

ΓΝΩΜΗ της Ο.Κ.Ε.

“Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις -
Το Παρόν και το Μέλλον”

Αθήνα, 5 Νοεμβρίου 2001

Διαδικασία

Η Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή της Ελλάδος (Ο.Κ.Ε.) ανέλαβε την έκδοση Γνώμης για τις **“Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις - Το Παρόν και το Μέλλον”** με βάση το άρθρο 4 του Ν. 2232/1994, σύμφωνα με το οποίο “η Ο.Κ.Ε. μπορεί με δική της πρωτοβουλία να εκφράζει γνώμη για άλλα θέματα κοινωνικο-οικονομικής πολιτικής”.

Η σχετική απόφαση ελήφθη από την Εκτελεστική Επιτροπή της Ο.Κ.Ε. στις 12/12/1999. Ορίστηκε Επιτροπή Εργασίας αποτελούμενη από τους κ.κ. **Νικόλαο Λιόλιο, Γεώργιο Τσαπήρη (αναπλ. Κ. Ραδαίος), Νικόλαο Σκορίνη, Στέφανο Λαιμό, Στυλιανό Κολέτση και Γεώργιο Γωνιωτάκη.**

Ως πρόεδρος της Επιτροπής Εργασίας ορίστηκε ο κ. **Νικόλαος Λιόλιος.**

Στην Επιτροπή Εργασίας συμμετείχαν οι Εμπειρογνώμονες κ.κ. **Στέργιος Βασιλείου, Ηλίας Μήτσιος και Τάσος Καραγιάννης.** Τον επιστημονικό συντονισμό είχε, ως Εξωτερικός Επιστημονικός Συνεργάτης της Ο.Κ.Ε., ο κ. **Νίκος Παναγιωτόπουλος.**

Η Επιτροπή Εργασίας ολοκλήρωσε τις εργασίες τις σε 5 συνεδριάσεις, ενώ η Εκτελεστική Επιτροπή διαμόρφωσε την εισήγησή της προς την Ολομέλεια στη συνεδρίαση της 22/10/2001.

Η Ολομέλεια της Ο.Κ.Ε., στην οποία εισηγητές ήταν οι κ.κ. **Ν. Σκορίνης και Σ. Λαιμός,** αφού ολοκλήρωσε τη συζήτηση για το θέμα στη συνεδρίαση της 5/11/2001, διατύπωσε την ακόλουθη ΓΝΩΜΗ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑΣ.

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η συμμετοχή στην ΟΝΕ, οι διαρθρωτικές πολιτικές και οι πόροι και γενικότερα ο εκσυγχρονισμός των δομών της Πολιτείας, της οικονομίας και της κοινωνίας δημιουργούν ένα νέο πλαίσιο ανάπτυξης. 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, της εμπορίας των προϊόντων και των υπηρεσιών κ.λπ.

Οι ΜΜΕ 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.

Ο εκσυγχρονισμός των ελληνικών ΜΜΕ είναι όρος επιβίωσης. Παράλληλα με τον ρόλο των μεγάλων επιχειρήσεων, ως μοχλού ανάπτυξης μίας οικονομίας, η ανταγωνιστι-

κότητα των ΜΜΕ είναι απαραίτητη για τον πλουραλισμό και την ομαλή λειτουργία της ελληνικής οικονομίας και κοινωνίας.

Οι ΜΜΕ έχουν μεν τα γενικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν όλες οι επιχειρήσεις, επιπλέον, όμως έχουν και ιδιαίτερα προβλήματα. Όπως υπενθυμίζει η Ο.Κ.Ε. της Ευρωπαϊκής Ένωσης, “όλες οι παρεμβάσεις που δεν έλαβαν υπόψη την ιδιαιτερότητα των επιχειρήσεων αυτών ενδέχεται να αποβούν πραγματικό εμπόδιο στην οικονομική ανάπτυξη και τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης”.¹

Είναι λοιπόν αναγκαίο η Πολιτεία να αναπτύξει μία στρατηγική - πολιτική με στόχο την ανάπτυξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων των ΜΜΕ, στην παραγωγικότητα και στην ανταγωνιστικότητα, ώστε να γίνουν βιώσιμες και ανταγωνιστικές σε συνθήκες παγκοσμιοποίησης και ανοικτού ανταγωνισμού.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) είναι συστατικό στοιχείο της δομής των σύγχρονων εθνικών οικονομιών και κοινωνιών.

Οι ΜΜΕ 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 ΜΜΕ, στο πλαίσιο της εθνικής οικονομίας. Σε συνθήκες παγκοσμιο-

ποίησης και εντεινόμενου ανταγωνισμού οι ΜΜΕ αποτελούν βασικό στοιχείο ανταγωνιστικότητας των εθνικών οικονομιών, ενώ ταυτόχρονα μετατρέπονται σε συστατικά στοιχεία της παγκόσμιας οικονομίας.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν τον κύριο όγκο των επιχειρήσεων μίας οικονομίας. Από αυτές, τη συντριπτική πλειοψηφία αποτελούν οι Πολύ Μικρές και οι Μικρές Επιχειρήσεις. Οι Μικρές Επιχειρήσεις² αντιπροσωπεύουν πάνω από το 95% του συνόλου

¹ Γνώμη της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής της Ε.Ε. “Ευρωπαϊκός Χάρτης των μικρών επιχειρήσεων” (Γνωμοδότηση Πρωτοβουλίας) INT/068 Βρυξέλλες 24 Μαΐου 2000.

² Βλέπε Παράρτημα Α

των επιχειρήσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης και απασχολούν, περίπου, τα δύο τρίτα του συνολικού εργατικού δυναμικού. Δημιουργούν, κάθε χρόνο, το 60% έως το 80% των νέων θέσεων απασχόλησης.

Στην Ελλάδα, η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων είναι πολύ μικρές επιχειρήσεις με προσωπικό λιγότερο από 10 άτομα και χαρακτηρίζονται από τον οικογενειακό χαρακτήρα (οικογενειακές επιχειρήσεις). Επίσης, υπάρχει υψηλό ποσοστό αυτοαπασχολούμενων. Οι επιχειρήσεις με

μέχρι 49 άτομα απασχόληση έχουν το 73,5% της απασχόλησης και το 59,2% των εσόδων των επιχειρήσεων.

Σκοπός της Γνώμης αυτής είναι να περιγράψει το περιβάλλον λειτουργίας των ΜΜΕ στην Ελλάδα και να προτείνει ένα πλαίσιο, με τις αναγκαίες πολιτικές ανάπτυξης για τις ΜΜΕ.

Η παρούσα Γνώμη δεν περιλαμβάνει τις επιχειρήσεις του αγροτικού τομέα και τους αγροτικούς συνεταιρισμούς.

1. ΤΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Οι ΜΜΕ αναπτύχθηκαν στη χώρα μας μέσα σ' 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, ενισχύσεις κ.λπ. συνοδεύονταν, συχνά, με άσκηση πολιτικών αντικινήτρων, κυρίως, στον τομέα της φορολογίας, των δανειοδοτήσεων, της αδειοδότησης, του ανταγωνισμού κ.α.

Σήμερα αξιολογώντας την κατάσταση των ΜΜΕ εντοπίζεται η ύπαρξη σοβαρών αντικινήτρων στη δράση τους, παράλληλα, με τη διαπίστωση ότι τα επίπεδα οργάνωσης και διοίκησης βρίσκονται σε πολύ χαμηλό επίπεδο, σε σύγκριση με τις απαιτήσεις του ανταγωνισμού στο πλαίσιο της Ε.Ε.

Το μικρό μέγεθος και το επίπεδο οργάνωσης των ΜΜΕ δεν τις επιτρέπει να αγνοούν το υφιστάμενο περιβάλλον δράσης, ούτε να δημιουργήσουν δικές τους υγιείς “νησίδες” επιχειρηματικότητας. Η εξάρτησή τους από το περιβάλλον και τις ασκούμενες πολιτικές είναι καθοριστική γι' αυτό και η ευθύνη της πολιτείας, τόσο στη δημιουργία αντικινήτρων, όσο και στην άρση τους παραμένει πάντα καθοριστική.

Είναι αναγκαίο η πολιτεία να λάβει σειρά από μέτρα, προκειμένου να αρθούν τα αντικίνητρα και να ανέλθει το επίπεδο οργάνωσης των ΜΜΕ. Οι ασκούμενες πολιτικές πρέπει να στοχεύουν στην ανάπτυξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων των ΜΜΕ, στην παραγωγικότητα και στην ανταγωνιστικότητα, ώστε να γίνουν βιώσιμες και

ανταγωνιστικές σε συνθήκες παγκοσμιοποίησης και ανοικτού ανταγωνισμού.

Η εκτέλεση του Α' και Β' Κ.Π.Σ. δεν απέφερε σημαντικά αποτελέσματα στον τομέα του εκσυγχρονισμού των ΜΜΕ, τόσο γιατί τα σχετικά κονδύλια ήταν μικρά, όσο και γιατί παρατηρήθηκε έντονη εκτροπή τους από τους αρχικούς στόχους π.χ. ιδίως με τα ΠΕΠ που τα ποσά κατευθύνθηκαν, κυρίως, σε Α.Ε. και Ε.Π.Ε.

Το Γ' Κ.Π.Σ. μπορεί να αποτελέσει μοχλό ανάπτυξης και εκσυγχρονισμού των ΜΜΕ, με την προϋπόθεση ότι θα ενισχυθούν τα προοριζόμενα για τις ΜΜΕ κονδύλια και δε θα παρατηρηθούν τα φαινόμενα εκτροπής των προηγούμενων Κ.Π.Σ.

1.1. Ειδικότερες Επισημάνσεις

Η είσοδος της Ελλάδας στην Οικονομική και Νομισματική Ένωση και στη ζώνη του Ευρώ προσδιορίζει το γενικό περιβάλλον και το θεσμικό πλαίσιο δράσης των επιχειρήσεων, όπως αυτό ορίζεται στη “Συνθήκη για την Ευρωπαϊκή Ένωση” (Μάαστριχ) ιδίως στα άρθρα 2, 3, 3Α και 3Β και στη σχετική νομοθεσία, που είναι συμβατή με αυτή.

Συνοπτικά, σήμερα, οι ελληνικές επιχειρήσεις δρουν σε συνθήκες ανοικτού ανταγωνισμού, όπως όλες οι επιχειρήσεις της Ε.Ε. και χωρίς άσκηση ειδικών εθνικών Νομισματικών, Χρηματοδοτικών, Εξαγωγικών και προστατευτικών πολιτικών ή άλλου ισοδύναμου αποτελέσματος.

Ειδικότερα χαρακτηριστικά του νέου περιβάλλοντος δράσης των επιχειρήσεων είναι:

1. Τα τελευταία χρόνια η γενικότερη οικονομική ανάπτυξη και η αύξηση του ΑΕΠ δίνει ευκαιρίες επέκτασης της δράσης

- των ΜΜΕ. Οι ευκαιρίες αυτές αξιοποιήθηκαν από τις ΜΜΕ, μόνο, μερικώς.
2. Λόγω της έντονης μεταβατικότητας της οικονομίας έχουν δημιουργηθεί επιχειρήσεις δυο ταχυτήτων, αυτές που πρωτοπορούν σε ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και αυτές που δέχονται πιέσεις από τον ανταγωνισμό. Η μεγάλη πλειοψηφία των ΜΜΕ ανήκει στη δεύτερη κατηγορία. Παρατηρείται έντονη υστέρηση στη δομή της οργάνωσης και διοίκησης των ΜΜΕ, ιδίως των φθινουσών, έναντι των σύγχρονων αναγκών του ανταγωνισμού. Εξάλλου, η συμμετοχή της ελληνικής οικονομίας στην Ενιαία Ευρωπαϊκή Αγορά, την τελευταία οκταετία, δεν έχει αποφέρει σημαντικά οφέλη, από πλευράς ενδοκοινοτικών συναλλαγών, καθώς το μεγαλύτερο μέρος των ελληνικών επιχειρήσεων δεν έχουν μπορέσει ακόμη να αξιοποιήσουν “εξαγωγικά” την αγορά αυτή.
 3. Η ένταξη της δραχμής στο Ευρώ κατάργησε μεν τις εθνικές νομισματικές πολιτικές, τις αντικαθιστά ωστόσο με ένα πλαίσιο νομισματικής σταθερότητας.
 4. Εντάθηκε η διείσδυση ξένων προϊόντων στην Ελληνική αγορά, λόγω της διεθνοποίησης των οικονομιών, χωρίς να ανταποδοθεί από ανάλογη εξαγωγική διείσδυση, ιδίως στις αγορές της Ε.Ε.
 5. Η είσοδος ξένων επιχειρήσεων στην ελληνική αγορά, μέσω εξαγορών και συνεργασιών με ελληνικές συνδύστηκε, στην πλειοψηφία των περιπτώσεων, με ένταση της ισχύος τους στην ελληνική αγορά, χωρίς ανάπτυξη εξαγωγών. Οι εξελίξεις αυτές οδηγούν σε ραγδαία ανακατανομή της αγοράς, ιδίως στο λιανεμπόριο, υπέρ των μεγάλων επιχειρήσεων. Παράλληλα, αρκετές ελληνικές επιχειρήσεις μετατρέπονται σιγά-σιγά σε πολυεθνικές, μέσω της δραστηριοποίησης ή της εξαγοράς άλλων επιχειρήσεων όχι μόνον στην βαλκανική, αλλά και στην υπόλοιπη Ευρώπη και τον κόσμο.
 6. Η αξιοποίηση της γειννίας της Ελλάδας με τις αγορές της ΝΑ Ευρώπης έχει αποφέρει αρχικά αποτελέσματα, παρά τις διάφορες αντιξοότητες. Ωστόσο, η εξωστρέφεια των ΜΜΕ παραμένει σε χαμηλά επίπεδα, με αποτέλεσμα να έχουν μικρή συμμετοχή στις εξαγωγές.
 7. Η σύσταση των ελληνικών εξαγωγών συνεχίζει να βασίζεται στους παραδοσιακούς τομείς. Η συνεχιζόμενη “εσωστρέφεια” της ελληνικής οικονομίας συνεπάγεται έλλειψη ισχυρών εξαγωγών παραγόντων ανάπτυξης (εξαγωγές, εισροή επενδυτικών κεφαλαίων κ.α.). Οι εισροές των πόρων των Κ.Π.Σ. υποκαθιστούν, σε κάποιο βαθμό, προσωρινά την έλλειψη αυτή.
 8. Η χρήση εξωτερικών υπηρεσιών από τις μεγάλες επιχειρήσεις (outsourcing) και οι υπεργολαβίες θα ενταθούν, καθώς οι επιχειρήσεις θα συνεχίσουν να παράγουν εσωτερικά μόνον τις λειτουργίες και το είδος, προϊόντων, τα οποία θεωρούν μέρος του βασικού ανταγωνιστικού τους πλεονεκτήματος.
 9. Οι καταναλωτές δείχνουν όλο και περισσότερη προτίμηση για τις παγκόσμιες μάρκες (global brands).
- Από τα ανωτέρω προκύπτει ότι το επιχειρησιακό πεδίο “μάχης” γίνεται πολύ σύνθετο.
- Οι ΜΜΕ της χώρας μας καλούνται να ανταποκριθούν σε ένα ρευστότατο περιβάλλον. Σε σχέση με τις ΜΜΕ σε άλλα κράτη μέλη της Ε.Ε., οι ελληνικές ΜΜΕ αντιμετωπίζουν, επιπλέον προβλήματα, όπως το πρόβλημα της απόστασης από την υπόλοιπη ευρωπαϊκή αγορά, η τεχνολογική

υστέρηση, το χαμηλό επίπεδο οργάνωσης, η έλλειψη συνεργασίας με μεγάλες επιχειρήσεις, ενώ δεν είναι εξοπλισμένες για να αναλάβουν τους επιχειρηματικούς κινδύνους, που συνεπάγεται δραστηριοποίηση σε τρίτες, ακόμη και γείτονες χώρες.

Η ταχύτητα της προσαρμογής της ελληνικής οικονομίας στην ΟΝΕ, λόγω της αρχικής καθυστέρησης, έχει εντείνει το πρόβλημα προσαρμογής των ελληνικών ΜΜΕ στις απαιτήσεις της ΟΝΕ και της παγκοσμιοποίησης.

Στη σημερινή εποχή, ο εκσυγχρονισμός των ελληνικών ΜΜΕ είναι όρος επιβίωσης για αυτές. Παράλληλα, με το ρόλο των μεγάλων επιχειρήσεων, ως μοχλού ανάπτυξης μίας οικονομίας, η ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ της χώρας μας είναι απαραίτητη για τον πλουραλισμό της οικονομίας και της κοινωνίας, σε μακροπρόθεσμη βάση.

1.2. Ο βαθμός Προσαρμοστικότητας των ΜΜΕ

Ο βαθμός προσαρμογής και ευελιξίας των ΜΜΕ είναι ένας σοβαρός προσδιοριστικός παράγοντας βιωσιμότητας, ολόκληρης της οικονομίας και δείχνει, από μια άποψη, τη ροπή εκσυγχρονισμού της.

Η ανασύνθεση των επιχειρήσεων, που πραγματοποιείται με την είσοδο και έξοδο επιχειρήσεων (άνοιγμα - κλείσιμο), είναι ένα ποσοτικό στοιχείο (δείκτης) προσαρμοστικότητας και σε συνδυασμό με το μέσο όρο ζωής δείχνει την ανταπόκριση της οικονομίας στις ανάγκες εκσυγχρονισμού. Ταυτόχρονα πρέπει να σημειώσουμε ότι όταν ο ρυθμός 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 λιανεμπό-

ριο 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 (6η ετήσια έκθεση 2000) στην Ε.Ε.-19 (περιλαμβάνονται και οι χώρες Νορβηγία, Ελβετία, Ισλανδία, Λιχτενστάιν), 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 όρο, 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 υστέρησης, όσον αφορά στις νέες ανταγωνιστικές συνθήκες.

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.

Τα ποσοστά 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 αντανακλά 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 Βιοτεχνία" 30 και 31 Μαΐου 2001) δείχνει να έχει εξαντλή-

σει 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 στη 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 την συνένωσή τους σε ισχυρές εταιρείες. 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.

Το άνοιγμα και το κλείσιμο των επιχειρήσεων Επιχειρήσεις που άνοιξαν

Έτη	Ομόρρυθμες, Ετερόρρυθμες, Ατομικές Επιχειρήσεις		Α.Ε. - Ε.Π.Ε.		Σύνολο Επιχειρήσεων	
	Αριθμός	Μεταβολή	Αριθμός	Μεταβολή	Αριθμός	Μεταβολή
1991	100.322		4.256		104.848	
1992	104.358	4,0%	4.365	-3,6%	108.723	3,7%
1993	102.589	-1,4%	4.062	-6,9%	106.921	-1,7%
1994	83.730	-18,6%	3.677	-9,5%	87.407	-18,3%
1995	80.000	-4,5%	3.969	7,9%	83.969	-3,9%
1996	78.477	-1,9%	4.073	2,8%	82.550	-1,7%
1997	74.445	-5,1%	4.140	1,8%	78.585	-4,8%
Σύνολο 1991-97	623.921		28.542		653.003	
1999	100.528		4.059		104.587	

Επιχειρήσεις που έκλεισαν

Έτη	Ομόρρυθμες, Ετερόρρυθμες, Ατομικές Επιχειρήσεις		Α.Ε. - Ε.Π.Ε.		Σύνολο Επιχειρήσεων	
	Αριθμός	Μεταβολή	Αριθμός	Μεταβολή	Αριθμός	Μεταβολή
1991	40.940		574		41.514	
1992	49.185	20,1%	648	12,9%	49.833	20,0%
1993	57.331	16,6%	757	16,8%	58.088	16,6%
1994	63.789	11,3%	955	26,2%	64.744	11,5%
1995	71.864	12,7%	901	-5,7%	72.765	12,4%
1996	58.569	-18,5%	972	7,9%	59.541	-18,2%
1997	54.304	-7,3%	898	-7,6%	55.202	-7,3%
Σύνολο 1991-97	395.982		5.705		401.687	
1999	58.162		1.138		59.300	

Άνοιγμα - Κλείσιμο επιχειρήσεων, Διαφορά

Έτη	Άνοιγμα	Κλείσιμο	Διαφορά
1991	104.848	41.514	63.334
1992	108.723	49.833	58.890
1993	106.921	58.088	48.833
1994	87.407	64.744	22.663
1995	83.969	72.765	11.204
1996	82.550	59.541	23.009
1997	78.585	55.202	23.383
Σύνολο 1991-97	653.003	401.687	251.316
1999	104.587	59.300	45.287

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

Ο μέσος όρος των νέων επιχειρήσεων, ανά έτος, στην περίοδο 1991 - 1997 ανέρχεται σε 93.286 και το 1999 σε 104.587. Ο μέσος όρος, ανά έτος, των επιχειρήσεων που έκλεισαν την ίδια περίοδο σε 57.384 (ποσοστό 61,5%) των ανοιγμάτων και το 1999 σε 59.300. Ο μέσος όρος, ανά έτος, της διαφοράς τους, για την ίδια περίοδο, ανέρχεται σε 35.902 και το 1999 σε 45.287. Σύμφωνα με τους πίνακες αυτούς, κάθε χρόνο προστίθονται στο απόθεμα των επιχειρήσεων της χώρας μας 35.902 επιχειρήσεις και το 1999 45.287 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 προσμετρώνται ως ενεργές.
- Πολλές επιχειρήσεις που έκλεισαν δεν το ανακοίνωσαν στις ΔΟΥ.

- Υπάρχει, τα τελευταία χρόνια, μεγάλος αριθμός “επιχειρήσεων” που απλά 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. διασπάστηκαν, λόγω βαριάς φορολογίας σε δύο ή περισσότερες ατομικές επιχειρήσεις.
 - Πολλές επιχειρήσεις προέρχονταν 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 αδήλων επιχειρήσεων, που δρουν στην παραοικονομία.
- Όλες οι προαναφερόμενες “ενστάσεις” συγκροτούν διορθωτικές παρατηρήσεις που δεν ανατρέπουν τη γενική εικόνα, αλλά τη διαφοροποιούν σε κάποιο, σχετικό, βαθμό.

2. ΚΡΙΤΙΚΗ ΤΩΝ ΑΣΚΟΥΜΕΝΩΝ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ

Η άσκηση ειδικών αναπτυξιακών πολιτικών για τις ΜΜΕ 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 μικρής κλίμακας (τοπικές αγορές και πόροι, μικρές εκμεταλλεύσεις, ιδιαιτερότητες καταναλωτών κ.α.) επισημοποιήθηκε με τη σύνταξη δυο παραπλήσιων “χαρτών”, το 2000, η μια από τον ΟΟΣΑ στη Μπολόνια της Ιταλίας και η άλλη από την Ε.Ε. στη Φεΐρα της Πορτογαλίας. Πρακτικά οι “χάρτες” αυτοί συνιστούν γενική κριτική στις ασκούμενες πολιτικές και στα υπάρχοντα αντικίνητρα, τα οποία πρέπει να αρθούν.

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.
- Στην διευκόλυνση της εξωστρέφειας και της πρόσβασης στις διεθνείς αγορές.
- Στην σύνδεσή τους με την έρευνα και την τεχνολογία.
- Στην πρόσβαση στα χρηματοδοτικά μέσα.
- Στη φθηνότερη και ταχύτερη εκκίνηση (ίδρυση).
- Στην επαγγελματική κατάρτιση.
- Στην εισαγωγή της πληροφορικής και του ηλεκτρονικού εμπορίου.
- Στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της ποιότητας.
- Στην ανάπτυξη δικτυώσεων και συνεργασιών.
- Στη 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 αντανάκλουν απαιτήσεις εφαρμοσμένων πολιτικών σε εθνικό επίπεδο.

Στην Ελλάδα οι πολιτικές που ασκήθηκαν για τις ΜΜΕ, στα κυριότερα ζητήματα, περιγράφονται αναλυτικά παρακάτω.

2.1. Κεφάλαια

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 χρημα-

τοδότηση. Διεθνώς έχει αναγνωρισθεί ένα έλλειμμα και μια άνιση θέση στην πρόσβαση των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση και γι' αυτό πολλές χώρες έχουν θεσπίσει ειδικά χρηματοδοτικά προγράμματα. Τα προγράμματα αυτά αφορούν, είτε επιδότηση επιτοκίου, είτε εγγυήσεις, είτε χρηματοδότηση δραστηριοτήτων ή θέσεων εργασίας. Πρόγραμμα επιδότησης επιτοκίου εγκεκριμένο από την Ε.Ε., εφαρμόστηκε και στη Ελλάδα στο πλαίσιο του Β' Κ.Π.Σ. (4ο υποπρόγραμμα Β' Κ.Π.Σ., 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. Με το υπάρχον θεσμικό πλαίσιο δεν προβλέπεται καμία πολιτική εξίσωσης των όρων χρηματοδότησης για τις ΜΜΕ, πλην της φθίνουσας 197/78 ΑΝΕ για τη βιοτεχνική χρηματοδότηση με στάσιμα κεφάλαια ύψους 310 δις δρχ.

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 (σύναψη σχέσεων επιχείρησης-τράπεζας) για τις Πολύ Μικρές Επιχειρήσεις της χώρας μας είναι ο μικρότερος της Ε.Ε. (29% έναντι 39% της Πορτογαλίας, 43% της Ισπανίας, 57% του Βελγίου και 77% της Αυστρίας). 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

(10-49 άτομα) ο βαθμός τραπεζικοποίησης είναι σχετικά καλός και κινείται σε μέσα επίπεδα έναντι των χωρών της Ε.Ε. (πηγή: ENSR Enterprise Survey-1999 Επεξεργασία Σ. Χανδρινός "Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα και το διεθνή χώρο"). 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 (ΝΕ.Χ.Α) 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 καμία πρακτική στήριξη στις ΜΜΕ, αφού δεν ανταποκρίνονται στις δυνατότητες των ΜΜΕ να τα αξιοποιήσουν και από την άλλη, οι ΜΜΕ δεν είναι σε θέση οργανωτικά - διοικητικά να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις αυτών των θεσμών.

Σοβαρή εμπλοκή έχει παρουσιαστεί στη δημιουργία των Εταιρειών Αμοιβαίων Εγγυήσεων (ΕΑΕ) εξ αιτίας της αδράνειας της Πολιτείας στη θεσμοθέτηση φορέα αντεγγύησης για τις ΕΑΕ, χωρίς τον οποίο είναι αδύνατη η λειτουργία τους.

Στις κρατικές ενισχύσεις προς τις ΜΜΕ, πρέπει να εντάξουμε και το κρατικό κεφάλαιο ύψους, περίπου, 100 δις δρχ. που πρόκειται να διαχειριστεί η υπο δημιουργία από το Υπουργείου Ανάπτυξης εταιρεία "Κεφάλαιο Επιχειρηματικών Συμμετοχών Υψηλής Τεχνολογίας Α.Ε." (ΚΕΣΥΤ Α.Ε.), με σκοπό την ενίσχυση προωθημένων πρωτοβουλιών στο πεδίο της "Νέας Οικονομίας". Επίσης,

η Κυβέρνηση έχει εξαγγείλει τη διάθεση κεφαλαίων ύψους 30 δις δρχ., μέσω εταιρείας χρηματοδοτικής στήριξης για παροχή εγγυήσεων μέχρι 50% σε δάνεια προς ΜΜΕ. Με τις δράσεις αυτές η κυβέρνηση υπολογίζει να κινητοποιήσει, στα επόμενα χρόνια, εκατοντάδες δις δρχ. υπέρ των ΜΜΕ.

Οι ΜΜΕ αποκλείονται εμμέσως από τα αναπτυξιακά κίνητρα (κρατικές ενισχύσεις) του Ν. 2601/98. Σύμφωνα με την παρ. 1 του άρθρου 6 του νόμου αυτού εξαιρούνται, των ενισχύσεων, οι επενδύσεις των ΜΜΕ (ίδρυση, επέκταση), οι οποίες είναι κάτω των 45 εκ. δρχ. Ομοίως, αποκλείονται οι επενδύσεις βελτίωσης και εκσυγχρονισμού κάτω των 10 εκ. δρχ.

Στην Ελλάδα δεν λειτουργούν, μέχρι σήμερα, χρηματοδοτικά μέσα που λειτουργούν σε άλλες χώρες, όπως "χρηματοδοτικοί Άγγελοι" για παροχή κρίσιμης χρηματοδότησης ή τοπικοί φορείς συγκέντρωσης και παροχής κεφαλαίων σε τοπικές ΜΜΕ.

Η δυνατότητα αξιοποίησης του θεσμού των συνεταιριστικών τραπεζών, ιδίως για την τοπική χρηματοδότηση των ΜΜΕ δεν έχει υλοποιηθεί ακόμη, παρά την ίδρυση 14 συνεταιριστικών τραπεζών σε διάφορες Περιφέρειες. Τα κεφάλαια που διακινούν οι τράπεζες αυτές δεν φτάνουν ούτε στο 1% της τραπεζικής δανειοδότησης.

Τέλος, θα πρέπει να σημειωθεί η ανάγκη θεσμικής προσαρμογής των χρηματοδοτικών μεσών στη φύση των ΜΜΕ, έτσι ώστε να μην επαναληφθούν οι καταστροφικές συνέπειες μη εξοφληθέντων δανείων, λόγω του ανατοκισμού των καθυστερούμενων δόσεων.

2.2. Φορολογία

Η αντιφατικότητα και η γραφειοκρατική υφή της φορολογικής νομοθεσίας είναι

αποτέλεσμα της έλλειψης αρχών, στόχων και συνέπειας της φορολογικής πολιτικής.

Το σύστημα που διέπει σήμερα τη φορολόγηση των ΜΜΕ παρουσιάζει ακριβώς τα παραπάνω προβλήματα. Ο υπολογισμός του φόρου για τις επιχειρήσεις με βιβλία Β' κατηγορίας του Κ.Β.Σ. ή Γ' κατηγορίας με προαιρετική τήρηση γίνεται με ένα μεικτό λογιστικό και εξωλογιστικό σύστημα φορολόγησης, που προκρίνει το δυσμενέστερο αποτέλεσμα για την επιχείρηση (Ν. 2753/99 άρθρο 6). Είναι χαρακτηριστικό ότι γίνεται τέσσερις φορές υπολογισμός του φορολογητέου εισοδήματος, μια με λογιστικό τρόπο, μια εξωλογιστικώς με εφαρμογή του Μοναδικού Συντελεστή Καθαρών Κερδών (ΜΣΚΚ) επί των πωλήσεων, ένας τρίτος εξωλογιστικός υπολογισμός κατά τον τεκμαρτό υπολογισμό του Φ.Π.Α. με εφαρμογή του ΜΣΚΚ επί των αναλωθισών αγορών, των εξόδων και των αποσβέσεων και ένας τέταρτος υπολογισμός με την ΠΟΛ 1144/98 (Συνοπτικός Έλεγχος). Σε κάθε περίπτωση για τον φορολογούμενο υπερισχύει το δυσμενέστερο αποτέλεσμα.

Επιπλέον, εφαρμόζεται ο τεκμαρτός "αντικειμενικός" υπολογισμός του Φ.Π.Α. ανά τριετία και σε περίπτωση που προκύπτει Φ.Π.Α. μεγαλύτερος του αποδοθέντος αναζητείται η διαφορά ανεξαρτήτως αν δεν εισπράχθηκε.

Για τις Ο.Ε. και Ε.Ε. εφαρμόζεται συντελεστής φορολόγησης 25% στο 50%, τουλάχιστον, των κερδών πράγμα που συντελεί στην αποτροπή συνενώσεων των Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων.

Στους συνεταιρισμούς και τις κοινοπραξίες επιβάλλεται συντελεστής 35% επί του συνόλου των κερδών, πράγμα που θεωρείται ως ισχυρό αντικίνητρο στη δημιουργία συνεταιρισμών και κοινοπραξιών.

Το όλο φορολογικό σύστημα διέπεται υπό συνεχείς μεταβολές, οι οποίες πολλές

φορές, παρ' ότι δυσμενέστερες, έχουν αναδρομική ισχύ.

2.3. Οριζόντιες και κάθετες πολιτικές

Την τελευταία δεκαετία έχει υπερισχύσει η άσκηση οριζόντιων πολιτικών και για λόγους ίσης μεταχείρισης και για λόγους εναρμόνισης με την Ε.Ε. Αυτές βέβαια μπορούν να αποτελούν το 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, την αργυροχρυσοχοία, το παπούτσι κ.α., ενώ για τις επιχειρήσεις μετάλλου προέχει η εισαγωγή καινοτομιών, για τον κλάδο πληροφορικής η παραγωγή λογισμικού κ.ο.κ.

2.4. Επιχειρείν

Στην αυγή του 21ου αιώνα, είναι σαφές ότι το επιχειρείν δεν μπορεί να γίνεται σε περιβάλλον και φιλοσοφία προηγούμενων εποχών. Το ρυθμιστικό πλαίσιο του επιχειρείν συνεχίζει να διέπεται από την παραδοσιακή καχυποψία απέναντι στην επιχείρηση και τον επιχειρηματία. Σήμερα, όμως, η πρόσβαση στην επιχειρηματικότητα είναι περισσότερο από ποτέ δικαίωμα κάθε πολίτη και η χώρα δεν έχει την πολυτέλεια να "πνίγει" είτε να αποθαρρύνει, μέσω της γραφειοκρατίας, τον μικρομεσαίο επιχειρηματία, είτε νέο, είτε παλαιό. Η λογική αυτή πρέπει να αποτυπωθεί επί της ουσίας και στο κανονιστικό πλαίσιο περί δημιουργίας και λειτουργίας επιχειρήσεων.

2.5. Γραφειοκρατία

Η γραφειοκρατία σπαταλά σημαντικότατο μέρος της ενέργειας και του νου,

ειδικά των πολύ μικρών επιχειρήσεων, σε μία εποχή που όλο και περισσότερη ενέργεια πρέπει να αφιερώνεται στη στρατηγική, το marketing, την πώληση, την κατάρτιση και την έρευνα και τεχνολογία. Στις αρχές ενός νέου αιώνα, η συνέχιση της παραδοσιακής αντιμετώπισης της επιχείρησης, από το φορολογικό και γενικά το νομικό σύστημα ως "υπόπτου", 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 μία νέα φιλοσοφία σχετικά με την επιχείρηση. Οι ρυθμίσεις απλοποίησης της ίδρυσης επιχειρήσεων που τέθηκαν σε εφαρμογή το 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.

2.6. Όροι ανταγωνισμού

Οι όροι ανταγωνισμού σε μια ελεύθερη αγορά αποτελούν το κλειδί ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας και των επιχειρήσεων.

Η αποχώρηση ενός επιχειρηματία από την αγορά ή η αποθάρρυνση της εισόδου του σε αυτήν, εξαιτίας στρεβλώσεων του ανταγωνισμού (π.χ. εναρμονισμένες ή περιοριστικές πρακτικές) έχει σημαντικές ευρύτερες οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις.

Στην Ελληνική αγορά παρατηρούνται συχνά στρεβλώσεις στον ανταγωνισμό, σε βάρος των ΜΜΕ. Τέτοιες στρεβλώσεις παρατηρούνται π.χ. στο λιανεμπόριο με πρακτικές, περιορισμένων ή στιγμιαίων προσφορών δώρων ή πωλήσεων κάτω του κόστους για την εκτόπιση μικρομεσαίων ανταγωνιστών (σχετική τροπολογία απαγόρευσης πωλήσεων κάτω του κόστους ψηφίστηκε τον Αύγουστο του 2001).

2.7. Κατάρτιση Εργαζομένων στις ΜΜΕ και Επιχειρηματία

Η επαγγελματική κατάρτιση, αρχική και συνεχιζόμενη, αποτελεί κλειδί για την αναβάθμιση της επιχειρηματικότητας και της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ.

Παρ' όλα αυτά, σοβαρά προβλήματα εμφανίζονται στην κατάρτιση και συνεχιζόμενη/ δια βίου εκπαίδευση, τόσο των εργαζομένων 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 των εργαζομένων, στις ΜΜΕ, από τα προγράμματα κατάρτισης, λόγω δυσχεριών και εμποδίων που συνδέονται με το μέγεθός τους και τις γραφειοκρατικές διαδικασίες.

Χαρακτηριστικό είναι το παράδειγμα του ΕΛΠΕΚΕ, στον οποίο οι ΜΜΕ επιβαρύνονται, όπως και οι μεγάλες επιχειρήσεις με κατα κεφαλήν εργοδοτική εισφορά, ενώ στην πράξη αδυνατούν να επωφεληθούν των προγραμμάτων κατάρτισης. Ανάλογο πρόβλημα αντιμετωπίζουν οι εργαζόμενοι στις ΜΜΕ με τα ενδοεπιχειρησιακά προγράμματα που γίνονται στο πλαίσιο ευρωπαϊκών προγραμμάτων.

Παρά τις διορθωτικές κινήσεις που έγιναν στα ενδοεπιχειρησιακά προγράμματα κατάρτισης, (χρηματοδότηση τμήματος της εργοδοτικής εισφοράς, κοινές δράσεις κ.λπ.), αλλά και ιδιαίτερα στο πρόγραμμα του ΛΑΕΚ (ΕΛΠΕΚΕ) όπου χρηματοδοτήθηκαν ειδικές παρεμβάσεις κατάρτισης από τα αποθεματικά του ΛΑΕΚ, η κατάσταση δεν έχει διαφοροποιηθεί λόγω μικρής προσέλευσης.

Ένα ειδικό πρόβλημα που πρέπει να αντιμετωπισθεί είναι η θέσπιση καταλλήλων διαδικασιών πρόσβασης των μικροεπιχειρηματιών και των απασχολούμενων στις μικρο-επιχειρήσεις στις διαδικασίες κατάρτισης και δια βίου μάθησης. Σύμφωνα

με τα δεδομένα, οι επαγγελματικές γνώσεις απαξιώνονται σε μεγάλο ποσοστό μέσα σε λίγα χρόνια (ανάλογα με το επάγγελμα) και η ανανέωσή τους είναι όρος επιβίωσης των επιχειρήσεων και του ανθρώπινου δυναμικού.

Η προσέλευση των μικρο-επιχειρηματιών στην επαγγελματική κατάρτιση, παρουσιάζει την εξής αντιφατική εικόνα. Όπου έγιναν νομοθετικές παρεμβάσεις υποχρεωτικής προσέλευσης στην κατάρτιση και πιστοποίηση για την συνέχιση ή την διεύρυνση της άσκησης του επαγγέλματος, (φανοποιοί, βαφείς, υδραυλικοί, παραδοσιακοί κρεοπώλες, τεχνικοί φυσικού αερίου κ.α.) τα αποτελέσματα προσέλευσης ήταν θεαματικά. Όπου η προσέλευση ήταν απλώς εθελοντική, το ποσοστό συμμετοχής ήταν ελάχιστο ως ανύπαρκτο. Χαρακτηριστικό είναι ότι παρατηρείται σήμερα μια τεράστια ζήτηση εκπαίδευσης των ΜΜΕ σε θέματα Τεχνικού Ασφαλείας, λόγω υποχρεωτικότητας τήρησης Τεχνικού Ασφαλείας. Το θέμα της προσέλευσης των ΜΜΕ στην επαγγελματική κατάρτιση χρήζει ιδιαίτερης μελέτης, ώστε να ληφθούν τα αναγκαία μέτρα.

2.8. Δίκτυα Στήριξης

Η δημιουργία δικτύων στήριξης των ΜΜΕ αποτελεί για πολλές χώρες αναγκαίος όρος της ανάπτυξής τους. Η έννοια της στήριξης αναλύεται σε σειρά πολιτικών που στοχεύουν στην εξάλειψη αδυναμιών των ΜΜΕ να δράσουν με ίσους όρους στην αγορά.

Στο πρόγραμμα "Ανταγωνιστικότητα" του Υπουργείου Ανάπτυξης σχεδιάστηκε ειδική δράση για τη δημιουργία δομών υποστήριξης επιχειρηματικότητας, με την διασύνδεση και δικτύωση όλων των φορέων στήριξης των ΜΜΕ. Η έλλειψη τέτοιου δικτύου υποστήριξης μετά τη συρρίκνωση του ΕΟΜΜΕΧ είναι εμφανής στις ΜΜΕ. Ο ΕΟΜΜΕΧ που ιδρύθηκε το 1977 αποτέλεσε το επίσημο όργανο εφαρμογής της κρατικής πολιτικής ανάπτυξης των ΜΜΕ, τις τελευταίες δεκαετίες. Η απότομη συρρίκνωσή του τα τελευταία χρόνια, στα όρια

της Αττικής, δεν ακολουθήθηκε από την ανάπτυξη ενός άλλου κρατικού δικτύου υποστήριξης των ΜΜΕ. Για την αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα του ΕΟΜΜΕΧ έχουν εγερθεί πολλές αμφισβητήσεις και αντιρρήσεις, κυρίως, για τη σχέση κόστους-ωφέλειας στις πολιτικές που κλήθηκε να εφαρμόσει, όπως π.χ. στη χρηματοδότηση που οδήγησε σε μεγάλες καταπτώσεις δανείων σε βάρος του Δημοσίου.

Η ίδρυση διαφόρων Κέντρων Ανάπτυξης Επιχειρήσεων δεν μπόρεσε να καλύψει το κενό μιας ουσιαστικής στήριξης που είχαν ανάγκη οι ΜΜΕ. Πέρα από αυτό δεν υπάρχει ένας κεντρικός φορέας υποστήριξης, που θα υλοποιεί την πολιτική της Πολιτείας, αλλά αυτή περνάει μέσα από τις Περιφερειακές και Νομαρχιακές δομές με πενιχρά αποτελέσματα μέχρι τώρα.

Ειδικά για τους νέους επιχειρηματίες ιδρύθηκαν 32 Κέντρα Νέων Επιχειρηματιών με συμμετοχή ΕΟΜΜΕΧ, Επιμελητηρίων, Τοπικής Αυτοδιοίκησης και Αναπτυξιακών Εταιρειών. Το έργο αυτών των Κέντρων μένει να αξιολογηθεί για την διεύρυνση του εγχειρήματος.

Δίκτυα στήριξης των ΜΜΕ αποτελούν οι συνδικαλιστικές οργανώσεις των ΜΜΕ και οι διάφοροι φορείς που συστήνουν.

Το θέμα της οργάνωσης και παγίωσης ενός δικτύου υποστηρικτικών φορέων για άσκηση αναπτυξιακής πολιτικής, για τις ΜΜΕ είναι σε εξέλιξη και σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να μελετηθεί από την άποψη της αναγκαιότητας ύπαρξής του.

2.9. Εργασιακές Σχέσεις - Μισθοί - Συνθήκες Εργασίας

Το κύριο πρόβλημα για την ομαλή ανάπτυξη των εργασιακών σχέσεων, στους χώρους των ΜΜΕ, είναι και η αδυναμία σύστασης συνδικαλιστικής οργάνωσης στην επιχείρηση, αφού για τη δημιουργία της ο Αστικός Κώδικας (άρθρο 78) απαιτεί τουλάχιστον 21 εργαζόμενους με αποτέλεσμα

την μη ύπαρξη επιχειρησιακού σωματείου στο 98,43% των επιχειρήσεων, οι οποίες σημειωτέον απασχολούν το 64,67% των εργαζομένων της χώρας.

Στο πλαίσιο της θεμιτής προσπάθειας για προστασία των εργαζομένων έχει δημιουργηθεί ένα πολυδαίδαλο πλέγμα από νόμους, αποφάσεις και εγκυκλίους, οι οποίες απαιτούν τεράστια προσπάθεια αφενός μεν για να κατανοηθούν, αφετέρου για να “τηρηθούν” ειδικά από τις ΜΜΕ που δεν έχουν τις απαραίτητες υποδομές και στελέχωση. Μέχρι στιγμής δεν υπάρχει ένας σχεδιασμός ενός συνολικού συστήματος διαδικασιών που να λαμβάνει υπόψη του την ανάγκη για μείωση της γραφειοκρατικής πτυχής, χωρίς να υποσκάπτει την ανάγκη τήρησης του σχετικού κανονιστικού πλαισίου για την ουσιαστική προστασία των εργαζομένων. Για παράδειγμα, οι γραφειοκρατικές υποχρεώσεις ενημέρωσης των αρμοδίων αρχών (επιθεώρηση, ασφαλιστικά ταμεία, κ.α.), ως προς τις προσλήψεις εργαζομένων, δημιουργούν σοβαρές δυσκολίες, τουλάχιστον, για τις Πολύ Μικρές Επιχειρήσεις. Σημειώνεται ότι ένας εργοδότης είναι κανονικά υποχρεωμένος να ενημερώνει την κατάσταση εργαζομένων προς την Επιθεώρηση Εργασίας κάθε φορά που επέρχεται αλλαγή σε οποιοδήποτε από τα αναφερόμενα στην κατάσταση στοιχεία (πρόσληψη, απόλυση, μισθός, οικογενειακή κατάσταση, ηλικία, κ.α.). Για τις μικρές επιχειρήσεις αυτές οι υποχρεώσεις ενημέρωσης αποτελούν ένα σημαντικό έργο.

Ένα πολύ σοβαρό πρόβλημα που δυσκολεύει τον εντοπισμό, την καταγραφή και την παρακολούθηση των εργασιακών σχέσεων στις ΜΜΕ είναι η πλημμελής τήρηση επίσημων στατιστικών στοιχείων.

2.9.1. Μισθοί - Συλλογικές Συμβάσεις Εργασίας (Σ.Σ.Ε.)

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο και κυρίως στις χώρες της Νότιας Ευρώπης, υπάρχει, από τυπικής άποψης, ευθεία αναλογία ανάμεσα στο μέγεθος της επιχείρησης και το επίπεδο των αμοιβών. Ανεξαρτήτως άλλων παραμέ-

τρων, όπως για παράδειγμα, τα χαρακτηριστικά της αγοράς (περισσότερο ή λιγότερο ανταγωνιστική), οι μεγάλες επιχειρήσεις αμείβουν καλύτερα από ότι οι μικρές. Ως αιτία γι' αυτό αναφέρεται η υψηλή εξειδίκευση εργασίας στις μεγάλες επιχειρήσεις, καθώς και το γεγονός ότι στις ΜΜΕ απασχολούνται περισσότεροι νέοι, γυναίκες και προσωρινά απασχολούμενοι (μεγαλύτερη ευελιξία).

Ωστόσο, υπάρχουν και απόψεις που αναφέρουν σειρά άτυπων παροχών πολλών ΜΜΕ προς τους εργαζόμενους, που ισοδυναμούν με βελτιωμένη αμοιβή (άτυπες άδειες, διευκολύνσεις, μη αναφερόμενες αμοιβές κ.α.).

Οι ΣΣΕ αποτελούν, στην περίπτωση των ΜΜΕ, το αντιστάθμισμα στην έλλειψη συνδικαλιστικής εκπροσώπησης των εργαζομένων και στην εξ αυτής αδυναμία συλλογικής διαπραγματεύσεως σε επίπεδο επιχείρησης.

Ελλείπει ΣΣΕ, ειδικά για τον χώρο των ΜΜΕ, η ΕΓΣΣΕ, οι κλαδικές και οι ομοιοεπαγγελματικές ΣΣΕ αποκτούν ιδιαίτερη βαρύτητα.

Υπάρχουν έξωθεν απόψεις που αναφέρονται σε αποκέντρωση των ΣΣΕ στις ΜΜΕ. Αυτό λόγω της έλλειψης παράδοσης σύναψης ΣΣΕ στις ΜΜΕ θα μπορούσε να αποβεί μοιραία οδηγώντας στην κατάργησή τους.

2.9.2. Χρόνος εργασίας/Συνθήκες εργασίας

Από μελέτες προκύπτει ότι ο χρόνος εργασίας στις μικρές επιχειρήσεις είναι μακρύτερος απ' ότι στις μεγάλες. Η επιμήκυνση αυτή του χρόνου είναι αποτέλεσμα μεγαλύτερης ευελιξίας που παρατηρείται στις ΜΜΕ, από την έλλειψη ελέγχου από τα αρμόδια όργανα της Πολιτείας (ΣΕΠΕ), αλλά και από τη βούληση πολλές φορές του ίδιου του εργαζομένου που αποδέχεται αυτές τις συνθήκες παίρνοντας κάποια αύξηση στο μισθό του.

Για τις συνθήκες εργασίας στις ΜΜΕ υπάρχει το σχετικό νομοθετικό πλαίσιο, ένα σκέλος του οποίου αναφέρεται στις επιτροπές Υγιεινής Ασφαλείας της Εργασίας (Υ.Α.Ε) και στις υποχρεώσεις εργοδοτών και εργαζομένων γύρω από τις συνθήκες εργασίας και ένα άλλο αναφέρεται στην προστασία των εργαζομένων από την έκθεσή τους σε χημικούς, φυσικούς και βιολογικούς παράγοντες. Υπάρχει ακόμη κατ' εξοχήν εξειδικευμένος φορέας υλοποίησης πολιτικής για Υ.Α.Ε., το Ελληνικό Ινστιτούτο Υγιεινής και Ασφάλειας της Εργασίας (ΕΛΙΝΥΑΕ), στο οποίο μόλις τώρα αρχίζουν να προσφεύγουν οι ΜΜΕ.

Η τήρηση της νομοθεσίας Υ.Α.Ε. συναντά δυσκολίες. Κάποιοι από τους λόγους στους οποίους μπορεί να αποδοθεί αυτό το γεγονός είναι η έλλειψη σχετικής "κουλτούρας" στους εργοδότες και εργαζόμενους, η έλλειψη αξιόπιστων μηχανισμών ελέγχου, από πλευράς της Πολιτείας, καθώς και η έλλειψη εσωτερικών θεσμών παρακολούθησης της Υγιεινής και Ασφάλειας της Εργασίας στις ΜΜΕ. Στον τομέα αυτό το ΕΛΙΝΥΑΕ μπορεί να παίξει τον κύριο ρόλο στην εφαρμογή ενεργητικών πολιτικών Υ.Α.Ε., εφ' όσον αξιοποιηθεί και ενταχθεί σε ένα ευρύ πλαίσιο αναβάθμισης της Υ.Α.Ε. στη χώρα μας. Επίσης, μπορούν να βοηθήσουν σημαντικά και οι εργοδοτικές και εργατικές οργανώσεις.

2.10. Αξιοποίηση Κοινοτικών Πόρων

Τα Κοινοτικά Προγράμματα αν και θεωρητικά απετέλεσαν σημαντική ευκαιρία ανάπτυξης και εκσυγχρονισμού των ΜΜΕ πρακτικά η πρόσβασή τους σ' αυτά και η αξιοποίησή τους ήταν πολύ μικρή.

Η γενική εκτίμηση για τα Κοινοτικά Προγράμματα είναι ότι από όπου αυτά είχαν αυστηρές προδιαγραφές εκτέλεσης και κατευθύνθηκαν στις ΜΜΕ είχαν θετικά αποτελέσματα. Δυστυχώς, μεγάλο μέρος τους χάθηκε στη "διαδρομή" ή σε εικονικές ενέργειες απορρόφησης κονδυλίων, ιδίως στο Α' και Β' Κ.Π.Σ.

Σημειώνεται ότι από την Κοινοτική Πρωτοβουλία για τις ΜΜΕ και τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα του Β' Κ.Π.Σ. στην περιοχή της Αττικής και Νήσων, σύμφωνα με τα στοιχεία του Ενδιάμεσου Φορέα Διαχείρισης, το 68% των εγκρίσεων έλαβαν επιχειρήσεις με μορφή Α.Ε. και Ε.Π.Ε., καθ' ότι δεν υπήρχε περιοριστικός όρος συμμετοχής για τις μεγάλες, για ελληνικά δεδομένα, επιχειρήσεις (μέχρι 250 άτομα), ενώ υπήρχε κατώτατο απαγορευτικό όριο συμμετοχής που αναφέρονταν σε 70 εκ. δρχ. ετήσιο κύκλο εργασιών. Έτσι τα προγράμματα αυτά ελάχιστα αξιοποιήθηκαν από επιχειρήσεις με μέχρι 50 άτομα απασχόλησης.

Σύμφωνα με τις κατανομές του Γ' Κ.Π.Σ., στις ΜΜΕ καταχωρήθηκαν μέσω του προγράμματος "Ανταγωνιστικότητα" του Υπουργείου Ανάπτυξης, 660 δις δρχ., που αντιστοιχεί στο 3,7% περίπου, του Γ' Κ.Π.Σ. Το ποσοστό αυτό βεβαίως βρίσκεται σε αναντιστοιχία με την οικονομική και κοινωνική συμβολή των ΜΜΕ στην ανάπτυξη της χώρας.

Το Πρόγραμμα "Ανταγωνιστικότητα" είναι η καρδιά του Γ' Κ.Π.Σ. για τις ΜΜΕ. Σ' αυτό προβλέπονται δράσεις από το 2000 έως το 2006, που αφορούν, κατά κύριο λόγο, την ενίσχυση της καινοτομίας, της ηλεκτρονικής υποδομής, της δημιουργίας δικτύου φορέων στήριξης, της δημιουργίας επιχειρήσεων "Νέας Οικονομίας", την ποιότητα κ.α.

Πέρα των ανωτέρω, υπάρχουν και σειρά από οριζόντια προγράμματα (επαγγελματική κατάρτιση, επιδότηση εργασίας, ενίσχυση καινοτομιών κ.λπ.), τα οποία μπορούν να αξιοποιήσουν οι ΜΜΕ.

2.11. Τεχνολογία - Νέα Οικονομία

Η χώρα μας κατέχει μια από τις τελευταίες θέσεις στην Ε.Ε., σε δαπάνες, για

έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη (ΕΤΑ), ως ποσοστό του Α.Ε.Π. Δαπανά για ΕΤΑ το 0,5% του Α.Ε.Π., έναντι 2% του μέσου όρου στην Ε.Ε. Αντίστοιχα η έρευνα και η 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. Τα εγχειρήματα με τις θερμοκοιτίδες εκκώλυσης επιχειρήσεων νέας τεχνολογίας σε Τεχνολογικά Πάρκα, όπως του Λαυρίου και της Πάτρας, είναι μεν πρωτοποριακά, αλλά δεν έχουν αποφέρει ακόμη απτά αποτελέσματα, ενώ άλλοι σχεδιασμοί δημιουργίας θερμοκοιτίδων έχουν προχωρήσει ελάχιστα. Με το πρόγραμμα "Ανταγωνιστικότητα" του Υπουργείου Ανάπτυξης προγραμματίζεται να δημιουργηθούν 8-10 θερμοκοιτίδες με 100 επιχειρήσεις, έναντι 20, που έχουν οι υπάρχοντες σήμερα. Πιο αποτελεσματικά ήταν τα σχετικά προγράμματα ενισχύσεων του ΕΟΜΜΕΧ, που υλοποιήθηκαν τα τελευταία χρόνια.

Για την ενίσχυση της εισαγωγής νέας τεχνολογίας και για την προώθηση των επιχειρήσεων σε δράσεις που έχουν χαρακτηριστεί ως "Νέα Οικονομία" το Υπουργείο Ανάπτυξης κατάρτισε 7 προγράμματα συνολικού ύψους 306 δις δρχ., στο πλαίσιο του Γ' Κ.Π.Σ. Ανάμεσα στις δράσεις περιλαμβάνεται η δικτύωση 60.000 ΜΜΕ με το διαδίκτυο (INTERNET), η προώθηση του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, η δημιουργία επιχειρήσεων της "Νέας Οικονομίας", δημιουργία Κέντρων Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (ΚΕΤΑ) κ.α.

Το Ηλεκτρονικό Εμπόριο, ως ένας κρίσιμος τομέας που θα απασχολήσει έντονα τις ΜΜΕ στα, αμέσως, επόμενα χρόνια χρήζει ιδιαίτερης προσοχής. Σήμερα το ηλεκτρονικό εμπόριο προσελκύει ελάχιστες επιχειρηματικές δραστηριότητες, ενώ αντίστοιχα ελάχιστοι είναι και οι καταναλωτές που συναλλάσσονται μέσω INTER-

NET. Σύμφωνα με έρευνα του ICAP και της FOCUS - BARI, από 700.000 χρήστες INTERNET το 2000 (προ-τελευταία θέση στην Ε.Ε.) μόνο το 6% προβαίνει σε ολοκληρωμένη εμπορική συναλλαγή.

Από έρευνα του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών σε 1.400 μεγάλες επιχειρήσεις (πάνω από 2,5 δισ. δρχ. τζίρο) μόνο το 12,5% συναλλάσσεται μέσω INTERNET. Τα πράγματα βέβαια είναι απείρως πιο απογοητευτικά στις ΜΜΕ. Παρουσιάζεται έτσι η ανάγκη μιας γενικής επιτάχυνσης της πορείας προς τη “Νέα Οικονομία” και τις νέες τεχνολογίες.

Για τις ΜΜΕ, η εισαγωγή νέων τεχνολογιών και η είσοδος στη “Νέα Οικονομία” και στις λεωφόρους της Πληροφορίας, είναι μία πολύ δύσκολη διαδικασία και επιχειρείται κατά κανόνα κάτω από την πίεση του ανταγωνισμού και όχι επιθετικά, ως σχεδιασμένο ανταγωνιστικό όπλο. Η μεταβολή αυτής της κατάστασης με συνδυασμό κινήτρων και ενημέρωσης είναι απαραίτητος όρος τεχνολογικής ανάπτυξης των ΜΜΕ.

2.12. Συγχωνεύσεις

Η αναγκαιότητα ενίσχυσης των συγχωνεύσεων και της συνένωσης των ΜΜΕ καταδείχθηκε ήδη στην ενότητα 1.2., “Βαθμός Προσαρμοστικότητας των ΜΜΕ”.

Η συγχώνευση - συνένωση των ΜΜΕ είναι μια διαδικασία που συντελείται όταν απαιτείται η αύξηση του μέσου μεγέθους επενδυμένου κεφαλαίου, για την ανάπτυξη ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων, ικανών να κάνουν ανταγωνιστικές, βιώσιμες και κερδοφόρες τις επιχειρήσεις. Συντελούνται, επίσης, προ του φάσματος εκτόπισης από την αγορά.

Οι συνενώσεις στην Ελλάδα προσκρούουν σε πολλά θεσμικά και υποκειμε-

νικά εμπόδια. Ήδη αναφέρθηκαν ορισμένα φορολογικά αντικίνητρα για τις Ο.Ε., Ε.Ε., Συνεταιρισμούς και Κοινοπραξίες.

Πέρα από τα αντικίνητρα αυτά επιβάλλεται σε κάθε συνένωση φόρος υπερ-προσόδου (υπεραξίας) επιχειρήσεων, πράγμα που είναι αποτρεπτικό για τις συνενώσεις (Ν. 2238/94 άρθρο 13).

Μέχρι πρόσφατα ίσχυε το κίνητρο της κατά 25% μειωμένης φορολογίας των κερδών επί μία πενταετία, για επιχειρήσεις που συνενώνονται και είχαν ως ελάχιστο κεφάλαιο 20 εκ. δρχ. Η διάταξη αυτή προσέκρουε στους συντελεστές φορολόγησης 35% (Ν. 2238/94) των Ο.Ε., Ε.Ε. και συνεταιρισμούς που ίσχυαν τότε (για τις Ο.Ε., Ε.Ε. μειώθηκε, ήδη, στο 25% με τον Ν. 2753/99) με αποτέλεσμα παρά τις αλλεπάλληλες παρατάσεις να μην αποφέρει ουσιαστικά αποτελέσματα.

Στην Ελλάδα ο τομέας του αστικού συνεταιρισμού είναι πρακτικά ανύπαρκτος, ενώ οι επιχειρήσεις με εταιρική συμμετοχή διαφόρων μορφών (Ο.Ε., Ε.Ε.) κυμαίνονται από 10% ως 25% ανάλογα με τον κλάδο. Πρέπει, ακόμη, να σημειώσουμε, εδώ, ότι και οι υφιστάμενες εταιρικές μορφές, δύσκολα διευρύνονται και δέχονται νέα μέλη, αναπαράγοντας και σε αυτό το επίπεδο τη νοοτροπία του ατομικού επιχειρηματία.

Από πλευράς Πολιτείας, η άσκηση πολιτικής κινήτρων για τις συγχωνεύσεις - συνενώσεις των ΜΜΕ, ισοδυναμεί με ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας όλης της οικονομίας και της δημιουργίας δυναμικών και βιώσιμων ΜΜΕ, χωρίς καταστροφή του κεφαλαίου τους.

Από πλευράς μικρομεσαίων επιχειρηματιών, οι συγχωνεύσεις - συνενώσεις προσκρούουν σε μια αναχρονιστική επιχειρηματική κουλτούρα, που συνέδεε την επι-

χείρηση, εκτός από το κέρδος και με την ατομική ελευθερία και τις περισσότερες φορές πρυτάνευε η επιλογή της ελευθερίας από την αποτελεσματικότητα, με οδυνηρά αποτελέσματα.

2.13. Κλαδική προσέγγιση - Έρευνα Αγοράς

Από τη δεκαετία του 1990 δεν ασκούνται στη χώρα μας και σε όλη την Ε.Ε. κλαδικές πολιτικές, παρά την αντίθετη θέση των εκπροσώπων των ΜΜΕ. Αυτό, όμως, δεν πρέπει να παρεμποδίζει να προδιαγράφονται οι βασικές προτεραιότητες, κατά γενικούς τομείς, όπως του Εμπορίου, της Μεταποίησης και των Υπηρεσιών.

Επίσης, δεν πρέπει να υποβαθμίζεται η έρευνα και η συλλογή στοιχείων για την πορεία και τις ανάγκες ανάπτυξης των ΜΜΕ, γενικά και κλαδικά.

Σήμερα δεν υπάρχει ένα όργανο έρευνας και μελέτης των ΜΜΕ, ούτε ένας φορέας αξιολόγησης των πολιτικών και των αποτελεσμάτων τους. Οι κλαδικές μελέτες γίνονται αποσπασματικά και δεν παρακολουθείται η συνέχειά τους, σε πρακτικό επίπεδο. Τα ελάχιστα κλαδικά ινστιτούτα (ΕΛΚΑ, ΕΛΚΕΔΕ, ΕΛ.Κ.Ενδύματος, κ.α.) που είναι θυγατρικές του ΕΟΜΜΕΧ δεν μπόρεσαν να παίξουν τέτοιο ρόλο. Ομοίως, δε μπόρεσαν να συστήσουν έναν μελετητικό φορέα για τις ΜΜΕ, τα Επιμελητήρια και οι συνδικαλιστικοί φορείς εφόσον βρεθούν οι κατάλληλοι πόροι.

2.14. Διαδοχή - Μεταβίβαση

Τόσο στην Ε.Ε., όσο και στην Ελλάδα είναι γενικά αποδεκτό ότι πρέπει να καταστεί λιγότερο επαχθής η γραφειοκρατική και φορολογική επιβάρυνση στη διαδοχή των επιχειρήσεων.

Με το Ν. 2753/99 (άρθρο 3) μηδενίστηκε από 1.1.2001 ο φόρος υπεραξίας για μεταβίβαση (διαδοχή) ατομικών επιχει-

ρήσεων ή μεριδίων Ο.Ε., Ε.Ε., όταν αυτή αφορά μεταβίβαση σε τέκνο ή σύζυγο, λόγω συνταξιοδότησης.

Για κάθε άλλη περίπτωση μεταβίβασης επιχείρησης ή εταιρικού μεριδίου επιβάλλεται, σύμφωνα με το άρθρο 13 του Ν. 2238/94 εφάπαξ φόρος 20% επί της υπερ-προσόδου (υπεραξίας) της επιχείρησης.

Η παρεμβολή του φόρου υπεραξίας κατά τη μεταβίβαση επιχειρήσεων αποτελεί ένα σοβαρό αντικίνητρο που κάνει ευνοϊκότερο το άνοιγμα μιας νέας επιχείρησης, παρά τη συνέχιση λειτουργίας μια παλιάς δια της διαδοχής. Χάνονται έτσι σημαντικές επενδύσεις, θέσεις εργασίας και άυλη επιχειρηματική αξία εξαιτίας της αδυναμίας μεταβίβασης που έχει ως επακόλουθο το κλείσιμο. Σχετική έρευνα του ΒΙΟ Αττικής στις βιοτεχνίες έδειξε ότι το 1/3 των ιδιοκτητών είναι άνω των 50 ετών και σύντομα θα αντιμετωπίσει το θέμα διαδοχής.

2.15. Περιβάλλον - Χωροταξία

Για πολλές ΜΜΕ της μεταποίησης παρουσιάζονται δυσκολίες τήρησης των κανόνων προστασίας περιβάλλοντος. Για το λόγο αυτό χρήζουν τεχνικής βοήθειας και κινήτρων. Ο έλεγχος των επιχειρήσεων είναι ελλιπής και ανεπαρκής, ενώ και η περιβαλλοντική συνείδηση δεν είναι ανεπτυγμένη. Δεν υπάρχουν, ούτε όργανα στήριξης των ΜΜΕ στον τομέα αυτό, ούτε ένα απλοποιημένο κατανοητό πλαίσιο εφαρμογών. Ακόμη οι υποδομές και τα δίκτυα περισυλλογής και ανακύκλωσης αποβλήτων είναι, πρακτικά, ανύπαρκτο λόγω έλλειψης κινήτρων που θα ωθούσαν στην ανάληψη παρόμοιων επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

Το χωροταξικό και το περιβαλλοντικό πρόβλημα εγκατάστασης έχει πολλές πλευρές για τις ΜΜΕ και βασικά εστιάζεται στα παρακάτω σημεία.

- Πλαίσιο επαγγελματικών μισθώσεων- Προστασία επαγγελματικής στέγης.

- Βιοτεχνικά Πάρκα - Βιοτεχνικές ζώνες.
- Πολιτική Τοπικής Αυτοδιοίκησης για χρήσεις γης.
- Άδειες λειτουργίας - όχλουσες δραστηριότητες, Π.Δ. 84/84.

Τα προβλήματα αυτά αναλύονται διεξοδικά ως ακολούθως.

2.15.1. Οι επαγγελματικές μισθώσεις

Το βασικό νομικό πλαίσιο που διέπει τις μισθώσεις επαγγελματικών χώρων πηγάζει από το Π.Δ. 34/95, το οποίο κωδικοποιεί την ως το έτος 1995 νομοθεσία. Με τροποποίηση που επήλθε με το άρθρο 7 του Ν. 2741/99, διαμορφώθηκε το ισχύον σήμερα νομικό πλαίσιο, κύρια στοιχεία του οποίου είναι:

- Όλες οι μισθώσεις είναι ελεύθερες και το ύψος του μισθίου καθορίζεται ελεύθερα. Ειδικές ρυθμίσεις προβλέπονται για περιπτώσεις που δεν υπάρχει συμφωνία.
- Η διάρκεια των μισθώσεων είναι 12ετής, ανεξαρτήτως ιδιωτικών συμφωνιών και παρατείνεται μέχρι το έτος αυτό αν το επιθυμεί ο ενοικιαστής.
- Αν ο ιδιοκτήτης επιθυμεί την απόδοση του μισθίου μετά τη λήξη της 12ετίας πρέπει να αποζημιώσει τον μισθωτή με 24 μισθώματα για την μετεγκατάσταση και την άυλη εμπορική αξία.
- Αν ο ιδιοκτήτης επιθυμεί μπορεί να αποφύγει την διεκδίκηση απόδοσης του μισθίου. Τότε παρατείνεται αυτόματα η μίσθωση για 4 χρόνια με την λήξη της οποίας (16 έτη) συνολικά ο ιδιοκτήτης δεν οφείλει καμία αποζημίωση, ενώ ταυτόχρονα μπορεί να ασκηθεί το ίδιο επάγγελμα στο ίδιο μίσθιο.
- Σε κάθε περίπτωση που αποχωρεί ο μισθωτής δεν δικαιούται καμία αποζημίωση.

Από το παραπάνω πλαίσιο τα σημεία, τα οποία αποτελούν σημεία τριβής είναι η κατάργηση της αποζημίωσης μετά την 16ετία και η δυνατότητα άσκησης ιδίου επαγγέλματος στον ίδιο χώρο, διότι επιχειρήσεις που άντεξαν στο χρόνο έχουν αυξημένη άυλη εμπορική αξία. Η παροχή αυτή, προς την ιδιοκτησία, έγινε ως αντιστάθμιση στην επί 16 έτη δέσμευση της διάθεσης της ιδιοκτησίας.

Σημειώνεται ότι, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της απογραφής ακινήτων που έγινε μέσω των δηλώσεων φορολογίας Ακίνητης Περιουσίας (έντυπο Ε9) του 1997 το 64,75% των επαγγελματικών χώρων στην Ελλάδα ήταν ενοικιαζόμενος. Συνεπώς, το πρόβλημα που ονομάζεται "Επαγγελματική Στέγη" αποκτά σημαντικές διαστάσεις για τις ΜΜΕ.

2.15.2. Τα Βιοτεχνικά Πάρκα (ΒΙΟ.ΠΑ.)

Οι χώροι επαγγελματικής εγκατάστασης έχουν, τόσο νομικούς, όσο και φυσικούς περιορισμούς. Για το λόγο αυτό από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 προβλήθηκε η ιδέα δημιουργίας Βιοτεχνικών Πάρκων και Βιοτεχνικών Ζωνών με ανάλογες υποδομές όπου θα μπορούσε να ασκηθεί ελεύθερα και αποδοτικά η επαγγελματική δραστηριότητα, κυρίως, των οχλουσών.

Παρ' ότι πέρασε μια εικοσαετία έχουν δημιουργηθεί ελάχιστα ΒΙΟ.ΠΑ., που δεν λύνουν ούτε κατ' ελάχιστο τα προβλήματα Επαγγελματικής Στέγης. Ειδικότερα, για τα πολεοδομικά συγκροτήματα Αθήνας και Θεσ/νίκης, όπου δεν υπάρχουν ΒΙΟ.ΠΑ. επείγει η λήψη μέτρων δημιουργίας τους.

2.15.3. Η χωροταξική πολιτική της Τοπικής Αυτοδιοίκησης

Θέμα τριβής αποτελεί και η συναρμοδιότητα της Τοπικής Αυτοδιοίκησης να καθορίζει τις χρήσεις γης στα όρια των Δήμων. Οι αποφάσεις που πήραν ορισμέ-

νοι Δήμοι (Ν.Ιωνίας, Ν.Σμύρνης, Καλλιθέας, Ψυχικού, κ.α.) για αλλαγή χρήσης γης (και εμμέσως έξωση από τα όρια του Δήμου) ορισμένων (ανεπιθύμητων) επαγγελματικών δραστηριοτήτων δημιουργεί χωροταξικές ανισορροπίες και επιβάρυνση άλλων δήμων προκαλώντας, ταυτόχρονα, προβλήματα εγκατάστασης στις ΜΜΕ. Αν οι Δήμοι αποφάσιζαν όλοι κατά τον ίδιο τρόπο θα προέκυπτε το παράδοξο φαινόμενο να μην υπάρχει πουθενά χώρος εγκατάστασης ορισμένων δραστηριοτήτων.

2.15.4. Περιβαλλοντικοί περιορισμοί

Για την περιοχή του Λεκανοπεδίου υπάρχουν πρόσθετοι περιβαλλοντικοί περιορισμοί στην εγκατάσταση και λειτουργία επιχειρήσεων, ανάλογα με το βαθμό όχλησης. Το πλαίσιο που καθορίζει τους όρους λειτουργίας αποτυπώνεται στο Π.Δ. 84/84. Το πλαίσιο αυτό θέτει ανώτερους ανελαστικούς ποσοτικούς περιορισμούς στη λειτουργία των επιχειρήσεων, ως προς την ιπποδύναμη και την θερμική ισχύ (KW).

Το νέο σχέδιο νόμου που προώθησε το Υπουργείο Ανάπτυξης επιλύει τα σοβαρότερα από τα προβλήματα του Π.Δ. 84/84 και βρήκε την κατ' αρχήν αποδοχή από τους κοινωνικούς εταίρους. Ωστόσο, η καθυστέρηση της ψήφισής του όξυνε τα προβλήματα στις μεταποιητικές επιχειρήσεις, που σύμφωνα με ορισμένες πηγές- το 1/3 από αυτές δεν διαθέτουν άδεια λειτουργίας. Παρόμοια προβλήματα χωροθέτησης αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις στη Θεσ/νίκη και άλλες περιοχές της χώρας.

2.16. Δημιουργία νέων θέσεων εργασίας

Ένα ισχυρό επιχείρημα για την θέσπιση κινήτρων ανάπτυξης των ΜΜΕ είναι η γρήγορη και με μικρό κόστος δημιουργία νέων

θέσεων απασχόλησης. Σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο, για τις ΜΜΕ (6η ετήσια έκθεση - 2000), τα 2/3 των νέων θέσεων εργασίας δημιουργούνται από τις ΜΜΕ.

Σύμφωνα με τα στοιχεία του "Προγράμματος Επιχορήγησης Νέων Επιχειρήσεων/ Επιχειρηματιών" του ΕΟΜΜΕΧ, το κόστος δημιουργίας μιας νέας θέσης εργασίας στις ΜΜΕ ανερχόταν στα 4,6 εκ. δρχ. με τη δημόσια χρηματοδότηση να ανέρχεται στα 2,3 εκ. δρχ.

Τα ποσά αυτά είναι υποπολλαπλάσια του κόστους δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας στις επενδύσεις έντασης κεφαλαίου.

Με εξαίρεση ορισμένα προγράμματα από τα Κ.Π.Σ. και κάποια προγράμματα του ΟΑΕΔ για ανέργους, δεν υπάρχει κρατικό πλαίσιο ενίσχυσης της ίδρυσης νέων ΜΜΕ, όπως συμβαίνει δια της χρήσης αναπτυξιακών κινήτρων στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

2.17. Κρατικές Προμήθειες

Στον τομέα των Κρατικών Προμηθειών οι ΜΜΕ έχουν σοβαρές αδυναμίες πρόσβασης. Τόσο οι γραφειοκρατικές διαδικασίες, όσο και οι όροι που τίθενται σε πολλές περιπτώσεις κάνουν απαγορευτική τη συμμετοχή τους.

Το άνοιγμα των Κρατικών Προμηθειών στις ΜΜΕ με απλοποίηση των διαδικασιών και μείωση των εμποδίων πρόσβασης αποτελεί προϋπόθεση επίτευξης ικανοποιητικού επιπέδου λειτουργίας του ανταγωνισμού στις Δημόσιες Συμβάσεις. Ωστόσο, η συμμετοχή των ΜΜΕ στη διαδικασία αυτή παραμένει σε ανησυχητικά χαμηλά επίπεδα.

2.18. Τα τέλη της Τοπικής Αυτοδιοίκησης

Η σταδιακή διεύρυνση των αρμοδιοτήτων της Τοπικής Αυτοδιοίκησης (Τ.Α.)

συνοδεύτηκε από απονομή δικαιωμάτων επιβολής σχετικών ανταποδοτικών τελών. Η άσκηση αυτού του δικαιώματος από την Τ.Α. έχει προκαλέσει συχνές προστριβές με τις επιχειρήσεις, που λειτουργούν στα όρια των Δήμων με το αιτιολογικό ότι τα τέλη είναι υπερβολικά, σε σχέση με το ανταποδιδόμενο έργο.

Τα επιβαλλόμενα δημοτικά τέλη ανέρχονται, περίπου, σε 15 με κυριότερα το Δημοτικό φόρο, το Τέλος 2% στα έσοδα των επισιτιστικών και ορισμένων τουριστικών επαγγελμάτων, το Τέλος χρήσης πεζοδρομίου και κοινοχρήστων χώρων, το Τέλος διαφήμισης, το Τέλος προβολής προϊόντων εντός πολυκαταστημάτων, το Τέλος καθαριότητας και φωτισμού, το Τέλος για βελτίωση της ποιότητας ζωής κ.α.

Σημείο τριβής είναι το δικαίωμα ελεύθερου καθορισμού του ποσοστού αύξησης αυτών των τελών, ανεξάρτητα από τον πληθωρισμό ή άλλο προσδιοριστικό παράγοντα, πλην της αναφοράς σε μελλοντικές ανταποδοτικές υπηρεσίες.

Η Τ.Α έχει συνταγματικά κατοχυρωμένο το δικαίωμα είσπραξης εσόδων (Άρθρο 102) όπου ορίζεται ότι οι πράξεις της ελέγχονται μόνο για τη νομιμότητά τους και όχι

για τη σκοπιμότητά τους. Συνεπώς, ασκεί πλήρη εξουσία στην επιβολή των τελών.

2.19. Ο ρόλος των Κοινωνικών Εταίρων

Η ανάμειξη των κοινωνικών εταίρων στις υποθέσεις σχεδιασμού και διαχείρισης των πολιτικών για τις ΜΜΕ έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια, μέσα από τη συμμετοχή στους κοινωνικούς διάλογους, σε επιτροπές σχεδιασμού, οργανισμούς υλοποίησης πολιτικής και προγραμμάτων κ.α. Ωστόσο, απέχει πολύ από τις ανάγκες διάχυσης της ευθύνης των πολιτικών που έχει η κοινωνία μας. Ολόκληροι τομείς της κοινωνικο-οικονομικής ζωής βγαίνουν έξω από το αντικείμενο διαβούλευσης ή συμμετοχής των κοινωνικών εταίρων, ενώ σωρεία προβλημάτων που θα μπορούσαν να επιλυθούν με τη συμφωνία των κοινωνικών εταίρων μέσα από Συλλογικές Συμβάσεις Εργασίας παραμένουν στην αποκλειστική αρμοδιότητα του κράτους (εργασιακές σχέσεις, εφαρμογή προγραμμάτων, επαγγελματική κατάρτιση, πιστοποίηση προσόντων επαγγέλματος κ.α.).

Σημαντικός μπορεί να είναι ανάλογα και ο ρόλος των κοινωνικών εταίρων σε τοπικό επίπεδο.

3. ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ Ο.Κ.Ε. ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΣΚΗΣΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΜΕ

1. Η ανάλυση του περιβάλλοντος δράσης και των ασκούμενων πολιτικών για τις ΜΜΕ ανάδειξε σειρά από αδυναμίες στις ασκούμενες πολιτικές, που αποτελούν αντικίνητρα στην ανάπτυξή 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 αλληλοεπικαλύψεις και 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 ΜΜΕ αποτελούν αναπόσπαστο μέρος της οικονομικής λειτουργίας της κοινωνίας και η αναλογικότητα και σταθερότητα στην άσκηση πολιτικών ανάπτυξης έναντι τους από τη Πολιτεία είναι απαραίτητος όρος της ισόρροπης ανάπτυξης της χώρας. Για το λόγο αυτό η Ο.Κ.Ε. προτείνει τη δημιουργία "Εθνικού Συμβουλίου ΜΜΕ" με συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων μερών.

2. Η Ο.Κ.Ε. θεωρεί ότι πρέπει να διατυπωθεί ένας εθνικός ορισμός για το χαρακτηρισμό των ΜΜΕ, σε συνδυασμό με τον ορισμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Ο ορισμός αυτός θα μπορούσε να διατηρήσει τις ονομασίες "Αυτοαπασχολούμενοι" - (0 απασχολούμενοι), "Πολύ Μικρές Επιχειρήσεις" (μέχρι 9 απασχολούμενοι), "Μικρές Επιχειρήσεις" (10 μέχρι 49 απασχολούμενοι), "Μεσαίες Επιχειρήσεις" (50 μέχρι 250 απασχολούμενοι), αλλά να προσαρμόζει το ύψος του τζίρου στα ελληνικά δεδομένα. Τα ποιοτικά χαρακτηριστικά που αναφέρονται στο ποσοστό ανεξαρτησίας των ΜΜΕ από μεγάλες επιχειρήσεις, οι οποίες δεν μπορούν να κατέχουν μερίδιο άνω του 25% πρέπει να παραμείνουν ίδια με αυτά της Ε.Ε.

3. Η Πολιτεία πρέπει να μελετήσει σε βάθος τις ανάγκες ισχυροποίησης του μέσου μεγέθους των ΜΜΕ και της ανάπτυξης της ανταγωνιστικότητάς 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 ΜΜΕ, 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.

Η Πολιτεία οφείλει να εκσυγχρονίσει το πλαίσιο λειτουργίας των συνεταιρισμών και των κοινοπραξιών αίροντας τα υφιστάμενα αντικίνητρα, ώστε να υπάρχουν εναλλακτικές μορφές συνένωσης.

Η Ο.Κ.Ε. προτείνει να αρθεί το αντικίνητρο της φορολόγησης της υπεραξίας, κατά τη μεταβίβαση των ΜΜΕ και να προσαρμοσθεί σε επίπεδα που κάνουν ελκυστική τη διαδοχή - μεταβίβαση. Επίσης, προτείνει την επέκταση της απαλλαγής φορολόγησης της υπεραξίας, κατά τη μεταβίβαση που προβλέπει το άρθρο 3 του Ν. 2753/99 σε όλες τις περιπτώσεις συνταξιοδότησης από οποιαδήποτε αιτία.

4. Επιβάλλεται να καταβάλλουν οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες έντονες προσπάθειες για διαρθρωτικές αλλαγές και εκσυγχρονισμό της δομής και 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.

5. Η άσκηση οριζόντιων πολιτικών πρέπει να λαβαίνει 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, η εισαγωγή καινοτομίας, κ.λπ.

6. Η χρηματοδότηση των ΜΜΕ αποτελεί βασικό μοχλό ανάπτυξής 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 ΜΜΕ.

Υπάρχει ανάγκη περαιτέρω αποδέσμευσης της διαδικασίας δανειοδότησης από τις εμπράγματα ασφάλειες που επιβάλλεται στις τράπεζες και την αυξημένη εξάρτηση τους από την ποιότητα του επιχειρηματικού σχεδίου και της υλοποίησής του. Θα ήτο, επίσης, σκόπιμο να μελετηθεί η βελτίωση της πρόσβασης των νέων επιχειρήσεων σε επιχειρηματικά κεφάλαια υπό όρους ελεύθερης αγοράς, μέσω συμπληρωματικών, κυρίως, δράσεων είτε η διερεύνηση της καθιέρωσης ειδικών χρηματοδοτικών εργαλείων υψηλού κινδύνου για νέες, είτε μικρές επιχειρήσεις “junk bonds”.

Επείγει η επίλυση του προβλήματος ίδρυσης φορέα αντεγγύησης για τις Εταιρείες Αμοιβαίων Εγγυήσεων με Κυβερνητική Πρωτοβουλία, ώστε να ολοκληρωθεί το νομοθετικό πλαίσιο λειτουργίας τους.

Για τη λειτουργία των νέων χρηματοδοτικών μέσων είναι απαραίτητο αυτά να προσαρμοσθούν στις δυνατότητες αξιοποίησής τους από το οργανωτικό - διοικητικό επίπεδο των ΜΜΕ.

7. Η Ο.Κ.Ε. προτείνει, να αρθεί ο αποκλεισμός από τα αναπτυξιακά κίνητρα των μικρών επενδύσεων κάτω των 45 εκ. δρχ.

από ΜΜΕ και να αντικατασταθεί από ένα πλαίσιο απλοποιημένων διαδικασιών υπαγωγής τους τις χρηματοδοτικές ενισχύσεις επενδύσεων. Αυτό σε μεγάλο βαθμό ενισχύεται και από την ανάγκη δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας με μικρό κόστος. Η αναλογικότητα στις ενισχύσεις των μικρών και των μεγάλων επενδύσεων αποτελεί παράγοντα ισόρροπης ανάπτυξης.

8. Για τις ΜΜΕ πρέπει να υπάρξει μια πολιτική μεταρρύθμισης του φορολογικού συστήματος, στη βάση της αρχής ο καθένας να φορολογείται ανάλογα με τα πραγματικά του εισοδήματα και με βάση τα αποτελέσματα που εξάγονται από την τήρηση των βιβλίων και στοιχείων. Επίσης, ειδικές ρυθμίσεις και απλοποιήσεις στην κατεύθυνση της αναπτυξιακής λειτουργίας του φορολογικού συστήματος για τις ΜΜΕ είναι απαραίτητες.

Οι κύριες αρχές της φορολογικής νομοθεσίας πρέπει να είναι:

- Η σταθερότητα. Οι διαρκείς μεταβολές της νομοθεσίας 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 για την προσαρμογή του προς τα πληροφοριακά συστήματα TAXIS, ESCORT κ.λπ. και με το δικαίωμα επιλογής του φορολογουμένου να παραμείνει μεταβατικά στο φορολογικό σύστημα, που ίσχυε κατά το χρόνο έναρξης των δραστηριοτήτων του.
- Το φορολογικό σύστημα πρέπει να λαμβάνει υπόψη του και την γενική οικονομική επίπτωση / κόστος στην Οικονομία και την Κοινωνία από την τήρηση του, δηλαδή την γραφειοκρατία και την αποθάρρυνση της επιχειρηματικότητας.

Οι ασκούμενες πολιτικές πρέπει να περιλαμβάνουν:

- Άρση των φορολογικών συντελεστών 25% για Ο.Ε. και Ε.Ε. και 35% για τους Συνεταιρισμούς.
- Φορολόγηση στη βάση των πραγματικών εισοδημάτων και μόνο κατ' εξαίρεση προσφυγή σε εξωλογιστικούς προσδιορισμούς.
- Κατάργηση του εξωλογιστικού προσδιορισμού του Φ.Π.Α. ανά τριετία.
- Επιτάχυνση της μηχανοργάνωσης, η οποία θα άρει το αίτιο ύπαρξης εξωλογιστικών κριτηρίων και πολλών άλλων διαδικασιών, οι οποίες σήμερα επιφέρουν σημαντικό γραφειοκρατικό και λειτουργικό κόστος στις ΜΜΕ.
- Η εμπέδωση της φορολογικής συνείδησης και η ενθάρρυνση της διαφάνειας στις σχέσεις φορολογικών αρχών και φορολογουμένων. Άρση των "σκοτεινών" σημείων που αφήνουν περιθώρια συναλλαγών και εκβιασμών.
- Ειδικά, ως προς την ενθάρρυνση της σύστασης νέων επιχειρήσεων είναι απολύτως απαραίτητος ο περιορισμός της σχετικής γραφειοκρατίας και ο απεγκλωβισμός της διαδικασίας από τον έλεγχο μη συναφών προϋποθέσεων και την υποβολή μη απαραίτητων δικαιολογητικών.
- Η Πολιτεία πρέπει να παρέχει στον νέο φορολογούμενο-επιχειρηματία ενημέρωση σχετικά με τις έστω υποχρεώσεις του, ως προς την άσκηση της δραστηριότητας.
- Ανά πενταετία - τουλάχιστον - κωδικοποίηση (σε ενιαίο κείμενο) όλων των τροποποιήσεων, προσθηκών και βελτιώσεων, καθώς και η απάλειψη διατάξεων που έχουν καταστεί ανενεργές.

9. Η Ο.Κ.Ε. κρίνει ότι είναι απαραίτητη η παρέμβαση στη νοοτροπία και την κουλτούρα των μικρομεσαίων επιχειρηματιών, ώστε να βλέπουν τις εταιρικές μορφές, ως ανώτερο προϊόν της επιχειρηματικής δράσης. Αυτό είναι έργο των ιδρυμάτων που παρέχουν επαγγελματική εκπαίδευση και κατάρτιση, από το στάδιο ακόμα του επαγγελματικού προσανατολισμού. Επί πλέον οι συνδικαλιστικές οργανώσεις των ΜΜΕ και τα Επιμελητήρια πρέπει να καλλιεργούν σε συνεχή βάση την ιδέα των εταιρικών μορφών συνεργασίας, των συνεταιρισμών, κοινοπραξιών κ.λπ.

10. Η Ο.Κ.Ε. θεωρεί ότι απαραίτητος όρος ανάπτυξης των ΜΜΕ είναι η μείωση της γραφειοκρατίας.

Η γραφειοκρατία μπορεί να πολεμηθεί, κυρίως, κεντρικά:

- Με την επίσημη κωδικοποίηση όλων των νόμων ανά τομέα.
- Με την ελαχιστοποίηση της πολιτικής πρακτικής εισαγωγής τροπολογιών σε άσχετα, θεματικά, νομοσχέδια.
- Με την εφαρμογή της αρχής της αναλογικότητας, σε κάθε νομοθετική πρόταση, πρόταση τροπολογίας, ή υπουργική απόφαση.
- Με την ανάλυση κάθε νομοθετικής πρότασης, ως προς την τεχνική "ποιότητά" της (impact assessment) και την καθιέρωση ανεξάρτητης έκθεσης οικονομικών και κοινωνικών επιπτώσεων, ειδικά για τις ΜΜΕ, που να συνοδεύει κάθε νομοσχέδιο που περιλαμβάνει θέματα, είτε οικονομικής, είτε κοινωνικής υφής.
- Με τη μείωση των δικαιολογητικών ίδρυσης και λειτουργίας. Η τελευταία νομοθετική πρωτοβουλία της κυβέρνησης, για μείωση των δικαιολογητι-

κών ίδρυσης βρίσκεται στην επιθυμητή κατεύθυνση, αλλά πρέπει να επεκταθεί και στην καθημερινή λειτουργία.

- Με τη δραστική μείωση του χρόνου διεκπεραίωσης των αιτήσεων και υποθέσεων των ΜΜΕ από τις υπηρεσίες.
- Με τη σταθεροποίηση του πλαισίου λειτουργίας για χρονικά διαστήματα ικανά να διαμορφώσουν κλίμα εμπιστοσύνης.

11. Είναι αναγκαίο να ενταθεί η δράση των αρχών προστασίας του ανταγωνισμού εναντίον των αθέμιτων, εναρμονισμένων και περιοριστικών πρακτικών ανταγωνισμού, σε βάρος των ΜΜΕ. Η "ισότητα" των επιχειρήσεων στον ανταγωνισμό είναι προϋπόθεση της ανάπτυξης της εθνικής οικονομίας και της ωφέλειας των καταναλωτών.

12. Η επαγγελματική κατάρτιση και η δια βίου μάθηση αποτελούν πρωταρχικό όρο ανάπτυξης των ΜΜΕ. Η Επαγγελματική Κατάρτιση στις ΜΜΕ πρέπει να περιλαμβάνει, τόσο τους επιχειρηματίες και αυταπασχολούμενους, όσο και τους εργαζόμενους.

Λαμβάνοντας υπόψη την υπάρχουσα θετική και αρνητική εμπειρία πρέπει να δεσμευτούν συγκεκριμένοι πόροι, για την προώθηση προγραμμάτων εκπαίδευσης, προσαρμοσμένων στους εργαζόμενους στις ΜΜΕ και παράλληλα να μελετηθούν νέες θεματικές ενότητες που να συμβάλουν στην αναβάθμιση του γνωστικού αντικειμένου των εργαζομένων και την κάλυψη των σύγχρονων αναγκών των ΜΜΕ.

Η Πολιτεία πρέπει να λύσει το πρόβλημα της επαγγελματικής κατάρτισης και της δια βίου μάθησης στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, με ένα σύνθετο σχεδιασμό κινήτρων προσέλευσης, ανάλογα με την περίπτωση. Ομοίως, οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες πρέπει να διαρθρώσουν μια θετική στάση γι' αυτούς και τους εργαζόμενους

στην επιχείρηση, έναντι της επαγγελματικής κατάρτισης και της δια βίου μάθησης.

Στα επαγγέλματα που άπτονται της υγείας και της ασφάλειας, είναι αναγκαία η υποχρεωτική επαγγελματική κατάρτιση και επανακατάρτιση, ανάλογα με τις ανάγκες. Για τα άλλα επαγγέλματα πρέπει, μετά από διαβουλεύσεις με τους κοινωνικούς εταίρους, να τεθούν κίνητρα προσέλευσης ή εφόσον είναι αναγκαίο, όροι και προδιαγραφές άσκησης του επαγγέλματος, χωρίς παρεμπόδιση ελεύθερης εισόδου και εξόδου σε αυτό. Γενικά, για κάθε ενέργεια επαγγελματικής κατάρτισης η εμπλοκή των κοινωνικών εταίρων είναι απαραίτητη.

Επιπλέον πρέπει να προωθηθεί η διδασκαλία της "Επιχειρηματικότητας" στο σύστημα Εκπαίδευσης και Κατάρτισης, ώστε να διευκολύνεται η μετέπειτα δια βίου μάθηση.

13. Λόγω της ιδιομορφίας των πολύ μικρών επιχειρήσεων, θα ήτο σκόπιμη η προώθηση ενός νέου τύπου ενδοεπιχειρησιακής πρακτικής "συμβουλευτικής - κατάρτισης". Η κατάρτιση αυτή θα ήτο χρήσιμο να έχει την μορφή γενικής συμβουλευτικής στήριξης και διδασκαλίας των εργαζομένων και του επιχειρηματία και να γίνεται κατά τη διάρκεια της λειτουργίας της επιχείρησης (consulting - training).

14. Θα πρέπει να θεραπευθεί το φαινόμενο της παραβίασης της εργατικής νομοθεσίας και της απασχόλησης 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 την εξίσωση προς τα άνω των συνθηκών και του περιβάλλοντος εργασίας στους χώρους των ΜΜΕ.

15. Η Πολιτεία πρέπει να μεριμνήσει για την τήρηση του Τεχνικού Ασφαλείας στις

MME χωρίς δογματισμούς, αλλά και χωρίς εκπτώσεις στην Ασφάλεια. Πρέπει να εκπονηθούν προγράμματα Τεχνικών Ασφαλείας για το προσωπικό και τους ιδιοκτήτες των MME, ώστε να μειωθούν στο έπακρο οι οικονομικές επιβαρύνσεις.

Οι MME πρέπει να εντάξουν την βελτίωση των συνθηκών εργασίας εργαζομένων και εργοδοτών, στην αναπτυξιακή διαδικασία της επιχείρησης, ως στοιχείο της **ολικής ποιότητας** διαδικασιών, υπηρεσιών και προϊόντων.

16. Η Ο.Κ.Ε. προτείνει τη δημιουργία ενός **Παρατηρητηρίου για τις MME**, που θα συμβάλλει στην αναγνώριση αυτών των επιχειρήσεων και στην αποτελεσματική στήριξή τους, με βάση τις πραγματικές τους ανάγκες.

Για την άσκηση υπεύθυνων πολιτικών, από την Πολιτεία και τους Κοινωνικούς Εταίρους, η παροχή αξιόπιστων στοιχείων από ένα πιστοποιημένο φορέα είναι απαραίτητος όρος. Το Παρατηρητήριο αυτό μπορεί να λειτουργεί με συμμετοχή ή την ευθύνη των φορέων των MME.

17. Η κρατική πολιτική για την ποιότητα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τα όρια των MME 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 της πολιτικής για τις MME.

Για την επίτευξη των πιο πάνω στόχων υπάρχει ανάγκη δημιουργίας Συμβουλευτικών Κέντρων για MME - ίσως στο πλαίσιο των αντίστοιχων Επιμελητηρίων - ώστε να μπορούν να κάνουν χρήση συμβουλευτικών υπηρεσιών σε θέματα:

- Διαχείρισης,
- Οργάνωσης,

- Διασφάλισης ποιότητας προϊόντων (Eco-Label κ.α.),
- Διασφάλιση ποιότητας διαδικασιών και υπηρεσιών (ISO 9000, ISO 14000, EMAS κ.α.),
- Διασφάλιση ποιότητας συνθηκών εργασίας (ISO18001 κ.α.).

18. Η Ο.Κ.Ε. θεωρεί ότι κατά την εκπόνηση, σχεδιασμό και κατανομή των κοινοτικών προγραμμάτων πρέπει να λαμβάνεται υπ' όψιν η ειδική συμβολή των MME στο Α.Ε.Π., την απασχόληση, την περιφερειακή ανάπτυξη και την κοινωνική συνοχή και να είναι αναλογική η συμμετοχή τους.

Κύριο στοιχείο που πρέπει να τύχη της προσοχής της Πολιτείας στα κοινοτικά προγράμματα, είναι να φτάσουν τα κονδύλια πραγματικά στις MME, είτε αφορούν γενικές και συλλογικές δράσεις, είτε ατομικές των επιχειρηματιών.

Προκειμένου να αποφευχθούν διολισθήσεις κονδυλίων του Γ' Κ.Π.Σ. από τις MME, προς άλλες κατευθύνσεις, θα πρέπει να υπάρχει σαφής προορισμός για Μικρές και Πολύ Μικρές Επιχειρήσεις και έλεγχος της εφαρμογής.

Ένας άλλος τομέας που πρέπει να προσεχθεί είναι το κόστος γραφειοκρατικής προετοιμασίας, διαμεσολάβησης και υποβολής αίτησης συμμετοχής στα προγράμματα, που υπόκεινται οι MME, προσφεύγοντας σε μεσάζοντες. Για τα ζητήματα αυτά η Ο.Κ.Ε. προτείνει να θεσμοθετηθεί άμεση εμπλοκή των κοινωνικών εταίρων και των φορέων υποστήριξης MME.

19. Η αναπτυξιακή πολιτική για τις MME θα πρέπει να παίρνει υπ' όψιν την περιβαλλοντική τους συμβατότητα. Πρωτίστως, θα πρέπει να αντιμετωπιστούν θέματα χωροταξικά και πολεοδομικά. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί:

- Με τη δημιουργία πολυκέντρων ανάπτυξης ΜΜΕ, Βιοτεχνικών Πάρκων, βιομηχανικών ζωνών Εμπορικών Κέντρων και ζωνών και συναφών υποδομών.
- Με μέτρα περιβαλλοντικής προστασίας, λήψης συλλογικών μέτρων αντιρρύπανσης, κοινές υπηρεσίες βιολογικού καθαρισμού και μείωση όχλησης μέσω ζωνών πρασίνου.
- Με μέτρα θεσμικών υποδομών, κίνητρα για ανάληψη δραστηριοτήτων υποστήριξης των ΜΜΕ, όπως επιχειρήσεις υπηρεσιών και μεταφορών, κοινές υπηρεσίες κ.λπ.

Για την περιβαλλοντική συμβατότητα είναι ανάγκη να υπάρξει αύξηση των επενδύσεων, για τη βελτίωση της τεχνολογίας των παραγωγικών διαδικασιών, την εξοικονόμηση ενέργειας, την εφαρμογή τεχνολογιών και κινήτρων αντιρρύπανσης και ανακύκλωσης.

20. Η Πολιτεία πρέπει να ενισχύσει την σύνδεση των κέντρων ερευνών, ιδίως των Πανεπιστημιακών ιδρυμάτων, με τις ΜΜΕ, με προώθηση υπογραφής συλλογικών συμφωνιών συνεργασίας μεταξύ κέντρων και συλλογικών φορέων των ΜΜΕ, αλλά και ατομικών επιχειρηματικών συμφωνιών με ΜΜΕ. Μια τέτοια συνεργασία θα βοηθήσει σημαντικά στην εισαγωγή των νέων τεχνολογιών στις ΜΜΕ.

21. Είναι αναγκαία η προώθηση της “Νέας Οικονομίας” στις ΜΜΕ, ιδίως με την ανάπτυξη των δικτυώσεων και του Ηλεκτρονικού Εμπορίου.

Ειδικά προγράμματα και ενίσχυση κεντρικών υποδομών, καθώς και πρακτικά μέτρα κατά το πρότυπο του προγράμματος “Δικτυωθείτε” είναι αναγκαίο να τεθούν σε εφαρμογή.

22. Η Ο.Κ.Ε. θεωρεί ότι είναι απαραίτητη η λήψη νομοθετικών και άλλων μέτρων

για την εξάλειψη των εμποδίων πρόσβασης των ΜΜΕ στις Κρατικές Προμήθειες (Κ.Π.). Η άμεση και έμμεση συμμετοχή τους αποτελεί μοχλό ανάπτυξής τους, με ταυτόχρονη ωφέλεια για το κράτος εφόσον διευρύνεται ο ανταγωνισμός.

Η πρόσβαση των ΜΜΕ στις Κ.Π. διευκολύνεται όχι μόνο με απλοποίηση των διαδικασιών, αλλά και με σειρά άλλων μέτρων όπως:

- Ανάπτυξη δικτύων πληροφόρησης για τις Κρατικές Προμήθειες.
- Δημιουργία Μητρώου Προμηθευτών ΜΜΕ.
- Προώθηση επιχειρηματικών συνεργασιών, κοινοπραξιών κ.α., για ανάληψη Κ.Π.
- Προώθηση της υπεργολαβίας.
- Αξιοποίηση του διαδικτύου και της ηλεκτρονικοποίησης των Κ.Π. από τις ΜΜΕ με παροχή κινήτρων.

23. Η Ο.Κ.Ε. θεωρεί ότι επιβάλλεται η επαναξιολόγηση της σχέσης της άυλης εμπορικής αξίας με την ακίνητη ιδιοκτησία. Η άυλη εμπορική αξία στην επαγγελματική στέγη δημιουργείται από τους επιχειρηματίες, αλλά αποδίδεται ως ανταμοιβή στους ιδιοκτήτες, για το νομοθετικό περιορισμό της ελεύθερης διάθεσης της ιδιοκτησίας επί 16ετία, σύμφωνα με τον νόμο. Το ισχύον σύστημα, ενώ προβλέπει αποζημίωση 24 μισθωμάτων για την απόδοση του μισθίου στην δωδεκαετία, παρέχει στην ιδιοκτησία μονομερώς το δικαίωμα να αναιρέσει την αποζημίωση παρατείνοντας για 4 χρόνια τη μίσθωση, έναντι της κάρπωσης του συνόλου της άυλης εμπορικής αξίας και του δικαιώματος άσκησης του ίδιου επαγγέλματος στον ίδιο χώρο. Επιβάλλεται να βρεθεί αναλογικότερη σχέση μεταξύ τους με την αντιμετώπιση των δυο αυτών μεγεθών, ως δημιουργία χωριστών οικονομικών διαδικασιών.

24. Γνώμη της Ο.Κ.Ε. είναι ότι η Πολιτεία πρέπει να σταθμίσει τις ωφέλειες και το κόστος από την άσκηση χωροθετικών αρμοδιοτήτων της Τ.Α., στις ΜΜΕ και τους καταναλωτές και να θέσει δικλίδες, για ισόρροπη και ομαλή ενσωμάτωση των ΜΜΕ στον ιστό της πόλης. Θα πρέπει να προωθηθεί η θεσμοθέτηση της διαβούλευσης με τους φορείς των ΜΜΕ, ώστε να προδιαγραφεί η αναγκαιότητα άσκησης ορισμένων δραστηριοτήτων στους δήμους, σε αρμονία με τον ιστό της πόλης.

25. Η Ο.Κ.Ε. θεωρεί ότι για τη μείωση των τριβών γύρω από το θέμα των ανταποδοτικών τελών της Τοπικής Αυτοδιοίκησης επιβάλλεται η θεσμοθέτηση απ' ευθείας διαλόγου της Τ.Α. με τους φορείς των ΜΜΕ, ώστε να γίνεται διαβούλευση για την επίτευξη αναλογικής σχέσης μεταξύ των τελών, του βαθμού αύξησής τους και της αξίας των ανταποδοτικών υπηρεσιών. Παρόμοιος διάλογος δεν έχει θεσμοθετηθεί και γίνεται μόνο άτυπα και κάτω από την όξυνση των αντιπαράθεσεων των δυο πλευρών.

26. Η διεύρυνση της ανάμειξης των Κοινωνικών Εταίρων στις δημόσιες υποθέ-

σεις αποτελεί αναγκαίο όρο συνεκτικότητας των πολιτικών και της κοινωνίας. Ο βαθμός αυτής της ανάμειξης πρέπει να διευρυνθεί σε κάθε τομέα και να είναι ουσιαστικός ώστε να διαχυθεί η ευθύνη χάραξης πολιτικών σε όλους τους κοινωνικούς συμμετοχούς και να προσελκυσθεί μεγαλύτερο δυναμικό στη διακυβέρνηση.

Η Πολιτεία οφείλει να θεσμοθετήσει εξειδικευμένα τη συμμετοχή των κοινωνικών εταίρων σε τομείς που είναι αδύναμη και ιδιαίτερα σε τομείς ανάπτυξης, φορολογίας, απασχόλησης, κατάρτισης, υλοποίησης και ελέγχου προγραμμάτων κ.α. Σε κεντρικό επίπεδο θα πρέπει να θεσπισθούν όργανα διαλόγου για τη στρατηγική της ανάπτυξης, συνολικά για τις ΜΜΕ, όπως το "Εθνικό Συμβούλιο για τις ΜΜΕ" και ειδικά όργανα στους τομείς του Εμπορίου, της Μεταποίησης και των Υπηρεσιών για τις ακολουθούμενες στρατηγικές.

Η συμμετοχή των κοινωνικών εταίρων (εθνικών και τοπικών) θα πρέπει να αναδειχθεί σε υπ' αριθμόν ένα θέμα στο σχεδιασμό των πολιτικών για τις ΜΜΕ.

ΣΥΝΟΨΗ

Η εξέταση του θέματος “Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις” έχει παρά πολλές πλευρές που άπτονται του συνόλου της οικονομικής και κοινωνικής δραστηριότητας. Η αξιολόγηση των προβλημάτων και η ιεράρχηση των πολιτικών αποτελεί αναγκαία συνθήκη, για τη θέσπιση επιτυχούς αναπτυξιακής πολιτικής.

Συνοπτικά η παρούσα Γνώμη καταλήγει στο συμπέρασμα ότι η άσκηση μιας θετικής πολιτικής για τις ΜΜΕ με άρση των ανικινήτρων και θέσπιση νέων αναπτυξιακών κινήτρων που θα ευνοούν την ανταγωνιστικότητά τους θα έχει ευεργετική επίδραση στην γενικότερη οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της χώρας.

Η Γνώμη της Ο.Κ.Ε., όσον αφορά ένα σύγχρονο πλαίσιο ανάπτυξης των ΜΜΕ συνοπτικά κωδικοποιείται στα παρακάτω κύρια στοιχεία:

- Αναγνώριση της οικονομικής και κοινωνικής συνεισφοράς των ΜΜΕ.
- Απλοποίηση του περιβάλλοντος δράσης.
- Μείωση της γραφειοκρατίας.
- Προστασία από αθέμιτες πρακτικές ανταγωνισμού.
- Χάραξη πλαισίου χρηματοδοτικών κινήτρων.
- Προώθηση νέων χρηματοδοτικών προϊόντων.

- Απλοποίηση φορολογικού περιβάλλοντος, σταθερό φορολογικό σύστημα, εφαρμογή της συνταγματικής αρχής “ο καθένας να πληρώνει ανάλογα με τη φοροδοτική του ικανότητα”.
- Προώθηση της επαγγελματικής διαβίου κατάρτισης.
- Προώθηση της ποιότητας και ανταγωνιστικότητας.
- Προώθηση των νέων τεχνολογιών, της “Νέας Οικονομίας” και των καινοτομιών.
- Ενίσχυση της εξωστρέφειας.
- Διευκόλυνση της διαδοχής.
- Διευθέτηση των χωροταξικών προβλημάτων.
- Αναλογικότερη συμμετοχή στα κοινωνικά προγράμματα
- Βελτίωση των φορέων στήριξης των ΜΜΕ.
- Ενίσχυση της εμπλοκής των Κοινωνικών Εταίρων (σε εθνικό, αλλά και σε τοπικό επίπεδο) στο σχεδιασμό των πολιτικών.

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΤΗΣ Ο.Κ.Ε.
καθηγητής **ΑΝΔΡΕΑΣ ΚΙΝΤΗΣ**

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α΄

Ο Ορισμός των ΜΜΕ

Ένα σοβαρό πρόβλημα στην ταυτοποίηση των ΜΜΕ και κατ' επέκταση του ειδικού τους βάρους στην οικονομία και την πολιτική είναι ο "ορισμός" των ΜΜΕ. Ο ορισμός των ΜΜΕ αποτέλεσε κατά καιρούς επίκεντρο αντιπαράθεσεων, λόγω άμεσης συσχέτισής του με τα κίνητρα, τα κοινοτικά προγράμματα και τις κρατικές ενισχύσεις.

Στην Ελλάδα δεν υπάρχει ένας θεσμοθετημένος ορισμός για τις ΜΜΕ, ενώ η Ευρωπαϊκή Ένωση θεσμοθέτησε έναν γενικό ορισμό, ο οποίος έχει και ποσοτικές και ποιοτικές πλευρές.

Για την Ελλάδα ένας διαδεδομένος ορισμός είναι αυτός που χρησιμοποιούν οι συνδικαλιστικές οργανώσεις και έχει ως βασικό κριτήριο την απασχόληση στις επιχειρήσεις. Το όριο που θέτουν είναι τα 50 ατ. απασχόληση. Οι συνδικαλιστικές οργανώσεις δε χρησιμοποιούν ποιοτικά στοιχεία, αλλά ωστόσο δε θεωρούν ως ΜΜΕ τις θυγατρικές πολυεθνικών και αυτές που έχουν ένα σοβαρό τζίρο, χωρίς αυτό το όριο να προσδιορίζεται αν και γίνεται πολλές φορές αναφορά στο όριο τήρησης των βιβλίων Β' κατηγορίας του Κ.Β.Σ. (300 εκ. δρχ.).

Ένας δεύτερος ορισμός για τις ΜΜΕ είναι αυτός που δίνει η Τράπεζα της Ελλάδος, προκειμένου να τύχουν ευνοϊκή δανειοδότηση από το ειδικό κεφάλαιο της 197/78 ΑΝΕ. Σύμφωνα με αυτό τον ορισμό, ως ΜΜΕ χαρακτηρίζονται όσες επιχειρήσεις έντασης εργασίας έχουν μέχρι 100 εργαζόμενους και μέχρι 800 εκ. δρχ. τζίρο. Για τις επιχειρήσεις με ένταση κεφαλαίου, η απασχόληση ορίζεται στα 50 άτομα, ενώ ο τζίρος μένει ίδιος.

Τέλος ο Αναπτυξιακός Νόμος 2601/98 (άρθρο 3) θεωρεί ως ΜΜΕ όσες απασχολούν ως 120 άτομα.

Ο ορισμός της Ευρωπαϊκής Επιτροπής

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή με τη Σύσταση ΕΕΚ L 107/30.4.96 που εξέδωσε το 1996 καθόρισε έναν

ορισμό για τις ΜΜΕ που λαμβάνει υπόψη του ποσοτικά κριτήρια που συσχετίζονται με τον αριθμό των απασχολούμενων και τον κύκλο εργασιών, καθώς και ποιοτικά κριτήρια που συσχετίζονται με την ανεξαρτησία των επιχειρήσεων.

Ειδικότερα:

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή χρησιμοποιεί τους ακόλουθους ορισμούς για τις ΜΜΕ και τις υποδιαιρέσεις τους.

- **Μεσαίου μεγέθους επιχείρηση** ορίζεται η επιχείρηση που έχει λιγότερους από 250 αμειβόμενους απασχολούμενους (επιχειρηματίας και μη αμειβόμενα μέλη των οικογενειών δεν συμπεριλαμβάνονται) καθώς, επίσης, ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 40 εκ. ευρώ ή ισοζύγιο που δεν υπερβαίνει τα 27 εκ. ευρώ. Σημειώνεται ότι τα ποσά του κύκλου εργασιών όσο και του ισοζυγίου αναθεωρούνται κάθε τέσσερα χρόνια.
- **Μικρές Επιχειρήσεις** ορίζονται εκείνες που έχουν λιγότερους από 50 μισθωτούς απασχολούμενους και ένα τζίρο που δεν υπερβαίνει τα 7 εκ. ή ένα ισοζύγιο που δεν υπερβαίνει τα 5 εκ. ευρώ.
- **Πολύ Μικρές Επιχειρήσεις** ορίζονται εκείνες που έχουν λιγότερους από 10 μισθωτούς εργαζόμενους.

Επιπλέον υπάρχει χωρισμός των επιχειρήσεων με 0 εργαζόμενους με εξαρτημένη σχέση εργασίας (επιχειρήσεις αυτοαπασχολούμενων). Οι επιχειρήσεις με 0 εργαζόμενους, είναι εκείνες στις οποίες εργάζεται, μόνο, ο επιχειρηματίας και τυχόν μη αμειβόμενα μέλη της οικογένειάς του.

Πέραν των ανωτέρω ποσοτικών ορισμών, οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι ανεξάρτητες, δηλαδή καμιά μεγάλη επιχείρηση δεν μπορεί να κατέχει πάνω από 25% της επιχείρησης.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β΄

Τα κοινοτικά κριτήρια καθορισμού του μεγέθους των επιχειρήσεων

Σύσταση ΕΕΚ L 107/30.4.96

ΆΡΘΡΟ 1

Συνιστάται στα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, καθώς και στην Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων και στο Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων:

- Να συμμορφωθούν με τις διατάξεις του άρθρου 1 του παραρτήματος για τα προγράμματά τους, τα οποία προορίζονται για τις “ΜΜΕ”, τις “επιχειρήσεις μεσαίου μεγέθους”, τις “μικρές επιχειρήσεις” ή τις “πολύ μικρές επιχειρήσεις”.
- Να συμμορφώνονται με τα ανώτατα όρια που καθορίζονται για τον κύκλο εργασιών και το συνολικό ισολογισμό, σε περίπτωση τροποποίησης από την Επιτροπή, σύμφωνα με το άρθρο 2 του παραρτήματος.
- Να λάβουν τα απαραίτητα μέτρα ώστε να χρησιμοποιούν τις τάξεις μεγέθους που αναφέρονται στο άρθρο 3, παράγραφος 2 του παραρτήματος, ιδίως σε ό,τι αφορά την παρακολούθηση των κοινοτικών χρηματοδοτικών μέσων.

ΆΡΘΡΟ 2

Οι αριθμοί που αναφέρονται στο άρθρο 1 του παραρτήματος πρέπει να θεωρούνται ως ανώτατα όρια. Τα κράτη μέλη, η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων μπορούν, σε ορισμένες περιπτώσεις, να καθορίζουν κατώτερα όρια. Κατά την εφαρμογή ορισμένων πολιτικών τους, μπορούν, επίσης, να επιλέξουν την εφαρμογή μόνο του κριτηρίου του αριθμού εργαζομένων, εκτός των τομέων στους οποίους ισχύουν οι διάφοροι κανόνες περί κρατικών ενισχύσεων.

ΆΡΘΡΟ 3

Για να μπορέσει η Επιτροπή να αξιολογήσει την πρόοδο που θα επιτελεστεί, τα κράτη μέλη, η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων καλούνται να ενημερώσουν την Επιτροπή, πριν από τις 31 Δεκεμβρίου 1997, για τα μέτρα που θα λάβουν κατ’ εφαρμογή της παρούσας σύστασης.

ΆΡΘΡΟ 4

Η παρούσα σύσταση αφορά στον ορισμό των ΜΜΕ στις κοινοτικές πολιτικές που εφαρμόζονται μέσα στην Κοινότητα και τον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο και απευθύνεται στα κράτη μέλη, την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ (της Σύστασης)

Ορισμός των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων που ενέκρινε η Επιτροπή

ΆΡΘΡΟ 1

1. Ως μικρομεσαίες επιχειρήσεις, που στο εξής θα καλούνται “ΜΜΕ”, ορίζονται οι επιχειρήσεις, οι οποίες:

- απασχολούν λιγότερους από 250 εργαζόμενους,
- έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 40 εκατομμύρια Ecu ή έχουν ετήσιο συνολικό ισολογισμό που δεν υπερβαίνει τα 27 εκατομμύρια Ecu και
- πληρούν το κριτήριο της ανεξαρτησίας, όπως ορίζεται στην παράγραφο 3 του παρόντος άρθρου.

2. Όταν είναι απαραίτητο να γίνει διάκριση μεταξύ μικρών και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων, ως “μικρή επιχείρηση” ορίζεται η επιχείρηση, η οποία:

- απασχολεί λιγότερους από 50 εργαζόμενους,
- έχει ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 7 εκατομμύρια Ecu ή έχει ετήσιο συνολικό ισολογισμό που δεν υπερβαίνει τα 5 εκατομμύρια Ecu και
- πληροί το κριτήριο της ανεξαρτησίας, όπως ορίζεται στην παράγραφο 3.

3. Ανεξάρτητες επιχειρήσεις είναι εκείνες που δεν ανήκουν, κατά ποσοστό 25% ή περισσότερο του κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου, σε μια επιχείρηση ή από κοινού, σε περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες δεν ανταποκρίνονται στους ορισμούς της ΜΜΕ ή της μικρής επιχείρησης (ανάλογα με την περίπτωση). Υπέρβαση αυτού του ανώτατου ορίου επιτρέπεται στις εξής δύο περιπτώσεις:

- αν η κυριότητα της επιχείρησης ανήκει σε δημόσιες εταιρείες συμμετοχών, σε εταιρείες παρο-

χής επιχειρηματικού κεφαλαίου ή θεσμικούς επενδυτές και υπό τον όρο ότι δεν ασκείται έλεγχος, ούτε ατομικά, ούτε από κοινού.

- αν το κεφάλαιο είναι διεσπαρμένο κατά τέτοιο τρόπο ώστε να μην είναι δυνατό να καθορισθεί ποιος το κατέχει και αν η επιχείρηση δηλώνει ότι μπορεί εύλογα να υποθέσει ότι δεν ανήκει, κατά ποσοστό 25% ή περισσότερο, σε μια επιχείρηση ή, από κοινού, σε περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες δεν ανταποκρίνονται στους ορισμούς της ΜΜΕ ή της μικρής επιχείρησης (ανάλογα με την περίπτωση).

4. Κατά τον υπολογισμό των ορίων που αναφέρονται στις παραγράφους 1 και 2 είναι σκόπιμο να αθροίζονται τα σχετικά στοιχεία που αφορούν στη δικαιούχο επιχείρηση και όλες στις επιχειρήσεις, που ελέγχονται άμεσα ή έμμεσα από αυτήν, μέσω κατοχής ποσοστού τουλάχιστον 25% του κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου.

5. Όταν πρέπει να γίνει διάκριση μεταξύ των πολύ μικρών επιχειρήσεων και των υπολοίπων ΜΜΕ, ως “πολύ μικρές επιχειρήσεις” νοούνται εκείνες, οι οποίες απασχολούν λιγότερους από 10 εργαζόμενους.

6. Όταν κατά την τελική ημερομηνία κατάρτισης του ισολογισμού, μια επιχείρηση βρίσκεται πάνω ή κάτω από τα όρια τα σχετικά με τον αριθμό εργαζομένων ή τα προαναφερθέντα χρηματοοικονομικά όρια, η κατάσταση αυτή έχει ως αποτέλεσμα την απόκτηση ή την απώλεια, εκ μέρους της επιχείρησης αυτής, του καθεστώτος “ΜΜΕ”, “επιχείρησης μεσαίου μεγέθους”, “μικρής επιχείρησης” ή “πολύ μικρής επιχείρησης”, μόνο όταν το φαινόμενο αυτό επαναλαμβάνεται επί δύο διαδοχικά οικονομικά έτη.

7. Ο μέγιστος αριθμός απασχολούμενων ατόμων αντιστοιχεί στον αριθμό ετήσιων μονάδων εργασίας (ΕΜΕ), δηλαδή στον αριθμό εργαζομένων πλήρους απασχόλησης, που εργάστηκαν επί ένα έτος. Οι εργαζόμενοι μερικής απασχόλησης και τα άτομα που εργάζονται σε εποχική βάση αντιστοιχούν

σε κλάσματα ΕΜΕ. Το έτος αναφοράς που λαμβάνεται υπόψη είναι το έτος της τελευταίας κλεισμένης διαχειριστικής χρήσης.

8. Τα όρια του κύκλου εργασιών και συνολικού ισολογισμού είναι εκείνα της τελευταίας δωδεκάμηνης κλεισμένης χρήσης. Στην περίπτωση νεοσύστατων επιχειρήσεων, οι λογαριασμοί των οποίων δεν έχουν κλείσει ακόμη, τα όρια που λαμβάνονται υπόψη πρέπει να προκύψουν από αξιόπιστες εκτιμήσεις που πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια του οικονομικού έτους.

Άρθρο 2

Η Επιτροπή τροποποιεί τα ανώτατα όρια που καθορίζονται για τον κύκλο εργασιών και τον συνολικό ισολογισμό όταν προκύπτει σχετική ανάγκη και, κανονικά, κάθε τέσσερα έτη, με αφετηρία την ημερομηνία έκδοσης της παρούσας σύστασης, κατά τρόπον ώστε να λαμβάνονται υπόψη οι μεταβαλλόμενες οικονομικές συνθήκες στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Άρθρο 3

1. Η Επιτροπή αναλαμβάνει τη δέσμευση να θεσπίσει τα ενδεδειγμένα μέτρα προκειμένου να εξασφαλίσει ότι ο ορισμός των ΜΜΕ, όπως αναφέρεται στο άρθρο 1, ισχύει για όλα τα προγράμματα που διαχειρίζεται η ίδια και στα οποία εμφανίζονται οι όροι “ΜΜΕ”, “επιχείρηση μεσαίου μεγέθους”, “μικρή επιχείρηση”, ή “πολύ μικρή επιχείρηση”.

2. Η Επιτροπή αναλαμβάνει τη δέσμευση να θεσπίσει τα ενδεδειγμένα μέτρα, προκειμένου να προσαρμόσει τις στατιστικές που παράγει, σύμφωνα με τις παρακάτω τάξεις μεγέθους:

- 0 εργαζόμενοι,
- 1 έως 9 εργαζόμενοι,
- 10 έως 49 εργαζόμενοι,
- 50 έως 249 εργαζόμενοι,
- 250 έως 499 εργαζόμενοι,
- 500 εργαζόμενοι και πλέον.

3. Τα τρέχοντα κοινοτικά προγράμματα, στα οποία οι ΜΜΕ καθορίζονται με κριτήρια διαφορετικά από τα αναφερόμενα στο άρθρο 1 θα συνεχίσουν, κατά τη διάρκεια μιας μεταβατικής περιόδου, να εφαρμόζονται προς όφελος των επιχειρήσεων που θεωρούνταν ως ΜΜΕ κατά την εποχή κατά την οποία εγκρίθηκαν τα προγράμματα αυτά. Οποιαδήποτε τροποποίηση του ορισμού των ΜΜΕ, στο πλαίσιο των προγραμμάτων αυτών μπορεί να γίνει μόνο υιοθετώντας τον ορισμό που περιλαμβάνεται στην παρούσα σύσταση, και αντικαθιστώντας το διαφορετικό ορισμό με παραπομπή στη σύσταση. Η εν λόγω μεταβατική περίοδος θα πρέπει, καταρχήν, να λήξει το αργότερο στις 31 Δεκεμβρίου 1997. Ωστόσο, δεν τίθονται οι νομικές δεσμεύσεις, τις οποίες έχει αναλάβει η Επιτροπή βάσει αυτών των προγραμμάτων.

4. Όταν τροποποιηθεί η τέταρτη οδηγία 78/66/ΕΟΚ, η Επιτροπή θα προτείνει την αντικατάσταση των ισχυόντων σήμερα κριτηρίων ορισμού των ΜΜΕ, με παραπομπή στον ορισμό που περιλαμβάνεται στην παρούσα σύσταση.

5. Όλες οι διατάξεις που θεσπίζει η Επιτροπή και που αναφέρουν τους όρους “ΜΜΕ”, “επιχείρηση μεσαίου μεγέθους”, “μικρή επιχείρηση” ή “πολύ μικρή επιχείρηση” ή οποιονδήποτε άλλον τέτοιο όρο πρέπει να παραπέμπουν στον ορισμό που περιλαμβάνεται στην παρούσα σύσταση.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Γ'

Ο αριθμός των Επιχειρήσεων σε Ελλάδα και Ε.Ε.

Η έλλειψη σαφούς ορισμού των ΜΜΕ και η έλλειψη αξιόπιστων στατιστικών στοιχείων, για τις επιχειρήσεις είναι χαρακτηριστικό στοιχείο στη χώρα μας. Επιπλέον, τα κατά καιρούς εκδιδόμενα στατιστικά στοιχεία δεν είναι συγκρίσιμα μεταξύ τους, γιατί από το 1994 άλλαξαν οι κωδικοί της στατιστικής κατάταξης της ΕΣΥΕ με την θέσπιση της ΣΤΑΚΩΔ-91, ενώ, επίσης, οι κωδικοί φορολογικής

κατάταξης άλλαξαν από το έτος 1999 με την εφαρμογή των Κωδικών Αριθμών Δραστηριότητας (ΚΑΔ). Η Πολιτεία πρέπει να λάβει μέτρα για μια σωστή και αξιόπιστη στατιστική κατάταξη, γιατί τα στοιχεία αυτά είναι απαραίτητα για το σχεδιασμό και την εφαρμογή πολιτικών.

Στον πίνακα που ακολουθεί παρουσιάζουμε ορισμένες στατιστικές επιχειρήσεων που έχουν δημοσιευθεί τα τελευταία χρόνια για την Ελλάδα.

Σύνολο Επιχειρήσεων Ελλάδας και αριθμός ΜΜΕ

Έτος Απογραφής	Πηγή	Αρ. Επιχειρήσεων	Αριθμός ΜΜΕ	%	ΜΜΕ Κριτήρια
1988	ΕΣΥΕ	509.722	507.072	99,5	Μέχρι 49 ατ.
1996	EUROSTAT	733.200	731.000	99,6	Μέχρι 49 ατ.
1997	Υπ. Οικονομικών ΚΕΠΥΟ	793.790	780.281	98,2	Μέχρι 300 εκ. τζίρο *1
1998	Υπ. Οικονομικών ΚΕΠΥΟ	755.702	708.142	93,7	Κάτω των 7 εκ. καθαρά κέρδη *1

*1 Το κριτήριο είναι ανεπίσημο και ενδεικτικό

Από τα παραπάνω στοιχεία προκύπτει ότι ο πιο αξιόπιστος αριθμός επιχειρήσεων είναι αυτός που αναφέρει η EUROSTAT (733.200 επ.) και αυτό επιβεβαιώνεται από τα στοιχεία Φ.Π.Α. του 1997, όπου αναφέρονται 793.790 επιχειρήσεις από τις οποίες αν αφαιρέσουμε τις εταιρείες μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, τα ΝΠΔΔ, τις οργανώσεις, σωματεία κ.λπ. που υποβάλλουν υποχρεωτικά δηλώσεις Φ.Π.Α. τότε πλη-

σιάζουμε τον αριθμό των 733.200 επιχειρήσεων που αναφέρει η EUROSTAT.

Στον πίνακα που παρατίθεται παρακάτω γίνεται αναλυτική κατάταξη των επιχειρήσεων, κατά μέγεθος απασχόλησης και κύκλου εργασιών που επιτρέπουν την διατύπωση όχι μόνο της γενικής εικόνας των ΜΜΕ, αλλά και της εσωτερικής κατανομής τους, κατά υποορισμό.

Κατάταξη Επιχειρήσεων στην Ελλάδα-1996

	Τάξη μεγέθους απασχόλησης					Σύνολο (000s)
	0	1-9	10-49	50-249	250+	
Αριθμός επιχειρήσεων	393,7	321,1	16,1	2,2	0,1	733,2
Ποσοστιαία Διάρθρωση (%)	53,7	43,8	2,2	0,3	0,0	100,0
Αριθμός απασχολούμενων	433,8	508,4	303,3	222,0	-	1.694,6
Ποσοστιαία Διάρθρωση (%)	25,6	30,0	17,9	13,1	13,5	100,0
Κύκλος εργασιών	21.325	112.218,5	73.413,9	67.470,9		349.590,2*
Ποσοστιαία Διάρθρωση (%)	6,1	32,1	21,0	19,3	21,5	100,0
Μέση απασχόληση ανά επιχείρηση	1,1	1,6	18,8	100,9	-	2,3
Μέσος κύκλος εργασιών (ECU)	54.166	349.481	4.559.870	30.668.590	-	476.800
Τζίρος ανά εργαζόμενο (ECU)	49.159	220.728	242.050	303.923	-	206.297

Πηγή: EUROSTAT, *Enterprises in Europe 2001*. Επεξεργασία Σ. Χανδρινός "Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα και το διεθνή χώρο"

*Τζίρος σε εκατ. ECU

Τα στοιχεία του παραπάνω πίνακα δείχνουν ότι στη χώρα μας οι αυτοαπασχολούμενοι αναφέρονται στο 53,7% των επιχειρήσεων της χώρας και μαζί με τις επιχειρήσεις με απασχόληση μέχρι 9 άτομα αποτελούν το 97,5% των επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις με απασχόληση μέχρι 49 ατ. αποτελούν το 99,7% των επιχειρήσεων.

Από άποψη απασχόλησης οι ΜΜΕ με 0 έως 49 ατ. απασχολούσαν, συνολικά 1.245.500 άτομα ή το 73,5% των απασχολούμενων. (Στις επιχειρήσεις με 0 απασχόληση προσμετρώνται οι ιδιοκτήτες και συμβοηθούντα μέλη, ενώ στις άλλες κατηγορίες δεν προσμετρώνται).

Από άποψη κύκλου εργασιών οι επιχειρήσεις με 0 ως 9 άτομα κατέχουν μερίδιο 38,2%, ενώ οι επιχειρήσεις με 0 ως 49 άτομα (ΜΜΕ) κατέχουν 59,2%!

Κατάταξη Επιχειρήσεων κατά Κύκλο Εργασιών βάσει Δηλώσεων Φ.Π.Α. 1997

Τζίρος από - έως	Αριθμός Επιχειρήσεων	Ποσοστό (%) επί του συνόλου
0 - 10.000.000	508.148	64,2
0 - 20.000.000	610.507	76,91
0 - 50.000.000	706.900	89,05
0 - 80.000.000	738.867	93,08
0 - 100.000.000	749.880	94,47
0 - 180.000.000	770.640	97,08
0 - 250.000.000	777.308	97,92
0 - 300.000.000	780.281	98,30
0 - 500.000.000	786.173	99,04
0 - 800.000.000	789.245	99,43
0 - 2.000.000.000	792.035	99,78
Όλες	793.790	100

Πηγή: Υπ. Οικονομικών

Με βάση την κατάταξη των ΜΜΕ, με κριτήριο τα όρια τήρησης Β' κατηγορίας βιβλία (300 εκ. δρχ) βλέπουμε ότι οι ΜΜΕ της χώρας ανέρχονται σε 780.281 ή ποσοστό 98,3%. Αν ως κριτήριο ορισμού λάβουμε αυτό της Τράπεζας της Ελλάδος, για τη χορήγηση βιοτεχνικών δανείων από την 197/78 ΑΝΕ, το ποίο αναφέρει τα 800 εκατ. δρχ., τότε ως ΜΜΕ κατατάσσουμε 789.245 επιχειρήσεις που αποτελούν το 99,43% των επιχειρήσεων.

Εδώ βέβαια πρέπει να σημειώσουμε ότι στον αριθμό των επιχειρήσεων περιλαμβάνονται και επιχειρήσεις, μόνο, κατά τη φορολογική κατάταξη, όπως είναι ΝΠΔΔ, Σωματεία, Ενώσεις κ.α., που δεν ασκούν πραγματική επιχειρηματική δραστηριότητα. Επιπλέον, στο συνολικό αριθμό των ΜΜΕ περιλαμβάνονται και

θυγατρικές μεγάλων επιχειρήσεων που έχουν αυτοτελή προσωπικότητα, αλλά μικρό τζίρο.

Οι ΜΜΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση.

Στην Ε.Ε., σύμφωνα με τα στοιχεία της EUROSTAT του 1996, η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων κατατάσσονται στις Πολύ Μικρές και τις Μικρές Επιχειρήσεις. Όπως θα παρατηρούσε κάθε αναλυτής είναι φανερό ότι η σύνθεση των επιχειρήσεων στην Ε.Ε. και την Ελλάδα έχουν ομοιότητα και συνάφεια τηρουμένων βέβαια των αναλογιών.

Αναλυτικά στοιχεία δίνονται στον παρακάτω πίνακα.

**Επιχειρήσεις στην Ε.Ε. και τάξη μεγέθους απασχόλησης
Αριθμός απασχολούμενων – κύκλος εργασιών – 1996**

	Τάξη μεγέθους απασχόλησης					Σύνολο (000s)
	0	1-9	10-49	50-249	250+	
Αριθμός επιχειρήσεων	9.787,2	7.441,3	1.087,2	147,4	36,9	18.427
Ποσοστιαία Διάρθρωση (%)	50,4	42,7	5,9	0,8	0,2	100,0
Αριθμός απασχολούμενων	11.183,5	27.187,7	21.025,0	14.650,4	37.800,2	111.835
Ποσοστιαία Διάρθρωση (%)	10,0	24,4	18,8	13,1	33,8	100,0
Κύκλος εργασιών	659.624,9	2.447.555,4	2.916.236,2	3.384.917,1	7.950.215,4	17.358.549*
Ποσοστιαία Διάρθρωση (%)	3,8	14,1	16,8	19,5	45,8	100,0
Μέση απασχόληση ανά επιχείρηση	1,2	3,7	19,3	99,4	1.024,4	6,1
Μέσος κύκλος εργασιών (ECU)	71.025	328.915	2.682.336	22.964.159	215.452.992	942.017
Τζίρος ανά εργαζόμενο (ECU)	58.982	89.694	138.703	231.046	210.322	155.216

Πηγή: EUROSTAT, *Enterprises in Europe 2001*. Επεξεργασία Σ. Χανδρινός: "Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα και το διεθνή χώρο"

*Τζίρος σε εκατ. ECU

Η ανάλυση των στοιχείων του πίνακα για τις επιχειρήσεις στην Ε.Ε. μας δίνει την παρακάτω εικόνα:

- Οι επιχειρήσεις αυτοαπασχολούμενων καλύπτουν το 50,4% των επιχειρήσεων, το 10% της απασχόλησης και το 3,8% του κύκλου εργασιών.
- Οι επιχειρήσεις με απασχόληση μέχρι 9 ατ. καλύπτουν συνολικά το 93,1% των επιχειρήσεων, το 34,4% της απασχόλησης και το 17,9% του κύκλου εργασιών.
- Οι επιχειρήσεις από 0 μέχρι 49 ατ. καλύπτουν το 99% των επιχειρήσεων, το 53,2% της απασχόλησης και το 34,7% του κύκλου εργασιών.

Στην Ολομέλεια της 5^{ης} Νοεμβρίου 2001 παρέστησαν τα κάτωθι Μέλη
της Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής:

ΠΡΟΕΔΡΟΣ

Καθηγητής Ανδρέας Κινητής

ΑΝΤΙΠΡΟΕΔΡΟΙ

Κυριαζής Δημήτριος
πρώην Πρόεδρος Σ.Ε.Β.

Πολίτης Δημήτριος
Γ.Σ.Ε.Ε.

Λιόλιος Νικόλαος
Μέλος Δ.Σ. ΠΑ.Σ.Ε.Γ.Ε.Σ.

Α΄ ΟΜΑΔΑ

Μπελαντάκης Ζαχαρίας
Μέλος Δ.Σ. Γ.Σ.Ε.Β.Ε.Ε.
σε αναπλήρωση του
Αβραμίδη Νικολάου
Μέλους Δ.Σ. Γ.Σ.Ε.Β.Ε.Ε.

Αναλυτής Νικόλαος
Αντιπρόεδρος Δ.Σ. Σ.Ε.Β.

Ρερρές Κυριάκος
Γενικός Διευθυντής
Πανελληνίας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων
σε αναπλήρωση του
Βασιλικού Ευστράτιου
Γενικού Γραμματέα Π.Ο.Ξ.

Ζούλοβιτς Μαργαρίτα
Εκπρόσωπος Ε.Σ.Ε.Ε.

Κεφάλας Χαράλαμπος
Εκπρόσωπος Ε.Σ.Ε.Ε.

Μαστρογιάννης Αναστάσιος
Μέλος Δ.Σ. Γ.Σ.Ε.Β.Ε.Ε.

Παπαδημητρίου Ιωάννης
Β' Αναπληρωτής Γενικός Γραμματέας
Δ.Σ. Γ.Σ.Ε.Β.Ε.Ε.
σε αναπλήρωση του
Μότσου Γεωργίου
Προέδρου Δ.Σ. Γ.Σ.Ε.Β.Ε.Ε.

Σκορίνης Νικόλαος
Α' Αντιπρόεδρος Δ.Σ. Γ.Σ.Ε.Β.Ε.Ε.

Β΄ ΟΜΑΔΑ

Αβραμόπουλος Παναγιώτης
Γ.Σ.Ε.Ε.

Αυγητίδης Ελευθέριος
Γ.Σ.Ε.Ε.

Βουλγαράκης Δημήτριος
Γ.Σ.Ε.Ε.

Σπανού Δέσποινα
Α.Δ.Ε.Δ.Υ.
σε αναπλήρωση του
Βρεττάκου Ηλία
Α.Δ.Ε.Δ.Υ.

Γκούβερη Ρέα
Γ.Σ.Ε.Ε.

Κόλλιας Κωνσταντίνος
Α.Δ.Ε.Δ.Υ.

Κωνσταντινίδης Ιωάννης
Γ.Σ.Ε.Ε.

Λαιμός Στέφανος
Γ.Σ.Ε.Ε.

Μίχας Ιωάννης
Γ.Σ.Ε.Ε.

Ξενάκης Βασίλειος
Α.Δ.Ε.Δ.Υ.

Παπαντωνίου Κωνσταντίνος
Α.Δ.Ε.Δ.Υ.

Αποστολόπουλος Αναστάσιος
Α.Δ.Ε.Δ.Υ.
σε αναπλήρωση του
Παπασπύρου Σπύρου
Προέδρου Α.Δ.Ε.Δ.Υ.

Παυλιδάκης Γεώργιος
Γ.Σ.Ε.Ε.
σε αναπλήρωση του
Πολυζωγόπουλου Χρήστου
Προέδρου Γ.Σ.Ε.Ε.

Σκαρμούτσος Διονύσιος
Γ.Σ.Ε.Ε.

Γ΄ ΟΜΑΔΑ

Αλεξόπουλος Παναγιώτης
Πρόεδρος Οικονομικού
Επιμελητηρίου Ελλάδος

Γιατράκος Νικόλαος
Αναπληρωτής Δήμαρχος Αθηναίων

Γωνιωτάκης Γεώργιος
Πρόεδρος Δ.Σ. Γ.Ε.Σ.Α.Σ.Ε.

Καραγιάννης Δημήτριος
Εκπρόσωπος ΠΑ.Σ.Ε.Γ.Ε.Σ.

Πίττας Ιωάννης
Α' Αντιπρόεδρος Δ.Σ. ΠΑ.Σ.Ε.Γ.Ε.Σ.
σε αναπλήρωση του
Καραμίχα Τζανέτου
Προέδρου Δ.Σ. ΠΑ.Σ.Ε.Γ.Ε.Σ.

Κουρνιακός Στέλιος
Μέλος Δ.Σ. Γ.Ε.Σ.Α.Σ.Ε.

Λαζαρίδης Χαράλαμπος
Πρόεδρος Δ.Σ. ΚΕ.Π.ΚΑ.

Σπίρτζης Χρήστος
Τ.Ε.Ε.

Τσανικλίδης Φώτης
Εκπρόσωπος Γεωτεχνικού
Επιμελητηρίου Ελλάδος

ΓΕΝΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ

Γρηγόριος Παπανίκος

ΤΜΗΜΑ ΔΗΜΟΣΙΩΝ & ΔΙΕΘΝΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΤΗΣ Ο.Κ.Ε.

Για κάθε πληροφορία σχετικά με το έργο και τη λειτουργία της Ο.Κ.Ε. είναι στη διάθεσή σας το Τμήμα Δημοσίων & Διεθνών Σχέσεων της Επιτροπής, υπό τη διεύθυνση της κας Μάρθας Θεοδώρου.

Τηλ.: 010 9249510-2, Fax: 010 9249514, e-mail: iproke@otenet.gr