

ΠΑΝΤΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ & ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΣΠΟΥΔΩΝ
Μπούρκουλας Νικήτας

*«Σύσταση και λειτουργία Μικρομεσαίας Επιχείρησης (ΜΜΕ) στο ελληνικό
θεσμικό περιβάλλον»*

Διπλωματική Εργασία

Επιβλέπον Καθηγητής
Κωνσταντίνος ΓΕ.ΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΣ

Αθήνα, Μάιος 2008

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα εργασία προσπαθεί, σε μια μάλλον περισσότερο πραγματιστική¹ οπτική της μεταπτυχιακής γνώσης – και κατά προέκταση προσέγγισης της διπλωματικής εργασίας – να αποτυπώσει τη σημερινή πραγματικότητα τη σχετική με τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις στο Ελληνικό θεσμικό περιβάλλον. Λέγοντας θεσμικό αναφερόμαστε σε κάθε τι που σχετίζεται με την επιχείρηση, το κράτος και την αγορά, που αποτελούν τους κεντρικούς – συμπληρωματικούς αλλά και αλληλοσυγκρουόμενους – θεσμούς που εμπλέκονται στην όλη προβληματική περί ΜΜΕ, είτε αυτό ονομάζεται νόμος, είτε παιδεία – οικογένεια, γραφειοκρατία, φορολογία κτλ.. Έτσι, αν και έχει καταστεί σαφές² το ποιά η σημασία της δημιουργίας και λειτουργίας ανταγωνιστικών επιχειρήσεων για την ανάπτυξη και την πρόοδο του κόσμου, της χώρας και του εαυτού μας, αν και έχουμε την αίσθηση, διαίσθηση, ή ψευδαίσθηση, ότι αντιλαμβανόμαστε ποιά είναι τα συστατικά στοιχεία για τη δημιουργία και ανάπτυξη μιας υγιούς, βιώσιμης και ανταγωνιστικής ΜΜΕ, κανείς τελικά από εμάς δεν γίνεται επιχειρηματίας και επιπρόσθετα αγνοούμε³ απλά αλλά αναγκαία⁴, επί του πρακτέου, συνθετικά μέρη όπως για παράδειγμα το πώς πραγματικά διαμορφώνεται το ελληνικό θεσμικό περιβάλλον, ή το ποιά είναι τα βήματα για τη σύσταση μιας εταιρίας – ποιό είναι το κόστος, ποιός είναι ο χρόνος...

1. χωρίς να υπάρχει καμία διάθεση κριτικής απέναντι στην ιδεαλιστική ή φιλοσοφική διάσταση της επιστήμης, αλλά περισσότερο μια ανάγκη συσχέτισής της με τον επαγγελματικό κόσμο, και κατά προέκταση αξιοποίησής της για λόγους βιοπορισμού, αφού σε πολλές περιπτώσεις η αξιοποίηση των μεταπτυχιακών σπουδών περιορίζεται απλά και μόνο στην ίδια την κατοχή του τίτλου τους, και όχι στην ουσιαστική αξιοποίησης της γνώσης που αποκτάται από τους κατόχους των τίτλων αυτών...

2. τόσο από τη νεοκλασική κατά βάση εκπαίδευσή μας ως οικονομολόγων, όσο και γενικότερα από το φιλελεύθερο περιβάλλον στο οποίο αρχίσαμε και συνεχίζουμε να αντιλαμβανόμαστε τον κόσμο

3. ή αποφεύγουμε πολλές φορές να μάθουμε

4. και «κακά» πολλές φορές

Η διαπίστωση αυτή ενισχύεται και από το γεγονός ότι για τους περισσότερους από εμάς – ως γόνους της ελληνικής μέσης οικογενείας – για την ουσιαστική άγνοια ίσως και φόβο περί εμπλοκής με τις διάφορες διαστάσεις του επιχειρείν, ευθύνεται μερικώς και η Ελληνίδα «Μικρομεσαία Μητέρα»⁵ από την οποία αντλήσαμε πρότυπα σταθερότητας και εφησυχασμού. Φταίει βέβαια και το ότι στη γειτονιά οι μόνοι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες είναι ο ψιλικατζής και ο φούρναρης οι οποίοι δεν επέδειξαν ιδιαίτερα καινοτόμο δράση ανά το χρόνο⁶. Φταίει και ο δάσκαλος ο οποίος – όντας και ο ίδιος υπάλληλος – πάντα πρόβαλε υπαλληλικά πρότυπα⁷. Φταίει και η Ελληνική Οικονομία με τα χρέη και τη διαφθορά της, που δεν ενέπνευσε ποτέ εμπιστοσύνη... Τώρα αν πούμε ότι φταίμε και εμείς που «βολευτήκαμε» στους στόχους τα όνειρα και τα λάθη μιας άλλης γενιάς, θα διαψεύσουμε και το άλλο χαρακτηριστικό, αυτό της ματαιοδοξίας μας και της νοοτροπίας να θεωρούμε πάντα τους άλλους υπεύθυνους για τα δεινά αποποιούμενοι πάσης ατομικής ευθύνης⁸...

Ο στόχος λοιπόν της παρούσας εργασίας είναι διττός: από τη μία να απεικονίσει το πως επιδρά το ελληνικό θεσμικό περιβάλλον στη σύσταση και λειτουργία της ΜΜΕ, αλλά και πώς οι υπάρχουσες ΜΜΕ διαμορφώνουν το συγκεκριμένο ελληνικό θεσμικό και επιχειρηματικό περιβάλλον και από την άλλη να αποτελέσει ταυτόχρονα έναν οδηγό που απευθύνεται σε κάθε νέο οικονομολόγο (προ ή μετά – πτυχιακό) που πρόκειται να έχει ή να αποκτήσει οποιαδήποτε άμεση ή έμμεση εμπλοκή με τις ΜΜΕ – είτε ως οικονομικός ή χρηματοοικονομικός σύμβουλος και αναλυτής, είτε ως περιφερειολόγος – αναπτυξιολόγος, λογιστής – φοροτέχνης, στέλεχος μάρκετινγκ ή πωλητής, είτε τέλος ως νέος ή επίδοξος μικρομεσαίος επιχειρηματίας.

5. (MMM) η οποία – αποτελώντας κατά μία έννοια και αυτή θεσμό –έταζε λαμπάδες στους αγίους για μια θέση στο δημόσιο, να αποκατασταθεί ο κανακάρης...άντε και με μια καλή νύφη..!

6. Με εξαίρεση ίσως την προσθήκη σοκολάτας ή κάστανου στο τσουρέκι και σε διάφορα άλλα παραδοσιακά γλυκά, που αν και πλέον αποτελεί κάτι το καθιερωμένο, σε μιαν άλλη εποχή απετέλεσε σημείο ρήξης με την παράδοση, θέτοντας μια νέα εποχή στο τσουρέκι και ανεβάζοντας σημαντικά τις πωλήσεις τσουρεκιού των πρωτοπόρων της εποχής(βλέπε Τερκενλής Θεσ/νίκη)

7. «...όταν θα πας στον εργοδότη να ζητήσεις δουλειά...»

8. οι αναφορές για το «τις πταίει...» δεν παρατίθενται εδώ αόριστα, απλά ως αστεϊσμοί ή αφορισμοί, αλλά κατά μια έννοια, όπως θα φανεί και παρακάτω, προκύπτουν και ως προϊόντα έρευνας.

Σε αυτό το πλαίσιο, η εργασία μπορεί μερικώς να στερείται ίσως κάποιας θεωρητικής εμβάθυνσης ή πρωτοτυπίας, δεν παύει όμως να παρέχει χρήσιμο υλικό για τη μετάβαση προς το πεδίο σύνδεσης της επιστήμης με τον επαγγελματικό κόσμο. Η δομή που επιλέχθηκε έχει τη λογική της διαίρεσης του θέματος σε τρεις γενικές κατηγορίες. Στην πρώτη κατηγορία με τη χρήση στοιχείων από έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί από εθνικούς και διεθνείς φορείς αποπειράται η απεικόνιση της κατάστασης στην Ελλάδα – και η συγκριτική της θέση στην Ευρώπη και τον κόσμο – σε ζητήματα επιχειρηματικότητας και ανταγωνιστικότητας. Στη δεύτερη ενότητα γίνεται αναφορά σε ειδικά ζητήματα κρίσιμα⁹ για τη σύσταση και λειτουργία μιας επιχείρησης στο ελληνικό θεσμικό περιβάλλον, όπως αναλυτική παρουσίαση των βημάτων/διαδικασιών σύστασης εταιρίας στις βασικές νομικές μορφές που υπάρχουν στην Ελλάδα, περιεχόμενο καταστατικού, καθώς και στοιχεία, από σχετικές έρευνες, σύγκρισης με άλλες χώρες. Στη συνέχεια απεικονίζονται τα Ευρωπαϊκά και εθνικά προγραμμάτων στήριξης MME και ο βαθμός αξιοποίησής τους από το μικρομεσαίο επιχειρηματικό περιβάλλον. Τέλος, επειδή πιστεύουμε ότι καθοριστικής σημασίας ρόλο για την ανάπτυξη υγιούς επιχειρηματικότητας και κατά προέκταση υγείων MME διαδραματίζει – εκτός των άλλων – και η διαμόρφωση ανάλογης νοοτροπίας, στην τρίτη ενότητα παρουσιάζουμε ζητήματα διασύνδεσης της επιχειρηματικότητας με το εκπαιδευτικό σύστημα. Πρέπει επίσης να αναφερθεί ότι δεδομένου του γεγονότος ότι από τη μία η Ελλάδα αποτελεί μέλος της Ευρωπαϊκής ένωσης και απο την άλλη σε μια πιο χαλαρή οπτική μέλος της παγκόσμιας κοινότητας, το Ελληνικό θεσμικό περιβάλλον δε μπορεί να ιδωθεί ανεξαρτήτως εντελώς του Ευρωπαϊκού αλλά και δευτερευόντως ούτε και του παγκοσμίου. Έτσι η όλη προβληματική προσπαθεί να διεξαχθεί σε μια, τριών αξόνων, παράλληλη προσέγγιση της μορφής: Ελλάδα – Ευρώπη – Κόσμος. (Για τη διευκόλυνση του αναγνώστη, οι πίνακες και τα διαγράμματα παρατίθενται εντός του κειμένου και όχι σε ξεχωριστό παράρτημα στο τέλος της εργασίας)

9. αν και πολλές φορές ανιαρά

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Αν θέλει κανείς να μελετήσει τα χαρακτηριστικά των κοινωνιών-οικονομιών των χωρών του κόσμου και το βαθμό στον οποίο τα χαρακτηριστικά αυτά προσδιορίζουν την ικανότητα για πραγμάτωση και διεύρυνση των δυνητικών ικανοτήτων των χωρών ως σύνολα, αλλά και τελικά των επι μέρους φορέων – επιχειρήσεων, ατόμων – ως συνθετικών μελών των συνόλων αυτών, καθώς και μελών του μεγάλου συνόλου της παγκόσμιας κοινωνίας – οικονομίας, θα πρέπει να διερευνήσει τα στοιχεία – κοινωνικά, οικονομικά, πολιτικά – μιας συγκεκριμένης χρονικής περιόδου όπως διαμορφώνονται μέσα από μια ιστορική συνέχεια και προσδιορίζουν αλλά και προσδιορίζονται από ένα ιδιαίτερο θεσμικό περιβάλλον. Το σύγχρονο παγκοσμιοποιημένο περιβάλλον, υπό το πρίσμα μιας συνεχούς απελευθέρωσης των αγορών προϊόντων και υπηρεσιών και μιας διεθνούς εξάπλωσης των επιχειρήσεων, έχει θέσει νέους όρους στην παραγωγική και, κατά προέκταση, αναπτυξιακή διαδικασία, καθώς και νέους ρόλους για τους εμπλεκόμενους, σε αυτή, φορείς. Η οικονομία της παγκόσμιας αγοράς, έχει στρέψει το βλέμμα της οικονομικής επιστήμης – και όχι μόνο – στην επιχείρηση, ως το βασικό φορέα παραγωγής οικονομικού – ίσως και κοινωνικού – πλούτου. Αυτό υποστηρίζεται και από το γεγονός ότι οι χώρες που παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη αύξηση στα ποσοστά επιχειρηματικότητας, παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη μείωση των ποσοστών ανεργίας ενισχύοντας σημαντικά την ανάπτυξη. Για παράδειγμα στις Κάτω Χώρες και για το διάστημα 1994 – 1998 , το 8% των ταχέως αναπτυσσομένων επιχειρήσεων δημιούργησαν το 60% των νέων θέσεων εργασίας ενώ στις ΗΠΑ για το διάστημα 1993 – 1996, 350.000 ταχέως αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις στο σύνολο 6 εκ. επιχειρήσεων, δημιούργησαν τα 2/3 όλων των νέων θέσεων απασχόλησης.¹⁰ Έτσι, το ενδιαφέρον εστιάζεται στον τρόπο με τον οποίο η επιχείρηση θα ενισχύσει την ανταγωνιστικότητά της – κατά βάση αναπτύσσοντας στοιχεία καινοτομικότητας – στο εθνικό και διεθνές περιβάλλον, και ως κρίσιμο μέσο προβάλλει η θεσμική στήριξη, τόσο για τη σύσταση, όσο και για την εσωτερική και εξωτερική λειτουργία της. Αν και μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του 70, διαφαινόταν πως η μεγάλη επιχείρηση ήταν αυτή που θα καθοδηγούσε τις εξελίξεις σχετικά με την παραγωγική και αναπτυξιακή διαδικασία – λόγω κυρίως της δυνατότητας αξιοποίησης οικονομιών

10. Πράσινη Βίβλος για την Επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη

κλίμακας – η σημαντική πρόοδος στον κλάδο των μεταφορών και επικοινωνιών και η επακόλουθη μεταφορά δραστηριοτήτων, κυρίως εντάσεως εργασίας, σε χώρες χαμηλού εργατικού κόστους, ανέκοψε την τάση για υπερσυγκέντρωση των μεγάλων επιχειρήσεων, έδωσε τη δυνατότητα για ανάθεση εργασιών σε τρίτους και άφησε περιθώρια για την ανάπτυξη της μικρής και μεσαίας επιχείρησης. Έτσι, ο αριθμός των ιδιωτικών επιχειρήσεων στις χώρες του ΟΟΣΑ για το διάστημα 1972 – 1998 αυξήθηκε από 29 σε 45 εκατομμύρια.¹¹

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, τόσο για την Ελλάδα όσο και για την Ευρώπη και τον κόσμο, αποτελούν κρίσιμο συστατικό στοιχείο των οικονομιών και επιδρούν ως δύναμη προόδου και ανάπτυξης, παραγωγής, καταπολέμησης της ανεργίας, δημιουργίας καινοτομίας, αποκέντρωσης, ισορροπίας και συνοχής. Το 99% των Ευρωπαϊκών επιχειρήσεων είναι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις οι οποίες δημιουργούν 75 περίπου εκατομμύρια θέσεις εργασίας.¹² Από την άλλη το ίδιο το μικρό-μεσαίο μέγεθος που αποτελεί στοιχείο ευελιξίας και προόδου για την ΜΜΕ, μπορεί να αποτελέσει ταυτόχρονα τροχοπέδη για την περεταίρω ανάπτυξή της. Μια πληθώρα προβλημάτων που σχετίζονται με: ζητήματα χρηματοδότησης – τόσο για τη σύσταση και λειτουργία, όσο και για την επέκταση και τον εκσυγχρονισμό – αδυναμία πρόσβασης στις διεθνείς αγορές, αδυναμία πρόσβασης στην πληροφορηση, ζητήματα προβολής, μάρκετινγκ και διανομής, ζητήματα ανθρωπίνου δυναμικού υψηλών δεξιοτήτων κ.α., ανακύπτουν από τα ιδιαίτερα συστατικά χαρακτηριστικά της ΜΜΕ. Τόσο η σημασία της για την πρόοδο και ανάπτυξη, όσο και τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η ΜΜΕ, τη θέτουν στο επίκεντρο του προβληματισμού και της ενασχόλησης της Ευρωπαϊκής Ένωσης, δημιουργώντας μια σειρά προγραμμάτων για τη στήριξή της.

11. Πράσινη Βίβλος για την Επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη. Για μια αναλυτική θεωρητική διερεύνηση του εν λόγω ζητήματος βλέπε Λυμπεράκη Α. «Η Πρόκληση της Ανάπτυξης σε μικρή κλίμακα: Οικονομική ευελιξίας και κοινωνικές δυσκαμψίες», 1992 και «Ευέλικτη Εξειδίκευση; Κρίση και αναδιάρθρωση στη μικρή βιομηχανία», 1991

12. ec.europa.eu

Η δυναμική των ΜΜΕ είναι έντονα εξαρτημένη από το ευρύτερο οικονομικό και θεσμικό περιβάλλον μέσα στο οποίο συστήνονται και λειτουργούν. Το ίδιο το θεσμικό περιβάλλον δια μέσω κυρίως – αλλά και όχι μόνο – του εκπαιδευτικού συστήματος μπορεί να διαδραματίσει τον πρώτο και ίσως καθοριστικότερο παράγοντα ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας που αποτελεί απαραίτητο και αυτονόητο συστατικό στοιχείο για τη σύσταση και λειτουργία της ΜΜΕ. Επιπρόσθετα, το νομικό πλαίσιο, το διοικητικό περιβάλλον, ο βαθμός της γραφειοκρατίας, το φορολογικό καθεστώς, οι ελαφρύνσεις, οι ενισχύσεις, οι δυνατότητες χρηματοδότησης, συναποτελούν ένα πλέγμα συνιστωσών, οι οποίες θα καθορίσουν, σε τελική ανάλυση, το κατά πόσο μπορεί το θεσμικό περιβάλλον συνολικά να χαρακτηριστεί ως «φιλικό» ή όχι προς την ανάπτυξη και λειτουργία της ΜΜΕ. Αν θεωρήσουμε ότι όλες αυτές οι συνιστώσες αποτελούν στοιχεία κόστους, είτε άμεσου – π.χ. οι φόροι επι των κερδών – είτε κόστους ευκαιρίας – π.χ. οι διαδικασίες και ο χρόνος που θα απαιτηθούν για τη σύσταση έως τη λειτουργία μιας επιχείρησης – γενικά μπορούμε να δούμε την όλη προσέγγιση σε δύο διαστάσεις: 1. αυτή του κόστους εφόσον όλα, με τη μια ή την άλλη έννοια, μπορούν να αναχθούν σε στοιχεία κόστος και 2. αυτή της νοοτροπίας, γιατί μέχρι κανείς να φτάσει στο σημείο να αναφερθεί στο κόστος, θα πρέπει προηγουμένως να έχει αναπτυχθεί κάποιο επιχειρηματικό σχέδιο, γεγονός που προϋποθέτει την ύπαρξη μιας νοοτροπίας που να προωθεί την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Είναι προφανές ότι οι δύο αυτές διαστάσεις δεν μπορούν να ιδωθούν ανεξάρτητα η μια της άλλης γιατί, τόσο ένα βεβαρυμμένο διοικητικό περιβάλλον μπορεί να ενισχύσει μια αντιεπιχειρηματική νοοτροπία, όσο και μια «υπαλληλική» ή «αντι-επιχειρηματική» νοοτροπία μπορεί να επιβαρύνει τις διοικητικές δομές και τους θεσμικούς φορείς που εμπλέκονται στη λειτουργία της επιχείρησης.

Όπως αναφέρεται και σε σχετική έκθεση της Commission, η Ελλάδα χαρακτηρίζεται από πολυνομία, υπερβολική γραφειοκρατία, κακή λειτουργία του δημοσίου και υψηλό λειτουργικό κόστος που αποθαρρύνουν τη σύσταση και λειτουργία επιχειρήσεων. Χαρακτηριστικά η ίδια έκθεση αναφέρει ότι αν το κόστος της γραφειοκρατίας μειωνόταν στο μισό η ετήσια αύξηση του ΑΕΠ θα ήταν κατά 3% υψηλότερη.¹³

13.Εφημερίδα «Η Ναυτεμπορική», τεύχος 12 Νοε. 2007

ΟΡΙΣΜΟΣ ΜΜΕ¹⁴

B.1 Η χρήση του όρου Μικρομεσαία επιχείρηση (Small and Medium Size Enterprise – SME) είναι διαδεδομένη κυρίως στην Ευρωπαϊκή Ένωση, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι σε όλες τις χώρες του κόσμου δεν υπάρχουν Μικρές ή Μεσαίες επιχειρήσεις. Στην Αμερική μικρή επιχείρηση (Small Business) συνήθως θεωρείται αυτή που απασχολεί έως 100 άτομα, ενώ μεσαία (Medium-sized Business) αυτή που απασχολεί έως 500. Για τις πολύ Μικρές Επιχειρήσεις (SOHO – Small Office/Home Office) το όριο είναι τα 10 άτομα το οποίο είναι το ίδιο με το όριο της Ε.Ε.

Για πολλά χρόνια κάθε Ευρωπαϊκό κράτος είχε το δικό του ορισμό για τη ΜΜΕ. Για παράδειγμα η Γερμανία μέχρι το 2005 είχε ως ανώτατο όριο εργαζομένων τα 500 άτομα ενώ το Βέλγιο τα 100.¹⁵

Προκειμένου να υπάρξει μια συνάφεια και μια συνέπεια στο τι σημαίνει «μικρή» ή «μεσαία» επιχείρηση ώστε να είναι ευδιάκριτη η διαφορά μεταξύ τους αλλά και από τη «μεγάλη» επιχείρηση, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει θέσει κάποια ανώτατα όρια, στον αριθμό των εργαζομένων και του τζίρου, με αποτέλεσμα να υπάρχει ένας κοινός ορισμός, για τη ΜΜΕ σε όλα τα κράτη μέλη, που αν και δεν είναι δεσμευτικός, στη βάση αυτού στηρίζονται οι πολιτικές και τα προγράμματα ενίσχυσης των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ.

Η τελευταία σύσταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τον ορισμό της ΜΜΕ εγκρίθηκε στις 6 Μαΐου 2003 και τέθηκε σε εφαρμογή από την 1 Ιανουαρίου 2005.¹⁶

Έτσι, σύμφωνα με τον Ευρωπαϊκό ορισμό:

Μεσαία Επιχείρηση θεωρείται η επιχείρηση που απασχολεί έως 250 άτομα και ο Ετήσιος κύκλος εργασιών της δεν ξεπερνάει τα 50 εκ. ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού της¹⁷ δεν ξεπερνάει τα 43 εκ. ευρώ.¹⁸

Μικρή Επιχείρηση θεωρείται η επιχείρηση που απασχολεί έως 50 άτομα και τα αντίστοιχα νούμερα για τον κύκλο εργασιών και τον ισολογισμό της δεν υπερβαίνουν τα 10 εκ. ευρώ.

14. Σύμφωνα με τον ορισμό της Ευρωπαϊκής Επιτροπής

15. ηλεκτρονικό λεξικό “Wikipedia”

16. Η πρώτη εγκρίθηκε το 1996

17. το σύνολο των κύριων στοιχείων του ενεργητικού

18. Ο επιχειρηματίας που θέλει να υπαχθεί σε ένα πρόγραμμα ενίσχυσης της επιχείρησής του, μπορεί να χρησιμοποιήσει εναλλακτικά είτε τον κύκλο εργασιών ή τον ισολογισμό κατά τη δική του κρίση

Πολύ Μικρή Επιχείρηση θεωρείται η επιχείρηση που απασχολεί έως 10 άτομα και τα αντίστοιχα νούμερα για τον κύκλο εργασιών και τον ισολογισμό της δεν ξεπερνούν τα 2 εκ ευρώ.

Ορισμός Μικρομεσαίας Επιχείρησης

Κατηγορία Επιχείρησης	Απασχολούμενοι	Ετήσιος κύκλος Εργασιών	Σύνολο Ισολογισμού
Μεσαία	≤ 250	≤ 50 εκ. ευρώ	≤ 43 εκ. ευρώ
Μικρή	≤ 50	≤ 10 εκ. ευρώ	≤ 10 εκ. ευρώ
Πολύ Μικρή	≤ 10	≤ 02 εκ. ευρώ	≤ 02 εκ. ευρώ

Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή

Ανεξάρτητες – Συνεργαζόμενες – Συνδεδεμένες Επιχειρήσεις

Προκειμένου μια επιχείρηση να πληροί τις προϋποθέσεις του παραπάνω ορισμού ώστε να μπορεί να υπαχθεί σε ένα πρόγραμμα ενίσχυσης, θα πρέπει επιπρόσθετα να εξεταστεί και το κατά πόσο αποτελεί μια ανεξάρτητη επιχείρηση.

Ανεξάρτητη Επιχείρηση είναι αυτή που δε συμμετέχει σε άλλη επιχείρηση ή άλλη επιχείρηση δε συμμετέχει σε αυτή με ποσοστό μεγαλύτερο του 25%. Στην περίπτωση που στην επιχείρηση συμμετέχει δημόσιος φορέας, πανεπιστήμιο ή μη κερδοσκοπικό ερευνητικό κέντρο, θεσμικοί επενδυτές ή αυτόνομη τοπική αρχή – με ετήσιο προϋπολογισμό έως 10 εκ. ευρώ και λιγότερους από 5000 κατοίκους – το ποσοστό αναπροσαρμόζεται σε 50%.

Συνεργαζόμενη επιχείρηση είναι η επιχείρηση που συμμετέχει σε άλλη επιχείρηση ή το αντίστροφο με ποσοστό μεταξύ 25% και 50%. Στην περίπτωση που αυτό συμβαίνει και η επιχείρηση επιθυμεί να υπαχθεί σε ένα Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα ενίσχυσης ΜΜΕ, θα πρέπει να συμπεριλάβει αθροιστικά στα στοιχεία των απασχολούμενων, του κύκλου εργασιών ή/και του ισολογισμού, τα αντίστοιχα στοιχεία της συνεργαζόμενης επιχείρησης επί του ποσοστού συμμετοχής.

Συνδεδεμένη επιχείρηση είναι η επιχείρηση που συνδέεται σε όμιλο επιχειρήσεων και αυτό συμβαίνει όταν το ποσοστό συμμετοχής¹⁹ ξεπερνάει το 50%.

Προκειμένου να υπαχθεί στα όρια του ορισμού της ΜΜΕ η επιχείρηση θα πρέπει να συμπεριλάβει στα στοιχεία της το 100% των στοιχείων της συνδεδεμένης επιχείρησης.

19. δικαιωμάτων ψήφου

I. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ – ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

Συγκριτική Επισκόπηση Ελλάδα, Άλλες Χώρες

I.1 Το Θεσμικό περιβάλλον και η ανάπτυξη της Επιχειρηματικότητας

Κρίσιμο παράγοντα για τη δημιουργία, ανάπτυξη και επέκταση των ΜΜΕ αποτελεί η προώθηση της επιχειρηματικότητας. Η επιχειρηματικότητα αποτελεί τόσο ικανότητα όσο και νοοτροπία. Είναι άμεσα και άρρηκτα συνδεδεμένη με τη δημιουργικότητα, την καινοτομία, την ανάληψη πρωτοβουλίας, την ανεξαρτησία, την έκθεση στον κίνδυνο, τη διοικητική ικανότητα, την ικανότητα για σύνθεση και συντονισμό, την προσαρμοστικότητα. Ο φορέας της θα πρέπει να είναι τόσο επινοητικός και εφευρετικός, όσο και ικανός διαχειριστής αλλά και ευέλικτος στη διεκπεραίωση διαδικασιών. Η εφευρετικότητα δεν ταυτίζεται αποκλειστικά και μόνο με την ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος ή μεθόδου παραγωγής – αν και αυτό συνήθως είναι το επιθυμητό – αλλά και με την ικανότητα να αδράξει κανείς ευκαιρίες και να εισαχθεί με επιτυχία σε αγορές που προϋπάρχουν. Άλλωστε, μόνο «το 7% των νέων επιχειρηματιών δημιουργούν μία σημαντική νέα εξειδικευμένη αγορά ή οικονομικό τομέα, εάν η επιχείρησή τους είναι επιτυχής, ενώ το 70% των νέων επιχειρήσεων παρέχουν προϊόντα ή υπηρεσίες σε υφιστάμενες αγορές στις οποίες υπάρχει ήδη σημαντικός ανταγωνισμός και στις οποίες διατίθεται ήδη για περισσότερο από ένα έτος η βασική τεχνολογία».¹ Στο βαθμό που η επιχειρηματικότητα αποτελεί νοοτροπία, βρίσκεται σε διαλεκτική σχέση με το περιβάλλον – θεσμικό, κοινωνικό, οικονομικό – στο οποίο αναπτύσσεται και έτσι δεν εξασφαλίζεται η εκ των προτέρων αξιοποίησή της ως ικανότητα, αν προηγουμένως δεν προωθείται – και από το περιβάλλον – ως δεξιότητα.

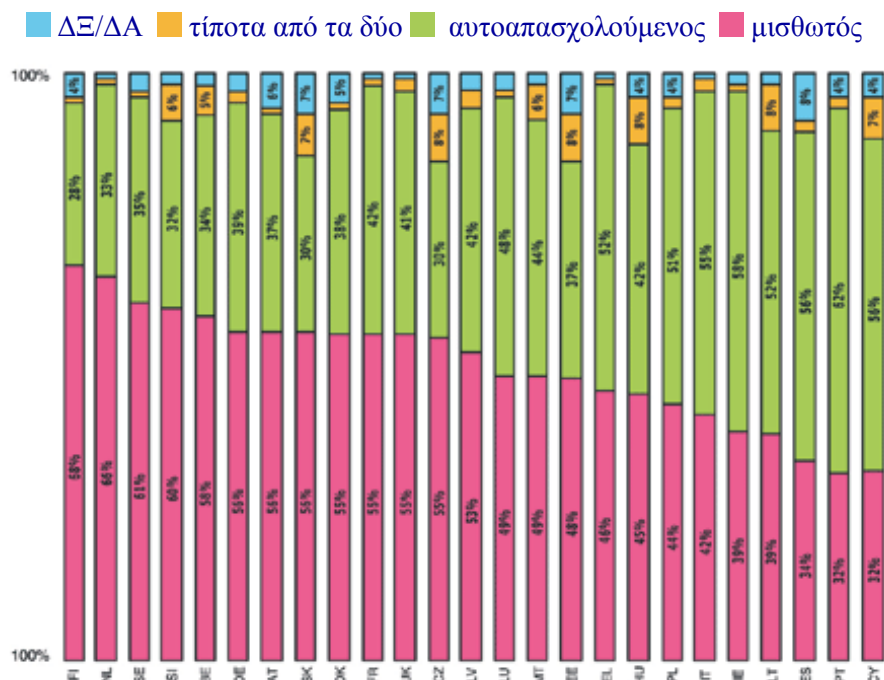
I.1.α. Η Επιχειρηματικότητα στο Ευρωπαϊκό περιβάλλον – σύγκριση με ΗΠΑ

Σύμφωνα με έρευνα του Ευρωβαρόμετρου² το ποσοστό των Ευρωπαίων πολιτών που προτιμούν την αυτοαπασχόληση έναντι της μισθωτής εργασίας είναι 45%, ενώ το

1. Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2002 Summary Report', Reynolds, Bygrave, Autio and Hay.

2. Πράσινη Βίβλος για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη

αντίστοιχο ποσοστό για του πολίτες των ΗΠΑ βρίσκεται στο 67%. Οι χώρες που παρουσιάζουν τα μεγαλύτερα ποσοστά προτίμησης της αυτοαπασχόλησης είναι κυρίως χώρες της νότιας Ευρώπης – Ελλάδα, Κύπρος, Ιταλία, Ισπανία, Πορτογαλία.



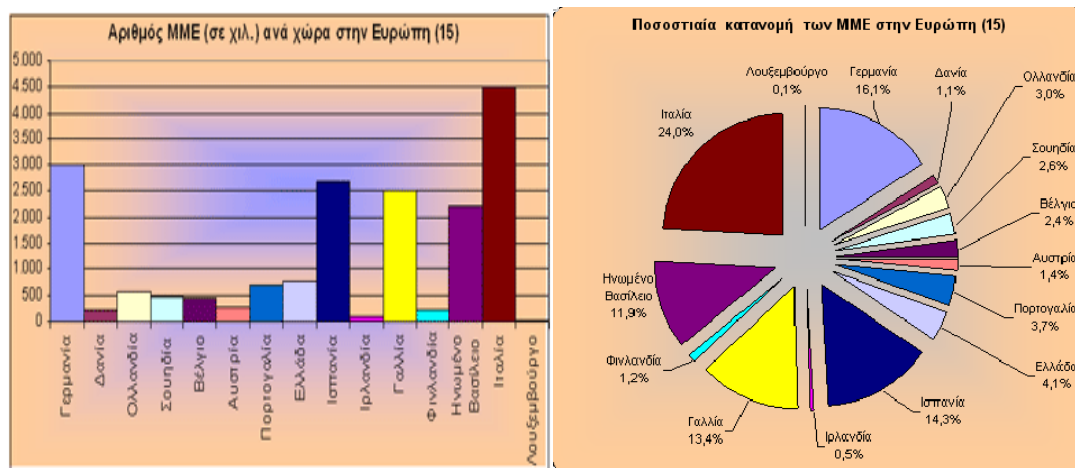
Πηγή: Ευρωβαρόμετρο 2004

Το ποσοστό των επιχειρηματιών, στους οποίους περιλαμβάνονται αυτοαπασχολούμενοι και ιδιοκτήτες επιχειρήσεων, ποικίλλει σε μεγάλο βαθμό στην Ευρώπη και κυμαίνεται από 6% στη Δανία και το Λουξεμβούργο, σε 13% στην Ισπανία, 15% στην Πορτογαλία και πάνω από 16% στη Ελλάδα και στην Ιταλία. Το αντίστοιχο ποσοστό στις ΗΠΑ μόλις υπερβαίνει το 10%.

Σε απόλυτο νούμερο η Ιταλία φαίνεται να έχει τις περισσότερες ΜΜΕ στην Ευρώπη των 15 και ακολουθούν η Γερμανία, η Ισπανία, η Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο.

Παρακάτω φαίνεται η κατανομή των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ:³

3. Παρατηρητήριο ΜΜΕ, EOMMEX



Πηγή: Παρατηρητήριο ΜΜΕ, EOMMEX

Όσον αφορά τη συμμετοχή σε νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, η έρευνα του Ευρωβαρόμετρου αναφέρει ότι το 4,5% των πολιτών της ΕΕ βρίσκονται στο στάδιο εκκίνησης επιχείρησης, έχουν ήδη ιδρύσει μια επιχείρηση ή έχουν εξαγοράσει μια επιχείρηση την τελευταία τριετία ενώ στις ΗΠΑ το αντίστοιχο ποσοστό φτάνει το 13% και είναι αισθητά υψηλότερο. Ο διπλάσιος αριθμός Ευρωπαίων έναντι των Αμερικανών εγκατέλειψαν τις προσπάθειές τους να ξεκινήσουν μια επιχείρηση. Παρά τα στοιχεία που δείχνουν παραπλήσιο βαθμό επιχειρηματικής κινητικότητας⁴ σε ορισμένα ευρωπαϊκά κράτη και στις ΗΠΑ, ο επιχειρηματικός δυναμισμός στην Ευρώπη είναι μικρότερος. Οι επιχειρήσεις των ΗΠΑ κατά μέσο όρο είναι μικρότερες στη φάση δημιουργίας τους από τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, αλλά το ποσοστό αύξησης των θέσεων εργασίας μεταξύ νέων επιχειρήσεων στις ΗΠΑ είναι κατά πολύ μεγαλύτερο κατά τα πρώτα χρόνια λειτουργίας που ακολουθούν τη φάση εκκίνησης. Οι επιχειρηματίες στις ΗΠΑ φαίνεται ότι δοκιμάζουν την αγορά πρώτα ξεκινώντας τη δραστηριότητά τους σε μικρή κλίμακα και, εφόσον αποβεί επιτυχής, αναπτύσσονται με ταχύτητα, ενώ στην Ευρώπη πολλές επιχειρηματικές ιδέες ούτε καν προλαβαίνουν να υλοποιηθούν αφού η βιωσιμότητά τους αμφισβητείται πριν ακόμη δοκιμαστούν στην αγορά. Το Ευρωβαρόμετρο έδειξε ότι το 46% των Ευρωπαίων συμφωνούν ότι «δεν θα πρέπει κανείς να ξεκινά μια επιχείρηση εάν υπάρχει κίνδυνος αποτυχίας» έναντι μόνο 25% στις ΗΠΑ.

4. ποσοστά έναρξης και παύσης λειτουργίας των επιχειρήσεων

Ο μεγαλύτερος δυναμισμός των Αμερικανικών επιχειρήσεων έναντι των Ευρωπαϊκών υποδηλώνεται και από το γεγονός ότι 8 από τις σημερινές 25 μεγαλύτερες επιχειρήσεις της Αμερικής, δεν υπήρχαν ή ήταν πολύ μικρές το 1960. Στην Ευρώπη, όλες οι μεγάλες επιχειρήσεις το 1998 ήταν ήδη μεγάλες από το 1960⁵

Κατά τη διάρκεια των πρώτων ετών της δεκαετίας του 1990, το 19% των επιχειρήσεων μεσαίου μεγέθους στις ΗΠΑ είχαν ταξινομηθεί ως ταχέως αναπτυσσόμενες,⁶ έναντι του μέσου όρου 4% που είχε καταγραφεί σε 6 χώρες της ΕΕ, ως ποσοστό επί του συνόλου των μεσαίων επιχειρήσεων.⁷

I.1.β Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα – σύγκριση με την Ευρώπη και τον κόσμο⁸

Από την έρευνα του GEM (Global Entrepreneurship Monitor) στον ενεργό ελληνικό πληθυσμό ηλικίας 18-64 ετών, προκύπτουν για το 2006 τα εξής:

I.1.β.α. Ποσοτική Διάσταση:

Κατά το 2006 στην Ελλάδα σχεδόν το 16% του πληθυσμού (περίπου 1,1 εκατ. άτομα) όσο περίπου και το 2005, σχετίζεται με κάποιου τύπου επιχειρηματική δραστηριοποίηση είτε αυτή είναι καθιερωμένη, είτε έχει μόλις ξεκινήσει ή πρόκειται να ξεκινήσει σύντομα.

Διαρθρωτικά, το 8,24% (περίπου 560 χιλ. άτομα) ήταν «Καθιερωμένοι Επιχειρηματίες», συμμετείχαν δηλαδή στην ιδιοκτησία ολοκλήρου ή μέρους ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος το οποίο λειτουργεί για διάστημα τουλάχιστον 42 μηνών. Είναι η 2^η υψηλότερη επίδοση στην Ευρώπη και ερμηνεύεται ως ένα βαθμό από την υψηλή αυτοαπασχόληση στην Ελλάδα.

5. 'Entrepreneurship in the Netherlands: Innovative entrepreneurship. New policy challenges' Υπουργείο Οικονομικών και EIM, Κάτω Χώρες, 2002 και 'White Paper, Embracing innovation: entrepreneurship and American economic growth', National Commission on Entrepreneurship (NCOE), 2001..)

6. Ταχέως αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις θεωρούνται αυτές που διπλασίασαν τον κύκλο εργασιών τους μεταξύ των περιόδων αναφοράς (Ευρώπη 90-93 ΗΠΑ 91-94)

7. 'An international comparison of hypergrowth enterprises', EIM Small Business Research and Consultancy, in 'Fostering Entrepreneurship in Europe, the UNICE Benchmarking Report', 1999)

8. Το πρωτογενές υλικό της έρευνας έχει ληφθεί από το Global Entrepreneurship Monitor. Παρατίθενται επίσης επεξεργασμένα στοιχεία της εν λόγω έρευνας από το IOBE

Ένα 7,9% του πληθυσμού (περίπου 537 χιλ. άτομα) βρισκόταν το 2006 στα αρχικά στάδια έναρξης κάποιας επιχειρηματικής δραστηριότητας (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης), ήταν δηλαδή «επίδοξος» ή «νέος» επιχειρηματίας. Πρόκειται για σημαντική – τρίτη κατά σειρά - αύξηση σε σχέση με το 2005 (6,5% το 2005), επίδοση που αποτελεί την 4^η υψηλότερη μεταξύ 21 ευρωπαϊκών χωρών που συμμετέχουν στο GEM το 2006.

Το 5,6% (περίπου 380 χιλ. άτομα) του πληθυσμού, δηλαδή περίπου το 70% των παραπάνω επιχειρηματιών αρχικών σταδίων, ήταν «Επίδοξοι» Επιχειρηματίες. Είχαν δηλαδή κατά το τελευταίο 12-μηνο ξεκινήσει κάποιες προκαταρκτικές ενέργειες στην κατεύθυνση έναρξης ενός νέου εγχειρήματος ή λειτουργούσαν ήδη ένα εγχείρημα το πολύ έως τρεις μήνες. Είναι η 4^η υψηλότερη επίδοση στην Ευρώπη και παρουσιάζει επίσης αύξηση σε σχέση με το 2005 (5,2%).

Ένα 2,3% (περίπου 156 χιλ. άτομα) είναι «Νέοι» Επιχειρηματίες, ήταν δηλαδή ιδιοκτήτες ή διεύθυναν ένα νέο εγχείρημα που λειτουργούσε για τουλάχιστον τρεις, αλλά όχι περισσότερους από 42 μήνες. Η άνοδος σε σχέση με το 2005 είναι επίσης σημαντική (1,6%) καθώς φαίνεται να ανακόπτεται η πτωτική τάση των προηγούμενων ετών: αρκετοί από τους αυξημένους επίδοξους επιχειρηματίες των προηγούμενων ετών πράγματι προχώρησαν το 2006 στην υλοποίηση του εγχειρήματός τους.

Διευρύνεται στο 3,07% του πληθυσμού (περίπου 200 χιλ. άτομα) έναντι 2,6% το 2005) το ποσοστό των «άτυπων επενδυτών», των ατόμων δηλαδή που έχουν χρηματοδοτήσει με προσωπικά κεφάλαια κατά την τελευταία τριετία ένα εγχείρημα που ξεκίνησε κάποιος άλλος, χωρίς οι ίδιοι να συμμετέχουν στην ιδιοκτησία ή τη διοίκησή του. Η επίδοση αυτή είναι υψηλότερη του ευρωπαϊκού μέσου όρου (2,76%), ενώ και το μέσο ποσό – που εκτιμάται σε 40000 € - έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια και υπερτερεί σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Αν και το 2006 φαίνεται να ενισχύεται ο ρόλος των φίλων ή/και συναδέλφων, σταθερά οι άτυποι επενδυτές αποτελούν κυρίως συγγενικό πρόσωπο του επίδοξου / νέου επιχειρηματία.

Υποχωρεί ελαφρά η πρόθεση επιχειρηματικότητας: ένα 14,2% (περίπου 965 χιλ. άτομα) δηλώνει ότι έχει σκοπό να ξεκινήσει κάποιου είδους επιχειρηματική δραστηριοποίηση (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης) εντός της επόμενης τριετίας. Το 2005 το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 15,4%, όμως παρά την υποχώρηση, η

φειτική επίδοση είναι η 5η υψηλότερη στην Ευρώπη (ευρωπαϊκός μέσος όρος στο 11% περίπου).

I.1.β.β. Ποιοτική Διάσταση:

Αν και η Ελλάδα παρουσιάζει σχετικά υψηλά νούμερα επιχειρηματικής δραστηριότητας (συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης), αυτό που ίσως έχει περισσότερη σημασία είναι να διερευνηθεί το κατά πόσο οι υφιστάμενες ή υπό σύσταση Ελληνικές επιχειρήσεις είναι βιώσιμες στο εθνικό και διεθνές ανταγωνιστικό περιβάλλον. Έτσι, το δυναμισμό της Ελληνικής επιχειρηματικότητας μπορεί να εξετάσει:

Ο δείκτης αναστολής της επιχειρηματικής δραστηριότητας: κατά το 2006 ένα ποσοστό της τάξης του 2,7% (περίπου 181 χιλ. άτομα) του ενεργού πληθυσμού δηλώνει ότι διέκοψε, ανέστειλε τη λειτουργία ή παραιτήθηκε από μια επιχείρηση την οποία κατείχε ή/και συμμετείχε στη διοίκησή της. Το ποσοστό αυτό περιορίζεται έναντι του 2005 (2,9%), εξακολουθεί όμως να υπερτερεί από το μέσο ευρωπαϊκό (2,1%), καθώς συνδέεται με την υψηλότερη επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων: αυξημένος αριθμός επίδοξων / νέων εγχειρημάτων δημιουργεί και περισσότερες αποτυχίες στην αγορά, σχέση που φαίνεται να ισχύει ακόμα εντονότερα σε παγκόσμιο επίπεδο. Σχεδόν ένας στους τέσσερις πάντως δηλώνει ότι βρήκε άλλη εργασία (το πιθανότερο μισθωτή), ενώ σε σχέση με άλλες χώρες, στην Ελλάδα φαίνεται ευκολότερα κάποιος να επιλέγει να αποχωρήσει από την επιχειρηματική δραστηριότητα εφόσον βρει άλλη (μισθωτή) απασχόληση.

Το κατά πόσο οι νέες επιχειρήσεις θα δημιουργήσουν θέσεις απασχόλησης: μόνο το 53% των νέων εγχειρημάτων εκτιμάται ότι θα απασχολήσουν τουλάχιστον ένα άτομο (εκτός του επιχειρηματία) τα προσεχή 5 χρόνια από τη σύσταση της εταιρίας. Αυτό το σχετικά χαμηλό ποσοστό – ένα από τα χαμηλότερα της Ευρώπης – είναι αποτέλεσμα των υψηλών ποσοστών αυτοαπασχόλησης που χαρακτηρίζουν την ελληνική πραγματικότητα, τα οποία με τη σειρά τους προκύπτουν μεταξύ άλλων και από ένα υψηλό ποσοστό επιχειρηματικότητας από ανάγκη.

Ποσοστό της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που μπορεί να θεωρηθεί ως «εργοδοτική»:
απασχολεί σήμερα ή πρόκειται να απασχολεί σε 5 χρόνια πρόσθετα άτομα εκτός των ιδιοκτητών

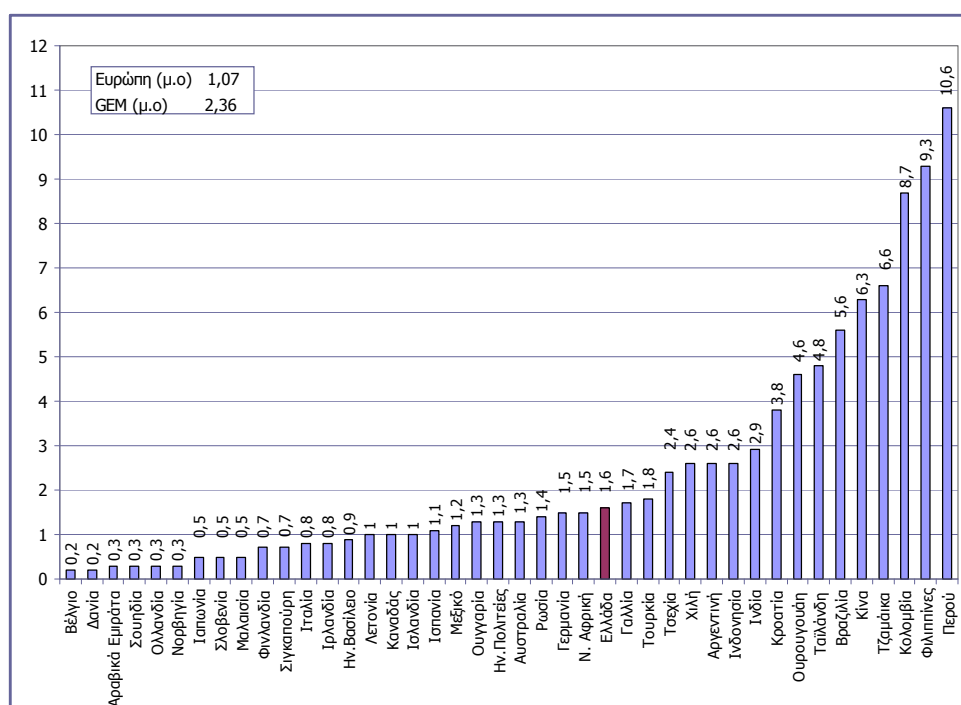
Χώρες	Συνολική Επιχειρηματική Δραστηριότητα	Μέσος όρος 2003-2006	2006
Ισπανία	7,27	88,8%	88,6%
Γαλλία	4,39	79,4%	75,4%
Ισλανδία	11,26	80,1%	83,6%
Ιρλανδία	7,35	76,5%	74,6%
Σουηδία	3,45	78,5%	82,6%
Ολλανδία	5,42	75,4%	70,5%
Ελβετία		76,8%	-
Ουγγαρία	6,04	71,5%	61,1%
Ελλάδα	7,9	69,8%	53,0%
Φινλανδία	4,99	73,5%	69,1%
Ην. Βασίλειο	5,77	71,8%	67,2%
Κροατία	8,58	75,6%	83,6%
Σλοβενία	4,63	73,9%	78,4%
Ιταλία	3,47	72,6%	74,4%
Βέλγιο	2,73	71,5%	70,3%
Νορβηγία	9,14	72,9%	77,1%
Δανία	5,32	71,7%	73,3%
Γερμανία	4,21	68,3%	61,3%
Ευρωπαϊκός μέσος όρος			75%
Μέσος όρος GEM			73%

Πηγή: IOBE, GEM

Η επιχειρηματικότητα ανάγκης: δηλαδή η επιχειρηματικότητα που δεν προκύπτει από επιλογή αλλά λόγω έλλειψης άλλων επαγγελματικών ευκαιριών, ενισχύεται το 2006 με ποσοστό πάνω από 20%, το οποίο αντιστοιχεί στο 1,6% του πληθυσμού και θέτει την Ελλάδα 9η σε 21 ευρωπαϊκές χώρες. Το αντίστοιχο ποσοστό για το 2005 ήταν 14,2% ενώ το μέσο Ευρωπαϊκό βρίσκεται στο 18,6%. Επομένως ένα μεγάλο μέρος της ανόδου της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην Ελλάδα το 2006, οφείλεται σε άνοδο της επιχειρηματικότητας ανάγκης, η οποία αντιδιαστέλλεται της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας δηλαδή της επιχειρηματικότητας που προκύπτει από συνειδητή επιλογή με στόχο την εκμετάλλευση ευκαιριών που προκύπτουν στη αγορά. Μόνο το 63% των εγχειρημάτων του 2006 υπάγεται στην επιχειρηματικότητα ευκαιρίας το οποίο δηλώνει ότι η Ελλάδα υπολείπεται πραγματικών ευκαιριών σε σχέση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες. Ένα πρόσθετο στοιχείο αποτελεί και το γεγονός ότι για τους Έλληνες επιχειρηματίες κίνητρο στην αξιοποίηση της επιχειρηματικής ευκαιρίας αποτελεί η αύξηση του προσωπικού εισοδήματος, σε αντιδιαστολή με τη μεγαλύτερη εργασιακή ανεξαρτησία η οποία

δείχνει να είναι το κίνητρο των περισσότερων Ευρωπαίων επιχειρηματιών και το οποίο αποτελεί ένα ισχυρότερο κίνητρο επιτυχίας. Αυτό ακριβώς το φαινόμενο δηλώνει χαρακτηριστικά ένα ζήτημα νοοτροπίας εύκολου και χωρίς κόπο πλουτισμού που χαρακτηρίζει τον Έλληνα επιχειρηματία – και αν αυτό δεν αποτελεί αφορισμό – ίσως και τον Έλληνα πολίτη γενικότερα.

Δείκτης επιχειρηματικότητας (αρχικών σταδίων) ανάγκης ανά χώρα
(ανά 100 άτομα ηλικίας 18-64 ετών)



Πηγή: IOBE, GEM

Δύο στις τρεις νέες επιχειρήσεις (ποσοστό 67%) στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται στο τελευταίο στάδιο παραγωγής με τελικό πελάτη τον καταναλωτή. Το ποσοστό αυτό, αν και μειωμένο κατά τρεις μονάδες σε σχέση με αυτό του 2005 (70%), αποτελεί το υψηλότερο της Ευρώπης και ένα από τα υψηλότερα στον κόσμο. Καταδεικνύει τη χαμηλής δυναμικής επιχειρηματικότητα που χαρακτηρίζει την ελληνική πραγματικότητα, αφού το στάδιο αυτό παραγωγής – σε αντιδιαστολή με τα ενδιάμεσα στάδια παραγωγής που έχουν ως πελάτες επιχειρήσεις – αποτελεί το «εύκολο» στάδιο παραγωγής που συνδέεται με χαμηλά επίπεδα συνεισφοράς στην καινοτομία και την πρόοδο και χαρακτηρίζει χώρες με χαμηλά επίπεδα ανάπτυξης. Το αντίστοιχο ποσοστό για τις νέες επιχειρήσεις είναι ελαφρώς χαμηλότερο και παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα.

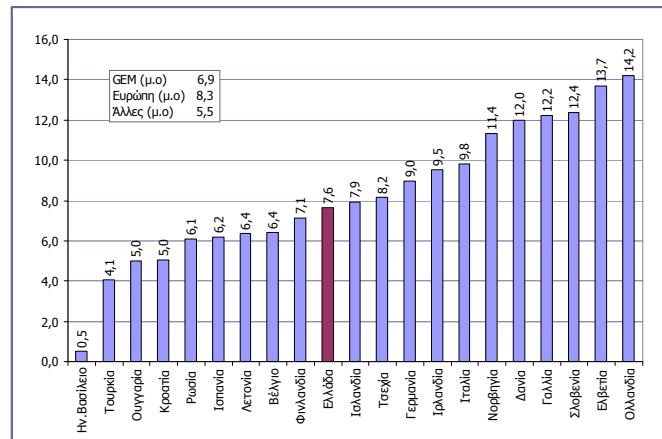
Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων κατά τομέα

Χώρες	Πρωτογενής δραστηριότητα		Βιομηχανική δραστηριότητα		Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις		Προϊόντα / υπηρεσίες προς καταναλωτές	
	2005	2006	2005	2006	2005	2006	2005	2006
Ελλάδα	0,6	0,81	21,72	22,96	8,3	12,69	69,37	63,54
Ολλανδία	5,19	3,83	24,41	12,28	28,27	31,91	42,13	51,98
Τουρκία	-	8,02	-	34,4	-	11,96	-	45,62
Γερμανία	3,59	6,93	20,44	23,55	31,23	25,52	44,74	43,99
Ην. Βασίλειο	3,08	0,93	26,89	17,94	31,05	41,4	38,97	39,74
Γαλλία	13,39	15,95	22,1	23,83	21,3	20,74	43,21	39,49
Κροατία	15,26	9,81	46,6	34,26	13,95	16,58	24,19	39,35
Ισλανδία	10,7	8,26	43,21	34,57	18,2	17,91	27,89	39,26
Ισπανία	0	6,4	23,92	29,86	25,6	24,75	50,48	38,98
Ρωσία	-	4,78	-	42,27	-	14,18	-	38,77
Σουηδία	7,71	4,65	18,51	35,12	32,17	22,22	41,6	38,01
Λετονία	9,69	9,38	25,03	34,32	22,46	18,84	42,82	37,46
Νορβηγία	5,52	6,9	27,21	28,23	34,84	29,27	32,43	35,6
Ιταλία	0,95	4,49	23,69	37,52	22,05	22,45	53,31	35,54
Φινλανδία	10	6,33	27,91	35,86	34,89	22,44	27,21	35,38
Δανία	5,93	7,15	23,86	28,23	40,33	30,4	29,87	34,22
Σλοβενία	1,47	1,37	32,21	33,34	36	31,33	30,32	33,95
Ουγγαρία	6	4,13	15,99	37,75	22,56	26,08	55,45	32,03
Ιρλανδία	5,08	5,69	36,41	30,34	27,83	32,08	30,67	31,89
Βέλγιο	7,05	5,26	16,81	39,69	32,16	28,12	43,98	26,93
Τσεχία	-	3,23	-	46,27	-	23,88	-	26,62
Χώρες GEM (μ.ο)	5,31	5,28	24,54	31,63	22,58	18,22	47,56	44,87
Ευρωπαϊκές χώρες (μ.ο)	6,16	5,98	25,80	31,02	27,28	24,53	40,76	38,48
Άλλες χώρες (μ.ο)	3,58	4,66	22,47	32,18	15,87	12,48	58,08	50,69

Πηγή: IOBE, GEM

Συνολικά πάντως το ποσοστό των νέων εγχειρημάτων που σχετίζονται με δραστηριότητες σε κλάδους υψηλής ή μεσαίας τεχνολογίας (κατά ΟΟΣΑ) είναι της τάξης του 7,6% του συνόλου έναντι 8,3% κατά μέσο όρο στην Ευρώπη.

Ποσοστό Τεχνολογικών εγχειρημάτων σε κλάδους υψηλής ή μεσαίας τεχνολογίας (κατά ΟΟΣΑ)



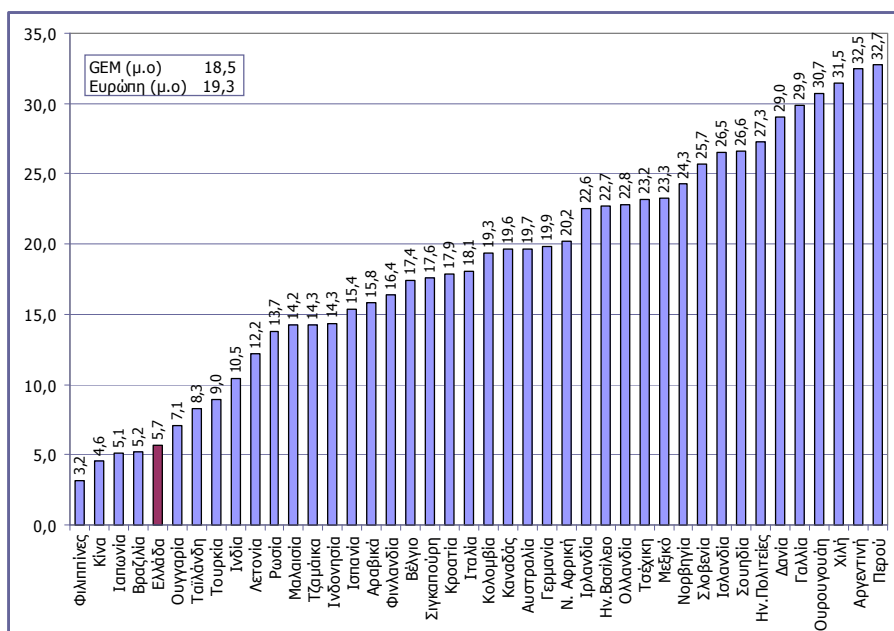
Πηγή: IOBE, GEM

Απορρόφηση νέων τεχνολογιών στην παραγωγή: Ως ένα στοιχείο δυναμισμού παρουσιάζεται το γεγονός ότι το 35% των νέων επιχειρηματιών δηλώνει το 2006 ότι χρησιμοποιεί στην παραγωγή / διάθεση των προϊόντων / υπηρεσιών του τεχνολογίες που έχουν εμφανιστεί πρόσφατα στην αγορά, σε αντίθεση με τους καθιερωμένους επιχειρηματίες που χρησιμοποιούν παλαιότερες τεχνολογίες. Πρόκειται για τη 2η υψηλότερη επίδοση παγκοσμίως, ενώ ο ευρωπαϊκός μέσος όρος βρίσκεται στο 11,7%. Το παραπάνω θα αποτελούσε ένα στοιχείο καινοτομικότητας αν συνδεόταν με μια αντίστοιχη καινοτομικότητα στην παραγωγή του προϊόντος, κάτι που όμως δε φαίνεται να συμβαίνει. Μόλις το 11,3% των νέων εγχειρημάτων προσφέρει προϊόντα / υπηρεσίες που είναι εντελώς νέα και πρωτοποριακά για όλους τους δυνητικούς πελάτες τους. Αν και πρόκειται για επίδοση σημαντικά βελτιωμένη σε σχέση με το 5,9% του 2005, εξακολουθεί να υστερεί σε σχέση με τον αντίστοιχο μέσο όρο των ευρωπαϊκών χωρών (13,8%), παρόλο βέβαια που σε όλες τις χώρες τα «συνηθισμένα» εγχειρήματα κυριαρχούν.

Το παραπάνω αντανακλάται και στο βαθμό ανταγωνισμού που αντιμετωπίζουν οι νεοεισερχόμενες επιχειρήσεις στην αγορά. Μόνο το 2,8% των επιχειρηματιών δηλώνει ότι εισέρχεται σε μία πραγματικά νέα αγορά όπου δεν υπάρχει κανένας άλλος ανταγωνιστής έναντι σχεδόν μηδενικού αντίστοιχου ποσοστού το 2005. Η επίδοση αυτή είναι εξαιρετικά χαμηλή καθώς κατά μέσο όρο στην Ευρώπη, βρίσκεται περίπου στο 9%. Αλλά και η είσοδος σε μια αγορά με περιορισμένο ακόμα ανταγωνισμό αφορά μόνο το 25% έναντι 34% κατά μέσο όρο

στην Ευρώπη. Η χαμηλές επιδόσεις της Ελλάδας στην καινοτομία προϊόντος φαίνονται και στο – συνδυαστικό – δείκτη του GEM που κατατάσσει τις χώρες ανάλογα με το βαθμό καινοτομικότητας των νέων επιχειρήσεων όπου η Ελλάδα κατατάσσεται τέταρτη από το τέλος σε όλες τις χώρες της έρευνας και με ποσοστό καινοτομικών επιχειρήσεων 5,7 έναντι 19,6% του ευρωπαϊκού μέσου όρου.

Ποσοστό σχετικά καινοτομικών νέων και επίδοξων επιχειρηματικών εγχειρημάτων σε αγορές με λίγους ή κανέναν ανταγωνιστή



Πηγή: IOBE, GEM

Η Ελλάδα κατέχει ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά (22%) στην Ευρώπη στις προσδοκίες του κόσμου για ενδεχόμενη ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών στο προσεχές μέλλον, ενώ οι Έλληνες καταλαμβάνουν την πρώτη θέση στην αίσθηση που έχουν περί ατομικής γνώσης και ικανότητας (η απατηλή λάμψη της ματαιοδοξίας...) προκειμένου να αναπτύξουν μια επιχείρηση. Από την άλλη ο φόβος αποτυχίας για το 57% – υψηλότερο ποσοστό στην Ευρώπη και εδώ – αποτελεί ανασταλτικό παράγοντα για την έναρξη επιχειρηματική δραστηριότητας.

I.1.β.γ Οικονομικά και δημογραφικά στοιχεία:

Τα νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα για το 2006 απαιτήσαν ένα μέσο κεφάλαιο της τάξης των 82000 ευρώ ενώ το αντίστοιχο ποσό για το 2005 ήταν τα 72000 ευρώ. Για τα μισά από αυτά, το απαιτούμενο κεφάλαιο δεν ξεπέρασε τα 50000 ευρώ τόσο για το 2005 όσο και για το 2006, γεγονός το οποίο τα καθιστά μάλλον ως μικρά εγχειρήματα.

Η χρηματοδότηση των παραπάνω επιχειρηματικών σχεδίων καλύπτεται για το 2006 κατά τα $\frac{3}{4}$ από ίδιους πόρους, γεγονός που δηλώνει ότι, οι νέοι Έλληνες επιχειρηματίες προσαρμόζουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα στα υπάρχοντα περιουσιακά τους στοιχεία, δεν προβαίνουν τόσο στη σύναψη δανείων – παρά τα χαμηλά επιτόκια της περιόδου – και επιπλέον δεν αξιοποιούν αρκετά τα ευρωπαϊκά και εθνικά προγράμματα χρηματοδότησης.

Η μέση ηλικία του νέου επιχειρηματία για το 2006 είναι τα 38 έτη έναντι των 36,5 για το 2005. Αναφέρεται σχετικά περιορισμένη συμμετοχή μικρότερων ηλικιών στην επιχειρηματικότητα σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη – αν και από την άλλη χαμηλό μέσο όρο ηλικίας παρουσιάζουν χώρες με χαμηλό βιοτικό επίπεδο.

Από πλευράς φύλου, τρία στα δέκα εγχειρήματα (έναντι ενός στα τέσσερα το 2005) – πάνω από τον Ευρωπαϊκό μέσο όρο – υλοποιείται από γυναίκες, ενώ συνολικά το 4,69% του ενεργού γυναικείου πληθυσμού (περίπου 160000 γυναίκες) βρίσκεται το 2006 στη φάση έναρξης μιας επιχείρησης. Από την άλλη, οι γυναίκες εμφανίζουν σταθερά υψηλότερη επιχειρηματικότητα ανάγκης από τους άνδρες.

Το 54% των νέων επιχειρηματιών είναι κάτοχοι απολυτήριου λυκείου – ένα από τα υψηλότερα ποσοστά στην Ευρώπη – ενώ το ποσοστό αποφοίτων τριτοβάθμιας εκπαίδευσης μειώθηκε από το 40% του 2005 σε 36% το 2006.

Ποσοστιαία διάθρωση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως προς το εκπαιδευτικό κλιμάκιο

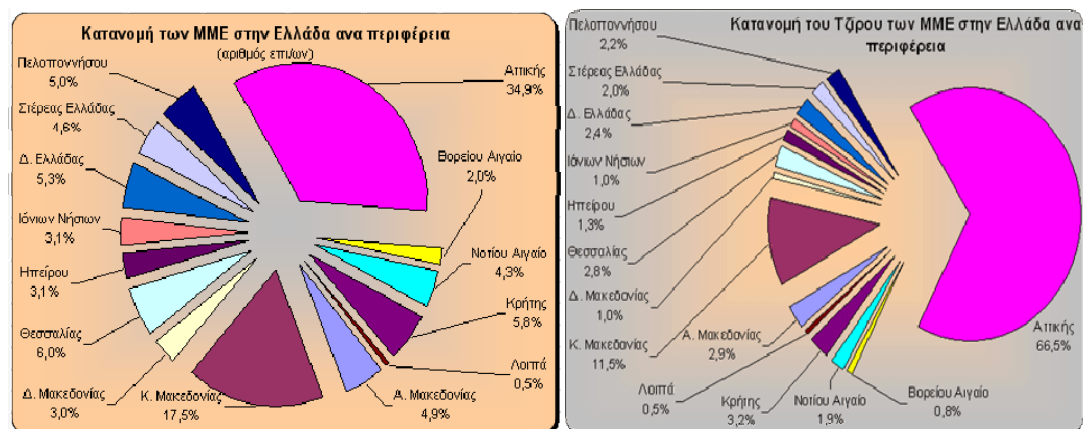
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ	2006	ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ 2003-2006*
Μερική Δευτεροβάθμια	9,2%	8,9%
Δευτεροβάθμια	54,2%	50,2%
Τριτοβάθμια	18,3%	22,1%
Μεταπτυχιακό/ Διδακτορικό	18,3%	18,9%
Σύνολο	100%	100%

*επανασταθμισμένο στο συνολικό δείγμα των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων
Πηγή: IOBE, GEM

Εισοδηματικά οι μισοί περίπου από τους νέους επιχειρηματίες βρίσκονται στο ανώτερο 1/3 της εισοδηματικής κλίμακας ενώ μόνο ένα 14% προέρχεται από το χαμηλότερο 1/3.

Ι.1.β.δ Περιφερειακή κατανομή των ελληνικών ΜΜΕ

Ένα ποσοστό 34,9% των ελληνικών ΜΜΕ συγκεντρώνεται στην Αττική και απορροφά τον κύριο όγκο (66,5%) του συνολικού τζίρου.⁹ Αυτή η δυσαναλογία αντανακλά εν μέρει την πληθυσμιακή συγκέντρωση της Αθήνας έναντι της επαρχίας, αλλά και παρουσιάζει ένα σχετικά χαμηλότερο δυναμισμό των επιχειρήσεων της επαρχίας, ο οποίος ίσως έως έναν βαθμό να απορρέει από τα προβλήματα που δημιουργεί το ελληνικό συγκεντρωτικό σύστημα διοίκησης με όλα τα επακόλουθα μειονεκτήματα για την περιφέρεια.



Πηγή: Παρατηρητήριο ΜΜΕ, ΕΟΜΜΕΧ, 2004

Για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων το 2006 – αν και οι σχετικοί δείκτες είναι εξαιρετικά ευμετάβλητοι λόγω χαμηλής στατιστικής επάρκειας – την υψηλότερη επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων εμφανίζουν το 2006 τα Ιόνια νησιά και η Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας (15% του αντίστοιχου πληθυσμού), με τις δύο περιφέρειες να παρουσιάζουν διαχρονικά υψηλές επιδόσεις. Διαρθρωτικά πάντως το 2006 περίπου το 37% (αυξημένο σε σχέση με το ποσοστό των ήδη υπάρχουσών επιχειρήσεων) των νέων / επίδοξων εγχειρημάτων εντοπίζεται στο πολεοδομικό συγκρότημα των Αθηνών.

Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ανά περιφέρεια: συμμετοχή και ποσοστιαία διάρθρωση

Περιφέρεια	Εργατικό δυναμικό (χιλ. άτομα)	Ανεργία 2006	2006		Μέσος όρος 2004-2005	
			TEA	% TEA	TEA	% TEA
Π.Σ. ΑΘΗΝΩΝ	1809,6*	8,3%*	8,4%	36,9%	6,7%	29,4%
Π.Σ. ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ	**	**	7,6%	6,8%	8,4%	7,1%
ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ & ΘΡΑΚΗ	260,4	11%	9,9%	7,9%	6,5%	6,1%
ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	834,9	9,3%	2,0%	1,5%	5,3%	11,7%
ΔΥΤΙΚΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ	120,8	14,2%	8,1%	2,8%	4,9%	2,0%
ΗΠΕΙΡΟΣ	145,8	9,8%	8,8%	4,1%	5,7%	2,9%
ΘΕΣΣΑΛΙΑ	319,8	8,2%	6,7%	4,4%	7,3%	7,6%
ΙΟΝΙΑ	96,8	11,2%	15,0%	4,2%	8,3%	2,6%
ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ	299,1	9,5%	15,1%	13,3%	9,4%	10,0%
ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ	245,6	9,2%	8,8%	10,5%	3,7%	4,9%
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ	272,6	7,7%	2,9%	2,2%	5,6%	5,1%
ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	77,8	9,4%	8,4%	1,7%	6,9%	2,0%
ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ	126, 5	8,8%	1,8%	0,7%	7,7%	3,4%
ΚΡΗΤΗ	277,2	7,1%	4,7%	2,9%	6,0%	5,2%
Σύνολο	4886,7	11,2%		100%		100%

Πηγή: IOBE, GEM, Έρευνες Εργατικού Δυναμικού

* Ανεργία Αττικής, ** δεν είναι διαθέσιμη, περιλαμβάνεται στην Κεντρική Μακεδονία

1.2 Η ανταγωνιστικότητα – για την προώθηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας – στην ελληνική οικονομία.

Η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, αν και αποτελεί αναγκαία συνθήκη για τη δημιουργία ΜΜΕ, δεν εξασφαλίζει από μόνη της την ικανότητα για ανάπτυξη υγιών επιχειρήσεων, που προωθούνται από – και προωθούν ένα – εθνικό

ανταγωνιστικό περιβάλλον. Έτσι, σε μια παράλληλη θεώρηση, πρέπει να εξεταστούν και να προωθηθούν, από τη μία, τα σημεία εκείνα του θεσμικού-οικονομικού περιβάλλοντος που συνδέονται άμεσα – και αποτελούν πλαίσιο – δημιουργίας ανταγωνιστικών επιχειρήσεων και να εντοπιστούν, από την άλλη, οι πλευρές αυτές της επιχειρηματικής δραστηριότητας που με την ενίσχυσή τους, ενισχύεται η ευρύτερη δυναμική και ανταγωνιστικότητα του θεσμικού-οικονομικού περιβάλλοντος.

Σε αυτό το πλαίσιο, θα εξεταστούν τα δυνατά και αδύναμα σημεία της ελληνικής οικονομίας και των επιχειρήσεών της, σε ποιοτική και ποσοτική διάσταση και σε πεδία όπως: μακροοικονομικό περιβάλλον, λειτουργία κρατικού μηχανισμού, (διαφθορά, γραφειοκρατία...), σταθερότητα θεσμικού περιβάλλοντος, φορολογικό καθεστώς, υποδομές, παιδεία, λειτουργία επιχείρησης, τεχνολογία – καινοτομία, τόσο σε απόλυτα μεγέθη όσο και σε σύγκριση με άλλες χώρες του κόσμου.¹⁰

1.2.α Μακροοικονομικό περιβάλλον

Η Ελλάδα μέχρι το πιο πρόσφατο παρελθόν της χαρακτηριζόταν από υψηλά δημοσιονομικά ελλείμματα, που αν και στις μέρες μας έχουν περιορισθεί – αναγκαστικά με τους περιορισμούς της Ευρωπαϊκής Ένωσης – έχουν ήδη δημιουργήσει ένα μεγάλο χρέος – μεγαλύτερο από το ετήσιο εισόδημα της χώρας – καθιστώντας την έτσι ως μια από τις πλέον χρεωμένες Ευρωπαϊκές χώρες.

Ως απόρροια του παραπάνω, η χώρα, βάσει στατιστικών στοιχείων πραγματικών οικονομικών μεγεθών, κατατάσσεται ως προς τη μακροοικονομική της κατάσταση στη 99^η θέση μεταξύ 117 – αναπτυγμένων και λιγότερο αναπτυγμένων – χωρών και στην 27^η θέση μεταξύ των 25 ευρωπαϊκών κρατών μελών και των τεσσάρων υπό ένταξη. Στην εικόνα της χώρας στο ευρύτερο μακροοικονομικό περιβάλλον επιδρούν και άλλοι παράγοντες όπου είναι καλύτερη η θέση της, αν και όχι πάντα ικανοποιητική. Ως προς το βαθμό «κυβερνητικής σπατάλης» η χώρα κατατάσσεται στην 60^η (/117) θέση, ενώ αρκετά καλύτερη είναι η επίδοση ως προς το βαθμό πιστοληπτικής ικανότητας και «εθνικής φερεγγυότητας», όπου κατατάσσεται στην 25^η (/117) θέση, καθώς και ως προς το ύψος των επιτοκίων και την προσβασιμότητα σε πιστώσεις όπου κατατάσσεται 34^η και 39^η θέση

10. τα στοιχεία κατάταξης αποτελούν στοιχεία του “World Economic forum” για τα έτη 2005-2006 και μέρος του πρωτογενούς υλικού έχει ληφθεί από την έρευνα “doing business 2008” της World Bank

αντίστοιχα. Σταθμίζοντας τις παραπάνω συνιστώσες, μια μετριοπαθής ματιά θα έβλεπε μια μέτρια επίδοση της χώρας, ενώ ένα πιο απαιτητικό βλέμμα θα παρατηρούσε μια κακή μάλλον επίδοση της χώρας ως προς το μακροοικονομικό περιβάλλον.

1.2.β Λειτουργία Κρατικού μηχανισμού & Σταθερότητα Θεσμικού περιβάλλοντος

Στην Ελλάδα πολλές φορές το κράτος παίζει το ρόλο του αποδιοπομπαίου τράγου στον οποίο «φορτώνεται» κάθε ατομική επιχειρηματική αδυναμία ή αποτυχία. Αν και δεν αποτελεί το μοναδικό παράγοντα δυσλειτουργίας και αποτυχίας, υπάρχουν πολλά σημεία στα οποία η λειτουργία του κρατικού μηχανισμού, επιδέχεται σημαντικής βελτίωσης. Η επιτυχία ή όχι της λειτουργίας του κρατικού μηχανισμού κρίνεται από το βαθμό που μπορεί κανείς να διενεργεί πάσης φύσεως συναλλαγές με το δημόσιο, χωρίς υψηλό κόστος. Κατ' επέκταση αυτό κρίνεται από το βαθμό της γραφειοκρατίας, όπου για την Ελλάδα είναι ιδιαίτερα υψηλός – όπως προκύπτει και από τα συγκριτικά στοιχεία που παρατίθενται παρακάτω¹¹ η Ελλάδα βρίσκεται στην 152^η θέση μεταξύ 178 χωρών – το μέγεθος της διαφθοράς, όπου η Ελλάδα επίσης δεν έχει ιδιαίτερα θετική επίδοση – καταλαμβάνει για τα έτη 2005-2006 την 54^η θέση μεταξύ 117 χωρών. Ειδικότερα για το μέγεθος της διαφθοράς μπορούμε να εντοπίσουμε πεδία όπως τις «μη νόμιμες πληρωμές στη συλλογή φόρων» όπου καταλαμβάνει την 84^η θέση, «μη νόμιμες πληρωμές σε άλλες δημόσιες υπηρεσίες» θέση 44, την «ευνοιοκρατία στη λήψη κυβερνητικών αποφάσεων» θέση 54, «ανεξαρτησία δικαιοσύνης» θέση 48 μεταξύ των 117 χωρών της έρευνας.

Σε στενή συνάρτηση με την κρατική λειτουργία και πριν φτάσουμε σε αυτή, αναγκαία συνθήκη – αν και όχι από μόνη της ικανή¹² – για την ανάπτυξη ενός υγιούς ανταγωνιστικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος, αποτελεί η εξασφάλιση ενός σταθερού εκδημοκρατισμένου θεσμικού¹³ περιβάλλοντος.

Η Ελλάδα αποτελεί έναν ασφαλή τόπο διεξαγωγής επενδύσεων και άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας, από άποψη πολιτικής σταθερότητας, ασφάλειας – τόσο στις συναλλαγές όσο και έναντι τρομοκρατικών επιθέσεων – διαφάνειας στις

11. βλέπε κεφάλαιο σύστασης επιχειρήσεων

12. Οι πολιτικές πρέπει να ενισχύονται από σημαντικούς θεσμικούς παράγοντες, όπως ενίσχυση συμβολαίων και δικαιωμάτων ιδιοκτησίας, κοινωνικά πρότυπα.../ National Policies & Economic Growth/ William Easterly

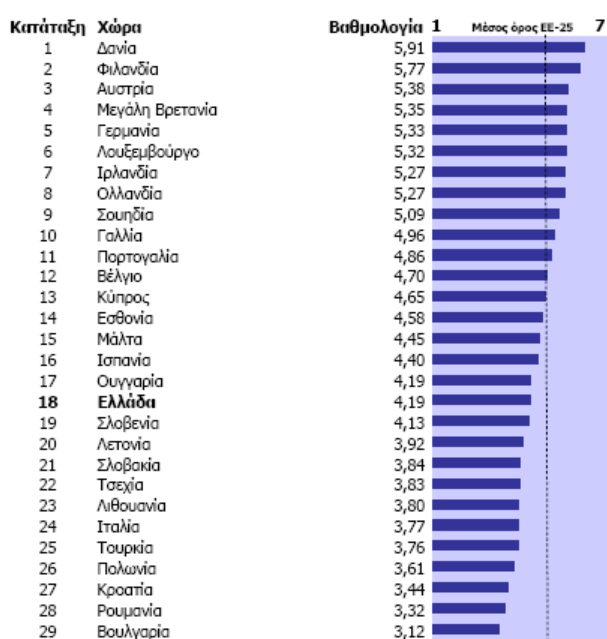
13. υπό τη στενή του όρου έννοια

συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων, ελευθερίας του τύπου. Ειδικότερα στη διασφάλιση περιουσιακών δικαιωμάτων καταλαμβάνει την 39^η θέση και ακόμα πιο θετικά στην ασφάλεια έναντι του οργανωμένου εγκλήματος την 26 θέση ανάμεσα σε 117 χώρες.

Απο την άλλη έντονο χαρακτηριστικό που αποτελεί εμπόδιο στην άσκηση επιχειρηματικής και γενικότερα επενδυτικής δραστηριότητας αποτελεί η πολυνομία.

Η Ελλάδα δείχνει να βρίσκεται αρκετά πίσω από τις ανεπτυγμένες χώρες, σε ζητήματα σταθερότητας θεσμικού πλαισίου έχοντας «..αναγάγει σε κανόνα τη συνεχή, και ενίοτε άνευ αποχρώντος λόγου, μεταβολή της περί τις επενδύσεις νομοθεσίας...απο το έτος 1952 μέχρι σήμερα έχουν εκδοθεί και έχουν ισχύσει ή ισχύουν ακόμη (με αλλεπάλληλες εννοείται τροποποιήσεις) δεκάδες Νόμοι, Προεδρικά Διατάγματα, Πράξεις Υπουργικού Συμβουλίου, Υπουργικές Αποφάσεις, Πράξεις Διοικητού Τραπέζης της Ελλάδος, μεγάλος αριθμός Εγκυκλίων κ.λ. Εάν σε αυτά τα «ειδικά» νομοθετήματα προστεθεί και η γενικότερη νομοθετική παραγωγή, η κατάσταση γίνεται εξόχως «περίπλοκη».. το διάστημα π.χ. 1975-1993 ετέθησαν σε ισχύ 2.178 Νόμοι, εξεδόθησαν 14.248 Προεδρικά Διατάγματα και 17.638 Υπουργικές Αποφάσεις ποικίλου περιεχομένου!»³³ Παρακάτω απεικονίζεται η μέτρια σχετικά επίδοση της χώρας σε σχέση με τους δύο παραπάνω δείκτες (κράτος, θεσμική σταθερότητα) στη γενική κατάταξη μεταξύ των Ευρωπαϊκών χωρών ως προς τους παραπάνω δείκτες.

Κατάταξη Ευρωπαϊκών χωρών βάσει επιδόσεων στους τομείς: Λειτουργία κράτους και θεσμών



Πηγή: ΣΕΒ

14. Κ. Γε. Αθανασόπουλος, 2004, «Θεσμικό Πλαίσιο Περιφερειακής Ανάπτυξης», σελ. 8-9

I.2.γ Φορολογικό καθεστώς¹⁵

Οι συντελεστές φορολογίας των επιχειρηματικών κερδών, αποτελούν και αυτοί ένα πεδίο ενθάρρυνσης ή αποθάρρυνσης – και πολλές φορές ανταγωνισμού μεταξύ των κρατών – για τη σύσταση και λειτουργία των ΜΜΕ και γενικότερα για την ανάπτυξη. Η Ελλάδα προκειμένου να ενθαρρύνει το περιβάλλον για την άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας, έχει μειώσει το φορολογικό συντελεστή για τις ΑΕ και ΕΠΕ κατά 15 μονάδες – από 40% σε 25% – από το 2000 έως σήμερα ενώ κατά 5 μονάδες – από 25% σε 20% – έχει μειωθεί και ο συντελεστής για τις υπόλοιπες μορφές εταιριών¹⁶ από το 2004 έως και σήμερα.

Αν και υπάρχουν χώρες με πολύ χαμηλότερους συντελεστές – όπως η Κύπρος και η Βουλγαρία που έχουν και τους χαμηλότερους συντελεστές στην Ευρώπη (10%) – η Ελλάδα φαίνεται να βρίσκεται στο μέσο της ΕΕ έχοντας μια από τις μεγαλύτερες μειώσεις για τα προαναφερθέντα έτη. Άλλωστε ο χαμηλός φορολογικός συντελεστής δεν αποτελεί πανάκεια για την επιχειρηματικότητα και την ανάπτυξη, αφού για παράδειγμα η Ιταλία που είναι μια χώρα που έχει από τους υψηλότερους συντελεστές είναι ταυτόχρονα και η χώρα με το μεγαλύτερο αριθμό ΜΜΕ και από την άλλη η Ιρλανδία που μείωσε από το 1993 μέχρι σήμερα το φορολογικό της συντελεστή από 40% σε 12,5%, και πέτυχε σε αυτό το διάστημα ετήσιους ρυθμούς ανάπτυξης έως και 12% – προβάλλοντας δικαίως το «Ιρλανδικό θαύμα» ως παράδειγμα στο δρόμο για την ανάπτυξη – σήμερα παρουσιάζει ρυθμούς ανάπτυξης της τάξης του 2,5%...¹⁷

15. Τα στοιχεία έχουν ληφθεί από το Υπουργείο Οικονομικών, Υπουργείο Ανάπτυξης και Ευρωπαϊκή Επιτροπή

16. Ατομική επιχείρηση, ΟΕ, ΕΕ

17. KPMG

Μέγιστος συντελεστής φορολογίας επιχειρήσεων

Θέση	Κράτη Μέλη	2007	Διαφορά 2000-2007
1	Γερμανία	38,7	-12,9
2	Ιταλία	37,3	-4
3	Μάλτα	35,0	0
4	Γαλλία	34,4	-3,4
5	Βέλγιο	34,0	-6,2
6	Ισπανία	32,5	-2,5
7	Μεγ. Βρετανία	30,0	0
8	Λουξεμβούργο	29,6	-7,8
9	Δανία	28,0	-4
10	Σουηδία	28,0	0
11	Πορτογαλία	26,5	-8,7
12	Φινλανδία	26,0	-3
13	Ολλανδία	25,5	-14,5
14	Αυστρία	25,0	-9
15	Ελλάδα	25,0	-15
16	Τσεχία	24,0	-7
17	Σλοβενία	23,0	-2
18	Εστονία	22,0	-4
19	Πολωνία	19,0	-11
20	Σλοβακία	19,0	-10
21	Ουγγαρία	18,6	-10
22	Λιθουανία	18,0	-6
23	Ρουμανία	16,0	-9
24	Λεττονία	15,0	-10
25	Ιρλανδία	12,5	-11,5
26	Βουλγαρία	10,0	-22,5
27	Κύπρος	10,0	-19
	ΕΕ-27	24,5	-7,4

Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή

I.2.δ Υποδομές

Οι υποδομές αποτελούν τον τομέα όπου η Ελλάδα παρουσιάζει μία από τις μεγαλύτερες επιδόσεις της στην έρευνα του WEF για τα δυνατά και αδύναμα σημεία σε σχέση με την ανταγωνιστικότητα. Στην κατάταξη των 117 κρατών βρίσκεται για το 2005-2006 στη 33^η θέση έναντι της 38^{ης} για τα έτη 2003-2004. Συγκεντρώνει 5 μονάδες με άριστα το 7, από τις 4,4 που συγκεντρώνει προηγουμένως. Αυτό δε σημαίνει ότι δεν υπολείπεται άλλων χωρών όπως Δανίας, Γερμανία και άλλες όπου η βαθμολογία τους βρίσκεται κοντά στο 6,5. Ως ισχυρά σημεία παρουσιάζονται τα δίκτυα επικοινωνιών – σταθερής και κινητής τηλεφωνίας – οι αξιόπιστες ταχυδρομικές υπηρεσίες, η ποιότητα του δικτύου ηλεκτροδότησης και οι λιμενικές εγκαταστάσεις. Λιγότερο καλές είναι οι επιδόσεις σε σχέση με το δίκτυο μέσων σταθερής τροχιάς, αν και υπάρχει μια συνεχής κινητικότητα προς την επέκταση και βελτίωση τόσο των σιδηροδρομικών δικτύων, όσο και των δικτύων μετρό. Για την ώρα με τις δύο γραμμές του Μετρό μετακινούνται περίπου 650.000 επιβάτες ημερησίως. Έχει υπολογιστεί ότι η λειτουργία του Μετρό μείωσε κατά 71.000 τα Ι.Χ. αυτοκίνητα που εισέρχονται στο κέντρο της πόλης ή ισοδύναμα μείωσε την κίνηση με Ι.Χ. κατά 335.000 οχηματοχιλιόμετρα ημερησίως. Λόγω του Μετρό, οι ρύποι από τα οχήματα μειώθηκαν 8% κατά μέσον όρο. Τα δίκτυα μέσων σταθερής τροχιάς εξυπηρετούν συνολικά περίπου το 40% των συνολικών μετακινήσεων με ΜΜΜ.¹⁸ Τέλος, μεταξύ των 29 Ευρωπαϊκών – και υπό ένταξη – κρατών μελλών, η Ελλάδα κατατάσσεται στην 18^η θέση, σε θέματα υποδομών, παρουσιάζοντας και εδώ μια μέτρια, αλλά τουλάχιστον όχι κακή, επίδοση.

I.2.ε Εκπαίδευση, βασική εκπαίδευση & υγεία

Ο τομέας που η Ελλάδα παρουσιάζει την καλύτερη επίδοση σε σχέση τόσο με τις Ευρωπαϊκές χώρες όσο και με τις υπόλοιπες χώρες του κόσμου είναι ο τομέας της βασικής εκπαίδευσης και υγείας. Εδώ καταλαμβάνει τη 10^η θέση ανάμεσα στις Ευρωπαϊκές, με πολύ υψηλή όμως βαθμολογία και μικρή διαφορά από την 1^η που είναι η Σουηδία, – 6,94/7 έναντι 6,98/7 – και τη 17^η μεταξύ των 117 χωρών της έρευνας. Σε σχετική αντίφαση με το παραπάνω βρίσκεται η βαθμολογία της ποιότητας των δημοσίων σχολείων που είναι στο 3,8/7. Σχετικά καλή είναι και η

18. στοιχεία Υπουργείου Μεταφορών & Αττικό Μετρό Α.Ε.

επίδοση (32/117) – αν και μειωμένη έναντι του 2004(28/117) – στην ανώτερη εκπαίδευση και κατάρτιση όπου επηρεάζεται θετικά απο μια αυξημένη τάση των επιχειρήσεων να καταρτίζουν το ανθρώπινο δυναμικό τους και αρνητικά απο την περιορισμένη διαθεσιμότητα υπηρεσιών εξειδικευμένης έρευνας απο τοπικούς οργανισμούς διεθνούς κύρους, αλλά και απο μια φθίνουσα ποιότητα στις σχολές διοίκησης επιχειρήσεων.

I.2.στ Λειτουργία επιχείρησης

Εδώ εξετάζονται ζητήματα όπως αποτελεσματικότητα και επιτυχία μεθόδων παραγωγής, διοίκησης, μάρκετινγκ. Ύπαρξη, διασύνδεση και εξασφάλιση εξοπλισμού απο τοπικούς προμηθευτές, εξυπηρέτηση πελατών. Αν και η συνολική επίδοση της χώρας είναι μέτρια ως προς τη λειτουργία της επιχείρησης γενικά, – 23^η στις 29 Ευρωπαϊκές χώρες και 47 στις 117 συνολικά – ένα πολύ σημαντικό θετικό σημείο, αποτελεί το γεγονός ότι η κάλυψη υψηλών διοικητικών θέσεων έχει αρχίσει να περνάει στα χέρια εξειδικευμένων στελεχών, ανατρέποντας σιγά σιγά¹⁹ το καθεστώς – και μελανό σημείο που έχει χαρακτηρίσει εν γένη την Ελλάδα και τελικά έχει συντελέσει στην περιορισμένη ανταγωνιστικότητα τόσο της χώρας όσο και των επιχειρήσεών της – κάλυψης απο συγγενικά πρόσωπα και φίλους. Ακολούθως, θετική είναι και η επίδοση της λειτουργίας του μάρκετινγκ και της εξυπηρέτησης πελατών, αλλά πολύ περιορισμένη είναι η διασύνδεση με τοπικούς προμηθευτές για την εξασφάλιση εξειδικευμένου εξοπλισμού.²⁰ Έχει πολύ μεγάλη σημασία τόσο στο πλαίσιο της λειτουργίας της επιχείρησης, όσο και γενικά στην οικονομία, να εξεταστεί ο βαθμός τεχνολογικής ετοιμότητας και καινοτομικής δράσης, όπου και εδώ τα στοιχεία για την Ελλάδα και τις επιχειρήσεις της δεν είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά.

19. αν και μάλλον απέχουμε αρκετά ακόμα απο το ιδεατό

20. Η διασυνδέσεις επιχειρήσεων μέσω Clustering ενισχύει την ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ/
Principles for Promoting clusters & networks of SMEs/John Humphrey & Hubert Schmitz

Ι.2.ζ Τεχνολογική ετοιμότητα και καινοτομία²¹

Οι ελληνικές επιχειρήσεις δεν παράγουν τεχνολογίες, όσο χρησιμοποιούν κυρίως μέσω αδειοδοτήσεων (Licensing) ή και αντιγράφοντας ξένων επιχειρήσεων. Εδώ πρέπει κανείς να εξετάσει το κατά πόσο η χώρα και οι επιχειρήσεις δαπανούν για έρευνα.

Η Ελλάδα (βάσει στοιχείων για το 2004) κατατάσσεται στην τελευταία θέση της ΕΕ των 15 στις συνολικές δαπάνες για έρευνα και ανάπτυξη, αλλά και στη συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα στις δαπάνες για έρευνα και καινοτομία. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Κομισιόν, βρίσκεται τρεις φορές κάτω από το μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης ενώ ακόμα και μεταξύ των 25 κρατών-μελών, βρίσκεται στα χαμηλότερα επίπεδα – 21η στη συνολική δαπάνη αλλά και στη συμβολή του ιδιωτικού τομέα. Η δαπάνη για έρευνα και καινοτομία αγγίζει μόλις το 0,58% του ΑΕΠ, ενώ η συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα – πολύ μακριά από τους στόχους της Λισσαβόνας – βρίσκεται κάτω του ενός τρίτου (33.1%). Παράλληλα οι δαπάνες της Ελλάδας για νέες τεχνολογίες μειώθηκαν αντί να αυξηθούν. Σύμφωνα με την Επιτροπή, τα τελευταία χρόνια οι δαπάνες μειώθηκαν κατά 0,10% (από 0,68% στο 0,58%). Είναι χαρακτηριστικό ότι ο μέσος όρος της ΕΕ είναι σήμερα υπερ-τριπλάσιος των ελληνικών δαπανών (1,93% του ΑΕΠ), ενώ η συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα, κατά μέσο όρο στην ΕΕ είναι 54,3%. Στον τομέα της εκπαίδευσης όλων των βαθμίδων – ως ποσοστό δημόσιας δαπάνης – υπολείπεται του Ευρωπαϊκού μέσου όρου κατά 1.2 μονάδες (3.9% Ελλάδα έναντι 5.1% Ε.Ε), ενώ παρουσιάζεται να τον ξεπερνά ελαφρώς κατά 0.11 μονάδες (1.19% Ελλάδα έναντι 1.08% Ε.Ε) στη δημόσια δαπάνη για τριτοβάθμια εκπαίδευση (εν μέρη ίσως αυτό να οφείλεται στο ότι δεν υπάρχει τριτοβάθμια ιδιωτική δαπάνη στην Ελλάδα – λόγω μη ύπαρξης ιδιωτικών πανεπιστημίων – σε αντίθεση με τις λοιπές χώρες της Ε.Ε).

21. στοιχεία OECD, 2004

**ΔΑΠΑΝΕΣ ΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΩΣ ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΟΥ ΛΕΠ ΚΑΙ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ
ΤΟΥ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ ΓΙΑ ΤΟ 2004**

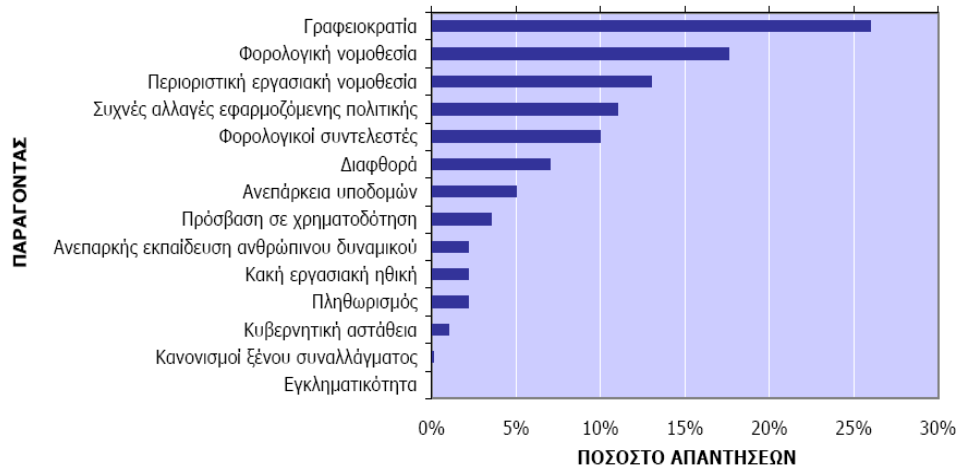
ΚΡΑΤΟΣ ΜΕΛΟΣ	ΔΑΠΑΝΕΣ ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΩΣ % ΤΟΥ ΛΕΠ	ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΟΥ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ(%)
ΒΕΛΓΙΟ	1,9	60,3
ΤΣΕΧΙΑ	1,27	51,4
ΔΑΝΙΑ	2,6	61,3
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	2,49	67,1
ΕΣΘΟΝΙΑ	0,91	33
ΕΛΛΑΔΑ	0,58	30,7
ΙΣΠΑΝΙΑ	1,05	48,4
ΓΑΛΛΙΑ	2,16	50,8
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	1,2	59,1
ΙΤΑΛΙΑ	1,14	43
ΚΥΠΡΟΣ	0,36	19,8
ΛΕΤΟΝΙΑ	0,42	33,2
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	0,76	16,7
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	1,78	80,4
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	0,89	30,7
ΜΑΛΤΑ	0,29	18,6
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	1,77	50,6
ΑΥΣΤΡΙΑ	2,36	43
ΠΟΛΩΝΙΑ	0,56	30,3
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	0,74	31,7
ΣΛΟΒΕΝΙΑ	1,6	59,3
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	0,53	45,1
ΦΙΛΑΝΔΙΑ	3,52	70
ΣΟΥΗΔΙΑ	3,7	65
ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	1,88	43,9
ΕΕ-25	1,93	54,3
Η.Π.Α	2,59	63,1
ΙΑΠΩΝΙΑ	3,15	74,5

Πηγή: Eurostat, OECD 2005

Η παραπάνω κατάσταση επιβεβαιώνεται και από την έρευνα του WEF όπου η χώρα για το 2004 συγκεντρώνει μόλις 2,4/7 και κατατάσσεται και εδώ 21^η μεταξύ των Ευρωπαϊκών χωρών. Η κατάσταση αν και δείχνει να βελτιώνεται, τουλάχιστον βαθμολογικά, για το 2005 η χώρα παραμένει στην ίδια κατάταξη. Στη, διατήρηση της χαμηλής θέσης δείχνει να συμβάλει, εκτός των χαμηλών δαπανών για έρευνα και η πολύ περιορισμένη συνεργασία πανεπιστημίων και επιχειρήσεων σε θέματα έρευνας και ανάπτυξης, ενώ θετική είναι η επίδραση της κυβερνητικής παρέμβασης, μέσω επιχορηγήσεων, για την προώθηση νέων τεχνολογιών.

Ι.2.η Έρευνα W.E.F

Σε έρευνα που διεξήχθη από το WEF σε ελληνικές επιχειρήσεις, προκύπτουν παρακάτω, και κατατάσσονται βάσει κρισιμότητας, τα πεδία που σχετίζονται με την άσκηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας και που αντιμετωπίζουν τα μεγαλύτερα προβλήματα, κατά την κρίση των συμμετεχόντων στην έρευνα.



II. ΕΙΔΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΣΥΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΜΜΕ

II.1 Μορφές ΜΜΕ και διαδικασία σύστασης¹

II.1.α .α Ατομική Επιχείρηση

Η ατομική επιχείρηση αποτελεί την πιο απλή μορφή ΜΜΕ και η σύστασή της απαιτεί τις λιγότερες διαδικασίες. Κύριο πλεονέκτημά της είναι η ευελιξία ως προς τις επιχειρηματικές αποφάσεις, τις σχετικές με το είδος και το μέγεθος της παραγωγής, της οργάνωσης, της επιλογής των τεχνικών μεθόδων κ.α., αφού συνήθως συγκεντρώνονται στο πρόσωπο ενός ατόμου – του ιδιοκτήτη της εταιρίας. Τα στοιχεία αυτά αποτελούν πλεονεκτήματα σε μικρής κλίμακας παραγωγή, κυρίως για τις μικρές και μέσου μεγέθους αγροτικές, βιοτεχνικές και εμπορικές επιχειρήσεις, στις οποίες η προσωπική επίβλεψη και πρωτοβουλία είναι μεγάλης σημασίας. Όταν όμως το είδος της δραστηριότητας επιβάλλει την ανάπτυξη μεγάλου μεγέθους, τότε η εταιρική μορφή της επιχείρησης είναι συχνά η πιο κατάλληλη.

Απαιτούμενες διαδικασίες:

- Τόπος Εγκατάστασης: Προκειμένου να συσταθεί η επιχείρηση απαιτείται να είναι γνωστός εκ των προτέρων ο τόπος εγκατάστασης ο οποίος και θα πρέπει να αποδεικνύεται, με συμβόλαιο ιδιοκτησίας ακινήτου, είτε με μισθωτήριο, είτε με παραχωρητήριο.
- Ασφάλιση: Όλα τα φυσικά πρόσωπα ιδιοκτήτες της ατομικής επιχείρησης εγγράφονται υποχρεωτικά (Ν2084/92) στον Ασφαλιστικό Φορέα που είναι συνήθως το Ταμείο Επαγγελματιών Βιοτεχνών Ελλάδας (ΤΕΒΕ), το Ταμείο Εμπόρων (ΤΑΕ) και σε ειδικές περιπτώσεις σε άλλα ταμεία (ΤΣΜΕΔΕ, ΤΣΑΥ, ΙΚΑ κ.λπ.)
- Βεβαίωση επωνυμίας και διακριτικού τίτλου:
Από το οικείο² Επιμελητήριο, η οποία θα πρέπει να διαφέρει κατά τρόπο ευδιάκριτο από τις ήδη εγγεγραμμένες επωνυμίες στα βιβλία του επιμελητηρίου.

1. Συλλογή έντυπου και ηλεκτρονικού υλικού απο: Υπουργείο Ανάπτυξης, Εμπορικό & Βιομηχανικό Επιμελητήριο, δήμους και κατά τόπους ΔΟΥ

2. ανάλογα με τη δραστηριότητα της επιχείρησης

- Βεβαίωση έναρξης δραστηριότητας και ΑΦΜ
από την αρμόδια Δ.Ο.Υ., στην περιφέρεια της οποίας θα εγκατασταθεί ή υπάγεται η επιχείρηση.
- Εγγραφή στο οικείο Επιμελητήριο
- Θεώρηση των Βιβλίων και Στοιχείων του ΚΒΣ,
από την αρμόδια Δ.Ο.Υ., στην περιφέρεια της οποίας θα εγκατασταθεί ή υπάγεται η επιχείρηση.
- Έκδοση Άδειας Λειτουργίας
από το Δήμο στον οποίο ανήκει η υπό σύσταση εταιρία

Απαιτούμενα δικαιολογητικά για την έκδοση:

- Χώρος εγκατάστασης (μισθωτήριο συμβόλαιο)
- Εγγραφή επιτηδευματία σε Ταμείο Κύριας Ασφάλισης (Τ.Ε.Β.Ε. ή Τ.Α.Ε.
αναλόγως με το αντικείμενο επιχειρηματικής δραστηριότητας) και Ασφαλιστική
ενημερότητα
- Βεβαίωση από το αρμόδιο Επιμελητήριο για την εγγραφή και για το δικαίωμα
χρήσης Επωνυμίας
- Βεβαίωση εργοδοτικών εισφορών από το Ι.Κ.Α.
- Αίτηση από το Μητρώο Επιμελητηρίου
- Φωτοτυπία βεβαίωσης έναρξης δραστηριότητας από την αρμόδια Δ.Ο.Υ.
- Φωτοτυπία ταυτότητας (για αλλοδαπούς εκτός χωρών της Ε.Ε. φωτοτυπία της
άδειας παραμονής και της άδειας εργασίας)

Π.1.α.β Ομόρρυθμη(Ο.Ε) και Ετερόρρυθμη (Ε.Ε) Εταιρία

Για την ίδρυση Ομόρρυθμης ή Ετερόρρυθμης Εταιρίας πρέπει να συμπράξουν δύο τουλάχιστον μέρη που «υποχρεούνται αμοιβαίως στην επιδίωξη κοινού σκοπού»³
Τα ιδρυτικά μέλη της Ομόρρυθμης ή Ετερόρρυθμης Εταιρίας μπορεί να είναι φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Τα φυσικά πρόσωπα πρέπει να έχουν συμπληρώσει το 18ο έτος της ηλικίας τους. Συμμετοχή ανηλίκου στην ίδρυση προσωπικής εταιρείας επιτρέπεται μόνο κατόπιν δικαστικής άδειας.⁴
Αν και υπάρχουν κάποιες διαφορές στα συστατικά χαρακτηριστικά των παραπάνω

3. άρθρο 741 Αστικού Κώδικα

4. άρθρο 127 του Αστικού Κώδικα, όπως τροποποιήθηκε με το άρθρο 3 του Ν. 1329/83

εταιρικών νομικών μορφών – στην ομόρρυθμη όλοι οι εταίροι ευθύνονται αλληλέγγυα και με ολόκληρη την περιουσία τους για τις υποχρεώσεις της εταιρίας, ενώ στην ετερόρρυθμη, εκτός των ομόρρυθμων εταίρων⁵, υπάρχουν και οι ετερόρρυθμοι οι οποίοι ευθύνονται μέχρι του ποσού της εισφοράς τους – η διαδικασία σύστασής τους είναι περίπου η ίδια και για το λόγο αυτό εξετάζονται μαζί.

Διαδικασία Σύστασης Ο.Ε & Ε.Ε

- Προέγκριση Επωνυμίας στο Οικείο Επιμελητήριο
Αν και η διαδικασία για την Προέγκριση Επωνυμίας δεν είναι υποχρεωτική, είναι χρήσιμο να γίνει πριν την σύνταξη και υπογραφή του καταστατικού, ώστε να με χρειαστούν εκ των υστέρων αλλαγές.

Για την διαδικασία αυτή χρειάζεται να συμπληρωθεί μια αίτηση και να κατατεθεί παράβολο των 5 ευρώ. Εάν η επιλεγμένη επωνυμία και ο διακριτικός τίτλος είναι αποδεκτά, το επιμελητήριο χορηγεί βεβαίωση Προέγκρισης Επωνυμίας. Στην περίπτωση που η επωνυμία έχει ήδη χρησιμοποιηθεί ή δεν είναι συμβατή με τις απαιτήσεις του νόμου, θα πρέπει να επιλεγεί νέα επωνυμία.

- Σύνταξη Καταστατικού-Ιδιωτικού Συμφωνητικού

Στο στάδιο αυτό είναι αναγκαία η Σύνταξη του Ιδιωτικού Συμφωνητικού-Καταστατικού της εταιρείας. Το καταστατικό αποτελεί το έγγραφο της συστάσεως της εταιρείας αλλά επίσης προδιαγράφει όλα τα βασικά θέματα που αφορούν τις σχέσεις των μετόχων, τη διοίκηση της εταιρείας, θέματα σχετικά με τη διάρκεια ζωής της αλλά και τη διάλυσή της. Το καταστατικό υπογράφεται από όλους τους εταίρους και δεν χρειάζεται να συνταχθεί από ή να υπογραφεί σε συμβολαιογράφο.

- Έλεγχος Επωνυμίας

Σύμφωνα με το άρθρο 7 του Ν. 2081/92, το υπογεγραμμένο καταστατικό της υπό σύσταση ΟΕ., σε δύο αντίγραφα προσκομίζεται στο οικείο επιμελητήριο, μαζί με τον αύξοντα αριθμό κράτησης επωνυμίας.⁶

Το επιμελητήριο, εφόσον ελέγξει την επωνυμία και το διακριτικό τίτλο, θεωρεί το καταστατικό για τον έλεγχο του δικαιώματος χρήσης της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου.

5. που ευθύνονται εις ολόκληρο

6. εάν έχει λάβει τέτοιο ο επενδυτής από το επιμελητήριο και μία σχετική αίτηση

- ΔΟΥ έδρας
Μέσα σε δεκαπέντε ημέρες από την υπογραφή του καταστατικού, πρέπει να καταβληθεί στη ΔΟΥ της έδρας, Ο Φόρος Συγκέντρωσης Κεφαλαίου (ΦΣΚ), ο οποίος ανέρχεται σε 1% επί του ύψους του μετοχικού κεφαλαίου.⁷ Για την καταβολή του ΦΣΚ⁸ είναι αναγκαία η προσκόμιση δύο αντιγράφων του καταστατικού,⁹ επιταγή με το προδιαγεγραμμένο ποσό.
- Ταμείο Νομικών και Ταμεία Προνοίας Δικηγόρων
Το καταστατικό πρέπει επίσης να θεωρηθεί και από το ταμείο Νομικών και το Ταμείο Προνοίας Δικηγόρων, όπου καταβάλλονται ποσό 0,5% και 1% επί του εταιρικού κεφαλαίου αντίστοιχα.
- Πρωτοδικείο έδρας
Δύο αντίγραφα του θεωρημένου καταστατικού από το επιμελητήριο, την ΔΟΥ κατά την καταβολή του ΦΣΚ, το Ταμείο Νομικών και το Ταμείο Προνοίας Δικηγόρων, κατατίθενται στο Πρωτοδικείο έδρας για δημοσίευση. Η δημοσίευση αυτή αποτελεί την πράξη ίδρυσης-σύστασης της εταιρίας.
- Επιμελητήριο
Εντός δύο μηνών από την σύσταση, η εταιρία πρέπει να εγγραφεί στο οικείο επιμελητήριο.
- Δ.Ο.Υ. έδρας
Το επόμενο βήμα στη διαδικασία σύστασης είναι η έναρξη εργασιών στην ΔΟΥ έδρας και η θεώρηση βιβλίων και στοιχείων.
Για την έναρξη εργασιών απαιτούνται τα ακόλουθα δικαιολογητικά:
 - Βεβαίωση τόπου εγκατάστασης (συμβόλαιο ιδιοκτησίας, μισθωτήριο κτλ.)
 - Έντυπο έναρξης δραστηριότητας Μ3,
 - καταστατικό θεωρημένο από το Πρωτοδικείο,
 - βεβαίωση εγγραφής σε επιμελητήριο,
 - βεβαίωση εγγραφής των μελών σε ασφαλιστικό φορέα (ΤΕΒΕ, ΤΑΕ, κλπ).
 - Φορολογική ενημερότητα των μελών

7. άρθρα 17-31, Ν. 1676/86

8. δήλωση ΦΣΚ εις διπλούν

9. εκ των οποίων το ένα θεωρημένο από το επιμελητήριο

Π.1.α.γ Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ)

Οι συγκεκριμένοι όροι δημοσιότητας που διέπουν την ΕΠΕ κατά την ίδρυσή της αλλά και καθ' όλη την διάρκεια της ζωής της, είναι:

- Η ορισμένη διάρκειά της¹⁰ και
- η περιορισμένη ευθύνη των εταίρων, η λήψη αποφάσεων κατά πλειοψηφία πλέον του μισού του όλου αριθμού των εταίρων, που εκπροσωπούν πλέον του μισού του όλου εταιρικού κεφαλαίου, καθώς και
- η ύπαρξη δυο οργάνων: της Γενικής Συνέλευσης των εταίρων και του Διαχειριστή ή Διαχειριστών.

Προϋποθέσεις ίδρυσης:

Σύμφωνα με το άρθρο 3 του Ν. 3190/1995, η εταιρεία περιορισμένης ευθύνης είναι εμπορική, έστω και αν ο σκοπός της δεν είναι εμπορική επιχείρηση. Ωστόσο, απαγορεύεται η άσκηση ορισμένων δραστηριοτήτων, όπως τραπεζικές, ασφαλιστικές, χρηματιστηριακές, διαχείριση χαρτοφυλακίου αξιόγραφων, διαχείριση αμοιβαίων κεφαλαίων, χρηματοδοτική μίσθωση, πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων, προώθηση και υλοποίηση επενδύσεων υψηλής τεχνολογίας¹¹ και αθλητικές δραστηριότητες.

Για την ίδρυση Εταιρίας Περιορισμένης Ευθύνης, απαιτείται εταιρικό κεφάλαιο το οποίο δεν μπορεί να είναι μικρότερο των 18.000 ευρώ¹² ενώ θα πρέπει να έχει καταβληθεί ολόκληρο κατά την υπογραφή του καταστατικού¹³. Το μισό τουλάχιστον του ποσού αυτού πρέπει να είναι καταβεβλημένο σε μετρητά. Περιορισμός ως προς το ύψος του κεφαλαίου δεν υπάρχει.

Το κεφάλαιο διαιρείται σε εταιρικά μερίδια το καθένα από τα οποία δεν μπορεί να είναι, σύμφωνα με το Ν. 2848/2000, μικρότερο των 30 ευρώ.

Σύμφωνα με το άρθρο 43α του Ν. 3190/1995 που τροποποιήθηκε με το άρθρο 2 του Π.Δ. 279/1993, Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης μπορεί να συστήσει και ένα μόνο

10. αν και η παράλειψη αναγραφής της διάρκειας δεν αποτελεί λόγο ακυρότητας της εταιρίας

11. μόνο venture capital

12. άρθρο 4 παρ.1 του Ν. 3190/1995, όπως αντικαταστάθηκε με το άρθρο 13, παρ.1 του Ν. 2842/2000

13. άρθρο 4 παρ.1 του Ν. 3190/1995 όπως αντικαταστάθηκε με την παρ.3 του άρθρου 11 του Ν. 2579/1998

πρόσωπο ή μία ήδη συσταθείσα ΕΠΕ να μετατραπεί σε μονοπρόσωπη. Ωστόσο, η μονοπρόσωπη ΕΠΕ είναι άκυρη αν ο εταίρος – φυσικό ή νομικό πρόσωπο – που τη συνέστησε είναι μοναδικός εταίρος σε άλλη μονοπρόσωπη ΕΠΕ, ή αν έχει συσταθεί από άλλη μονοπρόσωπη ΕΠΕ.

Διαδικασία σύστασης ΕΠΕ:

Η διαδικασία σύστασης ΕΠΕ ακολουθεί περίπου τα ίδια βήματα με αυτή της σύστασης ΟΕ & ΕΕ με τις κάτωθι διαφορές:

- Καταστατικό

Η παρουσία δικηγόρου κατά την υπογραφή του καταστατικού ΕΠΕ είναι υποχρεωτική από το νόμο.¹⁴

Το ύψος του γραμματίου προείσπραξης για την αμοιβή του δικηγόρου είναι 1% για τα πρώτα πέντε εκατομμύρια του εταιρικού κεφαλαίου και 0,5% για όλο το υπόλοιπο ποσό.¹⁵

Η υπογραφή του Καταστατικού Συστάσεως της ΕΠΕ γίνεται ενώπιον συμβολαιογράφου.¹⁶ Το ύψος της αμοιβής του συμβολαιογράφου για ένα απλό συμβόλαιο σε 4 αντίγραφα ανέρχεται σε 293,5 ευρώ, συν το 1,3% του εταιρικού κεφαλαίου.¹⁷

- Δημοσίευση στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως

Αφού εγκριθεί η σύσταση της εταιρίας από το πρωτοδικείο και η εταιρία καταχωρηθεί στο Μητρώο ΕΠΕ, πρέπει να σταλεί ανακοίνωση στο Εθνικό Τυπογραφείο, προκειμένου να δημοσιευτεί η σύσταση στο ΦΕΚ, για την οποία έχει προηγουμένως – μαζί με το Φόρο Συγκέντρωσης Κεφαλαίου¹⁸ – καταβληθεί παράβολο Δημοσίου υπέρ ΤΑΠΕΤ, το κόστος του οποίου ανέρχεται περίπου σε 350 ευρώ.

14. άρθρο 42, Ν.Π. 3026/54

15. Το ύψος αυτό ορίζεται από το άρθρο 42 του Ν.Δ. 3026/54

16. άρθρο 6, παρ.1 3190/1955

17. ΚΥΑ 32 126/10-3-88

18. βλέπε ΟΕ, ΕΕ

II.1.α.δ Ανώνυμη Εταιρία (ΑΕ)

Στην Ανώνυμη Εταιρεία όπως και στην ΕΠΕ οι εταίροι – μέτοχοι – ευθύνονται μόνο μέχρι του ύψους της συμμετοχής τους στο εταιρικό κεφάλαιο το οποίο διαιρείται σε μετοχές.

Καταστατικό

Το Καταστατικό είναι ένα έγγραφο το οποίο περιέχει κατ' αρχάς τη σύμβαση της σύστασης της Α.Ε. Επίσης το Καταστατικό περιλαμβάνει τους όρους οργάνωσης και λειτουργίας της Α.Ε. καθώς επίσης και τις συμβάσεις ανάληψης του μετοχικού Κεφαλαίου.

Τα πρόσωπα που συμβάλλονται για τη σύσταση της Α.Ε. λέγονται ιδρυτές. Οι ιδρυτές πρέπει να είναι ενήλικοι και να έχουν την ικανότητα διενέργειας εμπορικών πράξεων. Επίσης ιδρυτές Α.Ε. μπορεί εκτός από Φυσικά Πρόσωπα να είναι και Νομικά Πρόσωπα. Οι ιδρυτές πρέπει να είναι τουλάχιστον δύο. Δεν επηρεάζει τη σύσταση και τη λειτουργία της Α.Ε. το γεγονός της μετέπειτα συγκέντρωσης όλων των μετοχών σε ένα πρόσωπο.

Το Καταστατικό καταρτίζεται πάντοτε με συμβολαιογραφικό έγγραφο και κατά τη σύνταξη του πρέπει να παρίστανται οι ιδρυτές της Α.Ε. οι οποίοι και υπογράφουν. Οι ιδρυτές μπορούν να παρίστανται και με αντιπρόσωπο αρκεί να υπάρχει πληρεξουσιότητα με συμβολαιογραφικό έγγραφο. Επίσης απαιτείται παράσταση δικηγόρου.

Περιεχόμενο του Καταστατικού

Στο άρθρο 2 του Ν. 2190/1920 αναφέρεται το υποχρεωτικό περιεχόμενο του Καταστατικού. Συγκεκριμένα το Καταστατικό πρέπει να περιέχει διατάξεις:

Α. Για την εταιρική επωνυμία της εταιρείας.

Η επωνυμία σύμφωνα με το άρθρο 5 του Ν. 2190/1920 λαμβάνεται από το αντικείμενο της εταιρείας. Σε περίπτωση που ο σκοπός της εταιρείας εκτείνεται σε πολλά αντικείμενα η επωνυμία μπορεί να λαμβάνεται από τα κυριότερα απ' αυτά.

Στην επωνυμία δύναται να περιέχεται και το ονοματεπώνυμο κάποιου ιδρυτού ή άλλου φυσικού προσώπου ενώ πρέπει να περιέχονται και οι λέξεις «Ανώνυμη Εταιρεία».

Ο σκοπός της Α.Ε. αφορά το αντικείμενο της δραστηριότητας το οποίο χαρακτηρίζει την Α.Ε. Το αντικείμενο μπορεί να είναι ευρύ ή πολλαπλό, δεν μπορεί όμως να είναι αόριστο ή γενικό.¹⁹ Ο σκοπός της Α.Ε. πρέπει να είναι νόμιμος και να μην αντιβαίνει στα χρηστά ήθη. Προσθήκη νέου αντικειμένου απαιτεί τροποποίηση του Καταστατικού ενώ δεν συνεπάγεται αναγκαίως μεταβολή της εταιρικής επωνυμίας.

Β. Για την έδρα της εταιρείας.

Ως έδρα της εταιρείας πρέπει να ορίζεται ένας Δήμος ή μία Κοινότητα της Ελληνικής Επικράτειας. Δεν είναι απαραίτητο να αναγράφεται η ακριβής διεύθυνση, αν όμως αναγραφεί, σε περίπτωση αλλαγής της, ακόμα και στον ίδιο Δήμο ή Κοινότητα, απαιτείται τροποποίηση του Καταστατικού. Το ίδιο φυσικά απαιτείται και σε αλλαγή Δήμου ή Κοινότητας.

Γ. Για τη διάρκεια της εταιρείας.

Η Α.Ε. πρέπει να έχει ορισμένη διάρκεια μετά την πάροδο της οποίας λύνεται. Ο νόμος δεν καθορίζει ανώτατο ή κατώτατο όριο διάρκειας. Η διάρκεια της Α.Ε. παρατείνεται με απόφαση της Γ.Σ. που πρέπει να ληφθεί πριν από τη λήξη της διάρκειας και να ληφθεί με αυξημένη απαρτία και πλειοψηφία.

Δ. Για το ύψος και τον τρόπο καταβολής του Μετοχικού Κεφαλαίου.

Το Μετοχικό Κεφάλαιο αναγράφεται πάντοτε σε χρήμα ακόμη και στην περίπτωση που εισφορές των μετόχων συνίστανται σε είδος.

Το μέρος του Κεφαλαίου που ισούται με το ελάχιστο όριο του Μ.Κ. για τις Α.Ε. είναι από 1/1/2002 60.000 ευρώ.²⁰

Ε. Για το είδος των μετοχών, καθώς και για τον αριθμό, την ονομαστική αξία και την έκδοσή τους. Οι μετοχές της Α.Ε. μπορεί να είναι ανώνυμες ή ονομαστικές, ανάλογα με το τι επιθυμούν οι ιδρυτές.²¹

19. π.χ εμπόριο γενικά

20. άρθρο 8, του Ν. 2190/1920 όπως τροποποιήθηκε με το άρθρο 11, παρ. 1 του Ν. 2842/2000

21. καθίσταται υποχρεωτικό με βάση το αντικείμενο της Α.Ε. οι μετοχές να είναι ονομαστικές για τις επιχειρήσεις που αναφέρονται στο άρθρο 11α του Ν. 2190/1920 (τραπεζικές, ασφαλιστικές κλπ.), στο άρθρο 24 του Ν. 2214/1994, στα άρθρα 3 και 4 του Π.Δ. 310/96, κλπ.

Η ονομαστική αξία των μετοχών δεν μπορεί να είναι μικρότερη των τριάντα (0,30) λεπτών ευρώ.

Οι μετοχές μπορεί να είναι κοινές ή προνομιούχες με δικαίωμα ή χωρίς δικαίωμα ψήφου.

Το Καταστατικό μπορεί να επιτρέπει ή να απαγορεύει τη μετατροπή ονομαστικών μετοχών σε ανώνυμες ή ανωνύμων σε ονομαστικές.

ΣΤ. Για τη σύγκλιση, τη συγκρότηση, τη λειτουργία και τις αρμοδιότητες του Διοικητικού Συμβουλίου.

Περίληπτικά στο Καταστατικό πρέπει να καθορίζεται ο αριθμός των μελών του Δ.Σ. – κατώτερος και ανώτερος – και ο χρόνος θητείας ο οποίος δεν μπορεί να υπερβαίνει την εξαετία. Επίσης τα μέλη του Δ.Σ. που μπορεί να είναι μέτοχοι ή μη, είναι πάντοτε επανεκλέξιμοι και ελεύθερα ανακλητοί. Το Δ.Σ. επιτρέπεται εφόσον ορίζεται από το Καταστατικό να συνεδριάζει και σε τόπο εκτός της έδρας στην ημεδαπή ή μετά από ειδική άδεια του Υπουργού Εμπορίου στην αλλοδαπή.

Ζ. Για τη σύγκληση, τη συγκρότηση, τη λειτουργία και τις αρμοδιότητες των Γενικών Συνελεύσεων.

Η. Για τους ελεγκτές.

Θ. Για τα δικαιώματα των μετόχων.

Ι. Για τον ισολογισμό και τη διάθεση των κερδών.

ΙΑ. Για τη λύση και την εκκαθάριση της περιουσίας της.

ΙΒ. Λοιπά στοιχεία.

Επίσης υποχρεωτικά το Καταστατικό πρέπει να αναφέρει τα ατομικά στοιχεία των φυσικών ή Νομικών Προσώπων που το υπέγραψαν, το ποσό των δαπανών που απαιτήθηκαν για τη σύσταση της εταιρείας και βαρύνουν αυτή, όπως αμοιβές συμβολαιογράφου, δικηγόρου, ο Φόρος Συγκέντρωσης Κεφαλαίου, τα τέλη δημοσίευσης του Καταστατικού στο Φ.Ε.Κ. και σε περίπτωση εισφοράς σε είδος ακινήτων ο φόρος μεταβίβασης ακινήτων.

Εκτός από τα παραπάνω που αφορούν στο υποχρεωτικό περιεχόμενο του Καταστατικού και προκύπτουν από το άρθρο 2 του Ν. 2190/1920 στο Καταστατικό μπορεί να περιληφθούν και διατάξεις προαιρετικού χαρακτήρα που είναι απαραίτητες για την έναρξη και τη συνέχιση της λειτουργίας της Α.Ε.

- Καταχώρηση στο Μητρώο Ανωνύμων Εταιρειών. Οι Ανώνυμες Εταιρείες οφείλουν να καταθέσουν το Καταστατικό τους στην Διοικητική αρχή προς έγκριση. Η αρμόδια αρχή για τις Ανώνυμες Εταιρείες είναι η Νομαρχία στην οποία υπάγεται η έδρα της εταιρείας,²² Η Ανώνυμη Εταιρεία καταθέτει στην αρμόδια αρχή:

Α. Επικυρωμένο αντίγραφο του Καταστατικού.

Β. Τα Τέλη Δημοσιεύσεως της περίληψης του Καταστατικού στο Φ.Ε.Κ.²³

Γ. Τη βεβαίωση προέγκρισης της επωνυμίας και του διακριτικού τίτλου από το οικείο Επιμελητήριο.

Δ. Τα τέλη υπέρ της Επιτροπής Ανταγωνισμού 1 τοις χιλίοις..

Μετά την υποβολή των δικαιολογητικών αυτών, η αρμόδια αρχή ελέγχει το Καταστατικό και ακολούθως καταχωρεί την Α.Ε. στο Μητρώο Ανωνύμων Εταιρειών.²⁴ Αμέσως μετά, σύμφωνα με το άρθρο 1 του Ν. 2941/2001, κοινοποιείται στο Επιμελητήριο η απόφαση σύστασης και η σχετική ανακοίνωση προς το Φ.Ε.Κ. από την εποπτεύουσα αρχή. Η επιχείρηση έχει την υποχρέωση να ολοκληρώσει την οριστική καταχώρηση στα μητρώα του Επιμελητηρίου μέσα σε 2 μήνες από την προέγκριση επωνυμίας.

22. εκτός από ορισμένες περιπτώσεις εταιρειών (όπως Πιστωτικά Ιδρύματα, ΑΕΔΕΚ, ΑΧΕΠΥ, ΠΑΕ, ΚΑΕ, κλπ) που ορίζεται από τις οικείες διατάξεις ως αρχή η Γενική Γραμματεία Εμπορίου.

23. Τεύχος Α.Ε. και Ε.Π.Ε.

24. Από 12/9/2001, (ημερομηνία δημοσίευσης του Ν. 2941/2001), για την απλοποίηση διαδικασίας σύστασης, αν το μετοχικό Κεφάλαιο της νεοϊδρυθείσας Α.Ε. δεν ξεπερνά τα 300.000 ευρώ, γίνεται αυθημερόν η καταχώρηση στο Μ.Α.Ε. χωρίς έλεγχο των πράξεων σύστασης σύμφωνα με το άρθρο 1 του Ν. 2941/2001. Εξαιρέση αποτελούν οι εταιρείες της παρ. 8 του Ν. 2190/1920, οι αθλητικές ανώνυμες εταιρείες, καθώς και οι ανώνυμες εταιρείες που προέρχονται από τη μετατροπή επιχειρήσεων άλλης μορφής.

- Έναρξη Εργασιών
Χρόνος υποβολής δήλωσης Έναρξης Εργασιών:
Η δήλωση Έναρξης Εργασιών της Α.Ε. υποβάλλεται πριν από την έναρξη των εργασιών αυτών. Ως Έναρξη Εργασιών θεωρείται ο χρόνος πραγματοποίησης της πρώτης συναλλαγής στα πλαίσια της επιχείρησης. Προκειμένου για Νομικά Πρόσωπα, ως χρόνος έναρξης θεωρείται ο χρόνος της νόμιμης σύστασης αυτών. Η καθυστέρηση υποβολής της δήλωσης έναρξης μέχρι 30 ημέρες δεν συνεπάγεται την επιβολή κυρώσεων, εφόσον δεν έχει πραγματοποιηθεί καμία συναλλαγή.

Στα Νομικά Πρόσωπα και στις ενώσεις προσώπων, χορηγείται Α.Φ.Μ. μετά την υποβολή της δήλωσης Έναρξης Εργασιών. Ο αριθμός αυτός δεν καταργείται με την αλλαγή της νομικής μορφής των προσώπων αυτών, αλλά με την οριστική λύση ή διάλυσή τους.

- Συνυποβαλλόμενες Δηλώσεις.
Τα ημεδαπά και αλλοδαπά Νομικά Πρόσωπα και οι Ενώσεις Προσώπων, υποβάλλουν το έντυπο (Μ3) «Δήλωση Έναρξης / Μεταβολής Εργασιών μη Φυσικού Προσώπου» συμπληρώνοντας το τετραγωνίδιο με την ένδειξη «Έναρξη». Η επωνυμία της επιχείρησης αναγράφεται επί του εντύπου της δήλωσης, όπως ακριβώς αναγράφεται και στο Καταστατικό. Η επωνυμία επιχειρήσεων δύναται να αναγράφεται και με λατινικούς χαρακτήρες. Από το Νομικά Πρόσωπα συνυποβάλλονται υποχρεωτικά και οι παρακάτω δηλώσεις:
 - «Δήλωση Δραστηριοτήτων Επιχείρησης» (Μ6). Στη δήλωση αυτή αναγράφονται όλες οι λοιπές δραστηριότητες, πέραν αυτών που έχουν ήδη αναγραφεί στο έντυπο Μ3. Όλες οι δραστηριότητες περιγράφονται αναλυτικά και σύμφωνα με τους Κωδικούς Δραστηριότητας, όπως ισχύουν κάθε φορά. Μία (1) από αυτές δηλώνεται ως κύρια, οι δε λοιπές ως δευτερεύουσες.
 - «Δήλωση Σχέσεων Φορολογούμενου» (Μ7). Η δήλωση αυτή υποβάλλεται από τα παραπάνω πρόσωπα προκειμένου να δηλώσουν τον/την σύζυγο καθώς και τις σχέσεις τους που απορρέουν από την επιχειρηματική τους δραστηριότητα, με άλλα φυσικά ή Νομικά Πρόσωπα ή ενώσεις προσώπων, όπως αυτές αναγράφονται στις οδηγίες του εντύπου.
 - «Δήλωση Μελών Μη Φυσικού Προσώπου» (Μ8). Η δήλωση αυτή υποβάλλεται μόνο από τα Νομικά Πρόσωπα και τις Ενώσεις Προσώπων με την

αναγραφή των στοιχείων των μελών τους ή των εταίρων τους, του ποσοστού και του είδους συμμετοχής τους.

- «Δήλωση Εγκατάστασης Εσωτερικού» (M10). Υποβάλλεται χωριστή δήλωση για κάθε μία εγκατάσταση (υποκατάστημα, αποθήκη, κλπ), που βρίσκεται στο εσωτερικό της χώρας.
- «Δήλωση Εγκατάστασης Εξωτερικού» (M11). Υποβάλλεται χωριστή δήλωση για κάθε μία εγκατάσταση (υποκατάστημα, αποθήκη, κλπ), που βρίσκεται εκτός της Ελληνικής Επικράτειας.
- «Δήλωση Πωλήσεων από Απόσταση» (M12). Η δήλωση αυτή υποβάλλεται όταν πραγματοποιούνται πωλήσεις από απόσταση από την Ελλάδα προς άλλο Κράτος
- Μέλος και φορολογούνται στο άλλο Κράτος - Μέλος (παρ. 5 άρθρου 11 Ν. 1642/1986).

Τόσο για τη σύσταση όσο και για την έναρξη των εργασιών απαιτούνται οι αντίστοιχες διαδικασίες με αυτές της ΕΠΕ πλέον του εγγράφου από το οποίο προκύπτει η σύνθεση του Διοικητικού Συμβουλίου, το είδος της εργασιακής σχέσης των μελών, καθώς και έγκριση και ανακοίνωση της Νομαρχίας.

Η εταιρεία παραλαμβάνει τη «Βεβαίωση Έναρξης Εργασιών μη Φυσικού Προσώπου». Με την υποβολή της δήλωσης έναρξης και εντός 3 ημερών διενεργείται έλεγχος (αυτοψία), προκειμένου να γίνει επαλήθευση των δεδομένων που αναγράφονται στα υποβαλλόμενα δικαιολογητικά. Μετά την ολοκλήρωση του ελέγχου συμπληρώνεται έντυπο «Ειδική Έκθεση Αυτοψίας» που επισυνάπτεται στη Δήλωση Έναρξης.

II.1.β Σύγκριση μεταξύ χωρών για το κόστος και τις διαδικασίες σύστασης ΜΜΕ

Με μέτρο σύγκρισης μια τυπική ΜΜΕ με τα ακόλουθα χαρακτηριστικά (για την Ελλάδα):

Νομική μορφή: ΕΠΕ

Εταιρικό κεφάλαιο: δεκαπλάσιο του κατά κεφαλήν εισοδήματος (15.200 για την Ελλάδα το 2004)

Επιμελητήριο: ΕΒΕΑ

Αριθμός Υπαλλήλων: 10-50

και στοιχεία για 178 χώρες (46 υποσαχάριας Αφρικής, 31 Λατινικής Αμερικής και Καραϊβικής, 28 Ευρωπαϊκές και κεντρικής Ασίας, 24 ανατολικής Ασίας και Ειρηνικού, 17 Μέσης Ανατολής και Βόρειας Αφρικής, 8 Νότιας Ασίας και 24 χώρες υψηλού εισοδήματος του ΟΟΣΑ) η διεθνής τράπεζα κατατάσσει την Ελλάδα, βάσει του κόστους και των διαδικασιών σύστασης, στην 152η θέση.²⁵

Έτσι, στην Ελλάδα για τη σύσταση της παραπάνω μορφής εταιρίας σήμερα, θα χρειαστεί να διεκπεραιωθούν 15 διαδικασίες σε διάστημα περίπου 38 ημερών με κόστος περίπου 3700€ (23,3% του κατακεφ. ΑΕΠ) και ελάχιστο κεφάλαιο 18.000€ (104,1% κατακεφ. ΑΕΠ). Συγκριτικά με τα στοιχεία του 2006 δεν παρατηρούνται σημαντικές μεταβολές, ίσως μια μικρή μεταβολή του κόστους και του ελάχιστου καταβλητέου κεφαλαίου η οποία προκύπτει από τη σχετική άνοδο του κατακεφαλίν ΑΕΠ (παρά ως απόλυτη μείωση του κόστους ή του ελάχιστου κεφαλαίου).

Σύσταση Εταιρίας στην Ελλάδα (2006-2008)

Σύσταση Εταιρίας	2006	2007	2008
Τελική κατάταξη		146	152
Αριθμός διαδικασιών	15	15	15
Διάρκεια σε μέρες	38	38	38
Κόστος (ως % του κατά κεφ. Εισοδ.)	24,6	24,2	23,3
Ελάχιστο καταβλητέο κεφάλαιο (ως % του κατακεφ. Εισοδ.)	121,4	116	104,1

Πηγή: World Bank doing Business 2008

Παρακάτω φαίνονται τα συγκριτικά στοιχεία μεταξύ Ελλάδας και άλλων χωρών του κόσμου. Η θέση της Ελλάδας, σε σχέση με τις άλλες χώρες, δηλώνει ένα μάλλον δύσκαμπτο, χρονοβόρο και δυσλειτουργικό διοικητικό σύστημα, με υψηλά διοικητικά κόστη.

Πρώτη στην κατάταξη βρίσκεται η Αυστραλία με μόνο 2 διαδικασίες και 2 μέρες για την περαίωσή τους, καθώς και μηδενικό διοικητικό κόστος και μηδενικό ελάχιστο καταβλητέο κεφάλαιο.

25. Τα στοιχεία έχουν ληφθεί από την έκθεση Doing Business 2008/Greece που συντάσσεται από τη World Bank & από την έκθεση του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος για το 2007

Σύσταση Εταιρίας (Διαδικασίες – Κόστος) Κατάταξη Χωρών.

Χώρες	Αριθμός διαδικασιών	Διάρκεια σε μέρες	Κόστος (ως % του κατά κεφ. Εισοδ.)	Ελάχιστο καταβλητέο κεφάλαιο (ως % του κατακεφ. Εισοδ.)
Ελλάδα	15	38	23,3	104,1
Αυστραλία	2	2	0	0
Αυστρία	8	28	5,4	55,5
Βέλγιο	3	4	5,3	20,1
Γαλλία	5	7	1,1	0
Γερμανία	9	18	5,7	42,8
Ιταλία	9	13	18,7	9,8
Πορτογαλία	8	8	4,3	38,7
Ιρλανδία	4	19	0,3	0

Πηγή: World Bank doing Business 2008, Έκθεση Διοικητή Τράπεζας της Ελλάδος 2007 (για το έτος 2006)

II.2 Ευρωπαϊκά Προγράμματα για την ενίσχυση των ΜΜΕ

Όπως ήδη έχει αναφερθεί από την αρχή της εργασίας, η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει αναγνωρίσει τον ζωτικής σημασίας ρόλο των ΜΜΕ για την ανάπτυξη των χωρών της. Για το λόγο αυτό στηρίζει τις Ευρωπαϊκές ΜΜΕ μέσω μιας πληθώρας μέτρων, που στόχο έχουν, από τη μία να ενισχύσουν την εξωστρέφεια των επιχειρήσεων και από την άλλη να κατευθύνουν την παραγωγή ή/και της μεθόδους της προς τα πεδία εκείνα με τη μεγαλύτερη προστιθέμενη αξία, τα οποία ανταποκρίνονται αποτελεσματικά στα διεθνή πρότυπα ζήτησης.

Έτσι διακρίνονται διάφορες κατηγορίες ενίσχυσης οι οποίες, σε συνδυασμό πάντα με την προσπάθεια της ένωσης για περιφερειακή σύγκλιση, προωθούν είτε με άμεσο είτε με έμμεσο τρόπο τη δράση των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ.²⁶

II.2.α Άμεση χρηματοδότηση σε συγκεκριμένα θεματικά πεδία

Συνήθως αποτελεί χρηματοδότηση μέρους ενός επιχειρηματικού σχεδίου – έτσι μιλάμε για συν-χρηματοδότηση – σε συγκεκριμένες θεματικές που θέλει να προωθήσει η Ένωση, όπως έρευνα, περιβάλλον, μεταφορές, εκπαίδευση, ενέργεια.

Ανά θεματική ενότητα – και για την περίοδο 2007-2013 εντοπίζονται προγράμματα όπως:

26. European Commission: <http://europa.eu.int>

II.2.α.α Περιβάλλον, Ενέργεια & Μεταφορές

- LIFE+: με στόχο την ανάπτυξη καινοτόμων τεχνικών και μεθόδων στην παραγωγή
- «Εξυπνη ενέργεια για την Ευρώπη»: που παρέχει χρηματοοικονομική στήριξη σε πρωτοβουλίες σχετικές με τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, τη βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης, την ενέργεια στις μεταφορές
- Marco PoloII: με στόχο τη βελτίωση και διασύνδεση του ευρωπαϊκού συστήματος μεταφορών, ενισχύοντας πρωτοβουλίες σχετικές με εμπορευματικές μεταφορές, εφοδιαστική αλυσίδα (logistics) κ.α.

II.2.α.β Έρευνα και καινοτομία

- (7^ο)Πρόγραμμα πλαίσιο για την έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη: διαθέτει ένα ποσοστό του προϋπολογισμού του για την υποστήριξη της έρευνας και καινοτομίας στις ΜΜΕ.
- Στα προγράμματά του: "Συνεργασία" (περίπου €32,3 δις) οι ΜΜΕ ενθαρρύνονται να συμμετέχουν σε ερευνητικές δράσεις και κοινές τεχνολογικές πρωτοβουλίες, "Ιδέες" (περίπου €7,5 δις) ομάδες ερευνητών από ΜΜΕ συναγωνίζονται με βάση την υπεροχή τους, "Άνθρωποι" (περίπου €4,7 δις) όπου προωθείται η συνεργασία των ΜΜΕ με την Ακαδημαϊκή κοινότητα και "Ικανότητες" (περίπου €4,3 δις) με στόχο να ενισχύσει την ικανότητα των ΜΜΕ να αναπτύξουν καινοτόμα νέα τεχνολογικά προϊόντα.
- EUREKA: Αποτελεί ένα δίκτυο οργανισμών Ε&Α όπου με στόχο την αγορά και εν-μέσω συνδέσμων και δικτύων καινοτομίας προωθεί την ανταγωνιστικότητα των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ
- eContentplus: με στόχο την ανάπτυξη γλωσσικής πολυμορφίας σε καινοτόμες υπηρεσίες διαδικτύου, την αντιμετώπιση ελλείψεων και διευθέτηση εμποδίων στην υιοθέτηση και οργάνωση τεχνολογιών αιχμής και την υποστήριξη των σχετικών επενδύσεων
- eTEN: με στόχο την ενίσχυση των διευρωπαϊκών δικτύων τηλεπικοινωνιών και μεταξύ άλλων την προώθηση της συμμετοχής των ΜΜΕ στην ηλεκτρονική οικονομία.

II.2.α.γ Εκπαίδευση και κατάρτιση

Το Ολοκληρωμένο Πρόγραμμα Δράσης για τη Δια Βίου Μάθηση για την περίοδο 2007-2013 καλύπτει τέσσερα ειδικά προγράμματα:

- COMENIUS για γενικές εκπαιδευτικές δραστηριότητες που αφορά τα σχολεία μέχρι την τελευταία τάξη του λυκείου
- ERASMUS για δραστηριότητες εκπαίδευσης και κατάρτισης σε ανώτατο εκπαιδευτικό επίπεδο
- LEONARDO DA VINCI για όλες τις άλλες πτυχές της επαγγελματικής εκπαίδευσης και κατάρτισης
- GRUNDTVIG για την εκπαίδευση των ενηλίκων.
- LEONARDO DA VINCI είναι το πιο σχετικό με τις επιχειρήσεις, δεδομένου ότι υποστηρίζει καινοτόμες διακρατικές πρωτοβουλίες προώθησης της γνώσης, των ικανοτήτων και των δεξιοτήτων που απαιτούνται για την επιτυχή ενσωμάτωση στην επαγγελματική ζωή και την πλήρη άσκηση των δικαιωμάτων του πολίτη.

II.2.β Διαρθρωτικά Ταμεία

Τα διαρθρωτικά ταμεία – ως στόχο έχουν την ανάπτυξη και ανασυγκρότηση των λιγότερο ευνοημένων περιφερειών, μέσω της ενίσχυσης των δομών υποστήριξης ΜΜΕ, προώθησης της επιχειρηματικότητας και απαγκίστρωσής της από κλάδους που φθίνουν, καθώς και εκσυγχρονισμού των συστημάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης ανθρώπινου δυναμικού.

Για την περίοδο 2007-2013, η στρατηγική και οι πόροι της πολιτικής για τη συνοχή (Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης [ΕΤΠΑ], Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο [ΕΚΤ] και Ευρωπαϊκό Ταμείο Συνοχής) εστιάζονται σε τρεις τομείς προτεραιότητας, με συνολικό κονδύλιο 308 δισ. €:

- Σύγκλιση: επιτάχυνση της οικονομικής σύγκλισης των λιγότερο ανεπτυγμένων περιφερειών (81,54% του προϋπολογισμού)
- Περιφερειακή ανταγωνιστικότητα και απασχόληση: ενίσχυση της περιφερειακής ανταγωνιστικότητας και ελκυστικότητας και παροχή βοήθειας στους εργαζομένους και τις εταιρείες για την προσαρμογή τους στις οικονομικές αλλαγές (15,94% του προϋπολογισμού)

- Ευρωπαϊκή εδαφική συνεργασία: ενίσχυση της διασυνοριακής, διακρατικής και διαπεριφερειακής συνεργασίας (2,52% του προϋπολογισμού).

II.2.β.α Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης

Το ΕΤΠΑ είναι το μεγαλύτερο κοινοτικό μέσο χρηματοδότησης των ΜΜΕ. Αποσκοπεί στη μείωση των διαφορών όσον αφορά στην ανάπτυξη των περιφερειών και στην υποστήριξη της κοινωνικής και οικονομικής συνοχής της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Για να ενισχύσει τη σύσταση ΜΜΕ και την ανταγωνιστικότητά τους, το ΕΤΠΑ συγχρηματοδοτεί δραστηριότητες που εντάσσονται σε ευρύ φάσμα τομέων:

1. Επιχειρηματικότητα, καινοτομία και ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ (για παράδειγμα επιχειρηματική καθοδήγηση, καινοτόμες τεχνολογίες και συστήματα διαχείρισης των ΜΜΕ, οικολογική καινοτομία, καλύτερη χρήση των ΤΠΕ).
2. Βελτίωση του περιφερειακού και τοπικού περιβάλλοντος για τις ΜΜΕ (π.χ. πρόσβαση σε κεφάλαια για τις ΜΜΕ που βρίσκονται στο στάδιο της συγκρότησης ή της ανάπτυξης, επιχειρηματικές υποδομές και υπηρεσίες υποστήριξης, περιφερειακή και τοπική ικανότητα σε θέματα Ε&Τ και καινοτομίας, ικανότητα επιχειρηματικής συνεργασίας και καινοτομίας).
3. Διαπεριφερειακή και διασυνοριακή συνεργασία των ΜΜΕ.
4. Επένδυση σε ανθρώπινους πόρους (με παράλληλη χρηματοδότηση από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο).

Η διαχείριση των προγραμμάτων του ΕΤΠΑ δεν γίνεται από την Επιτροπή αλλά από τις εθνικές και τις περιφερειακές αρχές, που αποτελούν επίσης τα σημεία επαφής για την υποβολή αιτήσεων χρηματοδότησης και για την επιλογή σχεδίων.

II.2.β.β Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο

Για την περίοδο 2007-2013, το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο παρέχει υποστήριξη για την πρόβλεψη και διαχείριση οικονομικών και κοινωνικών αλλαγών, με ικανό αριθμό ευκαιριών για την υποστήριξη των ΜΜΕ. Οι τέσσερις κύριοι τομείς δράσης στα πλαίσια του στόχου "Περιφερειακή ανταγωνιστικότητα και απασχόληση" είναι:

1. ενίσχυση της ικανότητας προσαρμογής εργαζομένων και επιχειρήσεων,

2. βελτίωση της πρόσβασης στην απασχόληση και τη συμμετοχή στην αγορά εργασίας,
3. ενίσχυση της κοινωνικής ένταξης με την καταπολέμηση των διακρίσεων και τη διευκόλυνση της πρόσβασης στην αγορά εργασίας για τα μη προνομιούχα άτομα,
4. προώθηση των εταιρικών σχέσεων για μεταρρύθμιση στους τομείς απασχόλησης και ένταξης.

Στις λιγότερο ευημερούσες περιφέρειες, το Ταμείο επικεντρώνεται στην προώθηση της διαρθρωτικής προσαρμογής, την ανάπτυξη και τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Για το σκοπό αυτό, στα πλαίσια του στόχου "Σύγκλισης", το ΕΚΤ υποστηρίζει επίσης:

1. προσπάθειες επέκτασης και βελτίωσης των επενδύσεων σε ανθρώπινο κεφάλαιο, βελτιώνοντας ειδικότερα τα συστήματα εκπαίδευσης και κατάρτισης,
2. δράσεις που στοχεύουν στην ανάπτυξη θεσμικής ικανότητας και της αποτελεσματικότητας του δημοσίου τομέα, σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

Η διαχείριση του προγράμματος και η επιλογή των έργων, όπως και στο ΕΤΠΑ γίνεται και εδώ σε εθνικό ή/και περιφερειακό επίπεδο.

Π.2.β.γ Τέλος, ειδικά για τους κλάδους της αλιείας και γεωργίας, υπάρχει και το Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Προσανατολισμού και Εγγυήσεων(ΕΓΤΠΕ) καθώς και το Χρηματοδοτικό Μέσο Προσανατολισμού της Αλιείας(ΧΜΠΑ).

Π.2.γ Πρωτοβουλίες Χρηματοδοτούμενες από τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά Ταμεία

Τα Ευρωπαϊκά Ταμεία, χρηματοδοτούν συγκεκριμένες πρωτοβουλίες για την αντιμετώπιση κοινών προβλημάτων που παρατηρούνται σε πολλές Ευρωπαϊκές Περιφέρειες. Τέτοιες πρωτοβουλίες είναι:

- INTERREG III, το οποίο χρηματοδοτείται από το ΕΤΠΑ, για την προώθηση της διασυνοριακής, διεθνικής και διαπεριφερειακής συνεργασίας.

- URBAN II, το οποίο χρηματοδοτείται από το ΕΤΠΑ, για τη βιώσιμη ανάπτυξη των αστικών περιοχών: υποστήριξη καινοτόμων στρατηγικών για την αναγέννηση πόλεων και αστικών περιοχών που παρακμάζουν.
- EQUAL, το οποίο χρηματοδοτείται από το ΕΚΤ, με στόχο την εξάλειψη των παραγόντων ανισότητας και διακρίσεων στη αγορά εργασίας.
- LEADER+, το οποίο χρηματοδοτείται μέσω του ΕΓΤΠΕ, με στόχο την προώθηση επαφών μεταξύ εκείνων που δραστηριοποιούνται σε αγροτικές κοινωνίες και οικονομίες προκειμένου να εξετάσουν νέες τοπικές στρατηγικές βιώσιμης ανάπτυξης.

II.3 Εθνικά προγράμματα στήριξης ΜΜΕ – Υπουργείο Ανάπτυξης

Το υπουργείο ανάπτυξης με στόχο την προώθηση της ανάπτυξης ανταγωνιστικών ελληνικών ΜΜΕ στο διεθνές ανταγωνιστικό περιβάλλον, σε άμεση σχέση και συνάφεια με τα προγράμματα της Ε.Ε –από πλευράς στοχοθέτησης αλλά και χρηματοδότησης – υποστηρίζει μία σειρά προγραμμάτων που η δράση τους επεκτείνεται, εκτός από την άμεση στήριξη των ΜΜΕ, στη γενικότερη βελτίωση του θεσμικού περιβάλλοντος, τόσο για τη διευκόλυνση της δράσης των ΜΜΕ όσο και για τη γενικότερη αναβάθμιση της ποιότητας ζωής του πολίτη.²⁷

II.3.α.α Επιχειρησιακό πρόγραμμα Κοινωνία της Πληροφορίας (ΚτΠ)²⁸

Το επιχειρησιακό πρόγραμμα ΚτΠ το οποίο βρίσκεται ήδη σε δράση από το 2000 και με γενικότερη στόχευση – σε άμεση συνάφεια και με την ευρωπαϊκή πρωτοβουλία eEurope – μέσω της προώθησης της χρήσης τεχνολογιών Επικοινωνίας και Πληροφόρησης, την εξυπηρέτηση του πολίτη και βελτίωση της Ποιότητας ζωής από τη μία και την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού από την άλλη, θέτει τέσσερις άξονες δράσεις:

- Παιδεία και πολιτισμό: μέσω του εξοπλισμού με ψηφιακό υλικό του εκπαιδευτικού συστήματος, της ενίσχυσης της πρόσβασης στο διαδίκτυο των εκπαιδευτικών ιδρυμάτων και της κατάρτισης των εκπαιδευτικών και της ηλεκτρονικής προβολής του Ελληνικού πολιτισμού.

27. Υπουργείο Ανάπτυξης: [/www.ypan.gr](http://www.ypan.gr)

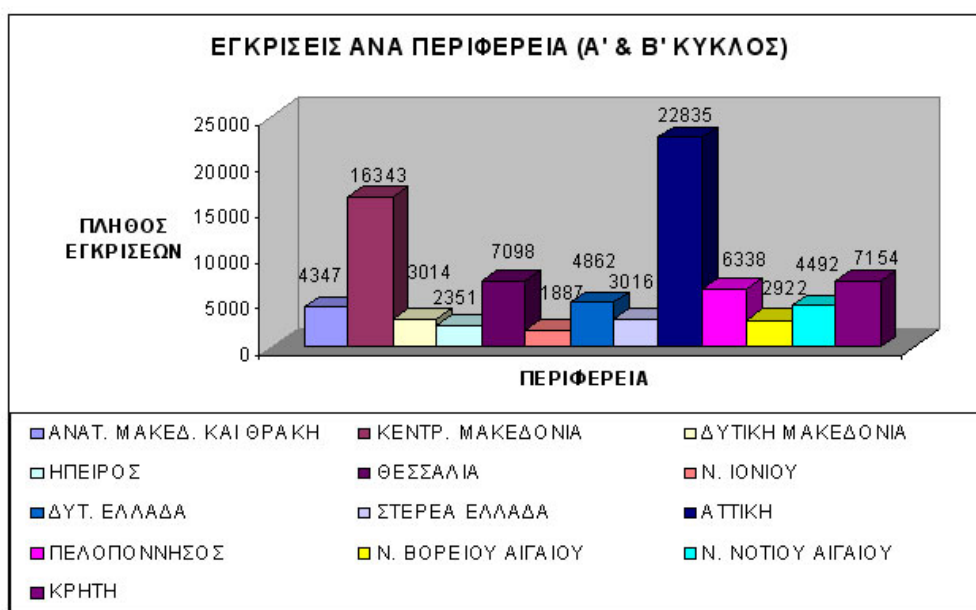
28. Κοινωνία της Πληροφορίας: www.infosoc.gr

- Εξυπηρέτηση του πολίτη και βελτίωση της ποιότητας ζωής: μέσω της χρήσης ΤΠΕ στη δημόσια διοίκηση, στην υγεία & πρόνοια, στο περιβάλλον και τις μεταφορές.
- Επικοινωνίες: μέσω της στήριξης της διαδικασίας απελευθέρωσης της αγοράς, τη δημιουργίας τηλεπικοινωνιακών υποδομών σε απομακρυσμένες περιοχές και την παροχή υπηρεσιών επικοινωνίας σε χαμηλό κόστος.
- Ανάπτυξη και απασχόληση στην ψηφιακή οικονομία, αποτελεί τον άξονα με την πιο άμεση εμπλοκή σε σχέση με τις ΜΜΕ, αφού στους στόχους του περιλαμβάνεται η δημιουργίας συνθηκών για τη μετάβαση των ελληνικών επιχειρήσεων στη νέα οικονομία: μέσω της προώθησης του ηλεκτρονικού επιχειρείν, της έρευνας και της κατάρτισης στις νέες τεχνολογίες, της προώθησης της τηλεαπασχόλησης και τηλεκατάρτισης, της αξιοποίησης των ΤΠΕ από τις ΜΜΕ. Κάποια μερικά αποτελέσματα που σχετίζονται με αυτό τον άξονα δράσης από το 2000 μέχρι το 2008 είναι: η αύξηση του ποσοστού των ΜΜΕ (με προσωπικό άνω των 10 ατόμων) που κάνουν χρήση εφαρμογών ηλεκτρονικού επιχειρείν από αμελητέο σε 15%, η κατάρτιση 7000 ατόμων σε ειδικευμένες δεξιότητες ΤΠΕ, η πιστοποίηση σε βασικές δεξιότητες χρήσης Η/Υ 40.000 ατόμων, η αύξηση των τηλεκαταρτιζομένων από αμελητέο σε 12.000, 2000 νέοι επιστήμονες ΤΠΕ ωφελούμενοι από τα προγράμματα “stage”, 500 νέοι ελεύθεροι επαγγελματίες επιδοτούμενοι.

Δικτυωθείτε²⁹

Αποτελεί υποπρόγραμμα του ΕΠ ΚτΠ ενίσχυσης/επιχορήγησης των ΜΜΕ για την απόκτηση σύγχρονης υποδομής και σύνδεσης με το διαδίκτυο, τη δημιουργίας εταιρικής παρουσίας στο διαδίκτυο, ηλεκτρονικού εμπορίου και συμμετοχής σε “MarketPlace” των ΜΜΕ όλη της Ελληνικής Επικράτειας. Στην ολοκλήρωση του 2^{ου} κύκλου δράσης (Δεκέμβριος 2005) είχαν ενταχθεί 86.600 επιχειρήσεις και επιχορηγηθεί 52.400 με συνολικό προϋπολογισμό 117.670.865€. Στο σχήμα παρουσιάζονται οι εγκρίσεις ανά περιφέρεια.

29. Δικτυωθείτε: www.go-online.gr



Πηγή: ΕΟΜΜΕΧ, 2006

II.3.α.β Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα»³⁰

Το ΕΠ «Ανταγωνιστικότητα» του Υπουργείου Ανάπτυξης απετέλεσε μια δέσμη δράσεων στα πλαίσια του Γ' ΚΠΣ³¹ με στόχο τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της Ελληνικής οικονομίας και τη σύγκλιση με τις άλλες Ευρωπαϊκές χώρες. Αρθρώθηκε σε εννέα άξονες δράσης:

1: Βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος

Με μέτρα για τη βελτίωση του εργασιακού περιβάλλοντος, των τεχνολογικών και επιχειρηματικών υποδομών, ανάπτυξη εθνικού συστήματος ποιότητας, απλοποίηση επιχειρηματικού περιβάλλοντος, ανάπτυξη δομών υποστήριξης επιχειρήσεων

2: Στήριξη και ενθάρρυνση επιχειρηματικότητας

Με μέτρα για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας στον τουριστικό τομέα, την ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων στον τομέα μεταποίησης, τον τεχνολογικό & οργανωτικό εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων, την ενίσχυση φορέων παροχής επιχειρηματικών κεφαλαίων σε ΜΜΕ & ΠΜΕ, την ενίσχυση ανταγωνιστικότητας ΜΜΕ & ΠΜΕ, την ενίσχυση της

30. Ανταγωνιστικότητα: www.antagonistikotita.gr

31. και συνεχίζει και στα πλαίσια του ΕΣΠΑ (βλέπε παρακάτω)

επιχειρηματικότητας στον τομέα του περιβάλλοντος, την ίδρυση και λειτουργία του ταμείου εγγυοδοσίας μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΜΕ)

3: Προώθηση επιχειρηματικής αριστείας

Προώθηση επιχειρηματικής αριστείας στον τομέα ενέργειας στις μεταποιητικές & τουριστικές επιχειρήσεις στην τεχνολογική ανάπτυξη & έρευνα

4: Τεχνολογική καινοτομία & έρευνα

Με μέτρα για την υποστήριξη ερευνητικών μονάδων για την προτυποποίηση και την εμπορική εκμετάλλευση ερευνητικών αποτελεσμάτων, θερμοκοιτίδες, επιστημονικά και τεχνολογικά πάρκα νέων επιχειρήσεων έντασης γνώσης, δημόσιοι ερευνητικοί φορείς με την συμμετοχή επιχειρήσεων ενθάρρυνση της έρευνας, της μεταφοράς και της διάδοσης τεχνολογίας στις επιχειρήσεις, υποστήριξη δραστηριοτήτων διεθνούς επιστημονικής και τεχνολογικής συνεργασίας και μεταφοράς τεχνολογίας, ευαισθητοποίηση του κοινού στις νέες τεχνολογίες, υποστήριξη και διαμόρφωση E&T πολιτικής, διαχείριση E&T πληροφοριών, κοινοπραξίες έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης σε τομείς εθνικής προτεραιότητας, δημιουργία περιφερειακών πόλων καινοτομίας - ζώνη καινοτομίας Θεσσαλονίκης – δημιουργία πυρήνα συνεργατικών σχηματισμών

5: Διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος – προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού

Με μέτρα για την ενίσχυση εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής, ολοκληρωμένες δράσεις εναλλακτικού τουρισμού - τουριστική προβολή, ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων και επενδύσεις αξιοποίησης εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

6: Ασφάλεια ενεργειακού εφοδιασμού και προώθηση της απελευθέρωσης της αγοράς ενέργειας

Με μέτρα για την πρόσβαση σε εναλλακτικές πηγές τροφοδοσίας φυσικού αερίου και προώθηση της διείσδυσης, ευελιξίας, ευστάθειας και αξιοπιστίας του συστήματος φυσικού αερίου, ειδικές ενεργειακές υποδομές για τα νησιά & για την προώθηση των ΑΠΕ, απελευθέρωση αγοράς ενέργειας, προώθηση συστημάτων ΑΠΕ, συμπαράγωγή στο ενεργειακό σύστημα της χώρας - εξοικονόμηση ενέργειας

7: Ενέργεια και αειφόρος ανάπτυξη

Διείσδυση φυσικού αερίου στον οικιακό και τριτογενή τομέα, σε βιομηχανικούς καταναλωτές και στον τομέα των μεταφορών, υποδομές ασφάλειας της διακίνησης πετρελαιοειδών,

αξιοποίηση φυσικών πόρων και υποστήριξη τήρησης περιβαλλοντικών δεσμεύσεων

8: Ανθρώπινοι πόροι

Εκπαίδευση και κατάρτιση στον τομέα του τουρισμού.

Ανθρώπινοι πόροι στη μεταποίηση το εμπόριο και τις υπηρεσίες

Ανθρώπινο ερευνητικό και τεχνολογικό δυναμικό

9: Τεχνική βοήθεια –προετοιμασία νέας προγραμματικής περιόδου

II.3.α.γ Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ)

Με βάση τους εθνικούς στρατηγικούς στόχους και τους συνεπακόλουθους τομείς πολιτικής, σε συνέχεια των στόχων του Γ΄ ΚΠΣ αλλά και λαμβανομένων υπ' όψιν των νέων προκλήσεων για την προώθηση της λειτουργίας των επιχειρήσεων και την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής, η αρχιτεκτονική της τέταρτης προγραμματικής περιόδου 2007 – 2013 περιλαμβάνει έξι (6) τομεακά και πέντε (5) περιφερειακά προγράμματα.

1. ΕΠ «Περιβάλλον και Αειφόρος Ανάπτυξη»:

- διαχείριση των στερεών και των επικίνδυνων αποβλήτων,
- προστασία εδαφών,
- διαχείριση υδατικών πόρων,
- ποιότητα του ατμοσφαιρικού και ακουστικού περιβάλλοντος,
- διαχείριση φυσικού περιβάλλοντος,
- αντιμετώπιση των κλιματικών αλλαγών,
- πολιτική προστασία και διαχείριση κινδύνου,
- δημιουργία μηχανισμών και εργαλείων άσκησης περιβαλλοντικής και χωροταξικής πολιτικής.

2. ΕΠ «Ενίσχυση της Προσπελασιμότητας»:

- οδικές μεταφορές - οδικό δίκτυο,
- σιδηροδρομικές μεταφορές,
- αεροπορικές μεταφορές,
- θαλάσσιες μεταφορές,
- συνδυασμένες μεταφορές,
- αστικές μεταφορές.

3. ΕΠ «Επιχειρηματικότητα και Ανταγωνιστικότητα»:

- αναβάθμιση επιχειρηματικού περιβάλλοντος και βελτίωση συνθηκών ανταγωνισμού,
- ανάπτυξη επιχειρηματικότητας και υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις, (π.χ. μεταποίηση, εμπόριο, τουρισμός κλπ.)
- προώθηση της καινοτομίας,
- ενίσχυση της οικονομίας της γνώσης – E&TA και σύνδεσή της με την παραγωγή,
- υποδομές και δικτυώσεις επιχειρηματικότητας,
- απελευθέρωση αγοράς ενέργειας, ενεργειακά δίκτυα και βελτίωση του ενεργειακού εφοδιασμού
- ανάπτυξη φιλικών προς το περιβάλλον μορφών ενέργειας και τεχνικών εξοικονόμησης ενέργειας,
- πράσινη επιχειρηματικότητα και ενίσχυση της περιβαλλοντικής διάστασης των παραγωγικών δραστηριοτήτων.

4. ΕΠ «Ψηφιακή Σύγκλιση»:

- προώθηση χρήσης ΤΠΕ σε επιχειρήσεις,
- παροχή ψηφιακών υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις και τους πολίτες,
- αναδιοργάνωση του δημόσιου τομέα,
- ενίσχυση του ρόλου του κλάδου των ΤΠΕ στην Ελληνική Οικονομία,
- υποδομές ΤΠΕ (π.χ. ευρυζωνικά δίκτυα),
- προώθηση της επιχειρηματικότητας σε τομείς που αξιοποιούν ΤΠΕ.

• 5. ΕΠ «Ανθρώπινοι πόροι»:

- βελτίωση της ποιότητας και της έντασης των επενδύσεων στο ανθρώπινο κεφάλαιο και στον τομέα της εκπαίδευσης,
- δια βίου μάθηση - ενίσχυση της προσαρμοστικότητας των εργαζόμενων, των επιχειρήσεων και των επιχειρηματιών,
- διευκόλυνση της πρόσβασης στην απασχόληση,
- προώθηση της Κοινωνικής Ενσωμάτωσης,
- αναβάθμιση της Δημόσιας Διοίκησης (ανάπτυξη λιτών, ευέλικτων δομών δημόσιας δράσης, ενδυνάμωση των δεξιοτήτων και της τεχνογνωσίας του ανθρώπινου δυναμικού, κανονιστικό πλαίσιο ρύθμισης της δημόσιας δράσης, ενίσχυση της ικανότητας των δημόσιων αρχών να προσαρμόσουν την οργάνωση και την λειτουργία τους στην Κοινωνία της Πληροφορίας, καθιέρωση πάγιων διαδικασιών αξιολόγησης της εφαρμογής των δημόσιων πολιτικών και προγραμμάτων και της παραγωγής δημόσιων αγαθών και υπηρεσιών),
- προστασία της Δημόσιας Υγείας και ανάπτυξη της Πρωτοβάθμιας Περίθαλψης, ολοκλήρωση της Μεταρρύθμισης του Τομέα Ψυχικής Υγείας,
- προώθηση στοχευμένων μέτρων αρωγής των γυναικών και αποτελεσματικότερη προσαρμογή της διάστασης του φύλου στις πολιτικές του ΕΣΠΑ.

6. ΕΠ «Τεχνική Υποστήριξη Εφαρμογής»

Περιφερειακά

Επιχειρησιακά

Προγράμματα

Τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα θα συμβάλλουν στην κάλυψη των εθνικών στρατηγικών στόχων, συμπληρωματικά με τα τομεακά προγράμματα και με έμφαση στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και τις ανάγκες κάθε περιφέρειας / περιοχής. Τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα είναι τα εξής:

1. ΠΕΠ Μακεδονίας Θράκης: περιφέρειες Ανατ. Μακεδονία - Θράκη, Κεντρική Μακεδονία και Δυτική Μακεδονία.
2. ΠΕΠ Δυτικής Ελλάδας, Πελοποννήσου, Ιονίων Νήσων: περιφέρειες Δυτική Ελλάδα, Πελοπόννησος, Ιόνια Νησιά.
3. ΠΕΠ Κρήτης και Νήσων Αιγαίου: περιφέρειες Κρήτη, Βόρειο Αιγαίο, Νότιο Αιγαίο.

4. ΠΕΠ Θεσσαλίας, Ηπείρου, Στερεάς Ελλάδας: περιφέρειες Θεσσαλία, Ήπειρος, Στερεά Ελλάδα.

5. ΠΕΠ Αττικής: περιφέρεια Αττικής.

Λόγω του ότι τα 5 ΠΕΠ καλύπτουν περιφέρειες που ανήκουν σε διαφορετική κατηγορία (αμιγής στόχος σύγκλισης, phasing out, phasing in), θα υπάρξει διαφοροποίηση του εύρους των παρεμβάσεων που θα υλοποιηθούν σε κάθε τέτοια κατηγορία. Σε κάθε περίπτωση, τα ΠΕΠ για όλες τις περιφέρειες θα καλύψουν έναν κοινό κορμό παρεμβάσεων ως εξής:

- κοινωνικές υποδομές και υπηρεσίες,
- υγεία και κοινωνική αλληλεγγύη (υποδομές νοσοκομείων και δομών κοινωνικής φροντίδας, ειδικών μονάδων, κέντρων υγείας και ανοιχτής φροντίδας, εξειδικευμένος εξοπλισμός),
- πολιτισμός (ενίσχυση των βασικών πολιτιστικών υποδομών, προστασία και ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς),
- έργα προσπελασιμότητας και περιβάλλοντος τοπικής κλίμακας,
- πολιτικές βιώσιμης αστικής ανάπτυξης,
- πολιτικές ενίσχυσης ορεινών, μειονεκτικών, νησιωτικών περιοχών.

Π.3.β Έρευνα της GPO για την ένταξη των ΜΜΕ στα προγράμματα του υπουργείου ανάπτυξης και της Ευρωπαϊκής Ένωσης³²

Σε έρευνα που διεξήχθη από την εταιρία GPO το Δεκέμβριο του 2005 σε 600 ελληνικές ΜΜΕ σε όλη την Ελλάδα (Αθήνα 56%, Θεσσαλονίκη 16% και επαρχία 28%) και σε όλους τους τομείς δραστηριότητας (βιομηχανία 27%, εμπόριο 42%, υπηρεσίες 23,8%, τουρισμός 6,6%) για το βαθμό γνώσης και διείσδυσης στα εθνικά και ευρωπαϊκά προγράμματα προέκυψε ότι: κατά 82,5% οι ελληνικές ΜΜΕ δεν εντάσσονται σε κάποιο από τα προγράμματα του υπουργείου ανάπτυξης, παρόλο που κατά 62,8 υπάρχει επιθυμία ένταξης. Υπάρχει άγνοια κατά 60,3% των διαδικασιών που ακολουθούνται, ενώ σε ειδική ερώτηση σχετική με την ενημέρωση των επιχειρηματιών για το ΕΠ «Ανταγωνιστικότητα» η απάντηση «λίγο έως καθόλου» καταλαμβάνει το 76,5% των απαντήσεων (και 82,9% σε αντίστοιχη έρευνα της κοινής γνώμης). Τέλος, η ενημέρωση των επιχειρηματιών για τα προγράμματα της Ε.Ε είναι λίγη έως καθόλου σε ποσοστό 80,8%.

32. GPO (Greek Public Opinion): www.GPO.gr

II.4 Τραπεζική Χρηματοδότηση ΜΜΕ

II.4.α Η Ελληνική πραγματικότητα

Όπως έχει ήδη αναφερθεί τα $\frac{3}{4}$ των αναγκών για χρηματοδότηση των ελληνικών ΜΜΕ καλύπτονται από ίδιους πόρους, γεγονός που συνδέεται αμφίδρομα με την περιορισμένη διασύνδεση με την τραπεζική χρηματοδότηση και έως ένα βαθμό με το χαμηλό δυναμισμό των ελληνικών ΜΜΕ. Μόνο το 20% των ελληνικών ΜΜΕ είχε αναπτύξει (με στοιχεία του 2004) σταθερή συνεργασία με τον τραπεζικό τομέα έναντι του 40% περίπου των αντιστοίχων Ευρωπαϊκών.³³ Εδώ μπορούμε να διακρίνουμε τις δύο ακραίες κατηγορίες περιπτώσεων: από τη μία αυτή όπου υπάρχει πρόθεση από πλευράς ΜΜΕ για πρόσβαση σε τραπεζικό δανεισμό, αλλά δεν πληρούνται οι προϋποθέσεις και η επιχείρηση δε φέρει τις εγγυήσεις που απαιτεί η τράπεζα – για την Ελλάδα του 2004 εκτιμήθηκε ότι 550.000 περίπου επιχειρήσεις ανήκουν σε αυτή την κατηγορία³⁴ – και από την άλλη επιχειρήσεις που πληρούν τις προϋποθέσεις και οι τράπεζες θα επιθυμούσαν δυνητικά να συνεργαστούν μαζί τους, αλλά δεν υπάρχει πρόθεση – ακόμα και σε περιόδους χαμηλών επιτοκίων όπως αυτή της έρευνας (2004) – από πλευράς επιχείρησης.³⁵

Στην πρώτη περίπτωση εντοπίζονται, εκτός του χαμηλού δυναμισμού των εν λόγω επιχειρήσεων, και η κακή διοικητική καθώς και χρηματοοικονομική τους οργάνωση, που ελλείπει εγγυήσεων, αυξάνει την επισφάλειά τους ως πελάτες των τραπεζών. Αυτό οδηγεί σε ορισμένες περιπτώσεις στη σύναψη προσωπικών/καταναλωτικών δανείων, από τον ιδιοκτήτη της επιχείρησης, με υψηλότερα επιτόκια και δυσμενέστερους όρους τα οποία αυξάνουν τελικά την επισφάλεια του μέλλοντος. Στη δεύτερη περίπτωση, εκτός ζητημάτων παιδείας και νοοτροπίας³⁶ εντοπίζεται και ένα ζήτημα κόστους του δανεισμού. Οι ελληνικές τράπεζες φαίνονται να δανείζουν με περιθώριο επιτοκίου (spread) κατά μία με μιάμιση μονάδα πάνω από τη μέση Ευρωπαϊκή.

33. EOMMEX. www.eommex.gr

34. Ευρωβαρόμετρο

35. όπως λέγεται οι τράπεζες αποτελούν ιδρύματα που σου δανείζουν χρήματα αρκεί να μπορείς να αποδείξεις ότι δεν τα χρειάζεσαι!

36. ο Έλληνας πιο εύκολα δανείζεται για να αγοράσει σπίτι, να καταναλώσει και πολλές φορές να στοιχηματίσει ή να αγοράσει μετοχές σε περιόδους άνθισης...

Έτσι για το 2006 αν και σε χαμηλότερα επίπεδα σε σχέση με σήμερα το μέσο κόστος χρηματοδότησης ανερχόταν για τις ελληνικές ΜΜΕ στο 5-6% έναντι 4% του αντίστοιχου μέσου Ευρωπαϊκού. Για το 2008 τα αντίστοιχα μεγέθη βρίσκονται περίπου 1,5-2 μονάδες πάνω.³⁷

Π.4.β Η αξιολόγηση των ΜΜΕ από τις τράπεζες³⁸

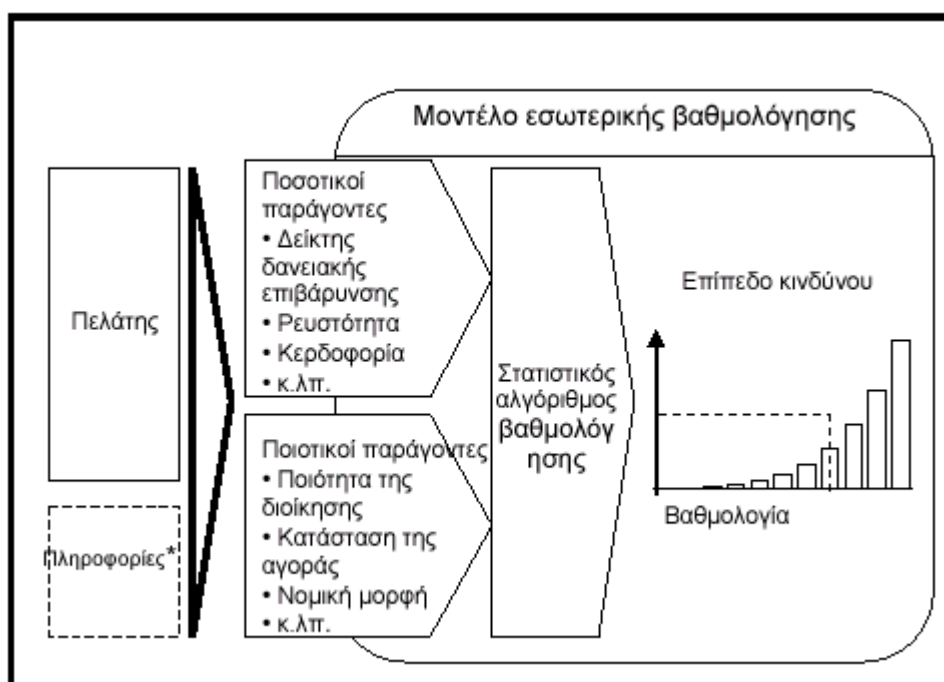
Η σύγχρονη πραγματικότητα σχετικά με την κεφαλαιακή επάρκεια των τραπεζών και η έμφαση στη διαχείριση των πιστωτικών κινδύνων που προωθήθηκε από τη «Βασιλεία II»,³⁹ και εφαρμόζεται ήδη από τον Ιανουάριο του 2007 σε όλες τις Ευρωπαϊκές τράπεζες, εξαρτά το ύψος των αποθεματικών των τραπεζών όχι μόνο από το ύψος των δανείων αλλά και από τον κίνδυνο ανά περίπτωση. Έτσι οι τράπεζες, προς μία διαφοροποιημένη διαχείριση κινδύνων, αξιολογούν πλέον μεμονωμένα κάθε συμφωνία πίστωσης και μεταβάλλουν – στις περιπτώσεις έγκρισης πίστωσης – το κόστος δανεισμού ανά περίπτωση, με αντίστοιχες προεκτάσεις στις ΜΜΕ οι οποίες από την πλευρά τους αντιμετωπίζουν ένα διαφοροποιημένο επιτόκιο. Η συγκέντρωση στοιχείων βαθμολόγησης περιλαμβάνει: ποσοτικές πληροφορίες – που προκύπτουν από οικονομικές καταστάσεις, ισολογισμούς, φορολογικές δηλώσεις – όπως ύψος χρέους της επιχείρησης, ρευστότητα και κερδοφορία...καθώς και ποιοτικά κριτήρια – που προκύπτουν από προσωπικές συναντήσεις με τη διοίκηση της εταιρίας στην οποία δίδεται μεγάλη βαρύτητα – που μεταξύ άλλων είναι η ικανότητα διοίκησης, στρατηγική της επιχείρησης, η νομική μορφή της, η γενικότερη κατάσταση της αγοράς κ.α. Για περιπτώσεις νέων επιχειρήσεων που δεν υπάρχουν ιστορικά δεδομένα μεγάλη σημασία δίδεται στα επιχειρησιακά σχέδια, στα «διαπιστευτήρια» των στελεχών, στην εμπειρία της διοίκησης. Τέλος μετά τη συλλογή των δεδομένων γίνεται η επεξεργασία τους μέσω ενός στατιστικού αλγορίθμου – ο οποίος λαμβάνει υπ' όψιν ιστορικά στοιχεία ανάλογων περιπτώσεων επιχειρήσεων και βαθμού πιστοληπτικής του ικανότητας – και ακολούθως προκύπτει ο βαθμός κινδύνου της συγκεκριμένης επιχείρησης.

37. στοιχεία βάσης δεδομένων εφημερίδας «η Ναυτεμπορική»/ www.naftemporiki.gr

38. συλλογή δεδομένων: European Commission: <http://europa.eu.int>

39. Η επιτροπή της Βασιλείας ιδρύθηκε το 1974 από τους διοικητές των κεντρικών τραπεζών 10 μεγάλων χωρών

Σχηματικά η διαδικασία παρουσιάζεται ως:



Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή

όπως προκύπτει από τα παραπάνω οι – από χρηματοοικονομική άποψη – υγιείς ΜΜΕ με ικανή διοίκηση θα απολαμβάνουν χαμηλότερα επιτόκια από άλλες χαμηλότερου δυναμισμού, γεγονός που μπορεί να αποτελέσει κίνητρο βελτίωσης και προόδου ή και αποθάρρυνσης για τις δεύτερες – σε κάποιες περιπτώσεις – της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Π.4.γ.α Σύγχρονες μέθοδοι χρηματοδότησης⁴⁰

Εκτός των παραδοσιακών μορφών δανεισμού, στη σημερινή ελληνική πραγματικότητα μπορεί να βρει κανείς και τρεις πιο σύγχρονες μορφές δανεισμού που ανά περίπτωση μπορούν να αποτελέσουν χρήσιμα εργαλεία ανάπτυξης και προώθησης των εργασιών των ΜΜΕ:

— Leasing(Χρηματοδοτική μίσθωση)

Αποτελεί μέθοδο μεσομακροπρόθεσμης χρηματοδότησης επιχειρήσεων και επαγγελματιών για την απόκτηση παγίων στοιχείων, δηλ. εξοπλισμού και ακινήτων για επαγγελματική χρήση. Η επιχείρηση ή ο επαγγελματίας επιλέγει τον εξοπλισμό ή

40. Στοιχεία: Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Αθηνών: www.vea.gr

το ακίνητο που θεωρεί κατάλληλο για τις ανάγκες του, η εταιρεία Leasing αγοράζει τον εξοπλισμό αυτό από τον προμηθευτή ή το ακίνητο από τον ιδιοκτήτη του και στη συνέχεια ενοικιάζει το μεν εξοπλισμό για περίοδο τουλάχιστον 3 χρόνων, το δε ακίνητο τουλάχιστον για 10 χρόνια. Στο τέλος της μισθωτικής περιόδου, ο μισθωτής μπορεί είτε να εξαγοράσει το πάγιο (εξοπλισμός-ακίνητο) έναντι συμβολικού τιμήματος είτε να ανανεώσει τη σύμβαση για ορισμένο χρόνο.

Οι διαδικασίες συνεργασίας μεταξύ του επενδυτή και της εταιρίας leasing, είναι απλές και το κόστος αποτελεί αντικείμενο διαπραγμάτευσης. Η έγκριση μίας σύμβασης leasing εξαρτάται από την πιστοληπτική ικανότητα του μισθωτή και το είδος της επένδυσης, αξιολογείται με τραπεζικά κριτήρια.

Ειδικότερα διακρίνεται σε:

απλή χρηματοδοτική μίσθωση(Direct Leasing): προσφέρει τη δυνατότητα απόκτησης, με τον τρόπο που αναφέρθηκε παραπάνω, κινητού, καινούργιου ή μεταχειρισμένου, εξοπλισμού όπως μηχανήματα, οχήματα, έπιπλα, ηλεκτρονικό εξοπλισμό, τηλεφωνικά κέντρα και δίκτυα, από την Ελλάδα ή το εξωτερικό καθώς και επαγγελματικής στέγης, γραφείων, καταστημάτων, κτιρίων, εμπορικών και εκθεσιακών κέντρων, αποθηκών κ.α.

Πώληση και επαναμίσθωση παγίων στοιχείων (Sale & lease back): Η επιχείρηση που επιθυμεί να βελτιώσει τη ρευστότητά της μετατρέπει σε κεφάλαιο κίνησης τα κεφάλαια που έχουν επενδυθεί σε εξοπλισμό και επιχειρηματικά ακίνητα, πουλώντας τα πάγια αυτά στοιχεία στην εταιρεία Leasing και στη συνέχεια μισθώνοντάς τα, κάνοντας χρήση του θεσμού του leasing. Με τη λύση αυτή δίδεται ακόμη η δυνατότητα στην επιχείρηση να βελτιώσει την εικόνα του ισολογισμού της μέσω της εξόφλησης τυχόν βραχυχρόνιου δανεισμού της που χρηματοδότησε την απόκτηση των παγίων.

Ωφέλεια για το μισθωτή MM Επιχειρηματία αποτελεί το γεγονός ότι μπορεί να αποκτήσει άμεσα εξοπλισμό και η εταιρία leasing να καταβάλει το σύνολο της δαπάνης, να εκπέσει τις δαπάνες του leasing από το φορολογητέο εισόδημα, επίσης μπορούν να υπάρξουν αμοιβαία οφέλη και καλύτεροι όροι προμήθειας λόγω εξόφλησης τοις μετρητοίς. Στη λήξη της προμήθειας αποκτάται η κυριότητα του εξοπλισμού χωρίς την καταβολή φόρου μεταβίβασης και τέλος, σε κάποιες περιπτώσεις, η χρηματοδοτική μίσθωση συμπεριλαμβάνεται σε εθνικά ή Ευρωπαϊκά

επιχειρησιακά πρόγραμμα ενίσχυσης. Στην Ελλάδα υπάρχουν περίπου 15 εταιρίες leasing η οποίες στην πλειοψηφία τους είναι θυγατρικές μεγάλων τραπεζών.

— Factoring

Το factoring αποτελεί δέσμη χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, οι οποίες καλύπτουν ανάγκες δυναμικών επιχειρήσεων που πωλούν προϊόντα ή παρέχουν υπηρεσίες, υψηλής μέσης αξίας, με βραχυπρόθεσμη πίστωση σε πελάτες με επαναληπτική αγοραστική συμπεριφορά.

Πρόκειται για τριμερή συνεργασία μεταξύ ενός προμηθευτή, των πελατών του και μίας εταιρίας factoring, η οποία αναλαμβάνει τη διαχείριση, λογιστική παρακολούθηση και καταβολή της αξίας των εκδιδόμενων τιμολογίων στον προμηθευτή και απαίτησή τους από τον πελάτη. Επίσης η εταιρία factoring αναλαμβάνει υπό προϋποθέσεις την κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου του προμηθευτή.

Διακρίνεται σε εγχώριο, εξαγωγικό και εισαγωγικό:

- ο Στο εγχώριο η εταιρία Factoring μπορεί να χρηματοδοτεί την επιχείρηση στην εγχώρια αγορά, προεξοφλώντας μέρος της αξίας (80-85%) των τιμολογίων της, να κάνει έλεγχο της πιστοληπτικής ικανότητας των πελατών της, λογιστική διαχείριση των τιμολογίων της, να αναλαμβάνει μέρος του πιστωτικού κινδύνου σχετικά με αδυναμίες πελατών προς εξόφληση. Τα οφέλη προκύπτουν από τη μία με τη δυνατότητα άμεσης ενίσχυσης της ρευστότητας και από την άλλη λόγω μετακύλησης μέρους του πιστωτικού κινδύνου.
- ο Στο εξαγωγικό η εταιρία Factoring αναλαμβάνει την εξόφληση των τιμολογίων της εξαγωγικής επιχείρησης, έναντι πελατών της στο εξωτερικό, συνήθως με την ανάληψη και τον έλεγχο όλου του πιστωτικού κινδύνου από την πρώτη, με όλα τα προφανή οφέλη για τη δεύτερη.
- ο Στο εισαγωγικό η εταιρία Factoring καλύπτει τις ανάγκες της εισαγωγικής εταιρίας για προεξόφληση παραγγελιών με αποτέλεσμα η δεύτερη να έχει τη δυνατότητα να αγοράζει με προθεσμία, χωρίς να περιορίζονται η δυνατότητα περαιτέρω αγοράς και κάλυψης των αναγκών της σε απόθεμα.

— Venture Capital (Κεφάλαιο Επιχειρηματικών Συμμετοχών)

Η απευθείας επένδυση κεφαλαίων με τη συμμετοχή στο κεφάλαιο εταιριών που δεν έχουν εισαχθεί στο Χρηματιστήριο αποτελεί ένα θεσμό, ο οποίος υλοποιείται μέσω των εταιριών παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου (Venture Capital). Οι εταιρίες αυτές στη χώρα μας μπορούν να έχουν τη μορφή είτε Εταιριών Κεφαλαίου Επιχειρηματικών Συμμετοχών (ΕΚΕΣ), όπως αυτές προβλέπονται από το Ν. 2367/95, είτε απλών ανωνύμων εταιριών.

Ο θεσμός του επιχειρηματικού κεφαλαίου (Venture Capital) είναι μία μορφή χρηματοδότησης που πρωτοεμφανίστηκε στις ΗΠΑ μετά το Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο. Στην Ελλάδα συναντάται για πρώτη φορά στις αρχές της 10ετίας του 1990.

Ανταποκρίνεται στις ανάγκες δυναμικών εταιριών που αναπτύσσονται με γρήγορους ρυθμούς και χρειάζονται κεφάλαια για να χρηματοδοτήσουν την ανάπτυξή τους, διατηρώντας όμως υγιή πάντα κεφαλαιακή διάρθρωση. Συναντάται συχνά και στην περίπτωση μεταβίβασης της ιδιοκτησίας της επιχείρησης, είτε σε μετόχους μειοψηφίας είτε σε στελέχη της διοίκησης, προσφέροντας την απαιτούμενη χρηματοδότηση για την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων.

Η χρηματοδότηση μέσω Venture Capital επιτυγχάνεται είτε μέσω της συμμετοχής στο μετοχικό κεφάλαιο των εταιριών με αύξηση ή σπανιότερα με εξαγορά τμήματος αυτού είτε με διάφορα άλλα ευέλικτα σχήματα, όπως η έκδοση νέας σειράς προνομιούχων μετοχών ή μετατρέψιμου ομολογιακού δανείου, επιτρέπει δε σχεδόν πάντα στον κύριο μέτοχο να διατηρήσει τον έλεγχο της εταιρίας του.

Η κεφαλαιακή ενίσχυση μίας εταιρίας είναι δυνατή τόσο σε αρχικό στάδιο όσο και σε μεταγενέστερο. Το όφελος που προσδοκά ο επενδυτής venture capital είναι υψηλό, πράγμα που δικαιολογεί τον αυξημένο κίνδυνο που αναλαμβάνει για την επένδυσή του.

Ο θεσμός του venture capital έχει οδηγήσει σε εντυπωσιακή ανάπτυξη τις περισσότερες επιχειρήσεις που τον αξιοποίησαν. Ο θεσμός αναπτύσσεται με ταχείς ρυθμούς παγκοσμίως, ενώ παρατηρείται παράλληλα ότι οι εταιρίες που τον χρησιμοποιούν επιτυγχάνουν θεαματικότερα αποτελέσματα από τους ανταγωνιστές τους.

Οι εταιρίες venture capital συνήθως ρευστοποιούν τη συμμετοχή τους μετά την είσοδο στο Χρηματιστήριο των επιχειρήσεων στις οποίες επένδυσαν ή ακόμα κατά την πώληση της πλειοψηφίας του μετοχικού κεφαλαίου των εταιριών αυτών.

Ο θεσμός του venture capital δεν έχει ακόμα αναπτυχθεί σε μεγάλη έκταση στην Ελλάδα, θεωρείται όμως βέβαιο ότι θα αποτελέσει προσεχώς μία σύγχρονη μέθοδο στήριξης δυναμικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην αναπτυξιακή προσπάθειά τους.

Π.4.γ.β Έρευνα της GPO για τη χρήση σύγχρονων μεθόδων χρηματοδότησης από της Ελληνικές ΜΜΕ.

Σε αντίστοιχη έρευνα της GPO⁴¹ για τη χρήση σύγχρονων μεθόδων χρηματοδότησης από τις Ελληνικές ΜΜΕ, προέκυψε ότι μόνο ένας μικρός αριθμός επιχειρήσεων σε ποσοστό 17,6% κάνει χρήση της μεθόδου του leasing, ενώ πολύ μικρότερο είναι το ποσοστό των επιχειρήσεων που κάνουν χρήση του factoring (4,4%) και ακόμα μικρότερο του venture capital (3,4%).

41. στο ίδιο δείγμα με αυτό της ενότητας – Π.3.β –

III. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

Θέτοντας ως προϋπόθεση και βάση για την ανάπτυξη, την ύπαρξη υγιών ανταγωνιστικών επιχειρήσεων και αναγνωρίζοντας άρα ως θεμελιώδους σημασίας αφετηρία, για την επίτευξη του παραπάνω, την καλλιέργεια της επιχειρηματικότητας, πρέπει να εστιάσουμε στο κατά πόσο το εθνικό εκπαιδευτικό σύστημα, από τις πρώτες βαθμίδες εκπαίδευσης – ως πρωταρχικός θεσμός ανάπτυξης των ικανοτήτων και καλλιέργειας δεξιοτήτων του ατόμου – προωθεί τα σημεία εκείνα που συναποτελούν το πλέγμα των χαρακτηριστικών ενός ικανού μελλοντικού επιχειρηματία, καθώς και να εντοπίσουμε τρόπους με τους οποίους κάτι τέτοιο μπορεί να επιτευχθεί.

Το συμβούλιο της Λισσαβόνας αναγνωρίζοντας τη σημασία της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα, για την κοινωνία της γνώσης, θέσπισε τη «διαδικασία Best»¹ προκειμένου, σε ένα πλαίσιο δημιουργικής συνεργασίας, τα Ευρωπαϊκά κράτη να ανταλλάξουν εμπειρία και να επισημανθούν οι βέλτιστες πρακτικές με τελικό στόχο την προσαρμογή των μέτρων πολιτικής έτσι ώστε να υιοθετηθούν από όλα τα κράτη. Πρέπει να καταστεί σαφές ότι όταν μιλάμε για ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, αναφερόμαστε σε μία πολυεπίπεδη προσέγγιση, όπου από τη μία αναπτύσσονται προσωπικές ικανότητες-δεξιότητες του ατόμου/μαθητή όπως:

- Δημιουργικότητα
- Ομαδική εργασία
- Δεξιότητες επίλυσης προβλημάτων
- Ανάλυση και αντιμετώπιση κινδύνων
- Επικοινωνία
- Ηγεσία
- Κριτική σκέψη/αναλυτική ικανότητα
- Αυτοπεποίθηση
- Ανάλυση πρωτοβουλίας
- Ανάλυση ευθύνης

1. Ευρωπαϊκή Επιτροπή/Γενική διεύθυνση Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας/Πρόγραμμα διαδικασίας best: «Μίνι εταιρίες Μαθητών στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση/Εκθεση ομάδας εμπειρογνομόνων

- Αυτονομία
- Λήψη αποφάσεων
- Διαχείριση χρόνου
- Καθορισμός στόχων
- Διαπραγματευτικές δεξιότητες
- Δεξιότητες ομιλίας και παρουσίασης σε κοινό
- Χρήση τεχνολογιών πληροφόρησης και επικοινωνίας

και από την άλλη επιχειρηματικές δεξιότητες και ειδικότερα:

- Κατανόηση λειτουργίας επιχείρησης
- Παραγωγή επιχειρηματικών ιδεών
- Βασικές οικονομικές γνώσεις
- Ανάπτυξη επιχειρηματικού σχεδίου
- Ανάπτυξη έρευνας αγοράς
- Οργάνωση και διοίκηση επιχειρήσεων
- Διοίκηση ανθρωπίνων πόρων
- Βασικές χρηματοπιστωτικές γνώσεις
- Κατάρτιση και τήρηση προϋπολογισμού
- Ζητήματα Χρηματοδότησης
- Ανάλυση κόστους – οφέλους
- Βασικές Λογιστικές γνώσεις
- Μάρκετινγκ και ζητήματα προβολής και προώθησης προϊόντος
- Συμμετοχή σε εκθέσεις
- Τεχνικές πωλήσεων
- Διοικητικές διαδικασίες
- Ζητήματα ασφάλειας και υγείας
- Επιχειρηματική ηθική
- Σύνταξη επιχειρηματικής αλληλογραφίας
- Πραγματοποίηση επιχειρηματικών συναντήσεων
- Επικοινωνία με τοπικούς φορείς, κράτος, προμηθευτές κτλ.

Ανάλογα βέβαια και με τη βαθμίδα εκπαίδευσης και το στάδιο ωρίμανσης του μαθητή, σύμφωνα πάντα και με το παιδαγωγικά ορθό, καθορίζονται και διαφορετικοί

στόχοι ενίσχυσης. Έτσι, δε θα πρέπει να επιχειρείται για παράδειγμα η εκμάθηση τεχνικών πώλησης από ένα παιδί της Α΄ τάξης δημοτικού, αλλά σε αυτή τη βαθμίδα εκπαίδευσης θα πρέπει να επιχειρείται μάλλον μια ενίσχυση των προσωπικών – παρά των επιχειρηματικών – δεξιοτήτων.

Σε αυτό το πλαίσιο θα εξεταστούν διάφορες πτυχές της ελληνικής εκπαιδευτικής διαδικασίας και θα αντιπαρατεθούν με αντίστοιχες Ευρωπαϊκές²

Το ελληνικό σύστημα διδασκαλίας στην Ελλάδα είναι δασκαλοκεντρικό. Ο μαθητής είναι κατά βάση παθητικός ακροατής των όσων έχει να πει ο καθηγητής με πολύ περιορισμένη συμμετοχή τόσο στο αντικείμενο της γνώσης, όσο και στον τρόπο κατάκτησής της. Επιπρόσθετα, το εθνικό πρόγραμμα σπουδών δεν περιλαμβάνει στους στόχους του την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Η επιχειρηματικότητα δεν διδάσκεται ούτε ως ειδικό μάθημα, αλλά και οι επιμέρους διαστάσεις της μάλλον προσεγγίζονται «επιδερμικά» μέσω κάποιων μαθημάτων (κατά βάση οικονομικών). Έτσι δεν υπάρχει η θεσμική βάση που θα επιτρέψει και θα υποστηρίξει τη διεξαγωγή συγκεκριμένων προγραμμάτων ή εφαρμογών προώθησης της επιχειρηματικότητας. Από εκεί και πέρα, η καλλιέργεια των όποιων συνθετικών μερών/δεξιοτήτων επιχειρηματικότητας επαφίεται στη διακριτική ευχέρεια των εκπαιδευτικών, στους οποίους βέβαια δεν παρέχονται ούτε κίνητρα αλλά ούτε και ειδική κατάρτιση. Η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνεται ρητά ως θεματική ενότητα στα προγράμματα σπουδών β΄ βάθμιας εκπαίδευσης της Πολωνίας, Φινλανδίας, Νορβηγίας και Ισπανίας και στα προγράμματα σπουδών α΄βάθμιας εκπαίδευσης της Φινλανδίας, Λουξεμβούργου, Νορβηγίας, Ισλανδίας και μερικώς της Ισπανίας. Σε κάποιες άλλες χώρες όπως Βουλγαρία, Αυστρία, Ουγγαρία, Λετονία, Τουρκία, περιλαμβάνεται στο πρόγραμμα σπουδών σχολών β΄βάθμιας επαγγελματικής κατάρτισης.

Εκτός όμως της συμπερίληψης της επιχειρηματικότητας στο πρόγραμμα σπουδών, υπάρχουν διάφορες πρωτοβουλίες όπως: χρηματοδότηση πιλοτικών σχεδίων ανάπτυξης επιχειρηματικότητας στο σχολείο, στις Κάτω Χώρες και το Ηνωμένο

2. Ευρωπαϊκή Επιτροπή/Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων/ «Εκπαίδευση στην Επιχειρηματικότητα»/Τελική έκθεση ομάδας εμπειρογνομόνων,

Βασίλειο, ενίσχυση των δεσμών μεταξύ σχολείων και επιχειρήσεων στη Φινλανδία, Γερμανία, Σουηδία και Ηνωμένο Βασίλειο, παροχή διδακτικού υλικού στην Αυστρία, Φινλανδία, Κάτω Χώρες, Ισπανία, καθώς και η παροχή στήριξης σε διεθνή δίκτυα και οργανώσεις (ΜΚΟ, Junior Achievement-Young Enterprise...) προώθησης της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα. Κάποια πιο συγκεκριμένα προγράμματα είναι:

- “Young inventor competition” στην Ισλανδία, αποτελεί πρόγραμμα επιβράβευσης καινοτομιών από εφευρέτες της α’ βάρθμιας εκπαίδευσης, με στόχο να ενθαρρύνει την έκφραση της δημιουργικότητας μέσω της συμμετοχής σε διαγωνισμό, στον οποίο συμμετέχει περίπου το ένα τρίτο του συνόλου των σχολείων της χώρας.
- “Transition Year Programme”, “Leaving certificate vocational Programme”, “Leaving Certificate Applied”, στην Ιρλανδία αποτελούν προγράμματα μετάβασης μεταξύ εκπαιδευτικών βαθμίδων, τα οποία προσεγγίζουν την εκμάθηση μέσω της δράσης, ενισχύουν την αυτοκατευθυνόμενη μάθηση και ορίζουν σημεία διασύνδεσης της εκπαίδευσης με την επαγγελματική αποκατάσταση. Μεταξύ άλλων περιλαμβάνουν συμμετοχή των μαθητών στη σύσταση και διαχείριση μικρών επιχειρήσεων, διοργάνωση εμπορικών εκθέσεων, διεξαγωγή ερευνών σε επιχειρήσεις.
- Παρατηρητήριο πρακτικών διδασκαλίας της επιχειρηματικότητας για τη β’ βάρθμια και γ’ βάρθμια εκπαίδευση στη Γαλλία, με στόχο τον εντοπισμό των σχετικών, με την επιχειρηματικότητα, δράσεων, τη συλλογή δεδομένων και τη διάδοση – και εν μέσω διαδικτύου – των εφαρμοσμένων πρακτικών στο ευρύτερο εκπαιδευτικό περιβάλλον.
- Ειδική επιτροπή Επιχειρηματικότητας και Εκπαίδευσης για α’ έως γ’ βάρθμια εκπαίδευση στις Κάτω Χώρες, με στόχο την προώθηση/επιδότηση πιλοτικών σχεδίων επιχειρηματικότητας και υιοθέτηση πετυχημένων παραδειγμάτων από τα εκπαιδευτικά ιδρύματα της χώρας. Χρηματοδοτείται από το Υπουργείο Οικονομικών.
- Συντονιστική επιτροπή για την επιχειρηματικότητα, στη Φινλανδία, υπό την αιγίδα του υπουργείου παιδείας και με μέλη από διάφορα υπουργεία, οργανώσεις, εκπαιδευτικές διευθύνσεις με στόχο την ενίσχυση των περιφερειακών δικτύων, την παραγωγή υλικών επιχειρηματικότητας και

τη βελτίωση της πληροφόρησης σχετικά με την επιχειρηματικότητα. Ενισχύεται η ειδική κατάρτιση των εκπαιδευτικών, προωθείται η συνεχιζόμενη εκπαίδευση και κατάρτιση, καθώς και οι επαφές με τις επιχειρήσεις και τη βιομηχανία

- Εθνική στρατηγική και σχέδιο δράσης για την καινοτομία στη Νορβηγία, το οποίο απευθύνεται και στις τρεις βαθμίδες εκπαίδευσης και υλοποιείται από το Υπουργείο Παιδείας και έρευνας σε συνεργασία με τον ευρύτερο δημόσιο τομέα, τις επιχειρήσεις και τη βιομηχανία. Περιλαμβάνει προγράμματα ανάπτυξης επιχειρήσεων μαθητών, – όπως το “Young Enterprise Norway” που χρηματοδοτείται από το υπουργείο Τοπικής Αυτοδιοίκησης και Περιφερειακής Ανάπτυξης – συμπράξεις σχολείων και επιχειρήσεων, μαθήματα επιχειρηματικότητας, μονοετή προγράμματα επιχειρηματικότητας για προπτυχιακούς φοιτητές.
- Προγράμματα προώθησης της επιχειρηματικότητας στο Πριγκιπάτο της Αστουρίας για όλες τις βαθμίδες εκπαίδευσης: Η κυβέρνηση δεσμεύει 500 εκ. ευρώ ετησίως προκειμένου να χρηματοδοτήσει προγράμματα που στοχεύουν στην ενίσχυση επιχειρηματικών δεξιοτήτων από την α'βάθμια εκπαίδευση έως και τη συμμετοχή – στο πλαίσιο μαθήματος επιλογής – σε επιχείρηση εισαγωγών εξαγωγών, συναλλαγές με σχολεία του εξωτερικού, πώληση προϊόντων στην τοπική αγορά...
- Προγράμματα επιχειρήσεων στα σχολεία της Σκωτίας: αποτελούν εταιρικές σχέσεις (κοινοπραξίες) των τοπικών κοινοτήτων με τις τοπικές επιχειρήσεις προκειμένου να παρέχονται «επιχειρηματικές εμπειρίες» σε όλους τους μαθητές της πρωτοβάθμιας εκπαίδευσης, μέσω προτύπων αναπτυξιακών σχεδίων τα οποία εφαρμόζουν δραστηριότητες εντός της τάξης προσαρμοσμένες στα πλαίσια του προγράμματος σπουδών, προσφέρουν στήριξη στους εκπαιδευτικούς και παρέχουν το απαραίτητο εκπαιδευτικό υλικό.

ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Στην παρούσα εργασία έγινε απόπειρα παρουσίασης και συσχέτισης του Ελληνικού Θεσμικού Περιβάλλοντος, που εμπλέκεται και αποτελεί έδαφος άσκησης της επιχειρηματικής δραστηριότητας, με τις Ελληνικές Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις που συστήνονται, λειτουργούν, αναπτύσσονται ή και εγκαταλείπουν τη δραστηριότητά τους στο περιβάλλον αυτό. Ειδικότερα αναφερθήκαμε σε ζητήματα επιχειρηματικότητας και είδαμε – σε σύγκριση πάντα και με την υπόλοιπη Ευρώπη – ότι ενώ υπάρχει ένα σχετικά μεγάλο ποσοστό ατόμων που εμπλέκεται ή σκοπεύει να εμπλακεί, άμεσα ή έμμεσα, σε επιχειρηματικές δραστηριότητες – συμπεριλαμβανομένων και των αυτοαπασχολούμενων που αποτελούν βέβαια ένα μεγάλο μερίδιο – σχετικά μεγάλο είναι και το ποσοστό των ατόμων που εγκαταλείπουν την επιχειρηματική δραστηριότητα, καθώς και των ατόμων που ασκούν επιχειρηματική δραστηριότητα από ανάγκη. Παρατηρήσαμε διάφορες πτυχές της μέσης Ελληνικής Μικρομεσαίας Επιχείρησης και είδαμε ότι στερείται δυναμισμού, υπό τη έννοια ότι δημιουργεί σχετικά λίγες νέες θέσεις εργασίας, αν και χρησιμοποιεί νέες τεχνολογίες δεν παρουσιάζει σημεία καινοτομικότητας, η παραγωγή της δεν ανταποκρίνεται στο δυναμισμό της ζήτησης και άρα κατά προέκταση δεν είναι ανταγωνιστική σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Εμμέσως σκιαγραφήσαμε και το προφίλ του μέσου Έλληνα μικρομεσαίου επιχειρηματία που παρουσιάζεται ως: (μέσης) ηλικίας 38 ετών, απόφοιτος λυκείου, γόνος εύπορης οικογενείας, δραστηριοποιείται σε κορεσμένες αγορές, είναι ματαιόδοξος, έχει πρότυπα εύκολου πλουτισμού, δεν κάνει μεγαλόπνοα επιχειρηματικά σχέδια, δεν έχει στόχους επέκτασης της επιχειρηματικής του δραστηριότητας, χρησιμοποιεί κατά βάση ίδιους πόρους στην επιχείρηση, δεν προβαίνει σε δανεισμό και δε ρισκάρει για την επιχείρησή του.¹ Ακολούθως είδαμε τα σημεία όπου το Ελληνικό Θεσμικό Περιβάλλον, που σχετίζεται με την επιχειρηματικότητα, παρουσιάζει σημεία ανταγωνιστικότητας ή υστέρησης σε σχέση με τον υπόλοιπο κόσμο. Οι καλές επιδόσεις της Ελλάδας εντοπίστηκαν στο ασφαλές εκδημοκρατισμένο θεσμικό της περιβάλλον, στους μειωμένους τα τελευταία χρόνια φορολογικούς συντελεστές των

1. εδώ αξίζει να επισημάνουμε ότι όπως αναφέρει η εφημερίδα «Μακεδονία» οι Έλληνες γενικά στοιχηματίζουν πάνω από 15 δις Ευρώ το χρόνο σε τυχερά παιχνίδια, γεγονός που την κατατάσσει – αναλογικά με το εισόδημα – σε μια από τις υψηλότερες θέσεις παγκοσμίως...

επιχειρηματικών κερδών, στις καλές επιδόσεις σε σχέση με τις υποδομές και τέλος σε ζητήματα βασικής εκπαίδευσης και υγείας παρά του αντιφατικού της κακής ποιότητας των δημοσίων σχολείων. Από την άλλη υπολείπεται της πλειοψηφίας των Ευρωπαϊκών κρατών σε ζητήματα μακροοικονομικής σταθερότητας, λειτουργίας του κρατικού μηχανισμού, διαφθοράς, γραφειοκρατίας, πολυνομίας, τεχνολογικής ετοιμότητας και καινοτομίας. Επίσης ως πολύ θετικό σημείο παρουσιάζεται το γεγονός ότι, με αργό βέβαια ρυθμό, οι κρίσιμες διοικητικές θέσεις περνάνε στα χέρια εξειδικευμένων στελεχών ανατρέποντας το μέχρι τώρα καθεστώς της οικογενειοκρατίας και συγγενοκρατίας στη Ελλάδα.² Στη δεύτερη ενότητα στο πρώτο μέρος, έγινε μία μακρά, επίπονη και αναλυτική – στο μέτρο του δυνατού – παρουσίαση των πολύπλοκων γραφειοκρατικών διαδικασιών σύστασης μιας ΜΜΕ στις διάφορες νομικές μορφές της³ και μια συγκριτική παρουσίαση σε σχέση με τις διαδικασίες σύστασης μια τυπικής ΜΜΕ σε άλλες χώρες του κόσμου που κατέταξε την Ελλάδα στην 152^η θέση ανάμεσα σε 178 χώρες. Στο δεύτερο μέρος έγινε μια καταγραφή των Ευρωπαϊκών και Εθνικών προγραμμάτων και πρωτοβουλιών για την ενίσχυση της ΜΜΕ, τα οποία μέχρι στιγμής δε φαίνεται να έχουν αξιοποιηθεί αρκετά από τις Ελληνικές ΜΜΕ και τέλος στο τρίτο μέρος παρουσιάστηκαν κάποια ζητήματα σχετικά με την τραπεζική χρηματοδότηση των ΜΜΕ καθώς και νέες τάσεις και προϊόντα.

Επειδή η επιχειρηματικότητα είναι πρωτίστως ζήτημα νοοτροπίας και η νοοτροπία διαμορφώνεται ως επί το πλείστον στην παιδική – εφηβική ηλικία, στο τρίτο και τελευταίο μέρος έγινε μια απόπειρα παράθεσης και σύγκρισης των εθνικών εκπαιδευτικών συστημάτων, η οποία τελικά – λόγω ανύπαρκτων στην ουσία οργανωμένων πρωτοβουλιών του Ελληνικού Εκπαιδευτικού Συστήματος – κατέληξε σε απλή παράθεση πρωτοβουλιών εκπαιδευτικών συστημάτων άλλων Ευρωπαϊκών Κρατών.

Συμπυκνώνοντας κανείς το νόημα της παρούσας εργασίας σε λίγες μόνο λέξεις θα μπορούσε να πει ότι, από τη μια οι αστοχίες του Ελληνικού θεσμικού περιβάλλοντος

2. τώρα βέβαια το κατά πόσο μπορεί να επιβεβαιωθεί το αληθές βλέποντας κανείς την ηγεσία των δύο μεγάλων κομμάτων, είναι μια άλλη ιστορία..!

3. και αυτό όχι για λόγους σαδομαζοχισμού, αλλά γιατί ο διττός στόχος της εργασίας ήταν τόσο να παρουσιάσει ένα πραγματικό θεσμικό περιβάλλον, όσο και να αποτελέσει έναν οδηγό στην άσκηση επιχειρηματικής δραστηριότητας

δημιουργούν εμπόδια εισόδου και λειτουργίας στην άσκηση της επιχειρηματικής δράσης, μετατρέποντάς τη σε μια τυποποιημένη – μηχανιστική διαδικασία, ή απλά σε μια λύση ανάγκης για κάποιους, εκτοπίζοντας το δημιουργικό της σκέλος και θέτοντας τον επιχειρηματία ως απλό διεκπεραιωτή διαδικασιών, παρά ως φορέα καινοτόμου δράσης και ανάπτυξης. Ως αποτέλεσμα οι Ελληνικές ΜΜΕ στερούνται δυναμικής παρουσίας σε εθνικό και υπερεθνικό επίπεδο. Ενώ υπάρχουν κάποια μεμονωμένα σημεία στα οποία η Ελληνική Οικονομία δείχνει να βελτιώνει τις επιδόσεις της αυτά είναι αποσπασματικά και δεν συνδέονται μεταξύ τους.

Από την άλλη, η προώθηση υγείων ΜΜΕ απαιτεί μια πολυεπίπεδη και καλύτερα συντονισμένη προσπάθεια όλων των εμπλεκομένων, με αυτή, φορέων – κράτους, επιχειρήσεων, πανεπιστημίων – για μια δημιουργική διασύνδεση των επιμέρους δράσεων και για την υπέρβαση όλων των θεσμικών σκοπέλων, ανεπαρκειών, δυσλειτουργιών, συγκρούσεων, επικαλύψεων....Τέλος, κρίσιμη παρουσιάζεται και η καλλιέργεια της ουσίας της έννοιας της επιχειρηματικότητας, όπως αυτή αναλύεται στις διάφορες διαστάσεις της, μέσω ενός διαδραστικού εκπαιδευτικού συστήματος, που δεν παρέχει απλά μια στείρα, τυποποιημένη, παθητική γνώση, αλλά προβάλλει τη μαθητοκεντρική διδασκαλία, προωθώντας την ενεργό συμμετοχή του μαθητή, καθιστώντας τον κοινωνό μια πολύπλευρης – διαθεματικής/ διεπιστημονικής – βιωματικής μάθησης, όπου τόσο η γνώση όσο και η εμπειρία και η δράση βρίσκονται στο επίκεντρο του επίσημου εκπαιδευτικού προγράμματος, καθώς και συναποτελούν στόχους των διαφόρων δράσεων του «παραπρογράμματος».⁴

4. Στο παραπρόγραμμα περιλαμβάνονται οι δράσεις αυτές που αν και πραγματοποιούνται στα πλαίσια της εκπαιδευτικής διαδικασίας, δεν αποτελούν ρητούς στόχους του επίσημου εκπαιδευτικού προγράμματος.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ/ ΠΗΓΕΣ

- Αθανασόπουλος Κ. Γε.: «Το Δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης», Αθήνα, Τόμος Α, εκδ. 2000, Τόμος Β, εκδ. 2004, Τόμος Γ, εκδ. 2006
- Αθανασόπουλος Κ. Γε.: «Διαχείριση Ανθρώπινων Πόρων», Επιστ. Υπεύθυνος R. Noe, J. Hollenbeck, P. Wright, Αθήνα, Τόμος Α, 2006, Τόμος Β, 2007
- Αθανασόπουλος Κ. Γε.: «Διοικητικό Δίκαιο», Αθήνα, 2006
- Αθανασόπουλος Κ. Γε.: «Το Δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης», Αθήνα, Τόμος Α, εκδ. 2000, Ρώμη, Αθήνα, Τόμος Β, εκδ. 2004
- Αθανασόπουλος Κ. Γε.: «Θεσμικό Πλαίσιο Περιφερειακής Ανάπτυξης», Τόμοι Α,Β,Γ. Αθήνα, 2004
- Αθανασόπουλος Κ. Γε.: «Επιθεώρηση Αποκέντρωσης Τοπικής Αυτοδιοίκησης και Περιφερειακής Ανάπτυξης», τεύχος Ν.33, Αθήνα, 2003
- Αθανασόπουλος Κ. Γε.: «Η Αναπτυξιακή Οργάνωση στο Χώρο», Αθήνα, 1989
- Αθανασόπουλος Κ. Γε.: «Ρυθμίσεις για το Δημοκρατικό Προγραμματισμό αναπτυξιακών δραστηριοτήτων στα πλαίσια της Αποκέντρωσης και της Περιφερειακής Διοίκησης», Αθήνα, 1989
- Αθανασόπουλος Κ. Γε.: «Ο έλεγχος των Δημοσίων Επιχειρήσεων», Αθήνα, 1989
- Αθανασόπουλος Κ. Γε.: «Θεσμικό Πλαίσιο Δημοσίων Επιχειρήσεων και Οργανισμών», Αθήνα, 1990
- Αθανασόπουλος Κ. Γε.: «Τα χρηματοδοτικά κίνητρα στο Θεσμικό Πλαίσιο της Περιφερειακής Ανάπτυξης», Αθήνα, Τόμοι Α,Β, εκδ. 1985, Τόμος Γ εκδ. 1993
- Βαϊτσος Κ.: «Οικονομική Ανάπτυξη», Αθήνα, 1989-1990
- Γιανίτσης Τ.: «Οικονομικά Μετασχηματισμού και Ανάπτυξης», Αθήνα, 1999
- Δεληθέου Β.: «Θεσμικό Πλαίσιο Περιφερειακής Ανάπτυξης και Οργάνωσης και Διοίκησης του Κράτους», Αθήνα, 2007
- Δεληθέου Β. «Το Factoring και η συμβολή του στην Περιφερειακή Ανάπτυξη», Αθήνα, 1992
- Κόνσολας Ν.: «Σύγχρονη Περιφερειακή Οικονομική Πολιτική», Αθήνα, 1997

- Λυμπεράκη Α.: «Η πρόκληση της Ανάπτυξης σε μικρή κλίμακα: Οικονομική ευελιξία και κοινωνικές δυσκαμψίες», Παπαζήσης, Αθήνα, 1992
- Λυμπεράκη Α.: «Ευέλικτη εξειδίκευση; Κρίση και αναδιάρθρωση στη μικρή βιομηχανία», Gutenberg, Αθήνα, 1991
- Λυμπεράκη Α., Μουρίκη Α.: «Η Αθόρυβη Επανάσταση, νέες μορφές οργάνωσης της παραγωγής και της εργασίας», Gutenberg, Αθήνα, 1996
- Μπαρτζώκας Α.: «Τεχνολογική Αλλαγή και Οικονομική Ανάπτυξη», Αθήνα, 1999
- Πάκος Θ.: «Καινοτομία και Ανάπτυξη: Θεσμική και εξελικτική προσέγγιση», περιοδικό «Θέσεις», τεύχος 93, Αθήνα, 2005
- Παλάσκας Θ., Στοφόρος Χ., Πεχλιβάνος Λ.: «Η Ελλάδα στη διεθνή αγορά επενδύσεων», IOBE, 2004
- Πιτέλης Χ.: «Οικονομικοί Θεσμοί Διεθνούς Ανταγωνιστικότητας & Οικονομική Πολιτική», Αθήνα, εκδ. Τυπωθήτω-Γιώργος Δαρδανός, 1998
- Πράσινη Βίβλος για την Επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη, Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Βρυξέλλες, 2003
- «Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2006- 2007», Ιωαννίδης Σ.& Τσακανίκας Α., IOBE, 2007
- «Η ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας 2005-2006», ΣΕΒ, 2005
- «Η έκθεση του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος για το 2006», Τράπεζα της Ελλάδος, 2007
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή/Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων/ «Εκπαίδευση στην Επιχειρηματικότητα»/Τελική έκθεση ομάδας εμπειρογνομόνων, 2004
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή/Γενική διεύθυνση Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας/Πρόγραμμα διαδικασίας best: «Μίνι εταιρίες Μαθητών στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση/Έκθεση ομάδας εμπειρογνομόνων, 2005
- «Ευρωβαρόμετρο» Κοινή γνώμη στην Ε.Ε. 2004 – 2006, Ευρωπαϊκή Επιτροπή
- Easterly W.: “National Policies and Economic Growth: A Reappraisal”, NY University/ Center for Global Development, 2004
- Humphrey J. & Schmitz H. : “Principles for promoting clusters & networks of SMEs”, UNIDO SME programme, 1995

- Kingston C. & Caballero G.: “Comparing theories of Institutional Change”, Amherst College & University of Vigo, 2006
- Frey B. & Osterloh M.: “Hidden Costs, Questionable Benefits and Superior Alternatives”, University of Zurich, 2006
- Hosoe M. & Kanazaki M.: “Comparative Analysis of Governance Structure under Alternative Politician – Bureaucratic Relations”, Kyushu University, 2006
- Azfar O.: Disrupting Systemic Corruption, NY University, 2006
- Entrepreneurship in the Netherlands: Innovative entrepreneurship. New policy challenges’, 2002 & ‘White Paper, Embracing innovation: entrepreneurship and American economic growth’, National Commission on Entrepreneurship (NCOE), 2001
- Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2002 , 2006 London Business school & Babson College
- An international comparison of hypergrowth enterprises’, EIM Small Business Research and Consultancy, in ‘Fostering Entrepreneurship in Europe, the UNICE Benchmarking Report’, 1999
- Doing Business 2008/Greece, World Bank & International Finance Corporation, 2008
- “Global Competitiveness Report 2005-2006”, World Economic forum, 2005

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

- Υπουργείο Οικονομικών: <http://www.mnec.gr>
- Υπουργείο Ανάπτυξης: <http://www.ypan.gr>
- Παρατηρητήριο ΜΜΕ, ΕΟΜΜΕΧ: <http://www.eommex.gr>
- Κοινωνία της Πληροφορίας: <http://www.infosoc.gr>
- Δικτυωθείε: <http://www.go-online.gr>
- Ανταγωνιστικότητα: <http://www.antonistikotita.gr>
- Εμπορικό & Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών: <http://www.acci.gr>

- Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Αθηνών: <http://www.vea.gr>
- Εφημερίδα: «η Ναυτεμπορική»: <http://www.nafteboriki.gr>
- Εφημερίδα: «η Καθημερινή»: <http://www.kathimerini.gr>
- Εφημερίδα: «το Βήμα»: <http://tovima.dolnet.gr>
- Εφημερίδα: «Μακεδονία»: <http://www.makthes.gr>
- Υπουργείο Μεταφορών: <http://www.yme.gr>
- Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης: <http://www.ekt.gr>
- Εθνικό Ίδρυμα ερευνών: <http://www.eie.gr>
- GPO (Greek Public Opinion): <http://www.gpo.gr>
- KPMG: <http://www.kpmg.gr>
- ηλεκτρονικό λεξικό “Wikipedia”: <http://en.wikipedia.org>
- European Commission: <http://europa.eu.int>
- World Bank: <http://www.worldbank.org>
- OECD: <http://www.oecd.org>

ΕΝΤΥΠΟ ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

Συλλογή έντυπου ενημερωτικού υλικού από: Δήμο Αθηναίων, Εμπορικό & Βιομηχανικό επιμελητήριο Αθηνών, κατά τόπους ΔΟΥ & Ελληνικές Τράπεζες.

Περιεχόμενα

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	2
ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	5
ΟΡΙΣΜΟΣ.....	8
I ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ – ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	10
I.1 Το Θεσμικό περιβάλλον και η ανάπτυξη της Επιχειρηματικότητας	10
I.1.α Η Επιχειρηματικότητα στο Ευρωπαϊκό περιβάλλον – σύγκριση με ΗΠΑ.....	10
I.1.β Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα – σύγκριση με την Ευρώπη και τον κόσμο	13
I.1.β.α Ποσοτική Διάσταση	13
I.1.β.β Ποιοτική Διάσταση	15
I.1.β.γ Οικονομικά και δημογραφικά στοιχεία	21
I.1.β.δ Περιφερειακή κατανομή των ελληνικών ΜΜΕ.....	22
I.2 Η ανταγωνιστικότητα – για την προώθηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας – στην ελληνική οικονομία	23
I.2.α Μακροοικονομικό περιβάλλον.....	24
I.2.β Λειτουργία Κρατικού μηχανισμού & Σταθερότητα Θεσμικού περιβάλλοντος	25
I.2.γ Φορολογικό καθεστώς	27
I.2.δ Υποδομές.....	29
I.2.ε Εκπαίδευση, βασική εκπαίδευση & υγεία	29
I.2.στ Λειτουργία επιχείρησης	30
I.2.ζ Τεχνολογική ετοιμότητα και καινοτομία	31
I.2.η Έρευνα W.E.F.....	33
II. ΕΙΔΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΣΥΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΜΜΕ	34
II.1 Μορφές ΜΜΕ και διαδικασία σύστασης	34
II.1.α.α Ατομική Επιχείρηση.....	34
II.1.α.β Ομόρρυθμη(Ο.Ε) και Ετερόρρυθμη (Ε.Ε) Εταιρία	35
II.1.α.γ Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ).....	38
II.1.α.δ Ανώνυμη Εταιρία (ΑΕ)	40
II.1.β Σύγκριση μεταξύ χωρών για το κόστος και τις διαδικασίες σύστασης ΜΜΕ.....	45
II.2 Ευρωπαϊκά Προγράμματα για την ενίσχυση των ΜΜΕ	47

II.2.α	Άμεση χρηματοδότηση σε συγκεκριμένα θεματικά πεδία	47
II.2.α.α	Περιβάλλον, Ενέργεια & Μεταφορές.....	48
II.2.α.β	Έρευνα και καινοτομία	48
II.2.α.γ	Εκπαίδευση και κατάρτιση	49
II.2.β	Διαρθρωτικά Ταμεία	49
II.2.β.α	Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης	50
II.2.β.β	Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο	50
II.2.β.γ	ΕΓΤΠΕ - ΧΜΠΑ.....	51
II.2.γ	Πρωτοβουλίες Χρηματοδοτούμενες από τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά Ταμεία	51
II.3	Εθνικά προγράμματα στήριξης ΜΜΕ – Υπουργείο Ανάπτυξης.....	52
II.3.α.α	Επιχειρησιακό πρόγραμμα Κοινωνία της Πληροφορίας (ΚτΠ)	52
II.3.α.β	Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα»	54
II.3.α.γ	Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς (ΕΣΠΑ)	56
II.3.β	Έρευνα της GPO για την ένταξη των ΜΜΕ στα προγράμματα του υπουργείου ανάπτυξης και της Ευρωπαϊκής Ένωσης.....	59
II.4	Τραπεζική Χρηματοδότηση ΜΜΕ	60
II.4.α	Η Ελληνική πραγματικότητα	60
II.4.β	Η αξιολόγηση των ΜΜΕ απο τις τράπεζες.....	61
II.4.γ.α	Σύγχρονες μέθοδοι χρηματοδότησης	62
II.4.γ.β	Έρευνα GPO για τη χρήση σύγχρονων μεθόδων χρηματοδότησης απο της Ελληνικές ΜΜΕ	66
III.	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ	67
	ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ, ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ, ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ	72
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ/ ΠΗΓΕΣ	75