

ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΜΑΡΔΑΣ
ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ,
Α.Π.Θ
Π. ΓΕΝΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ ΕΜΠΟΡΙΟΥ, ΤΟΥ
ΥΠΑΝ

ΕΙΣΗΓΗΣΗ

ΕΜΠΟΡΙΟ – ΠΑΡΑΓΩΓΗ:
ΜΕΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΚΑΙ
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΜΕ ΚΑΙ
ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ

Σεπτέμβριος 2009
(Τελική έκθεση)

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ανάλυση που έπεται δεν επιδιώκει να δώσει απαντήσεις σε όλα τα σχετικά με το αντικείμενο προβλήματα αλλά εστιάζει την προσοχή της σε ζητήματα που θεωρούνται ως θέματα αιχμής. Τα προβλήματα και οι λύσεις που παρουσιάζονται, εντάσσονται στο σύνολο των αρμοδιοτήτων της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου (ΓΓΕ) και της Γενικής Γραμματείας Βιομηχανίας (ΓΓΒ), του Υπουργείου Ανάπτυξης (ΥΠΑΝ). Επισημαίνεται ότι η εν λόγω παρουσίαση δίνει περισσότερο έμφαση σε θέματα που αφορούν στη ΓΓΕ, καθώς το εμπόριο δεν αντιμετωπίστηκε με τους ίδιους όρους όπως η παραγωγή έως σήμερα.

Επίσης, γίνονται κάποιες επισημάνσεις και προτείνονται μέτρα σχετικά με την «Πολιτική του Ανταγωνισμού» και την «Ιδιωτική Ασφάλιση», χώροι που εντάσσονται στο γενικότερο πλαίσιο λειτουργίας της αγοράς και ήταν αντικείμενο της ΓΓΕ. Στο πλαίσιο αυτής της προσπάθειας, έχει πραγματοποιηθεί επίσης, πριν δύο έτη, μια καταγραφή των προβλημάτων πολλών κλαδικών φορέων και έχει προταθεί ένα σύνολο λύσεων.

Στο επίκεντρο των προτάσεων της εισήγησης βρίσκονται οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ), η πολιτική εξωστρέφειας της χώρας, η πολιτική διαδοχής των επιχειρήσεων, η πολιτική υπέρ του ανθρωπίνου κεφαλαίου και η πολιτική των προμηθειών του Δημοσίου. Ως προς την πολιτική της εξωστρέφειας, αναφερόμαστε σε αυτήν, καθώς πολλά μέτρα πολιτικής έχουν ένα οριζόντιο χαρακτήρα, εντασσόμενα είτε στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» του ΥΠΑΝ είτε στον Αναπτυξιακό Νόμο είτε στην Επιμελητηριακή Νομοθεσία, που είναι αρμοδιότητες είτε της ΓΓΒ είτε της ΓΓΕ.

Τα μέτρα πολιτικής και οι λύσεις που προτείνονται, για τους χώρους όπου αναφέρονται, μπορούν να εφαρμοστούν σε ένα ορίζοντα 20 μηνών. Καθώς επιδιώχθηκε μια το δυνατόν *συνοπτική* παρουσίαση των προτάσεων και λύσεων στα υπό εξέταση θέματα, η ανάλυση δεν επεκτείνεται στη διεξοδική έκθεση πολλών από τα προτεινόμενα μέτρα πολιτικής, τα οποία όμως είναι έτοιμα για εφαρμογή.

Για την πραγματοποίηση της εισήγησης αυτής εργάστηκαν: i) Μια ad hoc ομάδα εργασίας, με μέλη εκπροσώπους συλλογικών φορέων της χώρας όπως και ειδικούς μελετητές, ii) ένα σύνολο φοιτητών και iii) ένας αριθμός στελεχών της ΓΓΕ μάχιμων και μη.

Δημήτρης Μάρδας
καθηγητής του Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του ΑΠΘ
π. Γενικός Γραμματέας Εμπορίου
π. Δ/νων Σύμβουλος του ΟΠΕ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

	Σελ.
1. ΜΙΑ ΝΕΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ: Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ & ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗΣ ΤΩΝ ΞΕΝΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ	3
1.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ	
1.2 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ ΥΠΕΡ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	
2. Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ	5
2.1 ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ	
2.2 ΜΕΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ	
3. ΜΕΤΡΑ ΥΠΕΡ ΤΩΝ ΜΜΕ (ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ)	9
3.1 ΜΕΤΡΑ ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ-ΕΜΠΟΡΙΟ	
3.2 ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΔΟΧΗ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	
3.3 ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΗΡΙΞΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΜΜΕ	
3.4 ΜΕΤΡΑ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΑΝΑΚΟΙΝΩΘΕΙ ή ΔΗΜΟΣΙΕΥΘΕΙ	
4. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	26
4.1 ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΜΕ	
4.2 ΥΠΑΙΘΡΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟ, ΠΛΑΝΟΔΙΟ – ΣΤΑΣΙΜΟ και ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ ΣΕ ΛΑΪΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ	
4.3 ΠΑΡΕΜΠΟΡΙΟ	
4.4 LOGISTICS	
4.5 ΣΥΣΤΑΔΕΣ	
4.6 ΠΡΩΘΟΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΓΙΑ ΜΜΕ	
4.7 ΔΗΜΟΠΡΑΤΗΡΙΑ.	
4.8 ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΑ ΚΑΙ ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ	
4.9 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ	
4.10 ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ	
5. ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΑΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ	31
6. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ	32
6.1 ΚΑΡΤΕΛΑ	
6.2 ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑ ΘΕΣΗ	
6.3 ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΕΙΣ	
6.4 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ ΚΑΙ ΤΑ SUPER MARKETS	
7. ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΗ	35
8. ΓΙΑ ΕΝΑ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ ΤΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΥ	36
8.1 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ - ΜΕΤΡΑ	
<i>Πρόταση για τις προμήθειες της υγείας</i>	
8.2 ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	
9. ΕΡΓΑ ΤΗΣ ΓΓΕ ΣΤΟ Γ΄ ΚΠΣ ΚΑΙ ΣΤΟ ΕΣΠΑ	40

1. ΜΙΑ ΝΕΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ: Η ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗΣ ΤΩΝ ΞΕΝΩΝ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Η Ελλάδα διαθέτει κάποια συγκριτικά πλεονεκτήματα, τα οποία εκλείπουν από τις γειτονικές της χώρες ή άλλα κράτη-μέλη της ΕΕ. Είναι όμως ικανά να συμβάλλουν στην αλλαγή της θέσης της διεθνώς τόσο σε πολιτικό όσο και σε οικονομικό επίπεδο. Ειδικότερα:

α) Δεν επιδιώκει την **πολιτική της διείσδυση** μέσω της οικονομικής συνεργασίας. Αυτό το στοιχείο, που της δίνει το πράσινο φως για την οικονομική της επέκταση στις τρεις βασικές γεωγραφικές ζώνες της περιοχής μας (των Βαλκανίων, του Εύξεινου Πόντου και των Αραβικών κρατών) και την Κίνα, είναι ένα σημαντικό ανεκμετάλλετο πλεονέκτημα. Η ιστορία της χώρας παίζει συχνά ενδιαφέροντα ρόλο στο πλαίσιο της προσέγγισης αυτής.

β) Ως το παλαιότερο κράτος-μέλος της ΕΕ στην περιοχή της Νοτιοανατολικής Μεσογείου μπορεί να αποτελέσει ένα **σημαντικό σύνδεσμο** όλων των κρατών των τριών προαναφερθεισών ζωνών με την ΕΕ και την διεθνή ξένη επενδυτική δραστηριότητα.

Τα δυο αυτά στοιχεία σε συνδυασμό με μια εθνική πολιτική εξωστρέφειας είναι δυνατό:

1) να συμβάλλουν στην ενίσχυση της πολιτικής της θέσης στις ανωτέρω ζώνες. (Αρμοδιότητα του Υπ. Εξωτερικών και του Υπ. Οικονομίας και Οικονομικών),

2) να αλλάξουν το οικονομικό προφίλ της χώρας, να οδηγήσουν στην αύξηση των **εξαγωγών της**, να προσελκύσουν **ξένους επενδυτές που θα την θεωρούν ως ‘ορμητήριο’ για τις τρεις προαναφερθείσες ζώνες. Το τελευταίο θα την μετατρέψει σε ένα οικονομικό κέντρο.** (Αρμοδιότητα του Υπ. Ανάπτυξης και του Υπ. Οικονομίας και Οικονομικών). Η **Κίνα** εντάσσεται μόνο στην πολιτική εκείνη που αφορά στην ανάπτυξη των εξαγωγών αγαθών και υπηρεσιών (τουρισμού, ναυτιλίας).

Για το σκοπό αυτό χρειάζεται, μια συστηματική ανάπτυξη των πολιτικών της σχέσεων με τις προαναφερθείσες χώρες μέσω:

- α) της *οικονομικής διπλωματίας* και
- β) μιας *νέα πολιτική εξωστρέφειας υπέρ των ελληνικών επιχειρήσεων:*

1.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΠΛΩΜΑΤΙΑ

Ως προς το πρώτο σκέλος, οι ακόλουθες ενέργειες θα μπορούσαν να εξυπηρετήσουν τους στόχους τη οικονομικής διπλωματίας. Αναλυτικότερα:

- 1) Ενδείκνυται η **συστηματική και συνεχής** προσπάθεια με σκοπό την όλο και μεγαλύτερη σύσφιξη των πολιτικών σχέσεων Ελλάδας και των χωρών αυτών (των εν λόγω ζωνών και της Κίνας) μέσω της οικονομικής διπλωματίας. Έτσι π.χ μπορεί να οργανώνονται **ετήσιες συναντήσεις** ανά ζώνη (Βαλκάνια, Παραεuxeίνιες χώρες και Αραβικές) επιχειρηματιών και πολιτικών στην Ελλάδα, με σκοπό τη διεύρυνση των εμπορικών σχέσεων και την όλο και μεγαλύτερη πολιτική προσέγγιση. Αυτές οι συναντήσεις

μπορούν να συνδυάζονται με συζητήσεις για θέματα πολιτικού περιεχομένου (διμερών διενέξεων των εν λόγω χωρών) με προτάσεις για περαιτέρω συνεργασία ΕΕ και των ζωνών αυτών, με κλαδικές εκθέσεις προϊόντων κ.ά. Μια τέτοια δράση, θα μπορούσε να οδηγήσει στην πρόσφατη προσέγγιση Ισραήλ-Συρίας μέσω της Ελλάδας και όχι μέσω της Τουρκίας. Στο πλαίσιο αυτής της πολιτικής μπορούμε να αξιοποιήσουμε τις επιλογές της Κίνας, κατά τις οποίες η Ελλάδα θεωρείται σταθμός των δικών της προϊόντων.

- 2) Στο πλαίσιο της προσπάθειας αυτής θα ενταχθούν και οι επισκέψεις του **Προέδρου της Δημοκρατίας** στις εν λόγω χώρες. Οι τελευταίες θα οδηγούν στην υπογραφή πρωτοκόλλων συνεργασίας Ελλάδας – χωρών των τριών ζωνών. Το ζητούμενο βέβαια στην περίπτωση αυτή είναι η συνέχιση των όσων θα προβλέπονται από τις εν λόγω συμφωνίες, γεγονός στο οποίο η χώρα παρουσιάζει ένα κενό. Οι ανωτέρω ετήσιες συναντήσεις μπορούν αν συμβάλλουν τόσο στη διαμόρφωση αυτών των πρωτοκόλλων συνεργασίας όσο και στην εφαρμογή τους (το δεύτερο είναι το πιο σημαντικό).
- 3) Να μετατραπούν διάφορα λιμάνια της χώρας σε μεγάλα κέντρα **Logistics**, (που θα εξυπηρετούν τις εγχώριες εξαγωγικές επιχειρήσεις και τους ξένους επενδυτές) ή σε **χώρους φρεσκαρίσματος των εξαγομένων προϊόντων** των χωρών των τριών αυτών ζωνών προς την ΕΕ εξυπηρετώντας έτσι όλη την περιοχή των Βαλκανίων-Εύξεινου Πόντου, τις Αραβικές χώρες και την Απω Ανατολή.

Οι τρεις αυτές ενέργειες, σε συνδυασμό με άλλα μέτρα υπέρ μιας πολιτικής εξωστρέφειας (βλ ακολούθως), είναι δυνατό να προσελκύσουν **ξένες επενδύσεις** στην παραγωγή και στις υπηρεσίες. Αυτό θα γίνει αν πειστούν οι ξένοι επενδυτές ότι η Ελλάδα είναι ένας πολιτικά ασφαλής δίαυλος προς τις χώρες των τριών αυτών ζωνών, οπότε αξίζει να επενδύσουν εδώ διακινώντας έτσι τα εμπορεύματά τους μέσα από τη χώρα μας.

1.2 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ ΥΠΕΡ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Βλέπε επόμενους τίτλους: **2.- Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ και 3.- ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΥΠΕΡ ΤΩΝ ΜΜΕ: ενότητα 3.3 - ΜΕΤΡΑ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΜΜΕ.** Μέρος των μέτρων αυτών αφορά στο Υπουργείο Ανάπτυξης και ειδικότερα στο Επιχειρησιακό πρόγραμμα της «Ανταγωνιστικότητας», όπως και στον επενδυτικό Νόμο

2. Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ

Η πολιτική της εξωστρέφειας οφείλει να είναι ο πρώτος στρατηγικός στόχος της οικονομικής πολιτικής της χώρας. Ένα σύνολο μέρων υπέρ μιας σύγχρονης πολιτικής της εξωστρέφειας αφορά στο Υπ. Ανάπτυξης και ειδικότερα το Επιχειρησιακό πρόγραμμα «ανταγωνιστικότητα». Για το λόγο αυτό ασχολούμαστε εδώ και με την πολιτική της εξωστρέφειας.

2.1 ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ

- Οι Ελληνικές εξαγωγές είναι **δυσανάλογα μικρές** σε σχέση με το μέγεθος του ΑΕΠ της χώρας. Η Ελλάδα εξάγει προϊόντα αξίας τρεις φορές λιγότερο από ότι η Πορτογαλία, ενώ η Ιρλανδία, η Αυστρία, η Δανία και η Φιλανδία εξάγουν αντίστοιχα ένδεκα, δέκα, επτά και έξι φορές περισσότερο από ότι η χώρα μας.
- Η χώρα εξάγει μεγάλες ποσότητες προϊόντων μιας **μέσης ή χαμηλής τεχνολογικής** έρευνας (τρόφιμα, κλωστοϋφαντουργικά, ενδύματα, πετρελαιοειδή, χημικά προϊόντα, ορυκτά μεταλλικά ή μη) ενώ οι εξαγωγές της σε ηλεκτρομηχανικό εξοπλισμό δεν ξεπερνούν το 10% του συνόλου των εξαγωγών της. Αξίζει να σημειωθεί ότι η σύγχρονη βιομηχανία στη χώρα μας (τηλεπικοινωνίες, κλπ) ανέτειλε μετά την ένταξη της χώρας στην ΕΟΚ και την λήξη των μέτρων προστασίας της Ελληνικής βιομηχανίας.
- Ο βαθμός διεθνοποίησης της εγχώριας παραγωγής όπως και του εμπορίου είναι ακόμα χαμηλή. Οι ταυτόχρονες ανταλλαγές ιδίων προϊόντων διακρίνουν μόνο κάποια παραδοσιακά προϊόντα μόνο (τρόφιμα, ένδυση) ενώ είναι ιδιαίτερα χαμηλές στα προϊόντα της ηλεκτρομηχανικής. Η αδυναμία αυτή προσδιορίζει από την πλευρά της και τις θετικές προοπτικές της χώρας μας στο υπό εξέταση ζήτημα.
- Οι δαπάνες για τεχνολογική έρευνα δεν έχουν δημιουργήσει ακόμα εκτεταμένα δυναμικά συγκριτικά πλεονεκτήματα στα προϊόντα εκείνα στα οποία αναφέρονται, παρά τη πρόσφατη βελτίωση του εμπορικού ισοζυγίου στα τεχνολογικά προηγμένα προϊόντα
- Οι Ελληνικές εξαγωγές κερδίζουν έδαφος σε αγορές χαμηλού βιοτικού επιπέδου (Βαλκάνια) χάνοντας ταυτόχρονα έδαφος από τις αγορές της Κοινότητας. Από την άλλη πλευρά οι εξαγωγείς μας δεν δραστηριοποιούνται επαρκώς στις αγορές τις οποίες μονοπωλούν η Τουρκία και η Κορέα (π.χ Παραεύξεινες χώρες).
- Ο ακόμα ανεπαρκής βαθμός της τυποποίησης και η ακατάλληλη συσκευασία έρχονται να προστεθούν στους παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά τις εξαγωγές.

Η στενή συνεργασία τους κράτους με τους παραγωγούς, εξαγωγείς και ξένους επενδυτές, αποτελεί παράγοντα ικανό να λειτουργήσει υπέρ της εξωστρέφειας της οικονομίας.

2.2 ΜΕΤΡΑ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

Το τρίπτυχο, **διάχυση της γνώσης – πληροφοριών, της παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών και της ενίσχυσης των ΜΜΕ με ανθρώπινο κεφάλαιο** και με κάθε άλλο τρόπο, με τη βοήθεια του οποίου, εκτός των άλλων, εξοικονομούνται και χρηματικοί πόροι στις ΜΜΕ, αποτελούν το υπόβαθρο στο οποίο οφείλει να αναπτυχθεί η πολιτική της εξωστρέφειας της χώρας. Κύριοι φορείς υλοποίησης της πολιτικής της εξωστρέφειας είναι το ΥΠΕΞ και ο ΟΠΕ. Αυτή μπορεί να βασίζεται στους ακόλουθους άξονες με βασικούς αποδέκτες τις ΜΜΕ

- Στην ενίσχυση του θεσμού των *Διμερών Επιχειρηματικών Συμβουλίων*, (π.χ *Ελληνοουκρατικό, Ελληνολιβανικό, ένα με μέλη επιχειρηματίες στην Ελλάδα και το δεύτερο στη συμβαλλόμενη χώρα*) με σκοπό την άμεση, αποτελεσματικότερη και ταχύτερη και με χαμηλό κόστος επαφή των ενδιαφερομένων επιχειρηματιών στις ξένες αγορές όπου τα δίκτυα επικοινωνίας δεν είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένα. Συντονιστικό ρόλο εδώ καλείται να παίξει ΟΠΕ. Το όλο δε προτεινόμενο σύστημα επικοινωνίας θα βρίσκεται υπό την αιγίδα του ΥΠΕΞ. Ο ΟΠΕ οφείλει να επιδιώκει την ευρύτερη συνεργασία με Επιμελητήρια, Συνδέσμους Βιομηχανιών και άλλους φορείς της χώρας στο πλαίσιο της λειτουργίας, σε επιχειρησιακό και διοικητικό επίπεδο, των εν λόγω Διμερών Συμβουλίων. Με τον τρόπο αυτό εξοικονομούνται σοβαροί πόροι στις ΜΜΕ και οικοδομείται ένας μόνιμος πόλος επικοινωνίας. Τέλος ο μηχανισμός αυτός αποτελεί ένα σοβαρό εργαλείο στο πλαίσιο της οικονομικής διπλωματίας επιβοηθώντας την Κυβέρνηση. Ειδικότερα, καθώς οι ενδιαφερόμενοι επιχειρηματίες κάθε τέτοιου Συμβουλίου, γνωρίζουν τις ευκαιρίες που προσφέρει κάθε ξένη χώρα, μπορούν να συμβάλλουν στη διαμόρφωση των όποιων Μνημονίων συνεργασίας ή Πρωτοκόλλων υπογράφονται σε διμερές επίπεδο.
- Στην λειτουργία μιας υπηρεσίας **One stop Shop** με σκοπό την επίλυση των σχετικών με τις εξαγωγές προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι εξαγωγείς μας. Στην ανάπτυξη **ομάδων εργασίας** (που θα λειτουργούν υπό τη μορφή ενός ανοικτού forum) με αντικείμενο τη συζήτηση και επίλυση των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι εξαγωγείς και τη χάραξη νέων μέτρων πολιτικής υπέρ του εξωτερικού εμπορίου. Κεντρικός συντονιστής στο θέμα αυτό είναι ο ΟΠΕ. Έτσι περιορίζεται η γραφειοκρατία και οι καθυστερήσεις επίλυσης των όποιων προβλημάτων αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ.
- Στη δημιουργία ενός **μητρώου συμβούλων επιχειρήσεων** στον ΟΠΕ σε θέματα εξαγωγικών διαδικασιών, που σκοπό θα έχουν την καθοδήγηση των ΜΜΕ στις ξένες αγορές. Η πρωτοβουλία απευθύνεται, σε άτομα (επιστήμονες, εμπειρογνώμονες ή επαγγελματίες), και σε εταιρίες συμβούλων επιχειρήσεων που επιθυμούν να θέσουν τις δεξιότητες και τις γνώσεις τους στη διάθεση των Μικρομεσαίων επιχειρήσεων της χώρας, που επιθυμούν να επεκταθούν στις ξένες αγορές συμβάλλοντας έτσι αποφασιστικά στην προσπάθεια διεύρυνσης του ζωτικού τους χώρου. Η αμοιβή των συμβούλων αυτών θα είναι συνάρτηση των επιδόσεων τους (εξαγωγών) στις ΜΜΕ. Ο συντονιστής αυτής της δράσης θα φέρει σε επικοινωνία την προσφορά (τους εν λόγω συμβούλους) και τη ζήτηση (τις ΜΜΕ) και θα λειτουργεί σε συνεργασία με τους συλλογικούς φορείς της

χώρας (Επιμελητήρια) μέλη των οποίων είναι οι ΜΜΕ. Αποτελεί μέτρο εκμετάλλευσης του ανθρωπίνου κεφαλαίου της χώρας.

- Το προαναφεθέν εισάγει την ανάγκη της **συνεχούς επικοινωνίας-συνεργασίας** των φορέων της Κυβέρνησης που ασχολούνται με την πολιτική της εξωστρέφειας (ΥΠΕΞ-ΟΠΕ) με όλους τους συλλογικούς φορείς της χώρας. Ο μηχανισμός των «**Αντενών ΟΠΕ**», που σύμφωνα με τον οποίο σε κάθε Επιμελητήριο της χώρας είχε οριστεί ένας υπάλληλος για να επικοινωνεί με τον ΟΠΕ, και ήταν αποδέκτης των πληροφοριών που έστελνε ο ΟΠΕ προς τα Επιμελητήρια και ακολούθως διαβίβαζε προς τον ΟΠΕ όλα τα αιτήματα των μελών των Επιμελητηρίων σχετικών με τις εξαγωγές, αποτελεί μια μορφή αποτελεσματικής επικοινωνίας υπέρ τις ΜΜΕ.
- Στην παρακολούθηση και καθοδήγησή των ΜΜΕ μέσω **εξαγωγικών σχεδίων δράσης** α) ανά κλάδο ανά χώρα υποδοχής στις ξένες αγορές (δηλ. παρουσίαση γενικών κατευθύνσεων) β) ανά εταιρία μετά από αίτημά της. Οι σύμβουλοι των επιχειρήσεων σε θέματα εξαγωγικών διαδικασιών και ο ΟΠΕ αποτελούν τους βασικούς πόλους αυτής της δράσης, η οποία μπορεί να παρακολουθείται και με ηλεκτρονικό τρόπο μέσω της ιστοσελίδας του ΟΠΕ. Οι γνώσεις και τις πληροφορίες, που θα παράγονται στο χώρο αυτό, θα διαχέονται μέσω των «**Αντενών ΟΠΕ**», στα μέλη των Επιμελητηρίων τους, που δεν διαθέτουν ηλεκτρονική διαδίκτυωση. Αποτελεί προσφερόμενη υπηρεσία, που κάτω από άλλες συνθήκες είναι ιδιαίτερα δαπανηρή για τις ΜΜΕ.
- Στην ανάπτυξη ενός **συστήματος άσκησης αποφοίτων** στις Πρεσβείες του Εξωτερικού, στο πλευρό των εμπορικών ακολούθων. Μετά την άσκηση αυτή (5 μήνη), οι ασκούμενοι θα τοποθετούνται σε ΜΜΕ, σε συνεργασία με τα Επιμελητήρια της χώρας και θα παρέχουν τις υπηρεσίες τους εκεί, στο πλαίσιο επιδοτούμενου από το Υπ. Εργασίας προγράμματος για 3 μήνες. Εκτιμάται ότι το μέτρο αυτό θα συμβάλει α) στη βελτίωση της απασχόλησης και β) στην άμεση ωφέλεια των ΜΜΕ σε θέματα εξαγωγικής πολιτικής. Αποτελεί μέτρο αξιοποίησης του ανθρωπίνου κεφαλαίου της χώρας.
- Στην ανάπτυξη ενός ευρύτερου επιμορφωτικού προγράμματος με αντικείμενο το **εξαγωγικό μάρκετινγκ** και τη **δημιουργία εξαγωγικών σχεδίων δράσης** και **e-business** τόσο α) για άνεργους επιστήμονες όσο και για β) για στελέχη επιχειρήσεων συμπεριλαμβανομένων και των ιδιοκτητών της επιχείρησης (μέσω των προγραμμάτων ΟΑΕΔ/ΛΑΕΚ). Η πρακτική άσκηση τους σε ΜΜΕ που επιδιώκουν να επεκταθούν σε ξένες αγορές, θα συνεχίζεται μετά το πέρας των επιμορφωτικών σεμιναρίων. Αποτελεί μέτρο αξιοποίησης του ανθρωπίνου κεφαλαίου της χώρας.
- Στην ενίσχυση των ΜΜΕ με σκοπό τη **συμμετοχή τους σε διεθνείς εκθέσεις**, όχι μέσω άμεσης επιδότησης αλλά μέσω φορολογικών κινήτρων (π.χ. αφαίρεση από το σκέλος των εξόδων τους, του **διπλασίου** ποσού που δαπάνησαν – δαπάνες χωρίς παραστατικά - για τη μεταφορά, τη διαμονή του συμμετέχοντος προσωπικού την καταβολή πληρωμών για ενοικίαση του περιπτέρου και άλλων σχετικών δαπανών που θα προσδιοριστούν με ακρίβεια) με σκοπό τη συμμετοχή τους σε μια Διεθνή Έκθεση του εξωτερικού.
- Την δημιουργία **κάρτα εξαγωγέα** σε ΜΜΕ που εξάγουν το 50% της συνολικής παραγωγής τους και ειδικών φορολογικών ελαφρύνσεων (π.χ. έκπτωση 3% από τον καταβαλλόμενο φόρο επί των κερδών, μη πραγματοποίηση ελέγχων από τις

ΔΟΥ, υπό την προϋπόθεση ότι καταβάλλεται κανονικά το ΦΠΑ του και δεν διαπιστώνεται η ύπαρξη πλαστών τιμολογίων), αποτελούν κίνητρο υπέρ της εξωστρέφειας.

- Στην αποδοχή ενός ποσοστού επί των εξαγωγών ως δαπανών **χωρίς παραστατικά** (για όλες τις επιχειρήσεις). Π.χ για εξαγωγές έως 1 εκ ευρώ, να προβλεφθεί 1% δαπάνες χωρίς παραστατικά, για εξαγωγές από 1-2 εκ. ευρώ το αντίστοιχο ποσοστό να είναι της τάξης του 0.70% και για άνω των 2 εκ. ευρώ, 0.50% αντίστοιχα
- Ενίσχυση **συγκεκριμένων δράσεων προώθησης** των εξαγωγών , π.χ ενίσχυση της συνδυασμένης προβολής και προώθησης του ελληνικού τουρισμού, των ελληνικών προϊόντων & της ελληνικής κουζίνας.
- Δημιουργία στο εξωτερικό καταστημάτων με **ελληνικά μόνο τρόφιμα, γλυκά κλπ** (Greek delicatessen corners)
- Πολιτική ενίσχυσης (μέσω της διάχυσης της πληροφόρησης και δημιουργίας καναλιών επικοινωνίας ή/και κάποιων μέτρων φορολογικού χαρακτήρα υπέρ του εργολάβου που προσφέρει μεγάλο ποσοστό, άνω του 50%, της προστιθέμενης αξίας των παραγομένων προϊόντων του σε ΜΜΕ) της **βιομηχανικής υπεργολαβίας**, ιδίως στο χώρο των προϊόντων της ηλεκτρομηχανικής. Ως Βιομηχανική Υπεργολαβία θεωρείται η παραγωγή φυσικού προϊόντος που παράγεται με οδηγίες, σχέδια και για λογαριασμό βιομηχανικού εντολέα προκειμένου να το ενσωματώσει στο τελικό προϊόν του.(βλ . επίσης ΜΜΕ και πολιτική των κρατικών προμηθειών)
- **Μητρώο εξαγωγέων που τηρείται σε κάθε Επιμελητήριο.** Να καταργηθούν όλες οι διατάξεις του άρθρου 25 του Νόμου 3229/2004 αναφορικά με τους δεσμευτικούς όρους και προϋποθέσεις (επιταγές, ποινικό μητρώο) –πλην της εμπορίας ναρκωτικών, εκμετάλλευσης ανθρώπων κλπ με σκοπό την ένταξη ενός εξαγωγέα στο Μητρώο εξαγωγέων. Έτσι θα δημιουργηθεί ένα μητρώο με **πληροφοριακό χαρακτήρα μόνο.**

Να εισαχθεί στη σχετική νομοθεσία το ακόλουθο: Να επιβάλλεται ένα πρόστιμο της τάξης του 1/10 των εξαγωγών της παρτίδας εκείνης του που αντιμετώπισε πρόβλημα. Αν κατόπιν καταγγελίας διαπιστωθεί ότι ένας εξαγωγέας αθετεί τις υποχρεώσεις του που έχουν σχέση μόνο

- α) με την ποιότητα των εξαγομένων προϊόντων
- β) με την επικινδυνότητά τους και κάποιες άλλες σαφώς όμως προσδιορισμένες αδυναμίες,

Η καταγγελία θα εξετάζεται σε Επιτροπή στα Επιμελητήρια. Μέλη της Επιτροπής των Επιμελητηρίων θα είναι και εκπρόσωποι του Επιμελητηρίου και του ΥΠΟΟ και η το πρόστιμο θα είναι άμεσα καταβλητό.

Βλ. επίσης επόμενο τίτλο: **3.- ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΥΠΕΡ ΤΩΝ ΜΜΕ:** ενότητα 3.3- ΜΕΤΡΑ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΜΜΕ

3. ΜΕΤΡΑ ΥΠΕΡ ΤΩΝ ΜΜΕ (ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΗ)

Το κείμενο που ακολουθεί

A) μπορεί να χρησιμοποιηθεί στο πλαίσιο **ομιλιών - συνεντεύξεων** κατά τον προεκλογικό αγώνα, δίνοντας συγκεκριμένες λύσεις.

B) Οι λύσεις αυτές δείχνουν τον **υψηλό βαθμό της ετοιμότητάς μας**.

Γ) Απαντά στη κριτική κατά την οποία **«αναφερόμαστε σε μέτρα γενικόλογα, δεν έχουμε να προτάξουμε συγκεκριμένες πολιτικές κλπ»**.

Αποτελεί τη σύνθεση μιας μελέτης της ΕΕ στα **αγγλικά 7000 σελίδων**. Παρουσιάζονται αναλυτικότερα, μέτρα υπέρ των ΜΜΕ, που εφαρμόζονται σε άλλες χώρες της ΕΕ και που θα μπορούσαν να ενσωματωθούν είτε στον Επενδυτικό μας Νόμο είτε στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα» του Υπ. Ανάπτυξης.

Όλα ή τα περισσότερα από αυτά τα μέτρα μπορούν να εξυπηρετήσουν τις ανάγκες μιας περιφερειακής πολιτικής. Αυτό συχνά σημειώνεται (εκεί όπου έχει γραφεί το Π.Α). Στο τέλος κάθε παραγράφου σημειώνεται σε παρένθεση η χώρα εφαρμογής του μέτρου, που συναντήσαμε για πρώτη φορά κατά την ανάγνωση των κειμένων. Σημειώνεται τέλος ότι στα κείμενα που ακολουθούν έχουν αλλάξει κάποιιοι τίτλοι μέτρων των πρωτότυπων κειμένων. Επίσης έχουν σημειωθεί εμβόλιμα σκέψεις του συντάκτη, με σκοπό την προσαρμογή των μέτρων στα δεδομένα της χώρας. Σε κάποιες περιπτώσεις κρατήθηκαν οι πρωτότυποι τίτλοι. Κάποια μέτρα επαναλαμβάνονται, καθώς πολλές χώρες τα εφαρμόζουν, αλλά αυτό έγινε για λόγους σκοπιμότητας (έμφαση στα μέτρα).

ΔΕΝ σημειώνονται μέτρα για την καινοτομία, ενέργεια και το περιβάλλον καθώς είναι εκτός του αντικειμένου της ομάδας εργασίας για το εμπόριο-παραγωγή του Τομέα Ανάπτυξης. Σε κάποιες όμως περιπτώσεις επιλεκτικά σημειώνονται γιατί παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον. ΔΕΝ αναφέρονται επίσης μέτρα που έχουν σχέση με το χρηματοπιστωτικό μέρος της πολιτικής αυτής ούτε το φορολογικό (πλην εξαιρέσεων) γιατί δεν είναι αρμοδιότητα του Τομέα μας. ΔΕΝ αναφέρονται επίσης μέτρα που εφαρμόζονται στη χώρα μας. Τονίζονται όμως κάποια που υπάρχουν στο πλαίσιο της δικής μας πολιτικής αλλά ατονούν.

Το κείμενο χωρίζεται σε ενότητες 1^η ενότητα ΜΕΤΡΑ ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ-ΕΜΠΟΡΙΟ. 2^η ενότητα ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΔΟΧΗ ΤΩΝ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ. 3^η ενότητα ΜΕΤΡΑ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΜΜΕ 4^η ενότητα ΜΕΤΡΑ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΑΝΑΚΟΙΝΩΘΕΙ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟΠΟΙΗΘΕΙ.

3.1 ΜΕΤΡΑ ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ-ΕΜΠΟΡΙΟ.

Εκπαίδευση για εκμάθηση δημιουργίας επιχειρησιακού σχεδίου. Ιδιοκτήτες και στελέχη των ΜΜΕ. Επιχειρησιακό σχέδιο για προσδιορισμό νέων στόχων πλην του βασικού αντικειμένου της ΜΜΕ. 50% για το κόστος του επ. σχ. Και 70% για τη νέα επένδυση. SP

Χρηματοδοτήσεις για ανακαίνιση εμπορικών κέντρων και ανάπτυξη καταστημάτων σε εμπορικό κέντρο για τις ΜΜΕ μόνο βιοτεχνικές-χειροτεχνικές της περιοχής. SP

Επιχορήγηση μάρκετινγκ (μετρά και υπέρ ης περιφερειακής ανάπτυξης (Π.Α.). Ο στόχος της επιχορήγησης είναι να ενθαρρύνει τις ΜΜΕ μιας περιοχής να εμπορευτούν το προϊόν τους, να βοηθήσει δηλαδή τις μικρές επιχειρήσεις δηλ. κυρίως τους ιδιοκτήτες και διευθυντικά στελέχη (και όχι μόνο τους εργαζόμενους) με σεμινάρια μάρκετινγκ να δοκιμάσουν να προωθήσουν το προϊόν τους και να συνεργαστούν με νέους αγοραστές ή χονδρεμπόρους. UK

Υφιστάμενες εγκαταστάσεις (εγκαταλελειμμένα «κουφάρια»). Πολλές βιομηχανικές επιχειρήσεις κλείνουν και οι εγκαταστάσεις τους ερημώνονται. Να δημιουργηθεί ένα ΜΗΤΡΩΟ ανά Νομό εγκαταλελειμμένων κτηριακών εγκαταστάσεων με φωτογραφίες και το ιστορικό (σε ποιον ανήκει κλπ) από τις ΔΥΟ, μόλις ολοκληρωθεί η διαδικασία του κλεισίματος-εκκαθάρισης της εταιρίας. Ο ενδιαφερόμενος επενδυτής με τη βοήθεια των ΚΥΕ ή το ΕΛΚΕ αν πρόκειται για ξένη επένδυση, να μπορεί χωρίς γραφειοκρατικές διαδικασίες να αγοράσει το εν λόγω κτήριο (από τον ιδιοκτήτη ή την τράπεζα) και να αρχίσει την επένδυση του. Μια πιο προωθημένη μορφή αυτής της πολιτικής είναι η ακόλουθη: Με το κλείσιμο της εταιρίας και την ολοκλήρωση των σχετικών φορολογικών ελέγχων, ΙΚΑ κλπ ο επιχειρηματίας θα καταθέτει στη ΔΟΥ της περιοχής του τα λογιστικά του βιβλία. Αυτά θα μπορεί να πάρει ένας νέος επενδυτής, ο οποίος με τον τρόπο αυτό θα μπορεί σε μια ημέρα να ξαναοίξει την επιχείρηση και ακολούθως να προβεί σε ότι αλλαγές θέλει (άλλη ονομασία, άλλη μορφή επιχείρησης κλπ). Το παθητικό της επιχείρησης που έκλεισε δεν τον αφορά (όμοια ρύθμιση με τις προβληματικές) ή μπορεί να δοθεί ως φορολογικό όμως κίνητρο μόνο. UK

Δημόσιοι άγγελοι Συνταξιούχοι δημόσιοι υπάλληλοι (αξιοματούχοι) βοηθούν κατά την εκκίνηση των ΜΜΕ. F

Εμπόριο βιομηχανία (Π.Α). Επιχορήγηση για τη μίσθωση εξωτερικών εμπειρογνομόνων για συμβουλές business plan και θέματα περιβάλλοντος, ενέργειας κλπ σε συγκεκριμένες περιοχές. 40% συμμετοχή των επιχειρήσεων στο κόστος αυτό (60% του κράτους). Αφορά ΜΜΕ κάτω από 250 άτομα. Και τζίρο <40 εκατ. Ευρώ. NL

Πλάτων. Το διεθνές δίκτυο μικρών επιχειρήσεων Πλάτων περιλαμβάνει 32 επιχειρησιακά δίκτυα ΜΜΕ, που περιλαμβάνουν τις σχεδόν 7000 ΜΜΕ και 500 των μεγαλύτερων επιχειρήσεων της Ευρώπης. ΜΜΕ που απασχολούν μεταξύ 1 και 50 υπαλλήλων, οι οποίοι έχουν ολοκληρώσει την αρχική φάση ανάπτυξης και αντιμετωπίζουν τις προκλήσεις και τα ζητήματα που συνδέονται με την αύξηση και την επέκταση επιχείρησης. Ο Πλάτων είναι βασισμένος σε μια αρχή δικτύων με το οποίο οι μεγάλες επιχειρήσεις, γνωστές ως μητρικές εταιρείες, βοηθούν και υποστηρίζουν τις μικρές επιχειρήσεις στην περιοχή τους. Ο Πλάτων είναι ένα διετές πρόγραμμα ανάπτυξης ΜΜΕ που στοχεύει στη βοήθεια των διευθυντών ιδιοκτητών να αναπτυχθεί η ευρεία σειρά των διοικητικών δεξιοτήτων, των επιχειρησιακών συνδέσμων και της στρατηγικής διορατικότητας απαραίτητων να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους. NL

Γενικά, ενίσχυση περιφερειακών δικτύων επιχειρήσεων για την ενίσχυση της διευθυντικής ικανότητας των ΜΜΕ. Ανάπτυξη διευθυντικών-διοικητικών δεξιοτήτων. Διεθνή δίκτυα Μεγάλων και Μικρών. Τα διοικητικά στελέχη των μεγάλων (2 ανά μεγάλη) επιμορφώνουν τους μικρούς με σκοπό την ανάπτυξη των διευθυντικών τους ικανοτήτων (IRL)

Μεταφορά γνώσης στις ΜΜΕ. Πώς να συντάξουν ένα Business Plan μαζί με έναν φορέα ή έναν ειδικό εμπειρογνώμονα ή ένα επαγγελματικό ίδρυμα (παν/μιο). Αυτό καταλήγει στην εισαγωγή νέων δράσεων στην ΜΜΕ. NL

Μελέτες βιομηχανικού προγραμματισμού ΜΜΕ. Πρόγραμμα για να ενθαρρύνει τις βιομηχανικές μεγάλες εταιρίες να απασχολήσουν προσωρινά τους συμβούλους-διευθυντικά στελέχη ΜΜΕ για να τους επιμορφώσουν σε βέλτιστες πρακτικές κλπ να βελτιώσουν τις δεξιότητές τους και να τους βοηθήσουν λοιπόν στην στρατηγική αναθεώρηση των πολιτικών της επιχείρησής τους, του σχεδιασμού τους με απώτερο σκοπό την αύξηση της συμμετοχής τους στις αγορές. UK

Σύμβουλοι για το management κλπ. Με αυτήν την υπηρεσία βοηθούνται ιδιοκτήτες ΜΜΕ που θέλουν να αναπτυχθούν ή να αρχίσουν την δική τους επιχείρηση και θέλουν να προετοιμαστούν για να εισαγάγουν πραγματικές αλλαγές στην επιχείρησή τους. Η εισαγωγή νέων ιδεών ή η επίλυση των προβλημάτων των ΜΜΕ επιτρέπει στις επιχειρήσεις να οργανωθούν επιστημονικά και να κατακτήσουν νέες αγορές και να αυξήσουν τις πωλήσεις. Μέσω αυτής της υπηρεσίας οι επιχειρήσεις έχουν πρόσβαση σε ειδικούς συμβούλους για management, τεχνικές πωλήσεων, logistics και χρηματοδότησης. Συμβολή του προγράμματος κατά 50% της αμοιβής του συμβούλου (πτυχιούχου) για 1-2 χρόνια UK

Επιχειρησιακή σύνδεση - προσωπικοί επιχειρησιακοί σύμβουλοι. Αυτοί δίνουν επαγγελματικές συμβουλές με την παροχή προγραμμάτων δράσης και έχουν πρόσβαση σε ένα ευρύτερο δίκτυο υποστήριξης και συμβουλών. Στοχεύουν να παρέχουν επαγγελματικές συμβουλές προκειμένου να εντοπιστούν τα επιχειρησιακά προβλήματα. UK

Στιγμιαίος μυς (Instant Muscle) Πρόγραμμα με σκοπό τη βοήθεια των ανέργων (πτυχιούχων ή έμπειρων υπαλλήλων) και των μειονεκτούντων ανθρώπων με σκοπό την απασχόληση ή την αυτοαπασχόληση, τους μέσω μιας γρήγορης διαδικασίας υποστήριξης, κατάρτισης και παροχής συμβουλών. UK

Πρόγραμμα ΠΕΡΙΟΧΗΣ. Για να δοθεί στις επιχειρήσεις διαφόρων περιοχών η ευκαιρία να μάθουν τις πιο πρόσφατες αμερικανικές διοικητικές μεθόδους και μεθόδους παραγωγής, και να δημιουργήσουν ευκαιρίες για διμερές εμπόριο και για κοινοπραξίες και άλλες εμπορικές σχέσεις. Συμβάλει στην περιφερειακή ανάπτυξη. Επίσης επιδιώκει την προώθηση στρατηγικών συμμαχιών και επιχειρησιακές συνεργασίες μεταξύ των εγχωρίων και επιχειρήσεων χωρών που επιλέγει το Υπουργείο Εξωτερικών με σκοπό την εισαγωγή των ΜΜΕ στις νέες αγορές. UK

Γέφυρα επιχείρησης με επιχείρηση Οι μεγάλες επιχειρήσεις δίνουν στις ΜΜΕ πληροφορίες για να υπερνικήσουν οι δεύτερες τα ζητήματα ανάπτυξης τους και να προσδιορίσουν νέες ευκαιρίες για την επιχειρησιακή τους αύξηση. Στοχεύει στην

ενίσχυση του τομέα των ΜΜΕ σε συγκεκριμένες περιοχές με τη παροχή βοήθειας από τις μεγάλες επιχειρήσεις ιδιωτικού τομέα στις ΜΜΕ. UK

Συναντήσεις. είναι ένα ιδιαίτερα επιτυχές ενδοεπιχειρησιακό πρόγραμμα δικτύωσης που κανονίζει οι επιχειρηματίες των ΜΜΕ να συναντηθούν με άλλους επιχειρηματίες σε μια σειρά επισκέψεων μιας ημέρας. Το πρόγραμμα αυτό (JUKE) αναφέρεται σε επιχειρήσεις κάθε μορφής και δίνει την ευκαιρία στους επιχειρηματίες να μάθουν από την πείρα των μεγάλων επιχειρήσεων αιχμής. UK

Σχέδιο για την ανάπτυξη κατάρτισης για βιομηχανία, λιανικό εμπόριο, χονδρικό εμπόριο και κατασκευές. Εκτεταμένα προγράμματα βελτίωσης της εκπαίδευσης των επιχειρηματιών και επιχειρησιακών διευθυντών για να προσαρμοστούν στις ανάγκες της *Ενιαίας Αγοράς – παγκοσμιοποίησης*. AUS

Σχέδιο ίδρυσης επιχείρησης. Εμπειρογνώμονες βοηθούν τους επιχειρηματίες να στήσουν ένα επιχειρησιακό σχέδιο και να βοηθήσουν τις ΜΜΕ τους κατά τα πρώτα χρόνια της ίδρυσης μιας επιχείρησης. Ειδικό πρόγραμμα πληροφοριών για νέους επιχειρηματίες. AUS

Δεξαμενή ανώτερων εμπειρογνομόνων. Συνταξιούχοι πρώην επιχειρησιακοί διευθυντές ή εμπειρογνώμονες παρέχουν βραχυπρόθεσμη υποστήριξη για να λυθούν τα προβλήματα των ΜΜΕ. (Δίνουν γνώση, προγυμνάζουν, βρίσκουν λύσεις). 2-4 εβδομάδες. AUS

Επιχειρησιακή πύλη. Δίκτυο για νέους επιχειρηματίες, όπου μπορούν να βρουν τις επαφές με άλλους επιχειρηματίες, προμηθευτές, πελάτες και συνεργάτες. AUS

Πρόγραμμα ίδρυσης επιχείρησης Παρακολούθηση-συμβουλές από ένα φορέα της διαδικασίας ίδρυσης μιας ΜΜΕ (π.χ τα ΚΥΕ). 1^η φάση εγκατάσταση. Εξετάζεται η επιχειρηματική ιδέα. 2^η φάση προετοιμασιών. Αρχίζει η ίδρυση και παρέχονται διοικητικές συμβουλές όπως επίσης συμβουλές γραφειοκρατικού χαρακτήρα (τα χαρτιά που χρειάζονται) Εδώ το ΚΥΕ μπορεί να έχει κωδικοποιημένες πληροφορίες για τα χαρτιά που χρειάζονται ανά δραστηριότητα. Μπορεί να επιλύει το ίδιο τα προβλήματα που αναφέρονται ανάμεσα στην υπό ίδρυση ΜΜΕ και τις υπηρεσίες του Δημοσίου. Σε μια πιο προωθημένη μορφή τα ΚΥΕ μπορούν να γίνουν ένα one stop shop με σκοπό την ίδρυση μιας επιχείρησης (εμπορικής και βιομηχανικής). 3^η φάση πραγματοποίησης. Ο επιχειρηματίας αρχίζει μόνος τις δραστηριότητες. 4^η φάση εξέταση. Ο διοικητικός σύμβουλος εξετάζει την επιχείρηση στο πρώτο 12 μηνό. AUS

Ενεργειακός σύμβουλος βοηθά για εξοικονόμηση ενέργειας και κάνει τις σχετικές μελέτες (κατά το ΗΡΩΝ) και κατόπιν την επένδυση. AUS

Εκπαίδευση νέων επιχειρηματιών Με προσωπικό εκπαιδευτή ανά ΜΜΕ επιδιώκεται να βρεθούν οι κατάλληλες λύσεις σε θέματα προγραμματισμού ελέγχου ή χρηματοδότησης. (Αυτό-οργάνωση και καθοδήγηση υπαλλήλων). AUS

Ακαδημία νέων επιχειρηματιών Σεμινάρια σε μεγάλη έκταση σε νέους επιχειρηματίες για διοικητικές γνώσεις και δεξιότητες. AUS

Υποστήριξη σε ένα άτομο, που αποκλείστηκε από την εργασία. Επιδιώκει την αυτοαπασχόληση . Συνδρομή 5000 ευρώ F

Υποστήριξη στις εταιρίες τεχνών σε όλες τις φάσεις της ανάπτυξης (για λογιστικά, εξοπλισμό κλπ). F

Δίκτυα επιχειρήσεων. Δίνεται δωρεάν υποστήριξη στους νέους επιχειρηματίες από τους ήδη υφιστάμενους επιχειρηματίες μεγάλων επιχειρήσεων και τους διευθυντές τους, στο πλαίσιο μιας δικτυωμένης επικοινωνίας. F

Επιτροπή εκβιομηχάνισης. Ενημερώνει του πιθανούς επενδυτές για τις υφιστάμενες εγκαταστάσεις (βλ ακολούθως) και τις ευκαιρίες που προσφέρονται ανά περιοχή, δίνει τεχνική βοήθεια σε τοπικές επιχειρήσεις, κάνει έρευνα για συνεργάτες. Υποκινεί την ανάπτυξη (μέσω νέων ή υφιστάμενων επιχ. που θέλουν να αναπτυχθούν περισσότερο) στις λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές.(Πρόσθετος ρόλος στα ΚΥΕ) F

Διοικητική στρατολόγηση. Υποστηρίζει οικονομικά τις επιχειρήσεις να στρατολογούν διευθυντές για να αναπτυχθεί μια νέα λειτουργία της επιχείρησης με λιγότερους από 250 εργαζόμενους. F

Σύμβαση προσόντων. Υποστηρίζει την απασχόληση των νέων ηλικίας 16-25 ετών και υποστηρίζει το μισθό τους και την κατάρτιση τους. Στόχος η στρατολόγηση από ΜΜΕ νέων χωρίς προσόντα που ακολούθως επιμορφώνονται. F

Καινούργιο ξεκίνημα. Υποστήριξη των επιχειρηματιών (π.χ. από τα ΚΥΕ) που συναντούν δυσκολίες και να ευαισθητοποιήσει τους νέους δημιουργούς ή διαδόχους για τον κίνδυνο του επαγγέλματος, να επισημαίνει τις προοπτικές κλπ. F

Ξεκινήστε μια επιχείρηση. Πρόγραμμα που παρέχει α) εγγυήσεις για πρόσβαση στις πιστώσεις. Β) Ένα επιχειρηματικό διαβατήριο που καταγράφει τις φάσεις της επιχ. Λειτουργίας και διευκολύνει την πρόσβαση στη χρηματοδότηση. Γ)Εκπαίδευση 5 ημερών για να αρχίσει η επιχείρηση Δ) βραβεία αριστείας ανά έτος για την περισσότερο ελπιδοφόρα επιχείρηση. F

Συμβουλευτικές υπηρεσίες από πρώην διευθυντικά στελέχη σε ΜΜΕ σε θέματα όπως: Ηγεσία, μάρκετινγκ,.. Δημιουργία καταλόγου τέτοιων στελεχών. S

Υπηρεσίες ανά περιφέρεια. Έμφαση σε one stop shop σε όλες τις περιφέρειες (π.χ. τα ΚΥΕ ή τα Επιμελητήρια), σε θέματα σχετικά με την: εκμίσθωση γης για επένδυση-νέα κατασκευή και εκμετάλλευση υφιστάμενων ακινήτων, υποστήριξη για απόκτηση ακινήτων (σε ξένους), παροχή συμβουλών κάθε μορφής για φοροτεχνικά, δικηγόρους, αρχιτέκτονες, για τους εργαζόμενους. S

Προώθηση νέων επιχειρηματιών. Άρχη όλων η Επιμόρφωση- συμβουλευτικές υπηρεσίες σε θέματα όπως: «Πώς να γίνουν επιχειρηματίες», παροχή εγγράφων και πρώτη διαβούλευση (2-5 ώρες) για τον καθορισμό των δράσεων που πρέπει να ληφθούν με σκοπό το άνοιγμα μιας εταιρίας, workshop “ Για την εκκίνηση μιας επιχείρησης». Συμβουλές για την κατάρτιση ενός επιχειρηματικού σχεδίου. S

Ισπανία, όπως και η Ιταλία. Όλα τα τομεακά μέτρα έχουν περιφερειακό χαρακτήρα και αφορούν λοιπόν συγκεκριμένες περιοχές. Γενικά σε προγράμματα περιφερειακή ανάπτυξης και τομέων η χρηματοδότηση φθάνει το 40-70%

Προτεραιότητες σε τομείς με τοπικό ενδιαφέρον. Επιχορηγήσεις για δημιουργία θέσεων εργασίας, προαγωγή διοικητικών δεξιοτήτων, management, επιχειρησιακή κουλτούρα και ανάπτυξη R+D για ανάπτυξη MME σε ηγετικούς τομείς των περιοχών. 30% αυτοχρηματοδοτούμενο. SP

Βοήθεια σε MME σε κρίση. Επιχορηγήσεις για νέες επενδύσεις, για σχέδια σταθεροποίησης και ανασυγκρότησης. + εγγυήσεις για δάνεια και φορολογικές εκπτώσεις. SP

Marketing και δίκτυο διανομής. Δυο ή περισσότερες MME συνεργάζονται με σκοπό την προσέγγιση νέων εθνικών και διεθνών αγορών (Δημιουργία δικτύου διανομών και πολιτική marketing). Χρήση εξωτερικού συμβούλου. Επιχορήγηση για MME 55%. SP

Ανάπτυξη συνεργασιών νεαρών ατόμων (πτυχιούχων) κάτω των 30 ετών για δημιουργία MME που θα δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας με 3.000 για κάθε νέα θέση. (αγορά τεχνολογικού εξοπλισμού εντός του προγράμματος). SP

Νέοι πτυχιούχοι Πρόγραμμα εισαγωγής τους σε MME (για ανάπτυξη τεχνικών marketing, Management, Logistics) με λιγότερους από 60 άτομα. Πρόσληψη για 1 έτος και επιδότηση 50% του μισθού τους. SP

Κίνητρα για χειροτεχνικές βιομηχανίες και ανάπτυξη παραδοσιακών επαγγελμάτων υπό εξαφάνιση. Επιχορηγήσεις για ενθάρρυνση επενδύσεων (σε πάγιο εξοπλισμό) για περαιτέρω εμπορευματοποίηση της παραγωγής, για ενσωμάτωση νέας τεχνολογίας, βελτίωση σχεδιασμού των προϊόντων και προαγωγή καλλιτεχνικών εργαστηρίων (παραδοσιακά επαγγέλματα όπως οι γυνάδες κλπ), Επιχορηγήσεις: 40% για αγορά παγίων 60% για συμμετοχή σε εκθέσεις, διαφημίσεις και 60% για εκπαίδευση. SP

Χρηματοδότηση συνεργασίας μεταξύ MME μιας τοπικής αγοράς σε επίπεδο, εμπορίου και διανομής των προϊόντων τους. SP

Ενίσχυση αυτοαπαχόλησης με χρηματοδότηση ανέργων (πτυχιούχων) για να ξεκινήσουν δική τους επιχείρηση. Κάλυψη 100% του κόστους μελέτης και 50% της επένδυσης και επιμόρφωση σε θέματα επιχειρησιακής πρακτικής πριν την εκκίνηση. SP

MME με μειωμένο μέγεθος (κάτω από 5 εκατ ευρώ). Μείωση φορολογικού βάρους. SP

Κατάρτιση Διευθυντών – ιδιοκτητών και νέων επιχειρηματιών. Για καλύτερη διαχείριση των MME το κράτος μισθώνει ειδικούς εμπειρογνώμονες τους τοποθετεί στις MME και αυτοί προσφέρουν γνώσεις στους επιχειρηματίες και εμπειρία,

προσδιορίζοντας παράλληλα τις ευκαιρίες της αγοράς. Στήριξη της αυτοαπασχόλησης με τον τρόπο αυτόν. I

Επιχειρήσεις νέων ατόμων. Βοήθεια νέους που έχουν μια καλή επιχειρηματική ιδέα και αρκετά χρήματα. Κατάθεση αίτησης με όλα (μελέτες σκοπιμότητας, έδαφος, εργασίες οικοδόμησης, μηχανήματα, διπλώματα ευραυτεχνίας) κλπ Χρηματοδοτείται και η μελέτη σκοπιμότητας. Επιχορήγηση 10% των επενδύσεων. Μέτρο Περιφερειακής ανάπτυξης I

Χειροτεχνικές δραστηριότητες Μέτρα υπέρ του περιβάλλοντος, εξοικονόμησης ενέργειας, και εκσυγχρονισμού της παραγωγής δηλ. αγοράς μηχανών). Χρηματοδότηση για μείωση του κόστους εκκίνησης τους I

Ταμείο για την τέχνη (Π.Α). Σκοπός τη δημιουργία και στήριξη των επιχειρήσεων με αντικείμενο την τέχνη (βιομηχανίες, υπηρεσίες). Ενίσχυση για τον εκσυγχρονισμό των εργαστηρίων, αγορά μηχανημάτων και εξοπλισμού. Αποδέκτες μεμονωμένες ΜΜΕ, συνεταιρισμοί, κοινοπραξίες. I

Logistics (Π.Α). Ενίσχυση αποθηκών (εγκαταστάσεις και μηχανήματα) I

Ανάπτυξη ιστορικών κέντρων και του εμπορίου που αναπτύσσεται εκεί με επιχορηγήσεις για ανακαίνιση του χώρου και εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων που είναι εκεί εγκατεστημένες. I

ISO 9000 και ISO 14000 Ενίσχυση για ανάπτυξη διαδικασιών πιστοποίησης. I

Logistics. Αλλαγή προγραμμάτων που οδηγούν σε υψηλότερη αποδοτικότητα των οχημάτων μεταφορών, με σκοπό τη μείωση των χιλ. αποστάσεων, καυσίμων κλπ. NL

Ταμείο για τη γνώση (Π.Α). Χρηματοδότηση νεοσύστατων εταιριών (του ενοικίου τους) στη πρώτη φάση της ανάπτυξης που θέλουν αν προσφέρουν καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες. NL

Μεταφορά διευθυντών. Ολλανδικό όνειρο. Στόχος είναι να διευκολυνθούν 100 διευθυντές ετησίως από τις επιχειρήσεις που κλείνουν και να γίνουν επιχειρηματίες. Κατάρτιση, εξατομικευμένο πρόγραμμα και διαδικτύωση τους με άλλες ΜΜΕ. NL

Μεταφορά γνώσης σε ΜΜΕ Μίσθωση ενός πτυχιούχου (Management, στρατηγική εξαγωγών κλπ) για τουλάχιστον ένα έτος. Αυτός έχει και συμβουλευτική υποστήριξη από άλλους οργανισμούς. NL

Τυχαία χρέη για τις ΜΜΕ που ξεκινούν. Βοήθεια με σκοπό τη βελτίωση της οικονομικής κατάστασης μιας νεοσύστατης ΜΜΕ λόγω απροσδόκητων γεγονότων κατά το ξεκίνημα της. NL

Επιχειρηματική φωλιά. Γραφεία υποστήριξης (τεχνική βοήθεια και συμβουλές) νέων πτυχιούχων επιχειρηματιών από 18-35 με σκοπό την ανάπτυξη / ξεκίνημα μιας επιχείρησης (μόνο για το πρώτο έτος λειτουργίας της) P

Υπηρεσία βοήθειας για ίδρυση νέων επιχειρήσεων. Σε 20 ημέρες ολοκληρώνεται η έγγραφη .Το σχετικό γραφείο παρέχει πληροφορίες και υποστήριξη στις υπό ίδρυση ή υπό διάλυση εταιρίες. (Αυτά μπορεί να τα αναλάβουν τα KYE) P

Υποστήριξη βιομηχανίας μόδας. Βελτίωση δημιουργικότητας των σχεδιαστών και επιχειρηματικού πνεύματος Προώθηση συνεργασιών σχεδιαστών και βιομηχανιών υπέρ της εξωστρέφειας. P

Περιφερειακή ανάπτυξη Επιχορηγήσεις για επενδύσεις σε κτήρια, εξοπλισμό, για ανάπτυξη συγκεκριμένων προϊόντων (κλασική πολιτική) και κατάρτιση με σκοπό την επέκταση των MME SD

Μαθήματα για νέες (για το ξεκίνημα) και υπάρχουσες MME SD

Επιχειρησιακός ALMI συνεργάτης. Ο σύμβουλος αυτός παρέχει πληροφορίες σε MME που θέλουν να αναπτυχθούν. Ειδικό πρόγραμμα για γυναίκες SD

Επιχορηγήσεις για νέες θέσεις (μακρόχρονης) εργασίας στο πλαίσιο επέκτασης της MME (καλύπτει αρχικές δαπάνες). SD

Επιχειρησιακοί άγγελοι. Ιδιωτικοί επενδυτές, που έχουν πουλήσει την επιχείρησή τους και παρέχουν όχι μόνο δεξιότητες για χρηματοδότηση (στο αρχικό στάδιο της επένδυσης) αλλά και εμπειρία. SD

Επιχορήγηση για αγορά μηχανών και εργαλείων που απαιτούνται για τα άτομα για ειδικές ανάγκες. SD

Quick information Πρόγραμμα πληροφοριών για τη ζήτηση στο εξωτερικό. Προσδιορισμός ευκαιριών για τους εξαγωγείς. CZ

Κέντρο πληροφορίας Βοηθά τις επιχειρήσεις να βρουν επιχειρηματικό συνεταιίρο στη χώρα δίνοντας πληροφορίες για το επιχειρηματικό περιβάλλον. Ισχυροποίηση των δεσμών των επιχειρήσεων. CZ

Από Κοινού έρευνα στα παραδοσιακά προϊόντα (κεραμικά, ρούχα κλπ) . Συνεργασία 2-3 επιχειρήσεων στο ίδιο ινστιτούτο ερευνών.CZ

Πρόγραμμα ανάπτυξης προμηθευτών. Βοηθά στο να γίνονται συναντήσεις μεταξύ ξένων πολυεθνικών και εγχωρίων παραγωγών. Βελτίωση των δεσμών τους που οδηγεί σε συνεργασία και στη διάχυση της γνώσης από τις πολυεθνικές στις MME (Υπεργολαβία) CZ

Επιχειρησιακές υπηρεσίες. Ενισχύει τις MME στο ξεκίνημα τους καλύπτοντας τις ανάγκες τους με διάφορους εμπειρογνώμονες(επιχειρησιακά σχέδια, διαβούλευση για διαχείριση κλπ) , με επιμόρφωση κλπ FIN

Κατάρτιση για το πώς να ιδρύσουν μια επιχείρηση και πώς να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα που αντιμετωπίζονται (για ανώτατα στελέχη και αφεντικά). FIN

Κατάλογος Συμβούλων. Για άμεση υποστήριξη των ΜΜΕ για διοικητικές συμβουλευτικές υπηρεσίες, για ανάπτυξη συνεργασίας με άλλες εταιρίες, για διαδικτύωση, για συμβουλές για τις ξένες αγορές. FIN

Σχεδιασμός προϊόντων (ρούχων, ινών κλπ) με χαρακτηριστικά που θεωρούνται σημαντικά για τον πελάτη (σχεδιαστής επαγγελματίας τα κάνει όλα αυτά) (κλαδική έρευνα από κοινού σε Ινστιτούτα ερευνών) FIN

Πρόγραμμα για έπιπλα. Προσαρμογή της παραγωγής στις τάσεις της ζήτησης. Παραγωγή νέων καινοτόμων επιχειρήσεων. (κλαδική έρευνα από κοινού σε Ινστιτούτα ερευνών) εμπειρογνομόνων FIN

Πρόγραμμα για τρόφιμα. Σύσταση ενός οργανισμού που απαρτίζεται από μια ομάδα εμπειρογνομόνων. Μέτοχοι εταιρίες περιοχής. Προσφέρει εγκαταστάσεις και εξοπλισμό για E&A Για να δημιουργηθούν νέα προϊόντα, να βελτιωθούν τα υπάρχοντα,, για έρευνα αγοράς, για νέες τεχνολογίες και διαδικασίες παραγωγής,, ενσωμάτωση διεθνούς πείρας και τεχνογνωσίας. Έρευνα ζήτησης. (κλαδική έρευνα από κοινού σε Ινστιτούτα ερευνών) FIN

Πρόγραμμα εκκίνησης για ΜΜΕ έως 10 άτομα. Επιμόρφωση για ξεκίνημα ενός νέου επιχειρηματία. (σύνταξη ενός επιχειρ. Σχεδίου, επαφή με προμηθευτές, με χρηματοδότες κλπ) και συμβουλές κατόπιν της έναρξης σελ. 47. FIN

Εναλλακτικοί τρόποι λειτουργίας από ειδικούς για εστιατόρια και ξενοδοχεία FIN

Ανάπτυξη επιχειρησιακής ιδέας. Αξιολόγηση τη δυνατότητα ανάπτυξης μιας νέας ιδέας για αποτελεσματικό ξεκίνημα. Σειρές μαθημάτων από ειδικούς. FIN Σελ .52

Σύνταξη επιχειρησιακού σχεδίου. Φάση 1 αρχική ιδέα, σχέδιο δράσης και επιχειρησιακό Σχέδιο και έρευνα αγοράς. Φάση 2 6 μήνες σεμινάρια και αναθεώρηση της πρώτης ιδέας. Φάση 3 Επέκταση σε ξένες αγορές. Διεθνή επιμορφωτικά προγράμματα και χρήση εξωτερ. Συμβούλων για ανάλυση αγορών. FIN

Βοήθεια ξεκινήματος επιχείρησης για ανέργους (πτυχιούχους). Προϋπόθεση να υπάρχει μια ιδέα και ο ενδιαφερόμενος να είναι επαρκώς καταρτισμένος και να έχει εμπειρία ως επιχειρηματίας. Αν δεν είναι καταρτισμένος τότε υπάρχει διαδικασία κατάρτισης ενώ το επίδομα καταβάλλεται. FIN

Agropolis κέντρο διανομής. Είναι μια επιχείρηση ΕΠΕ με στόχο την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας στη γεωργία.. Ανάπτυξη αλυσίδων παραγωγής και διανομής τροφίμων, διοίκηση διαχείριση κλπ. FIN

Γεωργία και αλιεία Συμβουλευτική υποστήριξη (διαβούλευση) ειδικών προς τους αγρότες και αλιείς χρηματοδοτείται εν μέρει (εως 75%). Στόχος + στην απόδοση και βελτίωση ποιότητας. EST

Κέντρα επιχειρηματικής υποστήριξης. Είναι μεσολαβητές ανάμεσα στις επιχειρήσεις και τους συμβούλους επιχειρήσεων. Στόχος πλήρης υποστήριξη των εταιριών σε business plan marketing, εξαγωγές εισαγωγή νέων συστημάτων ποιοτικής διαχείρισης ή νέων τεχνολογιών. Κλπ EST

Δίκτυο επιχειρησιακής υποστήριξης. Υπηρεσίες για το ξεκίνημα μιας ΜΜΕ (δωρεάν συμβουλές, εκπαιδευτικά μαθήματα) και συμβουλές για επιχειρησιακή στρατηγική, μάρκετινγκ κλπ. Όλα αυτά μέσω των ανωτέρω Κέντρων. EST

Accelerate plus.com Διαδίκτυο-οδηγούμενες επιχειρήσεις, νεοσύστατες. Ανάπτυξη του e-business. Συνδρομή για επενδύσεις, για σύλληψη της ιδέας, αρχική κατασκευή, υποδομές (Εξυπηρετεί την περιφερειακή πολιτική, αναφερόμενη σε συγκεκριμένες περιοχές). IRL

Υδατοκαλλιέργειες Ενίσχυση επενδύσεων για εισαγωγή νέας τεχνολογίας, για υποδομές, για απομακρυσμένες παράκτιες περιοχές. Ενισχύονται οι έμποροι και οι ενώσεις εμπόρων για τον εκσυγχρονισμό τους τα logistics κλπ. Επίσης υπάρχει ίδιο πρόγραμμα για την επέκταση της παραγωγής. IRL

Επίδομα για επιστροφή στη δουλειά. Αφορά άνεργους προς πρόσληψη ή για αυτοαπασχόληση. Προϋπόθεση μόνιμη εργασία με ελάχιστο όριο 20 ώρες την εβδομάδα. Επιχορηγεί το κράτος την κοινωνική ασφάλιση (κατά ένα ποσοστό). Δεν πρέπει να υπάρχουν απολύσεις. Ευνοϊκή φορολόγηση. IRL

Επιχειρήσεις που αρχίζουν από άνεργους ανθρώπους και αφορά και τους συνεταιρισμούς. Τους μαθαίνουν πώς να στήνουν μια επιχείρηση, πώς να κάνουν ένα business plan, πώς να οργανώνουν μια επιχειρηματική ιδέα, να κάνουν έρευνα αγοράς, πώς να διοικούν μια εταιρία κ.ά.(12 εβδομάδες μαθήματα). Μέσα: εκπαίδευση και περιορισμένη χρηματοδότηση. IRL

Αναβάθμιση κτηρίων και εξοπλισμού εξαγωγικών ΜΜΕ. (εξαγωγές >35% του τζίρου) Ειδικό πρόγραμμα με ενισχυμένες επιχορηγήσεις IRL

Ενίσχυση με σκοπό τη διευκόλυνση συμπράξεων δηλ. της συνεργασίας για βελτίωση του τρόπου διανομής (μέσα και έξω) των προϊόντων. IRL

Συμβουλευτικές υπηρεσίες – επιμόρφωση - για συνεταιρισμούς και ενίσχυση νέων αναδυόμενων συνεταιρισμών με εμπορική δραστηριότητα. Ενισχύεται κατά 80% το επιχειρησιακό σχέδιο, 80% οι δαπάνες κατάρτισης, 60% επιχορήγηση αμοιβών, 70% το κόστος της διαχείρισης. Προϋπόθεση ελάχιστη ομάδα 3 ατόμων και μια εμπορικά βιώσιμη επιχειρησιακή ιδέα πριν την ενίσχυση. (σελ 14). IRL

Κατάρτιση για ΜΜε στα πρώτα στάδια ανάπτυξης. Προγραμματισμός και οργάνωση των διοικητικών λειτουργιών που έχει ανάγκη η εταιρία. Εσωτερική εκπαίδευση για σύνταξη προϋπολογισμού, διαχείριση ταμειακών ροών, αυτοματισμούς και μηχανοργάνωση.(ΜΜΕ<50 άτομα). Αναφέρεται στους ιδιοκτήτες της εταιρίας. Άλλο πρόγραμμα αναφέρεται σε συγκεκριμένους υπαλλήλους και έχει στοχευμένη δράση (προτεραιότητες). IRL

Ένταξη ατόμων ΑΜΕΑ στην παραγωγή, στον ιδιωτικό τομέα. Χρηματοδότηση 90% το πρώτο έτος και 80% το δεύτερο έτος από το κράτος. (σ. 18).IRL

Πρόγραμμα επανεκπαίδευσης υπαλλήλων σε νέους χώρους για να παραμείνουν στη δουλειά (σελ 22). IRL

Εκπαίδευση στελεχών ιδιοκτητών. Σε νεοσύστατες ΜΜΕ, εκπαίδευση στελεχών διευθυντών με σκοπό την αύξηση των εξαγωγών (32). IRL

Αλιευτικά σκάφη. Επιχορήγηση για αγορά νέα ή σύγχρονα μεταχειρισμένα σκάφη και εκσυγχρονισμό των υφιστάμενων. (σελ. 35). IRL

Περιβαλλοντικό σύστημα διαχείρισης Επιχορήγηση 50% των δαπανών, ανεξαρτήτως των δαπανών για συμβούλους κλπ, για εκπλήρωση περιβαλλοντικών τους υποχρεώσεων. (29). IRL

Εκπαίδευση στελεχών ιδιοκτητών. Σε νεοσύστατες ΜΜΕ, ή σε ΜΜΕ με >10 άτομα (σελ.65), εκπαίδευση στελεχών, διευθυντών και επιχειρηματιών, ανάπτυξη δεξιοτήτων τους (Business plan, marketing βελτίωση τεχνικών και ικανοτήτων, εφαρμογή υψηλών προτύπων ποιότητας και υγιεινής) με σκοπό την αύξηση των εξαγωγών, πωλήσεων – νέες αγορές και αύξηση της απασχόλησης, βελτίωση της ανταγωνιστικότητας (35 και 36). Τρία χρόνια πρόγραμμα 50% των επιλέξιμων δαπανών. Έχει και περιφερειακό χαρακτήρα επίσης. Μετρήσιμα αποτελέσματα. IRL

Επιχορήγηση μισθώματος (Μέτρα για Περιφερειακή ανάπτυξη) κατά την εκκίνηση μιας νέας επιχείρησης. Ενίσχυση 100% στο 1^ο έτος, 60% στο 2^ο έτος και 20-25% στο 3^ο-5^ο έτος. Προϋπόθεση: Υποστήριξη της εθνικής γλώσσας (π.χ. Ιρλανδικής γλώσσας στον εργασιακό χώρο (58) IRL

Ενθάρρυνση νέοι επιχειρηματίες (Π.Α). Σε απόφοιτους κολεγίων μιας περιφέρειας δίνεται ενίσχυση για την προετοιμασία του επιχειρησιακού σχεδίου με σκοπό την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης. Η επιχορήγηση καλύπτει επίσης το κόστος για την έρευνα αγοράς κεφαλαίων, τον μισθό του ενδιαφερόμενου. Παρέχονται έτοιμες εγκαταστάσεις. IRL

Πρόγραμμα ανάπτυξης προμηθευτών βοηθά επιχειρηματίες που θέλουν να στήσουν ένα δίκτυο διανομής για να εξυπηρετήσουν τους πελάτες της λιανικής. Προσλαμβάνεται άτομο (εξ. Σύμβουλος) γι αυτό με σκοπό την παροχή τεχνικής και διοικητικής συμβουλευτικής υποστήριξης αλυσίδων εφοδιασμού. 50% κάλυψη των δαπανών από το πρόγραμμα (71). IRL

Δάνεια / Επιχορηγήσεις - Επιδοτήσεις Ίδρυσης Νέων Επιχειρήσεων (Π.Α.) από νέους, από γυναίκες, από ανέργους, από ΑΜΕΑ, από αγρότες (συνεταιριστικές εμπορικές επιχειρήσεις προώθησης προϊόντων απευθείας στο καταναλωτικό κοινό). Ίδρυσης Τουριστικών Επιχειρήσεων, Επέκτασης Επιχειρηματικής Δραστηριότητας υφιστάμενων Επιχειρήσεων, Φάσης Εκκίνησης Νέων Επιχειρήσεων G

Χρηματοδότηση για την Ίδρυση Επιχειρήσεων Παροχής Συμβουλευτικών Υπηρεσιών που θα προσφέρουν υπηρεσίες για τον οικονομικό - οργανωσιακό - επιχειρησιακό -τεχνολογικό προσανατολισμό νέων και υφιστάμενων επιχειρήσεων. G

Παροχή Κεφαλαίων με Υψηλό Επενδυτικό Ρίσκο σε **Καινοτόμες Δραστηριότητες (Υψηλή Τεχνολογία)** κυρίως μέσω της αξιοποίησης χρηματοδοτικών μηχανισμών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. G

Χρηματοδότηση Τοπικών Προγραμμάτων Ίδρυσης Νέων Επιχειρήσεων για τη στήριξη της τοπικής ανάπτυξης και τη δημιουργία θέσεων εργασίας στις τοπικές κοινωνίες (αξιοποίηση τοπικού ανθρώπινου κεφαλαίου). **G**

Δάνεια για Επαναχρηματοδότηση Επιχειρήσεων με σκοπό τη σταθεροποίηση ή τη κάλυψη χρεών (μακροχρόνια δάνεια με χαμηλότοκα ανταγωνιστικά επιτόκια για επανοργάνωση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης) **G**

Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων για είσοδο της επιχείρησης στο χρηματιστήριο. **G**

Παροχή Εγγυοδοσίας για Μικροδάνεια - Χρήματα Εκκίνησης Επιχειρήσεων με μικρή ανάγκη για κεφάλαιο που φθάνει μέχρι και το 100%. G

Παροχή Εγγυοδοσίας για την εξασφάλιση σταθερών χορηγήσεων κεφαλαίου σε νέες επιχειρήσεις καθώς περνούν από τις διαδοχικές φάσεις ανάπτυξης (ιδέα- ίδρυση - εγκατάσταση - λειτουργία). G

Εκπαίδευση νέων επιχειρηματιών [G]

Επιδότησεις για εκπαίδευση στην επιχείρηση (διοικητικά στελέχη - οικονομικά στελέχη - στελέχη πωλήσεων - στελέχη για εξαγωγικές δραστηριότητες) **G**

Πρόγραμμα Ανάπτυξης Ιδιοτήτων - Ικανοτήτων MME. Συμβουλευτική και άμεση υποστήριξη για δάνεια, χορηγήσεις και επιδοτήσεις και αφορά όλους τους κλάδους παραγωγής. Στόχος είναι οι επιχειρήσεις που τώρα ξεκινούν την λειτουργία τους και βρίσκονται στα πρώτα στάδια ανάπτυξης. Αυτό το πρόγραμμα υποστήριξης είναι σχεδιασμένο ειδικά για την οργάνωση, την εξωτερική πολιτική, τη συνεργασία, την έρευνα του χώρου των MME, την πληροφόρηση, την υποστήριξη σχεδιασμού του προϊόντος, διοίκηση περιβάλλοντος με σκοπό τη προώθηση της νέας επιχείρησης. **G**

Πρόγραμμα Υποστήριξης Βιοπαραγωγής. Χορηγίες και επιδοτήσεις για βιοτεχνολογία και μόλυνση. Αφορά τον κλάδο των υπηρεσιών. Με αυτό το πρόγραμμα η απασχόληση των Γερμανών βιοεπιστημόνων θα εξασφαλιστεί κι' έτσι θα ανοιχθούν νέες ευκαιρίες. Όλες οι δραστηριότητες αυτού του προγράμματος θα πρέπει να υποστηρίζουν την ανάπτυξη της συνεργασίας μεταξύ οικονομίας, πανεπιστημίων και άλλων ερευνητικών πηγών, ώστε να επηρεαστούν και να κατακτήσουν μια θέση στον διεθνή ανταγωνισμό. **G**

Κεφάλαιο Καινοτομίας του Hamburg. Αντικείμενο η διεθνής συνεργασία με χορηγίες και επιδοτήσεις. Αφορά και τον κλάδο υπηρεσιών των MME. Με την υποστήριξη της επιχορήγησης της καινοτομίας βιοτεχνολογικών μηχανισμών και την πρόοδο περιβαλλοντικών τεχνικών εξετάζονται και ερευνώνται υψηλής ταχύτητας υλικά. Ο στόχος της νέας επιχορήγησης είναι η μεταφορά της τεχνολογίας. Αν η επιχείρηση επιτύχει με την ανάπτυξη του προϊόντος στην αγορά, πληρώνει πίσω-μεταβιβάζει-την επιχορήγηση συνολικά ή μερικώς. Το ύψος της πληρωμής εξαρτάται από την διεισδυτικότητα του νέου προϊόντος στην αγορά. **G**

Τεχνικές Διοίκησης Νέων MME. Υπάρχουν αναρίθμητα προγράμματα που αφορούν αυτό το αντικείμενο σε ομοσπονδιακό και τοπικό επίπεδο με απώτερο στόχο

την διασφάλιση της επιτυχίας και της βιοσιμότητας των νεοϊδρυόμενων επιχειρήσεων.
G

Πρόγραμμα NEXXT. Νομοθεσία για τη δημιουργία συνεργασία επιχειρήσεων. Αφορά όλους τους κλάδους και τις ΜΜΕ. Βοηθά τις μεσαίες επιχειρήσεις τις Γερμανίας. Ένωση ΜΜΕ για μεταφορά στους διαδόχους τους. **G**

Πρόγραμμα «ΟΙ ΠΑΛΙΟΙ ΒΟΗΘΟΥΝ ΤΟΥΣ ΝΕΟΥΣ». Συμβουλή και άμεση υποστήριξη και καθοδήγηση για εκπαίδευση και πρακτική, καθώς και απόκτηση διοικητικών ικανοτήτων. Αφορά όλους τους κλάδους των ΜΜΕ. Η έμφαση του προγράμματος είναι: δομή εταιρείας, παραγωγή, σχεδιασμός προϊόντος, πώληση, χρηματοδότηση, μέγιστο κόστος και προσωπικές ερωτήσεις. Οι έμπειροι μεταφέρουν την εμπειρία τους στους νέους. Προσφέρει συμβουλή και καθοδήγηση από μεγάλους και έμπειρους, με ειδικές και γνώσεις και διασυνδέσεις. Δεν στηρίζει τον ανταγωνισμό των διοικητικών συμβούλων. Ο στόχος είναι πάντα η επιτυχία της συμβουλής των προσώπων, να βοηθήσουν τις ΜΜΕ ή τις εταιρείες που τώρα ξεκινούν. Ο Ομοσπονδιακός Συνεταιρισμός Εργατικού Δυναμικού δεν εξυπηρετεί μόνο τα νέα άτομα που τώρα ασχολήθηκαν με τη διοίκηση, αλλά και τα πρεσβύτερα πρόσωπα που ενδιαφέρονται να περάσουν τις επαγγελματικές και ειδικές τους γνώσεις και την εμπειρία της ζωής τους. **G**

Πρόγραμμα One-Stop-Shop για Μεταφορά της Επιχείρησης. One-Stop-Shop με γραφική καταχώρηση και αρχειοθέτηση, διανομή δημοσιεύσεων, πληροφορίες, αρχική διάγνωση, υπηρεσίες επαγγελματικής πληροφόρησης, συμβουλή και άμεση υποστήριξη, χρηματοδότηση και στρατηγικές υπηρεσίες για μεταφορά επιχείρησης/ επιτυχία οικογενειακής επιχείρησης. Αφορά τους κλάδους: γεωργίας και αλιείας, ενέργεια και εξόρυξη, μεταποίηση, επιχειρήσεις τεχνολογίας μόνο, κατασκευή, λιανικό, χονδρικό και εμπόριο επισκευών, τουρισμός, παροχή τροφίμων και υπηρεσιών, μεταφορά, επικοινωνία και άλλες υπηρεσίες. Ενδιαφέρει κυρίως τις ΜΜΕ. Αυτό το μέτρο διευκολύνει τη μεταφορά επιχειρήσεων εφοδιάζοντας την με πρακτική πληροφόρηση, προωθεί την μεταφορά ΜΜΕ. Η έρευνα για τον σωστό διάδοχο αποτελεί το πιο δύσκολο μέρος της διαδικασίας. Ανάλογα με τη νέα γενιά είναι απαραίτητο οι επαφές να είναι με υψηλού επιπέδου άτομα ή με δυνατικούς συνεταιίρους και πελάτες. Στόχος του προγράμματος είναι οι επιχειρηματίες να μπορούν να στηρίξουν την επιχείρησή τους βρίσκοντας τα κατάλληλα άτομα να την αναλάβουν. **G**

Ακαδημία για Λειτουργία νέων επιχειρήσεων. Εξυπηρέτηση, ευκολίες και βασική πληροφόρηση για εκπαίδευση και πρακτική, καθώς και μεταφορά άλλων γνώσεων. Αφορά όλους τους κλάδους. Στόχος τους πληθυσμού είναι οι νεοεισαχθείσες επιχειρήσεις στην αγορά. Αυτή η ακαδημία πληροφορεί τις νέες επιχειρήσεις για τη φάση εκκίνησης. Εκτός από την πληροφόρηση η ακαδημία προσφέρει κάποιες θυρίδες στο διαδίκτυο οι οποίες μπορούν να βοηθήσουν για τυχόν διαφορετικές ερωτήσεις, εκτός της εκκίνησης. Στόχος της είναι να αναπτύξει την πηγή πληροφόρησης, χωρίς να εξυπηρετεί μόνο τις νέες επιχειρήσεις, αλλά να διευκολύνει τους έμπειρους, καθώς και να απαντά σε ειδικές ερωτήσεις. Το διαδίκτυο είναι μια πλατφόρμα ανταλλαγής εμπειριών. **G**

«Προστάτες» Επιχειρήσεων. Προσφέρουν ιδιωτική στήριξη εγκατάστασης όπως ιδιώτες που συνοδεύουν νέες επιχειρήσεις στα πρώτα τους βήματα. Το πρόγραμμα

θέλει να εξασφαλίσει την επικοινωνία μεταξύ των «Προστατών» και των νέων επιχειρήσεων. Το κίνητρο δεν είναι μόνο η δυνατότητα να αναμειχθούν οικονομικά στην επιτυχία πολλά υποσχόμενων νέων επιχειρήσεων αλλά η πιθανότητα να περάσουν τη δική τους εμπειρία σε ικανούς ιδρυτές, οδηγώντας τους στην επιτυχία. Σε πολλές περιπτώσεις μπορεί οι «Προστάτες» να είναι η κατάλληλη οικονομική πηγή για επιχειρήσεις με δυνατότητες ανάπτυξης, όταν το επίπεδο κινδύνου είναι πολύ υψηλό και οι τράπεζες δεν μπορούν να το καλύψουν. Το κενό αυτό μπορεί να καλυφτεί από τους «Προστάτες». Για μια νέα επιχείρηση η εμπειρία, το know-how και οι επαφές με τους «Προστάτες» είναι ανεκτίμητης αξίας. **G**

Εκκολαπήριο Επιχειρήσεων. Όλα τα εκκολαπήρια παρέχουν το λιγότερο, λογιστική υποστήριξη με τη χρήση εργασιακών χώρων και γραμματειακής υποστήριξης. Οι υπηρεσίες μπορούν να περιλαμβάνουν εργοστασιακούς χώρους, συμβουλευτική καθοδήγηση, κοινές ευκολίες, πληροφορίες, εκπαίδευση, χρηματοδότηση και πλήθος άλλων. Ο σκοπός τους είναι να στηρίξουν τη μεταφορά της τεχνολογίας και της καινοτομίας, όπως και την εγκατάσταση των επιχειρήσεων και της ανάπτυξης των ήδη υπαρχόντων, αναπτύσσοντας και παρουσιάζοντας στο κοινό τη σημασία και την επάρκεια της τεχνολογίας και της εξουσίας της στην καινοτόμα ίδρυση μιας εταιρείας. **G**

Πρόγραμμα EVA. Το κωδικό όνομα EVA προσδιορίζει έναν ολόκληρο επιχειρηματικό ρόλο και απευθύνεται σε όλους τους επιχειρηματίες και πιθανούς ιδρυτές επιχειρήσεων. Στόχος είναι να δοθεί η δυνατότητα σε πιθανούς ιδρυτές να κατανοήσουν τις δυνάμεις και τις αδυναμίες τους χωρίς ρίσκο, και να αποφασίσουν αν το πρόγραμμα εγατάστασής τους είναι πραγματοποιήσιμο. **G**

3.2 ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΔΟΧΗ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Διαδοχή. Δημιουργία Λέσχης με παλαιούς και νέους διαδόχους. Καθιέρωση επαφών μεταξύ ανθρώπων που τα παρατάνε και αυτών που θέλουν να αναλάβουν μια επιχ. Δημιουργείται ένας θεσμός, δηλ. μια Λέσχη, με μέλη όλους τους ενδιαφερόμενους (με συνδρομές των ενδιαφερομένων και κρατική επιχορήγηση). **F**

Επιχειρησιακός διάδοχος. Προετοιμασία για διαδοχή στις οικογενειακές επιχειρήσεις. (μαθήματα για χρηματοδότηση, λογιστική, μάρκετινγκ κλπ) **A**

Δεξαμενή διαδόχων Δημιουργείται ένα σύνολο εμπειρογμωνώνων σε ειδικά θέματα (δικηγόρων, λογιστών, σύμβουλοι επιχειρήσεων) και ψάχνουν για διαδόχους σε οικογενειακές επιχειρήσεις, εκτός των μελών της οικογένειας. Δηλ. Για στρατηγικό εταίρο / χρηματοδότη. Αρχίζουν από τους πελάτες. **A**

Οικογενειακές επιχειρήσεις. Δημιουργία επαφών μεταξύ αγοραστών και πωλητών ΜΜΕ για να αποφευχθεί το κλείσιμο των οικογενειακών ΜΜΕ. **NL**

Πρόγραμμα οικογενειακών επιχειρήσεων Ερευνητικό πρόγραμμα για να αποκαλυφθούν τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά της οικογενειακής Επιχείρησης που εμποδίζουν τη συνέχιση της ή τη διαδοχή της. **NL**

Μεταφορά οικογενειακών επιχειρήσεων. Δημιουργία ντοσιέ για καλύτερη ολοκλήρωση των πληροφοριών και συμβουλών για τη μεταφορά μιας οικογενειακής

επιχείρησης σε διαδόχους ή τρίτους που ενδιαφέρονται. Συμμετέχουν τα Επιμελητήρια και οι κλαδικές οργανώσεις NL

Κέντρο γνώσης για οικογενειακές επιχ. Κατάρτιση, εκπαίδευση, μεταφορά γνώσης των καλύτερων πρακτικών στις οικογ. Επιχειρ. στους ιδιοκτήτες και τους διαδόχους. Υποκίνηση ανταλλαγής εμπειριών μεταξύ MME. NL

3.3 ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΗΡΙΞΗ ΕΞΑΓΩΓΙΚΩΝ ΜΜΕ

Διεθνή στελέχη συνδέσμου εμπορικής ανάπτυξης (ΠΡΩΤΕΥΣ) Τα στελέχη αυτά προσφέρουν μια σειρά συμβουλών, εκπαίδευσης και υποστήριξης στις επιχειρήσεις που επιδιώκουν να συμμετέχουν στο διεθνές εμπόριο, ή να αναπτύξουν τις υπάρχουσες διεθνείς εμπορικές δραστηριότητες. Στόχος είναι να καταστεί όσο το δυνατόν ευκολότερο για τις επιχειρήσεις να καταλάβουν πως πραγματοποιείται μια εξαγωγή και να συμμορφωθούν με τις υποχρεώσεις που εγείρει μια εξαγωγή καθώς επίσης και να κάνουν την καλύτερη χρήση των export business plans που αυτοί σχεδιάζουν για τη MME και των διαδικασιών που είναι διαθέσιμες. UK

Εξαγωγές - Διεθνής εμπορικός σύμβουλος. Αυτή η υπηρεσία στοχεύει στις MME που θέλουν να κάνουν εξαγωγές (ή να επεκταθούν στο εξωτερικό) και που αναζητούν τρόπο οργάνωσης για τις εξαγωγές τους και πληροφορίες για τις αγορές. Ο σύμβουλος μπορεί να είναι καλός γνώστης ενός προϊόντος ή μιας αγοράς. Θα είναι καταχωρημένος (μετά από αξιολόγηση) σε μια λίστα συμβούλων (π.χ. στον ΟΠΕ) και θα δίνεται a la cart όταν οι ενδιαφερόμενες MME το ζητήσουν. Αναλαμβάνει την προώθηση των προϊόντων των MME στην αγορά που γνωρίζει ή των προϊόντων που γνωρίζει στην αγορά επιλογής των MME. Μαθαίνει στις MME το πώς να λειτουργούν στις ξένες αγορές. Βραχυχρόνια απασχόληση με κάλυψη 50% από το πρόγραμμα του μισθού τους. UK

Εξαγωγές Πρόγραμμα υποστήριξης των ΜΜΕ (παραγωγικές ή φορείς παροχής υπηρεσιών) για να προωθήσουν την πώληση των καινοτόμων ή γενικού ενδιαφέροντος προϊόντων σε μια υπερπόντια αγορά (χώρα) με τη βοήθεια των πληροφοριών (άρθρων, μελετών, οργανωμένων συναντήσεων και δημιουργίας μόνιμων δομών επικοινωνίας βλ. ακολούθως «επιχειρηματικά συμβούλια») που παρέχονται και δίνονται στις κατάλληλες τοπικές δημοσιεύσεις που διαβάζονται από τους πιθανούς αγοραστές. UK

Πρόκληση για δημιουργία ενός export business plan. Ο στόχος του προγράμματος αυτού είναι να ενθαρρυνθούν οι MME για εξαγωγές προϊόντων και υπηρεσιών με την επινόηση ενός σχεδίου εξαγωγής (μόνο αυτού) που θα οδηγεί στη διερεύνηση των δυνατοτήτων για εξαγωγές στην Ευρώπη ή αλλού. Ο Σύμβουλος που θα το αναλάβει είναι υπόθεση της MME. UK

Υποστήριξη εμπορικών συνεργατών για την έρευνα μάρκετινγκ εξαγωγής για εκτός ΕΕ αγορές. Το πρόγραμμα αυτό παρέχει συμβουλές και οδηγίες στις επιχειρήσεις σε όλα τα στάδια του σχεδιασμού τους με σκοπό την υιοθέτηση ενός προγράμματος μάρκετινγκ εξαγωγής για τις αγορές εκτός ΕΕ (για τρεις ζώνες Βαλκάνια, Καύκασος και Αραβικές χώρες). UK

Βοήθεια για εξαγωγές. Η υπηρεσία αυτή είναι μια κεντρικά χρηματοδοτημένη επιχορήγηση που προορίζεται για να ενθαρρύνει τις ΜΜΕ για να χρησιμοποιήσουν την υφιστάμενη εξωτερική βοήθεια (που παρέχεται από τα Επιμελητήρια, τον ΟΠΕ κλπ) για να αναπτύξουν μια προγραμματισμένη και δομημένη προσέγγιση (ένα export business plan) στο διεθνές εμπόριο και να προσδιορίσουν μια σαφή στρατηγική εξαγωγής. UK

Επικοινωνία για εξαγωγή Μια πολιτική επικοινωνίας για εξαγωγές παρέχει στις επιχειρήσεις αμερόληπτες και αντικειμενικές συμβουλές για τα όποια εμπόδια (πολιτιστικά κλπ) κατά την εμπορική συναλλαγή με τις υπερπόντιες αγορές. Μια επιχείρηση μαθαίνει που είναι ισχυρή, που είναι αδύνατη, και πού μπορεί να βελτιώσει τα τρέχοντα συστήματά της για τα ζητήματα που προκύπτουν κατά την εμπορική συναλλαγή με διαφορετικές γλώσσες και πολιτισμούς (όπως πώς να γράψει μια επιστολή, τα fax, πώς πρέπει να είναι η συσκευασία της, τις ευκαιρίες δίνονται για προβολή-εκθέσεις, τι ιστοχώροι υπάρχουν κλπ).

Ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης και την έκταση της δραστηριότητάς της σειράς και εξαγωγής προϊόντων, ο σύμβουλος που υπάρχει για αυτή τη δουλειά πραγματοποιεί μια σειρά έως 3 επισκέψεις στη ΜΜΕ.

Τα εμπορικά επιμελητήρια συμβάλλουν στην υποστήριξη αυτού του μηχανισμού. Διατηρούν έναν κατάλογο συμβούλων (εγγραμμένοι σύμβουλοι επικοινωνιών εξαγωγής) που είναι πεπειραμένοι στη γλώσσα και τις πολιτιστικές ανάγκες των χωρών-πελατών και που έχουν εκπαιδευθεί ειδικά στην ανάπτυξη δεξιοτήτων με σκοπό την επικοινωνία με τις χώρες-πελάτες. UK

Πρόγραμμα ανάπτυξης εξαγωγής (Π.Α) Το πρόγραμμα ανάπτυξης εξαγωγής είναι ένα σύνολο υπηρεσιών που παρέχονται μέσω των υπηρεσιών εξαγωγής συνδέσεων επιμελητηρίων & επιχειρήσεων, προκειμένου να βελτιωθούν οι ικανότητες εξαγωγής των ΜΜΕ που εδρεύουν σε κάποιες συγκεκριμένες περιοχές. UK

Εξερευνητής εξαγωγής - Εξερευνητής αγοράς Ο ΕΞΕΡΕΥΝΗΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ δίνει σε μια επιχείρηση μια πρώτη πληροφορία μιας πιθανής αγοράς για τις εξαγωγές της και εστιάζει την προσοχή τους στον πιο προσιτό τρόπο υποδοχής των προϊόντων των εξαγωγικών ΜΜΕ στις ευρωπαϊκές αγορές. Οι χώρες επιλογής θεωρούνται ότι προσφέρουν μερικές από τις καλύτερες ευκαιρίες για τους πρώτους εξαγωγείς (ορισμός χωρών στόχων). UK

Βραβείο εξαγωγής για τις μικρότερες επιχειρήσεις. Τα βραβεία σχεδιάζονται για να ενθαρρύνουν τις εξαγωγές στις μικρές εταιρίες. UK

Εξωτερικό εμπόριο Χρηματοδότηση στρατηγικών και έρευνας για ανάπτυξη εξαγωγών σε νέες αγορές (Κατάρτιση Business plans και εφαρμογή του). Πρόσληψη εμπειρογνώμονα για 1-2 έτη. 75% επιχορήγηση του μισθού του. (ΠΡΩΤΕΥΣ).

Τοποθέτηση στις Πρεσβείες του εξωτερικού (εμπορικά Τμήματα) πτυχιούχων, οι οποίοι με τη βοήθεια του Εμπορικού Ακολουθού θα μαθαίνουν τη δομή της αγοράς της χώρας, όπου θα πραγματοποιούν ένα εξαμηνιαίο ή ακόμη περισσότερης διάρκειας stage, που θα χρηματοδοτείται από το ΥΠΕΞ ή το ΥΠΑΝ. SP

Ομάδα συνεργατών εξαγωγής. Ορίζεται ένας διευθυντής εξαγωγής για να βοηθήσει 4-6 επιχειρήσεις ταυτόχρονα. Για 2-3 χρόνια. Σε συνεργασία με το ΥΠΕΞ, ΟΠΕ FIN

Πρόγραμμα επικοινωνίας Μάρκετινγκ για αγορές στόχους για να κάνουν γνωστές τις εξαγωγές της Φιλανδίας και μόνιμες σχέσεις των Φιλανδών εξαγωγέων FIN

Πρόγραμμα Ξένων Εκθέσεων. Το πρόγραμμα καλύπτει εκθέσεις που διεξάγονται σε ξένες χώρες. Τα υπεύθυνα κέντρα, το ομοσπονδιακό υπουργείο οικονομίας και τεχνολογίας και το υπουργείο προστασίας του καταναλωτή, τροφίμων και γεωργίας προσφέρουν αξιόλογες ευκαιρίες. Οι εταιρείες που συμμετέχουν στηρίζονται έμμεσα από την ομοσπονδία. Δεν υπάρχει απευθείας πληρωμή για αυτούς που συμμετέχουν στις εκθέσεις. Η στήριξη παρέχει στους Γερμανούς εκθέτες ή στους τοπικούς αντιπροσώπους τους σημαντική μείωση του κόστους. G

Πρόγραμμα Υποστήριξης Εξωτερικού Εμπορίου - «Άνοιγμα Νέων Αγορών». Με αυτό το πρόγραμμα οι επιχειρήσεις του Βερολίνου υποστηρίζονται με πληροφόρηση, συμβουλευτικές υπηρεσίες και απόκτηση βοήθειας για ανάπτυξη νέων υπέρ-τοπικών αγορών. Ιδιαίτερη προσοχή δίνεται στην οικονομική, οικολογική και κοινωνική διάσταση, όπως και στις ισότιμες ευκαιρίες. Μακροπρόθεσμοι στόχοι του προγράμματος είναι η σταθεροποίηση της διεθνούς ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ και η διασφάλιση και δημιουργία θέσεων εργασίας στο Βερολίνο. G

3.4 ΜΕΤΡΑ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΑΝΑΚΟΙΝΩΘΕΙ ή ΔΗΜΟΣΙΕΥΘΕΙ

- ❖ Επιχειρησιακοί Άγγελοι. Ενίσχυση με σκοπό την ενεργό συμμετοχή ιδιωτών επενδυτών, σε ΜΜΕ με προοπτική, που διαθέτουν όμως σημαντική εμπειρία και τεχνογνωσία σε θέματα διοίκησης, marketing κ.λπ.. Αυτοί ονομάζονται, σύμφωνα με την υφιστάμενη ορολογία, «επιχειρηματικοί άγγελοι». Είναι είτε ιδιοκτήτες εταιριών που διέκοψαν τη λειτουργία τους είτε συνταξιούχοι, είτε διοικητικά στελέχη είτε σύμβουλοι επιχειρήσεων.
- ❖ Πρόγραμμα υποστήριξης προμηθευτριών εταιριών, με σκοπό την ανάπτυξη νέων αλυσίδων ανεφοδιασμού για την εξυπηρέτηση των λιανοπωλητών, (δηλ. δίκτυα διανομής που βελτιώνουν τις συνθήκες του ανταγωνισμού).
- ❖ Πρόγραμμα marketing (που αφορά όμως δύο και πλέον εταιρίες μαζί, για προσέγγιση νέων αγορών).
- ❖ Πρόγραμμα για αποθήκες όπου στεγάζονται μόνο ΜΜΕ. (αφορά μόνο τις βιοτεχνίες)
- ❖ Υποστήριξη επένδυσης (π.χ. 10% επί του κεφαλαίου) με σκοπό τη βελτίωση ποιότητας προϊόντων, την εισαγωγή πράσινων προϊόντων, την εναρμόνιση του συστήματος ποιότητας-ελέγχου της εταιρίας στα διεθνή standards για τη μείωση της ρύπανσης.
- ❖ Υποστήριξη με ειδική εκπαίδευση για τις υποβαθμισμένες περιοχές ή για κλάδους σε κρίση στον αγροτικό, βιομηχανικό τομέα και τις υπηρεσίες, (σε θέματα π.χ. σχετικά με τις τεχνικές πωλήσεων, τη δημιουργία ενός σχεδίου δράσης, την πολιτική διαχείρισης προμηθειών κ.ά).
- ❖ Επιχορήγηση μισθώματος κατά την έναρξη επιλεγμένων δραστηριοτήτων ανά περιοχή, σε συγκεκριμένες περιοχές (με υψηλή ανεργία, παραμεθόριες κ.λπ).
- ❖ Ενίσχυση της Υπεργολαβίας ανάμεσα σε μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις.
- ❖ Κίνητρα για συμμετοχή των ΜΜΕ στις κρατικές προμήθειες.
- ❖ Πρόγραμμα μεταφοράς τεχνολογίας και αγοράς διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας (με χρηματοδότηση έως και το 80% των δαπανών για αγορά για τα πρώτα οκτώ έτη).

4. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

4.1 ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΜΕ

ΠΡΟΤΑΣΗ: Να λειτουργήσουν ως εμπορικά κέντρα οι διάφοροι δρόμοι ή περιοχές π.χ. τα καταστήματα της Ερμού να αποτελέσουν ένα 'τύποις εμπορικό κέντρο'. Οι δράσεις και τα πλεονεκτήματα αυτής της ενέργειας είναι τα ακόλουθα:

- Τα μαγαζιά θα εκδώσουν κάρτα μέλους του «εμπορικού κέντρου» και οι αγοραστές θα συγκεντρώνουν bonus σε κάθε αγορά που θα καταλήγει σε δώρα, εκπτώσεις κλπ
- Θα μεριμνήσουν για την εξεύρεση πάρκινγκ, όπου ο πελάτης τους να έχει μειωμένο τιμολόγιο κατά το παρκάρισμα.
- Θα δημιουργήσουν σήμα της περιοχής του εμπορικού κέντρου, που μπορεί να βρίσκεται και στις σακούλες τους
- Θα υπάρχει ενιαία διαφήμιση
- Και στο βαθμό που είναι δυνατό, θα δημιουργηθεί σκέπαστρο (με επιχορήγηση για βροχή – ήλιο)
- Να υπάρχει άλλο ωράριο ανάμεσα στα καταστήματα της αγοράς (τις γνωστές ΜΜΕ) και εκείνων που βρίσκονται στα γνωστά Εμπορικά Κέντρα (Mall, Cosmos).
- Να υπάρχει άλλο ωράριο ανάμεσα στα μπακάλικα μικρά σούπερ μάρκετς και τα Υπέρμαρκετς

4.2 ΥΠΑΙΘΡΙΟ ΕΜΠΟΡΙΟ, ΠΛΑΝΟΔΙΟ – ΣΤΑΣΙΜΟ και ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ ΣΕ ΛΑΪΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Οι φορείς υποστηρίζουν ότι η νομοθεσία (Νόμος 3377/2005) είναι επαρκής, υπάρχει όμως πρόβλημα στο αριθμό των αδειών, στην εφαρμογή των Νόμων και πιο συγκεκριμένα στην εποπτεία της αγοράς. Αναλυτικότερα:

Πλανόδιο εμπόριο: Αδειοδότηση από Δήμους (**Στάσιμο**) και από Νομαρχίες (**Επαγγελματίες πωλητές σε Λαϊκές και πλανόδιο**), χωρίς κριτήρια **ως προς τον αριθμό των αδειών**. Η γνώμη των φορέων (Επιμελητηρίων) στο πλαίσιο των υφισταμένων επιτροπών (Άρθρο 1 παρ. 4 και παρ.8) για τον αριθμό των αδειών δεν έχει αποφασιστικό χαρακτήρα. Έτσι, Νομάρχες και Δήμαρχοι, στο πλαίσιο των προσπαθειών τους για άντληση ψήφων παρέχουν αφειδώς άδειες. Αυτό θίγει το λιανεμπόριο καθώς οδηγεί σε ανισορροπία τις αγορές.

ΛΥΣΗ Χρειάζεται παρέμβαση για μείωση των αδειών με σκοπό την προστασία του λιανεμπορίου. Να τεθούν κριτήρια με σκοπό τις σχετικές εγκρίσεις, που να περιορίζουν την επέκταση του στασίμου εμπορίου (δηλ. τις αυθαιρεσίες των σχετικών αποφάσεων) σε βάρος του λιανεμπορίου.

Άδειες. Ως προς τις άδειες για το στάσιμο εμπόριο (εντός των λαϊκών και εκτός αυτών) χρειάζεται τροποποίηση του Νόμου (Άρθρο 1 παρ. 9) για τα κριτήρια επιλογής των δικαιούχων έτσι ώστε να υπάρχει μεγαλύτερη διαφάνεια. Η πρόταση για το θέμα αυτό είναι έτοιμη. Έχει δημοσιευθεί κατά το παρελθόν (2004).

Το ίδιο ισχύει και για τις άδειες των επαγγελματιών πωλητών λαϊκών αγορών (Άρθρο 1 παρ.6)

ΛΥΣΗ: Αναλυτικότερα ως προς τις άδειες, υιοθετείται ένα point system κατά το οποίο λαμβάνεται υπόψη κάθε στοιχείο του υποψηφίου για άδεια που αφορά τόσο στο στάσιμο εμπόριο όσο και στους επαγγελματίες πωλητές εντός των λαϊκών αγορών (π.χ. Αν έχει δικό του σπίτι ή αν νοικιάζει, τα τ.μ. του σπιτιού, ο αριθμός των παιδιών και η ηλικία τους, ο κυβισμός του αυτοκινήτου κλπ). Έτσι όλοι θα γνωρίζουν εκ των προτέρων τη βαθμολογία τους και ως εκ τούτου τη σειρά τους, γεγονός που θα περιορίσει τις συναλλαγές με την πολιτική ηγεσία σε κάθε επίπεδο. Να μην υπάρχει κλήρωση.

Μετρήσεις βάρους. Η υπηρεσία μετρολογίας της ΓΓΕ σε συνεργασία με τις κατά τόπους σχετικές υπηρεσίες της Τ.Α. να προβαίνει σε ελέγχους των ζυγαριών των πωλητών στις λαϊκές.

Μηχανισμός εποπτείας του υπαιθρίου στάσιμου εμπορίου

Βλ. ακολούθως παρεμπόριο

4.3 ΠΑΡΕΜΠΟΡΙΟ

Αναπτύσσεται α) γύρω από τις λαϊκές αγορές και β) παντού ως «στάσιμο» (Κινέζικα καταστήματα) είτε με τα «κασελάκια» (Κινέζοι, και τα προϊόντα «μαϊμούδες»)

Πως αντιμετωπίζονται τα «κασελάκια»: Μόνο αν εντοπιστούν οι προμηθευτές – που αγοράζουν και πωλούν χωρίς παραστατικά - όλων αυτών των ταλαιπωρημένων μεταναστών, που στην ουσία είναι αντικείμενο εκμετάλλευσης (είτε εξαργυρώνουν την ελευθερία τους-μεταφορά τους στην Ελλάδα είτε είναι αντικείμενο εκβιασμού και εκμετάλλευσης όπως π.χ ο σύζυγος στην Κίνα και η σύζυγος στην Ελλάδα).

Ως προς το «στάσιμο» δηλαδή τα Κινέζικα καταστήματα, ο έλεγχος κατά την εκφόρτωση των φορτηγών που προμηθεύουν τα Κινέζικα καταστήματα θα λύσει πολλά προβλήματα (θα βρεθούν παράνομοι αλλοδαποί ως αχθοφόροι και εμπορεύματα χωρίς παραστατικά, το αποτέλεσμα του λαθρεμπορίου). Ο τζίρος του παρεμπορίου υπολογίζεται σε 5 δις ευρώ ετησίως.

Απώλεια σε ΦΠΑ, φόρους επί του εισοδήματος, και σε πόρους υπέρ του ΙΚΑ

Μηχανισμός εποπτείας του παρεμπορίου (όπως και του υπαίθριου εμπορίου).

Να υπάρχει ένας αποτελεσματικός τρόπος εποπτείας της αγοράς αυτής και ιδιαίτερα του παρεμπορίου, Οι Τ.Α και οι αστυνομίες τους είναι ανύπαρκτες και από μόνα τους τα όργανα εποπτείας της αγοράς (ΣΔΟΕ, ΙΚΑ) είναι αναποτελεσματικά.

ΛΥΣΗ : Ένα μικτό κλιμάκιο εποπτείας με μέλη της ΕΛΑΣ, υπαλλήλους του ΙΚΑ, του ΣΔΟΕ της Δημοτικής αστυνομίας και του Τμήματος των αλλοδαπών.

4.4 LOGISTICS

ΠΡΟΤΑΣΗ: Πρόγραμμα για από κοινού αγορές οι ΜΜΕ (μαγαζάκια) που πουλούν τα ίδια πράγματα. Αυτό είναι ακόμη πιο εφικτό σε ΜΜΕ διαφορετικών νομών ή περιοχών (κάθε ένας την αποθήκη του. Μόνο οι παραγγελίες από κοινού). Μπορεί να υπάρχει συγχρηματοδοτούμενο πρόγραμμα για το σκοπό αυτό από το «Ανταγωνιστικότητα»

4.5 ΣΥΣΤΑΔΕΣ

ΠΡΟΤΑΣΗ : Δημιουργία συστάδων π.χ για τα βερούκοκα στο Ναύπλιο για το λάδι της Κρήτης. Από κοινού οι παραγωγοί να εξετάσουν την τυποποίησή τους, το design των προϊόντων, της συσκευασίας, του marketing, της διανομής και των προμηθειών τους. Να χρηματοδοτηθεί ένας συντονιστής γι αυτό. Να χρηματοδοτηθούν από το «Ανταγωνιστικότητα» οι προσπάθειες «συστάδων» που οδηγούν μέσω της ενιαίας τυποποίησης (σε συσκευασίες, μπουκάλια λαδιού κλπ) πολλών ΜΜΕ μιας περιοχής (π.χ μικρά ελαιολαδοποιεία της Κρήτης για το λάδι) σε εξαγωγές υψηλού όγκου.

4.6 ΠΡΟΩΘΗΤΙΚΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΓΙΑ ΜΜΕ

- Διοικητικά πρόστιμα αν διαπιστώνεται ότι υπάρχει αθέμιτος ανταγωνισμός.
- Απαγόρευση εμφανών προσφορών (με αφίσες, με σβήσιμο της πρώτης τιμής κλπ). Οι προσφορές αυτές μπορούν να υπάρχουν ΜΟΝΟ ένα μήνα πριν τις εκπτώσεις.
- ΝΑΙ στα δεκαήμερα χαμηλών τιμών, στα δώρα με κλήρωση κλπ, όχι όμως ανακοίνωση διπλών τιμών. Εδώ θα υπάρχει διακριτική πολιτική ανάμεσα στα καταστήματα της αγοράς (παραδοσιακά) και τα υπερμέγκετς ή τα κλασικά εμπορικά κέντρα (Mall, Cosmos), υπέρ των πρώτων.

4.7 ΔΗΜΟΠΡΑΤΗΡΙΑ.

Οι αγοροπωλησίες των αγροτικών προϊόντων δεν πρέπει να λαμβάνουν χώρα στα χωράφια, γιατί ο αγρότης εκεί είναι ευάλωτος στον έμπορο. Θα μπορούσαν να οργανωθούν δημοπρατήρια σε τοπικό επίπεδο, που θα αποτελούσαν το σημείο επαφής αγροτών – εμπόρων. Τα δημοπρατήρια μπορεί να επιχορηγηθούν από το Επ. πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα».

4.8 ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΑ ΚΑΙ ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ

Χωροταξική ρύθμιση για επενδύσεις. ΤΟ ΠΙΟ ΚΥΡΙΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ. Από εκεί να αρχίσει άμεσα το ΥΠΕΧΩΔΕ σε συνεργασία με το Υπ. Ανάπτυξης

Υπεραγορές Καθιέρωση αντικειμενικών κριτηρίων για αδειοδότηση πολιτική συμβατή με σχετική απόφαση του Συμβουλίου της Επικρατείας και όχι συναρτήσει

άλλων στοιχείων όπως π.χ αν επηρεάζει πολύ ή λίγο την απασχόληση κλπ Έτσι π.χ. Για πόλεις, χωριά 6000- 10.000 μέγιστη επιφάνεια κτίσματος 1000 τμ και έξω από το χωρίο 5 χιλιόμετρα.

Για τις μεγάλες πόλεις Θεσσαλονίκη Αθήνα το ίδιο. Π.χ. για εγκαταστάσεις μέσα στην πόλη π.χ 1000 τμ εκτός της πόλης 2000 τμ.

4.9 ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Οι φορείς (Επιμελητήρια και ΕΣΣΕ) επεσήμαναν τα εξής:

- 1) Διαφθορά και φορολογική δικαιοσύνη. Δεν θέλουν οι ΜΜΕ την επαφή του φορολογουμένου με τον ελεγκτή.
- 2) Να δοθούν λύσεις σε θέματα πιστώσεων και υψηλών επιτοκίων κυρίως
- 3) Να απλουστευθεί ο τελωνειακός κώδικας και να απαλλαγεί από κάθε φόρο υπέρ τρίτων (ΔΕΤΕ υπέρ των τελωνειακών).
- 4) Να λειτουργούν τα τελωνεία όλο το 24ωρο.
- 5) Εκσυγχρονισμός των λιμανιών (χωρίς αυτό να σημαίνει ιδιωτικοποίηση τους)
- 6) Υπάρχει μια νέα Επιμελητηριακή νομοθεσία από το 2005 Ν. 3419/2005) Δεν έχουν ακόμη εκδοθεί όλα τα Προεδρικά Διατάγματα μετά από 3 χρόνια!

4.10 ΠΕΡΙΠΤΕΡΑ

Οι συλλογικοί φορείς και τα καταστήματα διαμαρτύρονται για τον τρόπο λειτουργίας των περιπτέρων. Αυτήν την περίοδο (Μάιος - Ιούνιος 2009) πραγματοποιείται μια μελέτη (χωρίς την χρηματοδότηση της από τρίτους) με θέμα τις επιπτώσεις των περιπτέρων στο λιανικό εμπόριο. Εξετάζονται οι απόψεις των ιδιοκτητών των περιπτέρων, των πελατών τους και των καταστημάτων που βρίσκονται κοντά στο περίπτερο. Από τη μέχρι σήμερα ανάλυση των αποτελεσμάτων (ερωτηματολογίων) διαπιστώνονται τα ακόλουθα:

- ❖ Οι πολίτες είναι θετικοί στην ύπαρξη ενός θεσμού που επιτρέπει την ύπαρξη ανοικτών χώρων από όπου μπορούν να προμηθεύονται όλο το 24ωρο αγαθά, γιατί τους εξυπηρετεί. Μπορούν όμως να εξυπηρετηθούν με τον ίδιο τρόπο από μικρά καταστήματα (24 ώρες) στις γειτονίες, τα οποία μπορούν να αντικαταστήσουν τα περίπτερα.
- ❖ Λόγω πολλών συναρμολογιών Υπουργείων, δεν μπορεί να γίνει συστηματικός οικονομικός έλεγχος των περιπτέρων.
- ❖ Εμποδίζουν τη διέλευση των ΑΜΕΑ και των καροτσιών των μικρών παιδιών, λόγω της αυθαίρετης επέκτασής τους στο πεζοδρόμιο, για την οποία βέβαια καταβάλλουν ένα τέλος στο Δήμο.
- ❖ Καταστήματα, με ανταγωνιστικά προς το περίπτερο εμπορεύματα δεν μπορούν να ανθίζουν στην περιοχή του περιπτέρου.
- ❖ Να σταματήσουν οι αναχρονιστικές αγορανομικές διατάξεις, που ισχύουν όχι μόνο για τα περίπτερα αλλά για όλη την αγορά (π.χ. απαγορεύεται η ταυτόχρονη πώληση από το ίδιο κατάστημα ή περίπτερο τσιγάρων και γαλακτοκομικών ειδών)

ΛΥΣΕΙΣ. 1- Να περιοριστεί η αναπαραγωγή του θεσμού αυτού και να οικοδομηθεί μια πολιτική (με φορολογικά κίνητρα και με επιχορηγήσεις από το ΥΠΑΝ σε συνεργασία με το ΥΠΕΣ) υπέρ της δημιουργίας μικρών καταστημάτων στις γειτονιές από τους νυν περιπεριούχους. Αυτά θα υποκαταστήσουν τα περίπτερα. Τα οφέλη θα είναι πολλά (εκλογίκευση της αγοράς, αύξηση φορολογικών εσόδων κλπ)

2- Να ανατεθεί όλη η λειτουργία των περιπτέρων σε ένα φορέα το Δήμο και να πάψει η ύπαρξη συναρμοδιότητας (Υπ. Άμυνας, Νομαρχίες και Δήμοι).

3 - Να περιοριστεί η αυθαίρετη επέκτασή τους σε πεζοδρόμια.

4 -Να πάψει η μεταβίβαση των περιπτέρων και σε περίπτωση θανάτου του δικαιούχου, το περίπτερο θα κλείνει μέσα σε έξι μήνες, κάτω από οποιοδήποτε καθεστώς λειτουργίας του (π.χ. ενοικίασης)

5- Να εφαρμοστεί απλά ο υφιστάμενος Νόμος.

5. ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΑΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ

Δεν χρειάζεται νέος νόμος. Ο υφιστάμενος Ν. 3419/2005 εξυπηρετεί τις ανάγκες της αγοράς, Προτείνονται όμως επιλεκτικά ορισμένες αλλαγές

- Ενιαίος κανονισμός προμηθειών. Υπάρχει έτοιμος από το 2001.
- Υπάρχει κενό νόμου σε ένα σημείο. Αναλυτικότερα υπάρχει αδυναμία του Νόμου για τοποθέτηση ατόμου για να ασκεί χρέη Δ/τη, όταν αυτός δεν υφίσταται (λόγω συνταξιοδότησης κλπ), καθώς ο νυν Νόμος αναφέρεται μόνο στην υποκατάσταση Δ/ντών από Γενικό Διευθυντή (όταν υπάρχει απουσία Διευθυντή) . Γεν. Διευθυντές έχουν όμως μόνο δύο Επιμελητήρια
- Να καταργηθεί ο νεοεισαχθείς όρος (το 2009) για τη συμμετοχή των συνταξιούχων στη Δ.Ε του Επιμελητηρίου.
- Αν ένας εκλεγείς Πρόεδρος Επιμελητηρίου τερματίσει την ενεργό του συμμετοχή ως επαγγελματίας-έμπορος-παραγωγός κατά τη διάρκεια της θητείας του και βγει λοιπόν στην σύνταξη, τότε να συνεχίζει ως Πρόεδρος τη διετή του θητεία ως τη λήξη της.
- Δ.Ε Κεντρικής Ένωσης: Εκλογή Προέδρου. Τα μέλη της εκλογείσας Δ.Ε. να ορίζουν τα ίδια τους αντιπροέδρους αντί του Νόμου.
- Μια πρόταση δύσκολη στην εφαρμογή της όμως: Ταξινόμηση των εμπορικών-βιομηχανικών- βιοτεχνικών- επαγγελματικών δραστηριοτήτων με σκοπό την ένταξη των ενδιαφερομένων στα Επιμελητήρια. Αναλυτικότερα οι κεφαλαιουχικές εταιρίες (ΕΠΕ, ΑΕ) θα έπρεπε να ενταχθούν όλες στα Εμποροβιομηχανικά Επιμελητήρια, όλες οι δραστηριότητες του «ανθρώπινου μόχθου» στα Επαγγελματικά ή βιοτεχνικά.
- Τράπεζες. Η αρχαιότερη σε κάθε Νομό (υποκατάστημα) να είναι μέλος του τοπικού Επιμελητηρίου.

6. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Πραγματοποιήθηκε μια μελέτη σε 14 χώρες της ΕΕ (συμπεριλαμβανομένης και της Ελβετίας) και μετά από συζήτηση που έλαβε χώρα στις Βρυξέλλες με στέλεχος της Γεν. Διεύθυνσης Ανταγωνισμού, σε γενικές γραμμές καταγράφονται ως σκέψεις και ως μέτρα πολιτικής, τα ακόλουθα:

Από την Κυβέρνηση προτείνεται αλλαγή του Νόμου 703/1977 περί Ανταγωνισμού. Ο νεοπροτεινόμενος δε διακρίνεται για τις καινοτομίες που θα μπορούσε να προτείνει. Περισσότερο αναφέρεται σε διαδικαστικά θέματα (συστάσεις επιτροπών κλπ).

Σύμφωνα με την ισχύουσα πρακτική στην ΕΕ υπάρχει καταρχάς διάκριση σε επιχειρήσεις που δρουν σε μια χώρα (γεωγραφική περιοχή) όπου εκεί παρεμβαίνει **μόνο** η εθνική αρχή (π.χ καρτέλ γάλακτος) και σε άνω των 2 χωρών, όπου εκεί παρεμβαίνει μόνο η Γ.Δ. Ανταγωνισμού της ΕΕ (π.χ φέρρου μπόατ Ιταλίας Ελλάδας). Αναλυτικότερα ως προς τα:

6.1 ΚΑΡΤΕΛΑ

Καρτέλ: σύμπραξη ατόμων και εταιριών με σκοπό την αθέμιτη χειραγώγηση της αγοράς προς όφελος των μελών του καρτέλ. Αν κάποιες επιχειρήσεις επιβάλλουν τιμές (unfair prices etc) ή εμποδίζουν την είσοδο στην αγορά άλλων ή κατανέμουν τις αγορές-πελάτες, τότε πρέπει να παρεμβαίνει η Επιτροπή ανταγωνισμού *ανεξάρτητα από το μέγεθος της αγοράς που καταλαμβάνουν*. Συχνά τα όρια ύπαρξης του καρτέλ ορίζονται, όπως π.χ. υπάρχει καρτέλ αν οι συμφωνίες των συνεργαζομένων επιχειρήσεων αφορούν μερίδιο μεγαλύτερο του 5% της αγοράς και ο κύκλος των εργασιών τους είναι μεγαλύτερος των 40.000.000 ευρώ

Αν αδιαφορεί ο εθνικός φορέας και δεν παρεμβαίνει τότε οι ενδιαφερόμενοι επιδιώκουν να υποστηρίξουν ότι υπάρχει επηρεασμός του ενδοκοινοτικού εμπορίου (affectation du commerce communautaire) και ζητούν από την Επιτροπή να παρέμβει. Σε γενικές γραμμές υπάρχει παρέμβαση αν:

- ο Άμεσα ή έμμεσα υπάρχει καθορισμός τιμής
- ο Εμποδίζεται περιορίζεται η προσφορά (διάθεση) ή (παραγωγή) αγαθών
- ο Μοιράζεται η αγορά
- ο Εισάγονται άνισοι όροι ή διαφορετική μεταχείριση (ως προς την παραγωγή και τις τιμές) στις εταιρίες

Πρόστιμα στις χώρες της ΕΕ εκεί όπου υφίσταται καρτέλ. Στις χώρες της μελέτης διαπιστώθηκε ότι επιβάλλονται πρόστιμα ίσα με το **10% του εθνικού ή παγκόσμιου τζίρου**. Επίσης, επιβάλλεται αποκλεισμός των Δ/ντων Συμβούλων, Δ/των και γενικά των στελεχών των επιχειρήσεων που λειτουργούν ως καρτέλ ως δ/των κλπ σε άλλες επιχειρήσεις για 10-15 χρόνια. Τα πρόστιμα πρέπει να είναι σαφώς προσδιορισμένα και να μην αλλάζουν με «πολιτικές παρεμβάσεις»

6.2 ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑ ΘΕΣΗ

Σε μια χώρα αν η επιχείρηση κατέχει άνω του 30-35% της αγοράς (και όλοι οι άλλοι ανταγωνιστές έχουν 2-4% ο κάθε ένας) τότε η εν λόγω επιχείρηση βρίσκεται σε κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης. Αν κάθε ένας από τους ανταγωνιστές της αντιπροσωπεύουν το 20-25% της αγοράς τότε δεν υπάρχει κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης. Εδώ η Επιτροπή έχει μια φόρμουλα.

Αν δραστηριοποιείται μια επιχείρηση από μόνη της ή με κάποια άλλη σε συνεργασία, σε **άνω της μιας χώρας-μέλους**, τότε παρεμβαίνει η Επιτροπή αν αγορά προϊόντος και η γεωγραφική αγορά το επιβάλλουν (π.χ τα πάρκερ έχουν το 40% της αγοράς του Βελγίου αλλά το 5% των «27»). Η Επιτροπή αρχίζει από τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν την υπό εξέταση αγορά και συνεχίζει τη έρευνά της για την κατάχρηση της δεσπόζουσας θέσης, αν το μερίδιο της αγοράς των υπό συνεργασία εταιριών είναι υψηλό σε μια από τις αγορές όπου δραστηριοποιούνται οι εν λόγω εταιρίες.

Εδώ εντάσσεται και η κατηγορία της «διάκρισης των τιμών» ανά γεωγραφική περιοχή ή ανά πελάτη. Αν π.χ η ΙΚΕΑ εφαρμόζει μια διάκριση τιμών σε ένα προϊόν (έτοιμα έπιπλα) όπου κατέχει μια κυρίαρχη θέση τότε υπάρχει πρόβλημα και προβλέπεται παρέμβαση.

6.3 ΣΥΓΧΩΝΕΥΣΕΙΣ

Η προανακοίνωση της συγχώνευσης μπορεί να προλάβει απρόβλεπτες εξελίξεις. Σε πολλές χώρες η κοινοποίηση δεν ισχύει. Αν δεν ισχύει όμως τότε επιβάλλεται η ύπαρξη υψηλών προστίμων, τα οποία διαπιστώνεται ότι υπάρχουν στα κράτη-μέλη. Η παρέμβαση της Αρχής του Ανταγωνισμού υπάρχει όταν συγχωνεύονται 2 ή 3 εταιρίες και πληρούν κάποιες προϋποθέσεις που ορίζονται από τον εθνικό νόμο. Οπότε κάθε χώρα-μέλος έχει τις δικές της ρυθμίσεις. Παρέμβαση π.χ. αν

A) οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις έχουν τζίρο άνω των 5 δις ευρώ και

B) δυο τουλάχιστον δύο από αυτές πραγματοποιούν, κάθε μια χωριστά, εντός ης ΕΕ συνολικό κύκλο εργασιών άνω των 250 εκατ ευρώ, εκτός αν κάθε μια από τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις πραγματοποιεί άνω των 2/3 του συνολικού κοινοτικού της τζίρου σε ένα και το αυτό κράτος-μέλος.

Άλλη περίπτωση παρέμβασης σε επιζήμια συγχώνευση όταν:

α) οι ενδιαφερόμενες εταιρίες έχουν προ-φόρου κέρδος άνω των 150 εκ. ευρώ και

β) όταν τα κέρδη εντός της χώρας από τουλάχιστον 2 μέρη είναι άνω των 50 εκατ. Ευρώ.

Επιζήμιες συγχωνεύσεις: Κατά γενική πρακτική στα κράτη-μέλη το πρόστιμο αποτελεί ποσοστό επί του τζίρου ή των κερδών ανέρχεται **π.χ. στο 5% επί των συνολικών κερδών**. Δεν προσδιορίζεται σε απόλυτες τιμές. Στη νέα τροποποίηση του Νόμου 703/1977 στο άρθρο 23 εισάγεται η χρηματική ποινή από 15 χιλ. ευρώ έως 150 χιλ. ευρώ. Εδώ εισάγεται η αυθαιρεσία βάσει Νόμου. Πράγματι, με τι κριτήρια θα αποφασίζεται κάτι τέτοιο;

6.4 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΙΣ ΥΠΕΡΑΓΟΡΕΣ ΚΑΙ ΤΑ SUPER MARKETS

Ένας προμηθευτής ενός ορισμένου είδους τροφίμων θα θεωρηθεί ότι εξαρτάται από ένα αγοραστή αν ο δεύτερος (super market) λαμβάνει τακτικά από αυτόν τον προμηθευτή, **εκτός από τις εκπτώσεις συνήθεις στο εμπόριο**, πρόσθετα οφέλη που δεν προσφέρονται στους παρόμοιους αγοραστές.

Οι κυρίαρχες επιχειρήσεις στην αγορά των τροφίμων, σε σχέση με τους μικρού και μεσαίου μεγέθους ανταγωνιστές τους, δεν επιτρέπεται να χρησιμοποιήσουν τη θέση αυτή που κατέχουν στην αγορά άμεσα ή έμμεσα **για να εμποδίσουν τους ανταγωνιστές τους κατά τρόπο άδικο**. Έχουμε άδικους τρόπους που οδηγούν σε εμπόδια εισόδου εάν μια κυρίαρχη επιχείρηση στην αγορά των τροφίμων: 1. προσφέρει τρόφιμα κάτω από την τιμή κόστους της ή 2. προσφέρει άλλα αγαθά ή εμπορικές υπηρεσίες, έστω και περιστασιακά, κάτω από την τιμή κόστους.

Οι κυρίαρχες επιχειρήσεις και οι ενώσεις των επιχειρήσεων δεν επιτρέπεται να χρησιμοποιήσουν την θέση τους στην αγορά για να προσκαλέσουν ή να αναγκάσουν άλλες μικρές επιχειρήσεις να τις **χορηγήσουν τα πλεονεκτήματα (αποκτήσουν πλεονεκτήματα)** χωρίς οποιαδήποτε αντικειμενική αιτιολόγηση.

Οι επιχειρήσεις αυτές σε σχέση με τους μικρού και μεσαίου μεγέθους ανταγωνιστές τους δεν επιτρέπεται να χρησιμοποιήσουν τη θέση τους στην αγορά των τροφίμων για **να εμποδίσουν με κάθε τρόπο τις ανταγωνίστριες ΜΜΕ κατά τρόπο άδικο**.

7. ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΗ

Οι θέσεις για τις Οδηγίες της ΕΕ (2005/14, και 2005/68) που πρόσφατα ενσωματώθηκαν στην Ελληνική νομοθεσία διατυπώθηκαν σε κείμενο, που έχει αποσταλεί στον Γραμματέα του Τομέα Ανάπτυξης.

Ενδείκνυται ένα θεσμικό lifting στις δύο μεγάλες κατηγορίες ασφαλειών των ασφαλειών Ζωής / Συνταξιοδοτικών και των ζημιών.

Α- Χρειάζεται επανεξέταση των όρων των **ασφαλιστηρίων συμβολαίων Ζωής / Συνταξιοδοτικών**, που συνδέουν την ετήσια δόση του ασφαλισμένου με αμοιβαία κεφάλαια (σταθερά ή αναπτυξιακά). Το ερώτημα που τίθεται είναι το ακόλουθο: Η μορφή αυτής της ασφάλειας αποτελεί επένδυση ή απάτη για τον πολίτη; Υπάρχουν σοβαρές ενδείξεις, κατά τις οποίες οι ασφάλειες αυτές με τους όρους που συνάπτονται λειτουργούν σε βάρος του πολίτη.

Ενδεικτικά τονίζονται τα ακόλουθα: Κατ' αρχάς διαπιστώνεται ότι σε πολλά συμβόλαια τα ποσοστά των επενδυόμενων ασφαλιστρών αρχίζουν από 0% κατά το πρώτο έτος (γιατί 0%;) και προσεγγίζουν το στο 100% μετά το 6^ο ή 7^ο έτος. Επίσης, ο επενδυτής δύσκολα παρακολουθεί ένα συμβόλαιο αυτής της μορφής, καθώς δεν γνωρίζει α) είτε τα ποσοστά των ομολόγων, μετοχών κλπ που συνθέτουν το καλάθι του αμοιβαίου κεφαλαίου, όπου επενδύει β) είτε τον τρόπο υπολογισμού τους. Ως προς την εξαγορά των ασφαλιστρών, ο επενδυτής μπορεί να αγοράσει το 100% του επενδεδυμένου ασφαλιστρου μόνο μετά την παρέλευση 6 ή 7 ετών. Δεν αγοράζει όμως το 100% των χρηματικών ποσών που κατέβαλε, αλλά το 100% της τιμής που αντιστοιχεί στον αριθμό των αμοιβαίων κεφαλαίων, όπου τοποθετήθηκαν τα ασφαλιστρά του. Με τους προαναφερθέντες όρους είναι πρακτικά αδύνατο να εξαγοράσει κάποιος το 100% του κεφαλαίου του πριν το 10^ο ή 11^ο σε ένα συμβόλαιο 25 ετών.

Παρατηρείται σε γενικές γραμμές ότι η τιμή των αμοιβαίων κεφαλαίων των ασφαλιστικών εταιριών δεν ακολουθεί την άνοδο του δείκτη τιμών του χρηματιστηρίου, ακολουθεί όμως, χωρίς καθυστέρηση την κάθοδό του.

ΛΥΣΗ: Αλλαγή των όρων σύναψης των ασφαλιστηρίων συμβολαίων ζωής που αναφέρονται σε αμοιβαία κεφάλαια υπέρ του επενδυτή. Πολιτική υπέρ συμβολαίων σταθερής απόδοσης, έστω και χαμηλής.

Πληρωμή ασφ. συμβολαίων ζωής: Σε ένα μήνα μετά τη λήξη τους. Αν υπάρχει καθυστέρηση καταβολή τόκων υπερημερίας με επιτόκιο 3% το μήνα.

Β) – Ασφαλιστήρια συμβόλαια ζημιών και γενικές παρατηρήσεις.

ΛΥΣΗ για τις ζημίες. Να ισχυροποιηθεί ο μηχανισμός του **Διαμεσολαβητή**. Για συντόμευση των διαδικασιών των αποζημιώσεων. Σε περίπτωση ολικής καταστροφής του αυτοκινήτου: όλη η διαδικασία πρέπει να ολοκληρώνεται σε ένα μήνα. Διαφορετικά ή ασφαλιστική εταιρία του οδηγού που ευθύνεται για τη ζημία θα παρέχει όχημα στο άτομο που υπέστη τη ζημία.

Πληρωμή των τιμολογίων των ζημιών με την ολοκλήρωση της επισκευής του οχήματος: Το αργότερο σε ένα μήνα. Αν υπάρχει καθυστέρηση καταβολή τόκων υπερημερίας με επιτόκιο 3% το μήνα.

Προτάσεις: Πιστοποίηση όλων όσων ασχολούνται με την ιδιωτική ασφάλιση ακόμη και των υπαλλήλων των Τραπεζών.

8. ΓΙΑ ΕΝΑ ΣΥΓΧΡΟΝΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ ΤΟΥ ΔΗΜΟΣΙΟΥ

Οι αποτελεσματικές πολιτικές των προμηθειών του Δημοσίου οδηγούν στην **εξοικονόμηση πόρων**, στην αγορά **προϊόντων υψηλής ποιότητας** και κάτω από συγκεκριμένες προϋποθέσεις, που απαιτούν όμως ιδιαίτερη τέχνη από την πλευρά των αναθετουσών αρχών και της πολιτικής ηγεσίας, μπορούν να συμβάλουν στην **ενίσχυση της εγχώριας παραγωγής όπως και της πράσινης οικονομίας**. Οι πολιτικές αυτές δεν είναι άμεσα ορατές από το κοινό, έχουν όμως άμεση επίπτωση στο σκέλος των δαπανών του κρατικού προϋπολογισμού και γίνονται αντιληπτές από το σύνολο, όταν το τελευταίο κάνει χρήση των αγαθών, έργων και υπηρεσιών που αγοράζει το κράτος.

Οι προτάσεις που ακολουθούν και αποτελούν τα μέρη μιας ενιαίας πολιτικής προμηθειών, αφορούν μόνο στις προμήθειες σε υλικά και υπηρεσίες και επιδιώκουν:

- ❖ Τη μείωση των δαπανών του κρατικού προϋπολογισμού που κατευθύνονται στις προμήθειες υλικών υψηλής ποιότητας.
- ❖ Την αύξηση της συμμετοχής της εγχώριας παραγωγής στις προμήθειες του Δημοσίου.

Ομπρέλα όλων θα είναι ένα ηλεκτρονικό σύστημα προμηθειών.

8.1 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ - ΜΕΤΡΑ

Πρώτη πρόταση: Η δημιουργία ενός «αποκεντρωμένα συγκεντρωτικού» συστήματος και ενός συστήματος εποπτείας

Ένα συγκεντρωτικό σύστημα προμηθειών είναι εξίσου αναποτελεσματικό όσο και ένα πλήρως αποκεντρωμένο. Απλά το πρώτο εξασφαλίζει προμήθειες σε καλύτερες τιμές, και αυτό όχι πάντοτε. Ένα συγκεντρωτικό σύστημα προμηθειών εισάγει όμως μια τρομακτική γραφειοκρατία, οδηγώντας σε καθυστερήσεις και συχνά στη ματαίωση των διαγωνισμών.

Ένα «αποκεντρωμένα συγκεντρωτικό» σύστημα είναι ότι καλύτερο υπάρχει. Με τη βοήθεια σύγχρονων μεθόδων που διέπουν τις διαδικασίες των προμηθειών του Δημοσίου και των logistics μπορεί να επιτύχει: α) μη γραφειοκρατικές διαδικασίες, β) εξοικονόμηση πόρων, γ) ταχείς διαδικασίες ανάθεσης, και τέλος δ) λόγω του όγκου των συγκεντρωτικά αποκεντρωμένων αγορών, ο εξουσιοδοτημένος φορέας διενέργειας του διαγωνισμού, που θα εποπτεύεται, πλην των θεσμικών ένδικων μέσων, από μια «εποπτεύουσα αρχή», δε θα μπορεί να αυθαιρετεί.

Η ΓΓΕ μπορεί να παίξει το ρόλο της εποπτεύουσας αρχής, αποτελώντας ένα φορέα εποπτείας της εν λόγω αγοράς. Η εποπτεία μπορεί να εκδηλωθεί με τους ακόλουθους τρόπους

A) Η ΓΓΕ θα συντάσσει **για όλους τους φορείς** τις προδιαγραφές των υπό προμήθεια προϊόντων μέσω της ηλεκτρονικής διαβούλευσης των προδιαγραφών, έτσι όπως αυτή είχε σχεδιαστεί το 2001

B) Μπορεί να παίξει το ρόλο του **επόπτη - διαιτητή** / (εξωδικαστική επίλυση) των σχετικών διαφορών, στην περίπτωση κατά την οποία δε δημιουργείται στο

Συμβούλιο της Επικρατείας ένα ειδικό Τμήμα μόνο για τις προμήθειες. Μπορεί να παίξει το ρόλο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, σε εθνικό όμως επίπεδο, μέσω μιας Επιτροπής Ενστάσεων-Προσφυγών για διαγωνισμούς άνω των 45 χιλ. ευρώ. Θα εξοικονομηθεί χρόνος και χρήμα με τη μέθοδο αυτή. Μέρος της προτεινόμενης μεθόδου της εποπτείας είναι έτοιμη προς εφαρμογή (ήταν έτοιμη το 2001 με την έναρξη της εφαρμογής της βλ, παράρτημα Ζ). Η επεξεργασία της πρότασης αυτής άρχισε, στους κόλπους της Επιτροπής, το 1993.

Γ) Θα αναλάβει τη **διαρκή επιμόρφωση** όλων των υπαλλήλων που εμπλέκονται με προμήθειες (των Δήμων, Κεντρικής Διοίκησης κλπ)

Δ) θα έχει το **μánaτςμεντ όλου του ηλεκτρονικού συστήματος** των προμηθειών της χώρας

Ε) Θα συντάσσει ενιαίες **φόρμες διαγωνισμών** για όλους τους φορείς (π.χ διαγωνισμός για συμφωνία πλαίσιο).

Ως προς το προτεινόμενο «αποκεντρωτικά συγκεντρωτικού» συστήματος τα **ΠεΣΥ** του Υπουργείου Υγείας της περιόδου του 2001 (νόμος 2889/2-3-2001), αποτελούσαν ένα αντιπροσωπευτικό παράδειγμα ενός τέτοιου πετυχημένου συστήματος προμηθειών ανά γεωγραφική περιφέρεια.

Πρόταση για τις προμήθειες της υγείας

1- Επιστροφή στα ΠεΣΥ. Τα ΠεΣΥ **θα υλοποιούν** τους διαγωνισμούς προμηθειών, με τον τρόπο που προβλεπόταν από τον σχετικό Νόμο.

2 - Το μόνο που θα προστεθεί στο σύστημα αυτό είναι ένα **σύστημα εποπτείας**. Η Γενική Γραμματεία Εμπορίου (ΓΓΕ) μπορεί να παίξει το ρόλο της εποπτεύουσας αρχής, σύμφωνα με τα ανωτέρω.

Η προτεινόμενη μέθοδος της εποπτείας – **που αφορά όλες τις προμήθειες υλικών**- είναι έτοιμη προς εφαρμογή.

Δεύτερη πρόταση: Ευρεία χρήση των «κλειστών διαδικασιών», των «διαδικασιών με διαπραγμάτευση» (εκεί όπου προβλέπεται) των «συμφωνιών πλαίσιο», του «ανταγωνιστικού διαλόγου» και των «ηλεκτρονικών πλειστηριασμών», στη θέση των αναχρονιστικών «ανοικτών διαδικασιών».

Τα οργανωμένα βιομηχανικά κράτη έκαναν και εξακολουθούν να κάνουν ευρύτατη χρήση των «κλειστών διαδικασιών» και των «διαδικασιών με διαπραγμάτευση», όπως και των «συμφωνιών πλαίσιο» (πριν από το 1993, όπως και μετά). Όλες αυτές οι διαδικασίες οδηγούν: α) σε προμήθειες σε χαμηλές τιμές ποιοτικά βελτιωμένων προϊόντων σε β) μη γραφειοκρατικά συστήματα προμηθειών και γ) στην ενίσχυση – κάτω από συγκεκριμένες προϋποθέσεις που δεν αντίκεινται του Κοινοτικού σχετικού ανταγωνιστικού πλαισίου – της εγχώριας βιομηχανίας. Αυτό τουλάχιστον δείχνει η μέχρι σήμερα υφιστάμενη εμπειρία των κρατών-μελών που τις χρησιμοποιούν, σύμφωνα με μελέτες της Επιτροπής του 1994 και 2005.

Η υφιστάμενη τεχνολογία μέσω του e-procurement, οι νέες διαδικασίες που αφορούν στις προμήθειες του Δημοσίου από το 2007 και μετά (Οδηγίες της ΕΕ 17 και 18 του 2004) μπορούν να δώσουν τις βέλτιστες λύσεις στον τομέα των προμηθειών του Δημοσίου.

Τρίτη πρόταση: Ευρεία χρήση των μειοδοτικών διαγωνισμών, της αποτελεσματικότερης μορφής διαδικασίας ανάθεσης που υπάρχει, γιατί δεν επιτρέπει την ανάπτυξη της διαπλοκής μεταξύ της ζήτησης και προσφοράς που εισάγει η

διαδικασία της «οικονομικά συμφερότερης προσφοράς». Η διαπλοκή συνδέεται με την αυθαιρεσία της (υποκειμενικής) βαθμολογίας, που συχνά διακρίνει τους αξιολογητές των προσφορών. Η μόνη αδυναμία, την οποία οι πολέμοί της προβάλλουν έγκειται στο γεγονός ότι οδηγεί σε φθηνά κακής ποιότητας προϊόντα. Αυτό όμως είναι λάθος. Η υποθετική αυτή αδυναμία λύνεται με τις σύγχρονες διαδικασίες που προβλέπονται από τις Οδηγίες του 2004 (βλ. π.χ. ανταγωνιστικό διάλογο).

Τη θέση αυτή πρεσβεύουν όσοι υποστηρίζουν ως καταλληλότερη τη διαδικασία ανάθεσης μέσω της «οικονομικά συμφερότερης προσφοράς». Η θέση τους όμως αυτή αποτελεί, σε πολλές περιπτώσεις, το άλλοθι της διαπλοκής που εισάγει η εν λόγω διαδικασία ανάθεσης.

Αν αγοράζει το κράτος κακής ποιότητας προϊόντα με μειοδοτικούς διαγωνισμούς αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι κάποιοι (μια π.χ. επιτροπή σύνταξης των προδιαγραφών) προτείνουν, στους όρους του διαγωνισμού, χαρακτηριστικά προϊόντων με κακές προδιαγραφές. Ένας μειοδοτικός όμως διαγωνισμός, με τις προδιαγραφές που θέτει, μπορεί να οδηγήσει στην αγορά του φθηνότερου αγαθού, από ένα όμως σύνολο ακριβών προσφερόμενων προϊόντων, άρα και ποιοτικά βελτιωμένων. Όλα λοιπόν εξαρτώνται από την περιγραφή του υπό προμήθεια προϊόντος και όχι από τη διαδικασία ανάθεσης του διαγωνισμού!. Η «οικονομικά συμφερότερη προσφορά» ενδεικνύεται, υπό προϋποθέσεις, μόνο σε συγκεκριμένες αγορές αγαθών ιδιαίτερα πολύπλοκων.

Τέταρτη πρόταση. Οι προμήθειες του στρατού να αποτελέσουν παράγοντα ανάπτυξης της ηλεκτρομηχανικής και ‘προστασίας’ της παραδοσιακής εγχώριας βιομηχανίας με τη βοήθεια συγκεκριμένων τεχνικών που δεν παραβιάζουν τον Κοινοτικό ανταγωνισμό.

Για όλα αυτά απαιτείται απλά να υπάρχει πολιτική βούληση. Οι τεχνικές για την εξοικονόμηση πόρων και την ενίσχυση της εγχώριας βιομηχανίας υφίστανται. Σύμφωνα με τους υπολογισμούς της Επιτροπής ο εξορθολογισμός του συστήματος μπορεί να οδηγήσει στην εξοικονόμηση δαπανών από τον κρατικό προϋπολογισμό δισεκατομμυρίων ευρώ, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής.

8.2 ΓΕΝΙΚΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ

Οι προμήθειες του Δημοσίου σε αγαθά, έργα και υπηρεσίες αντιπροσωπεύουν το 16-19% του ΑΕΠ των κρατών-μελών της ΕΕ. Το άνοιγμα των εθνικών αγορών των προμηθειών του Δημοσίου στον Κοινοτικό ανταγωνισμό, μετά το 1993, οδήγησε, σύμφωνα με την Επιτροπή της ΕΕ σε μια εξοικονόμηση πόρων της τάξης του 25%.

Στη χώρα μας όμως το άνοιγμα αυτό συνέτεινε στη μείωση της συμμετοχής της εγχώριας παραγωγής στην τόσο σημαντική αυτή αγορά και στην παράλληλη αύξηση των εισαγωγών, όχι μόνο από τα κράτη-μέλη αλλά και από τρίτες χώρες. Σημειώνεται ότι δεν είναι λίγες οι φορές όπου τα προερχόμενα αγαθά από τις τρίτες χώρες, που καλούνται να καλύψουν τις ανάγκες του Δημοσίου, είναι κακής ποιότητας.

Το 2001-2002 εισήχθησαν κάποιοι όροι στο σύνολο των κριτηρίων επιλογής των διαγωνισμών της Γενικής Γραμματείας Εμπορίου (ΓΓΕ), που μπορούσαν να προστατεύσουν το Δημόσιο από κακής ποιότητας προμήθειες, επιβοηθώντας παράλληλα την εγχώρια παραγωγή. Παράλληλα τέθηκε σε εφαρμογή ένα ιδιαίτερα προωθημένο σύστημα εποπτείας της αγοράς αυτής με τη βοήθεια συγκεκριμένης μεθοδολογίας (με τη βοήθεια οικονομικών δεικτών του προμηθευτή και του υπό

προμήθεια προϊόντος) που απεικονιζόταν στο παράρτημα Ζ των διακηρύξεων της ΓΓΕ.

Η πολιτική ηγεσία της ΝΔ το 2005 κατήργησε το παράρτημα Ζ ενώ δεν ενεργοποίησε στην ουσία τους προαναφερθέντες όρους. Ενδεχομένως δεν ήταν ικανή να κατανοήσει τις σκοπιμότητες υπέρ του δημοσίου συμφέροντος που εξυπηρετούσαν.

Το 2001 εντάχθηκε στο Γ ΚΠΣ το ηλεκτρονικό σύστημα προμηθειών. Μετά τις κυβερνητικές παλινωδίες από το 2004 και μετά, που οδήγησαν σε καθυστερήσεις, το μόνο που έγινε το 2008 ήταν απλά η ανάθεση του έργου ενώ κατά τον χρόνο αυτό έπρεπε να αποπληρωθεί πλήρως το έργο. Έτσι απεντάχθηκε από το Γ ΚΠΣ (χάθηκαν λοιπόν πόροι που είχαν δεσμευθεί) για να επανενταχθεί το ΕΣΠΑ! Επίσης απεντάχθηκε το έργο το σχετικό με το μητρώο προμηθευτών. (Βλ αναλυτικότερα επόμενο τίτλο 9. ΈΡΓΑ ΤΗΣ ΓΓΕ στο Γ ΚΠΣ και ΕΣΠΑ).

9. ΕΡΓΑ ΤΗΣ ΓΓΕ ΣΤΟ Γ΄ ΚΠΣ ΚΑΙ ΣΤΟ ΕΣΠΑ

Ανακοινώνεται, και συχνά με ιδιαίτερο στόμφο, ότι «παρά τις Κασσάνδρες η Κυβέρνηση απορρόφησε το 100% του Γ΄ Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης (ΚΠΣ)» (βλ ενδεικτικά ομιλία Υπουργού Οικονομίας και Οικονομικών στη Γενική Συνέλευση του ΣΕΒ).

Η ερώτηση που τίθεται ως προς το 100% της απορροφητικότητας των κονδυλίων του Γ. ΚΠΣ είναι ακόλουθη:

Το 100% αναφέρεται στον αρχικό προϋπολογισμό του Γ΄ΚΠΣ, όπως αυτός καταγράφηκε το 2000 ή σε ένα μειωμένο προϋπολογισμό, που είναι το αποτέλεσμα απεντάξεων, ματαιώσεων ή μεταφοράς έργων από το Γ΄ ΚΠΣ στο ΕΣΠΑ; Δυστυχώς για τη χώρα, η εν λόγω απορροφητικότητα αναφέρεται σε ένα κολοβό προϋπολογισμό του Γ΄ ΚΠΣ . Αυτό αποδεικνύεται και από το ακόλουθο παράδειγμα:

Η Γενική Γραμματεία Εμπορίου το 2000 είχε εντάξει ένα σύνολο έργων στα Επιχειρησιακά Προγράμματα της «Κοινωνίας της Πληροφορίας» και της «Ανταγωνιστικότητας»

Απορρόφηση 100% σημαίνει ότι όλα τα έργα εκείνα όφειλαν το 2008 (ή έστω το αργότερο το 2009 με τις τυχόν παρατάσεις που πήραμε) να ολοκληρωθούν στο πλαίσιο της επέκτασης του Γ΄ ΚΠΣ

Η εξέλιξη όμως των έργων αυτών (που εντάχθηκαν 2000 στο Γ΄ΚΠΣ) δείχνει ότι το 100% της διαβόητης απορροφητικότητας αφορά σε έναν μειωμένο προϋπολογισμό του Γ΄ ΚΠΣ. Αναλυτικότερα ως προς τα εν λόγω έργα:

1- **Παρατηρητήριο τιμών στη Γενική Γραμματεία Εμπορίου**, προϋπολογισμού 2.400.000 ευρώ (Εντάχθηκε το Επ. πρόγραμμα της ΚτΠ) Υλοποιείται ακόμη από το 2000 και διαρκώς ανακοινώνεται ότι ολοκληρώνεται....). Η αποπληρωμή του θα γίνει στις 31/12/ 2009.

2 -**Δημιουργία μηχανισμών πιστοποίησης και διαχείρισης εμπορικών σημάτων**, προϋπολογισμού 2.787.968 ευρώ (Εντάχθηκε στο Επ. πρόγραμμα της ΚτΠ) **Απεντάχθηκε- Ματαιώθηκε**. Οπότε τα χρήματα αυτά χάθηκαν από το Γ΄ΚΠΣ

3- **Ανάπτυξη Εθνικού Συστήματος ηλεκτρονικών δημόσιων Προμηθειών** προϋπολογισμού 15.000.000 ευρώ (εντάχθηκε στο Επ. πρόγραμμα της ΚτΠ) Μετατέθηκε στο ΕΣΠΑ , οπότε χάθηκαν και εδώ τα χρήματα από το Γ ΚΠΣ

4- **Έργο Ανάπτυξη Μητρώου Προμηθευτών**, προϋπολογισμού 600.000 ευρώ (Εντάχθηκε στο Επ. Πρόγραμμα της «Ανταγωνιστικότητας») **Απεντάχθηκε – ματαιώθηκε**. Οπότε και τα χρήματα αυτά χάθηκαν από το Γ΄ΚΠΣ

5- **Έργο Παρατηρητήριο Εμπορίου**, προϋπολογισμού 1.955.000 ευρώ (Εντάχθηκε στο Επ. Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα»). Μετατέθηκε η υλοποίηση και η πληρωμή του στο ΕΣΠΑ. Οπότε χάθηκαν και αυτά τα χρήματα αυτά από το Γ ΚΠΣ.

Οπότε επανερχόμαστε στην αρχική μας ερώτηση: Η διαφημιζόμενη απορροφητικότητα του 100% των κονδυλίων του Γ΄ ΚΠΣ σε ποιον προϋπολογισμό αναφέρεται; Μήπως σε ένα μειωμένο κατά 30% του αρχικού προϋπολογισμού του Γ΄ ΚΠΣ. Αυτό καλείται 100% απορροφητικότητα των κονδυλίων;

Πρόταση

Ό,τι έργο ματαιώθηκε της ΓΓΕ ή απεντάχθηκε προτείνεται να επανενταχθεί το ΕΣΠΑ