

OECD SME and Entrepreneurship Outlook - 2005 Edition

Summary in Greek

Προοπτικές των ΜΜΕ και της επιχειρηματικότητας του ΟΟΣΑ, Έκδοση 2005

Περίληψη στα ελληνικά

Από την τελευταία έκδοση των *Προοπτικών των ΜΜΕ του ΟΟΣΑ* το 2002, οι ΜΜΕ και η επιχειρηματικότητα συνέχισαν να αποτελούν βασικό παράγοντα δυναμισμού, καινοτομίας και ευελιξίας.

Αξίζει να υπενθυμίσουμε ότι η παρουσία των ΜΜΕ στο μεταποιητικό τομέα υπερβαίνει το 95% και είναι ακόμα μεγαλύτερη στον τομέα παροχής υπηρεσιών στις χώρες του ΟΟΣΑ. Επίσης, οι ΜΜΕ δημιουργούν τα δύο τρίτα των θέσεων απασχόλησης στον ιδιωτικό τομέα και αποτελούν την κύρια πηγή δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας στις περισσότερες οικονομίες. Τα τελευταία χρόνια οι ΜΜΕ αυξήθηκαν με ταχύτερο ρυθμό απ'ό,τι το σύνολο του επιχειρηματικού πληθυσμού επαυξάνοντας το μερίδιο των ΜΜΕ στην απασχόληση. Μολονότι ο αριθμός των αυτοαπασχολούμενων γυναικών είναι περιορισμένος, οι ΜΜΕ που ανήκουν σε γυναίκες αναπτύσσονται με επιτυχία σε πολλές χώρες, κυρίως στις Ηνωμένες Πολιτείες και τον Καναδά. Οι νέες, καινοτόμοι από τη φύση τους, ΜΜΕ έδωσαν νέα ώθηση στην καινοτομία. Η αύξουσα διεθνοποίηση ωφέλησε το κύμα αυτό καινοτομίας. Πέρα από την εξαγωγική και την εισαγωγική δραστηριότητά τους, οι ΜΜΕ συμμετέχουν όλο και περισσότερο σε διασυνοριακές στρατηγικές συμμαχίες, σε συγχωνεύσεις και εξαγορές και στη διεπιχειρησιακή δικτύωση και συνεργασία.

Οι δυναμικοί κλάδοι υπηρεσιών, όπως η παροχή υπηρεσιών σε επιχειρήσεις ή οι κλάδοι που δραστηριοποιούνται στις ΤΠΕ, οι υπηρεσίες υγείας και οι υπηρεσίες που συνδέονται με την ηλικία, καταγράφουν υψηλά ποσοστά εισόδου επιχειρήσεων στην αγορά στις χώρες του ΟΟΣΑ. Εντούτοις, πολλές νέες επιχειρήσεις δεν είναι βιώσιμες μακροπρόθεσμα και περίπου το 20% από αυτές αποχωρεί από την αγορά κατά τον πρώτο χρόνο ύπαρξης και σχεδόν άλλες τόσες εξέρχονται κατά το δεύτερο χρόνο. Διαπιστώνεται ότι οι ώριμοι νέοι επιχειρηματίες διαθέτουν περισσότερες δεξιότητες, μεγαλύτερη πείρα και κεφάλαιο για να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις που συνεπάγεται η επιχειρηματική δραστηριότητα. Οι ευρωπαϊκές χώρες υστερούν σε επιχειρηματικό δυναμισμό έναντι των Ηνωμένων Πολιτειών στις οποίες οι εταιρείες που εισέρχονται με

επιτυχία στην αγορά επιφέρουν πολύ μεγαλύτερη αύξηση της απασχόλησης κατά τα πρώτα χρόνια λειτουργίας σε σύγκριση με την Ευρώπη. Στην Ιαπωνία τα ποσοστά εξόδου από την αγορά υπερβαίνουν τα ποσοστά εισόδου ακολουθώντας την πρόσφατη τάση τους. Στη Λατινική Αμερική η επιχειρηματική δραστηριότητα σχετίζεται κυρίως με την οικογενειακή επιχείρηση περιορίζοντας την επέκταση και τη διεθνοποίηση. Αντίθετα, οι επιχειρηματίες στην Ανατολική Ασία έχουν μεγαλύτερη πρόσβαση σε δίκτυα εξωτερικής χρηματοδότησης και πληρέστερα επιχειρηματικά πρότυπα που επιτρέπουν την ταχύτερη επέκταση των νέων επιχειρήσεων.

Δεδομένης της διεθνοποίησης της οικονομίας, η συνεχιζόμενη καινοτομία είναι καίριας σημασίας για τη στήριξη της ανταγωνιστικότητας. Οι νέες ΜΜΕ τεχνολογικής βάσης έχουν αποδείξει την ικανότητά τους όσον αφορά την ανανέωση της τεχνολογίας και την τεχνολογική εξέλιξη ασκώντας, ως εκ τούτου, ανταγωνιστικές πιέσεις στις μεγάλες επιχειρήσεις. Πραγματικά, διαπιστώνεται ότι το 30 με 60% των μεταποιητικών ΜΜΕ είναι καινοτόμοι. Το μερίδιο των ΜΜΕ στην Ε&Α είναι ιδιαίτερα υψηλό, αν και παραμένει χαμηλότερο από αυτό των μεγάλων επιχειρήσεων, και είναι γενικά μεγαλύτερο στις μικρότερες οικονομίες. Οι μικρές επιχειρήσεις τείνουν να είναι πιο καινοτόμοι σε κλάδους υπηρεσιών με ένταση γνώσης, όπως η παροχή υπηρεσιών σε επιχειρήσεις και η χρηματοπιστωτική διαμεσολάβηση. Στην προσπάθειά τους να καινοτομήσουν, οι ΜΜΕ στηρίχθηκαν όλο και περισσότερο σε δίκτυα, συστάδες επιχειρήσεων και εταιρικά σχήματα που παρέχουν πρόσβαση σε πληροφόρηση, τεχνογνωσία και νέες τεχνολογίες. Από αυτήν την άποψη, οι ΤΠΕ και το ηλεκτρονικό επιχειρείν μπορούν να προσφέρουν στις ΜΜΕ ποικίλα πλεονεκτήματα όσον αφορά την αποτελεσματικότητα και την πρόσβαση στην αγορά, μειώνοντας το κόστος, επιταχύνοντας τη συναλλακτική διαδικασία και ενισχύοντας την αξιοπιστία των συναλλαγών. Παρόλα αυτά, μολονότι η σύνδεση σε ΤΠΕ (προσωπικοί Η/Υ και Διαδίκτυο) είναι ευρέως διαδεδομένη σε όλες τις επιχειρήσεις, οι μικρές επιχειρήσεις καθυστερούν να υιοθετήσουν τις νέες εφαρμογές ΤΠΕ και ηλεκτρονικού επιχειρείν, κυρίως λόγω της προφανούς έλλειψης δυνατότητας εφαρμογής και της αβέβαιης οικονομικής απόδοσης. Η επαρκής προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας είναι απαραίτητη, εάν θέλουμε να δρέψουμε τους καρπούς από τις δραστηριότητες καινοτομίας. Όμως, οι ΜΜΕ δεν έχουν ακόμα κατανοήσει πλήρως το σύστημα δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας και κατά συνέπεια δεν εκμεταλλεύονται επαρκώς τις υφιστάμενες μορφές προστασίας τους.

Κατά την εξεταζόμενη περίοδο αναλήφθηκαν πολλές νέες πρωτοβουλίες πολιτικής, που στόχευαν κυρίως στην ενίσχυση του δυναμισμού και της ανταγωνιστικότητας του τομέα των ΜΜΕ. Είναι αξιοσημείωτο ότι ορισμένα από τα εν λόγω μέτρα ήταν σύμφωνα με τις συστάσεις του Χάρτη της Μπολόνια για τις πολιτικές υπέρ των ΜΜΕ, που υιοθετήθηκε από σχεδόν 50 χώρες στην 1^η Υπουργική Διάσκεψη του ΟΟΣΑ για τις ΜΜΕ στην Μπολόνια το 2000. Ανάμεσά τους ξεχωρίζει η χαλάρωση των ρυθμίσεων που διέπουν την αγορά προϊόντων σε όλες τις χώρες του ΟΟΣΑ, καθώς και η πρόοδος στην άρση των διοικητικών εμποδίων που περιορίζουν την επιχειρηματικότητα. Η μεταρρύθμιση της νομοθεσίας για την προστασία της απασχόλησης ήταν λιγότερο αξιόλογη. Παράλληλα, ορισμένες πρακτικές, όπως η ανάλυση των επιπτώσεων των ρυθμιστικών διατάξεων, συμπεριλαμβανομένων εκθέσεων μικρών επιπτώσεων, οι μηχανισμοί διαβουλεύσεων, η σύνταξη κειμένων σε σαφή γλώσσα κ.λπ., επεκτάθηκαν σε όλες τις χώρες του ΟΟΣΑ. Η απλοποίηση των διοικητικών διαδικασιών διευκολύνεται

όλο και περισσότερο από τις ΤΠΕ, τις διαδικτυακές πύλες και τα ηλεκτρονικά κέντρα ενιαίας εξυπηρέτησης (one-stop-shops). Τα αποτελέσματα ήταν αξιοσημείωτα σε ορισμένες χώρες. Για παράδειγμα, στην Αυστραλία πάνω από το 70% του συνόλου των εγγραφών των εταιρειών πραγματοποιείται ηλεκτρονικά. Η Γαλλία και η Δημοκρατία της Σλοβακίας πρωταγωνιστούν μεταξύ των χωρών που λαμβάνουν μέτρα για να περιορίσουν τις διαδικασίες, το χρόνο και το κόστος σύστασης μιας επιχείρησης. Η Ουγγαρία και η Νέα Ζηλανδία κατατάσσονται μεταξύ των χωρών που εφαρμόζουν προγράμματα για τη διευκόλυνση της εκπλήρωσης των φορολογικών υποχρεώσεων των επιχειρήσεων. Η μεταβίβαση των επιχειρήσεων και η διαδοχή της ιδιοκτησίας τους αποτελεί εξίσου στόχο των πολιτικών στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αλλά και σε άλλες χώρες. Συνολικά, το 2003 οι χώρες μέλη του ΟΟΣΑ με τους λιγότερους περιορισμούς ήταν το Ηνωμένο Βασίλειο, ο Καναδάς, η Ιρλανδία και η Νορβηγία.

Οι κυβερνήσεις προσδίδουν όλο και μεγαλύτερη σημασία στην εκπαίδευση και την κατάρτιση σε θέματα επιχειρηματικότητας. Καθώς δεν υπάρχει ένα ενιαίο πρότυπο διδασκαλίας της επιχειρηματικότητας στην επίσημη εκπαίδευση και κατάρτιση, ακολουθούνται δύο προσεγγίσεις: πρέπει να μάθουν οι νέοι πώς να ξεκινήσουν την επιχείρησή τους ή πρέπει να διδαχθούν την προθυμία να αλλάξουν συμπεριφορά και να αναλάβουν οικονομικούς κινδύνους; Οι Ηνωμένες Πολιτείες τάσσονται υπέρ της πρώτης, ενώ η Σουηδία προτιμά τη δεύτερη. Το Ηνωμένο Βασίλειο χρησιμοποιεί και τις δύο. Η εκπαίδευση σε θέματα επιχειρηματικότητας σε πανεπιστημιακό επίπεδο είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένη στις Ηνωμένες Πολιτείες και σήμερα έχει επεκταθεί σε κλάδους σπουδών που δεν σχετίζονται με τη διοίκηση επιχειρήσεων. Για παράδειγμα, το πρότυπο επιχειρηματικότητας του Πανεπιστημίου του Stanford θεωρείται από πολλούς ως κύριος μοχλός της Silicon Valley. Ένας από τους στόχους του Ευρωπαϊκού Χάρτη για τις Μικρές Επιχειρήσεις, που υιοθετήθηκε το 2000, είναι η διδασκαλία της επιχείρησης και της επιχειρηματικότητας σε όλες τις σχολικές βαθμίδες και η ανάπτυξη προγραμμάτων κατάρτισης για τα διευθυντικά στελέχη. Επίσης υλοποιήθηκαν μερικές σημαντικές πρωτοβουλίες για την ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας, όπως η θέσπιση ειδικού φορέα το 2003 στη Γερμανία, το Στρατηγικό Πλαίσιο για τις Γυναικείες Επιχειρήσεις το 2004 στο Ηνωμένο Βασίλειο και το Σχέδιο Δράσης για τις Γυναίκες της Νέας Ζηλανδίας το 2004 στη Νέα Ζηλανδία.

Σε μια προσπάθεια ανατροπής της εικόνας των ΜΜΕ ως επιχειρήσεων υψηλού κινδύνου, οι πολιτικές στόχευσαν τη διευκόλυνση της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση. Αξιόλογα μέτρα ήταν η θέσπιση δευτερεύουσας αγοράς, η χαλάρωση των περιορισμών που διέπουν την επένδυση των συνταξιοδοτικών ταμείων σε κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου, η αύξηση της στήριξης των Δικτύων Άτυπων Επενδυτών και η συνεχιζόμενη ισχυρή στήριξη της χρηματοδότησης χρέους των ΜΜΕ μέσω δανείων και εγγυήσεων δανείων. Το 2000 τέθηκε σε εφαρμογή στη Γαλλία το πρόγραμμα «Δάνειο για τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης» (Prêt à la création d'emploi), το οποίο είναι ένα μέσο δανειοδότησης και στοχεύει στη διευκόλυνση της σύστασης μικρών επιχειρήσεων. Στη Γερμανία όλα αυτά τα είδη δανειοδότησης υπάχθηκαν πρόσφατα σε ένα ενιαίο «δάνειο επιχειρηματία», στο πλαίσιο του οποίου εγκρίθηκαν πολλά δάνεια κατά το πρώτο εξάμηνο του 2004. Ο Καναδάς, η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, το Ισραήλ και άλλες χώρες χρησιμοποιούν το φορολογικό σύστημα ως μέσο βελτίωσης της χρηματοδότησης των ΜΜΕ.

Παράλληλα, τα τελευταία χρόνια εντάθηκαν οι προσπάθειες διεύρυνσης της γνώσης και της καινοτομίας των ΜΜΕ, εν μέρει μέσω της στήριξης της δραστηριότητας των ΜΜΕ στον τομέα της έρευνας και της ανάπτυξης. Πολλές χώρες, όπως η Αυστρία, η Ουγγαρία, η Ιταλία, η Πορτογαλία και η Ελβετία, διαθέτουν τα δύο τρίτα ή περισσότερο της συνολικής στήριξης της E&A στις ΜΜΕ. Τουλάχιστον οι μισές από τις κυβερνήσεις του ΟΟΣΑ επιδοτούν την E&A των μικρών επιχειρήσεων μέσω των φόρων. Επιπλέον, με στόχο την εισαγωγή καινοτομίας και την απόκτηση νέας τεχνολογίας, οι χώρες ενθαρρύνουν τη συμμετοχή των ΜΜΕ σε δίκτυα, συμπράξεις δημόσιου και ιδιωτικού τομέα και συστάδες επιχειρήσεων που συμβάλλουν, μεταξύ άλλων, στη μεγαλύτερη διεθνοποίηση των ΜΜΕ. Επίσης, ενθαρρύνεται όλο και περισσότερο η συμμετοχή των ΜΜΕ στις διεθνείς αλυσίδες αξιών (π.χ. Γαλλία και Ιαπωνία). Ο οργανισμός ΜΜΕ της Ιαπωνίας λειτουργεί ως κέντρο επαφής των ιαπωνικών και των αλλοδαπών ΜΜΕ μέσω μιας κοινής βάσης δεδομένων. Η πλειοψηφία των χωρών του ΟΟΣΑ υλοποιούν προγράμματα που προσφέρουν υπηρεσίες έρευνας της αγοράς, καθώς και βοήθεια σε θέματα προτύπων και ποιότητας. Το Σχέδιο για την Πρωτοβουλία Εξωτερικής Προώθησης στην Ισπανία βασιζόμενο στην επισταμένη ανάλυση του εξαγωγικού δυναμικού επέτρεψε σε πολλές ΜΜΕ να διεθνοποιήσουν τις δραστηριότητές τους.

Στη 2^η Υπουργική Διάσκεψη του ΟΟΣΑ για τις ΜΜΕ στην Κωνσταντινούπολη τον Ιούνιο του 2004, καθώς και στο κείμενο «Διακήρυξης της Κωνσταντινούπολης για την προώθηση της ανάπτυξης των καινοτόμων και διεθνώς ανταγωνιστικών ΜΜΕ» που υιοθετήθηκε σε αυτή, υπογραμμίστηκε η σημασία της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας τόσο για τις ΜΜΕ όσο και για την προώθηση της ανάπτυξης στην παγκοσμιοποιημένη κοινωνία της γνώσης. Επιπλέον, για πρώτη φορά, οι υπουργοί και οι εκπρόσωποι των χωρών μελών και μη μελών του ΟΟΣΑ αναγνώρισαν την ανάγκη ύπαρξης αξιόπιστων στοιχείων για τη χάραξη πολιτικής στον τομέα αυτό. Οι υπουργοί έκαναν έκκληση για τη δημιουργία μιας βιώσιμης και διεθνώς συγκρίσιμης στατιστικής βάσης για τις ΜΜΕ και την επιχειρηματικότητα και ανέθεσαν στον ΟΟΣΑ την εφαρμογή ενός σχετικού Σχεδίου Δράσης. Τα καλύτερα στατιστικά στοιχεία και δείκτες θα βελτιώσουν τη χάραξη και την εφαρμογή πολιτικής, θα στηρίξουν την αξιολόγηση των πολιτικών και θα συντελέσουν στη διαμόρφωση μιας νοοτροπίας αξιολόγησης.

Επαναβεβαιώνοντας την ανάγκη συνέχισης του διαλόγου και συνεργασίας μεταξύ των χωρών του ΟΟΣΑ και μεταξύ των οικονομιών μελών και μη μελών, οι υπουργοί επέστησαν επίσης την προσοχή σε πολλά ζητήματα και κάλεσαν τον ΟΟΣΑ να αναλάβει δράση για την προώθηση των ακόλουθων θεμάτων που περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων:

- Βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση, ούτως ώστε οι ΜΜΕ να έχουν πρόσβαση σε κατάλληλα δομημένα κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου σε όλα τα στάδια ανάπτυξής τους. *Ανταποκρινόμενος ο ΟΟΣΑ θα προετοιμάσει μια σημαντική διεθνή διάσκεψη για το θέμα αυτό που θα φιλοξενηθεί στη Βραζιλία το 2006.*
- Εξεύρεση τρόπων άρσης των εμποδίων στην πρόσβαση των ΜΜΕ στις παγκόσμιες αγορές. Ο ΟΟΣΑ θα εκπονήσει, από κοινού με την APEC (Οικονομική Συνεργασία Ασίας-Ειρηνικού), μια μελέτη για τον εντοπισμό των τρόπων άρσης αυτών των εμποδίων, τα αποτελέσματα της οποίας θα παρουσιαστούν σε μια διεθνή διάσκεψη που θα φιλοξενηθεί στην Ελλάδα το 2006.

- Καλύτερη κατανόηση των παγκόσμιων αλυσίδων αξιών και του τρόπου αξιοποίησής τους από τις ΜΜΕ. *Προς αυτόν το σκοπό, ο ΟΟΣΑ θα εκπονήσει μελέτη από κοινού με την UNCTAD (Διάσκεψη των Ηνωμένων Εθνών για το Εμπόριο και την Ανάπτυξη) και άλλους εταίρους.*
- Διάδοση των εργασιών που έχουν πραγματοποιηθεί όσον αφορά τις βέλτιστες πρακτικές για την αξιολόγηση των πολιτικών και των προγραμμάτων υπέρ των ΜΜΕ σε συνεργασία με τις χώρες μέλη, τις ενδιαφερόμενες χώρες μη μέλη και διεθνείς οργανώσεις. *Προς αυτόν το σκοπό, ο ΟΟΣΑ επεξεργάζεται και θα δοκιμάσει ένα εγχειρίδιο βέλτιστων πρακτικών για την αξιολόγηση των πολιτικών και των προγραμμάτων υπέρ των ΜΜΕ.*
- Διάδοση των εργασιών που έχουν πραγματοποιηθεί όσον αφορά τις βέλτιστες πρακτικές για την ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και την ανταλλαγή των πρωτοποριακών εμπειριών που έχει αποκτήσει ο Οργανισμός σε αυτόν τον τομέα.

© OECD 2005

Η περίληψη αυτή δεν αποτελεί επίσημη μετάφραση του ΟΟΣΑ.

Η αναπαραγωγή της περίληψης αυτής επιτρέπεται υπό την προϋπόθεση ότι παρατίθεται το δικαίωμα αποκλειστικής εκμετάλλευσης του ΟΟΣΑ, καθώς και ο τίτλος της πρωτότυπης έκδοσης.

Οι Πολύγλωσσες Περίληψεις είναι μεταφρασμένα αποσπάσματα των δημοσιευμάτων του ΟΟΣΑ που εκδόθηκαν αρχικά στην αγγλική και τη γαλλική γλώσσα.

**Διατίθενται δωρεάν στο Ηλεκτρονικό Βιβλιοπωλείο του ΟΟΣΑ
www.oecd.org/bookshop/**

Για περισσότερες πληροφορίες επικοινωνήστε με το Τμήμα Δικαιωμάτων και Μεταφράσεων της Διεύθυνσης Δημοσίων Υποθέσεων και Επικοινωνιών του ΟΟΣΑ.

rights@oecd.org

Fax: +33 (0)1 45 24 13 91

OECD Rights and Translation unit (PAC)
2 rue André-Pascal
75116 Paris
France

Επισκεφτείτε τον ηλεκτρονικό μας κόμβο www.oecd.org/rights/

