

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ:

**"ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ"**

ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΠΟΥΛΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΑ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ:

ΠΟΥΛΙΑΝΟΥ ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΛΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΠΑΤΡΑ, ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2009

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Με την εργασία μας αυτή, που έχει ως θέμα <<την ανάπτυξη μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων>> αναλύουμε τη σημαντική έννοια της και αναπτύσσουμε το σημαντικό ρόλο που έχει στη πρόοδο και την ανάπτυξη της εγχώριας οικονομίας της χώρας μας.

Καθώς επίσης ποιοι είναι οι παράγοντες που την επηρεάζουν την διέπουν , τους τρόπους και τις εναλλακτικές για την ανάπτυξη της.

Η άνθηση τους και συγκεκριμένα ενός μικρομεσαίου τουριστικού γραφείου που εστιάζουμε στην εργασία μας ποικίλει και καθορίζεται από τομείς όπως: το μάρκετινγκ, τη προώθηση, και τη διαφήμιση.

Αξιοσημείωτη είναι η φορολογία του κράτους, οι επιχειρηματικές αποφάσεις και οι δραστηριότητες που πρέπει να λαμβάνονται υπόψιν από τον κάθε επιχειρηματία μιας μικρομεσαίας επιχείρησης.

Αναλύουμε στόχους που θα πρέπει να τείνουν κάθε προσοχής τόσο από τον ιδιοκτήτη όσο και από το εξειδικευμένο προσωπικό του τουριστικού γραφείου.

Πληροφορίες που γνωστοποιούν τα παραπάνω για την δημιουργία ενός μικρομεσαίου τουριστικού γραφείου μπορεί να βρει ο κάθε ενδιαφερόμενος στο επιμελητήριο της περιοχής του όπως επίσης στο αρμόδιο υπουργείο.

Ελπίζουμε με την εργασία μας αυτή να μπόρεσε να γίνει αντιληπτή η έννοια της ανάπτυξης μιας μικρομεσαίας τουριστικής επιχείρησης, να επιτύχαμε κάθε πιθανό στόχο και να προσδιορίσαμε το θέμα όσο καλύτερα μπορούσαμε.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

	Σελίδα
ΠΕΡΙΛΗΨΗ	2
ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	3
ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΡΩΤΟ – ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	
1.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ	7
1.1.1 ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΕΣ, ΣΥΝΕΡΓΑΖΟΜΕΝΕΣ, ΣΥΝΔΕΔΕΜΕΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	8
1.1.2 ΝΟΜΙΚΗ ΑΞΙΑ ΤΟΥ ΟΡΙΣΜΟΥ	10
1.1.3 ΧΡΟΝΟΔΙΑΓΡΑΜΜΑ	11
1.2 ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ	13
1.3 ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ- ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ & ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	14
1.4 ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ:<<Η ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ, ΔΙΑΤΗΡΩΝΤΑΣ ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΝΕΥΜΑ ΣΤΟ ΧΡΟΝΟ>>.	14
1.5 Η ΘΕΣΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ	16
1.6 ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΓΙΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	16
1.7 ΟΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΧΑΝΟΥΝ ΤΙΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ	19
1.8 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	22
1.9 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ & ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΙΑΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	24
1.10 ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΡΟΦΙΛ	25
1.10.1 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧ/ΣΕΩΝ	25
1.10.2 Ο ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΟΜΜΕΧ	27
1.10.3 ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ	28
1.10.4 ΤΟ ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ	30
1.10.5 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ	31
1.11 ΑΝΟΔΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΔΕΥΤΕΡΟ –ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	
2.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	33
2.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΑΝΑΠΤΥΞΗ	34
2.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ	35
2.4 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΚΡΑΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜ/ΤΑΣ	36
2.4.1 ΟΙ ΒΑΣΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟΥ ΝΟΜΟΣΧΕΔΙΟΥ	37
2.4.2 ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΤΟΥ ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΟΥ ΝΟΜΟΣΧΕΔΙΟΥ	37
2.5 ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ	42

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΡΙΤΟ – ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

3.1	ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	43
3.1.1	ΤΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΕΙΤΑΙ	44
3.2	ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	45
3.3	ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ	46
3.3.1	Η ΣΥΣΤΑΣΗ ΕΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ	56
3.4	ΤΟ ΝΟΜΟΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ	57

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΤΕΤΑΡΤΟ – ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΝΟΜΟΣ

4.1	Ο ΝΕΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΝΟΜΟΣ 3299/2004	58
4.1.1	ΠΟΙΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΥΠΑΓΟΝΤΑΙ ΣΤΟ ΝΕΟ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΝΟΜΟ	58
4.1.2	ΣΕ ΠΟΙΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΧΩΡΙΖΕΤΑΙ Η ΧΩΡΑ	59
4.1.3	ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ	60
4.1.4	ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΟΡΟΙ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ	62
4.1.5	ΕΝΙΣΧΥΟΜΕΝΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ	62
4.1.6	ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ	63
4.1.7	ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ	65
4.1.8	ΕΙΔΙΚΑ ΚΑΘΕΣΤΩΤΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ	65
4.1.9	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ	66
4.2	ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΒΗΜΑΤΑ	68
4.3	ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ ΤΩΝ ΜΜΕ	69
4.4	ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ	70

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΠΕΜΠΤΟ– ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

5.1	ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ ΜΜΕ	72
5.2	ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΩΝ ΜΜΕ ΤΩΝ ΤΟΜΕΩΝ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ & ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	72
5.3	ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΗΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ	73
5.4	ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΠΙΛΕΞΙΜΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ	74
5.5	ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ «ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ»	76
5.6	ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΕΝΙΣΧΥΣΗ	80
5.7	ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΚΗΣ ΣΧΕΣΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ	82
5.7.1	ΠΡΑΞΗ	82
5.7.2	ΣΥΝΟΨΗ	82
5.8	ΜΙΑ ΝΕΑ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ	89
5.9	ΜΕΤΡΑ ΕΝΟΠΙΟΤΗΤΗΣ	89
5.9.1	ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	85
5.9.2	ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	85
5.9.3	ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	86
5.9.4	ΠΛΑΙΣΙΟ	86
5.9.5	ΣΥΝΑΦΕΙΣ ΠΡΑΞΕΙΣ	86

	Σελίδα
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΚΤΟ – ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ	
6.1 ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΩΣ ΜΕΣΟ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ ΑΓΟΡΩΝ	87
6.2 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΕΙΣ & MARKETING ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ	89
6.3 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΕΙΣ & MARKETING ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ: ΙΣΧΥΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ, ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ	93
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΒΔΟΜΟ – ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΜΜΕ	
7.1 ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ: Ο ΝΕΟΣ ΤΡΟΠΟΣ ΦΟΡΟΛΟΓΙΑΣ	99
7.2 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΚΤΥΩΣΕΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	101
7.2.1 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ	103
7.3 ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ –ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	110
7.4 ΣΤΗ ΤΕΛΕΙΑ ΕΥΘΕΙΑ ΟΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΜΜΕ	111
7.4.1 ΔΡΑΣΗ 2.2.2	112
7.4.2 ΥΨΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ	113
7.4.3 ΑΝΩΤΑΤΟ ΟΡΙΟ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ	114
7.4.4 ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ	114
7.4.5 ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ	114
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΟΓΔΟΟ – ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	
8.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΑΠΟ ΤΟΝ κ. ΑΝΑΣΤΑΣΙΟ ΛΙΑΣΚΟ	115
8.2 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	123
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	
1. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ	127
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	137

ΜΕΘΟΔΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Για την τελειοποίηση του πτυχίου μας, υποχρεούμαστε να κάνουμε μια εργασία, την πτυχιακή. Μπορούμε να την κάνουμε ατομικά ή ομαδικά (δηλ. ένα ή δυο και περισσότερα άτομα αντίστοιχα). Εμείς επιλέξαμε να είμαστε μια ομάδα δυο ατόμων.

Για την εργασία μας ως εποπτεύων καθηγητή – εισηγητή επιλέξαμε τον κύριο Σωτηρόπουλο Γεώργιο, όπου σε συνεργασία μαζί του επιλέξαμε ως θέμα της εργασίας μας την “Ανάπτυξη μιας Μικρομεσαίας Τουριστικής Επιχείρησης”.

Για το θέμα αυτό απευθυνθήκαμε για βοήθεια και συλλογή στοιχείων: στο Επιμελητήριο Αχαΐας όπου μας έδωσαν κάποιο οδηγό, στο Επιμελητήριο Κορίνθιας όπου μας έδωσαν κάποια στοιχεία από έρευνες που είχαν κάνει και τον νέο αναπτυξιακό νόμο, τον κ. Σωτηρόπουλο όπου μας έδωσε χρήσιμες πληροφορίες, στη βιβλιοθήκη του Τ.Ε.Ι μας, σε διάφορα έντυπα και περιοδικά επιχειρήσεων και στο διαδίκτυο.

Τέλος θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε ιδιαίτερα τον κύριο Σωτηρόπουλο αλλά και όσους μας βοήθησαν κατά τη διάρκεια της συλλογής στοιχείων για την εργασία μας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

1.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ;

Ο ορισμός των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων επικαιροποιείται προκειμένου να εκτιμηθεί καλύτερα η οικονομική πραγματικότητα των επιχειρήσεων αυτών. Ο ορισμός των επιχειρήσεων σε σχέση με τον αριθμό των απασχολούμενων ατόμων και τον κύκλο εργασιών ή το σύνολο ισολογισμού έχει σημασία για τον καθορισμό των επιχειρήσεων-δικαιούχων στα προγράμματα ή τις πολιτικές της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ) που προορίζονται συγκεκριμένα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ).

Ο ορισμός των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων επικαιροποιήθηκε προκειμένου να ληφθούν υπόψη οι οικονομικές εξελίξεις που έλαβαν χώρα μετά το 1996 (πληθωρισμός και αύξηση της παραγωγικότητας) καθώς και η εμπειρία που αποκτήθηκε.

Ο νέος ορισμός διευκρινίζει τις ιδιότητες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) καθώς και την έννοια της πολύ μικρής επιχείρησης. Με αυτό τον τρόπο ενισχύεται η αποτελεσματικότητα των κοινοτικών προγραμμάτων και πολιτικών που αφορούν τις επιχειρήσεις αυτές. Στόχος είναι να αποφευχθεί ενδεχόμενη εκμετάλλευση των μηχανισμών υποστήριξης των εν λόγω επιχειρήσεων από επιχειρήσεις που διαθέτουν μεγαλύτερη οικονομική δύναμη από τις ΜΜΕ.

Κάθε επιχείρηση πρέπει να είναι ανεξάρτητη, δηλαδή 25% του κεφαλαίου ή των ψήφων δεν πρέπει να ανήκουν σε μία επιχείρηση, ή από κοινού σε πολλές επιχειρήσεις που δεν αντιστοιχούν με τον ορισμό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων ή της μικρής επιχείρησης. Αυτό το ανώτατο όριο μπορεί να ξεπεραστεί σε δυο υποθετικές περιπτώσεις:

- η επιχείρηση ανήκει σε δημόσιες εταιρείες συμμετοχών ή εταιρείες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου ή σε θεσμικούς επενδυτές εάν δεν ασκούν ουσιαστικό έλεγχο στην επιχείρηση
- λόγω της διασποράς του κεφαλαίου, μια επιχείρηση μπορεί νόμιμα να ανακοινώσει ότι δεν κατέχεται σε ποσοστό 25% από μία ή περισσότερες

- επιχειρήσεις που δεν αντιστοιχούν με τον ορισμό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Η παρούσα σύσταση δίνει τους ακόλουθους ορισμούς:

- οι **μικρομεσαίες επιχειρήσεις** απασχολούν λιγότερους από 250 μισθωτούς. Ο κύκλος εργασιών τους πρέπει να είναι μικρότερος από 40 εκατ. ευρώ ή ο ετήσιος ισολογισμός τους κατώτερος από 27 εκατ. ευρώ.
- οι **μικρές επιχειρήσεις** απασχολούν από 10 ως 49 μισθωτούς. πρέπει να έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών μικρότερο από 7 εκατ. ευρώ ή ισολογισμό που δεν υπερβαίνει τα 5 εκατ. ευρώ.
- οι **πολύ μικρές επιχειρήσεις** είναι οι επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από 10 μισθωτούς.

Η απώλεια της ποιότητας της μεσαίας, της μικρής ή της πολύ μικρής επιχείρησης ισχύει μόνο εάν αυτές υπερβούν τα όρια σε δύο διαδοχικά οικονομικά έτη.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή μπορεί να τροποποιήσει τη σύσταση, ιδίως τα επίπεδα των ορίων, όταν επιθυμεί και κατά κανόνα κάθε 4 έτη.

Η Επιτροπή χρησιμοποιεί αυτόν τον ορισμό σε όλα τα κοινοτικά προγράμματα που εφαρμόζονται και τα οποία φορούν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Ως μεσαία επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 250 εργαζομένους και της οποίας ο κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει τα 50 εκατ. Εύρω ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 43 εκατ. Εύρω.

Ως μικρή επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 50 εργαζομένους και ο κύκλος εργασιών της ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 10 εκατ. Εύρω.

1.1.1 Ανεξάρτητες, συνεργαζόμενες, συνδεδεμένες επιχειρήσεις

Ο νέος ορισμός των ΜΜΕ προσδιορίζει τους τύπους των επιχειρήσεων. Κάνει διάκριση μεταξύ τριών τύπων επιχειρήσεων σε συνάρτηση με το είδος της σχέσης που αυτές διατηρούν με άλλες επιχειρήσεις όσον αφορά τη συμμετοχή στο κεφάλαιο, το δικαίωμα ψήφου ή το δικαίωμα άσκησης κυρίαρχης επιρροής:

- ανεξάρτητες επιχειρήσεις

- συνεργαζόμενες επιχειρήσεις
- συνδεδεμένες επιχειρήσεις.

Οι **ανεξάρτητες επιχειρήσεις** είναι η πλέον συχνή περίπτωση. Πρόκειται απλώς για όλες τις επιχειρήσεις που δεν ανήκουν σε κανέναν από τους δύο άλλους τύπους επιχειρήσεων (συνεργαζόμενες ή συνδεδεμένες). Μια επιχείρηση είναι ανεξάρτητη αν:

- δεν διαθέτει συμμετοχή 25% ή περισσότερο σε άλλη επιχείρηση
- δεν κατέχεται άμεσα κατά 25% ή περισσότερο από άλλη επιχείρηση ή δημόσιο οργανισμό ή από κοινού από περισσότερες επιχειρήσεις συνδεδεμένες μεταξύ τους ή από δημόσιους οργανισμούς, εκτός ορισμένων εξαιρέσεων.
- δεν συντάσσει ενοποιημένους λογαριασμούς και δεν περιλαμβάνεται στους λογαριασμούς μιας επιχείρησης η οποία συντάσσει ενοποιημένους λογαριασμούς και δεν είναι κατά συνέπεια συνδεδεμένη επιχείρηση.

Μια επιχείρηση μπορεί να συνεχίσει να θεωρείται ανεξάρτητη εάν το όριο του 25% καλυφθεί ή ξεπεραστεί, όταν πρόκειται για ορισμένες κατηγορίες επενδυτών, όπως οι «επιχειρηματικοί άγγελοι» («business angels»).

Ως **συνεργαζόμενες επιχειρήσεις** ορίζονται οι επιχειρήσεις οι οποίες δημιουργούν σημαντικές χρηματοοικονομικές εταιρικές σχέσεις με άλλες επιχειρήσεις, χωρίς η μία να μπορεί να ασκεί άμεσα ή έμμεσα ουσιαστικό έλεγχο στην άλλη. Συνεργαζόμενες είναι οι επιχειρήσεις οι οποίες δεν είναι ανεξάρτητες, αλλά ούτε συνδέονται μεταξύ τους. Μια επιχείρηση είναι «συνεργαζόμενη» με μια άλλη επιχείρηση όταν:

- κατέχει συμμετοχή μεταξύ 25% και κάτω του 50% σε αυτήν.
- αυτή η άλλη επιχείρηση έχει συμμετοχή μεταξύ 25% και κάτω του 50% στην αιτούσα επιχείρηση.
- η αιτούσα επιχείρηση δεν καταρτίζει ενοποιημένους λογαριασμούς στους οποίους να περιλαμβάνεται η εν λόγω άλλη επιχείρηση και δεν περιλαμβάνεται μέσω ενοποίησης στους λογαριασμούς εκείνης ή μιας επιχείρησης που συνδέεται με αυτή την τελευταία.

Οι **συνδεδεμένες επιχειρήσεις** αντιστοιχούν στην οικονομική κατάσταση επιχειρήσεων οι οποίες αποτελούν μέρος μιας ομάδας, μέσω του άμεσου ή έμμεσου ελέγχου της πλειοψηφίας του κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου (συμπεριλαμβανομένων και μέσω των συμφωνιών ή, σε ορισμένες περιπτώσεις, μέσω μετόχων που είναι φυσικά πρόσωπα) ή μέσω της εξουσίας άσκησης κυρίαρχης επιρροής σε μια επιχείρηση. Πρόκειται λοιπόν για σπανιότερες περιπτώσεις που διακρίνονται γενικά κατά τρόπο ιδιαίτερα σαφή από τους δύο προηγούμενους τύπους. Στο πλαίσιο της μέριμνας αποφυγής δυσχερειών ερμηνείας από μέρους των επιχειρήσεων, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προσδιόρισε αυτό τον τύπο επιχειρήσεων συμπεριλαμβάνοντας, όταν αυτές προσαρμόζονται στο αντικείμενο του ορισμού, τις προϋποθέσεις που δίνονται από το πρώτο άρθρο της [οδηγίας 83/349/ΕΟΚ](#) του Συμβουλίου για τους ενοποιημένους λογαριασμούς, το οποίο εφαρμόζεται από πολλών ετών. Μια επιχείρηση γνωρίζει λοιπόν κατά γενικό κανόνα κατά τρόπο άμεσο ότι οφείλει, δυνάμει της εν λόγω οδηγίας να καταρτίσει ενοποιημένους λογαριασμούς ή ότι περιλαμβάνεται μέσω ενοποίησης στους λογαριασμούς μιας επιχείρησης η οποία οφείλει να καταρτίζει τέτοιους ενοποιημένους λογαριασμούς.

1.1.2 Νομική αξία του ορισμού

Ο ορισμός των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων δεν είναι δεσμευτικός παρά μόνον όσον αφορά ορισμένους τομείς, όπως οι κρατικές ενισχύσεις, η χρηματοδότηση μέσω των Διαρθρωτικών Ταμείων ή τα κοινοτικά προγράμματα, και ιδιαίτερα το πρόγραμμα-πλαίσιο για την έρευνα και την τεχνολογική ανάπτυξη.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενθαρρύνει, ωστόσο, τα κράτη μέλη, την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων να κάνουν χρήση του ορισμού αυτού ως σημείου αναφοράς. Με τον τρόπο αυτόν, τα μέτρα που λαμβάνονται προς όφελος των ΜΜΕ θα χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερη συνεκτικότητα και αποτελεσματικότητα.

1.1.3 Χρονοδιάγραμμα

Για να καταστεί δυνατή μια ομαλή μετάβαση σε κοινοτικό και εθνικό επίπεδο, ο νέος ορισμός χρησιμοποιείται από την 1η Ιανουαρίου 2005.

Στη βάση ενός απολογισμού σχετικού με την εφαρμογή του ορισμού της 6ης Μαΐου, που θα συνταχθεί το αργότερο στις 31 Μαρτίου 2006, και λαμβάνοντας υπόψη ενδεχόμενες τροποποιήσεις του πρώτου άρθρου της οδηγίας [83/349/ΕΟΚ](#) σχετικά με τον ορισμό των συνδεδεμένων επιχειρήσεων κατά την έννοια της παρούσας οδηγίας, η Επιτροπή θα προσαρμόσει ανάλογα με τις ανάγκες τον ορισμό, ιδίως των ορίων που θα επιλεγούν για τον κύκλο εργασιών και το σύνολο του ισολογισμού, για να ληφθεί υπόψη η εμπειρία και οι οικονομικές εξελίξεις στην Κοινότητα.

1.2 ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗ

Οι Μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) αποτελούν σήμερα ένα σημαντικό παράγοντα της οικονομικής ζωής, λόγω του μεγάλου αριθμού τους αλλά κυρίως λόγω της συμβολής τους στην απασχόληση. Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τις επιδόσεις των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Πρακτικά ας δούμε πώς διακρίνονται οι επιχειρήσεις σε κατηγορίες και ποια είναι η μικρομεσαία.

Για την κατάταξη μιας επιχείρησης σε κάποια κατηγορία (μικρομεσαία, μεγάλη, πολυεθνική) μπορούν να χρησιμοποιηθούν διάφορα κριτήρια, τόσο ποσοτικά όσο και ποιοτικά. Ποσοτικά είναι ο ετήσιος κύκλος εργασιών, ο ισολογισμός και ο αριθμός των απασχολούμενων. Ποιοτικά είναι ο τρόπος διοίκησης της επιχείρησης, η οργάνωση της, η θέση της στην αγορά και ο τρόπος χρηματοδότησης της. Από τα παραπάνω το ευρύτερα χρησιμοποιούμενο είναι ο αριθμός των εργαζομένων, καθώς είναι το σαφέστερο και ευκολότερα μετρήσιμο αφού δεν επηρεάζεται από τον πληθωρισμό.

Σύμφωνα με στοιχεία της έρευνας που διεξήγαγε ο σε 5 ευρωπαϊκές χώρες (Ελλάδα, Αγγλία, Ισπανία, Ιταλία και Ιρλανδία) και χρηματοδοτήθηκε από την ΕΕ ο καθηγητής Θ. Παλάσκας, ο αριθμός των μικρομεσαίων επιχειρήσεων τόσο στον τομέα της βιομηχανίας όσο και των υπηρεσιών, στην Ελλάδα ανερχόταν το 1997 σε 735,811 χωρίς να περιλαμβάνονται δημόσια διοίκηση, νοικοκυριά και εκπαίδευση. Από αυτές το 53,6% αφορά επιχειρήσεις αυτό-απασχόλησης, καθαρά ατομικές, το 43,8% απασχολεί 1-9 άτομα, το 2,1% απασχολεί 10-49 άτομα, το 0,3% 50-249 άτομα και το υπόλοιπο ποσοστό πάνω από 250 άτομα. Οι μικρές επιχειρήσεις που απασχολούν 1-9 άτομα συμβάλλουν κατά 30,5% στη

συνολική απασχόληση της χώρας ενώ το σύνολο των επιχειρήσεων που απασχολούν 1-49 άτομα συμβάλλει αθροιστικά στη συνολική απασχόληση των επιχειρήσεων στην Ελλάδα κατά 48,3%. Τα στοιχεία της έρευνας είναι κάπως παλιά, αλλά ήθελα με αυτό τον τρόπο να τονίσω τον ρόλο που διαδραματίζει και την θέση που κατέχει η μικρομεσαία επιχείρηση στην ελληνική παραγωγή, την δυναμικότητα της και φυσικά την προσφορά της στην ανάπτυξη.

Οι νέες προκλήσεις της αγοράς προϋποθέτουν και υπαγορεύουν μετατόπιση της φιλοσοφίας και της τάσης, των επιχειρήσεων από την έως τώρα φιλοσοφία και πρακτική της εντάσεως εργασίας, σε επιχειρήσεις εντάσεως κεφαλαίου και τεχνολογίας, με σκοπό την επίτευξη ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος από πλευράς τους.

Σήμερα πρέπει να συμμετέχεις στις εξελίξεις και να μην είσαι απλώς μια επιχείρηση που παρακολουθείς τι συμβαίνει γύρω σου ή ακόμα χειρότερα δεν αντιλαμβάνεσαι τις εξελίξεις στο περιβάλλον σου, γιατί τότε η βιωσιμότητα σου θα είναι περιορισμένη. Οι επιχειρήσεις αρχίζουν να το αντιλαμβάνονται αυτό, έστω και με χαμηλούς ρυθμούς στην χώρα μας και να επενδύουν στην τεχνολογία. Η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των μικρομεσαίων μέσω της τεχνολογίας προϋποθέτει όμως και κάτι πολύ βασικό: **την κατάρτιση του ανθρωπίνου δυναμικού της.**

Η κατάρτιση και επιμόρφωση των υπαλλήλων μιας εταιρείας σε θέματα νέων τεχνολογιών την καθιστούν ικανή να αντιμετωπίζει τα νέα δεδομένα με θετική σκέψη, να συμβαδίζει με τις νέες προοπτικές και τάσεις και φυσικά να υιοθετεί όποιες από αυτές κρίνει ότι βελτιώνουν την παραγωγικότητα της, μειώνουν το κόστος και αυξάνουν την ανταγωνιστικότητα της. Βέβαια θα ήτανε αφέλεια να παραβλέπαμε και την πιθανότητα περικοπής προσωπικού λόγω εισαγωγής της νέας τεχνολογία, αλλά αυτό δεν συμβαίνει πάντα. Για αυτό πρέπει οι υπάλληλοι και να παρακινούνται και να ενδιαφέρονται από μόνοι τους για επιμόρφωση ώστε να έχουν τα κατάλληλα εφόδια, έτσι ώστε και στην επιχείρηση να συνεισφέρουν και στο επαγγελματικό τους προφίλ να έχουν προσθέσει ένα λιθαράκι γνώσης και εφοδιασμού για το αύριο.

Από τα παραπάνω πιστεύω διακρίνεται εύκολα η υψηλή σημασία που έχει για τον τόπο η μικρομεσαία επιχείρηση, η οποία πρέπει να αποτελεί τον ακρογωνιαίο

λίθο της οικονομίας λόγω της μεγάλης συμμετοχής της στην απασχόληση και στην παραγωγή. Παράλληλα απαιτείται προσπάθεια εκ μέρους της μικρομεσαίας τόσο για επιμόρφωση των εργαζομένων της για απόκτηση δεξιοτήτων που θα συμβάλλουν στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της, όσο και για δια βίου εκπαίδευση τους πράγμα που σημαίνει ότι με αυτό τον τρόπο επωφελείται και ο ίδιος ο εργαζόμενος, μιας και διανύουμε την περίοδο της εξειδίκευσης και πιστοποίησης.

1.3 ΕΥΡΩΠΑΪΚΕΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ - ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

Η πανευρωπαϊκή έρευνα του 2001 για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις της εταιρείας συμβούλων επιχειρήσεων Grant Thornton παρουσίασε σημαντικά συμπεράσματα για τη διεύθυνση των νέων τεχνολογιών/ διοικητικών τάσεων στο μεγαλύτερο επιχειρηματικό κομμάτι της Ευρώπης

Σύμφωνα με τις γενικότερες ευρωπαϊκές προδιαγραφές, όπως αυτές ορίζουν τη μικρομεσαία επιχείρηση ανά χώρα, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιπροσωπεύουν το 90% του συνόλου της ευρωπαϊκής αγοράς. Παρότι ο χαρακτηρισμός μιας επιχείρησης ως μικρομεσαίας διαφοροποιείται από χώρα σε χώρα, τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την 9η έρευνα της Grant Thornton για τις επιχειρηματικές πρακτικές των εμπονομαζόμενων μικρομεσαίων ευρωπαϊκών επιχειρήσεων στον τομέα του ηλεκτρονικού εμπορίου είναι σημαντικά.

Τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή του 2002, ο «τυπικός» Έλληνας μικρομεσαίος επιχειρηματίας βρίσκεται σε κατάσταση σύγχυσης όσον αφορά την εικόνα που έχει στο μυαλό του για όρους όπως «[ηλεκτρονικό εμπόριο](#)» και «νέες τεχνολογίες». Παράγοντες όπως η οικονομική ύφεση, οι αβέβαιες παγκόσμιες οικονομικές εξελίξεις, ο βομβαρδισμός του από την τεχνολογική επανάσταση, η όξυνση του ανταγωνισμού, η εισαγωγή του ευρώ, η παραδοσιακή φοβία για τις τεχνολογίες και το οικογενειακό καθεστώς της συντριπτικής πλειοψηφίας των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων, διαμορφώνουν δυσνόητες συνθήκες οι οποίες αφήνουν λιγοστά περιθώρια για εκτίμηση των μελλοντικών εξελίξεων και προσαρμογή σε

αυτές από τους μικρομεσαίους Έλληνες επιχειρηματίες. Ο προβληματισμός του κάθε Έλληνα επιχειρηματία είναι το κατά πόσον όλα αυτά που γίνονται δίπλα του είναι σημαντικά και ποιες αναμένονται να είναι οι επιπτώσεις που θα υποστεί στο μέλλον εάν δεν προσαρμοστεί σύντομα στις νέες εξελίξεις. Ανάλογους προβληματισμούς αντιμετωπίζουν και οι Ευρωπαίοι, μικρομεσαίοι επιχειρηματίες, οι οποίοι έχουν ήδη αρχίσει να προσεγγίζουν τομείς όπως το ηλεκτρονικό εμπόριο σαν το νέο μέσο για την προσέγγιση νέων αγορών και πελατών και τις νέες τεχνολογίες σαν εργαλεία για μείωση κόστους και εξοικονόμηση πόρων.

1.4 ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ « Η ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ. ΔΙΑΤΗΡΩΝΤΑΣ ΤΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΠΝΕΥΜΑ ΣΤΟ ΧΡΟΝΟ»

- Η επιθυμία αλλά και η ικανότητα του Έλληνα να αυτό-απασχοληθεί επιβεβαιώνονται, σαν γενικές αλήθειες, από τη μεγάλη πλειοψηφία του δείγματός μας, με ποσοστά 81% και 74% αντιστοίχως.
- Τα ίδια τα στελέχη και οι επαγγελματίες στο δείγμα μας δήλωσαν πρόθυμοι σε ποσοστό 80% να επιχειρήσουν. Η πρόθεση έναρξης επιχείρησης είναι εντονότερη στην Αθήνα, ανάμεσα στους άνδρες και ανάμεσα στις νεαρότερες ηλικίες 18-44 ετών.
- Παρά τη δεδηλωμένη προθυμία τους τα στελέχη αλλά και οι ελεύθεροι επαγγελματίες δηλώνουν ανέτοιμοι να αντιμετωπίσουν τις απαιτήσεις της σύγχρονης αγοράς, κυρίως στον άξονα των γνώσεων (επιμόρφωση: 69%) και των δεξιοτήτων τους (εκπαίδευση πάνω στη δουλειά: 66%).
- Η συμμετοχή τους στην Κοινωνία της Πληροφορίας θεωρείται παράγοντας ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ. Η σύνδεση, ή επανασύνδεση, των παραγωγικών τάξεων με τα Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα, την Έρευνα και τους εξειδικευμένους φορείς επιμόρφωσης αποτελούν παράγοντες ενίσχυσης της βιωσιμότητας και της ανταγωνιστικότητας των

MME.

- Το κανονιστικό –ρυθμιστικό πλαίσιο της αγοράς και το φορολογικό σύστημα διαμορφώνουν το οικονομικό κλίμα για τον μικρό και μικρομεσαίο επιχειρηματία σήμερα. Ο νέος επιχειρηματίας επικεντρώνεται σε ζητήματα χρηματοδότησης και ελέγχου του κόστους παραγωγής. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο λειτουργίας της αγοράς, η καινοτομία δεν υφίσταται ως αναγκαία συνθήκη επιτυχίας για τον μικρομεσαίο επιχειρηματία (0%).
- Σε μια εποχή που οι δομές της αγοράς και της κοινωνίας αλλάζουν, η μικρομεσαία επιχείρηση αντιμετωπίζει την πρόκληση του αναπροσδιορισμού του θεσμού και της εικόνας της. Η εκπαίδευση, με τη μορφή της επιμόρφωσης και της καλλιέργειας δεξιοτήτων, έχει ουσιαστικό ρόλο να διαδραματίσει στην επίτευξη αυτών των στόχων.
- Η καινοτομία υπεισέρχεται ως έννοια αργότερα, όταν τα χρηματο-οικονομικά ζητήματα έχουν ρυθμιστεί (59%), το κόστος παραγωγής έχει ελεγχθεί (46%) και η δυνατότητα αυτοχρηματοδότησης της επιχείρησης είναι δεδομένη (25%), συχνά μέσα από την οικογενειακή στήριξη (23%) και τον οικογενειακό χαρακτήρα της επιχείρησης.
- Στο χαμηλό ποσοστό επιχειρηματικότητας ευκαιρίας αναμφίβολα συμβάλει ο φόβος της αποτυχίας για τον Έλληνα μικρομεσαίο επιχειρηματία. Ο φόβος της αποτυχίας ενισχύεται από την εικόνα που προβάλλεται από τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας, αλλά και από το υπάρχον νομοθετικό πλαίσιο, το οποίο κάνει πολύ δύσκολο σε ένα επιχειρηματία που έχει πτωχεύσει να ξεκινήσει νέο εγχείρημα. Μόνο το 34% των στελεχών και των επαγγελματιών που έλαβαν μέρος στην έρευνά μας πιστεύουν ότι τα Μέσα ενισχύουν με οποιοδήποτε τρόπο τη διάθεση του Έλληνα να επιχειρήσει, ενώ ένα ακόμα μικρότερο ποσοστό, μόλις 21%, πιστεύει ότι το Κράτος και η Δημόσια Διοίκηση στηρίζουν τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα σήμερα.

1.5 Η ΘΕΣΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΙΣΤΟΡΙΑ

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις χαρακτηρίζονται από μια παράδοση απέραντης πολυμορφίας και σημαντικών επιτευγμάτων. Ανθούν παντού, από τη Νέα Υόρκη

μέχρι το Λος Άντζελες στις Ηνωμένες Πολιτείες και από την Ιαπωνία μέχρι το Ζαΐρ στον υπόλοιπο κόσμο. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν τόσο ζωτική σημασία, ώστε ελάχιστοι τομείς της παγκόσμιας οικονομίας θα μπορούσαν να επιβιώσουν χωρίς τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έπαιξαν σημαντικό ρόλο ουσιαστικά από την αρχή της γραπτής Ιστορίας. Η πρώτη γνωστή καταγραφή μικρής επιχείρησης, η οποία περιγράφει τον τρόπο δανεισμού χρημάτων με τόκο από τραπεζίτες, εμφανίστηκε πριν από τουλάχιστον 4.000 χρόνια.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις ανθούσαν σχεδόν σε όλους τους αρχαίους πολιτισμούς. Οι Άραβες, οι Βαβυλώνιοι, οι Αιγύπτιοι, οι Εβραίοι, οι Έλληνες, οι Φοίνικες και οι Ρωμαίοι εμφάνισαν εξαιρετικές επιδόσεις στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Η εξάπλωση του πολιτισμού στις τέσσερις άκρες του τότε γνωστού κόσμου οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στις μικρές επιχειρήσεις. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις παρουσίασαν στους αδαείς τη βαβυλωνιακή αστρονομία, την ελληνική φιλοσοφία, το εβραϊκό ημερολόγιο και τη ρωμαϊκή νομοθεσία.

1.6 ΜΑΘΗΜΑΤΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΓΙΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ένα πρόγραμμα κατάρτισης για την ανάπτυξη καινοτομίας στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις προτείνει το έργο "InnoSupport (Internet Supported Module System for Innovative Problem Solving Method)", που υλοποιείται στο πλαίσιο του προγράμματος Leonardo da Vinci. Στο έργο συμμετέχουν ερευνητικοί φορείς από τη Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Λετονία, την Αυστρία, τη Ρουμανία και την Ελλάδα (Τεχνολογικό Πάρκο Θεσσαλονίκης, Πανεπιστήμιο Θεσσαλίας και Heletel Ltd).

Κεντρική ιδέα του έργου είναι πως η καινοτομία συνδέεται με τη δημιουργικότητα, αλλά περισσότερο με το μεθοδικό τρόπο εργασίας. Η ανταγωνιστικότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, λοιπόν, μπορεί να ενισχυθεί με την ανάπτυξη και εφαρμογή καινοτόμων επιχειρηματικών διαδικασιών. Στόχος του InnoSupport είναι η οργάνωση των διαθέσιμων δημιουργικών πρακτικών και δεξιοτήτων σε μια συγκεκριμένη μεθοδολογία για την καινοτομία, με συστηματικά εργαλεία, εκπαιδευτικό υλικό και λογισμικό «μάθησης στην εργασία».

Συγκεκριμένα, το σύστημα εκμάθησης και υποστήριξης της καινοτομίας περιλαμβάνει 12 θεματικές ενότητες που αφορούν, μεταξύ άλλων, τα διαφορετικά είδη καινοτομίας στο χώρο εργασίας και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που παρέχουν στην επιχείρηση, μεθόδους για τον εντοπισμό και τον ακριβή προσδιορισμό καινοτομιών απαραίτητων για την επίλυση επιχειρηματικών προβλημάτων (τεχνολογικές διαγνώσεις, αναλύσεις SWOT, κ.λπ.), εργαλεία για την ανάπτυξη και την αξιολόγηση καινοτόμων λύσεων, στρατηγικές για καινοτόμο παραγωγή, τρόπους προστασίας Δικαιωμάτων Πνευματικής και Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας, μέσα χρηματοδότησης, στρατηγικές μάρκετινγκ, θέματα διαχείρισης ανθρώπινων πόρων, δίκτυα καινοτομίας, κ.λπ.

Σε ότι αφορά τους κυριότερους παράγοντες που επηρεάζουν θετικά τη δραστηριοποίηση των εταιρειών στο ηλεκτρονικό εμπόριο, σημαντικότερο κίνητρο αναδεικνύεται η επιθυμία προσέγγισης νέων αγορών/ πελατών. Κατά συνέπεια, γίνεται φανερό, ότι οι Ευρωπαίοι επιχειρηματίες θεωρούν πια το ηλεκτρονικό εμπόριο σαν μέσο ανάπτυξης της επιχείρησής τους. Άλλοι καθοριστικοί παράγοντες για την υιοθέτηση στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου αναδείχθηκαν ο ανταγωνισμός, η αξιοποίηση της σύγχρονης τεχνολογίας και η αποδοτικότητα.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι διαφοροποιήσεις μεταξύ των χωρών όσον αφορά στη βαρύτητα που δίνουν στους ενθαρρυντικούς παράγοντες. Για παράδειγμα, οι επιχειρήσεις στην Ιρλανδία και τη Σουηδία θεωρούν σημαντικότερο ενθαρρυντικό παράγοντα για την ανάπτυξη στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου την αποδοτικότητα σε αντίθεση με τις επιχειρήσεις στη Γαλλία που θεωρούν την αποδοτικότητα τον λιγότερο σημαντικό παράγοντα. Οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα θεωρούν πολύ σημαντική την ταχύτητα παράδοσης/ πληρωμής ενώ τα σχόλια των μέσων μαζικής ενημέρωσης υπέρ του ηλεκτρονικού εμπορίου επηρεάζουν πιο έντονα τις επιχειρήσεις στη Γερμανία, Αυστρία και Ελβετία συγκριτικά με τις άλλες συμμετέχουσες στην έρευνα χώρες.

Αντίθετα, οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά το σύνολο των ερωτώμενων επιχειρήσεων στη δημιουργία στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου αναδείχθηκαν η αδυναμία προσδιορισμού του μεγέθους της πελατειακής τους βάσης και τα ακατάλληλα για ηλεκτρονικό εμπόριο προϊόντα που εμπορεύονται.

Παράγοντες όπως θέματα ασφαλείας, έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού και αμφισβήτηση της πραγματικής αξίας, σε εμπορικούς όρους, του ηλεκτρονικού

εμπορίου, παρότι αναμενόταν να εμφανιστούν στις πρώτες θέσεις των αρνητικών παραγόντων, δε φαίνεται να αποτελούν τους πρωτεύοντες ανασταλτικούς παράγοντες.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον πάντως παρουσιάζει και η κατανομή των κυριότερων ανασταλτικών παραγόντων ανά χώρα. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας, στις περισσότερες χώρες ο κυριότερος ανασταλτικός παράγοντας είναι η αδυναμία προσδιορισμού της πελατειακής τους βάσης. Στην Ισπανία και την Πορτογαλία, αντίθετα, εκείνο που απασχολεί περισσότερο τις επιχειρήσεις είναι τα θέματα ασφαλείας. Οι επιχειρήσεις στην Ιρλανδία και τη Μεγάλη Βρετανία θεωρούν σημαντικότερο θέμα τα ανεπαρκή, μέχρι στιγμής, στοιχεία για την αποτελεσματικότητα του ηλεκτρονικού εμπορίου, ενώ στο Λουξεμβούργο, την Ολλανδία και τη Δανία η κύρια ανησυχία των επιχειρήσεων είναι το ενδεχόμενο να έχουν ακατάλληλα προϊόντα ή υπηρεσίες για ηλεκτρονικό εμπόριο.

Σε ότι αφορά το ποσοστό των επιχειρήσεων που διαθέτει στρατηγική ηλεκτρονικού εμπορίου, στην Ιρλανδία αγγίζει το 63%, ενώ με μικρή διαφορά ακολουθούν οι επιχειρήσεις στην Μεγάλη Βρετανία και την Αυστρία. Ανάμεσα στις 17 χώρες που μετείχαν στην έρευνα, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 8η θέση. Πάντως οι σημαντικές διαφορές που προκύπτουν μεταξύ των χωρών, όσον αφορά στην υιοθέτηση στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου δεν οφείλονται τόσο στον διαφορετικό βαθμό χρήσης του Internet όσο στην ένταξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στη στρατηγική των επιχειρήσεων.

Συγκεντρωτικά, τα κύρια σημεία της πανευρωπαϊκής έρευνας της Grant Thornton για το ηλεκτρονικό εμπόριο και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι τα εξής:

- ❑ Το 45% των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα διαθέτει στρατηγική ηλεκτρονικού εμπορίου.
- ❑ Οι περισσότερες επιχειρήσεις που έχουν στρατηγική ηλεκτρονικού εμπορίου βρίσκονται στην Ιρλανδία, τη Βρετανία και την Αυστρία, ενώ οι λιγότερες στο Βέλγιο και την Ιταλία. Η Ελλάδα εντάσσεται στο δεύτερο γκρουπ με τα δεύτερα υψηλότερα ποσοστά υιοθέτησης στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου.

- ❌ Ο κυριότερος ενθαρρυντικός παράγοντας για την εφαρμογή στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η προσέγγιση νέων αγορών και πελατών.
- ❌ Ο κυριότερος ανασχετικός παράγοντας για την εφαρμογή στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η άγνοια του μεγέθους της πελατειακής βάσης των επιχειρήσεων.
- ❌ Οι επιχειρήσεις δεν έχουν μείνει πίσω στην επανάσταση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Οι περισσότερες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν Internet και e-mail, ενώ οι εξελίξεις στην τεχνολογία της πληροφορικής και των επικοινωνιών αποτελούν το σημαντικότερο θέμα για τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις τον 21ο αιώνα.

1.7 ΟΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΧΑΝΟΥΝ ΤΙΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

Δυστυχώς παρά τα ωραία λόγια τα οποία κατά καιρούς ακούγονται από κυβερνητικούς φορείς, η κυβέρνηση έχει αποτύχει να ανάγει την μικρομεσαία επιχείρηση σε αναπτυξιακό μοχλό της Ελληνικής οικονομίας. Ουδέποτε την τελευταία δεκαετία οι Ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν βρισκόντουσαν σε χειρότερη κατάσταση. Εκτεθειμένες σε ανταγωνιστικές πιέσεις πρωτόγνωρες για τα δεδομένα της Ελληνικής οικονομίας, αντιμέτωπες με μία κρατική γραφειοκρατία που αποθαρρύνει την επιχειρηματικότητα και με ένα φορολογικό καθεστώς που συχνά αγγίζει τα όρια του παράλογου, οι Ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις προσπαθούν απεγνωσμένα να επιβιώσουν.

Η Ελληνική κυβέρνηση παρακολουθεί αυτές τις εξελίξεις αμέτοχη, μην μπορώντας να εκμεταλλευτεί τις μοναδικές ευκαιρίες που το Τρίτο Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης παρέχει για τον ουσιαστικό εκσυγχρονισμό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του Υπουργείου Εθνικής Οικονομίας τα δύο σημαντικότερα προγράμματα τα οποία έχουν άμεση σχέση με τη χρηματοδότηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων παρουσιάζουν πολύ χαμηλή απορροφητικότητα. Τρία χρόνια μετά την έναρξη υλοποίησης του Γ' ΚΠΣ, η απορρόφηση του Επιχειρησιακού Προγράμματος Ανταγωνιστικότητα βρίσκεται στο 19% και εκείνο της Κοινωνίας της Πληροφορίας στο 16%. Ελάχιστες επιχειρήσεις έχουν καρπωθεί τα οφέλη των κοινοτικών πόρων, οι οποίοι βρίσκονται κολλημένοι σε γραφειοκρατικά γρανάζια Συνεπώς δεν θα πρέπει να μας εκπλήσσει ότι μόλις το 35% των

μικρομεσαίων επιχειρήσεων χρησιμοποιεί συστηματικά ηλεκτρονικό υπολογιστή στο χώρο εργασίας και μόλις το 16% των μικρομεσαίων επιχειρήσεων χρησιμοποιεί το Internet. Σε επίπεδο τεχνολογικής υποδομής και οργάνωσης, τομείς στους οποίους το 3ο ΚΠΣ δίνει πολύ μεγάλη έμφαση, πολλές Ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις βρίσκονται ακόμα στον επιχειρηματικό μεσαίωνα.

Πέραν όμως των προβλημάτων απορροφητικότητας του 3ου ΚΠΣ, η Ελληνική μικρομεσαία επιχείρηση βρίσκεται αντιμέτωπη με μία επώδυνη καθημερινή πραγματικότητα που χαρακτηρίζεται από:

- Την κρατική γραφειοκρατία και πολυνομία που πολλαπλασιάζει χωρίς λόγο τα σημεία επαφής μεταξύ του επιχειρηματία και του κράτους, δημιουργώντας πάμπολλες εστίες διαφθοράς.
- Το φορολογικό σύστημα το οποίο εξακολουθεί να αντιμετωπίζει την μικρομεσαία επιχείρηση αποκλειστικά ως μία πηγή βραχυπρόθεσμων εσόδων και όχι ως μοχλό δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας και τον επιχειρηματία ως ένοχο μέχρις αποδείξεως της αθωότητας του.
- Την έλλειψη ξεκάθαρου θεσμικού πλαισίου σε πολλές αγορές που συχνά οδηγεί σε φαινόμενα αθέμιτου ανταγωνισμού.
- Την δυσκολία χρηματοδότησης από ένα τραπεζικό σύστημα το οποίο εξακολουθεί να δίνει μεγαλύτερη σημασία στις εμπράγματες εξασφαλίσεις και λιγότερη σημασία στις πραγματικές προοπτικές ανάπτυξης μίας επιχείρησης.

Οι συνταγές για την στήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι συγκεκριμένες και έχουν δοκιμαστεί με επιτυχία σε πολλές Ευρωπαϊκές χώρες. Αναφέρω ενδεικτικά:

- Την απλούστευση του νομικού και θεσμικού πλαισίου ίδρυσης και λειτουργίας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Παρά τις εξαγγελίες της κυβέρνησης, ελάχιστα έχουν γίνει σε αυτόν τον τομέα.
- Την αξιοποίηση όλων των προσφερόμενων υπηρεσιών του Ιντερνετ που αφορούν στις συναλλαγές με τη δημόσια διοίκηση με σκοπό την αντιμετώπιση του προβλήματος της γραφειοκρατίας και την εξοικονόμηση χρόνου.
- Την απλοποίηση και μακροπρόθεσμη σταθεροποίηση του φορολογικού συστήματος.

- Την μεταρρύθμιση του πτωχευτικού δικαίου το οποίο είναι το αυστηρότερο στην Ευρώπη και το οποίο σημαίνει ότι μια ενδεχόμενη επιχειρηματική αποτυχία θα κυνηγά έναν επιχειρηματία πιθανώς για όλη του τη ζωή.
- Την απελευθέρωση των κοινοτικών κονδυλίων από τα γρανάζια της γραφειοκρατίας ώστε να καταλήξουν στους φυσικούς αποδέκτες τους.
- Την ανάπτυξη του επιχειρηματικού πνεύματος από μικρή ηλικία μέσω εξειδικευμένων σχολικών και πανεπιστημιακών προγραμμάτων.
- Την ενίσχυση των κεφαλαίων υψηλού επιχειρηματικού κινδύνου (venture capital) ώστε να μπορούν να αποτελέσουν αποτελεσματική εναλλακτική πηγή χρηματοδότησης για μία γρήγορα αναπτυσσόμενη μικρομεσαία επιχείρηση.

Εν κατακλείδι, δεν μπορούμε ως χώρα να χάσουμε το στοίχημα της μικρομεσαίας επιχείρησης καθώς οι επιχειρήσεις αυτές συμβάλλουν καθοριστικά στην τόνωση της απασχόλησης. Εάν κάθε μικρομεσαία επιχείρηση προσλάμβανε έναν μόνο υπάλληλο, θα είχαμε λύσει το πρόβλημα της ανεργίας στην Ελλάδα. Αυτό όμως μπορεί να γίνει μόνο με μία μακροπρόθεσμη αναπτυξιακή πολιτική που δεν θα περιορίζεται στα λόγια αλλά θα προχωρά και σε ουσιαστικά μέτρα άρσης εκείνων των εμποδίων που δεν επιτρέπουν στον Έλληνα επιχειρηματία να δείξει την πραγματική του δυναμική.

1.8 ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η έναρξη της υλοποίησης του Δ' ΚΠΣ, σε συνδυασμό με το « Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Ανάπτυξης » για τα έτη 2007 - 2013 αποτελεί ένα θετικό πεδίο δράσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, ώστε να αξιοποιηθούν οι αναπτυξιακές ευκαιρίες που παρουσιάζονται.

Το κύριο που πρέπει να επιδιωχθεί είναι τα κονδύλια για τα προγράμματα ανάπτυξης να κατανεμηθούν ισομερώς και ανάλογα με τη συμβολή του κάθε τομέα, στην εθνική οικονομία και ανάπτυξη. Δυστυχώς, τόσο οι μικρομεσαίοι, όσο και οι επαγγελματίες ειδικότερα, ήταν οι φτωχοί συγγενείς σε όλα τα ΚΠΣ, τόσο στην γενική κατανομή των κονδυλίων όσο και στις επί μέρους κατανομές. Αρκεί να πούμε ότι, από τα κονδύλια για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις μόνο στο τελευταίο στάδιο του Γ' ΚΠΣ δόθηκαν κονδύλια για τους επαγγελματίες και το εμπόριο. Είναι ανεξήγητο

αλλά αληθές πως αυτοί οι δύο τομείς για χρόνια ήταν « ξεχασμένοι » από τα κοινοτικά και αναπτυξιακά προγράμματα της Πολιτείας.

Το βασικό εδώ είναι να υπάρξουν προγράμματα με προδιαγραφές υλοποίησης από τις μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις. Είναι γνωστοί οι αποκλεισμοί αυτών των επιχειρήσεων με έμμεσο τρόπο, δια μέσου απαγορευτικών όρων συμμετοχής στις προκηρύξεις τους.

Από το σύνολο των αναπτυξιακών δράσεων, το σημαντικό είναι να προωθηθούν τα προγράμματα της εισαγωγής νέων τεχνολογιών στις πολύ μικρές επιχειρήσεις και της δια βίου μάθησης. Τα προγράμματα αυτά δίνουν την αναπτυξιακή διάσταση στην προοπτική για τις επιχειρήσεις, γιατί πολύ απλά αποτελούν ένα αλληλοσυμπληρούμενο σύμπλεγμα της ανθρώπινης γνώσης και των επαγγελματικών ικανοτήτων με τα νέα μέσα παραγωγής. Η συμπλέξει αυτή είναι όρος αδιαπραγμάτευτος για την ανάπτυξη.

Οι μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις αποτελούν στη χώρα μας το 99% των επιχειρήσεων και εξ αυτού συμπεραίνετε ότι θα πρέπει να υπάρξει ειδική πρόβλεψη κατάρτισης, για τους μικροεπιχειρηματίες. Η αξιοποίηση της πληροφορικής αποτελεί βασικό δείκτη εισαγωγής των νέων τεχνολογιών στην οικονομία και στις επιχειρήσεις. Εδώ χρειάζεται κρατική παρέμβαση και μάλιστα ουσιαστική έτσι ώστε έως το 2010 να γεφυρωθεί το χάσμα της χρήσης των νέων μορφών ανάπτυξης και της χρήσης του διαδικτύου. Οι επενδύσεις σε ανθρώπινο δυναμικό και σε νέες τεχνολογίες στα πλαίσια του Δ' ΚΠΣ δεν πρέπει να είναι θεωρητικές αλλά πρέπει να λάβουν άμεση αναπτυξιακή διάσταση για το μέλλον και την βιωσιμότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Η μικρομεσαία επιχείρηση ανήκει στην κατηγορία των προσωπικών επιχειρήσεων για τον απλούστατο λόγο ότι τα εξειδικευμένα διοικητικά στελέχη είναι περιορισμένα ενώ ο ιδιοκτήτης-διευθυντής παίζει μεγάλο ρόλο στην επιτυχία ή αποτυχία της εταιρίας.

Παρόλο που η ευέλικτη μορφή και οι καινοτομίες στην παραγωγή νέων προϊόντων κάνουν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να έχουν ένα ξεχωριστό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας, τα τελευταία χρόνια και ειδικότερα την τελευταία δεκαετία οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις

παρουσιάζουν υψηλό δείκτη θνησιμότητας. Ο υψηλός δείκτης θνησιμότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων οφείλεται κυρίως στο αυξανόμενο μονοπώλιο των μεγάλων επιχειρήσεων και στην τιμολογιακή πολιτική.

Το αυξημένο κόστος παραγωγής που οφείλεται στην αύξηση του κόστους των παραγωγικών συντελεστών βγάζουν «εκτός αγοράς» τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις οι οποίες δεν μπορούν να «αντέξουν» τον πόλεμο των τιμών. Εκτός όμως από αυτές τις βασικές αιτίες θνησιμότητας, η επιβίωση μιας επιχείρησης και ειδικά μιας μικρομεσαίας εξαρτάται από την οργάνωση, τη διοίκηση και τη λειτουργία της.

Ο ανταγωνισμός μεταξύ επιχειρήσεων γίνεται ολοένα και μεγαλύτερος και οι μικρομεσαίες εταιρίες δεν μπορούν να ανταποκριθούν στις διοικητικές απαιτήσεις των μεγάλων επιχειρήσεων.

1.9 ΜΙΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΈΧΕΙ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ.

Τα πλεονεκτήματα της μικρομεσαίας επιχείρησης είναι:

- Ευελιξία και ταχύτητα στη λήψη αποφάσεων
- Καλύτερη και ευκολότερη ροή πληροφοριών
- Καινοτομίες στην παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών
- Δημιουργία περισσότερων θέσεων εργασίας
- Έλλειψη γραφειοκρατίας
- Συντονισμός προσπαθειών

Τα μειονεκτήματα της μικρομεσαίας επιχείρησης είναι:

- Μεγάλος επιχειρηματικός κίνδυνος
- Περιορισμένοι οικονομικοί πόροι
- Περιορισμένος αριθμός εξειδικευμένων διοικητικών στελεχών
- Αβεβαιότητα για το μέλλον
- Δεν υπάρχει τμήμα σχεδιασμού εκπαίδευσης

Η συγκέντρωση εξουσίας στο πρόσωπο του ιδιοκτήτη καθιστά δύσκολο τον προγραμματισμό για το μέλλον. Επειδή ο ιδιοκτήτης – διευθυντής είναι το πρόσωπο κλειδί στην ανάπτυξη της μικρομεσαίας επιχείρησης θα πρέπει να είναι ένα άτομο το οποίο να διαθέτει δημιουργική φαντασία δηλαδή μια μορφή επενδυτικής δραστηριότητας και να εργάζεται σκληρά. Οι επιχειρηματίες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων παίζουν το σημαντικότερο ρόλο για την ανάπτυξη της εταιρίας αφού εκείνοι χαράσσουν συγκεκριμένη κατεύθυνση και με τις δικές τους αποφάσεις συμβάλλουν στη μεγιστοποίηση το της αξίας της εταιρίας (βασικός στόχος όλων των επιχειρήσεων) και στην κατεύθυνση των αποταμιεύσεων σε παραγωγικές επενδύσεις και στην προσφορά νέων προϊόντων τα οποία ικανοποιούν τις ανάγκες της αγοράς και επομένως θα οδηγήσουν την εταιρία σε αύξηση του μεριδίου αγοράς. Το κέρδος δεν είναι το μοναδικό κίνητρο αλλά η επιθυμία της μικρομεσαίας εταιρίας για καινοτομία και επέκταση σε νέες αγορές και μεθόδους παραγωγής, δύο σημαντικά βήματα που μπορούν να οδηγήσουν την εταιρία σε ραγδαία ανάπτυξη. Ο επιχειρηματίας που διευθύνει μια μικρομεσαία επιχείρηση πρέπει να διακρίνεται για την ενεργητικότητά του, την οξυδέρκειά του και τη ριψοκινδυνότητα του αφού δεσμεύει μεγάλα χρηματικά ποσά για αναπτυξιακούς σκοπούς.

Οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να έχουν μια σταθερή πορεία ανάπτυξης και μακροβιότητα έχουν ένα αποτελεσματικό στρατηγικό σχέδιο. Μια αποτελεσματική διοίκηση οδηγεί την επιχείρηση στην επαρκή χρήση των διαθέσιμων υλικών και ανθρώπινων πόρων και επομένως τον αποδοτικό συνδυασμό των πόρων για την παραγωγή ωφέλιμων αγαθών και υπηρεσιών αλλά και στην βαθιά κατανόηση της αγοράς στην οποία κινούνται (δηλαδή ποιοι είναι οι πελάτες τους, χρήση των προϊόντων τους ή των υπηρεσιών τους).

Οι επιχειρήσεις είναι συστήματα που αποτελούνται από ανθρώπινο και φυσικό κεφάλαιο. Τα άτομα που δραστηριοποιούνται μέσα στις επιχειρήσεις εκτελούν καθήκοντα και ασκούν αρμοδιότητες που τείνουν στην πραγμάτωση καθορισμένων στόχων.

1.10 ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΪΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΉΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ: ΓΕΝΙΚΆ **ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΆ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΌ ΠΡΟΦΪΛ**

1.10.1 χαρακτηριστικά γνωρίσματα Μικρομεσαίων επιχειρήσεων

1. Ο κεφαλαιούχος επιχειρηματίας της ΜΜΕ διδάσκεται επιλύνοντας κάθε φορά τα επιμέρους προβλήματα της επιχείρησής του, τα οποία αντιμετωπίζει για πρώτη φορά.
2. το οργανωτικό σύστημα διοίκησης της ΜΜΕ είναι υπό ανάπτυξη.
3. η περιορισμένες εμπορικές πράξεις δεν δίνουν τη δυνατότητα επενδύσεων σε θέματα ρουτίνας της διοίκησης αποτέλεσμα αυτού του γεγονότος είναι να μην μπορεί ΜΜΕ να εκμεταλλευτεί τα οικονομικά πλεονεκτήματα της οργανωτικής και διοικητικής επιστήμης.
4. Η ΜΜΕ στερούνται της δυνατότητας τυποποιημένων επιχειρηματικών αποφάσεων απαραίτητο για τη λύση πρακτικών καθημερινών προβλημάτων
5. Οι επιχειρηματικές αποφάσεις λαμβάνονται μέσω των προσωπικών σχέσεων και όχι μέσω της οργανωτικής δομής της τουριστικής επιχείρησης.
6. Οι περιορισμένες διοικητικές δυνατότητας συχνά ενσωματώνονται στην απολυταρχία του διευθυντού – ιδιοκτήτη της ΜΜΕ.
7. Το μέγεθος της επιχείρησης συχνά διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στο να μην μπορεί να προσλάβει η επιχείρηση ικανά διοικητικά στελέχη για τη στελέχωση της λόγω των περιορισμένων οικονομικών δυνατοτήτων της
8. Η ιδιοκτησία και η διοίκηση της επιχείρησης συμπίπτουν συχνά , στο ίδιο πρόσωπο με συνέπεια οι επιχειρηματικοί στόχοι να μην παρουσιάζονται διάφανοι στους εργαζόμενους οι οποίοι με την σειρά τους δε γνωρίζουν <<γιατί>> εργάζονται. Αποτέλεσμα αυτού είναι οι εργασιακή συμπεριφορά του επιχειρηματία βραχυχρόνια, να συγχέεται με τους σκοπούς της επιχείρησης.

Η οικονομική θεωρία μέχρι και τα μέσα της δεκαετίας του 1970 τόνιζε τα πλεονεκτήματα των μεγάλων επιχειρήσεων θεωρώντας ότι η επιτυχία μιας επιχείρησης συμβαδίζει με την τάξη μεγέθους της.

Το μέγεθος της παραγωγής και οι οικονομίες κλίμακας θεωρούνταν καθοριστικά στοιχεία για την ανταγωνιστικότητα και την επιβίωση μιας επιχείρησης, προβλέποντας έτσι την επικράτηση των μεγάλων επιχειρήσεων και την εξαφάνιση

των μικρομεσαίων. Τα εμπειρικά όμως στοιχεία διεθνώς δείχνουν ότι τα οικονομικά αποτελέσματα δεν συμβαδίζουν με το μέγεθος των επιχειρήσεων. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) εμφανίζονται να κατέχουν πάνω από 95% του συνόλου των επιχειρήσεων, αλλά και να απασχολούν το περισσότερο εργατικό δυναμικό. Επιπλέον, διεθνείς έρευνες έχουν καταδείξει τη συμβολή των ΜΜΕ ως βασικό παράγοντα αύξησης της απασχόλησης, βελτίωσης της παραγωγικότητας και προώθησης της επιχειρηματικής καινοτομίας.

Δεν υπάρχει ένας ενιαίος γενικά αποδεκτός ορισμός της μικρομεσαίας επιχείρησης, αλλά ορίζεται κάθε φορά σε σχέση με τις συγκεκριμένες οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες κάθε χώρας και τις εφαρμοζόμενες πολιτικές. Διαφορές στον ορισμό του μεγέθους μιας ΜΜΕ προκαλούνται επίσης από γεωγραφικές παραμέτρους και κυρίως από τις διαστάσεις των αγορών. Έτσι στις ΗΠΑ, μικρομεσαία θεωρείται η επιχείρηση που απασχολεί λιγότερους από 500 εργαζόμενους, στην Ιαπωνία λιγότερους από 300, στη Γερμανία, Γαλλία και Ιταλία λιγότερους από 200, και στην Αυστραλία λιγότερους από 50 εργαζόμενους. Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, τα περισσότερο χρησιμοποιούμενα ποσοτικά κριτήρια για τον ορισμό μιας επιχείρησης ως ΜΜΕ είναι πρωτίστως ο αριθμός των απασχολούμενων και κατά δεύτερον ο κύκλος εργασιών.

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.), σύμφωνα με την Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (αρ. L107/8, 30-4-96), ως ΜΜΕ ορίζεται εκείνη η επιχείρηση που κατέχει τις ακόλουθες ιδιότητες:

* Απασχολεί μέχρι 250 άτομα κατά ανώτατο όριο και:

- είτε έχει ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 40 εκατομμύρια Εύρω,
- είτε έχει σύνολο ισολογισμού που δεν υπερβαίνει τα 27 εκατομμύρια Εύρω.

* Στο κεφάλαιο δεν συμμετέχει με ποσοστό που υπερβαίνει το 25% μια ή περισσότερες επιχειρήσεις που δεν πληρούν τον ορισμό αυτό, πλην δημοσίων εταιρειών χαρτοφυλακίου, εταιρειών επιχειρηματικού κεφαλαίου, ή, εφόσον δεν ασκείται έλεγχος, θεσμικών επενδυτών.

Η Ε.Ε. εφαρμόζει τον ορισμό αυτό στα Κοινοτικά Προγράμματα, συστήνει δε, χωρίς να δεσμεύει, προς τις χώρες-μέλη και την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων την υιοθέτηση του ίδιου ορισμού για τα προγράμματά τους.

1.10.2.Ο ορισμός του ΕΟΜΜΕΧ

Στην Ελλάδα, σύμφωνα με τον ΕΟΜΜΕΧ, θεωρούνται ως ΜΜΕ όσες επιχειρήσεις απασχολούν μέχρι 100 άτομα προσωπικό. Εάν λαμβάνονταν υπόψη ο ορισμός ΜΜΕ της Ε.Ε., θα περιλαμβανόταν σχεδόν όλες οι επιχειρήσεις, καθόσον το 99% των επιχειρήσεων απασχολεί το πολύ 50 άτομα. Η ΜΜΕ στην Ελλάδα είναι συνήθως μια οικογενειακή επιχείρηση της οποίας η διοίκηση ταυτίζεται με την κυριότητα και η καθημερινή διαχείριση εξασφαλίζεται συνήθως από τον επιχειρηματία. Η Τράπεζα της Ελλάδος για λόγους χρηματοδότησης από το ειδικό κεφάλαιο της Ν.Ε. 197/11/78 χαρακτηρίζει ως μεταποιητική ΜΜΕ την επιχείρηση αυτή που το ανώτατο ύψος του μέσου κύκλου εργασιών της τελευταίας τριετίας δεν υπερβαίνει τα 2.500.000 Εύρω.

Η Ελλάδα είναι κυριολεκτικά η χώρα των ΜΜΕ, αφού οι επιχειρήσεις με λιγότερα από 100 άτομα προσωπικό αποτελούν το 99,8% του συνόλου των επιχειρήσεων και απασχολούν περίπου 60% του εργατικού δυναμικού του δευτερογενή και τριτογενή τομέα. Σημαντικότερη είναι η θέση των «μικρών» επιχειρήσεων, οι οποίες απασχολούν μέχρι και 10 άτομα προσωπικό, καθόσον αποτελούν το 96,3% του συνόλου των επιχειρήσεων, σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία του ΕΟΜΜΕΧ. Η συμβολή των ΜΜΕ στην απασχόληση είναι σημαντική. Όπως προκύπτει από στοιχεία της ΕΣΥΕ, κατά την περίοδο 1978-88 η μέση ετήσια μεταβολή της απασχόλησης ήταν υψηλότερη στις ΜΜΕ (+2,0%) από την αντίστοιχη στις μεγάλες επιχειρήσεις (-1,0%). Από στοιχεία του ICAP προκύπτει ότι και κατά το χρονικό διάστημα 1988-96 υπάρχει αύξηση των ΜΜΕ σε βάρος των μεγάλων επιχειρήσεων και ως προς τον αριθμό των επιχειρήσεων και ως προς τον αριθμό των απασχολουμένων σε αυτές. Είναι αξιοσημείωτο ότι η μεγαλύτερη αύξηση της απασχόλησης προήλθε από την κατηγορία των μικρών επιχειρήσεων.

1.10.3.Πλεονεκτήματα και αδυναμίες

Οι ΜΜΕ παρουσιάζουν πολλές αδυναμίες αλλά και πλεονεκτήματα. Υπάρχει σοβαρό πρόβλημα χαμηλής παραγωγικότητας που θα πρέπει να αποδοθεί μεταξύ των

άλλων στο χαμηλό βαθμό χρησιμοποίησης σύγχρονης τεχνολογίας, στην ανεπαρκή οργάνωση παραγωγής και στη μη εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων διοίκησης, διαχείρισης και μάρκετινγκ.

Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα αλλά και διεθνώς έχουν δυσκολίες πρόσβασης στο τραπεζικό σύστημα λόγω του υψηλότερου κινδύνου που τις χαρακτηρίζει, έλλειψης επαρκών εγγυήσεων αλλά και λόγω του οικογενειακού τους χαρακτήρα. Περιορισμένη πρόσβαση έχουν επίσης και στις κεφαλαιαγορές. Το αποτέλεσμα είναι ότι οι ΜΜΕ καταλήγουν στο βραχυπρόθεσμο δανεισμό και στις πιστώσεις των προμηθευτών για να καλύψουν τις αυξημένες ανάγκες τους για κεφάλαιο κίνησης. Λίγες είναι οι ΜΜΕ που εφαρμόζουν τη χρηματοδοτική μίσθωση (leasing), τη σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring) και το επιχειρηματικό κεφάλαιο υψηλού κινδύνου (venture capital) ως εναλλακτικές λύσεις εξεύρεσης κεφαλαίων. Κατά συνέπεια, οι επιχειρήσεις αυτές έχουν μεγάλη δυσκολία στην ανάπτυξη επενδυτικών προγραμμάτων μεγάλης εμβέλειας.

Οι ΜΜΕ δεν χρησιμοποιούν στρατηγικό προγραμματισμό καθώς και άλλες τεχνικές σύγχρονης διοίκησης, όπως στρατηγικές συμμαχίες, ολική ποιότητα παραγωγής, ανταγωνιστική σύγκριση, μέτρηση ικανοποίησης πελατών κ.λπ. Υστερούν επίσης των μεγάλων επιχειρήσεων στο μάρκετινγκ, στην ανάπτυξη εξαγωγικής δραστηριότητας, σε έρευνα και ανάπτυξη, στην αποτελεσματική χρήση εξωτερικών πηγών πληροφόρησης, στην πρόσβαση στις πηγές παραγωγής πρώτων υλών και στις συνεργασίες. Έχουν υψηλά ποσοστά δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, αλλά και υψηλά ποσοστά θνησιμότητας (50%) ιδιαίτερα κατά τα πρώτα 3-5 έτη της ζωής τους.

Οι λόγοι ύπαρξης των ΜΜΕ αποτελούν και τα βασικά τους πλεονεκτήματα. Η ευελιξία στην παραγωγή, η γρήγορη και εύκολη αφομοίωση της νέας τεχνολογίας και καινοτομίας, η προσαρμοστικότητα στις συνθήκες της αγοράς, η ευκολότερη κάλυψη των αναγκών εξειδικευμένων αγορών, η ταχύτητα στη λήψη αποφάσεων, οι προσωπικές πελατειακές σχέσεις και η συμβολή τους στην ανάπτυξη και απασχόληση απομονωμένων περιοχών είναι μερικά από τα πλεονεκτήματα των ΜΜΕ έναντι των μεγάλων επιχειρήσεων.

Ευέλικτη τεχνολογία όπως οι υπολογιστές, το ηλεκτρονικό επιχειρείν, η εισαγωγή νέων υλικών και μηχανημάτων όπως ρομποτική και CAD, τείνουν να μειώσουν το ελάχιστο κατώτερο όριο στις κλίμακες παραγωγής. Έτσι, σύμφωνα με ερευνητές διεθνώς, το μέγεθος των επιχειρήσεων τείνει να γίνεται μικρότερο στις ΗΠΑ και στην Ευρώπη.

Η εκτίμηση της χρηματοοικονομικής συμπεριφοράς των ΜΜΕ ενδιαφέρει φορείς όπως τράπεζες, ασφαλιστικές εταιρείες, προμηθευτές, εξαγοράστριες εταιρείες, επενδυτές και ακαδημαϊκά ιδρύματα. Βασική επιδίωξη όλων αυτών είναι ο προσδιορισμός της οικονομικά εύρωστης επιχείρησης ή αλλιώς της επιχείρησης που παρουσιάζει το μικρότερο πιστωτικό κίνδυνο. Αλλά και το σύνολο των αδυνάτων και προβληματικών ΜΜΕ θα μπορούσε να αποτελέσει αντικείμενο ενδιαφέροντος για την άσκηση κρατικής πολιτικής στήριξης των επιχειρήσεων αυτών. Έχουν αναπτυχθεί διάφορες διαδικασίες και συστήματα εκτίμησης του πιστωτικού κινδύνου επιχειρήσεων τα οποία ταξινομούν τις επιχειρήσεις σε προκαθορισμένες ομάδες πιστωτικού κινδύνου. Όμως, τα συστήματα αυτά δεν ενσωματώνουν ποιοτικές πληροφορίες που αφορούν την κάθε επιχείρηση, όπως την οργάνωση και τη διοίκησή της, τη τεχνογνωσία, τη θέση της στην αγορά, το επίπεδο έρευνας και ανάπτυξης, κ.ά.

1.10.4. Το Πολυτεχνείο Κρήτης

Μέσα από πρόσφατη έρευνα που έγινε στο Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης του Πολυτεχνείου Κρήτης σε δείγμα ελληνικών μεταποιητικών ΜΜΕ και μεγάλων επιχειρήσεων διαπιστώθηκαν τα βασικά χαρακτηριστικά του χρηματοοικονομικού προφίλ των ελληνικών ΜΜΕ και οι διαφορές τους προς τις μεγάλες επιχειρήσεις. Αυτό έγινε μέσω ενός μεθοδολογικού πλαισίου το οποίο περιλαμβάνει τεχνικές από το χώρο της στατιστικής, της οικονομετρίας και της πολυκριτήριας ανάλυσης για την ανάπτυξη υποδειγμάτων εκτίμησης της χρηματοοικονομικής συμπεριφοράς των ΜΜΕ και την υποβοήθηση διαδικασιών λήψης αποφάσεων. Σύμφωνα με τα συμπεράσματα της ανάλυσης αυτής, το μεγαλύτερο ποσοστό των ΜΜΕ είναι δυναμικές επιχειρήσεις. Οι περισσότερες χαρακτηρίζονται από ικανοποιητική ρευστότητα η οποία στην πλειονότητα των επιχειρήσεων οφείλεται στον υψηλό χρόνο ανακύκλωσης των αποθεμάτων τους. Η κεφαλαιακή σύνθεση υποδηλώνει χαμηλό μακροπρόθεσμο

δανεισμό και υψηλή επιβάρυνση με βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις (τραπεζικά δάνεια και πιστώσεις προμηθευτών) τα οποία όμως δίνουν ικανοποιητικό δείκτη χρέους (ο δείκτης ξένα κεφάλαια προς σύνολο ενεργητικού είναι μικρότερος από 66%).

Το αποτέλεσμα αυτό συμφωνεί με τη συμπεριφορά των ΜΜΕ διεθνώς και οφείλεται:

- α) στη δυσκολία πρόσβασης των ΜΜΕ σε τραπεζικό δανεισμό
- β) στο απαγορευτικά υψηλό κόστος έκδοσης μετοχών μικρής κεφαλαιοποίησης και
- γ) στο ιδιοκτησιακό καθεστώς των ΜΜΕ. Οι χρηματοοικονομικά δυναμικές ΜΜΕ χαρακτηρίζονται επίσης από μικρό χρόνο ανακύκλωσης αποθεμάτων.

Τέλος, η αποδοτικότητα, μετρούμενη ως καθαρό περιθώριο κέρδους, απόδοση ιδίων κεφαλαίων και απόδοση συνολικών επενδεδυμένων κεφαλαίων, θεωρείται ικανοποιητική μόνο για τις δυναμικές ΜΜΕ. Σε σύγκριση με τις μεγάλες επιχειρήσεις του μεταποιητικού τομέα στην Ελλάδα, οι ΜΜΕ εμφανίζουν χαμηλότερη ρευστότητα, χαμηλότερη αποδοτικότητα, χαμηλότερη δανειακή επιβάρυνση και χαμηλότερο μακροπρόθεσμο δανεισμό. Διαθέτουν όμως υψηλότερο βραχυπρόθεσμο δανεισμό έναντι των μεγάλων επιχειρήσεων, λόγω αδυναμίας πρόσβασης σε άλλες πηγές χρηματοδότησης αλλά και ελλιπούς εκπαίδευσης και ενημέρωσης σχετικά με εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης. Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, η ίδια χρηματοοικονομική συμπεριφορά χαρακτηρίζει τις ΜΜΕ και άλλων χωρών, όπως Αγγλία, Γαλλία, ΗΠΑ, Αυστραλία, Ισραήλ κ.λπ.

1.10.5. Προοπτικές ανάπτυξης

Το ειδικό βάρος των ΜΜΕ για την ελληνική οικονομία είναι ιδιαίτερα υψηλό και στην επιτυχή τους συμπεριφορά στηρίζεται η ανάπτυξη. Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα παρουσιάζουν προβλήματα αλλά και προοπτικές. Προκειμένου να γίνουν ανταγωνιστικές θα πρέπει να ακολουθήσουν κάποιες στρατηγικές επιλογές με ή χωρίς τη βοήθεια του ελληνικού δημοσίου. Θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα πλαίσιο ανάπτυξης για τις ΜΜΕ, όπως υφίσταται σε πολλές χώρες της Ε.Ε. εδώ και δεκαετίες. Στο ειδικό αυτό πλαίσιο θα πρέπει να συγκεντρωθούν και να

κωδικοποιηθούν όλα τα υφιστάμενα μέτρα υπέρ των ΜΜΕ, να εντοπισθούν οι ελλείψεις και να αναληφθούν νέες πρωτοβουλίες, όπως η δημιουργία νέου χρηματοδοτικού πλαισίου στήριξης, δημιουργία απαιτούμενων υποδομών, όπως εκθεσιακοί χώροι, κέντρα καινοτομίας και σχεδιασμού προϊόντων, υποστήριξης και πληροφόρησης των ΜΜΕ, στήριξη των παραγομένων προϊόντων με κατοχύρωση των προδιαγραφών ποιότητας και αποκλεισμού των προϊόντων που δεν πληρούν προϋποθέσεις υγιούς ανταγωνισμού, ενθάρρυνση δημιουργίας συνεργασιών των επιχειρήσεων, συνεργασίες με πανεπιστημιακά ιδρύματα και ερευνητικά κέντρα για προώθηση της έρευνας, τεχνογνωσίας και καινοτομίας, δημιουργία «θερμοκοιτίδων», για τη στήριξη των νέων επιχειρήσεων, προώθηση της δικτύωσής τους και του ηλεκτρονικού επιχειρείν στις ΜΜΕ κ.ά. Η εμπειρία και τα αποτελέσματα από την ένταξη της χώρας στην ΕΟΚ το 1980 έδειξαν ότι οι ελληνικές ΜΜΕ διαθέτουν υψηλό βαθμό προσαρμοστικότητας, δυναμισμού και ευελιξίας, στοιχεία που δικαιολογούν αισιόδοξες προβλέψεις για την αντιμετώπιση δυσχερειών και την εκμετάλλευση των ευκαιριών που προσφέρει η ενιαία ευρωπαϊκή και διεθνής αγορά.

1.11 Η ΑΝΟΔΙΚΗ ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Στη διάρκεια της δεκαετίας του 1980 και στις αρχές της δεκαετίας του 1990, οι μεσαίες επιχειρήσεις άρχισαν να απολαμβάνουν περισσότερη εκτίμηση και κύρος, χάρη στην ικανότητα τους να εφευρίσκουν νέα προϊόντα και να δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας.

Το σημερινό κύρος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι ανάλογο της άξιας τους. Ο δυναμισμός τους προκάλεσε το φθόνο κρατών σε όλο το κόσμο. Για την ακρίβεια, αν οι αμερικανικές επιχειρήσεις ήταν κράτος, θα κατείχαν την τρίτη θέση ανάμεσα στις παγκόσμιες οικονομίες.

Σύμφωνα με το περιοδικό Inc.: «Ο κόσμος έχει αλλάξει, και οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις μαζί του. Ενώ κάποτε αποτελούσαν ράθυμο προσάρτημα του επιχειρηματικού κλάδου, σήμερα υψώνονται δίπλα του και, σε μερικές περιπτώσεις, μπροστά του. Οι ίδιες οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις σπάνια θυμίζουν τον παλιό εαυτό τους, ακόμη κι όταν πρόκειται για παραδοσιακές βιοτεχνίες. Χρησιμοποιούν την τελευταία λέξη της τεχνολογίας για να προσφέρουν προηγμένα προϊόντα και υπηρεσίες. Εμφανίζονται επιθετικά σε χώρους όπου κάποτε θα κυριαρχούσαν οι 500

του Fortune. Δε τρομάζουν μπροστά στις διεθνείς, ακόμη και τις παγκόσμιες αγορές>>.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο**2.1 ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ;**

Επιχειρηματικότητα είναι η προσπάθεια μετατροπής της πρωτοβουλίας σε αποτέλεσμα και από αυτή τη διαδικασία να προκύψει και οικονομικό κέρδος. Περιλαμβάνει σαν βήματα την καινοτομία, την ηγεσία, τη διαχείριση και την ανάπτυξη της πρωτοβουλίας. Στην Ελλάδα θεωρείται από επιχειρηματικούς και οικονομικούς κύκλους αναγκαίο να γίνει μια προσπάθεια ένταξη της στην εκπαίδευση, με το σκεπτικό πως βοηθάει στην ανάπτυξη της παιδείας, της οικονομίας και της κοινωνίας. Υπάρχουν Οργανισμοί που προάγουν την επιχειρηματικότητα σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο, όπως το JCI (Junior Chamber International), η JADE, η EUROPEAN και άλλοι. Νέες μορφές επιχειρηματικότητας είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα, κ.α.

Πολλές φορές όλοι μας υποκύπτουμε στον πειρασμό να χρησιμοποιούμε έννοιες ή φράσεις, οι οποίες είναι ευρέως χρησιμοποιούμενες, χωρίς όμως να τις χρησιμοποιούμε με το ακριβές νόημά τους.

Για παράδειγμα, ο όρος ανάπτυξη χρησιμοποιείται ευρέως για να χαρακτηρίσει την οικονομική μεγέθυνση του ΑΕΠ.

Όμως, η έννοια της ανάπτυξης είναι ευρύτερη, καθώς υποδηλώνει ότι ταυτόχρονα με την οικονομική μεγέθυνση βελτιώνεται το βιοτικό επίπεδο και η ποιότητα ζωής των πολιτών.

Το ίδιο συμβαίνει και με την έννοια της επιχειρηματικότητας. Πολλές φορές χρησιμοποιούμε αυτόν τον όρο για να υποδηλώσουμε ένα ευρύ φάσμα οικονομικών δραστηριοτήτων. Όμως, σε κάθε περίπτωση, θα πρέπει να έχουμε μία κοινή βάση αφετηρίας για το τι σημαίνει επακριβώς ο όρος επιχειρηματικότητα.

Η επιχειρηματικότητα δεν είναι αόριστη και ασαφής έννοια. Αντίθετα, έχει πολύ συγκεκριμένα και διακριτά χαρακτηριστικά.

Πρώτον, στις σύγχρονες οικονομίες η επιχειρηματικότητα αποτελεί κρίσιμο συντελεστή παραγωγής, καθώς αναφέρεται στο **βέλτιστο τρόπο συνδυασμού των υπόλοιπων συντελεστών παραγωγής.**

Με απλά λόγια, η επιχειρηματικότητα είναι **η τεχνογνωσία παραγωγής**. Όσο μεγαλύτερη τεχνογνωσία διαθέτει μία επιχείρηση τόσο περισσότερο αποδοτική καθίσταται η επιχειρηματική δραστηριότητα.

Δεύτερον, η επιχειρηματικότητα είναι στενά συνδεδεμένη με την **καινοτομία**. Η τεχνογνωσία είναι η άλλη όψη της καινοτομίας. Όσο πιο καινοτόμος είναι μία επιχείρηση τόσο περισσότερη τεχνογνωσία κατέχει, και τελικά αυτό της παρέχει ένα τεράστιο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Τρίτον, η επιχειρηματικότητα συνδέεται άρρηκτα με την **ευελιξία** μιας επιχείρησης. Η ευελιξία με την σειρά της αναφέρεται στην ικανότητα της επιχείρησης αφ' ενός να συμβαδίζει με τις οικονομικές εξελίξεις (νέες τεχνολογίες, σύγχρονες αρχές διοίκησης, ένταση του ανταγωνισμού), και αφ' ετέρου να διαμορφώνει μία ιδιαίτερη επιχειρηματική φυσιογνωμία.

2.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Είναι σαφές ότι στη σύγχρονη διεθνή οικονομική πραγματικότητα, η επιχειρηματικότητα αποτελεί το βασικό παράγοντα ανάπτυξης. Η επιχειρηματική δραστηριότητα, που στηρίζεται στις αρχές που περιέγραψα παραπάνω, αποτελεί σήμερα τη μοναδική οδό για **βιώσιμη, διατηρήσιμη, και ισόρροπη ανάπτυξη**.

Στο πρόσφατο παρελθόν, η ιδιωτική επιχειρηματική δραστηριότητα αντιμετωπιζόταν σαν οικονομικό κακό, κυρίως λόγω της ύπαρξης κερδών από τις επιχειρήσεις. Σήμερα, που η έννοια του επιχειρηματικού οφέλους έχει πλέον απόδυναμοποιηθεί, μπορούμε πλέον να διεξαγάγουμε ένα γόνιμο και αποδοτικό διάλογο για την αναπτυξιακή διάσταση της επιχειρηματικότητας.

Όλα τα παραδείγματα των ώριμων και ανεπτυγμένων οικονομιών καταδεικνύουν ότι ο βασικός μοχλός οικονομικής μεγέθυνσης υπήρξε η ιδιωτική επιχειρηματική πρωτοβουλία. **Ο ιδιωτικός τομέας** της οικονομίας ήταν αυτός που έκανε **επενδύσεις** και **οι ιδιωτικές επιχειρήσεις** ήταν, και είναι, αυτές που παρέχουν το μεγαλύτερο μέρος των **νέων θέσεων εργασίας**.

Είναι κοινά αποδεκτό ότι οι σύγχρονες οικονομίες αναπτύσσονται οικονομικά με την πραγματοποίηση επενδύσεων. **Οι επενδύσεις δημιουργούν** αφ' ενός **συνθήκες αυξημένης συνολικής ζήτησης** και αφ' ετέρου δημιουργούν **συνθήκες αύξησης της προσφοράς**, ιδιαίτερα όταν είναι προσανατολισμένες στην άνοδο της παραγωγικότητας. Σήμερα, σε μία **εποχή** που χαρακτηρίζεται από **νομισματική**

σταθερότητα και **χαμηλούς ρυθμούς πληθωρισμού**, οι επενδύσεις αποδεικνύονται ιδιαίτερα **ωφέλιμες** και **προσοδοφόρες** για ολόκληρο το κοινωνικό σύνολο. Σήμερα, θεωρείται αδιανόητο μία επιχείρηση να μην υιοθετεί τις νέες τεχνολογίες προκειμένου να μειώσει το κόστος της και να καταστεί περισσότερο ανταγωνιστική.

Πριν από μερικά χρόνια όμως, αυτή η εξέλιξη φάνταζε περίπου σενάριο επιστημονικής φαντασίας.

Κρίσιμο ρόλο σ' αυτήν την εξέλιξη διαδραμάτισε η άνοδος της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης. Αυτό συνέβη γιατί στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον παρατηρείται μία ραγδαία άνοδος του τομέα των υπηρεσιών.

Οι οικονομίες σήμερα χαρακτηρίζονται **ώριμες** και **ανεπτυγμένες** όταν ο τομέας των υπηρεσιών υπερβαίνει το 70% περίπου της οικονομικής δραστηριότητας. **Αυτό δε σημαίνει ότι οι ανεπτυγμένες οικονομίες διανύουν περίοδο αποβιομηχάνισης.** Αντίθετα, η σύγχρονη βιομηχανία είναι ο τομέας των υπηρεσιών, από το τραπεζικό σύστημα μέχρι τις υπηρεσίες κοινωνικής αρωγής. Το γνωστό **outsourcing** είναι το πιο διαδεδομένο παράδειγμα της μεταβολής που συντελείται στις σύγχρονες οικονομίες.

2.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ

Λόγω του κρίσιμου ρόλου της επιχειρηματικότητας στην οικονομική ανάπτυξη, είναι ευνόητο ότι η επιχειρηματικότητα έχει πρωτεύοντα ρόλο και στην **αύξηση της απασχόλησης**. Στο σημείο αυτό θα ήθελα να τονίσω ένα ιδιαίτερα σημαντικό χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας. **Συνήθως, όταν γίνεται αναφορά στον όρο επιχειρηματικότητα, ο νους των περισσότερων πηγαίνει στις μεγάλες επιχειρήσεις.** Αυτό είναι λάθος. Η επιχειρηματικότητα αναφέρεται κυρίως στις ΜΜΕ. **Οι μεγάλες επιχειρήσεις διαθέτουν μόνο ένα από τα τρία χαρακτηριστικά που περιέγραψα στην αρχή της ομιλίας μου.** Αντίθετα, οι ΜΜΕ **διαθέτουν και τα τρία χαρακτηριστικά** της επιχειρηματικότητας: **Την τεχνογνωσία, την καινοτομία και την ευελιξία.** Ιδίως η καινοτομία και η ευελιξία είναι χαρακτηριστικά που μόνο οι ΜΜΕ διαθέτουν. **Κατά συνέπεια, η τόνωση της επιχειρηματικότητας σημαίνει τόνωση των ΜΜΕ.**

Το συμπέρασμα αυτό είναι σημαντικό, γιατί **οι ΜΜΕ είναι ο βασικός παράγοντας της δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας.** Περίπου το 90% των νέων

θέσεων εργασίας δημιουργούνται από τις ΜΜΕ. Πιο σημαντικό επίσης είναι το γεγονός ότι αν συνυπολογισθούν όλες οι παράμετροι αμοιβής της εργασίας, οι αμοιβές στις ΜΜΕ είναι καλύτερες από αυτές στις μεγάλες επιχειρήσεις, αν και κατά τεκμήριο χαμηλότερες σε ύψος. Κατά συνέπεια, η επιχειρηματικότητα, και ιδίως η ενθάρρυνση της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης των ΜΜΕ, αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για την άσκηση μιας πραγματικά αναπτυξιακής πολιτικής απασχόλησης.

Πολλές φορές, και σε αρκετές χώρες, διεξάγεται συζήτηση για τις **αρνητικές συνέπειες του ανταγωνισμού**, του διεθνούς πλέον ανταγωνισμού. Η συζήτηση αυτή τίθεται σε λάθος βάση. **Ο ανταγωνισμός ποτέ δεν είναι βλαπτικός**, ιδίως όταν σε μία αγορά δραστηριοποιούνται ΜΜΕ. **Αντίθετα, η ένταση του ανταγωνισμού οδηγεί στην αύξηση της καινοτομίας και της ευελιξίας** των επιχειρήσεων, με τελικό αποτέλεσμα τη **βελτίωση της ποιότητας** των παρεχομένων προϊόντων και υπηρεσιών. **Η τόνωση της επιχειρηματικότητας καθιστά τη λειτουργία των αγορών πιο αποτελεσματική** και τη συνολική οικονομική λειτουργία ενός κράτους **περισσότερο αποδοτική**.

2.4 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΚΡΑΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Σ' αυτά τα πλαίσια, καθίσταται εμφανές ότι **ο ρόλος του κράτους είναι πολύ σημαντικός** για την τόνωση της επιχειρηματικότητας, και ιδίως των ΜΜΕ. Σε γενικές γραμμές, **το κράτος οφείλει να δημιουργεί** ανταγωνιστικές συνθήκες λειτουργίας των αγορών, **να αίρει** τα εμπόδια εισόδου νέων επιχειρήσεων στις αγορές καταλύοντας τα επενδυτικά **αντικίνητρα** και τις **γραφειοκρατικές αγκυλώσεις**, και να παρέχει ένα σταθερό μακροοικονομικό περιβάλλον μέσα στο οποίο η ιδιωτική επιχειρηματική δραστηριοποίηση θα προάγεται και δεν θα τιμωρείται.

Όπως γνωρίζετε, οι συνθήκες αυτές δεν πληρούνταν μέχρι σήμερα. Όμως, η κυβέρνησή μας είναι αποφασισμένη να προχωρήσει στην τόνωση της οικονομικής ανάπτυξης μέσω της τόνωσης της επιχειρηματικότητας και της ουσιαστικής ενίσχυσης των ΜΜΕ. Για την επίτευξη αυτού του σκοπού η κυβέρνησή μας δίνει ιδιαίτερη έμφαση σε **δύο νομοθετικές πρωτοβουλίες**, στο **νέο φορολογικό νομοσχέδιο** και στο **νέο αναπτυξιακό νόμο**.

Το φορολογικό νομοσχέδιο αποτελεί πολιτική δράση πρώτης γραμμής. Εξορθολογίζεται το φορολογικό σύστημα, ενώ ταυτόχρονα αποτελεί βασικό μοχλό

άσκησης αναπτυξιακής οικονομικής πολιτικής. Παρά την άσχημη δημοσιονομική κατάσταση που παραλάβαμε, προχωρούμε σε ήπια δημοσιονομική προσαρμογή, έτσι ώστε να απελευθερώσουμε το παραγωγικό δυναμικό της χώρας. Ενισχύουμε την επενδυτική δραστηριότητα του ιδιωτικού τομέα και ταυτόχρονα καθιστούμε το φορολογικό σύστημα δικαιότερο. Μειώνουμε το φορολογικό βάρος για τα φυσικά πρόσωπα και τις επιχειρήσεις για να τονώσουμε την οικονομική δραστηριότητα.

2.4.1 Οι βασικοί στόχοι του φορολογικού νομοσχεδίου είναι:

- **Η φορολογική ελάφρυνση** των χαμηλότερων εισοδηματικών στρωμάτων της ελληνικής κοινωνίας.
- Η ενίσχυση των επενδύσεων και της επιχειρηματικότητας με **σταδιακή μείωση των φορολογικών συντελεστών** και με την παροχή άλλων κινήτρων ιδιαίτερα στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις.
- **Η απλοποίηση** του φορολογικού συστήματος.
- **Η αντικειμενικοποίηση** του συστήματος αναγνώρισης των δαπανών των επιχειρήσεων και των φορολογικών ελέγχων, ώστε να μειωθεί η αβεβαιότητα.
- Η διασφάλιση της **σταθερότητας** του συστήματος.

2.4.2 Οι βασικότερες διατάξεις του φορολογικού νομοσχεδίου σε ότι αφορά τη φορολογία των επιχειρήσεων:

- ⊗ **Μειώνεται σταδιακά ο συντελεστής προσδιορισμού των καθαρών κερδών για τις Ο.Ε., Ε.Ε. και κοινωνίες αστικού δικαίου** από 25% που είναι σήμερα, σε 24% το 2005, 22% το 2006 και 20% το 2007.
- ⊗ Για την τόνωση της επιχειρηματικότητας, την αποφυγή προβλημάτων ρευστότητας σε νέες επιχειρήσεις και την προσέλκυση νέων επενδύσεων **μειώνεται σταδιακά ο φορολογικός συντελεστής για τα κέρδη των ημεδαπών Α.Ε., ΕΠΕ, συνεταιρισμών, δημόσιων και δημοτικών επιχειρήσεων, καθώς και αλλοδαπών επιχειρήσεων** από 35% που είναι σήμερα, σε 32% το 2005, 29% το 2006 και 25% το 2007.
- ⊗ **Μειώνεται σταδιακά ο φορολογικός συντελεστής για κοινοπραξίες και αστικές εταιρίες συμμετοχικές ή αφανείς** από 35% που είναι σήμερα σε 25% το 2007. Σε ένα μήνα από τη δημοσίευση του νέου φορολογικού νόμου θα εκδοθεί Απόφαση του Υπουργού Οικονομίας και Οικονομικών στην οποία θα περιλαμβάνεται η **καταγραφή των περιπτώσεων δαπανών που μπορούν**

να εκπίπτουν από τα ακαθάριστα έσοδα των επιχειρήσεων. Έτσι, ανταποκρινόμαστε σε ένα πάγιο αίτημα των επιχειρήσεων για αντικειμενικοποίηση του συστήματος αναγνώρισης των δαπανών τους, αποκατάσταση διαφάνειας και ενιαίας αντιμετώπισης, αποφεύγονται διενέξεις μεταξύ φορολογούσας αρχής και επιχειρήσεων και μειώνεται ο αριθμός των υποθέσεων που οδηγούνται στη Δικαιοσύνη. Κατηγορίες δαπανών που θα προκύπτουν στη συνέχεια, θα εξετάζονται από αρμόδια γνωμοδοτική επιτροπή και θα περιληφθούν σε νέα υπουργική απόφαση.

- ❖ **Καθορίζεται ειδικός, προαιρετικός τρόπος περαίωσης των υποβαλλόμενων δηλώσεων φορολογίας εισοδήματος, Φ.Π.Α. και λοιπών φορολογιών ως ειλικρινών,** ειδικά για μικρές εμπορικές επιχειρήσεις και ελεύθερους επαγγελματίες. Καθορίζονται λεπτομερώς οι προϋποθέσεις για την υπαγωγή στη σχετική ρύθμιση.
- ❖ Δίνεται η δυνατότητα **να συμψηφίζουν τις ζημιές τους από επαρκή και ακριβή βιβλία Β' κατηγορίας** στις εμπορικές επιχειρήσεις στα επόμενα 5 χρόνια, αντί 3 που ισχύει σήμερα.
- ❖ **Μειώνεται κατά 50% ο συντελεστής προκαταβολής φόρου** που βεβαιώνεται για τα εισοδήματα του διανυόμενου οικονομικού έτους για τις επιχειρήσεις του άρθρου 2, παρ. 4 του ΚΦΕ κατά τα τρία πρώτα οικονομικά έτη από την αρχή της λειτουργίας τους. Το ίδιο ισχύει για τα νεοϊδρυόμενα νομικά πρόσωπα.
- ❖ **Επαναφέρεται το καθεστώς,** βάσει του οποίου οι επιχειρήσεις μπορούν να εκπίπτουν ποσό πρόβλεψης για την απόσβεση επισφαλών απαιτήσεων, με την **εφαρμογή ποσοστού 0,5%** επί της αναγραφόμενης αξίας στα τιμολόγια προς επιτηδευματίες μετά την αφαίρεση ορισμένων ποσών που αναφέρονται στη σχετική διάταξη. Έτσι απλοποιείται το σύστημα και αποφεύγονται οι προστριβές μεταξύ φορολογουμένων και φορολογικών αρχών.
- ❖ Οι επιχειρήσεις μπορούν πλέον **να υπολογίζουν** για τα πάγια περιουσιακά τους στοιχεία που ανήκουν στην ίδια κατηγορία, **αποσβέσεις με οποιοδήποτε συντελεστή μεταξύ του κατώτερου και του ανώτερου,** αρκεί να τον χρησιμοποιούν σταθερά μέχρι την πλήρη απόσβεση των στοιχείων αυτών. Έτσι συμβάλλουμε ακόμα περισσότερο στην τόνωση της επιχειρηματικότητας.
- ❖ Για την ενίσχυση της τεχνολογίας παραγωγής νέων προϊόντων ή βελτίωσης των ήδη παραχθέντων, παρέχεται η **δυνατότητα έκπτωσης από τα καθαρά**

κέρδη των επιχειρήσεων επιπλέον ποσοστού 50% των δαπανών επιστημονικής και τεχνολογικής έρευνας, πέραν της έκπτωσης των συνολικών αυτών δαπανών από τα ακαθάριστα έσοδά τους. Έτσι εξυπηρετούμε έναν από τους βασικούς μας στόχους, που είναι η ανάπτυξη της τεχνολογίας για την παραγωγή νέων προϊόντων και τη βελτίωση των ήδη υπαρχόντων, προκειμένου να ενισχύσουμε την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών επιχειρήσεων.

- ❖ **Αναγνωρίζεται η δαπάνη των επιχειρήσεων για επιμόρφωση του προσωπικού** τους και μπορεί πλέον να εκπίπτει από τα ακαθάριστα έσοδά τους.
- ❖ **Μειώνεται κατά 10 ποσοστιαίες μονάδες**, από 50% σε 40%, η **προσαύξηση του Μοναδιαίου Συντελεστή Καθαρού Κέρδους(ΜΣΚΚ)**, όταν οι επιχειρήσεις δεν τηρούν τα προβλεπόμενα βιβλία ή τα τηρούμενα βιβλία τους κρίνονται ανακριβή.
- ❖ Επίσης στην περίπτωση που κατά τον έλεγχο διαπιστωθεί απόκρυψη φορολογητέας ύλης ή άλλες παραβάσεις (εικονικά / πλαστά τιμολόγια) προβλέπεται ότι το σχετικό ποσό προστίθεται στα ακαθάριστα έσοδα των βιβλίων και το άθροισμα προσαυξάνεται κατά 4% για ποσό απόκρυψης που δεν υπερβαίνει το 5% της δηλωθείσας φορολογητέας ύλης και σε ποσό τα 5.000 Εύρω και κατά 8% για τις υπόλοιπες περιπτώσεις. Έτσι **περιορίζεται η δυνατότητα εκδήλωσης αυθαιρεσιών από την πλευρά των ελεγκτικών αρχών**.
- ❖ Παρέχονται **φορολογικά κίνητρα** με στόχο την ενίσχυση της ιδιωτικής πρωτοβουλίας **για τη συγχώνευση μικρομεσαίων επιχειρήσεων**: Τα καθαρά κέρδη της συνιστώμενης νέας εταιρίας (ελάχιστο απαιτούμενο κεφάλαιο 60.000 Εύρω για προσωπικές εταιρίες, 120.000 Εύρω για ΕΠΕ, 200.000 Εύρω για Α.Ε.) φορολογούνται τον πρώτο χρόνο με τον ισχύοντα συντελεστή φορολογίας μειωμένο κατά 10 μονάδες και το δεύτερο χρόνο με συντελεστή μειωμένο κατά 5 μονάδες, απαλλαγές από το φόρο εισοδήματος της προκύπτουσας υπεραξίας κατά τη συγχώνευση, απαλλαγή από το φόρο μεταβίβασης των ακινήτων των συγχωνευόμενων επιχειρήσεων κλπ.
- ❖ **Καταργείται το τέλος χαρτοσήμου** στα καθαρά κέρδη των Ο.Ε., Ε.Ε., ΕΠΕ, των κερδοσκοπικών συνεταιρισμών, των κοινοπραξιών και των αστικών εταιριών και κοινωνιών αστικού δικαίου που ασκούν επιχείρηση.

- ☒ Το φορολογικό νομοσχέδιο **δημιουργεί τις προϋποθέσεις** για την ενίσχυση νέων επενδυτικών κι επιχειρηματικών πρωτοβουλιών. Προχωρώντας ακόμη πιο πέρα , η Κυβέρνηση αίρει τα αντικίνητρα που προέρχονται από γραφειοκρατικές διαδικασίες. Απλοποιώντας τις ισχύουσες διαδικασίες, δημιουργώντας ένα νέο θεσμικό πλαίσιο για την αδειοδότηση των επιχειρήσεων και συγκροτώντας υπηρεσίες «μιας στάσης» σε νομαρχιακό επίπεδο.

Στόχος μας είναι:

1. Η μείωση του χρόνου και του κόστους ίδρυσης των επιχειρήσεων.
2. Ο περιορισμός της γραφειοκρατίας.
3. Η πάταξη της διαφθοράς.
4. Παράλληλα, με τα επενδυτικά κίνητρα **στηρίζουμε χρηματοδοτικά και λειτουργικά τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις** με:
5. Την ενίσχυσή τους από το **Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα** με στόχο:
 - ☒ Την τεχνολογική αναβάθμιση και την εισαγωγή καινοτομιών στην παραγωγική διαδικασία σε αρμονία με το φυσικό περιβάλλον.
 - ☒ Τη στήριξη της επιχειρηματικής δράσης ειδικών ομάδων πληθυσμού όπως οι νέοι, οι γυναίκες και τα άτομα με ειδικές ανάγκες.
 - ☒ Την αύξηση της απασχόλησης και την αναβάθμιση των δεξιοτήτων του συνολικού ανθρώπινου δυναμικού.
 - ☒ Την **ενεργοποίηση του Ταμείου Εγγυοδοσίας** μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων.
 - ☒ Τη **διευρυμένη συμμετοχή** τους στα **Κοινοτικά Προγράμματα** (εμπόριο).
 - ☒ Την οργάνωση **Ειδικής Υπηρεσίας** σε κάθε Επιμελητήριο για τη διεκπεραίωση μιας σειράς συναλλαγών τους με τις δημόσιες υπηρεσίες.

Η οικονομική πολιτική της κυβέρνησής μας είναι σταθερά προσανατολισμένη στην **άνοδο της ανταγωνιστικότητας δια μέσου της αύξησης της παραγωγικότητας**. Με τη **φορολογική μεταρρύθμιση** ενισχύουμε την πλευρά της **συνολικής ζήτησης** ενθαρρύνοντας τις επενδυτικές πρωτοβουλίες και ενισχύοντας την ιδιωτική κατανάλωση. Ταυτόχρονα όμως **κινητοποιούμε την οικονομία από την πλευρά της συνολικής προσφοράς**. Η επενδυτική δραστηριότητα αυξάνει την

παραγωγικότητα, και μεγαλώνει το δυνητικό παραγόμενο προϊόν της οικονομίας, μειώνοντας την ανεργία, βελτιώνοντας τις αποδοχές των εργαζομένων, χωρίς να ασκούνται πληθωριστικές πιέσεις.

Στα πλαίσια αυτά, ο ρόλος των ίδιων των επιχειρήσεων αποκτά ιδιαίτερη σημασία. Για την πλήρη απόδοση των κυβερνητικών μέτρων επιβάλλεται οι επιχειρήσεις να προβούν σε **επενδύσεις: Κεφαλαίου, Νέων τεχνολογιών, Καινοτομιών, Ανθρωπίνου Κεφαλαίου, Ποιότητας προϊόντων και υπηρεσιών.** Η κυβέρνηση λαμβάνει όλα τα απαραίτητα μέτρα οικονομικής πολιτικής. Για την εμπέδωση κλίματος υπευθυνότητας και εμπιστοσύνης. Για τη δημιουργία αξιόπιστου και σταθερού μακροοικονομικού περιβάλλοντος. Εναπόκειται στις ίδιες τις επιχειρήσεις να εκμεταλλευθούν τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που διανοίγονται. Εναπόκειται στην επιχειρηματικότητα της χώρας να προωθήσει μία νέα δημιουργικότητα. Για να απελευθερωθεί το τεράστιο παραγωγικό δυναμικό της Ελληνικής οικονομίας.

Θέτουμε τις βάσεις για την Ελλάδα του 2010 και μετά. Σ' αυτήν την Ελλάδα καλούμαστε όλοι να διαδραματίσουμε πρωτεύοντα ρόλο. Με προτάσεις και ιδέες. Με τη δραστηριοποίηση της επιχειρηματικότητας. Με την ενεργοποίηση της δημιουργικότητάς μας. Με σιγουριά και υπευθυνότητα. Με αισιοδοξία και αυτοπεποίθηση.

Όλοι μαζί μπορούμε να διαμορφώσουμε τη Νέα Ελλάδα. Την Ελλάδα της ευημερίας. Της δημιουργίας. Της προόδου. Της προοπτικής.

2.5 ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ ΑΠΟΦΑΣΗΣ

Η δημιουργία μίας επιχείρησης χρειάζεται ισχυρό κίνητρο, επιθυμία και ταλέντο. Τα παραπάνω όμως δεν αρκούν στο ξεκίνημα μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας αν απουσιάζει ο καλός σχεδιασμός και η σωστή προετοιμασία. Ακόμα και αν πιστεύεις ότι έχεις μία καλή επιχειρηματική ιδέα και ισχυρή θέληση να την υλοποιήσεις είναι πολύ σημαντικό να σκεφτείς κατά πόσο η επιχειρηματική δραστηριότητα ταιριάζει με την προσωπικότητά σου και σε ποιο βαθμό οι ικανότητές σου, σου επιτρέπουν να ανταποκριθείς στις απαιτήσεις του επιχειρηματία. Το πρώτο βήμα σου στην πορεία αυτή είναι μία ειλικρινής κουβέντα με τον εαυτό σου, μία επαναξιολόγηση των επαγγελματικών και προσωπικών σου στόχων και φιλοδοξιών.

Σε κάθε επαγγελματική δραστηριότητα εμπλέκονται τα προσωπικά μας χαρακτηριστικά, οι γνώσεις, οι δεξιότητες και τα ενδιαφέροντά μας. Και αν αυτά ταιριάζουν και «αξιοποιούνται» μέσα στο επάγγελμα τότε είμαστε ικανοποιημένοι και αποδοτικοί. Συνεπώς όπως σε όλα τα επαγγέλματα έτσι και στην επιχειρηματική δραστηριότητα έχεις μεγαλύτερες πιθανότητες να πετύχεις, αν αγαπάς αυτό που κάνεις και εξίσου μεγάλες πιθανότητες να αποτύχεις αν την αντιμετωπίζεις με αδιαφορία. Το ξεκίνημα για μία νέα επιχείρηση πρέπει και μπορεί να είναι μία ευχάριστη και δημιουργική περιπέτεια που σε εμπνέει και σε γεμίζει πνευματικά, συναισθηματικά και ψυχικά.

Σε κάθε περίπτωση, η απόφαση για το ξεκίνημα χρειάζεται ορισμένες ελάχιστες προϋποθέσεις, πέρα από τα προσωπικά κίνητρα, τις οποίες θα πρέπει να ελέγξεις αν συγκεντρώνεις πριν προχωρήσεις στα επόμενα βήματα και σε κόπο ή έξοδα που μπορείς να αποφύγεις, εάν δεν είσαι έτοιμος ακόμα για την απόφαση. Οι προϋποθέσεις αυτές είναι ενδεικτικά:

1. Μια καλή επιχειρηματική ευκαιρία στην οποία πιστεύεις γιατί κρίνεις ότι έχεις επαρκείς ενδείξεις από την αγορά και το ευρύτερο περιβάλλον
2. Να έχεις καταλήξει στο προϊόν ή την υπηρεσία που θα προσφέρει η επιχείρησή σου γνωρίζοντας όλα τα απαραίτητα τεχνικά χαρακτηριστικά
3. Να έχεις ελέγξει, έστω εμπειρικά, κάποιες από τις υποθέσεις σου για το ενδιαφέρον της αγοράς συζητώντας με κάποιους σχετικούς παράγοντες

4. Να έχεις εικόνα για τους πιθανούς πελάτες σου καθώς και τους δυνητικούς ανταγωνιστές σου
5. Να έχεις διερευνήσει τυχόν συνεργασίες για το ξεκίνημα της επιχείρησής σου ή να το έχεις αποκλείσει πιστεύοντας στις αυτόνομες δυνάμεις σου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

3.1 ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Πρόγραμμα ενίσχυσης τουριστικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων για να υλοποιήσουν επενδύσεις για τον εκσυγχρονισμό τους, την αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών τους, τον εμπλουτισμό της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος, τη διαφοροποίηση και ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας και τη μείωση της εποχικότητας του τουρισμού.

Ενίσχυση τουριστικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων για να υλοποιήσουν επενδύσεις για τον εκσυγχρονισμό τους, την αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών τους, τον εμπλουτισμό της σύνθεσης του τουριστικού προϊόντος, τη διαφοροποίηση και ανάπτυξη νέων τουριστικών προϊόντων υψηλής προστιθέμενης αξίας και τη μείωση της εποχικότητας του τουρισμού.

Ειδικότερα, δυνητικοί δικαιούχοι των ενισχύσεων είναι:

- ☐ Οι υφιστάμενες επιχειρήσεις που τηρούν βιβλία Β΄ ή Γ΄ κατηγορίας του ΚΒΣ ή δεν τηρούν σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία
- ☐ Υπό ίδρυση - νέες τουριστικές επιχειρήσεις της παραπάνω κατηγορίας "Λοιπές τουριστικές επιχειρήσεις" που μετά την ίδρυσή τους θα τηρούν βιβλία Β΄ ή Γ΄ κατηγορίας
- ☐ Υπό ίδρυση - νέες τουριστικές επιχειρήσεις της κατηγορίας "Τουριστικά καταλύματα" εφόσον υποβάλλουν κοινή πρόταση και ιδρύονται με σκοπό την πραγματοποίηση κοινή δράσης. Ως κοινή δράση ορίζεται δράση που εξυπηρετεί από κοινού τα συμμετέχοντα στην υπό ίδρυση νέα ΜΜΕ φυσικά ή υφιστάμενα νομικά πρόσωπα με τη νομική μορφή της ατομικής επιχείρησης ή της ΑΕ ή της ΕΠΕ ή της ΟΕ ή της ΕΕ με στόχο την ποιοτική

αναβάθμιση των παρεχομένων υπηρεσιών στον τουρισμό, μέσω της συμπληρωματικότητας και της συνέργειας που προκύπτει μεταξύ των συνεργαζομένων τουριστικών επιχειρήσεων. Στην περίπτωση αυτή, αναγκαίος όρος για την επένδυση που αφορά την πραγματοποίηση κοινής δράσης είναι η σύσταση νέας εταιρείας οποιασδήποτε εταιρικής μορφής με εταίρους - μετόχους τα πρόσωπα (φυσικά ή νομικά) που συμμετέχουν σε αυτή. Προκειμένου για νέες υπό ίδρυση επιχειρήσεις με σκοπό την πραγματοποίηση κοινής δράσης, αυτές υποχρεούνται στην τήρηση βιβλίων Β΄ ή Γ΄ κατηγορίας του ΚΒΣ και πρέπει να λειτουργήσουν με τη νομική μορφή της ΑΕ ή της ΕΠΕ ή της ΟΕ ή της ΕΕ.

3.1.1 ΤΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΕΪΤΑΙ

1. Εκσυγχρονισμός κτιρίων και εγκαταστάσεων τουριστικών καταλυμάτων
2. Εξορθολογισμός, εκσυγχρονισμός διοικητικών λειτουργιών της επιχείρησης
3. Εφαρμογή συστημάτων διασφάλισης ποιότητας υπηρεσιών
4. Ανάπτυξη καινοτομιών (ανάπτυξη και διαχείριση ειδικών μορφών τουρισμού, infokiosk, πολυμέσα κλπ)
5. Σε καμιά από τις παραπάνω ενέργειες δεν ενισχύεται η δημιουργία νέων κλινών.
6. Είδος ενίσχυσης
7. Επιδότηση έως 48% επί του επιχορηγούμενου προϋπολογισμού της επενδυτικής πρότασης, ο οποίος κυμαίνεται από 40.000 έως 350.000 ευρώ.
8. Ειδικά για τις περιπτώσεις των τουριστικών γραφείων, των τουριστικών επιχειρήσεων οδικών μεταφορών (ΤΕΟΜ) και των ναυλομεσιτικών γραφείων, και ανεξαρτήτως γεωγραφικής ενότητας, το ελάχιστο όριο του επιχορηγούμενου προϋπολογισμού κάθε πρότασης ανέρχεται σε 10.000 ευρώ.
9. Κάθε δυνητικός δικαιούχος ενίσχυσης μπορεί να πραγματοποιήσει επενδυτική πρόταση με προϋπολογισμό μεγαλύτερο από τον παραπάνω και στην περίπτωση αυτή, οι υπερβάλλουσες δαπάνες της επενδυτικής πρότασης δεν επιχορηγούνται.
10. Οι επιλέξιμες δαπάνες περιλαμβάνονται αναλυτικά στην Προκήρυξη, Παράρτημα Α.

11. Στις επιλέξιμες δαπάνες δεν περιλαμβάνεται ο Φόρος Προστιθέμενης Αξίας (Φ.Π.Α.) οποιασδήποτε κατηγορίας δαπανών, που επιβαρύνει εξ' ολοκλήρου την επιχείρηση.
12. Στις επιλέξιμες δαπάνες δεν περιλαμβάνεται η ανέγερση, επέκταση και εκσυγχρονισμός κτιρίων επί οικοπέδου / ακινήτου που δεν ανήκει κατά πλήρη κυριότητα στον δυνητικό δικαιούχο της ενίσχυσης. Κατ' εξαίρεση περιλαμβάνονται στις επιλέξιμες δαπάνες η ανέγερση, επέκταση και εκσυγχρονισμός κτιρίων, εφόσον υπάρχει παραχώρηση χρήσης ή μίσθωση ή νόμιμη σύσταση επικαρπίας επί του ακινήτου για χρονικό διάστημα τουλάχιστον (10) ετών, έχει μεταγραφεί για την περίπτωση παραχώρησης και ο παραχωρησιούχος / εκμισθωτής έχει ρητώς παραιτηθεί από το δικαίωμα ιδιοχρησίας. Η περίοδος της δεκαετίας υπολογίζεται από την ημερομηνία υποβολής της επενδυτικής πρότασης.
13. Οι δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν μετά την υποβολή της επενδυτικής πρότασης και πριν την υπογραφή της σχετικής σύμβασης μεταξύ του Τελικού Δικαιούχου (Τράπεζα) και του Επενδυτή αυτό το διάστημα κρίνονται επιλέξιμες μόνον εφόσον υπογραφεί η σχετική σύμβαση. Δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν πριν από την ημερομηνία υποβολής της επενδυτικής πρότασης του δικαιούχου της ενίσχυσης στον Τελικό Δικαιούχο, δεν συνυπολογίζονται στο ενισχυόμενο κόστος της επένδυσης ούτε στην ίδια συμμετοχή του δικαιούχου της ενίσχυσης, ανεξαρτήτως αν έχουν εξοφληθεί ή όχι κατά την ημερομηνία υποβολής της επενδυτικής πρότασης.

3.2 ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΤΗΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Όπως μας δείχνει το διάγραμμα 1 ο κύκλος ζωής της ΜΜΕ αποτελείται από τρεις επιμέρους συνθήκες και περιλαμβάνει:

(Α) Την καμπύλη ιδεών ονομάζεται το σύνολο των διεργασιών που λαμβάνουν χώρα πριν δημιουργηθεί η επιχείρηση. Κατά τη φάση αυτή ο επιχειρηματίας-κεφαλαιούχος προβληματίζεται με τι ακριβώς θα ασχοληθεί. Στο στάδιο της εισαγωγής σκέφτεται για το αν θα δημιουργήσει μια επένδυση ή όχι. Στο στάδιο της ανάπτυξης προβληματίζεται για το τι θα παράγει σκεφτόμενος μια μεγάλη <<γκάμα>> προϊόντων και υπηρεσιών. Στο τρίτο στάδιο της ωρίμανσης, ο

κεφαλαιούχος επιχειρηματίας εξετάζει διεξοδικά ένα προϊόν στο όποιο έχει καταλήξει. Τέλος, στο στάδιο της κάμψης ο επιχειρηματίας έχει απορρίψει σωρεία ιδεών και ασχολείται με ένα συγκεκριμένο προϊόν βρίσκει το κατάλληλο χώρο όπου θα στεγάσει την επιχειρηματική του μονάδα, προμηθευτεί τον κατάλληλο εξοπλισμό για τη λειτουργία ενός τουριστικού γραφείου και προσλαμβάνει το κατάλληλο προσωπικό.

(Β) Τον κύκλο ζωής της ΜΜΕ. Ο κύκλος ζωής μιας επιχείρησης περιλαμβάνει τέσσερα στάδια. Το στάδιο εισαγωγής όπου εμφανίζεται η επιχείρηση στο επιχειρηματικό προσκήνιο αναζητώντας συνεργασία με προμηθευτές για προμήθεια πρώτων υλών, υπολογιστικών συστημάτων κ.α.). Το στάδιο της ανάπτυξης, η ΜΜΕ οφείλει να καθορίσει με μεγάλη διαύγεια τους επιχειρηματικούς της στόχους και να εκμεταλλευτεί τόσο τα τεχνολογικά πλεονεκτήματα που μπορεί να διαθέτει ή να αποκτήσει, όσο και τις ανθρώπινες δυνάμεις της, για να μπορέσει να επιβιώσει στο συγκεκριμένο οικονομικό χώρο. Το τρίτο στάδιο χαρακτηρίζεται ως το στάδιο της ωριμότητας. Είναι το στάδιο όπου η επιχείρηση πραγματοποιεί κέρδη και θα εδραιωθεί στη συγκεκριμένη αγορά. Οι ενέργειες της γίνονται σεβαστές από τους συνεργάτες της και η φερεγγυότητα της βρίσκεται σε υψηλό επίπεδο. Τέλος, στο στάδιο της κάμψης η επιχείρηση αρχίζει να αντιμετωπίζει πτώση των πωλήσεων της, προβλήματα ταμειακής ρευστότητας καθώς και την επιφυλακτικότητα τόσο των προμηθευτών της, όσο και των πιστωτικών ιδρυμάτων. Το στάδιο αυτό είναι το τελευταίο η επιχείρηση ή θα προσπαθεί να παρουσιάσει ένα νέο πρόσωπο «αναγεννημένο» διατηρώντας τα ιστορικά πλεονεκτήματα της μακροχρόνιας ύπαρξης της ή θα αναζητήσει τον πλέον ανώδυνο τρόπο παύσης των εργασιών της κηρύσσοντας πτώχευση.

(Γ) Την καμπύλη καταναλωτών. Στη καμπύλη με στοιχείο Γ παρουσιάζεται η συμπεριφορά των καταναλωτών έναντι της ΜΜΕ.

3.3 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΓΡΑΦΕΙΟ

Το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης Τροποποίησε το νομοθετικό πλαίσιο λειτουργίας των τουριστικών γραφείων.

Σειρά νομοθετικών ρυθμίσεων, με στόχο τη βελτίωση των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών, αλλά και την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος δρομολογεί το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης. Ειδικότερα, σε εφ` όλης της ύλης συνέντευξη τύπου που παραχώρησε χτες, ο Υπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης, κ.

Άρης Σπηλιωτόπουλος, μεταξύ άλλων, ανέφερε τα εξής:

Για τις νομοθετικές μεταρρυθμίσεις και τις θεσμικές παρεμβάσεις:

Μετά την νομοθετική επίλυση του πάγιου προβλήματος της λειτουργικής τακτοποίησης των ξενοδοχείων με παραβάσεις το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης προχωράει ακόμα στη δημιουργία σχεδίου νόμου για την αναθεώρηση του πλαισίου λειτουργίας των ταξιδιωτικών γραφείων. Οι συνθήκες στην αγορά έχουν αλλάξει ραγδαία. Αυτό οδηγεί στην ανάγκη τροποποίησης του νομοθετικού πλαισίου λειτουργίας των τουριστικών γραφείων προς τρεις κατευθύνσεις:

1. την τροποποίηση της βασικής -περί τουριστικών γραφείων- νομοθεσίας. Π.χ. υψηλότερα προσόντα για την άσκηση επαγγέλματος, ακριβής καθορισμός και κλιμάκωση των κυρώσεων σε περίπτωση εκτροπής από τις διατάξεις του νόμου, ειδική αντιμετώπιση για τα υποκαταστήματα, κλπ.
2. την επακόλουθη προσαρμογή του Π.Δ. 339/1996 περί οργανωμένων ταξιδίων, και
3. τη δημιουργία ενός οργανισμού (Συνεγγυητικό Κεφάλαιο) που θα καλύπτει υποχρεώσεις των τουριστικών γραφείων που έχουν καταστεί με οποιονδήποτε τρόπο αφερέγγυα.

Υφιστάμενο σκηνικό

Στην ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος εστιάζονται οι παράγοντες του χώρου μας και τούτο αναμφιβόλως δεν είναι λάθος. Από κει πέρα, όμως, αν είναι να προχωρήσουμε σε συγκεκριμένα βήματα, τα πράγματα καθίστανται θολά και τα μέτρα που λαμβάνονται δεν είναι ικανοποιητικά ή, έστω, δεν είναι πάντοτε εύστοχα. Η αναφορά και συσχέτιση με τους γειτονικούς και μη προορισμούς όπου το κόστος ανθρώπινης εργασίας είναι υποπολλαπλάσιο του δικού μας, είναι ορθή, αλλά δεν είναι καθόλου δόκιμη η μονοδιάστατη προσπάθεια συρρίκνωσης του κόστους εργασίας, που όντως, είναι το σημαντικότερο. Στα **τουριστικά γραφεία το κόστος προσωπικού κυμαίνεται γύρω στο 60%** του συνολικού μπλοκ γενικών εξόδων. Η πρόσληψη αλλοδαπών στα κρουαζιερόπλοια και τα ξενοδοχεία, απαντά σ' αυτό το ερώτημα, αν και τροφοδοτεί την ανεργία στο ελληνικό προσωπικό.

Τούτο δεν μπορεί να συμβεί ή τουλάχιστον σε μεγάλη έκταση, στα τουριστικά γραφεία, όπου η πρόσληψη αλλοδαπών, όπου κρίνεται απαραίτητη, δεν γίνεται σε ειδικότητες χαμηλού κόστους, αλλά σε αντικείμενα μεγαλύτερης εξειδίκευσης και γνώσης που δεν αντιμετωπίζονται ικανοποιητικά από το διαθέσιμο ελληνικό προσωπικό. Τούτ'αυτό σημαίνει μάλλον επαύξηση του κόστους προσωπικού, στο κλάδο αυτόν, πάνω από τους μέσους όρους.

Από την άλλη πλευρά η συνεχής εξάπλωση του τουριστικού προϊόντος, όλο και περισσότερο σε αγορές – πηγές προέλευσης του τουριστικού ρεύματος (κυρίως κεντρική και βόρεια Ευρώπη) σε πλατιές μάζες, το καθιστά εκ των πραγμάτων είδος ευρείας λαϊκής κατανάλωσης υποκείμενο εκ των πραγμάτων σε όλο και πιο έντονες πιέσεις στις τιμές. Το βλέπουμε στις αερομεταφορές, στα πακέτα all inclusive, στην σμίκρυνση της μέσης διάρκειας παραμονής. Η εποχή που οι υπηρεσίες του τουριστικού γραφείου (tour operator, incoming agencies, destination management companies), ως συμμετέχουσες με μικρό ποσοστό στη σύνθεση του πακέτου, διέφευγαν τις αυστηρές πιέσεις ως προς τις τιμές, πέρασαν ανεπιστρεπτί. Έτσι, λοιπόν, βλέπουμε, προσφορά δωρεάν transfer αφιξοαναχωρήσεων –που αποτελεί την βασική και πρώτιστη υπηρεσία ενός γραφείου υποδοχής τουρισμού- με αντίκρισμα την πώληση εκδρομών στους πελάτες – τουρίστες του υπόψη tour operator, από την εκμετάλλευση των οποίων προσδοκά να ισοσκελίσει τα έξοδά του.

Η **εξάπλωση του internet** με τις άμεσες πωλήσεις στον καταναλωτή καθιστά περιττή τη μεσολάβηση του τουριστικού γραφείου, ιδίως σε τυποποιημένες υπηρεσίες, όπως είναι το αεροπορικό εισιτήριο ή το κλείσιμο καταλύματος σε αλυσίδες γνωστής και σταθερής ποιότητας. Το ίδιο θα συμβεί και με πακέτα κρουαζιέρας, ξεκινώντας από την easyCruise που ήδη κινείται υλοποιώντας σχετικό επιχειρηματικό σχέδιο.

Χαρτογραφώντας την οικονομική κατάσταση του χώρου, να σταθούμε και στην **κρίση των αερομεταφορών**, που έλαβε εκρηκτικούς ρυθμούς μετά την 11η Σεπτεμβρίου 2001. Απότοκος της εξέλιξης αυτής είναι η συρρίκνωση μέχρι και ο μηδενισμός της προμήθειας υπέρ των τουριστικών γραφείων για την πώληση αεροπορικών εισιτηρίων. Ο καταλογισμός ενός handling fee για την εξυπηρέτηση του πελάτη, είναι η μόνη διέξοδος, που καθιστά, ωστόσο, ευδιάκριτη την αμοιβή του

τουριστικού γραφείου που μέρος της πελατείας αντιμετωπίζει με καχυποψία.

Αν τα παραπάνω συνθέτουν κάπως το σκηνικό μέσα στο οποίο δρουν τα τουριστικά γραφεία της χώρας μας, αυτομάτως ανακύπτει ο προβληματισμός για το παρόν και το μέλλον τους, δεδομένου ότι και ο χώρος αυτός χαρακτηρίζεται από την κατάρτηση της δραστηριότητας σε πολλές μικρές επιχειρήσεις που ήδη κινούνται στον απίστευτο αριθμό των 4.000.

Ανασύνταξη

Ξεκινώντας από τη σκέψη ότι η οποιαδήποτε μεσολαβητική δραστηριότητα, όλο και περισσότερο γίνεται απεχθής από κοινωνική και οικονομική άποψη, η πρώτη σινη συνταγή είναι η **ροπή προς την ουσιαστική αύξηση της προστιθέμενης αξίας**. Δεν είναι τυχαίο ότι επιχειρήσεις που εργάζονται εντατικά, ερευνώντας την αγορά, συνθέτοντας προϊόντα, συνδυάζοντας επεκτεινόμενοι στην κτήση και εκμετάλλευση μεταφορικών μέσων, εκμετάλλευση χώρων, αναδεικνύοντας νέα προϊόντα στον πολιτιστικό, συνεδριακό τομέα, στην αναψυχή, το βίωμα, ακόμη και με το στοιχείο της περιπέτειας, πάντα με την αίσθηση του καινούργιου και πρωτοποριακού, βρίσκονται στο σωστό δρόμο και αυτό απεικονίζεται στα αποτελέσματά τους.

Αυτοματισμοί και μέθοδοι

Από κει και πέρα η εντύπωση που έχει κανείς, ιδίως, όσων εξ ημών είχαμε την τύχη να έρθουμε σε επαφή μέσα από τις επαγγελματικές μας ενώσεις, με ευρύ φάσμα στελεχών και επιχειρήσεων, είναι η υστέρηση στην εισαγωγή μεθόδων οργάνωσης και αυτοματισμών, και τούτο παρά την δραστική ενίσχυση της πολιτείας που με τους πόρους της Ε.Ε. επιχορηγεί όλες αυτές τις πρωτοβουλίες. Ασφαλώς δεν εννοούμε απλά και μόνον την εγκατάσταση internet / E-Mail ή κάποιων αποσπασματικών εφαρμογών που λίγο πολύ όλα τα τουριστικά γραφεία διαθέτουν. Ο λόγος γίνεται για μία **συστηματική προσπάθεια εισαγωγής σύγχρονων και δοκιμασμένων συστημάτων και μέσων οργάνωσης**.

Η αδυναμία αυτή που επισημαίνεται θα μπορούσε σε ένα βαθμό να καταλογισθεί και στα στελέχη που δεν συμβουλεύουν όπως θα όφειλαν τις επιχειρήσεις τους και παραμένουν σε αναχρονιστικά συστήματα που δεν βοηθούν στην αναβάθμιση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης. Ταυτοχρόνως η υστέρηση αυτή δεν

αναβαθμίζει και δεν καταξιώνει επαγγελματικά και τα ίδια τα στελέχη. Αλυσιδωτά και με αίσθηση θλίψης παραπέμπεται το ζήτημα στην παιδεία μας, σε όλα τα επίπεδα, που η ελληνική κοινωνία βλέπει να κινείται με μύρια όσα προβλήματα, που διευρύνουν την ψαλίδα υστέρησης σε βάρος της χώρας μας.

Λογισμικό επιχειρήσεων

Στο χώρο των business έχει επικρατήσει διεθνώς η εγκατάσταση λογισμικού που επικράτησε με τον όρο **ERP** (Enterprise resource planning). Πακέτο εφαρμογών που καλύπτει ολόκληρο το επιχειρηματικό γίνεσθαι, ξεκινώντας από την πηγή της πληροφορίας, εκεί δηλ. όπου για πρώτη φορά υπεισέρχεται το ενδιαφέρον της επιχείρησης. Το σύστημα εντοπίζει, καταγράφει, αξιολογεί, μεταφέρει, επεξεργάζεται τα στοιχεία τη στιγμή που συντελούνται οι συναλλαγές, οι επιχειρηματικές πράξεις (on line / real time). Τα διάφορα στάδια επεξεργασίας των στοιχείων διαδέχονται το ένα το άλλο, μέσα σε ένα ηλεκτρονικό περιβάλλον, με αυτόματη και άμεση μετάπτωση από το ένα στάδιο στο επόμενο, χωρίς καθόλου ή με ελάχιστη ανθρώπινη παρέμβαση.

Με το μάτι μας στραμμένο στις επιχειρηματικές λειτουργίες, έχουμε:

σχέδιο / πλάνο/ πρόγραμμα / προϋπολογισμός / planning – project management / επαφές με πελάτες –CRM (=Customer relationship management) / έρευνα αγοράς πελατών / προσφορές / αξιολόγηση – contracting / λήψη παραγγελίας - sales orders / επαφές με προμηθευτές / έρευνα αγοράς προμηθευτών / προσφορές / αξιολόγηση – contracting / τοποθέτηση παραγγελίας –purchase orders
υλοποίηση / operation / παροχή της υπηρεσίας / invoicing / προβολή της απαίτησης / τιμολόγηση / Clients accounting – open items- dunning letters / cost control / υποδοχή τιμολογίων προμηθευτών και έλεγχος / Suppliers accounting –open items – payments General accounting –ledger / human resources / assets / profit & cost centers - financial statements / reporting
Auditing – profitability analysis – αποκλίσεις

Οι τάσεις

Με τους ραγδαίους ρυθμούς ανάπτυξης της πληροφορικής διαμορφώνονται σαφείς τάσεις σε διεθνές επίπεδο. Κοντά στα τυποποιημένα προϊόντα κατηγορίας αυτοματισμού γραφείου της **Microsoft** – office automation (word, excel, power point, access), αναπτύσσονται τα τυποποιημένα πακέτα λογισμικού για επιχειρήσεις στην

φιλοσοφία συνολικής κάλυψης (ERP) με παγκόσμια ηγέτιδα την γερμανική **SAP** και άμεση ανταγωνίστρια την αμερικανική **oracle financials**. Η πρόοδος που έχει συντελεσθεί στα προϊόντα αυτά είναι τόσο μεγάλη που με βάση ένα πρότυπο μπορούν να ανταποκριθούν στις ανάγκες μεταποιητικών, μεταπρατικών επιχειρήσεων, καθώς και επιχειρήσεων παροχής υπηρεσιών. Τα έτοιμα προγραμματιστικά modules προσφέρονται στη συρραφή και προσαρμογή των προγραμμάτων στις πλέον ετερόκλητες απαιτήσεις. Η σωρευμένη εμπειρία, γνώση και πληρότητα από τις εφαρμογές σε τεράστιο αριθμό επιχειρήσεων παγκοσμίως και μέσα από τις επάλληλες αναθεωρήσεις και βελτιώσεις έφθασε σε τόσο υψηλά επίπεδα, που θα ήταν μάταιο, αν όχι αστείο, να ασχοληθεί κανείς με μία έρευνα για το τι μπορεί να αντιμετωπίσει το υπόψη πακέτο στην επιχείρησή του. Αντίθετα το ερώτημα είναι αν, πόσο know how και με τι προτεραιότητα θα αφομοιωθεί από την επιχείρηση.

Η εξέλιξη αυτή μας επιτρέπει να αντιληφθούμε ότι παρήλθε η εποχή του μεμονωμένου επαγγελματία προγραμματιστή ή των μικρών ομάδων **software houses**.

Ταυτόχρονα σηματοδοτείται η μελλοντική εξέλιξη στο λογισμικό των λεγομένων εμπορικών εφαρμογών για τις επιχειρήσεις (business solutions). Όπως στις εφαρμογές αυτοματισμού γραφείου πάψαμε, εδώ και χρόνια να μιλάμε για το τι είδους πρόγραμμα επεξεργασίας κειμένων διαθέτουμε, ή τι είδους πρόγραμμα λογιστικών καταστάσεων κλπ. έχουμε στην επιχείρησή μας, έτσι και στις εμπορικές εφαρμογές θα ακολουθηθεί αυτή η ίδια ροή.

Στη χώρα μας αυτές οι εφαρμογές έρχονται με τη συνήθη καθυστέρηση, πλην όμως, δεν είναι άγνωστες. Ένας σεβαστός αριθμός επιχειρήσεων έχει εγκαταστήσει παρόμοια συστήματα σε διάφορους κλάδους της οικονομίας μας, ενώ στον τουρισμό, εκτιμούμε ότι έχουν εγκατασταθεί σε τρεις μόλις επιχειρήσεις. Η μικρή αυτή ανταπόκριση έχει να κάνει με το υπερβολικό κόστος αυτών των εφαρμογών που αναφέρεται στα δικαιώματα χρήσης του λογισμικού, στην δαπάνη προσαρμογής του λογισμικού στις ανάγκες της επιχείρησης και στην ανάγκη αναβάθμισης του εξοπλισμού (hardware).

Η ελληνική πραγματικότητα

Ενώσω οι εξελίξεις αυτές διαπιστώνονται ακόμη και στην Ελλάδα, οι λοιπές επιχειρήσεις παραγωγής λογισμικού για εμπορικές εφαρμογές αποδύονται σε έναν αγώνα ταχύτητας να εκσυγχρονίσουν τα προγράμματά τους και να τα επεκτείνουν σε τρόπο ώστε να προσδώσουν σ' αυτά, χαρακτηριστικά ERP δηλ. να καλύψουν ικανοποιητικά όλες τις ανάγκες της επιχείρησης με ένα μοναδικό, σπονδυλωτό πακέτο. Το πόσες από αυτές θα το επιτύχουν, παραμένει να διαπιστωθεί στην πορεία. Ασφαλώς ένας αριθμός από αυτές θα μπορέσουν να συγχωνευθούν ή εξαγοραζόμενες να αποτελέσουν εφαλτήριο για είσοδο στην αγορά των ήδη δοκιμασμένων εφαρμογών διεθνούς καριέρας. Οι συνθήκες διείσδυσης αυτών των πακέτων προσκρούουν στην εθνική μας νομοθεσία (ελληνοποίηση – localization) με τις περίπλοκες ρυθμίσεις ιδίως του ΚΒΣ (Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων), πλην όμως και εδώ η Πολιτεία, έστω με αργά βήματα, αίρει σταδιακά τις ακραίες και άσκοπες διατάξεις, πράγμα που μειώνει τα προβλήματα εισόδου και εγκατάστασης προηγμένου λογισμικού με διεθνή καταξίωση και προδιαγραφές για εμπορικές εφαρμογές.

Λογισμικό για τουριστικά γραφεία

Ειδικότερα στον κλάδο των τουριστικών γραφείων διαπιστώνεται μία απροθυμία εισόδου, ακόμη και ελληνικών γραφείων παραγωγής λογισμικού και τούτο διότι στον κλάδο μας απαντώνται **πρόσθετα ιδιάζοντα προς αντιμετώπιση ζητήματα**, όπως επί παραδείγματι:

- ❌ η σύνδεση και συνλειτουργία –interface- με τα συστήματα κρατήσεων αεροπορικών και ακτοπλοϊκών εισιτηρίων Amadeus, Galileo, CRS κλπ.
- ❌ η διαχείριση allotment
- ❌ η αντιμετώπιση των ιδιορρυθμιών του ειδικού καθεστώτος ΦΠΑ (άρθρο 35 του Νόμου ΦΠΑ) για το πλείστον των προσφερομένων υπηρεσιών

Πέραν της SAP που έχει εγκατασταθεί, όπως προαναφέρθηκε, σε μόλις τρεις επιχειρήσεις του κλάδου των τουριστικών γραφείων, η συντριπτική πλειοψηφία των υπολοίπων καλύπτεται από μόλις τρία ελληνικά γραφεία λογισμικού εκ των οποίων η μία κατέχει το συντριπτικό ποσοστό της τάξεως του 80% περίπου.

Αξιοσημείωτη είναι η προσπάθεια διείσδυσης στο χώρο των εμπορικών εφαρμογών της Microsoft με το πακέτο **Navision** που αν και έχει ήδη αρκετές εγκαταστάσεις στην Ελλάδα, δεν εισχώρησε στον κλάδο των τουριστικών γραφείων, εκτιμούμε, εξ

αιτίας των απαραίτητων προσαρμογών που αναφέραμε παραπάνω, αλλά και γιατί η πρόταση δεν συνοδεύεται από διπλογραφική λογιστική (Γ΄ κατηγορίας ΚΒΣ). Πρόκειται περί μιας προσπάθειας διείσδυσης στο χώρο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, δηλ. στο εύρος της συντριπτικής πλειοψηφίας των τουριστικών γραφείων. Εξάλλου η Oracle financials σχεδιάζει την διαμόρφωση ενός πακέτου ERP που θα απευθύνεται επίσης σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Οι αδυναμίες που εντοπίζονται στις προσφερόμενες «ελληνικές» λύσεις εντοπίζονται στην ατελή κάλυψη των αναγκών που υποχρεώνουν την επιχείρηση να προσφύγει σε άλλο προμηθευτή λογισμικού με τις εντεύθεν αναδυόμενες δυσλειτουργίες συνεργασίας και ασυμβατότητας των εφαρμογών.

Μερίδιο στο πρόβλημα έχει επίσης η δυσκολία ανταπόκρισης σε βελτιώσεις αναγόμενες σε κόστος και επάρκεια προσωπικού, αλλά και στην υποδομή σε σχέση με τις χρησιμοποιούμενες γλώσσες προγραμματισμού που δεν ανταποκρίνονται στις σύγχρονες απαιτήσεις (RDBMS, σχεσιακές βάσεις δεδομένων, γλώσσες τέταρτης γενεάς). Ακόμη και η έλλειψη σύγχρονων ιδεών και απαιτήσεων εκ μέρους των επιχειρήσεων – χρηστών που εκ των πραγμάτων επηρεάζουν την ανάλυση και διαμόρφωση των λύσεων, έχει την αρνητική συμμετοχή της και ευθύνη στο όλο ζήτημα.

Πελάτες

Μεγάλος αριθμός τουριστικών γραφείων απευθύνεται σε μεγάλο αριθμό υφιστάμενων ή πιθανών πελατών - επιχειρήσεων (B2B) ή μεμονωμένων καταναλωτών (B2C).

Στις περιπτώσεις αυτές, η προσέγγιση των πελατών, υφισταμένων ή πιθανών, υποβοηθάται τα μέγιστα με την εγκατάσταση ενός συστήματος CRM για ανάγκες marketing, promotion, sales. Αντιμετωπίζονται ζητήματα mailing για την αποστολή εγκυκλίων, κατηγοριοποίησης με διάφορα κριτήρια, όπως είδος επιχείρησης, γεωγραφική κατανομή, κττ. Παρακολουθείται η πορεία μιας επαφής ή μίας καμπάνιας, τα αποτελέσματά της και διαμορφώνονται οι παραπέρα χειρισμοί. Διασυνδέεται με την λογιστική από την οποία αντλούνται στοιχεία αξιολόγησης του πελάτη με βάση τον κύκλο εργασιών, το ρυθμό πληρωμών του, το συναλλακτικό του

ήθος, το πραγματοποιούμενο μικτό κέρδος (margin, Deckungsbeitrag).

Στις ίδιες περιπτώσεις η ύπαρξη αναλυτικής λογιστικής με εξειδικευμένα εργαλεία (open items, aging analysis, dunning letters) είναι απαραίτητη.

Προμηθευτές

Μεγάλη μερίδα τουριστικών γραφείων καλείται να διαχειριστεί μεγάλο αριθμό προμηθευτών για τους οποίους επίσης, προσαπαιτείται η ύπαρξη ειδικού συστήματος λογιστικής με κάλυψη αναγκών marketing, (ποιος προσφέρει τι, σε διάφορες περιοχές, με τι τιμές, data bank), διαχείριση περιόδου πίστωσης και σύστημα αυτοματοποιημένων πληρωμών με επιταγές (όψεως ή μεταχρονολογημένες) των ληξιπροθέσμων με διαδικασία διαρκούς συμφωνίας και ελέγχου των εξοφλούμενων πόστων με ενημερωτικό / διαβιβαστικό πληρωμής (details of payment).

Μεταφορικά μέσα

Η τηλεματική με συστήματα GPS (Global point system) μας δίνει τη δυνατότητα άμεσης παρακολούθησης και ευελιξίας στην διοίκηση μεταφορικών μέσων, είτε αυτά είναι χερσαία (πούλμαν), είτε είναι πλωτά.

Εκδρομές – tour leaders

Οι tour leaders, πολύτιμοι συνεργάτες των γραφείων incoming, πωλούν εκδρομές (optional) σε τουρίστες περιερχόμενοι τους τόπους των καταλυμάτων σε διάφορες περιοχές. Φορητοί υπολογιστές παλάμης (PDA) σε κάθε tour leader αναλαμβάνουν την όλη διαδικασία έκδοσης παραστατικών (tickets – δελτία συμμετοχής) και διαβίβασης από μακριά στο κέντρο (έχει ορισθεί ένα PC) όλων των στοιχείων κράτησης και λογιστικοποίησης των συναλλαγών, που συνάμα απαιτούνται για τον προγραμματισμό των μεταφορικών μέσων, των ξεναγών, των εισόδων, των εστιατορίων κλπ.

Congresses

Για την οργάνωση των συνεδρίων προαπαιτείται η εγκατάσταση πρόσθετου λογισμικού για την λεγόμενη «γραμματειακή υποστήριξη», αλλά και η ανάπτυξη ιστοσελίδων που απευθύνονται κατά κανόνα στην διεθνή κοινότητα συγκεκριμένης

κατηγορίας επιστημόνων, επαγγελματιών, απ' όπου παρέχονται πληροφορίες για το συνέδριο, αλλά και η δυνατότητα εγγραφής, παραγγελίας καταλύματος, πληρωμής με credit card, καθώς και άλλων υπηρεσιών. Όλα αυτά συνδέονται με το κεντρικό σύστημα του διοργανωτή και η παραπέρα διαχείριση γίνεται με αυτοματισμούς.

Για την πραγματοποίηση εξ άλλου συνεδρίων και meetings στους διάφορους χώρους, έξω και μακράν της έδρας της διοργανώτριας επιχείρησης, προσφέρονται κατάλληλα συστήματα με ασύρματη επικοινωνία με το κεντρικό απ' όπου αντλούνται απαραίτητα στοιχεία και πληροφορίες ή μεταφέρονται δεδομένα από νέες πράξεις που λαμβάνουν χώρα επί τόπου.

Reporting

Ελάχιστη έως και μηδαμινή αξία έχει ο προτεινόμενος λογαριασμός αποτελεσμάτων κατ' είδος, όπως προτείνεται από το ΕΓΛΣ (Ενιαίο Γενικό Λογιστικό Σχέδιο), ακόμη και αν αυτός ο λογαριασμός καταρτίζεται σε μηνιαία βάση και τούτο γιατί το ενδιαφέρον της επιχείρησης εστιάζεται στο να εντοπίσει, επιμετρήσει και αξιολογήσει το αποτέλεσμα σε επίπεδο τμημάτων ή τομέων επιχειρηματικής δράσης (profit centers, cost centers) και να χρησιμοποιήσει αυτά τα στοιχεία για την άσκηση εποπτείας και ελέγχου. Και όλα αυτά σε κάθε στιγμή.

Τα συνήθη δεδομένα της τακτικής λογιστικής που στηρίζονται στις διενεργηθείσες εγγραφές επί τη βάσει των τιμολογίων που ελήφθησαν από τους προμηθευτές (δαπάνες) και των δικών μας τιμολογίων που εκδώσαμε (έσοδα), συνήθως απέχουν παρασάγγας από την πραγματικότητα, αφού αγνοούν τις δεδουλευμένες δαπάνες (pending suppliers invoices) για τις οποίες δεν ελήφθησαν τιμολόγια, ή τα πραγματικά έσοδα, αν γίνεται λόγος περί παρασχεθισών και μη εισέτι τιμολογηθισών υπηρεσιών. Ένα στοιχειωδώς επαρκές σύστημα ERP απαντάει σε αυτά τα ερωτήματα με εντυπωσιακή ευκολία, καθώς παρέχει συνδυασμένες πληροφορίες όχι μόνον από τη λογιστική, αλλά και από το προγενέστερο στάδιο operation.

Auditing

«Η εμπιστοσύνη είναι ωραίο πράγμα, αλλά ο έλεγχος, ακόμη καλύτερος»
αποφαινόνται οι Γερμανοί, σύμφωνα με μία προσφιλή των ρήση (Vertrauen ist gut,

Kontrolle ist noch besser). Τα σύγχρονα συστήματα, όχι μόνον υποκαθιστούν τις χειρόγραφες και εργασιοβόρες διαδικασίες, αλλά δεν θα ήταν υπερβολή να πούμε ότι «εχθρεύονται» την ανθρώπινη παρέμβαση.

Για τον ίδιο λόγο, αλλά και για διαχειριστικές σκοπιμότητες, εισάγεται μία πλειάδα από μέτρα που αποσκοπούν στην προστασία των συμφερόντων της επιχείρησης. Δίνουμε ένα μικρό παράδειγμα: Ο εξουσιοδοτημένος συνεργάτης (Contracting) για την αγορά ή πώληση υπηρεσιών εισάγει και «κλειδώνει» στο σύστημα τιμές αγοράς και πώλησης με βάση τα συμβόλαια που ο αρμόδιος και εξουσιοδοτημένος συνεργάτης έχει υπογράψει. Η υποδοχή και ο έλεγχος των τιμολογίων των προμηθευτών αυτοματοποιείται με βάση το Voucher που είναι η μαγική λέξη της τουριστικής μας βιομηχανίας δηλ. το στοιχείο που συνδέει τον καταναλωτή, τον προμηθευτή, τον πελάτη με το είδος ή το σύνολο των υπηρεσιών που παρέχονται, με βάση συγκεκριμένες τιμές αγοράς και πώλησης που έχουν εισαχθεί και κλειδωθεί στο σύστημα (accounting – cost control). Όπως αντιλαμβάνεται κανείς, εδώ έχουμε ταυτόχρονα τη διάκριση των ρόλων κατάρτισης της σύμβασης αγοραπωλησίας από τη μία πλευρά και του ελέγχου και πληρωμής από την άλλη πλευρά. Θεμελιώδης αρχή οργάνωσης και διαχείρισης.

3.3.1 Η ΣΥΣΤΑΣΗ ΕΝΟΣ ΜΙΚΡΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΓΡΑΦΕΙΟΥ

Στη περίπτωση αυτή θα αναπτύξουμε την άνοδο ενός μικρομεσαίου τουριστικού γραφείου. Η σύσταση του αποτελείται από τους εξής τομείς:

1. ναυτιλιακό τμήμα
2. αεροπορικό τμήμα
3. τμήμα cargo
4. τουριστικό τμήμα
5. λογιστήριο.

Σε αυτή την μικρομεσαία τουριστική επιχείρηση απασχολούνται 10 άτομα και ο ιδιοκτήτης του γραφείου.

Τα τμήματα αυτά συνδέονται και αποτελούνται από έμπειρο εξειδικευμένο προσωπικό που το καθένα από αυτά είναι υπεύθυνο για το τμήμα του αλλά και όλοι

μαζί είναι υπεύθυνοι για τη σωστή λειτουργία, ανάπτυξη και πρόοδο της τουριστικής επιχείρησης.

Για την ανάπτυξη του τουριστικού γραφείου χρησιμοποιούνται διάφορα μασά για να επιβληθεί στη τουριστική αγορά όπως: ραδιόφωνο, ειδικές εκπτώσεις σε φοιτητές, διαφημιστικά φυλλάδια, πρόβολοι σε τοπικές εφημερίδες και bonus στους καλύτερους πελάτες.

3.4 ΝΟΜΟΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΤΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ

Τη σύνταξη νομοσχεδίου για την αναθεώρηση της λειτουργίας των τουριστικών γραφείων, ολοκλήρωσε το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης.

Με το Νομοσχέδιο **τροποποιείται η βασική περί τουριστικών γραφείων νομοθεσία (ν. 393/1976) και αναθεωρείται το Προεδρικό Διάταγμα 339/1996 περί οργανωμένων ταξιδιών**. Μεταξύ άλλων, ορίζονται υψηλότερα προσόντα για την άσκηση επαγγέλματος, ακριβής καθορισμός και κλιμάκωση των κυρώσεων σε περίπτωση εκτροπής από τις διατάξεις του νόμου, ειδική αντιμετώπιση για τα υποκαταστήματα).

Επαναπροσδιορίζονται η έννοια του οργανωμένου ταξιδιού, οι υποχρεώσεις στο πλαίσιο της πληροφόρησης και διαφήμισης, οι όροι που διέπουν τις συμβάσεις μεταξύ διοργανωτή και καταναλωτή, οι συμβατικές υποχρεώσεις και η ευθύνη των διαφορετικών κατηγοριών τουριστικών γραφείων (διοργανωτές, πωλητές, γραφεία υποδοχής, πωλητές χρονομερισμάτων).

Το νομοσχέδιο προβλέπει επίσης τη **δημιουργία ενός οργανισμού (Συνεγγυητικό Κεφάλαιο) που θα καλύπτει υποχρεώσεις των τουριστικών γραφείων που έχουν καταστεί με οποιονδήποτε τρόπο αφερέγγυα**. Μετά από διαβουλεύσεις με τους αρμόδιους φορείς του κλάδου των τουριστικών γραφείων και τις δυσάρεστες καταστάσεις με τις οποίες ήλθε αντιμέτωπη τα τελευταία χρόνια η τουριστική αγορά, διαπιστώθηκε η ανάγκη δημιουργίας ενός φορέα, με τη μορφή του νομικού προσώπου ιδιωτικού δικαίου, το οποίο θα τελεί υπό την εποπτεία του Υπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης. Ο φορέας αυτός θα χρηματοδοτείται από τις εισφορές εκείνων των τουριστικών γραφείων, που είναι διοργανωτές οργανωμένων ταξιδιών. Αυτά τα τουριστικά γραφεία θα είναι μέλη του φορέα, κύριος σκοπός του οποίου θα

είναι προέχοντος ο επαναπατρισμός των τουριστών, αλλά και η επιστροφή των χρημάτων που έχουν καταβάλει οι καταναλωτές για τα ταξίδια που δεν πραγματοποιούνται επειδή οι διοργανωτές είτε δόλια, είτε χωρίς ευθύνη τους έχουν περιέλθει σε κατάσταση αδυναμίας να ανταποκριθούν στις συμβατικά ανειλημμένες υποχρεώσεις τους.

Τέλος, στο ίδιο νομοσχέδιο προβλέπεται και η **ρύθμιση των εκκρεμοτήτων που αφορούν στη λειτουργική τακτοποίηση των υπαρχουσών κολυμβητικών δεξαμενών**, λαμβάνοντας ιδιαίτερα υπ' όψιν το ενδιαφέρον που υποδεικνύουν οι τουρίστες γι' αυτές, την ασφάλεια και υγιεινή των χρηστών, καθώς και την εικόνα που η ύπαρξή τους προσδίδει στα κύρια και μη κύρια καταλύματα. Η ρύθμιση αφορά χιλιάδες κολυμβητικών δεξαμενών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

4.1 Ο ΝΕΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΝΟΜΟΣ 3299/2004

Για τις μικρές νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις και ανάλογα με τη γεωγραφική περιοχή, η επιχορήγηση μπορεί να φθάσει το 55% του κόστους της επένδυσης και η φορολογική απαλλαγή ποσοστό 100% για τα πρώτα χρόνια λειτουργίας της επιχείρησης (ο νέος Αναπτυξιακός αφορά κυρίως επιχορήγηση προτάσεων της περιφέρειας). Το ελάχιστο ποσοστό συμμετοχής του επιχειρηματία ανέρχεται σε 25% του κόστους. Τέλος, η διαδικασία αξιολόγησης της κάθε αίτησης προβλέπεται να ολοκληρώνεται εντός 2 μηνών (η υποβολή προτάσεων είναι ανοικτή).

ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΝΟΜΟΣ Συνοπτική παρουσίαση

*Ο επενδυτικός νόμος 3299/2004 όπως τροποποιήθηκε από τον Ν. 3522/2006,
Άρθρο 37*

4.1.1 ΠΟΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΥΠΑΓΟΝΤΑΙ
ΣΤΟΝ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΝΟΜΟ

Στον αναπτυξιακό νόμο υπάγονται επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στους πιο κάτω τομείς:

1. πρωτογενή (π.χ. θερμοκήπια, κτηνοτροφικές μονάδες, επιχειρήσεις ιχθυοκαλλιέργειας, κ.α.).
2. δευτερογενή (π.χ. μεταποιητικές επιχειρήσεις, ενέργεια, κ.α.).
3. τριτογενή:
 - a. τουρισμός (ξενοδοχειακές μονάδες, συνεδριακά κέντρα, μαρίνες, θεματικά πάρκα, γήπεδα γκολφ, αξιοποίηση ιαματικών πηγών, κέντρα θαλασσοθεραπείας, κέντρα προπονητικού-αθλητικού τουρισμού, κέντρα τουρισμού υγείας, κ.α.).
 - b. λοιπές υπηρεσίες (π.χ. εργαστήρια εφαρμοσμένης βιομηχανικής έρευνας, εμπορευματικά κέντρα, ανάπτυξη λογισμικού, υπηρεσίες εφοδιαστικής αλυσίδας, διαμετακομιστικά κέντρα, κ.α.).

Οι επιχειρηματικές δραστηριότητες που υπάγονται στις διατάξεις του Νόμου διακρίνονται σε δύο (2) κατηγορίες και περιγράφονται αναλυτικά. Αναφέρονται επίσης οι εξαιρούμενες περιπτώσεις που υπάγονται σε άλλες μορφές ενίσχυσης.

4.1.2 ΣΕ ΠΟΙΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΚΙΝΗΤΡΩΝ ΧΩΡΙΖΕΤΑΙ Η ΧΩΡΑ

Για την εφαρμογή των διατάξεων του παρόντος νόμου, η Επικράτεια κατανέμεται σε τρεις (3) ζώνες ως εξής:

- **Ζώνη Α:** Περιλαμβάνει τους Νομούς Αττικής και Θεσσαλονίκης πλην των Βιομηχανικών Επιχειρηματικών Περιοχών (Β.Ε.ΠΕ.) και των νησιών των Νομών αυτών που εντάσσονται στη Ζώνη Β'.
- **Ζώνη Β:** Περιλαμβάνει τους Νομούς της Περιφέρειας Θεσσαλίας (Καρδίτσας, Λάρισας, Μαγνησίας, Τρικάλων), τους Νομούς της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου (Κυκλάδων, Δωδεκανήσου), τους Νομούς της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων (Κέρκυρας, Λευκάδας, Κεφαλληνίας, Ζακύνθου), τους Νομούς της Περιφέρειας Κρήτης (Ηρακλείου, Λασιθίου, Ρεθύμνου, Χανίων), τους Νομούς της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας (Χαλκιδικής, Σερρών, Κιλκίς, Πέλλας, Ημαθίας, Πιερίας), τους Νομούς της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας (Γρεβενών, Κοζάνης, Φλώρινας,

Καστοριάς), καθώς και τους Νομούς της Περιφέρειας Στερεάς Ελλάδας (Φθιώτιδας, Φωκίδας, Εύβοιας, Βοιωτίας, Ευρυτανίας).

- **Ζώνη Γ:** Περιλαμβάνει τους Νομούς της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης (Καβάλας, Δράμας, Ξάνθης, Ροδόπης, Έβρου), τους Νομούς της Περιφέρειας Ηπείρου (Άρτας, Πρέβεζας, Ιωαννίνων, Θεσπρωτίας), τους Νομούς της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου (Λέσβου, Χίου, Σάμου), τους Νομούς της Περιφέρειας Πελοποννήσου (Λακωνίας, Μεσσηνίας, Κορινθίας, Αργολίδας, Αρκαδίας), καθώς και τους Νομούς της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας (Αχαΐας, Αιτωλοακαρνανίας, Ηλείας).

4.1.3 ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ

Στα επενδυτικά σχέδια που εντάσσονται στο νόμο παρέχονται τα ακόλουθα είδη ενισχύσεων:

1. **Επιχορήγηση που συνίσταται στην κάλυψη τμήματος της δαπάνης του επενδυτικού σχεδίου από το Δημόσιο,**
2. **Επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης (leasing) που συνίσταται στην κάλυψη από το Δημόσιο τμήματος των καταβαλλομένων δόσεων χρηματοδοτικής μίσθωσης που συνάπτεται για την απόκτηση της χρήσης καινούργιου μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού,**

ή

Επιδότηση του μισθολογικού κόστους της δημιουργούμενης από την επένδυση απασχόλησης.

Ή εναλλακτικά

Φορολογική απαλλαγή. Η ενίσχυση αυτή συνίσταται στην απαλλαγή από την καταβολή φόρου εισοδήματος μη διανεμομένων κερδών για την πρώτη δεκαετία από την πραγματοποίηση της επένδυσης, με το σχηματισμό αφορολόγητου αποθεματικού.

Οι ως άνω ενισχύσεις παρέχονται υπό όρους και προϋποθέσεις που ορίζονται στο Νόμο.

Για τα επενδυτικά σχέδια παρέχονται κατά ζώνη και ανά κατηγορία οι ακόλουθες ενισχύσεις:

(α) Επιχορήγηση ή/ και επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης ή επιδότηση του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης κατά τα ποσοστά του πίνακα:

Κατηγορία Επένδυσης	Ζώνη Α	Ζώνη Β	Ζώνη Γ
Κατηγορία 1	20%	30%	40%
Κατηγορία 2	15%	25%	35%

Στις μεσαίες επιχειρήσεις παρέχεται επιπλέον ποσοστό ενίσχυσης έως δέκα τοις εκατό (10%).

Στις πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις παρέχεται επιπλέον ποσοστό ενίσχυσης έως είκοσι τοις εκατό (20%).

(β) Φορολογική απαλλαγή κατά τα ποσοστά του πίνακα:

Κατηγορία Επένδυσης	Ζώνη Α	Ζώνη Β	Ζώνη Γ
Κατηγορία 1	60%	100%	100%
Κατηγορία 2	50%	100%	100%

Σημειώνουμε ότι:

(α) Θέσεις απασχόλησης συνδεόμενες με την επένδυση θεωρούνται οι νέες θέσεις απασχόλησης που δημιουργούνται μέσα στην πρώτη τριετία από την ολοκλήρωση και έναρξη παραγωγικής λειτουργίας της επένδυσης για την εξυπηρέτησή της.

(β) Η ενίσχυση καταβάλλεται επί του μισθολογικού κόστους για το σύνολο των συνδεόμενων με την επένδυση θέσεων απασχόλησης και παρέχεται για τα δύο πρώτα έτη από την δημιουργία της κάθε θέσης απασχόλησης. Το μισθολογικό κόστος περιλαμβάνει το μισθό πριν από την αφαίρεση των φόρων καθώς και των υποχρεωτικών εισφορών κοινωνικής ασφάλισης.

Δικαιούχοι είναι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε όλους τους τομείς της

οικονομίας, εφόσον πληρούν τα κριτήρια υπαγωγής στο καθεστώς των ενισχύσεων, όπως ορίζονται από το Νόμο.

4.1.4 ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΟΡΟΙ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ

(i) Ίδια συμμετοχή του επενδυτή.

Το ποσοστό της ίδιας συμμετοχής του επενδυτή στις επενδύσεις που εντάσσονται στο καθεστώς ενίσχυσης της επιχορήγησης ή/ και επιδότησης χρηματοδοτικής μίσθωσης, δεν μπορεί να είναι κατώτερο του 25% των ενισχυμένων δαπανών, ενώ στις επενδύσεις που εντάσσονται στο καθεστώς της φορολογικής απαλλαγής ή της επιδότησης του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης, τουλάχιστον το 25% του κόστους πρέπει να καλύπτεται από χρηματοδοτική συμβολή του φορέα της επένδυσης που συνίσταται σε ίδια κεφάλαια ή δάνειο, εφόσον δεν συνοδεύεται το τμήμα αυτό από κρατική ενίσχυση.

(ii) Έναρξη υλοποίησης των επενδυτικών σχεδίων που εντάσσονται στις διατάξεις του παρόντος.

Η έναρξη υλοποίησης των επενδυτικών σχεδίων γίνεται μετά τη δημοσίευση της απόφασης υπαγωγής στις διατάξεις του παρόντος νόμου. Όμως, με την υποβολή της αίτησης υπαγωγής ο επενδυτής δύναται να ζητήσει επιβεβαίωση επιλεξιμότητας προκειμένου να προχωρήσει σε έναρξη υλοποίησης, η οποία χορηγείται εντός πέντε (5) εργάσιμων ημερών.

Ως έναρξη νοείται είτε η έναρξη κατασκευαστικών εργασιών είτε η πρώτη βέβαιη ανάληψη δέσμευσης για παραγγελία εξοπλισμού, εκτός των προκαταρκτικών μελετών σκοπιμότητας.

Η αναμόρφωση του κόστους επένδυσης δεν μπορεί να υπερβεί το 5%.

Στην απόφαση υπαγωγής ορίζεται προθεσμία ολοκλήρωσης, η οποία δύναται να παραταθεί κατ' ανώτατο όριο για δύο (2) έτη, υπό όρους.

4.1.5 ΕΝΙΣΧΥΟΜΕΝΕΣ ΔΑΠΑΝΕΣ

Ο καθορισμός των δαπανών που ενισχύονται ανά κατηγορία επένδυσης γίνεται με υπουργική απόφαση. Ο Νόμος περιέχει κατάλογο αυτών, καθώς και των δαπανών

που δεν υπάγονται στις διατάξεις του.

Οι ενισχυμένες δαπάνες πρέπει να αφορούν πάγια στοιχεία. Δυνατή η ενίσχυση και απλών επενδύσεων ή αμοιβών μελετών συμβούλων, ωστόσο μόνο μέχρι ποσοστό 10% του κόστους του επενδυτικού σχεδίου. Μη ενίσχυση λειτουργικών δαπανών.

4.1.6 ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΗΣ ΤΩΝ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ

A) Υποβολή αιτήσεων υπαγωγής στις διατάξεις του νόμου.

Αιτήσεις επενδύσεων πλην αυτών που αφορούν την ενίσχυση της φορολογικής απαλλαγής για τις οποίες δεν απαιτείται υποβολή αίτησης, υποβάλλονται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους ως εξής:

(i) Στην Γενική Διεύθυνση Ιδιωτικών Επενδύσεων του Υπουργείου Οικονομίας και Οικονομικών υποβάλλονται οι αιτήσεις υπαγωγής επενδύσεων, ύψους άνω των δύο εκατομμυρίων (2.000.000) Εύρω που πραγματοποιούνται στην Ελληνική Επικράτεια εκτός της Κεντρικής Μακεδονίας, καθώς και ορισμένες ανεξαρτήτως ποσού βάσει ρητής πρόβλεψης.

ii) Στις Διευθύνσεις Σχεδιασμού και Ανάπτυξης των Περιφερειών υποβάλλονται αιτήσεις υπαγωγής επενδύσεων ύψους μέχρι δύο εκατομμυρίων (2.000.000) Εύρω, που πραγματοποιούνται μέσα στα όρια κάθε Διοικητικής Περιφέρειας ή προκειμένου για την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας ύψους μέχρι τέσσερα εκατομμύρια (4.000.000) Εύρω.

iii) Στον Οργανισμό Invest in Greece (πρώην ΕΛΚΕ) υποβάλλονται οι αιτήσεις υπαγωγής επενδύσεων ύψους άνω των δεκαπέντε εκατομμυρίων (15.000.000) Εύρω, καθώς και οι επενδύσεις ή επιχειρηματικά σχέδια τριών εκατομμυρίων (3.000.000) Εύρω και άνω, εφόσον το 50% τουλάχιστον της ίδιας συμμετοχής προέρχεται από κεφάλαια εξωτερικού.

iv) Στη Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας του Υπουργείου Ανάπτυξης συγκεκριμένες αιτήσεις υπαγωγής επενδύσεων ορισμένων προβλεπόμενων υποπεριπτώσεων υπό όρους.

B) Συνοδευτικά της αίτησης έγγραφα

(α) Οικονομοτεχνική μελέτη

(β) Αποδεικτικό καταβολής χρηματικού ποσού

(γ) Επιπλέον κατά περίπτωση απαιτούμενα δικαιολογητικά

Γ) Διαδικασία έγκρισης

Η διαδικασία εξέτασης κάθε αίτησης για υπαγωγή επένδυσης ολοκληρώνεται, από την αρμόδια υπηρεσία και την αρμόδια γνωμοδοτική επιτροπή, το αργότερο εντός δύο (2) μηνών από την ημερομηνία υποβολής της αίτησης, η δε απόφαση υπαγωγής εκδίδεται το αργότερο εντός μηνός από τη γνωμοδότηση της επιτροπής, εντός του οποίου δημοσιεύεται και η περίληψή της στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως. Για την εισαγωγή των αιτήσεων υπαγωγής στην αρμόδια γνωμοδοτική επιτροπή τηρείται η απόλυτη σειρά προτεραιότητας με την οποία έχουν υποβληθεί οι αιτήσεις αυτές.

Δ) Καταβολή των ενισχύσεων

Ο Νόμος προβλέπει τις προϋποθέσεις, τους όρους και τους περιορισμούς που αφορούν την πιθανότητα χρησιμοποίησης δανείου.

(α) Καταβολή της επιχορήγησης:

Η καταβολή του ποσού της επιχορήγησης πραγματοποιείται σε δόσεις ως εξής:

- Το 50% του ποσού της επιχορήγησης καταβάλλεται μετά την υλοποίηση του 50% της επένδυσης και την πιστοποίηση αυτού και της συμμόρφωσης του επενδυτή στους όρους της απόφασης υπαγωγής από το αρμόδιο όργανο ελέγχου.
- Το υπόλοιπο 50% του ποσού της επιχορήγησης καταβάλλεται μετά την πιστοποίηση της ολοκλήρωσης και της έναρξης της παραγωγικής λειτουργίας της επένδυσης από το αρμόδιο όργανο ελέγχου. Η εκταμίευση λαμβάνει χώρα εντός 5 μηνών.
- Παρέχεται η δυνατότητα εφάπαξ προκαταβολής (ως μέρος της συνολικής επιχορήγησης) η οποία δεν υπερβαίνει το 50% της προβλεπόμενης στη σχετική απόφαση υπαγωγής της επένδυσης επιχορήγησης με την προσκόμιση ισόποσης εγγυητικής επιστολής, προσαυξημένης κατά 10%, από τράπεζα που είναι εγκατεστημένη και λειτουργεί νόμιμα στην Ελλάδα.

Η επιχορήγηση καταβάλλεται απευθείας στον επενδυτή ή απευθείας στην δανειοδοτούσα τράπεζα η οποία χορήγησε βραχυπρόθεσμο δανεισμό στην εταιρεία η οποία υλοποιεί το επενδυτικό σχέδιο.

(β) Καταβολή επιδότησης χρηματοδοτικής μίσθωσης:

Η καταβολή γίνεται μετά την εγκατάσταση των μηχανημάτων κλπ και την πιστοποίηση αυτής και συνίσταται αρχικά στο 50% μέχρι την λήξη του χρόνου ολοκλήρωσης που προβλέπεται στην απόφαση υπαγωγής, ενώ το υπόλοιπο καταβάλλεται μετά την παρέλευση αυτής, εφόσον πιστοποιείται η ολοκλήρωση της επένδυσης και η έναρξη της λειτουργίας.

(γ) Καταβολή επιχορήγησης κόστους απασχόλησης:

Η καταβολή αυτή γίνεται ανά εξάμηνο, μετά από αντίστοιχη αίτηση του ενδιαφερομένου.

4.1.7 ΠΑΡΑΚΟΛΟΥΘΗΣΗ ΚΑΙ ΕΛΕΓΧΟΣ

Παρακολούθηση των επενδύσεων που εγκρίνονται γίνεται από τις αρμόδιες υπηρεσίες και οι διάφορων μορφών έλεγχοι γίνονται από όργανα που συγκροτούνται με απόφαση του εκάστοτε αρμόδιου φορέα υπαγωγής.

4.1.8 ΕΙΔΙΚΑ ΚΑΘΕΣΤΩΤΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ

Με κοινές αποφάσεις των Υπουργών Οικονομίας και Οικονομικών και Ανάπτυξης, καθώς και των κατά περίπτωση συναρμόδιων υπουργών, ορίζονται οι αναγκαίες παρεκκλίσεις από τις ρυθμίσεις του παρόντος που αφορούν στην ίδια συμμετοχή, στη διαδικασία παροχής των επιχορηγήσεων, στα ποσοστά και το ύψος της επιχορήγησης, στο ύψος του δανείου, στα ποσοστά επιδότησης της χρηματοδοτικής μίσθωσης, της επιδότησης του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης και στη φορολογική απαλλαγή, στις προϋποθέσεις μεταβίβασης των μετοχών της επιχείρησης, καθώς και στη δυνατότητα συμμετοχής στην επένδυση δημοσίων επιχειρήσεων για επενδύσεις ύψους πενήντα (50) εκατομμυρίων Εύρω, με σημαντική επίδραση στη διεθνή ανταγωνιστικότητα της χώρας και στην απασχόληση (δημιουργία τουλάχιστον εκατό είκοσι πέντε (125) θέσεων μόνιμης απασχόλησης, εκ

των οποίων ένας αριθμός δύναται να δημιουργείται σε δορυφορικές επιχειρήσεις σαν άμεσο αποτέλεσμα της προτεινόμενης επένδυσης).

Επίσης με τις ίδιες αποφάσεις μπορεί να καθορίζεται η κατασκευή με δημόσια δαπάνη ειδικών έργων υποδομής προς διευκόλυνση της γενικότερης λειτουργίας της μονάδας.

4.1.9 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΩΝ

Επιχειρηματικές δραστηριότητες για τον τουρισμό

οι οποίες υπάγονται στον αναπτυξιακό νόμο:

i) ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ 1

- Εκσυγχρονισμός ολοκληρωμένης μορφής λειτουργουσών ξενοδοχειακών μονάδων κατηγορίας τουλάχιστον δύο αστέρων (2*), πρώην Γ' τάξης ή ξενοδοχειακών μονάδων που έχουν διακόψει προσωρινά τη λειτουργία τους για πέντε έτη κατ' ανώτατο όριο, χωρίς στο διάστημα αυτό να έχει γίνει αλλαγή στη χρήση του κτιρίου και υπό τον όρο ότι κατά το χρόνο της προσωρινής διακοπής της λειτουργίας τους ήταν τουλάχιστον κατηγορίας δύο αστέρων (2*), πρώην Γ' τάξης.
- Εκσυγχρονισμός ολοκληρωμένης μορφής λειτουργουσών ξενοδοχειακών μονάδων κατώτερης κατηγορίας των δύο αστέρων (2*), πρώην Γ' τάξης, σε κτίρια που χαρακτηρίζονται διατηρητέα ή παραδοσιακά, εφόσον με τον εκσυγχρονισμό τους αναβαθμίζονται τουλάχιστον σε κατηγορία δύο αστέρων (2*), πρώην Γ' τάξης.. Επίσης εκσυγχρονισμός ολοκληρωμένης μορφής ξενοδοχειακών μονάδων που έχουν διακόψει προσωρινά τη λειτουργία τους για πέντε έτη κατ' ανώτατο όριο, χωρίς στο διάστημα αυτό να έχει γίνει αλλαγή στη χρήση του κτιρίου και υπό τον όρο ότι με τον εκσυγχρονισμό τους αναβαθμίζονται τουλάχιστον σε κατηγορία δύο αστέρων (2*), πρώην Γ' τάξης.
- Εκσυγχρονισμός ξενοδοχειακών μονάδων που αφορά τη δημιουργία συμπληρωματικών εγκαταστάσεων με την προσθήκη νέων κοινόχρηστων χώρων, νέων χρήσεων επί κοινοχρήστων χώρων, πισινών και αθλητικών εγκαταστάσεων σε ξενοδοχειακές μονάδες τουλάχιστον κατηγορίας δύο αστέρων (2*), πρώην Γ' τάξης, με σκοπό την παροχή πρόσθετων υπηρεσιών.

- Μετατροπή παραδοσιακών ή διατηρητέων κτιρίων σε ξενοδοχειακές μονάδες τουλάχιστον κατηγορίας δύο αστέρων (2*), πρώην Γ' τάξης.
- Εκσυγχρονισμός ολοκληρωμένης μορφής λειτουργουσών τουριστικών οργανωμένων κατασκηνώσεων (campings) τουλάχιστον Γ' τάξης.
- Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός συνεδριακών κέντρων. "
- Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός χιονοδρομικών κέντρων. "
- Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός αξιοποίησης ιαματικών πηγών.
- Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός τουριστικών λιμένων σκαφών αναψυχής (μαρίνες) για επενδυτικά σχέδια που γίνονται με πρωτοβουλία οποιουδήποτε φυσικού ή νομικού προσώπου ιδιωτικού δικαίου.
- Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός γηπέδων γκολφ.
- Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός κέντρων θαλασσοθεραπείας.
- Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός κέντρων τουρισμού υγείας.
- Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός κέντρων προπονητικού-αθλητικού τουρισμού.
- Επενδυτικά σχέδια συνεργαζόμενων εμπορικών και μεταφορικών επιχειρήσεων, υπό ενιαίο φορέα, για την δημιουργία εμπορευματικών σταθμών και διαμετακομιστικών κέντρων, όπως αυτά θα οριστούν με την κοινή υπουργική απόφαση.

ii) ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ 2

- Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός θεματικών πάρκων που αποτελούν οργανωμένες μορφές τουρισμού οι οποίες διαφοροποιούν ή διευρύνουν το τουριστικό προϊόν και παρέχουν ολοκληρωμένης μορφής υποδομές και υπηρεσίες συμπεριλαμβανομένων κατ' ελάχιστον των υπηρεσιών στέγασης σίτισης, στέγασης ψυχαγωγίας και κοινωνικής μέριμνας.

- Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός αυτοκινητοδρομίων απαραίτητων για την τουριστική ανάπτυξη της χώρας.
- Ίδρυση ή επέκταση ξενοδοχειακών μονάδων κατηγορίας τουλάχιστον τριών αστέρων (3*), πρώην Β' τάξης.

4.2 ΠΡΑΚΤΙΚΑ ΒΗΜΑΤΑ

Όσο πλησιάζεις προς την τελική απόφαση να δημιουργήσεις τη δική σου επιχείρηση είναι βέβαιο ότι θα χρειασθεί να αντιμετωπίσεις μία σειρά από πρακτικά θέματα, η επιτυχής αντιμετώπιση των οποίων θα σε απαλλάξει από μελλοντικές ταλαιπωρίες. Τέτοια θέματα είναι η επιλογή νομικής μορφής για την επιχείρηση σου, η επιλογή χώρου, η αδειοδότηση, οι πρώτες επαφές με την εφορία, τυχόν πρόσληψη προσωπικού, θέμα κατοχύρωσης σημάτων και ευρεσιτεχνίας. Για όλα αυτά υπάρχουν σήμερα πολλές πηγές από τις οποίες μπορεί κάποιος να ενημερωθεί, ιστοσελίδες και ηλεκτρονικές διευθύνσεις, έντυποι οδηγοί που καλύπτουν σε μεγάλο βαθμό αυτή την ανάγκη.

Κατ' αρχήν, μπορείς να προμηθευτείς από τις αρμόδιες υπηρεσίες ειδικούς οδηγούς, που έχουν παραχθεί για αυτό τον σκοπό και ειδικότερα:

- Η Γενική Γραμματεία Εμπορίου του Υπουργείου Ανάπτυξης έχει εκδώσει οδηγό για τις διαδικασίες σύστασης επιχειρήσεων διαφόρων νομικών μορφών
- Η Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας του ΥΠΑΝ έχει εκδώσει οδηγό για τις διαδικασίες αδειοδότησης, για τις μεταποιητικές επιχειρήσεις και εν γένει τα επαγγέλματα που χρειάζονται αδειοδότηση από τις υπηρεσίες βιομηχανίας των νομαρχιών.
- Ο ΕΟΜΜΕΧ έχει εκδώσει έναν απλό και χρηστικό οδηγό με τις στοιχειώδεις απαιτήσεις για την ίδρυση επιχείρησης και τα 9 βήματα που πρέπει να ακολουθήσει ο νέος επιχειρηματίας (1^ο επιλογή χώρου εγκατάστασης, 2^ο επιλογή νομικής μορφής, 3^ο εγγραφή στο επιμελητήριο, 4^ο ασφάλιση, 5^ο γενικές άδειες, 6^ο άδειες άσκησης επαγγέλματος/ειδικές άδειες, 7^ο έναρξη επιτηδεύματος, 8^ο πρόσληψη προσωπικού, 9^ο λοιπά.

➤ Ο Οργανισμός Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας στην ιστοσελίδα του παρέχει πληροφορίες για τη σχετική με τις ευρεσιτεχνίες νομοθεσία (χρήσιμες για την περίπτωση καινοτόμων προϊόντων που στηρίζονται σε εφεύρεση ή εφευρέσεις για την παραγωγή τους). Ανάλογες πληροφορίες περιέχονται στην ιστοσελίδα του Ευρωπαϊκού Γραφείου Κατοχύρωσης Ευρεσιτεχνιών (European Patent Office - EPO)

➤ Τα Κέντρα Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης του Υπουργείου Ανάπτυξης (λειτουργεί ένα σε καθεμία από τις 13 διοικητικές περιφέρειες της χώρας) μπορούν να κατευθύνουν το νέο επιχειρηματία στην κατάλληλη υπηρεσία για την αντιμετώπιση ενός προβλήματος ή την προώθηση της επιχειρηματικής ιδέας. Στο ΚΕΤΑ της περιφέρειας σου θα βρεις ένα πολύ χρήσιμο συνομιλητή (λέγονται επιχειρηματικοί σύμβουλοι) που θα σε στηρίξει αποτελεσματικά στα πρώτα βήματα της επιχείρησής σου.

- ⇒ ΚΕΤΑ Θεσσαλίας
- ⇒ ΚΕΤΑ Δυτικής Ελλάδος
- ⇒ ΚΕΤΑ Κεντρικής Μακεδονίας
- ⇒ ΚΕΤΑ Κρήτης (μέσω της ιστοσελίδας του Επιμελητηρίου Ηρακλείου)
- ⇒ ΚΕΤΑ Ηπείρου
- ⇒ ΚΕΤΑ Αττικής
- ⇒ ΚΕΤΑ Στερεάς Ελλάδας
- ⇒ ΚΕΤΑ Πελοποννήσου

➤ Τα Κέντρα Υποδοχής Επενδυτών (ΚΥΕ) λειτουργούν ως υπηρεσίες στα Τμήματα Βιομηχανίας των Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων και αναλαμβάνουν για λογαριασμό του επιχειρηματία, τη διεκπεραίωση του φακέλου αδειοδότησης (για τις μεταποιητικές επιχειρήσεις). Μη διστάσετε να τα επισκεφθείτε. Αναλαμβάνουν τον άχαρο ρόλο συντονισμού των πολυάριθμων υπηρεσιών του Δημοσίου που εμπλέκονται στη διαδικασία της αδειοδότησης.

4.3 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΜΜΕ

Οι δυνατότητες που προσφέρουν τα ευρωπαϊκά συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα στο πλαίσιο του 3ου Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης καθώς και στο πλαίσιο του νέου Αναπτυξιακού Νόμου (Ν. 3299/2004) για χρηματοδότηση σχεδίων νέων επιχειρηματιών είναι πολλαπλές και καλύπτουν μεγάλο εύρος επιχειρηματικών ενδιαφερόντων και κατηγορίες επιχειρήσεων.

Οι όροι με τους οποίους προσφέρεται η χρηματοδότηση ποικίλουν από πρόγραμμα σε πρόγραμμα και χρειάζεται μια σωστή μελέτη και εξέτασή τους πριν από την επιλογή του καταλληλότερου για την περίπτωση. Ένα πρόβλημα που διακρίνει αυτά τα προγράμματα στην Ελλάδα είναι ότι προκηρύσσονται κατά κύκλους, πράγμα που σημαίνει ότι πρέπει κάποιος να παρακολουθεί ανελλιπώς τις σχετικές προκηρύξεις καθώς και τις πιθανές ή μελλοντικές ανακοινώσεις για να εντοπίσει το καταλληλότερο πρόγραμμα χρηματοδοτικής ενίσχυσης. Στο Γραφείο Διασύνδεσης – Εξυπηρέτησης Φοιτητών και Νέων Αποφοίτων, προσπαθούμε να παρακολουθούμε την επικαιρότητα των προγραμμάτων και να κατευθύνουμε το νέο επιχειρηματία προς τη σωστότερη, κάθε φορά, επιλογή ώστε να αποφύγει χρονοτριβές και ατυχείς επιλογές.

Η διερεύνηση του κατάλληλου προγράμματος χρηματοδοτικής ενίσχυσης πρέπει να γίνεται στην ώρα της και σίγουρα να μην είναι το κύριο κίνητρο για την επιχειρηματική απόφαση. Άλλωστε από μόνα τους τα χρηματοδοτικά προγράμματα καλύπτουν ένα μέρος του επενδυτικού κόστους καθιστώντας τη συμμετοχή του επιχειρηματία μάλλον υποχρεωτική. Υπάρχουν βέβαια και οι δυνατότητες προσφυγής σε τραπεζικό δανεισμό ή τις εταιρείες επιχειρηματικού κεφαλαίου (βλ. παρακάτω). Σε κάθε περίπτωση θα πρέπει να είναι σαφές ότι η επιχείρηση συνιστά ρίσκο, η σωστή εκτίμηση του οποίου είναι προϋπόθεση για την επιτυχία.

4.4 Το Πρόγραμμα Δικτυωθείτε



Σκοπός του προγράμματος **Δικτυωθείτε** είναι η εξοικείωση των πολύ μικρών επιχειρήσεων και των ελεύθερων επαγγελματιών με την ψηφιακή οικονομία, η αξιοποίηση των δυνατοτήτων και των ευκαιριών που προσφέρει το Διαδίκτυο και γενικότερα η παρακίνηση των επιχειρηματιών για την αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών στην Κοινωνία της Πληροφορίας.

Μέσω της επιδότησης για την αγορά Η/Υ, περιφερειακού εξοπλισμού, προηγμένων λύσεων λογισμικού και σύνδεσης στο Internet, αλλά και της δωρεάν εκπαίδευσης των εργαζομένων των επιχειρήσεων, το πρόγραμμα αποτελεί ολοκληρωμένη λύση, λειτουργώντας ως μοχλός ανάπτυξης στα χέρια του σύγχρονου επιχειρηματία.

Το πρόγραμμα χωρίζεται σε δύο ανεξάρτητες ενέργειες:

i)  **Εκπαιδευτική στήριξη**

Επιτόπου Εκπαίδευση και Υποστήριξη σε επιχειρηματίες και εργαζόμενους από ειδικούς συμβούλους. Στόχος της ενέργειας είναι η πλήρης αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών και του Διαδικτύου από τις ΜΜΕ. Η Εκπαιδευτική Στήριξη περιλαμβάνει:

- Εκμάθηση της χρήσης ηλεκτρονικών υπολογιστών και λογισμικού
- Εκμάθηση χρήσης του Διαδικτύου
- Παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών η-Επιχειρείν
- Online εκπαίδευση και ενημέρωση μέσω του <http://www.go-online.gr/>
- Λειτουργία Γραφείου πληροφόρησης

ii)  **Οικονομική ενίσχυση**

Επιδότηση των επιχειρήσεων για αγορά εξοπλισμού και υπηρεσιών πληροφορικής και Διαδικτύου. Στόχος της ενέργειας είναι η ανάπτυξη των ΜΜΕ μέσω του ηλεκτρονικού επιχειρείν.

Επιδοτούνται:

- Αγορά Η/Υ και περιφερειακών συστημάτων και λογισμικού

- Σύνδεση στο Internet
- Κατασκευή και φιλοξενία ιστοσελίδας
- Κατασκευή και υπηρεσίες παροχέα ηλεκτρονικού καταστήματος

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο

5.1 ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ

ΜΙΚΡΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Το πρόγραμμα αποσκοπεί στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των Μικρών και Πολύ Μικρών μεταποιητικών επιχειρήσεων μέσω της χρηματοδότησης ολοκληρωμένων επιχειρηματικών σχεδίων (business plans) για την τεχνολογική αναβάθμιση των λειτουργιών τους, την προώθηση της καινοτομίας, την βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων τους και την βελτίωση των περιβαλλοντικών τους επιδόσεων (δαπάνες προμήθειας μηχανολογικού, μηχανογραφικού εξοπλισμού και εξοπλισμού ποιοτικού ελέγχου, προμήθειας λογισμικού, απόκτησης δικαιωμάτων χρήσης τεχνογνωσίας, συμμετοχής σε εκθέσεις, σύνδεσης, αμοιβές συμβούλων κ.ά.). Δικαίωμα συμμετοχής στο πρόγραμμα έχουν επιχειρήσεις που λειτουργούν στην ελληνική επικράτεια πριν από τις 1-1-1999, απασχολούν ως 50 άτομα και έχουν συνολικό μέσο κύκλο εργασιών για την προηγούμενη τριετία από 73.367 Εύρω μέχρι 7 εκ Εύρω και πληρούν το κριτήριο της ανεξαρτησίας. Το πρόγραμμα προβλέπει την επιχορήγηση των επιχειρηματικών σχεδίων που θα επιλεγούν, με ποσοστό μέχρι 40% του προτεινόμενου συνολικού προϋπολογισμού του επιχειρηματικού σχεδίου, ο οποίος δεν πρέπει να είναι μικρότερος των 58.694,05 Εύρω και να μη υπερβαίνει τα 440.205,42 Εύρω.

5.2 ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ ΤΩΝ ΜΜΕ ΤΩΝ ΤΟΜΕΩΝ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Έχει ήδη δρομολογηθεί η έναρξη μιας νέας διαδικασίας ενίσχυσης μεταποιητικών και τουριστικών επιχειρήσεων μέσω των Τραπεζών, στο πλαίσιο των Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων (ΠΕΠ) του Γ.Κ.Π.Σ. Η νέα αυτή διαδικασία θα λειτουργεί παράλληλα με τις ήδη γνωστές διαδικασίες που εφαρμόζονται μέχρι τώρα

δηλαδή, τις προκηρύξεις κυρίως από τα Τομεακά Επιχειρησιακά Προγράμματα των Υπουργείων Ανάπτυξης, Γεωργίας κ.ά. Συγκεκριμένα ύστερα από τη σχετική πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος έγινε η επιλογή των 29 Πιστωτικών Ιδρυμάτων που θα είναι οι Φορείς Υποστήριξης, και για την ενίσχυση των δράσεων των κρατικών ενισχύσεων για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις.

Δυνητικοί δικαιούχοι των ενισχύσεων

ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ (Όλες οι κατηγορίες των μεταποιητικών επιχειρήσεων) : Υφιστάμενες ή οι υπό ίδρυση νέες ΜΜΕ.

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ (Ξενοδοχεία, camping, Ενοικιαζόμενα Δωμάτια και Διαμερίσματα, Τουριστικά Γραφεία κ.ά) : Υφιστάμενες και υπό ίδρυση νέες τουριστικές ΜΜΕ.

Ως υφιστάμενες επιχειρήσεις θεωρούνται οι επιχειρήσεις που παρουσιάζουν οικονομική δραστηριότητα, τουλάχιστον κατά τα τρία (3) ημερολογιακά έτη που προηγούνται της προκήρυξης των δράσεων για τις ΜΜΕ.

5.3 ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΚΑΙ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ «ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»	
ΚΡΙΤΗΡΙΟ	ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ
1. Μέγεθος επιχειρήσεων v.	<u>1.1. Αριθμός απασχολούμενων:</u> ∅ Επιλέξιμες είναι οι επιχειρήσεις που απασχολούν από 1 έως 50 εργαζόμενους.
	<u>1.2. Κύκλος εργασιών:</u> ∅ Επιλέξιμες είναι οι επιχειρήσεις που έχουν μέσο ετήσιο κύκλο εργασιών τριετίας από τριάντα πέντε χιλιάδες ευρώ (35.000 €) και μέχρι τέσσερα εκατομμύρια ευρώ (4.000.000 €).
2. Ανεξαρτησία	Ισχύουν τα αντίστοιχα κριτήρια με τον τομέα ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ

Ίδια Συμμετοχή

Η ίδια συμμετοχή του δυνητικού δικαιούχου της ενίσχυσης πρέπει να ανέρχεται σε ποσοστό τουλάχιστον 30% επί του συνόλου του επιλέξιμου κόστους της υποβαλλόμενης επενδυτικής πρότασης.

Φορείς Υποστήριξης

Ως φορείς υποστήριξης της εφαρμογής των δράσεων των κρατικών ενισχύσεων για τις ΜΜΕ στο πλαίσιο των δεκατριών (13) Π.Ε.Π. ορίζονται πιστωτικά ιδρύματα συμπεριλαμβανομένων και των συνεταιριστικών πιστωτικών ιδρυμάτων. Οι εργασίες που παρέχονται από τους φορείς υποστήριξης αφορούν τα εξής:

- α) τη διαδικασία ενημέρωσης των δικαιούχων των ενισχύσεων και υποβολής των προτάσεών τους, καθώς και παραλαβής των προτάσεων αυτών,
- β) τη διαδικασία αξιολόγησης των δικαιούχων των ενισχύσεων και των προτάσεών τους,
- γ) τη διαδικασία παρακολούθησης, ελέγχου και πιστοποίησης των υπαγόμενων επενδύσεων των ενισχυόμενων επιχειρήσεων και των επιλέξιμων δαπανών τους καθώς και παρακολούθησης, ελέγχου και πιστοποίησης της ολοκλήρωσης των επενδύσεων,
- δ) την καταβολή στους δικαιούχους των ενισχύσεων της επιχορήγησης που δικαιούνται σύμφωνα με τους όρους και τις διαδικασίες που ορίζονται στην παρούσα,
- ε) την ενημέρωση των αρμόδιων αρχών.

5.4 ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΠΙΛΕΞΙΜΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ 2Α – ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ «ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗ»	
1	<p>Κτίρια και εγκαταστάσεις (ανέγερση, επέκταση, εκσυγχρονισμός). Οι δαπάνες που θα καταχωρηθούν στην κατηγορία αυτή δεν μπορεί να υπερβαίνουν σε ποσοστό το 45% του συνολικού επιχορηγούμενου προϋπολογισμού της επένδυσης.</p>

2	Μηχανήματα - Εξοπλισμός (προμήθεια καινούριου σύγχρονου παραγωγικού εξοπλισμού για τον εξορθολογισμό, διαφοροποίηση ή εκσυγχρονισμό της παραγωγικής διαδικασίας, προμήθεια και εγκατάσταση νέου τεχνολογικού εξοπλισμού φιλικού προς το περιβάλλον, προμήθεια μεταφορικών μέσων διακίνησης προϊόντων και πρώτων υλών <u>εντός</u> του χώρου παραγωγής). Ως επιλέξιμη επένδυση, μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού νοείται αποκλειστικά ο νέος σύγχρονος και όχι μεταχειρισμένος εξοπλισμός.
3	Εξοπλισμός και εγκαταστάσεις προστασίας του περιβάλλοντος
4	Εξοπλισμός και εγκαταστάσεις εξοικονόμησης ενέργειας αποκλειστικά για τις ανάγκες της μονάδας
5	Συστήματα αυτοματοποίησης (προμήθεια και εγκατάσταση καινούριων και σύγχρονων συστημάτων αυτοματοποίησης, διαχείρισης και ελέγχου των παραγωγικών και διοικητικών διαδικασιών και της μεταφοράς και αποθήκευσης προϊόντων και πρώτων υλών εντός του ευρύτερου παραγωγικού χώρου, προμήθεια και εγκατάσταση ειδικού λογισμικού και εξοπλισμού πληροφορικής, υποδομές και λογισμικό για τηλεργασία και τηλεεκπαίδευση)
6	Δικαιώματα τεχνογνωσίας.
7	Πιστοποίηση κατά ISO.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2B - ΘΕΜΑΤΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ «ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ»

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΠΙΛΕΞΙΜΩΝ ΔΑΠΑΝΩΝ

1	Βελτίωση – αναβάθμιση – εκσυγχρονισμός κτιρίων και εγκαταστάσεων
2	Μηχανήματα – Εξοπλισμός (Προμήθεια και εγκατάσταση

	ξενοδοχειακού και λοιπού, για τον εκσυγχρονισμό της επιχείρησης). Ως επιλέξιμη επένδυση, μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού νοείται αποκλειστικά ο νέος σύγχρονος και όχι μεταχειρισμένος εξοπλισμός.
3	Εξοπλισμός και εγκαταστάσεις προστασίας του περιβάλλοντος
4	Εξοπλισμός και εγκαταστάσεις εξοικονόμησης ενέργειας αποκλειστικά για τις ανάγκες της μονάδας
5	Συστήματα αυτοματοποίησης (προμήθεια και εγκατάσταση καινούριων και σύγχρονων συστημάτων αυτοματοποίησης, διαχείρισης και ελέγχου των διοικητικών διαδικασιών, προμήθεια και εγκατάσταση ειδικού λογισμικού και εξοπλισμού πληροφορικής)
6	Δικαιώματα Τεχνογνωσίας.

5.5 ΕΥΚΑΙΡΪΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΉΣΕΩΝ
"ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ"

Χρηματοδοτούνται επενδύσεις και δράσεις για:

1. Εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής για την ανάπτυξη των θεματικών μορφών τουρισμού, π.χ. μαρίνες, συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ, κέντρα θαλασσοθεραπείας, υδροθεραπευτήρια, χιονοδρομικά κέντρα, κέντρα αθλητικού - προπονητικού τουρισμού κ.ά., μέσω του Ν. 2601/98.
2. Περιοχές Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης μέσω του Ν. 2601/98.
3. Προγράμματα διάσωσης και καθιέρωσης της ελληνικής κουζίνας (εθνικής, τοπικής, δημιουργικής).
4. Δράσεις ένταξης παραδοσιακών αγροτικών προϊόντων, προϊόντων χειροτεχνίας και παραδοσιακών τεχνικών (π.χ. μεταλλοτεχνία, ξυλοναυπηγική) στο τουριστικό προϊόν της χώρας.
5. Προγράμματα εξοικείωσης των τουριστών με την ελληνική τέχνη, συμπεριλαμβανομένης της σύγχρονης λογοτεχνικής, εικαστικής κ.λπ. παραγωγής.

6. Εκσυγχρονισμό ξενοδοχείων και κάμπινγκ άνω της Γ' τάξης (μέσω του Ν. 2601/98), με ελάχιστο συνολικό ύψος επένδυσης 25 εκατ. δρχ.
7. Εκσυγχρονισμό τουριστικών καταλυμάτων (εκτός Ν. 2601/98), δηλ. ξενοδοχεία, κάμπινγκ, ενοικιαζόμενα δωμάτια και επιπλωμένα διαμερίσματα χαμηλών τάξεων με ανώτατο ύψος επένδυσης 25 εκατ. δρχ.
8. Επιχειρηματικά σχέδια (business plans).
9. Ανάπτυξη και πιστοποίηση συστημάτων διασφάλισης ποιότητας, συστημάτων διαχείρισης υγιεινής και ασφάλειας και HACCP.
10. Επενδύσεις εξοικονόμησης ενέργειας.
11. Συστήματα ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (ΑΠΕ).
12. Συστήματα συμπαραγωγής ενέργειας.
13. Επιδεικτικά έργα συμπαραγωγής, ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (ΑΠΕ) και εξοικονόμησης ενέργειας. Δραστηριότητες για την υιοθέτηση του Ευρωπαϊκού Μοντέλου Επιχειρηματικής Αριστείας.

Ειδικότερα για:

α) Ξενοδοχεία και κάμπινγκ άνω της Γ' τάξης

Επιχορηγούνται:

1. Επενδύσεις που αφορούν σε αναβάθμιση και εκσυγχρονισμό τουριστικών καταλυμάτων (Ν. 2601/98) (ελάχιστο ύψος επένδυσης 25 εκατ. δρχ.).
2. Επιχειρηματικά σχέδια (business plans).
3. Ανάπτυξη και πιστοποίηση συστημάτων διασφάλισης ποιότητας, συστημάτων διαχείρισης υγιεινής και ασφάλειας και HACCP.
4. Επενδύσεις εξοικονόμησης ενέργειας.
5. Συστήματα ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (ΑΠΕ).
6. Συστήματα συμπαραγωγής.
7. Επιδεικτικά έργα συμπαραγωγής, ανανεώσιμων πηγών ενέργειας (ΑΠΕ) και εξοικονόμησης ενέργειας.
8. Δραστηριότητες για την υιοθέτηση του Ευρωπαϊκού Μοντέλου Επιχειρηματικής Αριστείας.

β) Ξενοδοχεία, κάμπινγκ, ενοικιαζόμενα δωμάτια και

επιπλωμένα διαμερίσματα χαμηλών τάξεων (τουριστικά καταλύματα εκτός Ν.2601/98)

Επιχορηγούνται:

1. Επενδύσεις που αφορούν σε αναβάθμιση και εκσυγχρονισμό τουριστικών καταλυμάτων (Ν.2601/98) (ανώτατο ύψος επένδυσης 25 εκατ. δρχ.).
2. Επενδύσεις εξοικονόμησης ενέργειας.
3. Συστήματα ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.
4. Δραστηριότητες για την υιοθέτηση του Ευρωπαϊκού Μοντέλου Επιχειρηματικής Αριστείας.

ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

A.1. Επιχορηγήσεις επενδύσεων μέχρι 40 εκατ. για μικρές μονάδες:

Στην πρώτη πρόσκληση ενδιαφέροντος για υλοποίηση επενδυτικών προτάσεων στο πλαίσιο του Προγράμματος "Ποιοτικός Εκσυγχρονισμός Μικρών Καταλυμάτων" μπορούν να συμμετάσχουν:

- α) Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια, ανεξαρτήτως κατηγορίας.
- β) Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα διαμερίσματα ανεξαρτήτως κατηγορίας.
- γ) Κάμπινγκ Δ' κατηγορίας.
- δ) Ξενοδοχεία Α' και Ε' κατηγορίας.
- ε) Ξενοδοχεία και κάμπινγκ Γ' κατηγορίας και άνω, αλλά με τον περιορισμό να μην έχουν επιχορηγηθεί κατά τη διάρκεια της τελευταίας επταετίας πριν από την υποβολή της αίτησης από τον Αναπτυξιακό Νόμο και να μην υπερβαίνουν σε δυναμικότητα τα μεν ξενοδοχεία τις 30 κλίνες, τα δε κάμπινγκ τις 100 θέσεις.

Στόχος του προγράμματος είναι ο ποιοτικός εκσυγχρονισμός και η αναβάθμιση των εγκαταστάσεων του εξοπλισμού και τελικά των υπηρεσιών των μικρών καταλυμάτων που δεν εντάσσονται στον Αναπτυξιακό Νόμο 2601/98.

A.2.Δραστηριότητες

Οι προτάσεις που θα υποβληθούν από τους υποψηφίους επενδυτές στο πλαίσιο του Προγράμματος θα πρέπει να οδηγούν σε ολοκληρωμένο εκσυγχρονισμό των εγκαταστάσεων και της λειτουργίας των επιχειρήσεών τους. Οι ενέργειες που θα θεωρηθούν επιλέξιμες για κάθε πρόταση ώστε να χρηματοδοτηθούν ταξινομούνται στις ακόλουθες κατηγορίες:

- 1) Βελτίωση / αναβάθμιση κτιριακών εγκαταστάσεων (π.χ. κοινόχρηστα κτίρια, βαφές, επιχρίσματα).
- 2) Εκσυγχρονισμός κινητού εξοπλισμού εσωτερικών χώρων (π.χ. κλιματιστικά).
- 3) Έργα διαμόρφωσης περιβάλλοντος χώρου (π.χ. κήποι, πέργκολες, πισίνες).
- 4) Επενδύσεις σε ηλεκτρονικό εξοπλισμό (π.χ. ηλεκτρονικοί υπολογιστές, τηλεφωνικά κέντρα).
- 5) Έργα εξοικονόμησης και υποκατάστασης της συμβατικής ενέργειας (π.χ. ηλιακοί θερμοσίφωνες).
- 6) Έργα προστασίας περιβάλλοντος, ασφάλειας και υγιεινής (π.χ. πυρασφάλεια).

Οι προτάσεις που θα υποβληθούν στο πλαίσιο αυτού του Προγράμματος για να είναι επιλέξιμες πρέπει να περιλαμβάνουν ενέργειες τουλάχιστον τριών από τις παραπάνω κατηγορίες.

A.3.Προϋποθέσεις:

α) Για τις μεμονωμένες επιχειρήσεις:

- Να απασχολούν με σχέση εξαρτημένης εργασίας από 1 έως 50 άτομα και να έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών έως 300 εκατ. δρχ.
- Δεν πρέπει να συμμετέχουν με ποσοστό μεγαλύτερο του 25% επιχειρήσεις που δεν πληρούν την παραπάνω προϋπόθεση.
- Τουλάχιστον 3 έτη, έστω και εποχικά, ανεξαρτήτως της τυχόν αλλαγής ιδιοκτήτη ή μισθωτή.
- Ειδικό σήμα του ΕΟΤ.

β) Για τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις:

Στην περίπτωση που η πρόταση υποβάλλεται από συνεργαζόμενες επιχειρήσεις, τότε η καθεμία από αυτές πρέπει να εκπληρώνει τις παραπάνω προϋποθέσεις των μεμονωμένων επιχειρήσεων. Επιπλέον, το μέγιστο ποσοστό συμμετοχής της κάθε επιχείρησης στην κοινή πρόταση ορίζεται για επενδυτή που θα προταθεί από 2

συνεργαζόμενες επιχειρήσεις σε 60%, για επένδυση που θα προταθεί από 3 και πλέον συνεργαζόμενες επιχειρήσεις σε 40%.

Σε μια κοινή πρόταση δεν επιτρέπεται η συμμετοχή περισσότερων των δυο επιχειρήσεων οι οποίες ανήκουν στο ίδιο φυσικό πρόσωπο ή ανήκουν πλειοψηφικά σε άτομα α΄ βαθμού συγγένειας με αυτό το φυσικό πρόσωπο ή είναι θυγατρικές εταιρείες μιας συμμετέχουσας εταιρείας ή ανήκουν στον ίδιο όμιλο εταιρειών μιας συμμετέχουσας εταιρείας.

Επιχειρήσεις με τα παραπάνω χαρακτηριστικά μπορούν να συμμετέχουν με ποσοστό έως το πού 40% η καθεμιά στον προϋπολογισμό της κοινής πρότασης. Ο μέγιστος προϋπολογισμός επένδυσης προς ενίσχυση για τις μεμονωμένες επιχειρήσεις ορίστηκε σε 25 εκατ. δρχ., ενώ για τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις, σε 40 εκατ. δρχ. Οι επιχειρήσεις με εξαίρεση στα ξενοδοχεία και κάμπινγκ Γ΄ κατηγορίας και άνω μπορούν να σχεδιάσουν, να προτείνουν και να υλοποιήσουν επενδύσεις με μεγαλύτερους προϋπολογισμούς, αλλά στην περίπτωση αυτή η χρηματοδοτική ενίσχυση θα υπολογιστεί επί των παραπάνω ανωτάτων ορίων.

5.6 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΉ ΕΝΪΣΧΥΣΗ

Η χρηματοδοτική ενίσχυση (δημόσια επιχορήγηση) μιας εγκεκριμένης επένδυσης ανέρχεται σε ποσοστό 40% επί του εγκεκριμένου προϋπολογισμού αυτής.

Το υπόλοιπο 60% καλύπτεται με ιδιωτική συμμετοχή των επενδυτών. Η καταβολή της χρηματοδοτικής ενίσχυσης που έχει εγκριθεί θα πραγματοποιηθεί από τον Ενδιάμεσο Φορέα Διαχείρισης. Ο επενδυτής, με την υπογραφή της σύμβασης, έχει το δικαίωμα να ζητήσει προκαταβολή έως 40% της εγκεκριμένης χρηματοδοτικής ενίσχυσης καταθέτοντας ισόποση εγγυητική επιστολή.

Η αποπληρωμή της ενίσχυσης πραγματοποιείται όταν πιστοποιηθεί η ολοκλήρωση της επένδυσης. Η εγγυητική επιστολή επιστρέφεται μετά την πιστοποίηση της ολοκλήρωσης. Ο επενδυτής έχει επίσης τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει την επένδυσή του με δικά του κεφάλαια και να ζητήσει την καταβολή της χρηματοδοτικής ενίσχυσης που του έχει εγκριθεί στο τέλος.

Επίσης, ο επενδυτής έχει την δυνατότητα να πάρει τραπεζικό δάνειο εκχωρώντας τη χρηματοδοτική ενίσχυση που του έχει εγκριθεί στην τράπεζα.

B. Πρόγραμμα για ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας μικρομεσαίων του τουρισμού

Στη δεύτερη πρόσκληση ενδιαφέροντος για υλοποίηση επενδυτικών προτάσεων στο πλαίσιο του Προγράμματος "Ενίσχυσης Ανταγωνιστικότητας τουριστικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων" μπορούν να συμμετάσχουν:

- 1) Κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα, ανεξαρτήτως λειτουργικής μορφής.
- 2) Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια και διαμερίσματα.
- 3) Τουριστικά γραφεία και τουριστικές επιχειρήσεις οδικών μεταφορών (ΤΕΟΜ).
- 4) Επιχειρήσεις εκμίσθωσης αυτοκινήτων Ι.Χ.
- 5) Ναυλομεσιτικά γραφεία.
- 6) Επιχειρήσεις - πλοιοκτήτες τουλάχιστον 5 επαγγελματικών σκαφών αναψυχής, καθώς και επιχειρήσεις κρουαζιερόπλοιων δυναμικότητας μέχρι 50 επιβατών (εξαιρουμένου του πληρώματος).
- 7) Επιχειρήσεις εκμετάλλευσης εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής (γκολφ, μαρίνων, συνεδριακών κέντρων, χιονοδρομικών κέντρων, κέντρων θαλασσοθεραπείας, ιαματικών πηγών κ.λ.π.).

B.1 Επιλέξιμες ενέργειες:

Οι ενέργειες που θα θεωρηθούν επιλέξιμες για κάθε πρόταση ώστε να χρηματοδοτηθούν ταξινομούνται στις ακόλουθες κατηγορίες:

- 1) Έρευνα αγοράς, εκπόνηση μελετών μάρκετινγκ (π.χ. έρευνα τάσεων διεθνούς αγοράς, αναζήτηση νέων αγορών κ.λ.π.).
- 2) Αναδιοργάνωση - Αυτοματοποίηση - Ηλεκτρονική δικτύωση (π.χ. απόκτηση ηλεκτρονικών υπολογιστών, λογισμικού, τηλεπικοινωνιακού εξοπλισμού κ.λ.π.).
- 3) Προβολή - διαφήμιση (π.χ. διαφημιστικές καταχωρίσεις, φυλλάδια κ.λ.π.).
- 4) Δημιουργία κοινών τουριστικών πακέτων, συνδυασμένες ενέργειες ένταξης σε πακέτα εναλλακτικών μορφών τουρισμού (σχεδιασμός και διοργάνωση).
- 5) Απόκτηση και εφαρμογή τεχνογνωσίας όσον αφορά στην ανάπτυξη και τη διαχείριση ειδικών μορφών τουρισμού (αγορά τεχνογνωσίας, εκπαίδευση προσωπικού κ.λ.π.).
- 6) Συνενώσεις - συγχωνεύσεις Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.

Οι προτάσεις που θα υποβληθούν στο πλαίσιο αυτού του Προγράμματος για να είναι επιλέξιμες πρέπει να περιλαμβάνουν ενέργειες τουλάχιστον από 2 από τις παραπάνω κατηγορίες.

B.2 Προϋποθέσεις:

α) Για τις μεμονωμένες επιχειρήσεις:

- Να απασχολούν με σχέση εξαρτημένης εργασίας από 1 έως 150 άτομα και να έχει ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 750 εκατ. δρχ. Το κριτήριο αυτό δεν αποκλείει την ένταξη επιχειρήσεων στις οποίες εργαζόμενοι είναι αυτοαπασχολούμενοι, αρκεί οι αυτοαπασχολούμενοι να έχουν σχέση α΄ ή β΄ βαθμού συγγένειας με τον ιδιοκτήτη ή μισθωτή (γονείς, παιδιά, αδέρφια) ή να πρόκειται για τον / την σύζυγο αυτού. - Να έχουν μέσο ετήσιο κύκλο εργασιών τα 3 τελευταία έτη ίσο ή μεγαλύτερο των 30 εκατ. δρχ. ή μέσο ρυθμό αύξησης του κύκλου εργασιών τα 3 τελευταία έτη μεγαλύτερο του 20% και κύκλο εργασιών το τελευταίο έτος πριν από την υποβολή της πρότασης ίσο ή μεγαλύτερο των 30 εκατ. δρχ.

β) Για τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις:

- Ισχύει ότι και στην πρώτη πρόσκληση ενδιαφέροντος.

Όσον αφορά στη χρηματοδοτική ενίσχυση ισχύουν όσα και στην πρώτη πρόσκληση ενδιαφέροντος.

5.7 Ενίσχυση της εταιρικής σχέσης για τον τουρισμό στην Ευρώπη

Η Επιτροπή προτείνει τη δημιουργία μιας νέας ευρωπαϊκής πολιτικής για τον τουρισμό με σκοπό τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του εν λόγω τομέα και τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης χάρη στην αειφόρο ανάπτυξη του τουρισμού στην Ευρώπη και στον υπόλοιπο κόσμο. Υπογραμμίζει επίσης τον τρόπο με τον οποίο τα διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη μπορούν να συμμετάσχουν στις κοινοτικές ενέργειες στον τομέα αυτόν.

5.7.1 ΠΡΑΞΗ

Ανακοίνωση της Επιτροπής, της 17ης Μαρτίου 2006, με τίτλο «Η ανανεωμένη πολιτική της ΕΕ για τον τουρισμό: για μια ισχυρότερη σύμπραξη υπέρ του ευρωπαϊκού τουρισμού».

5.7.2 ΣΥΝΟΨΗ

Ο τομέας του τουρισμού, που αποτελεί παράγοντα ανάπτυξης και δημιουργίας θέσεων απασχόλησης, διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στο πλαίσιο της στρατηγικής της Λισσαβόνας.

Ο κλάδος του τουρισμού σημειώνει ταχεία ανάπτυξη χάρη στην παγκοσμιοποίηση, στις δημογραφικές μεταβολές και στην εξέλιξη των μεταφορών. Παράγει περισσότερες θέσεις απασχόλησης από τον μέσο όρο των άλλων τομέων δραστηριότητας και συμβάλλει ιδιαίτερα στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης με μεγάλη ποικιλία, συχνά μερικής απασχόλησης, για γυναίκες, νέους και άτομα με χαμηλά προσόντα. Ταυτόχρονα, ο αιφόρος τουρισμός ασκεί σημαντική επίδραση στη διαφύλαξη και τη βελτίωση της πολιτιστικής και φυσικής κληρονομιάς και ωφελεί την τοπική ανάπτυξη σε όλο και περισσότερες μειονεκτικές περιφέρειες. Συμβάλλει, εξάλλου, στην ενίσχυση της κατανόησης μεταξύ των λαών.

5.8 ΜΙΑ ΝΕΑ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η Ευρωπαϊκή Ένωση προτείνει μια νέα πολιτική για τον τουρισμό ώστε να υπάρξει καλύτερη ανταπόκριση στις προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο τομέας αυτός και να αξιοποιηθεί πλήρως το δυναμικό του. Η δημογραφική εξέλιξη, ο παγκόσμιος ανταγωνισμός, το ενδιαφέρον για την αειφορία και η ζήτηση για ορισμένες ειδικές μορφές τουρισμού αποτελούν σήμερα προκλήσεις τις οποίες πρέπει να αντιμετωπίσει η Ευρώπη.

Στην προοπτική αυτή, ο συντονισμός, η εταιρική σχέση και ο διάλογος μεταξύ των φορέων του εν λόγω τομέα έχουν ουσιαστική σημασία, δεδομένου ότι ο τουρισμός χαρακτηρίζεται από τη μεγάλη ποικιλομορφία των φορέων. Οι δημόσιες αρχές, τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, πρέπει να συνεργάζονται με τον ιδιωτικό τομέα, τους τομεακούς κοινωνικούς εταίρους και τα ενδιαφερόμενα μέρη. Η Επιτροπή θα συνεχίσει τις προσπάθειές της για την αποτελεσματική και διαφανή πληροφόρηση της συμβουλευτικής επιτροπής για τον τουρισμό σχετικά με τις πρωτοβουλίες που συνδέονται με τον τουρισμό, οι οποίες περιλαμβάνονται στο πρόγραμμα εργασιών της.

5.9 ΜΕΤΡΑ ΕΝΟΠΙΗΣΗΣ

Μια πρώτη σειρά μέτρων αφορά τη βελτίωση των κανονιστικών ρυθμίσεων. Η Επιτροπή θέλει να εξασφαλίσει ότι οι αναλύσεις αντίκτυπου των νέων προτάσεων, που συνδέονται με τον τουρισμό, θα λαμβάνουν υπόψη την ανταγωνιστικότητα του τομέα. Προβλέπει επίσης την εξέταση των εκκρεμών νομοθετικών προτάσεων και την απλούστευση της υφιστάμενης ευρωπαϊκής νομοθεσίας. Τα κράτη μέλη

καλούνται να προβούν σε παρόμοιες ενέργειες προκειμένου να αποφευχθεί η σύρρευση του διοικητικού φόρτου που μπορεί να βλάψει την ανταγωνιστικότητα του τομέα.

Εξάλλου, ένας μεγάλος αριθμός κοινοτικών ενεργειών, όχι μόνο στον τομέα της πολιτικής για τις επιχειρήσεις αλλά και για άλλες ευρωπαϊκές πολιτικές, έχει επίσης άμεσες ή έμμεσες επιπτώσεις στην ανταγωνιστικότητα του ευρωπαϊκού τουρισμού. Για το λόγο αυτό, η Επιτροπή πρέπει επιπλέον να υποστηρίξει την ανταγωνιστικότητα χρησιμοποιώντας τα μέσα άλλων πολιτικών.

Τα υφιστάμενα ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά μέσα πρέπει να χρησιμοποιηθούν περισσότερο υπέρ του τουρισμού:

- Τα Διαρθρωτικά Ταμεία, το ΕΤΠΑ και το ΕΚΤ θα υποστηρίξουν, μεταξύ άλλων, την ανάπτυξη των τουριστικών επιχειρήσεων και υπηρεσιών, καθώς και την επαγγελματική κινητικότητα και τα προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης.
- Το Ταμείο Συνοχής θα υποστηρίξει τις περιβαλλοντικές και μεταφορικές υποδομές.
- Το μελλοντικό πρόγραμμα Leonardo Da Vinci προβλέπει ένα νέο πρόγραμμα κινητικότητας που προορίζεται για τους μαθητευόμενους, στο πλαίσιο του οποίου ο τουρισμός θεωρείται δυνητικός πιλοτικός τομέας.
- Το ΕΓΤΑΑ θα προσφέρει υποστήριξη για τη βελτίωση του αγροτικού τοπίου και της ποιότητας της αγροτικής παραγωγής, καθώς και για την ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, προκειμένου να αναπτυχθεί ο αγροτικός τουρισμός και να διαφοροποιηθεί η αγροτική οικονομία, ιδίως στα νέα κράτη μέλη και στις υποψήφιες χώρες.
- Το ΕΤΑ προτείνει τον οικοτουρισμό ως νέο τομέα που είναι ικανός να απορροφήσει τους αλιείς που πλήττονται από την αναδιάρθρωση του τομέα της αλιείας. Θα δοθούν ενισχύσεις για την αλιεία μικρής κλίμακας και την τουριστική υποδομή.
- Η πρόταση του προγράμματος-πλαισίου για την καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα θα υποστηρίξει την ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ και στον τομέα του τουρισμού, μεταξύ άλλων.

- Η πρόταση του 7ου προγράμματος- πλαισίου για την έρευνα θα μπορούσε να ωφελήσει τον τουρισμό χάρη σε μελέτες σε τομείς όπως οι τεχνολογίες της πληροφορίας και της επικοινωνίας, οι δορυφορικές εφαρμογές, η πολιτιστική κληρονομιά και η χρήση γης.

5.9.1 ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΑΕΙΦΟΡΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Με βάση την ανακοίνωση με τίτλο «Βασικές κατευθύνσεις για την αειφορία του ευρωπαϊκού τουρισμού» του 2003 και τις εργασίες της ομάδας εμπειρογνομόνων «Αειφορία του τουρισμού», η Επιτροπή προβλέπει ότι θα υποβάλει πρόταση στο πλαίσιο της ευρωπαϊκής ατζέντας 21 (EN) για τον τουρισμό το 2007.

Στις ειδικές δράσεις που εξετάζει η Επιτροπή για την προώθηση της αειφορίας του τουρισμού περιλαμβάνονται τα εξής:

- ανταλλαγή εθνικών και διεθνών ορθών πρακτικών υποστήριξης των ΜΜΕ, καθώς και στον τομέα του «τουρισμού για όλους»·
- μελέτη του οικονομικού αντίκτυπου της βελτίωσης της πρόσβασης στον τουρισμό·
- έκδοση εγχειριδίου με θέμα «Οι χώροι επαγγελματοποίησης στον τομέα του τουρισμού»·
- μελέτη των τάσεων όσον αφορά τους τομείς του παράκτιου τουρισμού ή του τουρισμού που συνδέεται με τη θάλασσα·
- αξιολόγηση της σημασίας του ηλεκτρονικού επιχειρείν (e-business) στον τομέα του τουρισμού·
- καταπολέμηση σε όλα τα επίπεδα της σεξουαλικής εκμετάλλευσης των παιδιών από τους τουρίστες.

5.9.2 ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΝΟΗΣΗΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η ύπαρξη διαθέσιμων στατιστικών σχετικά με τον τουρισμό που θα είναι πρόσφατες, λεπτομερείς, κατάλληλες και συγκρίσιμες έχει ουσιαστική σημασία για τη λήψη αποτελεσματικών αποφάσεων. Επομένως, η συλλογή στατιστικών πληροφοριών

στον τομέα του τουρισμού πρέπει να βελτιωθεί σε ευρωπαϊκό και σε εθνικό επίπεδο (Eurostat και δορυφορικοί λογαριασμοί για τον τουρισμό).

5.9.3 ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΗΣ ΕΙΚΟΝΑΣ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η Επιτροπή επιθυμεί να προωθήσει τους ευρωπαϊκούς τουριστικούς προορισμούς μέσω μιας δικτυακής πύλης (EN) που παρέχει διάφορες πρακτικές πληροφορίες στους τουρίστες που ταξιδεύουν στην Ευρώπη (μεταφορικά μέσα, αξιοθέατα, δραστηριότητες και το χρονοδιάγραμμά τους, πρόγνωση καιρού κ.λπ.) αλλά, επίσης, εφιστώντας την προσοχή στον αντίκτυπο, για τις ΜΜΕ, των πολιτιστικών και αθλητικών εκδηλώσεων που διοργανώνονται από τις ευρωπαϊκές πόλεις και περιφέρειες.

Το ευρωπαϊκό φόρουμ για τον τουρισμό, που διοργανώνεται κάθε χρόνο από το 2002 και ύστερα από διαφορετικό κράτος μέλος κάθε φορά σε συνεργασία με την Επιτροπή, τονίζει επίσης την πολυπλοκότητα του τουριστικού φαινομένου που επηρεάζει έναν μεγάλο αριθμό συνιστωσών του οικονομικού και κοινωνικού ιστού. Η Επιτροπή ενθαρρύνει το διάλογο στο εν λόγω φόρουμ. Η πρακτική ορισμένων προεδριών του Συμβουλίου να διοργανώνουν υπουργικές συνόδους και συνέδρια βοηθά επίσης στην προβολή του ευρωπαϊκού τουρισμού.

5.9.4 ΠΛΑΙΣΙΟ

Η παρούσα ανακοίνωση εκδίδεται ένα χρόνο μετά την ανακοίνωση με τίτλο «Συνεργασία για την οικονομική μεγέθυνση και την απασχόληση - νέο ξεκίνημα για τη στρατηγική της Λισσαβόνας», που αποτελούσε ενδιάμεσο απολογισμό της στρατηγικής της Λισσαβόνας. Ο τομέας του τουρισμού είναι σημαντικός όσον αφορά την αιφόρο ανάπτυξη και τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης για τη στρατηγική της Λισσαβόνας, πρέπει όμως να αντιμετωπίσει ιδιαίτερες προκλήσεις.

Η εξέλιξη αυτής της συνεργασίας μπορεί να εξετάζεται σε τακτά διαστήματα στο πλαίσιο των ευρωπαϊκών φόρουμ για τον τουρισμό.

5.9.5 ΣΥΝΑΦΕΙΣ ΠΡΑΞΕΙΣ

Ανακοίνωση προς το εαρινό Ευρωπαϊκό Συμβούλιο, της 2ας Φεβρουαρίου 2005, με τίτλο «Συνεργασία για την οικονομική μεγέθυνση και την απασχόληση - νέο ξεκίνημα για τη στρατηγική της Λισσαβόνας »

Ανακοίνωση της Επιτροπής της 21ης Νοεμβρίου 2003, με τίτλο «Βασικές κατευθύνσεις για την αειφορία του ευρωπαϊκού τουρισμού»

Για συμπληρωματικές πληροφορίες οι ενδιαφερόμενοι μπορούν να συμβουλευθούν το ειδικό τμήμα για τον τουρισμό (EN) στον δικτυακό τόπο της Γενικής Διεύθυνσης Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

6.1 ΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΕΜΠΟΡΙΟ ΩΣ ΜΕΣΟ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗΣ ΝΕΩΝ ΑΓΟΡΩΝ.

Στο πρώτο στάδιο της έρευνας των ευρωπαϊκών μικρομεσαίων επιχειρήσεων που διενεργήθηκε από την Grant Thornton αναζητήθηκαν οι παράγοντες που επηρεάζουν θετικά ή αρνητικά στην εφαρμογή στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου.

Σε ότι αφορά τους κυριότερους παράγοντες που επηρεάζουν θετικά τη δραστηριοποίηση των εταιρειών στο ηλεκτρονικό εμπόριο, σημαντικότερο κίνητρο αναδεικνύεται η επιθυμία προσέγγισης νέων αγορών/ πελατών. Κατά συνέπεια, γίνεται φανερό, ότι οι Ευρωπαίοι επιχειρηματίες θεωρούν πια το ηλεκτρονικό εμπόριο σαν μέσο ανάπτυξης της επιχείρησής τους. Άλλοι καθοριστικοί παράγοντες για την υιοθέτηση στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου αναδείχθηκαν ο ανταγωνισμός, η αξιοποίηση της σύγχρονης τεχνολογίας και η αποδοτικότητα.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι διαφοροποιήσεις μεταξύ των χωρών όσον αφορά στη βαρύτητα που δίνουν στους ενθαρρυντικούς παράγοντες. Για παράδειγμα, οι επιχειρήσεις στην Ιρλανδία και τη Σουηδία θεωρούν σημαντικότερο ενθαρρυντικό παράγοντα για την ανάπτυξη στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου την αποδοτικότητα σε αντίθεση με τις επιχειρήσεις στη Γαλλία που θεωρούν την αποδοτικότητα τον λιγότερο σημαντικό παράγοντα. Οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα θεωρούν πολύ σημαντική την ταχύτητα παράδοσης/ πληρωμής ενώ τα σχόλια των

μέσων μαζικής ενημέρωσης υπέρ του ηλεκτρονικού εμπορίου επηρεάζουν πιο έντονα τις επιχειρήσεις στη Γερμανία, Αυστρία και Ελβετία συγκριτικά με τις άλλες συμμετέχουσες στην έρευνα χώρες.

Αντίθετα, οι σημαντικότεροι παράγοντες που επηρεάζουν αρνητικά το σύνολο των ερωτώμενων επιχειρήσεων στη δημιουργία στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου αναδείχθηκαν η αδυναμία προσδιορισμού του μεγέθους της πελατειακής τους βάσης και τα ακατάλληλα για ηλεκτρονικό εμπόριο προϊόντα που εμπορεύονται.

Παράγοντες όπως θέματα ασφαλείας, έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού και αμφισβήτηση της πραγματικής αξίας, σε εμπορικούς όρους, του ηλεκτρονικού εμπορίου, παρότι αναμενόταν να εμφανιστούν στις πρώτες θέσεις των αρνητικών παραγόντων, δε φαίνεται να αποτελούν τους πρωτεύοντες ανασταλτικούς παράγοντες.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον πάντως παρουσιάζει και η κατανομή των κυριότερων ανασταλτικών παραγόντων ανά χώρα. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας, στις περισσότερες χώρες ο κυριότερος ανασταλτικός παράγοντας είναι η αδυναμία προσδιορισμού της πελατειακής τους βάσης. Στην Ισπανία και την Πορτογαλία, αντίθετα, εκείνο που απασχολεί περισσότερο τις επιχειρήσεις είναι τα θέματα ασφαλείας. Οι επιχειρήσεις στην Ιρλανδία και τη Μεγάλη Βρετανία θεωρούν σημαντικότερο θέμα τα ανεπαρκή, μέχρι στιγμής, στοιχεία για την αποτελεσματικότητα του ηλεκτρονικού εμπορίου, ενώ στο Λουξεμβούργο, την Ολλανδία και τη Δανία η κύρια ανησυχία των επιχειρήσεων είναι το ενδεχόμενο να έχουν ακατάλληλα προϊόντα ή υπηρεσίες για ηλεκτρονικό εμπόριο.

Σε ότι αφορά το ποσοστό των επιχειρήσεων που διαθέτει στρατηγική ηλεκτρονικού εμπορίου, στην Ιρλανδία αγγίζει το 63%, ενώ με μικρή διαφορά ακολουθούν οι επιχειρήσεις στην Μεγάλη Βρετανία και την Αυστρία. Ανάμεσα στις 17 χώρες που μετείχαν στην έρευνα, η Ελλάδα καταλαμβάνει την 8η θέση. Πάντως οι σημαντικές διαφορές που προκύπτουν μεταξύ των χωρών, όσον αφορά στην υιοθέτηση στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου δεν οφείλονται τόσο στον διαφορετικό βαθμό χρήσης του Internet όσο στην ένταξη του ηλεκτρονικού εμπορίου στη στρατηγική των επιχειρήσεων.

Συγκεντρωτικά, τα κύρια σημεία της πανευρωπαϊκής έρευνας της Grant Thornton για το ηλεκτρονικό εμπόριο και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι τα εξής:

- Το 45% των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα διαθέτει στρατηγική ηλεκτρονικού εμπορίου.
- Οι περισσότερες επιχειρήσεις που έχουν στρατηγική ηλεκτρονικού εμπορίου βρίσκονται στην Ιρλανδία, τη Βρετανία και την Αυστρία, ενώ οι λιγότερες στο Βέλγιο και την Ιταλία. Η Ελλάδα εντάσσεται στο δεύτερο γκρουπ με τα δεύτερα υψηλότερα ποσοστά υιοθέτησης στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου.
- Ο κυριότερος ενθαρρυντικός παράγοντας για την εφαρμογή στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η προσέγγιση νέων αγορών και πελατών.
- Ο κυριότερος ανασχετικός παράγοντας για την εφαρμογή στρατηγικής ηλεκτρονικού εμπορίου είναι η άγνοια του μεγέθους της πελατειακής βάσης των επιχειρήσεων.

Οι επιχειρήσεις δεν έχουν μείνει πίσω στην επανάσταση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Οι περισσότερες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν Internet και e-mail, ενώ οι εξελίξεις στην τεχνολογία της πληροφορικής και των επικοινωνιών αποτελούν το σημαντικότερο θέμα για τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις τον 21ο αιώνα.

6.2. ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ (ΗΣΔΜΤΠ)

Οι τουριστικοί προορισμοί μίας χώρας αποτελούν τους κύριους πόλους έλξης της τουριστικής ζήτησης και είναι από τους σημαντικότερους παράγοντες διαφοροποίησης και ενίσχυσης του τουριστικού της προϊόντος.

Συνεπώς, γίνεται επιτακτική η ανάγκη ενδυνάμωσης και ενίσχυσης της προβολής τους σε όλο τον κόσμο.

Σήμερα, οι Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών και κυρίως το Διαδίκτυο έχουν ενδυναμώσει τους οργανισμούς τουριστικών προορισμών, δίνοντάς τους τη δυνατότητα να προβάλουν τους πόρους τους και να προσεγγίσουν τους δυνητικούς τους πελάτες σε παγκόσμια κλίμακα και όλο το εικοσιτετράωρο με άμεσο τρόπο και

χαμηλό κόστος, μέσω της ανάπτυξης Ηλεκτρονικών Συστημάτων Διαχείρισης και Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών (ΗΣΔΜΤΠ).

Στην εποχή όπου το Διαδίκτυο αποτελεί πλέον για την πλειοψηφία της διεθνούς τουριστικής ζήτησης το βασικότερο και σημαντικότερο εργαλείο εύρεσης πληροφόρησης, τα ΗΣΔΜΤΠ μπορούν να συμβάλουν αποτελεσματικά στη διεθνή προβολή τουριστικών προορισμών, ανεξαρτήτου μεγέθους και χρηματικών πόρων.

Η μεγάλη απήχηση και χρήση των ΗΣΔΜΤΠ από τη διεθνή τουριστική αγορά οφείλεται κυρίως στην αμεροληψία και πληρότητα της πληροφόρησης που παρέχουν (π.χ. προώθηση όλων των επιχειρήσεων και οργανισμών μιας περιοχής με τον ίδιο τρόπο).

Επίσης, τα ΗΣΔΜΤΠ μπορούν να στηρίξουν αποτελεσματικά την ανάπτυξη και προώθηση των μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων, οι οποίες συχνά δεν έχουν τους πόρους, την τεχνογνωσία και τις υποδομές για την ηλεκτρονική τους δραστηριοποίηση.

Για παράδειγμα, οι περισσότερες μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν μπορούν να αναλάβουν το υψηλό κόστος συμμετοχής και προμήθειας σε ηλεκτρονικά κανάλια διανομής αλλά και δεν έχουν και τις απαραίτητες τυποποιημένες και ψηφιοποιημένες δομές οργάνωσης για να στηρίξουν τον τρόπο χειρισμού δυναμικότητας και τιμολογιακών πολιτικών των καναλιών αυτών.

Συνεπώς, τα ΗΣΔΜΤΠ μπορούν να θεωρηθούν ως ένα ανερχόμενο συμπληρωματικό και στρατηγικό κανάλι διανομής που μπορεί:

- να επαναφέρει την ισορροπία στην κατανομή της δύναμης στο χώρο της ηλεκτρονικής διανομής μεταξύ μεγάλων και μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων και
- να συμβάλει στην προώθηση της περιφερειακής ανάπτυξης και στη γεωγραφική και χρονική διάχυση της τουριστικής δραστηριότητας σε απομακρυσμένους και μικρούς τουριστικούς προορισμούς, των οποίων η προβολή των τουριστικών πόρων ήταν μέχρι τώρα ελάχιστη και δαπανηρή.

Συνεπώς, η αποτελεσματική αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών για την ανάπτυξη ΗΣΔΜΤΠ μπορεί να επιφέρει σημαντικά οικονομικό - κοινωνικά οφέλη και αλλαγές, ιδιαίτερα στον ελληνικό τουρισμό που παρουσιάζει εδώ και κάποια χρόνια συγκεκριμένα προβλήματα, όπως π.χ. γεωγραφική και χρονική συγκέντρωση τουριστικής ζήτησης σε ορισμένες περιοχές, προβολή και ενίσχυση μόνο του τουριστικού προϊόντος «ήλιος και θάλασσα», ψηφιακό και οικονομικό - ανταγωνιστικό χάσμα μεταξύ λίγων μεγάλων και πολλών μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων, καταδυνάστευση τουριστικών επιχειρήσεων και προορισμών από την τεράστια διαπραγματευτική δύναμη των tour operators κ.λπ.

Από την άλλη μεριά, τα ολοκληρωμένα ΗΣΔΜΤΠ δεν αποτελούν μόνο μια ηλεκτρονική βάση καταχώρισης και προώθησης δεδομένων σχετικά με τους τουριστικούς (φυσικούς -περιβαλλοντικούς και πολιτισμικούς) πόρους μιας περιοχής.

Αξιοποιώντας τις σύγχρονες εξελίξεις και νέες τεχνολογίες (όπως τα Γεωγραφικά Συστήματα Πληροφοριών, web communities, κινητές και ασύρματες τεχνολογίες κ.λπ.), τα ΗΣΔΜΤΠ αναπτύσσουν ποικίλες εφαρμογές που αποσκοπούν στην περαιτέρω οικονομική ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα του προορισμού, στην παροχή επιπρόσθετης αξίας στην τουριστική ζήτηση και προσφορά και στη μείωση των κοινωνικών, πολιτισμικών και περιβαλλοντολογικών αρνητικών επιδράσεων.

Ενδεικτικά, αναφέρονται πιο κάτω κάποιες από τις εφαρμογές των ΗΣΔΜΤΠ:

- εφαρμογές ηλεκτρονικής μάθησης σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις,
- ανάπτυξη ενός συστήματος διαχείρισης γνώσης για τους προορισμούς (Destination Knowledge Management System),
- ενίσχυση και προώθηση συνεργασίας και δημιουργία δικτύων (clusters),
- ενίσχυση της ενημέρωσης και επικοινωνίας μεταξύ επισκεπτών και μόνιμων κατοίκων, βοηθώντας τους έτσι να σχηματίζουν ρεαλιστικές προσδοκίες και προβλέψεις, να εκτιμούν και να προστατεύουν τον τοπικό πολιτισμικό πλούτο,
- χρησιμοποίηση Γεωγραφικών Πληροφοριακών Συστημάτων (GIS) για τη μέτρηση της φέρουσας ικανότητας και τον εντοπισμό κορεσμένων ή όχι περιοχών που μπορούν να αναπτυχθούν περαιτέρω,

- πολύ - καναλικές στρατηγικές για την παροχή τουριστικής πληροφόρησης στα διάφορα στάδια της τουριστικής ζήτησης πριν, κατά την διάρκεια και μετά το ταξίδι,
- εφαρμογή συστημάτων διαχείρισης πελατών (Customer Relationship Management) για τη δημιουργία και διαχείριση σχέσεων με την τουριστική ζήτηση.

Οργανωτικά τα ΗΣΔΜΤΠ μπορούν να αναπτυχθούν σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, ενώ τη διαχείριση και τη χρηματοδότησή τους αναλαμβάνουν οργανισμοί τουριστικής ανάπτυξης - προώθησης, οι οποίοι με βάση τη διεθνή εμπειρία αντιπροσωπεύουν κυρίως δημόσιους φορείς. Πολύ συχνά, όμως, η πραγματικότητα έχει δείξει ότι πολλά επιτυχημένα ΗΣΔΜΤΠ έχουν αναπτυχθεί και διαχειρίζονται τόσο από μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς (π.χ. σύμπραξη ιδιωτικών και δημόσιων φορέων ή συνεργασία - ενώσεις επιχειρήσεων) όσο και από ιδιωτικές επιχειρήσεις. Τα τελευταία χρόνια βλέπουμε επίσης και την εντυπωσιακή άνθηση και απήχηση των ΗΣΔΜΤΠ που δεν αντιπροσωπεύουν καμία γεωγραφική ή και πολιτική - διοικητική περιοχή, αλλά αντιπροσωπεύουν ειδικές δραστηριότητες και ενδιαφέροντα (π.χ. οινικός, γαστρονομικός, οικολογικός τουρισμός, κ.λπ.).

Στην Ελλάδα έχουν αρχίσει αρκετά πρόσφατα να χρησιμοποιούνται τα ΗΣΔΜΤΠ, με αποτέλεσμα να αυξάνει ο αριθμός των γεωγραφικών και τουριστικών προορισμών που έχουν ψηφιοποίηση τις δραστηριότητές τους και να βελτιώνεται η ποιότητα των ψηφιοποιήσεων.

Είναι, επομένως, απαραίτητο να υπάρξει ενημέρωση των οργανισμών και των επιχειρήσεων τουριστικής ανάπτυξης σχετικά με το ρόλο των ΗΣΔΜΤΠ, τη λειτουργικότητα και τα οφέλη τους. *Γιατί το Διαδίκτυο και οι ΤΠΕ αποτελούν τη νέα δύναμη του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.*

6.3 ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΕΙΣ ΚΑΙ MARKETING **ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ: ΙΣΧΥΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ, ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΑΣΕΙΣ** **ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ.**

Οι τουριστικοί προορισμοί συμπεριλαμβάνουν την ολόκληρη των φυσικών-περιβαλλοντικών και πολιτισμικών τουριστικών πόρων μιας χώρας – περιοχής, οι οποίοι με τη σειρά τους αποτελούν τα βασικά θέλγητρα και πόλους έλξης τουριστικής ζήτησης. Συνεπώς, η αποτελεσματική διαχείριση και προώθηση τουριστικών προορισμών αποτελεί έναν από τους πλέον σημαντικότερους παράγοντες που μπορούν να συμβάλλουν αποφασιστικά στην βιωσιμότητα και ανταγωνιστικότητα του τουριστικού προϊόντος μιας χώρας. Σήμερα, οι νέες τεχνολογίες επικοινωνίας και πληροφορικής (και κυρίως τα εργαλεία του διαδικτύου) έχουν ενδυναμώσει τους οργανισμούς τουριστικών προορισμών δίνοντας τους τη δυνατότητα μέσω της ανάπτυξης Ηλεκτρονικών Συστημάτων Διαχείρισης και Μάρκετινγκ Τουριστικών Προορισμών (ΗΣΔΜΤΠ) να προβάλλουν τους πόρους τους και να προσεγγίσουν τους δυνητικούς τους πελάτες σε παγκόσμια κλίμακα και όλο το εικοσιτετράωρο με άμεσο τρόπο και χαμηλό κόστος. Στην εποχή όπου το διαδίκτυο αποτελεί πλέον για την πλειοψηφία της διεθνούς τουριστικής ζήτησης το βασικότερο και σημαντικότερο εργαλείο εύρεσης πληροφόρησης, τα ΗΣΔΜΤΠ μπορούν να συμβάλλουν αποτελεσματικά στη διεθνή προβολή τουριστικών προορισμών, ανεξαρτήτου του μεγέθους τους και των χρηματικών τους πόρων. Η μεγάλη απήχηση και χρήση των ΗΣΔΜΤΠ από την διεθνή τουριστική αγορά οφείλεται κυρίως στην αμεροληψία και πληρότητα της πληροφόρησης που παρέχουν (π.χ. προώθηση με τον ίδιο τρόπο όλων των επιχειρήσεων και οργανισμών μιας περιοχής).

Επίσης, μέσω της κοινής πλατφόρμας προώθησης του συνόλου των τουριστικών επιχειρήσεων, πόρων και υποδομών μιας τουριστικής περιοχής, τα ΗΣΔΜΤΠ μπορούν να στηρίξουν αποτελεσματικά την ανάπτυξη και προώθηση των μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων, οι οποίες συχνά δεν έχουν τους πόρους, τεχνογνωσία και υποδομές για την ηλεκτρονική τους δραστηριοποίηση. Για παράδειγμα, οι περισσότερες μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν μπορούν όχι μόνο να αναλάβουν το υψηλό κόστος συμμετοχής και προμήθειας σε ηλεκτρονικά κανάλια διανομής, αλλά δεν έχουν και τις απαραίτητες τυποποιημένες και ψηφιοποιημένες

δομές οργάνωσης για να μπορούν να στηρίξουν τον τρόπο χειρισμού δυναμικότητας και τιμολογιακών πολιτικών των καναλιών αυτών. Συνεπώς, τα ΗΣΔΜΤΠ μπορούν να θεωρηθούν ως ένα ανερχόμενο συμπληρωματικό και στρατηγικό κανάλι διανομής που μπορεί: α) να επαναφέρει την ισορροπία στην κατανομή της δύναμης στον χώρο της ηλεκτρονικής διανομής μεταξύ μεγάλων και μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων, και β) να συμβάλλει στην προώθηση της περιφερειακής ανάπτυξης και στην γεωγραφική και χρονική διάχυση της τουριστικής δραστηριότητας σε απομακρυσμένους και μικρούς τουριστικούς προορισμούς, των οποίων η προβολή των τουριστικών πόρων ήταν μέχρι τώρα ελάχιστη και δαπανηρή.

Συνεπώς, η αποτελεσματική αξιοποίηση των νέων τεχνολογιών για την ανάπτυξη ΗΣΔΜΤΠ μπορεί να επιφέρει σημαντικά οικονομικο-κοινωνικά οφέλη και αλλαγές. Τα τελευταία χρήζουν ιδιαίτερης σημασίας και μπορούν να συμβάλουν κατά ένα σημαντικό βαθμό στην καταπολέμηση των χρόνιων και παθογόνων συμπτωμάτων του ελληνικού τουρισμού, όπως π.χ. γεωγραφική και χρονική συγκέντρωση τουριστικής ζήτησης σε ορισμένες περιοχές, μονοκαλλιέργεια και προβολή μόνο του τουριστικού προϊόντος «ήλιος και θάλασσα», το ψηφιακό και οικονομικό – ανταγωνιστικό χάσμα μεταξύ λίγων μεγάλων και πολλών μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων, την καταδυνάστευση τουριστικών επιχειρήσεων και προορισμών από την τεράστια διαπραγματευτική δύναμη των tour operators κλπ.

Από την άλλη μεριά, τα ολοκληρωμένα ΗΣΔΜΤΠ δεν αποτελούν μόνο μια ηλεκτρονική βάση καταχώρησης και προώθησης δεδομένων σχετικά με τους τουριστικούς (φυσικούς-περιβαλλοντικούς και πολιτισμικούς) πόρους μια περιοχής. Αξιοποιώντας τις σύγχρονες εξελίξεις και νέες τεχνολογίες (όπως τα Γεωγραφικά Συστήματα Πληροφοριών - ΓΣΠ, web communities, κινητές και ασύρματες τεχνολογίες κλπ.) τα ΗΣΔΜΤΠ αναπτύσσουν ποικίλες εφαρμογές που αποσκοπούν στην περεταίρω οικονομική ανάπτυξη και ανταγωνιστικότητα του προορισμού, στην παροχή επιπρόσθετης αξίας στην τουριστική ζήτηση και προσφορά και στην μείωση των κοινωνικών, πολιτισμικών και περιβαλλοντολογικών αρνητικών επιδράσεων, με εφαρμογές όπως:

- Εφαρμογές ηλεκτρονικής μάθησης σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις

- Ανάπτυξη ενός συστήματος διαχείρισης γνώσης για τους προορισμούς (Destination Knowledge Management System)
- Ενίσχυση και προώθηση συνεργασίας και δημιουργία clusters
- Ενίσχυση της ενημέρωσης και επικοινωνίας μεταξύ επισκεπτών και μόνιμων κατοίκων βοηθώντας τους έτσι να σχηματίζουν ρεαλιστικές προσδοκίες και προβλέψεις, να εκτιμούν και να προστατεύουν τον τοπικό πολιτισμικό πλούτο υιοθετώντας μια πιο υπεύθυνη συμπεριφορά
- Χρησιμοποίηση ΓΣΠ για την μέτρηση της φέρουσας ικανότητας και τον εντοπισμό κορεσμένων ή όχι περιοχών που μπορούν να αναπτυχθούν περαιτέρω
- Πολύ-καναλικές στρατηγικές για την παροχή τουριστικής πληροφόρησης στα διάφορα στάδια της τουριστικής ζήτησης: πριν, κατά την διάρκεια και μετά το ταξίδι
- Εφαρμογή συστημάτων Customer Relationship Management για την δημιουργία και διαχείριση σχέσεων με την τουριστική ζήτηση

Οργανωτικά τα ΗΣΔΜΤΠ μπορούν να αναπτυχθούν σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο και τη διαχείριση και χρηματοδότησή τους την αναλαμβάνουν οργανισμοί τουριστικής ανάπτυξης – προώθησης, οι οποίοι με βάση τη διεθνή εμπειρία αντιπροσωπεύουν κυρίως δημόσιους φορείς. Πολύ συχνά όμως η πραγματικότητα έχει δείξει ότι πολλά επιτυχημένα ΗΣΔΜΤΠ έχουν αναπτυχθεί και διαχειρίζονται τόσο από μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς (π.χ. σύμπραξη ιδιωτικών και δημόσιων φορέων ή συνεργασία – ενώσεις επιχειρήσεων) όσο και από καθαρά κερδοσκοπικές ιδιωτικές επιχειρήσεις. Τα τελευταία χρόνια βλέπουμε επίσης και την εντυπωσιακή άνθηση και απήχηση ΗΣΔΜΤΠ που δεν αντιπροσωπεύουν καμία γεωγραφική ή και πολιτική – διοικητική περιοχή, αλλά αντιπροσωπεύουν δραστηριότητες και ενδιαφέροντα (π.χ. οινικός, γαστρονομικός και θρησκευτικός τουρισμός). Η σημαντικότητα του τελευταίου επιβεβαιώνεται και από το γεγονός ότι οι σύγχρονοι επισκέπτες – τουρίστες δεν αναζητούν πλέον στο διαδίκτυο τον τόπο διακοπών τους χρησιμοποιώντας λέξεις κλειδιά που αντιπροσωπεύουν χώρες ή γεωγραφικές περιοχές αλλά δραστηριότητες και εμπειρίες που θέλουν να βιώσουν. Τέλος, αυξάνουν όλο και περισσότερο οι τάσεις δημιουργίας ΗΣΔΜΤΠ και στο επίπεδο της ηπείρου.

Τα ερωτήματα λοιπόν που γέννιονται όσον αφορά τις εξελίξεις και τάσεις στην ανάπτυξη και διαχείριση ΗΣΔΜΤΠ είναι πολλά και επίκαιρα όπως:

- Ποια είναι η ιδανική (με βάση τις διάφορες συνθήκες) μορφή οργάνωσης, χρηματοδότησης και διαχείρισης ενός ΗΣΔΜΤΠ?
- Ποιος ο ρόλος του δημοσίου, ιδιωτικού φορέα και πώς μπορούν να αναπτυχθούν αποτελεσματικές συνεργατικές ενέργειες μεταξύ τους για την ανάπτυξη ΗΣΔΜΤΠ σε θεματικά και γεωγραφικά επίπεδα?
- Ποιες ηλεκτρονικές υπηρεσίες και εφαρμογές πρέπει να χρηματοδοτεί και να υποστηρίζει ένα σύγχρονο ΗΣΔΜΤΠ έτσι ώστε να προωθεί μια βιώσιμη οικονομική, περιβαλλοντική και κοινωνική ανάπτυξη του τουριστικού προορισμού?
- Ποια είναι η τεχνολογική και οργανωσιακή υποδομή και αρχιτεκτονική ενός ΗΣΔΜΤΠ που μπορεί να συμβάλλει στην αποτελεσματική υλοποίηση των στόχων του?
- Πώς μπορεί να αξιολογείται και να ελέγχεται η αποτελεσματικότητα των ηλεκτρονικών εφαρμογών ενός ΗΣΔΜΤΠ?

Από την άλλη μεριά, η ανάπτυξη ΗΣΔΤΠ στην Ελλάδα είναι πολύ περιορισμένη όχι μόνο όσον αφορά τον αριθμό γεωγραφικών και τουριστικών προορισμών που να έχουν ψηφιοποιήσει τις δραστηριότητές τους, αλλά και όσον αφορά και τον αριθμό και τις εφαρμογές των υπαρχόντων ΗΣΔΤΠ. Το ψηφιακό χάσμα την χρησιμοποίηση των νέων τεχνολογιών εντοπίζεται επομένως όχι μόνο σε μικρο-οικονομικό αλλά και σε μακρο-οικονομικό επίπεδο στην ελληνική τουριστική βιομηχανία. Δυστυχώς, πολύ απογοητευτική είναι η ανάπτυξη και λειτουργικότητα των ΗΣΔΜΤΠ όχι μόνο μικρών γεωγραφικών περιοχών με λιγοστούς πόρους, αλλά και του ΗΣΔΜΤΠ που έχει αναπτυχθεί από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού (ΕΟΤ) για ολόκληρη την χώρα, καθώς τα περισσότερα ελληνικά ΗΣΔΜΤΠ μπορούν εύκολα να παρομοιαστούν σαν απλές ψηφιοποιήσεις μπροσούρας.

Αναδεικνύεται λοιπόν η ανάγκη ενημέρωσης και ευαισθητοποίησης τόσο των (εθνικών, περιφερειακών και τοπικών) οργανισμών τουριστικής ανάπτυξης και προώθησης όσο και των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων σχετικά με τη ρόλο, τις ηλεκτρονικές εφαρμογές και τη λειτουργικότητα των ΗΣΔΜΤΠ και τα

οφέλη που μπορούν να προκύψουν από την ανάπτυξή τους. Ακόμα, αναγκαίο είναι να εντοπιστούν τα εμπόδια (οργανωσιακά, εκπαιδευτικά, επιχειρησιακά, πολιτικά κλπ) που υπάρχουν για την πλήρη ανάπτυξη, χρηματοδότηση και οργάνωση (τεχνολογική και οργανωτική) ΗΣΔΜΤΠ στη χώρα μας και στη συνέχεια να γίνουν προτάσεις για την άρση των εμποδίων αυτών. Για τους λόγους αυτούς προτείνεται η συγκρότηση της ομάδας διερεύνησης του e-tourism στην Ελλάδα.

Η ομάδα εργασίας αποβλέπει στην μελέτη, καταγραφή και αξιολόγηση της ανάπτυξης και των ηλεκτρονικών εφαρμογών ΗΣΔΜΤΠ στην Ελλάδα. Με την ολοκλήρωση των εργασιών της, η ομάδα εργασίας επιδιώκει να επιτύχει αφενός την υποστήριξη της ανάπτυξης περισσότερων ΗΣΔΜΤΠ αλλά και την περαιτέρω ανάπτυξη της λειτουργικότητας των ήδη υπαρχόντων. Η ομάδα επιδιώκει επίσης να δημιουργήσει μια πλατφόρμα επικοινωνίας μεταξύ ιδιωτικών επιχειρήσεων και ενώσεων με δημόσιους φορείς έτσι ώστε να μελετηθούν, συζητηθούν και εξευρεθούν διάφοροι τρόποι συνεργασίας για την από κοινού ανάπτυξη και εξέλιξη των ΗΣΔΜΤΠ.

Σημαντικό σκοπό αποτελεί επίσης και η υποστήριξη της περαιτέρω εξέλιξης και ανάπτυξης των ίδιων και νέων υπηρεσιών των ΗΣΔΜΤΠ μέσω της μελέτης διεθνών καλών πρακτικών και των εξελίξεων στον διεθνή κλάδο και τομέα. Συγκεκριμένα, η ομάδα εργασίας έχει στόχο:

- ▶ τη μελέτη της υφιστάμενης κατάστασης ανάπτυξης και χρήσης ΗΣΔΜΤΠ στην ευρύτερη ελληνική τουριστική βιομηχανία
- ▶ τον εντοπισμό και καταγραφή των προβλημάτων που εμποδίζουν στην ανάπτυξη, οργάνωση και εξέλιξη των ηλεκτρονικών εφαρμογών των ΗΣΔΜΤΠ στην Ελλάδα
- ▶ την αποτύπωση-καταγραφή των χαρακτηριστικών των τεχνολογικών λύσεων για την ανάπτυξη ΗΣΔΜΤΠ που προτείνονται στον ελληνικό και διεθνή χώρο και των δυνατοτήτων περαιτέρω ανάπτυξης αυτών των συστημάτων με βάση τις διεθνείς πρακτικές

► την ενημέρωση ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων και δημόσιων φορέων για τη χρησιμότητα, εφαρμογή και τα πλεονεκτήματα των τεχνολογικών εφαρμογών των ΗΣΔΜΤΠ

► την μελέτη των αναγκαίων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων και των εξειδικευμένων δράσεων που απαιτούνται καθώς και των μηχανισμών ευρύτερης διάδοσης και προώθησης των τεχνολογιών και εφαρμογών ΗΣΔΜΤΠ.

Παραδοτέα

Παραδοτέο με την παρακάτω δομή:

- Σύντομο θεωρητικό υπόβαθρο
- Ανάλυση υφιστάμενης κατάστασης στην Ελλάδα
- Καταγραφή διεθνούς εμπειρίας (business cases, εθνικές πολιτικές, καλές πρακτικές)
- Προτάσεις-συστάσεις προς την Πολιτεία και τους Ο.Τ.Α. (Οργανισμούς Τουριστικής Ανάπτυξης)
- Προτάσεις-συστάσεις προς τις επιχειρήσεις και τους επαγγελματικούς φορείς

Ενημερωτικός οδηγός για τις τουριστικές επιχειρήσεις και φορείς για τις τεχνολογικές πλατφόρμες, επιχειρηματικά και οργανωτικά μοντέλα ΗΣΔΜΤΠ e-Tourism Workshop – public awareness events: Αθήνα, Ρόδος, Θεσσαλονίκη κλπ.

Συμμετέχοντες

Στην παρούσα Ομάδα Εργασίας προτείνεται και θα επιδιωχθεί η συμμετοχή: α) διαφόρων εξειδικευμένων επιχειρησιακών στελεχών που δραστηριοποιούνται στην ανάπτυξη και παροχή υπηρεσιών e-tourism και ΗΣΔΜΤΠ (π.χ. Amadeus Hellas), β) εκπροσώπων επαγγελματικών φορέων, τουριστικών επιχειρήσεων, τουριστικών οργανισμών και δημόσιων φορέων (π.χ. οργανισμοί τουριστικής ανάπτυξης) για την κάλυψη της πολυμορφίας της τουριστικής βιομηχανίας (π.χ. ΣΕΤΕ, ΕΟΤ, ΞΕΕ, ΗΑΤΤΑ) και γ) εκπροσώπων τουριστικών ΜΜΕ για την ευρύτερη προώθηση των δράσεων της ομάδας εργασίας (π.χ. traveldailynews.gr).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο

7.1 ΜΕΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ: Ο ΝΕΟΣ ΤΡΟΠΟΣ ΦΟΡΟΛΟΓΙΑΣ ΤΟΥΣ, ΜΕΤΑ ΤΙΣ ΠΡΟΣΦΑΤΕΣ ΑΛΛΑΓΕΣ

Η ΓΣΕΒΕ μαζί με τις άλλες Τριτοβάθμιες Οργανώσεις (Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων Ελλάδος, Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου) ζήτησαν τη ρύθμιση των εκκρεμών φορολογικών υποθέσεων για την εξαετία 1993-1998. Το Υπουργείο Οικονομικών πείστηκε από τα επιχειρήματά τους και έκανε αποδεκτή την πρόταση.

Οι λεπτομέρειες της απόφασης καθορίστηκαν επακριβώς μετά από διαπραγματεύσεις με κοινή συμφωνία των εκπροσώπων των Τριτοβάθμιων Οργανώσεων, επομένως και της ΓΣΕΒΕ.

Σε ανακοίνωσή του το υπουργείο Οικονομικών επισημαίνει μερικά ευνοϊκά μέτρα που ελήφθησαν για τις **μικρομεσαίες επιχειρήσεις**:

1. Μειώθηκε η φορολογία μεταβίβασης επιχειρήσεων από το 20% στο 2,4% για την συνέχιση της οικογενειακής δραστηριότητας της επιχείρησης. Η ρύθμιση αφορά 700.000 και πλέον μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις.
2. Καταργείται ο εξωλογιστικός προσδιορισμός των κερδών. Από 1.1.2003 αναγνωρίζονται τα αποτελέσματα των επαρκών και ακριβών βιβλίων.
3. Προσδιορίζονται οι περιπτώσεις απόρριψης των βιβλίων και αναιρείται η δυνατότητα των ελεγκτικών οργάνων να απορρίπτουν με αυθαίρετο τρόπο τα βιβλία των επιχειρήσεων.
4. Εκλογικεύονται και περιορίζονται σημαντικά τα πρόστιμα για φορολογικές παραβάσεις.
5. Καταργείται η θεώρηση των μηχανογραφικών βιβλίων Α΄ και Β΄ κατηγορίας και μιας σειράς βιβλία Γ΄ κατηγορίας και μειώνεται κατά 80% η θεώρηση των βιβλίων.
6. Με την σταδιακή εφαρμογή της ηλεκτρονικής τεχνολογίας οδηγούμαστε στη πλήρη σχεδόν κατάργηση της θεώρησης - διάτρησης των μηχανογραφικών στοιχείων.

7. Τριπλασιάστηκε τα τελευταία χρόνια το αφορολόγητο όριο των φυσικών προσώπων για όλους τους φορολογούμενους και επομένως και για τους μικρομεσαίους.
8. Μειώθηκε σταδιακά ο συντελεστής φορολογίας από 35% σε 25% των ομόρρυθμων, ετερόρρυθμων και κοινωνιών αστικού δικαίου.
9. Μειώθηκε σταδιακά από 45% σε 40% ο καταληκτικός φορολογικός συντελεστής της φορολογικής κλίμακας.
10. Για πρώτη φορά δίνεται η δυνατότητα μεταφοράς ζημίας στις ΜΜΕ για τρία χρόνια.
11. Δόθηκαν ισχυρά φορολογικά κίνητρα για την αύξηση της απασχόλησης.
12. Απαλλάσσεται από το φόρο εισοδήματος η υπεραξία που προκύπτει από τη μεταβίβαση επιχείρησης από γονέα σε τέκνο ή μεταξύ συζύγων, λόγω συνταξιοδότησης.
13. Αυξήθηκε το αφορολόγητο όριο για τους κατοίκους μικρών νήσων μέχρι 3.100 κατοίκων από 3.000.000 δρχ. σε 4.500.000 δρχ. (13.206 ευρώ).
14. Παρέχεται η δυνατότητα έκπτωσης από τα ακαθάριστα έσοδα των επιχειρήσεων των ποσών για την αγορά ηλεκτρονικών υπολογιστών και του λογισμικού (software) που παρέχονται στους υπαλλήλους της επιχ/σης για τηλεργασία, ήτοι εργασία μέσω υπολογιστή από το σπίτι.
15. Παρέχεται η δυνατότητα στις επιχειρήσεις να αποσβένουν εξολοκλήρου την αξία των ηλεκτρονικών υπολογιστών και του λογισμικού τους ή να διενεργούν απόσβεση της αξίας των στοιχείων αυτών τμηματικά, με συντελεστή 30%.
16. Αυξάνεται από 100.000 δρχ. σε 1.000.000 δρχ. (2.950 ευρώ), το αφορολόγητο όριο της δωρεάς ή χορηγίας και στις επιχειρήσεις και παράλληλα μείωση από 20% σε 10% του συντελεστή φόρου που παρακρατείται στο πάνω από 1.000.000 (2.950 ευρώ) ποσό της δωρεάς ή χορηγίας. Δεν απαιτείται παρακράτηση φόρου για τις χρηματικές δωρεές προς το Δημόσιο και τα Ν.Π.Δ.Δ. προκειμένου αυτές να εκπέσουν από τα ακαθάριστα έσοδα της επιχείρησης.
17. Παρατάθηκε μέχρι και την 31.12.2003 η δυνατότητα έκπτωσης δαπανών χωρίς δικαιολογητικά από τα ακαθάριστα έσοδα των επιχειρήσεων (εξαγωγικές, γραφεία γενικού τουρισμού κ.λ.π.).
18. Δόθηκε η δυνατότητα στις επιχειρήσεις να εκπίπτουν από τα ακαθάριστα έσοδά τους, τα ποσά που καταβάλλουν εφάπαξ ή περιοδικά, σε άγαμα τέκνα του προσωπικού τους και μέχρι τη συμπλήρωση του 25ου έτους της ηλικίας τους,

λόγω θανάτου του γονέα-εργαζομένου κατά τη διάρκεια της εργασίας του από σεισμό ή άλλο λόγο ανώτερης βίας.

19. Δόθηκε η δυνατότητα στις επιχειρήσεις, προκειμένου για τον υπολογισμό των φορολογητέων κερδών τους, ανεξάρτητα από την κατηγορία βιβλίων Κ.Β.Σ. που τηρούν, να αφαιρούν από τα καθαρά τους κέρδη ποσοστό πενήντα τοις εκατό (50%) των δαπανών επιστημονικής και τεχνολογικής έρευνας, που πραγματοποιούν από την 1η Ιανουαρίου 2002 μέχρι την 31η Δεκεμβρίου 2004.

20. Αυξήθηκαν σημαντικά τα όρια τήρησης βιβλίων. Από 1.1.2003 το όριο τήρησης βιβλίων εσόδων - εξόδων διαμορφώθηκε σε 1 εκατ. ευρώ (340 εκατ. δρχ.) και για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις το όριο τήρησης βιβλίου αγορών σε 100.000 ευρώ (34 εκατ. δρχ.).

21. Αυξήθηκε κατά 50% το όριο τήρησης βιβλίου αποθήκης και έτσι απαλλάχθηκε μεγάλος αριθμός μεσαίων επιχειρήσεων από την επιβάρυνση τήρησης του βιβλίου αυτού.

7.2 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΙΚΤΥΩΣΗΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ **ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ 30 ΕΚΑΤΟΜ. ΕΥΡΩ.**

Στο πρόγραμμα μεταξύ άλλων μπορεί να συμμετέχει οποιαδήποτε επιχείρηση που δραστηριοποιείται στον τουριστικό τομέα, με έδρα και δραστηριότητα την Ελλάδα. ΣΧΕΔΙΑ και δράσεις για τις μικρομεσαίες τουριστικές επιχειρήσεις μέσω του προγράμματος δικτύωσης (clustering) συνολικού προϋπολογισμού 30 εκ. Εύρω, προωθεί το υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης. Από το σύνολο της δημόσιας δαπάνης 15 εκ. Εύρω, η Ευρωπαϊκή Ένωση χρηματοδοτεί το 70%, δηλ. 10,5 εκ. Εύρω, ενώ τα υπόλοιπα 4,5 εκ. Εύρω αποτελούν αμιγώς εθνικούς πόρους. Ως επιλέξιμα θεωρούνται τα δίκτυα που περιλαμβάνουν οριζόντιες ή/ και κάθετες διασυνδέσεις μεταξύ ΜΜΕ επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα, αλλά και άλλων κλάδων, μέσω των οποίων επιτυγχάνεται τεκμηριωμένα προστιθέμενη αξία στην επιχειρηματική δραστηριότητα των συμμετεχουσών στο δίκτυο επιχειρήσεων π.χ. μέσω στρατηγικών συμμαχιών με προμηθευτές ή πελάτες κλπ. Δεν εντάσσονται στο πρόγραμμα δίκτυα, που στοχεύουν στην ίδρυση ή επέκταση τουριστικών καταλυμάτων οποιασδήποτε λειτουργικής μορφής. Τα μέλη του Δικτύου πρέπει να συστήσουν Α.Ε. ή Ε.Π.Ε. προ της υπογραφής της συμβάσεως με τους Ε.Φ.Δ. ή να ενεργοποιήσουν υφιστάμενο νομικό πρόσωπο. Η διάρκεια εφαρμογής

του προγράμματος είναι μέχρι την 31η Δεκεμβρίου 2007, ενώ ως καταληκτική ημερομηνία για την υποβολή αιτήσεων ορίστηκε η 31η Δεκεμβρίου 2005.

Οι ενέργειες που θα θεωρηθούν επιλέξιμες για κάθε πρόταση, ταξινομούνται στις ακόλουθες θεματικές ενότητες:

1. Μελέτη και εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων σχετικά με την οργάνωση και παρακολούθηση των διοικητικών, οικονομικών, παραγωγικών και εμπορικών δραστηριοτήτων του Δικτύου.

2. Μελέτη, εφαρμογή και πιστοποίηση διαχειριστικών συστημάτων του Δικτύου, όπως ορίζουν διεθνή πρότυπα της σειράς ISO 9000 (Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας), ISO 14000 (Σύστημα Περιβαλλοντικής Διαχείρισης), Υγιεινής & Ασφάλειας, HACCP κ.λπ. υπό τον όρο ότι καταλήγει σε πιστοποίηση από διαπιστευμένο φορέα στο ΕΣΥΔ, στο ΑΣΑΟΣ ή από Φορέα Διαπίστευσης, μέλος της Συμφωνίας Αμοιβαίας Αναγνώρισης της Ευρωπαϊκής Συνεργασίας για τη Διαπίστευση (EA/MLA)

3. Προμήθεια σύγχρονου εξοπλισμού καθώς και απόκτηση και εφαρμογή εξειδικευμένης τεχνογνωσίας από το Δίκτυο, που βελτιστοποιεί και προάγει τον τρόπο λειτουργίας του, συμβάλει στην ανάπτυξη νέων ή καινοτόμων προϊόντων ή υπηρεσιών, στη διαφοροποίηση ή αναβάθμιση της ποιότητας υπαρχόντων, στην εισαγωγή καινοτόμων παραγωγικών διαδικασιών, στην καλύτερη προώθηση των πωλήσεων και στην εκπαίδευση του προσωπικού.

4. Χρήση νέων προηγμένων τηλεπικοινωνιακών υπηρεσιών και νέων τεχνολογιών, για την αντιμετώπιση των σκοπών του προτεινόμενου Δικτύου, καθώς και συνεργασία με φορείς που θα παρέχουν επιστημονική και τεχνική υποστήριξη (Ερευνητικά Κέντρα, Πανεπιστήμια κ.λπ.) και εκπαίδευση σε αυτά.

5. Συμμετοχή σε Εκθέσεις. Εάν πρόκειται για συμμετοχή σε εμπορικές εκθέσεις, η ακαθάριστη ενίσχυση δεν πρέπει να υπερβαίνει το 50% της πρόσθετης δαπάνης που είναι αναγκαία για τη μίσθωση, το στήσιμο και τη λειτουργία του περιπτέρου. Η εξαίρεση αυτή ισχύει μόνο για την πρώτη συμμετοχή της επιχείρησης στη συγκεκριμένη εμπορική έκθεση. (Καν. 70/2001 Αρθ. 5 παρ. β)

6. Αγορά, διαμόρφωση και εξοπλισμός χώρων με στόχο την συγκέντρωση επιχειρηματικών δραστηριοτήτων του Δικτύου (π.χ. παραγωγικών, διοικητικών, πωλήσεων κ.λπ.) σε κοινό χώρο

7. Σύσταση νέου νομικού προσώπου / δικτύου και προετοιμασία της πρότασης.

Κατά την αξιολόγηση των προτάσεων για ένταξη στο πλαίσιο του Προγράμματος, θα ληφθεί ιδιαίτερα υπόψη η συνεργασία των προτεινόμενων δικτύων επιχειρήσεων με οργανισμούς παραγωγής / μεταφοράς τεχνογνωσίας σχετικής με το αντικείμενο της δικτύωσης καθώς επίσης και ο ολοκληρωμένος χαρακτήρας του προγράμματος δράσης.

7.2.1 Προϋποθέσεις:

Κάθε επιχείρηση, μέλος του Δικτύου, αλλά και το νομικό πρόσωπο/ Δίκτυο που θα συστήσουν τα μέλη του, πρέπει να είναι ΜΜΕ, να πληροί δηλαδή τα κριτήρια, σύμφωνα με το παράρτημα Ι του κανονισμού ΕΕ 364/2004:

1. Αριθμός εργαζομένων στην επιχείρηση 0-250 άτομα
2. Ετήσιος κύκλος εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 50 εκ. Εύρω ή συνολικός ετήσιος ισολογισμός που δεν υπερβαίνει τα 43 εκ. Εύρω.
3. Ο υπολογισμός της απασχόλησης και του κύκλου εργασιών ή του ετήσιου συνολικού ισολογισμού γίνεται ανάλογα με το αν η επιχείρηση θεωρείται ως «ανεξάρτητη», «συνεργαζόμενη», ή «συνδεδεμένη», σύμφωνα με τα οριζόμενα στα άρθρα 3,4,5 και 6 του παραρτήματος Ι του Καν. ΕΕ 364/2004.

- Κάθε επιχείρηση, μέλος του δικτύου πρέπει να διαθέτει άδεια λειτουργίας. Οι επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα θα διαθέτουν ειδικό σήμα λειτουργίας, το οποίο εκδίδεται από τις κατά περίπτωση αρμόδιες αρχές. Οι λοιπές επιχειρήσεις (μεταποιητικές, εμπορικές κ.λπ.) που συμμετέχουν στο δίκτυο οφείλουν να προσκομίσουν άδεια λειτουργίας ή να τεκμηριώσουν ότι τέτοια άδεια δεν απαιτείται από το νόμο.

- Οι επιχειρήσεις που δεν ανήκουν στον τουριστικό τομέα είναι επιλέξιμες μόνο εφόσον συμμετέχουν στο δίκτυο μαζί με τουριστικές επιχειρήσεις και η συμμετοχή τους αθροιστικά δεν υπερβαίνει το 40% του προϋπολογισμού του έργου και της σύνθεσης του μετοχικού κεφαλαίου.

- Κάθε δίκτυο συγκροτείται κατ' ελάχιστο από (4) τέσσερις ΜΜΕ επιχειρήσεις των επιλέξιμων τομέων και κλάδων. Ελάχιστο ποσοστό συμμετοχής επιχείρησης στο μετοχικό κεφάλαιο του Δικτύου ορίζεται το 3%, και μέγιστο ποσοστό το 30%.

- Ο κοινός εξοπλισμός των επιχειρήσεων του Δικτύου πρέπει να είναι καινούργιος και να εγκατασταθεί σε χώρο του Δικτύου στην Ελληνική Επικράτεια.

- Κάθε επιχείρηση - νομικό πρόσωπο - μπορεί να συμμετέχει μόνο σε μία πρόταση στο Πρόγραμμα.

Προϋπολογισμός και ύψος επιχορήγησης

Ο προϋπολογισμός κάθε πρότασης μπορεί να ανέλθει από 300.000 Εύρω κατ' ελάχιστο και μέχρι τρία εκ. Εύρω το μέγιστο.

Η ίδια συμμετοχή, που ανέρχεται σε 30% του συνολικού προϋπολογισμού της πρότασης, πιστοποιείται με την αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου στην εταιρεία του δικτύου και ελέγχεται η προέλευσή της από τις λειτουργούσες επιχειρήσεις που απαρτίζουν το δίκτυο (φορολογητέα αποθεματικά, αύξηση μετοχικού κεφαλαίου κ.λπ.).

Η δημόσια χρηματοδότηση (επιχορήγηση) παρέχεται για τις δαπάνες, που είναι επιλέξιμες και ανέρχεται σε 50% της επένδυσης.

Το δίκτυο δύναται να προσφύγει σε τραπεζικό δανεισμό (έως 20% της επένδυσης) για την κάλυψη του τμήματος του επιλέξιμου χρηματοδοτικού σχήματος, που δεν καλύπτεται από το άθροισμα της δημόσιας χρηματοδότησης και της ελάχιστης ίδιας συμμετοχής.

Επισημαίνεται ότι στην περίπτωση λήψης δανείου το Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων αναλαμβάνει σημαντικό τμήμα των εγγυήσεων που απαιτούνται για τη σύναψη του δανείου.

Η επιχορήγηση καταβάλλεται απ' ευθείας στο ενισχυμένο δίκτυο (νέα επιχείρηση) και δεν επιτρέπεται η εκχώρησή της σε τρίτους. Κατ' εξαίρεση είναι δυνατή η εκχώρηση της επιχορήγησης σε τράπεζες για την παροχή βραχυπρόθεσμου δανεισμού ισόποσου της εκχωρούμενης επιχορήγησης, που χρησιμοποιείται για την υλοποίηση του έργου του Δικτύου.

Δημόσια επιχορήγηση

- Η δημόσια επιχορήγηση μιας εγκεκριμένης επένδυσης, ανέρχεται σε ποσοστό 50% επί του εγκεκριμένου προϋπολογισμού αυτής. Το υπόλοιπο 50% καλύπτεται με ιδιωτική συμμετοχή των επενδυτών.

- Η καταβολή της δημόσιας επιχορήγησης, που έχει εγκριθεί, θα πραγματοποιηθεί από τον Ενδιάμεσο Φορέα Διαχείρισης.

- Θα καταβάλλεται στο νέο νομικό πρόσωπο του Δικτύου και θα γίνεται ως εξής:

Προκαταβολή: Με την υπογραφή της σύμβασης δίδεται προκαταβολή ίση με το 30% της συνολικά αντιστοιχούσας επιχορήγησης έναντι ισόποσης εγγυητικής επιστολής προκαταβολής, η οποία επιστρέφεται με την πιστοποίηση έργου, που αναλογεί στο 50% του οικονομικού αντικείμενου. Η εγγυητική επιστολή μπορεί να αποτελεί άθροισμα των εγγυητικών επιστολών των μελών του Δικτύου.

Για εγγυητικές επιστολές που δεν θα επιστρέφονται, ο τελικός αποδέκτης έχει δικαίωμα να αποφύγει την κατάπτωση, καταβάλλοντας νομιμοτόκως εξ ιδίων τα αχρεωστήτως ληφθέντα ποσά.

Α' Δόση: Μετά την ολοκλήρωση και πιστοποίηση τουλάχιστον του 50% του φυσικού και οικονομικού αντικειμένου καταβάλλεται το 20% της επιχορήγησης. Σε περίπτωση που δεν έχει δοθεί προκαταβολή, καταβάλλεται το 50% της επιχορήγησης. Με την υποβολή της αίτησης ελέγχου ο Ε.Φ.Δ. πρέπει σε διάστημα 3 μηνών να έχει ολοκληρώσει τις διαδικασίες ελέγχου, καταβολής της επιχορήγησης και επιστροφής της εγγυητικής επιστολής.

Β' Δόση: Μετά την ολοκλήρωση και την πιστοποίηση του συνόλου του έργου και την κανονική και νόμιμη λειτουργία της κοινής δομής καταβάλλεται το 40% της συνολικά αντιστοιχούσας επιχορήγησης.

Με την υποβολή της αίτησης ελέγχου ο Ε.Φ.Δ. πρέπει σε διάστημα 3 μηνών να έχει ολοκληρώσει τις διαδικασίες ελέγχου και καταβολής της επιχορήγησης.

Αποπληρωμή: Το υπόλοιπο 10% καταβάλλεται με την πιστοποίηση της επίτευξης των στόχων του δικτύου.

Τα μέλη του δικτύου και το δίκτυο (η επιχορηγούμενη επένδυση) θα πρέπει να διατηρηθούν στην περιφέρεια εγκατάστασής τους επί πέντε έτη τουλάχιστον από την αποπληρωμή.

Απαραίτητες διαδικασίες

Οι ενδιαφερόμενοι να συμμετέχουν στο Πρόγραμμα «Πρώθηση της δικτύωσης των τουριστικών ΜΜ θα πρέπει να υποβάλλουν στον οικείο τελικό Δικαιούχο της δράσης δηλαδή στον Ενδιάμεσο Φορέα Διαχείρισης (ΕΦΔ) την «Αίτηση συμμετοχής στο πρόγραμμα» πλήρως συμπληρωμένη, το «Έντυπο υποβολής πρότασης (οικονομοτεχνική μελέτη) πλήρως συμπληρωμένο, δικαιολογητικά όπως αυτά περιγράφονται αναλυτικά στον «Οδηγό του προγράμματος» και αφορούν σε: Στοιχεία για κάθε επιχείρηση - μέλος του Δικτύου, κοινή υπεύθυνη δήλωση του άρθρου 8 του Ν. 1559/86, τεχνικά στοιχεία.

Οι προτάσεις που θα υποβληθούν, θα αξιολογηθούν και θα βαθμολογηθούν από ειδικές επιτροπές αξιολόγησης του Π.Δ. 98/96 και θα ενταχθούν με απόφαση του Υπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης στο πρόγραμμα, ύστερα από γνωμοδότηση της Κεντρικής Επιτροπής Αξιολόγησης του Π.Δ. 98/96.

Μεταξύ του Ε.Φ.Δ, στον οποίο έχει ανατεθεί η υλοποίηση δράσεων του ΕΠΑΝ και του δικτύου (νομικού προσώπου) θα υπογραφεί σύμβαση εντός 2 μηνών από την έκδοση της εγκριτικής απόφασης.

Οι επιχειρήσεις μέλη του Δικτύου θα πρέπει να συστήσουν το νομικό πρόσωπο του Δικτύου εντός 2 μηνών από την εγκριτική απόφαση του Υπουργού Τουρισμού.

Ποιους αφορά το πρόγραμμα

- ☒ Στο πρόγραμμα μπορεί να συμμετέχει οποιαδήποτε επιχείρηση που δραστηριοποιείται στον τουριστικό τομέα, με έδρα και δραστηριότητα την Ελλάδα, καθώς επίσης και επιχειρήσεις που ανήκουν στον τομέα της μεταποίησης, του εμπορίου και της παροχής υπηρεσιών.
- ☒ Τουριστικές επιχειρήσεις που μπορούν να μετέχουν στο μετοχικό κεφάλαιο του Δικτύου είναι μόνον οι επιχειρήσεις που ανήκουν στους εξής επιλέξιμους κλάδους:
- ☒ Κύρια Ξενοδοχειακά Καταλύματα (Ξενοδοχεία), ανεξαρτήτως λειτουργικής μορφής.
- ☒ Κάμπινγκ, τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες, τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις, ξενώνες νεότητας, ορεινά καταφύγια
- ☒ Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια και διαμερίσματα
- ☒ Τουριστικά Γραφεία
- ☒ Τουριστικές Επιχειρήσεις Οδικών Μεταφορών (ΤΕΟΜ).
- ☒ Επιχειρήσεις εκμίσθωσης αυτοκινήτων Ι.Χ.
- ☒ Ναυλομεσιτικά γραφεία
- ☒ Επιχειρήσεις - πλοιοκτήτες τουλάχιστον πέντε (5) επαγγελματικών σκαφών αναψυχής του Ν.2743/99 καθώς και επιχειρήσεις κρουαζιερόπλοιων δυναμικότητας μέχρι 50 επιβατών (εξαιρουμένου του πληρώματος).
- ☒ Επιχειρήσεις εκμετάλλευσης εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής (δηλαδή επιχειρήσεις εκμετάλλευσης γκολφ, μαρίνων, συνεδριακών κέντρων, χιονοδρομιών κέντρων, κέντρων θαλασσοθεραπείας, ιαματικών πηγών, πάρκα αναψυχής κ.λπ.).
- ☒ Καταστήματα τουριστικών ειδών, εφόσον διαθέτουν ειδικό σήμα λειτουργίας του Ν.2160/93

Σε ό,τι αφορά το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητα οι τουριστικές επιχειρήσεις και φορείς μπορούν να καταρτίσουν επενδυτικά σχέδια τα οποία να ενταχθούν προς χρηματοδότηση σε ένα ή και περισσότερα μέτρα. Το καθένα από

αυτά είναι γνωστό με έναν συγκεκριμένο αριθμό και είναι: **2.2** για τον εκσυγχρονισμό των καταλυμάτων και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των μικρών και μεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων, **3.2** προωθεί την επιχειρηματική αριστεία, **5.1** χρηματοδοτεί τις εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής και τις περιοχές ολοκληρωμένης τουριστικής ανάπτυξης, **5.2** για τον λεγόμενο εναλλακτικό τουρισμό και τα αγκυροβόλια, **5.3** αφορά την τουριστική προβολή και τη μείωση της εποχικότητας και **8.1** έχει σχέση με την εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού. Επίσης το **1.4** αφορά τα Κέντρα Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης, δηλαδή τις νέες δομές στήριξης των ΜΜΕ μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται και οι τουριστικές.

1. Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας

Σε ό,τι αφορά τον **εκσυγχρονισμό των καταλυμάτων και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας** των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων υπάρχουν κατ' αρχήν τα προγράμματα για τον ποιοτικό εκσυγχρονισμό των ξενοδοχείων και κάμπινγκ Γ' τάξης και άνω βάσει του νόμου 2601/98. Η εφαρμογή της δράσης έχει αρχίσει από την 1η Ιανουαρίου 2000, ενώ ως τώρα έχουν υποβληθεί τεχνικά δελτία έργου για 12 επενδύσεις προϋπολογισμού 45 εκατ. Εύρω. Στο μέτρο αυτό εντάσσονται επενδύσεις εκσυγχρονισμού ξενοδοχείων άνω της Γ' τάξης με προϋπολογισμό άνω των 2 εκατ. Εύρω σε όλη τη χώρα, τις οποίες εγκρίνει κεντρικά το υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών. Αν τα επενδυτικά σχέδια έχουν χαμηλότερο προϋπολογισμό, θα πρέπει να κατατεθούν στις περιφέρειες προκειμένου να ενταχθούν στα ΠΕΠ.

2. Εκσυγχρονισμός των καταλυμάτων

Αντιστοίχως υπάρχει η δράση που αφορά τον ποιοτικό εκσυγχρονισμό ξενοδοχείων, κάμπινγκ και ενοικιαζομένων επιπλωμένων δωματίων και διαμερισμάτων που δεν υπάγονται στον Ν. 2601/98. Από την 1.8.2001 τέθηκε σε εφαρμογή το Πρόγραμμα Εκσυγχρονισμού Μικρών Καταλυμάτων με ανοιχτή προκήρυξη προς τους δικαιούχους, που καλύπτει το σύνολο του προϋπολογισμού της δράσης (110.344.827,6 Εύρω). Στο πρόγραμμα εντάσσονται ξενοδοχεία ΑΑ' - Γ' τάξης δυναμικότητας μέχρι 30 κλινών, ξενοδοχεία Δ' και Ε' τάξης, κάμπινγκ και ενοικιαζόμενα δωμάτια και διαμερίσματα. Οι προτάσεις έχουν προϋπολογισμό ως 73.000 Εύρω. Ο πρώτος κύκλος αξιολόγησης αφορά προτάσεις που θα έχουν υποβληθεί ως 15.5.2002, αλλά προτάσεις είναι δυνατόν να υποβάλλονται

οποτεδήποτε ως τη λήξη του προγράμματος το 2006. Κατά την πρώτη αξιολόγηση, που ήδη ολοκληρώθηκε, κρίθηκαν 1.520 προτάσεις συνολικού προϋπολογισμού 71,5 εκατ. Εύρω. «*Η επιτυχία του προγράμματος είναι αναμφισβήτητη*» λέει ο κ. Γεωργαράκης, για να προσθέσει: «*Η συνέχισή του με την ίδια επιτυχία θα εξαρτηθεί από το κατά πόσον τα ιδίου περιεχομένου προγράμματα των ΠΕΠ και του υπουργείου Γεωργίας θα προβλέπουν είτε μειωμένες απαιτήσεις είτε αυξημένα κίνητρα*».

3. Η αξιολόγηση των μικρομεσαίων

Από την 1η Αυγούστου 2001 τέθηκε σε εφαρμογή το πρόγραμμα **Επιχειρηματικά Σχέδια Μικρών και Μεσαίων Τουριστικών Επιχειρήσεων**, συνολικού προϋπολογισμού 127 εκατ. Εύρω. Ο ΕΟΤ ενημέρωσε τους ενδιαφερομένους σε όλη τη χώρα μέσω των επαγγελματικών φορέων τους και δέχθηκε τις πρώτες 46 προτάσεις. Ο πρώτος κύκλος αξιολόγησης, που ήδη ολοκληρώθηκε, αφορά 142 επενδυτικά σχέδια που θα έχουν υποβληθεί ως τις 15 Μαΐου 2002, συνολικού προϋπολογισμού 3,9 εκατ. Εύρω.

4. Ειδική τουριστική υποδομή

5. Το μέτρο **Επιχειρηματική Αριστεία**, το οποίο χειρίζεται η Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας αλλά θα το σχεδιάσει σε συνεργασία με τον ΕΟΤ, δεν έχει προκηρυχθεί ακόμη. Το ζητούμενο στο πρόγραμμα αυτό είναι η προσαρμογή του και στις ιδιαιτερότητες του τομέα των τουριστικών επιχειρήσεων

Η εφαρμογή του μέτρου για την ενίσχυση εγκαταστάσεων **ειδικής τουριστικής υποδομής** γίνεται από το υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών. Τα κίνητρα του αναπτυξιακού νόμου αφορούν εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, δηλαδή μαρίνες, συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ, υδροθεραπευτήρια, χιονοδρομικά κέντρα, κέντρα θαλασσοθεραπείας, κέντρα τουρισμού υγείας και αθλητικά - προπονητικά κέντρα. Το υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών έχει ήδη προωθήσει την υπαγωγή στο μέτρο αυτό έξι επενδυτικών σχεδίων συνολικού προϋπολογισμού 40 εκατ. Εύρω.

6. Ο εναλλακτικός τουρισμός

Πολύ σοβαρή συζήτηση γίνεται επίσης για το μέτρο που αφορά τις δράσεις εναλλακτικού τουρισμού και τα τουριστικά αγκυροβόλια. Δεδομένου ότι το μέτρο αναθεωρείται εξ ολοκλήρου, η ηγεσία του υπουργείου Ανάπτυξης προσανατολίζεται να προτείνει πέντε επί μέρους προγράμματα (δράσεις) στο πλαίσιο ενίσχυσης του εναλλακτικού τουρισμού.

1. Το πρώτο πρόγραμμα αφορά τον δημόσιο τομέα και ενισχύει **πολιτιστικές διαδρομές και δίκτυα**. Στην κατεύθυνση αυτή χρηματοδοτείται ήδη η διαδρομή «Περίπλους των κάστρων» (έργο), με υποέργα τα κάστρα Κυθήρων, Μεθώνης, Γραμβούσας και Αστυπάλαιας, με φορέα το ΤΑΠΑ, ενώ υπάρχει ετοιμότητα για ενδεχόμενη ένταξη και άλλων κάστρων εφόσον καταστεί δυνατόν.
2. Το δεύτερο αφορά την υποστήριξη της **πολιτιστικής θρησκευτικής διαδρομής «Στα βήματα του Αποστόλου Παύλου»**. Η διαδρομή «λειτουργεί» και πωλείται ήδη και στο εξωτερικό, αλλά χρειάζεται βελτίωση και εξωραϊσμό και ασφαλώς προβολή. Ο προτεινόμενος από τον ΕΟΤ προϋπολογισμός είναι της τάξεως του 1,5 εκατ. Εύρω.
3. Με στόχο την αξιοποίηση του πολιτιστικού αποθέματος της χώρας έχουν καταρτιστεί μια σειρά ενδιαφέροντα προγράμματα ενίσχυσης των ιδιωτικών επιχειρήσεων. Στο πλαίσιο αυτό περιλαμβάνεται η δημιουργία **δικτύου παραδοσιακών καφενείων**. Το πρόγραμμα θα επιχορηγεί με 50% δαπάνες για παλιά παραδοσιακά καφενεία (ενδεχομένως δε καφενεία-παντοπωλεία) ώστε να επιτευχθεί η επιβίωσή τους και η ένταξή τους στο τοπικό τουριστικό προϊόν των περιοχών όπου βρίσκονται. Επίσης, η δημιουργία **δικτύου παραδοσιακών κτισμάτων**, όπως μύλοι, νερόμυλοι, ανεμόμυλοι, ελαιοτριβεία, προκειμένου να διασωθούν και να λάβουν νέες, συμβατές με τη φυσιογνωμία τους, χρήσεις (π.χ., κέντρα πληροφοριών, χώροι πολιτιστικών χρήσεων, μικρά λαογραφικά μουσεία κτλ.) και όχι κατ' ανάγκη να μετατραπούν σε καταλύματα.
4. Το πρόγραμμα **Διάδοση Ελληνικής Κουζίνας** έχει ήδη τεθεί σε εφαρμογή με συνολικό προϋπολογισμό **15 εκατ. Εύρω**. Το πρόγραμμα αυτό καλύπτει στην πράξη πολύ μικρά αλλά αξιόλογα από την άποψη της ποιότητας εστιατόρια σε όλη τη χώρα, προκειμένου να λάβουν το ειδικό εθελοντικό σήμα του ΕΟΤ. Πρόσφατα ο ΕΟΤ βελτίωσε τους όρους του προγράμματος ώστε να γίνει ακόμη πιο ελκυστικό στους μικρούς εστιάτορες.
7. **Τουριστικά αγκυροβόλια** Το πρόγραμμα για τα **τουριστικά αγκυροβόλια** περιλαμβάνει ως οκτώ αγκυροβόλια εθνικής σημασίας στο πλαίσιο των καθιερωμένων διαδρομών - κυκλωμάτων ναυσιπλοΐας (με προτεραιότητα το Ιόνιο, τον Σαρωνικό, τις Κυκλάδες). Έχει γίνει η επιλογή με αντικειμενικά κριτήρια των προς ένταξη αγκυροβολίων εθνικής σημασίας και έχουν προωθηθεί δύο ΤΔΕ προς έγκριση (Ικαρία και Μπενίτσες Κέρκυρας).

Αγκυροβόλια τοπικής ή περιφερειακής σημασίας μπορούν να εντάσσονται και στα ΠΕΠ.

8. Στην κατεύθυνση **πilotικής δράσης στον οικολογικό τουρισμό** η πολιτική ηγεσία του υπουργείου Τουρισμού προσανατολίζεται στην αξιοποίηση μιας από τις περιοχές που εξετάστηκαν ως case studies στη Μελέτη για τον Οικολογικό Τουρισμό (EOT - WWF Hellas), και συγκεκριμένα της Κερκίνης, με υποδειγματικό τρόπο, ώστε να «λειτουργεί» ως σημείο αναφοράς για άλλους φορείς που αναλαμβάνουν ανάλογες παρεμβάσεις.
9. Οι σχολές τουριστικών επαγγελματιών έχουν αναλάβει να διεκπεραιώσουν το μέτρο που αφορά την εκπαίδευση και την κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού στον τουριστικό τομέα.
10. Στην τεχνική βοήθεια του Επιχειρησιακού Προγράμματος Ανταγωνιστικότητα έχουν υπαχθεί οι **12 μελέτες τουριστικής ανάπτυξης των 13 περιφερειών της χώρας**, οι οποίες θα αποτελέσουν εργαλείο για τον προγραμματισμό περαιτέρω δράσεων-έργων στο πλαίσιο του ΕΠΑΝ και των ΠΕΠ, θα προσδιορίσουν «όρια» και «περιορισμούς» στην ανάπτυξη των διαφόρων μορφών τουρισμού στην κάθε περιοχή και θα περιλάβουν εκτίμηση της «φέρουσας ικανότητας» των περιοχών, ώστε μέσω αυτών να επανεξεταστεί, μεταξύ άλλων, το θέμα των κορεσμένων περιοχών και των περιοχών ελέγχου τουριστικής ανάπτυξης.
11. Τα **Κέντρα Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (ΚΕΤΑ)** αποτελούν επίσης ένα ακόμη μέτρο του Επιχειρησιακού Προγράμματος Ανταγωνιστικότητα. Τα ΚΕΤΑ καλούνται να αναλάβουν τη συστηματική ενημέρωση και την τεχνική υποστήριξη των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων. Ας σημειωθεί ότι ο ΕΟΤ είχε προτείνει να δημιουργηθούν εξειδικευμένες δομές με αποκλειστική κατεύθυνση τον τουρισμό. Σε κάθε περίπτωση προβλέπεται να δημιουργηθεί ένα ΚΕΤΑ σε κάθε περιφέρεια (στην έδρα της). Εντός των ημερών υπογράφονται οι σχετικές συμβάσεις, ώστε να γίνει έναρξη λειτουργίας των ΚΕΤΑ από τους φορείς οι οποίοι έχουν επιλεγεί κατόπιν διαγωνισμού από το υπουργείο Ανάπτυξης.

7.3 ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΚΣΤΡΑΤΕΙΑ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ - ΧΕΙΜΕΡΙΝΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Σημαντικά κονδύλια προβλέπεται να δοθούν για την τουριστική προβολή και τη μείωση της εποχικότητας. «Στόχος του μέτρου» εξηγεί ο κ. Γεωργαράκης «είναι η

ενίσχυση της παρουσίας της χώρας στις ξένες αγορές, η αξιοποίηση νέων αγορών ή τμημάτων αγορών και η σταδιακή δραστηριοποίηση και συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα στο κόστος της τουριστικής προβολής στο εξωτερικό. Ακόμη, στόχος του μέτρου είναι να συμβάλει στην αύξηση της ζήτησης των ανεπτυγμένων κυρίως τουριστικών περιοχών (που διαθέτουν την αναγκαία και κατάλληλη για τη χειμερινή περίοδο τουριστική υποδομή και είναι σε θέση να συνθέσουν ένα πλήρες προϊόν που να περιλαμβάνει τις αναγκαίες συμπληρωματικές υπηρεσίες και δραστηριότητες) κατά την εκτός αιχμής περίοδο».

Στο πλαίσιο αυτό ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού θα συμμετάσχει στην εφαρμογή σχεδίων τουριστικής προβολής που προωθούνται από τον ιδιωτικό τομέα ή σχεδίων τουριστικής προβολής που χρηματοδοτούνται παράλληλα από τον ιδιωτικό και τον δημόσιο τομέα. Οι δράσεις στις οποίες θα μετάσχει ο ΕΟΤ επιλέγονται με πρόσκληση για εκδήλωση ενδιαφέροντος και επί τη βάση συγκεκριμένων προδιαγραφών και κριτηρίων, τα οποία προσεγγίστηκαν με ειδική μελέτη. Το μέτρο δομείται σε δύο δράσεις: η πρώτη αφορά σχέδια τουριστικής προβολής του ΕΟΤ που τελούν σε συνεργασία με ανάλογα σχέδια του ιδιωτικού τομέα και η δεύτερη σχέδια άμβλυσης εποχικότητας με δράσεις προσέλκυσης ζήτησης εκτός τουριστικής περιόδου σε περιοχές της χώρας οι οποίες διαθέτουν κατάλληλο τουριστικό προϊόν.

7.4 ΣΤΗΝ ΤΕΛΙΚΗ ΕΥΘΕΙΑ ΟΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ

MME

Στην τελική ευθεία εισέρχονται πλέον τα δύο σημαντικότερα προγράμματα του Επιχειρησιακού Προγράμματος Ανταγωνιστικότητα (ΕΠΑΝ) που αφορούν την ενίσχυση των μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων. Πρόκειται για τις δράσεις 2.2.2 και 2.2.3, για τις οποίες η προθεσμία υποβολής αιτήσεων λήγει στις 30 Ιουνίου. Η δράση 2.2.2. αποσκοπεί στον «ποιοτικό εκσυγχρονισμό ξενοδοχείων, κάμπινγκ και ενοικιαζομένων επιπλωμένων δωματίων και διαμερισμάτων που δεν υπάγονται στον Αναπτυξιακό Νόμο», ενώ η δράση 2.2.3 περιλαμβάνει την ενίσχυση «επιχειρηματικών σχεδίων Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων όλων των κλάδων».

Το ποσοστό επιδότησης για την πρώτη δράση μπορεί να ανέλθει έως και το 50% του επιλέξιμου προϋπολογισμού του επενδυτικού σχεδίου, ενώ για τη δεύτερη

δράση έως το 40%. Σημειώνεται ότι και για τα δύο προγράμματα ισχύει ο κανόνας de minimis.

7.4.1 Δράση 2.2.2.

Η συγκεκριμένη δράση «κλείνει» τον κύκλο με σημαντική αύξηση του ποσοστού επιδότησης και του συνολικού επιλέξιμου προϋπολογισμού. Ειδικότερα, το ποσοστό της επιδότησης όσων επιχειρήσεων ενταχθούν στο πρόγραμμα θα ανέρχεται στο 50% (έναντι 40% που ίσχυε), ενώ ο επιδοτούμενος συνολικός προϋπολογισμός του επενδυτικού σχεδίου μπορεί πλέον -υπό προϋποθέσεις- να ανέρχεται στις 100.000 ευρώ για τις μεμονωμένες επιχειρήσεις (έναντι 75.000 ευρώ) και στις 160.000 ευρώ για τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις (έναντι 117.388 ευρώ). Η προθεσμία για την υποβολή αιτήσεων λήγει στις 30 Ιουνίου. Ο επενδυτής, με την υπογραφή της σύμβασης, έχει το δικαίωμα να ζητήσει προκαταβολή έως 40% της εγκεκριμένης χρηματοδοτικής ενίσχυσης, καταθέτοντας ισόποση εγγυητική επιστολή.

Δικαίωμα συμμετοχής στο πρόγραμμα μπορούν να έχουν μεμονωμένες επιχειρήσεις οι οποίες ανήκουν στις παρακάτω κατηγορίες:

- ❖ Ενοικιαζόμενα επιπλωμένα διαμερίσματα, ανεξαρτήτως κατηγορίας.

- Ø Κάμπινγκ Δ' κατηγορίας.
- Ø Ξενοδοχεία Δ' και Ε' κατηγορίας.
- Ø Τουριστικές επιπλωμένες κατοικίες.
- Ø Τουριστικές επιπλωμένες επαύλεις.
- Ø Ξενοδοχεία και κάμπινγκ τάξης Γ' ή και ανώτερης της Γ'.

7.4.2. ΥΨΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

A. Μέγιστος επιχορηγούμενος προϋπολογισμός επένδυσης προς ενίσχυση για μεμονωμένες επιχειρήσεις: 75.000 Εύρω. Ειδικά για προτεινόμενες επενδύσεις που περιλαμβάνουν ενέργειες που ανήκουν τουλάχιστον σε μια από τις κατηγορίες:

* Κατηγορία 5: «Έργα εξοικονόμησης και υποκατάστασης της συμβατικής πρωτογενούς ενέργειας και εξοικονόμησης ύδατος»,

* Κατηγορία 6: «Έργα προστασίας του περιβάλλοντος και της υγείας πελατών και προσωπικού».

* Κατηγορία 7: «Έργα διαμόρφωσης χώρων για προσβασιμότητα από Άτομα με Ειδικές Ανάγκες (ΑΜΕΑ)», και οι οποίες καλύπτουν αθροιστικά τουλάχιστον το 20% του συνολικού προϋπολογισμού, θα δοθεί BONUS στο ποσό χρηματοδότησης και έτσι ο συνολικός προϋπολογισμός της προτεινόμενης για ενίσχυση από το πρόγραμμα επένδυσης μπορεί να ανέλθει στο ποσό των 100.000 Εύρω, συνολικά.

B. Μέγιστος επιχορηγούμενος προϋπολογισμός επένδυσης προς ενίσχυση για συνεργαζόμενες επιχειρήσεις: 117.388,11 Εύρω.

Ειδικά για προτεινόμενες επενδύσεις που περιλαμβάνουν ενέργειες, όπως αυτές της προηγούμενης παραγράφου, και οι οποίες καλύπτουν αθροιστικά τουλάχιστον το 20% του συνολικού προϋπολογισμού, θα δοθεί BONUS στο ποσό χρηματοδότησης και, έτσι, ο συνολικός προϋπολογισμός της προτεινόμενης για ενίσχυση από το πρόγραμμα επένδυσης μπορεί να ανέλθει στο ποσό των 160.000,00 Εύρω, συνολικά.

Γ. Μέγιστος επιχορηγούμενος προϋπολογισμός της πρότασης: 2.348 Εύρω ανά κλίνη, προκειμένου για ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια και διαμερίσματα και ανά τρεις θέσεις, προκειμένου για κάμπινγκ.

Επισημαίνεται ότι, για το συγκεκριμένο πρόγραμμα, ισχύει ο κανόνας de minimis. Επομένως, ο επιχειρηματίας, που διαθέτει περισσότερα από ένα ειδικά σήματα του ΕΟΤ και θα υποβάλει χωριστές αιτήσεις συμμετοχής για κάθε σήμα, δεν επιτρέπεται

να εισπράξει αθροιστικά σε περίοδο 3 ετών ενισχύσεις που θα υπερβαίνουν τα 100.000 Εύρω.

Το συνολικό ποσό των ενισχύσεων ήσσονος σημασίας, που χορηγείται στην ίδια επιχείρηση, δεν μπορεί να υπερβαίνει το ανώτατο όριο των 100.000 Εύρω σε περίοδο 3 ετών (Κανόνας de minimis).

7.4.3 ΑΝΩΤΑΤΟ ΟΡΙΟ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ

Σε περίπτωση υποβολής προτάσεων από μεμονωμένες επιχειρήσεις, ο συνολικός προϋπολογισμός μιας ενισχυμένης πρότασης δεν μπορεί να υπερβαίνει τα 58.700 Εύρω, ενώ, σε περίπτωση υποβολής προτάσεων από συνεργαζόμενες επιχειρήσεις, ο συνολικός προϋπολογισμός μιας ενισχυμένης πρότασης ΔΕΝ ΜΠΟΡΕΙ να υπερβαίνει τα 58.700 Εύρω, πολλαπλασιαζόμενα με τον αριθμό των συνεργαζόμενων -στην πρόταση αυτή- επιχειρήσεων.

Ο ανώτατος συνολικός προϋπολογισμός της πρότασης θα πρέπει να είναι μικρότερος του μέσου ετήσιου κύκλου εργασιών της επιχείρησης κατά τα τρία τελευταία έτη.

Στην περίπτωση συνεργαζόμενων επιχειρήσεων, ο μέγιστος ενισχυμένος προϋπολογισμός της πρότασης δεν μπορεί να υπερβαίνει το άθροισμα των μέγιστων ανά επιχείρηση επιχορηγούμενων προϋπολογισμών, όπως αυτοί προκύπτουν με βάση τον προηγούμενο κανόνα.

Οι επιχειρήσεις μπορούν να σχεδιάσουν, να προτείνουν και να υλοποιήσουν επιχειρηματικά σχέδια με μεγαλύτερους προϋπολογισμούς, αλλά στην περίπτωση αυτή η χρηματοδοτική ενίσχυση θα υπολογιστεί επί των ως άνω καθοριζόμενων ανωτάτων ορίων.

7.4.4 ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ ΠΡΟΤΑΣΗΣ

Η υλοποίηση κάθε επένδυσης, η οποία θα εγκριθεί στο πλαίσιο του παρόντος Προγράμματος, θα πρέπει να ολοκληρωθεί εντός 12 μηνών από την ημερομηνία υπογραφής της σύμβασης μεταξύ της επιχείρησης (ή των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων) και του Ενδιάμεσου Φορέα Διαχείρισης.

Σε περίπτωση κατά την οποία η εγκεκριμένη επένδυση δεν ολοκληρωθεί εντός του καθοριζόμενου χρόνου (12 μήνες), είναι δυνατόν να δοθεί τρίμηνη παράταση, εφόσον οι λόγοι της καθυστέρησης είναι αντικειμενικοί και εύλογοι.

7.4.5 ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ

1. Κάθε μεμονωμένη επιχείρηση έχει δικαίωμα να υποβάλει, στο πλαίσιο της παρούσας προκήρυξης, κατ' ανώτατο όριο μία (1) πρόταση.
2. Για την υποβολή προτάσεων από συνεργαζόμενες επιχειρήσεις, απαιτείται δήλωση συνεργασίας μεταξύ των επιχειρήσεων (υπεύθυνη δήλωση του Νόμου 1599/86). Σε περίπτωση έγκρισης της προτεινόμενης επένδυσης και προ της υπογραφής της σύμβασης με τον Ενδιάμεσο Φορέα Διαχείρισης, απαιτείται η υποβολή ιδιωτικού συμφωνητικού συνεργασίας, υπογεγραμμένου από όλες τις συνεργαζόμενες επιχειρήσεις και θεωρημένου από την αρμόδια ΔΟΥ.
3. Κάθε επιλέξιμη τουριστική επιχείρηση (σε ιδιόκτητη ή μισθωμένη εγκατάσταση), προκειμένου να τύχει της ενίσχυσης από το παρόν Πρόγραμμα, θα πρέπει να υφίσταται και να λειτουργεί ως τουριστική επιχείρηση τουλάχιστον πέντε (5) χρόνια μετά την ολοκλήρωση της ενισχυμένης επένδυσης. Οι ενδιαφερόμενοι επενδυτές θα πρέπει να έχουν υπόψη τους την υποχρέωση αυτή. Σε περίπτωση κατά την οποία, κατά τη διάρκεια της 5ετίας μετά την ολοκλήρωση της ενισχυμένης επένδυσης, η επιχείρηση παύσει να λειτουργεί, ο δικαιούχος υποχρεούται να επιστρέψει το ποσόν της ενίσχυσης εντόκως.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8^ο

8.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ κ. ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΥ ΛΙΑΣΚΟΥ

Ο τουρισμός σήμερα εξελίσσεται σε βασικό πυλώνα της εθνικής μας οικονομίας σε μια περίοδο που στην ευρωζώνη η ανταγωνιστικότητα και η πραγματική σύγκλιση αναδεικνύονται πλέον σαν πρώτης προτεραιότητας στόχοι.

Στην νέα τουριστική εποχή που εισερχόμαστε (και λόγω της οικονομικής ύφεσης & ενδεχομένων νέων εξωγενών γεγονότων) **ο ανταγωνισμός** εντείνεται στην λεκάνη της Μεσογείου ιδιαίτερα από τις εξωκοινοτικές χώρες .

Σε αυτή λοιπόν την περίοδο αναδεικνύονται για την εθνική οικονομία ιδιαίτερα όμως για τον Τουρισμό, δύο μείζονες κατευθύνσεις :

- ▶ Η ανάπτυξη της Ανταγωνιστικότητας &
- ▶ Η ανάπτυξη της Βιωσιμότητας και της επιχειρηματικότητας .
- ▶ Η μακροχρόνια έλλειψη πολιτικής και στρατηγικής για τον Ελληνικό τουρισμό τα προηγούμενα χρόνια οδήγησαν σε μια παρατεταμένη κρίση και

πρωτική πορεία σε όλους τους τουριστικούς προορισμούς της χώρας μας με ακόμα μεγαλύτερη πτώση των τουριστικών εσόδων .

➤ Η νέα διακυβέρνηση με ταχύτατους ρυθμούς συγκρότησε τους μηχανισμούς και προώθησε τις παρεμβάσεις που συνθέτουν το **νέο σχέδιο ανασύστασης του Ελληνικού Τουρισμού με τομές και δράσεις**, μέσω του οποίου το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης και η κυβέρνηση γενικότερα επιχειρούν να ανακτήσουν το χαμένο έδαφος των τελευταίων ετών και να αντιμετωπίσουν αποτελεσματικά τη διαρθρωτικού χαρακτήρα κρίση που μαστίζει τον κλάδο δημιουργώντας ταυτόχρονα μια νέα αισιόδοξη προοπτική.

➤ Ο τουρισμός στη χώρα μας έχει οδηγηθεί πλέον σε μια νέα πορεία προς την ανάδειξη της Ελλάδας ως πρώτου προορισμού υψηλής ποιότητας τουρισμού παγκόσμια .

Οι βασικοί στόχοι της τουριστικής πολιτικής που υλοποιείται σήμερα ,εντοπίζονται στην αναβάθμιση της ποιότητας καθώς και στη διεύρυνση και στον εμπλουτισμό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος . Ο ζωντανός πολιτισμός του λαού μας , όπως έχει διαμορφωθεί μέσα από την ιστορία και τις εμπειρίες , θα πρέπει να εκφραστούν και να προσδώσουν την ιδιαιτερότητα στο τουριστικό μας προϊόν . Τρεις είναι οι πυλώνες της κυβερνητικής μας πολιτικής για τον τουρισμό : **ανάπτυξη – πολιτισμός - περιβάλλον**.

Η νέα τουριστική πολιτική με ριζική αναδιάρθρωση , αναδεικνύει μια νέα τουριστική ταυτότητα που κατοχυρώνει τη μοναδικότητα των ελληνικών προορισμών και εξασφαλίζει τη διεθνή αναγνωρισιμότητα τους .

Σήμερα , οι τοπικές κοινωνίες σέβονται τον επισκέπτη και οι τοπικές τουριστικές επιχειρήσεις αναβαθμίζουν ποιοτικά τις υπηρεσίες τους και επανασυνθέτουν την προσφορά τους. Προσπαθούμε να ενισχύουμε την ανταγωνιστικότητά μας, γεγονός που προϋποθέτει ποιότητα, υποδομές και ζεστή φιλοξενία. Προσπαθούμε να προωθούμε όχι απλά διακοπές αλλά "μοναδικές εμπειρίες" που θα μετατρέψουν ακόμη και τον πλέον σκεπτικιστή επισκέπτη σε θαυμαστή της χώρας μας.

Ο παράγοντας των Ολυμπιακών αγώνων επηρέασε και επηρεάζει την προοπτική του Ελληνικού Τουρισμού . Το κορυφαίο αυτό αθλητικό γεγονός αξιοποιείται από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης τουριστικά , με ένα ολοκληρωμένο πρόγραμμα συστηματικής παρέμβασης για μεγάλο χρονικό

διάστημα , που περιλαμβάνει την Αξιοποίηση της τεράστιας δημοσιότητας και προβολής υπέρ του τουριστικού μας προϊόντος με νέους τρόπους και μεθόδους, παράλληλα με τα κλασικά μέσα – καθώς και την Διαμόρφωση και υλοποίηση ειδικών προγραμμάτων Marketing για την προβολή των τουριστικών μας πόρων.

Η Ελλάδα σήμερα εκσυγχρονίζει τον δημόσιο και ιδιωτικό τομέα εκτιμώντας ότι μπορούν να δημιουργηθούν νέα δεδομένα στον έντονο ανταγωνισμό που υφίσταται ο τουριστικός τομέας , υλοποιώντας δράσεις όπως :

- ❑ Επαναπροσδιορισμός του τουριστικού προϊόντος ανά περιφέρεια ,νομό και περιοχή ,ώστε κάθε περιοχή να αναπτύξει εκείνο το εξειδικευμένο και ανταγωνιστικό τουριστικό προϊόν που της αρμόζει καλύτερα με την δική της ενιαία ταυτότητα αναγνώρισης και προβολής .
- ❑ Με την άμεση επένδυση πάνω από 60 εκατ. Εύρω στη διαφήμιση και προβολή της Ελλάδας (με νέο δημιουργικό και λογότυπο) , ένα ποσό τέσσερις φορές μεγαλύτερο από κάθε παλαιότερη κυβερνητική επένδυση (από τις δημόσιες επενδύσεις) πάνω στη διαφήμιση . Έγκαιρη κύρια εκστρατεία για τη μέγιστη αξιοποίηση της **μεταολυμπιακής περιόδου με συγκεκριμένη στοχεύσει** σε όλες τις κύριες αγορές και εκθέσεις του πλανήτη , καθώς και σε νέες αναπτυσσόμενες αγορές (Κίνα) . Συμπληρωματικές δράσεις προβολής στην ενίσχυση του εσωτερικού τουρισμού (Μένουμε Ελλάδα) και σε συγκεκριμένους στόχους όπως ο συνεδριακός τουρισμός , ο αθλητικός τουρισμός , ο πολιτιστικός τουρισμός κ.α - Αναβαθμισμένη και εντυπωσιακή παρουσία της χώρας μας στις Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις **με θετικά μηνύματα και επαίνους από όλους τους τουριστικούς φορείς της χώρας** . Αυξήσαμε την επιχορήγηση στις νομαρχιακές αυτοδιοικήσεις κατά 50% σε σχέση με πέρυσι , ενώ ήδη έχει ξεκινήσει η προετοιμασία για τον διαγωνισμό της διαφημιστικής εκστρατείας για το 2006 . Η επικοινωνιακή πολιτική προχωρά πλέον με ένα συγκροτημένο τρόπο και για τον λόγο αυτό προκηρύχθηκε διαγωνισμός για διεθνή στρατηγικό σύμβουλο marketing του τουρισμού καθώς και διαγωνισμός για την σχεδίαση και κατασκευή σύγχρονης διαδικτυακής πύλης (portal) , η οποία θα παρέχει ένα ευρύ φάσμα πληροφοριών και υπηρεσιών .

Εδώ θα πρέπει να σημειωθεί ότι εκτός από τις επιχειρήσεις του κλάδου από την διαφημιστική μας καμπάνια ωφελούνται χιλιάδες ΜΜΕ και εκατοντάδες χιλιάδες εργαζόμενοι στον τουρισμό που δραστηριοποιούνται στην Ελληνική Περιφέρεια στηρίζοντας την οικονομικά.

- ⊗ Ένα σύγχρονο πλαίσιο υποστήριξης των πρωτοβουλιών του ιδιωτικού τομέα μέσω του **νέου Αναπτυξιακού Νόμου που ήδη έχει ενεργοποιηθεί**, με προμετωπίδα την αναβάθμιση της ποιότητας των καταλυμάτων, την διεύρυνση του φάσματος των τουριστικών επιχειρήσεων που ενισχύονται, την ενίσχυση των ειδικών μορφών τουρισμού και την απλούστευση των διαδικασιών ένταξης.

Ήδη παρατηρείται ιδιαίτερη κινητικότητα στον επενδυτικό τομέα και αυξημένο ενδιαφέρον σε τομείς, όπως είναι τα νέα ξενοδοχεία, η θαλασσοθεραπεία, οι ιαματικές πηγές, το γκολφ, οι μαρίνες.

Με βάση τα τελευταία στοιχεία του ΥΠΟΙΟ, περίπου το 28% των εγκεκριμένων επενδυτικών έργων που υπάγονται στον Αναπτυξιακό Νόμο αφορούν τουριστικές επενδύσεις, επιβραβεύοντας κατ' αυτόν τον τρόπο τον άριστο σχεδιασμό που έγινε από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης.

Άμεσα εκδίδεται ΚΥΑ με το Υπουργείο Οικονομικών, με την οποία θα άρονται τα εμπόδια που σχετίζονται με γεωγραφικούς περιορισμούς για την ίδρυση και επέκταση ξενοδοχείων 4 και 5 αστέρων. Παράλληλα το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, βάζει τις προδιαγραφές για την ανάπτυξη των τουριστικών εγκαταστάσεων ειδικών μορφών τουρισμού όπως θεματικά πάρκα, προπονητικά κέντρα κ.λ.π.

- ⊗ **Η οριζόντια συνεργασία και συνέργια με τα άλλα αρμόδια Υπουργεία μέσω επιτροπών** (που προβλέψαμε στον Τουριστικό Νόμο της ίδρυσης του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης) για τις εμπλεκόμενες αρμοδιότητες που επηρεάζουν το τουριστικό προϊόν και απαιτούν διευθετήσεις όπως π.χ. , των υφισταμένων πολεοδομικών εκκρεμοτήτων των ξενοδοχείων, της απλούστευσης της διαδικασίας έκδοσης αδειών των τουριστικών καταλυμάτων με μείωση των δικαιολογητικών, της απόσυρσης παλαιών μονάδων και αλλαγής χρήσης, τις τουριστικές κατοικίες, την στρατηγική αερομεταφορών, τις κολυμβητικές δεξαμενές, την χρήση στρατιωτικών

αεροδρομίων για τουριστικές πτήσεις Charter, την αναβάθμιση της τουριστικής εκπαίδευσης και την νομοθετική τακτοποίηση όλων των εκκρεμοτήτων . Παράλληλα Διαμορφώνουμε τα εναλλακτικά τουριστικά προϊόντά σε συνεργασία με τα άλλα Υπουργεία , καθώς κανείς μέχρι σήμερα δεν είχε επεξεργασθεί το πλαίσιο εναλλακτικών μορφών τουρισμού. Ως παράδειγμα αναφέρουμε τα προγράμματα Leader που αν και είχαν περάσει 3 , ποτέ δεν καθορίστηκαν οι προδιαγραφές και η πιστοποίηση για αγροτουριστικές δραστηριότητες .

Σήμερα έχουμε έτοιμο το νομοσχέδιο για τον Αγροτουρισμό και τον τουρισμό Υπαίθρου , **καταθέτουμε εντός του Οκτωβρίου το νομοσχέδιο για τον ιαματικό τουρισμό , ενώ και πάλι σε συνεργασία** με τις διυπουργικές επιτροπές επεξεργαζόμαστε το θεσμικό πλαίσιο για τον αθλητικό τουρισμό , τον ιατρικό-θεραπευτικό τουρισμό και τον πολιτιστικό τουρισμό .

Πρόσφατα ψηφίστηκε το νομοσχέδιο για τον καταδυτικό τουρισμό αποτέλεσμα της συνέργιας αυτής .

Πρωθείται από κοινού με το ΥΠΕΧΩΔΕ . το νομοθετικό πλαίσιο για **το χωροταξικό του τουρισμού** που προσδιορίζει τις προτεραιότητες της τουριστικής ανάπτυξης στις περιοχές της χώρας και ξεκαθαρίζει το τοπίο για τις επενδύσεις στον τουρισμό , συμβάλλοντας παράλληλα στην τοπική , περιφερειακή και εθνική ανάπτυξη . Πρωθούνται τροπολογίες που έχουν σχέση με πολεοδομικά θέματα των τουριστικών εγκαταστάσεων, ενώ έχουν ήδη προωθηθεί ρυθμίσεις για την απλοποίηση των μελετών περιβαλλοντικών επιπτώσεων .

- ⊗ Η δημιουργία με **Νόμο Επιτροπής ανάπτυξης συνεργιών με τις Περιφέρειες και με τις διοικήσεις της ΕΝΑΕ και της ΚΕΔΚΕ** για την καλύτερη συνεργασία και συντονισμό δράσεων στην προβολή και αντιμετώπιση άλλων βασικών θεμάτων του τουρισμού . **Ο κατακερματισμός της διαφημιστικής προβολής** και η ανυπαρξία συντονισμού των Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων στα τουριστικά δρώμενα, επέβαλλε την δημιουργία αυτής της επιτροπής καθώς και την νομοθετική ρύθμιση **ενιαίας τουριστικής προβολής και πολιτικής** με τις Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις . Παράλληλα δημιουργήθηκε η εκτελεστική γραμματεία του Εθνικού Συμβουλίου Τουρισμού μια μεγάλη εκπροσώπηση των τουριστικών φορέων η οποία με την θεσμική της ιδιότητα παρεμβαίνει με

συμβουλευτικό ρόλο στην διαμόρφωση της τουριστικής πολιτικής του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης . Ήδη έχουν δημιουργηθεί θεματικές ομάδες εργασίας της Εκτελεστικής Γραμματείας του εθνικού συμβουλίου τουρισμού και του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και έχουν πραγματοποιηθεί συσκέψεις εργασίας με την επιτροπή τουρισμού της ΕΝΑΕ & ΚΕΔΚΕ ενώ προγραμματίστηκε συνάντηση της από κοινού με την πολιτική ηγεσία του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης με τους Γενικούς Γραμματείς των Περιφερειών στις 21 Οκτωβρίου .

- ❖ **Δημιουργήθηκαν οι νέες οργανωτικές και διοικητικές δομές του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης .** Με τον νέο οργανισμό του Υπουργείου , δημιουργήθηκε η νέα Διεύθυνση Τουριστικών Επενδύσεων καθώς και η Διεύθυνση Χωροταξικού Σχεδιασμού προκειμένου να εφαρμοσθούν σύγχρονοι μηχανισμοί εξυπηρέτησης στους ενδιαφερόμενους επενδυτές και να επιβάλλονται οι αναγκαίες ρυθμίσεις και η λήψη σχετικών μέτρων για την άρση διοικητικών εμποδίων και αντικινήτρων για τις επενδύσεις στον τουριστικό τομέα . Ειδικότερα με το νέο τμήμα Ειδικών Μορφών Τουρισμού που δημιουργήθηκε , μπαίνει για πρώτη φορά σε λειτουργία ο διοικητικός μηχανισμός του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης για την εισήγηση των αναγκαίων μέτρων , ενεργειών και παρεμβάσεων για την ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού όπως του θαλάσσιου τουρισμού, του τουρισμού υγείας ,του αθλητικού τουρισμού , του θρησκευτικού τουρισμού κ.α. και η αναμόρφωση του θεσμικού πλαισίου .
- ❖ Συστάθηκαν σε κάθε Περιφέρεια , Περιφερειακές Υπηρεσίες Τουρισμού (ΠΥΤ) υπό τον ΕΟΤ με όλες τις αρμοδιότητες που μεταβιβάστηκαν από τα Γραφεία Υποστήριξης Τουρισμού των Περιφερειών , υλοποιείται επίσης η δυνατότητα να ανοίξουν Γραφεία Τουρισμού σε όλες τις πόλεις και τους τουριστικούς προορισμούς όπου δεν υπάρχουν. Τα αποτελέσματα αυτής της πολιτικής είναι ήδη ορατά.
- ❖ **Η Βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών επιχειρήσεων μέσω του ΕΠΑΝ** με την προκήρυξη νέων προγραμμάτων συνολικής δαπάνης 67 εκατ. Ευρώ τα οποία αφορούν νέες δράσεις κατάρτισης, ανταλλαγές ξενοδοχειακών υπαλλήλων , στη δημιουργία τουριστικών clusters, στην προώθηση της ελληνικής κουζίνας, στο τουριστικό επάγγελμα συνοδών . Αναμόρφωση του ΕΠΑΝ με την εξειδίκευση και στοχεύσει των μέτρων σε

νέες μορφές τουρισμού (οικοτουρισμός, αγροτουρισμός, ιαματικός, θαλάσσιος, αστικός τουρισμός). Συνολικά τα ενταγμένα έργα στην ενίσχυση των ΜΜΕ, εξελίσσονται με ταχύτατους ρυθμούς με σημαντικότερη αύξηση στο ποσοστό εντάξεων 106%, μεγαλύτερο από τον συνολικό προϋπολογισμό του έργου (40 εκ Εύρω).

Στις ιδιωτικές επενδύσεις εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής έχουμε εντάξεις που φτάνουν το 94%, ενώ και στις άλλες δράσεις σημειώνεται ουσιαστική άνοδος από πλευράς απορρόφησης. Με ταχύτατες διαδικασίες καταφέραμε να ξεπεράσουμε τα προβλήματα που υπήρχαν στο πρόγραμμα Ελληνική Κουζίνα και πλέον με την νέα πρόσκληση που θα βγει πριν το τέλος του έτους, οι επιχειρηματίες θα μπορούν να συμμετάσχουν και να πιστοποιηθούν με το ειδικό σήμα του ΕΟΤ, αλλά και να προβούν σε δαπάνες με στόχο την βελτίωση των επιχειρήσεων τους. Τέλος στα πλαίσια του θαλάσσιου τουρισμού διαπιστώνουμε σημαντική πρόοδο στην κατασκευή 10 τουριστικών αγκυροβολίων συνολικού προϋπολογισμού 27 εκατ. Εύρω.

- Ø Η Σύσταση επιτροπής για τον εκσυγχρονισμό του πλαισίου τουριστικής κατάρτισης και εκπαίδευσης καθώς και η **Ένταξη νέων ειδικοτήσεων και σχολών**. Δημιουργήθηκαν νέα ΙΕΚ Θαλασσοθεραπείας - SPA, ορεινού τουρισμού και Λουτροθεραπείας για ειδικότητες Συνοδού Βουνού, Ειδικών Λουτροθεραπείας και Θαλασσοθεραπείας καθώς και τεχνικούς Μαγειρικής Τέχνης στην Κέρκυρα, Ρόδο, Ανδρίτσαινα, Καστανιά Ιταμού, Καρδίτσας, Σταυρούπολη Ξάνθης, Σάμο, Αιδηψό και Ανάβυσσο Αττικής. Τέλος αναβαθμίζεται η τουριστική εκπαίδευση με την ίδρυση πανεπιστημιακής πλέον Τουριστικής Σχολής μετά από απόφαση της κυβερνητικής επιτροπής.
- Ø Η Εταιρεία Τουριστικής Ανάπτυξης ολοκλήρωσε το **στρατηγικό σχέδιο για τον επιχειρησιακό σχεδιασμό των ετών 2005-2006**. Στόχος είναι η διασφάλιση ενιαίας τουριστικής πολιτικής της χώρας, κάτω απ' τον άξονα της πολιτικής του Υπουργείου και της κυβέρνησης, για την αξιοποίηση της τουριστικής περιουσίας του κράτους, που οδηγεί στην τουριστική ανάπτυξη με επενδύσεις, προώθηση ειδικών μορφών τουρισμού και ειδικών υποδομών.

Μηνύματα αισιοδοξίας και σταδιακής ανάκαμψης του Ελληνικού τουρισμού δείχνουν μια σειρά στοιχείων που καταγράφουν διάφοροι τουριστικοί φορείς . Ήδη η εικόνα της Ελλάδας έχει αλλάξει και παρατηρείται σημαντική αύξηση της επισκεψιμότητας στην χώρα μας . Τα ενθαρρυντικά συμπεράσματα αφορούν και την αγορά των ΗΠΑ . όπου η χώρα μας είχε τεράστια τουριστική πτώση στο παρελθόν , ενώ σήμερα η στοχευόμενη μεταολυμπιακή προβολή έχει λειτουργήσει ιδιαίτερα θετικά τόσο στο επίπεδο της αύξησης της ελκυστικότητας του προορισμού όσο και στο ιδιαίτερο σημαντικό επίπεδο της δημιουργίας της εικόνας , ότι η Ελλάδα είναι μια ασφαλής και φιλόξενη χώρα με ποιοτική προσφορά τουριστικών υπηρεσιών που μπορεί να έχει τουρισμό και τους 12 μήνες του χρόνου.

Η προώθηση μιας σύγχρονης και αποτελεσματικής πολιτικής για τον Τουρισμό (όπως προηγουμένως αναφέραμε) αποτελεί αναντίρρητη προτεραιότητα για την Κυβέρνηση, για την αντιμετώπιση των χρόνιων προβλημάτων παθογένειας που ταλανίζουν τις τουριστικές επιχειρήσεις, αναστέλλουν την ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και την ανάδειξη της χώρας μας σε τουριστικό προορισμό πρώτης επιλογής .

Σήμερα προχωρούμε στην αξιοποίηση των νέων δυνατοτήτων που έχουν δημιουργηθεί την Μεταολυμπιακή εποχή και συνεχίζουμε σε δράσεις όπως:

- Την διεργασία και επαφές για άνοιγμα 49 νέων Γραφείων Τουρισμού σε νέες αγορές όπως η Τουρκία , η Ινδία , η Αργεντινή , το Ντουμπάϊ κ.λ.π. Ήδη έχουμε ανοίξει το Γραφείο ΕΟΤ στο Πεκίνο το οποίο αποφέρει και τα πρώτα θετικά αποτελέσματα .
- Τον Νέο σχεδιασμό τουριστικών φυλλαδίων πληροφοριών και καταλόγων και τον νέο σχεδιασμό HI-TEC των γραφείων τουριστικών πληροφοριών.
- Την τουριστική εκμετάλλευση όλων των αθλητικών και πολιτιστικών γεγονότων που θα πραγματοποιηθούν στην Ελλάδα (Eurovision , champions league , Europe corporate games κ.λ.π.)
- Την δημιουργία σε όλες τις πρωτεύουσες των Νομών της Χώρας Γραφείων Πληροφοριών καθώς και της αξιοποίησης των ΚΕΠ για την παροχή τουριστικών πληροφοριών .

- Την σύναψη διμερών συμφωνιών για την τουριστική συνεργασία (Βαλκανικές χώρες , Τσεχία κ.α) την επεξεργασία νέων συνεργασιών (Λιβύη – Ντουμπάι- Αίγυπτος) και την υλοποίηση του προγράμματος εκπαιδευτικής βοήθειας στην Αρμενία .
- Την Προετοιμασία Ελληνοϊαπωνικού φόρουμ στο Τόκιο . Μάρτιος 2006
- Την Προετοιμασία Ελληνοϊταλικού φόρουμ στην Αθήνα για κοινή στρατηγική στις μακρινές αγορές (Κίνα- Ιαπωνία – Λατινική Αμερική κ.λ.π.) Νοέμβριος 2005
- Την κωδικοποίηση της τουριστικής νομοθεσίας και το θεσμικό πλαίσιο για την λειτουργία των τουριστικών γραφείων .
- Επανεξέταση και εκσυγχρονισμός του νομοθετικού πλαισίου που αφορά στην κατηγοριοποίηση των ξενοδοχείων με βάση το σύστημα των αστεριών .
- Ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού - ενίσχυση υποδομών και προβολή .

Η ανάληψη αποφασιστικών δράσεων προς την κατεύθυνση της επίλυσης των προβλημάτων και της αξιοποίησης των ευκαιριών του τουριστικού τομέα σε συνδυασμό με την αποκτηθείσα εμπειρία των τελευταίων χρόνων από όλους τους τουριστικούς φορείς , αποτελούν την εγγύηση ότι ο κύκλος των χαμένων ευκαιριών για τον ελληνικό τουρισμό κλείνει οριστικά .

Πιστεύουμε ότι με την αναβάθμιση της τουριστικής συμπεριφοράς όλων όσων εμπλέκονται στον τομέα του τουρισμού και της εξάλειψης της νοοτροπίας του πρόσκαιρου κέρδους μπορούμε να γίνουμε καλύτεροι στην παροχή των τουριστικών μας υπηρεσιών με την προσφορά ενός πραγματικά αναβαθμισμένου τουριστικού προϊόντος .

8.2 ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



Στην αναπτυξιακή στρατηγική του ΥΤΑΝ για την περίοδο 2007-2013 περιλαμβάνονται οι παρακάτω δράσεις για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στον τομέα του τουρισμού:

- **Συλλογικά Επιχειρηματικά Σχέδια ενίσχυσης επιχειρηματικών δικτύσεων τουριστικών επιχειρήσεων με άλλες επιχειρήσεις του**

τουριστικού ή άλλων τομέων που συμβάλλουν σε:

1. Επέκταση ή/ και ποιοτική αναβάθμιση προϊόντων και υπηρεσιών.
2. Ανάπτυξη συνεργείων του τουριστικού τομέα με τον αγροτικό ή τον δευτερογενή τομέα, τον πολιτισμό, την ναυτιλία κλπ.
3. Επέκταση των δικτύσεων επιχειρήσεων βιομηχανίας – εμπορίου – τουριστικών υπηρεσιών.
4. Ανάπτυξη δικτύων και περιοχών αριστεία.
5. Αξιοποίηση / προστασία της περιβαλλοντικής διάστασης.

➤ **Ενίσχυση τουριστικών επενδύσεων μέσω του [Αναπτυξιακού Νόμου](#), με στόχο την επέκταση, την διεύρυνση και την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος:**

1. Ίδρυση, επέκταση και ολοκληρωμένος εκσυγχρονισμός ξενοδοχείων.
2. Μετατροπή διατηρητέων ή παραδοσιακών κτιρίων σε κύρια τουριστικά καταλύματα.
3. Ίδρυση – επέκταση – εκσυγχρονισμός εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής υποδομής (Θεματικών Πάρκων, Συνεδριακών Κέντρων, Γηπέδων Γκολφ, Υδροθεραπευτηρίων, Κέντρων Θαλασσοθεραπείας, Κέντρων Προπονητικού και Αθλητικού Τουρισμού, μαρίνων κλπ.) για την ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού.
4. Μετασκευή και διαμόρφωση παλαιών βιομηχανοστασίων σε χώρους κοινωνικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων, εκθέσεων κλπ.

➤ **Ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού, με στόχο την προσέλκυση επισκεπτών υψηλής εισοδηματικής στάθμης, την άμβλυνση της εποχικότητας και την διάχυση των τουριστικών ροών στο σύνολο της Ελληνικής επικράτειας:**

1. Ενίσχυση επενδυτικών σχεδίων υφιστάμενων και νέων επιχειρήσεων, τα οποία δεν εντάσσονται στον Αναπτυξιακό Νόμο για την ανάπτυξη του θαλάσσιου, καταδυτικού, χειμερινού, ορεινού, αναρριχητικού, γαστρονομικού, θρησκευτικού, πολιτιστικού, ιστορικού και αθλητικού τουρισμού, του οικολογικού τουρισμού και αγροτουρισμού, του τουρισμού περιπέτειας, τουρισμού πόλης, τουρισμού για άτομα προχωρημένης ηλικίας ή για άτομα με ειδικές ανάγκες κλπ.
2. Ενίσχυση επενδυτικών σχεδίων για την προώθηση του συνεδριακού

τουρισμού και του τουρισμού κινήτρων (CIVB) σε επιλεγμένες περιοχές με την κατάλληλη συνεδριακή υποδομή.

3. Ενίσχυση επενδυτικών σχεδίων για την συμπλήρωση / αναβάθμιση των υποδομών και των παρεχόμενων υπηρεσιών των μαρίνων και εν γένει τουριστικών λιμένων, την ανάπτυξη, εντός αυτών, καινοτόμων μέσων μεταφοράς (υδροπλάνων, θαλάσσιων ταξί κλπ.), την δημιουργία εξειδικευμένων ενημερωτικών οδηγών και την ανάπτυξη αθλητικών και πολιτιστικών δραστηριοτήτων που συνδέονται με την θάλασσα, τα τοπικά χαρακτηριστικά και την λειτουργία των μαρίνων.
4. Ενίσχυση επενδυτικών σχεδίων για την διάσωση, αποκατάσταση και τουριστική αξιοποίηση παραδοσιακών ή διατηρητέων παλαιών ξύλινων σκαφών, την επισκευή, ανακαίνιση, συντήρηση και τουριστική αξιοποίηση διατηρητέων, βιομηχανικών και βιοτεχνικών κτιρίων (ανεμόμυλοι, νερόμυλοι, ελαιοτριβεία, βυρσοδεψία, παλαιά ναυπηγεία κλπ), καθώς και την διατήρηση και τουριστική αξιοποίηση επιχειρήσεων εστίασης παραδοσιακής μορφής (παραδοσιακά καφενεία, παντοπωλεία κλπ).

► **Ειδικά προγράμματα ενίσχυσης επιχειρήσεων του τουριστικού τομέα:**

1. Εκσυγχρονισμός μικρών καταλυμάτων που δεν εντάσσονται στον Αναπτυξιακό Νόμο.
2. Ανάπτυξη δικτύων συνεργασίας μεταξύ τουριστικών επιχειρήσεων και μεταξύ αυτών και λοιπών επιχειρήσεων με στόχο την ανάπτυξη ανταγωνιστικών νέων υπηρεσιών, την δημιουργία οικονομιών κλίμακας και συνεργειών, την προώθηση της τεχνολογικής και οργανωτικής καινοτομίας, την διάχυση καλών πρακτικών, την διαχείριση της τουριστικής ανάπτυξης κλπ.
3. Ενίσχυση τουριστικών επιχειρήσεων για την εφαρμογή συστημάτων ολικής ποιότητας και για την απόκτηση – διατήρηση πιστοποιητικών ποιότητας.
4. Ενίσχυση επενδυτικών σχεδίων για την ανάπτυξη του ηλεκτρονικού «επιχειρείν», με στόχο την δημιουργία δικτύων συνεργασίας μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων και άλλων επιχειρήσεων για την διεύρυνση, την αναβάθμιση της ποιότητας και την μείωση του κόστους του τουριστικού προϊόντος.
5. Εφαρμογή προτύπων περιβαλλοντικής και ενεργειακής διαχείρισης των τουριστικών εγκαταστάσεων. Ενίσχυση επενδυτικών σχεδίων για την χρήση

από τουριστικές επιχειρήσεις εναλλακτικών και ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.

6. Ενίσχυση, εμπλουτισμός και επαναπροσδιορισμός του πλέγματος των παρεχόμενων τουριστικών προϊόντων. Ενθάρρυνση πρωτοβουλιών έρευνας και ανάπτυξης νέων καινοτομικών τουριστικών προϊόντων.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

1. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

- **Άξονας 1: Βελτίωση του Επιχειρηματικού Περιβάλλοντος**

Μέτρο 1.1 - Βιομηχανικές, τεχνολογικές & επιχειρηματικές_υποδομές

- 1.1.1: Έργα αναβάθμισης και παρεμβάσεις προστασίας του περιβάλλοντος σε επιλεγμένες υφιστάμενες βιομηχανικές περιοχές (ΒΙ.ΠΕ.) εθνικής εμβέλειας της Ε.Τ.Β.Α. ΒΙ.ΠΕ. Α.Ε.
- 1.1.2: Έργα επέκτασης, συμπλήρωσης και αναβάθμισης υφιστάμενων βιομηχανικών περιοχών (ΒΙ.ΠΕ.) εθνικής εμβέλειας, όπου δημιουργούνται ιδιωτικοί ή μικτοί φορείς διαχείρισης.
- 1.1.3: Έργα ανακαίνισης και επαναχρησιμοποίησης για βιομηχανική χρήση εγκαταλελειμμένων βιομηχανικών κτιρίων.
- 1.1.4: Δημιουργία νέων ΒΙ.ΠΕ. εθνικής εμβέλειας.
- 1.1.5: Ενίσχυση της υποδομής του ΕΛ.ΙΝ.Υ.Α.Ε.
- 1.1.6: Εξυγίανση του εδάφους του Τεχνολογικού Πάρκου Λαυρίου.
- 1.1.7: Μελέτη Προσανατολισμού».
- 1.1.8: Κατασκευή, προμήθεια πυροσβεστικού εξοπλισμού και λειτουργία Πυροσβεστικών Σταθμών σε επιλεγμένες υφιστάμενες βιομηχανικές περιοχές (ΒΙ.ΠΕ.) εθνικής εμβέλειας.
- 1.1.9: Δημιουργία Πρότυπης Μονάδας Εξειδικευμένων Μετρήσεων στο Εργασιακό Περιβάλλον από το ΕΚΕΦΕ-ΔΗΜΟΚΡΙΤΟΣ.

Μέτρο 1.2 - Εθνικό Σύστημα Ποιότητας

- 1.2.1: Τυποποίηση.
- 1.2.2: Πιστοποίηση.
- 1.2.3: Διαπίστευση.
- 1.2.4: Μετρολογία.

1.2.5: Εποπτεία / έλεγχος της αγοράς.

1.2.6: Νέες τεχνικές και εργαλεία διαχείρισης της ποιότητας.

1.2.7: Πληροφόρηση και ευαισθητοποίηση.

Μέτρο 1.3 - Απλοποίηση επιχειρηματικού περιβάλλοντος

1.3.1: Απλοποίηση των διοικητικών διαδικασιών ώστε να διευκολυνθούν οι επενδυτικές πρωτοβουλίες και να προωθηθεί γενικότερα η πραγματοποίηση έργων ΑΠΕ, ΣΗΘ και εξοικονόμησης ενέργειας.

1.3.2: Απλοποίηση του θεσμικού και κανονιστικού πλαισίου που διέπει σήμερα την αδειοδότηση επιχειρήσεων με την εκπόνηση και εφαρμογή εθνικού σχεδίου για την απλοποίηση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

1.3.3: Ανάπτυξη και λειτουργία Κέντρων Υποδοχής Επενδυτών (ΚΥΕ) σε κάθε νομό της χώρας, τα οποία θα λειτουργούν ως υπηρεσίες μίας στάσης (one stop shop) με αντικείμενο το συντονισμό όλων των δημόσιων υπηρεσιών που συμμετέχουν στις διαδικασίες σύστασης μιας νέας επιχείρησης και αδειοδότησης μιας επιχείρησης, ώστε να διευκολύνουν τον επενδυτή – επιχειρηματία.

1.3.4: Ανάπτυξη εξειδικευμένων εφαρμογών πληροφορικής.

1.3.5: Έργα του Γενικού Εμπορικού Μητρώου- Κεντρική Βάση.

Μέτρο 1.4 - Δομές υποστήριξης ΜΜΕ

1.4.1: Ανάπτυξη Δικτύου Δομών Στήριξης ΜΜΕ.

1.4.2: Εθνικό Παρατηρητήριο για τις ΜΜΕ.

1.4.3: Συμβούλιο Ανταγωνιστικότητας.

- [Άξονας 2: Στήριξη & Ενθάρρυνση της Επιχειρηματικότητας](#)

Μέτρο 2.1 - Ενίσχυση επενδύσεων σε συστήματα

**συμπαγωγής, ΑΠΕ και εξοικονόμησης
ενέργειας**

2.1.1: Ενημέρωση, υποστήριξη, προώθηση και διάδοση της συμπαγωγής, των ΑΠΕ και της εξοικονόμησης ενέργειας.

2.1.2: Επέκταση υποδομής τεχνικής υποστήριξης σε συμπαγωγή, ΑΠΕ και εξοικονόμηση ενέργειας.

2.1.3: Οικονομικά κίνητρα για την ενίσχυση μεμονωμένων ιδιωτικών ενεργειακών επενδύσεων.

2.1.4: Ενεργειακές επενδύσεις στο δημόσιο τομέα.

Μέτρο 2.2 - Αναβάθμιση καταλυμάτων & ενίσχυση μικρομεσαίων τουριστικών Επιχειρήσεων

2.2.1: Ποιοτικός εκσυγχρονισμός Ξενοδοχείων και κάμπινγκς Γ τάξης και άνω βάσει του Ν.2601/98.

2.2.2: Ποιοτικός εκσυγχρονισμός ξενοδοχείων, κάμπινγκς και ενοικιαζόμενων επιπλωμένων δωματίων και διαμερισμάτων, που δεν υπάγονται στον Ν.2601/98.

2.2.2: Επιχειρηματικά Σχέδια ΜΜΕ όλων των κλάδων.

Μέτρο 2.3 - Ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων ν.2601/98 Τομέα Μεταποίησης

2.3.1: Ενίσχυση Ιδιωτικών Επενδύσεων Ν. 2601/98 Τομέα Μεταποίησης.

Μέτρο 2.4 - Συνεχιζόμενες επενδύσεις αναπτυξιακού νόμου 2601/98

2.4.1: Ενίσχυση συνεχιζόμενων Επιχειρηματικών Σχεδίων του Ν.2234/94 και του Ν. 2601/98 (πρώην Άρθρο 23α του Ν.1892/90).

2.4.2: Ενίσχυση συνεχιζόμενων Ειδικών Επενδύσεων του Ν.2601/98 (πρώην άρθρο 23β του Ν.1892/90).

Μέτρο 2.5 - Τεχνολογικός & οργανωτικός εκσυγχρονισμός Επιχειρήσεων

2.5.1: Τεχνολογικός εκσυγχρονισμός επιχειρήσεων.

2.5.2: Οργανωτικός εκσυγχρονισμός ΜΜΕ.

Μέτρο 2.6 - Χρηματοπιστωτική υποστήριξη ΜΜΕ & ΠΜΕ

Μέτρο 2.7 - Ενίσχυση ανταγωνιστικότητας ΜΜΕ & ΠΜΕ

2.7.1: Επιχειρηματικά σχέδια ΜΜΕ.

2.7.2: Προώθηση της δικτύωσης των ΜΜΕ (Clustering).

Μέτρο 2.8 - Ενθάρρυνση επιχειρηματικότητας ομάδων πληθυσμού

2.8.1: Ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας των Νέων.

2.8.2: Ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας των Γυναικών.

2.8.3: Ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας Ατόμων με Ειδικές Ανάγκες.

Μέτρο 2.9 - Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στον τομέα του περιβάλλοντος

2.9.1: Βιομηχανική Πολιτική για Βιώσιμη Ανάπτυξη.

2.9.2: Ενίσχυση Περιβαλλοντικών Σχεδίων.

2.9.3: Ενίσχυση Περιβαλλοντικών Συνεργασιών.

2.9.4: Ενίσχυση της Δημιουργίας/Επέκτασης Μονάδων για τη Διαχείριση ή/και Αξιοποίηση Αποβλήτων.

2.9.5. Ενίσχυση ΜΜΕ για επενδύσεις Πρόληψης και Αντιμετώπισης Βιομηχανικών Ατυχημάτων Μεγάλης Έκτασης.

- **Άξονας 3: Προώθηση Επιχειρηματικής Αριστείας**

Μέτρο 3.1 - Προώθηση Επιχειρηματικής Αριστείας στον τομέα Ενέργειας

3.1.1: Εφαρμογή επιδεικτικών έργων καινοτόμων τεχνολογιών.

3.1.2: Προσδιορισμός αξιοπιστίας και απόδοσης ενεργειακού εξοπλισμού και ενεργειακών προϊόντων.

Μέτρο 3.2 - Προώθηση Επιχειρηματικής Αριστείας στις Μεταποιητικές & Τουριστικές Επιχειρήσεις

3.2.1: Οργάνωση & Λειτουργία Εθνικού Βραβείου Ποιότητας.

3.2.2: Ενίσχυση /επιβράβευση Επιχειρήσεων για την υιοθέτηση του Ευρωπαϊκού Μοντέλου Επιχειρηματικής Αριστείας ή του Εθνικού Βραβείου Ποιότητας ή για την ανάπτυξη Συστημάτων Επιχειρηματικής Αριστείας.

Μέτρο 3.3 - Προώθηση Επιχειρηματικής Αριστείας στην Τεχνολογική Έρευνα & Ανάπτυξη

3.3.1: Αριστεία σε Ερευνητικά Ινστιτούτα Γ.Γ.Ε.Τ.

3.3.2: Αριστεία σε Ιδρύματα Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης.

- **Άξονας 4: Τεχνολογική Καινοτομία & Έρευνα**

Μέτρο 4.1 - Υποστήριξη Ερευνητικών Μονάδων για την προτυποποίηση και την εμπορική

**εκμετάλλευση ερευνητικών αποτελεσμάτων.
Εντοπισμός & αξιοποίηση ερευνητικών
αποτελεσμάτων μ δημιουργία νέων επιχειρήσεων**

**Μέτρο 4.2 - Θερμοκοιτίδες νέων επιχειρήσεων έντασης
γνώσης επιστημονικών και τεχνολογικών
πάρκων και ερευνητικών κέντρων με την
συμμετοχή επιχειρήσεων.**

**Μέτρο 4.3 - Ενθάρρυνση της έρευνας, της μεταφοράς και
της διάδοσης τεχνολογίας στις επιχειρήσεις.
Υποστήριξη δραστηριοτήτων διεθνούς
επιστημονικής και τεχνολογικής συνεργασίας
και της μεταφοράς τεχνολογίας.**

**Μέτρο 4.4 - Ευαισθητοποίηση του κοινού στις νέες
τεχνολογίες. Υποστήριξη και διαμόρφωση
E&T πολιτικής. Διαχείριση E&T πληροφοριών**

**Μέτρο 4.5 - Κοινοπραξίες έρευνας και τεχνολογικής
ανάπτυξης σε τομείς εθνικής προτεραιότητας**

- **Άξονας 5: Διαφοροποίηση του Τουριστικού Προϊόντος – Προβολή της
Ελλάδας ως Τουριστικού Προορισμού**

**Μέτρο 5.1 - Ενίσχυση εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής
υποδομής - ΠΟΤΑ**

5.1.1: Ιδιωτικές επενδύσεις εγκαταστάσεων ειδικής τουριστικής
υποδομής για την ανάπτυξη θεματικού τουρισμού
(μαρίνες, συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ, κέντρα
θαλασσοθεραπείας, υδροθεραπευτήρια, χιονοδρομικά
κέντρα, κέντρα αθλητικού- προπονητικού τουρισμού
κ.α), που υλοποιούνται μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου.

5.1.2: Περιοχή Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (ΠΟΤΑ)
Μεσσηνίας: Πιλοτικό έργο διαφοροποίησης του ελληνικού
τουριστικού προϊόντος.

**Μέτρο 5.2 - Ολοκληρωμένες δράσεις εναλλακτικού
τουρισμού - Τουριστικά Αγκυροβόλια**

5.2.1: Δημιουργία δικτύων πολιτιστικών στοιχείων, διαδρομών
πολιτιστικού τουρισμού και εναλλακτικές μορφές

τουρισμού.

5.2.2: Παρεμβάσεις υποστήριξης επιχειρήσεων του Τουριστικού Τομέα για αξιοποίηση του πολιτιστικού αποθέματος.

5.2.3: Κατασκευή τουριστικών αγκυροβολίων.

5.2.4: Δράσεις για την ανάπτυξη του οικοτουρισμού.

Μέτρο 5.3 - Τουριστική προβολή - Μείωση εποχικότητας

5.3.1: Σχέδια τουριστικής προβολής του ΕΟΤ, που τελούν σε συνέργια με ανάλογα σχέδια του Ιδιωτικού Τομέα.

5.3.2: Σχέδια άμβλυνσης εποχικότητας με δράσεις προσέλκυσης ζήτησης εκτός τουριστικής περιόδου σε περιοχές της χώρας, οι οποίες διαθέτουν κατάλληλο τουριστικό προϊόν.

- **Άξονας 6 : Ασφάλεια Ενεργειακού Εφοδιασμού & Προώθηση Της Απελευθέρωσης της Αγοράς Ενέργειας**

Μέτρο 6.1 - Πρόσβαση σε εναλλακτικές πηγές τροφοδοσίας φυσικού αερίου

6.1.1: Σύνδεση του ελληνικού συστήματος μεταφοράς με το ιταλικό.

6.1.2: Σύνδεση του ελληνικού συστήματος με νέες πηγές τροφοδοσίας στην Ασία'

Μέτρο 6.2 - Ενίσχυση της ευελιξίας, ευστάθειας και αξιοπιστίας του συστήματος φυσικού αερίου

6.2.1: Η αναβάθμιση της παροχευτικής δυναμικότητας του σταθμού υγροποιημένου φυσικού αερίου της Ρεβυθούσας.

6.2.2: Η δημιουργία υπόγειας αποθήκης φυσικού αερίου στο πεδίο της Ν. Καβάλας.

6.2.3: Η εγκατάσταση σταθμών συμπίεσης στους αγωγούς υψηλής πίεσης.

6.2.4: Η προσαρμογή της λειτουργίας του συστήματος μεταφοράς και της παρακολούθησης του σε νέες τεχνολογικές απαιτήσεις.

Μέτρο 6.3 - Ειδικές ενεργειακές υποδομές για τα νησιά και για την προώθηση των ΑΠΕ

6.3.1: Υποβρύχιες διασυνδέσεις Υψηλής και Μέσης Τάσης.

6.3.2: Έργα προώθησης καινοτόμων λύσεων.

6.3.3: Έργα ενίσχυσης και επέκτασης του συστήματος μεταφοράς και έργα επέκτασης ή ενίσχυσης του δικτύου διανομής στα νησιά.

6.3.4: Έργα ενίσχυσης και επέκτασης του διασυνδεδεμένου συστήματος μεταφοράς και διανομής.

6.3.5: Ταυτοποίηση γεωθερμικού δυναμικού Λέσβου

Μέτρο 6.4 - Λειτουργία της απελευθερωμένης αγοράς ενέργειας

6.4.1: Έργα Διαχειριστή Ελληνικού Συστήματος Μεταφοράς Ηλεκτρικής Ενέργειας (ΔΕΣΜΗΕ).

6.4.2: Έργα Λογιστικού Διαχωρισμού και Αποκέντρωσης Λογιστικών και Οικονομικών Συστημάτων της ΔΕΗ στα πλαίσια της Οδηγίας 96/92.

6.4.3: Έργα Οργάνωσης και Λειτουργίας της Ρυθμιστικής Αρχής Ενέργειας (ΡΑΕ) και Έργα Προετοιμασίας για την απελευθέρωση της Αγοράς Φυσικού Αερίου.

Μέτρο 6.5 - Προώθηση της διείσδυσης συστημάτων ΑΠΕ στο ενεργειακό σύστημα της χώρας

- **Άξονας 7 : Ενέργεια & Αειφόρος Ανάπτυξη**

Μέτρο 7.1 - Διείσδυση φυσικού αερίου στον οικιακό και τριτογενή τομέα, σε νέους βιομηχανικούς καταναλωτές και στον τομέα των μεταφορών

7.1.1: Διείσδυση του φυσικού αερίου στον οικιακό και τριτογενή τομέα.

7.1.2: Επέκταση δικτύου σε νέους μεγάλους βιομηχανικούς καταναλωτές.

7.1.3: Διείσδυση του φυσικού αερίου στον τομέα των μεταφορών.

Μέτρο 7.2- Υποδομές ασφάλειας της αποθήκευσης και διακίνησης πετρελαιοειδών

7.2.1: Μεταφορά – υπογείωση εγκαταστάσεων αποθήκευσης καυσίμων.

7.2.2: Ενίσχυση της δημόσιας ασφάλειας στη διακίνηση πετρελαίου και των προϊόντων του.

Μέτρο 7.3 - Αξιοποίηση φυσικών πόρων και υποστήριξη τήρησης περιβαλλοντικών δεσμεύσεων

7.3.1: Μελέτες καταγραφής, αποτίμησης, τεχνολογικής – οικονομοτεχνικής αξιολόγησης & αξιοποίησης ορυκτών πρώτων υλών και γεωθερμικής ενέργειας.

7.3.2: Καταγραφή και αποτίμηση υδατικών πόρων.

7.3.3: Έργα υποδομής τεχνικής υποστήριξης Δράσεων 7.3.1 και 7.3.2.

7.3.4: Ανάπτυξη και Προώθηση νέων υλικών, νέων τεχνολογιών και νέων χρήσεων των ορυκτών πρώτων υλών.

7.3.5: Έργα και ενέργειες υποστήριξης της Υδατικής Πολιτικής.

7.3.6: Υποστήριξη τήρησης περιβαλλοντικών δεσμεύσεων.

- **Άξονας 8: Ανθρώπινοι Πόροι**

Μέτρο 8.1 - Εκπαίδευση και κατάρτιση στον τομέα του Τουρισμού

8.1.1: Σχέδιο Δράσης, μελέτες και έρευνες για την αναδιάρθρωση και αναβάθμιση της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης.

8.1.2: Ανάπτυξη δικτύων Εθνικών και Διεθνικών συνεργασιών.

8.1.3: Αναμόρφωση και εκσυγχρονισμός των προγραμμάτων σπουδών της τουριστικής εκπαίδευσης και κατάρτισης - Πιλοτικές εφαρμογές.

8.1.4: Διασύνδεση της εκπαίδευσης με την παραγωγή.

8.1.5: Προγράμματα κατάρτισης στα πλαίσια ολοκληρωμένων σχεδίων εξυπηρέτησης των στόχων της τουριστικής πολιτικής, όπως αναφέρονται στο ΕΠΑΝ.

8.1.6: Κατάρτιση εργαζομένων σε επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα.

8.1.7: Δράσεις Δημοσιότητας.

Μέτρο 8.2 - Ανθρώπινοι πόροι στην Βιομηχανία και την Ενέργεια

8.2.1: Ενισχύσεις επιχειρήσεων προκειμένου να καταρτίσουν το ανθρώπινο δυναμικό τους σε θέματα τεχνολογικού και

οργανωτικού εκσυγχρονισμό.

- 8.2.2:** Ενέργειες κατάρτισης - μεταφοράς τεχνογνωσίας που σχετίζονται με την εκκίνηση επιχειρηματικής δραστηριότητας του Μέτρου 2.8.
- 8.2.3:** Ενέργειες κατάρτισης του προσωπικού της ΓΓΒ, της ΓΓ Εμπορίου και εποπτευόμενων φορέων σε ειδικά θέματα αιχμής καθώς και του ανθρώπινου δυναμικού που θα στελεχωσει τους μηχανισμούς και τις δομές, που θα δραστηριοποιηθούν στο πλαίσιο των Μέτρων 1.2, 1.3 1.4 και 2.9 του Προγράμματος (π.χ. Έλεγχος Αγοράς, Κέντρα Υποδοχής Επενδυτών, Δομές Στήριξης ΜΜΕ).
- 8.2.4:** Ενέργειες κατάρτισης και μεταφοράς τεχνογνωσίας που αφορούν τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ & ΠΜΕ μέσω της αναβάθμισης του ανθρώπινου δυναμικού τους.
- 8.2.5:** Εκπαίδευση / υποστήριξη επιχειρήσεων για την εξοικείωση με το Διαδίκτυο και τα οφέλη που προκύπτουν από τη χρήση των υπηρεσιών του.
- 8.3.1:** Πρόγραμμα Ενίσχυσης Ερευνητικού Δυναμικού (ΠΕΝΕΔ).
- 8.3.2:** Τοποθέτηση Ερευνητικού Προσωπικού στις Επιχειρήσεις (ΗΡΩΝ).
- 8.3.3:** Ένταξη Ερευνητών από το Εξωτερικό (ΕΝΤΕΡ).
- 8.3.4:** Παρακολούθηση των κενών σε Ε & Τ της αγοράς εργασίας και εντοπισμός ελλείψεων σε Ε & Τ ειδικότητες.
- 8.3.5:** Εκπαίδευση στη διαχείριση της Έρευνας και Τεχνολογίας.
- 8.3.6:** Ειδικά Τεχνολογικά Ζητήματα.

• **Άξονας 9: Τεχνική Βοήθεια**

Μέτρο 9.1 - Τεχνική Βοήθεια ΕΤΠΑ

- 9.1.1:** Υποστήριξη της υλοποίησης του ΕΠΑΝ.
- 9.1.2:** Πληροφόρηση και Δημοσιότητα.
- 9.1.3:** Διαχείριση, λειτουργία, παρακολούθηση, έλεγχος.

Μέτρο 9.2 - Τεχνική Βοήθεια ΕΚΤ

- 9.2.1:** Υποστήριξη της υλοποίησης του Άξονα 8 – “Ανθρώπινοι Πόροι” του ΕΠΑΝ.

9.2.2: Πληροφόρηση και Δημοσιότητα.

9.2.3: Διαχείριση, λειτουργία, παρακολούθηση, έλεγχος.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

BIBLIA:

1. Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων, Π. Γ. Κυριαζοπουλος (Ph.D), Κ. Κ. Τερζιδης (Ph. D.) Αθήνα 2000, Σύγχρονη Εκδοτική.
2. Διοίκηση Μικρών και Μεσαίων Επιχειρήσεων, Ν. Sigorolis, Επιμέλεια Νίκος Γ. Ηγουμενακης, Περικλής Ν. Λύτρας, Εκδόσεις Παπαζηση.
3. Σύγχρονες Μορφές Διοίκησης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων, Π. Γ. Κυριαζοπουλος, Σύγχρονη Εκδοτική.
4. Εργασιακές Σχέσεις, Δρ. Ευάγγελου Φ. Θεοδωρατου, Εκδόσεις Αθ. Σταμουλη.
5. Εισαγωγή στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Roger Benett.
6. Οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στην Ελλάδα, Πτυχιακή.....
7. Management Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων, Κ. Ταπουνιδης, Κ. Παππης, Ι. Σικος.
8. Το Marketing στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, Καραλη Κωνσταντινα.
9. Τουριστική Ανάπτυξη αρχές, διαδικασίες και πολιτικές, William C. Gartner, Επιμέλεια Δρ. Γεώργιος Μ. Κορρες, Στυλιανός Κ. Δρακοπουλος, Εκδόσεις Έλλην.
10. Επιχειρηματικότητα και Διοίκηση Μικρών Επιχειρήσεων, Meyer Allen, Εκδόσεις Έλλην.

ΑΡΘΡΑ:

1. 11-12-2003, Άρθρο στον Ταχυδρόμο του Βουλευτή Αθηνών Κυριάκο Μητσοτάκη.
2. 10-09-2007, Άρθρο για τη πολιτική ανάπτυξη για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις του Μιχάλη Βεζυριαννιδης.
3. 08-09-2002, Άρθρο στο Βήμα της Κυριακής.
4. 06-03-2007, Άρθρο στην Αυριανή.
5. 06-01-2007, Άρθρο στην Ναυτεμπορικη.
6. 06-03-2007, Άρθρο στην Καθημερινή.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ:

1. Από το site του Εθνικού Μετσοβείου Πολυτεχνείου
2. Από το site του Εθνικού Κέντρου Τεκμηρίωσης, τμήμα Ερευνάς και Καινοτομίας
3. www.e-kepa.gr
4. www.traveldailynews.gr
5. www.disabled.gr
6. www.alpha-ekpedeftiki.gr
7. www.go-online.gr
8. www.agsm.gr/files/conclusions.doc
9. <http://el.wikipedia.org>
10. www.eommex.gr