

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

Συγκριτική Επισκόπηση: Ελλάδα, Άλλες Χώρες

Του κ. Νικήτα ΜΠΟΥΡΚΟΥΛΑ

Ι.1 Το θεσμικό περιβάλλον και η ανάπτυξη της Επιχειρηματικότητας

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

Με στοιχεία από την έρευνα του GEM (Global Entrepreneurship Monitor)² στον ενεργό ελληνικό πληθυσμό ηλικίας 18-64 ετών, προκύπτει ότι αν και σχεδόν το 16% του πληθυσμού (περίπου 1,1 εκατ. άτομα) σχετίζεται με κάποιον τύπου επιχειρηματική δραστηριοποίηση, συγκριτικά με τις υπόλοιπες Ευρωπαϊκές χώρες, παρουσιάζεται αυξημέ-

1. *Global Entrepreneurship Monitor (GEM) 2002 Summary Report, reynolds, Bygrave, Autio & Hay.*

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

νος βαθμός επιχειρηματικότητας που προκύπτει από ανάγκη. Οι νέες θέσεις εργασίας που δημιουργούνται, από τις νέες επιχειρήσεις, είναι σχετικά περιορισμένες και δύο στις τρεις από τις επιχειρήσεις αυτές, δραστηριοποιούνται στο τελικό στάδιο παραγωγής, που έχει ως πελάτη τον καταναλωτή, στάδιο το οποίο συνδέεται συνήθως με περιορισμένη καινοτομική δραστηριότητα. Επίσης, οι νέες ελληνικές ΜΜΕ αν και χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες στην παραγωγή τους, υπολείπονται δυναμισμού υπό την έννοια ότι δεν παράγουν νέα ή πρωτοποριακά προϊόντα και η παραγωγή τους απευθύνεται συνήθως σε αγορές που προϋπάρχει αυξημένος ανταγωνισμός. Τα νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα παρουσιάζονται μάλλον ως μικρά, αφού το κεφάλαιο των μισών από αυτά δεν υπερβαίνει τις 50 χιλιάδες ευρώ. Η μέση ηλικία του νέου επιχειρηματία είναι τα 38 έτη, το 54% του συνόλου των επιχειρηματιών είναι απόφοιτοι λυκείου και περίπου οι μισοί ανήκουν στο ανώτερο 1/3 της εισοδηματικής κλίμακας με μόνο ένα 14% να προέρχεται από το κατώτερο εισοδηματικό 1/3. Τέλος, ένα χαρακτηριστικό ζήτημα νοοτροπίας καταδεικνύει το γεγονός ότι, οι Έλληνες έρχονται πρώτοι στην έρευνα του GEM, σχετικά με την αίσθηση που έχουν περί ατομικής γνώσης και ικανότητας προκειμένου να αναπτύξουν μια επιχείρηση, αν και κατέχουν ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά στις προσδοκίες σχετικά με την ύπαρξη μελλοντικών επιχειρηματικών ευκαιριών, καθώς και το υψηλότερο ποσοστό αναστολής της έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας λόγω φόβου αποτυχίας.

I.2 Η ανταγωνιστικότητα -για την προώθηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας- στην ελληνική οικονομία

Η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, αν και αποτελεί αναγκαία συνθήκη για τη δημιουργία ΜΜΕ, δεν εξασφαλίζει από μόνη της την ικανότητα για ανάπτυξη υγιών επιχειρήσεων, που προωθούνται από -και προωθούν ένα- εθνικό ανταγωνιστικό περιβάλλον. Έτσι, σε μια παράλληλη θεώρηση, πρέπει να εξεταστούν, από τη μία, τα σημεία εκείνα του θεσμικού-οικονομικού περιβάλλοντος που συνδέονται άμεσα -και αποτελούν πλαίσιο δημιουργίας ανταγωνιστικών επιχειρήσεων και να εντοπιστούν από την άλλη, οι πλευρές αυτές της επιχειρηματικής δραστηριότητας που με την ενίσχυσή τους, ενισχύεται η ευρύτερη δυναμική και ανταγωνιστικότητα του θεσμικού-οικονομικού περιβάλλοντος.

Σε αυτό το πλαίσιο, θα εξεταστούν τα δυνατά και αδύνατα σημεία της ελληνικής οικονομίας και των επιχειρήσεών της, σε ποιοτική και ποσοστική διάσταση και σε πεδία όπως: μακροοικονομικό περιβάλλον, λειτουργία κρατικού μηχανισμού, (διαφθορά, γραφειοκρατία...), σταθερότητα θεσμικού περιβάλλοντος, φορολογικό καθεστώς, υποδομές, παιδεία, λειτουργία επιχείρησης, τεχνολογία-καινοτομία, τόσο σε απόλυτα μεγέθη όσο και σε σύγκριση με άλλες χώρες του κόσμου.³

Ως θετικά σημεία παρουσιάζονται: το ασφαλές εκδημοκρατισμένο θεσμικό περιβάλλον⁴ στο οποίο μπορεί να ενταχθεί η πολιτική σταθερότητα, η ασφάλεια στις συναλλαγές και η ασφάλεια έναντι του οργανωμένου εγκλήματος,⁵ η μεταβολή στο φορολογικό κα-

3. Τα στοιχεία καιάταξης αποτελούν στοιχεία του «World Economic Forum» για τα έτη 2005-2006 και μέρος του πρωτογενούς υλικού έχει ληφθεί από την έρευνα «doing business 2008» της World Bank.

4. Υπό τη στενή του όρου έννοια.

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

θεστώ - μείωση συντελεστή φορολόγησης κερδών από 40% σε 25%,⁶ οι υποδομές στις οποίες εντάσσονται τα τηλεπικοινωνιακά δίκτυα, το δίκτυο ηλεκτροδότησης, η επέκταση των μέσων σταθερής τροχιάς, οι καλές επιδόσεις της χώρας ως προς τη βασική εκπαίδευση και υγεία, η σταδιακή μεταβολή στο καθεστώς κάλυψης υψηλών διοικητικών θέσεων - με μη αξιολογικά κριτήρια - που έχει αποτελέσει μελανό σημείο για το ελληνικό διοικητικό σύστημα... και τέλος οι καλές επιδόσεις των ελληνικών επιχειρήσεων στον τομέα του μάρκετινγκ και της εξυπηρέτησης πελατών.

Τα αρνητικά σημεία εντοπίζονται: στο μακροοικονομικό περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από το υψηλό χρέος, το οποίο ξεπερνά το ετήσιο εισόδημα της χώρας, στη λειτουργία του κρατικού μηχανισμού, που παρεμποδίζεται από τον υψηλό βαθμό γραφειοκρατίας⁷ και διαφθοράς, στην πολυνομία, όπου η χώρα έχει «...αναγάγει σε κανόνα τη συνεχή, και ενίοτε άνευ αποχρώντος λόγου, μεταβολή της περί τις επενδύσεις νομοθεσίας... το διάστημα π.χ. 1975-1993 ετέθησαν σε ισχύ 2.178 Νόμοι, εξεδόθησαν 14.248 Προεδρικά Διατάγματα και 17.638 Υπουργικές Αποφάσεις ποικίλου περιεχομένου!»,⁸ στην περιορισμένη διασύνδεση και δικτύωση των επιχειρήσεων με αποτέλεσμα να μην επιτυγχάνονται οικονομίες γεωγραφικής συγκέντρωσης,⁹ στην απουσία τεχνολογικής ετοιμότητας - έρευνας και καινοτομίας¹⁰ - που καθιστά τη χώρα αδύναμη στα πλαίσια του διαθνούς καινοτομικού ανταγωνισμού.

II. ΕΙΔΙΚΑ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΣΥΣΤΑΣΗΣ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΜΜΕ

II.1.α. Μορφές ΜΜΕ και διαδικασία σύστασης¹¹

Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζονται τα βήματα και οι διαδικασίες σύστασης ΜΜΕ, στις διάφορες νομικές μορφές που υπάρχουν στο ελληνικό θεσμικό περιβάλλον (ΟΕ, ΕΕ, ΕΠΕ, ΑΕ), που μεταξύ άλλων είναι:

- Επιλογή τόπου εγκατάστασης
- Έγκριση Επωνυμίας/Επιμελητήριο
- Ασφαλιστικός Φορέας
- Καταστατικό (ΕΠΕ, ΑΕ παρουσία δικηγόρου και σε Συμβολαιογράφο) ή ιδιωτικό συμφωνητικό (ΟΕ, ΕΕ)
- ΔΟΥ-Φόρος Συγκέντρωσης Κεφαλαίου, 1% του μετοχικού κεφαλαίου
- Ταμείο Νομικών και Ταμεία Προνοίας Δικηγόρων 1,5%
- Πρωτοδικείο έδρας/Νομαρχία (για μητρώο ΑΕ)
- Ανακοίνωση στην εφημερίδα της κυβερνήσεως (ΕΠΕ, ΑΕ)
- Εγγραφή στο οικείο επιμελητήριο
- ΔΟΥ-Έναρξη Εργασιών, Θέωση Βιβλίων και Στοιχείων.

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

7. Βλέπε κεφάλαιο σύστασης επιχειρήσεων.

8. Κ. ΓΕ. ΑΘΑΝΑΣΟΠΟΥΛΟΣ, 2004, «Θεσμικό Πλαίσιο Περιφερειακής Ανάπτυξης», σελ. 8-9.

9. Οι διασυνδέσεις επιχειρήσεων μέσω Clustering ενισχύουν την ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ/Principles for Promoting clusters & networks of SMEs//John Humphrey & Hubert Schmitz.

10. Στοιχεία OECD, 2004.

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

Επιπλέον απαιτούνται πληθώρα διαδικασιών για την έκδοση αδειών που διαφοροποιούνται ανά περίπτωση.

Π.1.β. Σύγκριση μεταξύ χωρών για το κόστος και τις διαδικασίες σύστασης ΜΜΕ¹²

Σε μια συγκριτική θεώρηση για το κόστος και τις διαδικασίες σύστασης μιας τυπικής ΕΠΕ, που διενεργήθηκε από τη Διεθνή τράπεζα, μεταξύ 178 χωρών, η Ελλάδα κατατάσσεται στην 152η θέση, ενώ πρώτη στην κατάταξη βρίσκεται η Αυστραλία. Έτσι, στην Ελλάδα για τη σύσταση της παραπάνω μορφής εταιρίας σήμερα, θα χρειαστεί να διεκπεραιωθούν 15 διαδικασίες σε διάστημα περίπου 38 ημερών με κόστος περίπου 3.700 € (23,3% του κατακεφ. ΑΕΠ) και ελάχιστο κεφάλαιο 18.000 € (104,1% κατακεφ. ΑΕΠ), ενώ αντίστοιχα στην Αυστραλία χρειάζονται μόνο 2 διαδικασίες οι οποίες θα διεκπεραιωθούν σε 2 μέρες με μηδενικό διοικητικό κόστος και μηδενικό καταβλητέο κεφάλαιο.

Π.2.α. Ευρωπαϊκά Προγράμματα για την ενίσχυση των ΜΜΕ

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

Έτσι, εδώ διακρίνονται οι διάφορες κατηγορίες ενίσχυσης οι οποίες, σε συνδυασμό πάντα με την προσπάθεια της ένωσης για περιφερειακή σύγκλιση, προωθούν είτε με άμεσο είτε με έμμεσο τρόπο τη δράση των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ.¹³

- Άμεση Χρηματοδότηση σε πεδία (2007-2013): Περιβάλλον, Ενέργεια, Μεταφορές (Life+, Marco Polo II), Έρευνα και Καινοτομία (7ο ΠΠ για την Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη, eContentplus, eTEN), Εκπαίδευση και Κατάρτιση (Leonardo da Vinci)

- Διαρθρωτικά ταμεία (2007-2013): ΕΤΠΑ, ΕΚΤ, ΕΓΤΠΕ, ΧΜΠΑ - Σύγκλιση, Περιφερειακή ανταγωνιστικότητα και απασχόληση, Ευρωπαϊκή εδαφική συνεργασία (πρωτοβουλίες: InterregIII, UrbanII, Equal, Leader+)

Π.2.β. Εθνικά προγράμματα στήριξης ΜΜΕ - Υπουργείο Ανάπτυξης

Το Υπουργείο Ανάπτυξης με στόχο την προώθηση της ανάπτυξης ανταγωνιστικών ελληνικών ΜΜΕ στο διεθνές ανταγωνιστικό περιβάλλον, σε άμεση σχέση και συνάφεια με τα προγράμματα της ΕΕ - από πλευράς στοχοθέτησης αλλά και χρηματοδότησης- υποστηρίζει μία σειρά προγραμμάτων που η δράση τους επεκτείνεται, εκτός από την άμεση στήριξη των ΜΜΕ, στη γενικότερη βελτίωση του θεσμικού περιβάλλοντος, τόσο για τη διευκόλυνση της δράσης των ΜΜΕ όσο και για τη γενικότερη αναβάθμιση της ποιότητας ζωής του πολίτη.¹⁴

- Κοινωνία της Πληροφορίας:¹⁵ προώθηση του ηλεκτρονικού επιχειρείν, της έρευνας και της κατάρτισης στις νέες τεχνολογίες, της προώθησης της τηλεαπασχόλησης και τηλεκατάρτισης, της αξιοποίησης των ΤΠΕ από τις ΜΜΕ.

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

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

14. Υπουργείο Ανάπτυξης: <http://www.ypan.gr>

15. Κοινωνία της Πληροφορίας: www.infosoc.gr

- Δικτυωθείτε:¹⁶ υποπρόγραμμα του ΕΠ ΚτΠ ενίσχυσης/επιχορήγησης των ΜΜΕ για την απόκτηση σύγχρονης υποδομής και σύνδεσης με το διαδίκτυο, τη δημιουργία εταιρικής παρουσίας στο διαδίκτυο, ηλεκτρονικού εμπορίου και συμμετοχής σε «MarketPlace» των ΜΜΕ όλης της Ελληνικής Επικράτειας.

- «Ανταγωνιστικότητα»:¹⁷ βελτίωση επιχειρηματικού περιβάλλοντος, στήριξη και ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας, επιχειρηματική αριστεία, τεχνολογική καινοτομία και έρευνα, τουρισμός, ενέργεια, ανθρωπίνι πόροι.

II.2.γ. Έρευνα της GPO για την ένταξη των ΜΜΕ στα προγράμματα του υπουργείου ανάπτυξης και της Ευρωπαϊκής Ένωσης¹⁸

Σε έρευνα που διεξήχθη από την εταιρία GPO το Δεκέμβριο του 2005 σε 600 ελληνικές ΜΜΕ σε όλη την Ελλάδα για το βαθμό γνώσης και διείσδυσης στα εθνικά και ευρωπαϊκά προγράμματα προέκυψε ότι: κατά 82,5% οι ελληνικές ΜΜΕ δεν εντάσσονται σε κάποιο από τα προγράμματα του Υπουργείου Ανάπτυξης, παρόλο που κατά 62,8 υπάρχει επιθυμία ένταξης. Υπάρχει άγνοια κατά 60,3% των διαδικασιών που ακολουθούνται, ενώ σε ειδική ερώτηση σχετική με την ενημέρωση των επιχειρηματιών για το ΕΠ «Ανταγωνιστικότητα» η απάντηση «λίγο έως καθόλου» καταλαμβάνει το 76,5% των απαντήσεων (και 82,9% σε αντίστοιχη έρευνα της κοινής γνώμης). Τέλος, η ενημέρωση των επιχειρηματιών για τα προγράμματα της Ε.Ε. είναι λίγη έως καθόλου σε ποσοστό 80,8%.

II.3.α. Τραπεζική Χρηματοδότηση ΜΜΕ

Τα 3/4 των αναγκών για χρηματοδότηση των ελληνικών ΜΜΕ καλύπτονται από ίδιους πόρους, γεγονός που συνδέεται αμφίδρομα με την περιορισμένη διασύνδεση με την τραπεζική χρηματοδότηση και έως ένα βαθμό με το χαμηλό δυναμισμό των ελληνικών ΜΜΕ. Μόνο το 20% των ελληνικών ΜΜΕ έχει αναπτύξει (με στοιχεία του 2004) σταθερή συνεργασία με τον τραπεζικό τομέα έναντι του 40% περίπου των αντιστοίχων Ευρωπαϊκών.¹⁹ Εδώ μπορούμε να διακρίνουμε τις δύο ακραίες κατηγορίες περιπτώσεων: από τη μία αυτή όπου υπάρχει πρόθεση από πλευράς ΜΜΕ για πρόσβαση σε τραπεζικό δανεισμό, αλλά δεν πληρούνται οι προϋποθέσεις και η επιχείρηση δε φέρει τις εγγυήσεις που απαιτεί η τράπεζα - για την Ελλάδα του 2004 εκτιμήθηκε ότι 550.000 περίπου επιχειρήσεις ανήκουν σε αυτή την κατηγορία²⁰ - και από την άλλη επιχειρήσεις που πληρούν τις προϋποθέσεις και οι τράπεζες θα επιθυμούσαν δυνητικά να συνεργαστούν μαζί τους, αλλά δεν υπάρχει πρόθεση - ακόμα και σε περιόδους χαμηλών επιτοκίων όπως αυτή της έρευνας (2004) - από πλευράς επιχείρησης.²¹

Στην πρώτη περίπτωση εντοπίζονται, εκτός του χαμηλού δυναμισμού των εν λόγω επιχειρήσεων, και η κακή διοικητική καθώς και χρηματοοικονομική τους οργάνωση, που ελλείπει εγγυήσεων, αυξάνει την επισφάλειά τους ως πελάτες των τραπεζών. Αυτό οδηγεί σε ορισμένες περιπτώσεις στη σύναψη προσωπικών/καταναλωτικών δανείων, από

16. Δικτυωθείτε: www.go-online.gr

17. Ανταγωνιστικότητα: www.antagonistikotita.gr

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

19. EOMMEX: www.eommex.gr

20. Ευρωβαρόμετρο.

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

τον ιδιοκτήτη της επιχείρησης, με υψηλότερα επιτόκια και δυσμενέστερους όρους τα οποία αυξάνουν τελικά την επισφάλεια του μέλλοντος. Στη δεύτερη περίπτωση, εκτός ζητημάτων παιδείας και νοοτροπίας²² εντοπίζεται και ένα ζήτημα κόστους του δανεισμού. Οι ελληνικές τράπεζες φαίνονται να δανείζουν με περιθώριο επιτοκίου (spread) κατά μία με μιάμιση μονάδα πάνω από τη μέση Ευρωπαϊκή. Έτσι για το 2006 αν και σε χαμηλότερα επίπεδα σε σχέση με σήμερα το μέσο κόστος χρηματοδότησης ανερχόταν για τις ελληνικές ΜΜΕ στο 5-6% έναντι 4% του αντίστοιχου μέσου Ευρωπαϊκού. Για το 2008 τα αντίστοιχα μεγέθη βρίσκονται περίπου 1,5-2 μονάδες πάνω.²³

II.3.β Η αξιολόγηση των ΜΜΕ από τις τράπεζες²⁴

Η σύγχρονη πραγματικότητα σχετικά με την κεφαλαιακή επάρκεια των τραπεζών και η έμφαση στη διαχείριση των πιστωτικών κινδύνων που προωθήθηκε από τη «Βασιλεία II»,²⁵ και εφαρμόζεται ήδη από τον Ιανουάριο του 2007 σε όλες τις Ευρωπαϊκές τράπεζες, εξαρτά το ύψος των αποθεματικών των τραπεζών όχι μόνο από το ύψος των δανείων αλλά και από τον κίνδυνο ανά περίπτωση. Έτσι οι τράπεζες, προς μία διαφοροποιημένη διαχείριση κινδύνων, αξιολογούν πλέον μεμονωμένα κάθε συμφωνία πίστωσης και μεταβάλλουν -στις περιπτώσεις έγκρισης πίστωσης- το κόστος δανεισμού ανά περίπτωση, με αντίστοιχες προεκτάσεις στις ΜΜΕ οι οποίες από την πλευρά τους αντιμετωπίζουν ένα διαφοροποιημένο επιτόκιο.

III. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ

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

Σε αυτό το πλαίσιο εξετάζονται διάφορες πτυχές της ελληνικής εκπαιδευτικής διαδικασίας και αντιπαρατίθενται με αντίστοιχες Ευρωπαϊκές.²⁶ Το ελληνικό σύστημα διδασκαλίας παρουσιάζεται ως δασκαλοκεντρικό. Ο μαθητής είναι κατά βάση παθητικός ακροατής των όσων έχει να πει ο καθηγητής με πολύ περιορισμένη συμμετοχή, τόσο στο αντικείμενο της γνώσης, όσο και στον τρόπο κατάκτησής της. Επιπρόσθετα, το εθνικό πρόγραμμα σπουδών δεν περιλαμβάνει στους στόχους του την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Η επιχειρηματικότητα δεν διδάσκεται ούτε ως ειδικό μάθημα, αλλά και οι επιμέρους διαστάσεις της μάλλον προσεγγίζονται «επιδερμικά» μέσω κάποιων μαθημάτων

22. Ο Έλληνας πιο εύκολα δανείζεται για να αγοράσει σπίτι, να κατανalώσει και πολλές φορές να στοιχηματίσει ή να αγοράσει μετοχές σε περιόδους άνθισης...

23. Στοιχεία βάσης δεδομένων εφημερίδας «Η Ναυτεμπορική» www.naftemporiki.gr

24. Συλλογή δεδομένων: European Commission: <http://europa.eu.int>

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

26. Ευρωπαϊκή Επιτροπή/Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων/«Εκπαίδευση στην Επιχειρηματικότητα»/τελική έκθεση ομάδας εμπειρογνομόνων.

Χρυσούλα ΤΟΠΗ-ΛΑΔΙΑ

ΜΕΤΣΟΒΙΤΙΚΑ ΑΝΑΛΕΚΤΑ

Ανάλαφρες Μνήμες

Εκδόσεις ΠΑΠΑΖΗΣΗ
ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ
Χ.Α. ΛΑΔΙΑ

Αθήναι, 2006

ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΑΘ. ΣΤΕΡΓΙΟΥΛΗΣ

Αστυνόμος Α',
Διδάκτωρ Κοινωνιολογίας
Υπεύθυνος Δημοσίων Σχέσεων
της EUROPOL

Η ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΣΤΥΝΟΜΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ EUROPOL

NΟΜΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ
Αθήναι, 2003

(κατά βάση οικονομικών). Έτσι δεν υπάρχει η θεσμική βάση που θα επιτρέψει και θα υποστηρίξει τη διεξαγωγή συγκεκριμένων προγραμμάτων ή εφαρμογών προώθησης της επιχειρηματικότητας. Από εκεί και πέρα, η καλλιέργεια των όποιων συνθετικών μερών/δεξιοτήτων επιχειρηματικότητας επαφίεται στη διακριτική ευχέρεια των εκπαιδευτικών στους οποίους βέβαια δεν παρέχονται ούτε κίνητρα αλλά ούτε και ειδική κατάρτιση.

Ακολουθεί η παράθεση εκπαιδευτικών προγραμμάτων και πρωτοβουλιών άλλων Ευρωπαϊκών κρατών, στα πλαίσια της διαδικασίας «best»,²⁷ όπου μεταξύ άλλων περιλαμβάνονται: προγράμματα επιβράβευσης καινοτομιών από εφευρέτες της α' βάθμιας εκπαίδευσης,²⁸ προγράμματα μετάβασης μεταξύ εκπαιδευτικών βαθμίδων, τα οποία προσεγγίζουν την εκμάθηση μέσω της δράσης, ενισχύουν την αυτοκατευθυνόμενη μάθηση και ορίζουν σημεία διασύνδεσης της εκπαίδευσης με την επαγγελματική αποκατάσταση,²⁹ παρατηρητήρια και επιτροπές πρακτικών διδασκαλίας της επιχειρηματικότητας,³⁰ Επιχειρήσεις Μαθητών - συμπράξεις σχολείων και επιχειρήσεων, μαθήματα επιχειρηματικότητας, μονοετή προγράμματα επιχειρηματικότητας για προπτυχιακούς φοιτητές, στήριξη στους εκπαιδευτικούς και παροχή του απαραίτητου εκπαιδευτικού υλικού.³¹

27. Ευρωπαϊκή Επιτροπή/Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας/πρόγραμμα διαδικασίας best: «Μίνι εταιρίες Μαθητών στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση/Εκθεση ομάδας εμπειρογνομόνων».

28. «Young inventor competition» στην Ισλανδία.

29. «Transition Year Programme», «Leaving certificate vocational Programme», «Leaving Certificate Applied», στην Ιρλανδία.

30. Στη Γαλλία, τις Κάτω Χώρες και τη Φινλανδία.

31. Στη Νορβηγία και τη Σκωτία «Young Enterprises».

Cultural themes

Art Academy
in Greece

By Mrs. **Ev.-M. ATHANASSOPOULOU**

A few days ago Minister of Culture, announced in Athens the foundation of Greek Art Academy.

The Academy will be legal person of private law, it will be under the exclusive surveillance of Ministry of Culture and its scope will be the development of dramatics, dance, music, cinematography and audiovisual arts.

The Academy will be under the roof of Olympic habitation at Ano Liosia and it will provide study certificate to graduates who attended three years' long program, seminar testimonials, etc. Certificates will be equivalent to diplomas provided by Schools of Higher Art Education.

Seven-member administrative board, of three years' term, which will be appointed by each – time Minister of Culture, will administrate Academy of Arts.

The Academy will decide for heritage acceptance. Also, it will approve study programs, activity planning, etc.

Academy's incomings will come from national budget, donations, incomings from community programs, etc. Each year, it will accept 120 students, 30 at each department, according to standards defined by School's Regulation.

Students must have Senior High School Certificate and they will not enter the Scholl, under the national general examination system for Higher Education.

