

Αθήνα, 30 Οκτωβρίου 2015

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Την ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων μέσω κονδυλίων του ΕΣΠΑ, προκειμένου να εκσυγχρονιστούν αλλά και να εκπαιδευτούν κατάλληλα στη χρήση των ηλεκτρονικών συναλλαγών, ζήτησε ο πρόεδρος της ΚΕΕ και του ΕΒΕΑ, κ. Κωνσταντίνος Μίχαλος. Στην ομιλία του στη συνάντηση "EMPACT/Payment card fraud awareness raising campaign" που διοργανώνουν το Αρχηγείο της Ελληνικής Αστυνομίας και η Διεύθυνση Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος, με θέμα την προστασία από την απάτη μέσω πιστωτικών καρτών, ο κ. Μίχαλος ανέφερε μεταξύ άλλων:

«Η προστασία από την απάτη μέσω πιστωτικών καρτών είναι ένα θέμα που αφορά άμεσα την πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων και ιδιαίτερα των μικρομεσαίων – οι οποίες προσπαθούν να αξιοποιήσουν τις ευκαιρίες του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι οι πλέον ευάλωτες σε αυτό τον κίνδυνο, καθώς στην πλειοψηφία τους δεν διαθέτουν την εξειδικευμένη γνώση που απαιτείται για τη θωράκισή τους. Σε αντίθεση με τις μεγάλες επιχειρήσεις, δεν έχουν τη δυνατότητα να απασχολούν ειδικό προσωπικό ή να προσλαμβάνουν εξωτερικούς συμβούλους σε θέματα διαχείρισης πληροφοριακών συστημάτων. Είναι πιο δύσκολο για μια μικρή επιχείρηση να γνωρίζει τις διαφορετικές μορφές απάτης από τις οποίες κινδυνεύει και κυρίως τους τρόπους με τους οποίους μπορεί να προστατευθεί.

Είναι λοιπόν σημαντικός ο ρόλος της Πολιτείας, όχι μόνο στο επίπεδο της παρακολούθησης και της καταστολής της απάτης, αλλά και σε αυτό της πρόληψης μέσω της γνώσης. Στο πλαίσιο αυτό, απαιτείται η ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων μέσω των κονδυλίων του ΕΣΠΑ για την ενημέρωση και την εκπαίδευσή τους, στοιχεία απαραίτητα, με στόχο την προστασία των επιχειρήσεων αλλά και τη διευκόλυνση του έργου των ίδιων των διωκτικών αρχών.

Ωστόσο, μαζί με τους νέους κινδύνους, το ηλεκτρονικό επιχειρείν δημιουργήσε και νέες δυνατότητες.

Η αλματώδης ανάπτυξη του διαδικτύου, και ακολούθως των ηλεκτρονικών συναλλαγών, συνδυάστηκε κατά κάποιο τρόπο με τον «εκδημοκρατισμό» της επιχειρηματικότητας: με την έννοια ότι επέτρεψε σε οποιονδήποτε διαθέτει μια καλή ιδέα, ένα ποιοτικό προϊόν ή υπηρεσία, να απευθυνθεί σε ένα παγκόσμιο κοινό πελατών και καταναλωτών. Το διαδίκτυο ανέδειξε σε παράγοντες ανταγωνιστικότητας την

καινοτομία, την ευελιξία και την προσαρμοστικότητα, αντί για το μέγεθος και τις φυσικές υποδομές.

Έδωσε, ουσιαστικά στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις τη δυνατότητα να υπερβούν το έλλειμμα κρίσιμης μάζας που «απαγόρευε» μέχρι πρότινος την εξωστρεφή τους ανάπτυξη.

Και δεν είναι τυχαίο ότι, σε παγκόσμιο επίπεδο, οι μικρές επιχειρήσεις ήταν μεταξύ των πρώτων που αξιοποίησαν τις δυνατότητες του διαδικτύου και των ηλεκτρονικών συναλλαγών. Ήταν αυτές που αναζήτησαν και εφάρμοσαν τους πιο δημιουργικούς τρόπους να προωθήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους. Ήταν και εξακολουθούν να είναι αυτές που έχουν περισσότερα να κερδίσουν στην εποχή της διαδικτυακής οικονομίας.

Είναι χαρακτηριστικό ότι, ενώ τα μικρά εξειδικευμένα καταστήματα τείνουν να εκλείψουν από τους κεντρικούς εμπορικούς δρόμους, έχουν αναπτύξει ισχυρότατη παρουσία στο διαδίκτυο. Σήμερα, μικρή επιχείρηση δε σημαίνει απαραίτητα και τοπική επιχείρηση».