



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ

Πτυχιακή εργασία:

Ο ρόλος και η σημασία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων
στην οικονομία : η περίπτωση της Ελλάδας

Εισηγητής: κ.Παναγιώτης Λιαργκόβας

Επιμέλεια εργασίας:

Τζέλλου Ελένη
Χαριτωνίδου Αικατερίνη



ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ & ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΣΥΛΛΟΓΗ «ΓΚΡΙΖΑ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ»

Αριθ. Εισ.: 2459/1
Ημερ. Εισ.: 15-01-2004
Δωρεά:
Ταξιθετικός Κωδικός: ΠΤ ΟΕ
2003
ΤΖΕ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



004000070714

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	5
SUMMARY.....	7
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	9

1.Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΚΑΙ Ο ΡΟΛΟΣ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

1.1	Ορισμός των ΜΜΕ.....	12
1.2	Ορισμός των ΜΜΕ και Ευρωπαϊκή Κοινότητα.....	13
1.3	Ο ρόλος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην οικονομία.....	15
1.4	Παράγοντες που οδηγούν στην επικράτηση των ΜΜΕ.....	18
1.5	Μεγάλες επιχειρήσεις και μικρομεσαίες.....	22
1.6	Μικρομεσαίες επιχειρήσεις και απασχόληση.....	26

2. ΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΜΜΕ

2.1	Επιχειρήσεις και παράγοντας «μέγεθος».....	28
2.2	Γέννηση και θνησιμότητα των ΜΜΕ.....	33
2.3	Παραγωγικότητα της εργασίας.....	42
2.4	Έρευνα και Ανάπτυξη.....	44
2.5	Στρατηγικές απόφασης των ΜΜΕ.....	52
2.6	Σχέση των Ελληνικών ΜΜΕ με την παραοικονομία.....	54

3. ΑΣΚΟΥΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ

3.1	Κύριοι στόχοι των ασκούμενων πολιτικών.....	57
3.2	Η χρηματοδότηση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	62
3.3	Πληροφόρησ.....	72
3.4	Συνεργασία.....	74
3.5	Υπεργολαβίες.....	78
3.6	Φορολογία.....	79
3.7	Κριτική των ασκούμενων πολιτικών.....	84
3.8	Προτάσεις.....	88

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ.....	92
------------------------	-----------

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	95
--------------------------	-----------

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1.1 Επιχειρήσεις ανα κράτος μέλος.....	16
Πίνακας 1.2 Σύνολο επιχειρήσεων στην Ελλάδα και αριθμός ΜΜΕ.....	18
Πίνακας 2.1 Δομή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων με βάση το μέγεθος ανά χώρα,2000.....	29
Πίνακας 2.2 Είσοδος και έξοδος των επιχειρήσεων στον δευτερογενή ιδιωτικό τομέα την περίοδο 1995-2000 (κατά μέσο όρο) ενδείξεις ανάπτυξης και δείκτες σύμφωνα με τους εθνικούς ορισμούς.....	38
Πίνακας 2.3 Το άνοιγμα και το κλείσιμο των επιχειρήσεων.....	40
Πίνακας 2.4 Πραγματική προστιθέμενη αξία και κερδοφορία ανά χώρα 1988-2001.....	44
Πίνακας 2.5 Αριθμός καινοτόμων επιχειρήσεων – επιχειρήσεις με 10 καν πλέον εργαζόμενους.....	47
Πίνακας 2.6 Αριθμός καινοτόμων επιχειρήσεων –Μεταποίησης επιχειρήσεις με 10 καν πλέον εργαζόμενους.....	48

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 1.1 Ποσοστιαία μεταβολή της απασχόλησης σε σχέση με το μέγεθος της επιχείρησης ανα χώρα 1988.....	17
Διάγραμμα. 2.1 Μερίδιο καινοτόμων επιχειρήσεων που εισήγαγαν καινοτομίες προϊόντος ή διαδικασίας.....	50
Διάγραμμα 2.2 Κατανομή καινοτόμων επιχειρήσεων ανά είδος καινοτομίας που έχουν αναπτύξει.....	51
Διάγραμμα 2.3 Ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων ανα κατηγορία μεγέθους.Επιχειρήσεις μεταποίησης με 20 και πλέον εργαζόμενους.....	52

Περίληψη

Η έννοια της μικρομεσαίας επιχείρησης είναι μια πολυσυζητημένη έννοια από κάθε σκοπιά, οικονομική, πολιτική, κοινωνική. Εκείνο το οποίο είναι αξιοπρόσεκτο στην κατηγορία των ΜΜΕ είναι το μεγάλο πλήθος αυτών σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας (πρωτογενής ,δευτερογενής ,τριτογενής παραγωγή). Επομένως η μικρομεσαία επιχείρηση δεν αποτελεί απλά και μόνο ένα από τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα μιας υπο-ανάπτυξη χώρας ή αναπτυσσόμενης οικονομίας , αλλά και ένα συνδετικό κρίκο στην όλη δομή της οικονομίας και των ανεπτυγμένων χωρών. Η σημασία της είναι μεγάλη αφού συμβάλλει αποφασιστικά στην κοινωνική εξισορρόπηση, την απασχόληση, τη διατήρηση συνθηκών ανταγωνισμού, την εισαγωγή καινοτομιών και γενικότερα στη δυναμική πρόοδο της ελληνικής οικονομίας .

Ωστόσο οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στη χώρα μας καλούνται να ανταποκριθούν σε ένα ρευστότατο περιβάλλον. Σε σχέση με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε άλλα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης οι ελληνικές ΜΜΕ αντιμετωπίζουν επιπρόσθετα προβλήματα όπως η τεχνολογική υστέρηση, το χαμηλό επίπεδο οργάνωσης, η έλλειψη συνεργασίας με μεγάλες επιχειρήσεις, ενώ ταυτόχρονα δεν είναι εξοπλισμένες για να αναλάβουν τους επιχειρηματικούς κινδύνους που συνεπάγεται η δραστηριοποίηση σε τρίτες ακόμη και γείτονες χώρες. Κατά συνέπεια ο εκσυγχρονισμός των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι όρος επιβίωσης γι' αυτές. Παράλληλα με τον ρόλο των μεγάλων επιχειρήσεων ως μοχλού ανάπτυξης μιας οικονομίας ,η ανταγωνιστικότητα

των ΜΜΕ της χώρας μας κρίνεται απαραίτητη για τον πλουραλισμό της οικονομίας και της κοινωνίας , σε μακροχρόνια βάση.

Ιδιαίτερο είναι το ενδιαφέρον που έχει δείξει η Ευρωπαϊκή Κοινότητα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Η πολιτική που διαμορφώνεται μέσα από αυτό είναι διπλής μορφής : αποτελεί πρώτον μια επέκταση ή καλύτερα μια συμπληρωματική διεύρυνση των κλασικών εθνικών πολιτικών για τις μικρομεσαίες και δεύτερον προωθεί τις αναπτυξιακές προσπάθειες υπέρ του κλάδου αυτού, σε ένα ανώτερο από το κλασικό και παραδοσιακό επίπεδο που οι εθνικές πολιτικές ακολουθούσαν μέχρι σήμερα. Διευρύνει δηλαδή τις εθνικές πολιτικές και δίνει σε αυτές τη νέα επιχειρηματική διάσταση που απαιτούν οι σύγχρονες επιχειρηματικές συνθήκες.

Γενικά, η κοινοτική πολιτική είναι ακόμη σε εξέλιξη, βαδίζει παράλληλα με την ευρύτερη βιομηχανική και επιχειρηματική πολιτική και παρουσιάζει ακόμη ορισμένες ελλείψεις και δυσκολίες ολοκλήρωσης, αλλά ταυτόχρονα και σοβαρές ελπίδες για την ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων της Ενωμένης Ευρώπης .

Summary

The fully discussed concept of the SMS has been approached from every possible angle, economic, political and social. What is remarkable to notice, in the field of small and medium size companies is the abundance of them in all the stages of the productive process (primary, secondary, tertiary production).

Therefore, the small and medium size companies would not be regarded, anymore, as one of the main features of a developing country or a developing economic system; far from that, it is now a link between the whole economic structure of the developed countries. The significance of the SMS company is vital since it essentially contributes to the achievement of social balance, the occupation, the preservation of competition, the introduction of novelty and generally to the dynamic progress of Greek economy.

However, the small and medium size companies need to prosper in an unstable economic situation. In comparison with the small and medium size companies in other state members of Europe, the Greek SMS are faced with additional problems such as lack of technological progress, the low level of organization, the lack of cooperation with big companies, while at the same time they are not fully equipped to risk business in other third or even neighbor countries. Consequently, the modernization of small and medium size companies is the prerequisite for their survival. Together with the big companies, which act as the pilot of economy, the competition in the area of SMS in our country, is essential for the pluralism in economy and society, in the long run.

The European Community is particularly interested in the small and medium size companies. A two- form line of action is therefore developed: in the first place, there is an expansion, or to put it more correctly, a complementary expansion of the traditional, national policies, concerning the SMS; secondly, it forwards the efforts of development in this field, to a far higher level than the classic and traditional one, being used by the national policies up to now. This line of action manages not only to expand the national policies but also to give them a whole new perspective dimension, which is demanded due to the contemporary business conditions.

In general, the community line of action is still under development, going along with the broader industrial and business policy, still acking in many things and facing certain difficulties to become complete. At the same time it gives serious hope as far as it concerns the development of SMS companies in the European Union.

Εισαγωγή

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι συστατικό στοιχείο της δομής των σύγχρονων εθνικών οικονομιών και κοινωνιών. Συμβάλλουν αποφασιστικά στην οικονομική ανάπτυξη, την παραγωγή, την απασχόληση, καθώς επίσης στην αποκέντρωση και την κοινωνική συνοχή. Η ισόρροπη οικονομική ανάπτυξη της χώρας είναι ευθέως ανάλογη της ομαλής ενσωμάτωσης και ανάπτυξης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στο πλαίσιο της εθνικής οικονομίας. Σε συνθήκες παγκοσμιοποίησης και εντεινόμενου ανταγωνισμού, οι ΜΜΕ αποτελούν βασικό στοιχείο της ανταγωνιστικότητας των εθνικών οικονομιών, ενώ ταυτόχρονα μετατρέπονται σε συστατικά στοιχεία της παγκόσμιας οικονομίας.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν τον κύριο όγκο των επιχειρήσεων μιας οικονομίας, από αυτές τη συντριπτική πλειοψηφία αποτελούν οι πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις. Οι μικρές επιχειρήσεις αντιπροσωπεύουν πάνω από το 95% του συνόλου των επιχειρήσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης και απασχολούν περίπου τα 2/3 του συνολικού εργατικού δυναμικού. Δημιουργούν κάθε χρόνο το 60% έως και το 80% των νέων θέσεων απασχόλησης. Στην Ελλάδα η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων είναι πολύ μικρές επιχειρήσεις με προσωπικό λιγότερο από δέκα άτομα και χαρακτηρίζονται από τον οικογενειακό χαρακτήρα (οικογενειακές επιχειρήσεις). Επίσης υπάρχει υψηλό ποσοστό αυτοαπασχολούμενων. Οι επιχειρήσεις με μέχρι 49 άτομα απασχόληση κατέχουν περίπου το 73% της απασχόλησης και το 59% των εσόδων των επιχειρήσεων.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε όλο τον κόσμο γενικά, και ειδικότερα οι ελληνικές, καλούνται να ανταποκριθούν σε ένα πολυσύνθετο

περιβάλλον χωρίς να διαθέτουν τα εφόδια που διαθέτουν οι πολυεθνικοί «γίγαντες» ή οι παραδοσιακοί ισχυροί παίκτες των εθνικών αγορών. Σε αυτό έρχεται να προστεθεί η γενική διεθνής ρευστότητα που απορρέει από την παγκοσμιοποίηση της ροής των πληροφοριών της κίνησης των επενδυτικών και κερδοσκοπικών κεφαλαίων καθώς και της εμπορίας των προϊόντων και υπηρεσιών. Γι' αυτούς τους λόγους ο εκσυγχρονισμός των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι όρος επιβίωσης. Παράλληλα με το ρόλο των μεγάλων επιχειρήσεων, ως μοχλού ανάπτυξης μιας οικονομίας, η ανταγωνιστικότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι απαραίτητη για τον πλουραρισμό και την ομαλή λειτουργία της ελληνικής οικονομίας και κοινωνίας. Ωστόσο οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις εκτός από τα γενικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν έρχονται αντιμέτωπες και με ιδιαίτερα προβλήματα. Είναι λοιπόν αναγκαίο η πολιτεία να αναπτύξει μια στρατηγική-πολιτική με στόχο την ανάπτυξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην παραγωγικότητα και την ανταγωνιστικότητα ώστε να γίνουν βιώσιμες και ανταγωνιστικές σε συνθήκες παγκοσμιοποίησης και ανοικτού ανταγωνισμού. Είναι αλήθεια ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αναπτύχθηκαν στη χώρα μας μέσα σε ένα άναρχο θεσμικό και οικονομικό περιβάλλον χωρίς προγραμματισμό και χωρίς συγκεκριμένο πλαίσιο πολιτικών. Την τελευταία εικοσαετία έγιναν σημαντικές προσπάθειες άσκησης πολιτικών για τις ΜΜΕ, είχαν όμως το στοιχείο της αντιφατικότητας με αντικρουόμενους στόχους. Η άσκηση ενεργητικών πολιτικών ανάπτυξης με χρηματοδοτικά προγράμματα κίνητρα και ενισχύσεις συνοδεύονται συχνά με άσκηση πολιτικών αντικινήτρων κυρίως στον τομέα της φορολογίας των δανειοδοτήσεων της αδειοδότησης, του ανταγωνισμού και άλλων.

Σήμερα αξιολογώντας την κατάσταση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων εντοπίζεται η ύπαρξη αρκετών εμποδίων στη δράση τους. Παράλληλα με τη διαπίστωση ότι τα επίπεδα οργάνωσης και διοίκησης βρίσκονται σε χαμηλό επίπεδο σε σύγκριση με τις απαιτήσεις του ανταγωνισμού στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Σκοπός λοιπόν αυτής της εργασίας είναι να επισημάνει όχι μόνο την οικονομική σημασία και τα ειδικά χαρακτηριστικά των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα αλλά κυρίως τα προβλήματα που αυτές αντιμετωπίζουν καθώς και τις πολιτικές που πρέπει να εφαρμοστούν ώστε οι ελληνικές επιχειρήσεις να γίνουν βιώσιμες και περισσότερο ανταγωνιστικές.

1. Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ Μ.Μ.Ε.

1.1 Ορισμός των ΜΜΕ

Προκειμένου να δοθεί η απαιτούμενη προσοχή και βαρύτητα στην επιβίωση των ΜΜΕ καθώς και στην αντιμετώπιση των προβλημάτων τους, θα ήταν σκόπιμο να τοποθετηθούν εννοιολογικά σε ένα κατάλληλο πλαίσιο, που θα περιλαμβάνει την φύση, τη δομή και τη θέση τους στον επιχειρηματικό κόσμο.

Δεν υπάρχει ωστόσο ένας μοναδικός και κοινά αποδεκτός ορισμός σε σχέση με τις μικρές επιχειρήσεις. Αυτό συμβαίνει διότι μια «μικρή» επιχείρηση, όπως για παράδειγμα του κλάδου παραγωγής πετροχημικών, έχει προφανώς υψηλότερα επίπεδα κεφαλαίου, πωλήσεων, και απασχόλησης από ότι μια «μικρή» επιχείρηση του τομέα επισκευής αυτοκινήτων. Ορισμοί που σχετίζονται με «αντικειμενικά» κριτήρια όπως το μέγεθος, ο αριθμός των εργαζομένων, ο κύκλος πωλήσεων, η κερδοφορία κ.α., όταν εξετάζονται σε τομεακό επίπεδο μπορεί να σημαίνουν ότι σε ορισμένους τομείς όλες οι επιχειρήσεις θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν ως μικρές ενώ σε άλλους η εξεύρεση μικρών επιχειρήσεων είναι μάλλον δύσκολη. Από οικονομικής πλευράς μικρές επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται εκείνες που:

- διεκδικούν ένα σχετικά μικρό μερίδιο της αγοράς στην οποία δραστηριοποιούνται.
- διοικούνται κατά κύριο λόγο από ιδιοκτήτες που συνδέονται προσωπικά με την επιχείρησή τους.

- λειτουργούν ανεξάρτητα χωρίς να αποτελούν μέρος μιας μεγαλύτερης επιχείρησης.

1.2 Ορισμός των ΜΜΕ και Ευρωπαϊκή Κοινότητα

Η Ευρωπαϊκή Κοινότητα δεν έχει, σε γενικές γραμμές, καθιερώσει τυποποιημένους ορισμούς για «μικρές» ή «μεσαίες» επιχειρήσεις και οι Κοινοτικοί αρμόδιοι δεν το θεωρούν απαραίτητο. Αντίθετα η ΕΚ χρησιμοποιεί ένα ευρύ φάσμα ορισμών στα διάφορα Κοινοτικά μέτρα στήριξης που αφορούν τις ΜΜΕ. Τα κράτη μέλη χρησιμοποιούν επίσης μια ποικιλία ορισμών ανάλογα με την χώρα και τον οργανισμό στον οποίο αναφέρονται.

Μεταξύ των κριτηρίων που εφαρμόζονται από τα κράτη-μέλη και την Επιτροπή περιλαμβάνονται τα παρακάτω:

- Ο αριθμός των απασχολούμενων. Το κριτήριο αυτό έχει το πλεονέκτημα ότι επαληθεύεται με ευκολία, δεν παρέχει όμως καμιά ένδειξη προς το παρόν ως προς τη φύση των δραστηριοτήτων της επιχείρησης (ένταση εργασίας έναντι έντασης κεφαλαίου).
- Ο ετήσιος κύκλος εργασιών. Το κριτήριο αυτό δεν αντικατοπτρίζει πάντοτε το επίπεδο μιας επιχείρησης ή ενός κλάδου.
- Το σύνολο του ισολογισμού. Το κριτήριο αυτό απεικονίζει το ενεργητικό της εταιρίας.

- Πάγια στοιχεία εταιρίας. Με το κριτήριο αυτό καλύπτονται τα υλικά περιουσιακά στοιχεία του ενεργητικού της επιχείρησης.
- Προστιθέμενη Αξία. Το συγκεκριμένο κριτήριο καλύπτει, σε γενικές γραμμές, τη διαφορά «πωλήσεις μείον αγορές».

Η συνήθης προσέγγιση είναι να συνδυάζονται διάφορα κριτήρια, έτσι ώστε να καλύπτονται όσο το δυνατόν περισσότερες πλευρές της επιχείρησης. Κατά κανόνα, η Κοινότητα θεωρεί μια επιχείρηση ΜΜΕ αν έχει:

- εργατικό δυναμικό που δεν υπερβαίνει τα 500 άτομα.
- καθαρά πάγια στοιχεία αξίας μικρότερης των 75 εκατομμυρίων ECU.
- ποσοστό μικρότερο από το ένα τρίτο του κεφαλαίου της υπό τον έλεγχο άλλης μεγαλύτερης επιχείρησης.

Ορισμένες φορές ανάλογα με την συγκεκριμένη πολιτική, εφαρμόζονται χαμηλότερα από τα προαναφερθέντα όρια.

Από στατιστικής πλευράς, η Κοινότητα διαφοροποιεί όλο και περισσότερο τις πολύ μικρές, τις μικρομεσαίες και τις μεγάλες επιχειρήσεις διαχωρίζοντας αυτές ανάλογα με αριθμό των εργαζόμενων.

Αριθμός εργαζομένων	πολύ μικρές	μικρές	μεσαίες
	1 -9	10 - 99	100 - 499

Με βάση τον παραπάνω πίνακα πολύ μικρές επιχειρήσεις είναι αυτές με λιγότερους από 10 εργαζόμενους. Το 52% των εταιριών αυτής της κατηγορίας είναι αυτοαπασχολούμενοι, χωρίς άλλο προσωπικό. Οι μικρές επιχειρήσεις απασχολούν περισσότερους από 10 και λιγότερους από 100 εργαζόμενους, ενώ οι μεσαίες από 100 έως 499 εργαζόμενους. Μεγάλη επιχείρηση είναι αυτή που απασχολεί πάνω από 500 άτομα.

Η Κοινοτική αναγνώριση της σπουδαιότητας των μικρών επιχειρήσεων επιτρέπει την απόδοση ιδιαίτερης προσοχής στις μικρομεσαίες μεταποιητικές βιοτεχνίες. Οι επιχειρήσεις αυτές εντάσσονται στις πολύ μικρές, αλλά και πάλι ο ορισμός της μεταποιητικής βιοτεχνίας ποικίλλει σημαντικά από χώρα σε χώρα. Οι προσπάθειες που έγιναν σε κοινοτικό επίπεδο για να καθιερωθεί ένας ορισμός του συγκεκριμένου κλάδου και να συλλεχθούν στατιστικά στοιχεία δεν είχαν μέχρι στιγμής ιδιαίτερη επιτυχία, εξαιτίας τόσο του πλήθους των διαφορετικών κατηγοριών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε αυτόν τον τομέα της οικονομίας, όσο και του μεγάλου αριθμού και της ποικιλίας των επαγγελμάτων που υπάγονται στην κατηγορία αυτή.

1.3 Ο ρόλος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην οικονομία

Ο ρόλος των ΜΜΕ στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και στην αύξηση της ευελιξίας του εργατικού δυναμικού είναι πολύ σημαντικός, ιδιαίτερα σε περιόδους κατά τις οποίες οι μεγάλες επιχειρήσεις υποχρεώνονται σε περικοπές προσωπικού. Οι ΜΜΕ καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο μερίδιο απασχόλησης στον μη-πρωτογενή τομέα και στις κατηγορίες των υπηρεσιών διανομής και εμπορίου, των ξενοδοχείων και

εστιατορίων καθώς και των επισκευών και κατασκευών. Κυριαρχούν, επίσης, σε διάφορες κατηγορίες του τομέα παροχής υπηρεσιών, όπως οι τραπεζικές και οι ασφαλιστικές, οι υπηρεσίες ενοικιάσεων κ.λ.π. Από την άλλη πλευρά οι μεγάλες επιχειρήσεις επικρατούν στους κλάδους των ενδιάμεσων αγαθών, των επενδυτικών αγαθών και των συγκοινωνιών – μεταφορών.

Όπως παρατηρούμε στον πίνακα 1.1 η Ελλάδα παρουσιάζει τον μεγαλύτερο αριθμός επιχειρήσεων ανά 1000 κατοίκους γεγονός που αποδεικνύει την στενή σχέση που υπάρχει ανάμεσα στην ύπαρξη μικρομεσαίων επιχειρήσεων και οικονομικής ανάπτυξης

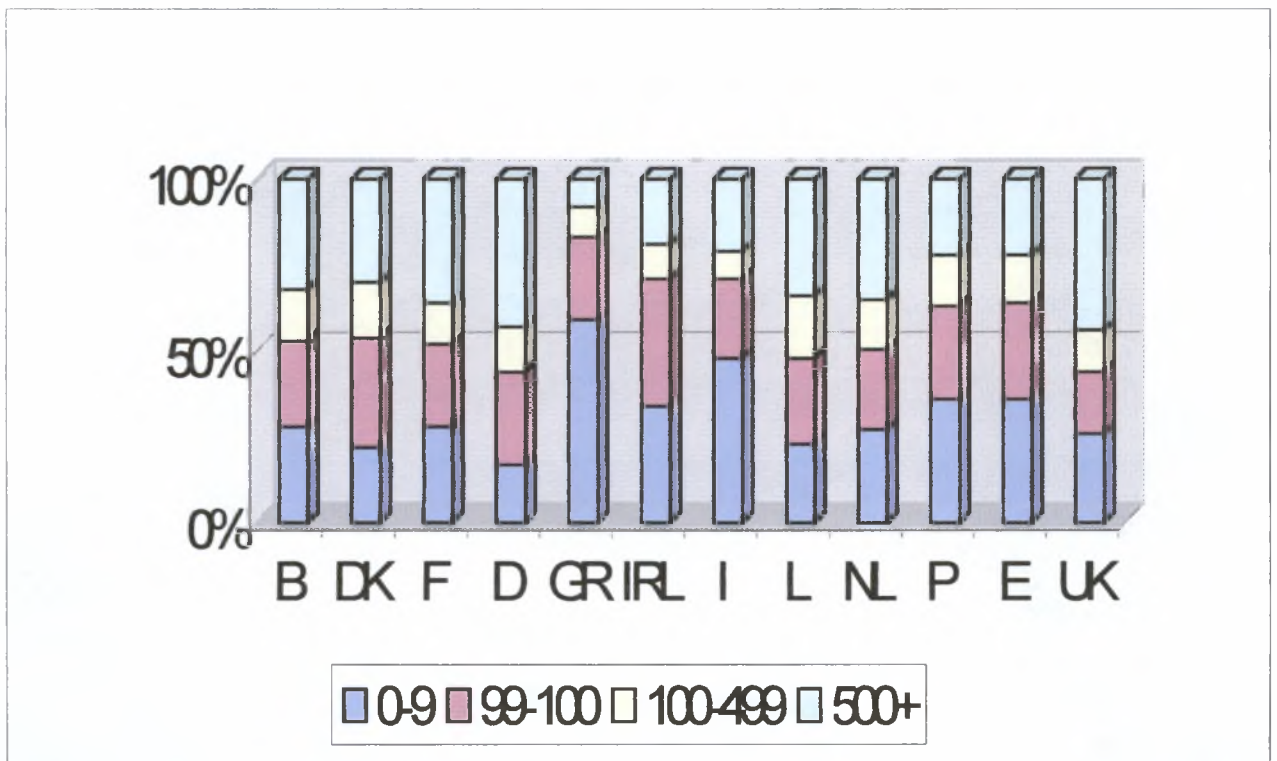
Πίνακας 1.1
Επιχειρήσεις ανα κράτος μέλος ,1988

Χώρα	Αριθμός επιχειρήσεων	Αριθμός επιχειρήσεων ανά 1000 κατοίκους	Μέγεθος των επιχειρήσεων κατά μέσο όρο	Μερίδιο απασχόλησης 0-9 (%)	Μερίδιο απασχόλησης 0-499(%)
Βέλγιο	530	53	5	28	69
Δανία	180	35	9	22	76
Γαλλία	2040	36	7	28	67
Γερμανία	2160	35	9	17	62
Ελλάδα	670	67	3	59	91
Ιρλανδία	130	36	6	34	83
Ιταλία	3170	55	4	48	81
Λουξεμβούργο	20	43	9	23	74
Κάτω χώρες	420	28	10	28	72
Πορτογαλία	640	62	4	36	80
Ισπανία	2020	52	4	36	83
Η.Βασίλειο	2630	46	8	26	65
Σύνολο	14600	45	6	30	70

Πηγή: ENSR(1993)

Διάγραμμα 1.1

Ποσοστιαία μεταβολή της απασχόλησης σε σχέση με το μέγεθος της επιχείρησης ανα χώρα 1988



Επιπρόσθετα το γράφημα 1.1 παρουσιάζει το ποσοστό κατανομής του εργατικού δυναμικού με βάση το μέγεθος των επιχειρήσεων για το έτος 1988. Το συγκεκριμένο ποσοστό γίνεται και πάλι εμφανές στις δύο τελευταίες στήλες του αρχικού πίνακα 1.1. Πιο πρόσφατα στατιστικά στοιχεία αναφορικά με τον αριθμό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα δίνονται στον ακόλουθο πίνακα,

Πίνακας 1.2

Σύνολο επιχειρήσεων Ελλάδας και αριθμός ΜΜΕ				
Ετος απογραφής	Πηγή	Αρ.επιχειρήσεων	Αριθμός ΜΜΕ	Ποσοστό
1988	ΕΣΥΕ	509722	507072	99,5
1996	EUROSTAT	733200	731000	99,6
1997	Υπ.Οικονομικών ΚΕΠΥΟ	793790	780281	98,2
1998	Υπ.Οικονομικών ΚΕΠΥΟ	755702	708142	93,7

Γενικά μπορούμε να αναφέρουμε ότι μετά το 1988 υπήρξε μια σημαντική αύξηση του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων που όπως είναι κατανοητό διαφέρει από χώρα σε χώρα. Επιπλέον οι δείκτες επιβίωσης και θνησιμότητας των εταιριών διαφοροποιούνται σημαντικά μεταξύ των χωρών. Ως κύρια αιτία για την αποτυχία νέων επιχειρήσεων θεωρούνται: η έλλειψη διοικητικών ικανοτήτων, η έλλειψη κατάρτισης και τεχνικής επάρκειας, η έλλειψη γνώσεων marketing και χρηματοοικονομικά προβλήματα.

1.4 Παράγοντες που οδηγούν στην επικράτηση των ΜΜΕ

Ένα σημαντικό χαρακτηριστικό των νεοσύστατων επιχειρήσεων είναι ο μεγάλος κίνδυνος χρεοκοπίας που αντιμετωπίζουν. Αυτό οφείλεται τόσο στον ανταγωνισμό όσο και στη δυσχέρεια διείσδυσης και ανάπτυξης σε νέες αγορές. Ένα σημαντικό ερώτημα που τίθεται στην συγκεκριμένη ανάλυση είναι το ποιοι παράγοντες εξωθούν την επικράτηση των ΜΜΕ ή διαφορετικά για πιο λόγο υπάρχουν κλάδοι στους οποίους η τάξη μέγεθος των επιχειρήσεων παραμένει μικρή. Για να αναλύσουμε το ζήτημα αυτό θα

πρέπει πρώτα να εξετάσουμε ορισμένα χαρακτηριστικά των ΜΜΕ πάντοτε σε σχέση με τις μεγάλες επιχειρήσεις.

Ένα πρώτο χαρακτηριστικό είναι η επιχειρηματική ανάπτυξη και δομή της οικονομίας. Η ταυτόχρονη παρουσία και ανάπτυξη και δομή της οικονομίας. Η ταυτόχρονη παρουσία και ανάπτυξη επιχειρήσεων με διαφορετικό μέγεθος στον ίδιο κλάδο έχει απασχολήσει ιδιαίτερα τους οικονομολόγους. Μια προσπάθεια εξήγησης αυτού του φαινομένου στηρίζεται στην υπόθεση της ύπαρξης επιχειρηματιών με διαφορετικές ικανότητες. Σύμφωνα με την άποψη αυτή οι πιο «ταλαντούχοι» επιχειρηματίες επιτυγχάνουν να αναπτύξουν την επιχείρησή τους σε σχέση με άλλους λιγότερο ταλαντούχους οι οποίοι παραμένουν στάσιμοι. Βέβαια πρέπει να τονίσουμε ότι η θεώρηση αυτή είναι καθαρά υποκειμενική και παραβλέπει άλλους παράγοντες όπως η δημιουργία νέων ιδεών, η παρουσία και εκμετάλλευση ευκαιριών, η διάρθρωση της αγοράς και η επιχειρησιακή στρατηγική.

Μια άλλη προσέγγιση στηρίζεται στην άποψη ότι υπάρχουν διάφορες αγορές ή τμήματα αγορών τα οποία δεν ενθαρρύνουν τη δραστηριότητα μεγάλων επιχειρήσεων. Τέτοιου τύπου αγορές μπορεί να έχουν σχέση με αγαθά πολυτελείας, τοπικά ήθη, γεωγραφική παρουσία ή γενικά αγορές με μικρή ζήτηση. Ο πολλαπλασιασμός τέτοιων αγορών μπορεί να εξηγηθεί από την αύξηση του μέσου εισοδήματος που εξωθεί σε καταναλωτικά πρότυπα με μεγαλύτερη ποικιλία και ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Αυτή η τοποθέτηση αν και εύστοχη δεν επαρκεί για να εξηγήσει, τη μεγάλη αύξηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Για αυτό το λόγο εξετάζονται οι οικονομίες κλίμακας.

Η παρουσία μικρών οικονομιών κλίμακας μπορεί να εξηγήσει την έντονη παρουσία των ΜΜΕ. Διαφορετικά η ικανότητα αύξησης της

παραγωγής (μέσω αύξησης του μεγέθους της επιχείρησης) δεν έχει ιδιαίτερη επίδραση στη μείωση του μέσου κόστους. Το κόστος προσαρμογής για την παραγωγή νέου προϊόντος σε μια μικρή επιχείρηση, εμφανίζεται να είναι μικρότερο από ότι σε μια μεγαλύτερη. Οι πολυπλοκότερες δομές μιας μεγάλης επιχείρησης καθώς και το μέγεθος της, συντελούν στο αποτέλεσμα αυτό. Από την άλλη μεριά, έχει υποστηριχθεί ότι οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να περιορίσουν την ύπαρξη οικονομιών κλίμακας μέσω της συνεργασίας μεταξύ τους. Όπως υποστήριξε ο Marsall οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να αναπτυχθούν γρηγορότερα αν αναλάβουν από κοινού δραστηριότητες (π.χ. μεταφορές, πληροφόρηση) και να μειώνουν σημαντικά το κόστος που τους αναλογεί.

Γενικά μια γρήγορα εξελισσόμενη οικονομία περιορίζει σημαντικά την επίδραση των οικονομιών κλίμακας. Σε ένα τέτοιο οικονομικό περιβάλλον η προσαρμογή μιας επιχείρησης στις νέες συνθήκες είναι αρνητική συνάρτηση του μεγέθους.

Τέλος οι ΜΜΕ εμφανίζονται να είναι πιο ευμετάβλητες. Η έννοια της μεταβλητότητας αφορά την εναρμόνιση μιας επιχείρησης με τις νέες παραγωγικές και διαχειριστικές τεχνολογίες που της επιτρέπουν μια αποτελεσματικότερη χρήση των παραγωγικών συντελεστών. Μια τέτοια διαδικασία είναι φανερό πως απαιτεί χρόνο και κόστος ευκαιρίας. Η ευμεταβλητότητα των ΜΜΕ οφείλεται στην κεντρικά κατευθυνόμενη διοίκηση και τη χρήση ειδικευμένων παραγωγικών συντελεστών, πράγμα που περιορίζει τον χρόνο και το κόστος μεταλλαγής. Με αυτόν τον τρόπο το μικρό μέγεθος μιας επιχείρησης, παίρνει τη μορφή του συγκριτικού πλεονεκτήματος. Το γεγονός αυτό έχει κατανοηθεί από τις μεγάλες επιχειρήσεις και αποτελεί ένα κίνητρο για τη συνεργασία με τις ΜΜΕ.

Για ποιο λόγο ωστόσο παρατηρείται η συνύπαρξη επιχειρήσεων διαφορετικού μεγέθους; Η απάντηση σε αυτό το ερώτημα είναι πολύ σημαντική γιατί θα μας βοηθήσει να κατανοήσουμε ευκολότερα το επιχειρησιακό περιβάλλον που διαμορφώνεται κάτω από διαφορετικές συνθήκες και επηρεάζει την οργάνωση και λειτουργία των ΜΜΕ. Για την εξήγηση αυτού του φαινομένου έχουν διατυπωθεί διάφορες οικονομικές απόψεις.

Αρχικά πρέπει να επισημάνουμε ότι αν όλες οι επιχειρήσεις είχαν την ίδια πρόσβαση στην νέα τεχνολογία και υπήρχαν φθίνουσες οικονομίες κλίμακας, τότε όλες οι επιχειρήσεις θα είχαν το ίδιο μέγεθος παραγωγής. Αυτό θα ορίζονταν από το κατώτατο σημείο της μακροχρόνιας καμπύλης κόστους. Ο αριθμός των επιχειρήσεων θα καθοριζόταν ανάλογα με τη σχέση μεταξύ προσφοράς και ζήτησης.

Για την εξήγηση της διαφοροποίησης στα μεγέθη των επιχειρήσεων έχει ειπωθεί η άποψη ότι αυτό οφείλεται στη μεγάλη σημασία που παίζουν δύο παράγοντες: η επιχειρηματικότητα και η πρόσβαση σε φυσικούς παραγωγικούς συντελεστές. Με βάση αυτή την άποψη, οι επιχειρηματίες που είναι είτε ιδιαίτερα προικισμένοι είτε έχουν αμεσότητα στη χρήση πρώτων υλών, μπορούν να αναπτυχθούν γρηγορότερα και να επιτύχουν μεγαλύτερα οικονομικά αποτελέσματα.

Μια άλλη εξήγηση της ύπαρξης επιχειρήσεων με διάφορα μεγέθη ανατρέπει στην προαναφερθείσα έννοια της μεταβλητότητας και της υιοθέτησης νέας τεχνολογίας. Οι μεγάλες επιχειρήσεις μπορούν και παράγουν με χαμηλότερο οριακό κόστος. Από την άλλη πλευρά το οριακό κόστος μεταβολής της παραγωγικής διαδικασίας είναι μικρότερο για τις μικρές επιχειρήσεις. Έτσι σε κλάδους που χαρακτηρίζονται από συχνές αλλαγές στην παραγωγική διαδικασία, οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να

ισοσκελίζουν το μειονέκτημα του υψηλότερου οριακού κόστους. Ο Lucas (1978) προσπαθεί να εξηγήσει το φαινόμενο αυτό στηριζόμενος στο ότι η ανάπτυξη των επιχειρήσεων είναι «σχετικά» ανεξάρτητη του μεγέθους τους. Έδειξε ότι όταν το κόστος προσαρμογής του μεγέθους στις νέες απαιτήσεις είναι μεγάλο, οι επιχειρήσεις προτιμούν να συγκρατούν τη μεγέθυνσή τους κατά πάροδο του χρόνου. Τέλος οι μεγάλες επιχειρήσεις μπορούν να μεταβάλλουν ευκολότερα την παραγωγή τους έτσι ώστε να ικανοποιούν την εκάστοτε ζήτηση

1.5 Μεγάλες επιχειρήσεις και μικρομεσαίες

Οι μικρές και οι μεγάλες επιχειρήσεις συνυπάρχουν και δραστηριοποιούνται σε κοινούς τομείς έχοντας καθεμία συγκεκριμένα χαρακτηριστικά όσον αφορά τομείς όπως, η ανάπτυξη, η εργασία και οι μισθοί, η καινοτομία και τέλος η χρηματοδότηση.

α) Ανάπτυξη των Επιχειρήσεων

Σε έρευνες σχετικά με την αναπτυξιακή πορεία των επιχειρήσεων γενικά, παρατηρήθηκαν τα παρακάτω:

- Από τις εταιρίες με ίδια ηλικία αυτές που αναπτύσσονται γρηγορότερα είναι οι μικρές.
- Από τις εταιρίες με ίδιο μέγεθος αυτές που αναπτύσσονται ταχύτερα είναι οι νεώτερες.

- Το «μέγεθος ανάπτυξης» μιας εταιρίας τείνει να ακολουθεί τις παραπάνω παρατηρήσεις σχετικά με την επίδραση του μεγέθους και της ηλικίας.
- Η πιθανότητα χρεοκοπίας είναι αρνητική συνάρτηση του μεγέθους (με την ηλικία σταθερή) και της ηλικίας (για το ίδιο μέγεθος μιας εταιρίας).

Υπάρχουν απόψεις που εξηγούν τα παραπάνω εμπειρικά δεδομένα στηριζόμενες στη διαδικασία εκμάθησης και του ρόλου της τεχνολογίας. Αυτοί οι δύο παράγοντες μπορούν να δικαιολογήσουν τον τρόπο ανάπτυξης μιας επιχείρησης. Η κριτική σχετικά με αυτή τη θεώρηση επισημαίνει ότι η διασπορά μεγέθους των επιχειρήσεων παραμένει στοχαστική και ότι το μοντέλο αυτό δεν αποκλείει τις μόνιμες επιδράσεις στη μελλοντική αναπτυξιακή πορεία μιας επιχείρησης που έχει το παρόν μέγεθος της

β) Εργασία και Μισθοί

Είναι αποδεδειγμένο ότι το ύψος των αμοιβών που λαμβάνουν οι εργαζόμενοι σε μικρές επιχειρήσεις διαφέρει και μάλιστα είναι μικρότερο από εκείνες που λαμβάνουν οι εργαζόμενοι σε μεγαλύτερες εταιρίες. Αυτό το φαινόμενο είναι ανεξάρτητο από τη θέση εργασίας, το μορφωτικό επίπεδο του εργαζόμενου και τη δραστηριότητα των συνδικαλιστικών οργανώσεων. Έτσι έχουμε μια διάσταση ανάμεσα στη προσφορά εργασίας και στις αμοιβές. Με άλλα λόγια αυτό σημαίνει ότι οι εργαζόμενοι σε μεγάλες επιχειρήσεις δεν είναι υποχρεωτικά «καλύτεροι» από εκείνους που απασχολούνται σε ΜΜΕ. Η επισήμανση αυτή ενισχύει την θεωρία των

«αποτελεσματικών αμοιβών» όπου ο μισθός δεν είναι πάντοτε συνάρτηση της παραγωγικότητας.

γ) Καινοτομία

Πολλοί θεωρούν ότι οι μεγάλες επιχειρηματικές μονάδες είναι περισσότερο καινοτόμες από ότι οι μικρές. Ωστόσο είχε υποστηριχθεί ότι οι μικρές επιχειρήσεις καινοτομούν περισσότερο από ότι οι μεγάλες κάτω από τις ακόλουθες συνθήκες:

- Δραστηριοποιούνται σε κλάδους που απαιτούν εργασία με σχετικά υψηλό επίπεδο εξειδίκευσης.
- Ο κλάδος χαρακτηρίζεται από υψηλούς καινοτομικούς ρυθμούς – καινοτόμος κλάδος.
- Γενικά η καινοτόμος διαδικασία των ΜΜΕ είναι θετική συνάρτηση της μικρής συγκέντρωσης των επιχειρήσεων, της χαμηλής έντασης κεφαλαίου και της ύπαρξης προϊόντων με καθορισμένες προδιαγραφές.

δ) Χρηματοδότηση

Τα εμπειρικά δεδομένα παρουσιάζουν ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις έχουν αμεσότερη προσπέλαση στην εξεύρεση κεφαλαίων. Αυτό σημαίνει ότι οι μικρότερες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν σημαντικά προβλήματα ρευστότητας, πράγμα που τις εξωθεί στις πρακτικές της εσωτερικής και τραπεζικής χρηματοδότησης (χορήγηση τραπεζικών δανείων με σχετικά υψηλό κόστος). Επομένως οι μικρές επιχειρήσεις έχουν μεγάλη δυσκολία στην ανάπτυξη επενδυτικών προγραμμάτων μεγάλης εμβέλειας. Σε αυτό το

σημείο αξίζει να αναφερθεί ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα άντλησης πόρων από τα χρηματιστήρια, που όπως είναι γνωστό αποτελεί ένα ελεγχόμενο και σχετικά φθινό τρόπο χρηματοδότησης. Σχετικά με τη δραστηριότητα των ΜΜΕ και την πορεία τους στα χρηματιστήρια-χρηματαγορές, έχει παρατηρηθεί τα ακόλουθα παράδοξα. Συχνά η αποτίμηση των μετοχών των ΜΜΕ είναι υπερτιμημένη και παρατηρείται μια εποχιακή διακύμανση. Το φαινόμενο αυτό εξηγείται κυρίως ως αποτέλεσμα των κυκλικών διακυμάνσεων.

Εκτός όμως από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των ΜΜΕ και των μεγάλων επιχειρήσεων που αναφέρθηκαν παραπάνω, καλούμαστε να εξετάσουμε τον ρόλο που παίζουν αυτές στον τρόπο οργάνωσης και λειτουργίας του οικονομικού συστήματος και συγκεκριμένα το αν η παρουσία των ΜΜΕ συμβάλλει στην αποτελεσματικότερη λειτουργία μιας οικονομίας.

Με βάση τα εμπειρικά δεδομένα οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι μια οικονομία που στηρίζεται στις ΜΜΕ μπορεί και προσαρμόζεται ευκολότερα στις διακυμάνσεις του ευρύτερου οικονομικού περιβάλλοντος. Επιπλέον οι ΜΜΕ μπορούν να κατανοούν εγκαίρως τις κοινωνικές και οικονομικές επιπτώσεις των αλλαγών αυτών. Από την άλλη πλευρά, η ολιγοπωλιακή οργάνωση της αγοράς είτε λόγω του κεντρικού ελέγχου των παραγωγικών δυνάμεων παρουσιάζει μια έντονη δυσκαμψία προσαρμογής.

Το τι τείνει να επικρατήσει στην πραγματικότητα αποτελεί αποτέλεσμα της αλληλεπίδρασης όλων των παραγόντων στους οποίους αναφερθήκαμε προηγουμένως. Σε κάθε περίπτωση ωστόσο θα μπορούσαμε να αναφέρουμε ότι η γέννηση και βιωσιμότητα μιας ΜΜΕ εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τις επιχειρηματικές ικανότητες του ιδρυτή (επιχειρηματικότητα). Επιπρόσθετα η εξέλιξη μιας ΜΜΕ εξαρτάται από

την αποκέντρωση του συστήματος, τη δημιουργία τοπικών και ευρύτερων δικτύων συνεργασίας και όλων εκείνων των παραγόντων που συνιστούν μια δημιουργική συνεργεία.

1.6 Μικρομεσαίες επιχειρήσεις και απασχόληση

Σχετικά με το αν πράγματι η παρουσία των ΜΜΕ δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας θα πρέπει να λάβουμε υπόψη ορισμένα σημεία. Όπως επισημάνθηκε προηγουμένως η πιθανότητα χρεοκοπίας των νεοσύστατων μικρών επιχειρήσεων είναι αρκετά μεγάλη. Αυτό σημαίνει ότι μεγάλη είναι και η πιθανότητα αύξησης του αριθμού των ανέργων. Άρα είναι πράγματι κοινωνικά ωφέλιμο το να προωθούμε τη δημιουργία μικρών επιχειρήσεων αντί μεγάλων; Σε αυτό το σημείο πρέπει να τονίσουμε ότι ο κίνδυνος χρεοκοπίας είναι μεγάλος και για μια μεγάλη επιχείρηση. Από την άλλη μεριά όσο εύκολο είναι να βγουν οι μικρές επιχειρήσεις από ένα κλάδο τόσο εύκολο είναι να δημιουργηθούν καινούργιες. Αυτό σημαίνει δηλαδή ότι οι ΜΜΕ διατηρούν διαχρονικά ένα εξαιρετικά μεγάλο μερίδιο στις αγορές προϊόντος και εργασίας.

Σε εμπειρικές μελέτες έχει διαπιστωθεί ότι οι μικρές επιχειρήσεις αναπτύσσονται πολύ γρήγορα ενώ οι μεγάλες επιχειρήσεις συρρικνώνονται όταν διαπιστωθεί, ότι είναι υπέρμετρα μεγάλες. Έτσι είναι δυνατό να παρουσιάζεται μια συντριπτική παρουσία των ΜΜΕ στην αγορά εργασίας χωρίς όμως να διασφαλίζεται για τους εργαζόμενους ο κίνδυνος απώλειας εργασίας.

Επομένως αυτό που προέχει είναι ο σχεδιασμός ενός κατάλληλου προγράμματος ανάπτυξης που να αποσκοπεί στη δημιουργία του κατάλληλου αριθμού ΜΜΕ που να εξασφαλίζει πραγματική

καταπολέμηση της ανεργίας. Όσον αφορά τη χάραξη της μακροοικονομικής πολιτικής θα πρέπει να επισημάνουμε ότι σε περιόδους ύφεσης-κρίσης οι ΜΜΕ είναι αρκετά πιο ευάλωτες. Για το λόγο αυτό σε μια οικονομία που στηρίζεται στις ΜΜΕ οι επιπτώσεις στην ανεργία θα είναι μεγαλύτερες. Επιπλέον μια αντιπληθωριστική μακροοικονομική πολιτική μέσω περιορισμού της προσφοράς χρήματος είναι δυνατό να πλήξει τις ΜΜΕ σε σημαντικό βαθμό. Αυτό συμβαίνει γιατί οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν μεγάλο πρόβλημα ρευστότητας και για τον λόγο αυτό μια περιοριστική πολιτική αυξάνει το κόστος χρηματοδότησης και περιορίζει τη διαθέσιμη προσφορά κεφαλαίων.

2. ΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΜΜΕ

Οι ΜΜΕ λοιπόν παρέχουν περίπου 70 εκατομμύρια θέσεις απασχόλησης στην Ε.Ε. και επίσης αντιπροσωπεύουν ένα αυξανόμενο τμήμα της συνολικής απασχόλησης και του κύκλου εργασιών του ιδιωτικού τομέα. Είτε πρόκειται για ΜΜΕ υψηλής τεχνολογίας που παράγουν προηγμένα προϊόντα εξοπλισμού, είτε για μεταποιητικές ΜΜΕ που χρησιμοποιούν υψηλή τεχνολογία, αυτές οι επιχειρήσεις αποτελούν ένα σημαντικό συντελεστή ανάπτυξης.

Οι ελληνικές επιχειρήσεις παρουσιάζουν ορισμένα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά. Τα κυριότερα είναι: το μέγεθός τους, οι δείκτες γέννησης και θνησιμότητας, την παραγωγικότητα, την έρευνα και ανάπτυξη, τις στρατηγικές marketing και τέλος σύμφωνα με τις σχέσεις τους με την παραοικονομία

2.1 Επιχειρήσεις και παράγοντας «μέγεθος»

Στον παρακάτω πίνακα παρέχονται ορισμένες πληροφορίες σχετικά με το μέγεθος και τη δομή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (non-primary-private enterprise) του 2000 ανά χώρα. Το μέγεθος των επιχειρήσεων – όπως αυτό μετρήθηκε με βάση τον αριθμό των απασχολούμενων ατόμων ανά επιχείρηση – ποικίλει σημαντικά ανάμεσα στις χώρες της Ε.Ε. Το μέγεθος των επιχειρήσεων όπως παρατηρούμε είναι πολύ μικρό στην χώρα μας αλλά και γενικότερα στις χώρες της Μεσογείου (Ιταλία, Πορτογαλία και Ισπανία) και την Ισλανδία ενώ σχεδόν αγγίζει το μέγιστο (το 10) στην Αυστρία, στην Ιρλανδία, στο Λουξεμβούργο και στις Κάτω Χώρες. Αυτές οι διαφορές βέβαια δεν ακολουθούνται από διαφορές στη δομή της βιομηχανίας. Ένας σημαντικός παράγοντας που επηρεάζει στις διαφορές σχετικά με το μέγεθος των επιχειρήσεων είναι το εγχώριο κάθε φορά ΑΕΠ: όσο περισσότερο ευημερεί μια χώρα, τόσο μεγαλύτερο τείνει να είναι το μέσο μέγεθος της επιχείρησης. Κυρίως στην περίπτωση του λιανικού εμπορίου και των υπηρεσιών παροχής υπηρεσιών, ο πληθυσμός ασκεί θετική επίδραση στο μέσο μέγεθος της επιχείρησης. Αυτό συμβαίνει επειδή όσο μεγαλύτερο είναι το μέγεθος μιας αγοράς για τις επιχειρήσεις και όσο μεγαλύτερο είναι το εύρος του πληθυσμού τόσο μεγαλύτερος θα είναι και ο αριθμός των πιθανών καταναλωτών σε αυτή την αγορά.

Πίνακας 2.1

Δομή των Μικρομεσαίων επιχειρήσεων με βάση το μέγεθος ανά χώρα ,2000							
	Επιχειρήσεις επιχ.	Μέγεθος των κατά μέσο όρο	Κυριαρχία	Συσχέτιση με την		Συσχέτιση με την	
				παραγωγικότητα		κερδοφορία	
				MME	ME	MME	ME
Αυστρία	225	10	MME	78	142	-9	10
Βέλγιο	545	6	micro	94	114	16	-28
Δανία	180	9	MME	85	132	-18	25
Φιλανδία	210	6	ME	75	136	-19	15
Γαλλία	2490	7	micro	68	164	-17	15
Γερμανία	3550	8	ME	101	99	-4	5
Ελλάδα	800	2	micro	96	129	-1	3
Ιρλανδία	95	10	MME	47	220	2	-1
Ιταλία	4125	3	micro	89	146	-1	2
Λουξεμβούργο	20	10	MME	103	93	2	-5
Κάτω χώρες	555	10	MME	90	117	1	-1
Πορτογαλία	685	5	MME	85	157	0	0
Ισπανία	2700	5	micro	70	218	-6	7
Σουηδία	270	8	ME	84	126	-5	5
Η.Βασίλειο	3490	6	ME	69	138	-11	7
Ε.Κ.	19930	6	micro	78	143	-11	12
Ισλανδία	25	4	ME	23	186	-54	8
Λιχτεσταιν	3	6	micro	89	133	0	0
Νορβηγία	175	6	MME	73	164	-12	13
Ελβετία	320	8	MME	72	157	-10	9
Μη Ευρ.κράτη	525	7	MME	68	166	-14	12
Ευρώπη -19	20455	6	micro	78	144	-11	12

πηγή: εκτιμημένο από την EIM Business & policy ,βασισμένο στο στη βάση της Eurostat.
Επίσης βασισμένο στο European economy.Επιπλέον βασισμένο στο OECD του Ιουνίου 2001
και από το Economic Outlook, No 65, Ιούνιος 2001

Όπως μπορούμε να δούμε από τον πίνακα και η παραγωγικότητα της εργασίας και η κερδοφορία τείνουν να είναι πολύ μικρές στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Αυτό επιβεβαιώνεται και από τις πληροφορίες στο επίπεδο της χώρας. Μόνο στη Γερμανία και στο Λουξεμβούργο η παραγωγικότητα της εργασίας είναι (ελαφρά) πάνω από το μέσο όρο. Οι ελληνικές επιχειρήσεις όπως παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα έχουν το χαμηλότερο μέσο όρο ανάλογα με το μέγεθος των επιχειρήσεων στις χώρες της Ε.Ε. Το 2000 οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις απασχολούσαν

κατά μέσο όρο 2 εργαζόμενους ενώ η Πορτογαλία απασχολούσε 5 εργαζόμενους ενώ αντίθετα η Ιρλανδία αγγίζει όπως αναφέρθηκε το τέλειο. Η αύξηση αυτή επιβεβαιώνει την κυριαρχία των ΜΜΕ που αποτελεί μια σημαντική αλλαγή τα τελευταία χρόνια.

Το μικρό μέγεθος που κατέχουν οι ελληνικές ΜΜΕ μπορεί να εξηγηθεί από διάφορους παράγοντες. Ενδεικτικά θα μπορούσαν να αναφερθούν η αδύνατη ή περιορισμένη επαφή τους με τις διεθνείς αγορές, το μικρό εύρος του πληθυσμού και το μικρό μέγεθος της χώρας.

Γενικότερα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής ένωσης παρουσιάζουν ορισμένα αδύνατα σημεία τα οποία είναι: (α) η δυσκολία να αντεπεξέλθουν στο πολύπλοκο διοικητικό και νομοθετικό περιβάλλον, το οποίο έχει δημιουργήσει αφενός η ολοκλήρωση της ενιαίας αγοράς και αφετέρου η διεθνοποίηση της παραγωγής, (β) η έλλειψη εκπαίδευσης πολλών επιχειρηματιών στη διαχείριση των επιχειρήσεων (management) ή και μη ανάθεση αυτής της διαχείρισης σε ειδικά εκπαιδευμένους συνεργάτες, (γ) οι δυσκολίες χρηματοδότησης μέσω των που τίθενται στη διάθεση των επιχειρηματιών. Είναι ασφαλώς πιο δύσκολο και πιο δαπανηρό για τις ΜΜΕ παρά για τις μεγάλες επιχειρήσεις να έχουν πρόσβαση στο διεθνές κεφάλαιο για την τεχνολογία, να διαθέτουν τις πιο προηγμένες τεχνικές διαχείρισης και επαγγελματικές υπηρεσίες και να έχουν καλή πρόσβαση στην παγκόσμια οικονομία και ακόμη και στην εσωτερική αγορά της Ε.Ε.

Από την άλλη μεριά όσον αφορά τις ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις παρουσιάζουν προβλήματα που σχετίζονται κυρίως με την χρηματοδότηση των επενδύσεών τους . Αυτά τα προβλήματα οφείλονται κατά κύριο λόγο στα λειωμένα κεφάλαια, στη μειωμένη πρόσβασή τους σε δάνεια κυρίως σε μακροχρόνια, και στον επιχειρηματικό κίνδυνο που

προκύπτει από τα προβλήματα ρευστότητας εξαιτίας των καθυστερημένων πληρωμών. Σε γενικές γραμμές οι μικρές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν ετερογενείς, διαχωρισμένες, και ατελείς αγορές κεφαλαίων. Η ατέλεια προέρχεται από δύο λόγους: (α) από τους χρηματοδοτικούς και κανονιστικούς περιορισμούς εισόδου στις παραδοσιακές επιχειρηματικές αγορές και (β) από διάφορα ζητήματα μεγέθυνσης και οικονομικών χαρακτηριστικών των επιχειρήσεων. Όπως προαναφέρθηκε οι μικρές επιχειρήσεις δεν έχουν συνήθως προσπέλαση στις μακροπρόθεσμες πιστώσεις ενώ τον ρόλο των ίδιων κεφαλαίων πολύ συχνά παίζουν οι αποταμιεύσεις του φιλικού ή συγγενικού περιβάλλοντος του επιχειρηματία. Αντίθετα οι μεγάλες επιχειρήσεις εύκολα υποκαθιστούν στοιχεία χρέους ή ιδίων κεφαλαίων ανάλογα με το ποιο από τα δύο είναι πιο ευνοϊκό για τον επιχειρηματία.

Οι Stiglitz και Weiss (1981) έχουν αναλύσει τον ρόλο της ατελούς πληροφορίας και προσπέλασης στη λειτουργία της αγοράς κεφαλαίου σε σύγκριση με τις παραδοσιακές αγορές. Η κρίσιμη διαφορά βρίσκεται στο ότι η αύξηση της τιμής που θα πρέπει να πληρώσουν οι ενδιαφερόμενοι για να δανειστούν αλλά θ' αλλάξει και τη φύση της καμπύλης ζήτησης. Η μεταβολή της φύσης αναφέρεται στο ότι θα προσελκυστούν επενδυτές οι οποίοι είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν υψηλότερη τιμή κεφαλαίου άρα διαθέτουν επενδυτικά σχέδια τα οποία περιέχουν υψηλότερο βαθμό κινδύνου. Έτσι όμως αυξάνεται ο κίνδυνος για τον χορηγό κεφαλαίων. Κατά συνέπεια εμφανίζονται καταστάσεις επιμερισμού πιστώσεων οι οποίες στο σημείο ισορροπίας δείχνουν τους δανειζόμενους διατεθειμένους να πληρώσουν αυξημένες τιμές αλλά δεν μπορούν να έχουν τις πιστώσεις αυτές διότι δεν τις χορηγεί το τραπεζικό ίδρυμα. Έτσι τελικά σύμφωνα με

τους Stiglitz/Weiss παρουσιάζεται στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις το «χρηματοδοτικό κενό» της επιχειρηματικότητας.

Έτσι το πρόβλημα της χρηματοδότησης επιδεινώνεται τα τελευταία χρόνια. Οι ΜΜΕ στην Ε.Ε. διαθέτουν λιγότερα ίδια κεφάλαια από τις αντίστοιχες αμερικάνικες ή ιαπωνικές και εξαρτώνται πολύ περισσότερο απ' ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις από την άμεση θεσμική χρηματοδότηση (ακάλυπτες τραπεζικές πιστώσεις, βραχυπρόθεσμα και μεσοπρόθεσμα δάνεια) η οποία είναι σχετικά ακριβή. Όσον αφορά το δανεισμό οι μικρές επιχειρήσεις μειονεκτούν έναντι των μεγάλων καθώς όπως αναφέρθηκε ενδιαφέρονται περισσότερο για μεσοπρόθεσμα δάνεια. Αυτό ουσιαστικά φανερώνει και μια αδυναμία των ΜΜΕ να καλύψουν τα μακροχρόνια δάνεια με εμπράγματα εγγυήσεις πιο συγκεκριμένα.

Το χρηματοδοτικό πρόβλημα των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων εντείνεται περισσότερο μέσα στο απελευθερωμένο οικονομικό σύστημα και επιπλέον μέσα σε ένα οικονομικό περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από δημοσιονομική και νομισματική συγκράτηση. Οι πολιτικές της οικονομικής απελευθέρωσης, συνήθως έχουν σημαντική επίδραση στον τρόπο με τον οποίο οι τράπεζες τοποθετούν τις «εσωτερικές πιστώσεις» (domestic credit). Η οικονομική απελευθέρωση χαρακτηρίζεται από έντονους ποσοτικούς και ταμειακούς ελέγχους στην εσωτερική χρηματοδότηση. Η τοποθέτηση των κεφαλαίων γίνεται πολύ πιο ανταγωνιστική. Επιπλέον η έλλειψη αυστηρότητας στην τήρηση των θεσμικών κανόνων και απαγορεύσεων δίνει τη δυνατότητα στις μεγάλες επιχειρήσεις να στραφούν άμεσα στις ξένες αγορές για δανεισμό με συνέπεια να επιβαρύνουν τα στοιχεία του παθητικού τους με ποσά συναλλάγματος. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο αυξάνεται το συγκριτικό μειονέκτημα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Η υιοθέτηση προγραμμάτων δημοσιονομικής αusterότητας από την άλλη μεριά, των οποίων ο κύριος στόχος είναι να μειώσουν το έλλειμμα του δημόσιου τομέα, ίσως οδηγήσει σε χρόνιες μειώσεις των δημόσιων επενδύσεων. Το πιο πιθανό αποτέλεσμα είναι μια μείωση της δημιουργίας ευκαιριών για τις νεοϊδρυθείσες μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Επιπρόσθετα, οι αυξήσεις των φόρων, κυρίως με την μορφή της κοινωνικής ασφάλισης που παρέχεται από τον εργοδότη, ασκούν επίσης αρνητική επίδραση στην δημιουργία των μικρών επιχειρήσεων. Οι νομισματικοί περιορισμοί και η παραμονή σε υψηλούς δείκτες ενδιαφέροντος στην Ελλάδα υπήρξε τεράστιο πρόβλημα για τις ΜΜΕ. Το υψηλό κόστος χρηματοδότησης δυσκολεύει ακόμη περισσότερο την πρόσβαση των ΜΜΕ στη δανειοδότηση. Κάτι που ενισχύεται και από το γεγονός ότι στην Ελλάδα η σχέση των ατόμων με τη δανειοδότηση δεν είναι ιδιαίτερα στενή.

2.2 Γέννηση και θνησιμότητα των ΜΜΕ

Σε Ευρωπαϊκό επίπεδο οι λίγες έρευνες που είναι διαθέσιμες υπογραμμίζουν ότι οι επιχειρήσεις δεν σταματούν την λειτουργία τους αποκλειστικά για οικονομικούς λόγους. Στη περίπτωση της ατομικής ιδιοκτησίας ένα μεγάλο μέρος των επιχειρήσεων παύουν να λειτουργούν χάρη στην απόφαση του ιδιοκτήτη να απασχοληθεί με διαφορετικού είδους εργασία. Η παύση της λειτουργίας αυτών των επιχειρήσεων συνήθως συνοδεύεται και από μεγάλες χρηματικές απώλειες λόγω της κακής επιχειρηματικής πολιτικής του επιχειρηματία. Το ανταγωνιστικό περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργούν, είναι επίσης άμεσα συσχετισμένο με την επιβίωση των νέων επιχειρήσεων. Χαρακτηριστικό είναι ότι οι δείκτες επιβίωσης αυξάνονται μαζί με το μέγεθος της επιχείρησης και όσο

μεγαλύτερη είναι η χώρα στην οποία είναι εγκατεστημένη τόσο βιωσιμότερη είναι η επιχείρηση. Υπάρχει μια γενική συμφωνία στη λογοτεχνία (Storney¹, Jovanovic²) ότι το επάγγελμα που παρέχει τη δυνατότητα δημιουργίας νέων επιχειρήσεων είναι πιο φανερό κατά τη διάρκεια του αρχικού σταδίου. Οι επιχειρήσεις συνήθως παρατηρείται να έχουν υψηλούς δείκτες ανάπτυξης στα πρώτα τρία χρόνια της ύπαρξής τους. Η μικρή αγορά στην οποία εισάγονται απαιτεί την ανάπτυξή τους προκειμένου να αποκτήσουν το ελάχιστο αποδοτικό μέγεθος, το οποίο τους παρέχει την κερδοφόρο παραγωγή. Εντούτοις, κάποιοι κεφαλαιούχοι διατηρούν το μικρό μέγεθος της επιχείρησης τους επειδή ένας μεγάλος αριθμός απασχολούμενων ατόμων θεωρείται ότι αυξάνει τα διοικητικά κόστη. Ακόμη ένα από τα μεγαλύτερα εμπόδια της ανάπτυξης φαίνεται να είναι η πρόσληψη του πρώτου εργαζόμενου³: με σκοπό να καλύψει η επιχείρηση τα κόστη απασχόλησης του πρώτου εργατή ίσως πρέπει να διπλασιάσει το τζίρο της.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι δείκτες γέννησης και θνησιμότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Ο πίνακας αναφέρεται στην περίοδο του 1995-2000. Μεγάλοι δείκτες γέννησης και θνησιμότητας των επιχειρήσεων εκφράζονται σαν ετήσιος μέσος όρος για την περίοδο. Οι διαφορές μεταξύ των δύο αυτών δεικτών απευθύνεται στο καθαρό δείκτη γέννησης ο οποίος δείχνει την ανάπτυξη στον αριθμό των επιχειρήσεων (αλλά δεν εξηγεί πλήρως την πιθανή αύξηση ή μείωση του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων). Επιπλέον

¹ Storney D.J., Firm Performance and Size: Expanation from the Small Firm Sectors, in Small Business Economics, 1, 1989.

² Jovanovic B., Selection and the Evolution of Industry: p.p. 175-1000 p.649-670, Econometrica Vol. 50, 1982.

³ Βλέπε: Eyropean Commission, Observatory of European SME'S Recruitment of Employees : Administrative Burdens on SME'S in Europe; Report submitted to the Enterprise Directorate General by KPMG Special Services and ENSR ΒΡΥΞΕΛΕΣ 2002.

παρουσιάζεται η αύξηση των δεικτών γέννησης και θνησιμότητας μεταξύ των περιόδων. Οι διαφορές που υπάρχουν μεταξύ των χωρών θα πρέπει να εξηγηθούν

πολύ προσεκτικά καθώς μπορεί να οφείλονται στους διάφορους ορισμούς που δίνονται και όχι αποκλειστικά σε οικονομικούς λόγους. Εννέα χώρες από τις δεκαεπτά για τις οποίες υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία ξεπερνούν το ποσοστό αύξησης γεννήσεων του 10%. Αυτό μαζί με τα συγκριτικά μειωμένα επίπεδα των επιχειρήσεων

που κλείνουν οδηγεί σε ένα θετικό δείκτη σχετικά με τη δημιουργία επιχειρήσεων στην Ευρώπη των 19 και επομένως μια συνολική αύξηση στον αριθμό των επιχειρήσεων την περίοδο 1995-2000.

Η Γερμανία παρουσιάζει το μεγαλύτερο δείκτη δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, με την Ιρλανδία, τη Φινλανδία και την Πορτογαλία να ακολουθούν. Το Βέλγιο και η Ιταλία εντούτοις παρουσιάζουν χαμηλό δείκτη δημιουργίας νέων επιχειρήσεων συγκρινόμενες με άλλες χώρες. Οι αναπτυξιακές τάσεις κατά τη διάρκεια της περιόδου 1995-2000 αποκάλυψε έναν επιχειρηματικό δυναμισμό στις περισσότερες χώρες. Η Ιρλανδία το Η. Βασίλειο και η Ισλανδία παρουσιάζουν μια συνεχή ανάπτυξη του δείκτη γέννησης όπου ένας μεγάλος αριθμός άλλων χωρών όπως η Ελλάδα, η Ιταλία, οι Κάτω Χώρες, η Ισπανία και η Σουηδία παρουσιάζουν αύξηση μόνο μετά από μία μείωση στο ξεκίνημα της περιόδου.

Η οικονομική ανάκαμψη που καταγράφηκε στο τέλος της περιόδου που εξετάζουμε επηρέασε του δείκτες κλεισίματος με διαφορετικούς τρόπους. Στη Γερμανία οδήγησε σε μια μείωση του δείκτη ενώ σε άλλες χώρες όπως και στην Ελλάδα την Πορτογαλία το Η. Βασίλειο και την Ελβετία οδήγησε σε αύξηση του δείκτη.

Γενικότερα, οι υψηλοί δείκτες γέννησης αντανακλούν τον επιχειρηματικό ζήλο, την ευελιξία, την δημιουργία απασχόλησης και ανάπτυξης. Από την άλλη μεριά οι υψηλοί δείκτες κλεισίματος αντανακλούν εσωτερικά και εξωτερικά προβλήματα. Μια σύγκριση μεταξύ των δεικτών στην Ελλάδα μας βοηθά να καταλήξουμε σε ορισμένα αξιοσημείωτα συμπεράσματα. Αρχικά μπορούμε εύκολα να αντιληφθούμε ότι υπάρχει στενή σχέση μεταξύ των δεικτών και επιπλέον αντλούμε πληροφορίες σχετικά με το παγκόσμιο απόθεμα των επιχειρήσεων. Στην Ελλάδα ένα σταθερό μοντέλο (ποσοστό) κλειστών επιχειρήσεων σε σχέση με ένα μεμονωμένο δείκτη γεννήσεων οδηγεί σε μεμονωμένους δείκτες στο παγκόσμιο απόθεμα επιχειρήσεων. Αυτή η τάση θα δημιουργήσει τεράστια εμπόδια στις κατανομές των πόρων από την Ευρωπαϊκή Κοινότητα.

Η ανασύνθεση επομένως των επιχειρήσεων που πραγματοποιείται με την είσοδο και έξοδο (άνοιγμα-κλείσιμο), είναι ένα ποσοτικό στοιχείο (δείκτης) προσαρμοστικότητας και σε συνδυασμό με το μέσο όρο ζωής, δείχνει την ανταπόκριση της οικονομίας στις ανάγκες του εκσυγχρονισμού. Ταυτόχρονα πρέπει να σημειώσουμε ότι ο βαθμός ανασύνθεσης ξεπερνά τις ανάγκες της προσαρμογής και συντελείται με καταστροφικό τρόπο λόγω «βίαιης» μεταβολής των όρων δράσεων των επιχειρήσεων και ταυτόχρονα σημειώνεται μείωση του μέσου χρόνου ζωής των επιχειρήσεων, τότε συντελείται καταστροφή επενδυμένου κεφαλαίου. Παρόμοια φαινόμενα είχαμε στο λιανεμπόριο και ιδίως στον κλάδο των καταστημάτων τροφίμων, στη δεκαετία 1986-1996 λόγω ταχύτατης εξάπλωσης των πολυκαταστημάτων και στις Ο.Ε. και Ε.Ε. ιδίως στα χρόνια 1993-1996 λόγω φορολογικής πίεσης (1 άνοιγμα προς 2,4 κλείσιμο).

Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο για τις ΜΜΕ (6^η ετήσια έκθεση 2000) στην Ε.Ε. – 19 (περιλαμβάνονται και οι χώρες Νορβηγία, Ελβετία, Ισλανδία, Λιχτεστάϊν), οι νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις αποτελούν το 11% των επιχειρήσεων και οι αποχωρούσες το 9% αφήνοντας ένα καθαρό υπόλοιπο 2% κατά έτος. Στην Ελλάδα, σύμφωνα με τα υπάρχοντα στοιχεία (για τα οποία πρέπει να σημειώσουμε ότι υποεκτιμούν τον αριθμό κλεισιμάτων λόγω μη επίσημης ανακοίνωσης τους από τους ενδιαφερόμενους, στα έτη 1996 – 1997 και 1999 (δεν υπάρχουν στοιχεία για το 1998), οι νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις ανέρχονται κατά μέσο, στο 12% των επιχειρήσεων και οι εξερχόμενες στο 7,9%. Έτσι μένει ένα θετικό ποσοστό νέο-εγγεγραμμένων επιχειρήσεων 4,1%. Αυτό σημαίνει ότι οι ελληνικές ΜΜΕ προσαρμόζονται με ταχύτερους ρυθμούς από την Ε.Ε. πράγμα φυσιολογικό αν ληφθεί υπ' όψιν η ανάγκη κάλυψης της στέρησης, όσον αφορά στις νέες ανταγωνιστικές συνθήκες.

Πίνακας 2.2 Είσοδος και έξοδος των επιχειρήσεων στον δευτερογενή ιδιωτικό τομέα την περίοδο 1995-2000 (κατά μέσο όρο το χρόνο), ενδείξεις ανάπτυξης και δείκτες συμφωνία με τους εθνικούς ορισμούς (μη εναρμονισμένες πληροφορίες)

Χώρες	Αριθμός νέων επιχειρήσεων		Δείκτης γεννήσεων% επιχειρήσεις απασχόληση		Πορεία		Δείκτες θνησιμότητας% επιχειρήσεις απασχόληση		Πορεία		Καθαρός δείκτης % επιχειρήσεις απασχόληση	
	Αριθμός νέων επιχειρήσεων	Δείκτης γεννήσεων% επιχειρήσεις απασχόληση	Πορεία	Αριθμός εξόδων επιχειρήσεων	Δείκτης θνησιμότητας% επιχειρήσεις απασχόληση	Πορεία	Αριθμός εξόδων επιχειρήσεων	Δείκτης θνησιμότητας% επιχειρήσεις απασχόληση	Πορεία	Καθαρός δείκτης % επιχειρήσεις απασχόληση		
Αυστρία	20341	7,4	=	13369	4,9	=	13369	4,9	0,4	=	2,5	0,1
Βέλγιο δανία	59700	8,4 6,5	=	56398	8,2	=	56398	8,2	-	-	0,2	
Φιλανδία	24946	12,3	--	21684	10,6	-	21684	10,6	-	-	1,7	
Γαλλία	273084	11,6	-	248250		-	248250					
Γερμανία	443600	15,7	-	352200	12,6	-	352200	12,6			3,1	
Ελλάδα	87423	11		61702	7,8		61702	7,8	=	=	3,2	
Ιρλανδία	21015	14,2	++	11923	8,2	-	11923	8,2	-	-	6	
Ιταλία	352,121	8,1		280364	6,5		280364	6,5	=	=	1,6	
Λουξεμβούργο												
Κάτω χώρες	75351	10,2		40962	5,5		40962	5,5	0,6		4,7	0,7
Πορτογαλία	28744	13,2	4,7	19449	9,1		19449	9,1	3,4		3,8	1,1
Ισπανία	327564	13,3		282035	11,4		282035	11,4	-	-	1,9	
Σουηδία	36238	8,2		9259	2		9259	2	0,9		6,2	1,4
Η.Βασίλειο	175888	10,9	+	166132	10,3	+	166132	10,3			0,6	
Ισλανδία	2534	8,2	+	764	2,6		764	2,6			5,6	
Λιχτεστάιν	351	7,4	=									
Νορβηγία												
Ελβετία	29512	7,5	=	20217	5,1		20217	5,1			2,4	

1. Οι νέες επιχειρήσεις καταμετρήθηκαν από το 1995 ως το 98 και οι έφοδοι από το 96 μέχρι το 98

2.

3. Δεν υπάρχουν πληροφορίες για το 1995 οι δείκτες αρχίζουν από το 1997

4. Δεν υπάρχουν πληροφορίες για το 1999 και 2000

5. Ο αριθμός των νέων επιχειρήσεων υπολογίστηκε μέχρι το 1998. Πληροφορίες υπάρχουν μόνο μέχρι το 1997

6. Οι πληροφορίες παράθηκαν από τη CREDITREFORM database

Σημειολογία των συμβόλων

++ Ισχυρή και συνεχής ανάπτυξη των δεικτών γεννήσεων και θνησιμότητας

κατά την περίοδο (περισσότερο από +4 ποσοστιαίες μονάδες από την αρχή μέχρι το τέλος)

+ Συγκρατημένη και συνεχής αύξηση των δεικτών στην περίοδο (ανάμεσα στο 0 και στο +4% από την αρχή μέχρι το τέλος)

- Συγκρατημένη και συνεχής μείωση των δεικτών στην περίοδο (μεταξύ του 0 και του -4% από την αρχή μέχρι το τέλος)

-- Ισχυρή και συνεχής μείωση των δεικτών στην περίοδο (περισσότερο από -4%)

= Ισες μεταβολές

Αξιοσημείωτο είναι ότι η διαφορά ανοίγματος-κλεισίματος, από το 1991 μέχρι το 1997, μειώνεται συνεχώς και από 2,5 προς 1 έπεσε στο 1,4 προς 1. Αυτό σημαίνει ότι η δυναμική ανοίγματος νέων επιχειρήσεων μειώνεται διαρκώς. Πρέπει να σημειώσουμε ωστόσο ότι δεν έχουμε, τουλάχιστον με βάση τις επίσημες εγγραφές ακόμη αντιστροφή της θετικής σχέσης ανοιγμάτων-κλεισιμάτων. Η τάση ισοσκελισμού των ανοιγμάτων και κλεισιμάτων θέτει το ζήτημα του περάσματος από την έκτακτη ανάπτυξη των ΜΜΕ στην εντατική ποιοτική ανάπτυξη. Το ποσοστό ανασύνθεσης των επιχειρήσεων, στην Ελλάδα δείχνουν τον δυναμισμό και την ανθεκτικότητα των ΜΜΕ, να δημιουργούνται και να αναπτύσσονται κάτω από αντίξοες συνθήκες, ακόμη και όταν ο ανταγωνισμός οξύνεται ή ασκούνται σταθεροποιητικές πολιτικές, που θέτουν αντικίνητρα. Όταν η ταχύτητα εισόδου-εξόδου αντανάκλα τις αναγκαιότητες ανανέωσης των ΜΜΕ, έχουμε μια υγιή ανασύνθεση. Η σημερινή ροή ανασύνθεσης φαίνεται πως πλησιάζει προς αυτή την κατάσταση δημιουργικής ανασύνθεσης. Ωστόσο, αυτή η ισορροπία είναι εύθραυστη και ανά πάσα στιγμή βρίσκεται υπό ανατροπή.

Η Ελλάδα, χώρα με τη μεγαλύτερη αναλογία επιχειρήσεων μαζί με την Ιταλία σε σχέση με τον πληθυσμό (694,4 και 683 επιχ. Ανά 10.000 κατοίκους αντίστοιχα έναντι 546,4 επιχ. Στην Ε.Ε., στοιχεία EUROSTAT και ΕΙΜ, Γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Ο.Κ.Ε., για τις «ΜΜΕ και τη Βιομηχανία» 30 και 31 Μαΐου 2001) δείχνει να έχει εξαντλήσει τα όρια παραπέρα διάσπασης του κεφαλαίου. Το ισοζύγιο άνοιγμα-κλείσιμο τείνει να μηδενισθεί και ενόψει της εντατικοποίησης των οικονομιών από τον ανταγωνισμό θα βρεθεί μπροστά στην ανάγκη συγκέντρωσης του κεφαλαίου στις ΜΜΕ, για την αύξηση του μέσου μεγέθους των επιχειρήσεων και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς τους. Το ζήτημα

αυτό είναι κρίσιμο για τις ΜΜΕ. Η συγκέντρωση μπορεί να γίνει, είτε με το κλείσιμο και την εκτόπιση των ΜΜΕ από μεγαλύτερες επιχειρήσεις, είτε με τη συνένωσή τους σε ισχυρές εταιρίες. Η πολιτική που θα ασκηθεί στον τομέα συνενώσεων-συγχωνεύσεων θα καθορίσει και τις εξελίξεις στο ζήτημα αυτό. Σημειώνεται ότι στα στατιστικά στοιχεία για τις ΜΜΕ παρατηρούνται σημαντικές αποκλίσεις μεταξύ τους, ανάλογα με την πηγή και τα κριτήρια. Ωστόσο η μέση γενική εικόνα δεν αλλοιώνεται, δεδομένου ότι είναι μια σύνθεση των διαφόρων πηγών.

Πίνακας 2.3

Επιχειρήσεις που άνοιξαν

Έτη	Ομόρρυθμες/Ετερόρρυθμες Ατομικές επιχειρήσεις		Α.Ε. / Ε.Π.Ε.		Σύνολο επιχειρήσεων	
	Αριθμός	Μεταβολή	Αριθμός	Μεταβολή	Αριθμός	Μεταβολή
1991	100322		4256		104848	
1992	104358	4,00%	4365	-3,60%	108723	3,70%
1993	102589	-1,40%	4062	-6,90%	106921	-1,70%
1994	83730	-18,60%	3677	-9,50%	87407	-18,30%
1995	80000	-4,50%	3969	7,90%	83969	-3,90%
1996	78477	-1,90%	4073	2,80%	82550	-1,70%
1997	74445	-5,10%	4140	1,80%	78585	-4,80%
Σύνολο 1991-97	623921		28542		653003	
1999	100528		4059		104587	

Επιχειρήσεις που έκλεισαν

Έτη	Ομόρρυθμες/Ετερόρρυθμες Ατομικές επιχειρήσεις		Α.Ε. / Ε.Π.Ε.		Σύνολο επιχειρήσεων	
	Αριθμός	Μεταβολή	Αριθμός	Μεταβολή	Αριθμός	Μεταβολή
1991	40940		574		41514	
1992	49185	20,10%	648	12,90%	49833	20%
1993	57331	16,60%	757	16,80%	58088	18,60%
1994	63789	11,30%	955	26,20%	64744	11,50%
1995	71864	12,70%	901	-5,70%	72765	12,40%
1996	58569	-18,50%	972	7,90%	59541	-18,20%
1997	54304	-7,30%	898	-7,60%	55202	-7,30%
Σύνολο 1991-97	395982		5705		401687	
1999	58162		1138		59300	

Άνοιγμα- κλείσιμο επιχειρήσεων, Διαφορά

Έτη	Άνοιγμα	Κλείσιμο	Διαφορά
1991	104848	41514	63334
1992	108723	49833	58890
1993	106921	58088	48833
1994	87407	64744	22663
1995	83969	72765	11204
1996	82550	59541	23009
1997	78585	55202	23383
Σύνολο 1991-97	653003	401687	251316
1999	104587	59300	45287

Πηγή: Υπ. Οικονομικών, Οικονομικό Γραφείο Πρωθυπουργού κ.Σημίτη,ΕΣΥΕ

Ο μέσος όρος των νέων επιχειρήσεων, ανά έτος, στην περίοδο 1991-1997 ανέρχεται σε 93286 και το 1999 σε 104587. Ο μέσος όρος, ανά έτος, των επιχειρήσεων που έκλεισαν την ίδια περίοδο σε 57384 (ποσοστό 61,5%) των ανοιγμάτων και το 1999 σε 59300. Ο μέσος όρος, ανά έτος, της διαφοράς τους, για την ίδια περίοδο, ανέρχεται σε 35902 και το 1999 σε 45287. Σύμφωνα με τους πίνακες αυτούς, κάθε χρόνο προστίθενται στο απόθεμα των επιχειρήσεων της χώρας μας 35902 επιχειρήσεις και το 1999 45287 επιχειρήσεις. Πρέπει να σημειωθεί ότι τα αισιόδοξα στοιχεία των στατιστικών για το άνοιγμα-κλείσιμο περιέχουν τα παρακάτω μελανά σημεία:

- Υπάρχουν επιχειρήσεις που έκαναν εγγραφή αλλά αδρανούν.
- Υπάρχει μεγάλος αριθμός ανενεργών επιχειρήσεων που θα υποκαθιστούν εξαρτημένες σχέσεις εργασίας.
- Σωματεία, οργανώσεις και φορείς εγγράφηκαν υποχρεωτικά τα τελευταία χρόνια, ως «επιχειρήσεις» και υποβάλλουν δηλώσεις Φ.Π.Α.

- Δεκάδες χιλιάδες Ο.Ε. και Ε.Ε. διασπάσθηκαν, λόγω βαριάς φορολογίας σε δύο ή περισσότερες ατομικές επιχειρήσεις.
- Πολλές επιχειρήσεις προέρχονται από αποκέντρωση ή κλείσιμο μεγάλων επιχειρήσεων και υποκατάσταση πρώην ενσωματωμένων τμημάτων.
- Πολλές «νέες» επιχειρήσεις είναι απλώς αλλαγή δραστηριότητας ή διαδοχή παλιών.
- Τέλος, υπάρχει και ένας αριθμός αδήλωτων επιχειρήσεων, που δρουν στην παραοικονομία.

2.3 Παραγωγικότητα της εργασίας

Η περίοδος από το 1988 μπορεί να χαρακτηριστεί από μια τεράστια ανάπτυξη, σχετικά με τις ΜΜΕ της Ε.Ε., τα πρώτα χρόνια (μέχρι το 1990), μια σταθερή ανάπτυξη μεταξύ των ετών 1990 και 1993 και μια μεγάλη ανάπτυξη ξανά τα επόμενα χρόνια. Από τον παρακάτω πίνακα διαπιστώνουμε ότι και οι μεγάλες και οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν συνεισφέρει πραγματικά στην πραγματική προστιθέμενη αξία παρόλο που οι μεγάλες επιχειρήσεις συνεισφέρουν περισσότερο από τις μικρομεσαίες. Μια αρνητική ανάπτυξη για τις μικρομεσαίες παρατηρείται κατά τη διάρκεια της περιόδου, αλλά η κατάσταση φαίνεται να βελτιώνεται κατά τη διάρκεια των ετών: μεταξύ του 1988 και 1993, η προστιθέμενη αξία ανάπτυξης στις μικρομεσαίες ακολουθεί την ίδια πορεία με αυτή των μεγάλων επιχειρήσεων, με 0,3 ετησίως αλλά ανάμεσα στο 1993 και 2001 το κενό αυξήθηκε κατά 0,7% το χρόνο.

Όσον αφορά την αύξηση της παραγωγικότητας εργασίας μια ισχυρή σχέση με το μέγεθος της επιχείρησης παρουσιάζεται κατά την περίοδο 1993-2000, οι μικρομεσαίες δείχνουν μια αρκετά σταθερή αύξηση στην παραγωγικότητα εργασίας (91,7% το χρόνο), ενώ στις μεγάλες επιχειρήσεις η αύξηση της παραγωγικότητας υπολογίζεται σε 2,8 το χρόνο. Προκύπτει ότι σε μακροοικονομικό επίπεδο η αύξηση της παραγωγικότητας της εργασίας διαμορφώνεται τη δεκαετία του ενενήντα όπως ακριβώς και στην προηγούμενη δεκαετία.

Ως αποτέλεσμα των παραπάνω, η αύξηση της απασχόλησης είναι τελείως διαφορετική από την αύξηση που παρουσιάζεται στην προστιθέμενη αξία. Πολλές μεγάλες επιχειρήσεις αναγκάστηκαν να σταματήσουν τη λειτουργία τους μεταξύ του 1988 και του 2001 ενώ η απασχόληση στον τομέα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων αυξήθηκε.

Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται η πραγματική προστιθέμενη αξία και η απασχόληση στις χώρες της Ε.Ε.

Πίνακας 2..4

Πραγματική προστιθεμένη αξία και κερδοφορία άνα χώρα 1988-2001						
	Πραγματική προστιθεμένη αξία		Απασχόληση		κερδοφορία	
	MME	ME	MME	ME	MME	ME
Ποσοστιαία ετήσια αύξηση						
Αυστρία	2,2	1,9	0	0,2	0,1	-0,1
Βέλγιο	1,9	2,2	0,2	0	0,1	0,4
δανία	2,6	2,8	0,1	0,2	0,6	0,7
Φιλανδία	-0,1	0,1	-1,7	-1,6	-1,3	-1,2
Γαλλία	1,3	2,4	0,3	0,7	-0,1	0,2
Γερμανία	2,5	3,2	0,3	-0,3	0,3	0,6
Ελλάδα	3,3	2,3	2,1	1	-0,6	3
Ιρλανδία	7,7	9,5	2,8	3,1	2,1	0,9
Ιταλία	1,3	1,3	-0,3	-0,4	1,1	1,5
Λουξεμβούργο	5,4	4,8	2,6	1,1	0	0,4
Κάτω χώρες	2,1	2,5	1,1	0,9	0	0,3
Πορτογαλία	3	3,3	0,2	0,4	2,6	0,7
Ισπανία	2,7	2,9	1,2	1,3	0,4	0,4
Σουηδία	1,6	0,8	-1,2	-1,4	0,1	-0,9
Η.Βασίλειο	2,4	2,3	-0,1	-0,9	0,2	0,2
ΕΕ	2	2,5	0,3	-0,1	0,5	0,3
Ισλανδία	1,6	0	1,3	0,5	0,2	2,7
Νορβηγία	3,2	3,9	1,5	1,5	0,5	1,1
Ελβετία	1,6	1,7	0,4	0,1	0,3	2,1
Εκτος ΕΕ	2,2	2,5	0,7	0,4	0,5	2
Σύνολο	2,1	2,6	0,3	-0,1	0,5	0,3

Πηγή: υπολογισμένο από το EIM Business & Policy Research και επίσης βασισμένο στη Βάση δεδομένων της eurostat. Επιπλέον Α, Ιούνιος 2001 και OECD, Economic Outlook, η 65, Ιουνιος του 2001

2.4 Έρευνα και ανάπτυξη

Την τελευταία δεκαετία η ελληνική οικονομία έκανε σοβαρά βήματα για να προσεγγίσει την Ευρωπαϊκή. Η προσπάθεια αυτή εκφράζεται και με την αφύπνιση της ελληνικής βιομηχανίας για την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας, με στόχο τη μείωση της τεράστιας διαφοράς που τη

χώριζε από την ευρωπαϊκή βιομηχανία. Η προσπάθεια αυτή αντανακλάται στη σημαντική αύξηση της καινοτομικότητας της ελληνικής μεταποίησης και των υπηρεσιών. Την περίοδο 1989-98 η ελληνική μεταποίηση τετραπλασίασε τον αριθμό των καινοτόμων επιχειρήσεων, οι οποίες την περίοδο 1997-1998 αντιπροσώπευαν το 18% του συνόλου, ή το 30% περίπου των επιχειρήσεων με 20 και πλέον εργαζόμενους.

Η σημαντική αύξηση στον αριθμό των καινοτόμων επιχειρήσεων στη μεταποίηση, οδηγεί στην προσέγγιση των επιδόσεων του Βελγίου και της Ισπανίας και επιτρέπει ένα μικρό προβάδισμα σε σχέση με την Πορτογαλία. Η απόσταση όμως από το σύνολο της Ε.Ε. παραμένει ακόμα σημαντική με εμφανή όμως τάση σύγκλισης. Στις πολύ μικρές επιχειρήσεις της μεταποίησης με λιγότερους από 20 εργαζόμενους, η εξέλιξη είναι λιγότερο ενθαρρυντική καθώς το ποσοστό των καινοτόμων επιχειρήσεων μόλις αγγίζει το 3,6% την περίοδο 1994-96 ενώ την επόμενη περίοδο παρουσιάζει πτώση στο 2%. Αντίστοιχα οι καινοτόμες επιχειρήσεις στον τομέα των υπηρεσιών ανήλθαν την ίδια περίοδο στο 11% του συνόλου, ή στο 16% περίπου των επιχειρήσεων με 10 και πλέον εργαζόμενους. Σε σχέση με τα άλλα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η Ελλάδα προσεγγίζει το Βέλγιο με βραδύτερους ρυθμούς παραμένοντας στην τελευταία θέση.

Σε περιφερειακό επίπεδο, στη μεταποίηση φαίνεται να ενδυναμώνεται ο ρόλος των λοιπών περιφερειών σε βάρος της Αττικής. Με κριτήριο το ποσοστό των καινοτόμων επιχειρήσεων στο σύνολο της περιφέρειας, την πρώτη θέση την καταλαμβάνει η Στερεά Ελλάδα και ακολουθεί η περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης. Με κριτήριο την αποτελεσματικότητα στην ανάπτυξη των καινοτομιών η Αττική

διατηρεί το προβάδισμα και ακολουθεί η Ανατολική Μακεδονία και Θράκη και η Κεντρική Μακεδονία.

Συχνά η ανάπτυξη καινοτομιών ταυτίζεται με την έρευνα στρέφοντας την προσοχή σχεδόν αποκλειστικά σε πολιτικές ενίσχυσης της ΕΤΑ αγνοώντας τις άλλες πτυχές της διαδικασίας ανάπτυξης των καινοτομιών. Όμως τα εμπειρικά δεδομένα τόσο στην Ελλάδα όσο και σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες αποκαλύπτουν ότι οι δύο διαδικασίες δεν είναι ταυτόσημες. Στην Ελλάδα μόνο το ένα πέμπτο των καινοτόμων μεταποιητικών επιχειρήσεων συστηματικά ασχολούνται με την έρευνα, ενώ η δαπάνη για ΕΤΑ ανέρχεται μόλις στο 14% των συνολικών δαπανών για ανάπτυξη καινοτομιών. Το ποσοστό αυτό είναι αρκετά μικρό σε σύγκριση με το αντίστοιχο 34% που είναι ο μέσος όρος για τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Η χρηματοδότηση της ανάπτυξης καινοτομιών φαίνεται να αποδίδει καρπούς καθώς οδήγησε στην αύξηση της έντασης καινοτομικής δραστηριότητας στις επιχειρήσεις.

Πιο συγκεκριμένα η Ελλάδα, μια χώρα στην οποία κυριαρχούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, η δυνατότητα ανάπτυξης του τομέα που αφορά την έρευνα την τεχνολογία και την καινοτομία είναι περιορισμένη σε σχέση με άλλες χώρες. Οι ελληνικές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν τεράστια οικονομικά προβλήματα, έλλειψη πηγών και δυσκολίες χρηματοδότησης των επενδύσεών τους και έτσι αδυνατούν να υποστηρίξουν τις δραστηριότητες που αφορούν την έρευνα και την ανάπτυξη. Τη τελευταία δεκαετία η ελληνική οικονομία γνώρισε μια περίοδο έντονων μετασχηματισμών με αντανάκλαση και στην καινοτομικότητα των επιχειρήσεων τόσο της μεταποίησης όσο και των υπηρεσιών. Οι απογραφές που πραγματοποίησε η ΓΓΕΤ σε συνεργασία με τη

EUROSTAT μας δίνουν τη δυνατότητα να καταγράψουμε τη μεταβολή αυτή για τις περιόδους 1989-91, 1994-96 και 1997-98.

Η είσοδος στη δεκαετία του 1990 βρήκε την ελληνική βιομηχανία με πολύ χαμηλές επιδόσεις στην ανάπτυξη νέων προϊόντων και την προώθηση τεχνολογικών αλλαγών. Σύμφωνα με τα στοιχεία του CISI στην περίοδο 1989-91 μόνο 297 μεταποιητικές επιχειρήσεις ανέπτυξαν κάποια μορφή καινοτομίας.

Η εικόνα αυτή αλλάζει δραστικά στα μέσα της δεκαετίας όπου ο αριθμός των καινοτόμων επιχειρήσεων στην τριετία 1994-96 σχεδόν τετραπλασιάζεται φθάνοντας τις 1045 (αύξηση 252%). Ο αριθμός των καινοτόμων επιχειρήσεων αντιστοιχεί στο 16,9% του συνόλου των μεταποιητικών επιχειρήσεων. Ακολουθώντας την ίδια ανοδική τάση, ο αριθμός των καινοτόμων επιχειρήσεων ανέρχεται τη διετία 1997-98 σε 1141 που αντιστοιχεί στο 18,4% των μεταποιητικών επιχειρήσεων. Καθώς οι περίοδοι 1989-91 και 1994-96 είναι τριετίες ενώ η περίοδος 1997-98 είναι διετία, για να εκτιμηθεί η μεταβολή ανάμεσα στις τρεις περιόδους λαμβάνεται υπόψη ο Μέσος Ετήσιος Αριθμός Καινοτόμων Επιχειρήσεων (ΜΕΑΚΕ)

Πίνακας 2.5
Αριθμός καινοτόμων επιχειρήσεων
επιχειρήσεις με 10 και πλέον εργαζόμενους

	1989-91	1994-96	1997-98	Ποσοστιαία μεταβολή	
				1989-91 1994-96	1994-96 1997-98
<u>Σύνολο καινοτομιών</u> <u>επιχειρήσεων</u>	297	1045	1141	252%	9,20%
<u>Μέσος ετήσιος αριθμός</u> <u>καινοτόμων επιχειρήσεων</u>	99	348	571	249%	64,10%

Η αναγωγή δείχνει (Πίνακας 2.4) ότι η αύξηση του μέσου ετήσιου αριθμού καινοτόμων επιχειρήσεων ανάμεσα στην τριετία 1994-96 και στη διετία 1997-98 ανήλθε περίπου σε 64% ποσοστό που είναι αρκετά σημαντικό που αναδεικνύει τη σημαντική μεταβολή που συντελείται στη μεταποίηση.

Εάν εξετάσουμε ξεχωριστά τη μικρή βιομηχανία (αριθμός εργαζόμενων από 10 έως 19 άτομα), η εικόνα διαφοροποιείται σημαντικά. Σύμφωνα με τον πίνακα , το ποσοστό των καινοτόμων επιχειρήσεων στη μικρή βιομηχανία την περίοδο 1994-96 είναι 3,6% με τάσεις μείωσης καθώς τη διετία 1997-98 το ποσοστό τους διαμορφώνεται στο 2,1%.

Πίνακας 2.6
Αριθμός καινοτόμων επιχειρήσεων
Μεταποίησης- επιχειρήσεις με 10 και πλέον εργαζόμενους

Κατηγορία επιχειρήσεων	1994-96		1997-98	
	Αριθμός	Μερίδιο στην κατηγορία (%)	Αριθμός	Μερίδιο στην κατηγορία (%)
10-19 εργαζόμενοι	94	3,6	53	2,1
20+ εργαζόμενοι	951	26,5	1088	30,3
Σύνολο μεταποίησης	1045	16,9	1141	18,4

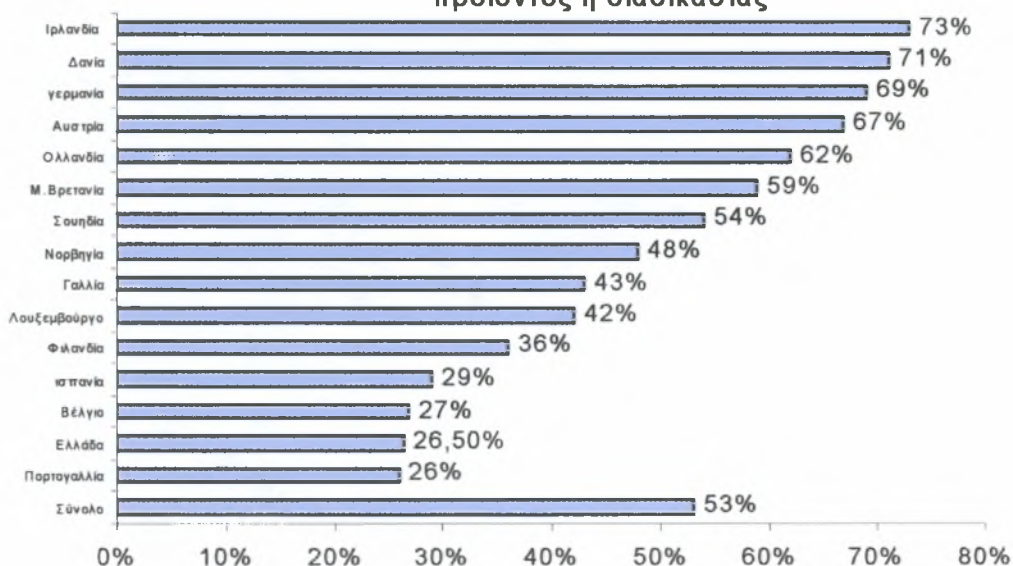
Ο αριθμός των επιχειρήσεων που αναπτύσσουν νέα προϊόντα για την αγορά στην οποία απευθύνονται είναι αρκετά μικρότερος και αντιστοιχεί την περίοδο 1994-97 στο 6,7% των μεταποιητικών επιχειρήσεων με 10 και πάνω εργαζόμενους ενώ στην επόμενη περίοδο ανέρχεται στο 8,7%, σημειώνοντας σημαντική αύξηση περίπου 30%. Η αύξηση αυτή είναι σημαντικά μεγαλύτερη από την αύξηση του ποσοστού των καινοτόμων επιχειρήσεων η οποία ανέρχεται στο 8,7%.

Συγκρίνοντας τα στοιχεία των δύο περιόδων παρατηρείται ότι μόνο το 51% των επιχειρήσεων, με περισσότερους από 19 εργαζόμενους, που το 1994-96 πραγματοποίησαν κάποια καινοτομία, συνεχίζουν την καινοτομική δραστηριότητα το 1997-98. Αντίστοιχα το 1997-98 το 54% των καινοτόμων επιχειρήσεων δεν είχαν καμιά καινοτομική δραστηριότητα το 1994-96. Από τα παραπάνω προκύπτουν τα παρακάτω συμπεράσματα:

1ο) Ο αριθμός των επιχειρήσεων που έχουν την ικανότητα να καινοτομήσουν είναι μεγαλύτερος από αυτόν που αρχικά καταγράφηκε και ανέρχεται μέσα στην πενταετία στο 38% και 2ο) Ο αριθμός των επιχειρήσεων που η ανάπτυξη καινοτομιών αποτελεί μέρος της στρατηγικής τους και αντιμετωπίζεται με τρόπο συστηματικό είναι αρκετά μικρότερος, και διαμορφώνεται περίπου στο 12%. Βέβαια σημαντικό ρόλο στη συχνότητα ανάπτυξης καινοτομιών παίζει και ο κύκλος ζωής των προϊόντων ο οποίος προσδίδει μια κυκλικότητα στην καινοτομική διαδικασία, καθώς και η ένταση του ανταγωνισμού.

Η ταχεία ανάπτυξη καινοτομιών στις επιχειρήσεις με 20 και πλέον εργαζόμενους επέτρεψε στη χώρα μας να κλείσει την ψαλίδα με χώρες όπως το Βέλγιο, την Ισπανία και την Πορτογαλία αλλά η απόσταση από το σύνολο της Ευρωπαϊκής Ένωσης αλλά και με χώρες όπως η Ιρλανδία παραμένει σημαντική, σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat για την περίοδο 1994-96 (Διάγραμμα 2.1)

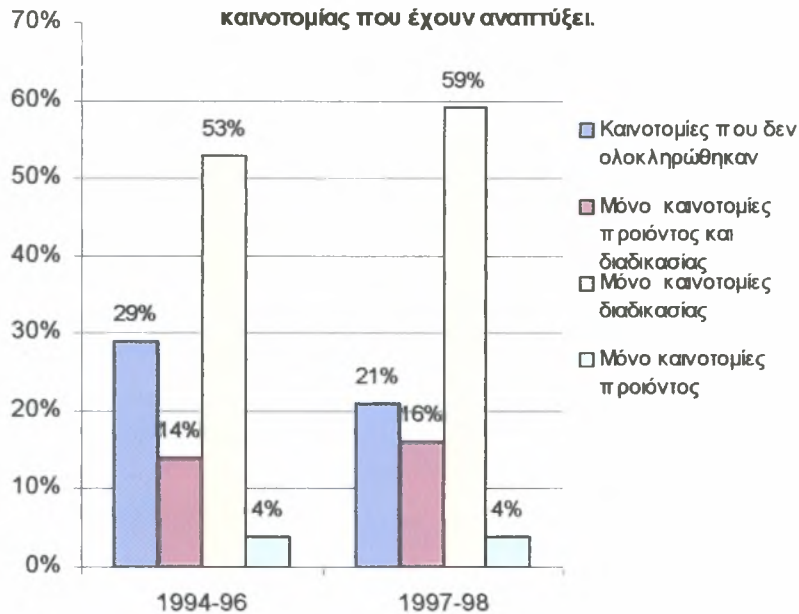
Διάγραμμα 2,1
Μερίδιο μεταποιητικών επιχειρήσεων που εισήγαγαν καινοτομίες
προϊόντος ή διαδικασίας



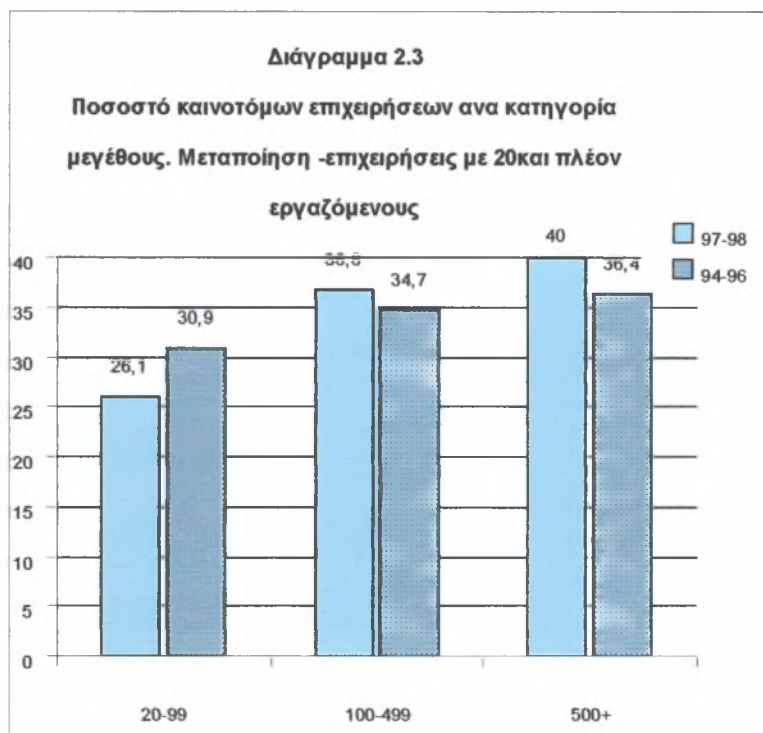
πηγή: EYROSTAT(2000),Community Innovation Survey 1997-1998+-Final resultw
 Statistics in focus

Αναλύοντας περαιτέρω τα χαρακτηριστικά της καινοτομικής δραστηριότητας των επιχειρήσεων (Διάγραμμα 2.2) ότι στην πλειοψηφία τους οι επιχειρήσεις αναπτύσσουν ταυτόχρονα καινοτομίες προϊόντος και διαδικασίας. Το γεγονός αυτό υποδηλώνει ότι συνήθως η ανάπτυξη ή η βελτίωση προϊόντων συνοδεύεται και από παρεμβάσεις στην παραγωγική διαδικασία, και αντίστροφα η βελτίωση της παραγωγικής διαδικασίας μπορεί να επιφέρει βελτιώσεις στα προϊόντα.

Διάγραμμα 2.2
Κατανομή καινοτόμων επιχειρήσεων ανά είδος καινοτομίας που έχουν αναπτύξει.



Η σημαντική διαφορά στην καινοτομικότητα ανάμεσα στις μικρές επιχειρήσεις (με 10-19 εργαζόμενους) και τις υπόλοιπες θέτει ερωτήματα σχετικά με τη σχέση που υπάρχει μεταξύ της καινοτομικής δραστηριότητας και του μεγέθους της επιχείρησης. Στο παρακάτω διάγραμμα 2.3 παρουσιάζεται το ποσοστό των καινοτόμων επιχειρήσεων ανά κατηγορία μεγέθους. Οι επιχειρήσεις ταξινομήθηκαν ως προς το μέγεθος με βάση την απασχόληση σε τρεις ομάδες: 20-99 εργαζόμενους, 100-499 εργαζόμενους και 500 και πάνω εργαζόμενους.



Και στις δύο περιόδους παρατηρείται ότι αυξάνεται ο αριθμός των καινοτόμων επιχειρήσεων με την αύξηση του μεγέθους των επιχειρήσεων. Η τάση αυτή όμως δεν είναι στατιστικά σημαντική ιδιαίτερα την περίοδο 1997-98. Επομένως συμπεραίνεται ότι η ανάπτυξη καινοτομιών δεν εξαρτάται από το μέγεθος των επιχειρήσεων, με εξαίρεση τις πολύ μικρές επιχειρήσεις.

2.5 Στρατηγικές απόφασης των ΜΜΕ

Αναμφισβήτητα, οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από μια παθητικότητα όσον αφορά τις στρατηγικές αποφάσεις (marketing strategy) που λαμβάνουν. Οι στρατηγικές αποφάσεις τους συνήθως πρέπει να έχουν άμεση σχέση με τον σκοπό και τις

δραστηριότητές τους. Παρατηρείται ωστόσο το φαινόμενο οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις να μην ασχολούνται με μια συγκεκριμένη δραστηριότητα αλλά με πολλές. Χαρακτηριστικό είναι ότι σε πολλά καταστατικά ή τίτλους επιχειρήσεων συναντάμε όρους όπως «Εμπορική – Βιομηχανική – Τουριστική και Ναυτιλιακή Εταιρία». Κάτι που ουσιαστικά φανερώνει την κατά την έναρξη της λειτουργίας των επιχειρήσεων δεν είχε απόλυτα διευκρινιστεί η ακριβής δραστηριότητα της. Επιπλέον οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα αντιμετωπίζουν προβλήματα όπως η ισοτιμία του εθνικού νομίσματος με ξένα, η οποία επηρεάζει τόσο την τομεακή ρευστότητα της επιχείρησης όσο και τα γενικότερα σχέδια παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων της. Το πρόβλημα αυτό προκύπτει κυρίως όταν η δραστηριότητα της επιχείρησης περιλαμβάνει τη χρήση εισαγόμενων πρώτων υλών και υλικά συσκευασίας. Οι αποφάσεις στις επιχειρήσεις επηρεάζονται πολύ από το επιχειρηματικό περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργεί.



Επιπλέον, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις οφείλουν να αναλαμβάνουν τις αποφάσεις τους αναλογιζόμενες την απορρόφηση των πόρων που προσφέρονται σε αυτές. Η άγνοια (διοικητική ή τεχνική), η επιφυλακτικότητα (ηθελημένη ή αθέλητη), ο εγωιστικός τρόπος αντιμετώπισης των προβλημάτων από την πλευρά των επιχειρηματιών, ο σκεπτικισμός για την αντιμετώπιση των πιθανών προβλημάτων που θα προκύψουν από τη μία ακόμη και επουσιώδη, αλλαγή στην καθιερωμένη απορρόφηση των πόρων είναι μερικοί από τους παράγοντες που επιδρούν στον μη συντονισμό των δραστηριοτήτων της μικρομεσαίας επιχείρησης και την απορρόφηση των προσφερόμενων πόρων. Αποτέλεσμα της δυσαρμονίας αυτής είναι να δημιουργούνται προβλήματα παραγωγικότητας στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Γενικότερα οι

αποφάσεις που λαμβάνουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις και οι πολιτικές marketing που υιοθετούν μπορούν να παρουσιάσουν μεγάλες επιπτώσεις στην όλη δομή της οικονομικής μονάδας. Αυτές μπορεί να αναφέρονται σε νέους πόρους ή στην ανακατανομή των υπαρχόντων πόρων για την αποδοτικότερη διάθεση αυτών. Η στρατηγική αυτών των επιχειρήσεων θα επηρεαστεί όχι μόνο από τις περιβαλλοντικές συνθήκες και εναλλαγές καθώς και τη διάθεση πόρων αλλά και από την ποιοτική στάθμη και προσδοκίες αυτών που επηρεάζουν τη στρατηγική των μικρομεσαίων. Δηλαδή του επιχειρηματία και τα διοικητικά στελέχη που διαθέτει η επιχείρηση. Οι στρατηγικές αποφάσεις θα επηρεάσουν την κατεύθυνση που θα πάρει μακροχρόνια. Δηλαδή είναι διαφορετικής υφής από τις λαμβανόμενες καθημερινές αποφάσεις. Οι στρατηγικές αποφάσεις είναι αναμφίβολα περίπλοκες στη φύση τους γιατί συμμετέχουν πολλές και διάφορες μεταβλητές, μερικές από αυτές αποτελούν προβλήματα της ίδιας της μικρομεσαίας ενώ άλλες είναι προβλήματα τα οποία αναφύονται ή θα παρουσιαστούν στην επιχείρηση εξαιτίας εξω-επιχειρηματικών συνθηκών.

2.6 Σχέση των Ελληνικών ΜΜΕ με την παραοικονομία

Το τελευταίο χαρακτηριστικό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα είναι οι σχέσεις που έχουν με την παραοικονομία. Την τριετία 1999-2002 παρουσιάζεται στην Ελλάδα ένα πλεόνασμα 71.000 νέων επιχειρήσεων. Γεγονός που συντέλεσε στην αύξηση της απασχόλησης την ίδια περίοδο. Σύμφωνα με τα στοιχεία του ΟΑΕΔ, το 2002 σταμάτησαν την λειτουργία τους συνολικά 1.008.612 θέσεις εργασίας, ενώ την ίδια περίοδο δημιουργήθηκαν 1.080.307 νέες θέσεις. Ο αριθμός των επιχειρήσεων που

καταθέτουν αίτηση πτώχευσης, κινείται σ' ένα σταθερό επίπεδο από χρόνο σε χρόνο και ανέρχεται περίπου στις 3.000 ετησίως. Όμως τελικά μόνο το 10% αυτών των επιχειρήσεων που δηλώνουν πτώχευση οδηγούνται σε οριστικό κλείσιμο, ενώ πολλές επιχειρήσεις συνεχίζουν να λειτουργούν ή λειτουργούν με διαφορετικό τρόπο. Οι έλληνες επιχειρηματίες λοιπόν, από τη μια διακρίνονται για τη δημιουργία σύγχρονων και ανταγωνιστικών επιχειρήσεων, οι οποίες έχουν προσφέρει μεταξύ των άλλων σημαντικά κοινωνικά αγαθά στην ελληνική κοινωνία, όπως εργασία σε μεγάλο αριθμό ατόμων, από την άλλη, όμως, υπάρχουν επιχειρηματίες και επιχειρήσεις που επιδιώκουν με στερεότυπο τρόπο κυρίως μέσω ενισχύσεων, επιδοτήσεων και δανείων δηλαδή μέσω του δρόμου της βιωσιμότητας με τη βοήθεια του κράτους, να σταθούν στον ανταγωνισμό. Ακόμη, πολλοί επιλέγουν την απορύθμιση των εργασιακών σχέσεων στην παραοικονομία και τη μαύρη εργασία για να επιβιώσουν.

Σήμερα λοιπόν, δεν παρατηρείται μόνο η μείωση της κερδοφορίας των επιχειρήσεων αλλά και η άνθηση της παραοικονομίας. Κάθε χρόνος που περνά φέρνει την Ελλάδα όλο και πιο χαμηλά στους σχετικούς διεθνείς πίνακες τόσο από την άποψη της παραοικονομίας όσο και από την άποψη της διαφθοράς. Μελέτες του οργανισμού Transparency International υποβαθμίζουν την Ελλάδα κατά 17 σκαλοπάτια στην παγκόσμια κλίμακα της διαφθοράς, μέσα σε πέντε χρόνια. Οι πιο σοβαρές εκτιμήσεις δείχνουν ότι από το 25% της δεκαετίας του '80 οδηγούμαστε σήμερα στο 40%, με ανοδικές τάσεις. Μεγάλη λοιπόν είναι η διαφθορά στην Ελλάδα, η μεγαλύτερη κάθε άλλου κράτους της Ευρωπαϊκής Ένωσης αλλά και πολλών ανεπτυγμένων χωρών, σύμφωνα πάλι με τον ετήσιο απολογισμό της διεθνούς οργάνωσης για τη διαφάνεια Transparency International. Αυξάνεται μάλιστα πολύ κάθε χρόνο, όπως φαίνεται και από την ετήσια

κατάταξη των κρατών που εκδίδει κάθε χρόνο ο οργανισμός στο πλαίσιο της μελέτης «Global Corruption Report». Για το 2001 η Ελλάδα βρίσκεται στην 42^η θέση της παγκόσμιας κατάταξης. Το δυσάρεστο είναι ότι όσο περνούν τα χρόνια η θέση της χώρας μας επιδεινώνεται. Ενώ το 1997 βρισκόταν στην 25^η θέση το 2000 διολίσθησε στην 35^η και στην 42^η το 2001. Σε καλύτερη κατάταξη από την Ελλάδα αναφορικά με την διαφθορά βρίσκονται όμως κράτη όπως η Κόστα Ρίκα (40^η), η Χιλή (18^η), η Ναμίμπια (30^η) και η Ουρουγουάη (35^η). Πλέον «αδιάφθορη» χώρα είναι η Φινλανδία και έπονται η Δανία και η Ν. Ζηλανδία.

Τεράστιο λοιπόν είναι το μέγεθος της παραοικονομίας. Ανάλογα με τη μέθοδο μέτρησης κυμαίνεται από το 30% έως του 50% του ελληνικού ΑΕΠ, με το υπουργείο οικονομικών ανεπισήμως να την προσδιορίζει στο 40% του ΑΕΠ. Ο ΟΟΣΑ σε μελέτη του εκτιμά ότι η Ελλάδα έχει την πιο μεγάλη παραοικονομία σε σχέση με κάθε κράτος της Ε.Ε. Σήμερα συνηθίζεται να συνδέεται άμεσα η διαφθορά με την παραοικονομία και κατ' επέκταση με την φοροδιαφυγή και την εισφοροδιαφυγή. Ωστόσο χωρίς την εκτεταμένη παραοικονομία δεν θα υπήρχε τόση διαφθορά, και αντιστρόφως. Από όλες τις μελέτες για την παραοικονομία εξάγεται το συμπέρασμα ότι «όταν υπερβαίνει το 30% το ΑΕΠ, είναι απίθανο οι παραοικονομούντες να εντοπίζονται, μόνο σε κάποιες κατηγορίες του πληθυσμού και να αποκλείονται από άλλες»⁴. Το γεγονός ότι η παραοικονομία εντοπίζεται κυρίως στον τομέα των υπηρεσιών και σε μικρές επιχειρήσεις, όπου οι συναλλαγές διεξάγονται κυρίως σε προσωπική βάση, καθιστά την απόκρυψη από το κράτος τέτοιων συναλλαγών αμοιβαίως επωφελή, τόσο για τον πωλητή, που αποφεύγει την καταβολή φόρων, όσο και τον αγοραστή, που πληρώνει χαμηλότερη τιμή.

⁴ Βλέπε έκθεση ΚΕΠΕ, 1995.

Στο μικροοικονομικό περιβάλλον λοιπόν παρουσιάζονται σοβαρά προβλήματα, που περικλείουν κινδύνους και απειλές. Το 28,7% των συναλλαγών γίνεται χωρίς νόμιμα παραστατικά δηλαδή το 1/3 των συναλλαγών είναι «εκτός νόμου» και εκτός φορολόγησης. Και ακόμα έχουμε και τη μαύρη εργασία, κυρίως των οικονομικών μεταναστών. Χαρακτηριστικό είναι σε ένα τυχαίο δείγμα 943 επιχειρήσεων που επιλέχθηκαν, ένας στους τέσσερις εργαζόμενους βρέθηκε ανασφάλιστος, δηλαδή σε σύνολο 2.541 εργαζόμενων, οι 639 διαπιστώθηκε ότι ήταν ανασφάλιστοι.

3. ΑΣΚΟΥΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ

3.1 Κύριοι στόχοι των ασκούμενων πολιτικών

Η άσκηση ειδικών αναπτυξιακών πολιτικών για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελεί πρωταρχικό καθήκον όλων σχεδόν των κυβερνήσεων του κόσμου. Η κοινή αποδοχή της άποψης ότι στην εποχή της παγκοσμιοποίησης οι ΜΜΕ έχουν να παίξουν ένα σύνθετο και σπουδαίο αναπτυξιακό ρόλο, ιδίως σε οικονομίες κλίμακας (τοπικές αγορές και πόροι, μικρές εκμεταλλεύσεις, ιδιαιτερότητες των καταναλωτών κ.α.) επισημοποιήθηκε με την σύνταξη δύο παραπλήσιων «χαρτών», το 2000, η μία από τον ΟΟΣΑ στην Μπολωνία της Ιταλίας και η άλλη από την Ε.Ε. στην Φεΐρα της Πορτογαλίας. Πρακτικά οι «χάρτες» αυτοί συνιστούν γενική κριτική στις ασκούμενες πολιτικές και στα

υπάρχοντα αντικίνητρα, τα οποία πρέπει να παρθούν. Οι βασικές συνισταμένες των πολιτικών που ο ΟΟΣΑ και η Ε.Ε. προωθούν, ως πλαίσιο πολιτικής για τις ΜΜΕ και τις οποίες έχει προσυπογράψει και η Ελλάδα αναφέρονται:

- Στην αναγνώριση της προσφοράς των ΜΜΕ στη δυναμική ανάπτυξη, την απασχόληση, την επιχειρηματικότητα, τη νέα οικονομία.
- Στην απλοποίηση των φορολογικών συστημάτων, ώστε να διευκολύνεται η ανάπτυξη των ΜΜΕ.
- Στην ενίσχυση της καινοτομίας, της επιχειρηματικότητας και της ευελιξίας.
- Στην άρση των αντικινήτρων και τη μείωση της γραφειοκρατίας.
- Στη διευκόλυνση της εξωστρέφειας και της πρόσβασης στις διεθνείς αγορές.
- Στη σύνδεσή τους με την έρευνα και την τεχνολογία.
- Στη πρόσβαση στα χρηματοδοτικά μέσα.
- Στη φθηνότερη και ταχύτερη εκκίνηση (ίδρυση).
- Στην επαγγελματική κατάρτιση.
- Στην εισαγωγή της πληροφορικής και του ηλεκτρονικού εμπορίου.
- Στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της ποιότητας.
- Στη ανάπτυξη δικτύσεων και συνεργασιών.
- Στην βελτίωση των φορέων στήριξης των ΜΜΕ και των υποδομών.
- Στην αναγνώριση της εκπροσώπησης των συμφερόντων των μικρών επιχειρήσεων, έναντι των ευρωπαϊκών και εθνικών αρχών.

Οι απαιτήσεις της πολιτικής που θέτουν ο ΟΟΣΑ και η Ε.Ε. προδιαγράφουν σε σημαντικό βαθμό το πλαίσιο πολιτικής και τα προβλήματα που οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν, σε συνθήκες

παγκοσμιοποίησης. Ομοίως όμως αντανακλούν απαιτήσεις εφαρμοσμένων πολιτικών σε εθνικό επίπεδο. Η κοινοτική πολιτική λοιπόν για τις ΜΜΕ στοχεύει στον καλύτερο συντονισμό των κοινοτικών δράσεων που αναμένεται να επηρεάσουν τις ΜΜΕ επιχειρήσεις και δίνουν περισσότερη έμφαση στην εξυπηρέτηση των αναγκών των ΜΜΕ από τις σχετικές κοινοτικές πρωτοβουλίες. Επιπλέον προτείνουν την προώθηση της αύξησης της εναρμόνισης μεταξύ των δράσεων των Κρατών-Μελών και της κοινότητας που αποσκοπούν στη διευκόλυνση των επιχειρήσεων, ιδιαίτερα των ΜΜΕ, ώστε να αντεπεξέλθουν στο μεταβαλλόμενο περιβάλλον της αγοράς. Επιβάλλεται ακόμη η οργάνωση της διαδικασίας διαλόγου μεταξύ των οργάνων της ΕΚ και των οργανώσεων που εκπροσωπούν τις ΜΜΕ, καθώς και η ανάπτυξη σε κοινοτικό πλαίσιο της κατάλληλης οργανωτικής δομής, η οποία θα ασχοληθεί με τα θέματα των ΜΜΕ και με ειδικά προγράμματα για τις επιχειρήσεις αυτές.

Το 1986 δημιουργήθηκε στην Επιτροπή των ΕΚ και μια ειδική ομάδα για θέματα ΜΜΕ. Η ομάδα αυτή αναβαθμίστηκε το 1990 σε Γενική Διεύθυνση, η οποία ανέλαβε την ευθύνη της πολιτικής για τις επιχειρήσεις το λιανικό εμπόριο, τον τουρισμό και τους συνεταιρισμούς.

Το 1989⁵ η Κοινότητα υιοθέτησε, με απόφαση του Συμβουλίου την πολιτική «να βελτιωθεί το επιχειρηματικό περιβάλλον και να υποστηριχθεί η ανάπτυξη των επιχειρήσεων, ιδιαίτερα των ΜΜΕ, στην κοινότητα». Η πολιτική αυτή δεν έχει σχεδιαστεί αποκλειστικά για τις ΜΜΕ, αλλά «η πλειοψηφία των υφιστάμενων και των σχεδιαζόμενων μέτρων απευθύνεται κατά

⁵ - Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, No L239, 16.8.89.

πρώτο και κύριο λόγο προς τις ΜΜΕ, λόγω των ειδικών προβλημάτων που αντιμετωπίζουν εξαιτίας του – μικρού – μεγέθους τους.» Επιπλέον, η Κοινότητα παρουσίασε για πρώτη φορά το πλαίσιο ενός ειδικού προγράμματος δράσης για τις βιομηχανίες και τις μικρές επιχειρήσεις. Το πρόγραμμα αυτό έχει σκοπό να διευκολύνει την πρόσβαση των μικρών επιχειρήσεων και των βιοτεχνιών σε όλες τις κοινοτικές δραστηριότητες που αφορούν, προωθώντας τη δημιουργία δικτύων, τη συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων που βρίσκονται σε παραμεθόριες περιοχές και τη λήψη μέτρων για τη βελτίωση της διοικητικής ικανότητάς τους. Το 1992 η επιτροπή ξεκίνησε την προετοιμασία του πρώτου πολυετούς προγράμματός της, ενέργεια που αποβλέπει στην ανάπτυξη ενός σταθερότερου χρονικού πλαισίου εντός του οποίου να λειτουργούν πλέον όσες πρωτοβουλίες έχουν αναληφθεί μέχρι στιγμής.

Όλες αυτές οι πρωτοβουλίες αποτελούν τμήμα της διαρκούς στρατηγικής με στόχο την αύξηση των υφιστάμενων δράσεων και προγραμμάτων για τις ΜΜΕ, την προσαρμογή των δραστηριοτήτων αυτών στις απαιτήσεις συγκεκριμένων κατηγοριών επιχειρήσεων και την αντιμετώπιση αναγκών που μόλις εμφανίζονται. Συγκεκριμένα, όσα προαναφέρθηκαν σημαίνουν ότι θα υπάρξει σε κοινοτικό επίπεδο συνεχής έμφαση στην:

1. Περαιτέρω απλοποίηση των διοικητικών, δικαστικών και νομικών περιορισμών.
2. Ανάπτυξη νέων νομικών εργαλείων που θα ανταποκρίνονται στις ανάγκες των ΜΜΕ.

3. Δημιουργία κατάλληλων κοινωνικών και οικονομικών συνθηκών στην ΕΚ, ώστε να ενθαρρύνεται η δημιουργία και η πρόοδος των επιχειρήσεων.
4. Υποστήριξη των ΜΜΕ, ώστε να προσαρμοστούν στις διαρθρωτικές αλλαγές της οικονομίας, διασφαλίζοντας τη δυνατότητα συμμετοχής τους στα κοινοτικά προγράμματα για τις λιγότερο αναπτυγμένες περιοχές, την Έρευνα και Τεχνολογία, καθώς και την Επαγγελματική Κατάρτιση.
5. Ενθάρρυνση της διεπιχειρησιακής συνεργασίας.
6. Παροχή όλης της απαιτούμενης από τις επιχειρήσεις πληροφόρησης, ώστε να μπορούν να εντοπίζουν και να αξιολογούν τις επιχειρησιακές ευκαιρίες που παρουσιάζονται.

Οι κοινοτικές πρωτοβουλίες, ακολουθώντας και την αρχή της επικουρικότητας, θα εφαρμοστούν από κοινού με τα Κράτη-Μέλη. Οι πολιτικές των κρατών μελών αφήνουν, συνήθως, αρκετό περιθώριο δράσης στις περιφερειακές και στις τοπικές αρχές, επειδή οι αρχές αυτές μπορούν στο επίπεδό τους να πλησιάσουν ευκολότερα τις μικρές επιχειρήσεις. Οι κυριότερες περιοχές λοιπόν μελλοντικής δραστηριότητας είναι η δημιουργία κατάλληλων, ειδικών διαύλων πληροφόρησης για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, η ανάπτυξη δικτύων εμπιστευτικής και μη (εμπιστευτικής) αναζήτησης εταίρων, η ανάπτυξη προγραμμάτων που συμβάλλουν στην επίτευξη απευθείας επαφών μεταξύ διαφορετικών επιχειρήσεων, η βελτίωση του διοικητικού και του νομικού περιβάλλοντος των επιχειρήσεων και η αύξηση των ενεργειών που έχουν ως στόχο να εξασφαλίσουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις τη μεγαλύτερη δυνατή

ωφέλεια από τα Κοινοτικά προγράμματα για την ενίσχυση του τεχνολογικού δυναμικού των επιχειρήσεων.

Ιδιαίτερη προσοχή αποδίδεται στο να διασφαλιστεί ότι τα μέτρα της Ε.Ε. ανταποκρίνονται στις ανάγκες της αγοράς και αποτελούν σταθερή συνιστώσα τόσο της κοινοτικής στρατηγικής, όσο και των στρατηγικών των Κρατών-Μελών για τις επιχειρήσεις. Η Κοινότητα προσπαθεί, επίσης, να συμβάλει στη ανάπτυξη διευρωπαϊκών δικτύων στους τομείς της συγκοινωνιακής, της τηλεπικοινωνιακής και της ενεργειακής υποδομής. Η έρευνα και η τεχνολογική ανάπτυξη, η εκπαίδευση, και η κατάρτιση είναι τομείς στους οποίους η Κοινότητα μπορεί να αναπτύξει σημαντικές πρωτοβουλίες, οι οποίες θα βοηθήσουν τις επιχειρήσεις να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις της ενιαίας αγοράς. Όσον αφορά την κοινωνική πολιτική, οι οδηγίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης δεν θα πρέπει να προκαλέσουν διοικητικά, οικονομικά και νομικά εμπόδια στη δημιουργία και στην ανάπτυξη των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων.

Μολονότι συμμετέχει σε όλες αυτές τις προσπάθειες η Κοινότητα περιμένει ότι και οι επιχειρήσεις ανεξαρτήτως μεγέθους:

- θα ανταποκριθούν στα μηνύματα της αγοράς και θα αναπτύξουν τόσο Ευρωπαϊκές, όσο και παγκοσμίας εμβέλειας στρατηγικές, σύμφωνα με το μέγεθος και την προοπτική της εταιρίας
- θα διαφυλάξουν και θα αυξήσουν την κερδοφορία τους
- θα έχουν καινοτομικές ιδέες και θα είναι αποτελεσματικές στο θέμα της τεχνολογικής διάχυσης
- θα αναπτύξουν τις ικανότητες του ανθρώπινου δυναμικού τους.

3.2 Η χρηματοδότηση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Η εύρεση κεφαλαίων και η χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων είναι ο κατ' εξοχήν ευαίσθητος στην ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν ενδογενείς αδυναμίες πρόσβασης στην τραπεζική χρηματοδότηση. Έτσι επιχειρήσεις από όλα τα Κράτη-Μέλη αντιμετωπίζουν προβλήματα στην ανεύρεση χρηματοδότησης και στο κόστος που αυτή επιφέρει αφού για να ανταποκριθούν σε αυξήσεις της ζήτησης πρέπει να αυξήσουν αναλογικά περισσότερο την κεφαλαιακή τους βάση ενώ η δανειοληπτική ικανότητά τους και η δυνατότητα αύξησης του μετοχικού τους κεφαλαίου είναι μάλλον περιορισμένες. Επιπλέον, η απουσία καταγεγραμμένου ιστορικού περιορίζει, συνήθως, τη δυνατότητα χορήγησης της χρηματοδότησης. Εξάλλου οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν διαθέτουν αρκετά χρεόγραφα με τα οποία να μπορούν να εγγυηθούν τη χορήγηση των δανείων και ακόμη χρειάζονται τη χρηματοδοτική ενίσχυση σε συγκεκριμένες στιγμές, παρά με τη μορφή τακτικής εισροής μικρού ύψους πόρων, δεν μπορούν όμως να δημιουργήσουν αρκετά κέρδη προς επανεπένδυση.

- 1) Όσο μικρότερη είναι συνήθως η επιχείρηση, τόσο περισσότερες δυσκολίες αντιμετωπίζει. Το γεγονός ότι οι εμπειρίες αυτές αποτελούν κοινή πραγματικότητα για όλους έχει οδηγήσει την Κοινότητα στην καθιέρωση ενός εκτεταμένου φάσματος πρωτοβουλιών για την άρση των χρηματοοικονομικών προβλημάτων των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Πρωταρχικός στόχος αυτών των πρωτοβουλιών είναι η βελτίωση της αποτελεσματικότητας των μηχανισμών της αγοράς κεφαλαίων, μέσω της μείωσης διαρθρωτικών ατελειών και της έλλειψης

ευελιξίας που θέτουν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε μειονεκτική θέση. Οι ΜΜΕ ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για τις δυνατότητες χρηματοδότησης στα πλαίσια της κοινοτικής διαρθρωτικής πολιτικής.

Η διαρθρωτική πολιτική της Κοινότητας έχει σκοπό να αποκομίσουν όλες οι περιφέρειες της Ε.Ε. όσο το δυνατόν περισσότερα οφέλη από την χωρίς σύνορα Ενιαία Αγορά. Η Κοινότητα επιδιώκει την επίτευξη του σκοπού αυτού μέσω της δραστηριοποίησης διάφορων υπηρεσιών και ιδρυμάτων, όπως η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων, καθώς και μέσω της κατανομής των πόρων και της εφαρμογής της πολιτικής των τριών Διαρθρωτικών Ταμείων.

Τα Ταμεία αυτά είναι:

α. Το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ, European Regional Development Fund (ERDF) που δημιουργήθηκε προκειμένου να συμβάλλει στην άρση των περιφερειακών ανισοτήτων μεταξύ των διάφορων περιοχών της Κοινότητας.

β. Το Ευρωπαϊκό Κοινοτικό Ταμείο (ΕΚΤ, European Social Fund (ESF), που έχει στόχο την ενίσχυση της δημιουργίας ευκαιριών απασχόλησης.

γ. Το Ευρωπαϊκό Ταμείο Γεωργικού Προσανατολισμού και Εγγυήσεων (ΕΤΓΠΕ, European Agricultural Guidance and Guarantee Fund (EAGGF), που λειτουργεί με στόχους την επιτάχυνση της διαδικασίας προσαρμογής των αγροτικών δομών και την ανάπτυξη των μη αστικών περιοχών της Κοινότητας.

Η δράση των Διαρθρωτικών Ταμείων αφορά κατά κύριο λόγο τις περιφέρειες και τις περιοχές που αντιμετωπίζουν τις μεγαλύτερες δυσκολίες στην προσπάθεια προσέγγισης του γενικότερου επίπεδου

ανάπτυξης της Ε.Ε., επειδή πλήττονται από την αποβιομηχανοποίηση (ΕΤΝΑ και ΕΚΤ) και στην καταπολέμηση των συνθηκών δημιουργίας μακροχρόνιας ανεργίας και των επιπτώσεών της (ΕΚΤ). Τέλος η δραστηριότητα των ταμείων επικεντρώνεται ακόμη στη δημιουργία κατάλληλων συνθηκών για την έγκαιρη επαγγελματική αποκατάσταση των νέων (ΕΚΤ), στην προσαρμογή των παραγωγικών διαδικασιών και των εμπορικών δομών στους τομείς της γεωργίας και της δασοπονίας (ΕΤΓΠΕ-Προσανατολισμός) και στην ενίσχυση της αναπτυξιακής προσπάθειας σε μη αστικές περιοχές (ΕΤΠΑ, ΕΚΤ, ΕΤΓΠΕ).

Πιο συγκεκριμένα κατά την περίοδο 1989-1993, το συνολικό ποσό που διατέθηκε από τα Διαρθρωτικά Ταμεία σε ήδη ανειλημμένες υποχρεώσεις έφθασε στα 60,3 δισεκατομμύρια ECU. Οι πόροι αυτοί διατέθηκαν για πολυετή και λειτουργικά προγράμματα, αυτόνομα έργα μεγάλης κλίμακας, συνολικές επιχειρήσεις (τη διαχείριση των οποίων μπορεί να αναθέσει η Κοινότητα σε περιφερειακούς ή τοπικούς ενδιάμεσους φορείς, οι οποίοι αναλαμβάνουν, επίσης, το έργο να προωθούν τοπικές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που εμπίπτουν στην ήδη συμφωνημένη συνολική στρατηγική), για καινοτομικές δραστηριότητες και τέλος προσέφεραν μερική χρηματοδότηση των εθνικών προγραμμάτων υποστήριξης, εφόσον τα τελευταία δεν αντιπροσωπεύουν τους κανόνες του ελεύθερου ανταγωνισμού.

Στο πλαίσιο των διαρθρωτικών προγραμμάτων, οι σημαντικότερες ευκαιρίες χρηματοδότησης για τις ΜΜΕ παρουσιάζονται στις Κοινοτικές δραστηριότητες για τις αναπτυσσόμενες περιφέρειες σε:

- Μέτρα για τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης σε αντικατάσταση εκείνων που χάνονται εξαιτίας της βιομηχανικής παρακμής.

- Παραγωγικές δραστηριότητες, όπως επιχορηγήσεις για επενδύσεις σε κλάδους των βιομηχανικών υπηρεσιών, καθώς και μέτρα για την προώθηση των υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις.
- Δημιουργία υποδομής που είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη νέων οικονομικών δραστηριοτήτων όπως η χρηματοδότηση δημιουργίας πλήρως εξοπλισμένων νέων βιομηχανικών περιοχών και μετεγκατάσταση παλαιών βιομηχανικών κέντρων.
- Συγκοινωνιακή υποδομή.
- Μέτρα ανάπτυξης και υποστήριξης της τουριστικής δραστηριότητας.
- Επαγγελματική κατάρτιση και επιμόρφωση.

Ο κανονισμός σχετικά με το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης⁶ προβλέπει πράγματι, μια σειρά μέτρων που προορίζονται να ενισχύσουν τις τοπικές πρωτοβουλίες ανάπτυξης και τις δραστηριότητες των ΜΜΕ:

- Ενισχύσεις των υπηρεσιών για τις επιχειρήσεις, ιδίως στα πεδία της διαχείρισης των μελετών και έρευνας αγοράς και των κοινών υπηρεσιών προς πολλές επιχειρήσεις.
- Χρηματοδότηση της μεταφοράς τεχνολογίας και ιδίως της διάδοσης των καινοτομιών και τη χρησιμοποίησή τους από τις επιχειρήσεις.
- Βελτίωση της πρόσβασης των επιχειρήσεων στις κεφαλαιαγορές, ιδίως με την παροχή εγγυήσεων και λήψεων συμμετοχών.
- Άμεση ενίσχυση των επενδύσεων σε περίπτωση απουσίας ειδικού καθεστώτος ενισχύσεων και πραγματοποίησης υποδομών μικρής κλίμακας.

⁶ Κανονισμός 1261/1999, ΕΕ. L161.26.06.1999

Γενικότερα η κοινοτική υποστήριξη προς τις ΜΜΕ εκφράζεται με τρεις τρόπους:

- 2) Συγχρηματοδότηση εθνικών προγραμμάτων περιφερειακής ενίσχυσης για την υποστήριξη παραγωγικών επενδύσεων.
- 3) Προώθηση της παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις και

Ενθάρρυνση της δημιουργίας εναλλακτικών, στον παραδοσιακό τραπεζικό δανεισμό, επιλογών, με την εφαρμογή ορισμένων νέων τεχνικών χρηματοοικονομικής υποστήριξης. Η χρηματοδοτική υποστήριξη των δραστηριοτήτων που προαναφέρθηκαν είχε ως αποτέλεσμα μεγάλα ποσά χρημάτων να διατεθούν από τα τρία Διαρθρωτικά Ταμεία για την εφαρμογή των Κοινοτικών πλαισίων στήριξης στις λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές της Ε.Ε. Οι κυριότεροι τομείς που χρηματοδοτήθηκαν είναι οι παραγωγικές επενδύσεις στις υποδομές για τη βιοτεχνία τις υπηρεσίες και τις υπηρεσίες προς τις επενδύσεις, την υποδομή για την ανάπτυξη και την υποστήριξη της οικονομικής δραστηριότητας και τέλος η αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού, μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινοτικού Ταμείου που επικεντρώνει τις ενέργειές του στην κάλυψη των δαπανών βελτίωσης των εκπαιδευτικών εγκαταστάσεων και προγραμμάτων, καθώς και της επαγγελματικής κατάρτισης.

Τα Ευρωπαϊκά Κέντρα Επιχειρήσεων και Καινοτομίας (ΕΚΕ) είναι ένα δίκτυο που δημιούργησε η επιτροπή με δημόσιους και ιδιωτικούς εταίρους, αποβλέπουν στη δημιουργία και στην επέκταση επιχειρήσεων παρέχοντας πλήρη προγράμματα υπηρεσιών (εκπαίδευση, χρηματοδότηση, μάρκετινγκ, μεταβίβαση τεχνολογιών κ.λ.π.) στις ΜΜΕ που θέλουν να πραγματοποιήσουν σχέδια που

βασίζονται σε τεχνολογικές καινοτομίες. Η υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Κοινότητας προς τα κέντρα αυτά αποτελεί τμήμα της γενικότερης περιφερειακής πολιτικής ενίσχυσης της ανάπτυξης των ΜΜΕ. Τα ΕΚΕ δεν επιδοτούν τη λειτουργία μιας επιχείρησης, αλλά δρουν ως καταλύτες ενεργοποιώντας το τοπικό, τεχνολογικό και οικονομικό δυναμικό. Προσφέρουν ένα ολοκληρωμένο σύνολο υπηρεσιών (κατάρτισης, χρηματοδότησης, προώθησης προϊόντων, μεταφοράς τεχνολογίας κ.λ.π.) σε μεμονωμένους επιχειρηματίες και ΜΜΕ που αναπτύσσουν τεχνολογική δραστηριότητα καινοτομικού χαρακτήρα. Οι οργανισμοί που αναγνωρίζονται και ενισχύονται από την Κοινότητα ως ΕΚΕ μπορούν, επίσης να συμμετέχουν στο BC-Net (Δίκτυο Συνεργασίας Επιχειρήσεων) ή να αποτελούν Ευρωπαϊκό Κέντρο Πληροφόρησης. Τα ΕΚΕ διαθέτουν δικό τους δίκτυο που ονομάζεται Ευρωπαϊκό Δίκτυο Κέντρων Καινοτομίας και Επιχειρήσεων (European Business and Innovation Centre Network - EBN) και αποτελεί μια διεθνή ένωση στην οποία συμμετέχουν χρηματοοικονομικά ιδρύματα, διεθνή δίκτυα, τεχνολογικά ινστιτούτα, εταιρίες συμβούλων επιχειρήσεων και διεθνείς ενώσεις επιχειρήσεων.

Ένα άλλο σύστημα είναι το Ευρωπαϊκό σύστημα για την χρηματοδότηση της έναρξης των επιχειρήσεων (European Seed Capital Fund Scheme). Με τον όρο Seed Capital ορίζεται μια μέθοδος χρηματοδότησης εταιριών που μόλις ιδρύθηκαν ή βρίσκονται σε εμβρυακή ηλικία, μέσω της συμμετοχής στο εταιρικό τους κεφάλαιο. Σκοπός αυτής της μεθόδου είναι να διευκολυνθούν οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις στην προσπάθεια ανάπτυξης πρωτότυπων προϊόντων ή και επιχειρηματικής στρατηγικής, έως

όπου μπορέσουν να αναζητήσουν στην ελεύθερη αγορά κεφάλαια υψηλού κινδύνου (venture carital) ή παραδοσιακότερες πηγές χρηματοδότησης.

Η Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων έχει καθιερώσει ανάλογο πρόγραμμα από το 1988 με σκοπό την ενεργοποίηση των ιδιωτικών επενδύσεων για την ίδρυση νέων επιχειρήσεων, μέσω της παροχής οικονομικών κινήτρων σε 24 ιδρύματα παροχής Speed Capital από όλη την Κοινότητα και της δημιουργίας αντίστοιχου πανευρωπαϊκού δικτύου (European Seed Capital Network).

Ένα ίδρυμα παροχής seed capital προσφέρει επιπλέον, μια σειρά οικονομικών υπηρεσιών, με σημαντικότερες ανάμεσά τους τις εξής:

1. Χρηματοοικονομικό σχεδιασμό και παροχή συμβούλων σχετικά με τις πηγές χρηματοδότησης έργων, αφού ξεπεράσουν το στάδιο αρχικής λειτουργίας.
2. Ανάλυση της αγοράς.
3. Αποτίμηση της θέσης σε σχέση με τον ανταγωνισμό.
4. Σύνταξη επιχειρηματικής στρατηγικής.
5. Παροχή διαφόρων ειδών εξειδικευμένων συμβουλευτικών υπηρεσιών.

Μια άλλη δράση της Κοινότητας που επιδιώκει την τόνωση των επενδύσεων είναι το πιλοτικό πρόγραμμα Eurotech Capital. Το πρόγραμμα αυτό έχει ως στόχο την προώθηση της ιδιωτικής χρηματοδότησης έργων διεθνούς χαρακτήρα και πρωτοποριακών από τεχνολογικής πλευράς. Το πρόγραμμα λειτουργεί μέσω μιας σειράς ιδιωτικών οργανισμών που αποκαλούνται Eurotech funds. Πρόκειται για ιδρύματα ή εταιρίες επενδύσεων, δίκτυα ανάλογων ιδρυμάτων κ.λ.π. τα οποία πληρούν ένα

σύνολο κριτηρίων που έχει καθοριστεί από την Επιτροπή της ΕΚ. Οι οργανισμοί αυτοί συνεργάζονται μεταξύ τους και συμβάλλουν στη διατήρηση της αντίστοιχης τράπεζας πληροφοριών.

Το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων παρέχει τέλος, εγγυήσεις δανείων για να διευκολύνει την πρόσβαση των ΜΜΕ στις τραπεζικές πιστώσεις υπό τη μορφή που επιτρέπει η ισχύουσα νομοθεσία. Η Ευρωπαϊκή Τράπεζα επενδύσεων (ΕΤΕΠ) έχει αναλάβει το έργο να υποστηρίζει την ισορροπημένη ανάπτυξη της Κοινότητας. Για το σκοπό αυτό χρηματοδοτεί μεγάλα έργα με συγκεκριμένα δάνεια και μικρότερα έργα, όπως αυτά των ΜΜΕ, μέσω του μηχανισμού «σφαιρικής δανειοδότησης». Τα «σφαιρικά δάνεια» (global groinds) χορηγούνται σε τράπεζες ή άλλα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, που χρησιμοποιούν, στη συνέχεια, αυτούς τους πόρους για επενδυτικά προγράμματα μικρού και μεσαίου μεγέθους, τα οποία επιλέγονται σύμφωνα με τα κριτήρια της ΕΤΕΠ. Το 1992, το συνολικό ύψος των σφαιρικών δανείων που διατέθηκαν από την ΕΤΕΠ έφθασε ένα μεγάλο ποσό. Ποσοστό 60% του συνολικού ποσού που διατέθηκε σε πιστώσεις σφαιρικής δανειοδότησης αφορούσε την υποστήριξη ΜΜΕ από όλα τα Κράτη-Μέλη και, ιδιαίτερα, από λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές.

Τα σφαιρικά δάνεια αφορούν, συνήθως, πολλαπλούς στόχους. Ενδιαφέρουν, κυρίως, τις ΜΜΕ των λιγότερο ανεπτυγμένων περιοχών και διοχετεύονται κατά κύριο λόγο προς τους κλάδους της βιομηχανίας και των υπηρεσιών. Εκτός των λιγότερο ανεπτυγμένων περιοχών, οι επενδύσεις επικεντρώνονται σε ΜΜΕ που ασχολούνται κατά κύριο λόγο με την εισαγωγή ή την ανάπτυξη τεχνολογιών αιχμής, καθώς και σε δραστηριότητες που συμβάλλουν στην επίτευξη των στόχων της πολιτικής της κοινότητας.

Το Νέο Κοινοτικό Μέσο (NKM) έχει αποτελέσει κατά τα τελευταία χρόνια μια πηγή χρηματοδότησης για τις ΜΜΕ. Το ΝΚΜ επιτρέπει στην Κοινότητα να συνάπτει συμβάσεις δανείων για την προώθηση των επενδύσεων. Έμφαση δίνεται σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και η δραστηριότητα επικεντρώνεται στις τεχνολογίες αιχμής. Αν εφαρμοστεί ο δανειοδοτικός μηχανισμός που αποφασίστηκε στη σύνοδο του Εδιμβούργου η ΕΤΕΠ θα είναι σε θέση να χορηγεί σφαιρικά δάνεια μέσω ενός δικτύου χρηματοοικονομικών ενδιάμεσων. Τα δάνεια που θα διοχετεύονται με τον τρόπο αυτό προς τις ΜΜΕ θα επιδοτούνται από την Κοινότητα η οποία θα αναλαμβάνει την κάλυψη ποσοστού 3% του επιτοκίου για μια περίοδο που δεν μπορεί να ξεπεράσει τα πέντε χρόνια.

Το έκτακτο Ευρωπαϊκό συμβούλιο για την απασχόληση που συνεδρίασε στο Λουξεμβούργο στις 20 και 21 Νοεμβρίου 1997, ενέκρινε δύο πρωτοβουλίες που ενδιαφέρουν τις ΜΜΕ: ένα σχέδιο δράσης της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων επονομαζόμενο «ειδικό πρόγραμμα δράσης του Άμστερνταμ», που αποσκοπεί στην πρόσβαση των ΜΜΕ στις νέες τεχνολογίες, στους νέους κλάδους και στα διευρωπαϊκά δίκτυα και διαθέτει γι' αυτό το σκοπό 10 δις Ευρώ, τα οποία μπορεί να παρακινήσουν επενδύσεις έως και 30 δισεκατομμύρια Ευρώ και μια ανακατανομή των κονδυλίων του προϋπολογισμού ύψους 450 εκατ. Ευρώ για τρία χρόνια, με πρωτοβουλία του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου για την ενίσχυση των ΜΜΕ που δημιουργούν θέσεις εργασίας. Με την υποστήριξη του Ευρωπαϊκού συμβουλίου του Λουξεμβούργου εγκρίθηκαν επίσης νέα μέτρα χρηματοδότησης υπέρ των καινοτόμων ΜΜΕ που δημιουργούν θέσεις εργασίας. Τα μέτρα αυτά ενισχύουν την επενδυτική δραστηριότητα των ΜΜΕ, προσφέροντας τους ευκολότερη πρόσβαση στη χρηματοδότηση και ενθαρρύνοντας έτσι την ανάπτυξή τους και τη δημιουργία θέσεων

απασχόλησης. Περιλαμβάνουν τρεις συμπληρωματικούς μηχανισμούς τους οποίους διαχειρίζεται το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων: μια θυρίδα «κεφαλαίων υψηλού κινδύνου» για ΜΜΕ που βρίσκονται σε φάσεις σύστασης ή εκκίνησης · ένα σύστημα εγγυήσεων για επιμερισμό των κινδύνων των δανείων που συνάπτουν μικρές ή νεοσυσταθείσες επιχειρήσεις · και ένα σύστημα χρηματοδοτικών συνεισφορών σε ΜΜΕ για την δημιουργία κοινών διεθνικών επιχειρήσεων.

3.3 Πληροφόρηση

Η Ευρωπαϊκή Κοινότητα στην προσπάθειά της να υποστηρίξει τη δραστηριότητα των ΜΜΕ φροντίζει να τους εξασφαλίζει όλη την πληροφόρηση σχετικά με την πρόοδο της ενιαίας αγοράς. Προσπαθεί επίσης, να απλοποιήσει τις διοικητικές, οικονομικές και νομικές διαδικασίες για τις ΜΜΕ ώστε να μπορούν να συγκεντρωθούν ευκολότερα στην επιχειρηματική τους δραστηριότητα και στην διεύρυνση της αγοράς.

Για την ικανοποίηση του πρώτου από τους προαναφερθέντες στόχους δημιουργήθηκαν τα Ευρωπαϊκά Κέντρα Πληροφόρησης (ΕΚΠ) που αποτελούν ένα δίκτυο εξειδικευμένων γραφείων. Σκοπός τους είναι να παρέχουν έγκυρη πληροφόρηση στις ΜΜΕ σχετικά με τις Κοινοτικές εξελίξεις και τους τρόπους εκμετάλλευσης των ευκαιριών που παρουσιάζονται λόγω της Ενιαίας Αγοράς ώστε οι επιχειρήσεις αυτές να επωφεληθούν πλήρως από τα Κοινοτικά προγράμματα.

Ο ρόλος λοιπόν των ΕΚΠ είναι πολυδιάστατος. Αρχικά παρέχουν εξειδικευμένες και χρήσιμες συμβουλές σε επιχειρηματίες και διευθυντές

επιχειρήσεων σχετικά με την Κοινοτική πολιτική και τα διάφορα προγράμματα. Επιπρόσθετα χάρη στη συνεργασία με άλλα κέντρα, τα ΕΚΠ είναι σε θέση να παρέχουν λεπτομερείς πληροφορίες για την εθνική νομοθεσία και τις επιχειρηματικές συνήθειες σε άλλα Κράτη-Μέλη, πλεονέκτημα που μπορεί να αποδειχθεί ιδιαίτερα σημαντικό. Κάθε ανεξάρτητο ΕΚΠ μπορεί επίσης να αναπτύξει το δικό του τοπικό δίκτυο και να συμμετάσχει σε ανάλογα περιφερειακά δίκτυα. Η διασύνδεση και η δικτύωση των ΕΚΠ αναμένεται να οδηγήσουν στην ανάπτυξη ενός αποτελεσματικού συστήματος πληροφόρησης.

Τα ΕΚΠ αποτελούν τομέα υψηλής προτεραιότητας στη διαδικασία εντατικοποίησης των Κοινοτικών δράσεων για τις ΜΜΕ. Ο διπλός τους ρόλος, ως σημεία παροχής πληροφοριών προς και από τις υπηρεσίες της Επιτροπής των ΕΚ, εκτιμάται πολύ. Το γεγονός ότι διαχέουν την πληροφόρηση προς τις επιχειρήσεις και ταυτόχρονα εξασφαλίζουν πολύτιμες για την Επιτροπή πληροφορίες σχετικά με το οικονομικό κλίμα στις περιφέρειες όπου δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις αναδεικνύει τα ΕΚΠ σε αναπόσπαστα μέρη ενός ακτινοειδούς δικτύου-εργαλείου της Επιτροπής των ΕΚ, το οποίο χαρακτηρίζεται από ποικιλία και πολυλειτουργικότητα. Για τους λόγους αυτούς, το δίκτυο των ΕΚΠ θα αναπτυχθεί περισσότερο.

Το γεγονός αυτό μπορεί να οδηγήσει σε βελτίωση της διασύνδεσης με τα υφιστάμενα εξειδικευμένα δίκτυα και με τα δίκτυα των αποκεντρωμένων γραφείων πληροφόρησης που λειτουργούν προς το παρόν ως «υποδίκτυα». Επιπλέον θα οδηγήσει σε νέα κέντρα ανταποκριτών σε χώρες εκτός Κοινότητας, ώστε να εξυπηρετούνται καλύτερα οι επιχειρήσεις εκείνες που προσπαθούν να διεθνοποιήσουν τη δραστηριότητά τους. Τέλος θα συμβάλει στην ανάπτυξη ολοκληρωμένων

υπηρεσιών πληροφόρησης, τύπου τραπεζών πληροφοριών, με στόχο την ταχύτερη διάδοση αξιόπιστης πληροφορίας.

3.4 Συνεργασία

Η επιτάχυνση της διαδικασίας της οικονομικής ολοκλήρωσης στην Κοινότητα επιφέρει επιτάχυνση των διαρθρωτικών αλλαγών και ενδυνάμωση του ανταγωνισμού μεταξύ των επιχειρήσεων. Σε πολλές περιπτώσεις, η συνεργασία μεταξύ των επιχειρήσεων διαφόρων χωρών ή περιοχών της Κοινότητας μπορεί να βοηθήσει στην αντιμετώπιση των προκλήσεων της μεγάλης αγοράς. Η συνεργασία μεταξύ μικρών επιχειρήσεων μπορεί να τις καταστήσει πιο ανταγωνιστικές έναντι των μεγάλων επιχειρήσεων, ιδίως αν οι συμφωνίες τους βασίζονται σε μια συμπληρωματικότητα που μπορεί να καλύψει τις αδυναμίες τους. Εξάλλου η συνεργασία μπορεί να προσδιορίσει και να προωθήσει τις διάφορες δυνατότητες ανάπτυξης που θα επιτρέψουν στις ΜΜΕ να διαφοροποιήσουν τις δραστηριότητές τους.

Ενώ η συνεργασία μεταξύ μικρομεσαίων επιχειρήσεων κρίνεται γενικά ευνοϊκά και εγκρίνεται από την Επιτροπή, προσκόπτει ακόμη σε διάφορα νομικά και ψυχολογικά εμπόδια. Γι' αυτό το λόγο η Ευρωπαϊκή Κοινότητα έχει πάρει μέτρα για να προωθήσει τη συνεργασία των ΜΜΕ. Έχει αναπτύξει μια σειρά προγραμμάτων με στόχο την αμοιβαία προσέγγιση μεταξύ των ΜΜΕ από διαφορετικές χώρες.

Το Γραφείο Προσέγγισης των Επιχειρήσεων (ΓΠΕ) αποτέλεσε την πρώτη Κοινοτική πρωτοβουλία για την προώθηση της συνεργασίας των ΜΜΕ των Ε.Ε. Μια επιχείρηση μπορεί μέσω του ΓΠΕ να αναζητήσει

συνεργάτες-συνεταίρους σε οποιοδήποτε από τα Κράτη-Μέλη της Ε.Ε., καθώς και σε ένα διαρκώς αυξανόμενο αριθμό τρίτων χωρών, προσδιορίζοντας ακόμη και τη συγκεκριμένη κατηγορία δραστηριότητας που την ενδιαφέρει. Η πρόταση συνεργασίας διαχέεται στη γεωγραφική περιοχή που προσδιορίστηκε μέσω ενός μεγάλου δικτύου τοπικών «ανταποκριτών». Στην κατηγορία αυτή ανήκουν τα υπουργεία εμπορίου, τα εμπορικά επιμελητήρια, εμπορικοί σύλλογοι κ.λ.π. Στο πρόγραμμα του ΓΠΕ περιλαμβάνεται κάθε είδος οικονομικής, τεχνικής ή / και εμπορικής συνεργασίας. Το δίκτυο του ΓΠΕ προσφέρει το πλεονέκτημα ότι η πρόσβαση στις υπηρεσίες είναι δωρεάν. Οι χρεώσεις για την χρήση των υπηρεσιών του είναι χαμηλές, επειδή παρέχεται άμεση πρόσβαση στις ΜΜΕ. Επιπλέον το γεωγραφικό εύρος της δραστηριότητας του ΓΠΕ είναι πολύ μεγάλο και επεκτείνεται συνεχώς σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Η δράση του ΓΠΕ πρόκειται να συνεχιστεί με ιδιαίτερη έμφαση στα εξής θέματα:

- Αύξηση του αριθμού των ανταποκριτών εντός και εκτός Κοινότητας.
- Βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- Ενίσχυση της συνεργασίας μεταξύ των μελών του δικτύου.

Επιπρόσθετα προβλέπεται ότι θα υλοποιηθεί μια σειρά λειτουργικών βελτιώσεων, που αποβλέπουν:

- Στον καλύτερο εντοπισμό των διάφορων τύπων συνεργασιών που αναζητούνται και των επιχειρηματικών στόχων που επιδιώκονται.
- Στη βελτίωση αυτού καθαυτού του μηχανισμού, ιδιαίτερα μέσω μείωσης του χρόνου που απαιτείται για την επεξεργασία των προτάσεων στην κεντρική υπηρεσία, η οποία είναι υπεύθυνη για την συνολική διαχείριση του δικτύου.

Το Δίκτυο Συνεργασίας των Επιχειρήσεων (ΔΣΕ) ξεκίνησε ως συμπληρωματική δράση σε άλλα προγράμματα προώθησης της επιχειρηματικής συνεργασίας και από τότε έχει αναπτυχθεί ραγδαία κερδίζοντας την προσοχή των ενδιαφερομένων. Ωστόσο η λειτουργία του διαφέρει από το ΓΠΕ. Οι σημαντικότερες διαφορές είναι ότι το ΔΣΕ εξασφαλίζει απόλυτα την εμπιστευτικότητα των πληροφοριών που διακινεί, ενώ καλύπτει επίσης όλους τους κλάδους της βιομηχανίας και των υπηρεσιών.

Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα του ΔΣΕ είναι το γεγονός ότι το δίκτυο των ενδιάμεσων φορέων αποτελείται από οργανισμούς υψηλότατου ποιοτικά επιπέδου και επίσης ότι το κόστος χρήσης του ΔΣΕ δεν απέχει από τις δυνατότητες των περισσότερων ΜΜΕ. Τέλος εξασφαλίζεται απόλυτα η εμπιστευτικότητα των απαιτήσεων. Για τους παραπάνω λόγους το ΔΣΕ έχει γίνει δημοφιλές στις επιχειρήσεις εκείνες που αναζητούν συνεργασία οικονομικής φύσης. Οι προτεραιότητες του για το μέλλον είναι η παροχή υποστήριξης προς τα μέλη του σε θέματα κατάρτισης και ειδικότερα στην εισαγωγή της πληροφορικής καθώς και ανάπτυξη συνεργιών με άλλα Κοινοτικά μέτρα και μηχανισμούς που αφορούν κυρίως τη βελτίωση της συνεργασίας στους τομείς του ανθρώπινου δυναμικού και της Έρευνας και Ανάπτυξης.

Το πρόγραμμα Europartenariat (Ευρωσυνεργασίες) καθιερώθηκε με σκοπό να προωθηθεί η συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων από τις λιγότερο αναπτυγμένες περιοχές ή τις περιφέρειες σε παρακμή αφ' ενός και επιχειρήσεων από πλουσιότερες περιοχές, εντός ή εκτός Κοινότητας αφετέρου. Κατ' αυτή την έννοια, το πρόγραμμα εντάσσεται στην γενικότερη Κοινοτική πολιτική για την Ευρωπαϊκή ολοκλήρωση. Στην πράξη το Europartenariat είναι ένας είδος έκθεσης, που πραγματοποιείται

με στόχο την προσέγγιση και την προσωπική επαφή επιχειρηματιών από όλη την Ε.Ε. σε προκαθορισμένες και προσχεδιασμένες συναντήσεις.

Τα πλεονεκτήματα που παρέχει η συμμετοχή στο Europartenariat συνοψίζονται ως εξής:

- Οι συναντήσεις προσφέρουν την ευκαιρία προσωπικής επαφής με επιχειρηματίες ανάλογων ενδιαφερόντων από άλλες χώρες.
- Τα σεμινάρια προσφέρουν λεπτομερή πληροφόρηση για το οικονομικό, κοινωνικό, δημοσιονομικό και φορολογικό περιβάλλον.
- Κάθε περιφέρεια έχει την ευκαιρία να φέρει στο προσκήνιο τα καλύτερα χαρακτηριστικά της και να προωθήσει τις ικανότητες και το δυναμικό της σε πιθανούς επενδυτές.

Τέλος η επιτυχία του προγράμματος Europartenariat ενέπνευσε στην Επιτροπή τη δημιουργία ενός παράγωγου προγράμματος, το οποίο ονομάστηκε Interprise και περιλαμβάνει τον ίδιο τύπο δραστηριοτήτων. Η βασική διαφορά έγκειται στο ότι, αντί να διοργανώνει τις εκδηλώσεις, η Επιτροπή απλώς υποστηρίζει και ενθαρρύνει την πραγματοποίηση επαφών μεταξύ ΜΜΕ σε περιφερειακό επίπεδο, ώστε να προωθηθεί η συνεργασία ανάμεσα τους. Μια δεύτερη διαφορά είναι ότι οι ΜΜΕ μπορεί να προέρχονται από οποιαδήποτε περιοχή και όχι μόνο από τις λιγότερο αναπτυγμένες και τις παρακμάζουσες περιοχές της Ένωσης. Κάθε χρόνο πραγματοποιείται σε όλη τη Κοινότητα ικανός αριθμός εκδηλώσεων που χρηματοδοτούνται από το πρόγραμμα Interprise. Το Interprise όπως και το Europartenariat, δέχεται συμμετοχές και από τις εκτός Κοινότητας χώρες της Μεσογείου, που εμπίπτουν στο πλαίσιο του προγράμματος Med-Invest.

3.5 Υπεργολαβίες

Η Ευρωπαϊκή Κοινότητα ορίζει ως ανάθεση υπεργολαβίας την περίπτωση όπου ο κύριος ανάδοχος ενός έργου, ο οποίος φέρει και την τελική οικονομική ευθύνη, αναθέτει σε υπεργολάβο την παραγωγή συγκεκριμένου προϊόντος βάση λεπτομερών τεχνικών προδιαγραφών. Κατ' αυτή την έννοια, η υπεργολαβία αποτελεί μορφή συνεργασίας στην οποία οι επιχειρήσεις συνενώνουν τις ικανότητες τους, σύμφωνα με σχετική σύμβαση, προκειμένου να εκμεταλλευτούν καλύτερα τις δυνατότητες αύξησης της αποτελεσματικότητας και των οικονομιών κλίμακας.

Η ΕΚ έχει εντοπίσει, ήδη από το 1976, τον τομέα των υπεργολαβιών ως μια διαρκώς αυξανόμενης σημασίας μέθοδο διεθνούς συνεργασίας και, για το λόγο αυτό, ανέλαβε διάφορες πρωτοβουλίες ενθάρρυνσης της εφαρμογής της. Οι ΜΜΕ είναι κυρίως ωφελούμενες από τις πρωτοβουλίες αυτές, καθώς αποτελούν τη μεγάλη πλειοψηφία υπεργολάβων στην Κοινότητα. Σήμερα, η ανάθεση υπεργολαβιών χρησιμοποιείται σε ακόμα μεγαλύτερο βαθμό από ΜΜΕ, στην προσπάθεια να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητά τους στο πλαίσιο της Ενιαίας Αγοράς.

Η Ευρωπαϊκή Κοινότητα συνεχίζει να παρέχει την υποστήριξη της, προσβλέποντας στην ανάπτυξη πανευρωπαϊκής νοοτροπίας διασυνοριακής ανάθεσης υπεργολαβιών, θεωρώντας ότι αποτελεί τον ιδανικό τρόπο με τον οποίο οι ΜΜΕ μπορούν να εκμεταλλευτούν πλήρως την ευρύτητα της Ενιαίας Αγοράς⁷.

Από τα παραπάνω γίνεται κατανοητό ότι η διεύρυνση του επιχειρηματικού ορίζοντα σε πανευρωπαϊκό, ακόμη και σε παγκόσμιο

επίπεδο υποχρεώνει τις επιχειρήσεις να ενδιαφέρουν όλο και περισσότερο για τη σύναψη συνεργασιών και συμφωνιών, οι οποίες θα τους επιτρέψουν να εκμεταλλευτούν περισσότερο τις ευκαιρίες και να προστατευτούν καλύτερα από τους κινδύνους που παρουσιάζονται. Μέσω των προγραμμάτων που παρουσιάστηκαν προηγουμένως, η Κοινότητα βοηθά τις επιχειρήσεις να αντεπεξέλθουν στις τρεις κυριότερες δυσκολίες, δηλαδή στην έλλειψη πληροφόρησης σχετικά με δυνητικούς εταίρους σε άλλες περιοχές εντός και εκτός της ΕΚ, στην ανάγκη εντοπισμού του καταλληλότερου εταίρου και, τέλος, στο ξεπέρασμα των πολιτιστικών, γλωσσικών και κοινωνικών διαφορών, ώστε να επιτυγχάνεται ο διάλογος και να συνάπτονται συμφωνίες.

3.6 Φορολογία

Τα δώδεκα Κράτη-Μέλη της Ευρωπαϊκής Κοινότητας εφαρμόζουν δώδεκα διαφορετικά φορολογικά συστήματα για τις επιχειρήσεις με μεθόδους και συντελεστές που διαφέρουν. Το γεγονός αυτό ουσιαστικά συνεπάγεται την έλλειψη οικονομικής ουδετερότητας στην εσωτερική αγορά, έλλειψη που επηρεάζει την πραγματοποίηση επενδύσεων, την επιλογή τρόπων χρηματοδότησης, τη δομή των επενδύσεων και τις τιμές των προϊόντων. Επιπλέον αποθαρρύνονται οι διασυνοριακές επενδύσεις, επειδή οι εταιρίες που δραστηριοποιούνται σε περισσότερα από ένα Κράτη-Μέλη υφίστανται φορολογικά μειονεκτήματα.

Η Κοινότητα έχει θεωρήσει το φορολογικό σύστημα ως ένα τεχνικό εμπόδιο και έχει δώσει προτεραιότητα στην εναρμόνιση των άμεσων

⁷ Επιτροπή των Ευρωπαϊκών, Αναφορά προς το Συμβούλιο, Towards a European Market in

φόρων και δασμών, λόγω της άμεσης επίδρασής τους στην ενδοκοινοτική ροή αγαθών και υπηρεσιών. Η προσέγγιση αυτή δεν είναι αρκετή. Η Κοινότητα θα πρέπει να ασχοληθεί, επίσης, με την εναρμόνιση των διαφόρων συστημάτων φορολόγησης των επιχειρήσεων. Η προσπάθεια αυτή επιβάλλει να προσεχθούν παράγοντες όπως: το πλάτος της φορολογικής βάσης, η δυνατότητα ειδικών τρόπων διαφυγής από τη φορολογία, η ελαστικότητα των φορολογικών αρχών όσον αφορά τις τιμές των συναλλαγών εντός του ομίλου και το φόρο υπεραξίας (από πώληση πάγιων).

Οι επιχειρήσεις πιέζουν να υιοθετηθεί η προαναφερθείσα προσέγγιση επειδή:

- Η φορολογία αποτελεί σημαντικό παράγοντα που επηρεάζει τις αποφάσεις εγκατάστασης μιας επιχείρησης σε κάποια χώρα της Ε.Ε.
- Η φορολογική συνιστώσα του χρηματοοικονομικού κόστους μιας συνηθισμένης επένδυσης στη μεταποιητική βιομηχανία της Ευρωπαϊκής Κοινότητας είναι κατά πολύ μεγαλύτερη για επενδυτές που προέρχονται από το Κράτος-Μέλος διαφορετικό από αυτό όπου θα πραγματοποιηθεί η επένδυση.
- Οι διαφορές μεταξύ των φορολογικών συστημάτων ενθαρρύνουν τη χρηματοδότηση με υπερβολική επιβάρυνση.
- Τα προνομιακά φορολογικά καθεστάτα καθώς και οι ελεύθερες ζώνες, στρεβλώνουν τις συνθήκες του ανταγωνισμού.
- Η αύξηση της εναρμόνισης μειώνει την επιβάρυνση στη διαχείριση των εταιριών.

Τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζει η Κοινότητα είναι πρώτον η σπουδαιότητα των άμεσων φόρων για τα κρατικά έσοδα οδηγεί τα Κράτη-Μέλη στην επιδίωξη διασφάλισης περισσότερο των εθνικών παρά των Ευρωπαϊκών. Επιπλέον οι αποφάσεις για τα φορολογικά ζητήματα λαμβάνονται από το Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Κοινότητας με ομοφωνία, γεγονός που συνεπάγεται μεγάλες καθυστερήσεις. Τέλος τα Κράτη-Μέλη ελέγχουν ακόμη το πεδίο του φόρου εισοδήματος φυσικών προσώπων. Οι σημαντικές διαφορές μεταξύ των αντίστοιχων φορολογικών καθεστώτων στις διάφορες χώρες-μέλη της Ευρωπαϊκής Κοινότητας εμποδίζουν την εναρμόνιση της φορολογίας των επιχειρήσεων και τη φορολογική ουδετερότητα.

Οι διαφορές στην αντιμετώπιση των εσωτερικών και διασυνοριακών μεταφορών κεφαλαίων, έχουν εξαλειφθεί με την Οδηγία του Συμβουλίου της 32^{ης} Ιουλίου 1990, η οποία αφορά τα «κοινά φορολογικά καθεστώτα που ισχύουν για συγχωνεύσεις, διασπάσεις, μεταφορές παγίων και ανταλλαγές μετοχών μεταξύ εταιριών από διαφορετικά Κράτη-Μέλη». Η οδηγία αυτή εμποδίζει το Κράτος-Μέλος της εισφέρουσας εταιρίας να επιβάλει φόρο υπεραξίας στη λήπτρια εταιρία ή στους μετόχους της εισφέρουσας εταιρίας.

Ένα Κράτος-Μέλος δεν μπορεί να επιβάλλει φόρο υπεραξίας στους μετόχους της εισφέρουσας εταιρίας. Φόρος υπεραξίας μπορεί να επιβληθεί μόνον όταν ένας μέτοχος πουλήσει τους τίτλους που κατέχει και εισπράξει το αντάλλαγμα της επένδυσής του. Αποτέλεσμα της οδηγίας είναι να καθυστερεί η φορολόγηση της υπεραξίας, μέχρι τη στιγμή που η επένδυση μετατρέπεται σε ρευστό χρήμα. Οι ΜΜΕ δεν διαθέτουν συνήθως, μεγάλα αποθέματα διαθεσίμων, επομένως η συγκεκριμένη Οδηγία μπορεί να είναι πολύ ωφέλιμη για τις επιχειρήσεις αυτές.

Μια άλλη οδηγία της 23^{ης} Ιουλίου 1990 αναφέρεται στο κοινό φορολογικό καθεστώς για μητρικές και θυγατρικές εταιρίες στα διάφορα Κράτη-Μέλη⁸. Σύμφωνα με την οδηγία αυτή το Κράτος-Μέλος της μητρικής εταιρίας πρέπει είτε να σταματήσει τη φορολόγηση των μητρικών εταιριών για τα μερίσματα που εισέπραξαν από θυγατρικές τους σε άλλα Κράτη-Μέλη είτε να φορολογήσει τα μερίσματα αυτά, αλλά να επιτρέψει στις μητρικές εταιρίες να εκπέσουν από τον φόρο εταιρίας το ισόποσο του φόρου που πληρώθηκε από τη θυγατρική τους στο άλλο Κράτος-Μέλος. Όλα τα Κράτη-Μέλη υποχρεώθηκαν να ενσωματώσουν και τις δύο αυτές οδηγίες στο εθνικό τους δίκαιο μέχρι την 1^η Ιανουαρίου 1992. Η Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων είναι υπέρ της επέκτασης του αντικειμένου αυτού. Η Κοινότητα έχει επίσης, προτείνει οδηγία για την εξάλειψη της διπλής φορολογίας των δικαιωμάτων χρήσης (royalties) και των τόκων.

Έτσι τα δώδεκα Κράτη-Μέλη υπέγραψαν το 1990 τη «Σύμβαση για την εξάλειψη της διπλής φορολογίας, μέσω της διόρθωσης των κερδών συνδεδεμένων επιχειρήσεων» («Σύμβαση Διαιτησίας»). Σύμφωνα με τη σύμβαση, όταν επιβάλλεται σε μια επιχείρηση διπλή φορολογία, θα πρέπει η εταιρία αυτή να ενημερώσει τις αρμόδιες αρχές και των δύο Κρατών-Μελών. Τα Κράτη-Μέλη οφείλουν, να επιχειρήσουν να καταλήξουν σε αμοιβαία συμφωνία εξάλειψης της διπλής φορολογίας. Επιπλέον το 1991 υποβλήθηκε σχέδιο Κοινοτικής οδηγίας σχετικά με τον τρόπο υπολογισμού από τις επιχειρήσεις των ζημιών που εμφάνισαν μόνιμες εγκαταστάσεις και θυγατρικές τους οι οποίες βρίσκονται σε διαφορετικά Κράτη-Μέλη.

Η επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων υποστηρίζει την ιδέα ότι θα πρέπει να δοθεί η δυνατότητα στις επιχειρήσεις που δεν έχουν τη μορφή εταιριών να επιλέξουν αν θα φορολογηθούν ως εταιρίες. Τα φορολογικά

⁸ - Επίσημη Εφημερίδα των ΕΚ 20.08.1990

αυτά κίνητρα είναι δυνατόν να επηρεάζουν τις συνθήκες του – ελεύθερου - ανταγωνισμού στην εσωτερική αγορά. Συνεπώς, κάθε Κράτος-Μέλος πρέπει να ενημερώνει εκ των προτέρων την Επιτροπή για οποιοσδήποτε σχέδιο εισαγωγής ειδικών φορολογικών μέτρων με τη μορφή κινήτρων σε κάποιον τομέα, αφού τα σχέδια αυτά θεωρούνται κρατικές ενισχύσεις. Η Επιτροπή πρέπει να αποφασίσει κατόπιν, αν οι συγκεκριμένες ευνοϊκές φορολογικές ρυθμίσεις είναι νόμιμες συνιστώσες της περιφερειακής, για παράδειγμα, πολιτικής ή της στρατηγικής προώθησης της Έρευνας και της Ανάπτυξης ή εκείνης για την προστασία του περιβάλλοντος.

Υπάρχουν, επίσης, επιπτώσεις χρήσης των φορολογικών κινήτρων σε κοινοτικό επίπεδο. Η Επιτροπή θεωρεί ότι τα προγράμματα χορήγησης φορολογικών κινήτρων πρέπει να πληρούν τα κριτήρια διαφάνειας. Προτιμώνται, επομένως, τα προγράμματα που έχουν τη μορφή φορολογικών πιστώσεων, έναντι εκείνων που επηρεάζουν τη φορολογική βάση.

Οι ΜΜΕ στην Κοινότητα δεν έχουν παρά να ωφεληθούν από τα φορολογικά μέτρα που εφαρμόστηκαν πρόσφατα από την ΕΚ. Πρώτον, έχει μειωθεί η δυσμενής φορολογική αντιμετώπιση των διασυνοριακών επιχειρηματικών επενδύσεων και της συμμετοχής στο μετοχικό κεφάλαιο εταιριών από άλλο Κράτος-Μέλος. Δεύτερον, η αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται γίνεται ανταγωνιστικότερη χάρη στις προσπάθειες εναρμόνισης των συντελεστών φορολογίας των οικονομικών προσώπων. Τρίτον, η κατάργηση των συνοριακών διατυπώσεων σχετικά με τον Φ.Π.Α. απαλλάσσει τις επιχειρήσεις από τα βάρη της γραφειοκρατίας και από τα πρόσθετα έξοδα που αντιμετωπίζουν. Μπορούν επομένως οι επιχειρήσεις να επωφεληθούν από τις πρωτοβουλίες που διαρκώς αναλαμβάνει η

Ευρωπαϊκή Ένωση και αποβλέπουν στην ικανοποίηση των αναγκών των ΜΜΕ.

Η Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων γνωρίζει καλά ότι πρέπει να ληφθούν περισσότερα μέτρα. Ο εκάστοτε επίτροπος συναντάται τακτικά με εκπροσώπους του επιχειρηματικού κόσμου για να συζητήσει, σε ανεπίσημη βάση, τις διάφορες πρωτοβουλίες. Οι επιχειρήσεις από όλη την Κοινότητα πρέπει να γνωστοποιήσουν τις απόψεις τους στην Επιτροπή. Η συνεισφορά τους είναι ιδιαίτερα σημαντική επειδή η Επιτροπή πρέπει να συνυπολογίζει κατά την κατάρτιση των προτάσεών της το μεγάλο ενδιαφέρον των Κρατών-Μελών να ελέγχουν απόλυτα τα φορολογικά ζητήματα.

3.6 Κριτική των Ασκούμενων Πολιτικών

Η εύρεση κεφαλαίων και η χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων είναι ο κατ' εξοχήν ευαίσθητος τομέας στην ανάπτυξη των ΜΜΕ. Οι ΜΜΕ έχουν ενδογενείς αδυναμίες πρόσβασης στην τραπεζική χρηματοδότηση. Διεθνώς έχει αναγνωρισθεί ένα έλλειμμα και μια άνιση θέση στην πρόσβαση των ΜΜΕ στην χρηματοδότηση και γι' αυτό πολλές χώρες έχουν θεσπίσει ειδικά χρηματοδοτικά προγράμματα. Τα προγράμματα αυτά αφορούν, είτε την επιδότηση επιτοκίου, είτε εγγυήσεις, είτε χρηματοδότηση δραστηριοτήτων ή θέσεων εργασίας. Πρόγραμμα επιδότησης επιτοκίου εγκεκριμένο από την Ε.Ε., εφαρμόστηκε και στην Ελλάδα στο πλαίσιο του ΚΠΣ (4^ο υποπρόγραμμα Β' ΚΠΣ που υλοποιήθηκε από τον ΕΟΜΜΕΧ).

Το βασικό πρόβλημα στη χρηματοδότηση αποτελεί ο εντοπισμός των αδυναμιών των ΜΜΕ, ώστε να ασκηθεί μια πολιτική αναπλήρωσης

για να μπορούν οι ΜΜΕ να έχουν σχετικά ίσους όρους πρόσβασης στη χρηματοδότηση. Η απελευθέρωση του τραπεζικού συστήματος και η ένταση του ανταγωνισμού, μεταξύ των τραπεζικών ιδρυμάτων είχε θετικές επιπτώσεις και στις σχέσεις Τραπεζών-ΜΜΕ ιδίως στη μείωση του ύψους των επιτοκίων. Ωστόσο, λόγω του ότι η χρηματοδότηση είναι διαπραγματευόμενη και η διαπραγματευτική θέση των ΜΜΕ είναι σχεδόν ανύπαρκτη, η συνέπεια είναι να αδυνατούν να πετύχουν ευνοϊκούς όρους. Ο βαθμός τραπεζικοποίησης για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις της χώρας μας είναι από τους μικρότερους στην Ε.Ε.. Δεδομένου ότι η βασική πηγή εξωτερικής χρηματοδότησης των ΜΜΕ είναι οι τράπεζες, γίνεται αντιληπτό ότι στον τομέα αυτό οι πολύ μικρές επιχειρήσεις συναντούν σοβαρά εμπόδια. Στις μικρές επιχειρήσεις ο βαθμός τραπεζικοποίησης είναι σχετικά καλός και κινείται σε μέσα επίπεδα έναντι των χωρών της Ε.Ε.⁹ Εδώ βέβαια πρέπει να σημειώσουμε ότι σε αντίθεση με την Ελλάδα, σε πολλές Ευρωπαϊκές χώρες υπάρχουν νόμιμες εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης εκτός αυτής των τραπεζών.

Η ΜΜΕ αναπτύχθηκε, χωρίς στήριξη, χωρίς τραπεζικά δάνεια, με ένταση εργασιών και χωρίς ελεύθερο ιδιωτικό δανεισμό. Οι ΜΜΕ δεν έχουν πρόσβαση στα κεφάλαια του χρηματιστηρίου και η Νέα Χρηματιστηριακή Αγορά που δημιουργήθηκε πρόσφατα προσέλκυσε ελάχιστες, σχετικά μεγάλες για τα ελληνικά δεδομένα, επιχειρήσεις. Ως εκ τούτου αυτή η πηγή χρηματοδότησης είναι κλειστή για τις ΜΜΕ. Τα νέα χρηματοδοτικά εργαλεία, όπως το Venture Capital, το Leasing, το Factoring δεν έχουν προσφέρει καμιά πρακτική στήριξη στις ΜΜΕ, αφού δεν ανταποκρίνονται στις δυνατότητες των ΜΜΕ να αξιοποιήσουν και από την άλλη, οι ΜΜΕ δεν είναι σε θέση οργανωτικά-διοικητικά να

⁹ ENSR Enterprise Survey – 1999 Επεξεργασία Σ. Χανδρινός «Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα και το διεθνές

ανταποκριθούν στις απαιτήσεις αυτών των θεσμών. Τέλος θα πρέπει να σημειωθεί η ανάγκη θεσμικής προσαρμογής των χρηματοδοτικών μέσων στη φύση των ΜΜΕ, έτσι ώστε να μην επαναληφθούν οι καταστροφικές συνέπειες μη – εξοφληθέντων δανείων, λόγω του ανατοκισμού των καθυστερούμενων δανείων.

Από την άλλη πλευρά την τελευταία δεκαετία έχει υπερισχύσει η άσκηση οριζόντιων πολιτικών και για λόγους ίσης μεταχείρισης και λόγους εναρμόνισης με την Ε.Ε. Αυτές βέβαια μπορούν να αποτελούν τα κύριο χαρακτηριστικό της άσκησης πολιτικών αλλά κατά καιρούς έχουν εκτεθεί απόψεις εφαρμογής κάθετων (κλαδικών) πολιτικών. Υποστηρίζουν ότι είναι αναγκαίος ένας σχεδιασμός ειδικών κλαδικών αναπτυξιακών πολιτικών στη βάση ιδιαίτερων και διαφοροποιημένων ρόλων που παίζουν κλάδοι ή ομάδες επιχειρήσεων εντός κλάδων και χρήζουν κινήτρων. Ως παράδειγμα αναφέρεται η ανάγκη θέσπισης ειδικών κινήτρων για ανάπτυξη επιχειρήσεων σχεδιασμού στο ένδυμα, τα υποδήματα κ.α. ενώ για τις επιχειρήσεις μετάλλου προέχει η εισαγωγή καινοτομιών, για τον κλάδο πληροφορικής ή παραγωγή λογισμικού κ.ο.κ.

Όσον αφορά τη γραφειοκρατία, αυτή σπαταλά το σημαντικότερο μέρος της ενέργειας και του χρόνου, ειδικά των πολύ μικρών επιχειρήσεων, σε μια εποχή που όλο και περισσότερη ενέργεια πρέπει να αφιερώνεται στη στρατηγική, το marketing, την πώληση, την κατάρτιση και την έρευνα και τεχνολογία. Η συνέχιση της παραδοσιακής αντιμετώπισης της επιχείρησης, από το φορολογικό και γενικά το νομικό σύστημα, δεν μπορεί να ανταποκριθεί στις εθνικές ανάγκες για ανάπτυξη και απασχόληση. Η ΜΜΕ είναι αυτή που χρειάζεται ένα νέο πλαίσιο λειτουργίας και ανάπτυξης, βασισμένο σε μια νέα φιλοσοφία σχετικά με

χώρο».

την επιχείρηση. Οι ρυθμίσεις απλοποίησης της ίδρυσης επιχειρήσεων που τέθηκαν σε εφαρμογή τα καλοκαίρι του 2001 και κάποιοι εκσυγχρονισμοί στις φορολογικές διαδικασίες, έλυσαν ένα μικρό μέρος του προβλήματος της γραφειοκρατίας. Οι καθημερινές γραφειοκρατικές υποχρεώσεις, σε συνδυασμό με την μικρή ταχύτητα εξυπηρέτησης από τις δημόσιες υπηρεσίες εξακολουθούν να οδηγούν σε απώλεια εκατομμυρίων εργατωρών, συχνά χωρίς κανένα ουσιαστικό λόγο.

Αναφορικά με τους όρους ανταγωνισμού οι οποίοι αποτελούν το κλειδί ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας και των επιχειρήσεων, στην ελληνική αγορά παρατηρούνται συχνά στρεβλώσεις στον ανταγωνισμό, σε βάρος των ΜΜΕ. Η επαγγελματική κατάρτιση, αρχική και συνεχιζόμενη, αποτελεί το κλειδί για την αναβάθμιση της επιχειρηματικότητας και της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ. Παρόλα αυτά, σοβαρά προβλήματα εμφανίζονται στην κατάρτιση και συνεχιζόμενη δια βίου εκπαίδευση τόσο των εργαζόμενων στις ΜΜΕ, όσο και των μικροεπιχειρηματιών που τις διευθύνουν, με αποτέλεσμα να αντιμετωπίζονται πρόσθετα προβλήματα στην ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων στο νέο δυσμενές περιβάλλον. Είναι σύνηθες φαινόμενο ο αποκλεισμός στην πράξη εργαζόμενων, στις ΜΜΕ από τα προγράμματα κατάρτισης, λόγω δυσχερειών και εμποδίων που συνδέονται με το μέγεθός τους και τις γραφειοκρατικές διαδικασίες. Ένα ειδικό πρόβλημα που πρέπει να αντιμετωπισθεί είναι η θέσπιση κατάλληλων διαδικασιών πρόσβασης των μικρό-επιχειρηματιών και των απασχολούμενων στις μικρό-επιχειρήσεις στις διαδικασίες κατάρτισης και δια βίου μάθησης. Σύμφωνα με τα δεδομένα, οι επαγγελματικές γνώσεις απαξιώνονται σε μεγάλο ποσοστό μέσα σε λίγα χρόνια και η ανανέωση τους είναι όρος επιβίωσης των επιχειρήσεων και του ανθρώπινου δυναμικού. Το θέμα λοιπόν της προσέλευσης των ΜΜΕ στην

επαγγελματική κατάρτιση χρήζει ιδιαίτερης μελέτης ώστε να ληφθούν τα κατάλληλα μέτρα.

Τέλος αναφορικά με τη τεχνολογία, η χώρα μας κατέχει μια από τις τελευταίες θέσεις στην Ε.Ε., σε δαπάνες για έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη (ΕΤΑ) ως ποσοστό του ΑΕΠ. Δαπανά για ΕΤΑ κάπου 0,5% του ΑΕΠ έναντι 2% του μέσου όρου στην Ε.Ε. Αντίστοιχα η έρευνα και σύνδεση των αποτελεσμάτων της με τις ΜΜΕ είναι σχεδόν ανύπαρκτη. Δεν υπάρχει ούτε ένα κέντρο έρευνας για την εισαγωγή νέων τεχνολογιών στις ΜΜΕ, ούτε μια κρίσιμη μάζα νεωτεριστικών και καινοτόμων ΜΜΕ που θα τις αξιοποιήσουν. Από έρευνα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών σε 1400 μεγάλες επιχειρήσεις μόνο το 12,5% συναλλάσσεται μέσω Internet. Τα πράγματα βέβαια είναι απείρως πιο απογοητευτικά για τις ΜΜΕ. Παρουσιάζεται έτσι η ανάγκη μιας γενικής επιτάχυνσης της πορείας προς την «Νέα Οικονομία» και τις νέες τεχνολογίες.

3.7 Προτάσεις

Η ανάλυση του περιβάλλοντος δράσης και των ασκούμενων πολιτικών για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις ανέδειξε μια σειρά από αδυναμίες στις ασκούμενες πολιτικές, που αποτελούν αντικίνητρα για την ανάπτυξη τους. Τα αντικίνητρα αυτά είναι απαραίτητο να αρθούν γιατί δεσμεύουν τεράστιες δυνάμεις δημιουργικότητας από τις επιχειρήσεις. Είναι απαραίτητο να υπάρξει ένας κεντρικός σχεδιασμός και συντονισμός των πολιτικών ανάπτυξης και εκσυγχρονισμού των ΜΜΕ, ώστε να μην υπάρχουν αλληλοαναιρούμενα μέτρα, ιδίως μεταξύ ενεργητικών και παθητικών πολιτικών. Η συνεκτικότητα και ο συνδυασμός των πολιτικών

θα οδηγήσει σε ένα σταθερό και ομαλό αναπτυξιακό περιβάλλον, το οποίο θα αποτελέσει έδαφος ανάπτυξης για τις επιχειρήσεις.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της οικονομικής λειτουργίας της κοινωνίας και η αναλογικότητα και σταθερότητα στην άσκηση πολιτικών ανάπτυξης έναντι τους από την πολιτεία είναι απαραίτητος όρος της ισόρροπης ανάπτυξης της χώρας. Η πολιτεία λοιπόν πρέπει να μελετήσει σε βάθος τις ανάγκες ισχυροποίησης του μέσου μεγέθους των ΜΜΕ και της ανάπτυξης της ανταγωνιστικότητας τους και να λάβει τα κατάλληλα μέτρα-κίνητρα ώστε αντί της καταστροφής των μικρών κεφαλαίων να έχουμε συνένωση-ισχυροποίηση. Μια τέτοια εξέλιξη μπορεί να σημαίνει μείωση του αριθμού των μικρομεσαίων επιχειρήσεων αλλά είναι επιθυμητή γιατί μειώνει τις ανεπιθύμητες συνέπειες και αξιοποιεί το ήδη επενδυμένο κεφάλαιο. Αρχική χρηματοδότηση και μειωμένη φορολογία για τα πρώτα χρόνια λειτουργίας είναι επιθυμητές πολιτικές στον τομέα συνενώσεων. Σαφέστατα λοιπόν θα πρέπει να εκσυγχρονιστεί το πλαίσιο λειτουργίας των συνεταιρισμών και των κοινοπραξιών αίροντας τα υφιστάμενα αντικίνητρα, ώστε να υπάρχουν εναλλακτικές μορφές συνένωσης.

Επιπρόσθετα επιβάλλεται να καταβάλλουν οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες έντονες προσπάθειες για διαρθρωτικές αλλαγές και εκσυγχρονισμό της δομής και της λειτουργίας τους, με επενδύσεις στους ανθρώπινους πόρους και τα τεχνολογικά μέσα, ώστε να ανέλθει το επίπεδο ανταγωνιστικότητας στα απαραίτητα, για τις συνθήκες της παγκοσμιοποίησης επίπεδα. Η άσκηση οριζόντιων πολιτικών για παράδειγμα πρέπει να λαμβάνει υπ' όψιν το μειονέκτημα της μη επιλεκτικής εφαρμογής τους σε τομείς κλειδιά της ανάπτυξης των κλάδων. Είναι ανάγκη να μελετηθούν πολιτικές ανάπτυξης των κλάδων που

εξουδετερώνουν το έλλειμμα κλαδικών πολιτικών μέσα από ενεργητικές οριζόντιες πολιτικές, όπως η επαγγελματική κατάρτιση, η έρευνα και η εισαγωγή καινοτομίας.

Η χρηματοδότηση των ΜΜΕ ακόμη αποτελεί βασικό μοχλό για την ανάπτυξή τους. Η άρση των αδυναμιών πρόσβασης στη χρηματοδότηση και η εφαρμογή ενός πλαισίου πολιτικής, που μειώνουν τις αδυναμίες αξιοποίησης των χρηματοδοτικών μέσων, αποτελεί απαραίτητο όρο σύγχρονης πολιτικής για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Υπάρχει λοιπόν ανάγκη αποδέσμευσης της διαδικασίας δανειοδότησης από τις εμπράγματα ασφάλειες που επιβάλλεται στις τράπεζες και την αυξημένη εξάρτησή τους από την ποιότητα του επιχειρηματικού σχεδίου και της υλοποίησής του. Θα ήταν σκόπιμο ακόμη να μελετηθεί η βελτίωση της πρόσβασης των νέων επιχειρήσεων σε επιχειρηματικά κεφάλαια υπό όρους ελεύθερης αγοράς, μέσω συμπληρωματικών, κυρίως δράσεων ή με διερεύνηση της καθιέρωσης ειδικών χρηματοδοτικών εργαλείων υψηλού κινδύνου για νέες ή μικρές επιχειρήσεις. Ωστόσο για τη λειτουργία των νέων χρηματοδοτικών μέσων είναι απαραίτητο αυτά να προσαρμοστούν στις δυνατότητες αξιοποίησης τους από το οργανωτικό-διοικητικό επίπεδο των ΜΜΕ.

Όσον αφορά τη φορολογία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων θα ήταν βέλτιστο να υπάρξει μια πολιτική μεταρρύθμισης του φορολογικού συστήματος έτσι ώστε να υπάρχει δίκαια φορολογία ανάλογα με τα πραγματικά εισοδήματα της κάθε επιχείρησης και με βάση τα αποτελέσματα που εξάγονται από την τήρηση των βιβλίων, και των στοιχείων. Ειδικές ρυθμίσεις και απλοποιήσεις, ακόμη, στην κατεύθυνση της αναπτυξιακής λειτουργίας του φορολογικού συστήματος για τις ΜΜΕ είναι απαραίτητες. Θα πρέπει λοιπόν να υπάρξει σταθερότητα στην

φορολογική νομοθεσία καθώς οι διαρκείς μεταβολές της καθιστούν ιδιαίτερα δύσκολη την τήρησή της και αυξάνουν δυσανάλογα το κόστος για τις ΜΜΕ. Το φορολογικό σύστημα πρέπει να παραμένει σταθερό για τουλάχιστον μια τριετία και να επιδέχεται τις αναγκαίες μεταβολές και μεταρρυθμίσεις που επιβάλλονται με το δικαίωμα επιλογής πάντα του φορολογούμενου να παραμείνει μεταβατικά στο φορολογικό σύστημα που ίσχυε κατά το χρόνο έναρξης των δραστηριοτήτων του. Επιπλέον το φορολογικό σύστημα πρέπει να λαμβάνει υπόψη του και την γενική οικονομική επίπτωση στην οικονομία και στην κοινωνία από την τήρηση του, δηλαδή τη γραφειοκρατία και την αποθάρρυνση της επιχειρηματικότητας.

Ένα ακόμη σημείο στο οποίο θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή είναι και ο αθέμιτος ανταγωνισμός. Είναι αναγκαίο να ενταθεί η δράση των αρχών προστασίας του ανταγωνισμού, σε βάρος των ΜΜΕ. Η «ισότητα» των επιχειρήσεων στον ανταγωνισμό είναι προϋπόθεση της ανάπτυξης της εθνικής οικονομίας και της ωφέλειας των καταναλωτών. Έτσι η κρατική πολιτική θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τα όρια των ΜΜΕ και να μην αποτελεί στοιχείο αποκλεισμού και περιθωριοποίησης από την αγορά. Παράλληλα η ανταπόκριση στις απαιτήσεις της ολικής ποιότητας που σταδιακά επισημοποιείται, μέσω της πιστοποίησης και γίνεται συγκριτικό πλεονέκτημα, θα πρέπει να αποτελέσει στοιχείο πολιτικής για τις μικρομεσαίες.

Τέλος θα πρέπει να θεραπευθεί το φαινόμενο της παραβίασης της εργατικής νομοθεσίας και της απασχόλησης του ανασφάλιστου προσωπικού, γιατί πέρα από το καθ' αυτό αδίκημα δημιουργούνται συνθήκες αθέμιτου ανταγωνισμού σε βάρος των επιχειρήσεων που τηρούν τις υποχρεώσεις τους. Παράλληλα η πολιτεία πρέπει να συμβάλλει στην

προσπάθεια των ΜΜΕ για βελτίωση των συνθηκών και του περιβάλλοντος εργασίας στους χώρους των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

5. Συμπέρασμα

Οι μικρές επιχειρήσεις αποτελούν την κινητήρια δύναμη της καινοτομίας και της δημιουργίας θέσεων εργασίας στην Ευρώπη. Το μικρό τους ωστόσο μέγεθος τις καθιστά πολύ ευαίσθητες στους βιομηχανικούς μετασχηματισμούς και στο περιβάλλον όπου δραστηριοποιούνται. Κρίνεται επομένως αναγκαία η διευκόλυνση της ανάπτυξης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Ο δυναμισμός των μικρών επιχειρήσεων είναι γενικά αποδεκτός ιδίως σε θέματα παροχής νέων υπηρεσιών, δημιουργίας θέσεων απασχόλησης και κοινωνικής και περιφερειακής ανάπτυξης. Ο Erkki Liikamen, Ευρωπαϊκός Επίτροπος υπεύθυνος για την Επιχειρηματική και Πληροφοριακή Οργάνωση αναφέρει: «Η επίτευξη του αντικειμενικού στόχου για μεγαλύτερη ανταγωνιστικότητα και δυναμική στην οικονομία που βασίζεται στη γνώση, ικανότητα για αειφόρο ανάπτυξη, περισσότερες και καλύτερες θέσεις εργασίας και μεγαλύτερη κοινωνική συνοχή θα εξαρτηθεί τελικά από το πόσο επιτυχημένες είναι οι επιχειρήσεις και ειδικότερα οι ΜΜΕ».

Αναμφισβήτητα, με την είσοδο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην εσωτερική αγορά δίνονται περισσότερες ευκαιρίες για πωλήσεις, αγορές και υπεργολαβίες ενώ μπορούν ελεύθερα να προσλαμβάνουν εξειδικευμένο προσωπικό από άλλα κράτη μέλη. Όμως οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις και ιδιαίτερα οι πολύ μικρές ή οι οικοτεχνίες – αντιμετωπίζουν σοβαρές δυσκολίες όταν έρθει η στιγμή να αξιοποιήσουν τις ευκαιρίες που τους προσφέρει η εσωτερική αγορά της Ευρωπαϊκής

Ένωσης για συγκεκριμένους λόγους. Αρχικά δυσκολεύονται να αποκτήσουν την απαραίτητη πληροφόρηση σχετικά με τις πιο πρόσφατες εξελίξεις και επομένως τις περισσότερες φορές δεν μπορούν να αντιδράσουν αρκετά γρήγορα. Επιπλέον αντιμετωπίσουν την αλλαγή των διοικητικών διατυπώσεων παρά τα οφέλη από τον περιορισμό των καθυστερήσεων κατά τη διάβαση των συνόρων και παρά τη μείωση των δαπανών ελέγχου και συσκευασίας που συνεπάγεται η εναρμόνιση με τα τεχνικά πρότυπα. Επιπρόσθετα η κεφαλαιακή βάση τους τις περισσότερες φορές είναι ανεπαρκής, περιορίζοντας έτσι τη δυνατότητα πρόσβασης τους στις διάφορες αγορές κεφαλαίων. Τέλος έρχονται αντιμέτωπες με μεγάλους ανταγωνιστές, προμηθευτές, ή αγοραστές που δημιουργούν νέες συνθήκες στην αγορά και μεγαλύτερο ενδοκοινοτικό ανταγωνισμό.

Η Κοινότητα κατά συνέπεια πρέπει να ενισχύσει την πολιτικής της υπέρ των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, ώστε να είναι πιο ενήμερες για τα ευρωπαϊκά δεδομένα (κανονισμοί, οδηγίες, τυποποίηση, προσκλήσεις προσφορών, σχέδια ερευνών) και για τις δυνατότητες που προσφέρει η μεγάλη αγορά (εξαγωγές, συνεργασίες, συγκεντρώσεις). Με την κατάστρωση ενός κοινοτικού πλαισίου αναφοράς και τη συντονισμένη χρήση των διαφόρων οριζόντιων μέσων που διαθέτει, η Κοινότητα οφείλει, εξ' άλλου, να προετοιμάσει τη θετική προσαρμογή της βιομηχανίας της στις συνθήκες της ενιαίας αγοράς και της οικονομικής νομισματικής ένωσης.

Η δημιουργία ενός ευνοϊκού επιχειρηματικού περιβάλλοντος σημαίνει επίσης την κατάργηση των περιττών και σχολαστικών γραφειοκρατικών διατυπώσεων. Την ίδια απαίτηση πρέπει να πληρούν και οι κοινοτικές πολιτικές. Η εσωτερική αγορά πρέπει να γίνει όσο το δυνατό λιγότερο γραφειοκρατική. Αυτό απαιτεί ιδιαίτερα μια οριζόντια

προσέγγιση της εναρμόνισης, έτσι ώστε ειδικοί κατά κλάδο κανόνες να μη θεσπίζονται παρά μόνο σε εξαιρετικές περιπτώσεις. Τόσο η Κοινότητα όσο και τα κράτη μέλη πρέπει, επομένως, να αναλαμβάνουν ενέργειες που να αποβλέπουν στο να εξασφαλίσουν ότι κατά τη λήψη κανονιστικών και διοικητικών μέτρων θα λαμβάνεται υπόψη η ανάγκη να μην επιβάλλονται περιττά βάρη στη βιομηχανία και ιδιαίτερα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Από τα παραπάνω είναι φανερό πως η εξέταση του θέματος «μικρομεσαίες επιχειρήσεις» έχει πάρα πολλές πλευρές που άπτονται του συνόλου της οικονομικής δραστηριότητας. Η αξιολόγηση των προβλημάτων και η ιεράρχηση των πολιτικών αποτελεί αναγκαία συνθήκη για τη θέσπιση επιτυχούς αναπτυξιακής πολιτικής.

Βιβλιογραφία

Ελληνική

- Andersen Cecilia, 1993, «πώς να εξασφαλίσετε την ενίσχυση της επιχείρησής σας από την Ευρωπαϊκή Κοινότητα» εκδόσεις ANUBIS
- Κυριαζόπουλος Γ. Παναγιώτης, «σύγχρονες μορφές διοίκησης μικρομεσαίων επιχειρήσεων», Σύγχρονη εκδοτική
- Μούσης Νίκος, 2001, «Ευρωπαϊκή Ένωση : Δίκαιο, Οικονομία, Πολιτική», εκδόσεις Παπαζήση
- Πετράκης Ε. Παναγιώτης, 1996, «Επιχειρηματικότητα και ανάπτυξη» εκδόσεις Παπαζήση
- Jovanovic N. Miroslav, 1998, «Διεθνής Οικονομική Ολοκλήρωση» εκδόσεις Παπαζήση

Ξένη

- Liargonas P. , 1998, “ The White Paper on Growth, Competitives and Employment and Greek Small and Medium Sized Enterprises”, Small business Economics 11:201-214
- Sakkas A. Dimitrios, Spyropoulou S. Elena, 1995, « The European observatory for Small and Medium-Sized Enterprises: Research Enviroment in Greek Manufacturing” Centre of Planning and economy researcy, reports 22
- Storey J.D., 1994, “Understanding the small business sector”, Thomson learning
- European Commission, 2000, “The European observatory for SMES: Sixth Report”

Δικτυακοί τόποι

- Ευρωπαϊκή Ένωση, www.europa.eu.int
- Eurostat, www.europa.eu.int/comm/eurostat
- Μηχανισμός αναζήτησης www.corolis.lu/greece
- Εφημερίδα «Το Βήμα» www.tovima.gr
- Εφημερίδα «Ελευθεροτυπία» www.enet.gr
- Γενική γραμματεία έρευνας και τεχνολογίας www.gsrt.gr
- Εθνικό κέντρο τεκμηρίωσης www.we.k.t.gr
- Σύλλογος εξαγωγών Βορείου Ελλάδος www.seve.gr