



Ενημερωτικό σημείωμα (531η σύνοδος ολομέλειας)

Γνωμοδότηση της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής με θέμα *Πρόωθηση των ΜΜΕ στην Ευρώπη με ειδική έμφαση σε μια οριζόντια νομοθετική προσέγγιση για τις ΜΜΕ και στο σεβασμό της αρχής «Σκέψου πρώτα σε μικρή κλίμακα» της SBA – Διερευνητική γνωμοδότηση κατόπιν αιτήματος της Βουλγαρικής Προεδρίας*

ΓΝΩΜΟΔΟΤΗΣΗ: EESC-2017-04540-00-00-AS-TRA

1. Περιεχόμενο του αιτήματος για την κατάρτιση διερευνητικής γνωμοδότησης

Το θέμα της διερευνητικής γνωμοδότησης που ζητήθηκε από την επερχόμενη Βουλγαρική Προεδρία του Συμβουλίου της ΕΕ είναι το εξής: *Πρόωθηση των ΜΜΕ στην Ευρώπη με ιδιαίτερη έμφαση σε μια οριζόντια νομοθετική προσέγγιση για τις ΜΜΕ και στο σεβασμό της αρχής «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις» της πρωτοβουλίας «Small Business Act» (SBA).*

2. Κύρια σημεία της γνωμοδότησης

Η ΕΟΚΕ:

- τονίζει ότι οι ΜΜΕ απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή και καλεί την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να καταστήσει νομικά δεσμευτική την Small Business Act (SBA) και τις αρχές της·
- καλεί την Επιτροπή και το Συμβούλιο να συμπεριλάβουν την εφαρμογή της SBA ως μόνιμη διαδικασία ελέγχου στο Εξάμηνο και στην Ετήσια Επισκόπηση της Ανάπτυξης, σε στενή συνεργασία με τις αντιπροσωπευτικές οργανώσεις των ΜΜΕ·
- ζητεί μια συνεκτική, συνεπή και αποτελεσματική οριζόντια ευρωπαϊκή πολιτική για τις ΜΜΕ, η οποία να λαμβάνει επίσης υπόψη τις ανάγκες όλων των διαφορετικών υποομάδων ΜΜΕ, π.χ. των επιχειρήσεων που δημιουργούν αξία, των πολύ μικρών, μικρών, οικογενειακών και παραδοσιακών επιχειρήσεων, καθώς και εκείνων που δραστηριοποιούνται σε απομακρυσμένες περιοχές, των αυτοαπασχολούμενων και των βιοτεχνών· θεωρεί δε εξαιρετικά σημαντική την απόκτηση ορισμού για καθεμία εξ αυτών·
- συνιστά στις εκ περιτροπής Προεδρίες του Συμβουλίου της ΕΕ (Βουλγαρία, Αυστρία και Ρουμανία) να δημιουργήσουν και να διασφαλίσουν τη λειτουργία μιας μόνιμης διοργανικής «συμβουλευτικής ομάδας για τις ΜΜΕ» από κοινού με τις αντιπροσωπευτικές οργανώσεις των ΜΜΕ.



Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή

INT/832

MME «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις»

ΓΝΩΜΟΔΟΤΗΣΗ

Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή

**Πρόθεση των MME στην Ευρώπη με ιδιαίτερη έμφαση σε μια οριζόντια νομοθετική προσέγγιση για τις MME και στον σεβασμό της αρχής «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις» της πρωτοβουλίας «Small Business Act» (SBA)
(Διερευνητική γνωμοδότηση)**

Εισηγήτρια: **Milena ANGELOVA**
Συνεισηγητής: **Παναγιώτης ΓΚΟΦΑΣ**

Αίτηση γνωμοδότησης
Νομική βάση

Βουλγαρική Προεδρία του Συμβουλίου, 05/09/2017
Άρθρο 304 της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Αρμόδιο τμήμα
Υιοθέτηση από το τμήμα
Υιοθέτηση από την Ολομέλεια
Σύνοδος ολομέλειας αριθ.
Αποτέλεσμα της ψηφοφορίας
(υπέρ / κατά / αποχές)

«Ενιαία αγορά, παραγωγή και κατανάλωση»
18/12/2017
17/01/2018
531
241/5/8

3. Συμπεράσματα και συστάσεις

- 3.1 Η Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή (ΕΟΚΕ) τονίζει ότι οι ΜΜΕ χρήζουν ιδιαίτερης προσοχής¹ και καλεί την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να καταστήσει νομικά δεσμευτική την Small Business Act (SBA) και τις αρχές της. Η απόφαση αυτή πρέπει να συνοδεύεται από ταχείες, προσεκτικά σχεδιασμένες και συντονισμένες κοινές δράσεις της ΕΕ, των κρατών μελών —μεταξύ άλλων σε περιφερειακό και σε τοπικό επίπεδο— και των επιχειρηματικών ενώσεων, με στόχο τη βελτίωση της κατάστασης των ΜΜΕ σε πραγματικούς όρους. Όλοι οι φορείς πρέπει να δεσμευτούν για την εφαρμογή των όσων έχουν συμφωνήσει από κοινού και να αναλάβουν τις ευθύνες τους στο πλαίσιο της κοινωνικής ανάπτυξης και της οικονομικής προόδου.
- 3.2 Απαιτείται ευρύτερη συμμετοχή των κοινωνικών εταίρων και των αντιπροσωπευτικών οργανώσεων των ΜΜΕ στο Ευρωπαϊκό Εξάμηνο, συμπεριλαμβανομένης της συνεπούς υποβολής εκθέσεων και της παρακολούθησης της εφαρμογής και των αποτελεσμάτων των συμφωνιών εταιρικής σχέσης των κρατών μελών. Η ΕΟΚΕ καλεί την Επιτροπή και το Συμβούλιο να συμπεριλάβουν την εφαρμογή της SBA ως μόνιμη διαδικασία ελέγχου στο Εξάμηνο και στην Ετήσια Επισκόπηση της Ανάπτυξης, σε στενή συνεργασία με τις αντιπροσωπευτικές οργανώσεις των ΜΜΕ.
- 3.3 Η ΕΟΚΕ ζητεί μια συνεκτική, συνεπή και αποτελεσματική οριζόντια ευρωπαϊκή πολιτική για τις ΜΜΕ, η οποία να λαμβάνει επίσης υπόψη τις ανάγκες όλων των διαφορετικών υποομάδων ΜΜΕ, π.χ. των επιχειρήσεων που δημιουργούν αξία, των πολύ μικρών, μικρών, οικογενειακών και παραδοσιακών επιχειρήσεων, καθώς και εκείνων που δραστηριοποιούνται σε απομακρυσμένες περιοχές, των αυτοαπασχολούμενων και των βιοτεχνών· θεωρεί δε εξαιρετικά σημαντική την απόκτηση ορισμού για καθεμία εξ αυτών². Πρέπει να διασφαλίζεται αποτελεσματικά η ελευθερία άσκησης επιχειρηματικών δραστηριοτήτων με βάση μορφές της οικονομικής δημοκρατίας που είναι εγγενείς στο κοινωνικό και εμπορικό πρότυπο της ΕΕ - όπως αναγνωρίζεται στον Χάρτη των Θεμελιωδών Δικαιωμάτων- και να ενισχύονται το επιχειρηματικό πνεύμα, ο πολιτισμός και η εκπαίδευση στην Ευρώπη.
- 3.4 Η ΕΟΚΕ συνιστά στις εκ περιτροπής Προεδρίες του Συμβουλίου της ΕΕ (Βουλγαρία, Αυστρία και Ρουμανία) να καθιερώσουν και να διασφαλίσουν τη λειτουργία μιας μόνιμης διοργανικής «συμβουλευτικής ομάδας για τις ΜΜΕ» από κοινού με τις αντιπροσωπευτικές οργανώσεις των ΜΜΕ. Η ομάδα αυτή θα πρέπει να ξεκινήσει τις εργασίες της με την παρακολούθηση και την υποβολή εκθέσεων σχετικά με ειδικά σχέδια εργασίας για την περίοδο 2014-2020 τα οποία αφορούν οριζόντιες και διατομεακές πολιτικές και προγράμματα για τις ΜΜΕ.
- 3.5 Η ΕΟΚΕ υπογραμμίζει την ανάγκη ταχείας υλοποίησης των συγκεκριμένων προτάσεων που διατυπώνονται στο παρόν έγγραφο και καλεί την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο (ΕΚ) και το Συμβούλιο να λάβουν άμεσα μέτρα για τον σκοπό αυτό.

¹ Ειδικά τώρα, 35 χρόνια μετά την έγκριση από το ΕΚ του «Ευρωπαϊκού Έτους των Βιοτεχνιών», 25 χρόνια μετά την έναρξη της εσωτερικής αγοράς και 15 χρόνια μετά την εισαγωγή του ευρώ.

² [EE C 318 της 23.12.2009, σ. 22](#) και [EE C 226 της 16.7.2014, σ. 10](#).

4. Πλαίσιο και σημερινή κατάσταση

- 4.1 Τον Σεπτέμβριο του 2017, η προσεχής Βουλγαρική Προεδρία του Συμβουλίου της ΕΕ ζήτησε την κατάρτιση διερευνητικής γνωμοδότησης για την προώθηση των ΜΜΕ στην Ευρώπη, με ιδιαίτερη έμφαση σε μια οριζόντια νομοθετική προσέγγιση των ΜΜΕ και με σεβασμό της SBA και της αρχής «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις». Η ΕΟΚΕ εκτιμά ιδιαίτερα την πρωτοβουλία αυτή, καθώς ευθυγραμμίζεται με τις πολυάριθμες εκκλήσεις που διατυπώνονται σε γνωμοδοτήσεις της ΕΟΚΕ να καταστούν η SBA και οι αρχές που θεσπίζει νομικά δεσμευτικές.
- 4.2 Τον Ιούνιο του 2017, η Επιτροπή δημοσίευσε χάρτη πορείας³ με στόχο την έναρξη διαβουλεύσεων σχετικά με τη σημασία και την ανάγκη επικαιροποίησης του ορισμού των ΜΜΕ. Οι αρχικές αντιδράσεις κατέδειξαν ότι η πλειονότητα των ερωτηθέντων —οι 18 στους 22— θεωρεί ότι ο ορισμός είναι παρωχημένος και ότι απαιτείται η επικαιροποίηση και η προσαρμογή του⁴.
- 4.3 Το 2011, η Επιτροπή δημοσίευσε ανασκόπηση της SBA για την Ευρώπη⁵ με στόχο την επιτάχυνση της εφαρμογής της⁶ και, το 2014, δρομολόγησε διαβούλευση σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο θα πρέπει να αναθεωρηθεί⁷ η SBA, αλλά δυστυχώς δεν αναλήφθηκαν άλλες δράσεις πολιτικής ώστε να δοθεί περαιτέρω συνέχεια. Η ετήσια πρόοδος της SBA εξετάζεται από το δίκτυο εκπροσώπων των ΜΜΕ (*SME Envoy Network*), απαιτείται όμως μεγάλη προσπάθεια προκειμένου να διασφαλιστεί ότι οι πληροφορίες αυτές όντως διαβιβάζονται στις ΜΜΕ και στις αντιπροσωπευτικές τους οργανώσεις.
- 4.4 Η ΕΟΚΕ επικροτεί τις επικεντρωμένες προσπάθειες της Επιτροπής να εφαρμόσει την αρχή «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις», και ιδιαίτερα την προσέγγιση της εξυπηρέτησης των συμφερόντων των ΜΜΕ, όπως εφαρμόζεται στο πρόγραμμα REFIT και στην πρωτοβουλία για τις νεοφυείς και τις αναπτυσσόμενες νέες επιχειρήσεις⁸.

5. Γενικές παρατηρήσεις

- 5.1 Η ΕΟΚΕ εκφράζει τη λύπη της για το γεγονός ότι η πρόοδος όσον αφορά την πραγματική εφαρμογή της αρχής «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις» εξακολουθεί να είναι κατακερματισμένη και κάθε άλλο παρά πλήρης. Αυτή η καθυστέρηση εφαρμογής είναι πολύ επικίνδυνη, δεδομένου ότι οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν σήμερα περισσότερες προκλήσεις από ποτέ, όπως σκληρό ανταγωνισμό, έλλειψη εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού, νέες μορφές εργασίας και κατανάλωσης, ολοένα και πιο περίπλοκη και έντονη ροή πληροφοριών,

3 http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition_en.

4 http://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/initiatives/ares-2017-2868537/feedback_en?size=10&page=2. Είναι αξιέπαινες οι προσπάθειες της Επιτροπής να δρομολογήσει το επόμενο στάδιο της διαβούλευσης σε όλες τις γλώσσες της ΕΕ, δίνοντας τη δυνατότητα για ευρύτερη συμβολή.

5 COM(2011) 78 final.

6 COM(2008) 394 final.

7 https://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/small-business-act_en, Έγγρ. Ares(2015)812234 - 25/02/2015.

8 COM(2016) 733 final.

περιορισμένους πόρους για καινοτομία, συνεχή υποβάθμιση του ρόλου του επιχειρηματία, ασταθείς χρηματοπιστωτικές αγορές, περίπλοκη πρόσβαση στη χρηματοδότηση, καθώς και υψηλή εξάρτηση από το εξωτερικό περιβάλλον, με περιορισμένη διαπραγματευτική ισχύ⁹. Η κατάσταση των ΜΜΕ επιδεινώνεται περαιτέρω λόγω της υπερβολικά πολύπλοκης διαδικασίας τεχνικής τυποποίησης, των κανόνων προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας και των γενικών κανόνων περί προστασίας δεδομένων, της καταχρηστικής συμπεριφοράς στην αγορά των παγκόσμιων παραγόντων, αλλά και των φραγμών στη συμμετοχή όσον αφορά τη σύναψη κοινοτικών/εθνικών δημόσιων συμβάσεων και τις παγκόσμιες αξιακές αλυσίδες. Θα πρέπει να σχεδιαστούν αποτελεσματικότερες λύσεις, ιδίως όπου οι ΜΜΕ επηρεάζονται αρνητικά από διαρθρωτικά προβλήματα και αδυναμίες της αγοράς.

5.2 Η ψηφιοποίηση και οι τεχνολογικές εξελίξεις που αυτή συνεπάγεται, συμπεριλαμβανομένου του ηλεκτρονικού εμπορίου, δεν παρουσιάζουν μόνο πολύτιμες ευκαιρίες για τις ΜΜΕ αλλά και θέτουν σημαντικές προκλήσεις, προτρέποντάς τις να αλλάξουν τη νοοτροπία, τις δραστηριότητες και τα επιχειρηματικά τους μοντέλα. Θα ήταν ιδιαίτερα επιθυμητή η στενότερη συμμετοχή των οικονομικών κλάδων και των περιφερειών που είναι ζωτικότερης σημασίας για τις ΜΜΕ στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας «Βιομηχανία 4.0» (Industrie 4.0).

6. Καλύτερη χάραξη πολιτικής και αποτελεσματικότερη υλοποίηση

6.1 Η ΕΟΚΕ δεν θεωρεί ότι ο ορισμός των ΜΜΕ αποτελεί απάντηση σε όλα τα προβλήματα των ΜΜΕ, συνιστά όμως μέσο για τη βελτίωση της πρόσβασης σε μέτρα στήριξης. Οποιαδήποτε αναθεώρηση του ορισμού θα πρέπει να βασίζεται σε αξιολόγηση των επιπτώσεων των προτεινόμενων αλλαγών στις πολιτικές και τα προγράμματα της ΕΕ για τις ΜΜΕ, και ιδίως στη συμβολή τους στην ανάπτυξη και τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Η επικαιροποίηση πρέπει να λάβει υπόψη τη βασική σύσταση που εδράζεται στα αποτελέσματα των διαβουλεύσεων και στην απόφαση του Δικαστηρίου της ΕΕ¹⁰. Η ΕΟΚΕ συνιστά τη συνέχιση των εργασιών προκειμένου να διερευνηθεί η δυνατότητα να περιλαμβάνει η αναθεώρηση τουλάχιστον τα εξής¹¹: ευελιξία για τις ΜΜΕ να επιλέγουν ποια δύο από τα τρία κριτήρια του άρθρου 2 του παραρτήματος της σύστασης¹² θα πληρούν, αντί να επιβάλλεται το «κριτήριο των απασχολούμενων ατόμων»¹³ ως το μόνο κύριο κριτήριο· μέτρα για την επικαιροποίηση, όποτε αυτό είναι αναγκαίο, των κατώτατων ορίων που καθορίζονται στο άρθρο 2, μεταξύ άλλων, μέσω της ευθυγράμμισής τους με την πλέον επικαιροποιημένη προσέγγιση όπως ορίζεται στην οδηγία 2013/34/ΕΕ¹⁴, καθώς και μέσω της επανεκτίμησης και της αναθεώρησης των

⁹ Διάφορες μελέτες – π.χ. Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, 2011, Κέντρο Υπηρεσιών Στρατηγικής και Αξιολόγησης (CSES - *Centre for Strategy and Evaluation Services*), 2012, Επιτροπή, 2008, ΟΟΣΑ, 1998.

¹⁰ http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/AUTO/?uri=uriserv:OJ.C_.2017.030.01.0056.01.ELL&toc=OJ:C:2017:030:FULL, <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=183329&pageIndex=0&doclang=EL&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=687947>, <http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=183335&pageIndex=0&doclang=EL&mode=lst&dir=&occ=first&part=1&cid=691887>.

¹¹ [EE C 81 της 2.3. 2018, σ. 1.](#)

¹² Άρθρο 2, παράρτημα, 2003/361/ΕΚ.

¹³ Άρθρο 4, παράρτημα, 2003/361/ΕΚ.

¹⁴ Οδηγία 2013/34/ΕΕ, 26 Ιουνίου 2013.

περιορισμών που προβλέπονται στο άρθρο 3¹⁵. Σε περίπτωση αναθεώρησης του ορισμού των ΜΜΕ, η Επιτροπή θα πρέπει να προβεί σε αυτήν σε στενή συνεργασία με τις οργανώσεις των ΜΜΕ σε ευρωπαϊκό, εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.

- 6.2 Θα πρέπει να εφαρμοστεί μια πιο λεπτομερής και διαφοροποιημένη προσέγγιση για τη χάραξη μέτρων στήριξης των ΜΜΕ, λαμβάνοντας υπόψη την ετερογένεια και την ποικιλομορφία των ΜΜΕ και τις διάφορες αδυναμίες της αγοράς που αντιμετωπίζουν. Θα πρέπει να διερευνηθούν οι συγκεκριμένες ανάγκες των διαφόρων υποομάδων¹⁶ που έχουν τη δυνατότητα να προσθέσουν αξία στη διαδικασία της οικονομικής ανάπτυξης¹⁷, με τις ποικίλες διαφορετικές νομικές μορφές και τα μοντέλα λειτουργίας τους¹⁸, προκειμένου να σχεδιαστεί και να υλοποιηθεί αποτελεσματικά ένα επαρκές χαρτοφυλάκιο μέτρων πολιτικής για την προώθηση της ανάπτυξής τους, συμπεριλαμβανομένης της εξασφάλισης ορισμού για καθεμία εξ αυτών¹⁹. Θα πρέπει να χρησιμοποιηθεί αποτελεσματικό μάρκετινγκ και να παρακολουθούνται και να αξιολογούνται ετησίως στο πλαίσιο του Ευρωπαϊκού Εξαμήνου σε επίπεδο ΕΕ αντικειμενικές μελέτες που θα περιλαμβάνουν ποσοτικές αναλύσεις των μέτρων προώθησης και στήριξης στα κράτη μέλη.

7. Χρηματοδότηση των ΜΜΕ

- 7.1 Στην πλειοψηφία τους, οι ΜΜΕ αποτελούνται από πολύ μικρές επιχειρήσεις, στις οποίες περιλαμβάνονται οι αυτοαπασχολούμενοι και τα ελεύθερα επαγγέλματα. Οι ομάδες αυτές έχουν πολύ συγκεκριμένες ανάγκες όσον αφορά τη χρηματοδότηση – σχετικά χαμηλά ποσά, χωρίς εγγύηση, και πολύ περιορισμένη ικανότητα ανταπόκρισης στη διοικητική γραφειοκρατία. Εκτιμώντας το σημαντικό δυναμικό τους για τη δημιουργία βιώσιμων θέσεων εργασίας, ιδίως σε σχετικά μικρές και απομακρυσμένες πόλεις, η ΕΟΚΕ καλεί την Επιτροπή να δώσει μεγαλύτερη έμφαση στον σχεδιασμό απλών και εύκολα προσβάσιμων μέσων για την κάλυψη των χρηματοδοτικών αναγκών τους.

7.2 Χρέος

- 7.2.1 Δεδομένου ότι ο Χάρτης για τις ΜΜΕ και η Small Business Act περιλαμβάνονται στις προτεραιότητες της Τραπεζικής Ένωσης της ΕΕ που εγκρίθηκαν προσφάτως, η ΕΟΚΕ ζητεί μια πιο εμπεριστατωμένη και εις βάθος συνεκτική προσέγγιση για τον τρόπο με τον οποίο εφαρμόζεται ή θα μπορούσε να εφαρμοστεί η αρχή «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις» στις τραπεζικές πολιτικές της ΕΕ και στις διαφορετικές εθνικές τραπεζικές και χρηματοπιστωτικές νομοθεσίες στα κράτη μέλη. Η ΕΟΚΕ καλεί την Ευρωπαϊκή Αρχή Τραπεζών να συμπεριλάβει μέλος της ΕΟΚΕ στην ομάδα τραπεζικών συμφεροντούχων (*Banking Stakeholder Group*), καθώς και σε άλλα σχετικά τεχνικά φόρουμ.

15 Άρθρο 3, παράρτημα, 2003/361/ΕΚ.

16 [EE C 81 της 2.3.2018, σ. 1.](#)

17 [EE C 81 της 2.3.2018, σ. 1.](#)

18 [EE C 345 της 10.3.2017, σ. 15, σημείο 3.2.](#)

19 [EE C 318 της 23.12.2009, σ. 22](#) και [EE C 226 της 16.7.2014, σ. 10.](#)

- 7.2.2 Η ΕΟΚΕ ζητεί τη δημιουργία και ανάπτυξη ενός δικτύου «συνηγόρων πίστωσης» (“*credit ombudsman*”) από τα κράτη μέλη υπό τον συντονισμό της ΕΕ, προς περαιτέρω διευκόλυνση και εξισορρόπηση του διαλόγου μεταξύ των ΜΜΕ και των πιστωτικών ιδρυμάτων.
- 7.2.3 Προκειμένου να μειωθεί το χάσμα πληροφόρησης μεταξύ τραπεζών και ΜΜΕ και να βελτιωθούν οι οικονομικές τους γνώσεις, η ΕΟΚΕ προτείνει να ζητούνται και να αναλύονται ποιοτικά στοιχεία ώστε να διαπιστώνεται ο τρόπος με τον οποίο χρησιμοποιούνται τα χρηματοπιστωτικά μέσα από τις ενδιάμεσες τράπεζες προκειμένου να φθάσουν στις ΜΜΕ που χρειάζονται περισσότερο χρηματοοικονομικούς πόρους²⁰ και οι λόγοι για τους οποίους δεν τους χορηγείται πίστωση, σύμφωνα με τις αρχές της ανατροφοδότησης από τις τράπεζες²¹.
- 7.2.4 Η ΕΟΚΕ ανησυχεί ιδιαίτερα από τις πληροφορίες σχετικά με πτωχεύσεις τραπεζών οι οποίες οδήγησαν ορισμένες μικρές επιχειρήσεις σε παύση της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας λόγω απλών προβλημάτων ταμειακών ροών και καλεί την Επιτροπή να λάβει άμεσα μέτρα για την πρόληψη ανάλογων συμβάντων στο μέλλον. Μία λύση θα μπορούσε να είναι η έκδοση εταιρικής πιστωτικής κάρτας που θα διατηρεί το πιστωτικό ιστορικό και θα επιτρέπει την αύξηση του πιστωτικού ορίου βάσει της καταγεγραμμένης συνετής διαχείρισης²².
- 7.2.5 Οι καινοτόμες πλατφόρμες δανειοδότησης από ομοτίμους έχουν μεγάλες δυνατότητες ως εναλλακτική πηγή χρηματοδότησης για τις ΜΜΕ, καθιστώντας εφικτές τις μη τραπεζικές μορφές χρηματοοικονομικής διαμεσολάβησης. Ωστόσο, το υψηλό δυναμικό αυτών των νέων μορφών δανεισμού εξακολουθεί να παρακωλύεται από ασαφείς ζώνες όσον αφορά τη νομοθεσία και τους κανονισμούς. Η ΕΟΚΕ ζητεί διεθνή προσπάθεια εκ μέρους των αρμόδιων για τη χάραξη πολιτικής, των ρυθμιστικών αρχών και των ενδιαφερομένων μερών ώστε να αποσαφηνιστούν οι κανόνες που διέπουν τους βασικούς ενδιάμεσους χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς στον τομέα αυτό, χωρίς να δημιουργηθούν σημαντικές κανονιστικές επιβαρύνσεις.
- 7.2.6 Οι ορθές πρακτικές των κρατών μελών για την εύκολη και προσιτή πρόσβαση των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση πρέπει να μελετηθούν και να διαδοθούν, θα πρέπει δε να δοθούν κίνητρα για την αναπαραγωγή τους.
- 7.2.7 Οι ΜΜΕ στην Ευρώπη έχουν ελάχιστη ή και μηδενική πρόσβαση στην αγορά εταιρικών ομολόγων λόγω της έλλειψης ρευστότητας, του υψηλού κόστους έκδοσης και των υψηλών απαιτήσεων πληροφόρησης. Η ΕΟΚΕ πιστεύει ότι οι αναλογικές απαιτήσεις καταχώρισης και γνωστοποίησης για τις ΜΜΕ, η υιοθέτηση ειδικών κινήτρων και η δημιουργία εξειδικευμένων κεφαλαιαγορών για τις ΜΜΕ σε επίπεδο κρατών μελών θα βοηθήσουν στην υπερνίκηση των εν λόγω εμποδίων.

20 Προκειμένου να αντισταθμιστεί η υφιστάμενη αρνητική πρακτική, σύμφωνα με την οποία οι εμπορικές τράπεζες προσφέρουν φθηνούς, χρηματοδοτούμενους από την ΕΕ οικονομικούς πόρους στους πιστούς πελάτες τους, στερώντας κατ’ αυτόν τον τρόπο από την πλειοψηφία των ΜΜΕ την πρόσβαση στους πόρους αυτούς.

21 <http://www.ebf.eu/wp-content/uploads/2017/06/High-level-principles-on-feedback-given-by-banks-on-declined-SME-credit-applications.pdf>

22 Όπως λόγου χάρη η συγγραφική «κάρτα Széchenyi».

7.3 Κονδύλια της ΕΕ

- 7.3.1 Οι κανόνες για τις κρατικές ενισχύσεις πρέπει να απλουστευθούν και να επικαιροποιηθούν ώστε να αρθούν οι αβεβαιότητες για τις ΜΜΕ, ιδίως όσες σχετίζονται με τη σύνδεση των φυσικών προσώπων, την κρατική και δημοτική ιδιοκτησία, τις εταιρείες χαρτοφυλακίου και άλλους περιορισμούς που είναι πολύ δύσκολο να εντοπιστούν. Η ΕΟΚΕ επικροτεί τα συμπεράσματα της μελέτης των ΕΔΕΤ για τον νομοθετικό υπερθεματισμό που δημοσιεύτηκε το 2017 από τη ΓΔ Εσωτερικών Πολιτικών του ΕΚ, και συγκεκριμένα την ανάγκη περαιτέρω απλούστευσης των κανόνων —πέραν της καλύτερης προσαρμογής τους στην πραγματικότητα των ΜΜΕ και της πιο ευέλικτης εφαρμογής τους— δεδομένου ότι η πολυπλοκότητά τους αυξάνει τον διοικητικό φόρτο, τους κινδύνους αλληλεπικάλυψης των απαιτήσεων και την προτίμηση για τη συμμόρφωση στους κανόνες σε σχέση με την απόδοση των υλοποιούμενων έργων²³.
- 7.3.2 Όταν σχεδιάζονται μέτρα και προγράμματα στήριξης σε επίπεδο ΕΕ, θα πρέπει να περιλαμβάνουν κριτήρια που θα εγγυώνται εύλογη γεωγραφική ισορροπία.
- 7.3.3 Η ΕΟΚΕ προτρέπει την Επιτροπή να διατηρήσει και να αναπτύξει περαιτέρω το πρόγραμμα COSME, ως σημαντικό μέσο στήριξης των ΜΜΕ²⁴.
- 7.3.4 Η ΕΟΚΕ εκφράζει τη λύπη της για το γεγονός ότι είναι λιγοστά τα δεδομένα όσον αφορά τον σαφή αντίκτυπο των πόρων που διατίθενται για τα μέτρα πολιτικής υπέρ των ΜΜΕ στο πλαίσιο του ΠΔΠ 2014-2020. Η ΕΟΚΕ καλεί την Επιτροπή να αντιμετωπίσει αμέσως το ζήτημα αυτό και, κατά την αξιολόγηση των αποτελεσμάτων, να υποβάλλει έκθεση και να παρακολουθεί τόσο τα ποιοτικά όσο και τα ποσοτικά κριτήρια.
- 7.3.5 Η ΕΟΚΕ καλεί την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να εφαρμόσουν την αρχή της εταιρικής σχέσης²⁵ με πιο αποτελεσματικό τρόπο κατά τον καθορισμό του πλαισίου για το επόμενο ΠΔΠ. Παρά το γεγονός ότι η συμμετοχή των κοινωνικών εταίρων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων είναι δεσμευτική, στην πράξη, υπάρχουν πολλοί φραγμοί που τους εμποδίζουν να έχουν πραγματικό αντίκτυπο στις αποφάσεις.
- 7.3.6 Η στήριξη που παρέχεται στις ΜΜΕ είναι ως επί το πλείστον προσανατολισμένη στην ενίσχυση της έρευνας και της καινοτομίας, καθώς και στις νεοσύστατες επιχειρήσεις. Χωρίς να θέτει υπό αμφισβήτηση τη σημασία των πολιτικών αυτών, η ΕΟΚΕ επιθυμεί να υπογραμμίσει ότι από αυτές θα επωφεληθεί πολύ περιορισμένο ποσοστό του συνόλου των ΜΜΕ και, ως εκ τούτου, ζητεί περισσότερο διαφοροποιημένα μέσα στήριξης, τα οποία θα απευθύνονται σε όλους τους τύπους επιχειρήσεων και θα καλύπτουν όλες τις φάσεις του κύκλου ζωής τους.

23 [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/585906/IPOL_STU\(2017\)585906_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2017/585906/IPOL_STU(2017)585906_EN.pdf)

24 [ΕΕ C 181 της 21.6. 2012, σ. 125.](#)

25 Κανονισμός αριθ. 1303/2013 (άρθρο 5), αναπτύσσεται περαιτέρω στον κανονισμό 240/2014.

7.4 Ίδια κεφάλαια

- 7.4.1 Η ανάπτυξη της Ένωσης Κεφαλαιαγορών -επέκταση των κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών, αγορές ιδιωτικών επενδυτικών κεφαλαίων- συμπεριλαμβανομένων των ανεπίσημων αγορών, των επιχειρηματικών αγγέλων και της συμμετοχικής χρηματοδότησης, έχει βελτιώσει την πρόσβαση σε επιχειρηματικά κεφάλαια για συγκεκριμένες κατηγορίες ΜΜΕ. Ωστόσο, ένα πολύ μεγάλο ποσοστό ΜΜΕ είναι απίθανο να μπορέσει να επωφεληθεί ουσιαστικά από τις εξελίξεις αυτές. Ακόμη και για τις καινοτόμες, τις νεοφυείς και τις μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις, τα νέα μέσα δεν είναι εύχρηστα και εξακολουθούν να υφίστανται σημαντικές διαφορές μεταξύ των χωρών λόγω του επιπέδου ανάπτυξης των τοπικών κεφαλαιαγορών και της έλλειψης κατάλληλης νομοθεσίας.
- 7.4.2 Η ΕΟΚΕ καλεί την Επιτροπή να παράσχει περισσότερες πληροφορίες και καθοδήγηση προς τις ΜΜΕ προκειμένου να διευρυνθεί το πεδίο εφαρμογής του στρατηγικού οράματός τους και να βελτιωθεί η ικανότητά τους να χρησιμοποιούν τη χρηματοδότηση ιδίων κεφαλαίων. Καθώς παραδοσιακά οι ΜΜΕ βασίζονται κυρίως στη χρηματοδότηση του χρέους, η επίγνωση και η κατανόησή τους όσον αφορά τα εναλλακτικά μέσα είναι περιορισμένη, οι δε στάσεις συμπεριφοράς τους είναι διστακτικές όσον αφορά τη χρηματοδότηση με ίδια κεφάλαια. Παρότι αναγνωρίζει τις πρόσφατες προσπάθειες της Επιτροπής για την αύξηση των γνώσεων σχετικά με τα επιμέρους χρηματοδοτικά μέσα, η ΕΟΚΕ τονίζει ότι αυτό δεν επαρκεί και ζητεί την παροχή στήριξης και κινήτρων στις οργανώσεις των επιχειρήσεων με στόχο την ανάπτυξη μακροπρόθεσμης στρατηγικής προσέγγισης των ΜΜΕ για τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων. Καθώς βρίσκονται σε καθημερινή επαφή με τις ΜΜΕ, μπορούν να τις βοηθήσουν να κατανοήσουν καλύτερα τον τρόπο με τον οποίο διαφορετικά μέσα μπορούν να εξυπηρετήσουν τις διαφορετικές χρηματοδοτικές ανάγκες των ΜΜΕ σε συγκεκριμένα στάδια του κύκλου ζωής τους.

8. Απαιτούνται στοιχειοθετημένες και πρακτικές ενέργειες για τη στήριξη των ΜΜΕ

- 8.1 Παρά τη χρησιμότητά του²⁶, δυστυχώς, το δίκτυο εκπροσώπων των ΜΜΕ δεν κατόρθωσε να αποδείξει την πραγματική προστιθέμενη αξία του σε ορισμένες χώρες και είναι πολύ δύσκολο να εντοπιστεί το αποτέλεσμα του έργου του. Εφόσον αναβιώσει η εξαιρετική ιδέα ενός τέτοιου δικτύου, χρειάζεται να του ανατεθεί σημαντικότερος ρόλος, συμπεριλαμβανομένης της στενότερης και άμεσης επαφής με τις εθνικές και τοπικές οργανώσεις των ΜΜΕ, καθώς και της ανταλλαγής ορθών πρακτικών και εκθέσεων. Η ΕΟΚΕ συνιστά το δίκτυο να δημιουργήσει και να καταστήσει διαθέσιμη μία πλατφόρμα ανταλλαγής ορθών πρακτικών προκειμένου να εκπονηθεί, σε συνεργασία με τις κοινοτικές/εθνικές αντιπροσωπευτικές οργανώσεις των ΜΜΕ, ετήσια έκθεση σχετικά με την αποτελεσματικότητα της εφαρμογής της αρχής «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις». Επίσης, συνιστά να οριστεί από τις οργανώσεις των ΜΜΕ εκπρόσωπος ο οποίος θα συνοδεύει τον εθνικό «εκπρόσωπο των ΜΜΕ» (*national SME envoy*).
- 8.2 Η ΕΟΚΕ θεωρεί σκόπιμο να συμμετέχουν οι εκπρόσωποι στην ετήσια επανεξέταση των επιδόσεων των ΜΜΕ (SME Performance Review) και να παρέχονται γενικές κατευθυντήριες

26

http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/small-business-act/sme-envoys_en. Οι εκθέσεις δραστηριοτήτων και άλλα έγγραφα είναι διαθέσιμα στη διεύθυνση: <http://ec.europa.eu/transparency/regexpert/index.cfm?do=groupDetail.groupDetail&groupID=2666>.

γραμμές από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή για πιο συστηματική και διαρθρωμένη συνεργασία με τις οργανώσεις των ΜΜΕ.

8.3 Η Συνέλευση των ΜΜΕ προωθείται ως «η γενική συνέλευση των ΜΜΕ», η δε ΕΟΚΕ υποστηρίζει πλήρως την ιδέα ενός φόρουμ όπου οι ΜΜΕ θα μπορούν να συναντώνται, να εντοπίζουν πειστικά ζητήματα και να αναζητούν λύσεις. Για να αναβαθμιστεί η συνέλευση των ΜΜΕ σε ένα αποτελεσματικότερο επίπεδο, αλλά και για να ενισχυθεί ο ρόλος της ως πλατφόρμας συζήτησης και λήψης αποφάσεων, η ΕΟΚΕ συνιστά θερμά:

- την ευρύτερη συμμετοχή των οργανώσεων των ΜΜΕ στην ετήσια προετοιμασία και παρακολούθηση της Συνέλευσης, όπου και θα έχουν πραγματικό συμβουλευτικό ρόλο·
- την παροχή αναλυτικότερου υλικού από τις συνεδριάσεις της Συνέλευσης, με σημαντικά γεγονότα, τάσεις και προσδοκίες που θα παρουσιάζονται από ουδέτερους ερευνητές – κυρίως ακαδημαϊκά ιδρύματα·
- την ταχεία υλοποίηση ορθών παραδειγμάτων και επιτυχημένων συγκριτικών αξιολογήσεων φόρουμ παρόμοιας κλίμακας²⁷.
- την έγκριση διαφανούς και χωρίς αποκλεισμούς διαδικασίας πρόσκλησης συμμετοχής, η οποία θα εγγυάται το κατάλληλο μείγμα επιχειρηματιών, οργανώσεων ΜΜΕ, μεσαζόντων, ακαδημαϊκών και ερευνητικών ιδρυμάτων και υπευθύνων χάραξης πολιτικής από όλα τα κράτη μέλη²⁸.
- την επίτευξη απτών αποτελεσμάτων με βάση τις συζητήσεις και το έργο της Συνέλευσης – παραδείγματος χάρη συμπεράσματα, καταλόγους υποχρεώσεων κλπ. Θα πρέπει ετησίως να καταρτίζεται και να διατίθεται έκθεση σχετικά με τον τρόπο εφαρμογής των αποφάσεων του προηγούμενου έτους·
- τη συμπερίληψη διαβουλεύσεων με τις ΜΜΕ και τους εκπροσώπους τους όταν αποφασίζεται το πρόγραμμα και το πεδίο των θεμάτων που θα συζητηθούν κατά τη διάρκεια της Συνέλευσης.

8.4 Εκφράζοντας την πεποίθηση ότι η αντιπροσωπευτικότητα αυξάνει την αποτελεσματικότητα των πολιτικών και των μέτρων σε ευρωπαϊκό, σε εθνικό, σε περιφερειακό και σε τοπικό επίπεδο και μπορεί να δώσει πρόσθετη ώθηση στον κοινωνικό διάλογο σε τομεακό επίπεδο, η ΕΟΚΕ ζητεί καλύτερη εκπροσώπηση των ΜΜΕ, επενδύοντας σε κοινές δράσεις από ισχυρές και αντιπροσωπευτικές οργανώσεις ΜΜΕ, καθώς και στην ανταλλαγή εμπειριών και ορθών πρακτικών.

8.5 Ορισμένες ενημερωτικές διαδικτυακές πύλες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής οι οποίες παρέχουν σημαντική πληροφόρηση για τις ΜΜΕ δεν μεταφράζονται σε όλες τις γλώσσες της ΕΕ, γεγονός το οποίο θέτει σε μειονεκτική θέση τις ΜΜΕ. Το ίδιο ισχύει και για τις περισσότερες δημόσιες διαβουλεύσεις.

²⁷ Για παράδειγμα, το οικονομικό φόρουμ EuroFi <http://www.eurofi.net/>, το Ετήσιο Φόρουμ Χρηματοοικονομικών Υπηρεσιών (*Annual Financial Services Forum*), κλπ.

²⁸ Η εκπροσώπηση των ΜΜΕ συνιστά επί του παρόντος ζήτημα συζήτησης, διότι «η συμμετοχή στη Συνέλευση των ΜΜΕ και στα ευρωπαϊκά βραβεία προώθησης της επιχειρηματικότητας εξασφαλίζεται με προσωπική πρόσκληση μόνο από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή». Το γεγονός αυτό είχε ως αποτέλεσμα κάθε χρόνο να συγκεντρώνεται ο ίδιος κύκλος συμμετεχόντων, χωρίς εγγύηση για το εάν εκπροσωπούν την κοινότητα των ΜΜΕ στις χώρες τους ή εάν έχουν την ικανότητα να μεταφέρουν στην κοινότητα αυτή τα μηνύματα της Συνέλευσης. Δεν υποβάλλονται προτάσεις σχετικά με τα θέματα της Συνέλευσης και η ατζέντα περιλαμβάνει μόνο κατακερματισμένα παραδείγματα επιχειρηματικότητας. Η Συνέλευση δεν συζητά σημαντικά θέματα, ούτε συντάσσει προτάσεις.

8.6 Η ΕΟΚΕ εκφράζει την ανησυχία της για το γεγονός ότι πολλές μελέτες και έρευνες της Επιτροπής ανατίθενται εξωτερικά σε ιδιωτικούς συμβούλους οι οποίοι δεν διαθέτουν εις βάθος γνώση των πολιτικών των ΜΜΕ και των επιπτώσεών τους, δεδομένου ότι δεν έρχονται καθημερινά σε επαφή με ΜΜΕ και δεν τις εκπροσωπούν. Για την επίτευξη πραγματικής προστιθέμενης αξίας για τις ΜΜΕ σε επίπεδο ΕΕ απαιτούνται επειγόντως ανεξάρτητα επιστημονικά όργανα και συμπράξεις δημόσιου/ιδιωτικού τομέα σε συνεργασία με τις οργανώσεις των ΜΜΕ.

9. Διοικητική και κανονιστική επιβάρυνση

9.1 Όταν είναι υπερβολικά, τα ευρωπαϊκά, εθνικά, περιφερειακά και τοπικά κανονιστικά βάρη εξακολουθούν να αποτελούν μείζον εμπόδιο για τις ΜΜΕ, καθώς τείνουν να μην διαθέτουν τα κατάλληλα εφόδια για να αντιμετωπίσουν τα προβλήματα αυτού του τύπου. Η ΕΟΚΕ τάσσεται υπέρ του περιορισμού των γραφειοκρατικών διατυπώσεων που επιβαρύνουν τις μικρές, μεσαίες και πολύ μικρές επιχειρήσεις, αλλά και τους πολίτες. Η Επιτροπή θα πρέπει να εστιάσει την προσοχή της περισσότερο στην ποιότητα παρά στην ποσότητα και να δώσει προτεραιότητα στη μείωση της διοικητικής επιβάρυνσης που δημιουργεί κόστος για τις επιχειρήσεις και αποτελεί τροχοπέδη όχι μόνον στην ανταγωνιστικότητά τους αλλά και στην καινοτομία και τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Είναι ευνόητο ότι η διαδικασία αυτή πρέπει να πραγματοποιηθεί λαμβάνοντας υπόψη τον στόχο και τον σκοπό για τους οποίους θεσπίστηκαν οι υποχρεώσεις. Η ΕΟΚΕ επιμένει ότι οι διαδικασίες συμμόρφωσης δεν θα πρέπει να είναι ασκόπως δαπανηρές ή χρονοβόρες. Η αρχή της σιωπηρής συναίνεσης πρέπει να προωθηθεί κατά την έκδοση νομοθεσίας σε ευρωπαϊκό, εθνικό και περιφερειακό επίπεδο. Τα κράτη μέλη πρέπει να ενθαρρύνονται να διατηρούν τα διοικητικά τέλη σε επίπεδο που να μην υπερβαίνει το διοικητικό κόστος.

9.2 Η αρχή «μόνον άπαξ» και η «δοκιμή ΜΜΕ» θα πρέπει να εφαρμόζονται πιο διεξοδικά και συστηματικά από τις αρμόδιες υπηρεσίες της Ευρωπαϊκής Επιτροπής²⁹ και να καταστούν νομικά δεσμευτικές, δεδομένου ότι η έμπρακτη εφαρμογή τους είναι σήμερα εξαιρετικά περιορισμένη εφόσον επαφίεται στην καλή θέληση των κρατών μελών. Η προσπάθεια αυτή πρέπει να καλύπτει τόσο τη νομοθεσία όσο και τις διοικητικές διατυπώσεις που αφορούν τις ΜΜΕ (μεταξύ άλλων, με την καθιέρωση ενός μόνο συνομιλητή και με μειωμένες υποχρεώσεις υποβολής στοιχείων³⁰). Η ΕΟΚΕ επισημαίνει πως παρότι πρέπει να αποφεύγεται επικάλυψη των αιτούμενων πληροφοριών, προϋπόθεση για μια χρηστή δημόσια διακυβέρνηση είναι η διάθεση στα κυβερνητικά μητρώα δεδομένων κατάλληλων και απαραίτητων δεδομένων και πληροφοριών για την υλοποίηση, τον έλεγχο και την αξιολόγηση των πολιτικών.

9.3 Η ΕΟΚΕ καλεί την Επιτροπή να επανεξετάσει τις δεσμεύσεις της όσον αφορά την αξιολόγηση διαφορετικών νομοθετικών και κανονιστικών ρυθμίσεων που εκκρεμούν ή καθυστερούν, και να προχωρήσει γρήγορα με όσες σχετίζονται με τις ΜΜΕ. Η ΕΟΚΕ ζητεί από την Επιτροπή να ενισχύσει και να μεγιστοποιήσει τη διοικητική ικανότητα της ειδικής διεύθυνσης για τις ΜΜΕ.

²⁹ <http://www.eurochambres.eu/Content/Default.asp?PageID=1&DocID=7733>.

³⁰ COM(2011) 78 final, σ. 8

- 9.4 Η Επιτροπή πρέπει να διασφαλίσει ότι η εκτίμηση επιπτώσεων και το πρόγραμμα REFIT αποδίδουν, κατά περίπτωση, ιδιαίτερη έμφαση στις ανάγκες των ΜΜΕ. Το ίδιο πρέπει να συμβαίνει και στα κράτη μέλη. Η πρόθεση που εξέφρασε η Επιτροπή στο πλαίσιο της ανασκόπησης της SBA, να «διερευνήσει τη δυνατότητα μείωσης της πρακτικής των κρατών μελών να υιοθετούν αυστηρότερες διατάξεις από τις απαιτήσεις της ΕΕ κατά τη μεταφορά οδηγιών στην εθνική νομοθεσία» πρέπει να εφαρμοστεί στην πράξη³¹, σύμφωνα με την ανακοίνωση για την έξυπνη νομοθεσία, η οποία δεν απαλλάσσει από την τήρηση των κανόνων για την προστασία των πολιτών, των καταναλωτών και των εργαζομένων, των προτύπων ισότητας των φύλων ή των περιβαλλοντικών προτύπων³², μεταξύ άλλων, μέσω της ενθάρρυνσης των κρατών μελών να αναθέτουν την ευθύνη για την παρακολούθηση σε συγκεκριμένο κεντρικό φορέα. Αυτό θα μπορούσε να λάβει τη μορφή υπηρεσίας έγκαιρης προειδοποίησης που θα παρακολουθεί τη συνάφεια της μεταφοράς της νομοθεσίας της ΕΕ σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο, προκειμένου να αποφευχθεί η υιοθέτηση αυστηρότερων διατάξεων στη νομοθεσία ή οι περιττές διοικητικές επιβαρύνσεις. Η ΕΟΚΕ προτείνει επίσης στην ημερήσια διάταξη των εκπροσώπων των ΜΜΕ να περιλαμβάνονται υποχρεωτικά θέματα που έχουν τεθεί και στην κανονιστική ατζέντα της Επιτροπής.
- 9.5 Η ΕΟΚΕ καλεί τους υπευθύνους χάραξης πολιτικής σε ευρωπαϊκό και σε εθνικό επίπεδο να διασφαλίσουν τη συστηματική εξέταση των νέων κανονισμών και την εφαρμογή τους από τους εκπροσώπους ευρωπαϊκών, εθνικών, περιφερειακών και τοπικών ενώσεων επιχειρήσεων. Η μείωση του περιττού κόστους και φόρτου πρέπει να βασίζεται σε τεκμηρίωση βάσει αξιολόγησης κατά περίπτωση.
- 9.6 Εκτιμώντας την αποφασιστική σημασία των μεταβιβάσεων επιχειρήσεων για τις ΜΜΕ, και ιδιαίτερα για τις οικογενειακές επιχειρήσεις, η ΕΟΚΕ ζητεί να ληφθούν ταχέως μέτρα για τη διευκόλυνση και τον εξορθολογισμό τους με λογικό κόστος.
- 9.7 Η νοοτροπία της ανάληψης κινδύνων πρέπει να προωθηθεί ευρύτερα, μεταξύ άλλων με τη δημιουργία ευνοϊκότερου νομοθετικού πλαισίου δεύτερης ευκαιρίας. Σχέδια όπως το PRE-SOLVE και το «Early Warning Europe» θα πρέπει να αναπτυχθούν περαιτέρω και να αναπαραχθούν ώστε να καλύπτουν όλα τα κράτη μέλη.

10. Ανθρώπινοι πόροι

- 10.1 Παρότι οι περισσότερες νέες θέσεις εργασίας στην ΕΕ δημιουργούνται από τις ΜΜΕ, τα τελευταία χρόνια αυτές αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα όσον αφορά την απόκτηση ειδικευμένου εργατικού δυναμικού, ιδίως δε εργαζομένων που διαθέτουν δεξιότητες στον τομέα της ψηφιακής οικονομίας, πράγμα το οποίο οφείλεται, μεταξύ άλλων, στην επιδείνωση της δημογραφικής εικόνας σε πολλές περιφέρειες από την άποψη του πληθυσμού και των τάσεων γήρανσης.
- 10.2 Ακόμη και σε περιοχές όπου ο πληθυσμός αυξάνεται, είναι δύσκολο για τις ΜΜΕ να προσλάβουν και να διατηρήσουν εργατικό δυναμικό υψηλής εξειδίκευσης, αλλά και να

³¹ COM(2011) 78 final, σ. 8

³² [EE C 303 της 19.8.2016, σ. 45.](#)

συμμορφωθούν με τις αυξανόμενες κανονιστικές και γραφειοκρατικές απαιτήσεις των θεσμών της αγοράς εργασίας. Οι ΜΜΕ χρειάζονται βοήθεια για τον εντοπισμό, την προσέλκυση και την κατάρτιση ανθρώπινου δυναμικού. Απαιτούνται μέτρα για τη στήριξη των ΜΜΕ όσον αφορά την κατάρτιση στον τομέα της υγείας και της ασφάλειας και τις υπηρεσίες υγειονομικής περίθαλψης των εργαζομένων – για παράδειγμα με την παροχή τέτοιων υπηρεσιών σε ένα σύμπλεγμα ή μια ομάδα ΜΜΕ προκειμένου να μειωθεί το κόστος και να περιοριστούν οι τεχνικές διατυπώσεις.

- 10.3 Η ΕΟΚΕ καλεί την Επιτροπή να αναπτύξει μέτρα στήριξης με σκοπό τόσο την παροχή εξατομικευμένων προγραμμάτων κατάρτισης εκτός περιόδων αιχμής για την επιμόρφωση του εργατικού δυναμικού όσο και την ενθάρρυνση των κρατών μελών να δημιουργήσουν συστήματα παροχής τέτοιου είδους προγραμμάτων σε τακτική βάση, δεδομένου ότι οι μικρές επιχειρήσεις πλήττονται από υψηλά ποσοστά αποχώρησης. Τα μέτρα αυτά θα βοηθήσουν τις ΜΜΕ να ξεπεράσουν τις ελλείψεις της αγοράς εργασίας, οι οποίες περιορίζουν τις προοπτικές τους.
- 10.4 Η ΕΟΚΕ υπογραμμίζει ειδικότερα την ανάγκη να αυξηθεί ο αριθμός των μαθητευομένων και να διαμορφωθούν ειδικά προγράμματα καθοδήγησης και εποπτείας προκειμένου να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα της ανεργίας των νέων. Κάτι τέτοιο πρέπει να γίνει με την μικρότερη δυνατή διοικητική επιβάρυνση για τις ΜΜΕ.
- 10.5 Η ΕΟΚΕ σημειώνει ότι αύξηση της απασχόλησης παρατηρείται κυρίως στον τομέα των ΜΜΕ, και ειδικότερα στις μεσαίες επιχειρήσεις. Ταυτόχρονα, αποτελεί πρόκληση να εξευρεθούν οι κατάλληλοι τρόποι ώστε να δοθεί η ευκαιρία για κοινωνικό διάλογο μεταξύ εργαζομένων και εργοδοτών στις επιχειρήσεις αυτές και να δοθεί μια συγκεκριμένη δομή. Σε αυτό μπορεί να συμβάλει μια πρωτοβουλία με στόχο τη συγκέντρωση καινοτόμων παραδειγμάτων που αντλούνται από τις βέλτιστες πρακτικές διαφόρων χωρών.

11. Επιχειρηματικότητα

- 11.1 Σύμφωνα με προηγούμενες γνωμοδοτήσεις της³³, η ΕΟΚΕ εκφράζει την ανησυχία της διότι τα πρόσφατα στοιχεία καταδεικνύουν ότι η «επιχειρηματικότητα βάσει αναγκών» επικρατεί της «επιχειρηματικότητας βάσει ευκαιριών» και καλεί την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να ξεκινήσουν τον σχεδιασμό μέτρων προκειμένου να αντιστραφεί η τάση αυτή³⁴ και να ενθαρρυνθεί μια ισχυρότερη νοοτροπία επιχειρηματικότητας στην Ευρώπη.
- 11.2 Το πρόγραμμα δράσης για την επιχειρηματικότητα³⁵ απέχει πολύ από την υλοποίησή του. Η ΕΟΚΕ θεωρεί ότι τυχόν περαιτέρω καθυστέρηση θα είναι εξαιρετικά επιζήμια δεδομένου ότι το

33 [EE C 81 της 2.3.2018, σ. 1.](#)

34 Τα στοιχεία καταδεικνύουν ότι, κατά την πενταετία μετά την έναρξη της κρίσης του 2008, ο αριθμός των ΜΜΕ αυξήθηκε, ενώ, παράλληλα, σημειώθηκε μείωση της προστιθέμενης αξίας και του αριθμού των εργαζομένων. Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Σύνολο δεδομένων ανασκόπησης της επίδοσης των ΜΜΕ (έκδοση 2014).

35 COM(2012) 795 final.

επιχειρηματικό πνεύμα στην Ευρώπη υστερεί σε σύγκριση με άλλα μέρη του κόσμου και τα ισχύοντα μέτρα παράγουν περιορισμένα αποτελέσματα³⁶.

- 11.3 Ιδιαίτερα ανησυχητικό για τις ΜΜΕ —και ειδικότερα για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις— είναι το χαμηλό ποσοστό της εκ μέρους τους αξιοποίησης της ψηφιακής εσωτερικής αγοράς κατά τις διασυνοριακές εμπορικές συναλλαγές τους. Κρίνεται σκόπιμο να ενθαρρυνθεί η συμμετοχή των εν λόγω επιχειρήσεων υπό τους ίδιους όρους της αγοράς και σε ισότιμη βάση με τους σημαντικούς παράγοντες του διεθνούς και του ευρωπαϊκού εμπορίου. Οι ΜΜΕ χρειάζονται επιβεβαίωση του δικαιώματός τους να επιλέγουν σε ποια αγορά θα ασκούν τις δραστηριότητές τους και να συνάπτουν ελεύθερα συμβάσεις, προκειμένου να αποκατασταθεί η εμπιστοσύνη τους στις διασυνοριακές εμπορικές διαδικτυακές συναλλαγές.
- 11.4 Η ΕΟΚΕ ζητεί να δημιουργηθεί ένα γενικό θετικό κλίμα το οποίο να ενισχύσει την επιχειρηματική δραστηριότητα για όλους, χωρίς ιδιαίτερη εστίαση σε συγκεκριμένες ομάδες επιχειρηματιών. Για τον σκοπό αυτό, απαιτείται επειγόντως σχέδιο δράσης για την εκπαίδευση σε θέματα επιχειρηματικότητας.
- 11.5 Υπογραμμίζοντας τον ρόλο των πολιτιστικών και των κοινωνικών προτύπων, η ΕΟΚΕ καλεί την Επιτροπή και τα κράτη μέλη να είναι πιο καινοτόμα όσον αφορά την εξεύρεση τρόπων αντιμετώπισης της νοοτροπίας της απροθυμίας ανάληψης κινδύνων. Χρειάζεται να αναδειχθεί καλύτερα η αξία των επιχειρηματιών και των επιχειρήσεων, καθώς και ο καίριος ρόλος τους στη δημιουργία απασχόλησης και ανάπτυξης, μεταξύ άλλων με τη θέσπιση ειδικού πυλώνα για τα δικαιώματα των επιχειρηματιών³⁷, ο οποίος θα πρέπει να καλύπτει όλα τα είδη επιχειρηματιών, καθώς και με την καθιέρωση «Ευρωπαϊκού Έτους Επιχειρηματιών». Η Επιτροπή και τα κράτη μέλη οφείλουν να βελτιώσουν τις βασικές συνθήκες επιχειρηματικότητας, όπως η πρόσβαση στη χρηματοδότηση, το κανονιστικό πλαίσιο και η επιχειρηματική εκπαίδευση.
- 11.6 Η ΕΟΚΕ καλεί την Επιτροπή να υποστηρίξει και να προωθήσει συμβουλευτικές υπηρεσίες και προγράμματα για τη βελτίωση της διαχείρισης των μικρών και οικογενειακών παραδοσιακών επιχειρήσεων, δεδομένου ότι τα πάντα στις επιχειρήσεις αυτές συνδέονται άμεσα με τον εν λόγω παράγοντα, καθώς και για τη διά βίου μάθηση, μεταξύ άλλων παρέχοντας ηλεκτρονικά εκπαιδευτικά εργαλεία σε τομείς όπως ο επιχειρηματικός σχεδιασμός και τα πρότυπα παραγωγής, η νομοθεσία για τους καταναλωτές ή άλλοι κανονισμοί.

12. Η πρόσβαση στις αγορές

- 12.1 Ορισμένες μελέτες καταδεικνύουν ότι πολύ μικρό ποσοστό των ΜΜΕ³⁸ θεωρούν την εσωτερική αγορά ως εγχώρια αγορά τους. Παρότι οι ΜΜΕ είναι στην πλειονότητά τους τοπικές, οι επιχειρηματικές τους δραστηριότητες εξαρτώνται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τις κανονιστικές ρυθμίσεις της εσωτερικής αγοράς. Η ΕΟΚΕ ζητεί την εμβάθυνση της εσωτερικής

³⁶ Μελέτη της ΕΟΚΕ με θέμα «Αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας των πολιτικών της ΕΕ για τις ΜΜΕ κατά την περίοδο 2007-2015»

³⁷ http://www.eurochambres.eu/custom/EUROCHAMBRES_proposal_for_a_European_Pillar_of_Entrepreneurial_Rights-2016-00213-01.pdf.

³⁸ Στη Σουηδία, το ποσοστό αυτό είναι μόνο 6%.

αγοράς, όσον αφορά τόσο τα προϊόντα όσο και τις υπηρεσίες, τη μείωση των κανονιστικών φραγμών και των διοικητικών επιβαρύνσεων, καθώς και την πρόβλεψη μέσων για την ενίσχυση της επέκτασης των ΜΜΕ εντός της εσωτερικής αγοράς.

- 12.2 Η ΕΟΚΕ καλεί την Επιτροπή να αξιολογήσει ποια μέσα για τις ΜΜΕ στους διάφορους τομείς θα μπορούσαν να βοηθήσουν τις ΜΜΕ να δραστηριοποιηθούν και να συμμετέχουν σε διαπραγματεύσεις εμπορικών συμφωνιών και ζητημάτων εμπορικής άμυνας, αλλά και να καταβάλει προσπάθειες για την περαιτέρω προώθηση των πλέον αποτελεσματικών μέσων, θέτοντας την αρχή «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις» στο επίκεντρο της εμπορικής πολιτικής της ΕΕ.
- 12.3 Η ΕΟΚΕ τονίζει ότι οι ΜΜΕ αποτελούν ολοένα και πιο σημαντικό ζήτημα για την ΕΕ και ζητεί την ταχεία ανάληψη δράσης για την ευρύτερη διεθνοποίησή τους, παρέχοντάς τους τη δυνατότητα να επωφεληθούν από τις ευκαιρίες που προσφέρουν οι ξένες αγορές.
- 12.4 Η ΕΟΚΕ καλεί την Επιτροπή να διασφαλίσει καλύτερη και αποτελεσματικότερη λειτουργία των κέντρων ΜΜΕ που αποσκοπούν στο να βοηθήσουν τις ΜΜΕ να εισέλθουν σε σημαντικές αγορές όπως η Κίνα, η Ιαπωνία κλπ. Ζητεί από την Επιτροπή να διασφαλίσει καλύτερη και αποτελεσματικότερη συνεργασία μεταξύ των αντιπροσωπευτικών οργανώσεων των ΜΜΕ και των αρχών τυποποίησης σε σχέση με τα υφιστάμενα και τα νέα τεχνικά πρότυπα της ΕΕ.
- 12.5 Ορισμένα κράτη μέλη αναφέρουν αθέμιτες εμπορικές πρακτικές από τις μεγάλες αλυσίδες εμπορίου που επιβάλλουν υπερβολικά περιοριστικούς εμπορικούς όρους στις ΜΜΕ. Το θέμα πρέπει να μελετηθεί περαιτέρω και να αντιμετωπιστεί σωστά.
- 12.6 Η ΕΟΚΕ καλεί επίσης την Επιτροπή να εντείνει τις προσπάθειές της μέσω των ευρωπαϊκών και των εθνικών προγραμμάτων ώστε να αυξηθεί το μερίδιο των μικρών επιχειρήσεων σε δημόσιες συμβάσεις που ανατίθενται κατόπιν δημόσιου διαγωνισμού³⁹.
- 12.7 Η ΕΟΚΕ πιστεύει ότι είναι σημαντικό οι οργανώσεις των ΜΜΕ να συμμετέχουν σε εταιρικές σχέσεις προκειμένου να μπορούν να αντιμετωπίζουν, μέσω κατάρτισης και καλύτερου συντονισμού, τις επιπτώσεις φυσικών και μη φυσικών καταστροφών σε επίπεδο ΕΕ.

Βρυξέλλες, 17 Ιανουαρίου 2018

Γιώργος ΝΤΑΣΗΣ

Πρόεδρος της Ευρωπαϊκής Οικονομικής και Κοινωνικής Επιτροπής

39

https://ec.europa.eu/growth/single-market/public-procurement/strategy_en, <https://www.ppact.eu/>, www.sesamproject.eu, <http://www.tenderio.com/>