

Φεβρουάριος 2009

ΜΕΤΡΑ ΥΠΕΡ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΜΜΕ)

Του Δημήτρη Μάρδα
Καθηγητή Τμήματος Οικονομικών Επιστημών του ΑΠΘ
π. Γενικού Γραμματέα Εμπορίου

Τα καρτέλ αποτελούν συστατικό στοιχείο του ολιγοπωλιακού χαρακτήρα της αγοράς και της θεωρίας των παιγνίων. Είναι ίσως η δυσκολότερη μορφή του ανταγωνισμού που έχει να αντιμετωπίσει μια κυβέρνηση. Υπάρχουν δύο ομάδες μέτρων με σκοπό την αντιμετώπισή τους. Η πρώτη αφορά μέτρα άμεσα, που εμπίπτουν στη διαδικασία *εποπτείας* της αγοράς την ευθύνη της οποία έχει η Επιτροπή Ανταγωνισμού. Η δεύτερη αφορά μέτρα μεσοπρόθεσμα, που σκοπό έχουν να *ενδυναμώσουν* τον ανταγωνισμό με την εισαγωγή νέων 'παικτών' στην οικονομία. Η εισήγηση αφορά στη δεύτερη ομάδα μέτρων.

Κατά την περίοδο έως τα τέλη της δεκαετίας του 1970, κυρίαρχο μέσο πολιτικής υπέρ των ΜΜΕ ήταν η ενίσχυση μέσω χρηματοδοτήσεων. Οι ενισχύσεις αυτές εξυπηρετούσαν διάφορες ανάγκες σχετικά με τις επιλογές των κυβερνήσεων ανά περιφέρεια ή ανά κλάδο της παραγωγής.

Με τον καιρό, είτε για λόγους έλλειψης πόρων είτε λόγω της χαμηλής αποτελεσματικότητας των κάθε μορφής επιδοτήσεων οι παρεμβάσεις των κυβερνήσεων διαφοροποιήθηκαν. Έτσι μέτρα υπέρ της ενίσχυσης και βελτίωσης των γνώσεων και δεξιοτήτων των στελεχών και των εργαζομένων των ΜΜΕ κέρδισαν προοδευτικά έδαφος. Επίσης, η προώθηση σύγχρονων μεθόδων διοίκησης, διαχείρισης των αποθεμάτων, προώθησης των πωλήσεων κ.ά. των εταιρειών, αποτέλεσαν κύριο εργαλείο στα χέρια των εθνικών βιομηχανικών πολιτικών υπέρ των ΜΜΕ. Πολλοί αρχικά αμφισβήτησαν στην αξία τους. Η γοητεία προς το ζεστό χρήμα του προερχομένου από τις εκάστοτε επιδοτήσεις δεν συνέβαλε στην ανάδειξη όλων των νέων μέτρων υπέρ του ανθρώπου. Με την πάροδο του χρόνου όμως όλοι κατενόησαν ότι η «κοινωνία της γνώσης» είναι πιο ισχυρή από μια παραδοσιακή «πολιτική των επιδοτήσεων».

Ακολουθώντας παρουσιάζονται ενδεικτικά κάποια μέτρα, που θα μπορούν να ενσωματωθούν στην εθνική πολιτική υπέρ των ΜΜΕ. Τα μέτρα αυτά, μπορούν να ενταχθούν στο σύνολο των μέτρων της πολιτικής της **περιφερειακής ανάπτυξης της χώρας**, συμβάλλοντας, στο μέτρο που αναλογεί σε αυτά, στην ισόρροπη ανάπτυξή της. Πλήρης παρουσίαση των μέτρων υπέρ των ΜΜΕ γίνεται στο κείμενο «ΕΙΣΗΓΗΣΗ ΓΙΑ ΜΕΤΡΑ ΣΤΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗ».

Αναλυτικότερα, μέτρα υπέρ των ΜΜΕ:

- ❖ **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 για αποθήκες και ανάπτυξη εμπορικών κέντρων όπου στεγάζονται μόνο ΜΜΕ. (αφορά κυρίως τη βιοτεχνίες)
- ❖
- ❖ 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, την πολιτική διαχείρισης προμηθειών κ.ά).
- ❖ Επιχορήγηση μισθώματος κατά την έναρξη επιλεγμένων δραστηριοτήτων ανά περιοχή, σε συγκεκριμένες περιοχές (με υψηλή ανεργία κ.λπ).
- ❖ Πρόγραμμα για επιχειρήσεις σε κρίση (π.χ. ενίσχυση νέων επενδύσεων)
- ❖ Ενίσχυση της Υπεργολαβίας ανάμεσα σε μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις.
- ❖ Κίνητρα για συμμετοχή των ΜΜΕ στις κρατικές προμήθειες.
- ❖ Φορολογικά κίνητρα και ειδικά προγράμματα για συνέχιση της οικογενειακής εταιρίας.
- ❖ Προγράμματα επιμόρφωσης με σκοπό την υποκίνηση των νέων για συνέχιση της οικογενειακής επιχείρησης.
- ❖ Ενισχύσεις με σκοπό τον εκσυγχρονισμό του λιανικού εμπορίου (συστήματα διαχείρισης, πιστοποίησης κ.λπ).
- ❖ 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).
- ❖ Ανάπτυξη συνεργιών (π.χ. για αγορά τεχνολογίας από κοινού)
- ❖ Πρόγραμμα εκπαίδευσης επιχειρηματιών και διευθυντικών στελεχών (βιομηχανία, λιανικό και χονδρεμπόριο) για την αντιμετώπιση του ανταγωνισμού και για τη δημιουργία υγιών ΜΜΕ .
- ❖ Πρόγραμμα μεταφοράς τεχνολογίας και αγοράς διπλωμάτων ερασιτεχνίας (με χρηματοδότηση έως και το 80% των δαπανών για αγορά για τα πρώτα οκτώ έτη)
- ❖ Ενίσχυση για πρόσληψη εμπειρογνομόνων, που θα βοηθήσουν τους πιθανούς επιχειρηματίες να αναπτύξουν ένα business plan κατά τη διάρκεια των πρώτων χρόνων της λειτουργίας τους (συμβουλευτικές υπηρεσίες).
- ❖ Υποστήριξη επένδυσης (π.χ. 10% επί του κεφαλαίου) με σκοπό τη βελτίωση ποιότητας προϊόντων, της εικόνας της επιχείρησης, την εναρμόνιση του συστήματος ποιότητας-ελέγχου της εταιρίας στα διεθνή standards για τη μείωση της ρύπανσης.
- ❖ Πρόγραμμα ενίσχυσης για πρόσληψη εμπειρογνομόνων για ανάπτυξη εξαγωγών.
- ❖ Ανακούφιση από επιτόκια λόγω δανείων σε εξοπλισμό και κτήρια
- ❖ Πρόγραμμα πρόσληψης νέων πτυχιούχων για την οργάνωση συγκεκριμένων τμημάτων (50% επί του μισθού)