναι συντριπτική πλειονότητα των ελληνικών ΜΜΕ) η μείωση της αγοραστικής δύναμης των πελατών τους [23], η οποία αντανακλά στο μακρο-οικονομικό και όχι στο μικρό-οικονομικό περιβάλλον. Επιπλέον, ως πρώτος λόγος για δικτύωση και συνεργασία εμφανίζεται (για τις ΜΜΕ με κάτω από 50 απασχολούμενους) η προσέγγιση σε νέα και μεγαλύτερη αγορά και ως δεύτερος η καλύτερη προμήθεια εισροών (για τις ΜΜΕ με κάτω από 10 απασχολούμενους), με την καλύτερη πρόσβαση σε τεχνογνωσία και τεχνολογία να είναι τρίτος μόλις λόγος. Με βάση αυτά τα ευρήματα, κεντρικά σημεία για τις ελληνικές επιχειρήσεις ως προς τη συνεργασία ή / και δικτύωση προβάλλουν η προσέγγιση νέας και μεγαλύτερης αγορά και η καλύτερη προμήθεια εισροών για τις «μικρότερες», η αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας και η μείωση του κόστους για τις «μεγαλύτερες».

Σχετικό Εύρημα από την ειδική ποιοτική έρευνα:

Επιπλέον, οι εκπρόσωποι των φορέων που συμμετείχαν στην ειδική ποιοτική έρευνα, έκαναν ιδιαίτερη μνεία στην ανάπτυξη του παράνομου εμπορίου και στα προβλήματα που αυτό δημιουργεί στην ανάπτυξη αλλά και επιβίωση των ΜΜΕ.

[23] Και όχι π.χ. η διαχείριση ποιότητας (τελευταίος παράγων), η υιοθέτηση νέας τεχνολογίας ή νέων μορφών οργάνωσης (3ος και 2ος από το τέλος). Σημαντικοί παράγοντες είναι η έλλειψη ειδικευμένου προσωπικού (2ος), η πρόσβαση στη χρηματοδότηση (3ος), το κανονιστικό περιβάλλον (4ος) και οι υποδομές (όσο περίπου και η υιοθέτηση νέας τεχνολογίας). Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007 -2013» (Έρευνα ENSR, στο: EC, *Observatory ofEuropean SMEs, Highlights* 2003).

Γ.2. Προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι Ελληνικές ΜΜΕ

Όπως προαναφέρθηκε, το 98% των ελληνικών ΜΜΕ είναι μικρού η/και πολύ μικρού μεγέθους. Το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων δεν συνιστά κατ' ανάγκην πρόβλημα, εφόσον ακριβώς στις πολύ μικρές επιχειρήσεις (ΠΜΕ) αναμένεται να προκύψουν οφέλη δημιουργικότητας, συνιστά όμως αντικείμενο προβληματισμού το γιατί μόνο 2.000 περίπου ελληνικές επιχειρήσεις έχουν κατορθώσει να ξεπεράσουν και να διατηρηθούν στο μέγεθος άνω των 50 απασχολουμένων. Κατά πάσα ένδειξη, το πρόβλημα επιχειρηματικότητας εντοπίζεται ακριβώς στην αδυναμία επέκτασης - μεγέθυσης των ΜΜΕ.

Οι κύριες προκλήσεις που καλούνται οι ΜΜΕ στην Ελλάδα να αντιμετωπίσουν κατά την επόμενη προγραμματική περίοδο σχετίζονται με την υιοθέτηση ενός νέου μοντέλου βιώσιμης μικρομεσαίας επιχείρησης, το οποίο θα καλύπτει τις σημερινές απαιτήσεις για ποιότητα, καινοτομία, ενσωμάτωση της νέας γνώσης και εξωστρέφεια. Τα χαρακτηριστικά που πρέπει να πληροί μια σύγχρονη ανταγωνιστική ΜΜΕ είναι:

1. Πραγματοποίηση επενδύσεων όχι απλώς σε νέες τεχνολογίες, αλλά και σε ανθρώπινο δυναμικό που είναι ο φυσικός φορέας των νέων δεξιοτήτων και των νέων γνώσεων.

2. Εφαρμογή διεθνών προτύπων και οι σύγχρονων μεθόδων οργάνωσης, λειτουργίας και διοίκησης.

3. Δημιουργία νέων δικτύων πρόσβασης, πληροφόρησης και διάθεσης προϊόντων.

4. Σύνδεση με φορείς παραγωγής νέας γνώσης, πόλους καινοτομίας, επιστημονικά κέντρα έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης.

5. Στροφή σε νέα καινοτόμα προϊόντα, νέες υπηρεσίες, νέες αγορές στο εσωτερικό και στο εξωτερικό.

6. Οικολογικός προσανατολισμός και κοινωνική υπευθυνότητα.

Γ.3. Συγκριτική ανάλυση των επιδόσεων των εγχώριων ΜΜΕ με τις αντίστοιχες ΜΜΕ της Ε.Ε.

Σημαντική υστέρηση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων έναντι των αντίστοιχων ευρωπαϊκών καταδεικνύουν πρόσφατες έρευνες που πραγματοποιήθηκαν από έλληνες ερευνητές[24].

Με βάση τα στοιχεία που παρατίθενται στα επόμενα, πάνω από τις μισές ελληνικές ΜΜΕ μείωσαν σημαντικά τις πωλήσεις τους την περίοδο 2000 - 2003 έναντι του ενός τρίτου των ΜΜΕ άλλων ευρωπαϊκών χωρών. Αντίθετα, περισσότερες από τις μισές ευρωπαϊκές ΜΜΕ διεύρυναν το μερίδιό τους κατά την ίδια περίοδο, έναντι ενός τρίτου των ελληνικών ΜΜΕ αντίστοιχα.

Σύμφωνα με την προαναφερθείσα έρευνα, το **38% των ελληνικών ΜΜΕ** σημειώνει **αύξηση της απασχόλησης** το διάστημα 2000 - 2003, έναντι του 57% των αντίστοιχων ευρωπαϊκών, ενώ το 37% των ελληνικών ΜΜΕ μειώνουν το προσωπικό τους, έναντι 17% των ευρωπαϊκών.

Η σχετικά χαμηλή ανταγωνιστικότητα των ελληνικών ΜΜΕ έναντι των αντίστοιχων ευρωπαϊκών δείχνει να σχετίζεται με τις συνθήκες που διέπουν το αντίστοιχο επιχειρηματικό περιβάλλον. Όπως καταγράφεται στην παραπάνω μελέτη, η μία στις δύο ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις υιοθετεί αμυντική στρατηγική αντιμετώπισης της μείωσης των πωλήσεων, με αντίστοιχη μείωση της παραγωγής, ενώ μόνο μία στις τέσσερις υιοθετεί επιθετική πολιτική, με τεχνολογική αναβάθμιση προϊόντων, παραγωγή και προώθηση νέων προϊόντων στην αγορά. Αντίθετα, η μία στις δύο ευρωπαϊκές ΜΜΕ αντιδρά επιθετικά στη μεταβολή των πωλήσεων, με αναβάθμιση της παραγωγικής δραστηριότητας, ενώ αμυντικά ενεργεί μία στις τρεις.

Η διαφορετική στρατηγική που υιοθετούν οι ΜΜΕ σε κάθε χώρα, συνίσταται, κυρίως, στο διαφορετικό επενδυτικό προσανατολισμό τους και ιδιαίτερα στις τεχνολογικές επενδύσεις τους. Οι περισσότερες (69%) από τις ελληνικές ΜΜΕ την περίοδο 1999 - 2003 έδωσαν προτεραιότητα στην ανανέωση του μηχανολογικού εξοπλισμού και των κτιριακών τους εγκαταστάσεων, σε αντίθεση με τις αντίστοιχες ευρωπαϊκές, το 50% των οποίων επένδυσαν κυρίως στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους (π.χ. μέσω βελτίωση και ανάπτυξης νέων προϊόντων, αγοράς πατέντων, χρήσης νέων υλικών και παραγωγικών τεχνολογιών, κ.α.).

Τα πρωτογενή εμπειρικά δεδομένα της έρευνας για την τριετία 2000 - 2003, δείχνουν πως το **41% των ελληνικών ΜΜΕ που επενδύει στην τεχνολογία,** προσανατολίστηκε κυρίως στην **απλή μηχανοργάνωση** των διοικητικών λειτουργιών και μόνο το 19% επένδυσε σε

[24] «Οικονομικό Περιβάλλον, θεσμικό πλαίσιο και ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ», Θ. Μπαλάσκας, Μ. Τσαμπρα – ΙΟΒΕ. 2005.

προηγμένο τεχνολογικό εξοπλισμό και νέες τεχνολογίες παραγωγής. Ακόμα λιγότερες, το **10%** εξ αυτών **επένδυσαν σε τεχνολογία σχεδιασμού προϊόντων**, η οποία προϋποθέτει υψηλή τεχνογνωσία και εκπαίδευση.

Σύμφωνα με την ίδια έρευνα, οι δράσεις που αξιοποιούν οι ελληνικές ΜΜΕ για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους, συνίστανται κατά **52% σε δάνεια** και πιστωτικές ευκολίες και κατά **17% σε υποστήριξη του εργατικού κόστους**. Το γεγονός ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών ΜΜΕ χρησιμοποιεί ίδια κεφάλαια και όχι τραπεζικό δανεισμό, ή άλλη χρηματοδότηση για επενδύσεις καταδεικνύει την ασθενή επενδυτική υποστήριξη που το ελληνικό θεσμικό πλαίσιο παρέχει στις ΜΜΕ, την ακαμψία του ελληνικού χρηματοπιστωτικού συστήματος και την αδυναμία του να προσαρμοστεί στις ιδιαιτερότητες των ΜΜΕ. Εδώ θα πρέπει να υπογραμμιστεί και η μηδενική τραπεζική χρηματοδότηση που παρέχεται στις ελληνικές ΜΜΕ για τεχνολογική έρευνα και ανάπτυξη - ακόμα και σε περιπτώσεις συνεργασίας με έγκριτα ερευνητικά ιδρύματα - λόγω του υψηλού επιχειρηματικού ρίσκου. Θα πρέπει όμως να επισημανθεί και η αδυναμία ανταπόκρισης των ελληνικών ΜΜΕ στις προδιαγραφές και τα κριτήρια καταλληλότητας για επιχορήγηση.

Παράλληλα, ο βαθμός αξιοποίησης των κοινοτικών και εθνικών προγραμμάτων τεχνολογικής ανάπτυξης και κατάρτισης από τις ελληνικές ΜΜΕ είναι ιδιαίτερα περιορισμένος (μόλις στο 3%) έναντι του αντίστοιχου που σημειώνουν οι ΜΜΕ των άλλων περιφερειακών οικονομιών της Ε.Ε. (20%).

Από την ειδική ποσοτική έρευνα, προκύπτει ότι 4 στις 10 πολύ μικρές ΜΜΕ έως και 6 στις 10 μεγάλες ΜΜΕ υπέβαλαν κατά την τελευταία 4ετία αιτήσεις ένταξης σε κάποιο ευρωπαϊκό ή εθνικό πρόγραμμα χρηματοδότησης:

Τα τελευταία τέσσερα έτη, στην επιχείρησή σας έχετε υποβάλει αίτηση ένταξης σε κάποιο ευρωπαϊκό ή εθνικό πρόγραμμα χρηματοδότησης;	Αριθμός προσωπικού				μ.ο. 4 κατηγ
	0-4	5-9	10-49	50-249	
Ναι	37,3	48,7	57,8	60,2	44,5
Οχι	59,2	49,6	38,5	38,8	52,5
Δεν γνωρίζω	2,5	0,9	2,8	0	2,0
ΔΑ	1,0	0,9	0,9	1,0	1,0

Και από τις επιχειρήσεις αυτές που είχαν υποβάλει αίτηση ένταξης σε κάποιο ευρωπαϊκό ή εθνικό πρόγραμμα χρηματοσότησης, τουλάχιστον για τα 2/3 εξ' αυτών η πρόταση τελικά εγκρίθηκε (καθώς και υπάρχει και ένα 20% που δεν εγνώριζαν).

Τελικά, εγκρίθηκε η πρότασή σας ;	Αριθμός προσωπικού				μ.ο. 4 κατηγ
	0-4	5-9	10-49	50-249	
Ναι	58,3	59,3	71,4	87,1	65,7
Όχι	15,6	20,4	14,3	8,1	14,8
Δεν γνωρίζω	26,1	20,4	11,1	4,8	18,9
ΔΞ/ΔΑ			3,2		0,6
ΒΑΣΗ	37,3%	48,6%	57,8%	59,2%	44,5%

Όσον αφορά το 52,5% των ΜΜΕ που δήλωσαν ότι δεν έχουν υποβάλλει αίτηση ένταξης σε κάποιο ευρωπαϊκό ή εθνικό πρόγραμμα χρηματοδότησης, οι λόγοι που αναφέρθηκαν για την μη υποβολή αίτησης ήταν οι ακόλουθοι:

Για ποιόν από τους ακόλουθους λόγους δεν επιχειρήσατε να ενταχθείτε σε κάποιο πρόγραμμα χρηματοδότησης;	Αριθμός προσωπικού				μ.ο. 4 κατηγ
	0-4	5-9	10-49	50-249	
Δεν γνώριζα κανένα πρόγραμμα που να με αφορά	34,3	43,9	39,1	39,0	36,5
Γνώριζα κάποια προγράμματα αλλά δεν γνώριζα τη διαδικασία που έπρεπε να ακολουθήσω	11,9	3,5	10,9	7,3	10,3
Μου φαινόταν χρονοβόρος η διαδικασία υποβολής πρότασης	22,1	24,6	28,3	24,4	23,3
Ήμουν σίγουρος ότι δεν θα κατάφερνα να ενταχθώ	13,9	15,8	10,9	7,3	13,2
Άλλο, προσδιορίστε	12,5	15,8	19,6	17,1	14,1
ΔΞ/ΔΑ	10,6	5,3	6,5	7,3	9,2
ΒΑΣΗ	59,2%	49,6%	38,5%	38,8%	52,5%

Τέλος, σε ερώτηση που έγινε στα πλαίσια της ειδικής ποσοτικής έρευνας, σχετικά α)με τη γνώση κάποιων μέτρων (που φαίνονται στον ακόλουθο πίνακα) υποστήριξης των ΜΜΕ, β) με τη χρήση ή μη του μέτρου και γ) με τον εκτιμώμενο βαθμό ενίσχυσης των ΜΜΕ μέσω των μέτρων αυτών, τα αποτελέσματα ήταν τα ακόλουθα:

Για κάθε ένα από τα ακόλουθα μέτρα υποστήριξης των ΜΜΕ,παρακαλούμε σημειώστε αν το γνωρίζετε	Αριθμός προσωπικού				μ.ο. 4 κατηγ
	0-4	5-9	10-49	50-249	
Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας.	52,8	59,5	62,4	51,5	54,8
Δικτυωθείτε.	54,2	54,1	56,0	55,3	54,6
Ενίσχυση Νεανικής Επιχειρηματικότητας.	52,2	58,6	59,6	54,4	54,3
Ενίσχυση ΜΜΕ του τριτογενούς τομέα (Εμπόριο - Υπηρεσίες).	45,6	49,6	47,7	51,5	47,2
Επιχειρείτε Ηλεκτρονικά.	37,9	39,6	47,7	67,0	43,2
Προγραμμα Ενίσχυσης ΜΜΕ μεταποιητικών & τουριστικών επιχειρήσεων.	42,2	35,1	41,3	39,8	40,8
Ενίσχυση μικρών & πολύ μικρών επιχειρήσεων του τριτογενή τομέα.	32,9	34,2	38,5	35,0	34,1
Μικρές Επιχειρήσεις & ΤΕΧνολογική Ώθηση (Μ.Ε.ΤΕΧ.Ω).	24,2	27,0	28,4	19,4	24,6
Ενίσχυση επαρχιακού τύπου για ηλεκτρονικοποίηση - ψηφιοποίηση επιχειρηματικών λειτουργιών.	22,6	19,8	23,9	20,4	22,1
Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ όλων των κλάδων του Τουριστικού Τομέα.	22,6	20,7	23,9	24,3	22,7
Οικονομικά κίνητρα για την ενίσχυση μεμονωμένων ιδιωτικών ενεργειακών επενδύσεων.	21,5	23,4	24,8	18,5	21,8
Ενίσχυση Επιχειρηματικότητας Γονέων με τρία τέκνα και άνω.	18,2	15,3	15,6	19,4	17,6
Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου-"ΟΠΑΑΧ.	16,8	14,4	22,9	18,5	17,5
Προώθηση της δικτύωσης των τουριστικών ΜΜΕ (CLUSTERING).	16,4	14,4	18,4	16,5	16,4
Ενίσχυση ΜΜΕ του τομέα της βιομηχανικής υπεργολαβίας (ΜΜΕ-ΒΥ).	15,5	12,6	13,8	19,4	15,4
Άλλο μέτρο.	3,9	1,8	0,9	1,9	3,0
ΒΑΣΗ	100%	100%	100%	100%	100%

Όσον αφορά τη χρήση των μέτρων που παρουσιάζονται στον παραπάνω πίνακα, τα ευρήματα της ειδικής ποσοτικής έρευνας ήταν τα ακόλουθα:

Για κάθε ένα από τα ακόλουθα μέτρα υποστήριξης των ΜΜΕ,παρακαλούμε σημειώστε αν το έχετε χρησιμοποιήσει	Αριθμός προσωπικού				μ.ο. 4 κατηγ
	0-4	5-9	10-49	50-249	
Δικτυωθείτε	10,56	11,71	5,5	7,77	9,68
Επιχειρείτε Ηλεκτρονικά	4,14	5,41	7,34	22,33	7,07
Ενίσχυση ΜΜΕ του τριτογενούς τομέα (Εμπόριο - Υπηρεσίες)	6,42	7,21	7,34	7,77	6,82
Προγραμμα Ενίσχυσης ΜΜΕ μεταποιητικών & τουριστικών επιχειρήσεων	4,35	2,7	4,59	1,94	3,85
Ενίσχυση Νεανικής Επιχειρηματικότητας	4,14	2,7	1,83	1,94	3,35
Ενίσχυση μικρών & πολύ μικρών επιχειρήσεων του τριτογενή τομέα	2,9	7,21	3,67	0,97	3,35
Μικρές Επιχειρήσεις & ΤΕΧνολογική Ώθηση (Μ.Ε.ΤΕΧ.Ω)	2,9	4,5	4,59	0,97	3,1

Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας	3,31	2,7	2,75	1,94	2,98
Ενίσχυση επαρχιακού τύπου για ηλεκτρονικοποίηση - ψηφιοποίηση επιχειρηματικών λειτουργιών	1,86		1,83	1,94	1,61
Ενίσχυση ΜΜΕ του τομέα της βιομηχανικής υπεργολαβίας (ΜΜΕ-ΒΥ)	1,45	1,8	0,92	1,94	1,49
Οικονομικά κίνητρα για την ενίσχυση μεμονωμένων ιδιωτικών ενεργειακών επενδύσεων	1,66	0,9		0,97	1,24
Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου-"ΟΠΑΑΧ	1,04		1,83	1,94	1,12
Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ όλων των κλάδων του Τουριστικού Τομέα.	0,62	0,9	1,83	0,97	0,87
Ενίσχυση Επιχειρηματικότητας Γονέων με τρία τέκνα και άνω	1,04	0,9		0,97	0,87
Προώθηση της δικτύωσης των τουριστικών ΜΜΕ (CLUSTERING)	0,62		1,83	0,97	0,74
Άλλο μέτρο.	6,42	7,21	7,34	7,77	6,82
ΒΑΣΗ	100%	100%	100%	100%	100%

Τέλος, αναφορικά με τον εκτιμώμενο βαθμό ενίσχυσης των ΜΜΕ μέσω των προαναφερθέντων μέτρων, τα ευρήματα της ειδικής ποσοτικής έρευνας είναι τα ακόλουθα:

Για κάθε ένα από τα ακόλουθα μέτρα υποστήριξης των ΜΜΕ,παρακαλούμε σημειώστε σε ποιο βαθμό πιστεύετε ότι ενίσχυσαν τις ΜΜΕ	Αριθμός προσωπικού				μ.ο. 4 κατηγ
	0-4	5-9	10-49	50-249	
Ενίσχυση ΜΜΕ του τριτογενούς τομέα (Εμπόριο – Υπηρεσίες)					
Καθόλου	13,18	10,91	5,77	7,55	11,1
Λίγο	12,27	7,27	7,69	16,98	11,6
Αρκετά	25,45	36,36	28,85	33,96	28,7
Πολύ	17,7	18,2	25,0	17,0	18,7
Πάρα πολύ	21,8	16,4	25,0	11,3	20,0
ΔΞ/ΔΑ	9,5	10,9	7,7	13,2	10,0
ΒΑΣΗ	45,6%	49,6%	47,7%	51,5%	47,2%
Ενίσχυση Νεανικής Επιχειρηματικότητας					
Καθόλου	12,7	9,2	7,7	5,4	10,5
Λίγο	15,1	10,8	7,7	16,1	13,5
Αρκετά	23,8	27,7	27,7	21,4	24,7
Πολύ	16,3	23,1	16,9	23,2	18,3
Πάρα πολύ	21,0	10,8	24,6	7,1	18,3
ΔΞ/ΔΑ	11,1	18,5	15,4	26,8	14,8
ΒΑΣΗ	52,2%	58,6%	59,6%	54,4%	54,3%
Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας					
Καθόλου	12,2	12,1	7,4	1,9	10,2
Λίγο	13,7	7,6	10,3	9,4	11,8
Αρκετά	18,8	30,3	20,6	32,1	22,4
Πολύ	21,2	16,7	27,9	20,8	21,5
Πάρα πολύ	21,6	15,2	19,1	11,3	19,0
ΔΞ/ΔΑ	12,5	18,2	14,7	24,5	15,2

ΒΑΣΗ	52,8%	59,5%	62,4%	51,5%	54,8%
Πρόγραμμα Ενίσχυσης ΜΜΕ μεταποιητικών & τουριστικών επιχειρήσεων					
Καθόλου	11,8	10,3	4,4		9,1
Λίγο	7,4	2,6	6,7	2,4	6,1
Αρκετά	22,5	28,2	28,9	34,1	25,5
Πολύ	24,5	20,5	24,4	26,8	24,3
Πάρα πολύ	23,0	28,2	24,4	12,2	22,5
ΔΞ/ΔΑ	10,8	10,3	11,1	24,4	12,5
ΒΑΣΗ	42,2%	35,1%	41,3%	39,8%	40,8%
Ενίσχυση επαρχιακού τύπου για ηλεκτρονικοποίηση – ψηφιοποίηση επιχειρηματικών λειτουργιών					
Καθόλου	20,2	18,2	11,5		16,3
Λίγο	10,1	13,6	23,1	9,5	12,4
Αρκετά	21,1	22,7	3,8	19,0	18,5
Πολύ	12,8	9,1	26,9	28,6	16,3
Πάρα πολύ	23,9	27,3	26,9	9,5	23,0
ΔΞ/ΔΑ	11,9	9,1	7,7	33,3	13,5
ΒΑΣΗ	22,6%	19,8%	23,9%	20,4%	22,1%
Δικτυωθείτε					
Καθόλου	10,3	8,3	6,6		8,2
Λίγο	11,5	11,7	9,8	5,3	10,5
Αρκετά	23,3	26,7	19,7	29,8	24,1
Πολύ	14,9	13,3	19,7	29,8	17,3
Πάρα πολύ	29,8	21,7	31,1	15,8	27,0
ΔΞ/ΔΑ	10,3	18,3	13,1	19,3	13,0
ΒΑΣΗ	54,2%	54,1%	56,0%	55,3%	54,6%
Ενίσχυση μικρών & πολύ μικρών επιχειρήσεων του τριτογενή τομέα					
Καθόλου	13,2	10,5	11,9		10,9
Λίγο	11,9	5,3	2,4	16,7	10,2
Αρκετά	22,0	34,2	26,2	25,0	24,7
Πολύ	20,8	23,7	19,0	30,6	22,2
Πάρα πολύ	22,6	15,8	23,8	11,1	20,4
ΔΞ/ΔΑ	9,4	10,5	16,7	16,7	11,6
ΒΑΣΗ	32,9%	34,2%	38,5%	35,0%	34,1%
Ενίσχυση ΜΜΕ του τομέα της βιομηχανικής υπεργολαβίας (ΜΜΕ – ΒΥ)					
Καθόλου	30,7	14,3	13,3		21,8
Λίγο	9,3	21,4	13,3	15,0	12,1
Αρκετά	26,7	35,7	26,7	40,0	29,8
Πολύ	8,0	7,1	13,3	10,0	8,9
Πάρα πολύ	16,0	21,4	26,7	10,0	16,9
ΔΞ/ΔΑ	9,3		6,7	25,0	10,5
ΒΑΣΗ	15,5%	12,6%	13,8%	19,4%	15,4%
Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ όλων των κλάδων του Τουριστικού τομέα					
Καθόλου	17,4	8,7	11,5		13,1

Λίγο	11,0	8,7	11,5	12,0	10,9
Αρκετά	19,3	39,1	23,1	20,0	22,4
Πολύ	17,4	21,7	15,4	40,0	20,8
Πάρα πολύ	23,9	21,7	30,8	8,0	22,4
ΔΞ/ΔΑ	11,0		7,7	20,0	10,4
ΒΑΣΗ	22,6%	20,7%	23,9%	24,3%	22,7%
Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης Αγροτικού Χώρου – «ΟΠΑΑΧ»					
Καθόλου	25,9	25,0	20,0	5,3	22,0
Λίγο	7,4	6,3	12,0	15,8	9,2
Αρκετά	24,7	12,5	12,0	15,8	19,9
Πολύ	9,9	18,8	4,0	36,8	13,5
Πάρα πολύ	22,2	31,3	44,0	5,3	24,8
ΔΞ/ΔΑ	9,9	6,3	8,0	21,1	10,6
ΒΑΣΗ	16,8%	14,4%	22,9%	18,5%	17,5%
Προώθηση της δικτύωσης των τουριστικών ΜΜΕ (Clustering)					
Καθόλου	21,5	18,8	10,0	5,9	17,4
Λίγο	13,9	18,8	15,0	11,8	14,4
Αρκετά	22,8	12,5	15,0	23,5	20,5
Πολύ	12,7	6,3	15,0	35,3	15,2
Πάρα πολύ	19,0	18,8	35,0		18,9
ΔΞ/ΔΑ	10,1	25,0	10,0	23,5	13,6
ΒΑΣΗ	16,4%	14,4%	18,4%	16,5%	16,4%
Οικονομικά κίνητρα για την ενίσχυση μεμονωμένων ιδιωτικών ενεργειακών επενδύσεων					
Καθόλου	22,1	19,2	11,1		17,6
Λίγο	10,6	11,5	3,7	10,5	9,7
Αρκετά	20,2	19,2	25,9	31,6	22,2
Πολύ	15,4	19,2	22,2	21,1	17,6
Πάρα πολύ	20,2	23,1	22,2		18,8
ΔΞ/ΔΑ	11,5	7,7	14,8	36,8	14,2
ΒΑΣΗ	21,5%	23,4%	24,8%	18,5%	21,8%
Ενίσχυση Επιχειρηματικότητας Γονέων με τρία τέκνα και άνω					
Καθόλου	23,9	23,5	17,6		19,7
Λίγο	4,5	17,6	11,8	15,0	8,5
Αρκετά	18,2	29,4	17,6	35,0	21,8
Πολύ	17,0	11,8	11,8	25,0	16,9
Πάρα πολύ	27,3	17,6	29,4	5,0	23,2
ΔΞ/ΔΑ	9,1		11,8	20,0	9,9
ΒΑΣΗ	18,2%	15,3%	15,6%	19,4%	17,6%
Μικρές Επιχειρήσεις & Τεχνολογική Ώθηση (Μ.Ε.ΤΕΧ.Ω)					
Καθόλου	13,7	13,3	6,5		11,1
Λίγο	9,4		16,1	5,0	8,6
Αρκετά	20,5	33,3	25,8	15,0	22,7
Πολύ	14,5	10,0	22,6	45,0	18,2

Πάρα πολύ	23,1	23,3	22,6	10,0	21,7
ΔΞ/ΔΑ	18,8	20,0	6,5	25,0	17,7
ΒΑΣΗ	24,2%	27,0%	28,4%	19,4%	24,6%
Επιχειρείτε Ηλεκτρονικά					
Καθόλου	8,2		7,7		5,5
Λίγο	8,2	9,1	9,6	7,2	8,3
Αρκετά	27,3	38,6	19,2	27,5	27,6
Πολύ	21,9	20,5	21,2	33,3	23,9
Πάρα πολύ	23,0	13,6	26,9	15,9	21,0
ΔΞ/ΔΑ	11,5	18,2	15,4	15,9	13,8
ΒΑΣΗ	37,9%	39,6%	47,7%	67,0%	43,2%

Συμπερασματικά, η οικονομική μεγέθυνση που η Ελλάδα εμφανίζει τα τελευταία χρόνια, σύμφωνα με τα μακροοικονομικά μεγέθη και δείκτες, δεν συμβαδίζει με την αντίστοιχη επιχειρηματική ανάπτυξη και συγκεκριμένα, με βελτίωση της ανταγωνιστικής ικανότητας των ΜΜΕ Αυτό έχει ως αποτέλεσμα οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις να αντιμετωπίζουν οξυμένο διεθνή και εγχώριο ανταγωνισμό και προοπτική περαιτέρω συρρίκνωσης, γεγονός που εγείρει προβληματισμό για την αναπτυξιακή πορεία της χώρας και την προώθηση των στόχων της Ε.Ε. Οι **κύριες διαστάσεις του προβλήματος των χαμηλών επιδόσεων και της ασθενούς ανταγωνιστικότητας των ελληνικών ΜΜΕ συνοψίζονται στη διάρθρωση της ελληνικής οικονομίας που είναι προσανατολισμένη σε παραδοσιακές, μεταποιητικές δραστηριότητες χαμηλής ειδίκευσης και μικρής προστιθέμενης αξίας και στην ανεπάρκεια του θεσμικού πλαισίου σε τοπικό και εθνικό επίπεδο.**

Οι σχετικές αναλύσεις για την ανταγωνιστικότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων προσδιορίζουν τρεις ομάδες παραγόντων καθοριστικών της **ανταγωνιστικής τους ικανότητας:** α) το εξωτερικό περιβάλλον, β) τους ενδοεπιχειρησιακούς παράγοντες και γ) τη συμπεριφορά του επιχειρηματία.

Το **εξωτερικό περιβάλλον** - οικονομικό και θεσμικό - δρα σαν ο κυριότερος καταλύτης στις επιδόσεις των ΜΜΕ, επηρεάζοντας τόσο τα ενδοεπιχειρησιακά χαρακτηριστικά, όσο και τη συμπεριφορά του επιχειρηματία. Η παραδοχή αυτή τεκμηριώνεται και από το γεγονός πως οι εξ ορισμού περιορισμένοι πόροι και εμβέλεια των ΜΜΕ στην αγορά, τις κάνει πιο ευάλωτες στις εξωτερικές επιρροές και τις πολιτικοοικονομικές ανακατατάξεις συγκριτικά με τις μεγάλες επιχειρήσεις.

Γ.4. Συγκεντρωτική παρουσίαση των Ελληνικών ΜΜΕ (Δυνατά & Αδύνατα Σημεία, Ευκαιρίες και Απειλές)

Με βάση την προηγηθείσα ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης, όπου εντοπίστηκαν οι βασικότερες δυνατότητες - αδυναμίες - προοπτικές - απειλές για την ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας, συντίθεται ο ακόλουθος Πίνακας Ανάλυσης SWOT.

Οι απειλές - προοπτικές και οι δυνατότητες - αδυναμίες που επισημαίνονται στον Πίνακα είναι αυτές που εντοπίστηκαν και αναλύθηκαν ήδη, είτε συνολικά για την ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ, είτε ανα τομέα παρέμβασης του Προγράμματος. Για λόγους συνοπτικότερης παρουσίασης τους, δεν αναπαράγονται τα ποσοτικά δεδομένα που τις τεκμηριώνουν. Επισημαίνεται και πάλι ότι η πλήρης τεκμηρίωση μπορεί να αναζητηθεί στην κατά ενότητα ανάλυση.

Πίνακας 15: Συνοπτική παρουσίαση των χαρακτηριστικών και του περιβάλλοντος λειτουργίας των Ελληνικών ΜΜΕ

ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ	ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ	ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	ΑΠΕΙΛΕΣ
Υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης της εγχώριας οικονομίας και αποκατάσταση της σταθερότητας του μακρο-οικονομικού περιβάλλοντος		Δέσμευση για την επίτευξη των στόχων της Λισσαβόνας, ανάπτυξη μίγματος νέων πολιτικών και προώθηση θεσμικών μεταρρυθμίσεων	
Πρόσφατη τάση προόδου στις εισαγωγές	Χαμηλό ποσοστό εξαγωγών ως % του ΑΕΠ	Ανάδειξη της χώρας ως συνδετικού κρίκου ανάμεσα στην ΕΕ και τρίτες περιοχές: Βαλκάνια, Μεσόγειος, Μαύρη Θάλασσα.	Διεύρυνση της ΕΕ και είσοδος νέων μελών με χαμηλό κόστος παραγωγής, υψηλή παραγωγικότητα και εξωστρέφεια
Αύξηση της επενδυτικής δραστηριότητας	Χαμηλός βαθμός προσέλκυσης ΞΑΕ στην παραγωγή	Ενίσχυση της ανάπτυξης και ζήτησης γειτονικών χωρών	Εκροή κεφαλαίων προς άλλες χώρες και συνακόλουθη συρρίκνωση της μεταποίησης – «αποχωροθέτηση» των παραδοσιακών κλάδων σε τρίτες χώρες
Θετική εξέλιξη της αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων και διεύρυνση της αυτοχρηματοδότησης	Επιβάρυνση του κόστους παραγωγής από εξωγενείς παράγοντες		
Αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας και επιβράνδυση του αυξητικού ρυθμού του κόστους εργασίας			
Πρόοδος στην ολοκλήρωση των υποδομών και έμφαση στις παρεμβάσεις υπέρ της επιχειρηματικότητας	Δυϊσμός στην επιχειρηματική διάρθρωση. Πολύ μικρό μέγεθος επιχειρήσεων. Ελλείψεις σε υποδομές υποστήριξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας και πολυτυπία.	Αυξανόμενη τάση για περισσότερα προϊόντα και υπηρεσίες	Υψηλός βαθμός ευαισθησίας στον ανταγωνισμό των ΜΜΕ και ΠΜΕ
Εκσυγχρονισμός σημαντικών επιχειρήσεων	Περιορισμένο εύρος κλαδικής εξειδίκευσης και μικρό μερίδιο προϊόντων τεχνολογικής έντασης	Διεθνής τάση για επέκταση των συνεργασιών και των δικτυώσεων	Απορρόφηση των «μεγάλων» ελληνικών επιχειρήσεων από διεθνικές επιχειρήσεις leaders
Υψηλού επιπέδου ανθρώπινο δυναμικό στην	Αδυναμία των ΜΜΕ να ενσωματώσουν	Ευκαιρίες του 7ου Προγράμματος	Διαρροή του επιστημονικού

Δ Υ Ν Α Τ Ο Τ Η Τ Ε Σ	Α Δ Υ Ν Α Μ Ι Ε Σ	Ε Υ Κ Α Ι Ρ Ι Ε Σ	Α Π Ε Ι Λ Ε Σ
Έρευνα	τεχνογνωσία και να αναπτύξουν προϊόντα υψηλής προστιθέμενης αξίας. Χαμηλή αξιοποίηση των ΤΠΕ από μεγάλο μέρος των επιχειρήσεων. Υπερσυγκέντρωση δραστηριοτήτων ΕΤΑ σε περιφερειακό επίπεδο.	Πλαισίου ΕΤ και CIP Ευαισθητοποίηση ομάδων επιχειρήσεων στην παραγωγή και χρήση ΕΤΑ	δυναμικού υψηλού επιπέδου σε χώρες με καλύτερες συνθήκες απασχόλησης
Σημαντική βελτίωση των υποδομών Ε&Τ	Ελλείψεις σε σύγχρονες υποδομές ΤΠΕ Αδύναμοι ενδιάμεσοι μηχανισμοί μεταφοράς τεχνολογίας, ανεπάρκεια διαμεσολαβητών	Δυνατότητες Ε&Τ διείσδυσης σε Βαλκάνια, Αν. Μεσόγειο και παρευξείνειες περιοχές.	Ταχύτατοι ρυθμοί ανάπτυξης της τεχνολογίας που απαξιώνουν πολύ γρήγορα την υποδομή που δημιουργείται για την κάλυψη των κενών Ε&Τ
Σημαντικό δυναμικό ΑΠΕ και συμπαραγωγής με αυξανόμενη διείσδυση του φυσικού αερίου	Χαμηλός ρυθμός διείσδυσης των ΑΠΕ στο ενεργειακό σύστημα Καθυστέρηση στην απελευθέρωση της ηλεκτρικής ενέργειας	Απελευθέρωση της αγοράς ενέργειας ως κίνητρο για ιδιωτικές επενδύσεις	Ευαισθησία της προσφοράς ενέργειας στις σχέσεις με τους κύριους προμηθευτές της
Υψηλή συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ και στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης. Οργανωμένη προβολή και προώθηση του τουριστικού προϊόντος	Μικρό μέγεθος τουριστικών επιχειρήσεων. Χαμηλός βαθμός δικτύωσης μεταξύ επιχειρήσεων και διασύνδεσης με λοιπούς τομείς. Μικρή συμμετοχή εναλλακτικών μορφών τουρισμού	Αναγνωρισιμότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και συνεχής αύξηση της ζήτησης Αυξανόμενη ζήτηση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού	Ολιγοψωνιακή διάρθρωση της τουριστικής ζήτησης, υπό την κυριαρχία των διεθνικών tour operators. Ενδυνάμωση υποδομών των ανταγωνιστριών χωρών
Άνοδος ποσοστών απασχόλησης. Αξιόλογο απόθεμα εργατικού δυναμικού	Χαμηλή σύνδεση της εκπαίδευσης με την επιχειρηματικότητα Χαμηλή επίδοση στη δια βίου εκπαίδευση		
	Υψηλή ενεργειακή ένταση. Υψηλή εξάρτηση από εισαγωγές. Έλλειψη ισχυρών ηλεκτρικών διασυνδέσεων. Έλλειψη πετρελαϊκών διασυνδέσεων.	Αναβάθμιση του ενεργειακού ρόλου της χώρας στην Ν.Α. Ευρώπη.	Κίνδυνος μη τήρησης των διεθνών δεσμεύσεων στον τομέα της ενέργειας και μη υλοποίησης έργων με σημαντικές επιπτώσεις για τη χώρα
	Ελλείψεις σε υποδομές της εφοδιαστικής αλυσίδας		

Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007 -2013»

ΕΝΟΤΗΤΑ Δ': ΤΑ ΜΕΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΕΝΑΝΤΙ ΤΩΝ ΜΜΕ ΠΟΥ ΕΛΗΦΘΗΣΑΝ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΠΟΥ ΚΑΛΥΠΤΕΙ Η ΕΡΕΥΝΑ

Δ.1. Ανάλυση Εθνικών Πολιτικών και Μέτρων για την ενίσχυση των ΜΜΕ

Στην παρούσα ενότητα αναλύονται τα πεδία εθνικής πολιτικής για την ενίσχυση των ΜΜΕ κατά την περίδο που καλύπτει η έρευνα. Η επιλογή των πεδίων πολιτικής έγινε σε συνάρτηση με τους στόχους της αναθεωρημένης στρατηγικής της Λισσαβόνας και του Χάρτη των ΜΜΕ όπως φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί:

Πίνακας 16: Πεδία εθνικής πολιτικής για τις ΜΜΕ στην Ελλάδα σε συνάρτηση με τους στόχους της Αναθεωρημένης Στρατηγικής της Λισσαβόνας και του Χάρτη των ΜΜΕ

	ΣΤΟΧΟΙ ΛΙΣΣΑΒΟΝΑΣ	ΤΟΜΕΙΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΤΟΥ ΧΑΡΤΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΜΕ	ΠΕΔΙΟ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
1.	**1.1.**ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ :ΕΚΚΙΝΗΣΗ ΕΠΙΧΙΕΡΗΣΗΣ/ΚΑΝΟΝΙΣΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ **1. 2**.ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	**1**.Φορολογικά και χρηματοοικονομικά ζητήματα **2**.Εκπαίδευση και Επιμόρφωση για το επιχειρηματικό πνεύμα **3**.Φθηνότερη και ταχύτερη εκκίνηση – απλοποίηση των διαδικασιών για την δημιουργία επιχειρήσεων **4**.Καλύτερη νομοθεσία και ρυθμίσεις	ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ
2.	**2. 1.**ΑΠΕΥΛΕΥΘΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΤΗΣ ΕΝΙΑΙΑΣ ΑΓΟΡΑΣ **2. 2.**ΣΤΗΡΙΞΗ ΔΙΚΤΥΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	Περισσότερα οφέλη από την Ενιαία Αγορά:	ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ
3.	ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ Ε&ΤΑ	Ενίσχυση των τεχνολογικών δυνατοτήτων των μικρών επιχειρήσεων	ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑ
4.	ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ	Βελτίωση της πρόσβασης σε απ' ευθείας σύνδεση	ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ
5.	ΕΝΘΑΡΡΥΝΣΗ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ		ΑΕΙΦΟΡΙΑ
6.	ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΣ ΑΠΟΚΛΕΙΣΜΟΣ	Διαθεσιμότητα των ικανοτήτων	ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ

Πηγή: European Profiles (ίδια επεξεργασία στοιχείων)

Έτσι διαμορφώνονται έξι (6) πεδία εθνικής πολιτικής για την Ελλάδα:

- Βελτίωση του Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος
- Ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας και της Εξωστρέφειας
- Τεχνολογική Καινοτομία και Έρευνα

- Κοινωνία της Πληροφορίας
- Αειφορία
- Ανθρώπινοι Πόροι

Κάθε ένα από τα παραπάνω πεδία πολιτικής αναλύεται σε σχέση με τα χρησιμοποιούμενα μέσα για την επίτευξη του στόχου. Τα κυρίως χρησιμοποιούμενα μέσα εξάγονται μέσα από την αναλυτική παρατήρηση του συνόλου των προγραμμάτων, υποπρογραμμάτων, μέτρων, δράσεων και ενεργειών και είναι τα εξής:

- Ενημέρωση –Πληροφόρηση
- Υποδομές
- Ενισχύσεις
- Υποστηρικτικές Ενέργειες
- Χρηματοδοτικά Εργαλεία
- Εκπαίδευση –Κατάρτιση
- Δημιουργία Επιχειρήσεων
- Επιδότηση Προσωπικού

Στην συνέχεια γίνεται η ταξινόμησή των μέτρων που περιλαμβάνονται στις Κοινοτικές Πρωτοβουλίες, τα Τομεακά και τα Περιφερειακά Προγράμματα κατά στόχους πολιτικής και χρησιμοποιούμενο μέσο.

Από την αναλυτική αυτή παρουσίαση προκύπτει ο παρακάτω πίνακας:

Πίνακας 17: Μέτρα και Μέσα Εθνικής Πολιτικής για την ενίσχυση των ΜΜΕ

ΜΕΣΟ / ΣΤΟΧΟΣ	ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ - ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ	ΥΠΟΔΟΜΕΣ	ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ	ΥΠΟΣΤΗΡΙΚΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ	ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ - ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ	ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΠΙΧ/ΣΕΩΝ	ΕΠΙΔΟΤΗΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ
ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ	8	37	-	23	3	-	-	-	71
ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ	7	-	104	10	-	1	12	-	134
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑ	2	9	5	15	-	-	1	-	32
ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΤΗΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΑΣ	4	6	1	7	-	7	1	5	31
ΑΕΙΦΟΡΙΑ	5	1	5	34	-	-	-	-	45
ΑΝΘΡΩΠΙΝΟΙ ΠΟΡΟΙ	6	1	-	2	-	31	-	1	41
ΣΥΝΟΛΑ	**32**	**54**	**115**	**91**	**3**	**39**	**14**	**6**	**354**

Πηγή: European Profiles (ίδια επεξεργασία στοιχείων)

Από την ταξινόμηση αυτή προκύπτει ότι υλοποιούνται στην Ελλάδα 354 Μέτρα για τις ΜΜΕ στο πλαίσιο του Γ' ΚΠΣ. Στις ενότητες που ακολουθούν παρουσιάζονται και σχολιάζονται τα κυριότερα από αυτά τα μέτρα.

▪ *Βελτίωση Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος*

Βασικοί στόχοι των δράσεων που σχεδιάστηκαν και υλοποιήθηκαν κατά την περίοδο 2004-2006 στις Κοινοτικές Πρωτοβουλίες, τα Τομεακά και τα Περιφερειακά Προγράμματα είναι:

- η βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος με τον εξορθολογισμό και την απλοποίηση των διαδικασιών σε κάθε στάδιο της επιχειρηματικής δραστηριότητας καθώς και την αύξηση της διαθεσιμότητας σε υποδομές υψηλών προδιαγραφών ώστε να επιτευχθεί μεγαλύτερη διαφάνεια και αποτελεσματικότητα, ταχύτερη ανταπόκριση σε νέες επενδυτικές ευκαιρίες, αλλά και διευκόλυνση των άμεσων ξένων επενδύσεων.

- η κινητοποίηση ιδιωτικών κεφαλαίων για την επέκταση υφιστάμενων, τη δημιουργία περιορισμένου αριθμού νέων βιομηχανικών επιχειρηματικών υποδομών καθώς και την αξιοποίηση εγκαταλελειμμένων βιομηχανικών κτιρίων.

- η ολοκλήρωση και ενεργοποίηση του Εθνικού Συστήματος Ποιότητας για την παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών ποιότητας στις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές.

- Η συγκρότηση περιφερειακών δομών στήριξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας, ιδιαίτερα των ΜΜΕ των Τομέων της Μεταποίησης και του Τουρισμού, για να καλύψουν το έλλειμμα πληροφόρησης των ΜΜΕ και να συμβάλλουν στην αναβάθμιση της επιχειρηματικής κουλτούρας μέσω και των υπηρεσιών συμβουλευτικού προσανατολισμού που παρέχουν.

- Η ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, που θα τους επιτρέψει να αναπτυχθούν και να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους στον ευρύτερο γεωγραφικό χώρο, με τρόπο που θα σέβεται τις βασικές αρχές της αειφόρου ανάπτυξης.

- Η τόνωση της επιχειρηματικής δραστηριότητας και η διευκόλυνση της επικοινωνίας με την ενίσχυση της ασφάλειας των συνόρων .

- Η ενίσχυση των υποδομών μεταφορών και των διασυνοριακών δικτύων.

- Η υποστήριξη των διασυνοριακών δομών για την ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού με σκοπό την αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών και τη δημιουργία κοινών συστημάτων αειφορικής διαχείρισης.

- Η εισαγωγή ηλεκτρονικών διαδικασιών στις συναλλαγές του δημοσίου με τις επιχειρήσεις (δημόσιες προμήθειες, υποβολή προτάσεων για συμμετοχή σε προγράμματα της Ε.Ε., κ.λπ.

- Η ενδυνάμωση των μηχανισμών πιστοποίησης και προτυποποίησης προϊόντων και υπηρεσιών.

- Η ενδυνάμωση των δομών στήριξης μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) όλων των τομέων της οικονομίας (πρωτογενή, δευτερογενή, τριτογενή) με εξοπλισμό, δικτύωση και τεχνογνωσία, ώστε να μπορούν να παρέχουν ολοκληρωμένη πληροφόρηση και συμβουλευτική στήριξη σε θέματα των ΤΠΕ και των νέων επιχειρηματικών πρακτικών που στηρίζονται σε αυτές.

- Η δημιουργία ενός ευνοϊκού περιβάλλοντος για την ίδρυση νέων επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας, με την ανάπτυξη μηχανισμών, όπως κεφάλαια υψηλού επιχειρηματικού κινδύνου (venture capital), θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων κλπ.

- Η υποστήριξη της συμπλήρωσης της εθνικής νομοθεσίας και την ενσωμάτωση των κοινοτικών οδηγιών σε θέματα ασφάλειας συναλλαγών, κρυπτογραφίας, αυθεντικότητας κτλ. (π.χ. η Εθνική Επιτροπή Ηλεκτρονικού Εμπορίου).

- Η προώθηση δημιουργίας Εναλλακτικών Μηχανισμών Επίλυσης Διαφορών (Alternative Dispute Resolution Schemes) με τη συνεργασία βιομηχανίας και καταναλωτών και την ένταξη τους σε Ευρωπαϊκά Δίκτυα εξωδικαστικής επίλυσης διαφορών.

- Η υποστήριξη μηχανισμών διαβούλευσης της Πολιτείας με τους εμπλεκόμενους φορείς για την επεξεργασία και παραγωγή θέσεων σχετικά με το ηλεκτρονικό επιχειρείν και την προώθηση των ελληνικών επιχειρήσεων για τη συμμετοχή τους στην ψηφιακή οικονομία.

- Η διεξαγωγή μελετών ως προς το ηλεκτρονικό επιχειρείν, και τις γενικότερες επιπτώσεις στην οικονομία και την ανάπτυξη με στόχο την υποβοήθηση στην χάραξη πολιτικών.

- Η δημιουργία ολοκληρωμένων πληροφοριακών συστημάτων και υποδομών για:

  - Το σύστημα Κρατικών Προμηθειών.

  - Τις δραστηριότητες των οργανισμών τυποποίησης.

  - Τη διαχείριση των εμπορικών σημάτων.

  - Τους μηχανισμούς πιστοποίησης και προτυποποίησης προϊόντων και υπηρεσιών για την ΚτΠ, όπως η πιστοποίηση συμμόρφωσης φορέων και εφαρμογών ηλεκτρονικού εμπορίου με τις απαιτήσεις προτύπων ή/και Ελληνικών και Κοινοτικών κανονισμών.

- Η αποτελεσματικότερη διαχείριση της ροής πληροφοριών, η βελτίωση των διαδικασιών παραγωγής και διάχυσης πληροφοριών και ο αποδοτικότερος έλεγχο συναλλακτικών διαδικασιών και πρακτικών κατάχρησης της αγοράς.

- Η ενδυνάμωση των δομών στήριξης μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) όλων των τομέων της οικονομίας (πρωτογενή, δευτερογενή, τριτογενή) με εξοπλισμό, δικτύωση, τεχνογνωσία ώστε να μπορούν να παρέχουν ολοκληρωμένη πληροφόρηση και συμβουλευτική στήριξη.

- Η ενίσχυση κλαδικών ή τοπικών έργων παροχής υπηρεσιών ηλεκτρονικού εμπορίου σε ΜΜΕ (δημιουργία e-marketplaces, ηλεκτρονικών εκθέσεων, mini portals κτλ.) από φορείς του Δημοσίου ή άλλους κοινωνικούς, συλλογικούς και επαγγελματικούς φορείς.

Συνολικά υλοποιήθηκαν, στα πλαίσια Κοινοτικών Πρωτοβουλιών, Τομεακών & Περιφερειακών Προγραμμάτων, 64 δράσεις για την βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος εκ των οποίων 37 δράσεις με ενέργειες βελτίωσης ή ανάπτυξης υποδομών (18 στο ΕΠΑΝ, 17 στα ΠΕΠ,1 στο URBAN και 1 στην ΚτΠ), 23 δράσεις με υποστηρικτικές ενέργειες (6 στο ΕΠΑΝ, 4 στα ΠΕΠ, 2 στο INTERREG, 7 στην ΚΠ EQUAL, 4 στο ΕΠΕΑΕΚ), 3 δράσεις με ενέργειες ανάπτυξης μηχανισμών χρηματοδοτικής ενίσχυσης των ΠΜΕ & ΜΜΕ μέσω νέων χρηματοδοτικών εργαλείων(3 στο ΕΠΑΝ) και 8 δράσεις με ενέργειες πληροφόρησης και ευαισθητοποίησης. Οι κυριότερες δράσεις είναι οι εξής:

- *Απλοποίηση του θεσμικού και κανονιστικού πλαισίου που διέπει την αδειοδότηση των επιχειρήσεων (1.3.1&1.3.2)*

- *Κέντρα Υποδοχής Επενδυτών (ΚΥΕ) 1.3.3*

- *Δημιουργία του Γενικού Εμπορικού Μητρώου και βελτιστοποιεί το Μητρώο Προμηθευτών του Δημοσίου (1.3.5).*

- *Δημιουργία του Παρατηρητηρίου Εμπορίου (1.3.6).*

- *Ανάπτυξη δομών για την υποστήριξη της επιχειρηματικότητας, τα Κέντρα Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (ΚΕΤΑ) σε όλες τις Περιφέρειες της χώρας (1.4.1).*

- *Δημιουργία του Συμβουλίου Ανταγωνιστικότητας (1.4.2)*

- *Δημιουργία του Εθνικού Παρατηρητηρίου ΜΜΕ (1.4.2)*

- *Δημιουργία του Φορέα Εγγυοδοσίας (ΤΕΜΠΜΕ) ο οποίος εγγυάται μέρος των δανείων που συνάπτουν οι Μικρομεσαίες και οι Πολύ Μικρές Επιχειρήσεις (ΠΜΕ) με τους χρηματοπιστωτικούς τομείς (2.10)*

- *Πιστοποίηση (1.2.2)*

- *Έργα αναβάθμισης και παρεμβάσεις προστασίας του περιβάλλοντος σε επιλεγμένες υφιστάμενες βιομηχανικές περιοχές (ΒΙ.ΠΕ.) εθνικής εμβέλειας της Ε.Τ.Β.Α. ΒΙΠΕ Α.Ε. (2.12.1)*

- *Έργα επέκτασης, συμπλήρωσης και αναβάθμισης υφιστάμενων βιομηχανικών περιοχών (ΒΙ.ΠΕ.) εθνικής εμβέλειας, όπου δημιουργούνται ιδιωτικοί ή μικτοί φορείς διαχείρισης (2.12.2)*

- *Έργα ανακαίνισης και επαναχρησιμοποίησης για βιομηχανική χρήση εγκαταλελειμμένων βιομηχανικών κτιρίων (2.12.3)*

- *Δημιουργία νέων ΒΙ.ΠΕ. εθνικής εμβέλειας (2.12.4)*

- *«Κατασκευή, προμήθεια πυροσβεστικού εξοπλισμού και λειτουργία Πυροσβεστικών Σταθμών σε επιλεγμένες ΒΙ.ΠΕ εθνικής εμβέλειας» (2.12.5 πρώην 1.1.8).*

- *Ενίσχυση της μετεγκατάστασης επιχειρήσεων σε υφιστάμενες ή νέες βιομηχανικές υποδομές (2.12.6).*

▪ *Ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας και της Εξωστρέφειας*

Βασικοί στόχοι των δράσεων που σχεδιάστηκαν και υλοποιήθηκαν κατά την περίοδο 2004-2006 στις Κοινοτικές Πρωτοβουλίες, τα Τομεακά και τα Περιφερειακά Προγράμματα είναι:

- η ενίσχυση της ποιοτικά προσανατολισμένης ανταγωνιστικότητας

- η τόνωση της επιχειρηματικότητας

- η απλοποίηση και ο εξορθολογισμός του επιχειρηματικού περιβάλλοντος

- η προώθηση των νέων τεχνολογιών, που θα αξιοποιούν επιστημονικό δυναμικό υψηλού επιπέδου.

- η δημιουργία επιχειρήσεων «έντασης τεχνολογίας», μέσω της κινητοποίησης των αναγκαίων κεφαλαίων και με την ορθή χρήση σύγχρονων χρηματοπιστωτικών εργαλείων

- η σημαντική αύξηση μέχρι το 2006 του ποσοστού ίδρυσης νέων επιχειρήσεων
- η ανάπτυξη νέων χρηματοπιστωτικών θεσμών
- η βελτίωση δεξιοτήτων και ικανοτήτων για να ικανοποιηθεί η σαφής ανάγκη αύξησης εξειδικευμένου προσωπικού στον επιχειρηματικό τομέα.
- η παραγωγική ανασυγκρότηση και τεχνολογική αναβάθμιση μέσω της ενίσχυσης των ανταγωνιστικών ικανοτήτων των επιχειρήσεων που ήδη λειτουργούν και της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων που θα αξιοποιούν την καινοτομία και θα κάνουν χρήση των νέων τεχνολογιών.
- η ενθάρρυνση της δημιουργίας νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και η ενίσχυση του σχηματισμού νέων ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων με βάση συνεκτικά τεχνο-οικονομικά δίκτυα.
- η ανασυγκρότηση και ο εμπλουτισμός των τουριστικών πλεονεκτημάτων που διαθέτει η Ελλάδα οικοδομώντας παράλληλα και νέα πλεονεκτήματα.
- η βελτίωση της συνεισφοράς της ενέργειας και των φυσικών πόρων ως εργαλείων αύξησης της ανταγωνιστικότητας της Ελληνικής Οικονομίας με ταυτόχρονο σεβασμό των περιβαλλοντικών δεσμεύσεων της χώρας.

Συνολικά υλοποιήθηκαν, στα πλαίσια Κοινοτικών Πρωτοβουλιών, Τομεακών & Περιφερειακών Προγραμμάτων, **134 δράσεις** για την **ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της εξωστρέφειας,** εκ των οποίων 104 δράσεις με ενέργειες παροχής χρηματοδοτικών ενισχύσεων (27 στο ΕΠΑΝ,57 στα ΠΕΠ, 13 στην ΚτΠ, 6 στο INTERREG και 1 LEADER+), 12 δράσεις για την δημιουργία επιχειρήσεων (3 στο ΕΠΑΝ, 2 στα ΠΕΠ, 2 στο URBAN και 5 στο ΕΠΑΕΚ), 10 υποστηρικτικές ενέργειες (7 στα ΠΕΠ,2 στο INTERREG και 1 στο URBAN), 1 ενέργεια κατάρτισης (1 στο ΕΠΑΕΚ) και 7 ενέργειες ενημέρωσης-ευαισθητοποίησης. Οι κυριότερες δράσεις είναι οι εξής:

Α. Ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας και βελτίωση της ανταγωνιστικότητας

- *Οικονομικά κίνητρα για την ενίσχυση μεμονωμένων ιδιωτικών ενεργειακών επενδύσεων (2.1.3)*
- *Επενδύσεις νέων/ή και υφιστάμενων μεταποιητικών επιχειρήσεων μέσω κινήτρων του Ν2601/98και Ν3299/2004 (με εστίαση κυρίως στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις) (2.3.1)*

- *Τεχνολογικός εκσυγχρονισμός επιχειρήσεων (2.5.1)*
- *Προώθηση της δικτύωσης των ΜΜΕ (clustering) (2.7.2)*
- *Οργανωτικός εκσυγχρονισμός επιχειρήσεων (2.5.2)*
- *Επιχειρηματικά Σχέδια υφισταμένων μεσαίων επιχειρήσεων μεταποίησης και εργαστηρίων παροχής υπηρεσιών ποιότητας (2.5.3)*
- *Πολυετή Ολοκληρωμένα Επιχειρηματικά Σχέδια του Αναπτυξιακού Νόμου 3299/04 (2.5.4)*
- *Ενίσχυση ΜΜΕ Βιομηχανικής Υπεργολαβίας (2.7.3)*
- *Ενίσχυση ΜΜΕ για επενδύσεις πρόληψης και αντιμετώπισης βιομηχανικών ατυχημάτων μεγάλης έκτασης (2.9.5)*

Β. Χρηματοδοτήσεις Υφισταμένων Μεταποιητικών Επιχειρήσεων που απασχολούν έως 50 άτομα

- *Επιχειρηματικά Σχέδια ΠΜΕ &ΜΜΕ (2.7.1)*

Γ. Χρηματοδοτήσεις Υφισταμένων Μεταποιητικών Επιχειρήσεων που απασχολούν έως 9 άτομα

- *Ενίσχυση Ανταγωνιστικότητας Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων του Εμπορίου άτομα (2.11.1)*
- *Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων Παροχής Υπηρεσιών (2.11.2)*

Δ. Χρηματοδοτήσεις Τουριστικών Επιχειρήσεων

- *Ποιοτικός εκσυγχρονισμός ξενοδοχείων και κάμπινγκ Γ Τάξης και άνω βάσει του Ν.2601/98και του Ν.3299/04 (2.2.1)*
- *Ποιοτικός εκσυγχρονισμό ξενοδοχείων , κάμπινγκ και ενοικιαζόμενων επιπλωμένων δωματίων και διαμερισμάτων που δεν υπάγονται στοΝ.2601/98 (2.2.2)*
- *Επιχειρηματικά Σχέδια ΜΜΕ όλων των τουριστικών κλάδων (2.2.3)*

- *Ιδιωτικές επενδύσεις εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής για την ανάπτυξη θεματικού τουρισμού ,που υλοποιούνται μέσω του Ν.2601/998 (5.1.1)*

- *Ίδρυση, επέκταση, αναβάθμιση ξενοδοχειακών μονάδων που υπάγονται στο Ν.2601/98 και τον Ν.3200/04*

- *Παρεμβάσεις υποστήριξης επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα για την αξιοποίηση του πολιτιστικού αποθέματος*

Ε. Χρηματοδοτήσεις Επιχειρηματικής Δραστηριότητας Επιλεγμένων Ομάδων Πληθυσμού

- *Επιχειρηματικότητα των Νέων (2.8.1)*

- *Επιχειρηματικότητα γυναικών (2.8.2)*

- *Επιχειρηματικότητα ατόμων με αναπηρία (2.8.3)*

- *Ενίσχυση της μετεγκατάστασης επιχειρήσεων σε υφιστάμενες ή νέες βιομηχανικές υποδομές (2.12.6)*

▪ *Ενίσχυση της Τεχνολογικής Καινοτομίας & Έρευνας*

Βασικοί στόχοι των δράσεων που σχεδιάστηκαν και υλοποιήθηκαν κατά την περίοδο 2004-2006 στις Κοινοτικές Πρωτοβουλίε, τα Τομεακά και τα Περιφερειακά Προγράμματα είναι:

- η εκμετάλλευση και εμπορική αξιοποίηση υπαρχόντων ερευνητικών αποτελεσμάτων, από την εκτέλεση ερευνητικών έργων, είτε με τη μορφή παροχής υπηρεσιών ή άδειας εκμετάλλευσης, είτε με τη δημιουργία επιχειρηματικής δραστηριότητας έντασης γνώσης (σύσταση εταιριών spin off).

- η εντατικοποίηση της έρευνας και των παρεμφερών δραστηριοτήτων (μεταφορά τεχνολογίας, διάδοση, ενημέρωση κτλ) στο εσωτερικό των επιχειρήσεων ή στη διεπιφάνεια επιχειρήσεων - δημόσιων ερευνητικών φορέων.

- η επέκταση των συνεργασιών με επιχειρηματικούς και ερευνητικούς οργανισμούς στο εξωτερικό και η ένταξη σε διεθνή μόνιμα ή ειδικά δίκτυα συνεργασίας.

- η υποστήριξη του παραγωγικού τομέα από τους δημόσιους ερευνητικούς και τεχνολογικούς φορείς μέσω της παροχής υπηρεσιών και τεχνογνωσίας.

- η χρηματοδότηση συνεργασιών μεταξύ παραγωγικών και ερευνητικών φορέων για εκτέλεση έργων μακροχρόνιας εμβέλειας τα οποία θα στοχεύουν στην παραγωγή καινοτόμων προϊόντων / υπηρεσιών.

- η δημιουργία ή/και ενίσχυση περιοχών συγκέντρωσης δραστηριοτήτων καινοτομίας και επιχειρηματικότητας υψηλής στάθμης.

- η ενίσχυση επιδεικτικών και πιλοτικών έργων καινοτόμων ενεργειακών τεχνολογιών.

- η ανάπτυξη συμβουλευτικών δραστηριοτήτων για την υποστήριξη της τεχνολογικής καινοτομίας και της μεταφοράς τεχνολογίας σε επιχειρήσεις.

- η δημιουργία καινοτόμων προϊόντων, η εφαρμογή καινοτόμων λειτουργικών διαδικασιών και η χρήση τεχνολογικών εφαρμογών.

- η προώθηση της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων με καινοτομικό παραγωγικό προσανατολισμό και επιχειρηματική πρακτική.

- η ανάπτυξη νέων καινοτομικών κλάδων και η ανταγωνιστική αναπροσαρμογή των κυρίαρχων κλάδων της περιφερειακής οικονομίας.

- η παραγωγή και διάχυση της καινοτομίας με τη συνεργασία των επιχειρήσεων και των ερευνητικών φορέων για την παραγωγή καινοτομικών προϊόντων και υπηρεσιών ή την εφαρμογή καινοτομικών μεθόδων παραγωγής

Συνολικά υλοποιήθηκαν, στα πλαίσια Κοινοτικών Πρωτοβουλιών, Τομεακών & Περιφερειακών Προγραμμάτων, **32 δράσεις** για την **ανάπτυξη της Τεχνολογικής Καινοτομίας και Έρευνας,** εκ των οποίων 9 δράσεις με ενέργειες βελτίωσης ή ανάπτυξης υποδομών (4 στο ΕΠΑΝ και 5 στα ΠΕΠ), 15 δράσεις με υποστηρικτικές ενέργειες (7 στο ΕΠΑΝ και 8 στα ΠΕΠ), 1 δράση για την δημιουργία επιχειρήσεων (1 στο ΕΠΑΝ), 5 δράσεις με ενισχύσεις (3 στο ΕΠΑΝ και 2 στα ΠΕΠ) και δύο δράσεις για ενημέρωση-πληροφόρηση. Οι κυριότερες δράσεις είναι οι εξής:

- *Υποστήριξη ερευνητικών Μονάδων για την προτυποποίηση και την εμπορική εκμετάλλευση ερευνητικών αποτελεσμάτων. Εντοπισμός και αξιοποίηση ερευνητικών αποτελεσμάτων με δημιουργία νέων επιχειρήσεων (Spin off) (4.1.1)*

- *Ενίσχυση Θερμοκοιτίδων και Ε&Τ (4.2.1)*

- *Ανάπτυξη Ερευνητικών Κέντρων με τη συμμετοχή χρηστών. Υποστήριξη Εργαστηρίων που συνεργάζονται με επιχειρήσεις και χρήστες έρευνας (4.2.2)*

- *Πρόγραμμα Ανάπτυξης Βιομηχανικής Έρευνας και Τεχνολογίας (ΠΑΒΕΤ) από επιχειρήσεις με ήδη αναπτυγμένη παραγωγική και εμπορική δραστηριότητα (4.3.1)*
- *Πρόγραμμα Ανάπτυξης Βιομηχανικής Έρευνας & Τεχνολογίας για επιχειρήσεις που ξεκινούν την παραγωγική και εμπορική τους δραστηριότητα (ΠΑΒΕΤ-ΝΕ) (4.3.2)*
- *Προώθηση έργων επίδειξης και καινοτομίας (ΠΕΠΕΡ (4.3.3)*
- *Ανάπτυξη και δικτύωση των οργανισμών παροχής υπηρεσιών σε θέματα μεταφοράς τεχνολογίας και καινοτομίας (Τεχνομεσιτεία) (4.3.4)*
- *Διεθνής Επιστημονική και Τεχνολογική Συνεργασία (4.3.6)*
- *Κοινοπραξίες Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης σε τομείς εθνικής προτεραιότητας (4.5.1)*
- *Δημιουργία Πυρήνα Συνεργατικών Σχηματισμών (4.6.3)*
- *Δημιουργία Περιφερειακών Πόλων Καινοτομίας (ΠΠΚ) (4.6.1)*
- *Ζώνη Καινοτομίας Θεσσαλονίκης (4.6.2)*

- ***Προώθηση της Κοινωνίας της Πληροφορίας***

Βασικοί στόχοι των δράσεων που σχεδιάστηκαν και υλοποιήθηκαν κατά την περίοδο 2004-2006 στις Κοινοτικές Πρωτοβουλίες, τα Τομεακά και τα Περιφερειακά Προγράμματα είναι:

- Η ενίσχυση της Καινοτομίας και των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών
- Η ενίσχυση της Δημοκρατίας και των ατομικών ελευθεριών
- Η ενίσχυση των Ίσων ευκαιριών και της αλληλεγγύη

Συνολικά υλοποιήθηκαν, στα πλαίσια Κοινοτικών Πρωτοβουλιών, Τομεακών & Περιφερειακών Προγραμμάτων, **31 δράσεις** για την **ανάπτυξη της ΚτΠ** εκ των οποίων 6 δράσεις με ενέργειες βελτίωσης ή ανάπτυξης υποδομών (5 στην ΚτΠ και 1 στα ΠΕΠ), 7 δράσεις με υποστηρικτικές ενέργειες (4 στην ΚτΠ, 2 στα ΠΕΠ και 1 στο Interreg III), 5 δράσεις με ενέργειες επιδότησης προσωπικού (4 στην ΚτΠ και 1 στο ΕΠΑΝ) 7 δράσεις με ενέργειες εκπαίδευσης – κατάρτισης (6 στην ΚτΠ και 1 στο ΕΠΑΝ) 1 δράση για την δημιουργία επιχειρήσεων (1 στην ΚτΠ), 1 δράση με ενισχύσεις (1 στην ΚτΠ) και τέσσερεις δράσεις για ενημέρωση-πληροφόρηση. Οι κυριότερες δράσεις στο πλαίσιο είναι οι εξής:

- *Πρόγραμμα Μ.Ε.ΤΕΧ.Ω (Δράση 2.4)*
- *Δημιουργία ευνοϊκού περιβάλλοντος (Δράση 3.1)*
- *Ενίσχυση επιχειρήσεων για την εισαγωγή τους στην ψηφιακή οικονομία (Δράση 3.2)*
- *Έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη για την Κοινωνία της Πληροφορίας (Δράση 3.3)*
- *Αναβάθμιση των δεξιοτήτων του ανθρώπινου δυναμικού»(Δράση 3.4)*
- *Προώθηση της απασχόλησης στην Κοινωνία της Πληροφορίας (Δράση 3.5)*
- *Ανάπτυξη Υποδομών Δικτύων Τοπικής Πρόσβασης (Δράση 4.2)*
- *Προηγμένες Τηλεπικοινωνιακές Υπηρεσίες για τον Πολίτη και τις Επιχειρήσεις (Δράση 4.3).*

- ***Αειφορεία***

Βασικοί στόχοι των δράσεων που σχεδιάστηκαν και υλοποιήθηκαν κατά την περίοδο 2004-2006 στις Κοινοτικές Πρωτοβουλίες, τα Τομεακά και τα Περιφερειακά Προγράμματα είναι:

- η παραγωγή, διακίνηση και χρήση ενέργειας με περιβαλλοντικά φιλικό και ασφαλή τρόπο, ώστε:
    - να τηρηθούν οι δεσμεύσεις της χώρας σε σχέση με τις εκπομπές αερίων θερμοκηπίου και
    - να λαμβάνονται υπόψη στη διαμόρφωση της ενεργειακής πολιτικής παράγοντες που αφορούν στη βελτίωση του περιβάλλοντος και την ενίσχυση των συνθηκών ασφαλείας.
- η ορθολογική χρήση των φυσικών πόρων
- η οικονομική ευημερία, κοινωνική ένταξη και προστασία - βελτίωση του περιβάλλοντος,
- η προώθηση της ισότητας, της κοινωνικής ένταξης και της αναζωογόνησης των αστικών περιοχών,
- η συμβολή στην καλή διακυβέρνηση των αστικών περιοχών και στην ενίσχυση της τοπικής δυνατότητας δράσης.

- η εγκατάσταση φιλικών περιβαλλοντικών συστημάτων (είτε εξοπλισμός είτε soft ενέργειες π.χ. ISO 14000 κλπ)
- η δημιουργία περιβαλλοντικών υποδομών κοινής διαχείρισης
- η αποκατάσταση επιβαρημένων φυσικών περιοχών
- η αξιοποίηση ενεργειακών δυνατοτήτων και η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας σε Ιδιωτικές Επενδύσεις
- η αξιοποίηση πλουτοπαραγωγικών πόρων.
- η συγκράτηση του πληθυσμού στις ορεινές ή απομακρυσμένες περιοχές και η διατήρηση της κοινωνικής συνοχής,
- η βελτίωση και αύξηση των ευκαιριών απασχόλησης, παράλληλα με τη διαφοροποίηση της οικονομικής και παραγωγικής δραστηριότητας.
- η προστασία, ανάδειξη και αξιοποίηση του πολιτισμικού περιβάλλοντος και των ακινήτων στοιχείων της πολιτισμικής κληρονομιάς, η αναβάθμιση των χώρων που παρουσιάζουν δυνατότητες ανάπτυξης πολιτισμικού τουριστικού διάχυση του πολιτιστικού αποθέματος με τις εξελίξεις στην τεχνολογία και της αξίας της εικόνας, η προστασία του περιβάλλοντος και η αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του Τουριστικού προϊόντος.
- η αναβάθμιση και ενίσχυση του αναπτυξιακού ρόλου των Αστικών Κέντρων της Περιφέρειας, και η αναβάθμιση του αναπτυξιακού περιβάλλοντος των Αστικών Κέντρων.
- η αύξηση της λειτουργικότητας των αστικών, ημιαστικών κέντρων της Περιφέρειας, για δημιουργία προϋποθέσεων προσέλκυσης ήπιων παραγωγικών/ οικονομικών και κοινωνικών δραστηριοτήτων, βελτίωση ποιότητας ζωής των κατοίκων μέσα από τις δράσεις διαμόρφωσης του αστικού και ημιαστικού περιβάλλοντος.
- η πραγματοποίηση εξειδικευμένων παρεμβάσεων σε ευρύτερες περιοχές που αντιμετωπίζουν έντονα προβλήματα ανεργίας με την προώθηση τοπικών πρωτοβουλιών απασχόλησης με στόχο την προώθηση της τοπικής απασχόλησης και τη βελτίωση της απασχολησιμότητας.
- η ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας κλπ.

Συνολικά υλοποιήθηκαν, στα πλαίσια Κοινοτικών Πρωτοβουλιών, Τομεακών & Περιφερειακών Προγραμμάτων, **45 δράσεις** για την **ενίσχυση της αειφορίας** εκ των οποίων

34 δράσεις με υποστηρικτικές ενέργειες (3 στο LEADER+, 33 στα ΠΕΠ και 1 στο ΕΠΑΕΚ), 5 δράσεις με ενέργειες ενισχύσεων (1 στο ΕΠΑΝ και 4 στα ΠΕΠ), 1 δράση για υποδομές (1 στο ΕΠΚτΠ) και πέντε δράσεις για ενημέρωση -πληροφόρηση. Οι κυριότερες δράσεις είναι οι εξής:

- Μέσω του Ε. Π. «Ανταγωνιστικότητα» του ΥΠΑΝ υλοποιούνται, μεταξύ άλλων:
    - πρόγραμμα για την επιδότηση φορέων για πιστοποίηση κατά EMAS ή Eco-label.
    - πρόγραμμα ενίσχυσης επιχειρήσεων όλων των τομέων (Μεταποίηση, Υπηρεσίες, Εμπόριο, Τουρισμός) για την ανάπτυξη και πιστοποίηση Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης κατά ISO 14001. Στον πιο πρόσφατο κύκλο της σχετικής προκήρυξης του Ε.Π. Α.Ν (2000-2006) εντάχθηκαν 180 επιχειρήσεις.
    - πρόγραμμα ενίσχυσης μικρομεσαίων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην ανάπτυξη, προώθηση και εφαρμογή νέων τεχνολογιών, νέων υλικών υψηλής προστιθέμενης αξίας και νέων χρήσεων των ορυκτών πρώτων υλών (συνολικού προϋπολογισμού 3,4 εκ. €).
- Μέσω του ΕΠ της ΚτΠ χρηματοδοτούνται επιχειρήσεις για την ανάπτυξη της ευρυζωνικής πρόσβασης στις περιφέρειες της Ελλάδας, με προϋπολογισμό €210 εκ.
- Μέσω του Ε.Π. «Αγροτική Ανάπτυξη – Ανασυγκρότηση της Υπαίθρου 2000 – 20006» και του εθνικού προγράμματος Κ.Π. LEADER+, υλοποιούνται μια σειρά δράσεις που συμβάλλουν στην προσπάθεια για άρση της απομόνωσης των περιοχών της υπαίθρου σε όλα τα επίπεδα της οικονομικής και κοινωνικής ζωής. Στόχος των δράσεων αυτών είναι η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, συμβάλλοντας στην εξεύρεση νέων πηγών εισοδήματος και στην αύξηση της απασχόλησης, η προώθηση της καινοτομίας και η παραγωγή ποιοτικών και ανταγωνιστικών προϊόντων, καθώς και η βελτίωση της ηλικιακής σύνθεσης του αγροτικού πληθυσμού με την παροχή κινήτρων στους νέους για τη διατήρηση της γεωργικής δραστηριότητας στην ελληνική ύπαιθρο.
- Μέσω του Ε.Π. «Απασχόληση και Επαγγελματική Κατάρτιση» του Υπουργείου Απασχόλησης και Κοινωνικής Προστασίας, πραγματοποιούνται μία σειρά στοχευμένων προγραμμάτων όπως:
    - προγράμματα δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας και Νέων Ελευθέρων Επαγγελματιών (με ωφελούμενους ΑμεΑ, παλιννοστούντες, μετανάστες,

πρόσφυγες, αποφυλακισμένους, ανήλικους παραβάτες, απεξαρτημένους κλπ), με αριθμό ωφελούμενων 1.541 άτομα την περίοδο 2003-2007.

- προγράμματα παροχής Συμβουλευτικών Υποστηρικτικών Υπηρεσιών από εξειδικευμένους φορείς σε ευπαθείς ομάδες του πληθυσμού, ώστε να αναπτύξουν κοινωνικές και επαγγελματικές δεξιότητες για να ενσωματωθούν με τον υπόλοιπο πληθυσμό. Από τον α΄ κύκλο του Προγράμματος ωφελήθηκαν 12.651 άτομα, ενώ από το β΄ κύκλο, που βρίσκεται σε εξέλιξη, ωφελήθηκαν 851 άτομα το 2006 και 1.699 άτομα το α΄ εξάμηνο του 2007. Οι συγκεκριμένες Υπηρεσίες συμβάλλουν στην ενδυνάμωση και εμψύχωση του ατόμου, καθώς και στην ενεργοποίηση και ευαισθητοποίηση όλου του κοινωνικού ιστού. Άτομα που ωφελούνται από αυτές τις υπηρεσίες μπορούν να συμμετέχουν και σε προγράμματα προώθησης στην απασχόληση.

- «προγράμματα εκμάθησης ελληνικής γλώσσας ανέργων παλιννοστούντων, μεταναστών, προσφύγων», όπου έλαβαν μέρος 10.587 άτομα. Η δράση αυτή, που έχει αναδειχθεί ως «βέλτιστη πρακτική» από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, περιλαμβάνει προγράμματα εκμάθησης ελληνικής γλώσσας τα οποία συνοδεύονται με πιστοποίηση των γνώσεων.

- Μέσω των ΠΕΠ Γ΄ Κ.Π.Σ. για την ενίσχυση της περιφερειακής συνοχής και την ανάπτυξη γεωγραφικά μειονεκτικών περιοχών (νησιωτικός χώρος, ορεινοί όγκοι) υλοποιούνται έργα σε μικρά και λιγότερο αναπτυγμένα νησιά του Αιγαίου (π.χ. Σαμοθράκη, Ψαρά, Τήλος, Νίσυρος, Καστελόριζο, κ.λπ.) και στις ορεινές περιοχές για την ανάδειξη αρχαίων πόλεων (π.χ.Θεσπρωτία), βυζαντινών μνημείων (π.χ. Ευρυτανία), καθώς και της παραδοσιακής αρχιτεκτονικής (αρχοντικά, γεφύρια, καλντερίμια, κ.λπ.).επίσης προγράμματα ολοκληρωμένων παρεμβάσεων για ΑμεΑ, παλιννοστούντες, μετανάστες, πρόσφυγες, αποφυλακισμένους, ανήλικους παραβάτες, απεξαρτημένους κλπ, με σύνολο ωφελουμένων 26.230 άτομα το 2006 και το α΄ εξάμηνο του 2007.

- *Αναβάθμιση Ανθρωπίνων Πόρων*

Μέσω των Τομεακών, των Περιφερειακών και των Προγραμμάτων Κοινοτικής Πρωτοβουλίας για την αντιμετώπιση των διαρθρωτικών προβλημάτων που παρουσιάστηκαν, ιδιαίτερη έμφαση δίδεται στις **ενεργητικές πολιτικές απασχόλησης** με στόχο την υψηλότερη ενεργοποίηση του άνεργου πληθυσμού και την επίτευξη μεγαλύτερης κινητικότητας στην αγορά εργασίας. Πιο συγκεκριμένα, ο ΟΑΕΔ υλοποιεί μια σειρά προγραμμάτων, όπως Νέες Θέσεις Εργασίας (ΝΘΕ), Επιχορήγηση Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών (ΝΕΕ) και

Απόκτηση Εργασιακής Εμπειρίας (STAGE), τα οποία σε πολλές περιπτώσεις έχουν εξειδικευμένο και στοχευμένο χαρακτήρα σε γεωγραφικό (έμφαση στην περιφέρεια), θεματικό και πληθυσμιακό επίπεδο.

Προωθήθηκαν ειδικά προγράμματα **ολοκληρωμένων παρεμβάσεων** σε νομούς της χώρας που πλήττονται ιδιαίτερα από την ανεργία με εφαρμογή συνδυασμένων δράσεων συμβουλευτικών υπηρεσιών, κατάρτισης, αυξημένης επιδότησης επιχειρήσεων για δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, επιχορήγησης ανέργων για τη δημιουργία της δικής τους επιχείρησης. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι κατά το τελευταίο τρίμηνο του 2007 εγκρίθηκαν ολοκληρωμένες παρεμβάσεις με εθνικούς πόρους για 12 νομούς της χώρας που αφορούν συνολικά 8.000 επωφελούμενους άνεργους.

Συνολικά υλοποιήθηκαν, στα πλαίσια Κοινοτικών Πρωτοβουλιών, Τομεακών & Περιφερειακών Προγραμμάτων, **42 δράσεις** για την **βελτίωση των ανθρώπινων πόρων** εκ των οποίων 1 δράση με ενέργειες βελτίωσης ή ανάπτυξης υποδομών (1 στο URBAN), 2 δράσεις με υποστηρικτικές ενέργειες (1 στο EQUAL και 1 στο ΕΠΕΑΕΚ), 31 δράσεις με ενέργειες κατάρτισης (18 στα ΠΕΠ, 7 στο ΕΠΑΝ, 1 στο ΕΠΑΕΚ, 2 στο INTERREG, 2 στο URBAN και 1 στην EQUAL), 1 δράση με ενέργειες επιδότησης προσωπικού (1 στο ΕΠΑΕΚ) και 6 δράσεις για ενημέρωση-πληροφόρηση. Οι κυριότερες δράσεις περιλαμβάνονται στο Τομεακό Πρόγραμμα **"Απασχόληση και Επαγγελματική Κατάρτιση"** του Υπ. Εργασίας και Κοινωνικών Ασφαλίσεων *υλοποιήθηκαν* ή /και συνεχίζουν να υλοποιούνται τα κάτωθι έργα / πράξεις.

ΑΞΟΝΑΣ 1:

Α. Συνοπτική περιγραφή έργων των οποίων η υλοποίηση του φυσικού αντικειμένου ολοκληρώθηκε εντός του 2006.

ΜΕΤΡΟ 3

- *Κατάρτιση ανέργων σε πιστοποιημένα ΚΕΚ (2004-2006)*
- *Κατάρτιση ανέργων ναυτικών και παροχή επαγγελματικής πιστοποίησης σύμφωνα με τις διατάξεις της Δ.Σ. STCW 78/95 Έτους 2005*
- *Προγράμματα Επαγγελματικής Κατάρτισης ανέργων από την «Επαγγελματική Κατάρτιση Α.Ε.» περιόδου 2005-2006*

Β. Συνοπτική περιγραφή έργων που έχουν ενταχθεί και εξακολουθούν να υλοποιούνται

ΜΕΤΡΟ 2

- *Λειτουργία 119 Κέντρων Προώθησης της Απασχόλησης για την περίοδο 2002-2008*
- *Κατάρτιση εργασιακών συμβούλων*

ΜΕΤΡΟ 3

- *Κατάρτιση ανέργων στον κατασκευαστικό κλάδο*

ΜΕΤΡΟ 4

- *Προγράμματα επιχορήγησης επιχειρήσεων για την απασχόληση ανέργων σε Νέες Θέσεις Εργασίας (ΝΘΕ) 2004*
- *Πρόγραμμα Επιχορήγησης Επιχειρήσεων για την απασχόληση ανέργων σε Νέες Θέσεις Εργασίας (ΝΘΕ) 2005*

ΜΕΤΡΟ 5

- *Κατάρτιση σε θέματα προστασίας και διαχείρισης του Περιβάλλοντος*
- *Κατάρτιση ανέργων στον τομέα του πολιτιστικού περιβάλλοντος*
- *Πρόγραμμα επιχορήγησης επιχειρήσεων για Νέες Θέσεις Εργασίας (ΝΘΕ) στον τομέα του φυσικού περιβάλλοντος*
- *Πρόγραμμα απόκτησης εργασιακής εμπειρίας (stage) στον τομέα του φυσικού περιβάλλοντος.*

Γ. Συνοπτική περιγραφή έργων / πράξεων που εντάχθηκαν το 2006

ΜΕΤΡΟ 3

- *Κατάρτιση ανέργων σε πιστοποιημένα ΚΕΚ (2006-2007)*
- *Κατάρτιση ανέργων ναυτικών και παροχή επαγγελματικής πιστοποίησης σύμφωνα με τις διατάξεις της Δ.Σ. STCW 78/95 Έτους 2006*
- *Προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης ανέργων από την* «Επαγγελματική Κατάρτιση Α.Ε.» περιόδου 2006-2007

ΜΕΤΡΟ 4

- *Πρόγραμμα απόκτησης εργασιακής εμπειρίας ανέργων (stage) σε υπηρεσίες και φορείς του δημοσίου και ευρύτερου δημοσίου φορέα 2006*

ΜΕΤΡΟ 5

- *Πρόγραμμα απόκτησης εργασιακής εμπειρίας ανέργων στους τομείς της πολιτιστικής κληρονομιάς και του σύγχρονου πολιτισμού*

ΜΕΤΡΟ 6

- *Δράσεις ενίσχυσης της απασχόλησης ανέργων με την ενεργό συμμετοχή μη κυβερνητικών οργανώσεων (ΜΚΟ)*
- *Δράσεις ενίσχυσης της απασχόλησης ανέργων με την ενεργό συμμετοχή μη κυβερνητικών οργανώσεων (ΜΚΟ)-Β' Κύκλος*

ΑΞΟΝΑΣ 2:

Α. Συνοπτική περιγραφή έργων / πράξεων που έχουν ενταχθεί και εξακολουθούν να υλοποιούνται

ΜΕΤΡΟ 1

- *Επιχορήγηση για την παροχή Συνοδευτικών και Υποστηρικτικών Υπηρεσιών (ΣΥΥ) –*

(β΄κύκλος)

- *Προγράμματα εκμάθησης Ελληνικής γλώσσας σε πιστοποιημένα Κέντρα Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΚΕΚ) για ανέργους παλιννοστούντες – μετανάστες – πρόσφυγες και ανέργους για τους οποίους η ανεπαρκής γνώση της Ελληνικής γλώσσας λειτουργεί ανασταλτικά στην κοινωνική τους ενσωμάτωση (β΄κύκλος).*

ΜΕΤΡΟ 2

- *Πρόγραμμα επιχορήγησης Νέων Θέσεων Εργασίας και Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών για ένταξη στην αγορά εργασίας ανέργων ευπαθών κοινωνικά ομάδων που ωφελήθηκαν στο πλαίσιο των μέτρων 2.1 και 1.3. του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Απασχόληση και Επαγγελματική Κατάρτιση»*

ΜΕΤΡΟ 3

- *Ολοκληρωμένες παρεμβάσεις υπέρ ειδικών μειονεκτουσών ομάδων*
- *Ολοκληρωμένες παρεμβάσεις υπέρ ειδικών μειονεκτουσών ομάδων με πολιτισμικές ιδιαιτερότητες (Έλληνες τσιγγάνοι και Έλληνες μουσουλμάνοι)*
- *Ολοκληρωμένες παρεμβάσεις υπέρ ειδικών μειονεκτουσών ομάδων (παλιννοστούντες).*
- *Ολοκληρωμένες παρεμβάσεις υπέρ ειδικών μειονεκτουσών ομάδων (άτομα με αναπηρίες - πρώην χρηστές ουσιών)*
- *Ολοκληρωμένες παρεμβάσεις υπέρ ειδικών μειονεκτουσών κοινωνικά ομάδων φυλακισμένων, μακροχρόνια άνεργων άνω των 45 και οροθετικών.*

Β. Συνοπτική περιγραφή έργων / πράξεων που εντάχθηκαν το 2006

ΜΕΤΡΟ 1

- *Προγράμματα εκμάθησης ελληνικής γλώσσας ανέργων παλιννοστούντων, μεταναστών, προσφύγων σε πιστοποιημένα ΚΕΚ για την προώθηση της ισότητας των ευκαιριών (2006-2008)*

ΜΕΤΡΟ 3

- *Πρόγραμμα επιχορήγησης Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών (ΝΕΕ) ατόμων ηλικίας 18 έως 64 ετών ευπαθών κοινωνικά ομάδων στο πλαίσιο του Μέτρου 3 του άξονα 2 του Επιχειρησιακού Προγράμματος*

ΑΞΟΝΑΣ 4:

Α. Συνοπτική περιγραφή ενταγμένων έργων / πράξεων των οποίων η υλοποίηση του φυσικού αντικειμένου ολοκληρώθηκε εντός του 2006

ΜΕΤΡΟ 1

- *Πρόγραμμα επιχορήγησης Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών έτους 2003*
- *Ενίσχυση ανέργων για τη δημιουργία προσωπικών & εταιρικών επιχειρήσεων στον τομέα του Πολιτισμού*

Β. Συνοπτική περιγραφή έργων / πράξεων που εξακολουθούν να υλοποιούνται

ΜΕΤΡΟ 1

- *Πρόγραμμα επιχορήγησης Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών - έτους 2004*
- *Πρόγραμμα Επιχορήγησης Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών στους Τομείς του Πολιτισμού και του Περιβάλλοντος- έτους 2004*

ΜΕΤΡΟ 2

- *Κατάρτιση αυτοαπασχολούμενων του Δευτερογενή και Τριτογενή Τομέα από Πιστοποιημένα Κέντρα Επαγγελματικής Κατάρτισης (2005-2006)*
- *Κατάρτιση Αυτοαπασχολούμενων στον Πρωτογενή Τομέα (2005-2006)*

ΜΕΤΡΟ 3

- *Κατάρτιση εργαζομένων επιχειρήσεων του Ιδιωτικού Τομέα σε* ***Πιστοποιημένα Κέντρα Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΚΕΚ)***

Γ. Συνοπτική περιγραφή έργων / πράξεων που εντάχθηκαν το 2006

ΜΕΤΡΟ 1

- *Πρόγραμμα επιχορήγησης Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών έτους 2006*
- *Νέοι Ελεύθεροι Επαγγελματίες – Νέοι Επιστήμονες έτους 2006*
- *Πρόγραμμα επιχορήγησης Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών έτους 2006 – Επιχειρηματικότητα πολυμελών οικογενειών*
- *Πρόγραμμα επιχορήγησης Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών έτους 2006 – Επιχειρηματική αποκέντρωση*

ΜΕΤΡΟ 2

- *Κατάρτιση αυτοαπασχολούμενων του Δευτερογενή και Τριτογενή Τομέα από Πιστοποιημένα Κέντρα Επαγγελματικής Κατάρτισης έτους 2007*

ΑΞΟΝΑΣ 5:

Α. Συνοπτική περιγραφή έργων / πράξεων που έχουν ενταχθεί και εξακολουθούν να υλοποιούνται

ΜΕΤΡΟ 1

- *«Θετικές Δράσεις για την ισότητα των ευκαιριών μεταξύ Ανδρών και Γυναικών στις ΜΜΕ και μεγάλες επιχειρήσεις»*

ΜΕΤΡΟ 2

- *Συνέχιση της λειτουργίας των κέντρων δημιουργικής απασχόλησης παιδιών, παιδικών & βρεφονηπιακών σταθμών, και δομών φροντίδας ηλικιωμένων και ατόμων που χρήζουν βοήθειας*

ΜΕΤΡΟ 3

- *«Ολοκληρωμένες παρεμβάσεις υπέρ των γυναικών»*
- *Επιστημονικός σύμβουλος στις δράσεις παροχής υπηρεσιών εξειδικευμένης πληροφόρησης, συμβουλευτικής και κοινωνικής στήριξης, προκατάρτισης και κατάρτισης υπέρ του γυναικείου πληθυσμού που θα υλοποιηθούν από τη ΓΓΙ*
- *Πρόγραμμα Απόκτησης Εργασιακής Εμπειρίας, Επιχορήγησης Επιχειρήσεων για τη δημιουργία Νέων Θέσεων Εργασίας και Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών ανέργων γυναικών*

Β. Συνοπτική περιγραφή έργων / πράξεων που εντάχθηκαν το 2006

ΜΕΤΡΟ 1

- *«Θετικές Δράσεις για την ισότητα των ευκαιριών μεταξύ Ανδρών και Γυναικών στις ΜΜΕ και μεγάλες επιχειρήσεις» – β΄κύκλος*

Δ.1.1 Ε.Π. «Ανταγωνιστικότητα 2000 - 2006» (ΕΠΑΝ).

Βασικό χρηματοδοτικό μέσο για την ενίσχυση των ΜΜΕ και τη δημιουργία υποδομών για τη στήριξη τους είναι το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα 2000 - 2006» (ΕΠΑΝ). Στο πλαίσιο του προγράμματος αυτού, έχουν αναπτυχθεί 47 εθνικές δράσεις από τις οποίες επωφελούνται σε μεγάλο βαθμό οι ΜΜΕ. Αυτές οι δράσεις ενισχύουν:

- την υλοποίηση επιχειρηματικών σχεδίων μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων όλων των κλάδων του δευτερογενούς και του τριτογενούς τομέα
- την υλοποίηση επιχειρηματικών σχεδίων από ΜΜΕ του εμπορίου και των υπηρεσιών
- την εφαρμογή περιβαλλοντικών σχεδίων και συνεργασιών
- την υλοποίηση επιχειρηματικών σχεδίων στους κλάδους κλωστοϋφαντουργίας, ενδύματος, υποδήματος, δέρματος
- την πιστοποίηση στην υιοθέτηση συστημάτων ποιότητας
- τον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό τους, τη μεταφορά και τη διάδοση τεχνολογίας
- τη δικτύωσή τους
- τη δημιουργία θερμοκοιτίδων, τεχνολογικών πάρκων, πόλων καινοτομίας
- τη στήριξή τους στον υπεργολαβικό τομέα
- την παροχή εγγυήσεων για δάνεια μέσω του Ταμείου Εγγυοδοσίας
- την επιδότηση του επιτοκίου για το δανεισμό τους
- την αναβάθμιση των βιομηχανικών και επιχειρηματικών υποδομών
- τη δημιουργία σύγχρονων και αποτελεσματικών δομών για τη στήριξή τους (Κέντρα Τεχνολογικής Ανάπτυξης-ΚΕΤΑ και Κέντρα Υποδοχής Επενδυτών-ΚΥΕ)
- τη λειτουργία του Εθνικού Παρατηρητήριου για τις ΜΜΕ

- την εφαρμογή ερευνητικών προγραμμάτων για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων
- την ενθάρρυνση ιδιωτικών επενδύσεων στην ενέργεια
- την ίδρυση επιχειρήσεων από νέους, γυναίκες, άτομα με αναπηρία, γονείς με 3 τέκνα και άνω, ΡΟΜ.

Παρόλα τα προβλήματα που παρουσιάστηκαν στην εφαρμογή του εν λόγω προγράμματος (τομεακή διάρθρωση και όχι συνολική, πολυδιάσπαση του προγράμματος σε πολλά Μέτρα, χαμηλή ετοιμότητα για καινοτόμες δράσεις[25], σήμερα από τους 63 στόχους - δείκτες του Προγράμματος (δείκτες Αξόνων Προτεραιότητας) 37 είναι πολύ εφικτοί ή ήδη επιτευχθέντες, με μεγαλύτερη συχνότητα «υψηλών» στόχων στον Άξονα Προτεραιότητας 2 (Επιχειρηματικότητα) και μεγαλύτερη συχνότητα «εφικτών» στον Άξονα Προτεραιότητας 4 (Έρευνα και Τεχνολογία).

Συγκεκριμένα, αναμένεται η επίτευξη των εξής αποτελεσμάτων και εκροών του ΕΠΑΝ:

Πίνακας 18: Αποτελέσματα εκροοών ΕΠ.ΑΝ

[25] Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα»Ανταγωνιστικότητα 2007 -2013» (Βλ. ΥΠΑΝ, BCS - Remako, 2005, *Έκθεση Πρώτου Απολογισμού του Ε.Π. Ανταγωνιστικότητα 2000- 2006*, κεφ. 2, σελ. 89 - 119. Νεώτεροι υπολογισμοί θα είναι διαθέσιμοι στην Ετήσια Έκθεση 2006 του Προγράμματος).

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ	
Διαπιστεύσεις από ΕΣΥΔ	40
Αριθμός επιχειρήσεων που απευθύνονται στα ΚΕΤΑ	15.000
Επιχειρήσεις που υποστηρίζονται σε δράσεις διεθνοποίησης	100
Επιχειρήσεις για τις οποίες τα ΚΕΤΑ διαμεσολαβούν για την αξιοποίηση σύγχρονων χρηματοδοτικών εργαλείων	150
Αύξηση εγκατεστημένης ηλεκτρικής ισχύος ΑΠΕ και ΣΗΘ (MWe)	650
Αύξηση εγκατεστημένης θερμικής ισχύος ΑΠΕ και ΣΗΘ (MWth)	350
Ετήσια παραγόμενη τελική ηλεκτρική ενέργεια από ΑΠΕ και ΣΗΘ (Gwhe)	3.500
Ετήσια παραγόμενη τελική θερμική ενέργεια από ΑΠΕ και ΣΗΘ (Gwhth)	600
Ενισχυόμενες επιχειρήσεις για την εγκατάσταση Συστήματος Διασφάλισης Ποιότητας	1.300
Ενισχυόμενες επιχειρήσεις για ανάπτυξη και εγκατάσταση Συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης	55
Ενισχυόμενες επιχειρήσεις για εγκατάσταση Συστήματος Επαγγελματικής Υγιεινής & Ασφάλειας.	60
Ενισχυόμενες επιχειρήσεις για την ανάπτυξη Συστήματος Ανάλυσης Επικινδυνότητας -Κρισίμων Σημείων Ελέγχου	180
Αριθμός επιχειρήσεων που αναπτύσσουν εφαρμογή ηλεκτρονικού εμπορίου	80
Αριθμός δανειακών συμβάσεων για τις οποίες το ΤΕΜΠΜΕ δίνει εγγυήσεις	10.000
Αριθμός νέων επιχειρήσεων που θα υποστηριχθούν από το ταμείο	1.000
Θέσεις απασχόλησης νέων ερευνητών κατά την διάρκεια υλοποίησης του Μέτρου.	1.000
Νέες θέσεις ελλιμενισμού	160
Ετήσια δυναμικότητα τροφοδοσίας της χώρας μέσω σταθμού LNG Ρεβυθούσας (εκ. Nm3)	4.700
Διείσδυση ηλεκτροπαραγωγής από ΑΠΕ στο ενεργειακό σύστημα της χώρας (MWe)	550
Νέες συνδέσεις (μετρητές) για τη διασύνδεση καταναλωτών με τα δίκτυα διανομής στις περιοχές ΕΠΑ (αριθμός)	110.000
Αύξηση στις ετήσιες πωλήσεις αερίου (εκατ. Nm^3) σε καταναλωτές του οικιακού και τριτογενή τομέα στις τρεις περιοχές, με την ολοκλήρωση των δικτύων	400
Αύξηση στις ετήσιες πωλήσεις φυσικού αερίου στις νέες πόλεις (εκ Nm^3)	150
Ετήσια ποσότητα πετρελαίου που διακινείται μέσω αγωγών προς το αεροδρόμιο ($μ^3$/έτος)	680.000
Καταγεγραμμένο ετήσιο δυναμικό γεωθερμικής ενέργειας χαμηλής ενθαλπίας (χιλ ΤΙΠ)	225
ΕΚΡΟΕΣ	
Εργαστήρια δημοσίου και ευρύτερου δημοσίου τομέα που ενισχύονται	45
Δημιουργία Κέντρων Υποδοχής Επενδυτών	52
Κέντρα Επιχειρηματικής & Τεχνολογικής Ανάπτυξης	13
Αριθμός ελληνικών επιχειρήσεων που διαθέτουν πιστοποιημένα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης (τιμή βάσης 100)	200
Νέες πιστοποιούμενες επιχειρήσεις κατά ΕΛΟΤ/ ISO 9000, 14000, 1801, 1416	1.800
Τουριστικές κλίνες που εκσυγχρονίζονται	65.000
Τουριστικές επιχειρήσεις που ενισχύονται	5.000
Συνολικός αριθμός επιχορηγούμενων επιχειρήσεων Αναπτυξιακού Νόμου	250
Αριθμός ΜΜΕ στο συνολικό αριθμό	150

Ενισχυόμενα Επιχειρηματικά Σχέδια υφιστάμενων επιχειρήσεων (συνεχιζόμενες)	75
Ενισχυόμενες Ειδικές Επενδύσεις νέων ή υφιστάμενων επιχειρήσεων (συνεχιζόμενες)	273
Ενισχυόμενες υφιστάμενες επιχειρήσεις σε επενδυτικές προτάσεις τεχν. εκσυγχρονισμού	80
Ενισχυόμενες υφιστάμενες Επιχειρήσεις αποκλειστικά για το περιβάλλον	30
Ενισχυόμενα νέα ή υφιστάμενα Εργαστήρια παροχής υπηρεσιών ποιότητας	8
Ενισχυόμενες νέες ή υφιστάμενες Μονάδες Ανακύκλωσης κ.λπ.	5
Ενισχυόμενες υφιστάμενες Επιχειρήσεις Μέτρου 2.7	2.000
Αριθμός νέων επιχειρήσεων νέων επιχειρηματιών	1.600
Αριθμός νέων επιχειρήσεων γυναικών	1.030
Αριθμός νέων επιχειρήσεων ατόμων με ειδικές ανάγκες	70
Αριθμός ενισχυόμενων επενδυτικών σχεδίων σε Συστήματα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης κατά EMAS	90
Ενισχυόμενες υφιστάμενες επιχειρήσεις υπηρεσιών	1.500
Ίδρυση εταιρειών spin off	40
Ενίσχυση εργαστηρίων με συμμετοχή χρηστών από την παραγωγή ώστε να καταστούν διεθνώς ανταγωνιστικά στην παροχή υπηρεσιών έντασης γνώσης	25-30
Ενίσχυση τεχνολογικών πάρκων και θερμοκοιτίδων	3-5
Επέκταση και εξορθολογισμός της λειτουργίας Γραφείων Διαμεσολάβησης	20
Ενισχύσεις επιχειρήσεων από ΠΑΒΕ) και το ΠΑΒΕΤ-ΝΕ	250
Συνεργασίες με ανεπτυγμένες χώρες εκτός Ευρώπης	100
Χρηματοδότηση κοινοπραξιών έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης	110
Συμμετοχή επιχειρήσεων και ερευνητικών φορέων σε κοινοπραξίες έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης	400
Ενίσχυση επενδύσεων τουριστικής υποδομής	20
Επενδύσεις ειδικής τουριστικής υποδομής (Πλήθος επενδύσεων).	23
Χώροι εστίασης (εστιατόρια) που θα ενισχυθούν	500
Σύνδεση του ελληνικού συστήματος με νέες πηγές τροφοδοσίας στην Ασία (χλμ)	85
Ανεξάρτητοι παραγωγοί ΑΠΕ που θα συνδεθούν με το δίκτυο (αριθμός)	70
Επεκτάσεις δικτύων χαμηλής πίεσης περιοχών ΕΠΑ (χλμ.)	2.200
Μήκος νέων αγωγών υψηλής σε νέους βιομηχ. καταναλωτές υψηλής πίεσης (χλμ.)	129
Δίκτυα Μέσης και Χαμηλής Πίεσης σε νέες πόλεις για βιομ. καταν. (χλμ.)	305
Άτομα που θα παρακολουθήσουν αρχική επαγγελματική εκπαίδευση	800
Απόφοιτοι αρχικής επαγγελματικής εκπαίδευσης που θα συμπληρώσουν τις δεξιότητές τους	1.200
Αριθμός εργαζομένων, επιχειρηματιών και αυτοαπασχολούμενων που θα καταρτιστούν	16.000
Υποστήριξη ΜΜΕ & ΠΜΕ για αναβάθμιση του προσωπικού τους (αριθμός επιχειρήσεων)	400
Υποστήριξη ΜΜΕ & ΠΜΕ στην αξιοποίηση του διαδικτύου στην επιχειρηματική τους δραστηριότητα (αριθμός επιχειρήσεων)	25.000
Αριθμός νέων «πιστοποιημένων» ερευνητών που θα προστεθούν στο ελληνικό ερευνητικό σύστημα (20% τουλάχιστον γυναίκες)	1.000
Αριθμός ερευνητών από το εξωτερικό που θα απασχοληθούν για πρώτη φορά στην Ελλάδα	150
Αριθμός συμμετεχόντων σε προγράμματα κατάρτισης, σπουδών, ανταλλαγών στον τουρισμό	12.500
Επιχειρήσεις που καταρτίζουν το προσωπικό τους (Πρόγραμμα ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ/ ΑΛΛΕΣ)	25.000
Αριθμός υποψηφίων διδακτόρων	1.000
Αριθμός γυναικών υποψηφίων διδακτόρων	350

Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα 2007 -2013» ΥΠΑΝ, BCS - Remako, 2005, Έκθεση Πρώτου Απολογισμού του Ε.Π. Ανταγωνιστικότητα 2000-2006, κεφ. 2, σελ. 89 - 119. Νεώτεροι υπολογισμοί θα διαθέσιμοι στην Ετήσια Έκθεση 2006 του Προγράμματος).

Το ΕΠΑΝ συμβάλλει επίσης ουσιαστικά στην επίτευξη των στόχων του Κ.Π.Σ. που αναφέρονται στους τομείς που καλύπτει:

- 30% στον τελικό στόχο του ΚΠΣ για τα ενισχυόμενα επενδυτικά σχέδια επιχειρήσεων,

- 35% στον αριθμό των τουριστικών κλινών που εκσυγχρονίζονται,
- 82% στον αριθμό εργαζομένων, επιχειρηματιών και αυτοαπασχολουμένων που καταρτίζονται,
- 49% στις θέσεις εργασίας που δημιουργούνται κατά την υλοποίηση στον τομέα Μεταποίηση & Υπηρεσίες,
- 34% στις νέες θέσεις εργασίας κατά τη λειτουργία των έργων στον Τουρισμό και 31% αντιστοίχως στη Μεταποίηση & Υπηρεσίες.

Τέλος η επιτυχής υλοποίηση του ΕΠΑΝ αναμένεται να οδηγήσει στη δημιουργία 70.000 περίπου θέσεων απασχόλησης και η λειτουργία των έργων του στη δημιουργία περίπου 28.000 νέων θέσεων απασχόλησης[26] (βλ. ΥΠΑΝ, BCS-Remaco, Έκθεση Πρώτου Απολογισμού του Ε.Π. Ανταγωνιστικότητα 2000-2006, κεφ. 5.1, σελ. 181-182).

Δ1.2 Αναπτυξιακός Νόμος 3299/2004

Σε επίπεδο κρατικών ενισχύσεων ο Αναπτυξιακός Νόμος 3299/2004 αποτέλεσε το βασικότερο εργαλείο ενίσχυσης των ΜΜΕ κατά την περίοδο αναφοράς της μελέτης.

Με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία του ΥΠ.ΟΙ.Ο την περίοδο 2004-2006 εγκρίθηκαν 1.241 προτάσεις συνολικού προϋπολογισμού 2 δις Ευρώ και εγκριθείσας επιχορήγησης 820 εκατ. Ευρώ. Ο αριθμός των θέσεων εργασίας που εκτιμάται ότι θα δημιουργηθούν ανέρχεται σε 6.500 περίπου. Το 60% των εγκριθέντων επενδύσεων αφορούσαν την μεταποίηση και το 30% τον τουρισμό. Η περιφέρεια Κρήτης κατέχει την 1η θέση σε αριθμό εγκριθέντων επενδύσεων (264) και ακολουθεί Κεντρική Μακεδονία (140) και Δυτική Ελλάδα (119).

[26] βλ. ΥΠΑΝ, BCS-Remaco, Έκθεση Πρώτου Απολογισμού του Ε.Π. Ανταγωνιστικότητα 2000-2006.

ΥΠ.ΟΙ.Ο.
ΓΕΝ. ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΓΕΝ. Δ/ΝΣΗ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ
Δ/ΝΣΗ ΕΓΚΡΙΣΗΣ & ΕΛΕΓΧΟΥ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΜΕΛΕΤΩΝ & ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗΣ ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗΣ

ΕΓΚΡΙΘΕΙΣΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΑΠΟ ΓΝΩΜΟΔΟΤΙΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΥ ΝΟΜΟΥ 3299/04 ΕΩΣ 30/6/2006

ΠΟΣΑ ΣΕ ΕΥΡΩ

	ΦΟΡΕΑΣ ΕΝΤΑΞΗΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΥΠΑΓΩΓΩΝ	ΥΨΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ	ΕΓΚΡΙΘΕΙΣΑ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗ	ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ (ΕΜΕ)
	ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ	190	1.053.860.255	429.887.238	2886,09
Π01	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΤΤΙΚΗΣ	7	7.221.000	2.716.350	32,83
Π02	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΘΡΑΚΗΣ	79	77.392.015	41.031.633	268
Π03	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	140	184.812.235	77.091.629	749,92
Π04	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	33	28.495.515	13.179.110	107,65
Π05	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	98	71.355.839	29.872.833	397,8
Π06	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	46	41.569.910	14.906.068	250,47
Π07	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ	94	70.294.627	34.931.141	268,26
Π08	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	57	41.417.958	17.217.079	172,16
Π09	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	119	75.702.853	35.864.932	299,5
Π10	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ	264	193.105.073	73.335.502	686,52
Π11	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	33	25.547.211	11.608.157	36,5
Π12	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	37	36.229.779	19.621.823	125,71
Π13+Π14	ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ (+ΓΡ. ΔΩΔΕΚ/ΣΟΥ)	44	42.071.325	20.535.338	143
	ΣΥΝΟΛΟ (ΥΠΟΙΟ και ΔΙΣΑ)	1241	1.949.075.595	821.798.832	6.424

ΤΟΜΕΑΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΥΠΑΓΩΓΩΝ	ΥΨΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ	ΕΓΚΡΙΘΕΙΣΑ ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΗ	ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ (ΕΜΕ)
ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ	60	50.622.372	20.433.379	115,53
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	365	754.342.882	330.734.856	2079,61
ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ	747	971.848.946	407.968.714	3460,72
ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	69	172.261.395	62.661.884	767,8
ΣΥΝΟΛΟ	1241	1.949.075.595	821.798.832	6.424

Πηγή: ΥΠΟΙΟ

Επίσης σημαντική υποστήριξη στις ΜΜΕ παρέχει και το ΕΠ «Κοινωνία της Πληροφορίας». Τέλος, σημαντικές χρηματοδοτήσεις έλαβαν οι ΜΜΕ και μέσω των Περιφερειακών προγραμμάτων.

Δ.2. Ανάπτυξη και Εφαρμογή Πολιτικών Διοικητικού & Θεσμικού Πλαισίου

Για την περίοδο 2004 - 2006 αναλήφθηκαν σημαντικές πρωτοβουλίες θεσμικού χαρακτήρα για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας όπως[27]:

- η σταδιακή μείωση των συντελεστών φορολόγησης των επιχειρήσεων και η απλούστευση του φορολογικού συστήματος,
- ο νόμος για τις Συμπράξεις Δημόσιου-Ιδιωτικού Τομέα,
- το νέο νομικό πλαίσιο για την αδειοδότηση των επιχειρήσεων της μεταποίησης και του εμπορίου και υπηρεσιών,
- η Επιμελητηριακή Νομοθεσία για παροχή «υπηρεσιών μιας στάσης» σύστασης εταιριών και αδειοδότησης,
- το Γενικό Εμπορικό Μητρώο,
- οι διαδικασίες για το δίκαιο σύστασης ΑΕ και την εγκατάσταση επιχειρήσεων off-shore και αναμόρφωση του πτωχευτικού δικαίου,
- το πλαίσιο για την «Ευρωπαϊκή Εταιρία»,
- η κατάρτιση Εθνικού Χωροταξικού Σχεδίου και Σχεδίων για Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας, Τουρισμό και Βιομηχανία, Παράκτιο και Ορεινό χώρο,
- η ίδρυση δικτύου θυρίδων επιχειρηματικότητας και τα μαθήματα επιχειρηματικότητας στο πρόγραμμα σπουδών ΑΕΙ και ΤΕΙ,
- η Αρχή Εποπτείας Ιδιωτικής Ασφάλισης,
- ο Νόμος για τη λειτουργία εμπορικών καταστημάτων,
- η ίδρυση του Εθνικού Συμβουλίου Ηλεκτρονικού Εμπορίου,
- η αναθεώρηση της διαχείρισης Κρατικών Προμηθειών,
- η προετοιμασία του Εθνικού Συστήματος Ηλεκτρονικών Δημοσίων Προμηθειών Ε.Σ.Η.Δ.Π.) η ενίσχυση του ρόλου της Ρυθμιστικής Αρχής Ενέργειας , ο νέος Κώδικας Διαχείρισης Συστήματος και Συναλλαγών Ηλεκτρικής Ενέργειας,
- το νομοθετικό πλαίσιο για ταχύτερη απελευθέρωση της αγοράς φυσικού αερίου,
- το νομοσχέδιο για τις Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες, ο Νόμος για τη δημιουργία εμπορευματικών κέντρων (freight villages),
- η επιτάχυνση των αποκρατικοποιήσεων ,
- η αναδιοργάνωση του ΟΠΕ,

[27] Πηγή: Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα 2007 -2013»

- η ενίσχυση του ΕΛΚΕ,
- η ενεργοποίηση του Εθνικού Συμβουλίου Εξαγωγών και του Οργανισμού Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων(ΟΑΕΠ).
- Δημιουργία δομών επιχειρηματικής Υποστήριξης. Αναγνωρίζοντας τις σοβαρές ελλείψεις των ελληνικών επιχειρήσεων στον τομέα της υποστήριξης, ήδη το ΕΠΑΝ δημιούργησε ένα οιονεί δίκτυο δομών στήριξης, με συστατικά στοιχεία τα ΚΕΤΑ, τα ΚΥΕ και το Παρατηρητήριο των ΜΜΕ, με έργο τους: ενημέρωση- πληροφόρηση- καλλιέργεια επιχειρηματικού πνεύματος, παρακολούθηση ανταγωνιστικότητας ΜΜΕ, εξατομικευμένη υποστήριξη και πυρήνας επιχειρηματικών συμβούλων, οργάνωση παροχής επιχειρηματικών υπηρεσιών, δράσεις οργάνωσης, διαμεσολάβησης και αξιοποίησης χρηματοδοτικών εργαλείων, ενέργειες υποστήριξης στη διεθνοποίηση – εξαγωγικό προσανατολισμό.

Επίσης, πολύ θετικό θεσμικό βήμα για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα (Δεκέμβριος 2006) ήταν η ψήφιση (και άμεση έγκριση από την Ε.Ε.) του νέου Αναπτυξιακού Νόμου ο οποίος εξαντλεί τα όρια που προβλέπει η Ευρωπαϊκή Ένωση για τις κρατικές ενισχύσεις[28].

Σε αυτό το σημείο κρίνεται σκόπιμο να πραγματοποιηθεί μια σύντομη αναφορά σε μια σειρά σημαντικών πολιτικών πρωτοβουλιών και θεσμικών παρεμβάσεων που αναλήφθηκαν τα τελευταία χρόνια για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ:

Με τη **φορολογική μεταρρύθμιση**, μειώνονται σταδιακά σχεδόν κατά το 1/3 οι συντελεστές φορολόγησης των επιχειρήσεων μέσα στην τριετία: οι φορολογικοί συντελεστές για τα επιχειρηματικά κέρδη των Α.Ε. από το 35% που βρίσκονταν το 2004 θα μειωθούν στο 25% το 2007, ενώ για τις Ο.Ε. και τις Ε.Ε. από 25% σε 20%. Παράλληλα, απλουστεύθηκε το φορολογικό σύστημα, με στόχο τη μείωση του διοικητικού βάρους των επιχειρήσεων, ενώ ταυτόχρονα έγινε πιο αντικειμενικός ο τρόπος με τον οποίον διενεργούνται οι έλεγχοι.

Με το νόμο για τις **Συμπράξεις Δημόσιου-Ιδιωτικού Τομέα** (Ν. 3389/2005), δημιουργείται το πλαίσιο για την ευρεία υλοποίηση κοινωφελών υπηρεσιών και έργων με τη συνεργασία και συγχρηματοδότηση του ιδιωτικού τομέα, που θα ενισχύσει την επιχειρηματικότητα, θα οδηγήσει σε βελτίωση των κοινωφελών υποδομών και θα αυξήσει τις συνολικές επενδύσεις σε υπηρεσίες και έργα.

Επίσης, ο νέος νόμος (Ν. 3325/2005) για την **αδειοδότηση των επιχειρήσεων της Μεταποίησης, όπως και το νομοσχέδιο για την αδειοδότηση των επιχειρήσεων του**

[28] Με την υιοθέτηση του νέου χάρτη περιφερειακών ενισχύσεων δίνεται η δυνατότητα ενίσχυσης μικρομεσαίων επιχειρήσεων έως και 60% *ειδικά στις παραμεθόριες περιοχές, π.χ. Ανατολ. Μακεδονία – Θράκη) και ως 40% για τις μεγάλες επιχειρήσεις.

Εμπορίου και των Υπηρεσιών ενισχύουν την επιχειρηματικότητα και βελτιώνουν την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων. Η νέα νομοθεσία μειώνει τον χρόνο και το κόστος ίδρυσης, κυρίως στις μεταποιητικές μονάδες χαμηλής όχλησης και στις μικρές επιχειρήσεις που βρίσκονται εκτός Αττικής και περιορίζει τη γραφειοκρατία και τα περιθώρια ανάπτυξης φαινομένων διαφθοράς. Τον Σεπτέμβριο του 2005 κατατέθηκε προς ψήφιση στη Βουλή η Επιμελητηριακή Νομοθεσία για την **παροχή «υπηρεσιών μιας στάσης» από τα Επιμελητήρια**, όσον αφορά τη σύσταση εταιριών και την αδειοδότηση και παράλληλα παραδίδεται σε διαβούλευση το νομοσχέδιο για το **Γενικό Εμπορικό Μητρώο**. Τα νομοθετήματα αυτά δημιουργούν προϋποθέσεις δραστικής απλούστευσης διαδικασιών και θέτουν τις βάσεις για τη βελτίωση του επενδυτικού περιβάλλοντος στη χώρα μας.

Προωθείται και η επέκταση του δικτύου των **Βιομηχανικών Περιοχών**, ενώ ήδη, έχουν υπογραφεί οι αποφάσεις χρηματοδότησης για την αναβάθμιση 25 υφιστάμενων Βιομηχανικών και Επιχειρηματικών Περιοχών (ΒΕΠΕ). Έτσι, δημιουργούνται ή αναβαθμίζονται οι υποδομές για την εγκατάσταση επιχειρήσεων σε πάνω από 20.000 στρέμματα. Οι επιχειρήσεις που θα μπορέσουν να επωφεληθούν για εγκατάσταση ή μετεγκατάσταση σε αυτούς τους χώρους εκτιμάται ότι θα ξεπεράσουν τις 10.000 σε χρονικό ορίζοντα δεκαετίας. Ο εκτιμώμενος προϋπολογισμός των παραπάνω έργων εκτιμάται ότι θα φτάσει τα € 200 εκ..

Η έλλειψη εθνικού **χωροταξικού σχεδιασμού για τις χρήσεις γης** έχει αποτελέσει στο παρελθόν σημαντικό εμπόδιο για την επενδυτική δραστηριότητα, ενώ παράλληλα έχει αυξήσει τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις από την ανεξέλεγκτη ανάπτυξη στο χώρο. Έχει ήδη ξεκινήσει η κατάρτιση του Εθνικού Χωροταξικού Σχεδίου, καθώς και των Ειδικών Χωροταξικών Σχεδίων για τις Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας, τον Τουρισμό και τη Βιομηχανία. Ειδικά Χωροταξικά Σχέδια για τον Παράκτιο και τον Ορεινό χώρο έχουν ήδη ετοιμαστεί από τις Υπηρεσίες του ΥΠΕΧΩΔΕ και θα μπουν στην αρμόδια κυβερνητική επιτροπή για την οριστικοποίηση και θεσμοθέτηση του περιεχόμενου τους σε συνδυασμό με την πρόοδο των μελετών για το Εθνικό Χωροταξικό Σχέδιο και το Ειδικό Χωροταξικό Σχέδιο για τον Τουρισμό. Με τον ολοκληρωμένο χωροταξικό σχεδιασμό εκλογικεύονται και ιεραρχούνται οι αναπτυξιακές προτεραιότητες και ξεκαθαρίζεται το «νομικό τοπίο», με όρους που στηρίζουν την οικονομική ανάπτυξη και διασφαλίζουν την προστασία του περιβάλλοντος και την κοινωνική συνοχή.

Η επιχειρηματική δράση ενθαρρύνεται επίσης, μέσω της **ίδρυσης και λειτουργίας δικτύου θυρίδων επιχειρηματικότητας**. Η Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς αναπτύσσει αυτό το δίκτυο σε όλη την ελληνική επικράτεια (μια θυρίδα ανά νομό) που θα παρέχει σε νέους, ιδιαίτερα φοιτητές και αποφοίτους δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, υποστηρικτικές υπηρεσίες, πληροφορίες και συνδρομή σχετικά με την ίδρυση μιας επιχείρησης (νομικό πλαίσιο, θέματα μάρκετινγκ, κλπ). Επιπρόσθετα, θεσμοθετείται Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας στη Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς που θα παρακολουθεί και θα αποτιμά το επιχειρηματικό

τοπίο, και βάσει των στοιχείων που θα συγκεντρώνει και θα επεξεργάζεται θα παρέχει έγκυρη πληροφόρηση σχετικά με τις επιχειρηματικές δυνατότητες και προοπτικές σε φοιτητές της ανώτατης εκπαίδευσης.

Τέλος, ειδικά στο χώρο της παιδείας**, αναλαμβάνονται συγκεκριμένες δράσεις για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας. Βασική επιλογή είναι η** καθιέρωση μαθημάτων επιχειρηματικότητας **που εντάσσονται στο κανονικό προπτυχιακό πρόγραμμα σπουδών των ΑΕΙ και ΤΕΙ.**

Με το νέο Νόμο 3373/2005 αναβαθμίζεται ο ρόλος της **Επιτροπής Ανταγωνισμού**. Μεταξύ άλλων, ο νόμος αυτός, προβλέπει την αύξηση των οργανικών θέσεων του προσωπικού (από 80 σε 150), θεσμοθετεί τη μόνιμη και ουσιαστική συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και τις Αρχές Ανταγωνισμού των άλλων κρατών-μελών της Ε.Ε. και ενισχύει τους μηχανισμούς πρόληψης και επιβολής κυρώσεων.

Στον **ασφαλιστικό τομέα** θεσμοθετήθηκε ανεξάρτητη αρχή, η Αρχή Εποπτείας Ιδιωτικής Ασφάλισης, με στόχο την αποτελεσματική επίβλεψη μιας αγοράς που αναπτύσσεται με ταχύτατους ρυθμούς τα τελευταία χρόνια. Η λειτουργία της ανεξάρτητης αρχής εκτιμάται ότι θα ξεκινήσει όταν ολοκληρωθούν οι επιμέρους νομοθετικές ρυθμίσεις και η πρόσληψη του προσωπικού.

Ο Νόμος 3377/2005 για τη **λειτουργία των εμπορικών καταστημάτων** προάγει την εξυγίανση του εμπορίου καταπολεμώντας τα φαινόμενα παραεμπορίου και τις στρεβλώσεις του ανταγωνισμού. Επιπλέον, με την καθιέρωση του νέου ωραρίου λειτουργίας των καταστημάτων επιδιώκεται η περαιτέρω ανάπτυξη του εμπορίου, η εναρμόνιση με τα ισχύοντα στην Ε.Ε., καθώς και η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Παράλληλα, ιδρύεται το **Εθνικό Συμβούλιο Ηλεκτρονικού Εμπορίου**, με στόχο την προώθηση του ηλεκτρονικού επιχειρείν.

Στον **τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών** η αγορά κινητής τηλεφωνίας συνεχίζει να αναπτύσσεται (τέλος 2004 το ποσοστό διείσδυσης στον πληθυσμό της χώρας έφθασε στο 84,4%). Στη σταθερή τηλεφωνία, ο ανταγωνισμός ενισχύεται, όπως προκύπτει από τη σταθερή αύξηση των μεριδίων των εναλλακτικών παρόχων (6% το 2004 έναντι 2% το 2001) και συμβάλλει αποφασιστικά στη μείωση των τιμολογίων προς όφελος των καταναλωτών. Η αγορά του Διαδικτύου σημειώνει ανοδική τάση δεδομένου ότι οι συνδέσεις και τα έσοδα έχουν αυξηθεί σημαντικά. Στην ευρυζωνικότητα καταγράφεται μια σημαντική αύξηση των συνδέσεων ADSL (περίπου 100.000 τέλος Ιουλίου 2005 έναντι 14.000 το α' τρίμηνο του 2004) που συνοδεύεται από σημαντική μείωση των τιμών διάθεσης ευρυζωνικών συνδέσεων διαδικτύου καθώς και μια εξίσου σημαντική αύξηση των γραμμών Αδεσμοποίητης Πρόσβασης στον Τοπικό Βρόχο (5228 γραμμές τέλος β' τριμήνου 2005 έναντι μόλις 779 γραμμών το α' τρίμηνο του 2004), η οποία υποδηλώνει το έντονο ενδιαφέρον της αγοράς.

Καθοριστικό παράγοντα για την περαιτέρω ανάπτυξη της αγοράς τηλεπικοινωνιών αποτελεί το νέο **νομοσχέδιο για τις Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες**, το οποίο εναρμονίζει την Ελληνική Νομοθεσία με το νέο Κανονιστικό Πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Με τη νέα νομοθεσία δημιουργείται ένα αξιόπιστο θεσμικό και ρυθμιστικό περιβάλλον το οποίο αποτελεί προϋπόθεση για την προσέλκυση επενδύσεων στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών. Με την ενσωμάτωση των οδηγιών, ενισχύονται η ανεξαρτησία και οι αρμοδιότητες της Ε.Ε.Τ.Τ. επιτρέποντας στην τελευταία να κινηθεί για την ενίσχυση του ανταγωνισμού και την ανάπτυξη της ευρυζωνικότητας.

Παράλληλα, έχει ήδη δρομολογηθεί και αναμένεται να ολοκληρωθεί μέχρι το 2008 το συγχρηματοδοτούμενο από την Ε.Ε. έργο «**Προμήθεια Εθνικού Συστήματος Διαχείρισης και Εποπτείας Φάσματος»** (ΕΣΔΕΦ), το οποίο θα συμβάλει στην ταχύτερη ανάπτυξη νέων ασύρματων τεχνολογιών και εφαρμογών και στη διαμόρφωση ανταγωνιστικού περιβάλλοντος στον τομέα των ραδιοεπικοινωνιών.

Στον **τομέα των ταχυδρομικών υπηρεσιών** διαπιστώνονται υψηλοί ρυθμοί ανάπτυξης. Σε ό,τι αφορά στην αγορά των Ταχυμεταφορών, το 2004 σημειώθηκε σημαντική αύξηση του όγκου των διακινούμενων ταχυδρομικών αντικειμένων. Αντίστοιχα, στην Καθολική Υπηρεσία σημειώθηκε σημαντική αύξηση της αλληλογραφίας του εσωτερικού. Αναφορικά με την ολοκλήρωση της εσωτερικής αγοράς, η ελληνική νομοθεσία είναι πλήρως εναρμονισμένη με το κοινοτικό κανονιστικό πλαίσιο και απελευθερωμένη σε τέτοιο βαθμό, ώστε να διασφαλίζεται η παροχή της Καθολικής Ταχυδρομικής Υπηρεσίας. Υλοποιούνται και σχεδιάζονται δράσεις συγχρηματοδοτούμενες από την Ε.Ε., που στοχεύουν: α) Στην ανάδειξη των ταχυδρομείων σε πολυδύναμα κέντρα εξυπηρέτησης πολιτών, β) Στην αυτοματοποίηση των κέντρων διαλογής και διανομής, γ) Στην ανάπτυξη συστημάτων πληροφορικής που θα υποστηρίζουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες και την επέκταση σε νέες υπηρεσίες.

Στον **χώρο των μεταφορών** έχει ήδη υπογραφεί το σχετικό Προεδρικό Διάταγμα (ΦΕΚ 60Α'/07.03.05) για το διαχωρισμό της εκμετάλλευσης από την υποδομή των ελληνικών σιδηροδρόμων (ΟΣΕ), ενώ έχει ψηφιστεί ο Νόμος 3333/2005 για τη δημιουργία και λειτουργία Εμπορευματικών Κέντρων (freight villages). Με το νόμο αυτό διαμορφώνεται το πλαίσιο για την ανάπτυξη ιδιωτικών επιχειρηματικών πρωτοβουλιών για Εμπορευματικά Κέντρα. Η λειτουργία τους, καθώς και οι δραστηριότητες που θα αναπτυχθούν σε αυτά αναμένεται ότι θα τονώσουν την ανάπτυξη της περιφέρειας και την απασχόληση. Ταυτόχρονα, η εθνική νομοθεσία προσαρμόζεται στο κανονιστικό πλαίσιο του Ενιαίου Ευρωπαϊκού Ουρανού (Single European Sky-SES), με την πρώτη φάση να ολοκληρώνεται στα μέσα του 2007. Το σχετικό σχέδιο νόμου (υπό επεξεργασία) θα προβλέπει, μεταξύ άλλων, την αναδιάρθρωση της Υπηρεσίας Πολιτικής Αεροπορίας, τον διαχωρισμό των υπηρεσιών της σε παρόχους υπηρεσιών αεροναυτιλίας και Κανονιστικούς Φορείς, καθώς επίσης και την ίδρυση Εθνικής Εποπτικής Αρχής. Παράλληλα, εκπονείται Σχέδιο Εφαρμογής των προτύπων Eurocontrol

(Safety Regulatory Requirements - ESARRs) για θέματα Ασφάλειας της Αεροναυτιλίας και προωθούνται μέτρα συμμόρφωσης προς το κανονιστικό πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τον περιορισμό του θορύβου στα μεγάλα αεροδρόμια.

Δ.2.1 Σχεδιαζόμενες Πολιτικές & Μέτρα για την επόμενη Προγραμαμτική Περίοδο

Με βάση το **Εθνικό Πρόγραμμα Μεταρρυθμίσεων για την Ανάπτυξη & την Απασχόληση (2005-2008)** για την επόμενη προγραμματική περίοδο (2007 – 2013), έχουν ήδη σχεδιαστεί μια σειρά οριζόντιων πολιτικών και μέτρων για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση[29]:

- Στην αυξημένη συμμετοχή των ΜΜΕ στο ΕΣΠΑ 2007-2013, με το σχεδιασμό και την εφαρμογή μέτρων προσαρμοσμένων στις ιδιαίτερες ανάγκες τους και στις προοπτικές τους. Ήδη, για πρώτη φορά χρηματοδοτούνται εμπορικές δραστηριότητες από το Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης με συνολικό προϋπολογισμό € 200 εκατ., ενώ περισσότερες από 40.000 ΜΜΕ λαμβάνουν χρηματοδότηση μέσω του Γ' ΚΠΣ για την υιοθέτηση τεχνολογιών πληροφορικής και τη δικτύωσή τους. Σύντομα θα ξεκινήσει και η υλοποίηση προγράμματος ύψους € 200 εκατ. για την ανάπτυξη και τον εκσυγχρονισμό των επαγγελματικών δραστηριοτήτων των Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΠΜΕ) στον τομέα των υπηρεσιών.

- Στην εφαρμογή ειδικής αξιολόγησης των επιπτώσεων της νομοθεσίας στις ΜΜΕ, στο προωθούμενο σύστημα αξιολόγησης των επιπτώσεων της νομοθεσίας στην οικονομία και τις επιχειρήσεις.

- Στην απλούστευση του καθεστώτος αδειοδότησης των εμπορικών επιχειρήσεων.

- Στην εφαρμογή μέτρων για την μεταβίβαση των ΜΜΕ, τη βιομηχανική υπεργολαβία, την ενίσχυση του κλάδου κλωστοϋφαντουργίας, ένδυσης, υπόδησης και δέρματος για την αντιμετώπιση του ανταγωνισμού από Τρίτες Χώρες, την παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών προς τις ΜΜΕ από εθελοντικό Σώμα Συμβούλων Εμπειρογνωμόνων.

- Στη δικτύωση και τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας των δομών στήριξης των ΜΜΕ.

- Στη βελτίωση συστήματος χρηματοδότησης και συνεργασίας με το τραπεζικό σύστημα μέσω του Ταμείου Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΜΕ), το οποίο ήδη παρέχει εγγυήσεις για σημαντικό μέρος των δανείων που

[29] Πηγή: Εθνικό Πρόγραμμα Μεταρρυθμίσεων για την Ανάπτυξη & την Απασχόληση (2005-2008), Υπουργείο Οικονομίας & Οικονομικών

λαμβάνονται από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και τη δημιουργία Περιφερειακών Ταμείων Επιχειρηματικών Κεφαλαίων (Regional Venture Capital Funds) και/ή Ταμείων Τιτλοποιημένων Πιστώσεων προς Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις.

- Στη διάγνωση της κατάστασης, της εξέλιξης και της ανταγωνιστικής θέσης των ΜΜΕ για τη διαμόρφωση κατάλληλων πολιτικών, από το Εθνικό Παρατηρητήριο για τις ΜΜΕ και από δύο Ινστιτούτα Μελετών και Ερευνών που θα ιδρυθούν από φορείς των ΜΜΕ, με τη στήριξη του Υπουργείου Ανάπτυξης.

- Στην εξωστρέφεια και τη διεθνοποίηση των ΜΜΕ για την εκμετάλλευση των ευκαιριών που παρουσιάζει τόσο η διευρυμένη Ευρωπαϊκή Ένωση, όσο και οι τρίτες χώρες.

- Στη συστηματική διαβούλευση της επιχειρηματικής κοινότητας των ΜΜΕ, με την αξιοποίηση του Εθνικού Συμβουλίου Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και άλλων μηχανισμών, καθώς και την αξιοποίηση άλλων συμβουλευτικών οργάνων της πολιτείας που ασχολούνται με τις επιχειρήσεις.

- Στη συνέργια και τη συνεκτικότητα μεταξύ της Ευρωπαϊκής και της Εθνικής πολιτικής έναντι των ΜΜΕ.

- Στο συντονισμό και το συνυπολογισμό των ιδιαίτερων αναγκών των ΜΜΕ σε κάθε πολιτική που εφαρμόζεται από τα διάφορα Υπουργεία που αφορά τις επιχειρήσεις. Αυτό θα επιτευχθεί, μεταξύ των άλλων με τη συνέχιση της διαδικασίας εκπόνησης της εθνικής ετήσιας έκθεσης εφαρμογής του Ευρωπαϊκού Χάρτη για τις Μικρές Επιχειρήσεις, διαδικασίας που θα προσαρμοστεί στις νέες απαιτήσεις.

Δ. 2.2 Εφαρμοζόμενες και σχεδιαζόμενες πολιτικές & μέτρα για την ενίσχυση της Βιομηχανίας

Όσον αφορά στους επιμέρους τομείς οικονομικής δραστηριότητας, η **Βιομηχανία** αποτελεί ζωτικό κομμάτι και εξακολουθεί να έχει πρωτεύοντα ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της Ελλάδος καθ' ότι, εκτός της συνεισφοράς της στο παραγωγικό τομέα, είναι συνδεδεμένη και στηρίζει την ανάπτυξη του τομέα των Υπηρεσιών. Οι διαρθρωτικές αλλαγές στην οικονομία, η διεύρυνση της Ευρωπαϊκής Ένωσης, το άνοιγμα των διεθνών αγορών, αλλά και ο έντονος ανταγωνισμός από τρίτες χώρες, δημιουργούν νέες προκλήσεις, αλλά και ευκαιρίες για την Ελληνική βιομηχανία.

Η Κυβερνητική πολιτική για τη **Βιομηχανία**, μέρος της οποίας εφαρμόζεται μέσω της πολιτικής για τις Μικρομεσαίες μεταποιητικές επιχειρήσεις, στοχεύει στην αυξημένη συμμετοχή του τομέα στα προγράμματα ενίσχυσης, στην ενθάρρυνση των επενδύσεων, στη μείωση της φορολογίας, στην εξασφάλιση υγιών συνθηκών ανταγωνισμού, στη βελτίωση

των υποδομών, ιδιαίτερα των Βιομηχανικών Περιοχών, στην εισαγωγή της ποιότητας, της καινοτομίας και της νέας τεχνολογίας, στην απλούστευση του διοικητικού περιβάλλοντος, στις συνεργασίες των Επιχειρήσεων, στην επιχειρηματική αρίστευση.

Ειδικότερα για τη **Βιομηχανία** θα συνεχιστούν να προωθούνται και να εφαρμόζονται πολιτικές και μέτρα που θα αποσκοπούν:

- Στην αναμόρφωση του θεσμικού καθεστώτος για τις βιομηχανικές περιοχές.
- Στη βελτίωση της οργανωτικής δομής των περιφερειακών υπηρεσιών για την αδειοδότηση των βιομηχανικών επιχειρήσεων, την προσέλκυση των επενδύσεων, την πληροφόρηση για τα διάφορα προγράμματα και κίνητρα.
- Στην απλούστευση του νομικού και κανονιστικού πλαισίου, μέσω της εφαρμογής του συστήματος αξιολόγησης των επιπτώσεων της νομοθεσίας στις επιχειρήσεις.
- Στον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό, την ποιότητα και την εισαγωγή καινοτομιών στις βιομηχανίες.
- Στον εκσυγχρονισμό και την αναδιάρθρωση επιλεγμένων κλάδων.
- Στη βελτίωση της συμμετοχής της βιομηχανίας στις κρατικές προμήθειες.
- Στην παροχή επιχειρηματικών κεφαλαίων.
- Στις συμπράξεις (clusters) και στη συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων.
- Στην ενίσχυση της επιχειρηματικής αρίστευσης.
- Στην καθιέρωση αντικειμενικού και αξιόπιστου συστήματος Εποπτείας της Αγοράς που εξασφαλίζει την τήρηση των αρχών της Ποιότητας στα προϊόντα και τις Υπηρεσίες.

Δ.2.3 Εφαρμοζόμενες και σχεδιαζόμενες πολιτικές και μέτρα για την ενίσχυση του Τουρισμού

Ο **τουρισμός** αποτελεί τομέα «αιχμής» για την αναπτυξιακή πολιτική της χώρας λόγω του συγκριτικού μας πλεονεκτήματος (φυσικού και πολιτισμικού πλούτου και της παράδοσης στη φιλοξενία) αλλά και λόγω της πολλαπλής διασύνδεσης του τουρισμού με άλλους κλάδους. Τα οφέλη είναι πολλαπλάσια για την εθνική οικονομία, ενώ και σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο οι επιδράσεις είναι σημαντικές για πολλές περιοχές της χώρας.

Η πολιτική που εφαρμόζεται για τον **τουρισμό** στοχεύει στην αναβάθμιση και στη διεύρυνση-εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος με διαρθρωτικές παρεμβάσεις στο πλαίσιο μιας στρατηγικής με μακροπρόθεσμο (δεκαετή) χαρακτήρα:

- Σύσταση επιτελικού οργάνου για τη χάραξη τουριστικής πολιτικής (Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης).
- Θέσπιση κινήτρων για εκσυγχρονισμό, αλλαγή χρήσης ή και απόσυρση τουριστικών μονάδων.
- Αξιοποίηση της τουριστικής ακίνητης περιουσίας με βάση στρατηγικό επιχειρησιακό σχέδιο.
- Συγκρότηση νέου θεσμικού πλαισίου για τις ειδικές μορφές τουρισμού (π.χ. ιαματικός, αγροτουρισμός, κλπ.).
- Διασφάλιση της ποιότητας των τουριστικών εγκαταστάσεων και υπηρεσιών με αποκατάσταση αξιόπιστου συστήματος ελέγχου (αναδιοργάνωση Περιφερειακών Υπηρεσιών ΕΟΤ).
- Ανασυγκρότηση της τουριστικής εκπαίδευσης με νέα προγράμματα κατάρτισης (ΟΤΕΚ).
- Ριζικός εκσυγχρονισμός του συστήματος προβολής και προώθησης (μάρκετινγκ) του τουριστικού προϊόντος.

ΕΝΟΤΗΤΑ Ε': ΟΙ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΣΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΕ ΕΥΡΩΠΑΪΚΟ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΕΣ ΕΠΙΠΕΔΟ, ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ - ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΜΕ.

Ε.1. Οι εξελίξεις στο επιχειρηματικό περιβάλλον των ΜΜΕ σε Ευρωπαϊκό επίπεδο

Ε.1.1 Γενικά - Χαρακτηριστικά του επιχειρηματικού περιβάλλοντος των ΜΜΕ στην Ευρώπη[30]

Οι ΜΜΕ διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο στην ευρωπαϊκή οικονομία. Περίπου 25 εκατομμύρια ΜΜΕ, που αποτελούν το **99% όλων των επιχειρήσεων της Ευρώπης**, απασχολούν σχεδόν 95 εκατομμύρια άτομα και προσφέρουν το **55% των συνολικών θέσεων εργασίας στον Ιδιωτικό Τομέα**[31]. Η σημασία των ΜΜΕ είναι επομένως μεγάλη για την ανάπτυξη και την απασχόληση σε ολόκληρη την Ευρώπη.

Ανάλογα με τον αριθμό των εργαζομένων τους, οι ΜΜΕ χωρίζονται στις εξής κατηγορίες:

- **Πολύ μικρές** (1-9 εργαζόμενους), στις οποίες απασχολείται το **30% του εργατικού δυναμικού** της Ευρώπης,
- **Μικρές** (10-49 εργαζόμενους), στις οποίες απασχολείται το **21% του εργατικού δυναμικού,**
- **Μεσαίες** (50-249 εργαζομένους), στις οποίες απασχολείται το **16% του εργατικού δυναμικού.**

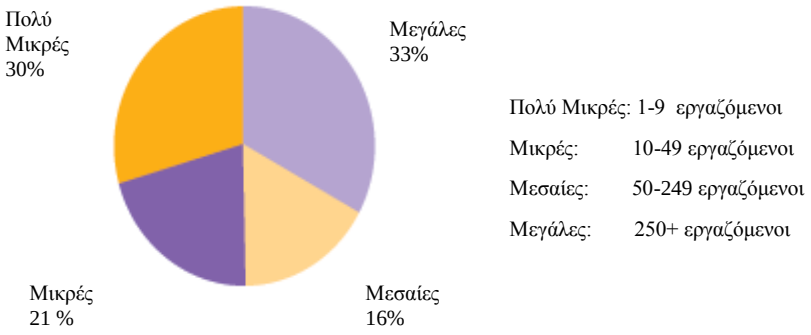
Αξίζει να σημειωθεί ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις (>250 εργαζομένους) απασχολούν περίπου το 33% του εργατικού δυναμικού.

Οι πολύ μικρές επιχειρήσεις κυριαρχούν σε χώρες όπως στην Ιταλία (47%) και στην Πολωνία (41%), ενώ στο Ηνωμένο Βασίλειο οι μεγάλες εταιρίες απασχολούν το 46% του εργατικού δυναμικού.

[30] «Ευρώπη», όπου περιλαμβάνονται η ΕΕ-25 + 3 υποψήφιες χώρες + Ισλανδία, Λιχτενστάιν, Νορβηγία και Ελβετία.

[31] Πηγή: Παρατηρητήριο των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ, 2003/7, Ε.Ε Έκθεση σχετικά με την εφαρμογή το ευρωπαϊκού χάρτη για τις μικρές επιχειρήσεις.

Πίνακας 19: Κατηγοριοποίηση των Επιχειρήσεων στην Ευρώπη.



Ε.1.2 Εξελίξεις και Τάσεις των ΜΜΕ στην Ευρώπη

Διαφωτιστικά είναι και τα συμπεράσματα της πρόσφατης έρευνα πεδίου του Ευρωβαρόμετρου στην οποία αποτυπώνονται τα **βασικά χαρακτηριστικά, η εξέλιξη και οι τάσεις των ΜΜΕ στην ΕΕ,** για την περίοδο 2005-2006[32]. Επιπρόσθετα, ιδιαίτερη έμφαση στην έρευνα δόθηκε στην καταγραφή των ακόλουθων χαρακτηριστικών των ΜΜΕ**:** α) Εκτίμηση εμποδίων κατά την επιχειρηματική λειτουργία, β) Προβλήματα Ανταγωνισμού, γ) Ανθρώπινο Δυναμικό, δ) Διεθνοποίηση, και ε) Καινοτομία.

Τα κυριότερα συμπεράσματα της έρευνας συνοψίζονται στα ακόλουθα:

- ✓ Ως σημαντικότερος περιοριστικός παράγοντας (εμπόδιο) για την ομαλή λειτουργία των επιχειρήσεων αναγνωρίστηκε (σε ποσοστό 46% των ερωτώμενων) η περιορισμένη αγοραστική δύναμη των καταναλωτών. Τα επόμενα δύο σημαντικά εμπόδια θεωρούνται οι υπερβολικές διοικητικές ρυθμίσεις (σε ποσοστό 36% των ερωτώμενων) και η διαθεσιμότητα και το κόστος του ανθρώπινου δυναμικού (σε ποσοστό 33%).

- ✓ Ποσοστό 44% των ΜΜΕ πανευρωπαϊκά θεωρεί ότι λειτουργεί σε υπερ-ρυθμιστικό (overregulated) επιχειρηματικό περιβάλλον, ενώ μόλις το 29% δηλώνει ικανοποιημένο με το τρέχον ρυθμιστικό πλαίσιο.

[32] Πηγή: Observatory of European SMEs, Flash No 196. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μεταξύ 17 Νοεμβρίου και 15 Δεκεμβρίου 2006 σε δείγμα 16.339 ΜΜΕ στην ΕΕ -27, καθώς επίσης και σε Νορβηγία, Ισλανδία και Τουρκία. Η έρευνα διεξήχθη βάσει ερωτηματολογίου μέσω τηλεφωνικών συνεντεύξεων, ενώ οι τομείς οικονομικής δραστηριότητας που καλύφθηκαν ήταν οι ακόλουθοι: Βιομηχανία, Κατασκευές, Εμπόριο, Ξενοδοχεία – Εσταιτόρια, Μεταφορές - Logistics, Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες, Real Estate, Υγεία & Πρόνοια, Λοιπές Υπηρεσίες. Στην έρευνα συμπεριλήφθηκαν για πρώτη φορά και μεγάλες επιχειρήσεις (<250 απασχολούμενοι). Η έρευνα δημοσιεύθηκε Νοέμβριο του 2007 στο site του European Observatory for SMEs.

- ✓ Ποσοστό μόλις 8% των ΜΜΕ πανευρωπαϊκά δηλώνει έσοδα από εισαγωγές. Εντούτοις υπάρχουν σημαντικές αποκλίσεις ανά οικονομία, με τις μικρές και «ανοιχτές» αγορές να δηλώνουν μεγαλύτερα ποσοστά εσόδων από εισαγωγές (π.χ. Εσθονία, Σλοβενία, Φιλανδία), σε αντίθεση με ΜΜΕ μεγάλων αγορών (π.χ. Ισπανία, Γαλλία). Η γενική τάση πάντως δείχνει αύξηση της αξίας των εξαγωγών των ΜΜΕ σε ποσοστό 12% το 2006 σε σχέση με το 2005.

- ✓ Ποσοστό μόλις 5% των ΜΜΕ πανευρωπαϊκά διαθέτει θυγατρικές ή joint venture στο εξωτερικό. Ως κυριότερος λόγος για την έναρξη δραστηριοποίησης στο εξωτερικό δηλώνεται η γεωγραφική εγγύτητα προς τους τελικούς πελάτες.

- ✓ Ο κυριότερος περιοριστικός παράγοντας (εμπόδιο) που αντιμετωπίζουν οι εξαγωγείς είναι η έλλειψη γνώσης των ξένων αγορών και ακολούθως οι φόροι εισαγωγών και η έλλειψη κεφαλαίων.

- ✓ Ποσοστό 60% των ερωτώμενων δήλωσε ότι ο ανταγωνισμός στην εγχώρια αγορά έχει ενταθεί σημαντικά τα τελευταία δύο χρόνια (2005-2006). Προκειμένου να αντεπεξέλθουν στον ανταγωνισμό οι ΜΜΕ εφαρμόζουν πρωτίστως στρατηγικές για την ενίσχυση της ποιότητας των προϊόντων / υπηρεσιών και ακολούθως για την εύρεση νέων αγορών στο εξωτερικό, την αύξηση των ωρών απασχόλησης και την περικοπή τμημάτων παραγωγής.

- ✓ Ποσοστό 12% των εσόδων των ευρωπαϊκών ΜΜΕ προέρχεται από σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα / υπηρεσίες. Περίπου το 30% των ΜΜΕ δήλωσαν ότι έχουν ή ότι θα έχουν εισόδημα από νέα προϊόντα / υπηρεσίες.

- ✓ Τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ευρωπαϊκές ΜΜΕ για την ανάπτυξη της καινοτομίας είναι τα ακόλουθα: πρόσβαση στην χρηματοδότηση, έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού, η έλλειψη ζήτησης αγοράς και το υψηλό κόστος απασχόλησης του εξειδικευμένου προσωπικού.

- ✓ Ποσοστό μόνο 4% των ΜΜΕ εφαρμόζει ανεπτυγμένα συστήματα εξοικονόμησης ενέργειας.

- ✓ Όσο μεγαλύτερο το μέγεθος της επιχείρησης τόσο μεγαλύτερη η πιθανότητα να απασχολήσει αλλοδαπό προσωπικό: ενώ το 89% του απασχολούμενου προσωπικού στις ΜΜΕ είναι ημεδαπό, το ποσοστό αυτό μειώνεται σε 77% για τις μεγάλες επιχειρήσεις (<250 απασχολούμενοι).

- ✓ Η εύρεση και πρόσληψη του κατάλληλου προσωπικού δείχνει να είναι η μεγαλύτερη πρόκληση για τις ευρωπαϊκές ΜΜΕ. Ειδικότερα στις 12 νέες χώρες – μέλη

σημαντικός αριθμός θέσεων εργασίας παραμένει κενός. Τα συχνότερα προβλήματα που παρατηρούνται κατά την διαδικασία της στελέχωσης είναι η καταλληλότητα της ειδίκευσης του προσωπικού και οι υψηλές μισθολογικές απαιτήσεις.

Όσον αφορά στις **επιχειρηματικές επιδόσεις,** με βάση την έρευνα το 2005 μια μικρομεσαία επιχείρηση κατέγραψε μέσο κύκλο εργασιών (ΚΕ) περίπου 1 εκατ. Ευρώ. Ο κύκλος εργασιών ανά απασχολούμενο διαφέρει ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας και κυμαίνεται από 59 χιλ. Ευρώ στον τομέα της Υγείας έως και 405 χιλ. Ευρώ στο εμπόριο. Σε σχέση με τα παραπάνω μεγέθη, υπάρχουν σημαντικές αποκλίσεις μεταξύ των 12 νέων χωρών – μελών σε σχέση με τις αρχικές 15 χώρες μέλη της ΕΕ. Ρουμανία και Βουλγαρία ανήκουν στις χώρες με τους χαμηλότερους καταγραμμένους μέσους όρους κύκλου εργασιών (μικρότερο των 150 χιλ. Ευρώ). Το 2006 οι επιχειρηματικές επιδόσεις εμφανίζονται αισθητά βελτιωμένες ειδικά στις νέες χώρες- μέλη (ποσοστό αύξησης του ΚΕ 12% σε σχέση με το 2005). Σε πανευρωπαϊκό επίπεδο η αύξηση κυμάνθηκε κατά μέσο όρο σε 10%.

Πίνακας 20: Κύκλος εργασιών και αριθμός απασχολουμένων ανά μέγεθος ΜΜΕ

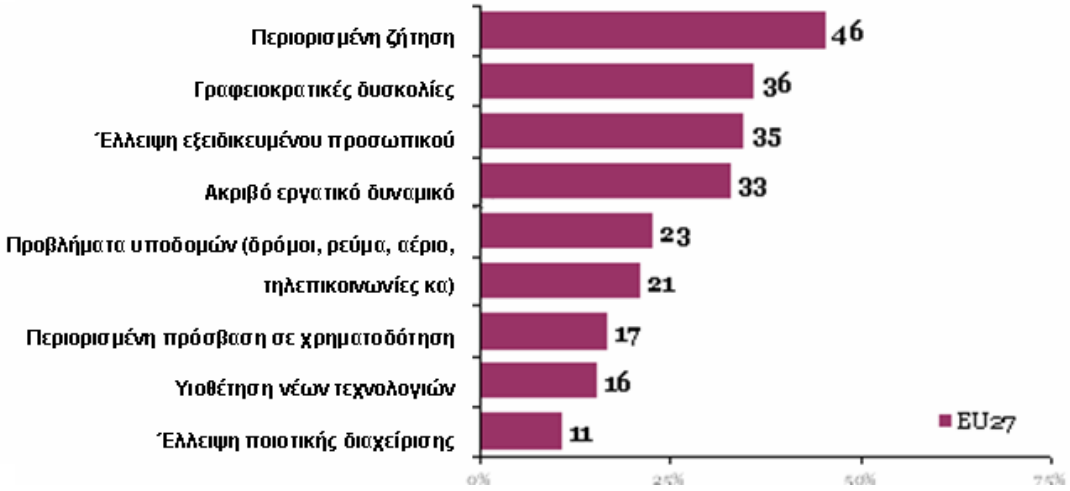
Κύκλος Εργασιών και αριθμός απασχολουμένων ανά μέγεθος ΜΜΕ			
		2005 Κύκλος Εργασιών (χιλ. €) / επιχείρηση	**2005 Αριθμός Απασχολουμένων /επιχείρηση**
	EU27	1 724	7
Μέγεθος ΜΜΕ	1-9 απασχολούμενοι	1 151	4
	10-49 απασχολούμενοι	3 657	20
	50-249 απασχολούμενοι	16 847	100
	250+ απασχολούμενοι	205 901	1278
Κλάδος Οικονομικής Δραστηριότητας	Βιομηχανία	1828	10
	Κατασκευές	1382	7
	Εμπόριο	2685	6
	Ξενοδοχεία – Εστιατόρια	685	8
	Μεταφορές - Logistics	1290	7
	Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες	1521	5
	Real estate	1145	6
	Υγεία & Πρόνοια	404	7
	Λοιπές Υπηρεσίες	2003	7

Πηγή: Observatory of European SMEs, Flash No 196.

Όσον αφορά στα **εμπόδια της επιχειρηματικής δραστηριότητας**, όπως προαναφέρθηκε η μειωμένη αγοραστική δύναμη των καταναλωτών είναι η μεγαλύτερη ανησυχία για τις ευρωπαϊκές ΜΜΕ και ειδικά για τις πολύ μικρές (1-10 απασχολούμενα άτομα). Ως επόμενα σημαντικά εμπόδια οι ΜΜΕ θεωρούν το ρυθμιστικό-διοικητικό περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργούν και την έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού καθώς και το υψηλό κόστος

απασχόλησης του. Άλλα εμπόδια που καταγράφηκαν αφορούσαν προβλήματα υποδομών, την πρόσβαση χρηματοδότησης, την ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών, την ενσωμάτωση νέων μορφών διοίκησης και τέλος την ανυπαρξία διοίκησης ποιότητας.

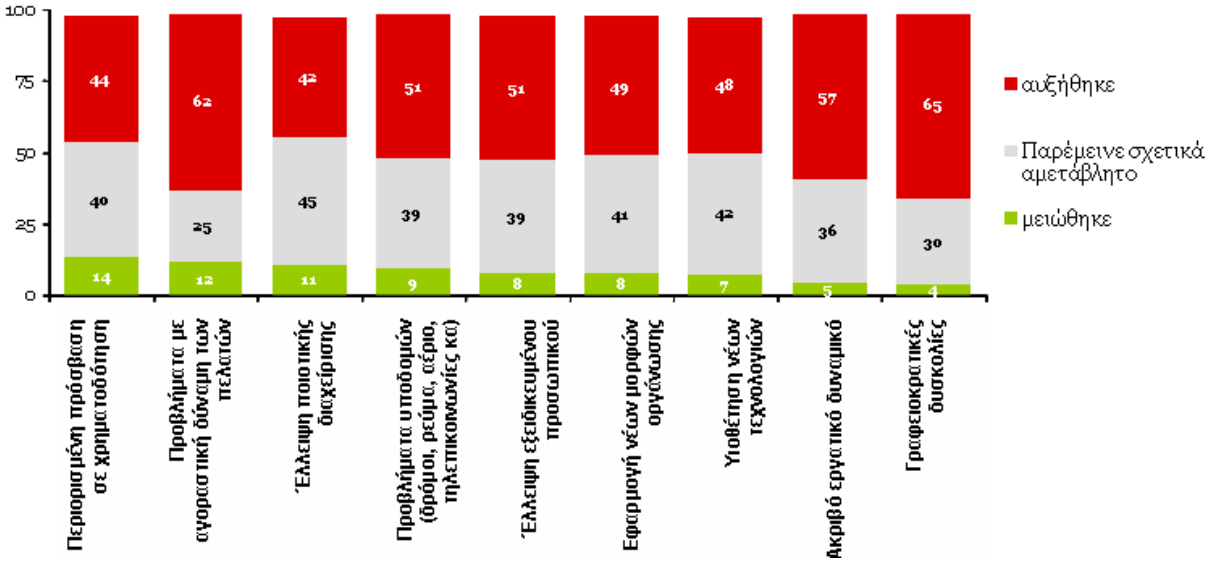
Διάγραμμα 4: Εμπόδια Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (έτη αναφοράς 2005-2006) (%)



Πηγή: Observatory of European SMEs, Flash No 196.

Στην ερώτηση σχετικά με το πόσο τα παραπάνω εμπόδια εντάθηκαν το 2006 σε σχέση με το 2005, για όλα τα βασικά εμπόδια εμφανίζεται στασιμότητα ή/και επιδείνωση της κατάστασης.

Διάγραμμα 5: Εξέλιξη των Εμποδίων Επιχειρηματικής Δραστηριότητας (2005 – 2006)



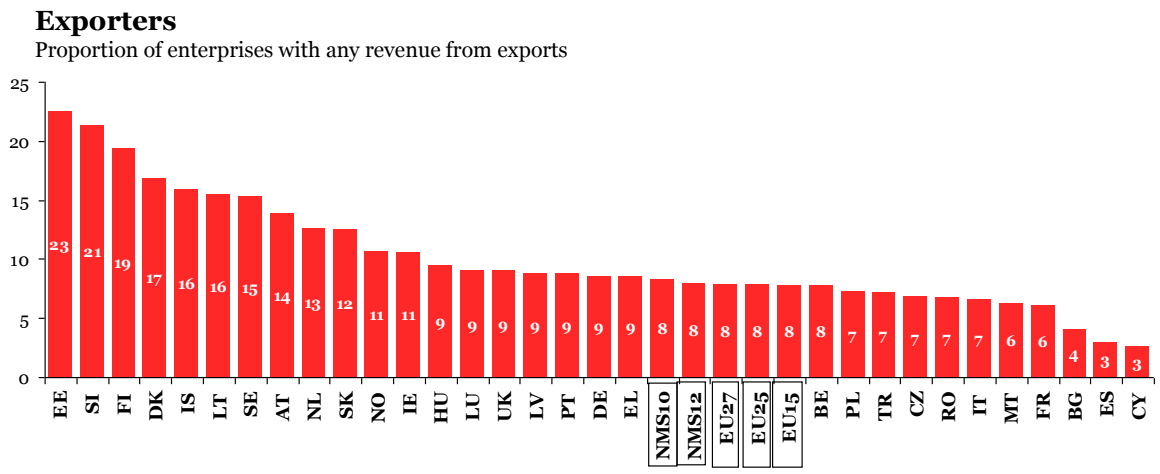
Πηγή: Observatory of European SMEs, Flash No 196.

Η **Κοινή Ευρωπαϊκή Αγορά** προσφέρει σημαντικές ευκαιρίες ανάπτυξης της επιχειρηματικής δραστηριότητας των ΜΜΕ. Παρόλα αυτά, πάνω από το ένα τρίτο των επιχειρήσεων,

δήλωσαν ότι τα όποια οφέλη της ενιαίας αγοράς δεν τους αφορούν είτε γιατί λειτουργούν αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά είτε για κάποιο άλλο λόγο. Η κατάσταση χειροτερεύει για τις μικρές επιχειρήσεις (1-10 απασχολούμενο προσωπικό). Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων θεωρεί το κοινό νόμισμα (Ευρώ) ως το βασικότερο χαρακτηριστικό της ενιαίας αγοράς. Γεγονός είναι ότι όσο μεγαλύτερο είναι το μέγεθος της επιχείρησης τόσο πιο σημαντικό θεωρείται το Ευρώ ως κοινό νόμισμα.

Ως προς τη **διεθνοποίηση** των ευρωπαϊκών ΜΜΕ, στην έρευνα μελετώνται τρεις ξεχωριστοί παράγοντες: **εξαγωγές, εισροές (α' ύλες, ενέργεια, κεφάλαια, κλπ.) αγοραζόμενες από το εξωτερικό, επιχειρηματικές συμμετοχές στο εξωτερικό.** Από τα δεδομένα της έρευνας προκύπτει ότι ένας μεγάλος αριθμός ευρωπαϊκών ΜΜΕ δεν πραγματοποιεί καθόλου **εξαγωγές**. Συνολικά περίπου μία στις δέκα επιχειρήσεις δηλώνουν έσοδα από εξαγωγές. Ενώ μικρές και «ανοιχτές» αγορές δηλώνουν μεγαλύτερα ποσοστά εσόδων από εισαγωγές (π.χ. Εσθονία 23%, Σλοβενία 21%, Φιλανδία 19%), ΜΜΕ μεγάλων αγορών δηλώνουν εξαιρετικά χαμηλά ποσοστά εξαγωγών (π.χ. Ισπανία 3%, Γαλλία 6%). Η γενική τάση πάντως δείχνει αύξηση της αξίας των εξαγωγών των ΜΜΕ σε ποσοστό 12% το 2006 σε σχέση με το 2005.

Διάγραμμα 6: Αναλογία επιχειρήσεων (%) που πραγματοποιούν εξαγωγές



Q31. How much turnover was generated by exports in your enterprise in 2005?
Base: SMEs, % gaining any revenue shown, by country

Πηγή: Observatory of European SMEs, Flash No 196.

Κατά μέσο όρο οι εξαγωγικές ΜΜΕ πραγματοποίησαν εξαγωγές ύψους 83,7 χιλ. Ευρώ (2005), ποσό που αντιστοιχούσε στο 4,6% του συνολικού κύκλου εργασιών τους. Όσον αφορά την κλαδική διάρθρωση περισσότερο εξωστρεφείς είναι οι κλάδοι της βιομηχανίας, μεταφορών και του εμπορίου. Το 2006 καταγράφηκε αύξηση 12% των εξαγωγών των ΜΜΕ σε σχέση με το 2005 τάση η οποία εκτιμάται ότι θα διατηρηθεί και το 2007. Το 70% των επιχειρήσεων θεωρούν μια ευρωπαϊκή χώρα ως τον κυριότερο εξαγωγικό προορισμό με την

Γερμανία (12%) να αποτελεί τον πιο δημοφιλή εξαγωγικό προορισμό και ακολουθούν Γαλλία (10%), Ισπανία (6%), Ολλανδία (6%), κ.α. Ποσοστό μόλις 7% των ΜΜΕ θεωρεί σημαντικότερο εξαγωγικό προορισμό την Ασία, 5% την Βόρεια Αμερική και 4% την Αφρική. Ως τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι εξαγωγικές επιχειρήσεις είναι η έλλειψη πληροφόρησης για τις ξένες αγορές, οι υψηλοί δασμοί εισαγωγών που επηρεάζουν την τελική τιμή του προϊόντος / υπηρεσίας και η έλλειψη κεφαλαίων για την δραστηριοποίηση στις ξένες αγορές. Ως προς τις **εισροές** (α' ύλες, ενέργεια, κεφάλαια, κλπ.) αγοραζόμενες από το εξωτερικό, ποσοστό 12% των εισροών που χρησιμοποιούν οι ΜΜΕ αγοράζεται από το εξωτερικό. Αυτονόητο είναι ότι όσο μεγαλύτερο το μέγεθος της οικονομίας τόσο μικρότερο είναι το ποσοστό **των εισροών αγοράζεται από το εξωτερικό.** Ποσοστό μόλις 5% των ΜΜΕ δηλώνει εισοδήματα από **επιχειρηματικές συμμετοχές στο εξωτερικό είτε μέσω θυγατρικών είτε μέσω joint venture εταιρειών.** Το 77% των συμμετοχών στο εξωτερικό (θυγατρικές και joint ventures) έχουν την έδρα τους εντός της Ε.Ε. Η χώρα που πρωτοστατεί είναι το Βέλγιο και ακολουθούν Τουρκία, Πορτογαλία, Ιρλανδία, Γαλλία και Λουξεμβούργο. Πέραν της ΕΕ, άλλοι επίσης σημαντικοί προορισμοί για την ανάπτυξη επιχειρηματικών συμμετοχών είναι η Ασία και η Βόρεια Αμερική. Οι κυριότεροι λόγοι που ωθούν τις επιχειρήσεις να συνάψουν επιχειρηματικές συνεργασίες στο εξωτερικό είναι πρώτιστα η εγγύτητα στους τελικούς πελάτες ή/και σε άλλους σημαντικούς συναλλασσόμενους (π.χ. προμηθευτές), ενώ ο περιορισμός του κόστους εργασίας. η χαμηλότερη φορολογία και τα λιγότερα ρυθμιστικά εμπόδια αποτελούν επίσης σημαντικούς παράγοντες.

Ως προς τον εγχώριο **ανταγωνισμό,** ποσοστό 60% των ΜΜΕ «αισθάνονται» ότι ο ανταγωνισμός εντάθηκε την τελευταία περίοδο (2005-2006). Ως απάντηση στον αυξανόμενο ανταγωνισμό οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν στρατηγικές που αποσκοπούν στην βελτίωση της ποιότητας του προϊόντος, στην διαφοροποίηση του προϊόντος και στην εντατικοποίηση των ενεργειών μάρκετινγκ. Επίσης, η περικοπή του κόστους, η μείωση των τιμών, η σύναψη συμμαχιών, η αναζήτηση νέων αγορών στο εξωτερικό και η αύξηση των ωρών εργασίας αποτελούν μερικές ακόμα στρατηγικές για την αντιμετώπιση του ανταγωνισμού.

Ποσοστό 37% των ΜΜΕ δηλώνει ότι δεν έχει έσοδα από νέα ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα. Από την έρευνα προκύπτει ότι όσο μεγαλύτερο το μέγεθος της επιχείρησης τόσο μεγαλύτερη η πιθανότητα να κεφαλοποιήσει έσοδα από την **καινοτομία**. Ως σημαντικότερα εμπόδια για την ανάπτυξη της καινοτομίας αναφέρονται από τις ΜΜΕ η πρόσβαση στην χρηματοδότηση, η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού, η έλλειψη ζήτησης αγοράς και το υψηλό κόστος απασχόλησης εξειδικευμένου προσωπικού.

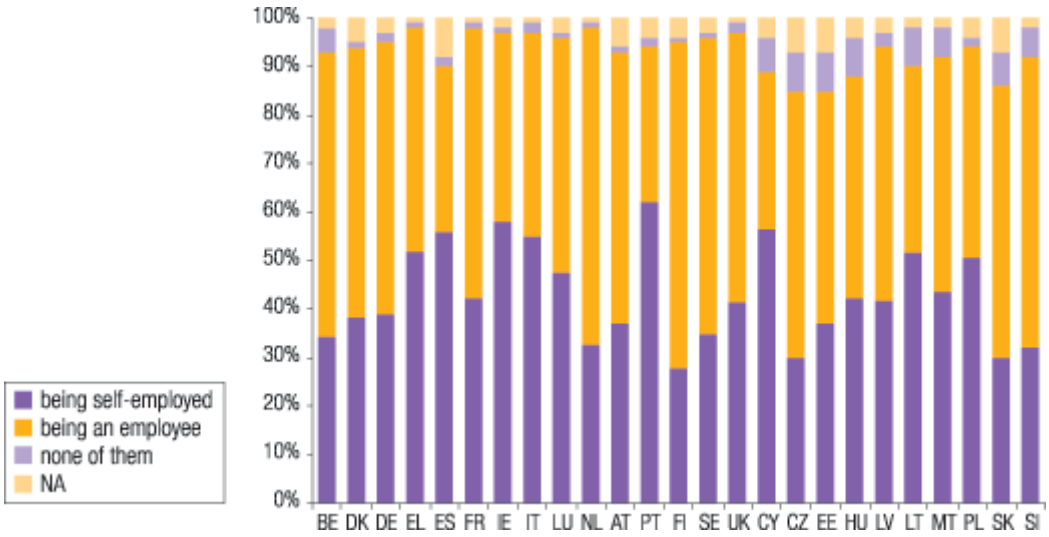
Σχεδόν τα 2/3 των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων δεν διαθέτουν κάποια πολιτική, μέτρα, σχετικό εξοπλισμό και συστήματα για την εξοικονόμηση **ενέργειας**.

Ποσοστό 89% του **απασχολούμενου προσωπικού** στις ευρωπαϊκές ΜΜΕ είναι ημεδαπό, ενώ το υπόλοιπο 11% προέρχεται από την αλλοδαπή. Ποσοστό 25% του ανθρώπινου δυναμικού έχει ολοκληρώσει τριτοβάθμια εκπαίδευση και ποσοστό 54% την δευτεροβάθμια εκπαίδευση. **Η εύρεση και πρόσληψη του κατάλληλου προσωπικού** δείχνει να είναι η μεγαλύτερη πρόκληση για τις ευρωπαϊκές ΜΜΕ. Ενδεικτικό στοιχείο του γεγονότος αυτού είναι ότι ποσοστό 5% των θέσεων εργασίας παρέμεινε κενό τον προηγούμενο χρόνο (στοιχεία 2006). Τα συχνότερα προβλήματα που παρατηρούνται κατά την διαδικασία της στελέχωσης είναι η καταλληλότητα της ειδίκευσης του προσωπικού και οι υψηλές μισθολογικές απαιτήσεις.

Ε.1.3 Το επιχειρηματικό πνεύμα στην Ευρώπη

Οι Δράσεις και τα Μέτρα που έχουν ληφθεί τα τελευταία χρόνια έχουν συμβάλει στην ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας, στην μείωση του διοικητικού φόρτου της επιχείρησης και στην μείωση του χρόνου δημιουργίας της επιχείρησης.

Παρόλα αυτά σύμφωνα με τα στοιχεία του Ευρωβαρόμετρου του 2004 ,60% των Ευρωπαίων πολιτών αναφέρουν ότι η δημιουργία επιχείρησης δεν είναι στις προτεραιότητες τους.



Πηγή: Eurobarometer Survey on entrepreneurial attitude, 2004

Η υιοθέτηση νέων επιχειρήσεων και η ανάπτυξη της καινοτομίας είναι τα βασικά στοιχεία της Στρατηγικής της Λισσαβόνας που αναθεωρήθηκε το 2005 ως η Στρατηγική Ανάπτυξης και Απασχόλησης. Οι βασικοί στόχοι είναι η διασφάλιση της αειφόρου ανάπτυξης και της δημιουργία καλυτέρων θέσεων εργασίας. Προκειμένου να αξιολογηθεί η πρόοδος προς την κατεύθυνση αυτή εξετάζονται δείκτες που μετρούν τον βαθμό επιβίωσης των επιχειρήσεων.

Οι νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις το 2003 μεταξύ των 17 κρατών μελών[33] της Ε.Ε είναι 1.2 εκατομμύρια. Ο μέσος ρυθμός κλεισίματος για το ίδιο έτος ήταν 7.8% (1.3 βαθμοί χαμηλότεροι από τον ρυθμό ανοίγματος επιχειρήσεων).

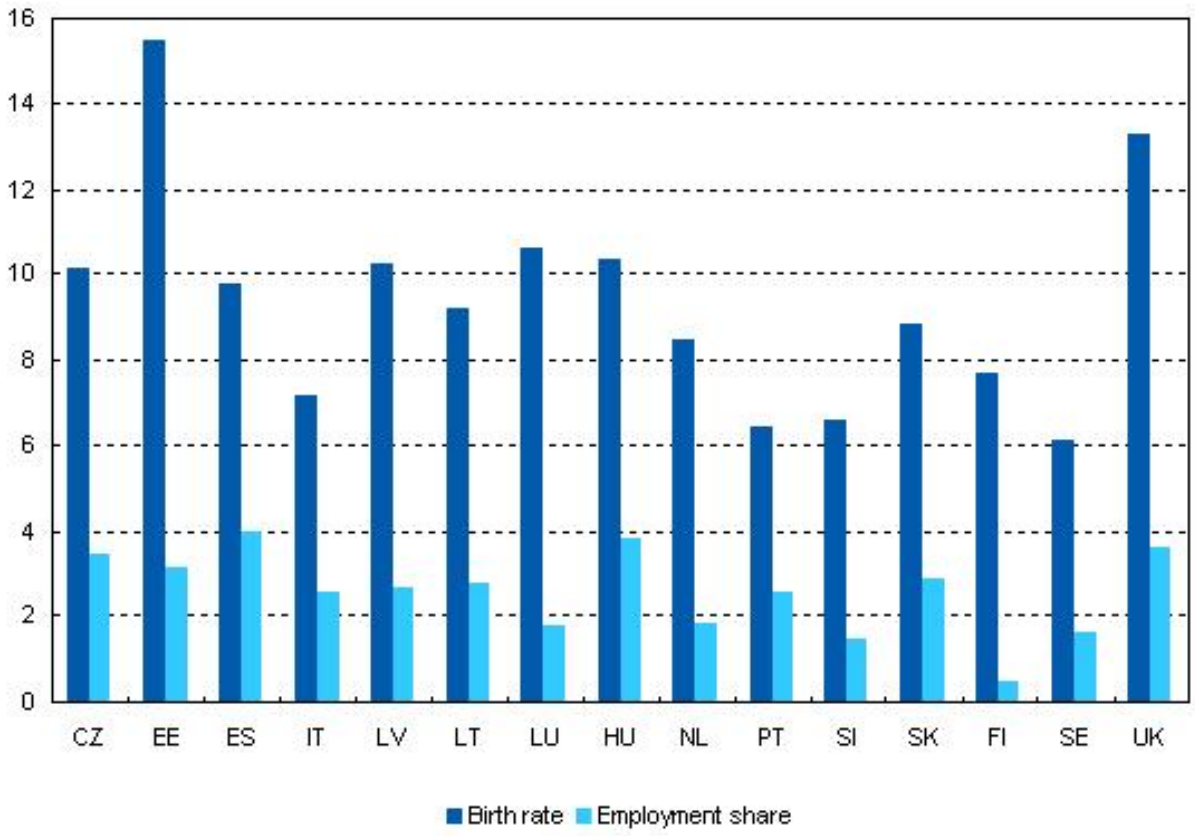
Τον υψηλότερο ρυθμό ανοίγματος επιχειρήσεων το 2003 έχει ο κλάδος των κατασκευών (11,1%), ενώ για τις υπηρεσίες (9,4%), είναι μεγαλύτερος από την βιομηχανία. Η χώρα με τον μεγαλύτερο ρυθμό δημιουργίας επιχειρήσεων είναι η Ρουμανία που εντάχθηκε στην Ε.Ε στις αρχές του 2007 ενώ η η χώρα με τον χαμηλότερο ρυθμό δημιουργίας επιχειρήσεων είναι η Ελβετία. Το μεγαλύτερο ποσοστό των νεοϊδρυόμενων επιχειρήσεων είναι αυτοαπασχολούμενοι με εξαίρεση το Ην. Βασίλειο και το Λουξεμβούργο όπου η πλειοψηφία είναι οι ΕΠΕ.

Το διάγραμμα στη συνέχεια συγκρίνει τον ρυθμό ανοίγματος επιχειρήσεων με το αντίστοιχο μερίδιο απασχόλησης στις νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις για τα 15 κράτη μέλη το 2003. Το μερίδιο των νεοϊδρυόμενων επιχειρήσεων στο σύνολο των επιχειρήσεων είναι πολύ μεγαλύτερο από το αντίστοιχο μερίδιο αυτών των επιχειρήσεων στο σύνολο του ανθρώπινου δυναμικού.

Σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα του ΟΟΣΑ τα ποσοστά των επιχειρήσεων που επιβιώνουν στις χώρες του ΟΟΣΑ σε μια τετραετία είναι πιο χαμηλά από ότι στην Ευρώπη.

Διάγραμμα 7: Ρυθμός ανοίγματος επιχειρήσεων και μερίδιο απασχόλησης για νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις, 2003

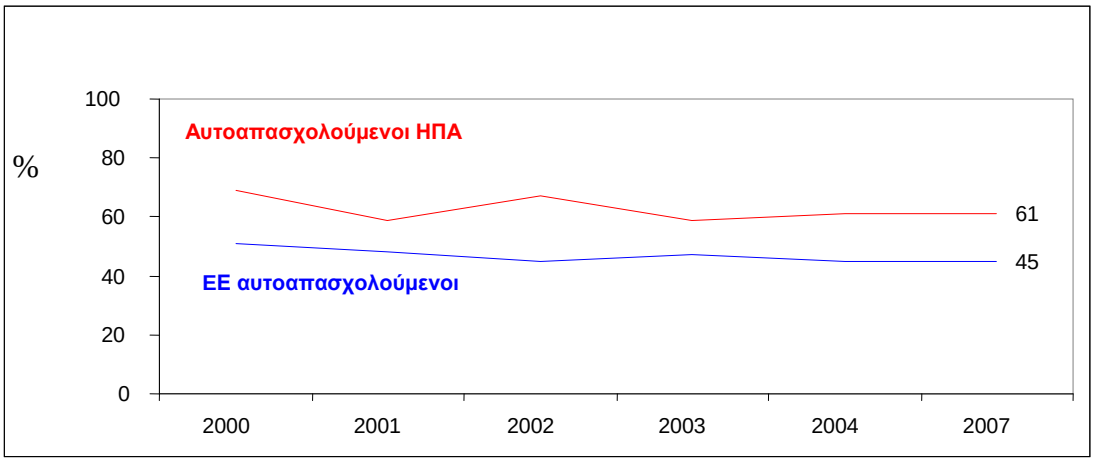
[33] Τσεχία, Εσθονία, Ισπανία, Ιταλία, Λετονία, Λιθουανία, Λουξεμβούργο, Ουγγαρία, Ολλανδία, Πορτογαλία Σλοβενία, Σλοβακία, Φινλανδία Σουηδία, Ην.Βασίλειο,Ρουμανία και Ελβετία



Πηγή : Eurostat (SBS)

Σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία του Ευρωβαρόμετρου[34] το επιχειρηματικό πνεύμα στην Ε.Ε υστερεί έναντι αυτού των ΗΠΑ αλλά πάνω από τους μισούς νέους στην Ε.Ε βρίσκουν ελκυστικό να γίνουν επιχειρηματίες τα επόμενα 5 έτη.

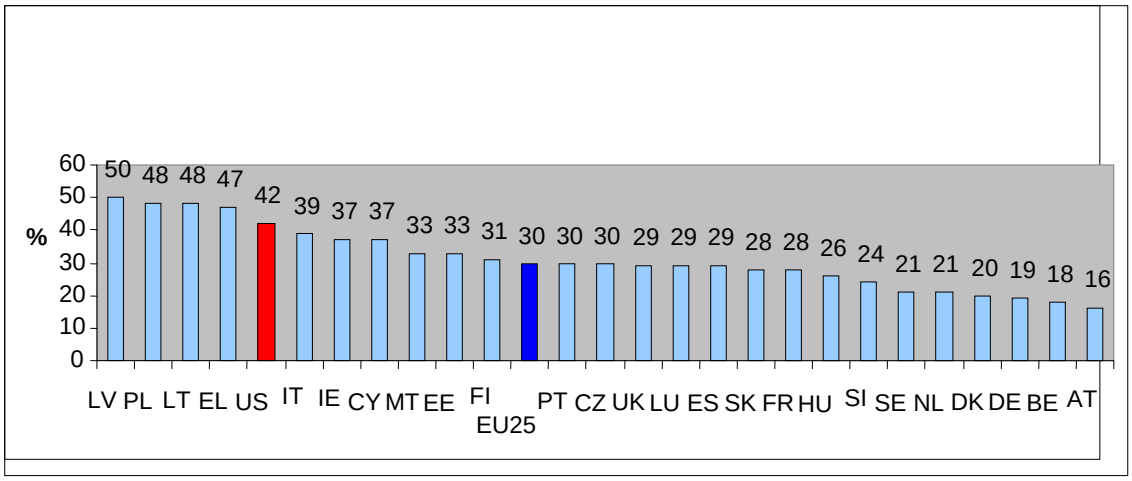
Διάγραμμα 8: Προτιμήσεις για απασχόληση ή αυτοαπασχόληση



Πηγή: Ε.Ε :MEMO -07-401 /2007

[34] Ε.Ε :MEMO -07-401 /2007

Διάγραμμα 9: Επιθυμία για αυτοαπασχόληση τα επόμενα 5 έτη

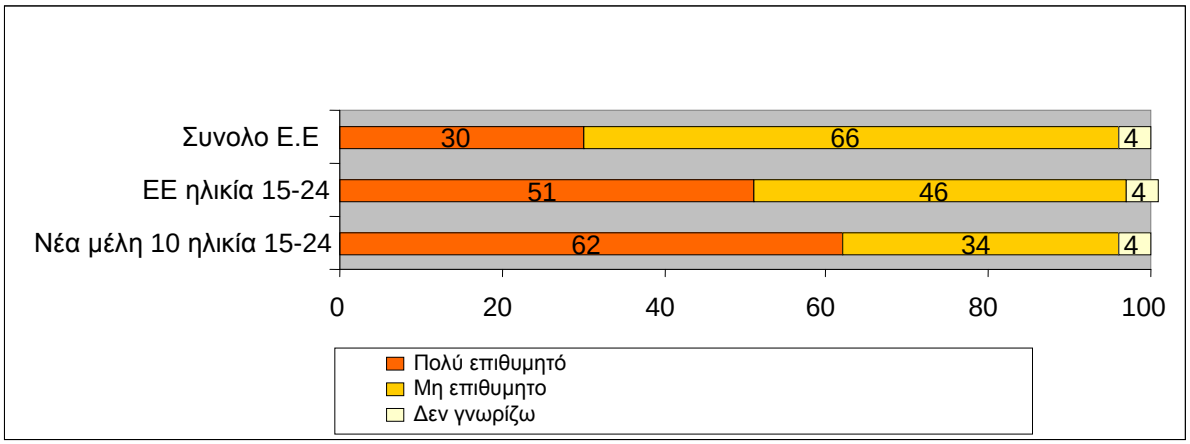


Πηγή: Ε.Ε :ΜΕΜΟ -07-401 /2007

Τα βασικά προβλήματα που φοβάται να αντιμετωπίσει ο/η ενδιαφερόμενος/η να προχωρήσει στην δημιουργία επιχείρησης είναι η πιθανότητα πτώχευσης (51%) και η αβεβαιότητα των εσόδων(38%).

Από την άλλη μεριά 75% των Ευρωπαίων θεωρούν ότι είναι δύσκολο να ξεκινήσουν μια επιχείρηση λόγω της έλλειψης χρηματοδότησης ενώ 71% λόγω των πολύπλοκων διοικητικών διαδικασιών. Οι Ευρωπαίοι πολίτες ρισκάρουν περισσότερο από ότι οι πολίτες των ΗΠΑ αλλά η μεγάλη διαφορά μεταξύ ΗΠΑ και Ε.Ε. υπάρχει στην συμπεριφορά τους προς την αποτυχία. Το 48% των Ευρωπαίων φοβούνται την αποτυχία ενώ το αντίστοιχο ποσοστό των πολιτών των ΗΠΑ είναι 19%. Πάνω από του μισούς νέους στην Ε.Ε (15-24) επιθυμούν να γίνουν επιχειρηματίες ποσοστό που με τιε νέες χώρες μέλη αναιβαίνει σγτο 63 % ποσοστό που είναι μεγαλύτερο από αυτό των ΗΠΑ (57%).

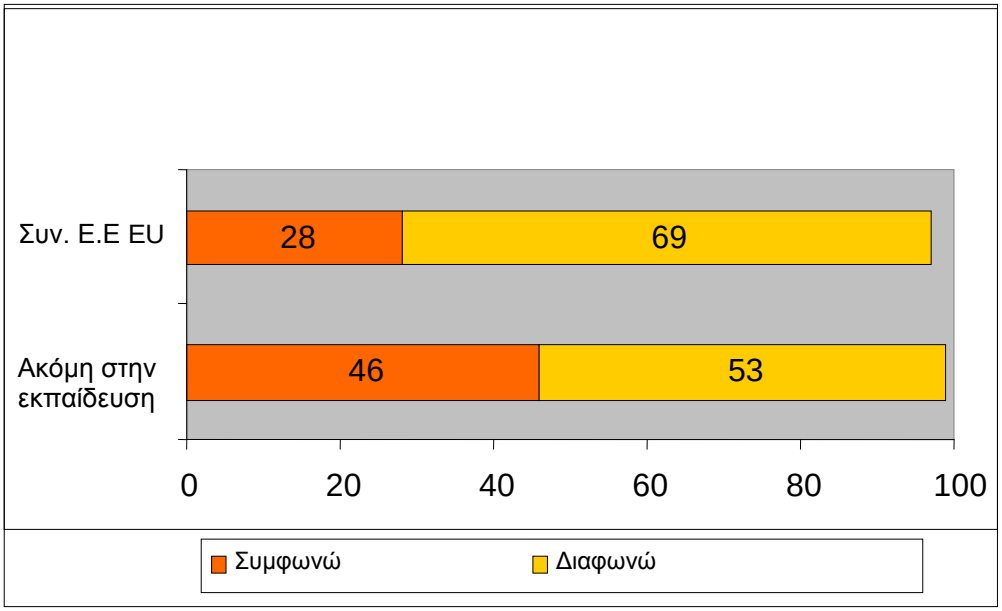
Διάγραμμα 10: Επιθυμία για δημιουργία επιχείρησης την επόμενη 5 ετία



Πηγή: Ε.Ε :ΜΕΜΟ -07-401 /2007

Το 46% των πολιτών που είναι στο σχολείο θεωρούν ότι η εκπαίδευση τους βοήθησε να ενδιαφερθούν στην δημιουργία επιχειρήσεων.

<u>Διάγραμμα 11</u>: Συμβολή της εκπαίδευσης για την δημιουργία επιχείρησης



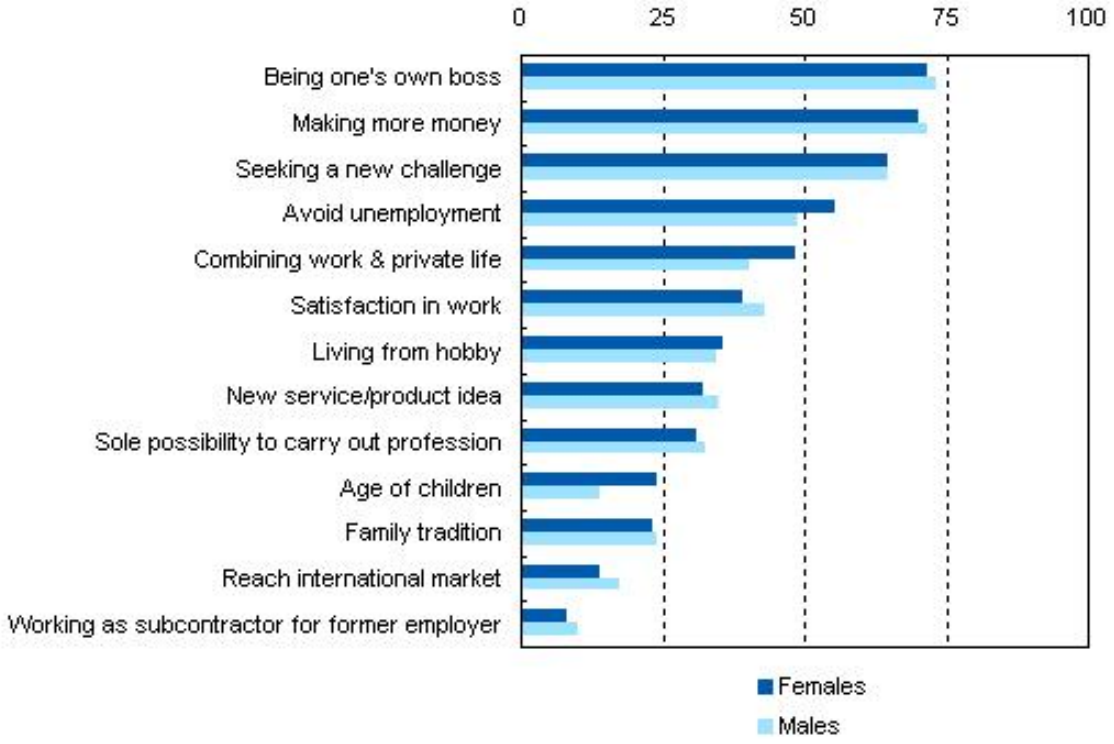
Πηγή: Ε.Ε :ΜΕΜΟ -07-401 /2007

Σύμφωνα με την Ε.Ε το 50% των επιχειρήσεων στη Ε.Ε δεν ξεπερνούν τα πρώτα 5 χρόνια λειτουργίας. Το 79% των Ευρωπαίων πολιτών θα έδιναν μια δεύτερη ευκαιρία σε έναν αποτυχημένο επιχειρηματία αλλά το 47% είναι επιφυλακτικοί στο να δώσουν παραγγελία σε αυτό και το 51% δεν θα ήθελε να επενδύσει σε μια επιχείρηση με οικονομικές δυσκολίες.

Λόγω της αδυναμία πληρωμών που δηλώνουν οι επιχειρήσεις το 2006 κινδύνευσαν 1.400.000 θέσεις εργασίας στην ΕΕ-15 ενώ το 2005 1.500.000.

Οι γυναίκες επιχειρηματίες αποτελούν ένα αυξανόμενο ποσοστό στους ΜΜΕ επιχειρηματίες με μεγαλύτερο από τον μέσο όρο στις χώρες του ΟΟΣΑ και στις χώρες μη μέλη.

Διάγραμμα 12: Υποκίνηση για ίδρυση επιχειρήσεων ανά φύλο (%)[35]



Πηγή : Eurostat (SBS - FOBS survey, 2005)

Ε. 1.4. Κοινωνικό Περιβάλλον

Το ευρύτερο κοινωνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο καλούνται να δραστηριοποιηθούν οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις διαμορφώνεται από μια σειρά από παράγοντες όπως τις στάσεις, τις αντιλήψεις, τις απόψεις των μελών της κοινωνίας και των ομάδων που την αποτελούν. Σημαντικό στοιχείο είναι τα δημογραφικά χαρακτηριστικά της κοινωνίας αυτής, γιατί η σύνθεση του πληθυσμού με την οικονομική ανάπτυξη αλληλοεπηρεάζονται.

Η αγορά της Ε.Ε περιλαμβάνει σήμερα 27 χώρες από τις οποίες οι 13 είναι στην ευρωζώνη και αποτελείται από σχεδόν 500 εκατομμύρια καταναλωτές. Η Ε.Ε έχει μεγαλύτερο ΑΕΠ από αυτό των ΗΠΑ και είναι ο μεγαλύτερος εξαγωγέας του κόσμου ενώ οι Ευρωπαϊκές επιχειρήσεις είναι μεταξύ των παγκοσμίων (leader) ηγετών του κόσμου. Ο μέσος όρος των εσόδων στην Ε.Ε 15 είναι σχεδόν χαμηλότερος κατά ένα τρίτο από τις χώρες ΟΟΣΑ με τις καλύτερες επιδόσεις και περισσότερο από 1/3 του πληθυσμού που βρίσκεται σε ηλικία εργασίας παραμένει μη ενεργός.

[35] Σταθμισμένος Μέσος όρος βασισμένος σε διαθέσιμα στοιχεία αναφορικά με τον αριθμό των μονάδων στη Δημοκρατία της Τσεχίας, Δανία, Ιταλία, Λιθουανία, Λουξεμβούργο, Αυστρία, Σλοβακία, Σουηδία, Βουλγαρία και Ρουμανία.

Η ενιαία αγορά προσφέρει σημαντικά οφέλη στους Ευρωπαίους πολίτες. Προσφέρει στους καταναλωτές πρόσβαση σε ευρεία γκάμα από προϊόντα και υπηρεσίες και έχει συμβάλει ώστε ο επιχειρηματικός τομέας να είναι περισσότερο ανταγωνιστικός. Ο υψηλός ανταγωνισμός έχει συμβάλει στην μείωση των τιμών και στην ενίσχυση της καινοτομίας και στην ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας.

Η κινητικότητα του εργατικού δυναμικού είναι σημαντικό στοιχείο που κάνει τις επιχειρήσεις περισσότερο παραγωγικές και καινοτόμες προσφέροντας νέες ιδέες και προοπτικές. Στην ΕΕ 15 το 2005 ο ρυθμός μεταβολής του πληθυσμού είναι 5.3% και στην ΕΕ-25 4.4% ενώ η καθαρή μεταναστευτική εισροή είναι 4.1% και 3.6% αντίστοιχα[36]. Πάνω από τις μισές χώρες της ΕΕ 15 δίνουν ελεύθερη πρόσβαση στους εργαζόμενους σήμερα από τις υπόλοιπες χώρες που έχουν ενταχθεί το 2004 και μόνο δύο έχουν ανοίξει τα σύνορα για την Βουλγαρία και την Ρουμανία.

Οι δημογραφικές αλλαγές στην Ε.Ε αναμένεται να είναι μεγάλης σημασίας τα επόμενα έτη με σημαντικότερη αυτή της γήρανσης του πληθυσμό αφού ο ρυθμός των γεννήσεων μειώνεται στην πλειοψηφία των Κρατών - Μελών της Ε.Ε.

<u>Πίνακας 21</u>: Πληθυσμός κατά ηλικία (έτη) ποσοστό επί του συνόλου του πληθυσμού[37]

	0-14	15-24	25-49	50-64	65-79	80+
ΕΕ-25	16.4	12.7	36.5	17.9	12.5	4.0
Ευρωζώνη	15.8	12.1	37	17.9	13	4.2

Πηγή: Statistical Pocketbook 2006

Τα συστήματα Κοινωνικής προστασίας στην Ε.Ε είναι πολύ ανεπτυγμένα και έχουν σχεδιαστεί για να προστατεύουν τους ανθρώπους από τους κινδύνους που σχετίζονται με την ανεργία, τις οικογενειακές υποχρεώσεις, την ηλικία και τον κοινωνικό αποκλεισμό. Το μοντέλο που εφαρμόζεται από κάθε χώρα διαφοροποιείται ανάλογα. Αναφορικά δε με την υγεία οι πολιτικές των κρατών μελών συμπεριλαμβάνουν προστασία και πρόληψη η δε Ε.Ε την περίοδο 2003-2008 είχε θέσει σε εφαρμογή πρόγραμμα για την βελτίωση της δημόσιας υγείας, βελτίωση της άμεσης ανταπόκρισης και αποτροπή των ασθενειών.

Η κατανάλωση των νοικοκυριών στην Ε.Ε βασίζεται σε τρείς βασικούς στόχους: την αποτελεσματική ενίσχυση των κανόνων, προστασία καταναλωτών και την ουσιαστική συμμετοχή των καταναλωτικών οργανώσεων στις Ευρωπαϊκές πολιτικές. Η ασφάλεια των καταναλωτικών αγαθών αντιμετωπίζεται από ευρεία κλίμακας τομεακή νομοθεσία ενώ τα συμφέροντα των καταναλωτών προστατεύονται από την παραπλανητική διαφήμιση, την απόσταση, το ηλεκτρονικό εμπόριο τις αντιδεοντολογικές συμπεριφορές κλπ.

[36] Ετήσια Έκθεση για την Ανταγωνιστικότητα 2006
[37] Statistical Pocketbook 2006

Οι συνολικές καταναλωτικές δαπάνες στην Ε.Ε παρουσιάζονται στη συνέχεια:

Πίνακας 22: Συνολικές καταναλωτικές δαπάνες (% ΑΕΠ)

	2000	2004
ΕΕ-25	16.4	12.7
Ευρωζώνη	15.8	12.1

Πηγή: Statistical Pocketbook 2006

Πίνακας 23: Ρυθμός δραστηριοποίησης

	Άτομα 15-24 ετών		Άτομα 25-54ετών		Άτομα 55-64 ετών	
	2000	2004	2000	2004	2000	2004
ΕΕ-25	46.5	45.1	82.6	83.6	39.5	43.9
Ευρωζώνη	44.8	44.2	81.9	83.5	37.5	41.8

Πηγή: Statistical Pocketbook 2006

Πίνακας 24: Ρυθμός απασχόλησης (%)

	Σύνολο		Άνδρες		Γυναίκες	
	2000	2004	2000	2004	2000	2004
ΕΕ-25	62.4	63.3	71.2	70.9	53.6	55.7
Ευρωζώνη	61.7	63	71.6	71.6	51.7	54.5

Πηγή: Statistical Pocketbook 2006

Πίνακας 25: Ανεργία (%)

	Σύνολο		Άνδρες		Γυναίκες	
	2000	2005	2000	2005	2000	2005
ΕΕ-25	8.6	8.7	7.4	7.9	10.2	9.8
Ευρωζώνη	8.1	8.6	6.5	7.4	10.3	10.0

Πηγή: Statistical Pocketbook 2006

Η εκπαίδευση, η επαγγελματική εκπαίδευση και η δια βίου μάθηση έχουν σημαντικό ρόλο στην οικονομική και κοινωνική στρατηγική της Ε.Ε και έχουν τεθεί συγκεκριμένοι στόχοι προς επίτευξη για το 2010.

Πίνακας 26: Δια βίου εκπαίδευση (%του πληθυσμού 25-64 που συμμετέχει στην εκπαίδευση)

	Σύνολο		Άνδρες		Γυναίκες	
	2000	2005	2000	2005	2000	2005
ΕΕ-25	7.9	10.8	7.4	10.0	8.4	11.7
Ευρωζώνη	5.6	8.7	5.6	8.4	5.5	8.9

Πηγή: Statistical Pocketbook 2006

Ο βαθμός ικανοποίησης από την ζωή των πολιτών της ΕΕ-15 το 2006 είναι 83% ενώ στην ΕΕ-25 (εκτός της Κύπρου λόγω έλλειψης στοιχείων) είναι 81%, ο δε βαθμός εμπιστοσύνης προς του συνανθρώπους είναι για την ΕΕ-15 είναι 60% και 54% για την ΕΕ-25. Η ικανοποίηση από την Δημοκρατία στην Ε.Ε είναι 48% για την ΕΕ-15 και 50% για την ΕΕ-25[38].

Η Ευρωπαϊκή Ένωση μεριμνά ιδιαίτερα για την προστασία της υγείας, της ασφάλειας και της οικονομικής ευημερίας των καταναλωτών όλων των πολιτών της που είναι και καταναλωτές ταυτόχρονα. Προάγει δε τα δικαιώματα τους στην πληροφόρηση και την εκπαίδευση, θεσπίζει μέτρα προστασίας των συμφερόντων τους.

Μια πολιτική για τους καταναλωτές σε επίπεδο ΕΕ αποτελεί απαραίτητο συμπλήρωμα της εσωτερικής αγοράς. Εάν η ενιαία αγορά λειτουργήσει σωστά, θα ενισχύσει την εμπιστοσύνη του καταναλωτή στις διασυνοριακές συναλλαγές και θα έχει θετικό αντίκτυπο στον ανταγωνισμό και στις τιμές, προς όφελος όλων των πολιτών της ΕΕ.

Η πολιτική για τους καταναλωτές της ΕΕ έχει διαγράψει μακρά πορεία από την έγκριση του πρώτου προγράμματος για την ενημέρωση και την προστασία των καταναλωτών το 1975. Έχει ληφθεί σειρά μέτρων που διασφαλίζουν τα ευρύτερα συμφέροντα των καταναλωτών σε τομείς όπως:

- οι θεμιτές εμπορικές πρακτικές
- η παραπλανητική και συγκριτική διαφήμιση
- η αναγραφή τιμών
- οι καταχρηστικές ρήτρες των συμβάσεων
- οι πωλήσεις εξ αποστάσεως και κατ' οίκον
- η χρονομεριστική μίσθωση και οι οργανωμένες διακοπές
- τα δικαιώματα των ταξιδιωτών.

Οι καταναλωτές επωφελούνται επίσης από τη δράση της ΕΕ και σε άλλους τομείς. Χάρη σε μια σειρά οδηγιών της ΕΕ σχετικά με την εξοικονόμηση ενέργειας, οι οικιακές συσκευές που πωλούνται πλέον στην ΕΕ καταναλώνουν κατά μέσο όρο 27% λιγότερη ενέργεια σε σχέση με παλαιότερα, με αποτέλεσμα μια σοβαρή ελάφρυνση του οικογενειακού προϋπολογισμού.

Με την ανάπτυξη των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και του ηλεκτρονικού εμπορίου, η Επιτροπή πρότεινε τη θέσπιση κατευθυντήριων γραμμών για τις ορθές πρακτικές στις ηλεκτρονικές συναλλαγές και κανόνων για όλες τις πτυχές της καταναλωτικής πίστης και τα μέσα πληρωμής χωρίς μετρητά.

Τα συμφέροντα και τα οφέλη των καταναλωτών έχουν ήδη ληφθεί υπόψη στη νομοθεσία για την ενίσχυση του ανταγωνισμού στον τομέα βασικών υπηρεσιών κοινής ωφέλειας, όπως οι

[38] Ετήσια Έκθεση για την Ανταγωνιστικότητα 2006

μεταφορές, η ηλεκτρική ενέργεια και το φυσικό αέριο, οι τηλεπικοινωνίες και οι ταχυδρομικές υπηρεσίες. Οι νέες οδηγίες και οι κανονισμοί διασφαλίζουν ότι εξακολουθεί να παρέχεται στο κοινό καθολική πρόσβαση σε υπηρεσίες υψηλής ποιότητας σε προσιτές τιμές.

Οι νομοθετικές και κανονιστικές ρυθμίσεις διαδραματίζουν ρόλο κλειδί για την αντιμετώπιση των προκλήσεων και αποτελούν θεμέλιο για την εξασφάλιση μιας υγιούς και ανταγωνιστικής αγοράς για την ευημερία των καταναλωτών και την προστασία του περιβάλλοντος. Η βελτίωση της νομοθεσίας μπορεί να τονώσει σημαντικά την παραγωγικότητα και την απασχόληση, συμβάλλοντας έτσι στην ανάπτυξη και την δημιουργία θέσεων εργασίας. Στην Ευρώπη το κανονιστικό περιβάλλον δημιουργείται τόσο από την Ένωση όσο και από τα κράτη μέλη σε ένα διεθνές πλαίσιο.

Η ήδη ισχύουσα νομοθεσία είναι υψίστης σημασίας για τους πολίτες και τις επιχειρήσεις. Για το λόγο αυτό, η Επιτροπή έχει θέσει σε εφαρμογή ένα σημαντικό πρόγραμμα απλούστευσης της νομοθεσίας για την περίοδο 2005-2008 με πάνω από 100 πρωτοβουλίες. Επίσης έχει υπογραφεί συμφωνία για τη βελτίωση της νομοθεσίας και λαμβάνουν μέτρα για την εφαρμογή της στην πράξη.

Ε.1.5 Τεχνολογικό Περιβάλλον

Οι εξελίξεις στον τομέα της Τεχνολογίας στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης επηρεάζουν δραστικά την λειτουργία των επιχειρήσεων γιατί συμβάλλουν στην δημιουργία νέων παραγωγικών διαδικασιών και προϊόντων, βελτιώνουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες και τέλος αλλάζουν τον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι ζουν, εργάζονται και καταναλώνουν.

Η Ε.Ε και τα κράτη μέλη έχουν αναγνωρίσει ότι σε συνδυασμό με ένα υψηλής ποιότητας σύστημα εκπαίδευσης και δια βίου μάθησης και ένα ευνοϊκό περιβάλλον για την καινοτομία ο Ευρωπαϊκός χώρος Έρευνας έχει καθοριστική σημασία για την δημιουργία μακροπρόθεσμης ευημερίας.

Για να επενδύσουν οι ΜΜΕ σε Ε&Α επιθυμούν ένα πλαίσιο συνθηκών ευνοϊκό για την εμπορική εκμετάλλευση τεχνολογιών, επαρκή αριθμό άρτια καταρτισμένων ερευνητών που ανταποκρίνονται στις ανάγκες των επιχειρήσεων και άριστη δημόσια ερευνητική βάση (ερευνητικοί οργανισμοί και υποδομές) η οποία διατηρεί στενές σχέσεις συνεργασίας με τον ιδιωτικό τομέα[39].

Είναι προφανές ότι οι επιχειρήσεις πρέπει συνεχώς να καινοτομούν για να επανεφεύρουν προϊόντα και υπηρεσίες και συνεπώς να εξελίσσουν τις επιχειρηματικές τους στρατηγικές για να ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις της αγοράς κάτι που με τη σειρά του καθιστά αναγκαία την συνεχή προσαρμογή των οργανωτικών δομών και διαδικασιών. Η επίτευξη της

[39] 2005EU Survey on R&D Investment Business Trends

καινοτομίας στις επιχειρήσεις απαιτεί νέες διοικητικές διαδικασίες, νέα εργαλεία, νέα συστήματα πληροφορικής, εκπαίδευση, νέες αξίες και όλα αυτά να συνδέονται με τέτοιο τρόπο ώστε να λειτουργούν αποτελεσματικά.

Οι αριθμοί από την «Έρευνα για την Καινοτομία στην Κοινότητα» και το Ευρωβαρόμετρο καθώς και η ανάλυση του Ευρωπαϊκού Πίνακα Τάσεων σχετικά με την Καινοτομία επιβεβαιώνουν ότι πολλές μικρές επιχειρήσεις στην Ευρώπη αντιμετωπίζουν σημαντικά προβλήματα όσον αφορά τις επιδόσεις τους στον τομέα της καινοτομίας.

Η Ευρώπη είναι λιγότερο ελκυστική για όσες επιχειρήσεις επιθυμούν να επενδύσουν στην Ε&Α λόγω του κατακερματισμού της Δημόσιας Έρευνας, Ο ιδιωτικός τομέας αναμένεται να συμμετάσχει στο ποσοστό έντασης των δαπανών Ε&Α κατά τα δύο τρίτα (3%του ΑΕΠ της Ε.Ε). Οι εταιρείες στην Ε.Ε αύξησαν τις συνολικές δαπάνες στην Ε&Α κατά 5% και πλέον το 2006, αλλά παραμένουν χαμηλότερες από τις αντίστοιχες εταιρείες εκτός Ε.Ε.[40]. Η μείωση των δαπανών για Ε&Α από τον ιδιωτικό τομέα είναι βασική αιτία για τις χαμηλές επιδόσεις της Ε.Ε. Παράλληλα παρουσιάζονται χαμηλότερες επιδόσεις όσον αφορά την μετατροπή των επιστημονικών γνώσεων και ανακαλύψεων σε εφευρέσεις κατοχυρωμένες με διπλώματα ευρεσιτεχνίας, ειδικότερα τις εφευρέσεις που χρειάζονται οι βιομηχανίες υψηλής τεχνολογίας.

Η συμμετοχή των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ στην Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη την περίοδο 2002-2006 χρηματοδοτήθηκε από το 6ο Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Έρευνα και την Τεχνολογική Ανάπτυξη και τις δραστηριότητες επίδειξης (2002-2006)(6οΠΠ-ΕΑ). Στο πλαίσιο αυτό οι ΜΜΕ είχαν την δυνατότητα συμμετοχής στην θεματική περιοχή του ειδικού Προγράμματος «Ολοκλήρωση και Ενίσχυση της Ευρωπαϊκής Περιοχής Έρευνας» και ο στόχος ήταν να διατεθεί 15% από τον προϋπολογισμό στις ΜΜΕ δηλαδή τουλάχιστον 1,86 δις €. Παράλληλα στην εξέλιξη του ΠΠ-ΕΑ έγιναν μια σειρά από διορθωτικές ενέργειες προκειμένου να βελτιωθεί περισσότερο η συμμετοχή των ΜΜΕ.

Επιπροσθέτως οι ΜΜΕ συμμετείχαν στο πρόγραμμα «Οριζόντιες Ερευνητικές Δραστηριότητες που συμπεριλαμβάνουν ΜΜΕ» που αποτελείται από την συνεργατική έρευνα (πρώην CRAFT) και την συγκεντρωτική έρευνα. Στην πρώτη περίπτωση οι ΜΜΕ με καθόλου ή μικρή ερευνητική δυνατότητα υποστηρίχθηκαν για την ανάπτυξη ερευνητικών έργων σε συνεργασία με ερευνητικούς φορείς συμπεριλαμβανομένων περιοχών όπως εφαρμοσμένες θετικές επιστήμες αειφορία ,μεταποίηση και ΤΠΕ. Στην δεύτερη περίπτωση ΜΜΕ από τους μεγαλύτερους κλάδους της βιομηχανίας συμμετέχουν σε έργα που βελτιώνουν την συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων και εθνικών και περιφερειακών φορέων.

Για την επόμενη περίοδο 2007-2013 η Ε&Α χρηματοδοτείται από το 7ο ΠΠ-ΕΠ και το Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Ανταγωνιστικότητα και Καινοτομία (ΠΑΚ)(2007-2013) σε

[40] 2006 EU Industrial R&D Investment Scoreboard

συνάρτηση με την χρήση των διαρθρωτικών ταμείων. Οι ΜΜΕ αποτελούν τους κύριους δικαιούχους των προγραμμάτων αυτών αφού αναγνωρίζεται ότι είναι σημαντική πηγή επιχειρηματικών δεξιοτήτων και καινοτομίας και συμβάλουν στην οικονομική και κοινωνική συνοχή.

ΤΟ 7ο ΠΠ για την έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη δίνει ιδιαίτερη προσοχή στις ΜΜΕ μέσω των διαφόρων Προγραμμάτων του «Συνεργασία» (περίπου 32,3δις €), «Ιδέες» (περίπου 7,5δις €) «Άνθρωπο» (περίπου 4,7 δις€) και «Ικανότητες» (περίπου 4,3 δις €).

Στο πλαίσιο του Προγράμματος «Συνεργασία» οι ΜΜΕ ενθαρρύνονται ενεργά να συμμετέχουν σε όλες τις ερευνητικές δράσεις καθώς και να συμμετέχουν σε κατάλληλες Κοινές Τεχνολογικές Πρωτοβουλίες, ενώ στο πρόγραμμα «Ιδέες» ομάδες ερευνητών από ΜΜΕ μπορούν να συναγωνιστούν με βάση την υπεροχή τους όπως κάθε άλλος φορέας. Η συμμετοχή των ΜΜΕ στο πρόγραμμα συνεργασίες μπορεί να φτάσει το 15% ενώ η εγκατάσταση των ΜΜΕ σε ορεινές νησιώτικες και απομακρυσμένες περιοχές είναι δυνατό να βοηθείται στο πλαίσιο του προγράμματος αυτού ,εξασφαλίζοντας υποδομές σε συγκοινωνίες, εφοδιασμό σε ενέργεια, μείωση του ψηφιακού χάσματος κλπ.

Στο Πρόγραμμα «Άνθρωποι» δίνεται μεγαλύτερη προσοχή στην ενθάρρυνση αυξημένης συμμετοχής των ΜΜΕ στο πλαίσιο της Δράσης «Βιομηχανική – ακαδημαϊκή κοινότητα, συνεργασίες και οδοί.

Τέλος μέσω του Προγράμματος «Ικανότητες» και της δράσης «Έρευνα προς όφελος των ΜΜΕ» ενισχύεται η ικανότητα των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ να καινοτομούν και να συμβάλλουν στην ανάπτυξη προϊόντων και αγορών νέας τεχνολογίας με προϋπολογισμό περίπου 1,3 δις€.

Πέραν από το 7ο ΠΠ-ΕΤΑ, το Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Ανταγωνιστικότητα και Καινοτομία (ΠΑΚ) που εφαρμόζεται την περίοδο 2007-2013 δίνει έμφαση στην αύξηση της παραγωγικότητας και της ικανότητας για καινοτομία των ΜΜΕ. Στηρίζει, ειδικότερα, δράσεις μέσω των οποίων προωθούνται στην αγορά καινοτόμες Τεχνολογίες της Πληροφορίας και της Επικοινωνίας, του Περιβάλλοντος και των πηγών ανανεώσιμης και αποδοτικής ενέργειας, σχέδια για την εφαρμογή και την υιοθέτηση από την αγορά υφιστάμενων νέων τεχνολογιών σε τομείς όπως οι ΤΠΕ, η ενέργεια και η προστασία του περιβάλλοντος, όπως επίσης και την ανάπτυξη και το συντονισμό εθνικών και περιφερειακών προγραμμάτων και πολιτικών που αφορούν την καινοτομία. Επίσης θα συμβάλει στην βελτίωση της διαθεσιμότητας και της πρόσβασης καινοτόμων ΜΜΕ σε εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης, συμπεριλαμβανομένων των δραστηριοτήτων έρευνας και ανάπτυξης και καινοτομίας, και θα προωθήσει τη συμμετοχή των ΜΜΕ στο 7ο ΠΠ-ΕΤΑ.

Οι Τεχνολογίες Πληροφορίας και Επικοινωνιών είναι σημαντικό στοιχείο του Τεχνολογικού περιβάλλοντος των ΜΜΕ και το κλειδί για την Ανταγωνιστικότητα. Προκειμένου αυτές να αξιοποιήσουν τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται στην Κοινωνία της Πληροφορίας πρέπει να αναθεωρήσουν τις δραστηριότητες τους και να τις προσαρμόσουν στις νέες ευρείες γνωστικές δυνατότητες. Οι ΤΠΕ μειώνουν τον χρόνο του κύκλου παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών βελτιώνουν το χρόνο του κύκλου παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών, βελτιώνουν την ποιότητα και τη χρονική απόκριση, προκαλούν νέους τρόπους προώθησης των προϊόντων και εξυπηρέτησης των πελατών. Η νέα τεχνολογία περιορίζει τα μειονεκτήματα του μικρού μεγέθους και της απόστασης από τα κέντρα αποφάσεων και τις αγορές.

Για την εισαγωγή των ΜΜΕ στο νέο περιβάλλον έχουν προωθηθεί και προωθούνται Μέτρα και Δράσεις όχι μόνο σε επίπεδο Ε.Ε αλλά και σε εθνικό επίπεδο στα Κράτη μέλη. Βασικό εργαλείο που συνέβαλε προς την κατεύθυνση ήταν η πρωτοβουλία e-Europe 2002 και e-Europe 2005.

Για την περίοδο μέχρι το 2010 το νέο Στρατηγικό Πλαίσιο i2010 καθορίζει τους γενικούς προσανατολισμούς πολιτικής και προτείνει τις νέες προτεραιότητες[41].

Την περίοδο 2007-2013 στο πλαίσιο του Προγράμματος Πλαισίου για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία όπου προβλέπεται Πρόγραμμα για την υποστήριξη της πολιτικής για τις Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνιών. Παράλληλα στο πλαίσιο των Διαρθρωτικών Ταμείων χρηματοδοτήθηκαν η χρηματοδοτούνται (2007-2013) σε αρκετές χώρες κράτη μέλη μέτρα και δράσεις από τις οποίες επωφελούνται οι ΜΜΕ για τη ενσωμάτωση των ΤΠΕ στις λειτουργίες τους.

Ένα άλλος σημαντικός τομέας που συμβάλει στην βελτίωση του τεχνολογικού περιβάλλοντος είναι η χρήση πνευματικής ιδιοκτησία από τις ΜΜΕ. Οι ΜΜΕ δεν πατεντάρουν γιατί δεν τους προσφέρονται καλής ποιότητας πληροφορίες για το σκοπό αυτό γίνονται προσπάθειες από τα Κράτη Μέλη για την απλοποίηση των διαδικασιών για πατέντες, η μείωση του κόστους μετάφρασης και εναρμόνισης.

Οι αλλαγές στις κλιματικές συνθήκες απαιτούν από τις ΜΜΕ να λειτουργούν σύμφωνα με τα Διεθνή Πρότυπα και την Ευρωπαϊκή νομοθεσία συσσωρεύοντας τεχνογνωσία προς την τήρηση των περιβαλλοντικών όρων, την υγιεινή και την ασφάλεια μεταφοράς και χρήσης των προϊόντων.

Προς την κατεύθυνση αυτή συμβάλουν μια σειρά από πρωτοβουλίες που έχουν αναληφθεί από πλευράς της Ε.Ε και τα Κράτη Μέλη για να βοηθήσει τις ΜΜΕ στην αντιμετώπιση των

[41] COM(2005) 1.6.2005) Η στρατηγικήι 2010 –Ευρωπαϊκή Κοινωνία της Πληροφορίας για την ανάπτυξη και την απασχόληση

προκλήσεων ειδικότερα σε σχέση με την περιβαλλοντική νομοθεσία, τα περιβαλλοντικά συστήματα διαχείρισης, eco label ,καθαρές τεχνολογίες και χρηματοδοτική ενίσχυση.

Ε.2. Οι εξελίξεις στο Ευρωπαϊκό και Διεθνές οικονομικό περιβάλλον των ΜΜΕ

Ο ρυθμός ανάπτυξης της παγκόσμιας οικονομίας το 2006 ανήλθε στο 5.2% ενώ το 2005 ήταν 4.2% και το 2004 στο 5%. Κινητήριες δυνάμεις της ανάπτυξης ήταν το διεθνές εμπόριο και η επιτάχυνση των ιδιωτικών επενδύσεων. Οι προοπτικές για το 2007 και το 2008 είναι ευνοϊκές.

Ο ρυθμός ανάπτυξης των ΗΠΑ παρουσιάζει πτωτική τάση, η δε πρόβλεψη για το 2007 παρουσιάζει σημαντική πτώση σε σύγκριση με τα προηγούμενα έτη. Από την άλλη μεριά η Ιαπωνία το 2006 περιόρισε το μέσο ρυθμό ανάπτυξης σε 2.2%, ενώ ο ρυθμός ανάπτυξης της Κίνας ανήλθε στο 10.7%.

Πίνακας 27: Διεθνές Περιβάλλον – Ευρωπαϊκή Επιτροπή (ετήσια % μεταβολή, σε πραγματικές τιμές)

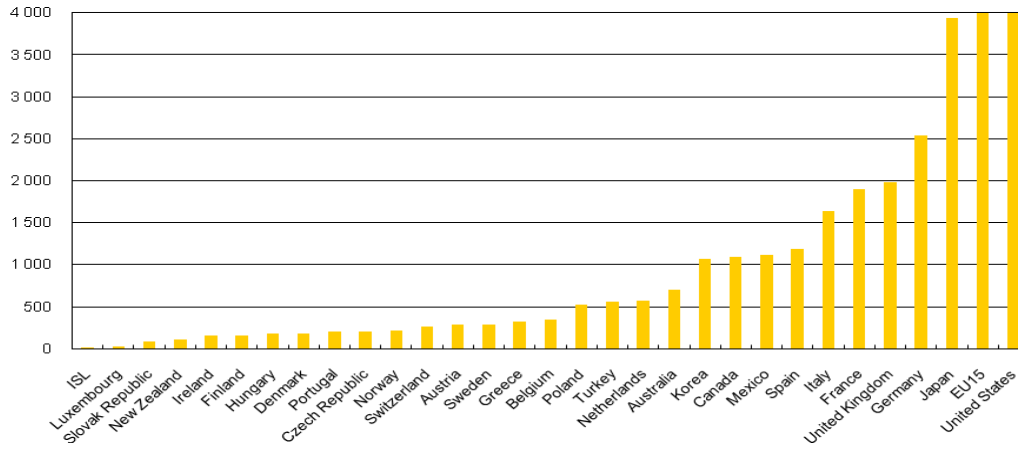
		2004	2005	2006	2007
ΑΕΠ					
ΗΠΑ		4.4	3.6	3.3	2.2
Ιαπωνία		2.7	1.1	2.2	2.3
Ασία (εκτός Ιαπωνίας)		7.8	7.1	8.7	8.3
εκ των οποίων	Κίνα	9,7	8,6	10,7	10,5
	ASEAN4+Κορέα	5.3	5.0	5.2	5.1
Υποψήφιες χώρες (στην Ε.Ε)		5.9	7.3	5.1	4.9
Κοινοπολιτεία Ανεξάρτητων Κρατών (CIS)		8.0	6.5	7.7	6.9
εκ των οποίων	Ρωσία	7.1	6.0	6.7	6.8
ΜΕΝΑ		5.9	5.4	5.4	5.4
Λατινική Αμερική		5.6	3.9	5.4	4.5
Υποσαχάρια Αφρική		4.2	5.7	5.5	6.5
Παγκόσμια οικονομία		5.0	4.2	5,2	4,8
Παγκόσμια οικονομία (εκτός ΕΕ-27)		5.7	4.8	5.8	5.3
Παγκόσμιο εμπόριο					
Παγκόσμιες εισαγωγές		10.7	8.2	9.2	7.7
Παγκόσμιες εισαγωγές(εκτός Ε.Ε 25)		12.8	9.1	8.8	7.7
Εξαγωγές (εκτός Ε.Ε -25)		12.1	9.1	9.3	8,0

Πηγή: European Union ,Economic Forecasts, 2005, 2006, 2007. ***Σημείωση****: ASEANA4:Ινδονησία, Μαλαισία, Φιλιππίνες, Ταϊλάνδη. Υποψήφιες χώρες: Βουλγαρία, Κροατία Ρουμανία, Τουρκία, (Ε.Ε). MENA (Middle East &North Africa): Αλγερία, Μπαχρέιν, Αίγυπτος, Ιράν, Ιράκ, Ισραήλ, Ιορδανία, Κουβέιτ, Λίβανος, Λιβύη, Μαρόκο, Ομάν, Κατάρ, Σαουδική Αραβία, Συρία, Τυνησία, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Υεμένη. Ασία: Όλες οι χώρες εκτός Ιαπωνίας και ασιατικών ΜΕΝΑ χωρών. Αφρική: Όλες οι χώρες εκτός αφρικανικών ΜΕΝΑ χωρών.*

Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΟΟΣΑ η ετήσια ανάπτυξη στον ΟΟΣΑ[42] για την περίοδο 1992-2005 έχει μέσο όρο γύρω στο 2.6%. Η Κορέα και η Ιρλανδία έχουν ξεπεράσει τον μέσο όρο και έχουν ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 5%. Οι ρυθμοί ανάπτυξης στην Ιρλανδία ήταν ιδιαίτερα εντυπωσιακοί την περίοδο 1995-2000. Το Λουξεμβούργο, η Πολωνία και η Σλοβακία είχαν ετήσια ανάπτυξη 4%. Στην άλλη μεριά της κλίμακας 4 από τις μεγαλύτερες οικονομίες στον ΟΟΣΑ, Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία και Ιαπωνία είχαν μέσο ρυθμό ανάπτυξης 2% η λιγότερο την συγκεκριμένη περίοδο. Η Τσεχία Ουγγαρία, Πολωνία και Σλοβακία έχουν αντιμετωπίσει μείωση του ΑΕΠ κατά τα πρώτα χρόνια της μετάβασης τους στις οικονομίες που βασίζονται στην ελεύθερη αγορά. Οι ρυθμοί ανάπτυξης των χωρών αυτών είναι μεταξύ των υψηλοτέρων όλων των χωρών του ΟΟΣΑ και αναμένεται να παραμείνουν πάνω από τον μέσο όρο και το 2007.

Ο ρυθμός ανάπτυξης στην Ε.Ε-27 ήταν 3% ενώ στην Ευρωζώνη 2.7% για το 2006 σε σύγκριση με ρυθμό ανάπτυξης 2.4 % και 2.0% αντίστοιχα για το 2004. Η αύξηση του ρυθμού ανάπτυξης επιτεύχθηκε λόγω της ταχείας παγκόσμιας οικονομικής μεγέθυνσης και των ευνοϊκών εγχώριων οικονομικών συνθηκών[43]. Η εκτίμηση για την οικονομική ανάπτυξη το 2007 είναι 2.9% στην Ε.Ε και 2.6%στην Ευρωζώνη χωρίς ουσιαστικές αλλαγές από αυτές του 2006. Το διεθνές περιβάλλον αναμένεται να συμβάλει προς την κατεύθυνση αυτή που εκτιμάται ότι από 5.8% το 2006 θα είναι ελαφρώς μειωμένο 5 ½% το 2007 το οποίο οφείλεται κυρίως λόγω της επιβράδυνσης του μεταποιητικού κλάδου.

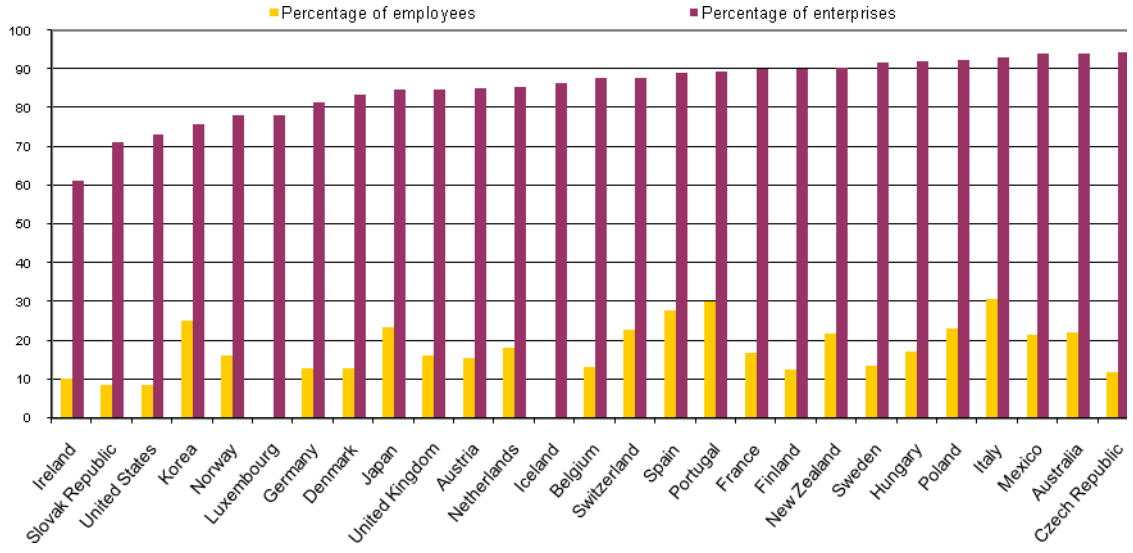
<u>Διάγραμμα 13:</u> ΑΕΠ χωρών της ΕΕ & σύγκριση με τις ΗΠΑ *(σε δις $)*



Πηγή: ΟΟΣΑ 2007

[42] ΟΟΣΑ
[43] Economic Forecast EU .Spring 2006

Διάγραμμα 14: Επιχειρήσεις (με έως 20 εργαζομένους) ως ποσοστό (%) επί του συνολικού αριθμού των εργαζομένων η συνολικού αριθμού επιχειρήσεων (στοιχεία 2003)



Πηγή: ΟΟΣΑ 2003

Το 2006 οι επενδύσεις αυξήθηκαν κατά 5,6% στην Ε.Ε-27 και κατά 4,7% στην Ευρωζώνη. Παράγοντες που συνέβαλαν σε αυτό είναι: η βελτίωση της ζήτησης, η σταθερή αύξηση του ποσοστού χρησιμοποίησης εργοστασιακού δυναμικού, και η υψηλή κερδοφορία.

Αναφορικά με του χρηματοδοτικούς παράγοντες, τα επιτόκια είναι σε χαμηλά επίπεδα παρά την σταδιακή πολιτική των μεγαλύτερων Τραπεζών για σταδιακή αύξηση από το 2005.

Πίνακας 28: Βασικά Μακροοικονομικά Μεγέθη, ΕΕ27, Ευρωζώνη (ετήσιες % μεταβολές)

	Ε.Ε-25				Ευρωζώνη			
	2004	2005	2006	2007	2004	2005	2006	2007
ΑΕΠ	2.4	2.0	3,0	2,9	2,0	1,6	2,7	2,6
Ιδιωτική κατανάλωση	1.8	1.9	2,2	2,5	1,3	1,6	1,8	2,1
Δημόσια κατανάλωση	2.0	1.7	2,1	1,8	1,7	1,4	2,1	1,8
Επενδύσεις	3.0	3.6	5,6	5,2	2,1	2,8	4,7	4,4
Εισαγωγές	7.6	7.0	9,1	7,2	7,3	6,4	7,7	6,7
Εξαγωγές	7.1	6.4	9,2	7,0	7,1	5,9	8,2	6,7
Απασχόληση	0.5	0.7	1.5	1,4	0,6	0,7	1,4	1,4
Ανεργία (%)	9.0	9.0	7,9	7,2	8,8	8,8	7,9	7,3
Πληθωρισμός	2.1	1.9	2,3	2,2	2,1	1,9	2,2	1,9
Ισοζύγιο Γενικής Κυβέρνησης (%του ΑΕΠ)	-2.6	-2.6	-1,7	-1,2	-2,7	-2,6	-1,6	-1,0
Χρέος Γενικής Κυβέρνησης (% ΑΕΠ)	63.8	64.1	61,7	59,9	71,3	71,7	69,0	66,9
Ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών (%ΑΕΠ)	0.2	0,0	-0,7	-0,7	0,6	0,6	0,0	0,2

Πηγή : European Commission, Economic Forecasts, 2006, 2007

Σύμφωνα με στοιχεία που είναι διαθέσιμα και αφορούν το 2005[44] ο δείκτης των συνολικών εσόδων από φόρους έναντι του ΑΕΠ στις 27 χώρες κράτη μέλη είναι 39.6% τιμή που είναι γύρω στο 13% περισσότερο από αυτή των ΗΠΑ και την Ιαπωνία. Εάν δε συγκριθεί με αυτή των χωρών του ΟΟΣ Α μόνο η Ν. Ζηλανδία έχει δείκτη που ξεπερνά το 35% προς το ΑΕΠ.

Σε γενικές γραμμές η φορολογία στην Ε.Ε είναι υψηλή και ο γενικός κανόνας είναι ότι όλες οι χώρες έχουν ψηλό είναι αξιοσημείωτη. Ο φορολογικός συντελεστής διαφοροποιείται από 51.3% στην Σουηδίας σε 28% στην Ρουμανία.

Ο υψηλός μέσος όρος δεν σημαίνει ότι όλες οι χώρες έχουν ψηλό συντελεστή φορολόγησης. Παρατηρείται ότι στα αρχικά 12 κράτη μέλη οι συντελεστές φορολόγησης είναι υψηλότεροι από αυτούς των 12 νέων χωρών του 2004 αλλά υπάρχουν εξαιρέσεις όπως η Ιρλανδία.

Παρόλο που οι επιχειρήσεις μπορούν να ωφελούνται από ένα διευρυμένο οικονομικό χώρο καθώς και από ένα ενιαίο νόμισμα, δεν υφίσταται κοινοτική εναρμόνιση για τη φορολογία των επιχειρήσεων. Επειδή ο στόχος αυτός δεν πρόκειται να επιτευχθεί άμεσα, οι επιχειρήσεις πρέπει μέχρι αυτός ο στόχος να γίνει πραγματικότητα, να συμπεριλαμβάνουν στους οικονομικούς υπολογισμούς τους τη φορολογία όλων των χωρών στις οποίες επιθυμούν να δραστηριοποιούνται.

[44] Taxation Trends in the EU ,2007,Eurostat

Πίνακας 29: Σύνολο Φόρων ως ποσοστό στο ΑΕΠ

Σύνολο Φόρων ως ποσοστο στο ΑΕΠ

	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	θέση(1)	Μέσος όρο 1995-2005	Διαφορές 95- 2005
BE	43,8	44,4	44,9	45,5	45,5	45,2	45,2	45,3	44,9	45,0	45,5	3	45,0	1,7
BG	-	-	-	-	-	33,1	32,1	31,0	33,6	35,3	35,9	15	33,5	-
CZ	36,2	34,7	35,0	33,3	34,0	33,8	34,0	34,8	35,7	36,8	36,3	14	35,0	0,1
DK	48,8	49,2	48,9	49,3	50,1	49,4	48,4	47,8	48,0	49,3	50,3	2	49,0	1,5
DE	39,8	40,7	40,7	40,9	41,7	41,9	40,0	39,5	39,7	38,8	38,8	9	40,2	-1,0
EE	37,9	35,6	35,9	34,9	34,6	31,3	30,2	31,1	31,5	31,4	30,9	22	33,2	-6,9
IE	33,1	33,1	32,4	31,7	31,8	31,7	29,8	28,5	29,1	30,5	30,8	23	31,1	-2,3
EL	32,6	33,0	34,3	36,3	37,3	37,9	36,6	36,7	35,5	34,3	34,4	20	35,4	1,8
ES	32,7	33,1	33,2	33,0	33,6	33,9	33,5	33,9	33,9	34,5	35,6	16	33,7	2,9
FR	42,7	43,9	44,1	44,0	44,9	44,1	43,8	43,1	42,8	43,1	44,0	4	43,7	1,3
IT	40,1	41,8	43,7	42,5	42,5	41,8	41,5	40,9	41,3	40,7	40,6	7	41,6	0,5
CY	26,7	26,4	25,8	27,7	28,0	30,0	30,9	31,2	33,1	33,5	35,6	17	29,9	8,9
LV	33,2	30,8	32,1	33,7	32,0	29,5	28,5	28,2	28,5	28,5	29,4	24	30,4	-3,8
LT	28,6	27,9	31,0	32,0	31,8	30,1	28,7	28,4	28,2	28,3	28,9	26	29,4	0,3
LU	37,1	37,6	39,3	39,4	38,3	39,1	39,8	39,1	38,5	37,9	38,2	11	38,6	1,1
HU	41,6	40,6	39,0	39,0	39,1	38,5	38,9	38,5	38,4	38,6	38,5	10	39,2	-3,1
MT	27,3	25,8	27,5	25,3	27,1	28,2	30,4	31,9	31,8	34,2	35,3	18	29,5	8,0
NL	40,2	40,2	39,7	39,4	40,4	39,9	38,3	37,7	37,4	37,7	38,2	12	39,0	-2,0
AT	41,3	42,6	44,0	44,0	43,7	42,8	44,7	43,7	43,1	42,8	42,0	6	43,2	0,7
PL	37,1	37,2	36,5	35,4	35,3	34,0	33,6	34,3	33,4	32,6	34,2	21	34,9	-2,9
PT	31,9	32,8	32,9	33,1	34,1	34,3	33,9	34,7	35,1	34,2	35,3	19	33,8	3,4
RO	-	-	-	-	-	-	27,8	28,2	27,6	27,3	28,0	27	27,8	-
SI	40,2	39,1	38,0	38,8	39,2	38,6	38,9	39,3	39,5	39,6	40,5	8	39,2	0,2
SK	39,6	38,0	35,0	35,6	34,2	32,9	31,6	31,9	30,9	29,7	29,3	25	33,5	-10,3
FI	45,7	47,0	46,3	46,1	45,8	47,2	44,6	44,6	44,0	43,4	43,9	5	45,3	-1,8
SE	49,0	51,5	52,0	52,7	53,3	53,4	51,4	49,7	50,2	50,5	51,3	1	51,4	2,2
UK	35,6	35,1	35,7	36,7	37,1	37,6	37,3	35,8	35,6	35,9	37,0	13	36,3	1,4
NO	41,9	42,4	42,2	42,0	42,3	42,8	42,9	43,3	42,5	43,8	44,3		42,8	2,4
EU-27														
weighte	39,7	40,4	40,7	40,5	41,0	40,7	40,0	39,3	39,3	39,2	39,6		40,0	-0,1
arithme	37,7	37,7	37,9	38,0	38,2	37,7	36,8	36,7	36,7	36,8	37,4		37,4	-0,4
EA-13														
weighte	39,9	40,9	41,3	41,1	41,6	41,3	40,4	40,0	39,9	39,6	39,9		40,5	0,0
arithme	38,6	39,2	39,5	39,6	39,9	39,9	39,3	39,0	38,8	38,7	39,1		39,2	0,5
EU-25														
weighte	39,7	40,4	40,7	40,6	41,1	40,9	40,0	39,4	39,4	39,2	39,7		40,1	0,0
arithme	37,7	37,7	37,9	38,0	38,2	37,9	37,4	37,2	37,2	37,3	37,8		37,7	0,1
Ratio st	15,2	16,6	16,0	16,2	16,0	16,2	16,4	15,8	15,5	15,6	15,4			0,2
Differer	22,3	25,7	26,2	27,4	26,2	25,2	23,6	21,5	22,5	23,2	23,2			0,9

1) στηρίζεται σε στοιχεία του 2005 2) %στο ΑΕΠ

Πηγή: Commission Services

Το Οικονομικό Περιβάλλον μέσα στο οποίο καλούνται να δραστηριοποιηθούν οι ΜΜΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση αποτελεί σημαντικό παράγοντα που συμβάλλει στην ανάπτυξη των.

Η έρευνα του ENSR το 2003 έδειξε ότι γύρω στο 30% των ΜΜΕ της Ευρώπης των 19 έχουν διέκριναν ένα πολύ καλό οικονομικό κλίμα και 30% έχουν διακρίνει ένα πολύ φτωχό κλίμα.

Στην ίδια έρευνα καταγράφεται ότι οι μικρότερες επιχειρήσεις επηρεάζονται λιγότερο από την τρέχουσα οικονομική από ότι οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

Η τελωνειακή Ένωση είναι ένας από τους πυλώνες της Ε.Ε, θεμελιώδους σημασίας για τη λειτουργία της εσωτερικής αγοράς. Δεδομένου ότι τα εμπορεύματα κυκλοφορούν ελεύθερα εντός της Ε.Ε, η τελωνειακή πολιτική προβλέπει την εφαρμογή κοινού δασμολογίου στα εισαγόμενα εμπορεύματα. Οι διαδικασίες είναι σε ενιαίες σε όλα τα κράτη μέλη της Ε.Ε και διασφαλίζουν ότι οι εθνικές τελωνειακές αρχές λειτουργούν ως ενιαία διοίκηση.

Η Ε.Ε καταβάλει προσπάθειες απλούστευσης των τελωνειακών διαδικασιών κυρίως μέσω της εφαρμογής ενός ηλεκτρονικού συστήματος που θα επιτρέπει τις επιχειρήσεις να έχουν πρόσβαση σε ένα ηλεκτρονικό τελωνειακό περιβάλλον, χωρίς έντυπα.

Σημαντικοί είναι οι δείκτες Μικροοικονομικής Ανταγωνιστικότητας που παρουσιάζονται στην συνέχεια.

Πίνακας 30: Δείκτες Μικροοικονομικής Ανταγωνιστικότητας

	Δείκτης μικροοικονομικής ανταγωνιστικότητας		Στρατηγική και δραστηριότητα των επιχειρήσεων		Ποιότητα επιχειρηματικού περιβάλλοντος	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006
ΗΠΑ	1	1	2	1	2	2
Φινλανδία	2	2	7	9	1	1
Γερμανία	3	3	1	2	5	4
Σουηδία	4	12	5	7	6	14
Ην.Βασίλειο	6	6	8	6	4	8
Δανία	7	4	9	4	3	3
Ιαπωνία	8	8	3	3	11	10
Ολλανδία	9	9	6	8	9	8
Γαλλία	12	11	10	10	16	11
Βέλγιο	14	16	11	12	19	17
Αυστρία	16	10	14	11	17	9
Ιρλανδία	22	19	22	16	22	20
Ισπανία	26	25	25	25	27	26
Εσθονία	27	26	34	33	24	25
Σλοβενία	31	32	27	27	33	35

	Δείκτης μικροοικονομικής ανταγωνιστικότητας		Στρατηγική και δραστηριότητα των επιχειρήσεων		Ποιότητα επιχειρηματικού περιβάλλοντος	
	2004	2006	2004	2006	2004	2006
Ιταλία	34	38	26	28	43	39
Τσεχία	35	27	31	29	37	27
Πορτογαλία	33	30	42	39	31	28
Λιθουανία	36	41	37	41	35	41
Σλοβακία	39	39	41	47	39	48
Ουγγαρία	42	30	48	40	38	32
Ελλάδα	41	40	40	42	42	40
Τουρκία	52	51	44	38	55	51

Πηγή: Global Competitiveness Report 2004,2006

Η οργανωτική δομή μιας επιχείρησης επηρεάζει τις αποφάσεις της ως προς το αν θα προχωρήσει σε μεγαλύτερες ή μικρότερες αλλαγές κατά την ύφεση.

Σύμφωνα με την ανάλυση των στοιχείων του Ευρωπαϊκού Παρατηρητηρίου των ΜΜΕ το 2003, ο ρόλος τους στην οικονομία της Ε.Ε., είναι σημαντικότερος από ό,τι σε άλλες χώρες. Το 2003 οι ΜΜΕ στην Ε.Ε.-19 απασχολούσαν το 57,3% του συνόλου των εργαζομένων και το 82,2% των εργαζομένων του ιδιωτικού τομέα. Τα αντίστοιχα ποσοστά διαμορφώθηκαν στο 43,5% και 88,7% για τις ΗΠΑ, ενώ στην οικονομία της Ιαπωνίας, οι ΜΜΕ καλύπτουν το 38,4% της συνολικής απασχόλησης της χώρας και το 57,4% της απασχόλησης του τομέα ιδιωτικών επιχειρήσεων.

Στο σύνολο των ΜΜΕ της Ε.Ε. 19 το 2003, το 92,5% είναι πολύ μικρές επιχειρήσεις (0 - 9 εργαζομένων), το 6,5% μικρές επιχειρήσεις (10 - 49 εργαζομένων) και λιγότερο από 1% είναι μεσαίες επιχειρήσεις (50 - 249 εργαζομένων). Ο ρόλος των πολύ μικρών επιχειρήσεων στην οικονομία της Ε.Ε.-19 επιβεβαιώνεται και από την υψηλότερη μεταξύ των τριών κατηγοριών επίδοσή τους, σε όρους κύκλου εργασιών που καταγράφει μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 14,9%. Ακολουθεί η κατηγορία μεσαίων επιχειρήσεων με 9,9%.

Οι ΜΜΕ αποτελούν το εκκολαπτήριο αναπαραγωγής επιχειρηματικών ιδεών και κύριο οδηγό για την καινοτομία ,την απασχόληση και την κοινωνική και τοπική ολοκλήρωση. Ο βασικός στόχος της Ε.Ε για τις ΜΜΕ είναι η ενσωμάτωση στις κοινοτικές πολιτικές της αρχής «Σκέψου πρώτα σε μικρή κλίμακα»(παροχή προτεραιότητας στις μικρές επιχειρήσεις).

Οι Ευρωπαϊκές επιχειρήσεις (Ευρώπη των 25) είναι πάνω από 26 εκατομμύρια και απασχολούν 72% της συνολικής ιδιωτικής απασχόλησης που αντιστοιχεί πάνω από 75 εκατομμύρια θέσεις εργασίας. Στην πράξη το 99% των επιχειρήσεων στην Ευρωπαϊκή Ένωση είναι ΜΜΕ και καλύπτουν τα δύο τρίτα των θέσεων εργασίας στον ιδιωτικό και μη

πρωτογενή τομέα, ενώ το 93% έχουν λιγότερους από 10 εργαζόμενους. Το μερίδιο των πολύ μικρών επιχειρήσεων κυριαρχούν στην απασχόληση σε χώρες όπως η Ιταλία (47%) και η Πολωνία ενώ το μερίδιο των μεγάλων επιχειρήσεων στην συνολική απασχόληση στο Ηνωμένο Βασίλειο είναι 46%. Στην Ελλάδα δεν είναι λιγότερο από 57%. Περισσότερο από 75% της απασχόλησης αντιστοιχούν σε κάποιους βιομηχανικούς κλάδους όπως η υφαντουργία οι κατασκευές και η επίπλωση.

Σχεδόν μισές από τις μικρές επιχειρήσεις δηλαδή περίπου 9 εκατ. επιχειρήσεις δεν έχουν καθόλου υπαλλήλους, δηλαδή παρέχουν απασχόληση και εισόδημα στον αυτοαπασχολούμενο και στους οικογενειακούς υπαλλήλους.

Κάθε Ευρωπαϊκή επιχείρηση παρέχει κατά μέσο όρο θέσεις εργασίας για 7 άτομα αριθμός που ποικίλλει από 3 στις μικρές επιχειρήσεις και πάνω από 1.000 στις μεγάλες επιχειρήσεις. Μεταξύ χωρών υπάρχουν επίσης μεγάλες διαφορές. Κατά μέσο όρο, μια επιχείρηση έχει 2 απασχολούμενα άτομα στην Ελλάδα και 3 στην Ιταλία και το Λιχτενστάϊν, ενώ αντίθετα10 στην Ιρλανδία Λουξεμβούργο και Ολλανδία.

Η Δομή και η διάρθρωση των ΜΜΕ στην Ευρώπη των 19 (Ευρώπη των 15 και χώρες ΕΖΕΣ[45]) σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο παρουσιάζεται στον πίνακα που ακολουθεί:

Πίνακας 31: Στοιχεία ΜΜΕ στην Ευρώπη των 19

	ΜΜΕ					
	Πολύ Μικρές	Μικρές	Μεσαίες	Σύνολο	Μεγάλες	Σύνολο
Αριθμός Επιχειρήσεων (χιλ)	17.820	1.260	180	19.260	40	19.310
Απασχόληση (χιλ)	55.040	24.280	18.100	97.420	42.300	139.710
Απασχολούμενοι ανά επιχείρηση	3	19	98	5	1.052	7
Κύκλος εργασιών ανά επιχείρηση (χιλ.€)	440	3.610	25.680	890	319.020	1.550
Προστιθέμενη αξία ανά επιχείρηση (χιλ.€)	120	1.180	8.860	180	126.030	540
Μερίδιο των εξαγωγών στον κύκλο εργασιών (%)	9	13	17	12	23	17
Προστιθέμενη αξία ανά απασχολούμενο (χιλ.€)	40	60	90	55	120	75

[45] Στην Ευρωπαϊκή Ζώνη Ελευθέρων Συναλλαγών συμμετέχουν οι εξής χώρες :Ισλανδία, Λιχτενστάιν, Νορβηγία, (μέλη Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου –ΕΟΧ) και Ελβετία.

	ΜΜΕ					
	Πολύ Μικρές	Μικρές	Μεσαίες	Σύνολο	Μεγάλες	Σύνολο
Μερίδιο κόστους εργασίας στην προστιθέμενη αξία	57	57	55	56	47	52

Πηγή :Observatory of European SMEs ,SMEs in Europe 2003,Vol. 7, 2003

Οι πολύ μικρές επιχειρήσεις έχουν πλήθος εκατό φορές μεγαλύτερο από τις μεσαίες και απασχολούν 55 εκατ. εργαζόμενους σε αντίθεση με τις μεσαίες, οι οποίες δίνουν απασχόληση σε 18 εκατ. εργαζόμενους. Οι διαφοροποιήσεις γίνονται εντονότερες στην περίπτωση του κύκλου εργασιών ή σε εκείνη της προστιθέμενης αξίας ανά επιχείρηση. Οι διαφορές αυτές μπορεί να οφείλονται στην παραγωγικότητα και στους διαφορετικούς τομείς της οικονομίας που ανήκουν οι επιχειρήσεις.

Πολλές μικρές επιχειρήσεις ανήκουν στον κλάδο εμπορίου ,ο οποίος έχει χαμηλότερη από το μέσο όρο παραγωγικότητα. Οι διαφοροποιήσεις ποικίλλουν από χώρα σε χώρα και από κλάδο σε κλάδο όπως παρουσιάζεται στους πίνακες που ακολουθούν.

Πίνακας 32: Στοιχεία ΜΜΕ στην Ευρώπη (19)

Χώρες	Αριθμός Επιχειρ. (χιλ)	Απασχολούμενοι Ανά επιχείρηση	Κυρίαρχο μέγεθος ΜΜΕ	Προστιθέμενη αξία ανά απασχολούμενο	Κλίση προς Εξαγωγές %	Μερίδιο εξαγωγών στο κύκλο εργασιών %
Αυστρία	270	11	Πολύ Μικρές	78	-3	-3
Βέλγιο	440	7	Πολύ Μικρές	93	-6	-2
Γαλλία	2.500	8	Πολύ Μικρές	76	-7	-4
Γερμανία	3.020	10	Μεγάλες	90	-6	5
Δανία	210	10	Μικρομεσαίες	93	-3	-1
Ελλάδα	770	2	Πολύ Μικρές	98	-1	2
Ηνωμένο Βασίλειο	2.230	11	Μεγάλες	69	-4	-5
Ιρλανδία	100	10	Μικρομεσαίες	50	6	2
Ισπανία	2.680	6	Πολύ Μικρές	82	-4	0
Ιταλία	4.490	4	Μικρές	89	-4	0
Λουξεμβούργο	20	9	Μικρομεσαίες	101	-1	-1

Χώρες	Αριθμός Επιχειρ. (χιλ)	Απασχολούμενοι Ανά επιχείρηση	Κυρίαρχο μέγεθος ΜΜΕ	Προστιθέμενη αξία ανά απασχολούμενο	Κλίση προς Εξαγωγές %	Μερίδιο εξαγωγών στο κύκλο εργασιών %
Ολλανδία	570	12	Μεγάλες	95	-4	-1
Πορτογαλία	690	5	Μικρομεσαίες	74	-2	-6
Σουηδία	490	7	Πολύ Μικρές	87	-3	0
Φινλανδία	220	7	Μεγάλες	85	-6	1
Ευρώπη (15)	18.700	7	Πολύ Μικρές			
Ισλανδία	30	4	Μεγάλες	75	-3	-6
Νορβηγία	240	7	Πολύ Μικρές			
Λιχτενστάιν	4	6	Πολύ Μικρές	68	-2	-15
Ελβετία	340	8	Μικρομεσαίες			
Χώρες μη μέλη	610	7	Πολύ Μικρές	71	-2	-11
Ευρώπη (19)	19.320	7	Πολύ Μικρές	74	-4	-4

Πηγή :Observatory of European SMEs ,SMEs in Europe 2003,Vol. 7, 2003

Πίνακας 33: Στοιχεία ΜΜΕ στην Ευρώπη (19) ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας

	Αριθμός Επιχειρήσεων (χιλ)	Απασχολούμενοι ανα επιχείρηση	Κυρίαρχο Μέγεθος ΜΜΕ	Προστιθέμενη αξία ανα απασχολούμενο	Κερδοφορία	Κλίση προς εξαγωγές
Εξόρυξη	50	38	Μεγάλες	112	-1	-2
Χειροτεχνία	2.250	16	Μικρομεσαίες	81	-3	-12
Κατασκευές	2.280	6	Πολύ Μικρές	96	0	-1
Χονδρεμπόριο	1.510	6	Πολύ Μικρές	96	-1	1
Μικρεμπόριο	3.740	5	Πολύ Μικρές	96	-2	0
Μεταφορές	1.040	10	Μεγάλες	76	-10	-1
Παραγωγικές υπηρεσίες	4.310	6	Μεγάλες	69	-10	-2
Προσωπικές υπηρεσίες	4.140	5	Πολύ Μικρές	83	0	-1
Μη πρωτογενείς Ιδιωτικές επιχειρήσεις	19.310	7	Πολύ Μικρές	74	-9	-4

Πηγή :Observatory of European SMEs ,SMEs in Europe 2003,Vol. 7, 2003

Το διαφοροποιημένο εσωτερικό περιβάλλον που χαρακτηρίζει τις ΜΜΕ στην Ε.Ε αναμένεται να ενταθεί μετά την διεύρυνση, όπου προστίθενται στην Ευρωπαϊκή αγορά με σημαντικές ιδιομορφίες και ιδιαιτερότητες. Στην Ευρώπη προ διεύρυνσης, δραστηριοποιούνται περίπου 20 εκατ. ΜΜΕ, που αντιπροσωπεύουν το 99% όλων των επιχειρήσεων και παρέχουν το 53% των θέσεων απασχόλησης. Μετά τη διεύρυνση προστίθενται ακόμη 6 εκατ. επιχειρήσεις, η συντριπτική πλειοψηφία των οποίων είναι μικρές και πολύ μικρές και παρέχουν το 72% της συνολικής απασχόλησης. Από τον πίνακα που παρουσιάζεται στην συνέχεια φαίνεται ότι στις χώρες της διεύρυνσης η δομή των ΜΜΕ παρουσιάζει εικόνα που πλησιάζει εκείνη των μεσογειακών χωρών, δηλ. μικρό μέγεθος επιχείρησης, μεγάλο αριθμό αυτοαπασχολουμένων, μικρό απαιτούμενο κεφάλαιο εκκίνησης. Βεβαίως, τα δεδομένα αυτά θα πρέπει να συνδυαστούν με ορισμένα άλλα χαρακτηριστικά των χωρών αυτών, όπως το χαμηλό κόστος εργασίας, χαμηλή φορολογία κ.α.

Πίνακας 34: Η δομή των ΜΜΕ στις χώρες της διεύρυνσης και την Ε.Ε (19)

	ΜΜΕ				**Μεγάλες**	**Σύνολο**
	Χώρες Διεύρυνσης (2001)					
Αριθμός επιχειρήσεων (σε χιλ)	5670	230	50	5.950	10	5.970
Απασχολούμενοι (σε χιλ)	10.210	4.970	5.350	20.530	10.150	30.670
Απασχολούμενοι ανά επιχείρηση	2	22	107	3	919	5
Μέγεθος που επικρατεί	Πολύ μικρό					
Ευρώπη (19-2003)						
Αριθμός επιχειρήσεων (σε χιλ)	17.820	1.260	180	19.270	40	19.310
Απασχολούμενοι (σε χιλ)	55.040	24.280	18.100	97.420	42.300	139.710
Απασχολούμενοι Ανά επιχείρηση	3	19	98	5	1.052	7
Μέγεθος που επικρατεί	Μεσαίο					

Πηγή :Observatory of European SMEs ,SMEs in Europe 2003,Vol. 7, 2003

Η διαδικασία διεύρυνσης της Ε.Ε άλλαξε το επιχειρηματικό περιβάλλον για τις ΜΜΕ τόσο της Ε.Ε-19, όσο και των υπό ένταξη χωρών. Σε τομείς όπως η βιομηχανία, το χονδρικό εμπόριο, τουρισμός, οι υπηρεσίες, αλλά ιδιαίτερα οι μεταφορικές επιχειρήσεις, οι επιπτώσεις στις ΜΜΕ

ήταν και θα είναι σημαντικές. Γενικά, 11% των επιχειρήσεων της βιομηχανίας στην Ε.Ε.-19 γνώρισαν μια αύξηση του κύκλου εργασιών τους, που οφείλεται στη διαδικασία επέκτασης, ενώ 19% μείωση. Οι μεσαίου τύπου επιχειρήσεις παρουσίασαν 24% άνοδο και 3% πτώση. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση των 19 το 27% πιστεύει ότι θα υπάρξει θετικό αντίκτυπο για την επιχείρηση τους ενώ το 13% διαφωνούν και πιστεύουν ότι θα έχουν μείωση στον κύκλο εργασιών τους.

Στην Ευρώπη οι επιχειρήσεις είναι μικρότερες από ότι στις ΗΠΑ και Ιαπωνία αφού το μέσο μέγεθος των Ιαπωνικών επιχειρήσεων απασχολεί 10 άτομα και μια μέση Αμερικανική επιχείρηση 19 άτομα.

Οι ΜΜΕ αντιπροσωπεύουν μόνο το 33% της απασχόλησης στην Ιαπωνία και 46% στις ΗΠΑ[46].

Οι διαφορές αυτές εξηγούνται από τις διαφορές στην οικονομική δομή όπως η παρουσία μεγάλης εγχώριας αγοράς στην οποία η κοινωνική και πολιτισμική ποικιλομορφία είναι πολύ λιγότερη από την Ευρώπη.

Σύμφωνα με την έρευνα του ENSR μόλις περισσότερες από τις μισές ΜΜΕ έχουν φιλόδοξους στόχους και συγκεκριμένα 29% αγωνίζονται για ανάπτυξη, 9% για υψηλότερα κέρδη, 7% για καινοτομίες και 7% για υψηλότερη ποιότητα ενώ 20%προσπαθούν να επιβιώσουν και 21% να σταθεροποιήσουν την επιχείρηση.

Το προφίλ του επιχειρηματία είναι αυτό που παίζει σημαντικό ρόλο στην επιβίωση μιας επιχείρησης και η μέση ηλικία των καινούριων επιχειρηματιών είναι περίπου 35 χρόνια, με αυτούς που ιδρύουν επιχείρηση κυρίως επιχειρηματικές υπηρεσίες και υψηλής τεχνολογίας έχουν υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης από αυτούς που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή.

Το 30% των Ευρωπαϊκών επιχειρήσεων θα αλλάξουν ιδιοκτήτες τα προσεχή χρόνια λόγω συνταξιοδότησης της μεταπολεμικής γενιάς των επιχειρηματιών. Τα προβλήματα από τυχόν απουσία διάδοχης κατάστασης ή μη επιμελώς προετοιμασμένης μεταβίβασης της επιχείρησης θα έχουν ασφαλώς επιπτώσεις στην οικονομία και στην απασχόληση.

Περισσότερο από 29% των ιδιοκτητών είναι γυναίκε. Από αυτές 24-29% δραστηριοποιούνται στον χώρο της λιανικής επιχειρηματικότητας και στις προσωπικές υπηρεσίες ενώ μια στις δέκα στις μεταφορές και στις επικοινωνίες. Στην Γαλλία, Λουξεμβούργο, Ολλανδία, Βέλγιο, Φινλανδία και Ελβετία πάνω από το ένα τέταρτο των ιδιοκτητών είναι γυναίκες ενώ στην Ελλάδα, Αυστρία, Ηνωμένο Βασίλειο και Δανία γυναίκες είναι 14%-16%.

[46] Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο ΜΜΕ

Στο εσωτερικό της ΕΕ, μόνον οι κυβερνήσεις έχουν αρμοδιότητα όσον αφορά τα επίπεδα άμεσης φορολογίας, π.χ. τη φορολογία εισοδήματος φυσικών προσώπων και τα εταιρικά κέρδη. Η φορολογική πολιτική της ΕΕ εξασφαλίζει ότι οι φορολογικές ρυθμίσεις είναι συμβατές με τους στόχους της δημιουργίας θέσεων απασχόλησης, την ανταγωνιστικότητα της ΕΕ, την ενιαία αγορά και την ελεύθερη κυκλοφορία κεφαλαίων.

Η φορολόγηση των εταιριών, η ΕΕ θέτει δύο στόχους: την παρεμπόδιση του ζημιογόνου φορολογικού ανταγωνισμού μεταξύ κρατών μελών και την υποστήριξη της αρχής της ελεύθερης κυκλοφορίας των κεφαλαίων. Τα κράτη μέλη δεσμεύονται από κώδικα δεοντολογίας που τους αποτρέπει να προσφέρουν φοροαπαλλαγές οι οποίες προκαλούν στρέβλωση των επενδυτικών αποφάσεων.

Υπάρχουν επίσης κανόνες ή κώδικες δεοντολογίας της ΕΕ που διασφαλίζουν ότι η προσέγγιση της φορολόγησης εταιρειών είναι σε γενικές γραμμές η ίδια σε όλη την ΕΕ σε πολλούς τομείς. Για παράδειγμα, η φορολογική μεταχείριση των διασυνοριακών πληρωμών τόκων, δικαιωμάτων και μερισμάτων σε θυγατρικές και μητρικές εταιρείες είναι η ίδια σε όλα τα κράτη μέλη και βασίζεται στην αρχή ότι το εισόδημα φορολογείται στην χώρα του αποδέκτη. Ανάλογη προσέγγιση εφαρμόζεται σε όλη την ΕΕ όσον αφορά τη φορολόγηση ομίλων εταιρειών και τις διασυνοριακές πωλήσεις αγαθών και υπηρεσιών στην ίδια εταιρεία (καλούμενες τιμές μεταβίβασης). Βρίσκεται υπό εξέλιξη η συζήτηση για την καθιέρωση κοινής φορολογικής βάσης για εταιρείες, δηλαδή οι κανόνες που ισχύουν για κάθε είδος συναλλαγής θα πρέπει να είναι οι ίδιοι σε όλη την ΕΕ για να αποφεύγεται ο αθέμιτος ανταγωνισμός. Ωστόσο, τα κράτη μέλη αναμένεται να εξακολουθούν να αποφασίζουν για τους ισχύοντες φορολογικούς συντελεστές.

Η ΕΕ έχει αναγνωρίσει από καιρό ότι το εμπόριο μπορεί να προωθήσει την οικονομική ανάπτυξη και την παραγωγική ικανότητα των φτωχών χωρών. Από τη δεκαετία του 70, η Ένωση μείωσε ή κατάργησε ορισμένους δασμούς και εξάλειψε τις ποσοστώσεις για τα περισσότερα προϊόντα που εισάγει από αναπτυσσόμενες χώρες. Όσον αφορά τις 49 λιγότερο ανεπτυγμένες χώρες (ΛΑΧ), η Ένωση καταργεί τους δασμούς για όλες τις εξαγωγές τους - με μόνη εξαίρεση τα όπλα - στο πλαίσιο ενός προγράμματος που άρχισε το 2001.

Ε.3. Ευκαιρίες – Προοπτικές ανάπτυξης για τις ελληνικές ΜΜΕ

Οι ραγδαίες εξελίξεις του σύγχρονου πολυσύνθετου «επιχειρηματικού γίγνεσθαι» σε εθνικό και διεθνές επίπεδο προϋποθέτουν ολοκληρωμένη προσαρμογή των ΜΜΕ πρώτιστα για την επιβίωση τους και κατόπιν για την επίτευξη μιας μακροπρόθεσμης βιώσιμης ανάπτυξης . Το περιβάλλον που σταδιακά διαμορφώνεται αφορά σε ένα περιβάλλον προκλήσεων-ευκαιριών και κινδύνων. Κατά συνέπεια, η πρώτη προτεραιότητα για τις ΜΜΕ είναι η κατανόηση του νέου περιβάλλοντος και η αφομοίωση των τεράστιων δυνατοτήτων που προσφέρει η ψηφιακή τεχνολογία.

Η μεγαλύτερη ίσως πρόκληση για τις ελληνικές ΜΜΕ είναι η αποκόμιση οφελών από την δραστηριοποίηση τους στην **ενιαία ευρωπαϊκή και διεθνή αγορά.** Μετά και από την τελευταία διεύρυνση της ΕΕ, η ευρωπαϊκή αγορά αριθμεί 450 εκατ. και πλέον καταναλωτές. Το τεράστιο αυτό δυναμικό δημιουργεί προσοδοφόρες προοπτικές για τις ΜΜΕ που θα απαλλαχτούν από τον παραδοσιακά τοπικό τους χαρακτήρα και θα αναπτύξουν την εξωστρέφεια τους. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αναζητούν συνεχή πληροφόρηση για τις δυνατότητες και ευκαιρίες διείσδυσης στις ξένες αγορές και ειδικά και σε εκείνες τις αγορές που υπάρχουν ακόμα μεγάλα περιθώρια ανάπτυξης (π.χ. Ανατολική Ευρώπη).

Επίσης, μεγάλη ευκαιρία για τις ΜΜΕ αποτελούν τα **προγράμματα ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας** που προωθούνται από το **Δ' ΚΠΣ** και **τις διαρθρωτικές πολιτικές της ΕΕ.** Τα προγράμματα ενίσχυσης παρέχουν σημαντικές δυνατότητες στην πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων για την υλοποίηση επιχειρηματικών σχεδίων που αφορούν την ανάπτυξη και ενσωμάτωση της καινοτομίας, την ανάπτυξη της εξωστρέφειας, την ανάπτυξη της Ε&ΤΑ, την αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού και την ενσωμάτωση σύγχρονων εργαλείων και διαδικασιών διοίκησης. Η ενίσχυση της ΜΜΕ βρίσκεται μόνιμα στο επίκεντρο της χάραξης της αναπτυξιακής πολιτικής στην Ελλάδα. Από την πλευρά της η Πολιτεία δεν δύναται να υποκαταστήσει τον ρόλο των επιχειρήσεων. Επιβάλλεται οι ίδιες οι επιχειρήσεις να δραστηριοποιηθούν με τέτοιο τρόπο ώστε να αξιοποιήσουν τα νέα κίνητρα που τους παρέχει η Πολιτεία, να εφαρμόσουν νέες στρατηγικές, να δώσουν έμφαση στις νέες τεχνολογίες και την καινοτομία και να επικεντρώσουν στην Ποιότητα και την εξωστρέφεια. Επιβάλλεται οι ίδιες οι επιχειρήσεις να δραστηριοποιηθούν.

Τέλος, οι σημαντικές **μεταρρυθμίσεις θεσμικού χαρακτήρα** που προωθούνται από την Πολιτεία για την ενίσχυση του ευρύτερου επιχειρηματικού περιβάλλοντος και της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας δημιουργούν έμμεσα πολλαπλασιαστικά οφέλη για τις ΜΜΕ και διαμορφώνουν τις κατάλληλες συνθήκες για την περαιτέρω ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Οι ΜΜΕ οφείλουν να επαναπροσδιορίσουν την επιχειρηματική τους κουλτούρα με βάση να νέα διαμορφούμενα δεδομένα του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Να απαλλαχτούν από το παραδοσιακό μοντέλο λειτουργίας και να κινηθούν σε σύγχρονες μορφές ανάπτυξης.

ΕΝΟΤΗΤΑ ΣΤ': ΟΙ ΝΕΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΕΝΑΝΤΙ ΤΩΝ ΜΜΕ

ΣΤ.1 Επισκόπηση και αποτίμηση (για την περίοδο 2004-2006) της Ευρωπαϊκής Πολιτικής έναντι των ΜΜΕ

ΣΤ.1.1 Εισαγωγή

Η Στρατηγική της Λισσαβόνας αποτελεί τη "σημαία" των ευρωπαϊκών πολιτικών ανταγωνιστικότητας. Το 2000 οι Ευρωπαίοι ηγέτες δεσμεύτηκαν να αποτελέσει η Ευρωπαϊκή Ένωση μέχρι το 2010 την πιο δυναμική και ανταγωνιστική οικονομία του κόσμου βασιζόμενη στις νέες τεχνολογίες στην καινοτομία και στην προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος. Οι βασικοί τομείς παρέμβασης για την βελτίωση της ανταγωνιστικής και αναπτυξιακής δυνατότητας της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι το επιχειρηματικό περιβάλλον, η εσωτερική αγορά, η κοινωνία της γνώσης, το ανθρώπινο δυναμικό και η αειφόρος ανάπτυξη. Ωστόσο είναι προφανής η καθυστέρηση στην υλοποίηση.

Η Έκθεση της Ομάδας Εμπειρογνωμόνων η οποία συστήθηκε το 2004 από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή μετά από απαίτηση του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου ,εστίασε σε πέντε τομείς όπου προτείνεται να επικεντρωθούν οι μελλοντικές προσπάθειες. Οι τομείς είναι:

1. Η δημιουργία της Κοινωνίας της Γνώσης
2. Η ολοκλήρωση της εσωτερικής αγοράς
3. Η εξασφάλιση ευνοϊκού επιχειρηματικού περιβάλλοντος
4. Η τόνωση της απασχόλησης για ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής
5. Η έμφαση στη βιώσιμη ανάπτυξη και στην προστασία του περιβάλλοντος, με κυριότερα μέσα:
    - αύξηση των δαπανών για Έρευνα και Ανάπτυξη, τόσο από τον ιδιωτικό όσο και από το δημόσιο τομέα,
    - ενίσχυση των συνεργασιών δημοσίου – ιδιωτικού τομέα
    - διάχυση των γνώσεων μέσω της δικτύωσης των επιχειρήσεων
    - προσέλκυση και συγκράτηση νέων ερευνητών στην Ευρωπαϊκή Ένωση
    - διασφάλιση της προστασίας των πνευματικών δικαιωμάτων,
    - οριστική διευθέτηση του ζητήματος του ευρωπαϊκού διπλώματος ευρεσιτεχνίας

Για τον κάθε τομέα δίνονται στην έκθεση συγκεκριμένες προτάσεις πολιτικής και προτείνεται η ενίσχυση της δέσμευσης των χωρών γύρω από τους κοινούς στόχους, η υιοθέτηση εθνικών σχεδίων δράσης και η συστηματική παρακολούθηση και δημοσιοποίηση των επιδόσεων.

Έτσι το 2005 το Εαρινό Ευρωπαϊκό Συμβούλιο βασισμένο στην κοινή διαπίστωση της ανεπαρκούς προόδου στην προώθηση των στόχων στο ενδιάμεσο στάδιο εφαρμογής της Στρατηγικής της Λισσαβόνας ,αποφάσισε την επανενεργοποίηση της Στρατηγικής σε μια πιο στοχευμένη βάση. Κύρια χαρακτηριστικά της νέας στρατηγικής είναι η καλύτερη στοχοθέτηση με αυστηρό καθορισμό των προτεραιοτήτων ,η απλοποίηση και ορθολογική οργάνωση της στρατηγικής της διαδικασίας υλοποίησης και η εντονότερη κινητοποίηση των χωρών και των φορέων για τη στήριξη των απαραίτητων μεταρρυθμίσεων.

Τα δύο βασικά μέσα για την υλοποίηση της νέας στρατηγικής της Λισσαβόνας είναι το Κοινοτικό Πρόγραμμα της Λισσαβόνας ,όπου καθορίζονται όσα πρέπει να γίνουν σε κοινοτικό επίπεδο και τα 25 εθνικά προγράμματα μεταρρυθμίσεων .

Τον Ιούνιο του 2005 υιοθετούνται οι Ολοκληρωμένες Κατευθυντήριες Γραμμές για την Ανάπτυξη και την Απασχόληση στις οποίες αποτυπώνεται το αναπτυξιακό όραμα της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την περίοδο 2006-2008 και οι οποίες αποτελούν ταυτόχρονα το βασικό εργαλείο για την προώθηση της Στρατηγικής της Λισσαβόνας. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή καταρτίζει το Κοινοτικό Πρόγραμμα της Λισσαβόνας το οποίο προσδιορίζει τα μέτρα που η Ευρωπαϊκή Ένωση πρέπει να λάβει για τη συμπλήρωση των προσπαθειών που γίνονται σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Τα κράτη-μέλη καλούνται να εκπονήσουν συγκεκριμένα Εθνικά Προγράμματα Μεταρρυθμίσεων.

Ειδικότερα στη βάση των Ολοκληρωμένων Κατευθυντήριων Γραμμών για την Ανάπτυξη και την Απασχόληση και ανάλογα και με τις εθνικές τους προτεραιότητες σύμφωνα με τις ιδιαιτερότητές τους, τα κράτη-μέλη διαμόρφωσαν τριετή Προγράμματα Μεταρρυθμίσεων στα οποία αποτυπώνονται οι κύριες πολιτικές και τα αντίστοιχα μέτρα που τις συνοδεύουν για την προώθηση της ανάπτυξης και της απασχόλησης. Μέσω αυτών σηματοδοτείται μια σημαντική μεταβολή : η υπόθεση της προώθησης των στόχων της στρατηγικής της Λισσαβόνας μετατίθεται πλέον από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή προς τα κράτη-μέλη.

Τα Προγράμματα Μεταρρυθμίσεων των χωρών κρατών μελών μετά την υποβολή τους αξιολογήθηκαν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η οποία και εξέδωσε την Εαρινή Έκθεσή της το Μάρτιο του 2006.Σύμφωνα με την Έκθεση τα δύο τρίτα περίπου των πράξεων που είχαν ανακοινωθεί στο πλαίσιο του Κοινοτικού Προγράμματος της Λισσαβόνας έχουν εγκριθεί από την Επιτροπή. Αναφορικά με τα Εθνικά Προγράμματα Μεταρρυθμίσεων επισημαίνεται ότι «τα εθνικά προγράμματα μεταρρυθμίσεων συναποτελούν ένα καλό σημείο εκκίνησης για την προώθηση του συνολικού προγράμματος» .

Η πρόοδος του κοινοτικού προγράμματος της Λισσαβόνας αφορούσε διάφορους τομείς:

Έκδοση της οδηγίας για τις υπηρεσίες ,τα σημαντικά βήματα προόδου σχετικά με τις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, την έκδοση του νέου πλαισίου κρατικών ενισχύσεων για Ε&Α και την καινοτομία καθώς τις κατευθύνσεις όσον αφορά τα φορολογικά κίνητρα υπέρ της Ε&Α, την συμφωνία για το 7^{ο} ΠΠ για την έρευνα και την τεχνολογική ανάπτυξη που θα οδηγήσει σε αύξηση των δαπανών για Ε&Α κατά 75% από το 2007 μέχρι το 2013,καθώς και τη στήριξη προς τις ΜΜΕ βάσει του προγράμματος για την ανταγωνιστικότητα και καινοτομία .

Στην Εαρινή Έκθεση ενσωματώνονται κάποια βασικά σημεία επανασχεδιασμού που συζητήθηκαν και στο Ευρωπαϊκό Συμβούλιο του Hampton Court (Οκτώβριος2005). Κυριότερη καινοτομία είναι η αναφορά σε τέσσερις τομείς-κλειδιά, στους οποίους η Επιτροπή εστιάζει την προσοχή των κρατών-μελών, καλώντας τα να αναλάβουν δράση ως το 2007: Οι τέσσερις αυτές περιοχές αποτελούν τις μεσοπρόθεσμες προτεραιότητες της Επιτροπής, η οποία έχει καλέσει τα κράτη μέλη να εντείνουν τις προσπάθειές τους στους αντίστοιχους τομείς δράσης που εμπίπτουν στη δική τους αρμοδιότητα και είναι :

α) έρευνα και καινοτομία

(β) επιχειρηματικό κλίμα

(γ) απασχόληση και κύκλος ζωής

(δ)ενεργειακή πολιτική και περιβάλλον.

Σύμφωνα με τις Στρατηγικές κατευθυντήριες γραμμές της Κοινότητας για την Πολιτική Συνοχής της περιόδου 2007-2013 οι οποίες υιοθετήθηκαν από το Συμβούλιο στις 6 Οκτωβρίου 2006[47] οι βασικές στρατηγικές προτεραιότητες στις οποίες θα στοχεύουν οι αναπτυξιακές παρεμβάσεις της περιόδου 2007-2013 είναι οι παρακάτω :

Κατευθυντήρια γραμμή Ι: Να καταστεί η Ευρώπη ελκυστικότερος τόπος επενδύσεων και εργασίας: Επέκταση και βελτίωση των ευρωπαϊκών υποδομών, αύξηση της περιβαλλοντικής συνεισφοράς στην ανάπτυξη και την απασχόληση, αντιμετώπιση του θέματος της εντατικής χρησιμοποίησης των παραδοσιακών πηγών ενέργειας στην Ευρώπη και στήριξη των ανανεώσιμων και εναλλακτικών τεχνολογιών.

Κατευθυντήρια γραμμή ΙΙ: γνώση και καινοτομία για την ανάπτυξη: αύξηση και βελτίωση των επενδύσεων σε ΕΤΑ, διευκόλυνση της καινοτομίας και προώθηση της επιχειρηματικότητας, ανάπτυξη των ΤΠΕ για όλους, διευκόλυνση της πρόσβασης στις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες.

[47] Council Decision 2006/702/EC

Κατευθυντήρια γραμμή ΙΙΙ: περισσότερες και καλύτερες θέσεις εργασίας: Προσέλκυση και συγκράτηση περισσότερων ατόμων στην απασχόληση και εκσυγχρονισμός των συστημάτων κοινωνικής προστασίας, αύξηση της προσαρμοστικότητας των εργαζομένων και των επιχειρήσεων και ευελιξία της αγοράς εργασίας, αυξημένη επένδυση στο ανθρώπινο δυναμικό μέσω της καλύτερης εκπαίδευσης και της αύξησης των προσόντων, ενίσχυση της διοικητικής ικανότητας της Διοίκησης.

ΣΤ.1.2 Πολιτική για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

Το Εαρινό Ευρωπαϊκό Συμβούλιο του 2006 αναγνωρίζοντας ότι οι ΜΜΕ αποτελούν τη σημαντικότερη πηγή για τη δημιουργία της μελλοντικής απασχόλησης στην Ευρώπη συμφώνησε να βελτιώσει τις νομοθετικές ρυθμίσεις έτσι ώστε να είναι ευκολότερη η σύσταση ,η λειτουργία και η μεταβίβαση των επιχειρήσεων .Οι διοικητικές διαδικασίες των υπηρεσιών μιας στάσης που είτε έχουν δημιουργηθεί είτε προβλέπεται να δημιουργηθούν από τα κράτη μέλη πρέπει να εξορθολογιστούν με τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων.

Το κόστος που αντιπροσωπεύει για τις επιχειρήσεις η συμμόρφωση με τις διοικητικές απαιτήσεις που απορρέουν τόσο από τους κανόνες της Ε.Ε όσο και τους εθνικούς κανόνες εκτιμάται ότι ανέρχεται σε 3.5% του ΑΕΠ στην ΕΕ-25.Υπάρχουν σημαντικά περιθώρια για τη μείωση των επιβαρύνσεων έτσι ώστε οι επιχειρηματίες και το προσωπικό τους να επενδύουν το χρόνο τους σε παραγωγικά καθήκοντα. Υπολογίστηκε ότι μία μείωση κατά 25% του κόστους θα οδηγούσε διαχρονικά σε αύξηση του ΑΕΠ της ΕΕ κατά ποσοστό που θα μπορούσε να φθάσει μέχρι 1.5% (150 δις €).

Προκειμένου να αξιοποιηθούν πλήρως οι δυνατότητες της Ε.Ε αποκτά ολοένα μεγαλύτερη σημασία η εφαρμογή φιλικών για τις ΜΜΕ πολιτικών τόσο σε κοινοτικό επίπεδο όσο και στα κράτη μέλη γι'αυτό προτείνεται ένα νέο ξεκίνημα για την πολιτική των ΜΜΕ με ιδιαίτερη προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις.

° *Ευρωπαϊκός Χάρτης ΜΜΕ*

Οι αρχηγοί των κρατών μελών προκειμένου να δώσουν στις μικρές επιχειρήσεις της Ε.Ε. τη δυνατότητα να διαδραματίσουν στον ρόλο τους στην επίτευξη του στόχου της Λισσαβόνας έχουν υιοθετήσει τον Ευρωπαϊκό Χάρτη.

Ο Ευρωπαϊκός Χάρτης για τις μικρές επιχειρήσεις εγκρίθηκε από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Φέϊρα στις 19-20 Ιουνίου του 2000.

Με βάση την ανοιχτή μέθοδο συντονισμού καλούνται τα κράτη μέλη να λάβουν μέτρα σε δέκα βασικούς τομείς για να υποστηρίξουν τις μικρές επιχειρήσεις.

Οι τομείς αυτοί επιγραμματικά αφορούν στα εξής:

1. **Εκπαίδευση και Επιμόρφωση για το επιχειρηματικό πνεύμα**

   Η ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος και των νέων ικανοτήτων από μικρότερη ηλικία με διδασκαλία σε όλα τα σχολικά επίπεδα.

   Η ενθάρρυνση και η προώθηση της επιχειρηματικής προσπάθειας των νέων.

2. **Φθηνότερη και ταχύτερη εκκίνηση-απλοποίηση των διαδικασιών για την δημιουργία επιχειρήσεων**

   Το κόστος και ο χρόνος εκκίνησης των επιχειρήσεων θα πρέπει να μειωθούν ώστε να καταστούν οι ανταγωνιστικότεροι παγκοσμίως.

3. **Καλύτερη νομοθεσία και ρυθμίσεις**

   Οι χρονοβόρες και δαπανηρές διαδικασίες πτώχευσης πρέπει να αναθεωρηθούν ή να δώσουν τη θέση τους σε νέους νόμους που θα στοχεύουν στις ταχείες, χαμηλού κόστους, προσιτές, βελτιωμένες και προβλέψιμες διαδικασίες.

   Οι νέες ρυθμίσεις σε εθνικό και κοινοτικό επίπεδο πρέπει να εξετασθούν προσεκτικά αξιολογώντας τον αντίκτυπό τους στις μικρές επιχειρήσεις και τους επιχειρηματίες.

4. **Διαθεσιμότητα των ικανοτήτων**

   Εξασφάλιση προγραμμάτων επιμόρφωσης, δια βίου επιμόρφωση και παροχή συμβουλών προσαρμοσμένα στις ανάγκες των μικρών επιχειρήσεων.

5. **Βελτίωση της πρόσβασης σε απ' ευθείας σύνδεση**

   Αύξηση της ηλεκτρονικής επικοινωνίας του δημοσίου με τον τομέα των μικρών επιχειρήσεων έτσι ώστε οι εταιρείες να είναι σε θέση να δέχονται συμβουλές, να υποβάλουν αιτήσεις, να καταθέτουν φορολογικές δηλώσεις, ή να λαμβάνουν απλές πληροφορίες σε απευθείας σύνδεση

6. **Περισσότερα οφέλη από την Ενιαία Αγορά**

   Προώθηση μεταρρυθμίσεων με σκοπό την ολοκλήρωση, στην Ένωση, μίας πραγματικής εσωτερικής αγοράς, φιλικής προς τις μικρές επιχειρήσεις σε ζωτικούς τομείς για την ανάπτυξή τους, συμπεριλαμβανομένου του ηλεκτρονικού εμπορίου, των τηλεπικοινωνιών, των επιχειρήσεων κοινής ωφέλειας, των δημοσίων προμηθειών, και των συστημάτων διασυνοριακών πληρωμών.

7. **Φορολογικά και χρηματοοικονομικά ζητήματα**

   Αναπροσαρμογή των φορολογικών συστημάτων ώστε να ενθαρρύνεται η έναρξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, η επιβράβευση της επιτυχίας, να ευνοείται η επέκταση των μικρών επιχειρήσεων και η δημιουργία θέσεων απασχόλησης.

   Βελτίωση της πρόσβασης των μικρών επιχειρήσεων στα διαρθρωτικά ταμεία και αύξηση της χρηματοδότησης στις νεοπαγείς επιχειρήσεις και στις επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας.

8. **Ενίσχυση των τεχνολογικών δυνατοτήτων των μικρών επιχειρήσεων**

   Να υποστηριχθούν δράσεις σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο που αποσκοπούν στην ανάπτυξη δικτύων μεταξύ των επιχειρήσεων, να αυξηθεί η πανευρωπαϊκή συνεργασία μεταξύ των μικρών επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν τεχνολογίες της πληροφορίας, να διαδοθεί η βέλτιστη πρακτική σε συμφωνίες συνεργασίας, και να υποστηριχθεί η συνεργασία μεταξύ των μικρών επιχειρήσεων ώστε να βελτιωθούν οι δυνατότητες τους να διεισδύουν σε πανευρωπαϊκές αγορές καθώς και να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους σε αγορές τρίτων χωρών.

9. **Επιτυχημένα πρότυπα ηλεκτρονικών επιχειρήσεων και υποστήριξη κορυφαίων μικρών επιχειρήσεων**

   Δημιουργία συστημάτων, δικτύων και υπηρεσιών πληροφόρησης και επιχειρηματικής υποστήριξης, τα οποία να είναι εύκολα προσβάσιμα και κατανοητά και να ανταποκρίνονται στις επιχειρηματικές ανάγκες. Διασφάλιση της πρόσβασης των μικρών επιχειρήσεων σε ευρωπαϊκό επίπεδο σε ότι αφορά την καθοδήγηση και την υποστήριξη από μέντορες και «αγγέλους επιχειρήσεων».

10. **Ανάπτυξη ισχυρότερης και αποτελεσματικότερης εκπροσώπησης των συμφερόντων των μικρών επιχειρήσεων σε επίπεδο Ένωσης και σε εθνικό επίπεδο**

    Εφαρμογή της ανοικτής μεθόδου συντονισμού των εθνικών επιχειρηματικών πολιτικών με τη χρήση των Πολυετών Προγραμμάτων για τις Επιχειρήσεις και το Επιχειρηματικό Πνεύμα, τη διαδικασία του Κάρντιφ για τις οικονομικές μεταρρυθμίσεις, τη διαδικασία του Λουξεμβούργου για τις πολιτικές απασχόλησης και άλλα κοινοτικά προγράμματα και πρωτοβουλίες.

Η πρόοδος που παρουσιάζεται από τα κράτη μέλη για τις προτεραιότητες του χάρτη καταγράφονται στις ετήσιες εκθέσεις.

Η Έκθεση της Επιτροπής[48] προς το Συμβούλιο και το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο σχετικά με την εφαρμογή του Ευρωπαϊκού Χάρτη για τις μικρές επιχειρήσεις που ανακοινώθηκε τον Φεβρουάριο του 2005, εξετάζει διεξοδικότερα την πρόοδο που σημειώθηκε σε τρεις τομείς προτεραιότητας, οι οποίοι επιλέχθηκαν από τους συνολικά δέκα τομείς του Χάρτη:

- εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα, και ιδίως δευτεροβάθμια εκπαίδευση,
- καλύτερες νομοθετικές ρυθμίσεις, ειδικότερα εκτίμηση του αντίκτυπου και πτωχευτικό δίκαιο, και
- έλλειψη δεξιοτήτων, ιδίως μέτρα για να καλυφθεί η έλλειψη ειδικευμένων τεχνικών και μηχανικών.

Εξετάζοντας την πρόοδο στον τομέα της εκπαίδευσης για την επιχειρηματικότητα, και ιδίως της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, παρατηρείται ότι παρόλο που η εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα έχει μια οριζόντια διάσταση, το πρώτο αναγκαίο βήμα είναι η διαμόρφωση επίσημων συνδέσμων μεταξύ των διαφόρων τομέων της δημόσιας διοίκησης, κυρίως των Υπουργείων Οικονομικών και Παιδείας, με στόχο τη χάραξη συνολικής στρατηγικής.

Συνεργασία αυτού του είδους υπάρχει ήδη σε αρκετές χώρες, όπως στη Γαλλία, τις Κάτω Χώρες, τη Φινλανδία και τη Νορβηγία. Σχετικά μέτρα προς αυτή την κατεύθυνση έλαβαν και μερικά από τα νέα κράτη μέλη, και ιδίως η Λιθουανία.

Το επόμενο βήμα είναι η ανάπτυξη των επιχειρηματικών δεξιοτήτων και στάσεων που θα αναγνωρίζεται ρητά ως χωριστός στόχος στο εθνικό πρόγραμμα σπουδών των σχολείων γενικής και επαγγελματικής κατεύθυνσης στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Σε αυτό το πλαίσιο, η επιχειρηματικότητα πρέπει να γίνει αντιληπτή με την ευρύτερη έννοιά της, δηλ. όχι μόνο ως μέσο για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, αλλά και ως γενική νοοτροπία.

Μέχρι σήμερα, χώρες όπως η Τσεχία, η Ισπανία, η Ιρλανδία, η Πολωνία, η Φινλανδία και η Νορβηγία όπου το επιχειρηματικό πνεύμα αναγνωρίζεται ήδη ρητά στο πρόγραμμα σπουδών της γενικής δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης αποτελούν μειοψηφία.

Αν και υπάρχουν μερικά αξιόλογα παραδείγματα, είναι λιγοστά τα μέτρα που έχουν ληφθεί μέχρι σήμερα για την ενεργό προώθηση του θέματος. Η ανεπαρκής παροχή ειδικευμένης κατάρτισης στο διδακτικό προσωπικό εξακολουθεί να αποτελεί πρόβλημα.

Τα προγράμματα που βασίζονται στη διοίκηση πολύ μικρών εταιρειών ή εικονικών επιχειρήσεων από σπουδαστές πρέπει να αναγνωριστούν και να υποστηριχτούν από τις

[48] COM(2005) 30 τελικό

εκπαιδευτικές αρχές, αλλά και να ενσωματωθούν πληρέστερα στα προγράμματα σπουδών – όπως στην Ιρλανδία – δεδομένου ότι παρέχουν επιμελώς δοκιμασμένες μεθοδολογίες που μπορούν να προσαρμοστούν στις τοπικές συνθήκες.

Ένα ενδιαφέρον παράδειγμα υπάρχει στην Αυστρία, όπου γίνεται συστηματική χρήση των επιχειρήσεων πρακτικής εξάσκησης στη δευτεροβάθμια επαγγελματική εκπαίδευση.

Η χάραξη περαιτέρω μέτρων πολιτικής χρειάζεται ιδιαίτερα στην Κύπρο, την Ουγγαρία και τη Σλοβακία. Περισσότερες προσπάθειες πρέπει να καταβάλει και η Ελλάδα, όπου οι πρωτοβουλίες της κυβέρνησης σε αυτό τον τομέα περιορίζονται σήμερα στη δευτεροβάθμια τεχνική εκπαίδευση.

Αναφορικά με την βελτίωση των νομοθετικών ρυθμίσεων παρατηρείται ότι κατά το περασμένο έτος, αρκετές χώρες ξεκίνησαν εκτεταμένα προγράμματα για τη βελτίωση του κανονιστικού περιβάλλοντος των επιχειρήσεων και σχεδόν σε όλα τα κράτη μέλη η εκτίμηση του αντίκτυπου κατέχει πρωτεύουσα θέση στην πολιτική ατζέντα.

Οι δυσανάλογα αρνητικές επιπτώσεις για τις μικρές επιχειρήσεις σπάνια αποτελούν αντικείμενο εκτίμησης. Μόνο επτά χώρες πραγματοποιούν δοκιμές για τον αντίκτυπο στις μικρές επιχειρήσεις. Η εξαίρεση των μικρών επιχειρήσεων από ορισμένες κανονιστικές υποχρεώσεις, όπως προτείνει ο Χάρτης, μπορεί επίσης να είναι χρήσιμη για το μετριασμό του φόρτου που βαρύνει τις μικρές επιχειρήσεις. Εντούτοις, λίγες μόνο χώρες επιτρέπουν εξαιρέσεις αυτού του είδους.

Οι Κάτω Χώρες και το Ηνωμένο Βασίλειο πρωτοστατούν στη διενέργεια εκτιμήσεων του αντίκτυπου από σχετικές ρυθμίσεις. Αξιόλογη πρόοδος έχει σημειωθεί επίσης στην Πολωνία.

Η εισαγωγή διαδικασιών ηλεκτρονικής διακυβέρνησης, π.χ. στην Εσθονία και τη Λετονία, έχει βοηθήσει στις διαβουλεύσεις με τους ενδιαφερόμενους φορείς κατά τα πρώτα στάδια της σύνταξης νομοθετικών προτάσεων και της διενέργειας εκτιμήσεων αντίκτυπου, και συνιστάται σε όλους. Μολονότι έχει σημειωθεί αξιόλογη πρόοδος στη χρήση της εκτίμησης αντίκτυπου σε πολλές χώρες, η Γαλλία, η Πορτογαλία, η Σλοβενία και η Σλοβακία χρειάζεται να εντείνουν τις προσπάθειές τους σε αυτό τον τομέα.

Αναφορικά με την Νομοθεσία περί πτωχεύσεων και την διευκόλυνση για μια καινούργια αρχή παρατηρείται ότι οι υπερβολικά αυστηρές νομικές συνέπειες της πτώχευσης και οι περίπλοκες διαδικασίες πτώχευσης μπορεί να παρεμποδίσουν την επιχειρηματικότητα. Ως εκ τούτου, οι χρονοβόρες και δαπανηρές διαδικασίες πτώχευσης πρέπει να αναθεωρηθούν ή να δώσουν τη θέση τους σε νέους νόμους που θα στοχεύουν στις ταχείες, χαμηλού κόστους, προσιτές, βελτιωμένες και προβλέψιμες διαδικασίες. Οι επιχειρηματίες που χρεοκοπούν, συνήθως τα καταφέρνουν καλύτερα στο επόμενο εγχείρημά τους. Εάν δίνεται

στους χωρίς δόλο πτωχεύσαντες η δυνατότητα να προσπαθήσουν και πάλι, αυτό θα συμβάλλει θετικά στην οικονομική ανάπτυξη. Το νέο ξεκίνημα πρέπει, επομένως, να γίνει ευκολότερο για τους έντιμους επιχειρηματίες.

Τα μισά κράτη μέλη αναθεώρησαν την εθνική τους νομοθεσία περί πτωχεύσεων ή ξεκίνησαν τη σχετική διαδικασία. Ενδιαφέρον πρόσφατο παράδειγμα είναι η Ισπανία, η οποία βελτίωσε ουσιωδώς την περί αφερεγγυότητας νομοθεσία της. Όσον αφορά τις διαδικασίες εξυγίανσης και αναδιάρθρωσης που στοχεύουν στην επιβίωση και τη συνέχιση της λειτουργίας βιώσιμων επιχειρήσεων, δεν υπάρχουν σε όλες τις χώρες, ενώ και εκεί που υπάρχουν συνήθως χρειάζονται βελτίωση. Ο νέος Γαλλικός νόμος περί εξυγίανσης επιχειρήσεων, που στοχεύει στον έγκαιρο εντοπισμό των οικονομικών δυσχερειών και προωθεί τη δεύτερη ευκαιρία, καθώς και το Ολλανδικό πρόγραμμα για Αναδιαπραγμάτευση χρεών για επιχειρηματίες, που στοχεύει στον εκσυγχρονισμό της διαδικασίας εξωδικαστικής ρύθμισης των οφειλών, αποτελούν πολλά υποσχόμενες εξελίξεις.

Η έγκαιρη λήψη μέτρων μπορεί να αυξήσει αισθητά τις πιθανότητες εξυγίανσης μιας επιχείρησης που αντιμετωπίζει οικονομικές δυσκολίες. Για να αυξηθούν οι πιθανότητες εξυγίανσης, πρέπει να παρέχονται στους επιχειρηματίες που αντιμετωπίζουν οικονομικές δυσκολίες συμβουλές με χαμηλό κόστος - όπως συμβαίνει στο Κέντρο αντιμετώπισης δυσχερειών για αυτό-απασχολούμενους και μικρές επιχειρήσεις στην περιφέρεια Βρυξελλών-Πρωτεύουσας στο Βέλγιο και στη Φωνή των επιχειρηματιών στις Κάτω Χώρες. Η συνεχής υποστήριξη από επιχειρηματικούς συνεταίρους, χρηματοδότες, πιστωτές και άλλους ενδιαφερόμενους μπορεί να βοηθήσει τον επιχειρηματία που αντιμετωπίζει πρόβλημα να αποφύγει την άσκοπη έξοδο από την αγορά και πρέπει να ενθαρρυνθεί. Για να αμβλυνθεί το στίγμα της αποτυχίας, η στάση των δημόσιων αρχών απέναντι στην πτώχευση πρέπει γενικά να είναι περισσότερο προορατική ώστε να ενθαρρύνεται η προληπτική δράση παρά να επιβάλλονται ποινικές ρήτρες για καθυστέρηση εργασιών.

Αν και έχουν ληφθεί αρκετά νέα μέτρα για τη βελτίωση των διαδικασιών πτώχευσης και αναδιάρθρωσης και για την προώθηση του νέου ξεκινήματος, σε ορισμένες χώρες χρειάζονται περισσότερες ενέργειες. Π.χ., δεν έχει σημειωθεί καμία πρόοδος σε αυτό τον τομέα στην Ελλάδα, ενώ δεν υπάρχουν μηχανισμοί έγκαιρης προειδοποίησης στο Λουξεμβούργο. Επί πλέον, οι διαδικασίες πτώχευσης που εστιάζουν στην εκκαθάριση στη Σλοβακία και οι διαδικασίες αναδιάρθρωσης στην Πολωνία είναι ακόμη δαπανηρές και περίπλοκες. Αν και έχει σημειωθεί πρόοδος, μερικές φορές η στόχευση των μέτρων που λαμβάνονται δεν συνάδει με τις συστάσεις του προγράμματος βέλτιστης διαδικασίας με θέμα «Αναδιάρθρωση, πτώχευση και νέο επιχειρηματικό ξεκίνημα». Για παράδειγμα, στην Τσεχία και την Πορτογαλία, οι αναθεωρημένοι νόμοι περί αφερεγγυότητας θα ενισχύσουν τη θέση των πιστωτών, θέτοντας κατ' αυτό τον τρόπο σε κίνδυνο τα νέα χαρακτηριστικά που εισήχθησαν για να προωθηθεί η συνέχιση της λειτουργίας των βιώσιμων επιχειρήσεων.

Αναφορικά με την Αντιμετώπιση των ελλείψεων σε δεξιότητες και την μεγαλύτερη προσαρμογή της εκπαίδευσης και της κατάρτισης στις ανάγκες των επιχειρήσεων, παρατηρείται ότι οι περισσότερες χώρες παρακολουθούν τις τρέχουσες και τις μελλοντικές ανάγκες σε δεξιότητες με ολοένα και πιο συστηματικές διαδικασίες και σε συνεργασία με άλλους ενδιαφερόμενους φορείς, όπως είναι ο επιχειρηματικός κόσμος, οι κοινωνικοί εταίροι, οι περιφερειακές και κλαδικές οργανώσεις. Μερικές χώρες με παραδοσιακούς δεσμούς μεταξύ των πανεπιστημίων και των επιχειρήσεων, όπως η Σουηδία, έχουν θεσπίσει θεσμικό πλαίσιο για αυτή τη συνεργασία. Άλλες χώρες διευκολύνουν αυτούς τους δεσμούς με χρηματοδότηση, έρευνες, κλαδικές πρωτοβουλίες ή προγράμματα συνδυασμού της φοίτησης σε σχολείο της δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης με εργασιακή κατάρτιση, όπως συμβαίνει στην Ιταλία.

Χάρη στην τακτική παρακολούθηση των δεξιοτήτων, τα κράτη μέλη αναθεωρούν σταδιακά τις πολιτικές τους για την εκπαίδευση και την κατάρτιση και τις προσαρμόζουν καλύτερα στις τρέχουσες και στις προβλεπόμενες διαρθρωτικές αλλαγές στην αγορά εργασίας. Η συμμετοχή όλων των εταίρων, και ιδίως των επιχειρήσεων, στη διαμόρφωση και τον καθορισμό της ύλης των μαθημάτων της εκπαίδευσης και της επαγγελματικής κατάρτισης πρέπει να συνεχιστεί και να ενταθεί. Τα συστήματα μαθητείας ανανεώνονται και γίνονται ελκυστικότερα, π.χ. στη Γαλλία, και επίσης προσαρμόζονται καλύτερα στις ανάγκες της αγοράς, όπως στην Αυστρία. Επί πλέον, η τεχνική εκπαίδευση ενισχύεται και η άτυπη εκπαίδευση αναγνωρίζεται επισήμως σε ολοένα μεγαλύτερο βαθμό.

Η σημασία της δια βίου μάθησης τονίζεται συχνά, αν και είναι λίγες οι χώρες που αποτυπώνουν ένα ολοκληρωμένο σύστημα για την προαγωγή της. Οι νέες δυνατότητες μάθησης, π.χ. ηλεκτρονική μάθηση και ομαδοποίηση της παρεχόμενης κατάρτισης, διερευνώνται σε λίγες μόνο χώρες, όπως η Ιρλανδία, η Σλοβενία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Πρέπει να αυξηθούν τόσο οι δημόσιες όσο και οι ιδιωτικές επενδύσεις για την ανάπτυξη νευραλγικών ικανοτήτων των ανθρώπων καθ' όλη τη διάρκεια του βίου.

Η καθοδήγηση και η ευαισθητοποίηση μπορούν να βοηθήσουν στη βελτίωση της εικόνας ορισμένων επαγγελμάτων και να στρέψουν τους νέους σε υποσχόμενες σταδιοδρομίες με σοβαρές μελλοντικές προοπτικές, όπως η εφαρμοσμένη μηχανική και άλλες ειδικεύσεις στις τεχνολογικές επιστήμες και στις τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνιών. Τα κράτη μέλη, όπως και οι επιχειρηματικές και επαγγελματικές οργανώσεις αντιμετωπίζουν αυτό το θέμα σε όλο και μεγαλύτερο βαθμό με την πληροφόρηση και τον επαγγελματικό προσανατολισμό, σχετικές τηλεοπτικές εκπομπές και εκπαιδευτικά εργαστήρια επιστημών. Στις ενδιαφέρουσες εξελίξεις περιλαμβάνονται οι πρωτοβουλίες κλαδικών οργανώσεων στη Γερμανία και την Ιρλανδία.

Στους τομείς με περιθώρια βελτίωσης περιλαμβάνεται μεταξύ άλλων η παρακολούθηση των δεξιοτήτων σε ομοσπονδιακό και περιφερειακό επίπεδο στο Βέλγιο προκειμένου να εξασφαλιστεί μεγαλύτερη κινητικότητα ανάμεσα στις περιφέρειες της χώρας. Η Τσεχία, η Ελλάδα και η Σλοβακία πρέπει να αναπτύξουν τους δεσμούς μεταξύ πανεπιστημίων και επιχειρήσεων, ενώ η Ιταλία μπορεί να εντείνει τις προσπάθειές της για την υποστήριξη της εξειδικευμένης κατάρτισης στις επιχειρήσεις.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή με τη σειρά της υιοθετεί Πολυετή Προγράμματα για τις Επιχειρήσεις και την Επιχειρηματικότητα ως μηχανισμό ενίσχυσης των τομέων παρέμβασης του Ευρωπαϊκού Χάρτη για τις ΜΜΕ τα οποία μαζί με την ενίσχυση των Διαρθρωτικών Ταμείων δίνει την δυνατότητα στα κράτη μέλη να εφαρμόσουν πολιτικές και να υλοποιήσουν παρεμβάσεις προκειμένου να επιτύχουν τις δεσμεύσεις που υπαγορεύονται από τον Χάρτη και την Απόφαση της Λισσαβόνας.

Οι ορθές πρακτικές που προσδιορίζονται στις ετήσιες εκθέσεις σχετικά με την εφαρμογή του Χάρτη συνιστούν σημαντικό ταμίευμα γνώσεων. Ακριβώς αυτός ο προσδιορισμός, η διάδοση και η ενεργός χρήση αυτών των γνώσεων αντανακλούν την πραγματική προστιθέμενη αξία της διαδικασίας του Χάρτη. Οι ετήσιες διασκέψεις για τον Ευρωπαϊκό Χάρτη με σκοπό την προώθηση και την εξέταση ορθών πρακτικών συμβάλλουν επιτυχώς στη δημιουργία του εναύσματος για πιο αμφίδρομη ανταλλαγή εμπειριών.

Κάθε χρόνο, προτεραιότητα δίδεται σε ορισμένους τομείς του Χάρτη, οι οποίοι επιλέγονται κατόπιν συζητήσεων με τα κράτη μέλη. Στο πλαίσιο των προσπαθειών για ανίχνευση και ανταλλαγή ορθών πρακτικών, το ενδιαφέρον για την περίοδο 2006-2007 επικεντρώνεται στους ακόλουθους τρεις τομείς:

(1) Λιγότερο δαπανηρή και ταχύτερη διαδικασία εκκίνησης, κυρίως μέσω της δημιουργίας υπηρεσιών "μονοθυριδικής" πρόσβασης

(2) Βελτίωση της πρόσβασης σε διοικητικές υπηρεσίες απευθείας σύνδεσης ("ηλεκτρονική διακυβέρνηση")

(3) Φορολογία

Τα κράτη μέλη και η Νορβηγία συμμετείχαν σ' αυτή τη διαδικασία και πρότειναν συνολικά 127 περιπτώσεις. Οι χώρες αυτές εκλήθησαν, προτού υποβάλουν τις προτάσεις τους, να συμβουλευτούν τις εθνικές τους επιχειρηματικές οργανώσεις.

° Πολυετές Πρόγραμμα (ΜΑΡ)

Εργαλείο για την εφαρμογή του Ευρωπαϊκού Χάρτη είναι το πολυετές Πρόγραμμα για τις επιχειρήσεις και την επιχειρηματικότητα (ΜΑΡ) 2001-2006 το οποίο για την προαναφερόμενη περίοδο έχει προϋπολογισμό για χρηματοδοτικά μέσα 512 εκ. € . Το ΜΑΡ σχεδιάστηκε αρχικά για να καλύψει την περίοδο 2001-2005.Προκειμένου να μην διακοπεί η δράση μέχρι την έναρξη του διάδοχου προγράμματος στο πλαίσιο των δημοσιονομικών προοπτικών το ΜΑΡ παρατάθηκε το Δεκέμβριο του 2006.

Οι τομείς Δράσης είναι :

- Ενίσχυση της ανάπτυξης και της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στο πλαίσιο μιας διεθνοποιημένης οικονομίας που βασίζεται σε γνώση
- Προώθηση επιχειρηματικότητας
- Απλούστευση και βελτίωση του διοικητικού και κανονιστικού περιβάλλοντος των επιχειρήσεων ιδίως για την προώθηση της έρευνας ,της καινοτομίας και της δημιουργίας επιχειρήσεων
- Βελτίωση του χρηματοοικονομικού περιβάλλοντος των επιχειρήσεων ιδίως των ΜΜΕ
- Διευκόλυνση της πρόσβασης των επιχειρήσεων στις υπηρεσίες υποστήριξης δίκτυα και στη βελτίωση του συντονισμού τους

Τα χρηματοδοτικά μέσα του ΜΑΡ έχουν σαν στόχο την τη βελτίωση του οικονομικού περιβάλλοντος για τα τις επιχειρήσεις και ειδικά τις ΜΜΕ .

Στο τέλος του 2005 ,πάνω από 277.000 επιχειρήσεις είχαν επωφεληθεί από το μηχανισμό στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας για την ανάπτυξη και την απασχόληση και του ΜΑΡ.

Η αξιολόγηση των σχεδίων χρηματοδοτικής συνδρομής Εγγυήσεων Κεφαλαίου για τις ΜΜΕ[49] έδειξε ότι τα χρηματοδοτικά μέσα ΜΑΡ είναι αποτελεσματικά και αποδοτικά. Σύμφωνα πάντα με την αξιολόγηση έχουν ιδιαίτερη επιτυχία όσον αφορά την προσθετικότητα και συμπληρώνουν τα σχέδια σε επίπεδο κρατών μελών .

[49] Η στρατηγική αξιολόγησης των σχεδίων χρηματοδοτικής συνδρομής ΕΚ για τις ΜΜΕ, μια έκθεση της Deloitte&Touche για την Ευρωπαϊκή Επιτροπή (Γενική Διεύθυνση Προϋπολογισμού),Δεκέμβριος 2003

° *Πράσινη Βίβλος για την Επιχειρηματικότητα*

Το Συμβούλιο ως επόμενο βήμα ζήτησε να αναληφθεί δράση υπέρ των μικρών επιχειρήσεων και της επιχειρηματικότητας για τον σκοπό αυτό εξέδωσε την **«Πράσινη Βίβλο για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη»** με σκοπό να εμπλέξει όσο το δυνατό περισσότερους φορείς στην κατάρτιση της μελλοντικής πολιτικής ατζέντας.

Η διαβούλευση της Πράσινης Βίβλου που ακολούθησε με οργανώσεις και εκπροσώπους του Επιχειρηματικού κόσμου στο σύνολο της Ε.Ε ,έφερε στην επιφάνεια την ανάγκη λειτουργίας αποτελεσματικότερων δομών παροχής υπηρεσιών στήριξης συνοδευτικών υπηρεσιών και αναδοχής των νέων επιχειρήσεων (mentoring)και κατάλληλων δομών επαγγελματικής κατάρτισης.

Η Πράσινη Βίβλος για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη είναι ένα κείμενο της ΕΕ που συντάχθηκε ,αξιοποιώντας την προηγούμενη εμπειρία και παράλληλα αποβλέποντας στην ενθάρρυνση ανάληψης και νέων πρωτοβουλιών. Είναι ένα κείμενο μέσω του οποίου τίθενται ερωτήματα και γίνεται εκτίμηση τόσο της κατάστασης όσον αφορά την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη, όσο και των διαθέσιμων πολιτικών επιλογών που την αφορούν. Επιδιώκεται, η Πράσινη Βίβλος για την επιχειρηματικότητα, να αποτελέσει τη βάση για τη συμμετοχή όσο το δυνατόν ευρύτερων ομάδων ενδιαφερομένων στη συζήτηση για τη μελλοντική διαμόρφωση αποτελεσματικότερης πολιτικής για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη.

Μεγάλος αριθμός συμμετεχόντων στη διαβούλευση της Πράσινης Βίβλου στήριξε την πρόταση για μια συντονισμένη προσέγγιση των πολιτικών και προγραμμάτων στήριξης της επιχειρηματικότητας. Έχει προταθεί δηλαδή η γενίκευση της ανοικτής μεθόδου συντονισμού που ακολουθεί η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στις εθνικές αλλά και τις περιφερειακές πολιτικές και προγράμματα για στήριξη της επιχειρηματικότητας. Σε πολλά κράτη- μέλη αναπτύσσεται προβληματισμός για την υιοθέτηση συστημάτων συγκριτικής αξιολόγησης των περιφερειακών προγραμμάτων για την επιχειρηματικότητα και των συναφών με αυτά εργαλεία και παρεμβάσεις (προγράμματα για την καινοτομία, την απασχόληση και άλλους κρίσιμους τομείς πολιτικής σε περιφερειακό επίπεδο).

Βάσει εκτεταμένων ερευνών αναλύσεων δημοσκοπήσεων και εμπειριών σε επίπεδο πολιτικής, η Πράσινη Βίβλος έθεσε δέκα ερωτήματα όσον αφορά δύο θεμελιώδη ζητήματα για την Ευρώπη: πώς θα αυξηθεί ο αριθμός των επιχειρηματιών και πώς θα δοθεί δυνατότητα σε περισσότερες επιχειρήσεις να αναπτυχθούν.

Το κείμενο της Πράσινης Βίβλου για την Επιχειρηματικότητα έχει βασιστεί στις ακόλουθες διαπιστώσεις, που προέρχονται από συλλογή στοιχείων και έρευνες που πραγματοποιήθηκαν σε επιχειρήσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης:

1. Κατά το διάστημα των τελευταίων δεκαετιών είναι εμφανής, στον ευρωπαϊκό τουλάχιστον χώρο, η αύξηση του αριθμού των ΜΜΕ και του ρόλου τους στις οικονομικές και κοινωνικές εξελίξεις. Παράλληλα οι διαρθρωτικές αλλαγές της οικονομίας και οι διαφοροποιήσεις στην αγορά της ΕΕ (δημιουργία εσωτερικής αγοράς) ευνοούν όλο και περισσότερο την ανάπτυξη ΜΜΕ, και μάλιστα των επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών.

2. Η σε ευρεία κλίμακα επιχειρηματική δραστηριοποίηση των ατόμων (κυρίως σε ΜΜΕ) είναι, σύμφωνα με τα αποτελέσματα ερευνών, σημαντικό εργαλείο ανάπτυξης, ενίσχυσης της οικονομικής και κοινωνικής συνοχής, δημιουργίας θέσεων εργασίας, ώθησης της παραγωγικότητας και ανταγωνιστικότητας της οικονομίας, ικανοποίησης ποικίλων καταναλωτικών αναγκών και εφαρμογής οικονομικών και κοινωνικών πολιτικών. Επίσης η ανάπτυξη επιχειρηματικότητας αποτελεί σημαντική πηγή ικανοποίησης ατομικών αναγκών των ίδιων των πολιτών, όπου περιλαμβάνονται τόσο οι υλικές ανάγκες όσο και η επαγγελματική καταξίωση.

3. Η ανάπτυξη όμως της επιχειρηματικότητας, η ίδρυση και η λειτουργία των μικρών κυρίως επιχειρήσεων «σκοντάφτει» σε μία σειρά από εμπόδια και προβλήματα που συνοψίζονται στα εξής:

- Διοικητικές δυσκολίες και γραφειοκρατία κατά την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας ή/και κατά την λειτουργία της επιχείρησης.
- Δυσκολία ανεύρεσης τουλάχιστον του αρχικού κεφαλαίου.
- Δυσκολίες που προέρχονται από το ύψος της φορολογίας και τις κοινωνικές–ασφαλιστικές επιβαρύνσεις για τους αυτοαπασχολούμενους (ή τους δυνάμει αυτοαπασχολούμενους).
- Δυσκολίες αντιμετώπισης του ανταγωνισμού εντός της ΕΕ, αλλά και διεθνώς.
- Προβλήματα που δημιουργούνται από τον σχετικό αποκλεισμό ομάδων πληθυσμού από την ανάπτυξη επιχειρηματικότητας. Τέτοιες ομάδες είναι οι εθνοτικές μειονότητες, οι γυναίκες, τα νεαρά άτομα κλπ.
- Προβλήματα χωρικού–περιφερειακού αποκλεισμού.
- Ελλείψεις σε γενικότερη γνώση και αντίληψη περί επιχειρηματικότητας και εναλλακτικών λύσεων, καθώς και εμπόδια που έχουν να κάνουν με τις ανάγκες σε εξειδικευμένη γνώση, εκπαίδευση – κατάρτιση και δεξιότητες, σε σχέση με τις διαθέσιμες.

- Κίνδυνοι (οικονομική ανασφάλεια, κοινωνική κατακραυγή) και αποθάρρυνση που προέρχονται από την προοπτική μίας επιχειρηματικής αποτυχίας, σε σχέση με τις πιθανότητες και το μέγεθος της αναμενόμενης ανταμοιβής από μία επιτυχή επιχειρηματική δραστηριοποίηση.

- Προτιμήσεις των Ευρωπαίων, που στην πλειοψηφία τους στρέφονται προς το καθεστώς του μισθωτού παρά του αυτοαπασχολούμενου.

Η ΕΕ πιστεύει ότι οι μακροοικονομικές πολιτικές που εκπονεί, με προσανατολισμό την ανάπτυξη και τη σταθερότητα, αποτελούν προϋπόθεση για δημιουργία ευνοϊκού κλίματος για επιχειρηματικές πρωτοβουλίες. Παρόλ' αυτά θεωρεί ότι η εφαρμογή επιμέρους πολιτικών για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας είναι απαραίτητη. Οι πολιτικές αυτές θα πρέπει να στοχεύουν στην άρση των εμποδίων – προβλημάτων και στην ενίσχυση και ενθάρρυνση του επιχειρηματικού πνεύματος και της δημιουργίας κατάλληλου περιβάλλοντος σε όλες τις χώρες– μέλη.

Σύμφωνα με την Πράσινη Βίβλο για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη, απαιτείται μία συντονισμένη προσέγγιση απ' όλους τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής για την επιχειρηματικότητα, λόγω κυρίως του οριζόντιου χαρακτήρα της. Απαραίτητη επίσης είναι η ανταλλαγή εμπειριών μεταξύ των κρατών– μελών, καθώς οι επιδόσεις ποικίλλουν και η αποτελεσματικότητα των μέτρων πολιτικής επηρεάζεται σημαντικά από το διαφορετικό εθνικό και περιφερειακό πλαίσιο. Κάτω από αυτό το σκεπτικό, η ΕΕ προωθεί «τρεις πυλώνες δράσης για μια κοινωνία που θα βασίζεται στην επιχειρηματικότητα».

1ος πυλώνας δράσης: Άρση των φραγμών στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων

Στις επιδιώξεις της δράσης αυτής περιλαμβάνονται:

- Καθορισμός ευρωπαϊκών δεικτών συγκριτικής αξιολόγησης όσον αφορά το χρόνο και το κόστος δημιουργίας μιας επιχείρησης. Οι κυβερνήσεις των κρατών– μελών θα πρέπει να συμμορφωθούν και να ενημερώσουν το κοινό.

- Βελτίωση της λειτουργίας της εσωτερικής αγοράς, μείωση της γραφειοκρατίας, παροχή προτεραιότητας στις μικρές επιχειρήσεις.

- Προώθηση εναλλακτικών δυνατοτήτων χρηματοδότησης (έναντι των τραπεζικών δανείων), βελτίωση των ήδη διαθέσιμων πηγών χρηματοδότησης (περιλαμβανομένων φορολογικών και θεσμικών μέτρων), διευκολύνσεις στην εξεύρεση και χρησιμοποίησή τους.

- Παροχή δυνατοτήτων πρόσβασης των επιχειρηματιών ΜΜΕ σε εργαζόμενους με ειδικά προσόντα, καθώς και υποστήριξής τους στην προσπάθεια ανάπτυξης

δεξιοτήτων που απαιτούνται για την προσαρμογή της επιχείρησης στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς.

- Δημιουργία συνθηκών βελτίωσης της ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων και των υπηρεσιών στήριξης (μέσω τεχνολογιών πληροφοριών– επικοινωνίας)

- Δημιουργία δικτύων επιχειρήσεων προκειμένου οι επιχειρηματίες να έχουν, μέσω της συνεργασίας, καλύτερη πρόσβαση σε νέες ιδέες, στη γνώση και την τεχνολογία, σε νέους εταίρους κλπ.

- Εκτίμηση των εμποδίων– κινήτρων που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις των κρατών–μελών και των υπό ένταξη κρατών.

2ος πυλώνας δράσης: Εξισορρόπηση κινδύνων και ανταμοιβών σε επίπεδο επιχειρηματικότητας
Περιλαμβάνει:

- Επανεξέταση των φορολογικών διατάξεων και της κοινωνικής ασφάλισης, λαμβάνοντας υπόψη τις επιπτώσεις που έχουν στη βούληση των ατόμων για ίδρυση μιας νέας επιχείρησης.

- Ενθάρρυνση εξαγοράς υπάρχουσας επιχείρησης και αντιμετώπιση των αρνητικών επιπτώσεων από πτωχεύσεις.

3ος πυλώνας δράσης: Μία κοινωνία που προκρίνει την επιχειρηματικότητα
Με τη δράση αυτή η ΕΕ προτρέπει στην ανάπτυξη επιχειρηματικού πνεύματος μέσα στην κοινωνία μέσω:

- Ενημερωτικών εκστρατειών, για την ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων, που θα απευθύνονται σε ομάδες πληθυσμού με ευαισθησία στο θέμα, όπως επιχειρηματικές οργανώσεις, σύμβουλοι, τοπικές κοινότητες και περιφέρειες, επενδυτές, πανεπιστήμια, σχολεία και άλλοι, προκειμένου να στηρίξουν τους μελλοντικούς επιχειρηματίες.

- Διερεύνησης δυνατοτήτων και τρόπων εκπαίδευσης σε θέματα επιχειρηματικότητας στα πλαίσια του ωρολογίου προγράμματος των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων.

- Εξεύρεσης άλλων τρόπων προώθησης της επιχειρηματικότητας από τους αρμόδιους επιχειρηματικούς και κρατικούς φορείς.

° *Σχέδιο Δράσης για την επιχειρηματικότητα*

Στο πλαίσιο παρακολούθησης των κατευθύνσεων της Πράσινης Βίβλου, το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο ζήτησε από την Επιτροπή τον Μάρτιο του 2003 τη σύνταξη ενός Σχεδίου Δράσης για την προαγωγή του επιχειρηματικού πνεύματος στη Ευρώπη.

Το Σχέδιο δράσης που υιοθετήθηκε το 2004[50] παρέχει το στρατηγικό πλαίσιο για την τόνωση της επιχειρηματικότητας και περιλαμβάνει 5 στρατηγικούς τομείς για την επιχειρηματικότητα στη Ευρώπη, οι οποίοι προβλεπόταν να αποτελέσουν και τη βάση της εν λόγω διαδικασίας ανοικτής μεθόδου συντονισμού. Οι τομείς παρουσιάζονται συνοπτικά παρακάτω:

- **Ενίσχυση (τροφοδότηση) της επιχειρηματικής κουλτούρας**:

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενθαρρύνει τα κράτη- μέλη να επεκτείνουν την εισαγωγή της επιχειρηματικότητας στην εκπαίδευση με ενέργειες και εργαλεία υποστηρικτικά των μαθημάτων, υψηλού επιπέδου εκπαίδευση των καθηγητών και συνεργασία με τις επιχειρήσεις των περιοχών τους.

Συνολικά σε ευρωπαϊκό επίπεδο διαπιστώνεται μια αισθητή πρόοδος στην υιοθέτηση της επιχειρηματικότητας από τα εκπαιδευτικά προγράμματα στα κράτη μέλη καθώς και των πρακτικών «μαθητείας στην επιχειρηματικότητα» όπως οι mini- επιχειρήσεις σε εκπαιδευτικά ιδρύματα και άλλες πρακτικές. Η ίδια η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αναλαμβάνει σχετικές πρωτοβουλίες όπως «η ημέρα του επιχειρηματία» στο πλαίσιο του δικτύου PAXIS και Eurocities.

Περίπου 15% των σχολείων δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης στην Ε.Ε προσφέρουν προγράμματα προώθησης του επιχειρηματικού πνεύματος αλλά 1-2% από τους μαθητές συμμετέχουν σε αυτά.

- **Ενθάρρυνση περισσοτέρων πολιτών να γίνουν επιχειρηματίες**

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θέτει σε προτεραιότητα την ανάγκη λήψης μέτρων από τα κράτη-μέλη προκειμένου να αντιμετωπισθούν τα προβλήματα και οι αποκλίσεις όσον αφορά την επιχειρηματική αποτυχία (πτώχευση) και την ανασφάλεια των νέων επιχειρηματιών (ανάγκη επαρκούς ασφαλιστικής κάλυψης του μικρού νέου επιχειρηματία). Αναδεικνύεται ξανά ανάγκη λήψης μέτρων για ενθάρρυνση της μεταβίβασης επιχειρήσεων γιατί σύμφωνα με στοιχεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής η λειτουργία επιχειρήσεων που προέρχονται από μεταβίβαση επιχειρήσεων παρουσιάζει στατιστικά αποδεδειγμένα μικρότερους κινδύνους αποτυχίας σε σχέση με την ίδρυση νέων.

[50] European Commission ,The Action Plan:The European Agenda for Entrepreneurship,COM(2004)70 final of 11.02.2004

Η διεύρυνση της επιχειρηματικής δραστηριότητας προς νέες κατηγορίες του πληθυσμού αποτελεί επίσης στόχο που αναλύεται όχι μόνο ως προς διεύρυνση της επιχειρηματικότητας προς συγκεκριμένες ομάδες πληθυσμού, αλλά και την αξιοποίηση των δυνατοτήτων που προσφέρει η κοινωνική οικονομία για την ανάπτυξη νέων μορφών επιχειρήσεων σε τομείς που αποδεδειγμένα η κοινωνική οικονομία προσφέρει εναλλακτικές δυνατότητες για τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων και θέσεων εργασίας (ποιότητα ζωής, φροντίδα στο άτομο, κοινωνική ενσωμάτωση, πολιτισμός, περιβάλλον).

- **Προσανατολισμός των επιχειρήσεων στην ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα**:.

Στο πλαίσιο αυτό προτείνονται παρεμβάσεις για την εξασφάλιση εξατομικευμένης υποστήριξης προς τις γυναίκες και τους προερχόμενους από μειονότητες, επιχειρηματίες. Ως τομέας προτεραιότητας για τις υποστηρικτικές υπηρεσίες προκρίνεται η πλαισίωση των μικρών επιχειρήσεων στην προσπάθεια διεθνοποίησης τους. Παράλληλα, προτείνεται η διευκόλυνση των ΜΜΕ στην προσπάθεια τους να αξιοποιήσουν τα επιτεύγματα της οικονομίας της γνώσης καθώς και η συστηματική οργάνωση της αξιοποίησης των αποτελεσμάτων της εφαρμοσμένης έρευνας στα Πανεπιστήμια.

Στο πλαίσιο του σχεδίου Δράσης για την επιχειρηματικότητα αντιμετωπίσθηκαν πρακτικά θέματα όπως υποβοήθηση για την προετοιμασία των ΜΜΕ για υποβολή αιτήσεων για δάνεια σύμφωνα με την Βασιλεία 11,μεταβίβαση επιχειρήσεων από ένα επιχειρηματία σε άλλο και προώθηση διασύνδεσης μεταξύ των Κέντρων Αναδιανομής (Innovation Relay Centres), προώθηση των δικτύων , και πρωτοβουλιών νέων εταιρικών σχέσεων και συστάδων επιχειρήσεων (clusters) προκειμένου να στηριχθούν οι νέοι επιχειρηματίες ώστε να αναπτύξουν στρατηγικές συμμαχίες, να αποκτήσουν πρόσβαση στην τεχνογνωσία και τις συνεργασίες. Επίσης ενισχύθηκε ρόλος των Ευρωπαϊκών Κέντρων ταυτόχρονα με τις προσπάθειες για εξορθολογισμό και συντονισμό των μέσων και δομών υποστήριξης προς τις επιχειρήσεις της Ε.Ε.

Παράλληλα, το 2004 αποφασίστηκε η διεύρυνση του πεδίου εφαρμογής της απαλλαγής, ως προς την υποχρέωση της γνωστοποίησης των κρατικών ενισχύσεων που κατευθύνονται σε δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης των ΜΜΕ, γεγονός που έρχεται να δημιουργήσει εντελώς νέα δεδομένα στο πλαίσιο διαχείρισης και παρακολούθησης των κρατικών ενισχύσεων συνολικά.

Στο Σχέδιο Δράσης της Επιτροπής για την Καινοτομία (παρουσιάζεται στην συνέχεια) εισάγονται οι βάσεις για την προώθηση της καινοτομίας μέσω της ανταλλαγής περιφερειακών εμπειριών και παραδειγμάτων ως προς την πολιτική καινοτομίας, τους μηχανισμούς μεταφοράς τεχνογνωσίας και την προώθηση του ηλεκτρονικού επιχειρείν.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή αποφάσισε την ενίσχυση των δικτύων που διαχειρίζεται (EIC, IRC, BIC) με διοικητικά, τεχνικά και ηλεκτρονικά μέσα , ώστε να δώσει πρώτη το στίγμα μιας συστηματικής προσπάθειας προσέγγισης των ΜΜΕ ειδικά της ευρωπαϊκής περιφέρειας με μηχανισμούς παραγωγής και διαχείρισης της καινοτομίας, χρηματοδότηση, μέντορες, εμπορικούς και στρατηγικούς εταίρους. Σύμφωνα με τις κατευθύνσεις της, τα κράτη- μέλη και οι εθνικοί/ περιφερειακοί μηχανισμοί θα πρέπει να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις τους να αποκτήσουν πρόσβαση στους εν λόγω μηχανισμούς.

Τέλος, στο πλαίσιο της πολιτικής για ενθάρρυνση της συγκρότησης επιτυχημένων συστάδων επιχειρήσεων (clusters) η Επιτροπή αποφάσισε την εκπόνηση, σε συνεργασία με αναγνωρισμένους επικεφαλής τέτοιων συστάδων επιχειρήσεων σε ευρωπαϊκό επίπεδο, ενός μοντέλου που θα επιτρέπει τη σύναψη στρατηγικών δεσμών μεταξύ των clusters που δημιουργούνται στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Βάση αυτού του μοντέλου φαίνεται να αποτελούν τα αποτελέσματα του προγράμματος «Καινοτόμες Περιφέρειες στην Ευρώπη» με το οποίο επιχειρήθηκε η ανάλυση των εθνικών πολιτικών ως προς τα clusters και η συγκριτική παρουσίαση εμπειριών σε περιφερειακό επίπεδο.

- **Βελτίωση της ροής χρηματοδότησης προς τις ΜΜΕ**

Προωθείται η διεύρυνση της χρήσης χρηματοδοτικών εργαλείων και γίνεται η επισήμανση για την ανάγκη συνεργασίας με τις εθνικές και περιφερειακές αρχές, ώστε οι μηχανισμοί υποστήριξης των επιχειρήσεων να προβλέψουν υπηρεσίες που επιτρέπουν την καλύτερη και ακριβέστερη εκτίμηση του τραπεζικού κινδύνου μέσα σε ένα χρηματοοικονομικό περιβάλλον συνεχώς εξελισσόμενο.

Εξετάζονται για πρώτη φορά οι δυνατότητες επέκτασης του δανεισμού και των ωφελημάτων της εγγυοδοσίας προς τις μικρές επιχειρήσεις και της μεταβίβασης του βάρους των μικρών δανείων από το ενεργητικό των τραπεζών σε θεσμικούς αναπτυξιακούς επενδυτές μέσω διαδικασιών τιτλοποίησης.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή σκοπεύει να εντείνει τις προσπάθειες και πρωτοβουλίες για να βελτιωθεί η διαθεσιμότητα επιχειρηματικών κεφαλαίων, η χρηματοδότηση από επιχειρηματικούς αγγέλους και η ανάπτυξη περαιτέρω της δραστηριότητας μικρό- αγγέλων για χρηματοδοτήσεις μικρής κλίμακας .

Διοικητικό και κανονιστικό πλαίσιο ευνοϊκότερο για τις ΜΜΕ:

Το Σχέδιο Δράσης ολοκληρώνεται με μια σειρά προτάσεων που έχουν να κάνουν με την απλοποίηση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος ειδικότερα στους τομείς της φορολογίας, του προσωπικού και της αδειοδότησης. Τα κράτη-μέλη αναλαμβάνουν την υποχρέωση να

προσφέρουν στις ΜΜΕ την αναγκαία βοήθεια ώστε οι επιχειρήσεις να αντεπεξέρχονται χωρίς κόστος και δυσκολίες.

Οι ΜΜΕ πρέπει να είναι από τους πρώτους αποδέκτες του προγράμματος της ευρωπαϊκής διακυβέρνησης, για βελτίωση της νομοθεσίας, αξιολόγηση των επιπτώσεων και διαβούλευση με τους εταίρους. Η στρατηγική για την εσωτερική αγορά την περίοδο 2003-2006 προβλέπει τη διευκόλυνση της συμμετοχής των ΜΜΕ στις δημόσιες προμήθειες και τη συμμετοχής τους στη "normalization" μέσω της NORMAPME.

Στο σύνολο τους οι πρωτοβουλίες του Σχεδίου Δράσης για την Επιχειρηματικότητα ήταν 36 από τις οποίες το 90% έχουν ήδη υλοποιηθεί.

Αποδεικνύεται ότι είναι ένα ανεκτίμητο εργαλείο που συνεισφέρει στους κοινούς στόχους στρατηγικής για ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας .Η προώθηση της επιχειρηματικότητας είναι βασικό στοιχείο του Προγράμματος για την Ανταγωνιστικότητα και την Καινοτομία που παρουσιάζεται στην συνέχεια .

ΣΤ.1.3 Πολιτική για την Καινοτομία την Έρευνα και Ανάπτυξη

Η προσέγγιση της Λισσαβόνας για μια ευρωπαϊκή οικονομία περισσότερο βασισμένη στη γνώση και την καινοτομία θέτει καθαρά την ανάγκη της υπέρβασης των οικονομιών που στηρίζονται σε συγκριτικά πλεονεκτήματα παραγωγής και μεταστροφής προς μια ανάπτυξη της καινοτόμου βάσης των ευρωπαϊκών οικονομιών.

Η καινοτομία ως στόχος και περιεχόμενο της σημερινής Ευρωπαϊκής Πολιτικής για τη συνοχή δεν αναφέρεται μόνο στα αποτελέσματα των προγραμμάτων έρευνας και ανάπτυξης (R&D) και την εφαρμογή τους στην παραγωγή , αλλά και στις απλές καθημερινές καινοτόμες ιδέες που προστιθέμενες (incremental innovations) μπορούν να μεταβάλλουν τις οικονομικές και κοινωνικές σταθερές ακόμη και στις περιφέρειες με χαρακτηριστική υστέρησης όσον αφορά την τεχνολογική υποδομή.

Η Λισαβόνα εισάγει την καινοτομία ως στοιχείο της διαφοροποίησης προϊόντων, υπηρεσιών ή διεργασιών σε συνδυασμό με τις επιπτώσεις που μπορεί να έχει για τις επιχειρήσεις στο πεδίο της αγοράς που οριοθετείται από μια λογική παραγωγής προστιθέμενης αξίας που μπορεί να οδηγεί σε βελτίωση της παραγωγικότητας και της απασχόλησης.

Η καθυστέρηση που παρουσιάζει η ευρωπαϊκή οικονομία στο σύνολο της σε σύγκριση με την Αμερικανική και την Ιαπωνική αποτυπώνεται καθαρά στους δείκτες του European Innovation Scoreboard (12 βασικοί δείκτες) βάσει των οποίων γίνεται συγκριτική παρουσίαση των 3 γεωγραφικών ενοτήτων (Ε.Ε., Η.Π.Α., Ιαπωνία). Οι διαπιστώσεις είναι δυσμενείς για τις επιδόσεις της ευρωπαϊκής οικονομίας, ενώ το χάσμα διευρύνεται συνεχώς σε κρίσιμους

δείκτες όπως οι πατέντες, οι δαπάνες σε R&D, η συμμετοχή καινοτόμων επιχειρήσεων και προϊόντων στο ΑΕΠ και η παρουσία του θεσμού των επιχειρηματικών κεφαλαίων.

Οι χαμηλές επίδοσης των ευρωπαϊκών οικονομιών όσον αφορά τις επιμέρους παραμέτρους του Innovation Scoreboard εξηγούνται από τη συνδυασμένη επίδραση παραγόντων, δηλαδή τον ανεπαρκή επιχειρηματικό δυναμισμό, τα αναποτελεσματικά συστήματα καινοτομίας και την ασθενή υιοθέτηση των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνίας από τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις. Το μεγάλο ζητούμενο για τις ευρωπαϊκές οικονομίες είναι να μπορέσουν να αναγάγουν την καινοτομία σε οικονομική πραγματικότητα, μέσω μια πραγματικής διάχυσης των καινοτόμων πρακτικών και των σύγχρονων τεχνολογιών προς τις μικρές επιχειρήσεις.

Η νέα πολιτική των διαρθρωτικών ταμείων για την περίοδο 2007-2013 θα στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στις εμπειρίες από την εφαρμογή του ευρωπαϊκού Προγράμματος Καινοτόμου Δράσης, στο πλαίσιο του οποίου υλοποιήθηκαν οι πρωτοβουλίες RIS (Regional Innovation Strategies), RITTS (Regional Innovation and Technology Transfer Strategies) και RISI (Regional Information Society Initiatives).

° *6ο Πρόγραμμα Πλαίσιο*

Μετά την σύνοδο της Λισσαβόνας οι κυβερνήσεις της Ε.Ε ζήτησαν να γίνει καλύτερη χρήση των Ευρωπαϊκών προσπαθειών Έρευνας μέσω της δημιουργίας εσωτερικής αγοράς για εσωτερική αγορά για τεχνολογία και επιστήμες «Μια Ευρωπαϊκή περιοχή Έρευνας»

Το χρηματοδοτικό εργαλείο για την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Περιοχής Έρευνας είναι το 6 ο ΠΠ που εφαρμόστηκε την περίοδο 2002-2006 και είχε προϋπολογισμό 20δις€.

Το 6 ο ΠΠ είναι δομημένο γύρω από τρεις δραστηριότητες .

- Επικεντρώνοντας και ολοκληρώνοντας την έρευνα
- Δόμηση της Ευρωπαϊκής περιοχής έρευνας(ERA)
- Ενίσχυση της ίδρυσης της Ευρωπαϊκής περιοχής Έρευνας

Το 6^{ο} ΠΠ περιλαμβάνει 6 τομείς προτεραιότητας που εφαρμόζονται με δύο εργαλεία: ολοκληρωμένα έργα(IP) και δίκτυα αριστείας.

Τα ολοκληρωμένα έργα (IP)περιλαμβάνουν έρευνα και όπου απαιτείται τεχνολογική ανάπτυξη και ενέργειες επίδειξης .Οι ΜΜΕ ενθαρρύνονται να συμμετέχουν σε ολοκληρωμένα έργα(IP)μέσω μια σειράς ενεργειών ,είτε ως προμηθευτές ειδικού επιστημονικού ή τεχνολογικού 'know how'.Σε ορισμένες θεματικές ενότητες είναι ακόμη και συντονιστές των IP consortia.

Τα δίκτυα αριστείας διαφοροποιούνται ανάλογα με το με την περιοχή της έρευνας Τα δίκτυα προσφέρουν στρατηγικά πλεονεκτήματα τις ΜΜΕ μέσω της δυνατότητας πρόσβασης στα πιο πρόσφατα αποτελέσματα της έρευνας στον τομέα δραστηριότητας τους και ανοίγοντας την πόρτα για μελλοντικές επιχειρηματικές επαφές.

Οι ΜΜΕ ενθαρρύνονται να συμμετέχουν σε όλες τις περιοχές του 6^{ου} ΠΠ ειδικότερα στις δραστηριότητες έρευνας στις θεματικές περιοχές. Για να ενισχυθεί η συμμετοχή των ΜΜΕ διατίθεται 15% (1,86δις €)από τον συνολικό προϋπολογισμό .Επίσης ποσό 473δις € έχουν κατανεμηθεί σε οριζόντιες δραστηριότητες έρευνας που εμπλέκονται ΜΜΕ-Συνεργατική Έρευνα(CRAFT) και Συγκεντρωτική έρευνα (Collective Research).ΜΜΕ από ένα μεγάλο αριθμό βιομηχανικών κλάδων συμμετέχουν στα έργα .

Τα Εστιακά σημεία (SME National Contact Point) προσέφεραν πληροφορίες στην περιοχή της έρευνας.

Το 2004 η ομάδα εργασίας των εμπειρογνωμόνων παρέδωσε έκθεση όπου παρουσιάστηκαν συστάσεις πολιτικής και καλών πρακτικών με στόχο την ενίσχυση της συμμετοχής των ΜΜΕ σε ερευνητικά προγράμματα με δυνατότητα καλύτερης χρήσης του risk capital και των μηχανισμών guarantee για την χρηματοδότηση των ερευνητικών δραστηριοτήτων των ΜΜΕ.

Τα Κέντρα Αναδιανομής (Innovation Relay Centres (IRCs) αποτελούν ένα από τα μεγαλύτερα δίκτυα με 71 περιφερειακά κέντρα σε 33 χώρες με στόχο την ενθάρρυνση της καινοτομίας και της διακρατικής τεχνολογικής συνεργασίας .Το 2004 συγκροτήθηκε ομάδα εργασίας για να βελτιώσει την συνεργασία μεταξύ του δικτύου των Κέντρων Αναδιανομής και των τομεακών clusters.

ΣΤ.1. 4 Τεχνολογίες Πληροφοριών και Επικοινωνιών(ΤΠΕ)

Οι τεχνολογίες των πληροφοριών και των επικοινωνιών (ΤΠΕ) αποτελούν ισχυρό κινητήρα ανάπτυξης και απασχόλησης. Το ένα τέταρτο της αύξησης του ΑΕΠ της ΕΕ και το 40% της αύξησης της παραγωγικότητας οφείλονται στις ΤΠΕ. Ο κλάδος των ΤΠΕ καταλαμβάνει μεγάλο μερίδιο συσσωρευμένης επιχειρησιακής δαπάνης σε Ε&Α (ποσοστό 26% το 2003) (Εκτίμηση των υπηρεσιών της Επιτροπής βάσει έρευνας ΟΟΣΑ/Eurostat για δαπάνες Ε&Α το 2003.)

Η αναθεωρημένη Στρατηγική της Λισαβόνας του 2005 ,χαρακτήρησε τη γνώση και την καινοτομία ,κινητήρες της αειφόρου ανάπτυξης και καταγράφει ότι είναι απαραίτητη η οικοδόμηση μιας κοινωνίας της πληροφορίας χωρίς αποκλεισμούς, βασισμένη στην ευρεία χρήση τεχνολογιών πληροφοριών και επικοινωνιών (ΤΠΕ) στις δημόσιες υπηρεσίες, τις ΜΜΕ και τα νοικοκυριά.

Τα εργαλεία που χρησιμοποιούνται από την Ε.Ε για την προώθηση των ΤΠΕ είναι οι πρωτοβουλίες e-Europe 2002 και 2005.

Η Ε.Ε το 2005 έχει αναθέσει σε ομάδα εργασίας να εξετάσει και να προτείνει μέτρα που θα συμβάλλουν στην άρση των εμποδίων που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ για την υιοθέτηση των ΤΠΕ. Οι προτάσεις της επιτροπής αφορούν συγκεκριμένα μέτρα για την ανάπτυξη e-skills.

° *Δράση "e-Europe"*

Προς την κατεύθυνση της ανάπτυξης της ψηφιακής οικονομίας στον Ευρωπαϊκό χώρο στοχεύει η πρωτοβουλία e-Europe η οποία αποτελεί πλέον αναπόσπαστο μέρος της στρατηγικής της Λισσαβόνας .Για την επίτευξη των στόχων του e-Europe εκπονήθηκε ολοκληρωμένο πρόγραμμα δράσης για μια ηλεκτρονική Ευρώπη (Σχέδιο Δράσης e-Europe 2002 Φέϊρα 19-20 Ιουνίου).Στο σχέδιο δράσης e-Europe 2002 προσδιορίστηκαν οι απαιτούμενες δράσεις για φθηνότερο ,ταχύτερο και ασφαλές Διαδίκτυο ,την ανάπτυξη δεξιοτήτων για την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών και την τόνωση της χρήσης του Διαδικτύου .Γενικότερα η Ε.Ε πέτυχε σε ένα ποσοστό τους στόχους της .Αυξήθηκε ραγδαία η πρόσβαση στο Διαδίκτυο ,διασυνδέθηκε η ακαδημαϊκή κοινότητα και επιπλέον συμφωνήθηκε το θεσμικό πλαίσιο για την ενίσχυση των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και εμπορίου ,και απελευθερώθηκε η αγορά των τηλεπικοινωνιών. Στην αγορά των τηλεπικοινωνιών ο αυξανόμενος ανταγωνισμός επέφερε νέες καινοτομικές υπηρεσίες και μείωση τιμών.

Στη σύνοδο του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου στην Σεβίλλη το 2002 εγκρίθηκε το νέο Σχέδιο Δράσης e-Europe 2005.Οι στόχοι και οι τομείς του "eEurope 2005: An Information Society for all", είναι:

- Σύγχρονες ηλεκτρονικές δημόσιες εξυπηρετήσεις:
  - ✓ ηλεκτρονική κυβέρνηση
  - ✓ ηλεκτρονικές υπηρεσίες μάθησης
  - ✓ ηλεκτρονικές υπηρεσίες υγείας
- Δυναμικό περιβάλλον ηλεκτρονικής επιχειρηματικότητας
- Διευρυμένη διαθεσιμότητα γρήγορων συνδέσεων στο Διαδίκτυο σε ανταγωνιστικές τιμές και υποδομές απόλυτης ασφάλειας συναλλαγών.

Η μέχρι σήμερα εμπειρία δείχνει ότι έχει συντελεστεί σημαντική πρόοδος .Το Σχέδιο Δράσης e-Europe του 2002 είχε στόχο να προωθήσει την χρήση του διαδικτύου από τις κυβερνήσεις, τους πολίτες και τις επιχειρήσεις. Ο στόχος που τέθηκε με το e-Europe 2005ήταν να

διασφαλιστεί ότι οι υπηρεσίες που παρέχονται ηλεκτρονικά (online) χρησιμοποιούνται πραγματικά και αυτό είναι η μεγαλύτερη πρόκληση για την Ευρώπη.

ΣΤ.1.5 Πολιτική Ανταγωνισμού

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2004 περιγράφει πως η πολιτική ανταγωνισμού συνεισφέρει στους στόχους της Λισσαβόνας. Μια ανοιχτή και ανταγωνιστική αγορά προσφέρει την καλύτερη εγγύηση για ενίσχυση της αποτελεσματικότητας και των καινοτομικών προοπτικών των ΜΜΕ.

Το 2004 ψηφίζεται ο νέος κανονισμός (antitrust regulation) που αποκλείει αποκλειστικές συμφωνίες ο δε κανονισμός των κρατικών ενισχύσεων τροποποιήθηκε για να ενσωματώσει τον νέο ορισμό των ΜΜΕ και στήριξη για έρευνα και ανάπτυξη.

Επίσης οι κατευθυντήριες γραμμές εισάγουν ορισμένες αλλαγές και αποσαφηνίσεις σε μια σειρά από θέματα με σκοπό οι απαιτήσεις των ΜΜΕ να είναι λιγότερο αυστηρές από αυτές των μεγάλων επιχειρήσεων.

Τέλος για διευκόλυνση των προσπαθειών χωρών κρατών μελών να υιοθετήσουν την καινοτομία ανέπτυξε κανονισμό κρατικών ενισχύσεων για καινοτομία που περιγράφει την δυνατότητα που έχουν τα κράτη μέλη να προωθήσουν την καινοτομία κάτω από τους ισχύοντες κανονισμούς.

ΣΤ.1.6 Πολιτική Απασχόλησης

Η Κοινή Έκθεση Απασχόλησης (Joint Employment Report) 51το 2004 υπογραμμίζει την ανάγκη για διασφάλιση της πρόσβασης στην χρηματοδότηση για εκκίνηση επιχειρηματικής δραστηριότητας και υπάρχουσες επιχειρήσεις και της στήριξης των ΜΜΕ για την διαχείριση ανθρωπίνου δυναμικού.

Παράλληλα η έκθεση της ομάδας εργασίας προς την Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξετάζει το θέμα της ενθάρρυνσης των εργαζομένων να ξεκινήσουν δεύτερη καριέρα ως επιχειρηματίες και παρουσιάζει τους λόγους που αυτοί θεωρούν ότι η αυτοαπασχόληση είναι υψηλού κινδύνου σε συνδυασμό μάλιστα των νομικών και διοικητικών εμποδίων και ειδικότερα με την απώλεια της ασφάλειας ανεργίας.

Τέλος η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προχώρησε σε μια σειρά από ενέργειες για προώθηση της Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται ενέργειες ευαισθητοποίησης και παρουσίασης καλών πρακτικών .

[51] Council of the European Union ,7069/04,5 March 2004

ΣΤ.1.7 Περιβαλλοντική Πολιτική

Τα τελευταία χρόνια η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει αναλάβει μια σειρά από πρωτοβουλίες για να βοηθήσει τις ΜΜΕ στην αντιμετώπιση των προκλήσεων ειδικότερα σε σχέση με την περιβαλλοντική νομοθεσία ,τα περιβαλλοντικά συστήματα διαχείρισης , eco label ,καθαρές τεχνολογίες και χρηματοδοτική ενίσχυση.

Αναφορικά με τα συστήματα περιβαλλοντικής διαχείρισης η Ε.Ε σε στενή συνεργασία με τους εμπειρογνώμονες των κρατών μελών και τους Οργανισμούς των ΜΜΕ προώθησαν την Eco – Management and Audit Scheme (EMAS) το Eco Label scheme και το Ευρωπαϊκό Πρότυπο (EN ISO 14001)

Για την προώθηση των καθαρών τεχνολογιών το 2004 ξεκίνησε το Σχέδιο Δράσης για Περιβαλλοντικές Τεχνολογίες (ETAP)52

Το Πρόγραμμα Prodests χρηματοδοτούμενο από το 6ο Πρόγραμμα Πλαίσιο αναζητεί μεθοδολογία για αναζωογόνηση των ΜΜΕ στα ερευνητικά έργα σχετικά με τις καινοτομικές και περιβαλλοντικές τεχνολογίες.

Το χρηματοδοτικό εργαλείο για το περιβάλλον είναι το πρόγραμμα LIFE που συνεισφέρει στην εφαρμογή , ανάπτυξη και ενθάρρυνση της περιβαλλοντικής πολιτικής

ΣΤ.1.8 Πολιτική για Ενέργεια

Την προώθηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και αποτελεσματικότητα ενέργειας χρησιμοποιούνται οι πιλοτικές ενέργειες ALTENER και SAVE που εντάσσονται στο Πρόγραμμα Intelligent Energy for Europe που εφαρμόζεται την περίοδο 2003-2006.

ΣΤ.1.9 Διαρθρωτικά Ταμεία

- *Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης(ΕΤΠΑ)*

Στόχος του Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης είναι η ενίσχυση της οικονομικής και κοινωνικής συνοχής στην Ε.Ε εξισορροπώντας τις ανισότητες μεταξύ των περιφερειών.

Για την περίοδο 2000-2006 περίπου 21δις€ από τα 199 δις € που είχαν προγραμματιστεί (δηλαδή 11%)από τα διαρθρωτικά ταμεία προσδιορίζονται ως ενέργειες υποστήριξης για τον εκσυγχρονισμό και την ανάπτυξη των ΜΜΕ.

Τα 21 Δις € κατανέμονται στις παρακάτω ενέργειες:

[52] COM(2004)38 final

Α/Α	Ενέργειες	Ποσά εκ.€	Ποσοστό %
1	Εξοπλισμός και κτιριακές εγκαταστάσεις συγχρηματοδοτούμενες	9,1	43,3
2	Προώθηση κοινών υπηρεσιών ((υποδομές όπως θερμοκοιτίδες και άυλες ενέργειες για την στήριξη της δικτύωσης ή της συμμετοχής σε επιχειρηματικές εκθέσεις και εκδηλώσεις.)	3,5	16,7%
3	Υπηρεσίες στις ΜΜΕ, όπως υπηρεσίες πληροφόρησης, υποστήριξη για ανάπτυξη επιχειρηματικού σχεδίου και marketing plan στο πλαίσιο των σχεδίων ενίσχυσης	3,2	15,2%
4	Χρηματοδοτικά μέσα όπως ταμείο εγγυήσεων κλπ	1,200	5.7%
5	Εξοπλισμός με στόχο την προώθηση των περιβαλλοντικών τεχνολογιών και εξοικονόμηση ενέργειας	880	4,2%
6	Ενίσχυση για την ανάπτυξη των ΜΜΕ	792	3,8%
7	Ενέργειες συγχρηματοδοτούμενης κατάρτισης για το προσωπικό των ΜΜΕ και της χειροτεχνίας	759	3,6%
8	Άλλες ενέργειες	1,569	7,5%
	ΣΥΝΟΛΟ	21,00	100

Πέραν από τα προαναφερόμενα το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης χρηματοδοτεί την Πρωτοβουλία URBAN που στοχεύει στην αναβάθμιση των περιοχών Urban και των περιοχών που βρίσκονται σε δυσκολία .Η πρωτοβουλία στηρίζει τον σχεδιασμό και την εφαρμογή καινοτόμων μοντέλων για οικονομική και κοινωνική αναγέννηση των περιοχών Urban που βρίσκονται σε κρίση με ποσό

700 εκ € για την περίοδο 2001-2006 .Αποτέλεσμα αυτής της πρωτοβουλίας είναι η δημιουργία και ανάπτυξη των ΜΜΕ στις περιοχές Urban.

Για την περίοδο 200-2006 χρηματοδοτείται από το ΕΤΠΑ η πρωτοβουλία Interreg III με προϋπολογισμό 4,875 δις €. Στόχος είναι η ενίσχυση της διασυνοριακής συνεργασίας στην Ε.Ε .

Οι Δράσεις που χρηματοδοτούνται από τα διαρθρωτικά ταμεία την περίοδο 2007-2013 δίνουν έμφαση στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας μέσω της ανάπτυξης της καινοτομίας και της οικονομίας της γνώσης τα οποία θα ωφελήσουν ειδικότερα τις ΜΜΕ και θα ενθαρρύνουν την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας.

- ***Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ)***

Το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ) παρέχει υποστήριξη με στόχο την διαχείριση οικονομικών και κοινωνικών αλλαγών και στην προώθηση της απασχόλησης συμπεριλαμβανομένων και των αυτοαπασχολούμενων.

Το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ) συνεισφέρει σε πολλές δραστηριότητες από τις οποίες ωφελούνται οι ΜΜΕ όπως η συνεχιζόμενη κατάρτιση, συμβουλευτική και καθοδήγηση επιχειρηματιών ,ενίσχυση των συνδέσμων μεταξύ την εκπαίδευση και επιχειρήσεις.

Την περίοδο 2000-2006 έχουν δαπανηθεί 80δις € για την συγχρηματοδοτήσει στα κράτη μέλη. Το 2004 η Ε.Ε σχεδίασε δέσμη προτάσεων προκειμένου να υπάρξει στόχευση στην απασχόληση στην Ε.Ε και στην κοινωνική πολιτική.

Το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο την περίοδο 2007-2013 θα συνδέσει τις χρηματοδοτήσεις με πολιτικές που συνεισφέρουν στην αύξηση της απασχόλησης στην ενίσχυση της οικονομικής και κοινωνικής συνοχής στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκή Στρατηγική Απασχόλησης.

Πέραν από τα προαναφερόμενα η πρωτοβουλία EQUAL χρηματοδοτήθηκε από το ΕΚΤ με 3 δις € για την περίοδο 2000-2006 έχει σαν στόχο την αντιμετώπιση των ανισοτήτων της ανεργίας και της discrimination. Οι ενέργειες είναι δομημένες στην απασχόληση, επιχειρηματικότητα, προσαρμογή και ίσες ευκαιρίες για γυναίκες ,άντρες και σύμφωνα με της Ευρωπαϊκή Στρατηγική Απασχόλησης

ΣΤ.2 Νέες προτεραιότητες και κατευθύνσεις

Η ανάπτυξη των ΜΜΕ επηρεάζεται από την αυξημένη ανταγωνιστική πίεση ,σε συνδυασμό με ανεπάρκειες της αγοράς ,όπως η περιορισμένη πρόσβαση στη χρηματοδότηση ,την έρευνα, την καινοτομία, τα δίκτυα και τις αλυσίδες ανεφοδιασμού.

Η υποστήριξη των ΜΜΕ για την περίοδο 2007-2013 θα παρασχεθεί μέσω του Πολυετούς Προγράμματος για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία (ΠΑΚ), του 7ου Προγράμματος Πλαισίου(7 Π-Π)

Η πολιτική για τις ΜΜΕ εφαρμόζεται από τα κράτη μέλη με πρωτοβουλίες που αναπτύσσονται σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο 53.Για την χρηματοδότηση των πρωτοβουλιών αυτών αξιοποιούνται τα διαρθρωτικά ταμεία, τα οποία διαδραματίζουν βασικό ρόλο για την προώθηση της επιχειρηματικότητας και των δεξιοτήτων και για την αύξηση του αναπτυξιακού δυναμικού .

Τα μέτρα που αναμένεται να ληφθούν περιλαμβάνουν :

- **Προώθηση της Επιχειρηματικότητας και των δεξιοτήτων**

Η Ε.Ε θα εντείνει τις προσπάθειες της ώστε να συμβάλουν τα διαρθρωτικά ταμεία στην προώθηση της επιχειρηματικότητας, θα ενισχύσει την υποστήριξη που παρέχει στις δραστηριότητες που αποσκοπούν στη μείωση των κινδύνων που είναι συνυφασμένοι με την επιχειρηματική δραστηριότητα .

Για να μειωθούν οι ελλείψεις δεξιοτήτων τα κράτη μέλη πρέπει να αναθεωρήσουν τις πολιτικές που εφαρμόζουν στους τομείς εκπαίδευσης και της κατάρτισης έτσι ώστε να ανταποκρίνονται αποτελεσματικότερα στην αγορά εργασίας.

- **Βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ στις αγορές**

Η Επιτροπή θα δρομολογήσει μια νέα πρωτοβουλία που θα εξετάσει τον τρόπο με τον οποίο οι δημόσιες πολιτικές μπορούν να βοηθήσουν τις ΜΜΕ να ωφεληθούν περισσότερο από την Ευρωπαϊκή αγορά .

- **Εξάλειψη της γραφειοκρατίας**

Ενσωμάτωση της αρχής «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις » σε όλες τις κοινοτικές πολιτικές.

- **Βελτίωση του αναπτυξιακού δυναμικού των ΜΜΕ**

[53] COM(2005) 551 10.11.2005

Προώθηση της αφομοίωσης των τεχνολογιών της πληροφορίας και επικοινωνιών (ΤΠΕ),της ηλεκτρονικής μάθησης και του ηλεκτρονικού επιχειρείν, προώθηση της συμμετοχής στο 7ο ΠΠ και αύξηση της μεταφοράς τεχνολογίας προς τις ΜΜΕ.

- **Ενίσχυση του διαλόγου και των διαβουλεύσεων με τις ΜΜΕ και τους φορείς που τις εκπροσωπούν**

Μείωση του χάσματος πληροφόρησης μεταξύ των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ

Στην συνέχεια παρουσιάζονται τα εργαλεία που θα χρησιμοποιηθούν για την εφαρμογή της νέας πολιτικής της Ε.Ε για τις ΜΜΕ.

ΣΤ.2.1 Πρόγραμμα Πλαίσιο για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία (ΠΑΚ) (CIP -2007-2013)

Το διάδοχο πρόγραμμα ΜΑΡ είναι το Πρόγραμμα για την Ανταγωνιστικότητα και Καινοτομία (ΠΑΚ) που εγκρίθηκε τον Οκτώβριο του 200654 είναι εργαλείο που συμβάλλει στην εφαρμογή των πολιτικών προτεραιοτήτων που καθορίζονται στην ατζέντα της Λισαβόνας ,του Ευρωπαϊκού Χάρτη για τις ΜΜΕ και των νέων πρωτοβουλιών όπως η επιχειρηματική καινοτομία, η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων και η βιομηχανική πολιτική. Ιδιαίτερος στόχος είναι να ενισχυθούν οι καινοτομικές ΜΜΕ με υψηλή ανάπτυξη ,στο αρχικό στάδιο και στο στάδιο επέκτασης τους ώστε να έχουν πρόσβαση στα κατάλληλα χρηματοδοτικά μέσα.

Οι στόχοι του προγράμματος πλαισίου για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία είναι :

1. προώθηση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων, ιδίως των ΜΜΕ
2. ενθάρρυνση κάθε μορφής καινοτομίας ,συμπεριλαμβανομένης της οικο-καινοτομίας
3. επιτάχυνση της ανάπτυξης μιας βιώσιμης ,ανταγωνιστικής καινοτόμου και χωρίς αποκλεισμούς κοινωνίας της πληροφορίας
4. προώθηση της ενεργειακής απόδοσης και των νέων και ανανεώσιμών πηγών ενέργειας σε όλους τους τομείς συμπεριλαμβανομένων των μεταφορών

Ο προϋπολογισμός είναι **3.621,3** εκ.€ από τα οποία ποσοστό **60%** είναι για το πρόγραμμα **«Επιχειρηματικότητα και καινοτομία»** (εκ των οποίων το ένα πέμπτο για την οικο-καινοτομία), **20%** για το πρόγραμμα **«Υποστήριξη της πολιτικής για τις τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνιών(ΤΠΕ)»**και ποσοστό **20%** για το πρόγραμμα **«Ευφυής ενέργεια –Ευρώπη».**

[54] Απόφαση αρ.1639,Ε.Ε L310/15 της 9.11.2006

Το ΠΑΚ θα παράσχει υποστήριξη και θα καλύψει ένα σημαντικότερο μέρος του κύκλου ζωής των επιχειρήσεων με υψηλό αναπτυξιακό δυναμικό .Προβλέπεται να ενταθούν οι προσπάθειες και πρωτοβουλίες για να βελτιωθεί η διαθεσιμότητα επιχειρηματικών κεφαλαίων, η χρηματοδότηση από επιχειρηματικούς αγγέλους και η ανάπτυξη περαιτέρω της δραστηριότητας μικρό- αγγέλων για χρηματοδοτήσεις μικρής κλίμακας.

Το ΠΑΚ θα συνδυάσει τις κοινοτικές ενέργειες στους τομείς της επιχειρηματικότητας των ΜΜΕ, της βιομηχανικής ανταγωνιστικότητας, της καινοτομίας, της ανάπτυξης και της χρήσης ΤΠΕ, των περιβαλλοντικών τεχνολογιών και της ευφυούς ενέργειας. Επίσης τα κοινοτικά χρηματοδοτικά μέσα στο ΠΑΚ θα υποστηρίξουν τις ΜΜΕ στους παραδοσιακούς τομείς και στους τομείς που επενδύουν σε ΤΠΕ και στην καινοτομία συμπεριλαμβανομένης της οικολογικής καινοτομίας.

Για την επίτευξη των στόχων του προγράμματος πλαισίου θα υλοποιηθούν την περίοδο 2007-2013 τα ειδικά προγράμματα που παρουσιάζονται στην συνέχεια:

- το πρόγραμμα «Επιχειρηματικότητα και καινοτομία »
- το πρόγραμμα «Υποστήριξη της πολιτικής για τις τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνιών(ΤΠΕ)»
- το πρόγραμμα «Ευφυής ενέργεια –Ευρώπη».

Α. Το πρόγραμμα «Επιχειρηματικότητα και καινοτομία »

Το πρόγραμμα «Επιχειρηματικότητα και καινοτομία» προβλέπει δράση για την υποστήριξη, τη βελτίωση, την ενθάρρυνση και την προώθηση:

1. της πρόσβασης στη χρηματοδότηση για τη δημιουργία και την ανάπτυξη ΜΜΕ και των επενδύσεων σε δραστηριότητες καινοτομίας
2. της δημιουργίας ευνοϊκού περιβάλλοντος για τη συνεργασία των ΜΜΕ ιδιαίτερα στον τομέα της διασυνοριακής συνεργασίας.
3. όλων των μορφών καινοτομίας
4. της οικολογικής καινοτομίας
5. της επιχειρηματικότητας και της νοοτροπίας της καινοτομίας
6. των οικονομικών και διοικητικών μεταρρυθμίσεων που συνδέονται με την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία.

Τα κοινοτικά χρηματοδοτικά μέσα όπως ο μηχανισμός υψηλής ανάπτυξης και καινοτομίας για τις ΜΜΕ(GIF), ο μηχανισμός εγγυήσεων υπέρ των ΜΜΕ (SMEG),το σύστημα ενίσχυσης των ικανοτήτων (CBS), χρησιμοποιούνται με στόχο να διευκολύνουν την πρόσβαση των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση σε ορισμένα στάδια του κύκλου ζωής τους: αρχική ώθηση, εκκίνηση, επέκταση και μεταβίβαση επιχείρησης. Τα σχετικά μέσα καλύπτουν επίσης τις επενδύσεις που πραγματοποιούν οι ΜΜΕ σε δραστηριότητες όπως η τεχνολογική ανάπτυξη, η καινοτομία συμπεριλαμβανομένης της οικολογικής καινοτομίας και η μεταφορά τεχνολογίας καθώς και η διασυνοριακή επέκταση εμπορικών δραστηριοτήτων.

Β. Το πρόγραμμα «Υποστήριξη της πολιτικής για τις τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνιών(ΤΠΕ)» προβλέπει τις ακόλουθες δράσεις:

- ανάπτυξη του ενιαίου ευρωπαϊκού χώρου πληροφοριών και ενίσχυση της εσωτερικής αγοράς για προϊόντα και υπηρεσίες ΤΠΕ καθώς και για προϊόντα και υπηρεσίες βασιζόμενα σε ΤΠΕ .

- ενθάρρυνση της καινοτομίας μέσω της ευρύτερης υιοθέτησης των ΤΠΕ και των επενδύσεων σε αυτές

- ανάπτυξη της κοινωνίας των πληροφοριών χωρίς αποκλεισμούς και αποτελεσματικότερων και αποδοτικότερων υπηρεσιών σε τομείς δημοσίου συμφέροντος καθώς και βελτίωση της ποιότητας ζωής

Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην προώθηση και στην ευαισθητοποίηση σχετικά με τις ευκαιρίες και τα οφέλη που προσφέρουν οι ΤΠΕ στους πολίτες ,στις δημόσιες αρχές και στις επιχειρήσεις ιδίως στις ΜΜΕ.

Γ. Το πρόγραμμα «Ευφυής ενέργεια –Ευρώπη» προβλέπει δράση ιδίως για:

- την τόνωση της ενεργειακής απόδοσης και την ορθολογική χρήση των ενεργειακών πόρων

- την προώθηση νέων και ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και τη στήριξη της ενεργειακής διαφοροποίησης

- την προώθηση της ενεργειακής απόδοσης και της χρήσης νέων και ανανεώσιμων πηγών ενέργειας στις μεταφορές.

Τα συμπεράσματα του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου[55] για τον τομέα Ε&Τ, κατά την επανεξέταση της στρατηγικής της Λισσαβόνας, συνοψίζονται στα εξής:

[55] Συμπεράσματα της Προεδρίας του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου των Βρυξελλών (22 και 23 Μαρτίου 2005), 7619/05

- Διατηρείται ο γενικός στόχος του ποσοστού επενδύσεων 3% στον τομέα της έρευνας με σωστή κατανομή μεταξύ ιδιωτικών και δημοσίων επενδύσεων. Θα πρέπει να καθοριστούν συγκεκριμένα ενδιάμεσα ποσοστά στο εθνικό επίπεδο. Ο στόχος αυτός θα επιτευχθεί συν τοις άλλοις με την παροχή φορολογικών κινήτρων στις ιδιωτικές επενδύσεις, με μια καλύτερη πολλαπλασιαστική επενέργεια των δημοσίων επενδύσεων και με τον εκσυγχρονισμό της διαχείρισης των ερευνητικών ιδρυμάτων και των πανεπιστημίων.

- Το 7ο ΠΠ για την Έρευνα και την Ανάπτυξη θα δώσει νέα ώθηση σε έναν Ευρωπαϊκό Χώρο Έρευνας, προς όφελος όλων των κρατών μελών, τονώνοντας την Ευρωπαϊκή συνεργασία, κινητοποιώντας ιδιωτικές επενδύσεις σε καίριους για την ανταγωνιστικότητα τομείς και συμβάλλοντας στην κάλυψη του τεχνολογικού χάσματος. Το πρόγραμμα αυτό πρέπει να επενεργήσει ως καταλύτης στους εθνικούς προϋπολογισμούς για την έρευνα.

- Τα κράτη μέλη θα πρέπει να αναπτύξουν την πολιτική τους στον τομέα της καινοτομίας ανάλογα με τις ιδιαιτερότητές τους, συν τοις άλλοις δε με τους εξής αντικειμενικούς σκοπούς: καθιέρωση μηχανισμών στήριξης των καινοτόμων ΜΜΕ, καθώς και των νεοσύστατων επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας, προώθηση της διεξαγωγής κοινής έρευνας από επιχειρήσεις και πανεπιστήμια, βελτίωση της πρόσβασης σε επιχειρηματικά κεφάλαια, στροφή των δημοσίων συμβάσεων προς καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες, ανάπτυξη εταιρικών σχέσεων για την καινοτομία και πόλων καινοτομίας σε Περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

- Το νέο κοινοτικό πρόγραμμα για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία θα δώσει από την πλευρά του ισχυρή ώθηση στην καινοτομία σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση, δεδομένου ότι προβλέπει νέο μηχανισμό χρηματοδότησης των καινοτόμων ΜΜΕ υψηλού αναπτυξιακού δυναμικού, καθιστά δε ορθολογικότερο και πιο ενισχυμένο το δίκτυο τεχνικής υποστήριξης της καινοτομίας στις επιχειρήσεις και παρέχει στήριξη στους Περιφερειακούς πόλους και τα Ευρωπαϊκά δίκτυα καινοτομίας.

- Η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (ΕΤΕπ) πρέπει να επεκτείνει το διαρθρωμένο χρηματοδοτικό μέσο της σε σχέδια Ε&Τα και να διερευνήσει από κοινού με την Επιτροπή νέα μέσα για χρησιμοποίηση των κοινοτικών πόρων ως πολλαπλασιαστικών μοχλών για δάνεια της ΕΤΕπ.

ΣΤ.2.2 Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη

Κατευθυντήριες Γραμμές της ΕΕ για την περίοδο 2007- 2013 στον τομέα Ε&ΤΑ

Στην πρόσφατη ανακοίνωση της σχετικά με την «Πολιτική της συνοχής για την ενίσχυση της

ανάπτυξης και της απασχόλησης»[56], η ΕΕ έθεσε τις ακόλουθες στρατηγικές κατευθυντήριες γραμμές στον τομέα Ε&ΤΑ για την περίοδο 2007-2013:

α) Αύξηση και βελτίωση των επενδύσεων στην ΕΤΑ

- Ενίσχυση της συνεργασίας ανάμεσα στις επιχειρήσεις καθώς και ανάμεσα στις επιχειρήσεις και στα δημόσια ερευνητικά ιδρύματα / ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα μέσω της ενίσχυσης της δημιουργίας περιφερειακών και διαπεριφερειακών πόλων αριστείας.

- Ενίσχυση των δραστηριοτήτων ΕΤΑ των ΜΜΕ ώστε να μπορούν οι ΜΜΕ να έχουν πρόσβαση στις υπηρεσίες ΕΤΑ των ερευνητικών ινστιτούτων που χρηματοδοτούνται από το δημόσιο.

- Ενίσχυση των περιφερειακών διασυνοριακών και διεθνικών πρωτοβουλιών με στόχο την προώθηση της συνεργασίας στον τομέα της έρευνας και την αύξηση των ικανοτήτων στους τομείς προτεραιότητας της ερευνητικής πολιτικής της ΕΕ.

- Ανάπτυξη των δυνατοτήτων ΕΤΑ, συμπεριλαμβανομένων των ΤΠΕ, των ερευνητικών υποδομών και του ανθρώπινου κεφαλαίου στους τομείς με σημαντικές δυνατότητες ανάπτυξης.

β) Διευκόλυνση της καινοτομίας και προώθηση της επιχειρηματικότητας

- Προσφορά περισσότερων δυνατοτήτων ΕΤΑ, καινοτομίας και εκπαίδευσης στις περιφέρειες και ευκολότερη πρόσβασή τους εκ μέρους των επιχειρήσεων, ειδικά των ΜΜΕ, μέσω της δημιουργίας πόλων αριστείας, της συγκέντρωσης των ΜΜΕ στον τομέα της υψηλής τεχνολογίας γύρω από τα ερευνητικά και τεχνολογικά ιδρύματα ή μέσω της ανάπτυξης και της δημιουργίας περιφερειακών πόλων γύρω από μεγάλες εταιρείες.

- Παροχή υπηρεσιών υποστήριξης στις επιχειρήσεις προκειμένου να μπορέσουν, ειδικά οι ΜΜΕ, να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους και να διεθνοποιηθούν εκμεταλλευόμενες τις δυνατότητες που παρέχει η εσωτερική αγορά. Οι υπηρεσίες που θα παρέχονται στις επιχειρήσεις πρέπει να δίνουν προτεραιότητα στην αξιοποίηση των συνεργιών (π.χ. στη μεταφορά τεχνολογίας, στα επιστημονικά πάρκα, στα κέντρα επικοινωνίας σχετικά με τις τεχνολογίες πληροφόρησης και επικοινωνίας, στα κέντρα εκκόλαψης και στις συναφείς υπηρεσίες, συνεργασία με τους πόλους) και να δίνουν περισσότερη παραδοσιακή ενίσχυση στους τομείς της διαχείρισης, της εμπορίας, της

[56] COM(2005) 299, 5-7-2005, "Πολιτική της συνοχής για την ενίσχυση της ανάπτυξης και της απασχόλησης: Στρατηγικές κατευθυντήριες γραμμές της Κοινότητας, 2007-2013"

τεχνικής βοήθειας, των προσλήψεων και των άλλων επαγγελματικών και εμπορικών υπηρεσιών.

- Πλήρης αξιοποίηση των ευρωπαϊκών πλεονεκτημάτων στον τομέα των οικολογικών καινοτομιών. Οι οικολογικές καινοτομίες θα πρέπει να ενθαρρύνονται παράλληλα με τη βελτίωση των πρακτικών των ΜΜΕ μέσω της καθιέρωσης φιλοπεριβαλλοντικών συστημάτων διαχείρισης. Πρόκειται για έναν τομέα που έχει άμεση σχέση με το πρόγραμμα-πλαίσιο για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία.

- Προώθηση της επιχειρηματικότητας, διευκόλυνση της δημιουργία και ανάπτυξης νέων επιχειρήσεων και ενθάρρυνση της διατήρησης ή της δημιουργίας καινοτομικών επιχειρήσεων από ερευνητικά ιδρύματα ή επιχειρήσεις με τη χρησιμοποίηση διάφορων τεχνικών (π.χ. ευαισθητοποίηση, προτυποποίηση, διδασκαλία και παροχή διαχειριστικής και τεχνολογικής ενίσχυσης σε μελλοντικούς επιχειρηματίες).

γ) Βελτίωση της πρόσβασης στη χρηματοδότηση

- Ενίσχυση των χρηματοδοτικών μέσων εξαιρουμένων των επιδοτήσεων, όπως είναι τα δάνεια, οι εγγυήσεις δευτερευόντων δανείων, οι μετατρέψιμοι τίτλοι (χρέος υβριδικής μορφής) και τα κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου (π.χ. τα κεφάλαια εκκίνησης και τα επιχειρηματικά κεφάλαια). Οι επιδοτήσεις πρέπει να χρησιμοποιούνται για την κατασκευή και τη διατήρηση υποδομών που διευκολύνουν την πρόσβαση στη χρηματοδότηση (π.χ. γραφεία μεταφοράς τεχνολογίας, εκκολαπτήρια επιχειρήσεων, δίκτυα μεμονωμένων επενδυτών ("business angels") και τα προγράμματα προώθησης των επιχειρήσεων).

- Προσέγγιση ειδικών ομάδων, όπως είναι οι νέοι και οι νέες επιχειρηματίες καθώς και οι επιχειρηματίες που ανήκουν σε μειονεκτικές ομάδες όπως

ΣΤ.2.3 7ο Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Έρευνα (7οΠΠ)

Το έβδομο πρόγραμμα πλαίσιο για την έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη (7οΠΠ) είναι το βασικό μέσο χρηματοδότησης της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την έρευνα στην Ευρώπη. Θα εφαρμοστεί κατά την περίοδο 2007-2013και είναι διάδοχος του 6ου ΠΠ.

Ο προϋπολογισμός είναι 53,2 δις € για την συνολική επταετή διάρκεια του. Διαρθρώνεται γύρω από τέσσερα ειδικά προγράμματα, τα οποία αντιστοιχούν σε ισάριθμους μείζονες στόχους της ευρωπαϊκής ερευνητικής πολιτικής:

- **Συνεργασία**

  Θα υποστηριχθούν οι πάσης φύσεως ερευνητικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται στο πλαίσιο διακρατικής συνεργασίας, συμπεριλαμβανομένων των συνεργατικών έργων,

των δικτύων και του συντονισμού ερευνητικών προγραμμάτων. Η διεθνής συνεργασία μεταξύ της ΕΕ και τρίτων χωρών αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα αυτού του σκέλους.

- **Ιδέες**

  Θα συσταθεί ένα αυτόνομο Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Έρευνας με αποστολή να υποστηρίζει δραστηριότητες έρευνας αιχμής που αναλαμβάνονται με πρωτοβουλία των ίδιων των ερευνητών και διεξάγονται από μεμονωμένες ομάδες, ανταγωνιζόμενες μεταξύ τους σε ευρωπαϊκό επίπεδο, σε οποιοδήποτε επιστημονικό και τεχνολογικό πεδίο, συμπεριλαμβανομένων της μηχανικής, των κοινωνικοοικονομικών και των ανθρωπιστικών επιστημών.

- **Άνθρωποι**

  Θα ενισχυθούν οι δραστηριότητες υποστήριξης της κατάρτισης, της επιμόρφωσης και της επαγγελματικής εξέλιξης των ερευνητών, οι λεγόμενες "δράσεις Μαρία Κιουρί", οι οποίες πλέον θα εστιάζονται περισσότερο στα καίρια ζητήματα της ανάπτυξης των δεξιοτήτων και της επαγγελματικής εξέλιξης των ερευνητών και στην εδραίωση ισχυρών δεσμών με τα εθνικά συστήματα.

- **Ικανότητες**

  Υποστηρίζονται βασικοί παράγοντες από τους οποίους εξαρτώνται οι ευρωπαϊκές ικανότητες έρευνας και καινοτομίας: οι υποδομές έρευνας, η έρευνα προς όφελος των ΜΜΕ, οι περιφερειακές συσπειρώσεις με άξονα την έρευνα, η πλήρης απελευθέρωση του ερευνητικού δυναμικού των "περιφερειών σύγκλισης" της ΕΕ, η ενσωμάτωση της επιστήμης στον κοινωνικό ιστό και οι "οριζόντιες" δραστηριότητες διεθνούς συνεργασίας.

Μέσω των τεσσάρων ειδικών προγραμμάτων επιδιώκεται η δημιουργία ευρωπαϊκών πόλων αριστείας. Επιπλέον, προβλέπεται ειδικό πρόγραμμα για τις άμεσες πυρηνικές δράσεις του Κοινού Κέντρου Ερευνών.

Ο προϋπολογισμός του 7^{ου} ΠΠ κατανέμεται μεταξύ των δραστηριοτήτων και δράσεων που προβλέπονται ως εξής (σε δις €):

ΚΑΤΑΝΟΜΗ 7ου ΠΠ ΣΕ ΤΟΜΕΙΣ

Συνεργασία-Συνεργατική Έρευνα	32,41
Ιδέες –Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Έρευνας	7,51
Άνθρωποι-Ανθρώπινο Δυναμικό ,δράσεις Marie Curie	4,75
Ικανότητες-ικανότητες έρευνας	4,097

Μη πυρηνικές δράσεις του Κοινού Κέντρου Ερευνών	1,75

Μέσω του προγράμματος *«Συνεργασία»*, το οποίο θα αποτελέσει τον κύριο πυρήνα της ευρωπαϊκής έρευνας, θα υποστηριχθεί η διακρατική συνεργασία κάθε κλίμακας, στην Ευρωπαϊκή Ένωση σύμφωνα με μια σειρά θεματικών τομέων που είναι :

- υγεία τρόφιμα, γεωργία και βιοτεχνολογία
- τεχνολογίες της πληροφορίας και της επικοινωνίας
- νανοεπιστήμες, νανοτεχνολογίες, υλικά και νέες τεχνολογίες παραγωγής
- ενέργεια
- περιβάλλον (συμπεριλαμβανομένης της αλλαγής του κλίματος)
- μεταφορές (συμπεριλαμβανομένης της αεροναυτικής)
- κοινωνικοοικονομικές και ανθρωπιστικές επιστήμες
- ασφάλεια και διάστημα

Το πρόγραμμα αυτό περιλαμβάνει επίσης τις νέες κοινές τεχνολογικές πρωτοβουλίες που είναι πολλαπλώς χρηματοδοτούμενες δράσεις μεγάλης κλίμακας που απευθύνονται στις επιχειρήσεις που υποστηρίζονται σε ορισμένες περιπτώσεις από συνδυασμό δημοσίων και ιδιωτικών πόρων.

Το πρόγραμμα ***«Ιδέες»*** στοχεύει στην ενίσχυση του δυναμισμού, της δημιουργικότητας και της αριστείας της ευρωπαϊκής έρευνας αιχμής. Για τον σκοπό αυτό, θα υποστηριχθούν ερευνητικά έργα που αναλαμβάνονται με πρωτοβουλία ερευνητών, σε οποιοδήποτε επιστημονικό και τεχνολογικό πεδίο, και υλοποιούνται από μεμονωμένες ομάδες, ανταγωνιζόμενες μεταξύ τους σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Η χρηματοδότηση έργων θα βασίζεται σε προτάσεις ερευνητών επί ερευνητικών αντικειμένων της επιλογής τους, οι οποίες θα επιλέγονται αποκλειστικά και μόνο με βάση την επιστημονική τους ποιότητα ("αριστεία") όπως αυτή θα αξιολογείται από ομότιμους κριτές.

Μέσω του προγράμματος θα υποστηριχθούν οι περισσότερα υποσχόμενοι και γόνιμοι τομείς έρευνας και οι πιο φιλόδοξες προοπτικές επιστημονικής και τεχνολογικής εξέλιξης σε μεμονωμένους ή και πολλαπλούς κλάδους, συμπεριλαμβανομένης της μηχανικής και των κοινωνικών και ανθρωπιστικών επιστημών.

Το πρόγραμμα ***«Άνθρωποι»*** στοχεύει στην ποσοτική και ποιοτική ενίσχυση του ανθρώπινου δυναμικού της έρευνας και της τεχνολογίας στην Ευρώπη, μέσω της προώθησης και

προβολής της επαγγελματικής σταδιοδρομίας στον χώρο της έρευνας και της διαμόρφωσης ελκυστικών συνθηκών και προοπτικών ερευνητικής σταδιοδρομίας στην Ευρώπη, ενθαρρύνοντας έτσι τους ευρωπαίους ερευνητές να παραμείνουν στην Ευρώπη και προσελκύοντας κορυφαίους ερευνητές από όλο τον κόσμο.

Στόχος του προγράμματος *«Ικανότητες»* είναι να ενισχύσει τις ικανότητες έρευνας και καινοτομίας σε όλη την Ευρώπη και να διασφαλίσει τη βέλτιστη αξιοποίηση αυτών των ικανοτήτων.

Το πρόγραμμα περιλαμβάνει έξι ειδικούς τομείς γνώσης ,στους οποίους συγκαταλέγονται οι ερευνητικές υποδομές, η έρευνα προς όφελος των ΜΜΕ ,οι περιφέρειες της γνώσης ,το ερευνητικό δυναμικό ,η επιστήμη στην κοινωνία και οι δραστηριότητες διεθνούς συνεργασίας.

Η ώθηση της έρευνας και της καινοτομίας βρίσκεται στο κέντρο της στρατηγικής της Επιτροπής όσον αφορά την ανάπτυξη και την απασχόληση. Η ΕΕ έχει ορίσει ως στόχο να διατίθεται ποσοστό 3% του ΑΕΠ της στην Ε&Α, από το οποίο το 2% θα πρέπει να προέρχεται από τον ιδιωτικό τομέα.

Παρόλο που το 7 ο ΠΠ διατηρεί σημαντικά στοιχεία που είχαν τα προηγούμενα Προγράμματα Πλαίσιο έχει μερικές διαφορές όπως παρουσιάζεται στην συνέχεια :

- Ο προϋπολογισμός του είναι μεγαλύτερος κατά 63% από αυτό του

  6 ου ΠΠ

- Καθιερώνει νέες «περιφέρειες γνώσης» που ενώνει τους διάφορους ερευνητικούς εταίρους μιας περιφέρειας (Πανεπιστήμια ,ερευνητικά κέντρα πολυεθνικές εταιρείες, περιφερειακές αρχές ,ΜΜΕ

- Ενίσχυση της υποστήριξης επενδυτών του ιδιωτικού τομέα σε ερευνητικά έργα ,βελτιώνοντας την πρόσβαση σε δάνεια από την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (ΕΤΕ)για μεγάλες ευρωπαϊκές ερευνητικέ δράσεις

- Κοινές Τεχνολογικές Πρωτοβουλίες που ασχολούνται με τους τομείς της ερευνητικής δραστηριότητας που απαιτούν ενίσχυση της συνεργασίας και σημαντικές επενδύσεις για μακροπρόθεσμη επιτυχία

- Περισσότερο ευέλικτο που βοηθά με ουσιαστική απλοποίηση της διαδικασίας και ανταποκρίνεται στις ανάγκες των επιχειρήσεων.

- Διαμόρφωση του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Έρευνας για την χρηματοδότηση της Ευρωπαϊκής επιστημονικής έρευνας αιχμής

Η ανταγωνιστικότητα και η καινοτομία στην Ευρώπη θα υποστηριχθεί τόσο από το 7ο πρόγραμμα πλαίσιο έρευνας, τεχνολογικής ανάπτυξης και επίδειξης (7ο ΠΠ-ΕΤΑ), όσο και από το CIP. Τα προγράμματα αυτά θα είναι συμπληρωματικά μεταξύ τους και θα αλληλοενισχύονται όσον αφορά την υποστήριξή τους για την επίτευξη των στόχων της Λισσαβόνας.

Το CIP όπως περιγράφεται παραπάνω θα ασχοληθεί τόσο με τεχνολογικές όσο και με μη τεχνολογικές πτυχές της καινοτομίας. Όσον αφορά την τεχνολογική καινοτομία, θα επικεντρωθεί στα αποτελέσματα της διαδικασίας έρευνας και καινοτομίας. Συγκεκριμένα, θα προωθήσει υπηρεσίες υποστήριξης της καινοτομίας για τη μεταφορά και την αξιοποίηση τεχνολογίας, σχέδια για την εφαρμογή και την υιοθέτηση από την αγορά υφιστάμενων νέων τεχνολογιών σε τομείς όπως οι ΤΠΕ, η ενέργεια και η προστασία του περιβάλλοντος, όπως επίσης και την ανάπτυξη και το συντονισμό εθνικών και περιφερειακών προγραμμάτων και πολιτικών που αφορούν την καινοτομία. Θα βελτιώσει επίσης τη διαθεσιμότητα και την πρόσβαση καινοτόμων ΜΜΕ σε εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης, συμπεριλαμβανομένων των δραστηριοτήτων έρευνας και ανάπτυξης και καινοτομίας, και θα προωθήσει τη συμμετοχή των ΜΜΕ στο 7ο ΠΠ-ΕΤΑ.

Από την πλευρά του, το 7ο ΠΠ-ΕΤΑ θα συνεχίσει και θα ενισχύσει την υποστήριξη της διεθνούς συνεργασίας στον τομέα της έρευνας, τεχνολογικής ανάπτυξης και επίδειξης, ιδίως μεταξύ επιχειρήσεων και δημόσιων οργανισμών έρευνας, συγκεκριμένων συστημάτων ΕΤΑ υπέρ των ΜΜΕ και της κινητικότητας ερευνητών μεταξύ εταιρειών και ακαδημαϊκών ιδρυμάτων. Κατ' αυτό τον τρόπο, θα επικεντρωθεί περισσότερο στις ανάγκες της βιομηχανίας για τεχνολογική καινοτομία και θα εισαγάγει νέες δράσεις, με τη μορφή κοινών τεχνολογικών πρωτοβουλιών σε καίριους τομείς βιομηχανικού ενδιαφέροντος. Θα προωθήσει επίσης τη διάδοση και την αξιοποίηση ερευνητικών αποτελεσμάτων στο πλαίσιο σχεδίων και σε συγκεκριμένους θεματικούς τομείς, όπως επίσης και το συντονισμό εθνικών προγραμμάτων και πολιτικών για την έρευνα. Η υποστήριξη της διεθνούς συνεργασίας ανάμεσα σε περιφερειακές ενέργειες με αντικείμενο την έρευνα θα συμπληρώσει παρόμοιες δραστηριότητες του CIP που εστιάζονται σε περιφερειακές δράσεις και πολιτικές για την καινοτομία.

ΣΤ.2.4 Τεχνολογία Πληροφοριών και Επικοινωνιών

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, μέσω του κοινοτικού προγράμματος της Λισσαβόνας και ιδίως της στρατηγικής i2010, αναλαμβάνει ηγετικό ρόλο και:

– θα αναπτύξει προτάσεις για την επικαιροποίηση των πλαισίων κανονιστικών ρυθμίσεων για τις υπηρεσίες ηλεκτρονικών επικοινωνιών, κοινωνίας της πληροφορίας και μέσων επικοινωνίας, ώστε να αξιοποιηθεί πλήρως η εσωτερική αγορά

- θα χρησιμοποιήσει τα κοινοτικά χρηματοδοτικά μέσα για την τόνωση των επενδύσεων στην στρατηγική έρευνα και για την αντιμετώπιση σημείων συμφόρησης για την ευρύτερη διάθεση καινοτομιών στις ΤΠΕ;

- θα υποστηρίξει πολιτικές για την αντιμετώπιση της ηλ-ένταξης και της ποιότητας ζωής.

Το νέο στρατηγικό πλαίσιο i 2010 –Ευρωπαϊκή κοινωνία της πληροφορίας 2010 που έχει υιοθετήσει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 2005 καθορίζει τους γενικούς προσανατολισμούς πολιτικής και προτείνει τρεις προτεραιότητες[57]:

- Ολοκλήρωση του ενιαίου ευρωπαϊκού χώρου της πληροφορίας που προωθεί ανοιχτή και ανταγωνιστική εσωτερική αγορά για την κοινωνία της πληροφορίας και τα μέσα μαζικής επικοινωνίας

- Ενίσχυση καινοτομίας και επενδύσεων στην έρευνα ΤΠΕ για την προαγωγή της ανάπτυξης καθώς και περισσότερων και καλύτερων θέσεων απασχόλησης

- Επίτευξη της Ευρωπαϊκής κοινωνίας της πληροφορίας χωρίς κοινωνικό αποκλεισμό ,που προωθεί την ανάπτυξη και την απασχόληση κατά τρόπο συμβατό με την αειφόρο ανάπτυξη και που θέτει ως προτεραιότητα καλύτερες δημόσιες υπηρεσίες και βελτιωμένη ποιότητα ζωής

Το θεματολόγιο της στρατηγικής i2010 για την αύξηση των επενδύσεων σε έρευνα και καινοτομία, που προτείνει η Επιτροπή είναι [58]:

Προτείνει την αύξηση κατά 80%, έως το 2010, της υποστήριξης για έρευνα σε κοινοτικό επίπεδο στις ΤΠΕ και καλεί τα κράτη μέλη να πράξουν το ίδιο.

Ορίζει ως προτεραιότητα στρατηγική έρευνα σε ΤΠΕ γύρω από βασικούς τεχνολογικούς πυλώνες του 7ου ΠΠ (2007)

Δρομολογεί πρωτοβουλίες έρευνας και εγκατάστασης για την αντιμετώπιση βασικών σημείων συμφόρησης για τα οποία απαιτούνται τεχνολογικές και οργανωτικές λύσεις (2006)

Ορίζει συμπληρωματικά μέτρα για την ενθάρρυνση των ιδιωτικών επενδύσεων σε έρευνα και καινοτομία στις ΤΠΕ (2006)

Διατυπώνει συγκεκριμένες προτάσεις σχετικά με την κοινωνία της πληροφορίας για

[57] COM(2005) 1.6.2005)Η στρατηγικήi 2010 –Ευρωπαϊκή Κοινωνία της Πληροφορίας για την ανάπτυξη και την απασχόληση

[58] COM(2005) 229 τελικό

όλους στο πλαίσιο των στρατηγικών κατευθύνσεων της Κοινότητας για την σύγκλιση, 2007-2013

Ορίζει πολιτικές τηλ-επιχειρείν που στοχεύουν στην άρση τεχνολογικών, οργανωτικών και νομικών φραγμών για υιοθέτηση ΤΠΕ με εστίαση στις ΜΜΕ

Αναπτύσσει εργαλεία για την υποστήριξη νέων μοντέλων εργασίας που βελτιώνουν την καινοτομία σε επιχειρήσεις και την προσαρμογή σε ανάγκες νέων δεξιοτήτων

Η δρομολόγηση του κοινωνικού θεματολογίου της στρατηγικής i2010 που προτείνει η Επιτροπή είναι[59] :

Εκδίδει κατευθύνσεις πολιτικής για την τηλε-προσβασιμότητα και την ευρυζωνική κάλυψη (2005)

Προτείνει ευρωπαϊκή πρωτοβουλία για την τηλ-ένταξη (2008)

Εγκρίνει σχέδιο δράσης για την τηλε-διακυβέρνηση και τους στρατηγικούς προσανατολισμούς για δημόσιες υπηρεσίες που χρησιμοποιούν ΤΠΕ- (2006)

Δρομολογεί έργα επίδειξης για να δοκιμαστούν, σε επιχειρησιακή κλίμακα, τεχνικές, νομικές και οργανωτικές λύσεις για επιγραμμικές δημόσιες υπηρεσίες (2007)

Ως αρχικό βήμα, συγκροτεί τρεις εμβληματικές πρωτοβουλίες 'ποιότητας ζωής' στις ΤΠΕ (2007)

ΣΤ2.5 Διαρθρωτικά Ταμεία

Οι πόροι των Διαρθρωτικών Ταμείων για τα προγράμματα της περιόδου 2007-2013 είναι αυξημένοι σε σύγκριση με αυτούς που είχαν διατεθεί την προηγούμενη περίοδο και είναι επικεντρωμένοι στην ενίσχυση των περιφερειακών δυνατοτήτων της έρευνας και καινοτομίας την αναβάθμιση της καινοτομίας στις ΜΜΕ μέσω της ενίσχυσης των δικτύων των ΜΜΕ και των clusters ΜΜΕ καθώς και η καλύτερη πρόσβαση των ΜΜΕ στις δομές στήριξης των καθώς και η ανάπτυξη των νέων χρηματοδοτικών εργαλείων.

Σημαντική είναι η πρωτοβουλία «κοινοί ευρωπαϊκοί πόροι για τις πολύ μικρές έως μεσαίες επιχειρήσεις (JEREMIE) »των διαρθρωτικών ταμείων .Η πρωτοβουλία Jeremie θα συνδυάσει επιδοτήσεις από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης με δανειακό κεφάλαιο και

[59] COM(2005) 229 τελικό

άλλους χρηματοδοτικούς πόρους για την υποστήριξη της σύστασης και της επέκτασης καινοτομικών πολύ μικρών ,μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων στο πλαίσιο της περιφερειακής πολιτικής της ΕΕ. Θα υποστηρίξει επίσης τη μεταφορά τεχνολογίας και τους δεσμούς μεταξύ επιχειρήσεων πανεπιστημίων και ερευνητικών κέντρων και θα βελτιώσει τη διαθεσιμότητα μικροπιστώσεων που απευθύνονται σε όσους δεν έχουν πρόσβαση σε εμπορικές πιστώσεις.

ΣΤ.2.6 Άλλες Πρωτοβουλίες

Για την τόνωση της χρηματοδότησης κατά το διερευνητικό και το στάδιο εκκίνησης μιας επιχείρησης η Επιτροπή θα προωθήσει τη συνεργασία μεταξύ δραστηριοτήτων που χρηματοδοτούνται από την Επιτροπή ,όπως η Europe INNOVA PRO-INNO Europe,και δικτύων όπως το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Αγγέλων Επιχειρήσεων (EBAN)

Η πρωτοβουλία Europe - INNOVA είναι μια ομάδα κλαδικών σχεδίων καινοτομίας και περιλαμβάνει τη δημιουργία ενός «Παρατηρητηρίου Καινοτομίας βασικών Κλάδων Δραστηριότητας» (εντοπισμός μοχλών και προκλήσεων για την καινοτομία), τη δημιουργία ευρωπαϊκών clusters οργανωμένων σε τομείς δραστηριότητας, τη δικτύωση των φορέων και οργανισμών που χρηματοδοτούν την καινοτομία καθώς και τη λειτουργία panels καινοτομίας ανά τομέα ενδιαφέροντος με τη συμμετοχή εμπειρογνωμόνων υψηλού επιπέδου, πανεπιστημιακών και πολιτικών προσώπων επιφορτισμένων με το έργο της κύρωσης των αποτελεσμάτων της πρωτοβουλίας.

ΣΤ.3 Συγκριτική ανάλυση της Ευρωπαϊκής Πολιτικής έναντι των πολιτικών ανταγωνιστικών οικονομιών (ΗΠΑ και Ιαπωνία)

Οι διαφοροποιήσεις αναφορικά με την παραγωγικότητα ,την παραγωγή και την ενσωμάτωση της νέας τεχνολογίας μεταξύ Ευρώπης και ΗΠΑ είναι πολύ μικρές. Οι διαφορές μεταξύ των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ με αυτές των ΗΠΑ και της Ιαπωνίας παρουσιάζονται στην συνέχεια και είναι αρκετά ενδεικτικές .

Η δομή των ΜΜΕ στις ΗΠΑ, την Ιαπωνία και την Ε.Ε

	Πολύ μικρές	Μικρές	Μεσαίες	Σύνολο	Μεγάλες	Σύνολο
ΗΠΑ						
Αριθμός επιχειρήσεων (σε χιλ)	19.988	1.009	167	21.164	59	21.223

Απασχολούμενοι (σε χιλ)	27.872	20.061	15.660	63.593	55.042	129.635
Απασχολούμενοι ανά επιχείρηση	1	20	94	3	1.119	6
ΙΑΠΩΝΙΑ						
Αριθμός επιχειρήσεων (σε χιλ)	-	-	-	4.690	13	4.703
Απασχολούμενοι (σε χιλ)				25.601	12.676	38.277
Απασχολούμενοι ανά επιχείρηση				5	975	8
Ε.Ε						
Αριθμός επιχειρήσεων (σε χιλ)	17.820	1.260	180	19.270	40	19.310
Απασχολούμενοι (σε χιλ)	55.040	24.280	18.100	97.420	42.300	139.710
Απασχολούμενοι ανά επιχείρηση	3	19	98	5	1.052	7
Ευρώπη (19-2003)						
Αριθμός επιχειρήσεων (σε χιλ)	17.820	1.260	180	19.270	40	19.300
Απασχολούμενοι (σε χιλ)	55.040	14.280	18.100	97.420	42.300	139.710
Απασχολούμενοι ανά επιχείρηση	3	19	98	5	1.052	7
Μέγεθος που επικρατεί	Μεσαίο					

Πηγή :Observatory of European SMEs, SMEs in Europe2003 ,VOL.7,2003

Από τον πίνακα παραπάνω προκύπτει ότι η εικόνα που παρουσιάζουν οι ΜΜΕ είναι εντυπωσιακά όμοια στην Ευρώπη, την Ιαπωνία και τις ΗΠΑ. Ειδικότερα σε ο,τι αφορά στη δομή των ΜΜΕ ,εμφανίζονται σημαντικές ομοιότητες ανάμεσα στην Ε.Ε και την Ιαπωνία ,ενώ ελαφρώς διαφοροποιημένη είναι η εικόνα που παρουσιάζουν οι ΜΜΕ στις ΗΠΑ.

Όπως παρατηρείται, οι ΗΠΑ έχουν χαμηλότερο αριθμό απασχολουμένων ανά μικρομεσαία επιχείρηση και υψηλότερο στις μεγάλες επιχειρήσει ενώ στην Ε.Ε και την Ιαπωνία οι σχετικές τιμές ταυτίζονται. Τα στοιχεία αυτά, επομένως, πιστοποιούν ότι οι όποιες διαφορές καταγράφονται στην ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ στις εν λόγω χώρες δεν συνδέονται με το μέγεθος των επιχειρήσεων, αλλά θα πρέπει να αναζητηθούν σε άλλους παράγοντες (όπως π.χ το υψηλότερο κεφάλαιο εκκίνησης και οπωσδήποτε η υιοθέτηση σύγχρονης τεχνολογίας, κόστος εργασίας – μισθολογικές παροχές, νομοθετικό πλαίσιο λειτουργίας κλπ) που σχετίζονται με τη γενικότερη δυναμική και κατάσταση της οικονομίας τους. Επίσης επισημαίνεται το ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό αυτό-απασχόλησης στις ΗΠΑ (με τη μορφή μονοπρόσωπων ΕΠΕ (80% και 50% αντίστοιχα), που όπως φαίνεται δεν αναστέλλουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της αμερικανικής οικονομίας.

Το κενό στη χρηματοδότηση των αρχικών σταδίων εμποδίζει την οικονομική ανάπτυξη των ΜΜΕ. Στις Ηνωμένες Πολιτείες οι επενδύσεις επιχειρηματικών κεφαλαίων στα αρχικά στάδια ανέρχεται στο 0,04% περίπου του ΑΕΠ .Το επίπεδο αυτό έχουν ήδη επιτύχει ή υπερβεί η Σουηδία, η Δανία και το Ηνωμένο Βασίλειο το 2004[60]. Για να μπορέσει η υπόλοιπη Ευρώπη να έχει τα ίδια επιτεύγματα αυτά θα πρέπει να επενδύσει 6 δις €.

Η σύγκριση με τις Ηνωμένες Πολιτείες αποκαλύπτει μεγάλο περιθώριο βελτίωσης ιδίως στον τομέα της τεχνολογίας. Στις Ηνωμένες Πολιτείες η συνολική επένδυση επιχειρηματικών κεφαλαίων στην τεχνολογία είναι τετραπλάσια της Ευρώπης. Επιπλέον η μέση επένδυση στην Ευρώπη ανέρχεται σε 0,9 εκατ € έναντι 6,1 εκατ € στις Ηνωμένες Πολιτείες περιορίζοντας το δυναμικό οικονομικής ανάπτυξης[61].

Οι επενδύσεις σε Ε&Α ως μερίδιο του ΑΕΠ (ακαθάριστο εγχώριο προϊόν ,δείκτης ετήσιου εθνικού πλούτου) ανήλθαν σε 1.84% το 2005.Το ποσοστό αυτό είναι χαμηλότερο από εκείνου του προηγούμενου έτους ,όπως επίσης χαμηλότερο από το αντίστοιχο ποσοστό των ΗΠΑ και της Ιαπωνίας .Εξάλλου, αν διατηρηθούν οι σημερινές τάσεις, η Κίνα θα καλύψει το χάσμα της με την Ε.Ε μέχρι το 2009.

Η βασική αιτία για τις χαμηλές επιδόσεις της Ε.Ε είναι η μείωση των δαπανών για Ε&Α από τον ιδιωτικό τομέα. Η χρηματοδότηση Ε&Α από τις επιχειρήσεις αντιπροσωπεύει μόνο το 1% του ΑΕΠ στην Ε.Ε σε σύγκριση με 1,7% στις ΗΠΑ και 2,4%στην Ιαπωνία.

Στις ΗΠΑ, οι ΜΜΕ παράγουν δεκατρείς ως δεκατέσσερις φορές περισσότερες πατέντες για τους εργαζόμενους απ'ότι οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις ,περισσότερο από το 55% όλης της νέας τεχνολογικής καινοτομίας. Σύμφωνα με πρόσφατη Αμερικάνική μελέτη το κόστος για μια

[60] «Annual Survey of Pan-European Private Equity &Venture Capital Activity»2004

[61] «Money for Growth :The European Technology Investment Report 2005»Price WaterhouseCoopers

Μικρομεσαία επιχείρηση που θέλει να κατοχυρώσει πατέντα σε άλλη χώρα φτάνει να είναι απαγορευτικό.

Ο οργανισμός των ΜΜΕ στις ΗΠΑ είναι υποχρεωμένος να διασφαλίσει ότι το 23% όλων των κρατικών συμβάσεων συνάπτεται με ΜΜΕ.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρουσιάζονται στον παρακάτω πίνακα προκύπτει ότι οι οικονομίες των ΗΠΑ και Ανατολικής Ασίας υπερισχύουν αυτές του μέσου όρου των χωρών κρατών μελών.

Η ΗΠΑ έχουν χαμηλότερη επίδοση από τις 5 χώρες με τις καλύτερες επιδόσεις στην ΕΕ των 25, δηλαδή την Φινλανδία, Δανία, Σουηδία, Ολλανδία, Γερμανία, Μεγ. Βρετανία με ιδιαίτερη έμφαση στην Καινοτομία και Ε&Α που είναι κρίσιμος παράγοντας για πού οδηγεί την παραγωγικότητα των χωρών σε προχωρημένα επίπεδα ανάπτυξης. Την επίδοση της Ανατολικής Ασίας την ξεπερνά εκτός από αυτή των προαναφερόμενων χωρών και αυτή της Αυστρίας και του Λουξεμβούργου.

Επίσης οι ΗΠΑ έχουν καλύτερες επιδόσεις σε όλους του τομείς εκτός από τις τηλεπικοινωνίες τον εκσυγχρονισμό της κοινωνικής προστασίας, ενώ οι επιδόσεις της οικονομίας της Αν. Ασίας είναι καλύτερες εκτός από τα χρηματοοικονομικά και αειφορία.

Κατά μέσο όρο το μεγαλύτερο χάσμα μεταξύ της επίδοσης της Ε.Ε και αυτών που συγκρίνεται είναι στην ανάπτυξη της ΚτΠ και Ε&Α, στο επιχειρηματικό περιβάλλον όπου αυτές των ΗΠΑ και Αν. Ασίας υπερτερούν.

Στόχοι Λισσαβόνας συγκρινόμενοι με ΗΠΑ και Αν.Ασία[62]

	Μέσος Όρος 25	ΗΠΑ	ΑΝΑΤ. ΑΣΙΑ	Μέσος όρος των 25 σε σύγκριση με ΗΠΑ	Μέσος όρος 25 σε σύγκριση με Αν. Ασία
ΚτΠ	4.58	5.63	5.41	-1.05	-0.83
Καινοτομία & Ε&Α	4.24	6.01	5.23	-1.78	-0.99
Απελευθέρωση Αγορών	4.92	5.21	5.13	-0.29	-0.21
Δίκτυα Επιχειρήσεων	5.36	5.72	5.96	-0.36	-0.59
Χρηματοοικονομικά	4.59	5.97	5.54	-0.37	0.06
Επιχειρηματικό Περιβάλλον	4.40	5.21	5.11	-0.63	-0.52
Κοινωνικός Αποκλεισμός	5.05	4.58	4.87	-0.18	-0.47
Αειφορία	4.84	5.26	5.02	-0.21	0.03

[62] The Lisbon Review 2006 .Measuring Europe's Progress in Reform.World Economic Forum

	Μέσος Όρος 25	ΗΠΑ	ΑΝΑΤ. ΑΣΙΑ	Μέσος όρος των 25 σε σύγκριση με ΗΠΑ	Μέσος όρος 25 σε σύγκριση με Αν. Ασία
Συνολική Βαθμολογία	4.84	5.45	5.28	-0.61	-0.44

Από την έναρξη της εφαρμογής της Στρατηγικής της Λισσαβόνας ο ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης για την Ε.Ε των 15 έχει μέσο όρο 1.9% ανά έτος σε σύγκριση με το 2.8 % που είναι ο μέσος όρος για την περίοδο 1995-2000. Οι ΗΠΑ αναπτύχθηκαν με ρυθμό 2.7% από το 200-2005. Σε όρους κατά κεφαλήν(per capita)η ανάπτυξη της Ε.Ε των 15 (1.4%)είναι ελαφρώς χαμηλότερο από αυτό των ΗΠΑ (1.7%).

ΣΤ.4. Συνθετική παρουσίαση πολιτικών και «καλών πρακτικών» σε επίπεδο Ε.Ε.

Οι εμπειρίες κάθε χώρας-κράτους μέλους της Ε.Ε στους διάφορους τομείς που αφορούν τις ΜΜΕ, αποτελούν σημαντική πηγή γνώσης, συνεισφέρουν δε σημαντικά στον αποτελεσματικότερο τρόπο υλοποίησης (σχεδιασμό, εφαρμογή, παρακολούθηση, αξιολόγηση) Δράσεων από κάθε χώρα προς όφελος των ΜΜΕ και στην διδαχή των ιδίων των ΜΜΕ .

Βασικό εργαλείο που συνέβαλε θετικά στην αξιοποίηση των καλών πρακτικών είναι ο Χάρτης των ΜΜΕ. Κάθε χρόνο δίνεται προτεραιότητα σε ορισμένους τομείς του χάρτη οι οποίοι επιλέγονται κατόπιν σχετικών συζητήσεων με τα Κράτη Μέλη. Παράλληλα στο πλαίσιο των διαφόρων πρωτοβουλιών ή προγραμμάτων που αναπτύσσονται από την Ε.Ε ,επιλέγονται καλές πρακτικές που έχουν συμβάλει στην επίτευξη των στόχων που είχαν τεθεί με το πλέον ολοκληρωμένο και αποτελεσματικό τρόπο.

Οι τομείς προτεραιότητας στο πλαίσιο του Χάρτη κατά περίοδο παρουσιάζονται στην συνέχεια:

Περίοδος 2003-2004

- Εκπαίδευση, ιδίως δευτεροβάθμια και επιμόρφωση για το επιχειρηματικό πνεύμα
- Καλύτερες νομοθετικές ρυθμίσεις και ιδίως αξιολόγηση του αντίκτυπου και πτωχευτικού δικαίου
- Έλλειψη ειδικοτήτων και ιδίως μέτρα για να καλυφθεί η έλλειψη ειδικευμένων τεχνικών και μηχανικών

Περίοδος 2005-2006:

- Περισσότερα οφέλη από την ενιαία αγορά και ιδίως εύκολη πρόσβαση στις πληροφορίες για την νομοθεσία και τυποποίηση
- Υποστήριξη των επιχειρήσεων ιδίως για τις νεοσύστατες επιχειρήσεις και τις μεταβιβάσεις επιχειρήσεων
- Επιτυχημένα πρότυπα ηλεκτρονικών επιχειρήσεων και ιδίως μέτρα για να υποστηριχθεί η υιοθέτηση του ηλεκτρονικού επιχειρείν

Περίοδος 2006-2007:

(1) Λιγότερο δαπανηρή και ταχύτερη διαδικασία εκκίνησης, κυρίως μέσω της δημιουργίας υπηρεσιών "μονοθυριδικής" πρόσβασης

(2) Βελτίωση της πρόσβασης σε διοικητικές υπηρεσίες απευθείας σύνδεσης ("ηλεκτρονική διακυβέρνηση")

(3) Φορολογία.

Τέλος οι προτεινόμενοι τομείς για την περίοδο 2007 -2008 είναι :

- Επιμόρφωση και εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα
- Βελτίωση νομοθεσίας και κανονισμών ειδικά για μικρές επιχειρήσεις
- Βέλτιστης ποιότητας υποστήριξη των μικρών επιχειρήσεων ειδικά την εξωστρέφεια τους στο διεθνές περιβάλλον

Για την επιλογή των καλών πρακτικών που παρουσιάζονται στην συνέχεια εφαρμόστηκαν τα παρακάτω κριτήρια: (α) Πρακτική που έχει εφαρμοστεί και παρουσιάζει απτά αποτελέσματα, (β) Σαφής στόχοι και (γ) Αξιολογήσιμα αποτελέσματα.

Οι καλές πρακτικές είναι ταξινομημένες κατά αντιστοιχία με τους στόχους της Λισσαβόνας και τις γραμμές δράσεις του Χάρτη για τις ΜΜΕ, προκειμένου να υπάρχει δυνατότητα συγκρισιμότητας και αξιοποίησης. Έχουν επιλεγεί μεταξύ αυτών που καταγράφονται στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Χάρτη[63] μέχρι και το 2006 καθώς και στο πλαίσιο άλλων προγραμμάτων ή πρωτοβουλιών της Ε.Ε όπως interreg [64], equal [65]κλπ.

[63] Ευρωπαϊκός Χάρτης για τις Μικρές επιχειρήσεις : Επιλογή Ορθών Πρακτικών

[64] INTER-A Project: VADEMECUM Practical guide

[65] Equal success stories

ΑΞΟΝΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΤΗΣ ΛΙΣΣΑΒΟΝΑΣ	ΤΟΜΕΙΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΧΑΡΤΗ ΜΜΕ (ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΜΜΕ)	ΒΕΛΤΙΣΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΡΑΤΩΝ
Κοινωνία της Πληροφορίας για όλους	**1. Βελτίωση της πρόσβασης σε απ' ευθείας σύνδεση:** Αύξηση της ηλεκτρονικής επικοινωνίας του δημοσίου με τον τομέα των μικρών επιχειρήσεων έτσι ώστε οι εταιρείες να είναι σε θέση να δέχονται συμβουλές, να υποβάλουν αιτήσεις, να καταθέτουν φορολογικές δηλώσεις, ή να λαμβάνουν απλές πληροφορίες σε απευθείας σύνδεση	-Αυστρία :EDM – Ηλεκτρονική Διαχείριση Δεδομένων στους τομείς του Περιβάλλοντος και της Διαχείρισης Αποβλήτων Βέλγιο :Πρόγραμμα ηλεκτρονικής διακυβέρνησης(e-government) του βελγικού τομέα κοινωνικών ασφαλίσεων υπέρ των ΜΜΕ - Βρετανία : Ηλεκτρονική υποβολή λογαριασμών -Βρετανία : Περισσότερες ευκαιρίες υποβολής προσφορών για μικρής αξίας δημόσιες συμβάσεις από τις ΜΜΕ -Γερμανία : Πύλη Πληροφοριών "next -Γερμανία: Προαγωγή των ικανοτήτων ηλεκτρονικού επιχειρείν μεταξύ ΜΜΕ μέσω ολοκληρωμένων διαδικασιών και προτύπων (PROZEUS) - Δανία :Αγορά μεταβιβαζόμενων επιχειρήσεων -Ιρλανδία: Διαδικτυακό περιβάλλον για την καταχώριση εταιρειών- CORE Ισπανία -Ισπανία ;BAN: Μια πύλη στο διαδίκτυο σχεδιασμένη για την προώθηση της καινοτομίας ,της μεταφοράς τεχνολογίας ,της επιχειρηματικότητας και των επιχειρηματικών σχέσεων -Λιθουανία: Υποβολή στατιστικών στοιχείων σε ηλεκτρονική μορφή
	2. Επιτυχημένα πρότυπα ηλεκτρονικών επιχειρήσεων και υποστήριξη κορυφαίων μικρών επιχειρήσεων : Δημιουργία συστημάτων, δικτύων και	

ΑΞΟΝΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΤΗΣ ΛΙΣΣΑΒΟΝΑΣ	ΤΟΜΕΙΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΧΑΡΤΗ ΜΜΕ (ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΜΜΕ)	ΒΕΛΤΙΣΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΡΑΤΩΝ
	υπηρεσιών πληροφόρησης και επιχειρηματικής υποστήριξης, τα οποία να είναι εύκολα προσβάσιμα και κατανοητά και να ανταποκρίνονται στις επιχειρηματικές ανάγκες. Διασφάλιση της πρόσβασης των μικρών επιχειρήσεων σε ευρωπαϊκό επίπεδο σε ότι αφορά την καθοδήγηση και την υποστήριξη από μέντορες και «αγγέλους επιχειρήσεων».	
		-Νορβηγία: Σύστημα ηλεκτρονικής υποβολής αιτήσεων -Πορτογαλία :Ψηφιακή πρωτοβουλία -Σουηδία Ηλεκτρονική έκδοση αδειών για νέες επιχειρήσεις εμπορικών μεταφορών -Φινλανδία :Palkka.fi: Salary-on-we
Καινοτομία Ε & ΤΑ	**1. Ενίσχυση των τεχνολογικών δυνατοτήτων των μικρών επιχειρήσεων:** Να υποστηριχθούν δράσεις σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο που αποσκοπούν στην ανάπτυξη δικτύων μεταξύ των επιχειρήσεων, να αυξηθεί η πανευρωπαϊκή συνεργασία μεταξύ των μικρών επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν τεχνολογίες της πληροφορίας, να διαδοθεί η βέλτιστη πρακτική σε συμφωνίες συνεργασίας, και να υποστηριχθεί η συνεργασία μεταξύ των μικρών επιχειρήσεων ώστε να βελτιωθούν οι δυνατότητες τους να διεισδύουν σε πανευρωπαϊκές αγορές καθώς και να επεκτείνουν τις δραστηριότητές τους σε αγορές τρίτων χωρών	-Αυστρία: Ταμείο Προώθησης Βιομηχανικής έρευνας - Βέλγιο Δίκτυο επιχειρησιακών αγγέλων της Βαλλωνίας - WABAN (WAL) - Βέλγιο Προσέλκυση νέων επιχειρήσεων και ξένων εφευρετών -Βουλγαρία: Εθνικό Ταμείο Καινοτομίας -Βρετανία: Περιφερειακό πρόγραμμα στρατηγικής στην καινοτομία του Γιορκσάιρ και του Humber, -Βρετανία :Ταμείο υψηλής τεχνολογίας του HB - Γαλλία **:**Προώθηση της τεχνολογικής καινοτομίας -Ιρλανδία: Διασύνδεση Ερευνητικών Ιδρυμάτων Πανεπιστημίων και Βιομηχανίας -Ιρλανδία:TESIS: ΕΝΑ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΤΑΞΗ ΤΩΝ ΤΠΕ ΚΑΙ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΙΣ ΜΜΕ -Ουγγαρία:Innovation management -Σλοβενία Σλοβένικο Δίκτυο Κατασκευαστών Εργαλείων
Απελευθέρωση και ολοκλήρωση ενιαίας αγοράς	**Περισσότερα οφέλη από την Ενιαία Αγορά:** Προώθηση μεταρρυθμίσεων με σκοπό την ολοκλήρωση,	-Αυστρία:Austria service" - παροχή ενιαίας εξυπηρέτησης για τις διοικητικές διατυπώσεις που

ΑΞΟΝΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΤΗΣ ΛΙΣΣΑΒΟΝΑΣ	ΤΟΜΕΙΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΧΑΡΤΗ ΜΜΕ (ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΜΜΕ)	ΒΕΛΤΙΣΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΡΑΤΩΝ
	στην Ένωση, μίας πραγματικής εσωτερικής αγοράς, φιλικής προς τις μικρές επιχειρήσεις σε ζωτικούς τομείς για την ανάπτυξή τους, συμπεριλαμβανομένου του ηλεκτρονικού εμπορίου, των τηλεπικοινωνιών, των επιχειρήσεων κοινής ωφέλειας, των δημοσίων προμηθειών, και των συστημάτων διασυνοριακών πληρωμών.	υποχρεούνται να διεκπεραιώνουν οι βιοτεχνίες της Άνω Βαυαρίας που ασκούν επιχειρηματικές δραστηριότητες στην Αυστρία Βρετανία: Διαβατήριο για Εξαγωγές -Γαλλία :Διευκόλυνση την επιχειρηματικής συνεργασίας ΜΜΕ στην εσωτερική αγορά -Γερμανία :Electronik Δανία: Ομάδα Εργασίας για την εσωτερική αγορά (TIM) - Ιταλία :Decide VI - La Spezia Λιθουανία: Ευαισθητοποίηση σε θέματα τυποποίησης Πολωνία :Βάση Δεδομένων Eulex
Στήριξη Δικτύων Επιχειρήσεων		-Γαλλία:NETWIN: ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ -Ιταλία:INCLUD: ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ CLUSTER ΑΝΑΠΤΥΞΗ - Ουγγαρία:Προώθηση συστήματος Δικτύωσης για τις ΜΜΕ για να προωθήσουν τις εξαγωγές -Φινλανδία : FINPROΠροώθηση της Δικτύωσης μεταξύ των ΜΜΕ που απευθύνονται σε επιλεγμένη αγορά
Δημιουργία Αποτελεσματικών και ολοκληρωμένων Χρηματοοικονομικών υπηρεσιών	**Φορολογικά και χρηματοοικονομικά και χρηματοοικονομικά ζητήματα:** Αναπροσαρμογή των φορολογικών συστημάτων ώστε να ενθαρρύνεται η έναρξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων ,η επιβράβευση της επιτυχίας να ευνοείται επέκταση των μικρών επιχειρήσεων και η δημιουργία θέσεων απασχόλησης .	-Αυστρία: Περισσότερη Ρευστότητα και Ισχυρότεροι Ισολογισμοί -Αυστρία: Φορολογικές απαλλαγές για τα επενδεδυμένα κέρδη -ΒΕΛΓΙΟ:Tax-on-Web (υποβολή φορολογικών δηλώσεων σε απευθείας σύνδεση)

ΑΞΟΝΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΤΗΣ ΛΙΣΣΑΒΟΝΑΣ	ΤΟΜΕΙΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΧΑΡΤΗ ΜΜΕ (ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΜΜΕ)	ΒΕΛΤΙΣΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΡΑΤΩΝ
	Βελτίωση της πρόσβασης των μικρών επιχειρήσεων στα διαρθρωτικά ταμεία και η αύξηση της χρηματοδότησης στις νεοπαγείς επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας	- Βουλγαρία :Απλουστευμένη παροχή διοικητικών υπηρεσιών με γνώμονα τον πελάτη
		-Γαλλία :Περιφερειακά Επενδυτικά Κεφάλαια Σχολείο των Επιχειρηματικών Αγγέλων
		ΓΑΛΛΙΑ ;Κέντρο διαχείρισης για πολύ μικρές επιχειρήσεις
		-Γερμανία: Βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ στο Τραπεζικό σύστημα
		Γερμανία :Γερμανικό ταμείο μικροχρηματοδοτήσεων
		Ισπανία; Απλουστευμένες Φορολογικές Διαδικασίες
		Ισπανία: Μείωση των φόρων κληρονομιάς και δωρεάς
		-ΙΤΑΛΙΑ:Η ιταλική φορολογική διοίκηση σε απευθείας σύνδεση
		- Λετονία: Ηλεκτρονικό σύστημα υποβολής φορολογικών δηλώσεων
		-Λετονία: Σύσταση "fund of funds" (αμοιβαίο κεφάλαιο που επενδύει σε άλλα αμοιβαία κεφάλαια)
		- ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ :Σύστημα eVAT (ηλεκτρονικός ΦΠΑ) (2η φάση)
		-ΟΥΓΓΑΡΙΑ Έκπτωση φόρου για τις επενδύσεις των ΜΜΕ
		-ΡΟΥΜΑΝΙΑ Φορολογία εισοδήματος για πολύ μικρές επιχειρήσεις
		- Σλοβακία :Απλούστευση φορολογικού συντελεστή
		Φινλανδία: Περισσότερη Ρευστότητα και Ισχυρότεροι Ισολογισμοί
Βελτίωση Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος: Εκκίνηση Επιχείρησης/ Κανονιστικό Πλαίσιο	**1.Εκπαίδευση και Επιμόρφωση για το επιχειρηματικό πνεύμα:** Η ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος και των νέων ικανοτήτων από μικρότερη ηλικία με διδασκαλία σε όλα τα σχολικά επίπεδα. Η ενθάρρυνση και η προώθηση της	-Αυστρία :Ακαδημία των νέων επιχειρηματιών
		- Αυστρία: Kinder Business Week
		- Αυστρία :Οικονομικό Επιμελητήριο της Βιέννης υπηρεσία για τη σύσταση νέων επιχειρήσεων
		- Βέλγιο :Βελτίωση της Κοινωνικής Ασφάλισης των νέων

ΑΞΟΝΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΤΗΣ ΛΙΣΣΑΒΟΝΑΣ	ΤΟΜΕΙΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΧΑΡΤΗ ΜΜΕ (ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΜΜΕ)	ΒΕΛΤΙΣΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΡΑΤΩΝ
	επιχειρηματικής προσπάθειας των νέων **2.Φθηνότερη και ταχύτερη εκκίνηση –απλοποίηση των διαδικασιών για την δημιουργία επιχειρήσεων :**Το κόστος και ο χρόνος εκκίνησης των επιχειρήσεων θα πρέπει να μειωθούν ώστε να καταστούν οι ανταγωνιστικότεροι παγκοσμίως **3.Καλυτερη νομοθεσία και ρυθμίσεις :**Οι χρονοβόρες και δαπανηρές διαδικασίες πτώχευσης πρέπει να αναθεωρηθούν ή να δώσουν τη θέση τους σε νέους νόμους που θα στοχεύουν στις ταχείες ,χαμηλού κόστους ,προσιτές ,βελτιωμένες και προβλέψιμες διαδικασίες.	μικρών ιδιοκτητών -Βρετανία :Υποκίνηση της επιστημονικής επιχειρηματικότητας - Βρετανία :Flying Start (Ταχεία εκκίνηση - Βρετανία :Εργαλείο για την οργάνωση νεοσύστατης επιχείρησης -Βρετανία :Αποφυγή της επιχειρηματικής αποτυχίας -Γαλλία :Παρατηρητήριο Πρακτικών διδασκαλίας - Γαλλία :Βελτίωση της Κοινωνικής Ασφάλισης - Γερμανία :Βελτίωση της Κοινωνικής Ασφάλισης -Εσθονία :Διαμόρφωση επιχειρηματικής συμπεριφοράς - Εσθονία: Ταχύτερη εκκίνηση -Ιρλανδία: Απόκτηση επαγγελματικής εμπειρίας από μαθητές -Ισπανία Προώθηση επιχειρηματικών δεξιοτήτων και της αυτό-απασχόλησης Στην μη Πανεπιστημιακή εκπαίδευση -Ισπανία Σύστημα έγκαιρου προοιδοποίησης - Ισπανία: Emprendemos Juntos (Είμαστε όλοι επιχειρηματίες) - -Λουξεμβούργο: 1,2,3,GO -Νορβηγία :Εφαρμογή επιχειρηματικού πνεύματος στην εκπαίδευση -Ολλανδία: Δημιουργία Ειδικής Επιτροπής για το Επιχειρηματικό Πνεύμα και την Εκπαίδευση -Ολλανδία: Υποστήριξη των επιχειρηματιών που έχουν αποτύχει - Πολωνία :Εθνικό Δίκτυο Επιχειρηματικών και Συμβουλευτικών κέντρων

ΑΞΟΝΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΤΗΣ ΛΙΣΣΑΒΟΝΑΣ	ΤΟΜΕΙΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΧΑΡΤΗ ΜΜΕ (ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΜΜΕ)	ΒΕΛΤΙΣΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΡΑΤΩΝ
		-Πορτογαλία :Σύσταση επιχείρησης σε απευθείας σύνδεση
		-Πορτογαλία: Σύστημα κινήτρου για Επιχειρηματική Ανανέωση και Εκσυγχρονισμό
		- Σλοβενία Ανάπτυξη Επιχειρηματικής κουλτούρας και δημιουργικότητας μεταξύ των νέων
		-Σουηδία Διαδικτυακό εργαλείο για την παροχή εξατομικευμένων καταλόγων ρυθμίσεων και πληροφοριών
		-Σουηδία Διαδικτυακή και τηλεφωνική υπηρεσία παροχής πολυγλωσσικών πληροφοριών και συμβουλών σε νεοσύστατες επιχειρήσεις
		Σουηδία: Διαδικτυακή και τηλεφωνική υπηρεσία παροχής πολυγλωσσικών πληροφοριών και συμβουλών σε νεοσύστατες επιχειρήσεις
		-Τσεχία :Διευκόλυνση διοικητικών διατυπώσεων
		Φινλανδία: Βελτίωση της Κοινωνικής Ασφάλισης
Κοινωνικός Αποκλεισμός	**Διαθεσιμότητα των ικανοτήτων** : Εξασφάλιση προγραμμάτων επιμόρφωσης, δια βίου επιμόρφωση και παροχή συμβουλών προσαρμοσμένα στις ανάγκες των μικρών επιχειρήσεων.	-Βρετανία :¨Γυναίκες στο Δίκτυο
		-Γαλλία Προσφορά Οικονομικής Ενίσχυσης και Παροχή Συμβουλών σε γυναίκες
		- Ιρλανδία :ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ LIFE LONG LEARNING
		-Ισπανία Empresarias-Net
		- Σουηδία :Ενθάρρυνση Επιχειρηματικού Πνεύματος μεταξύ των εθνικών μειονοτήτων
Ενθάρρυνση Αειφόρου Ανάπτυξης		-Αυστρία:EDM – Ηλεκτρονική Διαχείριση Δεδομένων στους τομείς του Περιβάλλοντος και της Διαχείρισης

ΑΞΟΝΕΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΤΩΝ ΣΤΟΧΩΝ ΤΗΣ ΛΙΣΣΑΒΟΝΑΣ	ΤΟΜΕΙΣ ΠΑΡΕΜΒΑΣΗΣ ΧΑΡΤΗ ΜΜΕ (ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΜΜΕ)	ΒΕΛΤΙΣΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΡΑΤΩΝ
		Αποβλήτων
		Ιταλία:ECOLAND: ΕΝΑ ΜΟΝΤΕΛΟ ΓΙΑ ΤΟΝ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΕΞΟΠΛΙΣΜΕΝΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ
		- Φινλανδία:DQE: ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Α. Άξονας παρέμβασης: Κοινωνία της Πληροφορίας για όλους

1. **Βελτίωση της πρόσβασης σε απ' ευθείας σύνδεση**

2. **Επιτυχημένα πρότυπα ηλεκτρονικών επιχειρήσεων και υποστήριξη κορυφαίων μικρών επιχειρήσεων**

Η αξιοποίηση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών μπορεί να συνεισφέρει πολλαπλώς στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις. Καταρχήν συμβάλλει ουσιαστικά στην βελτίωση της πρόσβασης στις υπηρεσίες του δημοσίου, στην μείωση του διοικητικού φόρτου και στην ενίσχυση της διαφάνειας καθώς και την μείωση του ψηφιακού χάσματος μεταξύ των περιφερειών .

Οι Δημόσιες υπηρεσίες των χωρών κρατών-μελών διαφέρουν σημαντικά και έχουν αναληφθεί αρκετές πρωτοβουλίες για την βελτίωση της διαλειτουργικότητας και την στήριξη της ηλεκτρονικής διακυβέρνηση .Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή σε συνεργασία με τα κράτη μέλη έχει θέσει σαν στόχο μέσω του «Σχέδιο Δράσης i 2010 για την ηλεκτρονική διακυβέρνηση – Επιτάχυνση της θέσπισης της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης προς όφελος όλων »την δυνατότητα 100% ηλεκτρονικής σύναψης συμβάσεων.

Επιπροσθέτως οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών συμβάλλουν στην βελτίωση των λειτουργιών των επιχειρήσεων ,στην προώθηση των προϊόντων και των υπηρεσιών των και στην ανάπτυξη δικτυώσεων μεταξύ των επιχειρήσεων.

Τα Κράτη μέλη έχουν αναπτύξει πρωτοβουλίες αξιοποιώντας τις ΤΠΕ που παρουσιάζονται στην συνέχεια και περιλαμβάνουν μεταξύ άλλων ,την ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων σχετικά με τις κοινωνικές ασφαλίσεις ,την ηλεκτρονική υποβολή λογαριασμών ,την πρόσβαση στις δημόσιες συμβάσεις την προώθηση της μεταβίβασης των ΜΜΕ ,την ηλεκτρονική έκδοση αδειών. Συμπεριλαμβάνονται πρωτοβουλίες που αφορούν την στήριξη των ΜΜΕ για την βελτίωση των λειτουργία των και την προώθηση της εξωστρέφειας.

Βέλγιο: Πρόγραμμα ηλεκτρονικής διακυβέρνησης(e-government) του βελγικού τομέα κοινωνικών ασφαλίσεων υπέρ των ΜΜΕ

Στόχοι

Η βελτίωση και ριζική αναμόρφωση του συστήματος παροχής υπηρεσιών μεταξύ όλων των κοινωνικών φορέων και των εργοδοτών.

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Οι κοινωνικοί φορείς του Βελγίου προέβησαν στη ριζική αναμόρφωση του υφιστάμενου συστήματος, προκειμένου η συγκέντρωση στοιχείων από τους εργοδότες να πραγματοποιείται μόνο μία φορά. Τα στοιχεία που απαιτούνται από τις υπηρεσίες κοινωνικής ασφάλισης για τον υπολογισμό όλων των εισφορών κοινωνικής ασφάλισης και των παροχών κοινωνικής ασφάλισης, με βάση τις αποδοχές και τον χρόνο εργασίας, συγκεντρώνονται από τους εργοδότες άπαξ σε μια από τις ακόλουθες περιπτώσεις: κατά την έναρξη της σχέσης εργασίας, κατά την τριμηνιαία καταβολή των εισφορών κοινωνικής ασφάλισης, σε περίπτωση κοινωνικού κινδύνου ή κατά τη λήξη της σχέσης εργασίας. Όλοι οι φορείς απόκτησαν πλέον αμοιβαία πρόσβαση στις αντίστοιχες βάσεις δεδομένων και δυνατότητα να ανταλλάσσουν δεδομένα με ασφαλή ηλεκτρονικά μέσα.

Αποτέλεσμα των παραπάνω η κατάργηση 190 είδη εγγράφων σε χαρτί τα, οποία οι πολίτες ή οι εργοδότες τους ήταν υποχρεωμένοι να ζητούν από μία υπηρεσία κοινωνικής ασφάλισης για να τα υποβάλουν σε άλλη. Τα έγγραφα αυτά αντικαταστάθηκαν από την απευθείας ηλεκτρονική ανταλλαγή δεδομένων. Το 2005, αντηλλάγησαν 500 εκατομμύρια περίπου τέτοια ηλεκτρονικά μηνύματα.

Βρετανία: Ηλεκτρονική υποβολή λογαριασμών

Στόχοι

Να υπάρχει ένα φιλικό προς τον χρήστη μέσο διεπαφής με το οποίο οι υπεύθυνοι για την παρουσίαση των λογαριασμών, οι οποίοι δεν είναι εξοικειωμένοι με την τεχνολογία, να μπορούν να υποβάλλουν πληροφορίες.

Περιγραφή -Αποτελέσματα

Όλες οι ανώνυμες εταιρείες στο ΗΒ είναι εγγεγραμμένες στην Companies House, την εκτελεστική υπηρεσία του Υπουργείου εμπορίου και βιομηχανίας. Υπάρχουν περισσότερες από 2 εκατομμύρια ανώνυμες εταιρείες στη Μεγάλη Βρετανία και κάθε χρόνο προστίθενται περισσότερες από 300.000 νέες. Μέσω του δικτυακού τόπου της υπηρεσίας Companies House, οι επιχειρήσεις, οι επαγγελματίες και το κοινό μπορούν να έχουν πρόσβαση σε όλα τα

δημοσιευόμενα έγγραφα της εταιρείας, όπως, ετήσιες καταστάσεις και λογαριασμούς, καταλόγους διευθυντικών στελεχών και αρχεία.

Από τον Νοέμβριο 2005, που άρχισε η λειτουργία του εργαλείου, μέχρι τον Νοέμβριο 2006, υποβλήθηκαν ηλεκτρονικά 48.797 λογαριασμοί.

Βρετανία: Περισσότερες ευκαιρίες υποβολής προσφορών για μικρής αξίας δημόσιες συμβάσεις από τις ΜΜΕ

Στόχοι

Να γίνει ο τομέας των δημόσιων συμβάσεων περισσότερο διαφανής για τους αγοραστές μέσω μιας ενιαίας ηλεκτρονικής εφαρμογής την οποία θα χρησιμοποιούν όλοι οι οργανισμοί του δημοσίου.

Περιγραφή -Αποτελέσματα

Οι δικτυακές πύλες "supply2.gov.uk" και "buy4wales.co.uk" δημιουργήθηκαν για να διευκολύνουν την πρόσβαση μικρών επιχειρήσεων της Αγγλίας και της Ουαλίας, αντίστοιχα, σε δημόσιες συμβάσεις. Οι προμηθευτές, αφού εγγραφούν δωρεάν στην πύλη"supply2.gov.uk" μπορούν να συμβουλεύονται καταλόγους με όλους τους διαγωνισμούς που προκηρύσσονται σε περιοχή της επιλογής τους. Μία ηλεκτρονική υπηρεσία τους ειδοποιεί για κάθε νέα ευκαιρία που παρουσιάζεται. Καταβάλλοντας ένα τέλος, οι προμηθευτές μπορούν να ενημερώνονται για ευκαιρίες και σε άλλες περιοχές, καθώς και για ευκαιρίες που δημοσιεύονται στην Επίσημη Εφημερίδα των ΕΚ. Η πύλη "buy4wales.co.uk" βοηθά δωρεάν τους αρμόδιους υπαλλήλους στην εσωτερική διαχείριση των δημόσιων συμβάσεων καθιστώντας δυνατή την ελεγχόμενη ανάθεση και την καταγραφή του προφίλ των συμβάσεων. Δεδομένου ότι η πύλη αυτή δημοσιεύει ηλεκτρονικά την Επίσημη Εφημερίδα της ΕΕ, χρησιμοποιείται επίσης για τη δημοσίευση προκηρύξεων δημόσιων συμβάσεων, είτε αυτές υπερβαίνουν τα όρια της ΕΕ είτε όχι. Οι εγγεγραμμένες εταιρείες ειδοποιούνται ηλεκτρονικά καθημερινά για τις προκηρύξεις δημόσιων συμβάσεων που θα μπορούσαν να τις ενδιαφέρουν, ταξινομημένες ανά αξία, τομέα και τοποθεσία εντός της Ουαλίας.

Μέσω της "supply2gov" έχουν δημοσιευτεί σχεδόν 15.000 προσκλήσεις υποβολής προσφορών, εκ των οποίων οι 7.000 τουλάχιστον είναι μικρής αξίας. Τουλάχιστον 80 οργανισμοί χρησιμοποίησαν το 2006 την πύλη "buy4wales.co.uk" για τη δημοσίευση ανακοινώσεων σύναψης συμβάσεων συνολικής αξίας άνω των 3 δις ευρώ, ποσό που αντιπροσωπεύει το 50% των δαπανών για δημόσιες συμβάσεις της Ουαλίας. Οι μισές σχεδόν από τις ανακοινώσεις αυτές (46%) αντιπροσώπευαν συμβάσεις κάτω των 150.000 ευρώ.

Γερμανία: Πύλη Πληροφοριών «next»

Στόχος

Προώθηση της μεταβίβασης των επιχειρήσεων

Περιγραφή –Αποτελέσματα

Πύλη πληροφοριών «nexxt»

Η πρωτοβουλία «nexxt» για τη μεταβίβαση επιχειρήσεων είναι ένα σχέδιο του Ομοσπονδιακού Υπουργείου Οικονομικών και Τεχνολογίας σε συνεργασία με πολλούς οργανισμούς και τράπεζες. Το σχέδιο αυτό στοχεύει στην προώθηση της μεταβίβασης των επιχειρήσεων στην Γερμανία. Με την κοινή ονομασία «nexxt» δημιουργήθηκε μια πλατφόρμα δράσης με στόχο τη συγκέντρωση όλων των δυνάμεων που συμμετέχουν στη μεταβίβαση των επιχειρήσεων. Στην ιστοθέση www.nexxt.org παρέχονται κάθε είδους πληροφορίες που αφορούν τη μεταβίβαση των επιχειρήσεων. Στο πλαίσιο του σχεδίου nexxt, οι εταίροι της πρωτοβουλίας διοργανώνουν σεμινάρια και άλλες δραστηριότητες που αποσκοπούν στην παροχή πληροφοριών σχετικά με τη διαδοχή και με συγκεκριμένους τρόπους για την επίλυση

προβλημάτων. Η πρωτοβουλία αποσκοπεί να συνδράμει τους επιχειρηματίες να αντιμετωπίσουν έγκαιρα το ζήτημα της μεταβίβασης των επιχειρήσεών τους.

Γερμανία: Προαγωγή των ικανοτήτων ηλεκτρονικού επιχειρείν μεταξύ ΜΜΕ μέσω ολοκληρωμένων διαδικασιών και προτύπων (PROZEUS)

Στόχος

Βελτίωση των ικανοτήτων του ηλεκτρονικού επιχειρείν των ΜΜΕ παρέχοντας παραδείγματα ολοκληρωμένων λύσεων

Περιγραφή-Αποτελέσματα

Προαγωγή των ικανοτήτων του ηλεκτρονικού επιχειρείν μεταξύ των ΜΜΕ μέσω ολοκληρωμένων διαδικασιών και προτύπων που έχουν σχεδιαστεί για να τις βοηθήσουν να συμμετέχουν στις παγκόσμιες αγορές προμηθειών και πωλήσεων .Η βάση του σχεδίου είναι η πραγματική εφαρμογή ασκήσεων ηλεκτρονικού επιχειρείν σε 25 επιχειρήσεις πιλότους μεσαίου μεγέθους που βοηθούν τις άλλες επιχειρήσεις να ξεκινήσουν και να εφαρμόσουν ηλεκτρονικό επιχειρείν .Τα αποτελέσματα περιλαμβάνουν επιτυχή δοκιμασμένα σχέδια ,ανάπτυξη φυλαδίων και κατευθυντηρίων γραμμών και την δημιουργία δικτύων εμπειρογνωμόνων

Δανία: Αγορά μεταβιβαζόμενων επιχειρήσεων

Στόχος

Η εξαγορά και η πώληση ΜΜΕ που βρίσκονται στην φάση μεταβίβασης

Περιγραφή-Αποτελέσματα

www.ticmarked.dk

ticmarked.dk είναι η διεύθυνση στο Διαδίκτυο μιας αγοράς για την εξαγορά και την πώληση μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Οι ΜΜΕ μπορούν επίσης να αναζητήσουν (αυτό)χρηματοδότηση με την πώληση του μετοχικού τους κεφαλαίου, ενώ επενδυτές θα μπορούσαν να προσφέρουν (ίδια) κεφάλαια μέσω της εν λόγω αγοράς. Η πρωτοβουλία δρομολογήθηκε μέσω της συνεργασίας μεταξύ όλων των ενδιαφερομένων μερών που συμμετέχουν σε μεταβιβάσεις επιχειρήσεων, εκπροσωπούμενων από τις σημαντικότερες τράπεζες, λογιστές, νομικούς, συμβούλους, οργανώσεις κ.λπ. Στην αγορά έχουν πρόσβαση όλοι μέσω του Διαδικτύου.

Τα κριτήρια για την αναζήτηση εν δυνάμει αγοραστών και πωλητών είναι το εμπόριο (κωδικοί NACE), ο τόπος, οι πωλήσεις, ο αριθμός των υπαλλήλων και το ύψος του κεφαλαίου. Όλες οι εταιρείες περιγράφονται ανώνυμα, αλλά γίνεται αναφορά στον μεσάζοντα που προέβη στην εγγραφή. Μόνο εγκεκριμένοι μεσάζοντες μπορούν να καταχωρούν εταιρείες στην αγορά, όλες δε οι αρχικές επαφές πραγματοποιούνται μέσω των μεσαζόντων. Ο συσχετισμός αγοραστών και πωλητών πραγματοποιείται αυτόματα, οι δε μεσάζοντες ενημερώνονται σχετικά με τυχόν νέες καταχωρήσεις στην αγορά μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου.

Η ιστοθέση www.ticmarked.dk τέθηκε σε λειτουργία τον Σεπτέμβριο του 1999. Έως τον Ιούλιο του 2001, στην αγορά είχαν προσχωρήσει περίπου 100 διαφορετικοί μεσάζοντες. Κατά το χρονικό διάστημα μεταξύ Ιουλίου 2000 και Ιουλίου 2001, είχαν καταχωρηθεί περίπου 900 αγοραστές και πωλητές, ενώ είχαν πωληθεί περίπου 100 εταιρείες. Από τον Απρίλιο του 2001, η αγορά διευρύνθηκε προκειμένου να καλύπτει τη Νότια Σουηδία και την Βόρεια Γερμανία.

Ιρλανδία: Διαδικτυακό περιβάλλον για την καταχώριση εταιρειών- CORE

Στόχοι

Να μπορούν οι χρήστες να διαχειρίζονται σε απευθείας σύνδεση τις υποθέσεις τους σε σχέση με το CRO((Γραφείο Καταχώρισης Εταιρειών) σε ένα ασφαλές και αποτελεσματικό περιβάλλον.

Περιγραφή Αποτελέσματα

Πρόκειται για ένα διαδικτυακό περιβάλλον το οποίο παρέχει, στη διεύθυνση www.cro.ie, τη δυνατότητα στους πελάτες του Companies Registration Office (Γραφείο Καταχώρισης Εταιρειών) να παρακολουθούν τις εταιρείες τους, να λαμβάνουν ειδοποίηση για καταχωρίσεις σε χειρόγραφα/ηλεκτρονικά αρχεία, να τακτοποιούν έγγραφα ηλεκτρονικά, να παραγγέλνουν έγγραφα, να διαχειρίζονται έγγραφα που είναι αρχειοθετημένα σε ηλεκτρονική μορφή, να παραγγέλνουν αντίγραφα πιστοποιητικών και να έχουν πρόσβαση στον κύριο δικτυακό τόπο του CRO (www.cro.ie)

Ισπανία: BAN: Μια πύλη στο διαδίκτυο σχεδιασμένη για την προώθηση της καινοτομίας, της μεταφοράς τεχνολογίας ,της επιχειρηματικότητας και των επιχειρηματικών σχέσεων

Στόχοι

- Διευκόλυνση της πρόσβασης των ΜΜΕ και των περιφερειακών οργανισμών Ε+Α+Κ+Ε στην παγκόσμια αγορά – μειώνοντας κατ' αυτόν τον τρόπο το μειονέκτημα που δημιουργείται λόγω της γεωγραφικής τους θέσης σε σχέση με τα μεγάλα κέντρα πληροφορίας και γνώσης

- Αξιολόγηση και αύξηση της ικανότητας των ΜΜΕ και των περιφερειακών οργανισμών Ε+Α+Κ+Ε στην χρήση των νέων Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών όσον αφορά την δυνατότητα τους στην καινοτομία, την επιθυμία τους για επιχειρηματικές δραστηριότητες και συνεργασίες

- Διάδοση και ανταμοιβή των επιτυχημένων περιπτώσεων συνεργασίας με την χρήση των νέων τεχνολογιών και της καινοτομίας.

Περιγραφή- Αποτελέσματα

Η διαπεριφερειακή και διακρατική πύλη ενθαρρύνει και φέρνει κοντά δραστηριότητες και υπηρεσίες Ε+Α+Κ+Ε (Έρευνα, Ανάπτυξη, Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα) στις περιοχές Αζόρες – Μαδέρα – Κανάρια. Πρόκειται για μια τηλεματική πλατφόρμα που προάγει και διευκολύνει την παροχή αυτών των υπηρεσιών στα διάφορα περιφερειακά συστήματα Ε+Α+Κ+Ε Υποστηρίζει την καινοτομία, την μεταφορά τεχνολογίας και τις διαπεριφερειακές συνεργασίες. Επιπλέον ενθαρρύνει την ενεργό συμμετοχή των διαφόρων εμπλεκομένων και των παραγωγικών τομέων από τις περιοχές που συμμετέχουν – οι παραπάνω αντιπροσωπεύουν ταυτόχρονα και τους προμηθευτές και τους καταναλωτές του περιεχομένου της πλατφόρμας.

Λιθουανία: Υποβολή στατιστικών στοιχείων σε ηλεκτρονική μορφή

Στόχοι

Η δημιουργία μιας ηλεκτρονικής δημόσιας υπηρεσίας προσβάσιμης σε όλους τους χρήστες 24 ώρες το εικοσιτετράωρο, η οποία θα παρέχει τη δυνατότητα να συμπληρώνονται και να υποβάλλονται οι στατιστικές εκθέσεις σε ηλεκτρονική μορφή, να ελέγχεται η ορθότητα των στοιχείων που περιέχονται σε αυτές και να δίνονται πληροφορίες σχετικά με το αν έγιναν αποδεκτές οι υποβληθείσες εκθέσεις.

Περιγραφή -Αποτελέσματα

Στόχος του προγράμματος ήταν η δημιουργία των προϋποθέσεων για την υποβολή στατιστικών στοιχείων σε ηλεκτρονική μορφή τόσο από τις επιχειρήσεις όσο και από τις δημόσιες υπηρεσίες. Εξετάστηκαν οι εμπειρίες άλλων χωρών, προσκλήθηκαν αλλοδαποί εμπειρογνώμονες και εφαρμόστηκε ένα πιλοτικό πρόγραμμα.

Το πρόγραμμα υλοποιήθηκε σε τρία στάδια: το 2003 σχεδιάστηκαν και καταχωρίστηκαν στο σύστημα τρία πιλοτικά ηλεκτρονικά έντυπα, κατά το δεύτερο στάδιο σχεδιάστηκαν ηλεκτρονικά έντυπα για 20 στατιστικές εκθέσεις και, το 2005, τροποποιήθηκε η τεχνολογική βάση του συστήματος, ενημερώθηκε ο δικτυακός τόπος, και διατέθηκαν προς χρήση 35 ηλεκτρονικά έντυπα. Για το 2007, προβλέπεται η ηλεκτρονική διαβίβαση δεδομένων 65 στατιστικών ερευνών. Ιδιαίτερη προσοχή δόθηκε στην ασφαλή διαβίβαση των δεδομένων.

Μέχρι το 2006, είχαν σχεδιαστεί ηλεκτρονικά έντυπα για 35 στατιστικές εκθέσεις. Κατά τη διάρκεια του 2006, ο αριθμός των εγγεγραμμένων στο σύστημα επιχειρήσεων τριπλασιάστηκε από 1.800 σε 5.700. Τον ίδιο χρόνο, υποβλήθηκαν 30.000 στατιστικές εκθέσεις σε ηλεκτρονική μορφή, ενώ, το 2005, οι αντίστοιχες εκθέσεις μόλις ξεπερνούσαν τις 2000. Σήμερα, πάνω από το 30% των στατιστικών μελετών (κυρίως των μηνιαίων) υποβάλλονται σε ηλεκτρονική μορφή

Νορβηγία: Σύστημα ηλεκτρονικής υποβολής αιτήσεων

Στόχοι

Η προώθηση της βιομηχανικής ανάπτυξης προς όφελος τόσο των επιχειρήσεων όσο και της εθνικής οικονομίας της Νορβηγίας

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Η "Innovation Norway" που είναι δημόσια επιχείρηση που ανήκει στο υπουργείο Εμπορίου και Βιομηχανίας παρέχει χρηματοδοτικές υπηρεσίες, όπως προγράμματα επιχορηγήσεων,

δανειοδοτικά προγράμματα και προγράμματα εγγυήσεων και ιδίων κεφαλαίων. Πρόκειται για ένα νέο ηλεκτρονικό σύστημα διεκπεραίωσης αιτήσεων, το οποίο βασίζεται στην ηλεκτρονική ταυτότητα και στην ηλεκτρονική υπογραφή. Μόλις ο αιτών επιλέξει το έντυπο αίτησης, ζητείται από αυτόν να ταυτοποιηθεί μέσω του ηλεκτρονικού αριθμού ταυτότητας. Αυτό επιτρέπει τη συλλογή πληροφοριών από δημόσιες βάσεις δεδομένων και τη συμπλήρωση του εντύπου με τα διαθέσιμα στοιχεία, προτού ακόμη αυτό εμφανιστεί στην οθόνη του χρήστη. Για ορισμένες αιτήσεις απαιτούνται πιστοποιητικά από την τοπική αυτοδιοίκηση. Στις περιπτώσεις αυτές, αποστέλλεται ηλεκτρονικό μήνυμα στην αρμόδια τοπική αρχή, ο υπάλληλος της οποίας συνδέεται με την αίτηση και καταχωρίζει απευθείας στο σύστημα το απαιτούμενο πιστοποιητικό. Άλλες αιτήσεις απαιτούν την έγκριση του λογιστή της εταιρίας. Στην περίπτωση αυτή, αποστέλλεται ηλεκτρονικό μήνυμα στο λογιστή της εταιρίας που είναι εγγεγραμμένος στο Κεντρικό Μητρώο Συντονισμού Νομικών Προσώπων (Central Coordinating Register for Legal Entities). Εν συνεχεία, ο λογιστής μπορεί να συνδεθεί με το σύστημα και να ελέγξει την αίτηση, οπότε είτε στέλνει διορθώσεις στον αιτούντα, είτε επιβεβαιώνει την αίτηση με ηλεκτρονική υπογραφή. Προτού η "Innovation Norway" καταβάλει πληρωμή στον αιτούντα, εξετάζεται κατά πόσον η ηλεκτρονική υπογραφή του αντιστοιχεί στο πρόσωπο που υπογράφει εξ ονόματος της επιχείρησης.

Το σύστημα εφαρμόστηκε στην αρχή για ορισμένα έντυπα αιτήσεων. Για το πρώτο έντυπο αίτησης το ποσοστό εφαρμογής ήταν 100%.Για το δεύτερο το ποσοστό ήταν 65%. Προβλέπεται η εφαρμογή του συστήματος και σε άλλα έντυπα αιτήσεων.

Πορτογαλία: Ψηφιακή πρωτοβουλία

Στόχοι

Παροχή πληροφοριών τεχνικής /τεχνολογικής βοήθειας και υπηρεσιών κατάρτισης με την συμμετοχή σωματείων επιχειρήσεων ,τεχνικών σχολών και άλλων επιστημονικών και τεχνολογικών ιδρυμάτων.

Περιγραφή - Αποτελέσματα

«Ψηφιακή ΜΜΕ» είναι ένα δοκιμαστικό σχέδιο που εντάσσεται σε μια ημιδημόσια σύμπραξη, η οποία μέσω ενός ειδικού σχήματος κινήτρων και με την καθιέρωση δικτύων πληροφόρησης και παροχής βοήθειας (RIATS) αποσκοπεί να παράσχει στις ΜΜΕ τα αναγκαία εργαλεία για την καλλίτερη συμμετοχή στην ψηφιακή οικονομία.

Σουηδία: Ηλεκτρονική έκδοση αδειών για νέες επιχειρήσεις εμπορικών μεταφορών

Στόχοι

Να απλουστευτούν και να επιταχυνθούν για τις επιχειρήσεις οι διαδικασίες έκδοσης άδειας εμπορικών μεταφορών.

Περιγραφή Αποτελέσματα

Το Διοικητικό Συμβούλιο της Κομητείας της Στοκχόλμης δημιούργησε ένα διαδικτυακό εργαλείο ηλεκτρονικής υποβολής αιτήσεων για χορήγηση άδειας εκτέλεσης εμπορικών μεταφορών. Για όλες τις εμπορικές μεταφορές με αντίτιμο, είτε επιβατικές (ταξί ή εταιρείες λεωφορείων) είτε εμπορευματικές, απαιτείται η έκδοση σχετικής άδειας. Στον δικτυακό τόπο του Διοικητικού Συμβουλίου, ο αιτών συμπληρώνει την αίτηση με τα αναγκαία στοιχεία και με περιγραφή της οικονομικής του κατάστασης. Στη συνέχεια, η αίτηση αποστέλλεται ηλεκτρονικά στο Διοικητικό Συμβούλιο το οποίο, μετά την καταβολή του σχετικού τέλους, την εξετάζει αφού συγκεντρώσει όλα τα απαιτούμενα στοιχεία για τον αιτούντα ηλεκτρονικά, από διάφορες κρατικές υπηρεσίες όπως, την εφορία, τις δικαστικές αρχές, την υπηρεσία οδικού δικτύου και το γραφείο καταχώρισης επιχειρήσεων. Εάν η αίτηση είναι εντάξει, η άδεια χορηγείται εντός πέντε ημερών. Πριν από τη λειτουργία του εργαλείου αυτού, για την έκδοση τέτοιας άδειας χρειάζονταν περίπου 30 ημέρες.

Υπολογίστηκε ότι από τις 30 αυτές ημέρες μόνο οι τέσσερις περίπου χρειάζονταν για την καθαυτό εξέταση της αίτησης, ενώ οι υπόλοιπες χάνονταν σε αναμονές, επικοινωνίες μεταξύ υπηρεσιών, κ.ο.κ.

Να απλουστευτούν και να επιταχυνθούν για τις επιχειρήσεις οι διαδικασίες έκδοσης άδειας εμπορικών μεταφορών.

Φινλανδία: Palkka.fi: Salary-on-web

Στόχοι

Παροχή βοήθειας στις ΜΜΕ για να εκπληρώνουν τις διοικητικές τους υποχρεώσεις ως εργοδότες. Βελτίωση της αποτελεσματικότητας της διοίκησης.

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Η Palkka.fi είναι μια υπηρεσία που παρέχεται δωρεάν στο Διαδίκτυο για να βοηθά τους εργοδότες μικρών επιχειρήσεων να εκπληρώνουν τις υποχρεώσεις τους.

Στη Φινλανδία οι εργοδότες οφείλουν να αφαιρούν ορισμένα ποσά από τον μισθό του προσωπικού τους: εισφορές κοινωνικής ασφάλισης, ασφαλιστικά τέλη, προκαταβολή φόρου κλπ. Επιπλέον, τα ποσά αυτά πρέπει να κοινοποιούνται στους αρμόδιους διοικητικούς φορείς και να καταβάλλονται στους τραπεζικούς λογαριασμούς τους σε διαφορετικές ημερομηνίες οφειλής."

Στην υπηρεσία αυτή εισάγονται σχεδόν 3.000 μισθοί μηνιαίως και την χρησιμοποιούν πάνω από 10.000 εγγεγραμμένοι χρήστες. Η υπηρεσία αξιολογήθηκε πού θετικά από τους χρήστες.

Β. Άξονας παρέμβασης: Καινοτομία Έρευνα & Τεχνολογική Ανάπτυξη

Ενίσχυση των τεχνολογικών δυνατοτήτων των μικρών επιχειρήσεων

Η προώθηση και η διάδοση της τεχνολογίας προς τις μικρές επιχειρήσεις θα συμβάλει ουσιαστικά στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των. Είναι σημαντικό να καλλιεργηθεί η συμμετοχή των μικρών επιχειρήσεων στην Ε&Α σε τοπικό εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο ,καθώς και η προώθηση της συνεργασίας μεταξύ μικρών επιχειρήσεων και ιδρυμάτων ανώτατης εκπαίδευσης και ερευνητικών ιδρυμάτων .

Οι πρωτοβουλίες που έχουν αναπτυχθεί από τα Κράτη μέλη περιλαμβάνουν την ανάπτυξη και χρήση εργαλείων για την δημιουργία και την ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρήσεων αξιοποιώντας επιχειρηματικούς αγγέλους, την ένταξη της καινοτομίας στις λειτουργίες των επιχειρήσεων αξιοποιώντας Ε&Α, την προώθηση της πρόσβασης στις εξειδικευμένες πληροφορίες για την Ε&Α, την καλύτερη πρόσβαση στο καταρτισμένο προσωπικό και τους προμηθευτές .

Η δημιουργία Ταμείου υψηλής Τεχνολογίας συμβάλει ουσιαστικά στην προώθηση της Τεχνολογικής Καινοτομίας για να βελτιώσουν την ποιότητα των προϊόντων ,την ενθάρρυνση των δια-επιχειρηματικών συμμαχιών καθώς και την διασύνδεση της βιομηχανίας με την έρευνα και την εκπαίδευση.

Αυστρία: Ταμείο Προώθησης Βιομηχανικής έρευνας

Στόχοι

Προώθηση των καινοτόμων, οικονομικά βιώσιμων προγραμμάτων

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Το Ταμείο Προώθησης Βιομηχανικής Έρευνας (FFF) προσφέρει τις μη ανταποδόσιμες επιχορηγήσεις και τις εγγυήσεις για τα δάνεια τραπεζών. Η μορφή συμβολής εξαρτάται από

το πρόγραμμα και την οικονομική θέση και τις ανάγκες της επιχείρησης. Τα έργα υποστηρίζονται με μέχρι 50% των δαπανών τους. Η υποστήριξη θα επιτρέψει στον υποψήφιο να διευρύνει και να επιταχύνει το πρόγραμμα. Αυτό το πρόγραμμα πρέπει να έχει έναν σταθερό στόχο, ο οποίος πρέπει να περιλάβει τα νέα στοιχεία, όχι μόνο βελτιώσεις των ήδη υπαρχουσών ιδεών.

Η υποστήριξη είναι διαθέσιμη για όλες τις δαπάνες σχετικές με το πρόγραμμα. Το πρόγραμμα πρέπει να έχει ένα υψηλό τεχνολογικό στοιχείο. Το μέγιστο ποσό δανείου είναι 50% του κόστους προγράμματος.

www.fff.co.at

Βέλγιο: Δίκτυο επιχειρησιακών αγγέλων της Βαλλωνίας - WABAN (WAL)

Στόχοι

Ανάπτυξη καινοτόμων επιχειρήσεων

Περιγραφή –Αποτελέσματα

Αυτό το νέο εργαλείο για τη δημιουργία και την ανάπτυξη των καινοτόμων επιχειρήσεων με τη σύνδεση των επιχειρησιακών αγγέλων και των υπεύθυνων για την ανάπτυξη προγράμματος, ακολουθεί τους ακόλουθους στόχους:

1) να ανιχνεύσει τα ερευνητικά προγράμματα στη Βαλλωνία της οικονομικής ενίσχυσης, να αξιολογήσουν τη δυνατότητά τους και να επιλέξει τους μεταφορείς προγράμματός τους

2) να ενημερώσει τα μέλη ΒΑ για τις ευκαιρίες επένδυσης

3) να προτείνει τη μεσολάβηση μεταξύ των επιχειρησιακών αγγέλων και των μεταφορέων των προγραμμάτων

4) να καταδείξει τις οικονομικές συνεισφορές και τις ειδικότητες των επιχειρησιακών αγγέλων προς άλλους χρηματοδοτικούς οργανισμούς.

www.waban.be

Βέλγιο: Προσέλκυση νέων επιχειρήσεων και ξένων εφευρετών

Στόχοι

Προσέλκυση νέων επιχειρήσεων και ξένων εφευρετών

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Οι Φλαμανδικές Πολιτικές Δικτύων: Κατά τη διάρκεια των τελευταίων δέκα ετών η Φλαμανδική περιοχή έχει δημιουργήσει τα Δίκτυα Τεχνολογίας προκειμένου να αξιοποιηθούν οι συνέργιες μεταξύ των επιχειρήσεων. Από την αρχική εστίαση στους παραδοσιακούς και νέους βιομηχανικούς τομείς, η Φλαμανδική περιοχή έχει κινηθεί προς τους τομείς της υψηλής τεχνολογίας.

Τα Δίκτυα δημιουργήθηκαν σε μια ποικιλομορφία των τεχνολογικών τομέων, συμπεριλαμβανομένης της e-security, των πολυμέσων, της βιοτεχνολογίας και της επεξεργασίας ψηφιακού σήματος. Τα Δίκτυα έχουν υποστηριχθεί μέσα από τη δημιουργία πρότυπων κέντρων όπως το φλαμανδικό ίδρυμα βιοτεχνολογίας (VIB) και το διαπανεπιστημιακό κέντρο μικροηλεκτρονικής (IMEC). Τα πρότυπα κέντρα οργανώνονται για να προσελκύσουν τις νέες επιχειρήσεις και τους ξένους εφευρέτες στην περιοχή καθώς επίσης και για να υποκινήσουν τις γηγενείς επιχειρήσεις.

Βουλγαρία: Εθνικό Ταμείο Καινοτομίας

Στόχοι

Ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας της Βουλγαρικής οικονομίας ενθαρρύνοντας την Ε&Α σε καινοτόμα προϊόντα προσανατολισμένα στην αγορά .

Περιγραφή –Αποτελέσματα

Το Ταμείο καινοτομίας επιδοτεί την τεχνολογική συνεργασία που αποσκοπεί στην ανάπτυξη καινοτόμων και βιώσιμων προϊόντων, διαδικασιών ή υπηρεσιών. Η επιδότηση προορίζεται για δύο είδη σχεδίων :

- Σχέδια Ε&Α επικεντρωμένα στην τεχνολογική ανάπτυξη νέων προϊόντων διαδικασιών ή υπηρεσιών .

- Μελέτες σκοπιμότητας για ένα σχέδιο Ε&Α

Τα σχέδια Ε&Α συνίστανται σε Βιομηχανική Έρευνα η οποία επιδοτείται έως 50% και /η προανταγωνιστική ανάπτυξη η οποία επιδοτείται έως 25%Οι ΜΜΕ που συμμετέχουν (με πληρωμή του κόστους σχεδίου της κάθε μιάς) σε σχέδια Έ&Α λαμβάνουν μια πρόσθεση

επιδότηση 10% για τη συμμετοχή τους στο σχέδιο επιπλέον του κανονιστικού ποσοστού. Το όλο σχέδιο είναι επιλέξιμη για μια επιπλέον επιδότηση 10% εάν η εταιρεία το εφαρμόζει με επιστημονικές οργανώσεις.

Βρετανία: Περιφερειακό πρόγραμμα στρατηγικής στην καινοτομία (Γιορκσάιρ, Humber)

Στόχοι

Παροχή πλεονεκτημάτων στις επιχειρήσεις όπως μια υποδομή που ικανοποιεί τις ανάγκες, τη μεγαλύτερη πρόσβαση στις εξειδικευμένες πληροφορίες και την E&A, την καλύτερη πρόσβαση στο καταρτισμένα προσωπικό και στους προμηθευτές, και το αυξανόμενο κίνητρο και καινοτομία λόγω του ανταγωνισμού

Περιγραφή – Αποτελέσματα

Το περιφερειακό πρόγραμμα στρατηγικής στην καινοτομία του Γιορκσάιρ και του Humber, που προωθήθηκε στα μέσα της δεκαετίας του '90, έβαλε τα θεμέλια για τη στρατηγική Δικτύων της περιοχής. Η Περιφερειακή Αναπτυξιακή επιχείρηση έδωσε έμφαση σε πέντε βασικά Δίκτυα: προηγμένη εφαρμοσμένη μηχανική και μέταλλα, βιοεπιστήμες, χημικές ουσίες, ψηφιακές βιομηχανίες και τρόφιμα και ποτά. Η προσέγγιση της συγκέντρωσης-δικτύωσης των επιχειρήσεων(clusters) στοχεύει να παρέχει τα πλεονεκτήματα στις επιχειρήσεις όπως μια υποδομή που ικανοποιεί τις ανάγκες, τη μεγαλύτερη πρόσβαση στις εξειδικευμένες πληροφορίες και την E&A, την καλύτερη πρόσβαση στο καταρτισμένα προσωπικό και στους προμηθευτές, και το αυξανόμενο κίνητρο και καινοτομία λόγω του ανταγωνισμού Το περιφερειακό πρόγραμμα στρατηγικής στην καινοτομία του Γιορκσάιρ υιοθέτησε εξειδικευμένα μέτρα υποστήριξης για κάθε Δίκτυο που περιλαμβάνουν την καθιέρωση των εξειδικευμένων πάρκων και των συνδέσμων με την έρευνα και ανάπτυξη.

Βρετανία: Ταμείο υψηλής τεχνολογίας του HB

Στόχοι

Το ταμείο υψηλής τεχνολογίας του HB ιδρύθηκε, αφενός, για να αποτελέσει "το ταμείο των ταμείων" που θα παρακινεί θεσμικούς επενδυτές να επενδύουν σε ειδικευμένες νεοσύστατες εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων στον τομέα της υψηλής τεχνολογίας και, αφετέρου, να αυξήσει το ποσό των χρηματοδοτικών πόρων που διατίθενται για επενδύσεις σε επιχειρήσεις του τεχνολογικού τομέα.

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Το ταμείο υψηλής τεχνολογίας του HB είναι "το ταμείο των ταμείων" το οποίο επενδύει σε ήδη υπάρχουσες εταιρείες κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών που δραστηριοποιούνται στον τομέα της υψηλής τεχνολογίας, και όχι απευθείας σε εταιρείες υψηλής τεχνολογίας.

Η χρηματοδότηση ύψους 20 εκατ. λιρών που διέθεσε ο δημόσιος τομέας προέλκυσε 106 εκατ. λίρες εκ μέρους "νέων" θεσμικών επενδύσεων για τη δημιουργία ενός ταμείου υψηλής τεχνολογίας του HB 126 εκατ. λιρών. Το ταμείο υψηλής τεχνολογίας του HB έλαβε το ποσό των 124 εκατ. λιρών το οποίο διατέθηκε σε 9 ταμεία το 2002. Μέχρι το τέλος του Δεκεμβρίου 2005, ποσό 100 εκατ. λιρών είχε επενδυθεί σε χαρτοφυλάκια 226 εταιρειών.

Γαλλία: Προώθηση της τεχνολογικής καινοτομίας

Στόχοι

Προώθηση της τεχνολογικής καινοτομίας για να βελτιώσουν την ποιότητα των προϊόντων, η ενθάρρυνση των διά-επιχειρηματικών συμμαχιών καθώς επίσης και η διασύνδεση της βιομηχανίας με την έρευνα και την εκπαίδευση.

Περιγραφή- Αποτελέσματα

Τοπική πρωτοβουλία που πέτυχε να διατηρήσει τις τοπικές επιχειρήσεις και να συντηρήσει τις θέσεις εργασίας ενεργειών που χρηματοδοτούνται από την ΕΕ, το κράτος, την Περιφέρεια και τις τοπικές αυτοδιοικήσεις. Χαρακτηριστικές ενέργειες ήταν η προώθηση της τεχνολογικής καινοτομίας για να βελτιώσουν την ποιότητα των προϊόντων, η ενθάρρυνση των διάεπιχειρηματικών συμμαχιών καθώς επίσης και η διασύνδεση της βιομηχανίας με την έρευνα και την εκπαίδευση. Προκειμένου να αναπτυχθούν κοινές μάρκετινγκ και τις υπηρεσίες σχεδιασμού και προώθησης προϊόντων, υποστηρίζοντας τις εξαγωγές, κυρίως μέσω των συνεργασιών με τις χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης.

Ιρλανδία: Διασύνδεση Ερευνητικών Ιδρυμάτων Πανεπιστημίων και Βιομηχανίας

Στόχοι

Ενθάρρυνση της διασύνδεσης μεταξύ ερευνητικών ιδρυμάτων πανεπιστημίων Βιομηχανίας

Περιγραφή- Αποτελέσματα

Το Ιρλανδικό Δίκτυο Λογισμικού: Κυβερνητική πρωτοβουλία σε συνεργασία με αναπτυξιακούς οργανισμούς έλαβαν μέτρα που βελτίωσαν το θεσμικό πλαίσιο για τις επιχειρήσεις του εν λόγω τομέα. Συγκεκριμένα, δημιούργησαν, μέσω συνεργασιών του ιδιωτικού με τον δημόσιο

τομέα, διάφορα κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου και ενθάρρυναν την διασύνδεση μεταξύ ερευνητικών ιδρυμάτων-πανεπιστημίων-βιομηχανίας.

Ιρλανδία: TESIS - ΕΝΑ ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΤΑΞΗ ΤΩΝ ΤΠΕ ΚΑΙ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΣΤΙΣ ΜΜΕ

Στόχοι

Παροχή καθοδήγησης, συμβουλών και υποστήριξης σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) για την ένταξη του σχεδιασμού ΤΠΕ και Καινοτομίας στις διοικητικές, διαχειριστικές, παραγωγικές και marketing δομές τους.

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Η μεθοδολογία αυτή και τα εργαλεία ασχολούνται με την έλλειψη συμμετοχής στην Κοινωνία της Πληροφορίας και εστιάζει ιδιαίτερα στον τομέα των ΤΠΕ, των Επιχειρήσεων, της Καινοτομίας και της Κατάρτισης στις ΜΜΕ.

Περιλαμβάνονται:

- Εφαρμογή ενός μοντέλου τριών φάσεων όπου περιλαμβάνεται ΤΠΕ, Εργασίες, Καινοτομία και Κατάρτιση στις ΜΜΕ.
- Εφαρμογή ΤΠΕ, αναλύσεις Επιχειρήσεων και Καινοτομίας και σχεδιασμός για ΜΜΕ
- Ανάπτυξη και εφαρμογή επιμέρους σχεδίων ΤΠΕ/ Καινοτομίας για τις ΜΜΕ

Ουγγαρία: Innovation management

Στόχοι

Προσφορά ουγγρικών προϊόντων κατάλληλων για τη διεθνή αγορά, καλύτερη αξιοποίηση των καινοτόμων ιδεών και των αποτελεσμάτων της έρευνας.

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Ακολουθώντας μια τυποποιημένη διαδικασία, το κέντρο καινοτομίας συγκεντρώνει καινοτόμες ιδέες από μικρές επιχειρήσεις, πανεπιστήμια και ερευνητικά ινστιτούτα. Αφού εξεταστούν από την άποψη των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και των προοπτικών τους στη διεθνή αγορά, τα επιλεγμένα προγράμματα λαμβάνουν στήριξη ανάλογη με τη φάση ανάπτυξής τους (μεταφορά τεχνολογίας, στήριξη της διαχείρισης, βοήθεια για την εκκίνηση επιχειρήσεων, επενδυτική διαμεσολάβηση, συντονισμός της χρηματοδότησης σχεδίων). Οι δραστηριότητες

βασίζονται στην πείρα που αποκτήθηκε από ορθές πρακτικές στις ΗΠΑ και στην Ευρώπη. Αρχικά, τις δραστηριότητες διαχειριζόταν μια κοινοπραξία (INNOCHIC) που συστάθηκε το 2003. Στη συνέχεια, για να επεκταθούν οι δραστηριότητες, ιδρύθηκε το 2006 ανώνυμη εταιρεία(ValDeal ZRt.) Στην αρχή, οι δραστηριότητες εστιάζονταν στο κεντρικό τμήμα της Ουγγαρίας, αλλά στη συνέχεια επεκτάθηκαν σε ολόκληρη τη χώρα. Το πρόγραμμα χρηματοδοτήθηκε ως επί το πλείστον με ιδιωτικά κεφάλαια, ενώ η κρατική ενίσχυση αντιστοιχούσε περίπου σε 5-10% του συνολικού κόστους.

Σλοβενία: Σλοβένικο Δίκτυο Κατασκευαστών Εργαλείων

Στόχοι

Ενίσχυση της Ανταγωνιστικότητας και αύξηση του όγκου παραγωγής

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Το Σλοβένικο Δίκτυο Κατασκευαστών Εργαλείων: Αυτό το Δίκτυο ωφελήθηκε από το Πρόγραμμα Πιλοτικών Δικτύων που προκηρύχθηκε από το Υπουργείο Οικονομικών προκειμένου να αυξηθεί ο όγκος παραγωγής, η ανταγωνιστικότητα στις ξένες αγορές και να ενθαρρυνθεί η μεταφορά τεχνολογίας μεταξύ των επιχειρήσεων και των ιδρυμάτων Ε&Α. Το πρόγραμμα συνέβαλε στην ανάπτυξη 70 κοινών έργων στους τομείς του μάρκετινγκ, στην αλυσίδα διαχείρισης ανεφοδιασμού, Ε&Α και οργάνωσης και υποδομές στις τεχνολογίες της Πληροφορικής , καθώς επίσης και τη δημιουργία εργαλείων κοινής ταυτότητας και επικοινωνίας.

Γ. Άξονας Παρέμβασης: Απελευθέρωση και ολοκλήρωση ενιαίας αγοράς

Περισσότερα οφέλη από την Ενιαία Αγορά

Η ελεύθερη διακίνηση των αγαθών και των υπηρεσιών είναι σημαντικό στοιχείο για την ανταγωνιστικότητα των Ευρωπαϊκών Επιχειρήσεων. Οι προσπάθειες για την ολοκλήρωση της ενιαίας αγοράς και η βελτίωση των συνθηκών για τις επιχειρήσεις παρουσιάζουν σημαντική πρόοδο τα τελευταία χρόνια ,αλλά οι ΜΜΕ δεν επωφελούνται πλήρως από τις ευκαιρίες που προσφέρονται από την ενιαία αγορά .Αντιμετωπίζουν αρκετά εμπόδια στην πρόσβαση και στην εφαρμογή των Ευρωπαϊκών και Εθνικών Προτύπων στην εφαρμογή των κανόνων κλπ.

Οι πρωτοβουλίες που έχουν αναπτυχθεί από τα Κράτη Μέλη περιλαμβάνουν δράσεις για διευκόλυνση της Διασυνοριακής παροχής πληροφοριών στην ενιαία αγορά ,για στήριξη των ΜΜΕ στην τήρηση των κανόνων και κανονισμών και στην βελτίωση των γνώσεων των σε όλους του τομείς που επηρεάζουν την εσωτερική αγορά .Επιπλέον περιλαμβάνονται καλές

πρακτικές που συμβάλουν στην ανάπτυξη της εξαγωγικής ικανότητας των ΜΜΕ και στην διευκόλυνση της επιχειρηματικής συνεργασίας.

Αυστρία: Austria service" - παροχή ενιαίας εξυπηρέτησης για τις διοικητικές διατυπώσεις που υποχρεούνται να διεκπεραιώνουν οι βιοτεχνίες της Άνω Βαυαρίας που ασκούν επιχειρηματικές δραστηριότητες στην Αυστρία

Στόχοι

Να διευκολυνθεί η διασυνοριακή παροχή πληροφοριών στην ενιαία ευρωπαϊκή αγορά και να βοηθηθούν οι επιχειρήσεις να τηρούν την πληθώρα κανόνων και κανονισμών. Να παρέχονται τόσο οι συμβουλές όσο και οι πληροφορίες από μία μόνο υπηρεσία στις εταιρείες της Άνω Βαυαρίας με επιχειρηματικές δραστηριότητες στην Αυστρία.

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Παροχή ενιαίας εξυπηρέτησης σε επιχειρήσεις μέλη του εμπορικού και βιομηχανικού επιμελητηρίου: παροχή πληροφοριών και εξατομικευμένων συμβουλών, εποπτεία και βοήθεια για την υποβολή αιτήσεων έκδοσης ευρωπαϊκών βεβαιώσεων για τα προσόντα και την επαγγελματική πείρα. Οι βιοτεχνίες απευθύνονται σε μία μόνο υπηρεσία για να ζητήσουν συμβουλές, πληροφορίες για διάφορα θέματα και για το βιομηχανικό δίκαιο και για να υποβάλουν αίτηση αναγνώρισης ΕΟΧ καθώς και να ενημερωθούν για τις σημαντικότερες αυστριακές νομικές διατυπώσεις (π.χ. εργατικό και φορολογικό δίκαιο). Η βεβαίωση ΕΕ, απόδειξη για τα προσόντα και την επαγγελματική πείρα, εκδίδεται απευθείας από την υπηρεσία παροχής συμβουλών της Αυστρίας, χωρίς να χρειάζεται πλέον να διαβιβαστεί το αίτημα στο Μητρώο καταχώρισης βιοτεχνιών. Παρέχονται επίσης στις εταιρείες δωρεάν έντυπα αιτήσεων για το αυστριακό υπουργείο οικονομικών.

Ο χρόνος επεξεργασίας των αιτήσεων για την αναγνώριση ΕΟΧ (το υπουργείο οικονομικών της Αυστρίας στη Βιέννη οφείλει να αποφασίζει επί των αιτήσεων εντός 4 μηνών το πολύ) έχει μειωθεί εξαιρετικά και περιορίζεται σήμερα σε δύο-τρεις εβδομάδες. Ο χρόνος που κερδίζουν οι βιοτεχνίες είναι πολύ σημαντικός γι'αυτές, αφού συχνά δέχονται παραγγελίες από την Αυστρία με εξαιρετικά σύντομες προθεσμίες και διαθέτουν ελάχιστο χρόνο για να τηρήσουν τις τυπικές και γραφειοκρατικές διαδικασίες. Στενή και παραγωγική συνεργασία μεταξύ Βιέννης και Μονάχου.

Βρετανία: Διαβατήριο για Εξαγωγές

Στόχοι

Ανάπτυξη εξαγωγικής ικανότητας των ΜΜΕ που ανοίγονται στο χώρο των εξαγωγών

Περιγραφή –Αποτελέσματα

Σύμβουλος για θέματα Διεθνούς Εμπορίου κάνει δωρεάν διαγνωστική ανάλυση και τη χρησιμοποιεί για να εντοπίσει τα αδύναμα σημεία στην απόδοση μιας επιχείρησης ,τα οποία και πρέπει να αντιμετωπιστούν για να εξελιχθεί η επιχείρηση σε επιτυχημένη εξαγωγική μονάδα.

Γαλλία: Διευκόλυνση την επιχειρηματικής συνεργασίας ΜΜΕ στην εσωτερική αγορά

Στόχοι

Διευκόλυνση την επιχειρηματικής συνεργασίας ΜΜΕ στην εσωτερική αγορά.

Περιγραφή -Αποτελέσματα

"Μια πιθανή αγορά που προσδιορίσθηκε χάρη στη «Futurallia» (Poitiers) με ένα Ευρωπαϊκό Κέντρο πληροφοριών στο Βέλγιο (BE001) ήρθε σε επαφή μία βελγική ΜΜΕ που δραστηριοποιείται στην ανάπτυξη των λογισμικών διαχείρισης πληροφοριών και δεδομένων (γεωγραφικό σύστημα πληροφοριών). Αυτή η επιχείρηση έψαχνε για βιομηχανικούς και εμπορικούς εταίρους που δραστηριοποιούνται σε συμπληρωματικές με την επιχείρηση αυτή δραστηριότητες δηλαδή δραστηριότητες τέτοιες που να μπορεί να παρέχει στους πελάτες της ολοκληρωμένες λύσεις. Στην πράξη, το EIC βοήθησε την επιχείρηση για να πραγματοποιήσει έναν εσωτερικό κατάλογο των δραστηριοτήτων που θα δικαιολογούσε μια διεθνή συνεργασία, για να καθορίσει τους στόχους και τους τρόπους να προσδιορίσει τις προδιαγραφές των συνεργατών προκειμένου να προχωρήσει στην εύρεση του κατάλληλου συνεργάτη.

Το EIC έπαιξε σημαντικό στη συνεργασία και αναδείχθηκε ως ένας μεσάζοντα αξίας για την επιχείρηση σε όλα τα μέτρα που έλαβε σε αυτό το επίπεδο.

Γερμανία: Electronik

Στόχοι

Διευκόλυνση την επιχειρηματικής συνεργασία ΜΜΕ στην εσωτερική αγορά.

Περιγραφή -Αποτελέσματα

Το Electronik ήταν μία εκδήλωση με αντικείμενο τα ηλεκτρονικά, που διοργανώθηκε από τον Βαυαρικό Σύνδεσμο Εμπορίου και Βιομηχανίας σε συνεργασία με οργανισμούς από τις χώρες της Αυστρίας, της Ιταλίας, της Δανίας, της Γαλλίας και της Σουηδίας. Σκοπός της εκδήλωσης ήταν να έρθουν σε επαφή εταιρίες που δραστηριοποιούνται στα ηλεκτρονικά από τις χώρες

που διοργάνωσαν την εκδήλωση με σκοπό να διερευνήσουν πιθανές συνεργασίες ή ακόμα και συνεταιρισμούς

Δανία: Ομάδα Εργασίας για την εσωτερική αγορά (TIM)

Στόχος

Να λειτουργήσει καλύτερα στην πράξη η εσωτερική αγορά ώστε να ενισχυθεί η ανάπτυξη στην Ε.Ε.

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Η Δανία του 2004 συγκρότησε μια ομάδα εργασίας για την εσωτερική αγορά (TIM)στο πλαίσιο μιας ευρύτερης κυβερνητικής πρωτοβουλίας με τίτλο «Ανάπτυξη μέσα από την παγκοσμιοποίηση».Η προσέγγιση που ακολουθεί η ομάδα TIM για την κατάργηση νομοθετικών εμποδίων με σκοπό την βελτίωση της απόδοσης της εσωτερικής αγοράς είναι διόλου ρεαλιστική και διόλου γραφειοκρατική. Αρχικά προσδιορίζονται τα πιθανά προβλήματα μέσω ερευνών ,ερωτηματολογίων η λεπτομερούς εξέτασης της νομοθεσίας. Τα αποτελέσματα συζητούνται σε διμερή βάση με τις αρμόδιες αρχές .Ο διάλογος καταλήγει άλλοτε στην κατάργηση ή στην αλλαγή της νομοθεσίας και άλλοτε στην αποδοχή του επίσημου επιχειρήματος για την διατήρηση της νομοθεσίας.

Ιταλία: Decide VI - La Spezia

Στόχοι

Διευκόλυνση την επιχειρηματικής συνεργασία ΜΜΕ στην εσωτερική αγορά

Περιγραφή – Αποτελέσματα

Decide VI - La Spezia. Το Decide VI - La Spezia προορίστηκε να συμβάλειστη διαδικασία της αναδιοργάνωσης και της διαφοροποίησης των ευρωπαϊκών αμυντικών βιομηχανιών προς την πολιτική αγορά. Ένας μεγάλος αριθμός χωρών συμμετείχαν στην οργάνωση της εκδήλωσης, η Ιταλία, Ολλανδία, η Γαλλία, η Βρετανία, η Νορβηγία, η Γερμανία, η Ελβετία, το 7 Βέλγιο, η Μάλτα και η Τσεχία. Η διοργάνωση των εκδηλώσεων αυτών στοχεύει στην υποστήριξη της εξεύρεσης στρατηγικών εταίρων σε συνεργασία με τους οποίους οι αμυντικές βιομηχανίες να προωθήσουν την παραγωγή προϊόντων της πολιτικής αγοράς.

Λιθουανία: Ευαισθητοποίηση σε θέματα τυποποίησης

Στόχοι

Να βελτιωθούν οι γνώσεις των ΜΜΕ για την τυποποίηση

Περιγραφή – Αποτελέσματα

Διοργάνωση σεμιναρίων ευαισθητοποίησης για Διευθυντές ΜΜΕ και παροχή κατάρτισης με αντικείμενο την εθελοντική τυποποίηση, τα οφέλη των προτύπων ,τις οδηγίες νέας προσέγγισης ,τα εναρμονισμένα πρότυπα και τη σφαιρική προσέγγιση. Στο πλαίσιο σεμιναρίων που έγιναν σε πολιτικούς ιθύνοντες έγινε παρουσίαση του κόστους και οφελών της τυποποίησης.

Πολωνία: Βάση Δεδομένων Eulex

Στόχος

Απλούστευση της πρόσβασης των επιχειρηματιών στις κανονιστικές διατάξεις της Ε.Ε

Περιγραφή

Βάση δεδομένων για την κείμενη νομοθεσία της Ε.Ε που αφορά τις ΜΜΕ. Κάθε οδηγία και κανονισμός παρουσιάζεται σε χωριστή σελίδα (με περίληψη στα πολωνικά),αριθμό αναγνώρισης και κώδικα ταξινόμησης ,καθώς και παράρτημα που περιέχει μετάφραση ολόκληρου του κειμένου και το πρωτότυπο κείμενο.

Δ. Άξονας Παρέμβασης - Στήριξη Δικτύων Επιχειρήσεων

Η ανάπτυξη Δικτύων μεταξύ των Μικρομεσαίων επιχειρήσεων συμβάλει ουσιαστικά στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και στην προώθηση της εξωστρέφειας. Οι ΜΜΕ που έχουν κοινούς στόχους ή ενδιαφέροντα και αποτελούν την πηγή κερδοφόρων συνεργειών έχουν σαν αποτέλεσμα την καλύτερη και γρηγορότερη πρόσβαση στις νέες τεχνολογίες ,ενίσχυση της πρόσβασης σε δυνητικούς εταίρους και άλλα .

Οι συνεργασίες που αναπτύσσονται μεταξύ των ΜΜΕ που συμμετέχουν στα Δίκτυα αποτελούν κλειδί για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων και εργαλείο για την Έρευνα και την Ανάπτυξη καθώς επίσης και την μεταφορά τεχνογνωσίας.

Οι πρωτοβουλίες που έχουν αναπτυχθεί προς την κατεύθυνση αυτή και οι οποίες μπορεί να αξιοποιηθούν από τα Κράτη μέλη περιλαμβάνουν την προώθηση της δικτύωσης των ΜΜΕ που απευθύνονται σε επιλεγμένες αγορές και με απώτερο στόχο την ενίσχυση των εξαγωγών και στην ανάπτυξη εργαλείων που βοηθούν στην δημιουργία δικτύων και clusters.

Γαλλία: NETWIN - ΔΙΚΤΥΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Στόχοι:

- Προσδιορισμός, δημιουργία, πιλοτική εφαρμογή και ανάπτυξη τοπικών επιχειρηματικών δικτύων
- Ενίσχυση και εμπλουτισμός με νέα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα για τις επιχειρήσεις μιας περιοχής με ταυτόχρονη βελτίωση της ελκυστικότητας της περιοχής.

Περιγραφή – Αποτελέσματα

Η μέθοδος αποτελείται από 3 φάσεις κάθε μια με διαφορετικά εργαλεία και έχουν ως ακολούθως:

- Εργαλεία προσδιορισμού: Στατιστική ανάλυση, Έρευνα Τεκμηρίωσης, Συνεντεύξεις. Στη φάση διάγνωσης το πιλοτικό δικτυακό project χρησιμοποιεί τα εργαλεία αυτά για να εντοπιστούν τα εν δυνάμει δίκτυα. Με την χρήση των στατιστικών αναλύσεων, της έρευνας τεκμηρίωσης και των συνεντεύξεων με τους τοπικούς διευθυντές το πιλοτικό πρόγραμμα αποκτά μια συνολική εικόνα της τοπικής οικονομίας και των ομάδων των εταιριών όπως έχουν διαγνωστεί και που θα μπορούσαν να σχηματίσουν αποδοτικά δίκτυα.

- Εργαλεία Ελέγχου: Λεπτομερείς Οδηγοί, Διευκόλυνση Feedback

  Τα εργαλεία ελέγχου περιλαμβάνουν λεπτομερείς οδηγούς για την διεξαγωγή συνεντεύξεων με τοπικές εταιρίες και συμμετέχουσες επιχειρήσεις όπως για παράδειγμα με αναπτυξιακούς φορείς, εμπορικά επιμελητήρια, τεχνολογικά κέντρα και πανεπιστήμια. Επιπλέον υπάρχει μια διαδικασία διευκόλυνσης feedback η οποία μπορεί να χρησιμοποιηθεί ώστε τα αποτελέσματα να γίνουν κτήμα όλων. Το συγκεκριμένο feedback ενισχύει το δίκτυο στο σύνολο του και υποκινεί τα μέλη στο να ορίσουν δικά τους σχέδια δράσης (action plans) για να δημιουργήσουν και να λειτουργήσουν ένα δίκτυο μέσα σε μια διεργασία διαλόγου.

- Εργαλεία Αξιολόγησης: Παρακολούθηση, Αξιολόγηση, Επανασχεδιασμός

Τα εργαλεία αξιολόγησης χρησιμοποιούνται για να γίνει παρακολούθηση και ερμηνεία του τρόπου με τον οποίο επιτυγχάνονται οι στόχοι. Επίσης αξιολογείται ο αντίκτυπος του δικτύου στις εταιρίες που συμμετέχουν και στους τοπικούς παράγοντες. Εντούτοις τα εργαλεία Netwin κάνουν κάτι παραπάνω από μια στενή παρακολούθηση, βοηθούν τα πιλοτικά έργα στην υιοθέτηση των δικών τους σχεδίων δράσης (action plans

Ιταλία: INCLUDE - ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΑ CLUSTER ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Στόχοι

- Εισαγωγή καινοτόμων πολιτικών για την βιώσιμη βιομηχανική ανάπτυξη
- Διευκόλυνση της διεθνοποίησης των ΜΜΕ
- Διευκόλυνση της μεταφοράς γνώσης στις εργασίες των περιφερειακών cluster και γενικότερα σε αυτούς που διαμορφώνουν τις πολιτικές (policy makers).

Περιγραφή –Αποτελέσματα

Ανάπτυξη εργαλείου που λειτουργεί σαν βάση για την ανάπτυξη των ΜΜΕ και ως τέτοιο να διευκολύνει την ανάπτυξη των σχέσεων και της ανταλλαγής πληροφοριών μεταξύ των βιομηχανικών cluster στα κράτη μέλη ή μη της ΕΕ

Το εργαλεία αυτό εστιάζει στην δημιουργία cluster τα οποία με την σειρά τους θα σχηματίσουν συστήματα marketing, παραγωγής, καινοτομίας και έρευνας ώστε να συνδράμουν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην περιοχή της Κεντρικής και Νοτιο-ανατολικής Ευρώπης.

Ουγγαρία: Προώθηση συστήματος Δικτύωσης για τις ΜΜΕ για να προωθήσουν τις εξαγωγές

Στόχοι

Προώθηση της δημιουργίας Δικτύων ΜΜΕ με απώτερο στόχο την ενίσχυση μεγαλύτερων εξαγωγών.

Περιγραφή – Αποτελέσματα

Το πρόγραμμα επικεντρώνεται στην εκπαίδευση της ανάπτυξης της επιχειρηματικής γνώσης προκειμένου να στηρίξει τις διασυνοριακές δραστηριότητες των ΜΜΕ. Περιλαμβάνει την επιλογή των ΜΜΕ με πρώτα επίπεδα συμβουλευτικής ,την οργάνωση workshops και την περαιτέρω συμβουλευτική

Φινλανδία: FINPRO - Προώθηση της Δικτύωσης μεταξύ των ΜΜΕ που απευθύνονται σε επιλεγμένη αγορά

Στόχοι

Προώθηση της Δικτύωσης μεταξύ των ΜΜΕ που απευθύνονται σε επιλεγμένη αγορά

Περιγραφή – Αποτελέσματα

Το εργαλείο Finpro προωθεί την συνεργασία μεταξύ τουλάχιστον 4 επιχειρήσεων Επιλέγεται ένας Μάνατζερ εξαγωγών για όλη την ομάδα των επιχειρήσεων που ενεργεί σαν πρόσθετη πηγή και προσφέρει τοπική παρουσία στην αγορά που στοχεύουν οι ΜΜΕ.Ο τρόπος εργασίας του Μάνατζερ εξαγωγών σχεδιάζεται ανάλογα με τις ανάγκες των ΜΜΕ .

Το Finpro ενεργεί σαν Διοίκηση έργου και διοικεί 30 εξαγωγικά Δίκτυα κάθε χρόνο. Η ανώτατη διάρκεια της χρηματοδότησης από το Κράτος είναι 3.5 χρόνια αλλά η δέσμευση και η χρηματοδότηση είναι για ένα χρόνο κάθε φορά.

Οι επιχειρήσεις βελτιώνουν την κατανόηση του διεθνούς εμπορίου και ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα και τις στρατηγικές διεθνοποίησης. Επίσης οι επιχειρήσεις αναπτύσσουν υπεργολαβικές συνεργασίες η δραστηριότητες στην αγορά που απευθύνονται.

Ε. Άξονας Παρέμβασης: Δημιουργία Αποτελεσματικών και ολοκληρωμένων Χρηματοοικονομικών υπηρεσιών

Φορολογικά και χρηματοοικονομικά και χρηματοοικονομικά ζητήματα

Η δημιουργία αποτελεσματικής αγοράς χρηματοοικονομικών υπηρεσιών συμβάλει στην διευκόλυνση της πρόσβασης των Μικρομεσαίων επιχειρήσεων στα κεφάλαια και στην βελτίωση της πρόσβασης στα διαρθρωτικά ταμεία . Συμβάλλει δε ιδιαίτερα στην στήριξη της των νεοϊδρυόμενων επιχειρήσεων.

Το επιχειρηματικό περιβάλλον γίνεται περισσότερο ελκυστικό εφόσον αναληφθούν ενέργειες που συμβάλλουν στην αναπροσαρμογή των φορολογικών συστημάτων ώστε να διευκολύνεται η έναρξη της επιχείρησης ,η επέκταση των μικρών επιχειρήσεων και η διευκόλυνση της μεταβίβασης.

Το κόστος συμμόρφωσης στα φορολογικά συστήματα συνιστά σημαντική επιβάρυνση ,ιδίως για τις μικρές επιχειρήσεις .Σύμφωνα με το "European Tax Survey" οι Μικρομεσαίες επιχειρήσεις δαπανούν ένα επιπλέον 31% των καταβληθέντων φόρων για φορολογική συμμόρφωση σε αντίθεση με τις μεγάλες επιχειρήσεις που το ποσοστό αυτό είναι 2%.

Τα κράτη μέλη έχουν αναπτύξει μια σειρά από πρωτοβουλίες που περιλαμβάνουν την βελτίωση της φορολόγησης των ΜΜΕ, την απλούστευση των φορολογικών διαδικασιών, τις φορολογικές απαλλαγές για τα επενδεδυμένα κέρδη και την υποβολή φορολογικών δηλώσεων σε απευθείας σύνδεση. Επίσης αξιόλογες πρωτοβουλίες αφορούν την βελτίωση των γνώσεων σχετικά με την οικονομική κατάσταση ,την βελτίωση της πρόσβασης στο Τραπεζικό σύστημα και τα περιφερειακά επενδυτικά κεφάλαια.

Αυστρία: Περισσότερη Ρευστότητα και Ισχυρότεροι Ισολογισμοί

Στόχοι

Περισσότερη Ρευστότητα και Ισχυρότεροι Ισολογισμοί

Περιγραφή – Αποτελέσματα

Μειωμένο φορολογικό ποσοστό για τα «κέρδη εις νέον». Μόνο έμποροι και οι επιχειρηματικοί εταίροι μπορούν να επιλέξουν για να φορολογηθούν με το μισό από το μέσο φορολογικό ποσοστό στα κέρδη μέχρι το ανώτατο όριο του €100.000. Το σχέδιο ισχύει για όλες τις επιχειρηματικές δραστηριότητες με εξαίρεση τα ανεξάρτητα επαγγέλματα (π.χ. δικηγόροι, αρχιτέκτονες, κ.λ.π.). Αυτή η προνομιακή φορολογική μεταχείριση θα είναι οριστική, εάν οι τα κέρδη που διατηρούνται δεν αποσύρονται εντός μιας περιόδου επτά ετών διαφορετικά το συνηθισμένο φορολογικό ποσοστό θα ισχύσει. Ο νέος κανονισμός ενθαρρύνει μόνον τους εμπόρους και τους επιχειρηματικούς συνεταιρισμούς για να διατηρήσουν μέρος των κερδών με συνέπεια μια αυξημένη ρευστότητα.

Αυστρία: Φορολογικές απαλλαγές για τα επενδεδυμένα κέρδη

Στόχοι

Βελτίωση της σύνθεσης των ιδίων κεφαλαίων των ΜΜΕ και ενθάρρυνση των επενδύσεων

Περιγραφή

Οι ΜΜΕ οι οποίες χρησιμοποιούν σύστημα ταμειακής λογιστικής μπορούν κατά την απόκτηση ή την παραγωγή επιλέξιμων στοιχείων ενεργητικού ή τίτλων ,να τύχουν φορολογικής απαλλαγής, για επενδεδυμένα κέρδη. Η φορολογική αυτή απαλλαγή η οποία δεν μπορεί να υπερβεί το 10% των κερδών μιας επιχείρησης ,χορηγείται μόνον αν οι επενδύσεις σε επιλέξιμα στοιχεία του ενεργητικού έχουν πραγματοποιηθεί κατά την διάρκεια του αντίστοιχου ημερολογιακού έτους. Σε περίπτωση που τα επενδεδυμένα ποσά είναι κατώτερα του 10% των κερδών, η απαλλαγή περιορίζεται στο κόστος απόκτησης ή παραγωγής. Επίσης το συνολικό ποσό της απαλλαγής δεν μπορεί να υπερβεί τα 100.000 ευρώ (κατ'έτος και κατ'άτομο).Τα επιλέξιμα στοιχεία του ενεργητικού περιλαμβάνουν πάγια στοιχεία που υπόκεινται σε απόσβεση ή τίτλους. Για τα στοιχεία του ενεργητικού λαμβάνεται υπόψη διάρκεια ζωής τεσσάρων ετών. Εξάλλου, ο νόμος ορίζει κατηγορίες παγίων στοιχείων, μεταξύ άλλων, αυτοκίνητα και κτήρια που δεν είναι επιλέξιμες για φορολογική απαλλαγή. Οι επιχειρήσεις έχουν δικαίωμα να υποβάλλουν κάθε χρόνο αίτηση για χορήγηση φορολογικής απαλλαγής, ανεξάρτητα από το αν έχουν υποβάλει σχετική αίτηση το προηγούμενο φορολογικό έτος ή αν έχουν πρόθεση να υποβάλουν το επόμενο.

Ο Νόμος για την προώθηση των ΜΜΕ τέθηκε σε ισχύ την 1.1.2007. Ωστόσο, δεδομένου ότι οι αιτήσεις χορήγησης φορολογικής απαλλαγής για τα κέρδη που έχουν επανεπενδυθεί μπορούν να υποβληθούν μόνον από κοινού με τις φορολογικές δηλώσεις του ημερολογιακού έτους 2007 στατιστικά στοιχεία σχετικά με το συγκεκριμένο μέτρο δεν θα είναι διαθέσιμα τα αμέσως επόμενα έτη.

ΒΕΛΓΙΟ: Tax-on-Web (υποβολή φορολογικών δηλώσεων σε απευθείας σύνδεση)

Στόχοι

Μείωση των διοικητικών επιβαρύνσεων τόσο για τους φορολογουμένους όσο και για τη φορολογική διοίκηση.

Περιγραφή

Η υπηρεσία υποβολής φορολογικών δηλώσεων σε απευθείας σύνδεση (Tax-on-Web) δημιουργήθηκε το 2003 σηματοδοτώντας τη μετάβαση από την «εποχή του χαρτιού» σε μια νέα εποχή πλήρους ηλεκτρονικής διαχείρισης των δεδομένων και των φορολογικών δηλώσεων.

Μέσω της υπηρεσίας Tax-on-web, δημιουργήσαμε μια εκατό τοις εκατό ψηφιακή διαδικασία τόσο για τη διοίκηση όσο και, από το 2006, για τους λογιστές. Έκτοτε, βελτιώνεται συνεχώς η λειτουργία αυτής της υπηρεσίας ώστε να γίνει περισσότερο φιλική προς τους χρήστες.

Στόχος για τον πρώτο χρόνο ήταν η ηλεκτρονική υποβολή 50.000 φορολογικών δηλώσεων. Ο στόχος αυτός όχι μόνο επιτεύχθηκε, αλλά το 2004 και το 2005 ο αριθμός των φορολογικών δηλώσεων που υποβλήθηκαν ηλεκτρονικά τριπλασιάστηκε.

Βουλγαρία: Απλουστευμένη παροχή διοικητικών υπηρεσιών με γνώμονα τον πελάτη

Στόχοι

Η παροχή καλύτερων και αποτελεσματικότερων διοικητικών υπηρεσιών.

Περιγραφή

Για να διευκολυνθεί η παροχή διοικητικών υπηρεσιών σε επιχειρήσεις και πολίτες, εκδόθηκε το Διάταγμα περί των γενικών κανόνων οργάνωσης της παροχής διοικητικών υπηρεσιών. Το διάταγμα καθιέρωσε μεταξύ άλλων τις παρακάτω υποχρεωτικές αρχές:

1. Ισότιμη πρόσβαση σε υπηρεσίες και πληροφορίες.

2. Πολλαπλοί τρόποι πρόσβασης.

3. Συντονισμός και διασύνδεση όλων των παραγόντων που συμμετέχουν στη βελτίωση της παροχής διοικητικών υπηρεσιών.

4.Ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Η εφαρμογή της αρχής ενιαίας εξυπηρέτησης είναι υποχρεωτική: οι διοικητικές υπηρεσίες οφείλουν να παρέχουν στους χρήστες όλα τα αναγκαία έγγραφα ακόμη και αυτά που εκδίδουν άλλες διοικήσεις.

Αποτελέσματα περιλαμβάνουν βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων διοικητικών υπηρεσιών .Σύμφωνα με δημοσκόπηση που έγινε τον Νοέμβριο 2006, το 68% των πελατών είναι ικανοποιημένοι από την παροχή διοικητικών υπηρεσιών. Το 2006, αξιολογήθηκε το 86% όλων των διοικητικών υπηρεσιών. Το ποσοστό αυτό πρόκειται να φθάσει το 95% το 2007.

Γαλλία: Περιφερειακά Επενδυτικά Κεφάλαια- Σχολείο των «Επιχειρηματικών Αγγέλων»

Στόχοι

Προώθηση της περιφερειακής ανάπτυξης μέσω των επενδύσεων στις ΜΜΕ και η αύξηση της συνειδητοποίησης μεταξύ των επενδυτών, και προσέλκυση νέων επενδυτών παρέχοντας υψηλής ποιότητας εκπαίδευση.

Περιφερειακά Επενδυτικά Κεφάλαια. Η δημιουργία των Περιφερειακών Επενδυτικών Κεφαλαίων στοχεύει στην προώθηση της περιφερειακής ανάπτυξης μέσω των επενδύσεων στις ΜΜΕ. Αυτά τα κεφάλαια στοχεύουν στις μέσου μεγέθους περιφερειακά ενεργές ΜΜΕ που αντιμετωπίζουν δυσκολίες βρίσκοντας τους κατάλληλους επενδυτές. Τα κεφάλαια συνδυάζουν το κέρδος με αναπτυξιακούς στόχους. Οι ιδιώτες επενδυτές σε αυτά τα κεφάλαια ωφελούνται από ένα φορολογικό κίνητρο. Αυτά τα κεφάλαια μπορούν επίσης να χρηματοδοτήσουν τα κεφάλαια εγγύησης και τους οργανισμούς αμοιβαίων εγγυήσεων.

Σχολείο των Επιχειρηματικών Αγγέλων. Το γαλλικό εθνικό δίκτυο Επιχειρηματικών Αγγέλων ANG παρέχει μία πρωτοβουλία κατάρτισης η οποία στοχεύει στη αύξηση της συνειδητοποίησης μεταξύ των επενδυτών, και στην προσέλκυση νέων επενδυτών παρέχοντας υψηλής ποιότητας εκπαίδευση. Το επιτυχές πρόγραμμα συμπεριλαμβάνει ζητήματα όπως τη σκιαγράφηση των χαρακτηριστικών Επιχειρηματικών Αγγέλων και το πεδίο επένδυσής τους, των προσδοκιών σχετικά με την ανταμοιβή και την έξοδο, της θέσης των Επιχειρηματικών Αγγέλων στη χρηματοδότηση μιας επιχείρησης, την συμπληρωματικότητα και τις συγκρούσεις μεταξύ των διαφορετικών χρηματοδοτών, και τα επενδυτικά βήματα του

Επιχειρηματικού Αγγέλου βημάτων στις επενδύσεις αγγέλου (συμπεριλαμβανομένων των νομικών και φορολογικών πτυχών). Παρέχονται πληροφορίες για το πώς να γίνει ένας Επιχειρηματικός Άγγελος και για τις πτυχές της σχέσης μεταξύ του επιχειρηματίας και του Επιχειρηματικού Αγγέλου. Η σχέση εξετάζεται μέσω της αναμενόμενης συμβολής του Επιχειρηματικού Αγγέλου στη χρηματοδότηση και στη λήψη αποφάσεων, η συμβατική σχέση, η οργάνωση της πληροφορίας που μοιράζονται, η πρόσβαση στο δίκτυο των επαφών των Επιχειρηματικών Αγγέλων, και οι διαφορετικοί τρόποι εξόδου του αγγέλου.

ΓΑΛΛΙΑ: Κέντρο διαχείρισης για πολύ μικρές επιχειρήσεις

Στόχοι

Η προώθηση της ανάπτυξης των επιχειρήσεων μέσω των σχετικών οργανώσεων. Η βελτίωση των γνώσεων σχετικά με την οικονομική κατάσταση των μικρών επιχειρήσεων.

Περιγραφή-Αποτελέσματα

Εφαρμογή ενός συστήματος οργάνωσης συλλογικού χαρακτήρα εγκεκριμένου από τη φορολογική διοίκηση το οποίο παρέχει στις μικρές επιχειρήσεις ένα διαχειριστικό εργαλείο που συνδυάζει την επιμόρφωση (διαχείριση επιχειρήσεων, φορολογική και κοινωνική νομοθεσία, οικονομικά στοιχεία) με την ανάλυση της χρηματοοικονομικής κατάστασης των επιχειρήσεων(σε σχέση με τις άλλες επιχειρήσεις του ίδιου τομέα δραστηριότητας).

Η συμμετοχή σε αυτό το σύστημα συνεπάγεται φορολογικά οφέλη για τις επιχειρήσεις

Τα αποτελέσματα περιλαμβάνουν :

Στήριξη των μικρών επιχειρήσεων προκειμένου να βελτιωθεί ο τρόπος διαχείρισής τους - Παροχή των αναγκαίων εργαλείων λήψης αποφάσεων. Πρόληψη των φορολογικών κινδύνων- Διευκόλυνση της πρόσβασης των μικρών επιχειρήσεων στα χρηματοοικονομικά τους δεδομένα 24 ώρες το εικοσιτετράωρο και επτά ημέρες την εβδομάδα μέσω ηλεκτρονικού συστήματος- Κάλυψη όλης της επικράτειας μέσω ενώσεων σε επίπεδο διαμερισμάτων και περιφερειών.

Γερμανία: Βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ στο Τραπεζικό σύστημα

Στόχοι

Βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ στο Τραπεζικό σύστημα

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Το 2000 KfW (Kreditanstalt fór Wiederaufbau) προώθησε ένα πρόγραμμα εξασφάλισης "Promise" για να αντιμετωπίσει το αυξανόμενο πρόβλημα της πρόσβασης των ΜΜΕ στα δάνεια τραπεζών, ιδιαίτερα λόγω των δανειακών ρίσκων. Οι τράπεζες μπορούν να τοποθετήσουν τους κινδύνους από τις ΜΜΕ μέσω του "Promise" στην κύρια αγορά κεφαλαίων με έναν τυποποιημένο τρόπο χρησιμοποιώντας τα καινοτόμα χρηματοδοτικά εργαλεία. Το πρόγραμμα επιτρέπει στις τράπεζες να μειώσουν τον κίνδυνό τους και το ποσό ρευστότητας που διατηρείται στα χαρτοφυλάκια δανείων. Οι τράπεζες κερδίζουν έτσι περισσότερο πεδίο για να χορηγήσουν νέα δάνεια στις ΜΜΕ. Δεδομένου ότι το KfW εγκαινίασε το πρόγραμμα το 2000, οι ΜΜΕ εξασφάλισαν ποσά δανείων που ανέρχονται σε €17.4 δισεκατομμύρια (που αφορά περίπου 44.000 δάνεια ΜΜΕ).

Γερμανία: Γερμανικό ταμείο μικροχρηματοδοτήσεων

Στόχοι

Ευκολότερη εξασφάλιση μικρών δανείων από νέες επιχειρήσεις. Επέκταση των ανομοιογενών σήμερα δυνατοτήτων για μικροχρηματοδοτήσεις.

Περιγραφή

Το σύστημα αυτό, που βρίσκεται ακόμη σε πειραματικό στάδιο, περιλαμβάνει ένα ταμείο εγγυήσεων που αναλαμβάνει, έναντι αμοιβής, εξ ολοκλήρου τον κίνδυνο μη αποπληρωμής των δανείων για κάθε τράπεζα που χορηγεί μικροχρηματοδοτήσεις. Το ταμείου υποστηρίζεται από δύο αναπτυξιακές τράπεζες (την GLS και την KfW που στηρίζει η γερμανική κυβέρνηση), από το υπουργείο οικονομικών και τεχνολογίας και από το υπουργείο εργασίας και κοινωνικών υποθέσεων. Οι τράπεζες, για να έχουν την κάλυψη από το ταμείο, οφείλουν να συνεργάζονται με ένα περιφερειακό μικροπιστωτικό ίδρυμα (φυτώριο επιχειρήσεων) διαπιστευμένο στο γερμανικό ινστιτούτο μικροχρηματοδοτήσεων (DMI), που εκπροσωπεί τα συμφέροντα 54 μικροπιστωτικών ιδρυμάτων. Ρόλος του μικροπιστωτικού ιδρύματος είναι να παρέχει συμβουλές και να αξιολογεί την επιχειρηματική δραστηριότητα και, εάν θεωρεί ότι υπάρχει βιώσιμη επιχειρηματική πρόταση, να εισηγείται τη χορήγηση του δανείου. Επειδή το ταμείο παρέχει εγγυήσεις για το 100% του δανείου, η τράπεζα ικανοποιεί συνήθως τις εισηγήσεις του. Τα μικροπιστωτικά ιδρύματα αναλαμβάνουν τις επαφές με την επιχείρηση-οφειλέτη για λογαριασμότης τράπεζας που χορηγεί το δάνειο μετά τη λήξη της δανειοληπτικής σύμβασης και παρακολουθούν τα δάνεια χαμηλών αποδόσεων. Έτσι η τράπεζα απαλλάσσεται από τις περισσότερες διοικητικές δαπάνες για το δάνειο. Ητράπεζα καταβάλλει στο ταμείο αμοιβή από το εισόδημα που έχει από τους τόκους. Τα μικροπιστωτικά ιδρύματα

ευθύνονται, εξάλλου, έναντι του ταμείου μικροχρηματοδοτήσεων για το πρώτο 20% των οφειλών για δάνεια που τα ίδια έχουν εισηγηθεί και δεν αποπληρώνονται.

Το 2004, η KfW συνέστησε ομάδα εργασίας για τις μικροχρηματοδοτήσεις, στο πλαίσιο της οποίας εκπρόσωποι τραπεζών / ενώσεων τραπεζών, μικροπιστωτικών ιδρυμάτων και υπουργείων συζητούν σχετικά προβλήματα. Στις συζητήσεις διαπιστώθηκε ότι ο συνδυασμός συμβουλευτικών και χρηματοδοτικών υπηρεσιών που παρέχει το ταμείο μικροχρηματοδοτήσεων έχει θετικά αποτελέσματα

ΔΑΝΙΑ: Φορολόγηση προσωπικών επιχειρήσεων ως ανωνύμων εταιρειών

Στόχοι

Να είναι δυνατή η λειτουργία επιχείρησης χωρίς να χρειάζεται η οργάνωσή της με τη δομή ανώνυμης εταιρείας.

Περιγραφή

Αν ένα φυσικό πρόσωπο διατηρεί επιχείρηση και ευθύνεται ""εις ολόκληρον"" για τα χρέη της (προσωπική εταιρεία), στα έσοδα της επιχείρησης επιβάλλεται φόρος εισοδήματος φυσικών προσώπων. Υπάρχει φορολόγηση όταν υπάρχουν κέρδη. Αν η επιχείρηση είναι ανώνυμη εταιρεία, οφείλει να καταβάλλει εταιρικό φόρο. Ο εταιρικός φόρος είναι χαμηλότερος από τον φόρο εισοδήματος φυσικών προσώπων.

Το άθροισμα του εταιρικού φόρου και του φόρου επί των μερισμάτων φθάνει στο ύψος του φόρου εισοδήματος φυσικών προσώπων. Ο εταιρικός φόρος επιβάλλεται όταν υπάρχουν κέρδη. Ο φόρος επί των μερισμάτων επιβάλλεται όταν καταβάλλονται μερίσματα. Το ειδικό φορολογικό καθεστώς που ισχύει για τις προσωπικές εταιρείες επιβάλλει την απαλλαγή των εταιρειών αυτών από το φόρο εισοδήματος φυσικών προσώπων. Επιτρέπει χαμηλή φορολόγηση ίδια με εκείνη που θα ίσχυε αν η προσωπική εταιρεία λειτουργούσε ως ανώνυμη εταιρεία, εκτός αν τα κέρδη χρησιμοποιούνται για προσωπικούς σκοπούς. Η κύρια ιδέα είναι ότι τα κέρδη που αποκομίζονται για προσωπικούς σκοπούς αναλογούν σε μερίσματα.

Ισπανία: Απλουστευμένες Φορολογικές Διαδικασίες

Στόχοι

Απλουστευμένες φορολογικές διαδικασίες

Περιγραφή-Αποτελέσματα

Απλουστευμένες φορολογικές διαδικασίες. Διάφορες πρωτοβουλίες έχουν προωθηθεί για να διευκολύνουν και να απλοποιήσουν τις φορολογικές διαδικασίες για τις ΜΜΕ. Η σελίδα Διαδικτύου της εφορίας έχει ένα ειδικό τμήμα των ΜΜΕ, συμπεριλαμβανομένων επιλογών για την ηλεκτρονική αποστολή επιστροφών και τακτοποιήσεων. Ένας συγκεκριμένος φορολογικός λογαριασμός δημιουργήθηκε, που επιτρέπει σε εκείνους που πραγματοποιούν οικονομικές δραστηριότητες να τακτοποιήσουν τις πιστώσεις και τα φορολογικά χρέη σχετικά με το Φ.Π.Α, το φόρο ατομικού εισοδήματος και το φόρο εταιριών σε τριμηνιαία βάση, βελτιώνοντας κατά συνέπεια την οικονομική τους κατάσταση . Τέλος, ένα νέο πλαίσιο για τις σχέσεις με τους φορολογούμενους έχει δημιουργηθεί με τη σύσταση του Συμβούλιου Προστασίας Φορολογουμένων και τη θέσπιση ενός νόμου σχετικά με τα δικαιώματα και τις εγγυήσεις των φορολογούμενων.

Ισπανία: Μείωση των φόρων κληρονομιάς και δωρεάς

Στόχοι

Μείωση των φόρων κληρονομιάς

Περιγραφή – Αποτελέσματα

Σε ορισμένες περιπτώσεις μεταβίβασης λόγω θανάτου ή δωρεάς εν ζωή μιας ατομικής επιχείρησης, μιας επαγγελματικής επιχείρησης ή μεριδίων εταιρειών, μπορεί να επιβληθεί μείωση του φορολογητέου ποσού κατά 95%, υπό την προϋπόθεση ότι η αξία θα διατηρηθεί για δέκα έτη και ο δωρεοδόχος δικαιούται απαλλαγής από το φόρο ακίνητης περιουσίας κατά την ίδια περίοδο (η τελευταία αυτή διάταξη ισχύει στην περίπτωση μεταβίβασης με δωρεά εν ζωή). Η μείωση παρέχεται υπό του εξής όρους:

– μεταβίβαση λόγω θανάτου: η επιχείρηση μεταβιβάζεται σε σύζυγο, απογόνους ή θετά τέκνα (ή εφόσον δεν υπάρχουν, σε προγόνους, θετούς γονείς ή παράπλευρους κληρονόμους).

– μεταβιβάσεις με δωρεά εν ζωή: η επιχείρηση μεταβιβάζεται σε σύζυγο, απογόνους ή θετά τέκνα, ο δε δωρητής (ηλικίας άνω των 65 ετών ή ευρισκόμενος σε κατάσταση μόνιμης αναπηρίας) αποσύρεται από τη διοίκηση της εταιρείας.

Σε κάθε περίπτωση, ούτε οι διάδοχοι ούτε οι δωρητές μπορούν να προβαίνουν σε εκποιήσεις ή εταιρικές πράξεις που έχουν ως αποτέλεσμα τη σημαντική μείωση της αξίας κτήσεως.

ΙΤΑΛΙΑ: Η ιταλική φορολογική διοίκηση σε απευθείας σύνδεση

Στόχοι

Παρέχει στους φορολογούμενους απ' ευθείας σύνδεση με την ιταλική φορολογική διοίκηση, πράγμα που τους επιτρέπει να συμβουλεύονται τις διαθέσιμες βάσεις δεδομένων, να διαχειρίζονται τις φορολογικές τους υποχρεώσεις, π.χ. να υποβάλλουν τη δήλωση εισοδημάτων τους.

Περιγραφή-Αποτελέσματα

Σύστημα back / front (οργανωτικής υποστήριξης / εξυπηρέτησης του κοινού) που απευθύνεται τόσο στη δημόσια διοίκηση, ως οργανωτικό πρότυπο, όσο και στους φορολογούμενους, ως πρόσθετη παρεχόμενη υπηρεσία.

Μείωση του χρόνου που απαιτείται για τον έλεγχο των φορολογικών δηλώσεων που υποβάλλονται ηλεκτρονικά. Το ποσοστό των σφαλμάτων μειώθηκε από 20% σε 3%, με αποτέλεσμα αφενός μεν να αξιοποιεί καλύτερα η ιταλική φορολογική διοίκηση τους διαθέσιμους πόρους και αφετέρου να κερδίζουν χρόνο οι φορολογούμενοι αφού δεν χρειάζεται να συμπληρώσουν εκ νέου τη δήλωσή τους.

ΛΕΤΟΝΙΑ: Ηλεκτρονικό σύστημα υποβολής φορολογικών δηλώσεων

Στόχοι

Η διευκόλυνση της διαδικασίας υποβολής φορολογικών δηλώσεων.

Περιγραφή

Ήδη από το 2001 έχει καθιερωθεί ηλεκτρονικό σύστημα υποβολής φορολογικών δηλώσεων. Ωστόσο, μέχρι τώρα εξακολουθούσε να είναι αναγκαία και η υποβολή καταστάσεων σε χαρτί προς την Υπηρεσία Κρατικών Εσόδων. Από τον Μάρτιο του 2006 έχει καταργηθεί η υποχρέωση υποβολής δηλώσεων σε χαρτί, εφόσον αυτές συμπληρώνονται ηλεκτρονικά. Συνεπώς, οι επιχειρήσεις μπορούν να υποβάλλουν τις δηλώσεις τους μόνο σε ηλεκτρονική μορφή.

Σχεδόν το 90% των φορολογικών δηλώσεων των επιχειρηματιών θα υποβάλλονται στην Υπηρεσία Κρατικών Εσόδων σε ηλεκτρονική μορφή (χωρίς την υποχρέωση υποβολής των δηλώσεων αυτών και σε χαρτί).

Λετονία: Σύσταση "fund of funds" (αμοιβαίο κεφάλαιο που επενδύει σε άλλα αμοιβαία κεφάλαια)

Στόχοι

Η χρηματοδότηση στη φάση της εκκίνησης με αμοιβαία επιχειρηματικά κεφάλαια είναι σχεδόν ανύπαρκτη στη Λεττονία, δεδομένου ότι επτά ή οκτώ αμοιβαία επιχειρηματικά κεφάλαια που υπάρχουν περιορίζουν τις δραστηριότητές τους κυρίως σε αναπτυξιακά σχέδια μεγαλύτερης εμβέλειας, τα οποία απαιτούν επενδύσεις άνω του 1 εκατ. ευρώ. Εκτός από τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ όσον αφορά την πρόσβαση στη χρηματοδότηση, οι επιχειρήσεις αυτές δεν γνωρίζουν επαρκώς πώς να προσελκύουν τις κατάλληλες χρηματοδοτήσεις εν γένει και, ειδικότερα, επιχειρηματικά κεφάλαια.

Για την επίλυση των προβλημάτων αυτών, το υπουργείο Οικονομικών της Δημοκρατίας της Λεττονίας δημιούργησε ένα πρόγραμμα κρατικών ενισχύσεων για επιχειρηματικά κεφάλαια, το οποίο υλοποιείται από τον λεττονικό οργανισμό "Latvian Guarantee Agency". Ο οργανισμός αυτός στηρίζεται από το κράτος και, εκτός του ότι λειτουργεί ως "fund of funds" στο πλαίσιο του προαναφερθέντος προγράμματος, παρέχει και εγγυήσεις πιστώσεων στις ΜΜΕ της Λεττονίας.

Περιγραφή-Αποτελέσματα

Ο Λετονικός οργανισμός εγγυήσεων "Latvian Guarantee Agency" (εφεξής "LGA") λειτουργεί ως "fund of funds", επενδύοντας πάνω από 14,5 εκατομμύρια ευρώ στα τρία συσταθέντα αμοιβαία επιχειρηματικά κεφάλαια. Το 75% αυτού του ποσού προέρχεται από τα ευρωπαϊκά διαρθρωτικά ταμεία και το 25% από τον κρατικό προϋπολογισμό της Λεττονίας. Εκτός από τη δημόσια χρηματοδότηση, τα αμοιβαία επιχειρηματικά κεφάλαια συγκεντρώνουν 15 επιπλέον εκατομμύρια ευρώ από τον ιδιωτικό τομέα. Κάθε αμοιβαίο κεφάλαιο στο οποίο επενδύει ο LGA ελέγχεται από μια επιτροπή επενδύσεων η οποία απαρτίζεται από εκπροσώπους τόσο του δημοσίου όσο και του ιδιωτικού τομέα. Ο δημόσιος τομέας δημιουργεί το κατάλληλο περιβάλλον για τις επενδύσεις και καθορίζει τους κανόνες,ενώ ο ιδιωτικός τομέας αποφασίζει σε ποιες επιχειρήσεις θα γίνουν επενδύσεις. Με τον τρόπο αυτό, το δημόσιο δεν εμπλέκεται στις επενδύσεις που γίνονται με όρους της αγοράς.

Έχουν ήδη συσταθεί τρία αμοιβαία επιχειρηματικά κεφάλαια, συνολικού ύψους 30 εκατ. ευρώ.

ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ: Σύστημα eVAT (ηλεκτρονικός ΦΠΑ) (2η φάση)

Στόχοι

Απλούστευση των διαδικασιών για τους φορολογουμένους και τη διοίκηση

Περιγραφή-Αποτελέσματα

Το "eVAT" είναι ένα πιλοτικό πρόγραμμα που εφαρμόζεται στο Λουξεμβούργο για συστήματα φορολογικής διοίκησης σε απευθείαςσύνδεση. Οι επιχειρήσεις λαμβάνουν αριθμό άδειας, αριθμό αναγνώρισης (ID number) και κωδικό πρόσβασης (password), με τηβοήθεια των οποίων μπορούν να υποβάλουν τις δηλώσεις τους για τον ΦΠΑ ηλεκτρονικά. Μετά από ένα αρχικό στάδιο, που περιοριζόταν στους χρήστες οι οποίοι υπέβαλλαν μεγάλο αριθμό δηλώσεων μέσω του λογισμικού XML, διατίθεται εφεξής το έντυπο pdf που επιτρέπει την εισαγωγή στοιχείων στην οθόνη. Οι μικρές επιχειρήσεις που διαθέτουν συμβατό φυλλομετρητή (browser) και Acrobat Reader 6,0 και πλέον μπορούν να τηλεφορτώσουν δωρεάν το λογισμικό από το Διαδίκτυο. Ο φορολογούμενος μπορεί να τηλεφορτώσει το έντυπο της δήλωσης, να το συμπληρώσει, να το τροποποιήσει, να το αποθηκεύσει στον υπολογιστή του και να το

υποβάλει μέσω του συστήματος "eVAT". Το έντυπο εγγραφής στο σύστημα "eVAT" (για την υποβολή περιοδικών δηλώσεων και πινάκων ΦΠΑ απαιτείται άδεια) είναι διαθέσιμο στη διεύθυνση http://www.etva.l

Το σύστημα "eVAT" λειτουργεί επί του παρόντος σε εθελοντική βάση. Το 2007 η διοίκηση προτίθεται να θεσπίσει υποχρεωτικά μετράμε στόχο την ευρεία χρήση του συστήματος και την αύξηση του ποσοστού των χρηστών στο 80% μέχρι τέλους του 2008.

ΟΥΓΓΑΡΙΑ: Έκπτωση φόρου για τις επενδύσεις των ΜΜΕ

Στόχοι

Μα τονωθεί η επενδυτική δραστηριότητα των ΜΜΕ

Περιγραφή

Ορισμένου είδους επενδυτικές δαπάνες μπορούν να εκπίπτουν από τα φορολογητέα κέρδη των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων.

Στις δαπάνες αυτές συγκαταλέγονται τρία είδη, τουτέστιν οι δαπάνες που πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια του φορολογικού έτους (1) για την απόκτηση νέων πάγιων περιουσιακών στοιχείων (ακίνητα, εξοπλισμός και μηχανές, οχήματα)· (2) για την ανακαίνιση και τη βελτίωση ακινήτων· (3) για την απόκτηση άυλων περιουσιακών στοιχείων (δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας).

Οι εκπτώσεις απευθύνονται σε επιχειρήσεις στις οποίες συμμετέχουν αποκλειστικά ιδιώτες, και δεν μπορούν να υπερβαίνουν τα προ φόρου κέρδη της επιχείρησης. Το ανώτατο ποσό της έκπτωσης έχει οριστεί σε 30 εκατ. HUF ετησίως. Οι αυτοαπασχολούμενοι που

καταβάλλουν φόρους εισοδήματος υπαγόμενοι στο φορολογικό καθεστώς που ισχύει για τις εταιρείες μπορούν επίσης να τύχουν της εν λόγω φορολογικής έκπτωσης. Οι ισχύοντες κανόνες περιέχονται στο νόμο LXXXI του 1996 για τη φορολόγηση των επιχειρήσεων και των μερισμάτων και στο νόμο CXVII του 1995 για τη φορολόγηση του εισοδήματος φυσικών προσώπων.

Αποτέλεσμα είναι η αύξηση της επενδυτικής δραστηριότητας των ΜΜΕ .

ΡΟΥΜΑΝΙΑ: Φορολογία εισοδήματος για πολύ μικρές επιχειρήσεις

Στόχοι

Η στήριξη των ΜΜΕ. Η μείωση της φορολογικής επιβάρυνσης των ΜΜΕ.

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Βάσει των διατάξεων του ρουμανικού νόμου περί φορολογικού κώδικα, οι πολύ μικρές επιχειρήσεις υπάγονται σε ένα ειδικό φορολογικό καθεστώς, που ονομάζεται φορολογία εισοδήματος πολύ μικρών επιχειρήσεων. Οι πολύ μικρές επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να επιλέξουν ανάμεσα σ' έναν ενιαίο φορολογικό συντελεστή 16% επί των κερδών τους και σε φόρο 3% επί των εισοδημάτων τους, ανεξάρτητα από την πηγή τους, εκτός εκείνων που προβλέπει ο νόμος.

Αποτέλεσμα είναι η μείωση της φορολογίας για τις ΜΜΕ

Σλοβακία: Απλούστευση φορολογικού συντελεστή

Στόχοι

Απλούστευση φορολογικού συντελεστή

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Απλουστευμένο σύστημα φορολογικού συντελεστή. Η χρήση ενός ενιαίου φορολογικού συντελεστή για το ατομικό εισόδημα, το Φ.Π.Α, τα κύρια κέρδη, και το εταιρικό εισόδημα είναι απλό, δεν διαστρεβλώνει τα οικονομικά κίνητρα και μπορεί αποτελεσματικά να προωθήσει την επιχειρηματικότητα. Η κατάργηση των απαλλαγών δίνει προσφέρει έναν απλό και κατανοητό φορολογικό κώδικα. Εντούτοις, το γεγονός ότι τα μερίσματα δεν υπόκεινται είτε στο φόρο παρακράτησης είτε στο φόρο εισοδήματος προβλέπει ένα κίνητρο για να διανέμονται τα κέρδη αντί να επανεπενδύονται στην επιχείρηση.

Φινλανδία: Περισσότερη Ρευστότητα και Ισχυρότεροι Ισολογισμοί

Στόχοι

Περισσότερη Ρευστότητα και Ισχυρότεροι Ισολογισμοί

Περιγραφή

Ολοκληρωμένο Χρηματοδοτικό μοντέλο για τις καινοτόμες επιχειρήσεις. Ένα πρότυπο της συνεχούς ολοκλήρωσης έχει αναπτυχθεί για τη χρηματοδότηση των καινοτόμων νέων εταιριών. Κατ' αρχάς, δίνεται στους επιχειρηματίες η ενίσχυση για να προετοιμάσουν και να παρουσιάσουν το πρόγραμμά τους για να επιχορηγηθεί. Δεύτερον, μια αγορά φέρνει κοντά τους καλύτερους επιχειρηματίες, τους business angels και άλλους επενδυτές συμπεριλαμβανομένου του δημόσιου τομέα, εάν είναι απαραίτητο. Προκειμένου να συνεισφέρουν εμπειρία στην προώθηση και εμπορική αξιοποίηση των προϊόντων ειδικοί και έμπειροι στον τομέα αυτό που είναι πρόθυμοι να εργαστούν για μία νέα επιχείρηση παρουσιάζονται μέσα στην επιχείρηση.

ΣΤ. Άξονας Παρέμβασης¨Βελτίωση επιχειρηματικού περιβάλλοντος: Εκκίνηση επιχείρησης /Κανονιστικό Πλαίσιο

Εκπαίδευση και Επιμόρφωση για το επιχειρηματικό πνεύμα

Φθηνότερη και ταχύτερη εκκίνηση – απλοποίηση των διαδικασιών για τη δημιουργία επιχειρήσεων

Καλύτερη νομοθεσία και ρυθμίσεις

Η βελτίωση της προοπτικής ανάπτυξης και απασχόλησης στην Ε.Ε απαιτεί την βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος μειώνοντας τα διοικητικά εμπόδια που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ κατά την εκκίνηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας και βελτιώνοντας την ποιότητα της νομοθεσίας και των ρυθμίσεων. Παράλληλα η ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος και η ενθάρρυνση της ανάπτυξης επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελούν σημαντικές ενέργειες προς την κατεύθυνση αυτή.

Οι πρωτοβουλίες που έχουν αναληφθεί από τα Κράτη μέλη περιλαμβάνουν δράσεις που προωθούν την κατάρτιση ,την προώθηση επιχειρηματικών δεξιοτήτων των νέων επιχειρηματιών σε ειδικά θέματα που συμβάλλουν ουσιαστικά στην ανάπτυξη και καλή λειτουργία της επιχείρησης τους. Παράλληλα αναλαμβάνονται δράσεις ενίσχυσης της δημιουργίας επιχειρήσεων και απλοποίησης των διοικητικών διαδικασιών, βελτίωσης των κοινωνικών ασφαλίσεων ,διευκόλυνσης των διοικητικών διατυπώσεων , ή την δημιουργία ενιαίων σημείων εξυπηρέτησης επιχειρήσεων.

Πέραν από τα προαναφερόμενα έχουν γίνει ενέργειες προώθησης του επιχειρηματικού πνεύματος στα σχολεία και είναι αξιοσημείωτες οι καλές πρακτικές που υπάρχουν στον συγκεκριμένο τομέα.

Σύμφωνα με τα συμπεράσματα του **Εαρινού Ευρωπαϊκού Συμβουλίου του 2006** αναφέρονται τα εξής: "Τα κράτη μέλη πρέπει να καθιερώσουν έως το 2007 μια «μονοθυριδική» πρόσβαση ή ρύθμιση ισοδύναμου αποτελέσματος για τη σύσταση εταιρίας με ταχύ και απλό τρόπο. Τα κράτη μέλη θα πρέπει να λάβουν κατάλληλα μέτρα ώστε να μειωθεί σημαντικά ο μέσος χρόνος που απαιτείται για τη σύσταση μιας επιχείρησης, ιδίως μικρής ή μεσαίας, με στόχο έως τα τέλη του 2007 να είναι δυνατή εντός μιας εβδομάδας σε οποιοδήποτε σημείο της ΕΕ."

Αυστρία: Ακαδημία των νέων επιχειρηματιών

Στόχοι

Παρέχει στους πιθανούς επιχειρηματίες τη βασική επιχείρηση και τις διοικητικές γνώσεις και τις δεξιότητες.

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Οι νέοι επιχειρηματίες συμμετέχουν σε μία σειρά σεμιναρίων. Η μετατροπή στο πρόγραμμα επιχείρησης ή την έννοια της επιχείρησης πραγματοποιείται σε ένα εργαστήριο. Ένας διοικητικός σύμβουλος είναι διαθέσιμος κατά τη διάρκεια ολόκληρης της διαδικασίας.

Η ακαδημία θέλει να μεταδώσει τη θεμελιώδη γνώση και τις δυνατότητες στους συμμετέχοντες, η οποία είναι, εκτός από τις ειδικές γνώσεις θεμάτων , ουσιαστική για το ίδρυμα, ανάληψη ή διαχείριση μιας επιχείρησης.

www.wifi.at

Αυστρία: Kinder Business Week

Στόχοι

Να προβληθεί η δυνατότητα σταδιοδρομίας στον χώρο των επιχειρήσεων. Να δοθούν σε νέους παραδείγματα επιτυχημένων επιχειρηματιών. Να καταστεί σαφές ότι η επιχειρηματική δράση συνδυάζει την υπευθυνότητα, τη δημιουργικότητα και την ικανοποίηση των προσωπικών φιλοδοξιών.

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Με τη χρηματοδοτική στήριξη του Ομοσπονδιακού Υπουργείου Εθνικής Οικονομίας και Εργασίας και του Αυστριακού Οικονομικού Επιμελητηρίου, διοργανώθηκε το 2006 η πρώτη ""Kinder Business Week"" (Εβδομάδα Επιχειρηματικότητας για Παιδιά) κατά τη διάρκεια των θερινών διακοπών: Πενήντα επιχειρηματίες από διαφορετικούς κλάδους μετέδωσαν την επαγγελματική τους εμπειρία σε παιδιά ηλικίας 8-13 ετών στο πλαίσιο διαλέξεων και εργαστηρίων. Οι διαλέξεις πραγματοποιήθηκαν υπό μορφή παρουσιάσεων με διαδραστικά μέσα και εικονογραφημένο υλικό. Οι γονείς μπορούσαν μόνο να συνοδεύσουν τα παιδιά τους χωρίς όμως να έχουν δικαίωμα συμμετοχής στις σχετικές εκδηλώσεις.

Στόχος των εργαστηρίων ήταν η ανάπτυξη ουσιαστικού διαλόγου με τα παιδιά, με ιδιαίτερη έμφαση στην ανταλλαγή απόψεων. Οι εκδηλώσεις πραγματοποιήθηκαν στο Αυστριακό Οικονομικό Επιμελητήριο, στη Βιέννη.

Ειδική ετήσια έκδοση για τη συγκεκριμένη εκδήλωση διανέμεται στα σχολεία, σε μαθητές της αντίστοιχης ηλικιακής ομάδας, τις τελευταίες εβδομάδες πριν από τις θερινές διακοπές. Η έκδοση αυτή, η οποία περιλαμβάνει πληροφορίες για τις διαλέξεις που πραγματοποιήθηκαν, καθώς και για θέματα σχετικά με την οικονομία και τις επιχειρήσεις, θα αποτελέσει χρήσιμο εργαλείο για τους δασκάλους που επιθυμούν να συμπεριλάβουν την επιχειρηματικότητα στην ύλη των μαθημάτων τους.

Αυστρία: Οικονομικό Επιμελητήριο της Βιέννης, Υπηρεσία για τη σύσταση νέων επιχειρήσεων

Στόχοι

Εξοικονόμηση χρόνου και χρήματος (υπηρεσία ενιαίας εξυπηρέτησης για όλες τις νεοσύστατες επιχειρήσεις)·

- άρση διοικητικών εμποδίων·
- νομική ασφάλεια για τους νέους επιχειρηματίες·
- δωρεάν παροχή συμβουλών νομικού και χρηματοοικονομικού χαρακτήρα από ανεξάρτητους φορείς.

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Η δικτυακή πύλη για τη σύσταση νέων επιχειρήσεων παρέχει γενικές πληροφορίες για το πώς δημιουργείται μια επιχείρηση. Δεδομένου ότι κάθε επιχείρηση αντιμετωπίζει, στο στάδιο

εκκίνησής της, ιδιαίτερα προβλήματα, η πύλη παρέχει επίσης δωρεάν, εξατομικευμένες συμβουλές. Η βοήθεια αυτή περιλαμβάνει:

- οδηγίες για τη δημιουργία μιας επιχείρησης και σχετικό οδηγό, υπό μορφή φυλλαδίου, για τις αρμόδιες αρχές·
- δωρεάν ενημερωτικά εργαστήρια σχετικά με τον νόμο για τη βιοτεχνία, το εμπόριο, τις υπηρεσίες και τη βιομηχανία(Gewerbeordnung), το εταιρικό δίκαιο, την κοινωνική ασφάλιση, τη φορολογία και τη χρηματοδοτική στήριξη·
- τηλεφωνική γραμμή παροχής συμβουλών·
- συναντήσεις δωρεάν παροχής εξατομικευμένων συμβουλών (έως μια ώρα) με βάση ένα πρόχειρο επιχειρηματικό σχέδιο.

Οι επιχειρήσεις μπορούν να καταχωρίζονται σε απευθείας σύνδεση στα γραφεία του VEC. Οι σχετικές πληροφορίες διαβιβάζονται στη συνέχεια στις αρμόδιες αρχές, οι οποίες συνδέονται σε δίκτυο."

Από τις 8.683 επιχειρήσεις που ιδρύθηκαν στη Βιέννη το 2005, 5.926 καταχωρίστηκαν σε απευθείας σύνδεση.

Βέλγιο: Βελτίωση της Κοινωνικής Ασφάλισης των νέων μικρών ιδιοκτητών

Στόχοι

Βελτίωση της κοινωνικής ασφάλισης των νέων ιδιοκτητών μικρών επιχειρήσεων

Περιγραφή

Η κοινωνική ασφάλεια σε περίπτωση πτώχευσης επιτρέπει στον αυτοαπασχολούμενο λιανοπωλητή (σε περίπτωση πτώχευσης) ή τον αυτοαπασχολούμενο μη-λιανοπωλητή (σε περίπτωση παραλαβής ενός σχεδίου τακτοποίησης χρέους), να λάβει την οικονομική ενίσχυση για δύο μήνες και το δικαίωμα στην κάλυψη κοινωνικής ευημερίας για τέσσερα τρίμηνα, εφ' όσον καλύπτονται οι διάφοροι όροι.

Βρετανία: Υποκίνηση της επιστημονικής επιχειρηματικότητας

Στόχοι

Η Επιστήμη της Επιχειρηματικής Πρόκλησης έχει ως στόχο να καθιερώσει ένα δίκτυο κέντρων στα βρετανικά πανεπιστήμια - χρηματοδοτούμενα από τη κυβέρνηση - που εξειδικεύονται στη διδασκαλία και την πρακτική της εμπορευματοποίησης και της επιχειρηματικότητας στον τομέα της επιστήμης και της τεχνολογίας. Οι στόχοι είναι: να ενθαρρύνει την εμπορική αξιοποίηση της έρευνας και των νέων ιδεών για να υποκινήσει την επιστημονική επιχειρηματικότητα, να ενσωματώσει τη διδασκαλία του επιχειρείν στα προγράμματα σπουδών επιστήμης και εφαρμοσμένης μηχανικής, να λειτουργήσουν ως πρότυπα κέντρα για τη μεταφορά και την αξιοποίηση της επιστημονικής γνώσης και της εμπειρίας.

Περιγραφή

Η Επιστήμη της Επιχειρηματικής Πρόκλησης σκοπεύει να βελτιώσει την πληροφόρηση της σημασίας της επιχείρησης και του επιχειρηματικού πνεύματος σε όλα τα επίπεδα μέσα στα πανεπιστήμια, και να νομιμοποιήσει την επιχειρηματική δραστηριότητα ως έγκυρη πτυχή της ακαδημαϊκής ζωής.

Βρετανία: Flying Start (Ταχεία εκκίνηση)

Στόχοι

Να ενθαρρυνθούν περισσότεροι απόφοιτοι και σπουδαστές τριτοβάθμιας εκπαίδευσης να δημιουργήσουν μια επιχείρηση ή να στραφούν στην αυτοαπασχόληση.

Περιγραφή

Η Flying Start είναι μία ανοικτή δικτυακή κοινότητα που απευθύνεται σε σπουδαστές και αποφοίτους· τα μέλη της έχουν πρόσβαση σε συμβούλους και εμπειρογνώμονες που μπορούν να βοηθήσουν το ξεκίνημα μιας νέας επιχείρησης. Σε κάθε πανεπιστήμιο του ΗΒ έχει οριστεί υπεύθυνος επικοινωνίας για θέματα επιχειρηματικότητας, ο οποίος λειτουργεί και ως προσωπικός σύμβουλος των φοιτητών και των αποφοίτων. Επίσης, μέσω ημερίδων που διοργανώνονται σε διάφορα σημεία του ΗΒ, οι ενδιαφερόμενοι συμμετέχουν σε εργαστήρια παροχής συμβουλών για το ξεκίνημα μιας επιχείρησης. Τέλος, με τα προγράμματα επιχειρηματικής ετοιμότητας,12μηνης διάρκειας, οι ενδιαφερόμενοι ενημερώνονται για θέματα γενικών επιχειρήσεων, δημιουργικών κλάδων και κοινωνικών επιχειρήσεων. Μόλις ξεκίνησε ένα νέο πρόγραμμα για κοινωνικές επιχειρήσεις στον τομέα της υγείας, 12μηνης διάρκειας,

που μέσω ηλεκτρονικής επικοινωνίας παρέχει συμβουλές και παρακολούθηση, σε τριμηνιαία βάση.

Από τον Ιανουάριο 2005, πάνω από 5.500 σπουδαστές και απόφοιτοι έχουν παρακολουθήσει τις ημερίδες Flying Start. Από τον Ιούνιο 2005, 3.300 μέλη, φοιτητές που είναι ήδη επιχειρηματίες και απόφοιτοι, έχουν συνδεθεί ηλεκτρονικά. Το 50% των επιχειρήσεων που ολοκλήρωσαν το πρόγραμμα επιχειρηματικής ετοιμότητας του Ιουλίου 2005 βρίσκονται τώρα σε πλήρη λειτουργία.

Βρετανία: Εργαλείο για την οργάνωση νεοσύστατης επιχείρησης

Στόχοι

Μείωση του χρόνου και του κόστους σύστασης ή λειτουργίας επιχείρησης, κυρίως μιας μικρής επιχείρησης. Παροχή βοήθειας ώστε εξαρχής οι επιχειρηματίες να συμμορφώνονται με την ισχύουσα νομοθεσία και να μειώνουν το κόστος εφαρμογής της.

Περιγραφή

Πρόκειται για μία δωρεάν παρεχόμενη υπηρεσία ενιαίας εξυπηρέτησης. Ο χρήστης απαντά ηλεκτρονικά ορισμένες ερωτήσεις για την επιχείρησή του ή την επιχειρηματική του ιδέα. Αφού ολοκληρώσει, λαμβάνει στην οθόνη του εξατομικευμένο κατάλογο με όλες τις ενέργειες που απαιτούνται, όπως σύνταξη επιχειρηματικού σχεδίου, σχεδιασμός ταμειακών ροών, ασφάλιση της επιχείρησης,

δημιουργία συστήματος καταχώρισης προσωπικού. Μόλις ο χρήστης επιλέξει ένα θέμα που επιθυμεί να επεξεργαστεί αποκτά πρόσβαση σε σχετική βιβλιοθήκη πληροφοριών την οποία δημιουργεί και διαχειρίζεται επίσης ο σύνδεσμος businesslink.gov.uk. Το εργαλείο καλύπτει όλες τις ανάγκες μίας νεοσύστατης επιχείρησης, π.χ., φορολογικά και νομικά θέματα, προγραμματισμός, εμπορία και ΤΠ.

Τον Σεπτέμβριο 2006, 19.468 άτομα, δηλαδή το 3,81% των μηνιαίων επισκεπτών του δικτυακού τόπου, χρησιμοποίησαν επιτυχώς το εργαλείο. Τον Οκτώβριο 2006, το εργαλείο είχαν χρησιμοποιήσει επιτυχώς 20.686 χρήστες, δηλαδή το 4,55% του συνόλου των ατομικών μηνιαίων επισκεπτών του δικτυακού τόπου. Ο στόχος για χρήση του εργαλείου από το 2% των μηνιαίων ατομικών επισκεπτών του δικτυακού τόπου, έχει επομένως υπερκαλυφθεί.

Βρετανία: Αποφυγή της επιχειρηματικής αποτυχίας

Στόχοι

Η αποφυγή της επιχειρηματικής αποτυχίας

Περιγραφή -Αποτελέσματα

ACCA (η Ένωση των Πιστοποιημένων Ορκωτών Λογιστών) είναι ένας διεθνής οργανισμός λογιστικής, με εκτενές δίκτυο 70 επανδρωμένων γραφείων και με παραρτήματα σε όλο τον κόσμο. Εκδίδει δύο υψηλής ποιότητας οδηγούς: "Επιπλέοντας. Ο οδηγός σας για την αποφυγή της επιχειρηματικής αποτυχίας " και " τα σημάδια προειδοποίησης για τις μικρές επιχειρήσεις ". Αυτές οι δημοσιεύσεις, που περιέχουν εργαλεία αυτό-αξιολόγησης, προωθούν ένα σαφές μήνυμα στους επιχειρηματίες και τα στελέχη των επιχειρήσεων: για να είστε αποτελεσματικοί, η βοήθεια πρέπει να αναζητηθεί προτού να αρχίσει να χτυπά ο συναγερμός, όχι κατόπιν.

Η βρετανική μεταρρύθμιση στην προσωπική αφερεγγυότητα επιδιώκει να διευκολύνει το νέο ξεκίνημα για τους επιχειρηματίες που απέτυχαν λόγω παραγόντων έξω από τον έλεγχό τους. Ο επιχειρηματικός νόμος του 2002 δίνει τη δύναμη να τροποποιηθούν ή να αφαιρεθούν οι νομικές κυρώσεις στην περίπτωση πτώχευσης και μειώνει την περίοδο απαλλαγής για τα υπολειπόμενα χρέη.

Γαλλία: Παρατηρητήριο Πρακτικών διδασκαλίας

Στόχοι

Οι κύριοι στόχοι είναι να προσδιοριστούν οι ενέργειες, να συλλεχθούν τα στοιχεία όσον αφορά τα προγράμματα και τις σειρές μαθημάτων να διαδοθούν οι βέλτιστες πρακτικές και οι πληροφορίες για τη διδασκαλία επιχειρηματικού πνεύματος.

Περιγραφή – Αποτελέσματα

Έχει δημιουργηθεί από την κυβέρνηση ένα παρατηρητήριο των πρακτικών διδασκαλίας για την επιχειρηματικότητα στη δευτεροβάθμια και τριτοβάθμια εκπαίδευση. Το παρατηρητήριο σκοπεύει να δημιουργήσει έναν κατάλογο των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων που συμμετέχουν σε αυτές τις δραστηριότητες. Το παρατηρητήριο λειτουργεί υπό την επίβλεψη μιας οργανωτικής Επιτροπής που αποτελείται από τρία Υπουργεία, και διάφορες αντιπροσωπείες και ενώσεις.

Γαλλία: Βελτίωση της Κοινωνικής Ασφάλισης

Στόχοι

Βελτίωση της κοινωνικής ασφάλισης των νέων ιδιοκτητών μικρών Επιχειρήσεων.

Περιγραφή

Πληρωμή των κοινωνικών συνεισφορών: περισσότερος ευνοϊκός υπολογισμός για τους "περιστασιακούς επιχειρηματίες", πληρωμή των κοινωνικών συνεισφορών του πρώτου έτους σε μία περίοδο άνω των πέντε ετών. Διευκόλυνση της μετάβασης μεταξύ του υπαλληλικού κανονισμού και του εταιρικού καταστατικού δηλαδή μια περίοδος διττής δραστηριότητας κατά τη διάρκεια της οποίας ο επιχειρηματίας παραμένει υπάλληλος. Απαλλαγή από τους φόρους κοινωνικής ασφάλειας για τους υπαλλήλους με το διπλή ιδιότητα κατά τη διάρκεια του πρώτου έτους δραστηριότητας.

Γερμανία: Βελτίωση της Κοινωνικής Ασφάλισης

Στόχοι

Βελτίωση της κοινωνικής ασφάλισης των νέων ιδιοκτητών μικρών επιχειρήσεων

Περιγραφή

Για μια περίοδο πέντε ετών μετά που ένας υπάλληλος γίνεται αυτοαπασχολούμενος, έχει δικαίωμα για να λάβει τα επιδόματα ανεργίας και να χρησιμοποιήσει όλες τις άλλες υπηρεσίες του τοπικού γραφείου εργασίας παρόλο που καμία συνεισφορά δεν πρέπει να καταβληθεί. Έτσι υπάρχει ορισμένη ελάχιστη κάλυψη κοινωνικής ασφάλισης σε περίπτωση αποτυχίας της νέας επιχείρησης μέσα στα πρώτα πέντε έτη.

Εσθονία: Διαμόρφωση επιχειρηματικής συμπεριφοράς

Στόχοι

Η διαμόρφωση επιχειρηματικής συμπεριφοράς μέσα από το παιχνίδι.

Περιγραφή

Οι σπουδαστές μαθαίνουν με το παιχνίδι να διαμορφώνουν επιχειρηματική συμπεριφορά. Αυτά τα μαθήματα είναι δημοφιλή μεταξύ των παιδιών και αυξάνουν το κίνητρό τους να μαθαίνουν στο σχολείο. Επιπλέον, μερικά στοιχεία αυτού του προγράμματος έχουν συμπεριληφθεί ελαφρώς στο κύριο πρόγραμμα διδασκαλίας και διδάσκονται στα διαφορετικά προγράμματα των σχολείων πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης. Με αυτό τον τρόπο οι περισσότεροι από τους σπουδαστές παίρνει κάποια επιχειρηματική αντίληψη. Περίπου ένα δεύτερο όλων των σχολείων πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης εφαρμόζουν την δραστηριότητα Νεανικού Επιτεύγματος και περίπου 10% των σχολείων δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης χρησιμοποιούν τις δραστηριότητες των μίνι-επιχειρήσεων. Το πρόγραμμα Νεανικού Επιτεύγματος K-6 εφαρμόζεται περίπου στα μισά από τα σχολεία πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης.

Εσθονία: Ταχύτερη εκκίνηση

Στόχοι

Το πρόγραμμα αυτό συμβάλλει στη μείωση της γραφειοκρατίας και απλοποιεί τη διαδικασία σύστασης εταιρείας για τους μελλοντικούς επιχειρηματίες

Περιγραφή

Από το 2007, είναι δυνατή η καταχώριση εταιρειών στο εμπορικό μητρώο μέσω του Διαδικτύου. Η διαδικασία διαρκεί μια-δυό ώρες και δεν είναι απαραίτητη η συμμετοχή συμβολαιογράφου. Τη συνοπτική αυτή διαδικασία μπορούν να χρησιμοποιούν οι μονοπρόσωπες εταιρείες, οι εταιρείες περιορισμένης ευθύνης, οι ομόρρυθμες και οι ετερόρρυθμες εταιρείες. Η συνοπτική διαδικασία μπορεί να χρησιμοποιηθεί αντί της συνήθους διαδικασίας καταχώρισης (από το 2007, η συνήθης διάρκεια της διαδικασίας θα είναι 5 εργάσιμες ημέρες βάσει του νόμου). Όλα τα απαραίτητα έγγραφα, συμπεριλαμβανομένης της αίτησης καταχώρισης, υποβάλλονται στο τμήμα μητρώου επιχειρήσεων ενός δικαστηρίου μέσω του Διαδικτύου και υπογράφονται ηλεκτρονικά. Η επίσημη συστατική πράξη και το καταστατικό της εταιρείας περιορισμένης ευθύνης θα αντικατασταθούν από ειδικό τύπο συστατικής πράξης της οποίας η μορφή και το περιεχόμενο προβλέπονται από τη νομοθεσία. Το σύστημα πληροφοριών επαληθεύει αυτομάτως τα υποβαλλόμενα δεδομένα και έγγραφα. Στο μέλλον, θα επεκταθούν ακόμη περισσότερο οι δυνατότητες χρησιμοποίησης της συνοπτικής διαδικασίας. Το σημαντικότερο είναι να βρεθεί αξιόπιστη τεχνική λύση για τη βεβαίωση της γνησιότητας της ηλεκτρονικής υπογραφής αλλοδαπών.

Από το 2007, τα τέλη για τις δραστηριότητες που αφορούν το εμπορικό μητρώο μειώνονται επίσης κατά δυόμιση φορές.

Ιρλανδία: Απόκτηση επαγγελματικής εμπειρίας από μαθητές

Στόχοι

Απόκτηση επαγγελματικής εμπειρίας από μαθητές

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Οι δραστηριότητες βασισμένες "στην εκμάθηση πράττοντας", π.χ. με τη βοήθεια των σπουδαστών που τρέχουν τις μίνι-επιχειρήσεις, ενσωματώνονται στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση μέσω τριών προγραμμάτων που έχουν καθορισθεί από το κράτος (Πρόγραμμα Έτους Μετάβασης, Επαγγελματικό Πρόγραμμα Πιστοποιητικού Αναχώρησης, Εφαρμοσμένο Πιστοποιητικό Αναχώρησης).

Συνολικά, περίπου 43.000 μαθητές δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης συμμετέχουν στην απόκτηση επαγγελματικής εμπειρίας κάθε έτος μέσω αυτών των προγραμμάτων. Επιπλέον, υπάρχουν και άλλα μη θεσμικά προγράμματα – που έχουν αναπτυχθεί από τρίτους – και είναι δυνατόν να λάβουν την κρατική υποστήριξη και να ενσωματωθούν στην υπάρχουσα δομή.

Ισπανία: Προώθηση επιχειρηματικών δεξιοτήτων και της αυτό-απασχόλησης στη μη Πανεπιστημιακή εκπαίδευση

Στόχοι

Προώθηση των επιχειρηματικών δεξιοτήτων και της αυτό – απασχόλησης στην περιεκτική μη πανεπιστημιακή εκπαίδευση.

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Ο οργανικός νόμος 10/2002 για την Ποιότητα στην Εκπαίδευση έχει ως στόχο την προώθηση των επιχειρηματικών δεξιοτήτων και της αυτό – απασχόλησης στην περιεκτική μη πανεπιστημιακή εκπαίδευση.

Αποτελέσματα

Σε αυτή τη βάση, μια αναθεώρηση του εθνικού προγράμματος σπουδών για τα πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια επίπεδα έχει αναληφθεί, η εφαρμογή των οποίων επαφίεται στις 17 αυτόνομες κοινότητες.

Ισπανία: Σύστημα έγκαιρης προειδοποίησης

Στόχοι

Σύστημα έγκαιρης προειδοποίησης

Περιγραφή

1) Ο κανόνας λογιστικού ελέγχου στην εφαρμογή της αρχής της συνεχιζόμενης ανησυχίας του Ινστιτούτου Instituto de Contabilidad Y Auditorva de Cuentas (ICAC) είναι σχετικός ως ένα σύστημα εγκαίρου προειδοποίησης δεδομένου ότι καθορίζει το καθήκον του ελεγκτή "να δώσει προσοχή σε εκείνες τις καταστάσεις ή περιστάσεις που μπορούν να προκαλέσουν τις αμφιβολίες για την βιωσιμότητα της επιχείρησης και εάν, μόλις αναλυθούν όλα τα δεδομένα, οι σημαντικές αμφιβολίες εμμένουν, να αναφέρουν αυτήν την αβεβαιότητα στην έκθεσή τους",

2) Οι πρόσφατες ισπανικές μεταρρυθμίσεις αναφορικά με την πτώχευση των επιχειρήσεων απεικονίζουν τη μεγάλη ευαισθησία για τα σχετικά με τους εργαζόμενους ζητήματα, λαμβάνοντας υπόψη τους υπαλλήλους ως βασικό συστατικό ουσιαστικούς για την βιωσιμότητα μιας προβληματικής επιχείρησης. Μια σειρά κοινωνικών μέτρων συμπεριλαμβάνεται στη νέο νομικό πλαίσιο για τις προβληματικές επιχειρήσεις.

Ισπανία: Emprendemos Juntos (Είμαστε όλοι επιχειρηματίες)

Στόχοι

Προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος και προβολή της εικόνας των στελεχών επιχειρήσεων στην κοινωνία.

Περιγραφή – Αποτελέσματα

Όλες οι αυτόνομες κοινότητες της Ισπανίας (περιφερειακές κυβερνήσεις) θα γιορτάσουν τον Μάιο, καθεμία στο έδαφός της, την "ημέρα του επιχειρηματία". Το πρόγραμμα θα λήξει με μια τελευταία συνάντηση που θα διοργανώσει η ισπανική Γενική Διεύθυνση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στη Μαδρίτη με τη συμμετοχή όλων των οργανώσεων που συνέβαλαν στην υλοποίηση του προγράμματος Emprendemos Juntos.

Συνολικά αποτελέσματα για το 2006 σε ολόκληρη τη χώρα: (α) Συμμετοχή: 21.959, (β) Δραστηριότητες: 654, (γ) Ομιλητές: 900, (δ)Συμμετέχουσες οργανώσεις: 511.

Κάλυψη από τα μέσα ενημέρωσης: (α) 628 ένθετα ή άρθρα στον Τύπο, (β) 4.668 διαφημίσεις ή ρεπορτάζ στο ραδιόφωνο/τηλεόραση/ κινηματογράφο, (γ) 3.639 άλλα διαφημιστικά μέτρα, (δ) 40 εικονικές διαφημίσεις.

Λουξεμβούργο: 1,2,3,GO

Στόχοι

Να μπορούν περισσότεροι επιχειρηματίες με καινοτόμες ιδέες να καταρτίζουν επιτυχημένα επιχειρηματικά σχέδια, βοηθούμενοι από το πολυγλωσσικό μας δίκτυο επαγγελματιών εκπαιδευτών.

Περιγραφή

Το "1,2,3,GO" είναι ένας διαπεριφερειακός διαγωνισμός επιχειρηματικού σχεδίου. Παρέχει δωρεάν καθοδήγηση, μέσω ενός διαπεριφερειακού δικτύου 280 εκπαιδευτών, σε νέους

επιχειρηματίες με καινοτόμες ιδέες με σκοπό να τους βοηθήσει στην κατάρτιση επιχειρηματικών σχεδίων.

Κάθε νέος επιχειρηματίας με πρωτότυπες ιδέες που επιθυμεί να ιδρύσει επιχείρηση στην «ευρύτερη περιφέρεια» (γαλλόφωνο Βέλγιο, Λουξεμβούργο, Λοραίνη, Ζάαρ και Τρίερ) μπορεί να εγγραφεί στον δικτυακό τόπο του ""1,2,3,GO"". Η απόφαση για το αν το σχέδιό του θα γίνει δεκτό στο διαγωνισμό επιχειρηματικού σχεδίου λαμβάνεται από μια επιτροπή τριών ατόμων, εκ των οποίων το ένα δεν προέρχεται από την περιφέρεια προέλευσης του σχεδίου. Τα καλύτερα σχέδια λαμβάνουν χρηματικό έπαθλο από 1.000 έως 10.000 EUR.

Αποτελέσματα μετά από 6 χρόνια:

- Δημιουργία 30 περίπου εταιρειών ετησίως στην «ευρύτερη περιφέρεια»
- Δημιουργία 140 θέσεων απασχόλησης ετησίως
- 1618 σχέδια καταχωρίστηκαν στο δικτυακό τόπο
- 685 σχέδια έγιναν δεκτά για να συμμετάσχουν στο διαγωνισμό επιχειρηματικού
- σχεδίου
- 169 σχέδια έλαβαν χρηματικό έπαθλο.

Νορβηγία: Εφαρμογή επιχειρηματικού πνεύματος στην εκπαίδευση

Στόχοι

Να εφαρμοστεί το επιχειρηματικό πνεύμα στην εκπαίδευση σε όλα τα επίπεδα.

Περιγραφή

Η κυβερνητική στρατηγική είναι να εφαρμοστεί το επιχειρηματικό πνεύμα στην εκπαίδευση σε όλα τα επίπεδα. Αυτό μετατράπηκε σε στρατηγικό σχέδιο που αναπτύχθηκε από το Υπουργείο Παιδείας και Έρευνας το 1997, το οποίο καθοδηγεί αυτήν την περίοδο την εκπαίδευση στο επιχειρηματικό πνεύμα σε όλες της εκπαιδευτικές βαθμίδες.

Η συντονισμένη οικονομική ενίσχυση από τρία διαφορετικά υπουργεία στις νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες είναι ένα παράδειγμα μιας συγκεκριμένης πρωτοβουλίας. Το πρόγραμμα από το Υπουργείο Παιδείας και Έρευνας "Το επιχειρηματικό πνεύμα στο χρονοδιάγραμμα" έχει αναπτύξει επίσης το υλικό και τις στρατηγικές για τις επιχειρήσεις

σπουδαστών στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση. Η κυβέρνηση έχει υιοθετήσει πρόσφατα ένα πρόγραμμα δράσης για την Καινοτομία, στο οποίο η εκπαίδευση για το επιχειρηματικό πνεύμα είναι ένας από τους τομείς προτεραιότητας.

Ολλανδία: Δημιουργία Ειδικής Επιτροπής για το Επιχειρηματικό Πνεύμα και την Εκπαίδευση

Στόχοι

Η δημιουργία της ειδικής Επιτροπής "για το επιχειρηματικό πνεύμα και την εκπαίδευση" (από το σχολείο πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης στο πανεπιστήμιο) στοχεύει να προωθήσει τα πιλοτικά έργα και να συλλέξει τα καλά παραδείγματα που μπορούν να υιοθετηθούν εύκολα από άλλα εκπαιδευτικά ιδρύματα.

Περιγραφή

Η οικονομική ενίσχυση παρέχεται από το Υπουργείο Οικονομικών για την ανάπτυξη της εκμάθησης των μεθόδων και των υλικών, και για άλλες δραστηριότητες (όπως τα σεμινάρια, η κατάρτιση των εκπαιδευτικών, κ.λπ.). Η ιδέα είναι ότι η κεντρική κυβέρνηση δεν πρέπει να επιβάλει, αλλά να διευκολύνει.

Στην περίοδο 2000-2002 περισσότερα από 100 προγράμματα επιχειρηματικού πνεύματος έχουν επιχορηγηθεί, σε όλα τα επίπεδα εκπαίδευσης (από το σχολείο πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης στο πανεπιστήμιο). Η τρέχουσα στρατηγική στρέφεται στο πώς να διαδώσει αυτά τα πιλοτικά έργα και σε άλλα σχολεία της χώρας.

Ολλανδία: Υποστήριξη των επιχειρηματιών που έχουν αποτύχει

Στόχοι

Υποστήριξη των επιχειρηματιών που έχουν αποτύχει αλλά είναι υποσχόμενοι

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Η Τράπεζα ING υποστηρίζει ένα νέο ξεκίνημα για εκείνους που έχουν αποτύχει μία φορά αλλά εντούτοις είναι υποσχόμενοι επιχειρηματίες. Συχνός λόγος για την αποτυχία είναι η έλλειψη εμπειρίας μεταξύ των αρχικών επιχειρηματιών στα ζητήματα όπως οι ανταγωνιστές, η αξιολόγηση του πιστωτικού κινδύνου, και η αξιολόγηση των επιχειρησιακών συνεργατών και των αγοραστών. Η ανεπαρκής προετοιμασία προκαλείται πιθανώς με την υποτίμηση των απαιτήσεων για μια επιχείρηση. Ένας δυνητικός επανεκκινητής μπορεί να έχει μια καλύτερη ευκαιρία για επιτυχία χάρη στην προηγούμενη πραγματική επιχειρηματική εμπειρία του.

Πολωνία: Εθνικό Δίκτυο Επιχειρηματικών και Συμβουλευτικών Κέντρων

Στόχοι

Δημιουργία Δικτύου επιχειρηματικών και συμβουλευτικών κέντρων.

Περιγραφή

Το Εθνικό Δίκτυο ΜΜΕ (KSU) περιλαμβάνει 150 μη κερδοσκοπικά επιχειρηματικά συμβουλευτικά κέντρα (περιφερειακές και τοπικές αναπτυξιακές, κέντρα επιχειρησιακής υποστήριξης, βιομηχανικά και εμπορικά επιμελητήρια, και τοπικές οργανώσεις και ενώσεις) σε όλη τη χώρα. Εκτός από άλλες υπηρεσίες, το Εθνικό Δίκτυο ΜΜΕ (KSU) παρέχει ένα ευρύ φάσμα υπηρεσιών: οικονομική ανάλυση, τα επιχειρηματικά σχέδια, τα σχέδια αναδιοργάνωσης, στρατηγικό σχεδιασμό, κ.λπ.. Έχοντας πρόσβαση σε όλα τα οικονομικά στοιχεία του πελάτη, αυτά τα κέντρα μπορούν να προειδοποιήσουν μπροστά στην απειλή της πτώχευσης. Η θετική γνωμάτευση 7μίας επιχείρησης από το Εθνικό Δίκτυο ΜΜΕ (KSU) θεωρείται ως σημάδι χρηματοοικονομικής κατάστασης μίας επιχείρησης

Πορτογαλία: Σύσταση επιχείρησης σε απευθείας σύνδεση

Στόχοι

Η δημιουργία επιχειρήσεων σε απευθείας σύνδεση. Προϋποθέτει τη μεσολάβηση ενός προσώπου (δικηγόρου ή συμβολαιογράφου) το οποίο διαθέτει ψηφιακό πιστοποιητικό ώστε να αναγνωρίζεται από το σύστημα.

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Δημιουργία επιχείρησης σε απευθείας σύνδεση, από οποιοδήποτε σημείο με τη βοήθεια υπολογιστή που συνδέεται με το Διαδίκτυο.

Η σύσταση επιχείρησης σε απευθείας σύνδεση άρχισε να εφαρμόζεται εκ παραλλήλου με το πρόγραμμα "Επιχείρηση σε μία ώρα".

Πρόκειται για δύο παρόμοιες προσεγγίσεις οι οποίες όμως διαφέρουν ως προς τον τρόπο πρόσβασης. Οι επιχειρηματίες μπορούν είτε να επιλέξουν μία από τις 44 "θυρίδες" του συστήματος είτε να έχουν πρόσβαση με τη βοήθεια ενός δικηγόρου ή συμβολαιογράφου.

Πορτογαλία: Σύστημα κινήτρου για Επιχειρηματική Ανανέωση και Εκσυγχρονισμό

Στόχοι

Ο στόχος του SIRME - Sistema de Incentivos ΰ Revitalizaηγο ε Modernizaηγο Empresarial (Σύστημα Κινήτρου για την Επιχειρηματική Ανανέωση και τον Εκσυγχρονισμό) είναι να συνδέσει καταλλήλως τα υπάρχοντα οικονομικά και φορολογικά όργανα με την ανανέωση και τον εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων. Ο στόχος είναι η εξαγορά ή η συγχώνευση των επιχειρήσεων, όταν βρίσκονται σε οικονομικές δυσκολίες, από άλλες επιχειρήσεις, καθώς επίσης και από τους εργαζόμενους των επιχειρήσεων (MBI και MBO).

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Ο στόχος του SIRME - Sistema de Incentivos ΰ Revitalizaηγο ε Modernizaηγο Empresarial (Σύστημα Κινήτρου για την Επιχειρηματική Ανανέωση και τον Εκσυγχρονισμό) είναι να συνδέσει καταλλήλως τα υπάρχοντα οικονομικά και φορολογικά όργανα με την ανανέωση και τον εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων. Ο στόχος είναι η εξαγορά ή η συγχώνευση των επιχειρήσεων, όταν βρίσκονται σε οικονομικές δυσκολίες, από άλλες επιχειρήσεις, καθώς επίσης και από τους εργαζόμενους των επιχειρήσεων (MBI και MBO).

Το SIRME προσφέρει την άμεση συμμετοχή κεφαλαίων των επιχειρήσεων που εξαγοράζουν, των δανείων και των εγγυήσεων στις επιχειρήσεις που εξαγοράζουν, καθώς επίσης και των φορολογικών κινήτρων.

Σλοβενία: Ανάπτυξη Επιχειρηματικής κουλτούρας και δημιουργικότητας μεταξύ των νέων

Στόχοι

Η ανάπτυξη της επιχειρηματικής κουλτούρας και της δημιουργικότητας μεταξύ των νέων

Περιγραφή

Το επιχειρηματικό πνεύμα στα σχολεία πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης πραγματοποιείται μέσω του "προγράμματος για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής κουλτούρας και της δημιουργικότητας μεταξύ των νέων", που πραγματοποιείται από το κέντρο ανάπτυξης μικρών επιχειρήσεων και που υποστηρίζεται από διαφορετικά Υπουργεία. Στο σύνολο, 123 σχολεία πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης (από τα 450 στη Σλοβενία) εμπλέκονται **στους "επιχειρηματικούς κύκλους"**. Η κατάρτιση για τους δασκάλους και τους συμβούλους συμπεριλαμβάνεται.

Σλοβενία: Υπηρεσίες στήριξης των ΜΜΕ σε τοπικό επίπεδο μέσω κέντρων ενιαίας εξυπηρέτησης (VEM)

Στόχοι

Προώθηση των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και της επιχειρηματικότητας στη Σλοβενία· παροχή ποιοτικών υπηρεσιών και εξασφαλισμένη πρόσβαση σε υπηρεσίες στήριξης για την εκκίνηση νέων επιχειρήσεων και τη λειτουργία επιχειρήσεων·

παροχή ολοκληρωμένων υπηρεσιών στήριξης σε ένα και το αυτό κέντρο· διεκπεραίωση της καταχώρισης μιας επιχείρησης σε ένα μόνο κέντρο (φθηνότερα και ταχύτερα)· κάλυψη του 35% των χρηστών της ομάδας στόχου ετησίως·"

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Παροχή υπηρεσιών στήριξης μέσω ενός κέντρου ενιαίας εξυπηρέτησης (VEM) για τωρινούς και μελλοντικούς επιχειρηματίες σε τοπικό επίπεδο.

1. Δημιουργία ενός ποιοτικού δικτύου τοπικών κέντρων πληροφόρησης (VEM), το οποίο θα παρέχει κάλυψη και προσβασιμότητα εθνικής εμβέλειας. Μέχρι στιγμής, έχουν δημιουργηθεί 32 κέντρα VEM.

2. Κατάρτιση συμβούλων για την παροχή βασικών υπηρεσιών στήριξης σε διάφορους τομείς: διάγνωση και γενικές συμβουλές, καταχώριση των μονοπρόσωπων επιχειρήσεων καθώς και εταιρειών (στο μέλλον), αλλαγή καθεστώτος και ενημερωτικές δραστηριότητες.

3. Συμμετοχή σε δραστηριότητες ενίσχυσης του επιχειρηματικού πνεύματος και προώθησης της επιχειρηματικότητας σε τοπικό επίπεδο."

Τα αποτελέσματα περιλαμβάνουν πάνω από 100 καταρτισμένους συμβούλους, πάνω από 1000 καταχωρίσεις ετησίως, πάνω από 30.000 χρήστες των υπηρεσιών στήριξης μέσω των τοπικών κέντρων VEM (ο αριθμός αυτός αυξάνεται συνεχώς).

Σουηδία: Διαδικτυακό εργαλείο για την παροχή εξατομικευμένων καταλόγων ρυθμίσεων και πληροφοριών

Στόχοι

Εξοικονόμηση χρόνου και προσπαθειών για τους επιχειρηματίες που συστήνουν νέα επιχείρηση σε τομείς που διέπονται από πολύπλοκες ρυθμίσεις.

Περιγραφή – Αποτελέσματα

Οι επιχειρηματίες μπορούν να λαμβάνουν εξατομικευμένο κατάλογο ρυθμίσεων και πληροφοριών σχετικά με όσα προγραμματίζουν για την επιχείρησή τους. Ο κατάλογος αυτός περιέχει επίσης συνδέσμους παροχής σχετικών ηλεκτρονικών υπηρεσιών, π.χ. ηλεκτρονική καταχώριση εταιρειών ή έκδοση αδειών. Οι πληροφορίες παρέχονται σε απλά και κατανοητά σουηδικά. Οι επιχειρηματίες απαντούν ορισμένες απλές ερωτήσεις για τα επιχειρηματικά τους σχέδια και, έτσι, δημιουργείται ο κατάλογος που τους αποστέλλεται μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Σήμερα, το εργαλείο αυτό καλύπτει τρεις επιχειρηματικούς τομείς: ηλεκτρονικό εμπόριο, ταξί, ξενοδοχεία και εστιατόρια, τομείς δηλαδή που διέπονται από μεγάλο αριθμό ρυθμίσεων. Επίσης, στους τομείς αυτούς είναι πολύ συνηθισμένο να συστήνονται νέες επιχειρήσεις από άτομα που δεν διαθέτουν επαρκή πείρα.

Αν και καλύπτει μόνο τρεις τομείς, το εργαλείο αυτό συγκαταλέγεται στα δέκα πρώτα με τη μεγαλύτερη μηνιαία επισκεψιμότητα στον δικτυακό τόπο "Οδηγός των επιχειρηματιών", με 77.000 επισκέπτες από τον Ιανουάριο 2006.

Σουηδία: Διαδικτυακή και τηλεφωνική υπηρεσία παροχής πολυγλωσσικών πληροφοριών και συμβουλών σε νεοσύστατες επιχειρήσεις

Στόχοι

Η διευκόλυνση των μεταναστών που επιθυμούν να ιδρύσουν δική τους επιχείρηση στη Σουηδία.

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Η υπηρεσία Attiva είναι μια πολυγλωσσική υπηρεσία για μετανάστες που επιθυμούν να ξεκινήσουν δική τους επιχειρηματική δραστηριότητα στη Σουηδία. Ο δικτυακός τόπος περιλαμβάνει μαθήματα με θέμα την επιχειρηματικότητα, καταλόγους με πληροφορίες σχετικά με διάφορους κλάδους δραστηριοτήτων, επιχειρηματικά σχέδια, προϋπολογισμούς καθώς και έντυπα αιτήσεων χρηματοδότησης, όλα διαθέσιμα στις συνηθέστερες γλώσσες των μεταναστών, δηλαδή αραβικά, τουρκικά, ρωσικά, βοσνιακά, κροατικά, σομαλικά και αγγλικά.

Η υπηρεσία Attiva αποτελεί επίσης μια βάση δεδομένων για τους νέους επιχειρηματίες μέσω της οποίας μπορούν να συμβουλεύονται στη μητρική τους γλώσσα συμβούλους επιχειρήσεων που καλύπτουν συνολικά εννέα γλώσσες.

Η υπηρεσία Attiva εντάσσει τα μαθήματα με θέμα την επιχειρηματικότητα στα παραδοσιακά μαθήματα σουηδικών για μετανάστες.

300 σπουδαστές έχουν πρόσβαση στην υπηρεσία αυτή η οποία παρέχεται δωρεάν σε σπουδαστές και εκπαιδευτές. Στην περιοχή πειραματικής εφαρμογής (κομητείες του Vδsterbotten και του Norrbotten) 62 επιχειρηματίες πρώην μετανάστες έχουν ιδρύσει την επιχείρησή τους πριν από το 2004. Προτού αρχίσει να λειτουργεί η υπηρεσία Attiva, κανένας μετανάστης δεν είχε παρακολουθήσει μάθημα για την επιχειρηματικότητα πριν από τη σύσταση της επιχείρησής του. Αυτή τη στιγμή, το 43 % των ατόμων στην περιοχή πειραματικής εφαρμογής έχει παρακολουθήσει το μάθημα αυτό.

Τσεχία: Διευκόλυνση διοικητικών διατυπώσεων

Στόχοι

Δημιουργία ενιαίων κέντρων καταχώρησης

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Δημιουργία ενιαίων κέντρων καταχώρισης των επιχειρήσεων. Στάδια του προγράμματος: Δεκέμβριος 2004: Οι υπάλληλοι του γραφείου χορήγησης εμπορικών αδειών εκπαιδεύονται ώστε να είναι σε θέση να παρέχουν τις πιο πρόσφατες πληροφορίες. Μάρτιος 2005: Οι πιο πρόσφατες πληροφορίες παρέχονται από τους υπαλλήλους του γραφείου χορήγησης εμπορικών αδειών. Αύγουστος 2006: Αρχίζουν να εφαρμόζονται οι νομοθετικές προτάσεις και να χρησιμοποιείται το έντυπο ενιαίας καταχώρισης."

Οι πληροφορίες παρέχονται ήδη από το γραφείο χορήγησης εμπορικών αδειών.

Φινλανδία: Βελτίωση της Κοινωνικής Ασφάλισης

Στόχοι

Βελτίωση της κοινωνικής ασφάλισης των νέων ιδιοκτητών μικρών επιχειρήσεων

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Οι επιχειρηματίες έχουν δικαίωμα στο ίδιο βασικό επίδομα ανεργίας με τους υπαλλήλους. Ο επιχειρηματίας μπορεί επίσης να συνδεθεί με ένα κεφάλαιο και να έχει δικαίωμα αποδοχών σε σχέση με τα κέρδη του. Σε γενικές γραμμές ένας επιχειρηματίας πρέπει να είναι μέλος τέτοιου κεφαλαίου για 24 μήνες πριν έχει το δικαίωμα σε αποδοχές σε περίπτωση επιχειρηματικής αποτυχίας, έναντι 10 μηνών για έναν υπάλληλο. Εντούτοις, για έναν επιχειρηματία που ήταν προηγουμένως υπάλληλος η περίοδος μπορεί να μειωθεί σε 18

μήνες. Υπάρχει επίσης η δυνατότητα κάποιας βασικής κάλυψης κοινωνικής ασφάλισης για τους πρώτους 18 μήνες.

Ζ. Άξονας παρέμβασης: Κοινωνικός Αποκλεισμός

Διαθεσιμότητα των ικανοτήτων : Εξασφάλιση προγραμμάτων επιμόρφωσης, δια βίου επιμόρφωση και παροχή συμβουλών προσαρμοσμένα στις ανάγκες των μικρών επιχειρήσεων.

Κατάλληλη υποστήριξη για τις γυναίκες και τις εθνικές μειονότητες

Η δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης και η ένταξη περισσοτέρων στο εργατικό δυναμικό, αποτελεί ένα από του σημαντικούς στόχους της Αναθεωρημένης Στρατηγικής της Λισσαβόνας. Λόγω της αύξησης του ορίου ηλικίας του προσωπικού απαιτείται η εφαρμογή ειδικών προγραμμάτων επιμόρφωσης και δια βίου επιμόρφωσης .Επίσης προωθούνται ενέργειες στήριξης των ειδικών ομάδων πληθυσμού όπως οι γυναίκες οι μειονότητες κλπ.

Τα Κράτη μέλη έχουν αναλάβει μια σειρά από πρωτοβουλίες που είναι αξιοσημείωτες και μπορεί να αξιοποιηθούν ανάλογα και περιλαμβάνουν ενέργειες για προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος των γυναικών και των εθνικών μειονοτήτων καθώς και η προώθηση προγραμμάτων δια βίου μάθησης.

Βρετανία: Γυναίκες στο Δίκτυο

Στόχοι

Κατευθύνει τις γυναίκες στα κατάλληλα σημεία πληροφοριών

Περιγραφή - Αποτελέσματα

"Γυναίκες στο Δίκτυο" (WIN-"ΚΕΡΔΊΣΤΕ"): Το WIN-«ΚΕΡΔΙΣΤΕ» είναι μια πρωτοβουλία δικτύωσης στα βορειοανατολικά της Αγγλίας που προσφέρουν εύκολες, προσιτές και κατάλληλες πληροφορίες και την υποστήριξη μέσω μιας καλά καθιερωμένης και προσαρμοσμένης πύλης Διαδικτύου. Το WIN-«ΚΕΡΔΙΣΤΕ» έχει έναν αρχικό ρόλο καθοδήγησης δεδομένου ότι κατευθύνει τις γυναίκες στα κατάλληλα σημεία πληροφοριών και βοήθειας.

Η πρωτοβουλία τρέχει διάφορες δραστηριότητες που ταξινομούνται σε τέσσερις βασικές περιοχές: επικοινωνία και δημοσιεύσεις, έρευνα, γεγονότα, και κατάρτιση και ανάπτυξη. Συλλογικά, αυτές οι τέσσερις βασικές περιοχές δημιουργούν ένα ολοκληρωμένο σύνολο που

επιτρέπει στα μέλη να επιλέξουν και να συμμετέχουν σε εκείνους τους τομείς της δικτύωσης που τους ταιριάζει καλύτερα τη δεδομένη στιγμή.

Γαλλία: Προσφορά Οικονομικής Ενίσχυσης και Παροχή Συμβουλών σε γυναίκες

Στόχοι

Προσφορά οικονομικής ενίσχυσης και παροχή συμβουλών σε γυναίκες που θέλουν να ξεκινήσουν ή να αναπτύξουν μια επιχείρηση.

Περιγραφή -Αποτελέσματα

Το "Fonds de garantie pour la création, la reprise ou le développement d'entreprises à l'initiative des femmes" (FGIF): Η πρωτοβουλία FGIF απευθύνεται σε όλες τις γυναίκες που θέλουν να ξεκινήσουν, να αναλάβουν ή να αναπτύξουν περαιτέρω μια επιχείρηση . Το FGIF χορηγείται από την ιδιωτική οργάνωση "Institut de Dıveloppement de l'Economie Sociale" (IDES).

Το IDES δημιουργήθηκε το 1983, όταν αποφάσισαν τα ιδρύματα της κοινωνικής οικονομίας να επενδύσουν μέρος των αποθεμάτων τους προς όφελος επιχειρήσεων του κοινωνικό τομέα. Η πρωτοβουλία FGIF δημιουργήθηκε το 1989 μετά από μια συμφωνία μεταξύ της Γενικής Γραμματείας για τα Δικαιώματα των Γυναικών και του IDES. Η εγγύηση από το κράτος προορίζεται για να βοηθήσει την βελτίωση αυτής της κατάστασης με δύο τρόπους: με την προσφορά της οικονομικής εγγύησης προς τις τράπεζες και μέσω μιας εκ των προτέρων αξιολόγησης της βιωσιμότητας του προγράμματος. Η πρωτοβουλία συμπληρώνεται επίσης με τη διοικητική παροχή συμβουλών κατά τη διάρκεια του προκαταρκτικού σταδίου της καθιέρωσης της επιχείρησης.

Η πρωτοβουλία "Δημιουργία Επιχειρήσεων μέσω της μετανάστευσης" έχει αναπτυχθεί από IRFED (Institut International de recherché et de formation, éducation, cultures développement). Το 1988, το IRFED πραγματοποίησε μια έρευνα πάνω στην δημιουργία επιχειρήσεων από επιχειρηματίες εθνικών μειονοτήτων. Από τότε το IRFED έχει αναπτύξει τη "Δημιουργία Επιχειρήσεων μέσω της μετανάστευσης" ως ειδικό τομέα της εργασίας με την καθιέρωση των προγραμμάτων κατάρτισης και υποστήριξης. Ειδικότερα, το πρόγραμμα που βοηθά γυναίκες εθνικών μειονοτήτων χωρίς οποιαδήποτε εκπαίδευση ή προετοιμασία για να δημιουργήσουν την επιχείρησή τους ή να αρχίσουν μια ανεξάρτητη δραστηριότητα, έχει βοηθήσει στην δημιουργία εκατοντάδων μικρών επιχειρήσεων.

Ιρλανδία: ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ LIFE LONG LEARNING

Στόχος

Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας των εργαζομένων

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Στην **Ιρλανδία**, εκπονήθηκε το πρόγραμμα EQUAL Ireland - **Life Long Learning** Project. Το πρόγραμμα αυτό συμμετείχε στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας των εργαζομένων, μέσω ενός προγράμματος δια βίου κατάρτισης. Συγκεκριμένα, αντικείμενο του προγράμματος ήταν:

- Η αύξηση των γνώσεων, των δεξιοτήτων και των ικανοτήτων της ομάδας-στόχου, μέσω του σχεδιασμού και της παράδοσης των κατάλληλων ευκαιριών εκπαίδευσης και κατάρτισης με την πιστοποίηση μέχρι ενός αρκετά υψηλού επιπέδου για τους μειονεκτούντες εργαζομένους και τους αρχάριους.

- Ο σχεδιασμός του προγράμματος μέσω μιας καλής συνεργασίας που περιλαμβάνει τους αρχάριους, την εκπαίδευση, την επιχείρηση και την κοινότητα. Το περιεχόμενο αναπτύχθηκε με τη χρησιμοποίηση καλών πρακτικών μέσα από μια σειρά ιδρυμάτων και ήταν σχετικό με τους αρχάριους, τις επιχειρήσεις και τις κοινότητες, εξασφαλίζοντας ότι το τελικό πρόγραμμα που θα αναπτυσσόταν και η χρησιμοποιούμενη διαδικασία θα ενσωμάτωνε το σεβασμό, την αποδοχή και την εμπιστοσύνη όλων των εμπλεκόμενων.

- Η παράδοση δύο ετών του προγράμματος, χρησιμοποιώντας μία ώριμη, κεντροθετημένη, συνδυασμένη προσέγγιση εκμάθησης, με ODL, ICT και τα ευέλικτα εργαστήρια, εξασφαλίζοντας με αυτόν τον τρόπο ότι η ομάδα-στόχος θα αναπτύξει τις δεξιότητες και τις ικανότητές της σε χρόνο, τόπο και ρυθμό κατάλληλο για τις ανάγκες της.

- Η ανάπτυξη των νέων μεθοδολογιών αξιολόγησης, χρησιμοποιώντας την εκμάθηση των εργασιακών χώρων, τα ημερολόγια και την κοινοτική πρακτική.

- Η παρακίνηση των κοινοτικών οργανώσεων για υποστήριξη της δια βίου κατάρτισης, μέσω της χρήσεως των υπαρχόντων κέντρων εκμάθησης στις κοινότητες. Κατ' αυτό τον τρόπο, η τοπική ικανότητα οχτώ τοπικών κέντρων εκμάθησης, υποστηρίζεται για να παραδώσει ένα πρόγραμμα επιπέδου πτυχίου.

- Η ανάπτυξη και εξέταση μέσα στις επιχειρήσεις ενός νέου, με στόχο τους αρχάριους, λογισμικού για την επιχείρηση, εύκολα κατανοητού στον αρχάριο, έτσι ώστε να

υποστηριχθούν ο μειονεκτών αρχάριος και ο εργοδότης του, για να πλοηγήσουν επιτυχώς, μέσω της κατάρτισης και των εκπαιδευτικών συστημάτων.

- Η ολοκλήρωση των συστημάτων που αναπτύσσονται εθνικά και η παροχή απαραίτητης χρηματοδότησης για την ολοκλήρωση του πτυχιακού προγράμματος.

- Η εξασφάλιση ότι η εκμάθηση από τη διακρατική συνεργασία μεγιστοποιείται.

Ισπανία: Empresarias - Net

Στόχοι

Παροχή συμβουλών και γνωμοδοτήσεων, ανταλλαγή εμπειριών και εύρεση νέων επιχειρηματικών συνεργατών σε εν δυνάμει γυναίκες επιχειρηματίες.

Περιγραφή – Αποτελέσματα

Το πρόγραμμα "Empresarias-Net": "Το "Empresarias-Net"είναι ένα δίκτυο για εν δυνάμει γυναίκες επιχειρηματίες που στοχεύει στην παροχή συμβουλών και γνωμοδοτήσεων, ανταλλαγή εμπειριών και εύρεση νέων επιχειρηματικών συνεργατών. Το "Empresarias-Net" προσφέρει πληροφορίες στα θέματα ηλεκτρονικού ταχυδρομείου, όπως η δημόσια υποστήριξη και οι εμπορικές εκθέσεις σε εβδομαδιαία βάσηΗ ευέλικτη και γρήγορη απευθείας σύνδεση για συμβουλές που δίνονται σε θέματα επιχορηγήσεων, μέτρων υποστήριξης και επιχειρήσεων καθώς επίσης και για τομεακές και θεσμικές πληροφορίες.

Σουηδία: Ενθάρρυνση Επιχειρηματικού Πνεύματος μεταξύ των εθνικών μειονοτήτων

Στόχοι

Ενθάρρυνση επιχειρηματικού πνεύματος μεταξύ των εθνικών μειονοτήτων

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Η Σουηδική Ένωση των Εθνικών Επιχειρηματιών - IFS. Το IFS άρχισε το 1996 και είναι μια ανεξάρτητη μη κερδοσκοπική ένωση που εργάζεται για τις επιχειρήσεις εθνικών μειονοτήτων. Ένας από τους σημαντικότερους στόχους του IFS είναι να ενθαρρυνθεί το επιχειρηματικό πνεύμα μεταξύ των εθνικών μειονοτήτων και να αντιπροσωπευθούν οι επιχειρήσεις μελών του όσον αφορά στις δημόσιες αρχές, τράπεζες, επαγγελματικές οργανώσεις, πελάτες, μέσα ενημέρωσης κ.λπ..

Το IFS έχει 15 συμβουλευτικά κέντρα στη Σουηδία με 32 εθνικούς επιχειρησιακούς συμβούλους και λειτουργεί σε 23 γλώσσες. Το IFS έχει πάνω από 4000 πελάτες ετησίως.

Η. Άξονας παρέμβασης: Αειφόρος Ανάπτυξης

Η διασφάλιση της μακροπρόθεσμης αειφόρου ανάπτυξης αποτελεί ένα από τους άξονες που έχουν τεθεί στην αναθεωρημένη Στρατηγική της Λισσαβόνας

Οι ενέργειες που έχουν γίνει από τα Κράτη μέλη προς την κατεύθυνση αυτή περιλαμβάνουν διαδικασίες περιβαλλοντικής διαχείρισης και διαχείρισης αποβλήτων καθώς και την ανάπτυξη εργαλείων που συμβάλλουν στην αντιμετώπιση τεχνολογικών και περιβαλλοντικών θεμάτων.

Αυστρία: EDM – Ηλεκτρονική Διαχείριση Δεδομένων στους τομείς του Περιβάλλοντος και της Διαχείρισης Αποβλήτων

Στόχοι

Διαβίβαση με ηλεκτρονικά μέσα εγγράφων και άλλων κοινοποιήσεων σχετικών με το περιβάλλον, η οποία μέχρι σήμερα γινόταν σε χαρτί.

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Με το πρόγραμμα EDM του υπουργείου Περιβάλλοντος, οι διαδικασίες καταχώρισης και κοινοποίησης αντικαθίστανται από ένα σύστημα ηλεκτρονικής επεξεργασίας και διαβίβασης. Βασικός στόχος είναι η θέσπιση μιας ενιαίας βάσης δεδομένων για το σύνολο των κυβερνητικών διαδικασιών στους διάφορους τομείς προκειμένου να αποφευχθούν αλληλεπικαλύψεις στη διαχείριση δεδομένων. Η καταχώριση των φορέων συλλογής/επεξεργασίας αποβλήτων, καθώς και των κατασκευαστών και των εισαγωγέων ηλεκτρικού και ηλεκτρονικού εξοπλισμού πραγματοποιείται μέσω της δικτυακής πύλης EDM (edm.gv.at). Μελλοντικά, οι αιτήσεις χορήγησης άδειας θα μπορούν επίσης να αποστέλλονται στις αρμόδιες αρχές μέσω της δικτυακής πύλης EDM.

Οι υποχρεώσεις κοινοποίησης βάσει της κοινοτικής οδηγίας σχετικά με τα απόβλητα ειδών ηλεκτρικού και ηλεκτρονικού εξοπλισμού(ΑΗΗΗ) τηρούνται από το 2005 αποκλειστικά μέσω των μητρώων EDM. Από τα μέσα Οκτωβρίου 2005 έως τον Απρίλιο 2006, καταγράφηκαν 15.000 τόνοι αποβλήτων ηλεκτρικού εξοπλισμού σε περίπου 4.000 κοινοποιήσεις συλλογής.

Ιταλία: ECOLAND: ΕΝΑ ΜΟΝΤΕΛΟ ΓΙΑ ΤΟΝ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΕΞΟΠΛΙΣΜΕΝΩΝ ΠΕΡΙΟΧΩΝ

Στόχοι

Στους στόχους αυτού του μοντέλου για τον σχεδιασμό και την διαχείριση τεχνολογικών και περιβαλλοντικά εξοπλισμένων περιοχών (ΤΕΕΑ) περιλαμβάνονται:

- Σχεδιασμό των νέων βιομηχανικών συγκροτημάτων με περιβαλλοντικό και τεχνολογικό εξοπλισμό (ΤΕΕΑ) και τα οποία θα αποτελέσουν ένα στρατηγικό πάγιο για την τοπική ανάπτυξη
- Αξιολόγηση και δοκιμή της μεταβιβασιμότητας του μοντέλου για χρήση σε άλλα Ευρωπαϊκά περιφερειακά πλαίσια.

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Πρόκειται για μια διαπεριφερειακή προσέγγιση η οποία προσπαθεί να επιτύχει συνέργιες στην οικονομική ανάπτυξη, τις τοπικές κοινότητες και το φυσικό περιβάλλον με την χρήση βιώσιμων μεθοδολογιών ανάπτυξης. Το κομβικό σημείο του έργου αφορά στην ανάπτυξη κατευθυντηρίων γραμμών που έχουν αποφασιστεί από κοινού και οι οποίες θα επιτρέπουν την μεταφορά του μοντέλου Τεχνολογικών και Περιβαλλοντικά Εξοπλισμένων Περιοχών (ΤΕΕΑ) σε διαφορετικές περιοχές της Ευρώπης.

Το μοντέλο αυτό συμβάλλει στην:

- Υποστήριξη της ανάπτυξης των ΜΜΕ με την ενίσχυση πολιτικών που βασίζονται σε βιώσιμα κριτήρια
- Στήριξη των μεθόδων ανάπτυξης και δοκιμής που στοχεύουν στην προαγωγή της ανάπτυξης των ΜΜΕ και στην βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη σε περιφερειακό επίπεδο
- Βελτίωση της συνέργιας και της προστιθέμενης αξίας που προκύπτει από τον συνδυασμό τοπικών αναπτυξιακών πολιτικών και Διαρθρωτικών Ταμείων
- Διευκόλυνση του σχεδιασμού των 'περιφερειακών παγίων' ώστε να υπάρξει η δυνατότητα προσδιορισμού των συγκριτικών πλεονεκτημάτων που θα δώσουν μια συνεκτική τοπική απάντηση στις συνέπειες της παγκοσμιοποίησης που συχνά πλήττουν τις τοπικές κοινωνίες.

Φινλανδία: DQE: ΕΡΓΑΛΕΙΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΙΚΑ ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Στόχοι

Είναι να:

- Ορίσει πως και σε ποιες περιπτώσεις η ανάπτυξη των επιχειρήσεων συμβαδίζει με την περιβαλλοντική βιωσιμότητα όταν οι Περιβαλλοντικές διαστάσεις είναι 'εκ της φύσεως' ενταγμένες στο εσωτερικό της επιχειρηματικής στρατηγικής.
- Ορίσει τις προϋποθέσεις συμφιλίωσης της περιφερειακής ανταγωνιστικότητας με την κοινωνικοοικονομική και περιβαλλοντική βιωσιμότητα.
- Εντοπίσει πως μπορούν να συνδυαστούν τα μέτρα περιφερειακής (μεσο-επίπεδο) ανάπτυξης με την επιχειρηματική (μικρο-επίπεδο) ανάπτυξη
- Εντοπίσει τα κενά γνώσης των επιχειρήσεων σε σχέση με την ολοκληρωμένη ανάπτυξη

Περιγραφή - Αποτελέσματα

Το εργαλείο DQE έχει τις συνιστώσες: μελέτη (Μ), ποιότητα (Π) και περιβάλλον (Π) και περιλαμβάνει 33 ερωτήσεις. Απευθύνεται σε ένα προϊόν ή στην απόδοση μιας εταιρίας σε σχέση με τις αυτές συνιστώσες μέσα στις οποίες εντάσσονται και διαπλέκονται ο οικονομικός, η κοινωνικός και η περιβαλλοντικός αντίκτυπος.

ΕΝΟΤΗΤΑ Ζ': ΟΙ ΑΝΑΓΚΑΙΕΣ ΠΡΟΣΑΡΜΟΓΕΣ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΙΣ ΝΕΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

Ζ.1 Ανασκόπηση της υφιστάμενης κατάστασης των ΜΜΕ στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα η καθιερωμένη επιχείρηση τείνει να είναι πολύ μικρή σε μέγεθος, σε σύγκριση με τα διεθνή δεδομένα. Η διαπίστωση αυτή σχετίζεται με το φαινόμενο της αυτοαπασχόλησης, το οποίο είναι ιδιαίτερα ισχυρό στην περίπτωση της Ελλάδας.

Τα σταθερά χαρακτηριστικά προβλήματα των ΜΜΕ στην Ελλάδα, που επισημαίνονται από τις σχετικές έρευνες, όπως αναλύθηκε στην αντίστοιχη ενότητα, είναι τα ακόλουθα:

- Η έλλειψη επιχειρηματικών ευκαιριών
- Ο «ρηχός» χαρακτήρας της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα
- Ο οικογενειακός χαρακτήρας της χρηματοδότησης
- Ο φόβος της αποτυχίας
- Το πρόβλημα της εκπαίδευσης
- Δυσκολίες μετεξέλιξης των «οικογενειακών» επιχειρήσεων
- Έλλειψη αποτελεσματικών δομών υποστήριξης των ΜΜΕ

Οι κύριες διαστάσεις του προβλήματος των χαμηλών επιδόσεων και της ασθενούς ανταγωνιστικότητας των ελληνικών ΜΜΕ συνοψίζονται στη διάρθρωση της ελληνικής οικονομίας που είναι προσανατολισμένη σε παραδοσιακές, μεταποιητικές δραστηριότητες χαμηλής ειδίκευσης και μικρής προστιθέμενης αξίας και στην ανεπάρκεια του θεσμικού πλαισίου σε τοπικό και εθνικό επίπεδο.

Σε αντίθεση με όσα διαπιστώνονται σε άλλες χώρες, στην Ελλάδα δεν φαίνεται ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων να μεταβάλλεται με το εκπαιδευτικό επίπεδο, όσο έντονα αυτό συμβαίνει σε άλλες χώρες. Όπως παρατηρείται, σε αντίθεση με την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων, στην περίπτωση της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας παρατηρείται σχετικά μικρή διακύμανση των μέσων όρων, σε όλα τα εκπαιδευτικά επίπεδα, με μάλλον μικρές αποκλίσεις μεταξύ τους. Τα δεδομένα υποδηλώνουν λοιπόν ότι η έφεση προς το επιχειρείν είναι ανεξάρτητη από τη μόρφωση που κατέχει ένα άτομο.

Το γενικό συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι **το μορφωτικό επίπεδο έχει γενικά ασθενή επίδραση στα ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα, ενώ δεν φαίνεται να έχει καμία επίπτωση στα ποιοτικά χαρακτηριστικά της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας.**

Ως παράγοντες παρεμπόδισης της ανάπτυξης του ανθρώπινου δυναμικού των ΜΜΕ και ειδικότερα των πολύ μικρών επιχειρήσεων, εντοπίζονται συνήθως:

- η συχνά βραχυπρόθεσμη απασχόληση των εργαζομένων,
- το κόστος εκπαίδευσης,
- η απροθυμία των επιχειρηματιών και διευθυντών για επενδύσεις σε ανθρώπινους πόρους και
- η περιορισμένη συχνά ικανότητα των επιχειρηματιών και διευθυντών να αντιληφθούν τις ανάγκες τους, ή να προσεγγίσουν εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό.

Το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων (αυτοαπασχόληση, παραδοσιακή οργανωτική δομή, μικρός αριθμός απασχολουμένων και χαμηλό αρχικό κεφάλαιο) συνεπάγεται:

- Σχετικά χαμηλή παραγωγική δυναμικότητα και δυσχέρεια λειτουργίας στη διευρυμένη «εσωτερική αγορά» της ΕΕ-25 και των Βαλκανίων.
- Περιορισμένη εκμετάλλευση των οικονομιών κλίμακας στην παραγωγή και στην εμπορία.
- Περιορισμένη δυνατότητα διενέργειας υψηλού όγκου επενδύσεων σε νέο τεχνολογικό εξοπλισμό.
- Αδυναμία παρακολούθησης των εξελίξεων στις εγχώριες και ξένες αγορές.
- Δυσκολία πρόσβασης στο τραπεζικό σύστημα, που επιτείνεται από τη μη-ανάπτυξη εναλλακτικών χρηματοδοτικών εργαλείων.

Τα **αναπτυξιακά προγράμματα** που οι ελληνικές ΜΜΕ αξιοποιούν για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους, **συνίστανται κατά 52% σε δάνεια και πιστωτικές ευκολίες** και κατά 17,3% σε υποστήριξη του εργατικού κόστους. Πρόκειται δηλαδή για μέτρα περιορισμένης αναπτυξιακής δυναμικής. Το γεγονός πως η συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών ΜΜΕ χρησιμοποιεί ίδια κεφάλαια και όχι τραπεζικό δανεισμό, ή άλλη χρηματοδότηση για επενδύσεις καταδεικνύει την **ασθενή επενδυτική υποστήριξη** που το ελληνικό θεσμικό πλαίσιο παρέχει στις ΜΜΕ, την ακαμψία του ελληνικού χρηματοπιστωτικού συστήματος και την αδυναμία του να προσαρμοστεί στις ιδιαιτερότητες των ΜΜΕ. Θα πρέπει επίσης να επισημανθεί και η αδυναμία ανταπόκρισης των ελληνικών ΜΜΕ στις προδιαγραφές και τα κριτήρια καταλληλότητας για επιχορήγηση. [66]

Παράλληλα, ο βαθμός αξιοποίησης των κοινοτικών και εθνικών προγραμμάτων τεχνολογικής ανάπτυξης και κατάρτισης από τις ελληνικές ΜΜΕ είναι ιδιαίτερα περιορισμένος (μόλις στο 3%) έναντι του αντίστοιχου που σημειώνουν οι ΜΜΕ των άλλων περιφερειακών οικονομιών της Ε.Ε. (20%). Πιο συγκεκριμένα, οι επενδύσεις των ΜΜΕ σε ΤΠΕ είδαμε πως δείχνουν πως το 41,4% των ελληνικών ΜΜΕ που επενδύει στην τεχνολογία, προσανατολίστηκε κυρίως στην απλή μηχανοργάνωση των διοικητικών λειτουργιών και μόνο το 19% επένδυσε σε

[66] www.disabled.gr, 4/2005

προηγμένο τεχνολογικό εξοπλισμό και νέες τεχνολογίες παραγωγής. Ακόμα λιγότερες (**10,3%) είναι οι ελληνικές ΜΜΕ που δαπάνησαν σε τεχνολογία σχεδιασμού προϊόντων**, η οποία προϋποθέτει υψηλή τεχνογνωσία και εκπαίδευση.

Η έρευνα, από την εξέταση του δείκτη της τεχνολογικής ετοιμότητας (επιμέρους δείκτης της ολικής ανταγωνιστικότητας), διαπιστώνει σημαντική υστέρηση στην Ελλάδα και την κατατάσσει στην 46η θέση σε σύνολο 117 χωρών αλλά και τελευταία μεταξύ των χωρών της ΕΕ-25. Στην τελική διαμόρφωση του εν λόγω δείκτη, σημαντικοί παράγοντες διαφαίνονται να είναι το **ανεπαρκώς ανεπτυγμένο νομικό πλαίσιο σχετικά με τη χρήση τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, καθώς επίσης και τα χαμηλά ποσοστά χρηστών Η/Υ και διαδικτύου στις ελληνικές επιχειρήσεις.**

Η στροφή στις ευρυζωνικές υπηρεσίες σε εθνικό και διεθνές επίπεδο είναι προφανής, καθώς η δυνατότητα πρόσβασης σε τέτοιου είδους υπηρεσίες έχει απλοποιηθεί και έχει γίνει προσιτή στο ευρύ κοινό. Επομένως, η **ανάγκη προώθησης της χρήσης των ΤΠΕ στις ΜΜΕ** για τη βελτίωση της παραγωγικότητας και την αύξηση της ανταγωνιστικότητάς τους είναι επιτακτική. Παρά το γεγονός πως είναι εμφανής η τάση βελτίωσης και βαθμιαίας και σταθερής υιοθέτησης των νέων τεχνολογιών και των υπηρεσιών που προσφέρουν από τις ελληνικές επιχειρήσεις, η πραγματικότητα στην Ελλάδα στο χώρο των ΤΠΕ δεν μπορεί να θεωρηθεί συγκρίσιμη με αυτή που επικρατεί στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Συγκεκριμένα, ένα μεγάλο ποσοστό **(49%) των ελληνικών ΜΜΕ με προσωπικό λιγότερο από δέκα (10) άτομα, δεν κάνει χρήση Η/Υ ενώ 66% των Η/Υ δεν είναι σε δίκτυο.** Το ποσοστό διείσδυσης της ευρυζωνικότητας στην Ελλάδα είναι ακόμα εξαιρετικά χαμηλό (μόλις 0,8% το 2005) σε σχέση με το μέσο όρο των ΕΕ-15 και ΕΕ-25 (12% και 10,6% αντίστοιχα).

Παρ' όλα αυτά είναι εμφανής η **ολοένα και αυξανόμενη χρήση των ηλεκτρονικών υπηρεσιών και του διαδικτύου στις ελληνικές ΜΜΕ** καθώς και οι εφαρμογές ηλεκτρονικού εμπορίου μορφής B2C & B2B. Επίσης ενδιαφέρον παρουσιάζουν και οι εφαρμογές Business to Government κατά τις οποίες το διαδίκτυο λειτουργεί ως μέσο διεκπεραίωσης υποχρεωτικών διαδικασιών για τις επιχειρήσεις.

Οι εξελίξεις, ακόμα και οι αλλαγές στην ορολογία, ήταν ραγδαίες και για τις Ν-αγορές. Μέχρι και σήμερα υπάρχουν ΜΜΕ που απλώς δεν γνωρίζουν τι είναι διαθέσιμο, πώς διακρίνονται οι διαφορετικοί τύποι Ν-αγορών: όροι όπως «κάθετη» ή «οριζόντια πλατφόρμα» κ.λπ.

Η επιτυχία των ηλεκτρονικών αγορών είναι ακόμη και σήμερα δύσκολο να μετρηθεί. Σύμφωνα με στοιχεία του eBusiness Watch, το 23% των επιχειρήσεων (ποσοστό επί του συνόλου των απασχολούμενων) πραγματοποιεί το 5% του συνολικού όγκου των προμηθειών τους online. Πολύ λίγες ευρωπαϊκές ΜΜΕ, περίπου το 2 με 3% του συνόλου, μετέχουν σε ηλεκτρονικές αγορές, εν αντιθέσει με τις μεγάλες επιχειρήσεις, όπου το ποσοστό υπερβαίνει το 6%.

Σημαντική είναι επίσης συμβολή κάποιων προγραμμάτων όπως το **ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ** που παρέχει τη δυνατότητα επιδότησης στις ΜΜΕ για αγορά Η/Υ, περιφερειακού εξοπλισμού, προηγμένων λύσεων λογισμικού και σύνδεσης στο Internet, αλλά δωρεάν εκπαίδευση των εργαζομένων των επιχειρήσεων.

Το χαμηλό ποσοστό των δαπανών για τεχνολογίες πληροφοριών στην Ελλάδα υποδεικνύει ότι **ο χώρος των Τεχνολογιών Πληροφορικής (ΤΠ) δεν έχει αναγνωρισθεί ακόμα πλήρως ως καθοριστικός παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης και ανταγωνιστικότητας της χώρας.** Μόλις 1,3% του ΑΕΠ δαπανήθηκε το 2004 στην Ελλάδα για ΤΠ σε αντιδιαστολή με 3% σε επίπεδο ΕΕ-15 και ΕΕ-25. Καλύτερη εικόνα παρουσιάζει ο χώρος των Τεχνολογιών των Επικοινωνιών (ΤΕ) όπου οι δαπάνες για το 2004 στην Ελλάδα ξεπέρασαν τις αντίστοιχες σε επίπεδο ΕΕ-15 και ΕΕ-25, γεγονός που ενισχύεται από την εξέχουσα θέση των επικοινωνιών (κινητή τηλεφωνία) στην Ελλάδα.

Ο **χαμηλός βαθμός διείσδυσης των ΤΠΕ** στις ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχει ως άμεση συνέπεια και τα χαμηλά ποσοστά του κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων (με προσωπικό πάνω από 10 άτομα) από το ηλεκτρονικό εμπόριο (μόλις 0,2%). Αυτό συνεπάγεται την αδυναμία της ελληνικής οικονομίας να αξιοποιήσει τις νέες τεχνολογίες και να γίνει ανταγωνιστική.

Η **καινοτομική επιχειρηματικότητα** αποτελεί, τέλος, έναν από τους τομείς στους οποίους η **Ελλάδα** εμφανίζει **ανάμεικτες επιδόσεις.** Έτσι, ενώ η χώρα καταλαμβάνει γενικά χαμηλές θέσεις σε όρους εσωτερικής καινοτομικής δραστηριότητας και συνεργασιών σε καινοτομία καθώς και καινοτομικά προϊόντα, τα στοιχεία από την πιο πρόσφατη μελέτη της Eurostat για την καινοτομία στις επιχειρήσεις (Innovation Scoreboard 2006) την κατατάσσουν στη δεύτερη θέση σε όρους δαπανών για καινοτομία (ως % των πωλήσεων). Το ποσοστό αυτό φαίνεται στην Ελλάδα να ανέρχεται σε 3% έναντι 3,5% για την πρωτοπόρο Σουηδία και 2% για το μέσο όρο των χωρών-μελών της Ε.Ε.-15. Η εικόνα αυτή δεν συμβιβάζεται εύκολα με τη γενικότερη αδυναμία που εμφανίζει η Ελλάδα σε άλλους δείκτες καινοτομίας [λ.χ. διπλώματα ευρεσιτεχνίας, ερευνητικό αποτέλεσμα, νέα προϊόντα (καινούργια στην αγορά) κ.λπ.] και άρα οφείλουμε να είμαστε επιφυλακτικοί απέναντι στα εν λόγω μεγέθη.

Τα στοιχεία για τη **δραστηριότητα των επενδύσεων venture capital** για το 2005 δίνουν στην **Ελλάδα** την **τελευταία θέση** μεταξύ των 18 χωρών-μελών της Ε.Ε.-25 για τις οποίες είναι διαθέσιμα τα μεγέθη. Οι συνολικές επενδύσεις venture capital ως ποσοστό του ΑΕΠ δεν ξεπέρασαν το 2005 το 0,06%, την ίδια στιγμή που ο ευρωπαϊκός μέσος όρος της Ε.Ε.-15 άγγιξε το 14%.

Σημαντική είναι και η συμβολή της δημιουργίας κάποιων φορέων για την στήριξη στην πράξη των ΜΜΕ. Έτσι λοιπόν το ΤΕΜΠΕ (Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών & Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων) στοχεύει στην αντιμετώπιση του χρόνιου προβλήματος της πρόσβασης των

ελληνικών ΜΜΕ στο δανεισμό παρέχοντας εγγύηση που κυμαίνεται μεταξύ 40%-70% του ύψους των δανείων. Σημαντική είναι επίσης η συμβολή του Εθνικού Συμβουλίου των ΜΜΕ (ΕΣΜΕ) καθώς και της Επιτροπής των Εμπειρογνωμόνων.

Ζ.2 Εξελίξεις ΜΜΕ σε Ευρωπαϊκές χώρες

Κάποιες από τις **πρωτοβουλίες έργων και πολιτικών που εξελίχθηκαν σε καλές πρακτικές** σε επίπεδο Ευρώπης στους τομείς της ενιαίας αγοράς, της στήριξης των επιχειρήσεων και του ηλεκτρονικού επιχειρείν είναι τα ακόλουθα:

Οφέλη από την ενιαία αγορά:

- Υπηρεσία πρόσβασης των ΜΜΕ σε προκηρύξεις άμεσα και έγκαιρα μέσω e-mail ή φαξ (εξοικονόμηση χρόνου, ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι ανταγωνιστών) - Εσθονία
- Σεμινάρια για συστήματα πιστοποίησης - Λιθουανία
- Βάση δεδομένων με τη νομοθεσία της ΕΕ για τις ΜΜΕ – Πολωνία
- Στήριξη των ΜΜΕ σε εξαγωγικές δραστηριότητες – Βρετανία
- Πληροφόρηση και ευαισθητοποίηση για υιοθέτηση από τις ΜΜΕ του θεσμού της διαιτησίας για εξωδικαστική επίλυση διαφορών – Βουλγαρία
- Καταγραφή και έλεγχος των υφιστάμενων εθνικών νομοθετημάτων και τροποποίηση ή κατάργηση αυτών που αποτελούν εμπόδιο για την πρόσβαση στην εσωτερική αγορά και δεν προσαρμόζονται στις βασικές αρχές της – Δανία
- Διάδοση πληροφοριών για τις ευκαιρίες χρηματοδότησης των ΜΜΕ από την ΕΕ για ενθάρρυνση δραστηριοποίησης στα νέα κράτη μέλη – Γερμανία
- Δημιουργία μόνιμων ψηφιακών δομών (ιστοσελίδας) για συλλογή πληροφοριών για ΜΜΕ - Λιθουανία
- Αξιολόγηση αντικτύπου εσωτερικής αγοράς σε επιχειρήσεις και αρμόδιες αρχές (μέσω συνεντεύξεων) με σκοπό τον εντοπισμό προβλημάτων, βελτιώσεις-προτάσεις πολιτικής – Σουηδία

Στήριξη επιχειρήσεων:

- Δημιουργία ηλεκτρονικού εργαλείου προγραμματισμού που περιλαμβάνει εκτιμήσεις προϋπολογισμού και business plan για ιδρυτές επιχειρήσεων και νεαρούς επιχειρηματίες για το οποίο υπάρχει δυνατότητα δωρεάν μεταφόρτωσης από το internet – Αυστρία
- Ανάπτυξη οδηγού κανόνων και κανονισμών του κράτους σε απλή γλώσσα για μελλοντικούς επιχειρηματίες
- Ανάπτυξη δικτυακού τόπου που λειτουργεί ως ευρετήριο εννοιών και πληροφοριών για ΜΜΕ χρήσιμων σε ΜΜΕ, δημόσιων φορέων και φορέων μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα (δίαυλος επικοινωνίας τύπου G2B) – Εσθονία

- Ανάπτυξη δικτυακής πύλης με ονομασία «ενιαία θυρίδα εξυπηρέτησης επιχειρήσεων» για επικοινωνία μεταξύ των επιχειρήσεων, της δημόσιας διοίκησης και των επιχειρηματικών ενώσεων
- Δικτυακός τόπος για ΜΜΕ, υπηρεσία ειδοποίησης για προκηρύξεις διαγωνισμών, εκστρατείες προώθησης των ΤΠΕ στις βιομηχανικές ζώνες
- Πρόγραμμα σύνταξης επιχειρηματικού σχεδίου καθώς και πρόγραμμα ανάπτυξης ιδεών για προϊόντα και υπηρεσίες από τα Κέντρα Απασχόλησης και Οικονομικής Ανάπτυξης της Φιλανδίας
- Ενημέρωση, ευαισθητοποίηση, κατάρτιση καθώς και ανάπτυξη κανονισμών για τη διευκόλυνση της μεταβίβασης των επιχειρήσεων – Σουηδία
- Συμβουλευτική για μεταβίβαση επιχειρήσεων – Φιλανδία

Πρότυπα επιτυχημένων ηλεκτρονικών επιχειρήσεων:

- Σχέδιο ηλεκτρονικού εμπορίου με ηλεκτρονική κατάρτιση τιμολογίων, παραγγελιών, πιστοποιήσεων και αιτήσεων προμηθειών
- Ανάπτυξη τεχνογνωσίας και παροχή πληροφοριών στις ΜΜΕ για ασφάλεια στο σχεδιασμό και επένδυση μέσω της καθιέρωσης διαδικαστικών συστάσεων και συστάσεων εφαρμογής για πρότυπα ηλεκτρονικού επιχειρείν
- Ανάπτυξη σήματος εμπιστοσύνης ηλεκτρονικού εμπορίου σε ΜΜΕ – Αυστρία
- Ειδικευμένες υπηρεσίες στις επιχειρήσεις για ανάπτυξη διαδικασιών ηλεκτρονικού επιχειρείν που να ανταποκρίνονται στις ανάγκες της κάθε εταιρίας από τα φιλανδικά Κέντρα Απασχόλησης & Οικονομικής Ανάπτυξης - Φιλανδία
- Παροχή πληροφοριών τεχνικής/ τεχνολογικής βοήθειας και υπηρεσιών κατάρτισης για συμμετοχή των εταιριών στην ψηφιακή οικονομία -Πορτογαλία
- Συντονισμός στρατηγικής των επιχειρήσεων με την «τομεακή στρατηγική» δηλαδή την στρατηγική των μεγαλύτερων εταιριών που κυριαρχούν στον τομέα που δραστηριοποιείται η κάθε επιχείρηση
- Πληροφόρηση, κατάρτιση και συμβουλευτική για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες μέσα από το πρόγραμμα PHARE με τίτλο «Ηλεκτρονικό εμπόριο ως μέσο για την ανάπτυξη των ΜΜΕ»
- Επιδοτήσεις επιχειρήσεων για επενδύσεις σε υποδομές ΤΠΕ
- Ανάπτυξη εθνικής στρατηγικής για το ηλεκτρονικό επιχειρείν με σκοπό την άρση των προβλημάτων και ενθάρρυνση βελτίωσης χρήσης ΤΠΕ από τις ΜΜΕ και βελτίωση της διαθεσιμότητας λύσεων σε ηλεκτρονικού επιχειρείν

- Παραγωγή μέτρων για την εισαγωγή του ηλεκτρονικού επιχειρείν από επιχείρηση σε επιχείρηση (B2B) για τις ΜΜΕ

Άλλοι τομείς του Χάρτη:

- Ανάπτυξη θυρίδας με ένα μόνο σημείο πρόσβασης εφοδιασμένη με ηλεκτρονικές διασυνδέσεις όπου είναι δυνατόν να συσταθεί μια εταιρία σε μια περίπου ώρα (με συντονισμό των υπουργείων δικαιοσύνης, οικονομικών, εργασίας και κοινωνικής ασφάλισης, οικονομίας και καινοτομίας
- Δημιουργία προσαρμοσμένου ηλεκτρονικού καταλόγου κανονισμών για τις ΜΜΕ (π.χ πληροφορίες για δίκαιο απασχόλησης, ΦΠΑ, πόροι κ.ά από κάθε σχετικό υπουργείο) που ανανεώνεται ελέγχεται από εμπειρογνώμονες ανά τακτά χρονικά διαστήματα – HB
- Δημιουργία πύλης ηλεκτρονικών δημόσιων προμηθειών για την συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων και παρόχων υπηρεσιών
- Φορέας που παρέχει εγγυήσεις στις τράπεζες για τα δάνεια των ΜΜΕ (SOCAMUT) - Βαλονία
- Πρόγραμμα κεφαλαίων εκκίνησης και επιχειρηματικής διακινδύνευσης για επένδυση σε ΜΜΕ στους τομείς υψηλής τεχνολογίας που δεν έχουν πρόσβαση σε μεγάλα κεφάλαια
- Διαδικασία Forum για νεοσύστατες επιχειρήσεις και επενδυτές για εύρεση κεφαλαίων
- Επιδότηση τεχνολογικής συνεργασίας με σκοπό την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων και διαδικασιών ή υπηρεσιών ή βελτίωση των υφιστάμενων – Βουλγαρία
- Πρότυπο για διάλογο και βελτίωση της συμμετοχής των ενδιαφερόμενων μερών που περιλαμβάνει έναν κώδικα συμπεριφοράς, μια πλατφόρμα διαδικτύου και μια ετήσια συνεδρίαση των ενδιαφερόμενων μερών
- Φόρουμ επιχειρηματικότητας – Μάλτα
- Δημιουργία Εθνικού Συμβουλίου των ΜΜΕ με συμβουλευτικό χαρακτήρα για την χάραξη εθνικής πολιτικής για τις ΜΜΕ

Ζ.3 Δυνατότητες προσαρμογής των ελληνικών ΜΜΕ στις βέλτιστες πρακτικές και τις τάσεις του επιχειρηματικού περιβάλλοντος

Με την ανασκόπηση της παρούσας κατάστασης στις ελληνικές ΜΜΕ και στις καλύτερες πρακτικές και πρωτοβουλίες που έχουν αναληφθεί από τις ευρωπαϊκές χώρες, διαφαίνεται πως παρά τα σημαντικά βήματα που έχουν γίνει στην Ελλάδα για την ενίσχυση των ΜΜΕ υπάρχει αρκετός δρόμος ακόμα για να διανύσουν.

Από την ανάλυση των υπαρχόντων στοιχείων παρατηρείται η **ανάγκη να στραφούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε εκείνες τις τεχνολογίες που θα προσφέρουν λύσεις στα οργανικά και λειτουργικά προβλήματά τους.** Οι ΜΜΕ έχουν ανάγκη την ανάπτυξη αυτοματισμών και τον εκσυγχρονισμό τους προς τις πρακτικές ηλεκτρονικού επιχειρείν, με βάση τα υπάρχοντα μοντέλα καλών και πετυχημένων πρακτικών με τα οποία λειτουργούν οι μεγαλύτερες εταιρείες του κλάδου στον οποίο ανήκει σε διεθνές επίπεδο.

Η σύγκριση της παρούσας κατάστασης μιας επιχείρησης και των στόχων που έχει θέσει με τα παραδείγματα καλών πρακτικών (benchmarking) αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την επιτυχία της. Η επένδυση μιας ΜΜΕ οφείλει πλέον να εντάσσεται στο στρατηγικό πλάνο της επιχείρησης και δεν πρέπει να κρίνεται με βάση μόνο το κόστος υλοποίησης. Είναι αναγκαία επίσης μια ολοκληρωμένη μεθοδολογία και στα θέματα τεχνολογιών πληροφορικής, ούτως ώστε ο εκσυγχρονισμός να ξεκινήσει από τις πιο κρίσιμες περιοχές της οργάνωσης, και κάθε επόμενη εφαρμογή να συνδέεται και να λειτουργεί «χωρίς ραφές» (seamlessly) με όλες τις προϋπάρχουσες.

Ακόμη, κάθε εφαρμογή πρέπει να ενσωματώνει τις επιχειρηματικές λειτουργίες και να ενοποιεί όλα τα τμήματα της επιχείρησης. Αναδεικνύεται λοιπόν στη συντριπτική πλειονότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα, η **ανάγκη για σύγχρονη, ενοποιημένη λειτουργία, με πλήρη και έγκυρη πληροφόρηση.**

Ουσιαστικά στον τομέα της ανάπτυξης εφαρμογών πληροφορικής ένα βασικό θέμα αποτελεί το κόστος υλοποίησης. Αντί των πρακτικών της υπερεπένδυσης αξίζει ν**α δοθεί έμφαση στην αξιοποίηση των υφιστάμενων επενδύσεων,** πρακτική η οποία μπορεί να αποφέρει πολλαπλάσια οφέλη στις επιχειρήσεις που επιθυμούν την υλοποίηση εφαρμογών ηλεκτρονικού επιχειρείν. Σύμφωνα με έρευνα της Gartner, οι επιχειρήσεις σπαταλούν το 20% του προϋπολογισμού τους σε αγορές οι οποίες αποτυγχάνουν να καλύψουν τις ανάγκες της επιχείρησης για τις οποίες αγοράστηκαν[67].

Το γεγονός ότι οι υφιστάμενες υποδομές δεν αξιοποιούνται και αντίθετα νέες εφαρμογές προστίθενται στο υπάρχον χάος των εφαρμογών πληροφορικής που διαθέτει μία επιχείρηση (συστήματα ERP, CRM, βάσεις δεδομένων, δικτυακές εφαρμογές, κλπ.) οφείλεται κατά πολύ

[67] Πηγή: Harvard Business Review

στην **έλλειψη επικοινωνίας** μεταξύ των υπεύθυνων της εταιρίας. Χρειάζεται να υπάρχει μία κοινή γλώσσα επικοινωνίας με σκοπό την αξιοποίηση των συστημάτων πληροφορικής ειδικά στην περίπτωση της μετάβασης της παραδοσιακής επιχειρηματικότητας στο ηλεκτρονικό επιχειρείν. Η τεχνολογία από μόνη της δεν αποτελεί πανάκεια, αντίθετα μπορεί να αποδειχθεί ζημιογόνος για την επιχειρηματική διαδικασία, τόσο σε οικονομικό όσο και σε λειτουργικό επίπεδο.

Για την αξιοποίηση των εφαρμογών πληροφορικής απαιτούνται οι ίδιες συνθήκες όπως και σε άλλες επιχειρηματικές λειτουργίες: δημιουργική διοίκηση, αποτελεσματική υλοποίηση, ικανό ανθρώπινο δυναμικό και καλό σχεδιασμό. Επίσης, είναι **απαραίτητο να υπάρχει ένα μακροπρόθεσμο πλάνο ανανέωσης για τις εφαρμογές πληροφορικής που χρησιμοποιούνται από την επιχείρηση άμεσα συνδεδεμένο με την γενικότερη επιχειρηματική στρατηγική.** Με τον τρόπο αυτό μπορεί να διασφαλιστεί η επιτυχία στις πρακτικές ηλεκτρονικού επιχειρείν μιας επιχείρησης αφού θα είναι εφικτή η ευελιξία των εφαρμογών σε σχέση με τις γενικότερες επιχειρηματικές ανάγκες. Τέλος, άλλο ένα σημαντικό στοιχείο είναι και η **ομογενοποίηση όλων των συστημάτων πληροφορικής** που διαθέτει η επιχείρηση σε μία κοινή πλατφόρμα λειτουργίας με σκοπό τη μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητάς τους.

Η υιοθέτηση νέων τεχνολογιών στην παραγωγική διαδικασία σε συνδυασμό με την ανάπτυξη επιχειρηματικών καινοτομιών, αποτελεί το κύριο μέσο βελτίωσης της παραγωγικότητας των επιχειρήσεων. Ιδιαίτερη έμφαση αποδίδεται στην ενίσχυση της αξιοποίησης των νέων τεχνολογιών από τις ΜΜΕ, τόσο σε ό,τι αφορά σε νέες επενδύσεις σε ΤΠΕ όσο και σε κίνητρα για την τόνωση της χρήσης τους.[68]

Για την άμεση πρόσβαση σε πληροφόρηση για τις επενδυτικές ευκαιρίες και προγράμματα χρηματοδότησης θα πρέπει να είναι σε συνεχή επαφή με τους αρμόδιους φορείς. Η ανάγκη ύπαρξης ενός ιστοχώρου ή κάποιας βάσης δεδομένων για θέματα σχετικά με τις ΜΜΕ (νομοθεσία, προγράμματα επιδοτήσεων κτλ.) θα πρέπει να αντιμετωπιστεί ενεργά από τις ΜΜΕ και να δραστηριοποιηθούν σε αυτή την κατεύθυνση ακολουθώντας την ευρωπαϊκή αυτή πρακτική σε συνεργασία με κάποιο συλλογικό φορέα π.χ Επιμελητήρια, ΕΟΜΜΕΧ κτλ.

Στα πλαίσια της αναδιοργάνωσης και του ανασχεδιασμού τους θα πρέπει να έρθουν σε επαφή με αρμόδιους φορείς οι οποίοι θα τους παρέχουν συμβουλευτικές υπηρεσίες, προσαρμοσμένες στα δεδομένα της κάθε ΜΜΕ. Μέσα από τη συνεργασία αυτή και την γενικότερη αναδιοργάνωση της επιχείρησης οι επιχειρηματίες θα πρέπει να διακρίνουν τις πραγματικές ανάγκες της εταιρίας τους, τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που παρουσιάζονται στο πεδίο που δραστηριοποιούνται μέσα από την εκτεταμένη έρευνα αγοράς που θα

[68] «Εκτίμηση του ηλεκτρονικού επιχειρείν των ΜΜΕ στην Ελλάδα και προτάσεις για το σχεδιασμό στρατηγικής», Φάση Β, 3/2004.

πραγματοποιήσουν, και να δυναμώσουν τα σημεία αυτά ενσωματώνοντάς τα ως προτεραιότητες στις βασικές τους λειτουργίες.

Θα πρέπει επίσης να **επενδύσουν σε νέο εξειδικευμένο εργατικό δυναμικό** καθώς και σε επιμόρφωση και κατάρτιση του ήδη απασχολούμενου προσωπικού εκμεταλλευόμενοι ακόμα και τα υφιστάμενα επιδοτούμενα σεμινάρια.

Σε όποιες δραστηριότητες είναι εφικτό θα πρέπει να γίνεται η **ανάληψη πρωτοβουλιών τυποποίησης των προϊόντων και των υπηρεσιών** που παρέχουν οι ΜΜΕ από τον αρμόδιο φορέα για ενίσχυση του ονόματος και της ποιότητας της εταιρίας στην αγορά που δραστηριοποιείται.

Όλες αυτές οι κινήσεις θα έχουν εμφανή αποτελέσματα στην αποδοτικότητα και στην ανάπτυξη των εταιριών. Συνεπακόλουθα πιο υγιείς και δυνατές επιχειρήσεις θα πληρούν καλύτερα τα κριτήρια για άντληση κεφαλαίων από τον τραπεζικό χώρο.

Στην Ελλάδα αναφορικά με τη μεταβίβαση μιας ΜΜΕ όταν ο επιχειρηματίας θέλει να συνταξιοδοτηθεί ή να αποχωρήσει έχουν ξεκινήσει να γίνονται κάποιες κινήσεις μέσω θεσμοθετημένων νομοθετικών ρυθμίσεων μόνο για φορολογικά ζητήματα. Σε επίπεδο μέτρων πολιτικής υπάρχει μεγάλη χρονική υστέρηση συγκριτικά με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Αυτό το θέμα αφορά την κινητοποίηση των αρμόδιων φορέων για να υπάρξει ουσιαστική δράση καθώς σε ατομικό επίπεδο η διαδικασία εύρεσης αντικαταστάτη ενός επιχειρηματία περιορίζεται στο κοντινό του περιβάλλον. Επίσης η διαδικασία μεταβίβασης που είναι σημαντική για την επιχειρηματική ζωή της χώρας μας θα κινητοποιήσει τον επιχειρηματία αν υπάρχουν μέτρα και ρυθμίσεις που να ευνοούν την πράξη αυτή.

Οι ανωτέρω κινήσεις των ΜΜΕ δεν μπορούν να γίνουν μεμονωμένα και ανεξάρτητα. Θα πρέπει να συνοδεύονται από την στήριξη των αρμόδιων φορέων και του κράτους με την ενίσχυση και την ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας μέσα από ένα οργανωμένο σχέδιο δράσης που θα περιλαμβάνει πολιτικές, μέτρα, κατάλληλες νομοθετικές ρυθμίσεις, επιδοτήσεις, εργαλεία και σύγκλιση με τις ευρωπαϊκές καλές πρακτικές. Στόχος είναι η δημιουργία ενός επιχειρηματικού περιβάλλοντος που οι ΜΜΕ θα έχουν την απαραίτητη κινητοποίηση, χρηματοδότηση και στήριξη για να πραγματοποιήσουν τις απαραίτητες προσαρμογές για την ανάπτυξή τους.

ΕΝΟΤΗΤΑ Η': ΟΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΜΜΕ

Η παρούσα ενότητα, με βάση τα ευρήματα των προηγούμενων ενοτήτων, θέτει προς συζήτηση μια δέσμη προτάσεων πολιτικής, οι οποίες έχουν στόχο να προάγουν την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών ΜΜΕ. Ο στόχος των προτεινόμενων πολιτικών είναι διττός: αφενός να υποστηρίξει τις ΜΜΕ για την αποτελεσματική αντιμετώπιση των αδυναμιών που εμφανίζουν και αφετέρου να τις υποβοηθήσει να κατοχυρώσουν τα ανταγωνιστικά τους πλεονεκτήματα. Το πλέγμα των δράσεων που προτείνεται και εξειδικεύει τις επιμέρους προτάσεις πολιτικής καλύπτουν τρεις ευρύτερους θεματικούς τομείς: α) δράσεις που στοχεύουν απευθείας στη ενίσχυση των ΜΜΕ, β) οριζόντιες δράσεις που στοχεύουν στην ενίσχυση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος των ελληνικών ΜΜΕ (π.χ. υποδομές, φορείς στήριξης ΜΜΕ) και γ) οριζόντιες δράσεις που στοχεύουν στην ευρύτερη κοινωνική συνοχή και αναβάθμιση. Ενώ τα οφέλη από την εφαρμογή των δράσεων της περίπτωσης α) έχουν άμεση επίδραση στις ΜΜΕ, οι δράσεις των περιπτώσεων β) και γ) έχουν έμμεσα πολλαπλασιαστικά οφέλη, αλλά επίσης είναι μείζονος σημασίας για την αειφόρο ανάπτυξη των ΜΜΕ αλλά και της ελληνικής οικονομίας γενικότερα.

Οι Άξονες Πολιτικής (Α.Π.) που προτείνονται και αναλύονται στην παρούσα ενότητα είναι οι ακόλουθοι:

Άξονας Πολιτικής 1: Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της εξωστρέφειας – αναβάθμιση του παραγωγικού ιστού της χώρας – αύξηση των παραγωγικών επενδύσεων και των εισροών ξένων άμεσων επενδύσεων και γενική ποιοτική αναβάθμιση των προσφερομένων προϊόντων και υπηρεσιών σε όλους τους τομείς και κλάδους της ελληνικής οικονομίας. Αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού.

Άξονας Πολιτικής 2: Βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και των υποστηρικτικών δομών, υποδομών, μηχανισμών και εργαλείων για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας – βελτίωση θεσμικού περιβάλλοντος - ενδυνάμωση του ανταγωνισμού – προστασία του Καταναλωτή.

Άξονας Πολιτικής 3: Προώθηση της έρευνας, της τεχνολογίας και της καινοτομίας σε όλους τους κλάδους με παράλληλη ενσωμάτωση στον παραγωγικό ιστό, για την αναδιάρθρωση της ελληνικής οικονομίας και την μετάβαση στην οικονομία της γνώσης.

Στην συνέχεια παρατίθεται συγκεντρωτικός πίνακας όπου αναλύονται οι άξονες πολιτικής ως προς τους γενικούς και επιμέρους στρατηγικούς στόχους που τίθενται για επίτευξη, αλλά και ως προς τις απαιτούμενες δράσεις που πρέπει να υλοποιηθούν για την εφαρμογή των πολιτικών και των επίτευξη της στοχοθεσίας.

Άξονας Πολιτικής	Γενικός Στρατηγικός Στόχος και επιμέρους Ειδικοί Στόχοι	Ενδεικτικές Δράσεις
Α.Π.1. Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της εξωστρέφειας – αναβάθμιση του παραγωγικού ιστού της χώρας – αύξηση των παραγωγικών επενδύσεων και των εισροών ξένων άμεσων επενδύσεων και γενική ποιοτική αναβάθμιση των προσφερομένων προϊόντων και υπηρεσιών σε όλους τους τομείς και κλάδους της ελληνικής οικονομίας. Αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού.	Γενικός στόχος του άξονα είναι η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της εξωστρέφειας, η αναβάθμιση του παραγωγικού ιστού της χώρας, η αύξηση των παραγωγικών επενδύσεων και των εισροών Ξένων Άμεσων Επενδύσεων και γενική ποιοτική αναβάθμιση των προσφερόμενων προϊόντων και υπηρεσιών σε όλους τους τομείς και κλάδους της ελληνικής οικονομίας. Για την εξυπηρέτηση των επιδιώξεών του και την επίτευξη του Γενικού του Στόχου, η αναπτυξιακή στρατηγική του Άξονα εξειδικεύεται επιχειρησιακά στους ακόλουθους Ειδικούς Στόχους: • Υποστήριξη και αύξηση των παραγωγικών επενδύσεων που συμβάλλουν στην ενίσχυση της παρουσίας των ελληνικών επιχειρήσεων στην εγχώρια και τις διεθνείς αγορές. Έμφαση στην ποιοτική αναβάθμιση, την τυποποίηση και την πιστοποίηση των ελληνικών προϊόντων και επιχειρήσεων. • Επικέντρωση της αναπτυξιακής προσπάθειας προς συσσωματώσεις, περιοχές και τύπους επιχειρήσεων, που εμφανίζουν τις θετικότερες προοπτικές ή έχουν τις ισχυρότερες ανάγκες – Αναπροσανατολισμός της μεταποιητικής δραστηριότητας και των «παραδοσιακών» της κλάδων προς	✓ **Ενίσχυση ολοκληρωμένων επιχειρηματικών σχεδίων για υποστήριξη παραγωγικών επενδύσεων που συμβάλλουν σε:** - ενίσχυση της παρουσίας των ελληνικών επιχειρήσεων στην εγχώρια και τις διεθνείς αγορές - διασύνδεση με διεθνή ολοκληρωμένα συστήματα παραγωγής − ανάπτυξη μόνιμων συνεργασιών ελληνικών και διεθνών επιχειρήσεων - αξιοποίηση της εκροής ελληνικών κεφαλαίων για αναβάθμιση των εδώ μονάδων των επιχειρήσεων προς δραστηριότητες υψηλότερης προστιθέμενης αξίας - προσέλκυση ξένων δραστηριοτήτων και άμεσων επενδύσεων, εφόσον συμβάλλουν σε κλαδική και τεχνολογική αναβάθμιση του παραγωγικού συστήματος - ανάπτυξη και εφαρμογή τεχνολογικής ή οργανωτικής καινοτομίας - τυποποίηση και πιστοποίηση προϊόντων και υπηρεσιών, με την υιοθέτηση διεθνώς αναγνωρισμένων ποιοτικών προτύπων, την ανάπτυξη και εμπορική καθιέρωση λογότυπων κλπ. - ανάπτυξη και αξιοποίηση του ηλεκτρονικού εμπορίου - προστασία του περιβάλλοντος και περιβαλλοντική διαχείριση - επιχειρηματική αξιοποίηση του ζητήματος της προστασίας του περιβάλλοντος.

Άξονας Πολιτικής	Γενικός Στρατηγικός Στόχος και επιμέρους Ειδικοί Στόχοι	Ενδεικτικές Δράσεις
	κλάδους και προϊόντα ψηλότερης προστιθέμενης αξίας. • Διασύνδεση της χώρας με τα διεθνή ολοκληρωμένα συστήματα παραγωγής προϊόντων και υπηρεσιών και εγκατάσταση δεσμών συνεργασίας ελληνικών και διεθνών επιχειρήσεων, με έμφαση σε περιοχές συγκριτικού πλεονεκτήματος. • Αναβάθμιση / μετεξέλιξη της επιχειρηματικότητας ανάγκης σε επιχειρηματικότητα υψηλών δυνατοτήτων – Αναβάθμιση της επιχειρηματικής βάσης σε τομείς που υστερούν ως προς την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας η λειτουργούν υπό ανεπίκαιρες μορφές. • Ενίσχυση του ρόλου του εμπορίου και των συνοδευτικών υπηρεσιών στο παραγωγικό σύστημα, με έμφαση στην ενίσχυση επενδυτικών σχεδίων για την ενίσχυση της παρουσίας των ελληνικών επιχειρήσεων στην εγχώρια και τις διεθνείς αγορές. • Επέκταση των δικτυώσεων βιομηχανίας – εμπορίου – υπηρεσιών. • Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στον τομέα του Τουρισμού, με την προώθηση κατά προτεραιότητα σχεδίων που αποσκοπούν στην ποιοτική αναβάθμιση και διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος, την επιμήκυνση	✓ **Ενίσχυση συλλογικών επιχειρηματικών σχεδίων ενίσχυσης των επιχειρηματικών συσπειρώσεων και δικτυώσεων που συμβάλλουν σε:** - ανάδυση τομέων, κλάδων, δικτύων και περιοχών αριστείας - αναβάθμιση προς κλάδους υψηλότερης προστιθέμενης αξίας ή/και σε κλάδους ταχείας ανάπτυξης ή / και σε κλάδους με ενσωμάτωση υψηλής τεχνολογίας και εφαρμοσμένης καινοτομίας ή / και δράσεις πρόβλεψης κινδύνων και διαφοροποίησης δραστηριοτήτων σε άλλους κλάδους . - ανάπτυξη συνεργιών και επέκταση των δικτυώσεων βιομηχανίας – εμπορίου – υπηρεσιών - ποιοτική αναβάθμιση προϊόντος – υπηρεσίας - αξιοποίηση / προστασία της περιβαλλοντικής διάστασης. ✓ **Δράσεις αναδιάρθρωσης και διεύρυνσης δραστηριοτήτων. Ενίσχυση των επιχειρήσεων του εμπορικού τομέα και των υπηρεσιών, με έμφαση στην ενίσχυση επενδυτικών σχεδίων, με στόχο τη διαφοροποίηση του προϊόντος και την ενίσχυση της παρουσίας των ελληνικών επιχειρήσεων στην εγχώρια και τις διεθνείς αγορές.** ✓ **Ολοκληρωμένες και καινοτόμες παρεμβάσεις για τον εκσυγχρονισμό – αναδιάταξη του τουριστικού**

Άξονας Πολιτικής	Γενικός Στρατηγικός Στόχος και επιμέρους Ειδικοί Στόχοι	Ενδεικτικές Δράσεις
	της τουριστικής περιόδου σε όλη την ελληνική επικράτεια και την ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού. • «Επιχειρηματική» αξιοποίηση του περιβάλλοντος ως εργαλείου προσέλκυσης εγχώριων και ξένων επενδύσεων. • Αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού.	**τομέα, που αφορούν σε:** - ενίσχυση τουριστικών επενδύσεων μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου, με στόχο την επέκταση, την διεύρυνση και την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος - ανάπτυξη των εναλλακτικών και ειδικών μορφών τουρισμού (Ενίσχυση επενδυτικών σχεδίων για την ανάπτυξη του θαλάσσιου, πολιτιστικού, οικολογικού, επιχειρηματικού τουρισμού, τουρισμού υγείας κλπ/ αναβάθμιση των υποδομών και των παρεχόμενων υπηρεσιών των μαρινών και εν γένει τουριστικών λιμένων, ενίσχυση επενδυτικών σχεδίων για την διάσωση, αποκατάσταση και τουριστική αξιοποίηση παραδοσιακών ή διατηρητέων παλαιών ξύλινων σκαφών κλπ) - ειδικά προγράμματα ενίσχυσης επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα που δεν εντάσσονται στον Αναπτυξιακό Νόμο, ανάπτυξη δικτύων συνεργασίας, δράσεις ολικής ποιότητας, επενδυτικά σχέδια ηλεκτρονικού «επιχειρείν», εφαρμογή προτύπων περιβαλλοντικής και ενεργειακής διαχείρισης κλπ. ✓ **Απόκτηση επιχειρηματικής αριστείας και σύνδεσή της με τη διάχυση καλών πρακτικών σε νέους επιχειρηματίες.** ✓ **Ίδρυση νέων επιχειρήσεων από ομάδες πληθυσμού με περιορισμένη σήμερα επιχειρηματικότητα και σε περιοχές που πλήττονται από αποβιομηχάνιση και ανεργία**

Άξονας Πολιτικής	Γενικός Στρατηγικός Στόχος και επιμέρους Ειδικοί Στόχοι	Ενδεικτικές Δράσεις
		(δράσεις «μη-ενισχύσεων»). ✓ **Ενίσχυση επιχειρηματικότητας ειδικών ομάδων πληθυσμού και επιχειρηματικότητας σε νέες και καινοτόμες δραστηριότητες (νέα επιχειρηματικότητα).** ✓ **Ενίσχυση πρωτοβουλιών της ευρύτερης κοινωνικής οικονομίας.** ✓ **Προγράμματα κατάρτισης προσωπικού νέων επιχειρήσεων, των οποίων η δημιουργία χρηματοδοτείται από το Πρόγραμμα.** ✓ **Συνεχιζόμενη κατάρτιση επαγγελματιών – εργαζομένων.** ✓ **Κατάρτιση προσωπικού για ειδικές – εναλλακτικές μορφές τουρισμού και σύνδεση με την παραγωγική διαδικασία.** ✓ **Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των υφιστάμενων επιχειρήσεων με περαιτέρω ενθάρρυνση της εισαγωγής καινοτομιών στον κεφαλαιουχικό εξοπλισμό και στην οργάνωση επιχειρήσεων.** ✓ **Αλλαγή επιχειρηματικής νοοτροπίας ειδικά στους παραδοσιακούς κλάδους παραγωγής (π.χ.**

Άξονας Πολιτικής	Γενικός Στρατηγικός Στόχος και επιμέρους Ειδικοί Στόχοι	Ενδεικτικές Δράσεις
		αγροτικές επιχειρήσεις). ✓ **Αυξημένα κίνητρα στις ΜΜΕ για επανεπένδυση των κερδών και αύξηση του μεγέθους τους μέσω συγχωνεύσεων.**
Α.Π.2. Βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και των υποστηρικτικών δομών, υποδομών, μηχανισμών και εργαλείων για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας – βελτίωση θεσμικού περιβάλλοντος - ενδυνάμωση του ανταγωνισμού – προστασία του Καταναλωτή.	Γενικός Στόχος του Άξονα είναι η βελτίωση του θεσμικού περιβάλλοντος και των υποστηρικτικών δομών, υποδομών, μηχανισμών και εργαλείων για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, η ενδυνάμωση του ανταγωνισμού και η προστασία του καταναλωτή. Για την εξυπηρέτηση των επιδιώξεών του και την επίτευξη του Γενικού του Στόχου, η αναπτυξιακή στρατηγική του Άξονα εξειδικεύεται επιχειρησιακά στους ακόλουθους Ειδικούς Στόχους: • Αναβάθμιση και απλούστευση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, του κανονιστικού πλαισίου και των θεσμών που υποστηρίζουν την επιχειρηματική δραστηριότητα – Χωροταξική διευθέτηση της οικονομικής δραστηριότητας. • Ανάπτυξη και αξιοποίηση σύγχρονων εργαλείων χρηματοοικονομικής υποστήριξης, για την ανάληψη επιχειρηματικού κινδύνου. • Συγκρότηση ενός ενιαίου, δικτυακού και ορθολογικού συστήματος δομών στήριξης της επιχειρηματικότητας, με	✓ **Αναβάθμιση και απλούστευση του κανονιστικού πλαισίου, με υποστήριξη των επενδύσεων που απαιτούνται για:** - το Εθνικό Σύστημα Εποπτείας της Αγοράς και την περιφερειακή εξειδίκευσή του - αύξηση των ηλεκτρονικά παρεχόμενων δημοσίων υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις και ενθάρρυνση της ηλεκτρονικής ενδοϋπηρεσιακής ανταλλαγής εγγράφων - καλλιέργεια της προσαρμοστικότητας των επιχειρήσεων και ανάπτυξη συστημάτων κοινωνικής εταιρικής ευθύνης - προώθηση θεσμών για την εναλλακτική επίλυση διαφορών μεταξύ επιχειρήσεων (Alternative Dispute Resolution). - χαρτογράφηση των αγορών για την εξακρίβωση τυχόν ύπαρξης μονοπωλιακών – ολιγοπωλιακών καταστάσεων και εναρμονισμένων πρακτικών - αξιοποίηση των δυνατοτήτων της πληροφορικής και προώθηση των ηλεκτρονικών συναλλαγών στις δημόσιες συμβάσεις. √ **Ανάπτυξη ενός ενιαίου και δικτυακού συστήματος δομών στήριξης της επιχειρηματικότητας,**

Άξονας Πολιτικής	Γενικός Στρατηγικός Στόχος και επιμέρους Ειδικοί Στόχοι	Ενδεικτικές Δράσεις
	στόχο την παροχή έγκυρων και αποτελεσματικών υπηρεσιών προς τον επιχειρηματία / επενδυτή στην λογική του "one stop shop". • Ενίσχυση των υποδομών που στηρίζουν την ποιοτική επιχειρηματικότητα, δημιουργούν οικονομίες κλίμακας και σκοπού, ενισχύουν τη συνεργασία με δημόσιους η άλλους φορείς παραγωγής γνώσης και διαμεσολαβούν για την μεταφορά και διάχυση της καινοτομίας. • Αναβάθμιση των μηχανισμών για την εποπτεία της αγοράς, την ενίσχυση του ανταγωνισμού, την αναβάθμιση της ποιότητας των ελληνικών προϊόντων και υπηρεσιών και την ενίσχυση και την προστασία των δικαιωμάτων του καταναλωτή. • Προβολή του τουριστικού προϊόντος της χώρας, συμπεριλαμβανομένων και των ειδικών μορφών τουρισμού, καθώς και των επώνυμων και ποιοτικών ελληνικών προϊόντων. • Ενίσχυση των υποδομών αξιοποίησης του πολιτιστικού αποθέματος και της φυσικής κληρονομιάς της χώρας. • Αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού.	**παραγωγής στρατηγικής πληροφόρησης σε ζητήματα αγορών, τεχνολογικής διαμεσολάβησης και προώθησης και διάχυσης της καινοτομίας.** **Στο πλαίσιο αυτό θα ενισχυθούν υφιστάμενες δομές όπως ΚΕΤΑ, Παρατηρητήριο ΜΜΕ, Επιμελητήρια, Παρατηρητήριο Ποιότητας, Εθνικό Συμβούλιο Ανταγωνιστικότητας και Ηλεκτρονικό Παρατηρητήριο Βιομηχανίας – ΗΠΑΒΙ για την υποστήριξη της νέας βιομηχανικής πολιτικής), Γραφεία Καινοτομίας / Μεταφοράς Τεχνολογίας στα Πανεπιστήμια και Ερευνητικά Κέντρα ώστε να υπάρξει ένα ολοκληρωμένο πλέγμα υπηρεσιών ενημέρωσης υποστήριξης προς τις επιχειρήσεις και λοιπούς φορείς στα παραπάνω πεδία και στη λογική του "one stop shop".** ✓ **Επιχειρηματικά Σχέδια ίδρυσης, εκσυγχρονισμού και επέκτασης της λειτουργίας των σύγχρονων χρηματοοικονομικών εργαλείων όπως :** - παροχή εγγυήσεων, κεφαλαίων κλπ - Venture Capital - Business Angels και Mentoring - Μικροπίστωση - δημιουργία Κεφαλαίου Υψηλού Επιχειρηματικού Κινδύνου (seed capital), με στόχο τη διεύρυνση των

Άξονας Πολιτικής	Γενικός Στρατηγικός Στόχος και επιμέρους Ειδικοί Στόχοι	Ενδεικτικές Δράσεις
		χρηματοδοτικών μέσων στην εφαρμογή της εθνικής ερευνητικής και τεχνολογικής πολιτικής και πολιτικής καινοτομίας: - δράσεις διευκόλυνσης της πρόσβασης ΜΜΕ στις παρεχόμενες υπηρεσίες - επέκταση της Εγγυοδοσίας Μεσαίων Επιχειρήσεων ή δικτύων ΜΜΕ σε νέα προϊόντα. ✓ **Εκσυγχρονισμός των επιχειρηματικών υποδομών και υποστήριξη των επενδύσεων που απαιτούνται για:** - επιχειρηματικά Σχέδια επέκτασης ή δημιουργίας νέων «Επιχειρηματικών Πάρκων» (Business Parks) - μετεγκατάσταση επιχειρήσεων σε Ε.Π. - δημιουργία εξειδικευμένων βιομηχανικών, εμπορικών και τουριστικών υποδομών με ενδεχόμενη συμμετοχή δημόσιου και ιδιωτικού τομέα (ΣΔΙΤ) - υποδομές Εφοδιαστικής Αλυσίδας - υποστήριξη Υποδομών Ποιότητας - υποστήριξη Θερμοκοιτίδων Επιχειρήσεων - υποστήριξη Εκκολαπτηρίων Επιχειρήσεων (pre-incubation) - εφαρμογή προγραμμάτων περιβαλλοντικής αναβάθμισης περιοχών με μεγάλη βιομηχανική συγκέντρωση - συμπλήρωση / αναβάθμιση υποδομών για ανάπτυξη παραδοσιακών και ειδικών / εναλλακτικών μορφών τουρισμού, αξιοποίηση φυσικού και πολιτιστικού αποθέματος - βελτίωση της διοικητικής υποστήριξης της

Άξονας Πολιτικής	Γενικός Στρατηγικός Στόχος και επιμέρους Ειδικοί Στόχοι	Ενδεικτικές Δράσεις
		τουριστικής ανάπτυξης με χρήση νέων τεχνολογιών - ανάπτυξη επενδύσεων στον τομέα του Πολιτισμού. ✓ **Δράσεις για την ενίσχυση της προστασίας του καταναλωτή και την βελτίωση των μηχανισμών εποπτείας της αγοράς :** - δημιουργία υποδομών στους Φορείς Πιστοποίησης και αρμόδια εργαστήρια για τον εργαστηριακό έλεγχο και την πιστοποίηση προϊόντων - εκσυγχρονισμός των θεσμών στήριξης και των μηχανισμών παρακολούθησης του εμπορικού τομέα. ✓ **Δάσεις για την ανάδειξη – προβολή προϊόντων και υπηρεσιών:** - προβολή θεματικών μορφών τουρισμού και γενική τουριστική προβολή, δημιουργία κέντρων πληροφόρησης με αξιοποίηση τεχνολογιών Πληροφορικής - Επικοινωνιών - ολοκληρωμένα Προγράμματα στήριξης της «τοποθέτησης» των ελληνικών προϊόντων σε διεθνή δίκτυα με συλλογικό τρόπο, που συμβάλλουν στην - οργανωμένη προβολή συστημάτων ΜΜΕ, στη συμμετοχή σε δίκτυα, στην ενίσχυση της παρουσίας των ελληνικών επιχειρήσεων στην εγχώρια και τις διεθνείς αγορές - και στην ανταλλαγή εμπειριών. ✓ **Δράσεις για τον εμπλουτισμό, την αναβάθμιση των δεξιοτήτων και την αύξηση της κινητικότητας του**

Άξονας Πολιτικής	Γενικός Στρατηγικός Στόχος και επιμέρους Ειδικοί Στόχοι	Ενδεικτικές Δράσεις
		ανθρώπινου δυναμικού: - δράσεις ενημέρωσης, ευαισθητοποίησης και κατάρτισης για τη βελτίωση της λειτουργίας της αγοράς και την προστασία του καταναλωτή, την προώθηση νέας καταναλωτικής κουλτούρας, την προστασία του περιβάλλοντος, την αλλαγή της ενεργειακής συμπεριφοράς κλπ. - δράσεις κατάρτισης, προσέλκυσης ερευνητών, εξειδίκευσης ερευνητών και άλλων ομάδων σε θέματα π.χ. μεταφοράς τεχνολογίας κλπ**.** ✓ **Τόνωση του ανταγωνισμού στο τραπεζικό σύστημα που να οδηγεί στη δημιουργία νέων χρηματοδοτικών προϊόντων και την παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών πτος τις ΜΜΕ.** ✓ **Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των υφιστάμενων επιχειρήσεων με περαιτέρω άρση αντικινήτρων φορολογικών και μη.** ✓ **Συγκράτηση του ενεργειακού κόστους με τόνωση του ανταγωνισμού στην παραγωγή και διανομή ηλεκτρικής ενέργειας.** ✓ **Περαιτέρω ενίσχυση του ανταγωνισμού στις τηλεπικοινωνίες.** ✓ **Δημιουργία εθνικού παρατηρητηρίου κοινωνικής αξιολόγησης των εφαρμοζόμενων μέτρων πολιτικής.**

Άξονας Πολιτικής	Γενικός Στρατηγικός Στόχος και επιμέρους Ειδικοί Στόχοι	Ενδεικτικές Δράσεις
		✓ **Διοικητική Μεταρρύθμιση για την βελτίωση της αποτελεσματικότητας της Δημόσιας Διοίκησης, αύξηση της διαφάνειας και περιορισμό της διαφθοράς** ✓ **Επέκταση των ΣΔΙΤ και σε άλλους τομείς (π.χ. υπηρεσιών)** ✓ **Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των εξαγωγικών ΜΜΕ με άρση των αντικινήτρων για εξαγωγές (π.χ. αποφυγή διπλής φορολογίας)και υποβοήθηση από τον ΟΠΕ και την οικονομική διπλωματία για δημιουργία δικτύων επιχειρηματικής πληροφόρησης** ✓ **Εφαρμογή μηχανισμών και διαδικασιών για την αποτελεσματική αξιοποίηση των προγραμμάτων της ΕΕ για την ενίσχυση των ΜΜΕ.** ✓ **Ενίσχυση της δικαιοδοσίας ανεξάρτητων ρυθμιστικών αρχών στις περιπτώσεις που η ελεύθερη αγορά αποτυγχάνει** ✓ **Δημιουργία μιας ώριμης Κεφαλαιαγοράς ώστε το Χρηματιστήριο να αποτελέσει έναν αξιόπιστο εναλλακτικό μηχανισμό για την άντληση κεφαλαίων με στόχο την ανάπτυξη μιας**

Άξονας Πολιτικής	Γενικός Στρατηγικός Στόχος και επιμέρους Ειδικοί Στόχοι	Ενδεικτικές Δράσεις
		επιχείρησης.
Α.Π.3. Προώθηση της έρευνας, της τεχνολογίας και της καινοτομίας σε όλους τους κλάδους με παράλληλη ενσωμάτωση στον παραγωγικό ιστό, για την αναδιάρθρωση της ελληνικής οικονομίας και την μετάβαση στην οικονομία της γνώσης.	Γενικός Στόχος του Άξονα είναι η ενίσχυση της Έρευνας, της Τεχνολογίας και της Καινοτομίας σε όλους τους κλάδους ως βασικού παράγοντα για την αναδιάρθρωση της ελληνικής οικονομίας και την μετάβαση στην οικονομία της γνώσης. Για την εξυπηρέτηση των επιδιώξεών του και την επίτευξη του Γενικού του Στόχου, η αναπτυξιακή στρατηγική του Άξονα εξειδικεύεται επιχειρησιακά στους ακόλουθους Ειδικούς Στόχους : • Μείωση του ελλείμματος σε έρευνα, καινοτομία και τεχνολογία ως προς τον μέσο όρο της ΕΕ-15. • Ενίσχυση της συμμετοχής των επιχειρήσεων στην ΕΤΑ και της αποτελεσματικότερης διασύνδεσης του ερευνητικού συστήματος της χώρας με τους παραγωγικούς τομείς της οικονομίας • Ενίσχυση της αριστείας και της δημιουργίας αριστείας σε τομείς εθνικής προτεραιότητας που παράγουν καινοτομία και υψηλή οικονομική και κοινωνική προστιθέμενη αξία • Προώθηση ολοκληρωμένων συστημάτων ανάπτυξης καινοτομίας σε περιοχές (γεωγραφικές και θεματικές) με ισχυρή επιχειρηματική βάση και παρουσία δραστήριων και εξωστρεφών ερευνητικών φορέων	✓ **Δημιουργία Εθνικών Τομεακών Πόλων Ε&Α.** ✓ **Προώθηση συνεργασίας παραγωγικών και Ε&Τ φορέων.** ✓ **Προώθηση Διεθνούς Συνεργασίας στην Έρευνα και Τεχνολογία.** ✓ **Δημιουργία θεματικών δικτύων προηγμένης έρευνας και ανάπτυξης και Θεματικά δίκτυα έρευνας και εκπαίδευσης.** ✓ **Δημιουργία συνεργατικών σχηματισμών έντασης γνώσης (clusters).** ✓ **Προώθηση της πρόσβασης σε Ευρωπαϊκές Ε&Τ υποδομές, περιλαμβανομένων των υποδομών των διεθνών Ε&Τ Οργανισμών.** ✓ **Προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος στους νέους.** ✓ **Δημιουργία/ενίσχυση Περιφερειακών Πόλων Καινοτομίας (ΠΠΚ).** ✓ **Ενίσχυση της Προσφοράς και της Ζήτησης Υπηρεσιών Έρευνας, Τεχνολογίας και Καινοτομίας.** ✓ **Ενίσχυση για την απόκτηση διπλωμάτων**

Άξονας Πολιτικής	Γενικός Στρατηγικός Στόχος και επιμέρους Ειδικοί Στόχοι	Ενδεικτικές Δράσεις
	• Μεγέθυνση και εμπλουτισμός του ανθρώπινου ερευνητικού δυναμικού και ενίσχυση του επιχειρηματικού πνεύματος και της γεωγραφικής και διατομεακής κινητικότητάς του.	**ευρεσιτεχνίας που έχουν προοπτικές εμπορικής εκμετάλλευσης.** ✓ **Δημιουργία νέων επιχειρήσεων υψηλής έντασης γνώσης (spin-off και spin-out).** ✓ **Ενίσχυση των κινήτρων για την πραγματοποίηση βασικής & εφαρμοσμένης επιστημονικής έρευνας στα ΑΕΙ και ΤΕΙ.** ✓ **Δημιουργία και στήριξη κέντρων επιχειρηματικής και τεχνολογικής αριστείας.** ✓ **Αποτελεσματική προστασίας των πνευματικών δικαιωμάτων ου απορρέουν από την έρευνα.** ✓ **Αύξηση των κινήτρων για χρήση των αποτελεσμάτων της έρευνας από ιδιωτικές επιχειρήσεις και άλλους φορείς.** ✓ **Στήριξη των επιχειρηματικών δράσεων που προκύπτουν από ερευνητική δραστηριότητα ή χρησιμοποιούν υψηλή τεχνολογία.** ✓ **Προώθηση χρηματοδοτικών σχημάτων που εξασφαλίζουν την υλοποίηση πρωτότυπων επενδυτικών σχεδίων και δεν προϋποθέτουν επαχθείς εμπράγματες εγγυήσεις (π.χ. venture capitals).**

Άξονας Πολιτικής	Γενικός Στρατηγικός Στόχος και επιμέρους Ειδικοί Στόχοι	Ενδεικτικές Δράσεις
		✓ **Ενίσχυση των συλλογικών φορέων των ΜΜΕ για την δημιουργία Βάσεων Δεδομένων και δικτυακών Κέντρων Πληροφόρησης των μελών τους.**

Πηγές : Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα 2007- 2013
Ετήσια Έκθεση Ανταγωνιστικότητας 2006
Αρχείο δημοσιευμένων άρθρων
Ευρήματα – Συμπεράσματα Προηγούμενων Ενοτήτων