

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤ.ΕΛΛΑΔΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ & ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ**



**Π Τ Υ Χ Ι Α Κ Η Ε Ρ Γ Α Σ Ι Α**

Τρόποι και πρακτικές χρηματοδότησης υφιστάμενων και νέων ελληνικών μικρο-μεσαίων επιχειρήσεων στο τρέχον περιβάλλον οικονομικής στενότητας.

**ΦΕΙΜΙ ΔΗΜ. ΜΑΤΙΝΑ**

**ΦΡΑΓΚΟΥΛΗΣ ΓΕΩΡ. ΣΠΥΡΙΔΩΝ**

**ΧΡΙΣΤΟΦΟΡΟΣ ΗΛ. ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ**

**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ**

**ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΗΛΙΟΠΟΥΛΟΣ Π.Υ.**

**Μ Ε Σ Ο Λ Ο Γ Γ Ι 2 0 1 5**

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤ.ΕΛΛΑΔΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ & ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ**

**Π Τ Υ Χ Ι Α Κ Η Ε Ρ Γ Α Σ Ι Α**

**Τρόποι και πρακτικές χρηματοδότησης υφιστάμενων και νέων ελληνικών μικρο-μεσαίων επιχειρήσεων στο τρέχον περιβάλλον οικονομικής στενότητας.**

**ΦΕΙΜΙ ΔΗΜ ΜΑΤΙΝΑ (Α.Μ. 13477)**

**[matifeim@logistiki.teimes.gr](mailto:matifeim@logistiki.teimes.gr)**

**ΦΡΑΓΚΟΥΛΗΣ ΓΕΩΡ.ΣΠΥΡΙΔΩΝ (Α.Μ. 14368)**

**[spyrfrag@logistiki.teimes.gr](mailto:spyrfrag@logistiki.teimes.gr)**

**ΧΡΙΣΤΟΦΟΡΟΣ ΗΛ. ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ (Α.Μ. 15170)**

**[emmachri@logistiki.teimes.gr](mailto:emmachri@logistiki.teimes.gr)**

**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ**

**ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΗΛΙΟΥΠΟΥΛΟΣ Π.Υ.**

**Μ Ε Σ Ο Λ Ο Γ Γ Ι 2 0 1 5**

## ΑΦΙΕΡΩΣΗ

*Η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία με τίτλο: τρόποι και πρακτικές χρηματοδότησης υφιστάμενων και νέων ελληνικών μικρο-μεσαίων επιχειρήσεων στο τρέχον περιβάλλον οικονομικής στενότητας ,την αφιερώνουμε στις οικογένειές μας για όλη τη στήριξη που μας παρείχαν όλο το διάστημα της φοιτητικής μας δραστηριότητας με αποτέλεσμα την υλοποίηση αυτής της εργασίας.*

## Περίληψη

Η ίδρυση μιας μικρομεσαίας επιχείρησης είναι ένα ισχυρό αντίδοτο για την ελληνική οικονομία μεγάλο μέρος της ίδρυσης-πορείας της επιχείρησης είναι ο επιχειρηματίας που βοηθά άμεσα στην ανάπτυξη της οικονομίας. Πρέπει επίσης ένας επιτυχημένος επιχειρηματίας να έχει πολλά βασικά χαρακτηριστικά που θα τον διακρίνουν.

Ο στόχος της κάθε επιχείρησης είναι το κέρδος και θεωρείται επιτυχημένη όταν εστιάζει σε συγκεκριμένες αγορές και προσπαθεί να ηγηθεί σε αυτές με προτεραιότητα την επέκταση της και σε ξένες αγορές. Οι μηχανισμοί της χρηματοδότησης των υφιστάμενων και νέων μικρομεσαίων επιχειρήσεων δεν είναι ιδιαίτερα πολλοί αλλά συγκεντρωτικά είναι αξιόπιστοι. Τέλος σύμφωνα με διάφορες δημοσιεύσεις οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις ήταν και θα είναι οι μεγάλοι χαμένοι της ευρωπαϊκής κρίσης.

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

**Για την πραγματοποίηση της παρούσας πτυχιακής  
εργασίας ευχαριστούμε θερμά:**

**Τον κ. Νεκτάριο Σύρρο καθηγητή Π.Υ. του Τει  
Μεσολογγίου και εισηγητή αυτής της πτυχιακής για την  
πολύτιμη βοήθεια του λόγω δυσκολιών που μας  
παρουσιάστηκαν εξαιτίας της απειρίας μας.**

**Τον Δρ. Διονύσιο Καφούσια αναπληρωτή καθηγητή  
του Τει Μεσολογγίου που μας έδωσε την δυνατότητα με  
το μάθημα σεμινάριο τελειόφοιτων να συντάξουμε  
ορθολογικά την πτυχιακή.**

**Τέλος τον Δρ. Παναγιώτη Ηλιόπουλο Π.Υ. του Τει  
Μεσολογγίου και εισηγητή αυτής της εργασίας.**

**Η εργασία αυτή εκπονήθηκε στο ΑΤΕΙ Μεσολογγίου,  
Σχολή Διοίκησης και Οικονομίας, τμήμα λογιστικής και  
χρηματοοικονομικής.**

**ΦΕΙΜΙ ΔΗΜ.ΜΑΤΙΝΑ**

**ΦΡΑΓΚΟΥΛΗΣ ΓΕΩΡ.ΣΠΥΡΙΔΩΝ**

**ΧΡΙΣΤΟΦΟΡΟΣ ΔΗΜ.ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ**

## Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη .....	4
Εισαγωγή.....	8
Κεφάλαιο 1 <sup>ο</sup> .....	11
Η ελληνική οικονομία και το επιχειρηματικό περιβάλλον.....	11
1.1. Εισαγωγή .....	11
1.2. Επιχειρηματικό περιβάλλον.....	12
1.3. Δημοσιονομικές εξελίξεις.....	21
1.4. Οι διαστάσεις της παρούσας κρίσης και οι επιδράσεις στο επιχειρηματικό δυναμικό.....	24
1.4.1. Το περιεχόμενο της παρούσας κρίσης .....	24
1.4.2. Η κρίση στο επιχειρηματικό περιβάλλον.....	26
Κεφάλαιο 2ο .....	30
Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις .....	30
2.1. Εισαγωγή .....	30
2.2. Ορισμός των ΜμΕ .....	32
2.3. Τύποι ΜμΕ .....	34
2.4. Η χρησιμότητα του ορισμού των ΜμΕ.....	37
2.5. Τα νέα χαρακτηριστικά των ΜμΕ.....	38
2.6. Πλεονεκτήματα και αδυναμίες των ΜμΕ.....	42
2.7. Καινοτόμες ΜμΕ.....	44
Κεφάλαιο 3ο .....	57
Οι μορφές χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.....	57
3.1. Εισαγωγή .....	57
3.2. Εκκίνηση της επιχείρησης – Πηγές χρηματοδότησης.....	58
3.3. Ωριμες επιχειρήσεις – Πηγές χρηματοδότησης .....	63

3.4. Χρηματοδοτικά εργαλεία για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.....	79
3.5. Πηγές χρηματοδότησης για τις ΜμΕ <b>Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.</b>	
Κεφάλαιο 4 <sup>ο</sup> .....	81
Η θέση των ΜμΕ στην Ε.Ε. και στην Ελλάδα – η περίπτωση των νέων καινοτομικών ΜμΕ .....	81
4.1. Εισαγωγή .....	81
4.2. Ο τρόπος επίδρασης των ΜμΕ στις Ευρωπαϊκές οικονομίες .....	81
4.2. Άξονες της ευρωπαϊκής πολιτικής για τις ΜμΕ.....	45
4.2.1. Πολιτική της Ε.Ε. για τις ΜμΕ .....	45
4.2.2. Πολιτική της Λισαβόνας και ευρωπαϊκή πολιτική για τις ΜμΕ.....	47
4.2.3. Η Small Business Act.....	45
4.3. Ελληνικές Καινοτομικές ΜμΕ.....	88
4.3.1. Προβλήματα Ελληνικών Καινοτομικών Επιχειρήσεων <b>Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.</b>	
4.3.2. Πηγές Χρηματοδότησης των Καινοτομικών Επιχειρήσεων <b>Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.</b>	
4.3.3. Προβλήματα στη Χρηματοδότηση των Καινοτομικών σχεδίων των Επιχειρήσεων .....	<b>Σφάλμα! Δεν έχει οριστεί σελιδοδείκτης.</b>
Συμπεράσματα .....	94
Αναφορές - Πηγές.....	96

## Εισαγωγή

Με τον όρο επιχείρηση ως μια οικονομική μονάδα, εννοούμε τους κάθε φύσεως συστηματικούς συνδυασμούς των παραγωγικών συντελεστών, όπως είναι για παράδειγμα το έδαφος, το κεφάλαιο, το ανθρώπινο δυναμικό κλπ., τα οποία συμβάλλουν στην κάλυψη όλων των αναγκών του ανθρώπου, με το μέγιστο δυνατό κέρδος ως στόχο (Κανελλόπουλος, 1994). Οι αναγκαίες προϋποθέσεις μιας επιχείρησης είναι οι ακόλουθες:

- Οικονομική μονάδα, που να προϋποθέτει μόνιμο συνδυασμό συντελεστών παραγωγής.
- Οικονομική μονάδα, που να είναι αυτοτελής.
- Η δραστηριότητα της οικονομικής μονάδας να αποσκοπεί στην κάλυψη ανθρώπινων αναγκών.
- Εφαρμογή της οικονομικής αρχής, δηλαδή να αποσκοπούμε στο μέγιστο δυνατό αποτέλεσμα με την λιγότερη θυσία.

Ο βασικός στόχος όλων των τύπων επιχειρήσεων είναι η δημιουργία πλούτου, και η αύξηση του αρχικού κεφαλαίου. Ο επιχειρηματίας είναι το άτομο που ιδρύει και διευθύνει μια επιχείρηση και αναλαμβάνει τους κινδύνους που επιφυλάσσει αυτή η ενέργεια. Ο επιχειρηματίας είναι το άτομο που ουσιαστικά ξεκινάει από το μηδέν, δημιουργεί και αναπτύσσει μια επιχείρηση. Ότι επιτυγχάνει, το επιτυγχάνει με σκληρή δουλειά και δημιουργική φαντασία, αντιλαμβανόμενος τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται ή ακόμη και δημιουργώντας άλλες ευκαιρίες και έχει σωστή αίσθηση του κατάλληλου χρόνου δράσης.

Συνοψίζοντας λοιπόν μπορούμε να πούμε ότι επιχειρηματίας χαρακτηρίζεται όποιος αναλαμβάνει τους κινδύνους που πηγάζουν από την αβεβαιότητα που



χαρακτηρίζει την οικονομία, που καινοτομεί, που οργανώνει αποτελεσματικά τους συντελεστές της παραγωγής, επιλέγει τους εργαζομένους του, ελέγχει τις εργασίες των ατόμων ώστε ο καθένας από αυτούς να είναι παραγωγικός. Επιχειρηματίας είναι εκείνος που οπλισμένος με εμπειρία αλλά και ειδικές γνώσεις αναγνωρίζει και εκμεταλλεύεται κάθε ευκαιρία κέρδους που παρουσιάζεται στην ελεύθερη αγορά (Κανελλόπουλος, 1994).

Οι επιτυχημένες επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται κυρίως σε δυτικές χώρες ή χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης όσον αφορά στις προμήθειές τους και στα Βαλκάνια στον τομέα της παραγωγής και των πωλήσεων. Μελλοντικά θα επικεντρωθούν στις βαλκανικές χώρες για προμήθειες για να αυξήσουν σημαντικά τις παραγωγικές τους δραστηριότητες στα Βαλκάνια αλλά και να επεκταθούν επιθετικά όσον αφορά στις πωλήσεις στην τουρκική και ασιατική αγορά. Για την επίτευξη αυτού του στόχου τους οι επιχειρήσεις επιλέγουν την πρόσληψη διευθυντικών στελεχών και την εξαγορά ή τη συνεργασία με επιχειρήσεις που διαθέτουν πείρα στην χώρα επέκτασης.

Για να χαρακτηριστεί μία μικρομεσαία επιχείρηση επιτυχημένη θα πρέπει να διέπεται από κάποιες συγκεκριμένες αρχές και χαρακτηριστικά. Οι αρχές αυτές προσδιορίζονται στον ορισμό στενών νησίδων αγοράς με παράλληλη επέκταση στις αντίστοιχες εγχώριες κ διεθνείς αγορές, στην δημιουργία στενών σχέσεων με τον πελάτη καθώς και αφοσίωση στην ικανοποίηση των αναγκών του, στην επιδίωξη καινοτομίας στον τρόπο παροχής υπηρεσιών και τέλος στο σταθερό προσανατολισμό βασικών αξιών ώστε να επιτευχθεί η δημιουργία αποτελεσματικού επιχειρησιακού κλίματος που θα έχει σαν αποτέλεσμα την ύπαρξη σταθερής και ισχυρής ηγεσίας. Βέβαια παρόλη την απλότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων οι αρχές αυτές δεν επιτυγχάνονται εύκολα εάν μια ΜμΕ δεν πληρεί συγκεκριμένες προϋποθέσεις (Κανελλόπουλος, 1994).

Μία ΜμΕ χαρακτηρίζεται ως επιτυχημένη όταν εστιάζει σε συγκεκριμένες αγορές και προσπαθεί να ηγηθεί σε αυτές, όταν στοχεύει στην διατήρηση της ηγετικής της θέσης στην ελληνική αγορά με σκοπό την επέκτασή της και στην

διεθνή αγορά. Έχοντας αναπτύξει σωστό προσανατολισμό δεν ασχολούνται με δραστηριότητες που δεν κατέχουν, δημιουργούν μακροχρόνιες σχέσεις αλληλεξάρτησης με τους πελάτες τους με σκοπό την καλύτερη εξυπηρέτησή τους, καλλιεργούν ένα εργασιακό περιβάλλον με στενές μακροπρόθεσμες σχέσεις εμπιστοσύνης και τέλος στηρίζουν την στρατηγική τους στις εσωτερικές βασικές τους ικανότητες οι οποίες έχουν διαμορφωθεί και αναπτυχθεί από έναν συνήθως χαρισματικό ηγέτη.

## **Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup>**

### **Η ελληνική οικονομία και το επιχειρηματικό περιβάλλον**

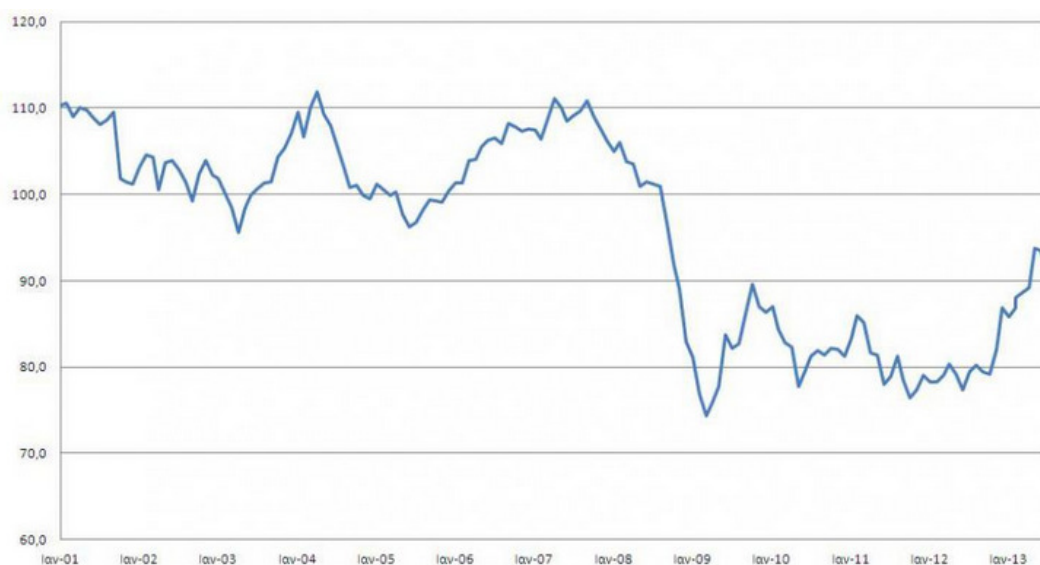
#### **1.1. Εισαγωγή**

Η κατάσταση της Ελληνικής οικονομίας κατά τη διάρκεια των τελευταίων ετών μπορεί να θεωρηθεί πως σημειώνεται η σταδιακή εξασθένηση της ύφεσης, η οποία φαίνεται στα επίσημα μακροοικονομικά στοιχεία. Η αρχή της εξασθένησης της ύφεσης αντανακλά την άμβλυνση της μεγάλης απαισιοδοξίας η οποία προϋπήρχε στο καταναλωτικό κοινό αλλά και στον επιχειρηματικό κόσμο (ΕΛ.ΣΤΑΤ, 2014). Ωστόσο, δεν φαίνεται πως έχουν διαμορφωθεί μέχρι και σήμερα οι κατάλληλες προϋποθέσεις αναφορικά με τη σταθερή βελτίωση των προσδοκιών των καταναλωτών και των επιχειρήσεων, αν και έχει παγιωθεί η τάση σταθεροποίησής τους.

Οι συνολικές προσδοκίες, συμπερασματικά, φαίνεται να επηρεάζονται από την ύπαρξη δύο αντίρροπων δυνάμεων. Πιο συγκεκριμένα, από τη μία πλευρά καταγράφεται μια μικρή εξασθένηση της ύφεσης, η οποία καταδεικνύεται με τους πτωτικούς ρυθμούς της δραστηριότητας σε διάφορους κλάδους της οικονομίας να σημειώνουν άμβλυνση ενώ από την άλλη, η διευθέτηση μια πληθώρας φορολογικών υποχρεώσεων συνδυασμένες με τη διατήρηση του ποσοστού της ανεργίας σε υψηλά επίπεδα και την πτώση του ποσοστού της κατανάλωσης, ασκούν πολλαπλές πιέσεις στους καταναλωτές και στις επιχειρήσεις.

Αναφορικά με το Δείκτη Οικονομικού Κλίματος<sup>1</sup> στην Ελλάδα, κατά τη διάρκεια του 2013, αυτός, κατά μέσο όρο, διαμορφώνεται στις 91,1 μονάδες ενώ συγκριτικά με το περσινό διάστημα έχει βελτιωθεί σημαντικά. Η ανάλυση του Δείκτη Οικονομικού Κλίματος που αφορά άμεσα στο επιχειρηματικό περιβάλλον αναλύεται αμέσως παρακάτω (IOBE, 2013).

**Διάγραμμα 1.1. Δείκτης Οικονομικού Κλίματος**



Πηγή: European Commission, 2014

## 1.2. Επιχειρηματικό περιβάλλον

Ο όρος «επιχειρηματικό μοντέλο» και «στρατηγική» είναι από τις έννοιες που χρησιμοποιούνται ευρέως από ολόκληρη την επιχειρηματική κοινότητα. Δυστυχώς όμως, έχουν υποστεί μεγάλη διαστρέβλωση και έχουν χρησιμοποιηθεί με εντελώς λάθος τρόπο. Συνεπώς, είναι αναγκαίο πριν προχωρήσουμε

<sup>1</sup> Ο Δείκτης Οικονομικού Κλίματος που δημοσιεύει ανά μήνα η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (DG ECFIN) αποτελεί ένα μέτρο της πορείας της οικονομικής δραστηριότητας. Αποτυπώνει τις εκτιμήσεις και τις προσδοκίες που απορρέουν από έρευνες για τις επιχειρήσεις και τους καταναλωτές. Οι έρευνες αυτές λαμβάνουν υπόψη τους διάφορες συνιστώσες της οικονομίας, όπως τη βιομηχανία, τις υπηρεσίες, τους καταναλωτές, τον κατασκευαστικό κλάδο καθώς και τον κλάδο λιανικού εμπορίου.

παρακάτω να αναφερθούμε στα στοιχεία εκείνα που συνθέτουν ένα ολοκληρωμένο και λειτουργικό επιχειρηματικό μοντέλο σύμφωνα με τις τρέχουσες ανάγκες της αγοράς.

Ένα επιτυχημένο επιχειρηματικό μοντέλο, σύμφωνα με την J. Magretta, αντιπροσωπεύει μια καλύτερη μέθοδο από τις υφιστάμενες εναλλακτικές λύσεις. Ίσως προσφέρει καλύτερη σχέση τιμής-απόδοσης σε μια συγκεκριμένη ομάδα πελατών ή να δημιουργήσει νέα, επαυξητική ζήτηση. Ίσως αντικαθιστά την προηγούμενη μέθοδο και εξελίσσεται στο πάγιο πρότυπο που η επόμενη γενιά επιχειρηματιών θα κληθεί να ξεπεράσει.

Όλα τα επιχειρηματικά μοντέλα είναι παραλλαγές της βασικής αλυσίδας αξίας που διαμορφώνει όλες τις επιχειρήσεις. Γενικά, η αλυσίδα αυτή αποτελείται από δύο τμήματα. Το πρώτο περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες που συνδέονται με την κατασκευαστική διαδικασία: σχεδιασμός, αγορά των πρώτων υλών, κατασκευή κλπ. Το δεύτερο όλες τις δραστηριότητες που συνδέονται με την πώληση εύρεση των αγοραστών και επαφή μαζί τους συναλλαγή, διανομή του προϊόντος ή παράδοση της υπηρεσίας. Η πλοκή ενός νέου επιχειρηματικού μοντέλου μπορεί να επικεντρώνει στην επινόηση ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας που καλύπτει μία ανάγκη που προηγουμένως δεν ικανοποιείτο. Μπορεί επίσης να επικεντρώνει σε μια διαδικαστική καινοτομία, όπως π.χ. έναν καλύτερο τρόπο κατασκευής ή πώλησης ή διανομής ήδη επιτυχημένων προϊόντων ή υπηρεσιών.

Κάθε βιώσιμη επιχείρηση οικοδομείται πάνω σε ένα κατάλληλο επιχειρηματικό μοντέλο. Ένα επιχειρηματικό μοντέλο όμως, δεν είναι το ίδιο πράγμα με μία στρατηγική παρ' όλο που πολλοί σήμερα χρησιμοποιούν τους δύο όρους ως έναν. Τα επιχειρηματικά μοντέλα ως σύστημα, περιγράφουν πως τα διάφορα στοιχεία που συνθέτουν την επιχείρηση ταιριάζουν αρμονικά μεταξύ τους. Όμως δεν επηρεάζουν μία ζωτικής σημασίας διάσταση: τον ανταγωνισμό. Αργά ή γρήγορα - συνήθως γρήγορα - κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα αντιμετωπίζει

ανταγωνισμό. Η αντιμετώπιση αυτής της πραγματικότητας αποτελεί πεδίο της στρατηγικής.

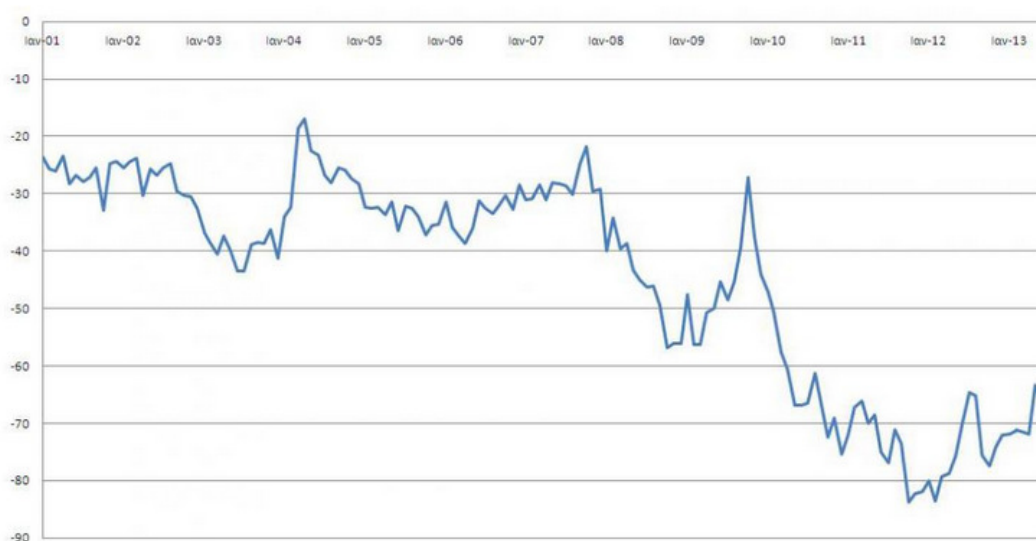
Η στρατηγική αντιμετώπισης του ανταγωνισμού εξηγεί πως θα αποδώσουμε καλύτερα από τους ανταγωνιστές μας. Εξ ορισμού, η καλύτερη απόδοση σημαίνει διαφορετική απόδοση. Οι εταιρείες πετυχαίνουν καλύτερες επιδόσεις όταν είναι μοναδικές, όταν κάνουν κάτι που δεν κάνει καμία άλλη εταιρεία, με τρόπους που οι άλλες εταιρείες δεν μπορούν να μιμηθούν. Αν παραβλέψουμε την ειδική φρασεολογία του χώρου, βλέπουμε ότι αυτό είναι ουσιαστικά η στρατηγική: πως θα γίνουμε καλύτεροι από τους ανταγωνιστές μας προτείνοντας κάτι διαφορετικό. Όταν όλες οι επιχειρήσεις προσφέρουν τα ίδια προϊόντα και τις ίδιες υπηρεσίες στους ίδιους πελάτες εκτελώντας εργασίες του ίδιου τύπου, καμία δεν πρόκειται να ευημερήσει. Πολλές νέες επιχειρήσεις έσπευσαν στην αγορά με πανομοιότυπα επιχειρηματικά μοντέλα και χωρίς στρατηγικές διαφοροποίησης ως προς τους πελάτες και τις αγορές που θα εξυπηρετούσαν, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που πρόσφεραν, και το είδος της απόδοσης που έπρεπε να δημιουργήσουν για τους πελάτες.

Η διαμόρφωση της επιχειρησιακής στρατηγικής αποτελεί πρωταρχικό σκοπό για κάθε επιχειρηματία - μάνατζερ ανεξαρτήτου μεγέθους της επιχείρησης που εκπροσωπεί. Η στρατηγική των επιχειρήσεων βασίζεται σε πρότυπα του παρελθόντος χωρίς να λαμβάνει υπόψη τις σύγχρονες-τρέχουσες τεχνολογικές εξελίξεις. Η ανάλυση των παραδοσιακών μοντέλων διαμόρφωσης στρατηγικής που περιγράφονται παρακάτω αποτελούν την βάση για την δημιουργία του νέου μοντέλου επιχειρηματικής οργάνωσης που επιθυμούμε να δημιουργήσουμε, για να προσφέρουμε στα μέτρα του δυνατού, λύσεις ουσιαστικές και λειτουργικές στις ΜμΕ που ενδιαφέρονται να υιοθετήσουν μια νέα στρατηγική που περιλαμβάνει και την διαχείριση των νέων τεχνολογιών.

Το επιχειρηματικό περιβάλλον στην Ελλάδα κατά τη διάρκεια της εξεταζόμενης περιόδου εκφράζεται από κάποιους συγκεκριμένους δείκτες. Ο δείκτης που εκφράζει τις επιχειρηματικές προσδοκίες στην Ελλάδα βελτιώνεται σε επίπεδο

τομέων μόνο στο Λιανικό Εμπόριο, ενώ, από την άλλη πλευρά, σημειώνεται πτώση του σχετικού δείκτη όσον αφορά στον τομέα της, οριακά στις Υπηρεσίες και περισσότερο στις Κατασκευές. Εν τέλει, όσον αφορά στο Δείκτη της Καταναλωτικής Εμπιστοσύνης, ο αρνητικός δείκτης κερδίζει σημαντικό έδαφος συγκριτικά με προηγούμενα έτη.

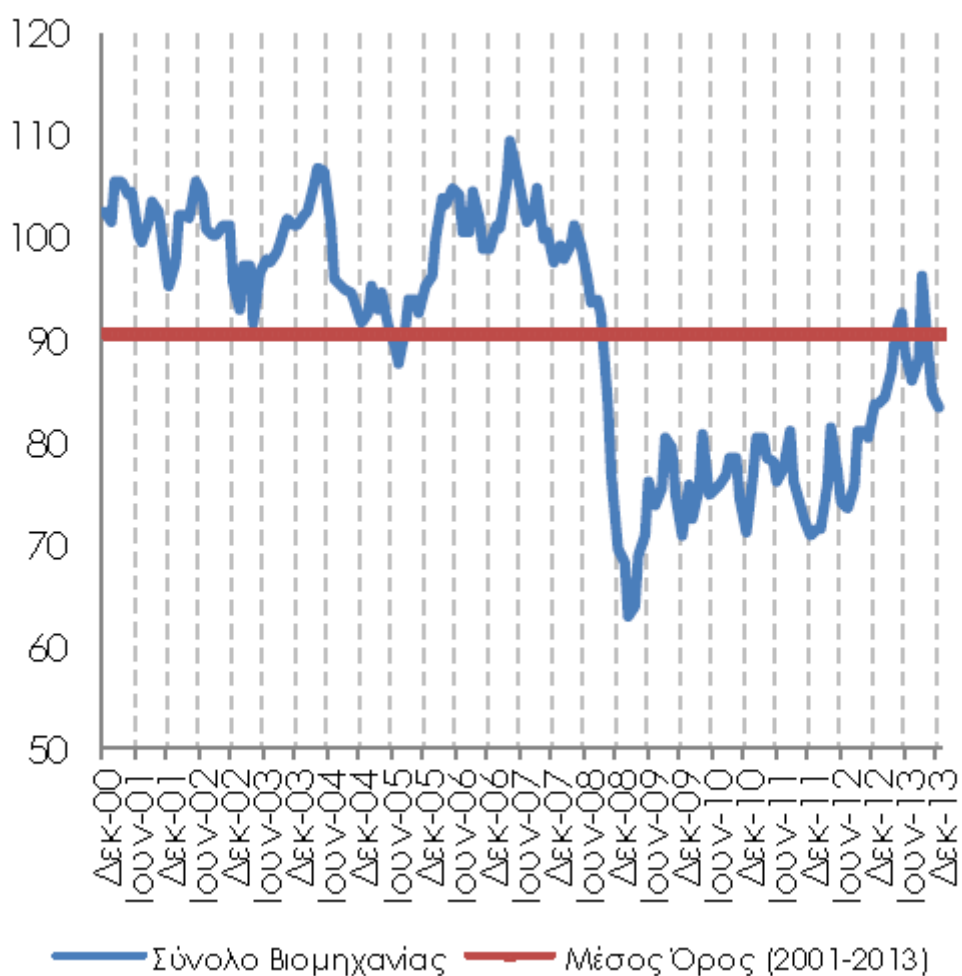
**Διάγραμμα 1.2.: Δείκτης Καταναλωτικής Εμπιστοσύνης**



**Πηγή: European Commission, 2014**

Πιο συγκεκριμένα, ο Δείκτης της εκτίμησης των Επιχειρηματικών Προσδοκιών στη Βιομηχανία, κατά τη διάρκεια του 2013 φαίνεται πως εμφανίζει μειωτική τάξη, ωστόσο το αντίθετο ισχύει συγκριτικά με την εκτίμηση του περσινού έτους. Από τα βασικά στοιχεία δραστηριότητας, οι προβλέψεις για τη βραχυπρόθεσμη εξέλιξη της παραγωγής το εξεταζόμενο τρίμηνο επιδεινώνονται, με το σχετικό δείκτη να υποχωρεί στο μηδέν.

Διάγραμμα 1.3.: Επιχειρηματικές προσδοκίες στη βιομηχανία



Πηγή: IOBE, 2013

Αναφορικά με την εξαγωγική δραστηριότητα, οι τάσεις στους δείκτες εξαγωγικών μεταβλητών είναι μικτές. Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά στην

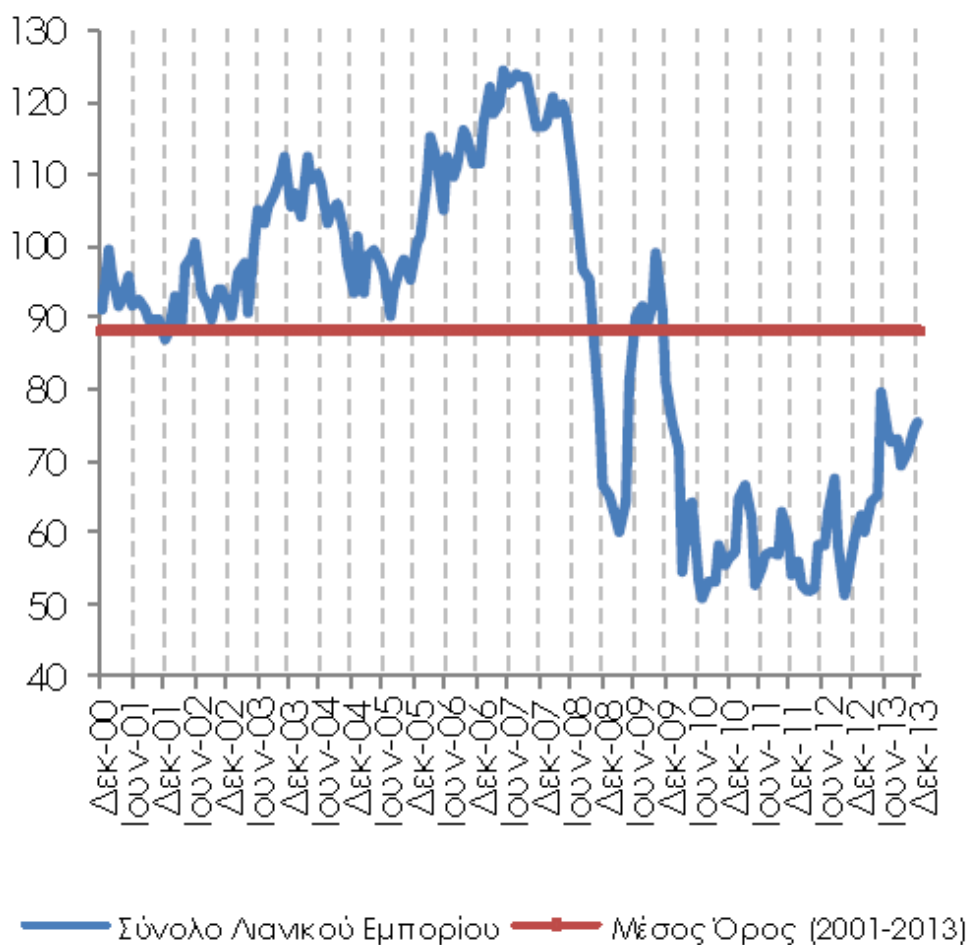


τρέχουσα εξαγωγική δραστηριότητα του τομέα, οι σχετικοί μέσοι δείκτες του επιδεινώνονται.

Όσον αφορά στον τομέα του λιανικού εμπορίου, ο Δείκτης που εκφράζει τις Επιχειρηματικές Προσδοκίες, το υπό εξέταση διάστημα αυξάνεται ελαφρά στις 73,8 μονάδες συγκριτικά με το προηγούμενο έτος. Η συγκεκριμένη εξέλιξη θεωρείται ως αποτέλεσμα της αποκλιμάκωσης των εκτιμημένων αποθεμάτων, με το σχετικό δείκτη να κινείται στις 9 μονάδες κατά μέσο όρο, χαμηλότερα συγκριτικά με την αντίστοιχη περσινή τιμή του.

Συνεχίζοντας στον κλάδο του λιανικού εμπορίου, από τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σ' αυτόν, το ποσοστό του 44% των επιχειρήσεων κρίνει ότι το σύνολο των πωλήσεων του θα μειωθούν το προσεχές διάστημα, ενώ ένα ποσοστό που ισούται με το 17% προβλέπει άνοδο (ΕΛ.ΣΤΑΤ, 2014). Αναφορικά με τους όρους τιμών, στο πεδίο αυτό κυριαρχούν οι αποπληθωριστικές προσδοκίες, οι οποίες εξομαλύνονται συγκριτικά με τα επίπεδα του προηγούμενου τριμήνου και υιοθετούνται από το 22% των επιχειρήσεων, έναντι των προσδοκιών ανόδου, τις οποίες και εκφράζει ένα 5% (από 3%) σύμφωνα με έρευνα του IOBE (IOBE, 2013).

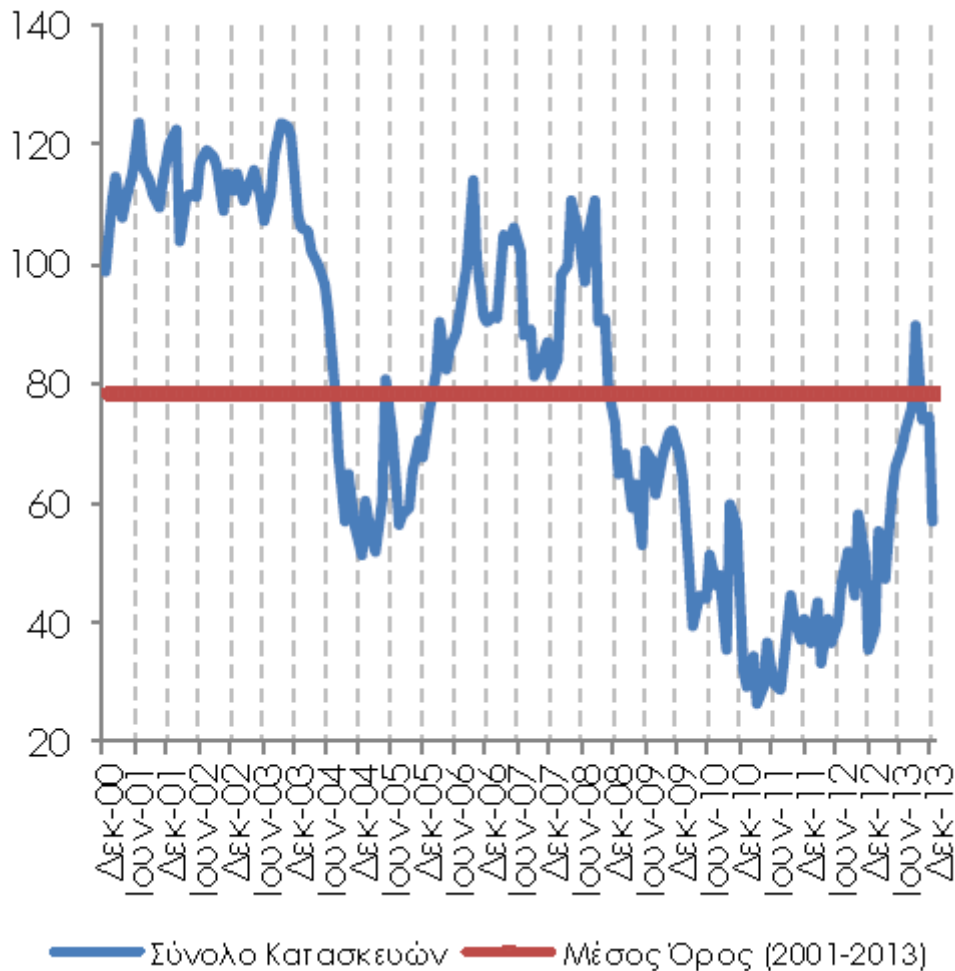
#### **Διάγραμμα 1.4.: Επιχειρηματικές προσδοκίες στον τομέα του λιανικού εμπορίου**



Πηγή: IOBE, 2013

Αναφορικά με τον κλάδο των Κατασκευών, ο δείκτης των επιχειρηματικών προσδοκιών χάνει σημαντικό έδαφος συγκριτικά με το προηγούμενο έτος, με το σχετικό ισοζύγιο να αυξάνεται στις 68,3, επίδοση υψηλότερη κατά 20 μονάδες έναντι της περσινής περιόδου (IOBE, 2013). Από τις βασικές μεταβλητές του δείκτη οι έντονα αρνητικές προβλέψεις των επιχειρήσεων για το επίπεδο προγράμματος των εργασιών τους επιδεινώνεται συγκριτικά με το προηγούμενο έτος.

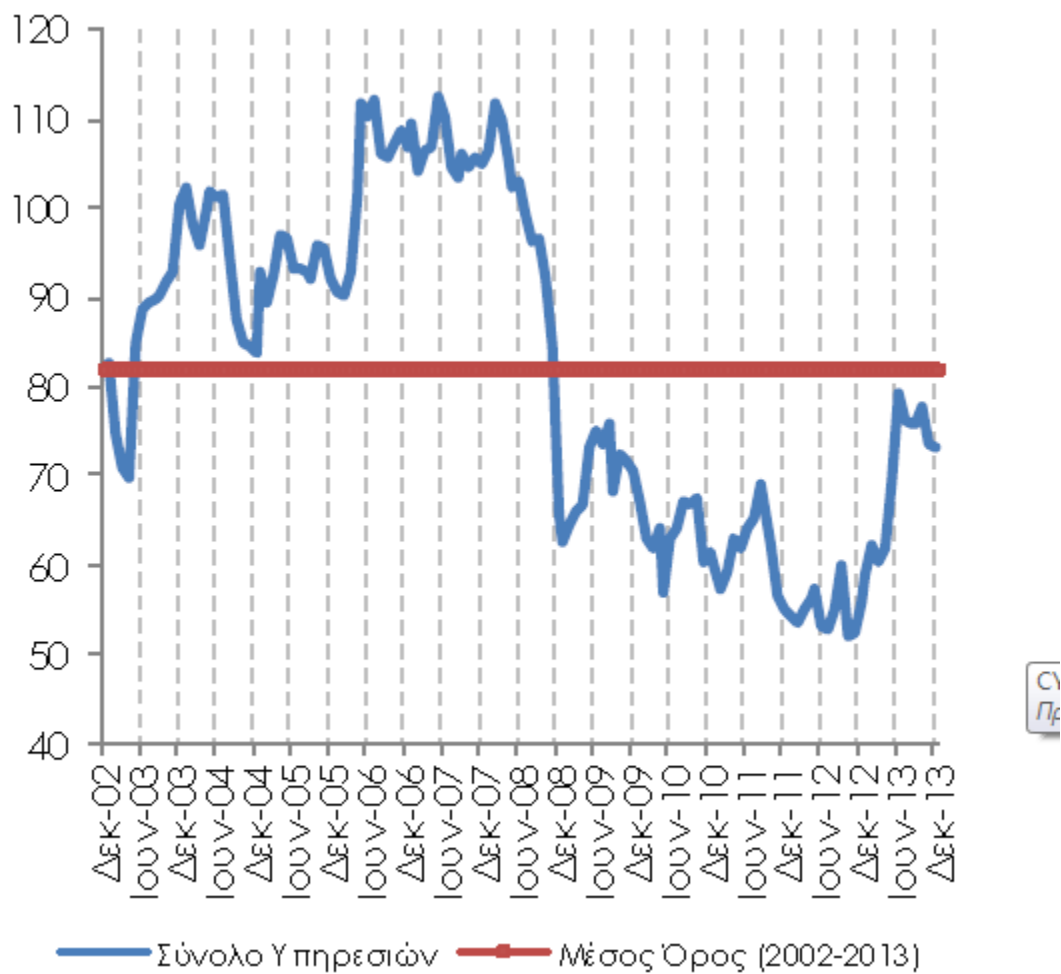
Διάγραμμα 1.5.: Επιχειρηματικές προσδοκίες στον τομέα των κατασκευών



Πηγή: IOBE, 2013

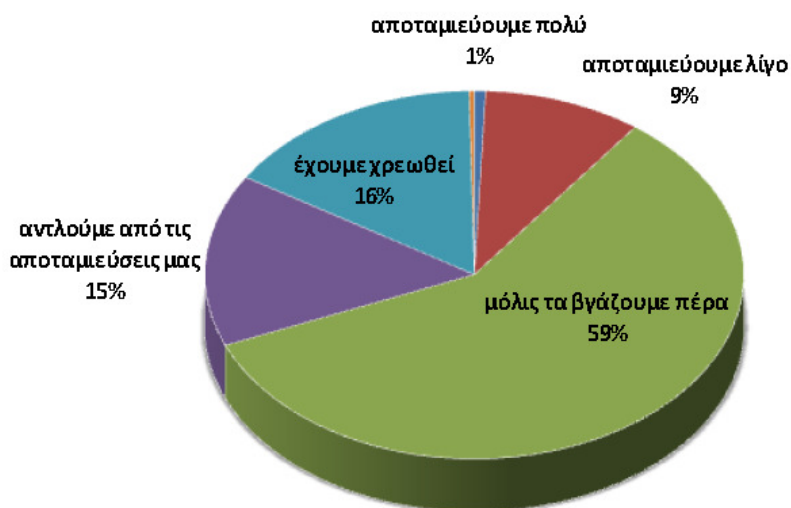
Αναφορικά με το πεδίο των υπηρεσιών, ο Δείκτης που αναφέρεται άμεσα στις Επιχειρηματικές Προσδοκίες κινείται ελαφρώς πτωτικά, στις 74,8 μονάδες (ενώ έχει ανέλθει συγκριτικά με την αντίστοιχη περσινή περίοδο. Εκτός των άλλων, στο ποσοστό του 14% διατηρείται το επίπεδο εκείνων που αναφέρουν ανεμπόδιστη επιχειρηματική λειτουργία, με το 27% του ποσοστού να δηλώνει ως βασικότερο εμπόδιο στη λειτουργία τους την ανεπάρκεια κεφαλαίων κίνησης, και το ποσοστό του 14% τους εγχώριους παράγοντες οι οποίοι θεωρείται πως εμφανίζουν άμεση σύνδεση με τη γενική οικονομική κατάσταση και την επιρροή της κρίσης, το αυστηρό φορολογικό καθεστώς, τη διεθνή συγκυρία καθώς και την καθυστέρηση των πληρωμών (IOBE, 2013).

Διάγραμμα 1.6.: Επιχειρηματικές προσδοκίες στον τομέα των υπηρεσιών



Πηγή: IOBE, 2013

Διάγραμμα 1.7.: Στοιχεία έρευνας καταναλωτών



Πηγή: IOBE, 2013

Πίνακας 1.1.: Βραχυχρόνιοι δείκτες οικονομικής συγκυρίας

Μήνας/ Έτος	Δείκτες Οικονομικού Κλίματος <sup>1</sup>		Δείκτες Επιχειρηματικών Προσδοκιών <sup>2</sup> (Ελλάδα)				Δείκτης Καταναλωτικής Εμπιστοσύνης <sup>1</sup> (Ελλάδα)
	Ε.Ε-27	Ελλάδα	Βιομηχανία	Κατασκευές	Λιανικό Εμπόριο	Υπηρεσίες	
2002	97,3	102,0	101,2	114,0	93,3	82,8	-27,5
2003	95,4	100,1	97,9	115,0	102,0	85,5	-39,4
2004	103,3	104,8	99,1	81,5	104,8	94,6	-25,8
2005	100,8	98,1	92,6	63,0	96,8	93,6	-33,8
2006	108,3	104,9	101,5	91,1	110,8	103,7	-33,3
2007	111,0	108,4	102,8	92,5	120,8	106,6	-28,5
2008	93,3	97,4	91,9	95,2	102,5	97,8	-46,0
2009	79,3	79,7	72,1	65,5	80,4	70,1	-45,7
2010	101,2	79,3	76,2	45,2	59,5	62,9	-63,4
2011	100,3	77,6	76,9	34,2	58,9	61,7	-74,1
2012	90,9	80,0	77,2	43,2	57,1	54,8	-74,8
2013	95,7	90,4	87,8	65,0	70,2	70,4	-69,3

Πηγή: IOBE, 2013

### 1.3. Δημοσιονομικές εξελίξεις

Όπως φαίνεται και στον Πίνακα 1.2. παρακάτω, το Καθαρό Ισοζύγιο της Γενικής Κυβέρνησης μειώθηκε το 2013 συγκριτικά με το προηγούμενο έτος. Το Καθαρό

Ισοζύγιο διαμορφώνεται στο ποσοστό του 2,2% του ΑΕΠ, ποσοστό που αποτελεί το χαμηλότερο που έχει σημειωθεί κατά τη διάρκεια των τελευταίων δεκαετιών και βρίσκεται κάτω από το όριο του επιπέδου του 3% (IOBE, 2013). Το έλλειμμα που εμφανίζει το καθαρό ισοζύγιο οφείλεται στο έλλειμμα του Κράτους, το οποίο εκτελεί και τις πληρωμές για του τόκους του Δημόσιου Χρέους, ενώ οι άλλοι υποτομείς της Γενικής Κυβέρνησης εμφανίζουν σημαντικά πλεονάσματα.

Λαμβάνοντας υπόψη τα προαναφερθέντα δεδομένα, το Δημόσιο Χρέος αναμένεται να διαμορφωθεί σε 175,5% και 174,8% του ΑΕΠ τις επόμενες χρονιές, γεγονός το οποίο δεν επιτρέπει σκέψεις για δημοσιονομική χαλάρωση, τουλάχιστον μέχρι να ολοκληρωθεί η αποκατάσταση των ρυθμών μεγέθυνσης της οικονομίας σε ύψος ικανοποιητικό (IOBE, 2013).

**Πίνακας 1.2.: Ισοζύγια Γενικής Κυβέρνησης (κατά ESA95)**

	2012	2013		2014
		ΜΠΔΣ	Εκτιμήσεις	
<b>Πρωτογενές ισοζύγιο</b>	-2.160	3.594	3.918	5.399
<b>Τόκοι</b>	9.643	8.389	7.878	9.665
<b>Καθαρό</b>	-11.803	-4.795	-3.960	-4.266

Πηγή: Εισηγητική Έκθεση Προϋπολογισμού 2014, ΥΠ.ΟΙΚ.

Πίνακας 1.3.: Καθαρό Ισοζύγιο Υποτομέων Γενικής Κυβέρνησης (κατά ESA95)

	2012	2013		2014
		ΜΠΔΣ	Εκτιμήσεις	
Κράτος	-13.228	-9.292	-12.799	-6.672
Νομικά Πρόσωπα	1.850	685	1.000	1.013
ΔΕΚΟ	1.113	493	590	463
ΟΤΑ	693	589	1.319	654

<b>ΟΚΑ</b>	-2.231	2.730	5.930	277
------------	--------	-------	-------	-----

Πηγή: Εισηγητική Έκθεση Προϋπολογισμού 2014, ΥΠ.ΟΙΚ.

## 1.4. Οι διαστάσεις της παρούσας κρίσης και οι επιδράσεις στο επιχειρηματικό δυναμικό

### 1.4.1. Το περιεχόμενο της παρούσας κρίσης

Αναφορικά με το εννοιολογικό περιεχόμενο των κρίσεων, αποτελεί γεγονός πως οι προσωπικές κρίσεις ή οι κρίσεις μιας μικρής ομάδας, έχουν πολύ μικρές επιπτώσεις σε μια κοινότητα. Καθώς το μέγεθος της κρίσης αυξάνεται, οι πόροι που είναι διαθέσιμοι για να ανταποκριθούν και να συμβάλλουν στην ανάκαμψη, μπορεί να είναι λιγότεροι από τη ζήτηση γι' αυτούς τους πόρους. Αυτή η υπερβολική ζήτηση σχετικά με τις προμήθειες δημιουργεί πολύπλοκες επιπτώσεις σχετικά με τη διαχείριση της ανάκαμψης (James & James, 2008). Καθώς το μέγεθος ή η κλίμακα της κρίσιμης κατάστασης αυξάνεται, η διαχείριση της αντιμετώπισης και της ανάκαμψης είναι πιθανόν να γίνει πολυπλοκότερη, εξ αιτίας της ανάγκης να θέσουν προτεραιότητες και να αντισταθμίσουν τα κέρδη με της απώλειες (Allinson, 1993).

Το μέγεθος και η κλίμακα επίσης αντανακλώνται στις εμπορικές, επιχειρηματικές ή βιομηχανικές κρίσιμες καταστάσεις (James & James, 2008). Η καταστροφή ενός υπολογιστή από τους εκατοντάδες που υπάρχουν δεν θα είναι τόσο σημαντική, όσο η απώλεια όλων των υπολογιστών. Παρόμοια, ένα μικρό κακοπληρωμένο χρέος δεν θα δημιουργήσει μια κρίση από την άποψη της ρευστότητας και της χαμηλής ποσότητας ρευστού, αλλά συσσωρευμένα μικρά



κακοπληρωμένα χρέη ή ένα πολύ μεγάλο κακοπληρωμένο χρέος που μπορεί να καταστρέφει μια εταιρεία.

Πριν από το 2008, η Ομοσπονδιακή Τράπεζα των ΗΠΑ έπαιζε τον παραδοσιακό ρόλο των κεντρικών τραπεζών, την άσκηση της νομισματικής πολιτικής και (σε πολύ σπάνιες περιπτώσεις, όπως την ημέρα μετά την 9/11) λειτούργησε ως δανειστής έσχατης ανάγκης (Tully, 2006). Ήταν όμως η νομισματική πολιτική των χαμηλών επιτοκίων της FED αυτή που από μόνη της προκάλεσε την κρίση;

Η χαλαρή νομισματική πολιτική που ακολουθήθηκε από τις αρχές του 2000, επιδείνωσε τόσο τις εγχώριες μακροοικονομικές ανισορροπίες των ΗΠΑ, όσο και τις παγκόσμιες ανισορροπίες. Η φούσκα των ακινήτων οδήγησε πολλά νοικοκυριά της εργατικής τάξης να επωμιστούν μεγάλες υποχρεώσεις. Την ίδια στιγμή μια ολέθρια μείωση των αποταμιεύσεων στις ΗΠΑ, έλαβε χώρα (Keller et al., 2014). Ταυτόχρονα, κατά την περίοδο πριν την κρίση η υπερβολική αύξηση των αποταμιεύσεων προερχόμενη κυρίως από την Κίνα, την Ιαπωνία, τη Γερμανία και τις χώρες εξαγωγής πετρελαίου, διατηρούσε τα μακροπρόθεσμα επιτόκια χαμηλά.

Από τη στιγμή που η παγκόσμια κρίση έφερε στην επιφάνεια τις χρόνιες αδυναμίες της οικονομίας της, η Ελλάδα τιτλοφορείται συχνά ως ο «αδύναμος κρίκος» της ευρωζώνης (Georgoutsos, 2010; Tsoukalis, 2012). Το δημοσιονομικό έλλειμμα και το έλλειμμα στο ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών (δίδυμα ελλείμματα), το δημόσιο χρέος και το εξωτερικό χρέος, το έλλειμμα ανταγωνιστικότητας και το έλλειμμα αξιοπιστίας συνθέτουν την εικόνα της ελληνικής οικονομίας. Η εικόνα αυτή ήταν που επηρέασε τις αγορές και έτσι, ο εξωτερικός δανεισμός της χώρας, όπου μετά την ένταξή της στην ΟΝΕ φάνταζε δεδομένος και απρόσκοπτος, κατέστη, μέσα σε λίγο διάστημα, απαγορευτικός.

Η ένταξη σε ένα πρόγραμμα δημοσιονομικής εξυγίανσης δεν ήταν πρωτόγνωρη εμπειρία, μα ούτε η Ελλάδα βρίσκεται για πρώτη φορά τόσο κοντά στο χείλος της χρεοκοπίας. Περίπου το ήμισυ της περιόδου από το 1829 μέχρι το 2006 η

Ελλάδα βρίσκεται σε κατάσταση αθέτησης πληρωμών ή αναδιάρθρωσης του χρέους της (Reinhart & Rogoff, 2008). Στη διάρκεια των τριών τελευταίων δεκαετιών, η χώρα τέθηκε πολλές φορές υπό δημοσιονομική επιτήρηση. Υπενθυμίζονται, τα δύο προγράμματα λιτότητας το 1985 - 1987 και το 1990 - 1993 και η δημοσιονομική και νομισματική πειθαρχία για την επίτευξη της Σύγκλισης, προκειμένου να εξασφαλίσει την ένταξή της στον πυρήνα της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ), τη ζώνη του ευρώ.

Επίσης, για την παράβαση του Συμφώνου Σταθερότητας και Ανάπτυξης εισήλθε σε καθεστώς δημοσιονομικής εποπτείας το 2004 από το οποίο βγήκε το 2007, ενώ από τον Απρίλιο του 2009 η ελληνική οικονομία υπήχθη στη Διαδικασία Υπερβολικού Ελλείμματος, επειδή τα δημοσιονομικά ελλείμματα των δύο τελευταίων ετών είχαν υπερβεί αδικαιολόγητα το όριο που έθετε το Σύμφωνο Σταθερότητας και Ανάπτυξης (ΣΣΑ), ήτοι το 3% του ΑΕΠ (Τράπεζα της Ελλάδος, 2009).

#### **1.4.2. Η κρίση στο επιχειρηματικό περιβάλλον**

Η διεθνής οικονομική κρίση θεωρείται υπεύθυνη για την επιβράδυνση της οικονομικής ανάπτυξης παγκοσμίως. Αυτή η επιβράδυνση έχει ως αποτέλεσμα τη συρρίκνωση της ζήτησης των αγαθών, των υπηρεσιών αλλά και του συνόλου των βιομηχανικών προϊόντων. Το γεγονός αυτό συνεπάγεται πως οι επιχειρήσεις δέχονται μεγάλες πιέσεις αναφορικά με την προσαρμογή τους στις παρούσες συνθήκες. Στις πλείστες των περιπτώσεων αναγκάζονται να προχωρήσουν στη μείωση του κόστους, στην επανεξέταση της εταιρικής τους στρατηγικής, στη διενέργεια επενδύσεων αλλά και στην αναδιάρθρωση του καταστατικού τους (Ulrich et al., 2009).

Πληθώρα επιχειρήσεων έχει παγώσει τον τομέα που αφορά την πρόσληψη και απασχόληση νέου εργατικού δυναμικού. Συνεπώς, γίνεται κατανοητό το γεγονός πως η παγκόσμια οικονομική κρίση έχει μεταβάλλει δραματικά τις συνθήκες της αγοράς στα πλαίσια της οποίας λειτουργούν οι επιχειρήσεις.

Η κρίση είναι ιδιαίτερα απειλητική κατάσταση αναφορικά με την επιβίωση της επιχείρησης αλλά και τη συνέχιση των δραστηριοτήτων της και είναι υπεύθυνη για την καταστροφή της παραγωγικής της δυναμικότητας (Vergiliet, 2004). Πιο συγκεκριμένα, η επιρροή της οικονομικής κρίσης ήταν εκτεταμένη, ανεξαρτήτως του κλάδου), του μεγέθους ή της τοποθεσίας της επιχείρησης. Αναλυτικότερα, η κρίση την οποία έχουν να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις ορίζεται ως η «απροσδόκητη και απρόβλεπτη ένταση που απαιτεί γρήγορη αντίδραση και απειλεί τις υπάρχουσες αξίες, τους στόχους και τις υποθέσεις του οργανισμού, καθιστώντας τις μεθόδους πρόληψης και προσαρμογής, ανεπαρκείς» (Ozdevecioglu, 2002: 63).

Συνεπώς, στα πλαίσια του συγκεκριμένου ταραχώδους οικονομικού περιβάλλοντος, το επιχειρηματικό δυναμικό έρχεται αντιμέτωπο με την επιτακτική ανάγκη λήψης μέτρων με στόχο την επιβίωσή του. Γενικότερα, τα προβλήματα τα οποία έχουν να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις, την περίοδο της κρίσης, εμφανίζουν άμεση σύνδεση με τη μείωση του επιπέδου των πωλήσεων, με την αγορά των πρώτων υλών για την παραγωγή, με την είσπραξη των απαιτήσεων, με την περιορισμένη δυνατότητα δανεισμού κλπ. Οι επιχειρήσεις οι οποίες εμφανίζουν αποφασιστική δράση και στρατηγική μέθοδο και ανταποκρίνονται στην κρίση νωρίς, στις πλείστες των περιπτώσεων, τα πηγαίνουν καλύτερα συγκριτικά με κάποιες οι οποίες πάσχουν από παράλυση ή (Branstad et al, 2009). Πιο συγκεκριμένα, η χρονική διάρκεια της αποτελεσματικής ανταπόκρισης μιας επιχείρησης στην κρίση, επηρεάζει τη φήμη της, την αξιοπιστία της, την ακεραιότητα που έχουν οι δραστηριότητές της αλλά και το επίπεδο της επίδοσής της στην αγορά (Calloway & Keen, 1996).

Αναφορικά με την ελληνική οικονομία, αυτή φαίνεται πως διέρχεται μια συνεχόμενη περίοδο βαθιάς οικονομικής κρίσης η οποία ως βασικά χαρακτηριστικά της έχει την παρατεταμένη μείωση της οικονομικής δραστηριότητας αλλά και την ύφεση η οποία εξακολουθεί να υφίσταται, γεγονός το οποίο εμφανίζει άμεσο αντίκτυπο όσον αφορά στο πεδίο της λειτουργίας και των επιδόσεων του επιχειρηματικού δυναμικού της χώρας. Η επιδείνωση αυτή

---

μπορεί πλέον να χαρακτηριστεί ως διάχυτη και σε όλο το εύρος των εμπορικών δραστηριοτήτων. Τα κυριότερα χαρακτηριστικά της είναι η πτωτική τάση του κύκλου εργασιών της επιχείρησης, η ανατροπή της κερδοφορίας αλλά και η μείωση της κεφαλαιουχικής βάσης του εμπορίου (Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου, 2011) .

Αναλυτικότερα, όσον αφορά στο επιχειρηματικό δυναμικό της ελληνικής οικονομίας, η κρίση σαφώς και έχει επηρεάσει τις επιχειρήσεις και έχει δημιουργήσει αρκετά προβλήματα. Πιο συγκεκριμένα, οι επιπτώσεις της κρίσης αφορούν άμεσα, όχι μόνο τις πωλήσεις, τα κέρδη, τα αποθέματα και τις επενδύσεις παγίου κεφαλαίου αλλά και το επίπεδο της απασχόλησης των εργαζομένων των επιχειρήσεων. Το ερώτημα που τίθεται ωστόσο σχετίζεται άμεσα με την αντίδραση των ελληνικών επιχειρήσεων στην παρούσα οικονομική συγκυρία.

Στην παρούσα οικονομική περίοδο, η οποία θεωρείται ιδιαίτερα δύσκολη για το επιχειρηματικό δυναμικό της χώρας, είναι απαραίτητη η χάραξη της κατάλληλης στρατηγικής. Ωστόσο, δεν φαίνεται να υπάρχει κάποιο συγκεκριμένο σχέδιο, στρατηγική ή τακτική την οποία να έχουν τη δυνατότητα να εφαρμόσουν οι επιχειρήσεις έτσι ώστε να βγουν από την κρίση. Το περιβάλλον το οποίο διαμορφώνεται είναι ιδιαίτερα δύσκολο και απαιτεί άμεσες και αποφασιστικές ενώ το σύνολο του επιχειρηματικού δυναμικού είναι απαραίτητο να έχει πλήρη γνώση του περιβάλλοντος, να βρίσκεται σε ετοιμότητα καθώς και να αντιλαμβάνεται τις μεταβολές του περιβάλλοντος έτσι ώστε να μπορεί να διαχειριστούν τις συνθήκες του περιβάλλοντος αβεβαιότητας και να είναι σε θέση να αποφύγει τις απειλές και να εκμεταλλευτεί τις ευκαιρίες που μπορεί να δοθούν.

Το επιχειρηματικό δυναμικό της χώρας, είναι απαραίτητο, αν θέλει να συνεχίσει τη λειτουργία του, να διασφαλίσει ρευστότητα που απαιτεί το περιβάλλον, να μειώσει τις περιττές δαπάνες, να προβεί σε μια πιο ορθή τιμολόγηση, να αξιοποιήσει σωστά το ανθρώπινο δυναμικό του αλλά και να υιοθετήσει

καινοτόμες ιδέες αναφορικά με την εξασφάλιση ενός ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.

Από την πλευρά των επιχειρηματιών, αυτοί θα πρέπει να έχουν τη δυνατότητα να προβλέψουν οικονομικές δυσκολίες οι οποίες μπορεί να σχετίζονται με τη μείωση των πωλήσεων, με προβλήματα που ενδέχεται να εμφανισθούν με διάφορους προμηθευτές της επιχείρησης, με τη μείωση του αριθμού σταθερών πελατών αλλά και με τη μη αποδοτική αξιοποίηση του εργατικού δυναμικού.

## Κεφάλαιο 2ο

### Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις

#### 2.1. Εισαγωγή

Αν πραγματοποιήσουμε μια ιστορική αναδρομή στην προσπάθεια απόδοσης ενός ορισμού για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, θα δούμε πως υπήρξε μεγάλο πρόβλημα αναφορικά με την απόδοση ενός τέτοιου ορισμού. Στην πραγματικότητα, στο παρελθόν δεν υπήρχε κανένας ορισμός που να καταδείκνυε τα στοιχεία εκείνα που συνθέτουν και ορίζουν μια επιχείρηση ως μικρή ή μεσαία. Όταν όμως η κοινωνία και κατ' επέκταση οι οικονομίες τους αντιλήφθηκαν την μεγίστη χρησιμότητα των ΜμΕ τότε έγιναν οι πρώτες προσπάθειες να δοθεί ένας ορισμός ο οποίος να είναι κοινά αποδεκτός και παράλληλα λειτουργικός.

Ο λόγος που μετέτρεπε αυτήν την λογική προσπάθεια προσδιορισμού των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε τολμηρό εγχείρημα είναι η τεράστια δυσκολία να συμπεριληφθούν μέσα σε έναν ορισμό τόσες πολλές και συνάμα διαφορετικές δραστηριότητες τις οποίες φέρει εις πέρας αυτός ο **τύπος επιχειρήσεων**. Ένα παράδειγμα θα μας βοηθήσει να αντιληφθούμε πλήρως την δυσκολία ορισμού του τύπου επιχειρήσεων των ΜμΕ, ενός τύπου που χαρακτηρίζεται από πληθώρα οικονομικών και εμπορικών δραστηριοτήτων.

Ας υποθέσουμε ότι έχουμε δύο μικρομεσαίες όπου η κάθε μία δραστηριοποιείται σε διαφορετικό οικονομικό και εμπορικό τομέα, όπως μια μικρομεσαία που **δραστηριοποιείται** στον κλάδο των πετρελαιοχημικών και μια άλλη που **δραστηριοποιείτε** στον μεταποιητικό τομέα, αυτομάτως κάποιος μπορεί να αντιληφτεί την δυσκολία και τους κινδύνους να συμπεριληφθούν δύο τόσο διαφορετικές επιχειρήσεις μέσα στον ίδιο ορισμό. Μπορεί η μικρομεσαία επιχείρηση που **δραστηριοποιείτε** στον κλάδο των πετρελαιοχημικών να είναι μικρομεσαία όπως και μια επιχείρηση του μεταποιητικού τομέα αλλά έχει

παρατηρηθεί ότι έχει υψηλότερα επίπεδα κεφαλαιοποίησης, πωλήσεων και πιθανά θέσεων εργασίας από αυτή του μεταποιητικού τομέα.

Η πρώτη ουσιαστική απόδοση ενός ορισμού για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις έγινε από την Επιτροπή του Bolton (1971) **προτείνοντας** δυο ορισμούς για τις μικρομεσαίες, τον «οικονομικό» και τον «στατιστικό».

Ο οικονομικός ορισμός θεωρεί μικρές τις επιχειρήσεις εκείνες που ικανοποιούν τα παρακάτω τρία κριτήρια:

- Έχουν ένα σχετικά μικρό μερίδιο αγοράς στην οποία δραστηριοποιούνται,
- Η διοίκηση τους γίνεται από τους ιδιοκτήτες ή τους συνιδιοκτήτες τους και φυσικά δεν υπάρχει διαμορφωμένη διοικητική δομή,
- Είναι ανεξάρτητες με την έννοια ότι δεν αποτελούν κομμάτι μιας μεγάλης εταιρείας.

Δεδομένου του οικονομικού ορισμού, η επιτροπή του Bolton επινόησε και τον «στατιστικό» ορισμό, ο οποίος δημιουργήθηκε για τρεις κύριους σκοπούς. Ο πρώτος ήταν για να ορίσει την ποσότητα που προσφέρει η κάθε ΜμΕ στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΕγχΠ), στην εύρεση θέσεων εργασίας, στις εξαγωγές, στην καινοτομία κτλ., σε σχέση πάντα με το μέγεθος της. Ο δεύτερος σκοπός ήταν να συγκρίνει το βαθμό με τον οποίο ο κλάδος των ΜμΕ έχει αλλάξει την οικονομική του συνεισφορά μέσα στο χρόνο. Τρίτον, ο στατιστικός ορισμός, κατά κανόνα έπρεπε να δώσει τη δυνατότητα να γίνει σύγκριση μεταξύ της συνεισφοράς των μικρών επιχειρήσεων σε μια χώρα σε σχέση με αυτό που συνεισφέρουν οι αντίστοιχες εταιρείες σε άλλες χώρες.

Ο κλάδος των ΜμΕ **απασχολεί** από παλιότερα την ευρωπαϊκή αλλά και την παγκόσμια οικονομική και επιχειρηματική κοινωνία. Σήμερα μετά από 33 χρόνια από τότε που δόθηκαν αυτοί οι πρώτοι ορισμοί, έχουν αλλάξει ριζικά οι καταστάσεις και οι ανάγκες. Η Ευρωπαϊκή Κοινότητα αντιλήφθηκε την αδιαμφισβήτητη αξία των ΜμΕ στην ευρωπαϊκή κοινωνική, οικονομική και

επιχειρηματική ζωή και φιλοδοξώντας να επιτελέσει τον υποστηρικτικό της ρόλο στις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις και την ευρωπαϊκή οικονομία, αναπτύσσει μία πολύπλευρη και συνεκτική δράση, προσαρμοσμένη στις σημερινές συνθήκες και τις πραγματικές ανάγκες των ΜμΕ, εκσυγχρονίζοντας το προφίλ τους και συντελώντας στην αναβάθμιση του επιχειρείν στην Ευρώπη αλλά και σε κάθε κράτος-μέλος ξεχωριστά.

Στην προσπάθεια αυτή της Ευρωπαϊκής Ένωσης, κύριο μέλημα απετέλεσε η θέσπιση ενός άρτιου και παράλληλα λειτουργικού ορισμού που να εξηγεί με σαφήνεια τα κριτήρια εκείνα τα οποία ορίζουν ποιες επιχειρήσεις είναι μικρομεσαίες και πόσοι διαφορετικοί τύποι μικρομεσαίων επιχειρήσεων υπάρχουν. Παρακάτω παρουσιάζουμε τον επίσημο ορισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τις ΜμΕ.

## **2.2. Ορισμός των ΜμΕ**

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2003: 36-41) ενέκρινε στις 6 Μαΐου 2003 και δημοσίευσε στις 20 Μαΐου 2003, όρισε το τι συνιστά μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ). Πρώτα απ' όλα στο άρθρο I ορίζεται τι είναι επιχείρηση Σύμφωνα λοιπόν με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή επιχείρηση θεωρείται: «κάθε μονάδα; ανεξάρτητα από τη νομική της μορφή, που ασκεί οικονομική δραστηριότητα, ως τέτοιες νοούνται ιδίως οι μονάδες που ασκούν βιοτεχνική ή άλλη δραστηριότητα, ατομικά ή οικογενειακά προσωπικές εταιρείες ή ενώσεις προσώπων που ασκούν τακτικά μια οικονομική δραστηριότητα».

Στο άρθρο 2 δίνεται ο πλήρης ορισμός των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. αφού πρώτα έχει οριστεί ότι η βασική προϋπόθεση για να αναγνωριστεί ως μικρομεσαία μια επιχείρηση είναι να τηρεί τα όρια αναφορικά με τον αριθμό του προσωπικού και, είτε εκείνα του κύκλου εργασιών, είτε τα όρια του συνόλου του ισολογισμού.



### Ορισμός των ΜμΕ από την Ευρωπαϊκή Ένωση

Κατηγορία επιχείρησης	Αριθμός Εργαζομένων	Κύκλος εργασιών	Συνολικός ισολογισμός
Μεσαία	<250	≤50 εκατ. €	≤43 εκατ. €
Μικρή	<50	≤10 εκατ. €	≤10 εκατ. €
Πολύ μικρή	<10	≤2 εκατ. €	≤2 εκατ. €

Συνοψίζοντας τους ορισμούς για τις μεσαίες, μικρές και τις πολύ μικρές επιχειρήσεις σε ένα ορισμό, τότε θα λέγαμε ότι μικρομεσαίες θεωρούνται οι κατηγορίες των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων (ΜμΕ) που αποτελούνται από επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από 250 εργαζομένους και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει τα 50 εκατομμύρια ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 43 εκατομμύρια ευρώ.

Τέλος, όπως είδαμε στους παραπάνω ορισμούς τα κριτήρια που ορίζουν πότε μια επιχείρηση είναι μικρομεσαία είναι δύο, ο αριθμός του προσωπικού και, είτε ο κύκλος εργασιών, είτε τα όρια του συνόλου του ισολογισμού. Αν και το κριτήριο του αριθμού των απασχολούμενων ατόμων παραμένει αναμφισβήτητα ένα από τα σημαντικότερα και πρέπει να θεωρείται ως βασικό, η θέσπιση ενός χρηματοοικονομικού κριτηρίου αποτελεί εξίσου αναγκαίο συμπλήρωμα προκειμένου να προσδιοριστεί η πραγματική σημασία και απόδοση μιας επιχείρησης καθώς και η θέση της σε σχέση με τους ανταγωνιστές της (Bolton, 1971).

Ωστόσο, σύμφωνα πάντα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, δεν είναι ευκαταίε να υιοθετηθεί ο κύκλος εργασιών ως αποκλειστικό χρηματοοικονομικό κριτήριο, κυρίως διότι οι επιχειρήσεις του τομέα του εμπορίου και της διανομής έχουν, από τη φύση τους, μεγαλύτερο κύκλο εργασιών από τις επιχειρήσεις του μεταποιητικού τομέα. Το κριτήριο του κύκλου εργασιών πρέπει επομένως να συνδυαστεί με το κριτήριο του συνολικού ισολογισμού, το οποίο αντικατοπτρίζει το συνολικό πλούτο μιας επιχείρησης, με δυνατότητα υπέρβασης του ενός από τα δύο αυτά κριτήρια (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2003: 36-41).

### 2.3. Τύποι ΜμΕ

Ο ορισμός των ΜμΕ διακρίνει 3 τύπους επιχειρήσεων συναρτήσει του τύπου σχέσης που αυτές διατηρούν με άλλες επιχειρήσεις όσον αφορά τη συΜμΕτοχή στο κεφάλαιο, το δικαίωμα ψήφου ή το δικαίωμα άσκησης κυρίαρχης επιλογής (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2003: 39).

#### ➤ **Ανεξάρτητη επιχείρηση**

Είναι η πλέον συχνή περίπτωση. Πρόκειται απλά για όλες τις επιχειρήσεις που δεν ανήκουν σε κανέναν από τους δύο άλλους τύπους επιχειρήσεων (συνεργαζόμενες ή συνδεδεμένες). Μία 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 παγιωμένους λογαριασμούς και δεν περιέχεται στους λογαριασμούς μιας επιχείρησης η οποία συντάσσει παγιωμένους λογαριασμούς και δεν είναι κατά συνέπεια μια συνδεδεμένη επιχείρηση.

Μία επιχείρηση μπορεί να συνεχίσει να θεωρείται ως ανεξάρτητη εάν το όριο του 25 % καλυφθεί ή ξεπεραστεί, όταν πρόκειται για τις ακόλουθες κατηγορίες επενδυτών (με την προϋπόθεση ότι αυτοί δεν συνδέονται με την οικεία επιχείρηση ούτε σαν «συνδεδεμένες» επιχειρήσεις) (Bolton, 1971):

- δημόσιες εταιρείες συμμετοχών, εταιρείες κεφαλαίου επιχειρηματικού κινδύνου, (“business Angels”) που επενδύουν ίδια κεφάλαια σε επιχειρήσεις μη διαπραγματευόμενες στο χρηματιστήριο, εφόσον το σύνολο των καλουμένων "business angels" επενδύσεων στην ίδια επιχείρηση δεν υπερβαίνει το 1.250.000 ευρώ.
- πανεπιστήμια ή ερευνητικά κέντρα χωρίς κερδοσκοπικό χαρακτήρα
- θεσμικοί επενδυτές, συμπεριλαμβανομένων ταμείων περιφερειακής ανάπτυξης
- αυτόνομες τοπικές αρχές με ετήσιο προϋπολογισμό κάτω των 10 εκατ. ευρώ και αριθμούσες κάτω των 5.000 κατοίκων
  
- **Συνεργαζόμενες επιχειρήσεις**

Αυτός ο τύπος καθορίζει την κατάσταση επιχειρήσεων που δημιουργούν σημαντικές χρηματοοικονομικές εταιρικές σχέσεις με άλλες επιχειρήσεις, χωρίς η μία να μπορεί να ασκεί άμεσο ή έμμεσο ουσιαστικό έλεγχο στην άλλη. Συνεταιρισμένες είναι οι επιχειρήσεις οι οποίες δεν είναι αυτόνομες αλλά ούτε συνδέονται μεταξύ τους. Μια επιχείρηση είναι «συνεργαζόμενη» με μία άλλη επιχείρηση όταν (Bygrave et al., 2003):

- 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 παγιωμένους λογαριασμούς στους οποίους να περιλαμβάνεται η εν λόγω άλλη επιχείρηση και δεν περιλαμβάνεται μέσω παγίωσης στους λογαριασμούς εκείνης ή μιας επιχείρησης που συνδέονται με αυτή την τελευταία

### ➤ Συνδεδεμένη επιχείρηση

Αυτός ο τύπος αντιστοιχεί στην οικονομική κατάσταση επιχειρήσεων οι οποίες αποτελούν μέρος μιας ομάδας, μέσω του αμέσου ή εμμέσου ελέγχου της πλειοψηφίας του κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου (συμπεριλαμβανομένων και μέσω των συμφωνιών ή σε ορισμένες περιπτώσεις, μέσο) μετόχων φυσικών προσώπων), 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 (Bygrave et al., 2003). 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 περί των παγιωμένων λογαριασμών, το οποίο εφαρμόζεται από πολλών ετών (Bolton, 1971). Μία επιχείρηση γνωρίζει λοιπόν κατά γενικό κανόνα και με τρόπο άμεσο ότι οφείλει, δυνάμει την εν λόγω οδηγίας να καταρτίσει παγιωμένους λογαριασμούς ή ότι περιλαμβάνεται μέσω παγίωσης στους λογαριασμούς μιας επιχείρησης η οποία οφείλει να καταρτίζει τέτοιους ενοποιημένους λογαριασμούς.

Η προϋπόθεση για να αναγνωριστεί μια επιχείρηση ως μικρομεσαία πρέπει να τηρεί τα όρια αναφορικά με τον αριθμό του προσωπικού και, είτε τα όρια του συνόλου του ισολογισμού, είτε εκείνα του κύκλου εργασιών. Ο αριθμός απασχολούμενων ατόμων αντιστοιχεί στον αριθμό Ετήσιων Μονάδων Εργασίας, δηλαδή στον αριθμό εργαζομένων πλήρους απασχόλησης που εργάστηκαν στην εξεταζόμενη επιχείρηση ή για λογαριασμό αυτής επί ολόκληρο το υπόψη έτος. Τα άτομα που δεν εργάστηκαν ολόκληρο το έτος οι εργαζόμενοι μερικής απασχόλησης, ανεξάρτητα από τη διάρκεια, και οι εργαζόμενοι σε εποχική βάση

αντιστοιχούν σε κλάσματα των ΕΜΕ. Στον αριθμό απασχολούμενων περιλαμβάνονται:

- μισθωτοί της εξεταζόμενης επιχείρησης.
- τα πρόσωπα που εργάζονται σ' αυτή την επιχείρηση, που έχουν σχέση εξάρτησης από αυτήν και εξομοιώνονται με μισθωτούς με βάση το εθνικό δίκαιο.
- οι ιδιοκτήτες που έχουν την επιχείρηση.
- οι εταίροι που ασκούν τακτική δραστηριότητα εντός της επιχείρησης και προσπορίζονται οικονομικά πλεονεκτήματα από την επιχείρηση.

Οι μαθητευόμενοι ή σπουδαστές σε επαγγελματική κατάρτιση που επωφελούνται σύμβασης μαθητείας ή επαγγελματικής επιμόρφωσης δεν υπολογίζονται στον αριθμό των απασχολούμενων προσώπων

#### 2.4. Η χρησιμότητα του ορισμού των ΜμΕ

Ο ανωτέρω ορισμός των ΜμΕ από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή είναι χρήσιμος και απαραίτητος για όλα τα κράτη μέλη της Ε.Ε και φυσικά για την Ελλάδα, διότι **στηρίζετε** στο σκεπτικό ότι η ύπαρξη διαφορετικών ορισμών τόσο σε κοινοτικό όσο και σε εθνικό επίπεδο μπορεί να δημιουργήσει ανομοιογενείς καταστάσεις. Σύμφωνα με τη λογική μιας ενιαίας αγοράς χωρίς εσωτερικά σύνορα, κρίθηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή ότι η μεταχείριση που επιφυλάσσεται στις επιχειρήσεις πρέπει να βασίζεται σε μια δέσμη κοινών κανόνων (Storey et al., 2013).

Η συνέχιση της προσέγγισης αυτής είναι ακόμη πιο απαραίτητη λόγω της μεγάλης αλληλεπίδρασης μεταξύ εθνικών και κοινοτικών μέτρων υποστήριξης των πολύ μικρών, των μικρών και των μεσαίων επιχειρήσεων (ΜμΕ), παραδείγματος χάριν, όσον αφορά τα διαρθρωτικά ταμεία και την έρευνα, και λόγω του ότι πρέπει να αποφεύγονται καταστάσεις στα πλαίσια των οποίων η μεν Κοινότητα κατευθύνει τις δράσεις της σε ορισμένη κατηγορία ΜμΕ τα δε

κράτη μέλη σε μια άλλη. Επιπλέον, κρίθηκε ότι αν η Επιτροπή, τα κράτη μέλη, η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (ΕΤΕπ) και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων (ΕΤΕ), ακολουθούσαν τον ίδιο ορισμό θα ενισχυόταν η συνοχή και η αποτελεσματικότητα του συνόλου των πολιτικών υπέρ των ΜμΕ και θα περιορίζονταν οι κίνδυνοι στρεβλώσεων του ανταγωνισμού.

Οπότε η συμμόρφωση προς τον ορισμό αυτόν είναι ουσιαστικής σημασίας για την ανάπτυξη του κλάδου των μικρομεσαίων τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο, ειδικά στα θέματα κρατικών ενισχύσεων, για να μπορούν οι ΜμΕ να επωφελούνται μιας προτιμησιακής μεταχείρισης σε σχέση με τις άλλες επιχειρήσεις, όταν βέβαια μία τέτοια μεταχείριση είναι επιτρεπτή από τους κοινοτικούς κανονισμούς (Bolton, 1971).

## **2.5. Τα νέα χαρακτηριστικά των ΜμΕ**

Σύμφωνα με την επίσημη έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις ΜμΕ (European Commission, observatory of European SME's, No: 7. 2003: 13) «μόνο οι επιχειρήσεις που θα προσφέρουν ένα βιώσιμο προϊόν - υπηρεσία και το οποίο παράγεται με τον πιο αποδοτικό τρόπο (Bryan, 2006). Πλέον οφείλουμε να διαχωρίσουμε τις εμπορικές δραστηριότητες που λαμβάνουν χώρα σε πραγματικό περιβάλλον (π.χ. πάει ο πελάτης ο ίδιος και αγοράζει το προϊόν από την επιχείρηση) γι' αυτό χρησιμοποιήσαμε τον όρο «απτή εμπορική κοινωνία» και σε οι δραστηριότητες που γίνονται με «ασώματο» τρόπο (π.χ. μέσω του τηλεφώνου ή του διαδικτύου) (Storey et al., 2013). Ο διαχωρισμός αυτός κρίνεται αναγκαίος διότι έχουμε δύο διαφορετικούς τρόπους επιχειρηματικότητας που ο κάθε ένας έχει τον δικό του τρόπο διαχείρισης και φυσικά λειτουργίας παραπάνω αυτός σκοπός οφείλουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις να αποτελούνται από τα παρακάτω τρία νέα χαρακτηριστικά.

Πρώτο χαρακτηριστικό είναι η εξειδικευμένη -γνώση, ένας από τους πιο σημαντικούς μηχανισμούς ενδογενής ανάπτυξης, σύμφωνα με την έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Στο σημείο αυτό οφείλουμε να αναφέρουμε ότι πριν

αρκετά χρόνια γνωστοί οικονομολόγοι της εποχής όπως ο Kingman (1991) και μετέπειτα ο Lucas (1993) σε σχετικές έρευνες που διεξήγαγαν, ανακάλυψαν ότι οι παραδοσιακοί συντελεστές της παραγωγής, δηλαδή το κεφάλαιο και η εργασία, δεν επαρκούσαν για να δώσουν σαφή εξήγηση της οικονομικής και επιχειρηματικής ανάπτυξης.

Η απάντηση δεν άργησε να δοθεί, σύγχρονες έρευνες ήρθαν να προσθέσουν στους συντελεστές της παραγωγής την επιχειρηματική ικανότητα και την γνώση η οποία, σύμφωνα πάντα με τις έρευνες αποτελεί ουσιαστικό παράγοντα της ανάπτυξης. Η γνώση μιας επιχείρησης τυπικά εκτιμάται με βάση την Έρευνα και Ανάπτυξη (R+D) της επιχείρησης, το ανθρώπινο κεφάλαιο και τις κατοχυρωμένες ευρεσιτεχνίες και ανακαλύψεις (Bryan, 2006). Κάθε επιχείρηση οφείλει να χρησιμοποιεί την γνώση ως αναπόσπαστο κομμάτι στην προσπάθεια ανέλιξης της στην τοπική, εθνική, ευρωπαϊκή και παγκόσμια επιχειρηματική κλίμακα. Το κόστος της γνώσης είναι αρκετά υψηλό, ιδιαίτερα για τις ΜμΕ όπου παρουσιάζουν περιορισμένους οικονομικούς πόρους και επενδυτικά κεφάλαια, αποτελώντας ένα από τα βασικά εμπόδια ανάπτυξης και επέκτασης πέρα από τα τοπικά οικονομικά- κοινωνικά όρια.

Η εξειδικευμένη γνώση πρέπει να μεταδίδεται, να διαχέεται σε ολόκληρο τον κλάδο και στα άτομα που τον πλαισιώνουν. Όπως τονίζει και η Ευρωπαϊκή έκθεση, σε θεωρητικό επίπεδο παρουσιάζεται έλλειψη μηχανισμών διάχυσης των πληροφοριών και της γνώσης, με μόνη εξαίρεση την επιχειρηματικότητα, η οποία έχει προσδιοριστεί ως ένας από τους μηχανισμούς αυτούς

Το δεύτερο νέο χαρακτηριστικό των ΜμΕ είναι η αύξηση τον ανταγωνισμού. Αυτή η αύξηση ουσιαστικά απορρέει από την αύξηση του όγκου των νέων επιχειρήσεων, ασκώντας θετική πίεση στην συνολική οικονομική παραγωγή και στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕγχΠ) κάθε χώρας. Ο Feldam και ο Audretsch (1999: 429) στην έρευνα τους στο European Economic Review, απέδειξαν την υπόθεση ότι η αύξηση στον ανταγωνισμό που επιτυγχάνεται από

την αύξηση των επιχειρήσεων σε μια περιοχή έχει σαν αποτέλεσμα την βελτίωση του βαθμού ανάπτυξης της περιοχής αυτής.

Τέλος, το τρίτο χαρακτηριστικό είναι ότι η επιχειρηματικότητα δημιουργεί ποικιλία, αυξάνοντας αισθητά τον αριθμό των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικούς τομείς και καθήκοντα σε μια συγκεκριμένη περιοχή. Ο όρος επιχειρηματικότητα, σύμφωνα και με την «Ετήσια Έκθεση για την Ανταγωνιστικότητα 2003» από το Εθνικό Συμβούλιο Ανταγωνιστικότητας και Ανάπτυξης του Υπουργείου Ανάπτυξης (2004: 26) μπορεί να ιδωθεί σε τρία επίπεδα (Bryan, 2006):

- στην ίδρυση νέων επιχειρήσεων και στη δημιουργία νέων επιχειρηματιών,
- στην ανάπτυξη των υφισταμένων επιχειρήσεων, και,
- στον προσανατολισμό, το ενδιαφέρον και τη στάση της κοινωνίας απέναντι στην επιχειρηματικότητα

Τα παραπάνω τρία νέα χαρακτηριστικά των ΜμΕ συμβάλλουν στην πληρέστερη κατανόηση της χρησιμότητας αλλά και της αναγκαιότητας των σύγχρονων μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε μια χώρα. Για το λόγο αυτό τα θεωρούμε σημαντικά στοιχεία που θα συμβάλλουν στην πληρέστερη «χαρτογράφηση» των Ελληνικών ΜμΕ καθώς και στην επικείμενη δημιουργία των νέων στρατηγικών και διοικητικών μεθόδων που θα προταθούν από την διατριβή αυτή για την υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών από τις ΜμΕ.

**Σύμφωνα με την έκθεση της Ευρωπαϊκής Ένωσης (European Commission, Observatory of European SMEs, No. 5, 2003: 9) το 99.8% των επιχειρήσεων στην ΕΕ είναι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις αυτές με λιγότερο από 250 άτομα εργατικό δυναμικό, παρέχουν το 69.7% της απασχόλησης και το 57.4% του κύκλου εργασιών του ιδιωτικού τομέα. Ποιο συγκεκριμένα το 2003 στην Ευρωπαϊκή Οικονομική Ζώνη (στην Ευρώπη των 19) υπήρχαν 19.5 εκατομμύρια επιχειρήσεις που απασχολούσαν περισσότερο από 140 εκατομμύρια ανθρώπους. Το 92% αυτών των**

---



επιχειρήσεων είναι μικροεπιχειρήσεις (0-9 υπαλλήλους), το 7% είναι μικρές (10-49), κάτι λιγότερο από 1% είναι μεσαίες (50-249) και μόνο το 0.2% είναι μεγάλες (250+). Μάλιστα οι ΜΜΕ της ΕΕ απασχολούν το 56% ολόκληρου του εργατικού δυναμικού ενώ οι αντίστοιχες ΜμΕ στην Ελλάδα απασχολούν το 57% του ελληνικού εργατικού δυναμικού. Στον παρακάτω πίνακα παραθέτουμε ορισμένα σημαντικά στατιστικά στοιχεία μεταξύ μικρομεσαίων επιχειρήσεων και μεγάλων εταιρειών. Αυτά πάνε στα εισαγωγικά για τις Μμε όχι τώρα που τελειώνουμε

Οι ΜμΕ αποτελούν περισσότερο από το 90% των επιχειρήσεων στην Ευρωπαϊκή Ένωση με κυρίαρχο κλάδο αυτόν τον μικρό - επιχειρήσεων όπου απασχολούν λιγότερους από 10 υπαλλήλους. Από αυτές τις 17.820 μικρό – επιχειρήσεις οι μισές δεν απασχολούν εργατικό προσωπικό, παρέχοντας εργασία μόνο στους ιδιοκτήτες τους και στα στενά οικογενειακά πρόσωπα. Κατά μέσο όρο, μια Ευρωπαϊκή επιχείρηση παρέχει εργασία σε 7 ανθρώπους, το νούμερο αυτό κυμαίνεται από τρεις υπαλλήλους στις μικρο-επιχειρήσεις και ξεπερνά τους 1000 στις Μεγάλες Επιχειρήσεις.

Το συνολικό ωριαίο κόστος αμοιβών, άμεσο (μισθοί) και έμμεσο (εισφορές κλπ ) για την παραγωγή προϊόντος ή υπηρεσίας, το μέγεθος των επιχειρήσεων, τον κύκλο εργασιών ανά επιχείρηση και την προστιθέμενη αξία ανά επιχείρηση, παρατηρούμε ότι και τα δύο μεγέθη αυξάνονται ανάλογα με τον αριθμό των υπαλλήλων και φυσικά με το μέγεθος της επιχείρησης. Ο ρόλος των ΜμΕ στις εξαγωγές παρουσιάζεται μικρότερος από εκείνον των μεγάλων εταιρειών, με τις μικρο-επιχειρήσεις να εμφανίζουν το μικρότερο ποσοστό εξαγωγών στον κύκλο εργασιών με 9%, οι μικρές επιχειρήσεις με 13% και οι μεσαίες με 17% ενώ οι μεγάλες εμφανίζουν το μεγαλύτερο ποσοστό με 23%.

Από όλα τα παραπάνω στοιχεία που παραθέσαμε εκτός από την χρησιμότητα των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων στην κοινωνία και την οικονομία γενικότερα, φαίνεται, η δυνατότητα του κλάδου των μικρομεσαίων

---

επιχειρήσεων να βελτιωθεί και να αποδώσει πολύ περισσότερο τόσο σε θέματα παραγωγής και εξαγωγών όσο και σε θέματα αποδοτικότητας και κερδοφορίας αρκεί να χρησιμοποιήσουν με τον κατάλληλο τρόπο τα «εργαλεία» που χρησιμοποιούνται ήδη από πολλές μεγάλες εταιρείες.

Η εποχή των νέων τεχνολογικών ανακαλύψεων και επιτευγμάτων που διανύουμε θα μπορούσε άνετα να χαρακτηριστεί ως «κομβικό σημείο» για την μελλοντική ανάπτυξη ή παρακμή των ΜμΕ. Οι ΜμΕ όλων των οικονομιών και κρατών του ευρωπαϊκού αλλά και του παγκόσμιου επιχειρηματικού στερεώματος καλούνται να αποφασίσουν αν θα ακολουθήσουν τις τεχνολογικές αλλαγές με σκοπό να τις εκμεταλλευτούν με τον κατάλληλο τρόπο ώστε να παραμείνουν βιώσιμες και ανταγωνιστικές στο «παιχνίδι» αυτό που ονομάζεται παγκοσμιοποίηση, ή θα παραμείνουν προσκολλημένες στις παραδοσιακές μεθόδους επιχειρηματικότητας διαβλέποντας σιγά-σιγά το τέλος να έρχεται.

## 2.6. Πλεονεκτήματα και αδυναμίες των ΜμΕ

Οι ΜμΕ παρουσιάζουν πολλές αδυναμίες αλλά και πλεονεκτήματα τα οποία οφείλονται κυρίως στο μέγεθός τους.. 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 (Cornwall, 2009).

Οι ΜμΕ στην Ελλάδα αλλά και διεθνώς έχουν δυσκολίες πρόσβασης στο τραπεζικό σύστημα λόγω του υψηλότερου κινδύνου που τις χαρακτηρίζει, λόγω έλλειψης επαρκών εγγυήσεων αλλά και λόγω του οικογενειακού τους

χαρακτήρα. Περιορισμένη πρόσβαση έχουν επίσης και στις κεφαλαιαγορές (Bryan, 2006). 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 (Storey et al., 2013). 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 (Cornwall, 2009). 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 (Cornwall, 2009).

Ευέλικτη τεχνολογία όπως τα πληροφοριακά συστήματα, το ηλεκτρονικό επιχειρείν, η εισαγωγή νέων υλικών και μηχανημάτων όπως ρομποτική και CAD/CAM (Computer Aided Design / Computer Manufactured), 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 (Bryan, 2006). 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 (Curran & Blackburn, 2001). 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.

## 2.7. Καινοτόμες ΜμΕ

Η καινοτομία είναι μέρος της διαχείρισης της τεχνολογίας αλλά, λόγω των εσωτερικών στοιχείων που περιέχει, είναι μοναδική στον τρόπο διαχείρισης και ανάπτυξής της. Η διαχείριση της καινοτομίας απαιτεί τεχνολογία· αλλά η διαχείριση της τεχνολογίας δεν απαιτεί αναγκαστικά καινοτομία. Εάν τα προϊόντα, η δομή και οι διαδικασίες του οργανισμού είναι αρκετά σταθερά και το περιβάλλον ώριμο, η καινοτομία μπορεί να μην είναι απαραίτητη. Ωστόσο, τα διευθυντικά στελέχη θα πρέπει να είναι σε εγρήγορση ώστε να αδράξουν την ευκαιρία να καινοτομήσουν. Ως εκ τούτου, η καινοτομία αντιμετωπίζεται ως μια

ξεχωριστή περιοχή (Κέφης, 2005). Παρότι οι καινοτομικές διαδικασίες αποτελούν μέρος της διαχείρισης τεχνολογίας, οι εταιρείες που υιοθετούν μια στρατηγική προσέγγιση που επικεντρώνεται στην καινοτομία και στις καινοτομικές διαδικασίες έχουν να αντιμετωπίσουν κάποια ιδιαίτερα ζητήματα.

## **2.8. Άξονες της ευρωπαϊκής πολιτικής για τις ΜμΕ**

### **2.8.1. Πολιτική της Ε.Ε. για τις ΜμΕ**

Η πολιτική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις ΜμΕ έγκειται κατ' αρχάς στη διαμόρφωση ενός «γενικού πλαισίου» που περιλαμβάνει κάθε τύπου μέτρα που θεωρούνται ότι προωθούν την επιχειρηματικότητα και προάγουν την ανταγωνιστικότητα αυτού του τύπου επιχειρήσεων.

Η Πρωτοβουλία «Small Business Act (SBA)», διαμορφώθηκε το 2008, έπειτα από αρκετές προηγούμενες διαβουλεύσεις και επιμέρους αποφάσεις, και αναπτύσσεται σε δέκα συγκεκριμένους άξονες οι οποίοι, στη συνέχεια, εξειδικεύονται με συγκεκριμένες θεσμικές προβλέψεις και διοικητικές προσαρμογές που επιτρέπουν και διευκολύνουν την εφαρμογή της πολιτικής. Η Πρωτοβουλία SBA επικυρώθηκε από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο τον Δεκέμβριο του 2008 και έκτοτε παρακολουθείται συστηματικά ώστε αφενός να αξιολογείται η πρόοδος, συνολικά και σε κάθε κράτος μέλος, και αφετέρου να διαπιστώνονται τυχόν ανάγκες για πρόσθετες διορθωτικές παρεμβάσεις προκειμένου να προάγονται, συνολικά και ισόρροπα, οι στόχοι της.<sup>2</sup>

Στο «πλαίσιο» που διαμορφώθηκε για τις ενέργειες υπέρ των ΜμΕ, η Ε.Ε. ενοποιεί πλέον τους στόχους διάφορων και διάσπαρτων άλλων μέσων πολιτικής για τις επιχειρήσεις. Προκειμένου να δημιουργηθούν συνέργειες, αυτού του τύπου η ενοποίηση αφορά ειδικότερα όσα μέτρα προβλέπονταν από τον Ευρωπαϊκό Χάρτη των Μικρών Επιχειρήσεων και το Σχέδιο Δράσης για την

<sup>2</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/index_en.htm),  
πρόσβασης: 06-06-2014]

[Ημερομηνία

Επιχειρηματικότητα. Ακόμα πιο συγκεκριμένα, η ένταξη στο «πλαίσιο» αυτό των Εκθέσεων που καταρτίζονται και υποβάλλονται βάσει των προβλέψεων του Χάρτη της Λισαβόνας αναμένεται ότι θα τονώσει τη συνοχή μεταξύ των διάφορων ενεργειών που αναλαμβάνονται υπέρ των ΜμΕ. Θα συμβάλει επίσης στη βελτίωση των συνεργειών μεταξύ των μακρο και μικροοικονομικών μεταρρυθμίσεων που επιχειρούνται, προκειμένου να γίνει η Ευρώπη πιο καινοτόμος και πιο ελκυστική ως τόπος για επενδύσεις και απασχόληση. Η πολιτική για τις ΜμΕ έχει, εκ φύσεως, οριζόντιο χαρακτήρα και απαιτεί την ενίσχυση της διάστασης ΜμΕ σε ευρύ φάσμα άλλων κοινοτικών πολιτικών (Παπαδάκης, 2000).

Από το 2005 και σε επιστέγασμα πολλών προηγούμενων πρωτοβουλιών της, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενέταξε, οργανικά πλέον, τα θέματα των ΜμΕ στο πλαίσιο της Πολιτικής της Λισαβόνας, η οποία έχει ως στόχο της την ταχύτερη ανάπτυξη της ευρωπαϊκής οικονομίας και των επιχειρήσεών της σε βάση ανταγωνιστική με τις οικονομίες άλλων αναπτυγμένων χωρών του κόσμου (π.χ. ΗΠΑ, Ιαπωνία). Σε σχετική ανακοίνωσή της η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, αφού πρώτα διαπίστωσε ότι οι ΜμΕ αποτελούν ιδιαίτερα σημαντικό τμήμα της ευρωπαϊκής οικονομίας, συμπληρώνει ότι οι ΜμΕ αποτελούν βασική συνιστώσα της ευρωπαϊκής βιομηχανίας, δεδομένου ότι, μεταξύ άλλων, σε ορισμένους βιομηχανικούς τομείς, όπως π.χ. οι τομείς των κλωστοϋφαντουργικών προϊόντων, των κατασκευών ή των επίπλων, αυτές συγκεντρώνουν έως και το 80% της απασχόλησης.

Οι παραπάνω διαπιστώσεις στηρίζουν, με ιδιαίτερη μάλιστα έμφαση, τη γενική πεποίθηση ότι οι ΜμΕ είναι απαραίτητες για την επίτευξη ισχυρότερης και βιώσιμης ανάπτυξης και για τη δημιουργία περισσότερων και καλύτερων θέσεων εργασίας. Επιπλέον, για να αναζωογονηθεί η οικονομία της, η Ευρώπη χρειάζεται περισσότερους ανθρώπους πρόθυμους και ικανούς να αναλάβουν επιχειρηματικές πρωτοβουλίες και να δημιουργήσουν νέες επιχειρήσεις, εξού και η σημασία που έχει γενικά δοθεί σε προγράμματα καλλιέργειας και προώθησης του επιχειρηματικού πνεύματος.

Κατά συνέπεια, για να αξιοποιηθούν πλήρως οι δυνατότητες της ΕΕ, αποκτά ολόένα και μεγαλύτερη σημασία η εφαρμογή φιλικών για τις ΜμΕ πολιτικών, τόσο σε κοινοτικό επίπεδο όσο και στα επιμέρους κράτη - μέλη. Γι' αυτούς τους λόγους, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή λαμβάνει συνεχώς μέτρα διάφορων τύπων προκειμένου να διατηρεί το «θέμα ΜμΕ» σε κορυφαία θέση της πολιτικής της. Με τη συγκεκριμένη πρωτοβουλία, η ΕΕ προτείνει ένα «νέο ξεκίνημα» για την πολιτική υπέρ των ΜμΕ, που θα υλοποιείται και θα εξελίσσεται σε στενή συνεργασία με τα κράτη - μέλη.

Η νέα προσέγγιση βασίζεται σε μια σφαιρική αντίληψη για το ρόλο των ΜμΕ στην κοινωνία, αντίληψη που δίνει έμφαση στη σημασία τους ως σημαντικού παράγοντα οικονομικής και κοινωνικής συνοχής σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο. Αναγνωρίζεται ότι οι περισσότερες ΜμΕ είναι προσηλωμένες στην έννοια της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, η οποία τους επιτρέπει να βελτιώνουν την απόδοση και την ανταγωνιστικότητά τους, ασκώντας παράλληλα θετική επίδραση στην τοπική κοινωνία και στο περιβάλλον, ενώ και οι «μεγάλες» επιχειρήσεις έχουν και αυτές ευθύνη έναντι των ΜμΕ, ως υπεργολάβων σε διάφορους κλάδους, όπως π.χ. στην αυτοκινητοβιομηχανία, τις κατασκευές, τα δημόσια έργα κ.λπ. Η Επιτροπή βρίσκεται σε συνεχή αμφίδρομη επαφή με τις επιχειρήσεις και τα αντιπροσωπευτικά τους όργανα, τόσο για να προωθεί τα προγράμματά της όσο και για να μεταφέρει τις απόψεις των ΜμΕ στους υπεύθυνους για τη χάραξη πολιτικής. Τα κοινοτικά δίκτυα υποστήριξης των επιχειρήσεων, όπως π.χ. τα Ευρωπαϊκά Κέντρα Πληροφόρησης, διαδραματίζουν και αυτά ουσιαστικό ρόλο στην επιτυχή εφαρμογή της πολιτικής για τις ΜμΕ.

### **2.8.2. Πολιτική της Λισαβόνας και ευρωπαϊκή πολιτική για τις ΜμΕ**

Τα μέτρα (ποια μέτρα;) που, σε πρώτη φάση, προτάθηκαν υπέρ των ΜμΕ μπορούν να θεωρηθούν ότι εντάσσονται, κατά μία πρώτη προσέγγιση, σε πέντε, σχετικά διακριτές μεταξύ τους ομάδες. Μέσω της διατύπωσης των μέτρων

αυτών, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή όρισε τις κατευθύνσεις προς τις οποίες τα κράτη - μέλη θα πρέπει να κινηθούν. Πιο συγκεκριμένα (Storey et al., 2013):

➤ **1η ομάδα μέτρων: Προώθηση της επιχειρηματικότητας και των δεξιοτήτων**

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θεώρησε ότι θα πρέπει να ενταθούν οι προσπάθειες ώστε ο «επιχειρηματίας» γενικά να αντιμετωπίζεται με μεγαλύτερη εκτίμηση από την κοινωνία, να προωθηθεί πληρέστερη συνειδητοποίηση των πλεονεκτημάτων που προσφέρει η επιχειρηματική σταδιοδρομία και να ενθαρρυνθεί η υιοθέτηση επιχειρηματικής νοοτροπίας, συμπεριλαμβανομένης της προώθησης υπεύθυνων επιχειρηματικών πρακτικών. Υπογραμμίζεται μάλιστα ο ολοένα και πιο σημαντικός ρόλος της εκπαίδευσης, σε όλα τα επίπεδα του εκπαιδευτικού συστήματος (από την πρωτοβάθμια μέχρι την τριτοβάθμια και τη διά βίου), σε θέματα επιχειρηματικότητας.

Έχει παρατηρηθεί και τεκμηριωθεί, από διάφορες μελέτες και έρευνες, ότι η ΕΕ δεν αξιοποιεί πλήρως το επιχειρηματικό δυναμικό της και δεν «παράγει» αρκετές νέες επιχειρήσεις. Υπάρχουν ακόμα πάρα πολλοί παράγοντες, όπως η δυσαναλογία μεταξύ κινδύνων και αποδόσεων, η ανεπαρκής ασφαλιστική κάλυψη των αυτοαπασχολούμενων και των μικρού μεγέθους επιχειρηματιών, καθώς και η άγνοια του πραγματικού περιεχομένου της επιχειρηματικής δραστηριότητας, οι οποίοι σφραγιστικά καθιστούν ελκυστικότερη την ιδιότητα του μισθωτού από εκείνη του αυτοαπασχολούμενου.

Παράλληλα, τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά Ταμεία συμβάλλουν και αυτά, άμεσα η **έΜμΕσα**, στην προώθηση της επιχειρηματικότητας, επενδύοντας σε δράσεις όπως, για παράδειγμα, η διεύρυνση του φάσματος και η βελτίωση της ποιότητας των συμβουλευτικών υπηρεσιών που παρέχονται στις επιχειρήσεις από εξειδικευμένους και όσο γίνεται πιο αποτελεσματικούς φορείς κρατικούς, ημικρατικούς, συλλογικούς ή άλλους.



Τέλος, τα κράτη - μέλη ενθαρρύνονται να λάβουν μέτρα για τη μείωση του χρόνου και των δαπανών που απαιτούνται για τη σύσταση μιας νέας εταιρείας και γενικά για την απλοποίηση πολλών διαδικασιών που επιβαρύνουν, δυσανάλογα μάλιστα, τις μικρές και τις νέες επιχειρήσεις.

Η Επιτροπή ενισχύει την υποστήριξη που παρέχει σε δραστηριότητες που αποσκοπούν στη μείωση των κινδύνων που είναι γενικά συνυφασμένοι με την επιχειρηματική δραστηριότητα, αναλαμβάνει πρωτοβουλίες για την αντιμετώπιση των αρνητικών συνεπειών που έχει σε προσωπικό ή και σε ευρύτερο επίπεδο η «επιχειρηματική αποτυχία» και επιδιώκει τη βελτίωση των συστημάτων κοινωνικής ασφάλισης και των διαδικασιών διακοπής της λειτουργίας κάποιας επιχείρησης (περιλαμβανομένης και της περίπτωσης πτώχευσής της).

Τέλος, προκειμένου να μειωθούν οι ελλείψεις («χάσμα») δεξιοτήτων στο εργατικό και στελεχιακό δυναμικό, όλοι οι κοινωνικοί εταίροι, και ιδίως οι επιχειρήσεις, ενθαρρύνονται και ενισχύονται να συΜμΕτάσχουν στην ανάπτυξη, στο σχεδιάσμά και στην υλοποίηση εκπαιδευτικών προγραμμάτων, ώστε οι εκπαιδευτικές αυτές πολιτικές να ανταποκρίνονται πληρέστερα στις τρέχουσες ανάγκες, αλλά και στις προβλεπόμενες αλλαγές στην αγορά εργασίας.

Η Επιτροπή συνεργάζεται στενά με τις εθνικές αρχές για την κάλυψη των τομέων στους οποίους οι ανάγκες των γυναικών επιχειρηματιών δεν ικανοποιούνται ακόμη επαρκώς. Πρόκειται κυρίως για την πρόσβαση στη χρηματοδότηση και τα επιχειρηματικά δίκτυα. Για ορισμένες κατηγορίες επιχειρηματιών, όπως νέους, εργαζομένους μεγαλύτερης ηλικίας ή κάποιους που ανήκουν σε μειονοτικές εθνοτικές ομάδες, η Επιτροπή ενθαρρύνει τη δικτύωση μεταξύ των υπεύθυνων για τη χάραξη πολιτικής, με στόχο, μεταξύ άλλων, τον εντοπισμό, τη μεταφορά και τη προβολή «καλών πρακτικών» και την ανταλλαγή εμπειριών και πρακτικών για εξειδικευμένη υποστήριξή τους.

➤ **2η ομάδα μέτρων: Βελτίωση της πρόσβασης των ΜμΕ στις αγορές**

---

Έχει διαπιστωθεί ότι, παρά τις μακροχρόνιες προσπάθειες της Επιτροπής και των κρατών - μελών να διευκολύνουν και να βελτιώσουν τις διασυνοριακές δραστηριότητες στην ΕΕ, οι ΜμΕ δεν επωφελούνται πλήρως από τις ευκαιρίες που παρέχει η εσωτερική αγορά, κυρίως εξαιτίας έλλειψης πληροφοριών για υπάρχουσες, αλλά και για αναδυόμενες επιχειρηματικές ευκαιρίες. Ειδικότερα, οι ΜμΕ δεν είναι πάντα σε θέση να αντιληφθούν και βεβαίως να αξιοποιήσουν ευκαιρίες που προσφέρουν οι αγορές των δημόσιων συμβάσεων, έχουν περιορισμένους πόρους για να μπορούν να συΜμΕτάσχουν σε ευρωπαϊκές διαδικασίες τυποποίησης ή να εκμεταλλευτούν τα δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας και ταυτόχρονα δυσκολεύονται να συμμορφωθούν με τα περίπλοκα και διαφορετικά φορολογικά συστήματα που ισχύουν σε χώρες εκτός της έδρας τους. Μια αποτελεσματική πολιτική υπέρ των επιχειρήσεων αυτών θα πρέπει να εξασφαλίζει ότι οι ΜμΕ ενθαρρύνονται να διεθνοποιήσουν τις δραστηριότητές τους, διότι μια τέτοια εξέλιξη βελτιώνει συχνά την ανταγωνιστική θέση και ενισχύει την ανάπτυξη και την παραγωγικότητά τους.

Προς την κατεύθυνση αυτή, η Επιτροπή λαμβάνει μέτρα για να προωθήσει τη **συΜμΕτοχή** των ΜμΕ στην τυποποίηση και να βελτιώσει την πληροφόρηση των ΜμΕ για τα πρότυπα που διαμορφώνονται και καθιερώνονται για διάφορα προϊόντα. Υπάρχουν πάντως σημαντικά ακόμα περιθώρια για ευρύτερη, μακροπρόθεσμη δράση, προκειμένου να εξασφαλιστεί ότι τα συμφέροντα των ΜμΕ λαμβάνονται πλήρως υπόψη στη διαδικασία τυποποίησης και ότι οι ΜμΕ λαμβάνουν τακτικά, σε συνοπτική και κατανοητή μορφή, έγκυρες πληροφορίες για νέα πρότυπα.

Τέλος, προκειμένου να μειώσει τις υψηλές φορολογικές δαπάνες, τις οποίες η ίδρυση υποκαταστήματος ή θυγατρικής σε άλλο κράτος - μέλος συχνά συνεπάγεται, η Επιτροπή προτείνει την εφαρμογή φορολογίας βάσει των κανόνων του κράτους όπου κάθε επιχείρηση είναι εγκατεστημένη, ούτως ώστε να μπορούν οι ΜμΕ να εκτιμούν με επαρκή αξιοπιστία τα φορολογητέα κέρδη των υποκαταστημάτων ή των θυγατρικών τους, βάσει των κανόνων που ισχύουν στο κράτος όπου έχουν την έδρα τους.

### ➤ **3η ομάδα μέτρων: Περιορισμός της γραφειοκρατίας**

Σε κοινοτικό επίπεδο, η Επιτροπή εμφανίζεται αποφασισμένη να ενσωματώσει την αρχή «προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις» σε όλες τις κοινοτικές πολιτικές και να προωθήσει την κανονιστική και διοικητική απλούστευση, ώστε να ενισχύονται οι επιχειρήσεις αυτές. Όταν μελετώνται τα μέτρα απλούστευσης, πρέπει να εξασφαλίζεται ότι η νομοθεσία δεν είναι δυσανάλογα αυστηρή ή περιοριστική σε σχέση προς τους επιδιωκόμενους στόχους, και ότι λαμβάνονται υπόψη όλες (ή, τουλάχιστον, οι πιο βασικές) κοινωνικές, περιβαλλοντικές και οικονομικές πτυχές που κάθε θέμα περιλαμβάνει και μάλιστα στο βαθμό που επηρεάζει τις ΜμΕ.

Οι μεταρρυθμίσεις σε ορισμένους τομείς νομοθεσίας και η απλοποίηση κάθε μορφής διαδικασιών αποτελούν εξέλιξη ιδιαίτερα σημαντική για τις επιχειρήσεις, και ιδίως για τις ΜμΕ, δεδομένου ότι αυτές διαθέτουν περιορισμένους μόνο πόρους και ανεπαρκή εμπειρία προκειμένου να συμμορφωθούν με τους συχνά περίπλοκους κανόνες και κανονισμούς. Επίσης, τα στοιχεία που υπάρχουν δείχνουν ότι οι ΜμΕ ενδέχεται να πλήττονται δυσανάλογα και από διοικητικές επιβαρύνσεις. Για να εξισορροπήσει και να βελτιώσει τους βασικούς όρους ανάπτυξης και απασχόλησης, η Επιτροπή προτείνει απλούστευση των κοινοτικών κανόνων και της κοινοτικής νομοθεσίας. Δεδομένου ότι η απλούστευση αυτή είναι ευθύνη όλων, τα κράτη - μέλη πρέπει, παράλληλα προς τις εθνικές πρωτοβουλίες απλούστευσης των διοικητικών διαδικασιών και άλλων κανόνων που επηρεάζουν την οικονομική δραστηριότητα, να μεταφέρουν, με τον απλούστερο δυνατό τρόπο, στο εθνικό τους δίκαιο τους κανόνες της ΕΕ.

### ➤ **4η ομάδα μέτρων: Διεύρυνση και αναβάθμιση του αναπτυξιακού δυναμικού των ΜμΕ**

Η Ε.Ε. λαμβάνει μέτρα για την αντιμετώπιση των ανεπαρκειών και των «ατελειών» της αγοράς που συχνά περιορίζουν την πρόσβαση των ΜμΕ στη

---

χρηματοδότηση, στην έρευνα, στην καινοτομία και στις τεχνολογίες της πληροφορίας και των επικοινωνιών (ΤΠΕ) και εμποδίζουν, τελικά, τις ευκαιρίες και δυνατότητές τους για ανάπτυξη.

Η χρηματοδότηση, για παράδειγμα, αποτελεί κρίσιμο παράγοντα για τη δημιουργία, την επέκταση και την ανάπτυξη κάθε επιχείρησης, αλλά ιδιαίτερα των ΜμΕ. Η Επιτροπή έχει προτείνει να αυξηθεί σημαντικά η χρηματοοικονομική υποστήριξη των ΜμΕ στο πλαίσιο του Προγράμματος Πλαισίου για την Ανταγωνιστικότητα και την Καινοτομία. Για την προώθηση της επέκτασης των επιχειρήσεων αυτών προβλέπονται μάλιστα και νέα μέσα χορήγησης επιχειρηματικών κεφαλαίων που αφορούν ειδικά τις καινοτόμες και τις υψηλής ανάπτυξης ΜμΕ.

Η σταθερή και συνεχής καινοτομία έχει επίσης ουσιώδη σημασία για τη βιώσιμη ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Ωστόσο, παρά τη σημαντική συμβολή τους στην καινοτομία, οι ΜμΕ συχνά συναντούν δυσκολίες στην εκμετάλλευση των αποτελεσμάτων της καινοτομίας και της έρευνας και στην επωφελή χρήση των πνευματικών δικαιωμάτων και των δικαιωμάτων «βιομηχανικής ιδιοκτησίας». Αναγνωρίζοντας συγχρόνως ότι όλα τα είδη ΜμΕ μπορούν να ωφεληθούν από την τεχνολογική πρόοδο, η Ε.Ε. έχει θέσει ως στόχο της να ενισχύσει την ικανότητα καινοτομίας και έρευνας των ΜμΕ και να τονώσει τη μεταφορά τεχνολογίας προς αυτές.

➤ **5η ομάδα μέτρων: Ενίσχυση του διαλόγου και των διαβουλεύσεων με τις ΜμΕ και τους αντιπροσωπευτικούς τους φορείς**

Οι ΜμΕ θεωρούνται ότι δεν είναι πάντα καλά ενημερωμένες για την ΕΕ και τις δραστηριότητές της, ενώ ταυτόχρονα διατυπώνουν αρνητικές απόψεις και κρίσεις για την επίδραση των δραστηριοτήτων αυτών στις ίδιες. Έχει συχνά παρατηρηθεί ότι οι ΜμΕ δεν εκμεταλλεύονται πλήρως ευκαιρίες που τους προφέρονται στο πλαίσιο της διευρυνόμενης εσωτερικής αγοράς που η ΕΕ εξασφαλίζει. Τα ευρωπαϊκά όργανα βελτιώνουν συνεχώς τις μεθόδους και τους

διαύλους προκειμένου να πληροφορούνται και να λαμβάνουν υπόψη τους τις ανησυχίες των ΜμΕ, ενώ παράλληλα προωθούν, σε συνεργασία με τα κράτη - μέλη, τη «θετική εικόνα της επιχειρηματικότητας». Η μείωση του χάσματος πληροφόρησης μεταξύ των ευρωπαϊκών οργάνων και των επιχειρήσεων, ιδίως των ΜμΕ, αντιμετωπίζεται ως παράγοντας ουσιαστικής σημασίας για την επανασύνδεση των πολιτών με το «ευρωπαϊκό όραμα», αλλά και τη συνεχώς εξελισσόμενη «ευρωπαϊκή» πραγματικότητα.

Για όλα τα παραπάνω, η προώθηση της επιχειρηματικότητας και της «εικόνας» των ΜμΕ αντιμετωπίζεται ως «βασική προτεραιότητα». Η Επιτροπή επικοινωνεί με τις διάφορες ομάδες ενδιαφερόμενων μερών, ακόμα και σε περιφερειακό επίπεδο, και υλοποιεί παράλληλα διάφορες στοχευμένες ενέργειες με τις οποίες επιδιώκει, μέσω, για παράδειγμα, της ανάδειξης επιτυχών επιχειρηματικών πρακτικών, να βελτιώσει την αντίληψη της ευρωπαϊκής «κοινής γνώμης» για τους επιχειρηματίες.

### **2.8.3. Η Small Business Act<sup>3</sup>**

Ο ρόλος των ΜμΕ στην ευρωπαϊκή οικονομία έχει πάντως αναγνωριστεί επανειλημμένα στο υψηλότερο δυνατό πολιτικό επίπεδο. Τον Μάρτιο του 2008 το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο υποστήριξε σθεναρά την πρωτοβουλία με τίτλο «Small Business Act SBA για την Ευρώπη», με σκοπό να ενισχυθεί ακόμα περισσότερο η ανάπτυξη και η ανταγωνιστικότητα των ΜμΕ. Τονίστηκε επίσης η ανάγκη για την ανάληψη επιπλέον πρωτοβουλιών για την καλύτερη προσαρμογή της ενιαίας αγοράς στις ανάγκες των ΜμΕ, ώστε αυτές να μπορούν να επιτυγχάνουν καλύτερα αποτελέσματα και να αποκομίζουν μεγαλύτερα οφέλη.

Μεταξύ 2005 και 2008, διάφορες ενδιάμεσες ανασκοπήσεις της πολιτικής για τις ΜμΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση έδειξαν ότι τόσο τα κράτη - μέλη όσο και η ΕΕ

---

<sup>3</sup> [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/index_en.htm),  
πρόσβασης: 08-06-2014]

[Ημερομηνία

είχαν πράγματι σημειώσει προόδους με τη δημιουργία ευνοϊκότερου γενικά επιχειρηματικού περιβάλλοντος για τις ΜμΕ.

Ωστόσο, παρά τις ενθαρρυντικές αυτές εξελίξεις, η γενική αίσθηση ήταν ότι η εε χρειάζεται να λάβει και πρόσθετα μέτρα για να αξιοποιηθούν πλήρως οι δυνατότητες των ΜμΕ. Γενικά, οι ΜμΕ της ΕΕ εξακολουθούν να έχουν χαμηλότερη παραγωγικότητα και να αναπτύσσονται με πιο αργούς ρυθμούς σε σχέση με τις αντίστοιχες επιχειρήσεις στις ΗΠΑ. Στις ΗΠΑ, για παράδειγμα, οι επιχειρήσεις που επιβιώνουν, πέρα από ένα κρίσιμης σημασίας χρονικό διάστημα, αυξάνουν, κατά μέσο όρο, την απασχόληση σε αυτές κατά 60% έως τον έβδομο χρόνο λειτουργίας τους, ενώ η αύξηση των θέσεων εργασίας στις επιχειρήσεις που επιβιώνουν στην Ευρώπη είναι μόνο 10% έως 20%. Οι ευρωπαϊκές ΜμΕ εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν και να επηρεάζονται αρνητικά από «ατέλειες της αγοράς» που επιβαρύνουν τις συνθήκες λειτουργίας και ανταγωνισμού τους με άλλους «φορείς της αγοράς» σε τομείς όπως ο χρηματοπιστωτικός, η έρευνα, η καινοτομία και το περιβάλλον. Για παράδειγμα, περίπου το 21% των ΜμΕ αναφέρουν ότι η πρόσβαση στη χρηματοδότηση αποτελεί «πρόβλημα», και σε πολλά κράτη - μέλη το ποσοστό αυτό είναι πολύ μεγαλύτερο για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις. Επίσης, σε σύγκριση με μεγάλες επιχειρήσεις, λιγότερες ευρωπαϊκές ΜμΕ δημιουργούν ή/και εφαρμόζουν, με επιτυχία, καινοτομίες. Η κατάσταση επιδεινώνεται και λόγω διαρθρωτικών δυσκολιών, όπως η έλλειψη διοικητικών και τεχνικών δεξιοτήτων και η έλλειψη ευελιξίας που εξακολουθεί να χαρακτηρίζει τις αγορές εργασίας σε εθνικό επίπεδο.

Σκοπός της πρωτοβουλίας «Small Business Act» είναι: η βελτίωση της συνολικής προσέγγισης της πολιτικής όσον αφορά την επιχειρηματικότητα, η οριστική καθιέρωση της αρχής «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις» στη χάραξη πολιτικής, από τις νομοθετικές ρυθμίσεις έως τις δημόσιες υπηρεσίες, και η προώθηση της ανάπτυξης των ΜμΕ μέσω της υποστήριξής τους για αντιμετώπιση των προβλημάτων που εξακολουθούν να εμποδίζουν την ανάπτυξή τους.

Ο χαρακτηρισμός «Act» («Πράξη»), που συμβολικά δόθηκε σε αυτή την πρωτοβουλία, υπογραμμίζει την πολιτική βούληση να αναγνωριστεί ο κεντρικός ρόλος των ΜμΕ στην οικονομία της ΕΕ και να θεσπιστεί, για πρώτη φορά, ένα ολοκληρωμένο πολιτικό πλαίσιο, στην ΕΕ και στα κράτη - μέλη της, μέσω ενός συνόλου 10 Αρχών για προγραμματισμό και εφαρμογή πολιτικών σε επίπεδο ΕΕ και κρατών - μελών. Οι αρχές αυτές είναι σημαντικές διότι προσδίδουν προστιθέμενη αξία σε επίπεδο ΕΕ, δημιουργούν δίκαιους όρους ανταγωνισμού για τις ΜμΕ και βελτιώνουν το νομικό και διοικητικό περιβάλλον σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Τα επιμέρους θέματα που οι 10 αυτές Αρχές καλύπτουν, και τα οποία, σε κάποιο βαθμό, έχουν ήδη σχολιαστεί στο κείμενο που προηγήθηκε, καταγράφονται επιγραμματικά στο παρακάτω πλαίσιο:

- Αναβάθμιση των δεξιοτήτων του εργατικού και στελεχιακού δυναμικού τους, καθώς και όλων των μορφών καινοτομίας στις ΜμΕ.
- Δημιουργία περιβάλλοντος στο οποίο οι επιχειρηματίες και οι οικογενειακές επιχειρήσεις να μπορούν να προοδεύουν και στο οποίο η επιχειρηματικότητα θα αναγνωρίζεται, θα εκτιμάται και θα ανταμείβεται.
- Διαμόρφωση νομοθεσίας και καθορισμός κανόνων συμβατών πάντα με την αρχή «Προτεραιότητα στις μικρές επιχειρήσεις».
- Διευκόλυνση της πρόσβασης των ΜμΕ σε χρηματοδότηση και δημιουργία νομικού και επιχειρηματικού περιβάλλοντος που θα μειώνει τις καθυστερήσεις στις πληρωμές από εμπορικές συναλλαγές.
- Ενθάρρυνση και υποστήριξη των ΜμΕ ώστε να επωφελούνται από την ανάπτυξη των αγορών.
- Εξασφάλιση ότι, σε περίπτωση επιχειρηματικής «αποτυχίας ή, ακόμα, και πτώχευσης, θα παρέχεται στους έντιμους επιχειρηματίες «δεύτερη ευκαιρία».
- Μεγαλύτερη ευαισθησία και ανταπόκριση των Κρατικών Αρχών και Υπηρεσιών στις ανάγκες των ΜμΕ.

- Παροχή δυνατότητας στις ΜμΕ να μετατρέπουν τις περιβαλλοντικές «προκλήσεις» σε «ευκαιρίες» ανάπτυξης.
- Προσαρμογή των μέσων πολιτικής στις ανάγκες των ΜμΕ, διευκόλυνση της συμμετοχής τους στις δημόσιες συμβάσεις και καλύτερη αξιοποίηση, υπέρ των επιχειρήσεων αυτών, των δυνατοτήτων που προσφέρουν οι κρατικές ενισχύσεις.
- Υποστήριξη των ΜμΕ για να επωφελούνται περισσότερο από τις ευκαιρίες που προσφέρει η ενιαία ευρωπαϊκή αγορά.



## Κεφάλαιο 3ο

### Οι μορφές χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων

#### 3.1. Εισαγωγή

Η χρηματοδότηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜμΕ) αποτελεί μια από τις σημαντικότερες παραμέτρους λειτουργίας τους, αν όχι τη σημαντικότερη. Παρόλο που το 29% των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων δηλώνει ότι κύριος στόχος τους είναι η ανάπτυξη, ελάχιστες επιχειρήσεις το κατορθώνουν. Αυτό συμβαίνει κυρίως γιατί οι ΜμΕ, στο σύνολό τους, αντιμετωπίζουν έλλειψη επαρκών κεφαλαίων και σοβαρές δυσχέρειες προσφυγής σε μακροπρόθεσμο δανεισμό (Storey et al., 2013). Ειδικότερα στην Ελλάδα, αλλά και διεθνώς, οι ΜμΕ έχουν δυσκολίες πρόσβασης στο τραπεζικό σύστημα λόγω του υψηλότερου κινδύνου που τις χαρακτηρίζει, της έλλειψης επαρκών εγγυήσεων, αλλά και λόγω του οικογενειακού τους χαρακτήρα. Περιορισμένη πρόσβαση έχουν επίσης και στις κεφαλαιαγορές.

Ως αποτέλεσμα, οι ΜμΕ καταλήγουν συνήθως στον βραχυπρόθεσμο δανεισμό και στις πιστώσεις των προμηθευτών προκειμένου να καλύψουν τις αυξημένες ανάγκες τους για κεφάλαιο κίνησης. Επιπλέον, λίγες είναι οι ΜμΕ που εφαρμόζουν τη χρήση νέων χρηματοδοτικών προϊόντων, όπως τη χρηματοδοτική μίσθωση (leasing), τη σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων (πρακτόρευση) (factoring) και το κεφάλαιο επιχειρηματικών **συμμετοχών** υψηλού κινδύνου (venture capital), ως εναλλακτικές λύσεις εξεύρεσης κεφαλαίων. Κατά συνέπεια, οι επιχειρήσεις αυτού του τύπου έχουν μεγάλη δυσκολία στην ανάπτυξη επενδυτικών προγραμμάτων μεγάλης εμβέλειας.

### 3.2. Εκκίνηση της επιχείρησης – Πηγές χρηματοδότησης

Ο επίδοξος επιχειρηματίας, στο προεναρκτήριο στάδιο και στο στάδιο εκκίνησης του επιχειρηματικού του εγχειρήματος, πρέπει ουσιαστικά να απαντήσει σε τρία ερωτήματα (Δασκάλου, 1999): πώς θα χρηματοδοτήσει το επιχειρησιακό του σχέδιο, ποια πηγή χρηματοδότησης θα επιλέξει, αλλά και ποια πηγή χρηματοδότησης είναι στη διάθεσή του.

Τα ίδια κεφάλαια, που προέρχονται από το περιβάλλον του επιχειρηματία (δικά του, των φίλων και των συγγενών), αποτελούν μια καλή πηγή άντλησης μικρής κλίμακας «κεφαλαίου σποράς»<sup>4</sup>, αρκεί όλα τα εμπλεκόμενα μέρη να γνωρίζουν και να συμφωνούν με ορισμένους βασικούς κανόνες (Λαζαρίδη, 1996):

- Η επένδυσή τους αποτελεί ριψοκίνδυνο κεφάλαιο διότι μπορεί να χαθεί και να μην αποπληρωθεί ποτέ.
- Η επένδυση στο μετοχικό κεφάλαιο της επιχείρησης δεν παρέχει δικαίωμα ιδιοκτησίας μεριδίου.
- Η επένδυση στο μετοχικό κεφάλαιο της επιχείρησης δεν παρέχει αυτόματα δικαίωμα στο μάνατζμεντ της επιχείρησης.
- Η επένδυσή τους μπορεί ποσοστιαία να μειωθεί από άλλους μελλοντικούς επενδυτές, των οποίων τα χρήματα απαιτούνται για να συνεχιστεί η ανάπτυξη της επιχείρησης.

**Τα προσωπικά κεφάλαια**, που αποτελούν την πρώτη πηγή χρηματοδότησης πολλών νέων επιχειρήσεων, περιλαμβάνουν τους χρηματοοικονομικούς πόρους του επιχειρηματία (διαθέσιμα χρήματα, καταθέσεις, μετοχές, ακίνητα κ.λπ.),

---

<sup>4</sup> Seed Capital ή Κεφάλαιο Σποράς, είναι μικρή χρηματοδότηση για έναρξη επιχείρησης που δίνεται συνήθως σε ειδικές κατηγορίες πληθυσμού, όπως οι νέοι ή οι άνεργοι. Τα κύρια χαρακτηριστικά των δράσεων αυτών είναι ότι το κεφάλαιο είναι αρκετά μικρό (15 έως 50 χιλ ευρώ), προκαταβάλλεται, και προορίζεται να καλύψει τα λειτουργικά έξοδα του πρώτου έτους λειτουργίας της εταιρείας, ώστε να υπάρξει χρόνος για την επιχειρηματική ανάπτυξη της ιδέας. Ενδεικτικά, υπάρχουν δράσεις τόσο του Δημοσίου (Πρόγραμμα ΝΕΕ του ΟΑΕΔ) όσο και του ιδιωτικού τομέα (TheOpenFund), για διάφορους τομείς της οικονομίας (παραδοσιακά προϊόντα, πληροφορική, κ.α.).

καθώς και την αξία του χρόνου και της προσπάθειας που καταβάλλει για την επιχείρησή του (Λαζαρίδη, 1996). Ωστόσο, σημαντικό ρόλο διαδραματίζουν και τα άυλα αγαθά που μπορεί να διαθέτει ο επιχειρηματίας, όπως φήμη και πελατεία, γνώση της αγοράς, η εμπιστοσύνη στις συναλλαγές, διπλώματα ευρεσιτεχνίας, δικαιώματα πνευματικής ιδιοκτησίας, βάσεις δεδομένων, λίστες πελατών κ.ά.

Οι φίλοι και τα μέλη της (στενής ή ευρύτερης) οικογένειας (γνωστοί και ως άτυποι επενδυτές) αποτελούν τη δεύτερη βασική πηγή χρηματοδότησης του επίδοξου επιχειρηματία. Αυτή η πηγή χρηματοδότησης, συνήθως, λαμβάνει τη μορφή δανείων ή επενδύσεων ή δωρεών ή μειωμένου (ή ελεύθερου) ενοικίου για τη χρήση χώρων εγκατάστασης της επιχείρησης κ.ο.κ.

**To bootstrapping.** Αυτή η μορφή χρηματοδότησης του ιδρυτικού κεφαλαίου της επιχείρησης αναφέρεται στις δημιουργικές και έξυπνες προσπάθειες που κάνει ο επιχειρηματίας προκειμένου να ελαχιστοποιήσει τα κόστη του ή/και να εξοικονομήσει χρήματα από διάφορες προσωπικές πηγές ώστε να μη χρειαστεί να προσφύγει σε εξωτερική χρηματοδότηση ή σε δανεισμό, από την έναρξη της επιχειρηματικής διαδικασίας (Cornwall, 2009).<sup>5</sup>

**Οι επιχειρηματικοί άγγελοι (Business Angels)** (άτυπα κεφάλαια επιχειρηματικών **συμμετοχών**) αποτελούν την τέταρτη (σχετικά νέα) πηγή κεφαλαίου «σποράς» και μπορούν να παίξουν σημαντικό ρόλο στην παροχή κεφαλαίων αρχικών σταδίων (Bygrave et al., 2003). Διαθέτουν επίσης χρόνο, εμπειρία και τεχνογνωσία μέσω παροχής συμβουλευτικών υπηρεσιών και καθοδήγησης (τυπικά και άτυπα), συμβάλλοντας έτσι σημαντικά στην ανάπτυξη

---

<sup>5</sup> Στη διεθνή βιβλιογραφία υπάρχουν άπειρα παραδείγματα τέτοιου τύπου. Πολύ δημοφιλής είναι η περίπτωση των ιδρυτών της Apple Computers, Steve Jobs και Steve Wozniak, οι οποίοι πούλησαν ένα μικρό φορτηγάκι που είχαν και έναν HewlettPackard programmer calculator προκειμένου να αντλήσουν τα πρώτα 1.350 δολάρια που χρειαζόνταν ως κεφάλαιο εκκίνησης της επιχείρησής τους. Άλλα γνωστά παραδείγματα επιχειρηματιών που προσπάθησαν να συγκεντρώσουν χρήματα βασιζόμενοι σε «δικά τους μέσα» είναι ο Michael Dell (ιδρυτής της Dell Computer Corporation) και ο Tom Monaghan (ιδρυτής της εταιρείας Domino's Pizza)

των νέων και μικρών επιχειρήσεων που έχουν αναπτυξιακές προοπτικές (Pierrakis & Mason 2008).

Οι επιχειρηματικοί άγγελοι, κατά κανόνα, είναι εξαιρετικά εύποροι ιδιώτες που επιθυμούν να επενδύσουν μέρος των πλεοναζόντων κεφαλαίων τους σε νέες επιχειρήσεις. Συχνά, οι εν λόγω ιδιώτες είναι εξαιρετικά δραστήριοι επιχειρηματίες με σημαντική εμπειρία από τη διαχείριση των δικών τους εταιρειών (Maula et al., 2005).<sup>6</sup>

Αν εξαιρέσουμε τους ατομικούς επιχειρηματικούς αγγέλους, υπάρχουν και τα δίκτυα επιχειρηματικών αγγέλων. Τα δίκτυα αυτά προσφέρουν αρκετές υπηρεσίες και στους ατομικούς επιχειρηματικούς αγγέλους και στους επίδοξους ή/και νέους επιχειρηματίες. Όσον αφορά τους μεμονωμένους επιχειρηματικούς αγγέλους, ο ρόλος των δικτύων εστιάζεται κυρίως στους ακόλουθους τομείς (Storey et al., 2013):

- Εντοπισμός.
- Εκπαίδευση.
- Συμμετοχή σε επενδυτικά meetings/forums.
- Προσφορά περισσότερων/καλύτερων επενδυτικών επιλογών.
- Δυνατότητες συνεπένδυσης και με άλλους επενδυτές.
- Αύξηση της αναγνωρισιμότητας των μεμονωμένων επιχειρηματικών αγγέλων.
- Διεθνής δικτύωση για ανταλλαγή εμπειριών.

---

<sup>6</sup> Γνωστοί επιχειρηματίες που έχουν φήμη ως επιχειρηματικοί άγγελοι είναι ο Paul Allen, συνιδρυτής της Microsoft, ο Ian MacGinn, που με μια αρχική επένδυση 4.000 δολαρίων στην εταιρεία Body Shop έγινε μετέπειτα δισεκατομμυριούχος, ο Thomas Alberg, ως «άγγελος» της Amazon.com, και άλλοι. Οι επιχειρηματικοί άγγελοι μπορεί να είναι και απλοί μέτοχοι επιχειρήσεων, διευθυντικά στελέχη εταιριών, senior managers ή σύμβουλοι επιχειρηματικού σχεδιασμού, αλλά και συνταξιούχοι πρώην σύμβουλοι επιχειρήσεων.

Οι βασικές υπηρεσίες που προσφέρουν τα δίκτυα στους επιχειρηματίες είναι (Δασκάλου, 1999):

- Υποδοχή και αξιολόγηση επιχειρηματικών σχεδίων.
- Παροχή υπηρεσιών για βελτίωση της επιχειρηματικής τους πρότασης.
- Υποστήριξη της παρουσίας τους σε ενδιαφερόμενους επενδυτές.
- Χρηματοδότηση των επιχειρηματικών τους σχεδίων.

Γενικότερα, ισχύει το γεγονός πως, τα δίκτυα επιχειρηματικών αγγέλων αποτελούν ένα μηχανισμό που φέρνει σε επαφή επιχειρηματίες με πιθανούς επενδυτές - αγγέλους. Με άλλα λόγια, είναι ένα σημείο διασύνδεσης νέων επιχειρηματιών και ιδιωτών επενδυτών. Συνήθως, τα δίκτυα δεν εξετάζουν τις δυνατότητες της επένδυσης σε βάθος ή διερεύνηση και η σύναψη της συμφωνίας γίνεται από τον επενδυτή και τη νέα επιχείρηση. Απλά, τα δίκτυα προωθούν την επενδυτική πρόταση, εφόσον πληροί κάποια ελάχιστα κριτήρια, στα μέλη τους εκείνα που κρίνουν ότι θα έχουν ενδιαφέρον και στη συνέχεια συντονίζουν τις συζητήσεις και τις διαπραγματεύσεις, και προσφέρουν εργαλεία εργασίας (π.χ. νομοθετικά κείμενα). Στην περίπτωση που κάποιος άγγελος δεχτεί να επενδύσει, το δίκτυο μπορεί να αναλάβει τη διεκπεραίωση της επένδυσης (εφόσον το επιθυμεί και ο επενδυτής άγγελος).

Το πρώτο επίσημο δίκτυο, που ιδρύθηκε το 1999 με την υποστήριξη της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, στο επίπεδο της ΕΕ, είναι το European Business Angels Network (EBAN). Το EBAN λειτουργεί ως μη κερδοσκοπικός οργανισμός και βασικός του στόχος είναι να ενθαρρύνει την ανταλλαγή εμπειριών και «καλών πρακτικών» μεταξύ των διάφορων δικτύων επιχειρηματικών αγγέλων που λειτουργούν στην ΕΕ. Επίσης, το EBAN προωθεί την αύξηση της αναγνωρισιμότητας των μεμονωμένων επιχειρηματικών αγγέλων και των δικτύων και συμβάλλει στο σχεδιασμό και στην υλοποίηση τοπικών, περιφερειακών, εθνικών και διεθνών προγραμμάτων στήριξης των δικτύων επιχειρηματικών αγγέλων (Maula et al., 2005). Συχνά δε, παρεμβαίνει στις ευρωπαϊκές και εθνικές αρχές για να βελτιωθεί το πλαίσιο λειτουργίας τους.

Αν και είναι δύσκολο να καταγραφεί ο πραγματικός αριθμός των επιχειρηματικών αγγέλων (Wetzel, 1983), είτε διότι ακόμα και οι ίδιοι συχνά δεν αναγνωρίζουν τον εαυτό τους ως «άγγελο» είτε γιατί η επενδυτική τους δραστηριότητα είναι ιδιωτική και, συνεπώς, δεν δημοσιοποιείται ευρέως, σύμφωνα με στοιχεία του EBAN (2010), στην Ευρώπη υπάρχει μόνο το 25% των επιχειρηματικών αγγέλων σε σχέση με αυτό που υπάρχει στις ΗΠΑ. Συγκεκριμένα, αναφέρεται ότι υπάρχουν περίπου 75.000 επιχειρηματικοί άγγελοι, αριθμός που σε σύγκριση με τις ΗΠΑ (250.000) θεωρείται πολύ μικρός (Storey et al., 2013).

**Οι πιστωτικές κάρτες** αποτελούν έναν ακόμα δημοφιλή τρόπο χρηματοδότησης εκκίνησης μιας επιχείρησης. Στην πραγματικότητα, η χρήση των πιστωτικών καρτών είναι η πιο κοινή πηγή χρηματοδότησης στις μικρές επιχειρήσεις. Ο τρόπος με τον οποίο λειτουργεί μια πιστωτική κάρτα είναι ο εξής: κάθε μήνα, ο επιχειρηματίας πληρώνει για τις διάφορες δαπάνες που σχετίζονται με την επιχείρησή του με μια πιστωτική κάρτα. Σε λιγότερο από ένα μήνα, έρχεται ο λογαριασμός της πιστωτικής και το υπόλοιπό της καταβάλλεται εξ ολοκλήρου ή με δόσεις από τον επιχειρηματία, ο οποίος όμως έχει επωφεληθεί από ένα, έστω σύντομο, χρονικό διάστημα ελεύθερης πίστωσης. Με άλλα λόγια, το αποτέλεσμα είναι ότι η επιχείρηση αποκτά πρόσβαση σε μια ελεύθερη περίοδο πίστωσης περίπου των 30 - 45 ημερών.

Κατά συνέπεια, με βάση τα όσα αναφέρθηκαν προηγουμένως, οι βασικές πηγές χρηματοδότησης του «κεφαλαίου σποράς» (seed capital) ενός επιχειρηματικού εγχειρήματος που βρίσκεται στο στάδιο έναρξής του είναι βασικά τέσσερις: τα προσωπικά κεφάλαια του ιδρυτή, οι φίλοι, οικογένεια και συνεργάτες, το bootstrapping και άλλοι ατομικοί ιδιώτες επενδυτές, όπως είναι οι «επιχειρηματικοί άγγελοι» (Δασκάλου, 1999). Σημαντικό ρόλο διαδραματίζει και η κατάλληλη χρήση πιστωτικής κάρτας.

### 3.3. Ωριμες επιχειρήσεις – Πηγές χρηματοδότησης

Αν εξαιρέσουμε το σύνολο των προαναφερθεισών πηγών χρηματοδότησης του κεφαλαίου «σποράς» <sup>7</sup>(εξήγηση και παραπομπή) μιας υπό ίδρυση επιχείρησης, κατά τα επόμενα στάδια ανάπτυξης των νεοσύστατων αλλά και των ωριμότερων ΜμΕ, άλλες σημαντικές πηγές αποτελούν: οι ιδιωτικοί επενδυτές (επενδυτές **συμμετοχικών** κεφαλαίων υψηλού επιχειρηματικού κινδύνου), οι μεγάλες κεφαλαιουχικές εταιρείες και η πώληση μετοχών στο χρηματιστήριο. Συμπληρωματικές πηγές χρηματοδότησης αποτελούν (Γαλάνης, 1994):

- οι εταιρικές συνεργασίες (joint venture).
- οι προμηθευτές των επιχειρήσεων,
- τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα,
- η δημόσια χρηματοδότηση με επιχορηγήσεις και επιδοτήσεις (μέσω των εθνικών και ευρωπαϊκών προγραμμάτων),
- το factoring.

Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι, η εξωτερική χρηματοδότηση του μετοχικού κεφαλαίου (equity finance) <sup>8</sup> μιας επιχείρησης από τις εταιρείες **συμμετοχικών** επενδυτικών κεφαλαίων (όπως και στην περίπτωση των επιχειρηματικών αγγέλων), είναι κεφάλαια που επενδύονται στην επιχείρηση με αντάλλαγμα ένα μερίδιο της ιδιοκτησίας της. Αυτό συμβαίνει γιατί δεν υπάρχει εγγύηση ότι ο επενδυτής θα πάρει πίσω τα χρήματά του, καθώς και λόγω του ότι οι επενδύσεις αυτές δεν συνδέονται με περιουσιακά στοιχεία που μπορούν να αφαιρεθούν από την επιχείρηση σε περίπτωση που αυτή αποτύχει.

Είναι σημαντικό να τονίσουμε ότι αυτή η μορφή χρηματοδότησης (όπως και η χρηματοδότηση από τους επιχειρηματικούς αγγέλους) συνεπάγεται, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, και παραχώρηση ιδιοκτησίας στους επενδυτές.

---

<sup>7</sup> Κεφάλαιο για ανάπτυξη και δοκιμή μιας αρχικής ιδέας.

<sup>8</sup> Πρόκειται για κεφάλαιο τα οποία επενδύονται στην επιχείρηση και ζητείται σαν αντάλλαγμα μέρος των τίτλων ιδιοκτησίας.

Ωστόσο, όπως γίνεται κατανοητό και από την περιγραφή που ακολουθεί, καθένας από αυτούς τους δύο τύπους χρηματοδότησης του μετοχικού κεφαλαίου διαφοροποιείται ως προς το ποσό των χρημάτων που διατίθενται για τις επενδύσεις, καθώς και τη διαδικασία ολοκλήρωσης της συμφωνίας (Γαλάνης, 1994).

**Η εμπορική πίστωση** αποτελεί μια πηγή βραχυπρόθεσμων δανείων πολύ ευρέως διαδεδομένη. Με άλλα λόγια, πολύ σημαντικό ρόλο στη χρηματοδότηση της μικρομεσαίας επιχείρησης διαδραματίζουν και οι προμηθευτές της (χονδρέμποροι και κατασκευαστές ή/και προμηθευτές εξοπλισμού), μέσω των εμπορικών πιστώσεων που παρέχουν στις επιχειρήσεις (Storey et al., 2013).

**Τα τραπεζικά δάνεια** παρέχουν μια πιο μακροπρόθεσμη μορφή χρηματοδότησης για την εκκίνηση ή ανάπτυξη μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας, με την τράπεζα να δηλώνει τη χρονική περίοδο για την οποία παρέχεται το δάνειο (π.χ. πέντε έτη), το επιτόκιο και το ποσό των αποπληρωμών. Στην πραγματικότητα, τα τραπεζικά δάνεια τείνουν να είναι περισσότερο διαθέσιμα για εδραιωμένες και αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις και όχι για νέες επιχειρήσεις. Ο λόγος για αυτό είναι ο κίνδυνος που ενέχει ο δανεισμός σε νέες επιχειρήσεις οι τράπεζες προτιμούν να δανείζουν σε επιχειρήσεις με γνωστή πορεία της κερδοφορίας, γεγονός που τις καθιστά πιο πιθανό να είναι σε θέση να εξοφλήσουν το δάνειο και τον τόκο (Μαζαράκης & Κλοκίδης, 1990).

Σε περίπτωση που, παρά την πιστωτική κρίση, το δάνειο ληφθεί, τότε τα πλεονεκτήματα για την αναπτυσσόμενη επιχείρηση είναι πολλά (Μαζαράκης & Κλοκίδης, 1990):

- Η επιχείρηση έχει εγγυημένα τα χρήματα για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα συνήθως τρία έως δέκα χρόνια (εκτός και αν παραβιάζει τους όρους του δανείου).
- Τα δάνεια μπορούν να συνδυαστούν με τη διάρκεια ζωής του εξοπλισμού ή άλλων περιουσιακών στοιχείων για τα οποία ελήφθη το δάνειο.



- Αν και πρέπει να πληρωθεί το επιτόκιο δανεισμού, δεν υπάρχει καμιά ανάγκη η επιχείρηση να διαθέσει μερίδιο της ιδιοκτησίας της στην τράπεζα.
- Τα επιτόκια μπορούν να καθοριστούν σε περιοδική βάση, καθιστώντας ευκολότερη την πρόβλεψη τόκων.

Το βασικό μειονέκτημα του τραπεζικού δανείου είναι η ασφάλεια που συνήθως πρέπει να δοθεί στην τράπεζα επί των περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης (Columbo & Grilli 2007). Η τράπεζα καθίσταται διασφαλισμένος πιστωτής με εγγυήσεις επί των περιουσιακών στοιχείων των επιχειρήσεων. Αν η επιχείρηση αποτύχει, τότε η τράπεζα έχει πρώτη δικαιώματα εξόφλησης σε ό,τι έχει απομείνει (πριν από τους μετόχους).

Ένα άλλο μειονέκτημα του τραπεζικού δανείου είναι ότι υπάρχει σχετική έλλειψη ευελιξίας. Μια αναπτυσσόμενη επιχείρηση μπορεί να πάρει ένα δάνειο μεγαλύτερο από αυτό που στην πραγματικότητα χρειάζεται και έτσι τελικά να είναι υποχρεωμένη να πληρώσει μεγαλύτερο τόκο από αυτόν που θα πλήρωνε αν δεν έπαιρνε υπερβολική χρηματοδότηση.

**Η τραπεζική υπερανάληση** είναι μια βραχυπρόθεσμη μορφή χρηματοδότησης η οποία επίσης χρησιμοποιείται ευρέως από τις νεοσύστατες και τις μικρές επιχειρήσεις (Μαζαράκης & Κλοκίδης, 1990). Η υπερανάληση αποτελεί στην ουσία μια πραγματική δυνατότητα δανείου η τράπεζα δίνει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να «χρωστάει χρήματα», όταν το υπόλοιπο του τραπεζικού της λογαριασμού είναι κάτω από το μηδέν, αν και θεωρητικά το δανεισμένο ποσό είναι πληρωτέο σε πρώτη ζήτηση από την τράπεζα.

Σε αντάλλαγμα για τη χρέωση, η τράπεζα επιβάλλει ένα υψηλό επιτόκιο (υψηλότερο του τραπεζικού δανείου). Συνεπώς, μπορούμε να πούμε ότι η υπερανάληση είναι μια ευέλικτη πηγή χρηματοδότησης, με την έννοια ότι χρησιμοποιείται μόνο όταν χρειάζεται. Οι τραπεζικές υπεραναλήψεις είναι άριστες για τη βοήθεια μιας επιχείρησης που αντιμετωπίζει εποχιακές

διακυμάνσεις των ταμειακών της ροών ή όταν η επιχείρηση λειτουργεί με βραχυπρόθεσμα προβλήματα ταμειακών ροών (π.χ. ο βασικός της πελάτης αδυνατεί να την πληρώσει εγκαίρως).

Παρά τα πλεονεκτήματα της τραπεζικής υπερανάληψης, υπάρχουν πολλοί σοβαροί παράγοντες τους οποίους οι ΜμΕ πρέπει να εξετάζουν κατά την αξιολόγηση της καταλληλότητας της υπερανάληψης ως πηγής χρηματοδότησης (Μαζαράκης & Κλοκίδης, 1990):

- Το ύψος του δανείου δεν πρέπει να υπερβαίνει το συμφωνημένο όριο («διευκόλυνση»). Το ποσό της διευκόλυνσης που διατίθενται είναι θέμα προς διαπραγμάτευση με την τράπεζα.
- Ο τόκος υπολογίζεται επί του ακάλυπτου ποσού με επιτόκιο που είναι πάνω από το βασικό επιτόκιο της τράπεζας. Η τράπεζα μπορεί επίσης να χρεώσει ένα ποσό προμήθειας για τη δυνατότητα υπερανάληψης χρημάτων που παρέχει στην επιχείρηση.
- Οι υπεραναλήψεις γενικά προορίζονται να καλύψουν βραχυπρόθεσμες ανάγκες χρηματοδότησης δεν είναι στόχος τους να παράσχουν μια μόνιμη πηγή χρηματοδότησης.
- Ανάλογα με το μέγεθος της υπερανάληψης χρημάτων, η τράπεζα μπορεί να ζητήσει από τις ΜμΕ να παρέχουν κάποιες εγγυήσεις για παράδειγμα, με την εξασφάλιση της υπερανάληψης κατά τα ενσώματα πάγια στοιχεία του ενεργητικού ή κατά προσωπικές εγγυήσεις που παρέχονται από τους διευθυντές.

Το ποσό της υπερανάληψης σε οποιαδήποτε χρονική στιγμή θα εξαρτηθεί από τις ταμειακές ροές της επιχείρησης, το χρονοδιάγραμμα των εισπράξεων και πληρωμών, τις εποχιακές τάσεις στις πωλήσεις et al., Αξίζει να σημειωθεί ότι σε περίπτωση που η επιχείρηση κρίνει ότι η δυνατότητα υπερανάληψης έχει αρχίσει να γίνεται μια μακροπρόθεσμη λειτουργία της επιχείρησης, η τράπεζα μπορεί να προτείνει τη μετατροπή της υπερανάληψης σε ένα μεσοπρόθεσμο δάνειο.

Σε γενικές γραμμές, τα βασικά πλεονεκτήματα των τραπεζικών υπεραναλήψεων έναντι των τραπεζικών δανείων είναι ότι η επιχείρηση πληρώνει μόνο τόκους και ότι η τράπεζα έχει την ευελιξία να επανεξετάσει και να αναπροσαρμόσει το επίπεδο της υπερανάληψης, ακόμα και σε βραχυπρόθεσμη βάση. Αντίθετα, το κυριότερο πλεονέκτημα των τραπεζικών δανείων έναντι των υπεραναλήψεων χρημάτων είναι ότι τόσο οι επιχειρήσεις όσο και οι τράπεζες στην περίπτωση αυτή γνωρίζουν ακριβώς ποια θα είναι η αποπληρωμή του δανείου, καθώς και πόσο θα είναι ο πληρωτέος τόκος και πότε. Αυτό κάνει τον προγραμματισμό της ροής μετρητών περισσότερο προβλέψιμο.

**Η χρηματοδοτική μίσθωση (leasing)** αποτελεί ένα σύγχρονο μεσομακροπρόθεσμο χρηματοδοτικό εργαλείο που επιτρέπει στην επιχείρηση να ανανεώνει, να επεκτείνει ή να εκσυγχρονίζει τον κεφαλαιουχικό της εξοπλισμό χωρίς να δαπανά άμεσα δικά της κεφάλαια ή να δανείζεται από τράπεζες (Αγαπητού - Αλογοσκούφη, 1995). Σύμφωνα με τη χρηματοδοτική μίσθωση, η τράπεζα αγοράζει για λογαριασμό της επιχείρησης από τον προμηθευτή ή τον ιδιοκτήτη τον εξοπλισμό ή το ακίνητο που χρειάζεται η επιχείρηση και τα ενοικιάζει για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο έναντι μισθώματος (Γαλάνης, 1994). Μετά την ολοκλήρωση της περιόδου, η επιχείρηση αποφασίζει είτε να αγοράσει το πάγιο έναντι προ συμφωνηθείσας τιμής είτε να συνεχίσει νέα μίσθωση είτε να το επιστρέψει.

Τα πλεονεκτήματα χρησιμοποίησης χρηματοδοτικής μίσθωσης είναι πολλά. Ενδεικτικά αναφέρονται τα εξής (Γαλάνης, 1994):

- Τα μισθώματα αποτελούν λειτουργικές δαπάνες για την επιχείρηση με αποτέλεσμα να μειώνεται το φορολογητέο εισόδημα της επιχείρησης.
- Κατά τη χρηματοδοτική μίσθωση, συνήθως, δεν ζητούνται από τις επιχειρήσεις εμπράγματα εξασφαλίσεις.

**To factoring** (σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων) είναι ένας εναλλακτικός βραχυχρόνιος τρόπος χρηματοδότησης νέων επιχειρήσεων με

άμεσες επιπτώσεις στη ρευστότητα. Προσφέρει πιστωτικές και χρηματοοικονομικές υπηρεσίες σε προμηθευτές που παράγουν και πωλούν αγαθά/υπηρεσίες στην εγχώρια και διεθνή αγορά (Γαλάνης, 2000).

Τα προϊόντα των εταιρειών factoring είναι:

- Είσπραξη των απαιτήσεων στην ημερομηνία πληρωμής των τιμολογίων και μεταφορά στο λογαριασμό των ΜμΕ
- Προκαταβολές
- Ασφάλιση

Το factoring αποτελεί μια τριμερή συναλλαγή μεταξύ ενός χρηματοοικονομικού οργανισμού (factor) και μιας επιχείρησης (προμηθευτής) που πωλεί αγαθά ή προσφέρει υπηρεσίες επί πιστώσει στους αγοραστές/πελάτες της. Ο χρηματοοικονομικός οργανισμός αγοράζει τα «εισπρακτέα» του προμηθευτή (αγορά τιμολογίων επί πιστώσει) κανονικά χωρίς δικαίωμα αναγωγής και από εκεί και πέρα διαχειρίζεται την πίστωση που έχει δοθεί στους αγοραστές - πελάτες, μέχρι την τελική της είσπραξη, χορηγώντας άμεσα προκαταβολή περί το 80% της τιμολογιακής αξίας (Γεωργιάδης, 1995).

Το factoring αποτελεί ένα χρηματοοικονομικό εργαλείο εξειδικευμένο. Πρόκειται για μια σύμβαση μεταξύ μίας επιχείρησης πώλησης προϊόντων ή παροχής υπηρεσιών και μίας εταιρείας πρακτόρευσης επιχειρηματικών απαιτήσεων, βάσει της οποίας η τελευταία αναλαμβάνει την είσπραξη απαιτήσεων της επιχείρησης που πηγάζουν από την πώληση των προϊόντων της ή την παροχή υπηρεσιών.

Αναφορικά με την Ελλάδα, η σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων στηρίζεται νομοθετικά στις περί εκχωρήσεως δικαιωμάτων διατάξεις του Αστικού Κώδικα, οι οποίες όμως καθιστούσαν το προϊόν ιδιαίτερα ακριβό, καθώς επιβαλλόταν χαρτόσημο ύψους 2,4% επί του ποσού που

εκχωρείται (Γαλάνης, 1994).<sup>9</sup> Με βάση το νομοθετικό πλαίσιο που προαναφέρθηκε, οι κυριότερες καινοτομίες της πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων είναι οι ακόλουθες (Storey et al., 2013):

- Αντικείμενο του factoring μπορεί να είναι και απαιτήσεις που πηγάζουν από εισαγωγές ή και εξαγωγές προϊόντων ή και κάθε άλλης μορφής διασυνοριακή επιχειρηματική δράση.
- Οι συμβάσεις factoring είναι δυνατό να αφορούν και μη γεννημένες, κατά το χρόνο σύναψής τους, απαιτήσεις ή και να λειτουργούν με τη μορφή ανοικτού λογαριασμού συγκεκριμένου ύψους.

Το factoring διακρίνεται σε (Storey et al., 2013):

- Εγχώριο factoring. Εκχώρηση τιμολογίων πώλησης (απαιτήσεων πελατών) στην εταιρεία factoring για λογιστική παρακολούθηση, λήψη προκαταβολής, ασφάλιση και είσπραξη.
- Εξαγωγικό factoring. Εκχώρηση τιμολογίων πώλησης (απαιτήσεων πελατών) στην εγχώρια εταιρεία και επανεκχώρηση των συγκεκριμένων απαιτήσεων από την εγχώρια εταιρεία σε έναν αντιπρόσωπο Factor (Import Factor).

**Οι θερμοκοιτίδες (incubators).** Οι επιχειρηματικές θερμοκοιτίδες είναι τυποποιημένοι χώροι οι οποίοι δημιουργούνται για να παρέχουν ένα περιβάλλον που προσφέρει κοινές υποδομές και ειδικές υπηρεσίες, για ένα χρονικό διάστημα (3 έως 5 ετών), διευκολύνοντας το ξεκίνημα και την ανάπτυξη νέων καινοτόμων επιχειρήσεων, οι οποίες στη συνέχεια μετακινούνται σε δικούς τους επαγγελματικούς χώρους και τη θέση τους στη θερμοκοιτίδα καταλαμβάνουν άλλες νέες επιχειρήσεις.

---

<sup>9</sup> Η αναγκαία νομοθετική ρύθμιση πραγματοποιήθηκε το 1990, οπότε και ψηφίστηκε ο Ν.1905, ενώ συγκεκριμένες ατέλειες του θεσμικού πλαισίου του factoring (αλλά και των leasing και venture capital) προσδιορίστηκαν εκ νέου από την Επιτροπή Καραμούζη το 1995, και αποτέλεσαν αντικείμενο νομοθετικών ρυθμίσεων με τον Ν. 2367/95.

Πρόκειται για ένα θεσμό που προσφέρει στους νέους επιχειρηματίες πολύ περισσότερα από απλή χρηματοδότηση επιχειρηματικών κεφαλαίων. Προσφέρει επίσης παροχή επιχειρηματικών συμβουλών και επιχειρηματική δικτύωση, στέγαση μεταβλητού μεγέθους και υποστήριξη γραφείου. Όπως και οι πάροχοι επιχειρηματικών κεφαλαίων, οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων ελέγχουν προσεκτικά τις νεοϊδρύμενες εταιρείες στις οποίες επενδύουν.

Οι θερμοκοιτίδες έχουν ως βασικό στόχο την προώθηση των καινοτομιών οι οποίες οδηγούν σε επενδύσεις μέσω της παρεχόμενης βοήθειας προς τις νεοϊδρύμενες (startup) επιχειρήσεις που εγκαθίστανται σε αυτές. Οι επιχειρήσεις αυτές, κατά κανόνα, αντιμετωπίζουν διάφορα προβλήματα κατά την έναρξη της δραστηριότητάς τους, τα οποία ποικίλλουν ανάλογα με το ακριβές αντικείμενο κάθε μονάδας και το περιβάλλον (αγορά) στο οποίο δραστηριοποιείται. Οι βασικές ανάγκες και τα προβλήματα που προσπαθούν να αντιμετωπίσουν οι θερμοκοιτίδες για λογαριασμό των επιχειρήσεων ενοίκων, είναι (Γαλάνης, 1994):

- το υψηλό αρχικό κόστος επένδυσης της καινοτομίας,
- η έλλειψη πρόσβαση σε πηγές κεφαλαίων,
- η ανεπαρκής πληροφόρηση αγοράς και τεχνικής πληροφόρησης (τεχνογνωσίας),
- η αδυναμία διοίκησης και οργάνωσης,
- η αδυναμία της αποταμίευσης ολόκληρης ή μέρους της υπεραξίας που θα προκύψει από την καινοτομία,
- η αδυναμία διατήρησης και επέκτασης των όποιων ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων,
- η έλλειψη εκτίμησης του επιχειρηματικού κινδύνου,
- η δυσκολία πρόσβασης στη νέα τεχνολογία.

Οι θερμοκοιτίδα παρέχει τις εξής υπηρεσίες (Storey et al., 2013):

- Χώρους στέγασης της επιχείρησης.

- Κοινές υπηρεσίες, όπως γραμματειακή υποστήριξη και από κοινού χρήση του εξοπλισμού γραφείου (fax, τηλεφωνικές συνδέσεις, φωτοτυπικό κέντρο, χώρους σίτισης, αίθουσες παρουσιάσεων και συσκέψεων, ασφάλεια κτιρίου κ.λπ.).
- Ανάπτυξη συνεργιών ανάμεσα στις συστεγαζόμενες επιχειρήσεις.
- Χρηματοδότηση των λειτουργικών δαπανών των εγκατεστημένων επιχειρήσεων.
- Παροχή συμβουλευτικών και άλλων εξειδικευμένων (νομικής, λογιστικής φύσης) υπηρεσιών.
- Η τυπική περίοδος επώασης είναι 23 έτη.

Οι φορείς και τα φυσικά πρόσωπα που μπορούν να ενταχθούν σε θερμοκοιτίδες είναι τα ακόλουθα:

- ερευνητές,
- νέες εταιρείες (startups),
- ερευνητικά και εκπαιδευτικά κέντρα (τεχνοβλαστοί),
- εδραιωμένες μικρομεσαίες εταιρείες που επιθυμούν να αναπτύξουν ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία με τη βοήθεια των εσωτερικών συνεργιών της θερμοκοιτίδας.

**Τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών ή επιχειρηματικά κεφάλαια (Venture Capital)** πρωτοεμφανίστηκαν στο Ηνωμένο Βασίλειο στο τέλος του 18ου αιώνα, όταν επιχειρηματίες βρήκαν πλούσιους ιδιώτες να υποστηρίξουν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες. Υπό τη σύγχρονή τους μορφή, εμφανίστηκαν στις ΗΠΑ μετά το Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Στις αρχές της δεκαετίας του 1980, αποτέλεσαν διακριτό κλάδο της οικονομίας. Στην Ελλάδα, αρχίζουν να αναπτύσσονται στις αρχές της δεκαετίας του 1990 (Storey et al., 2013).

Σύμφωνα με τον ορισμό της Ένωσης Ελληνικών Επιχειρηματικών Κεφαλαίων, πρόκειται για μεσομακροπρόθεσμες επενδύσεις υψηλής απόδοσης και υψηλού

κινδύνου (Γαλάνης, 1994). Συγκεκριμένα, τα κεφάλαια επιχειρηματικών **συμμετοχών** είναι κεφάλαια που επενδύονται στα ίδια κεφάλαια νέων επιχειρήσεων (μη εισηγμένων στο χρηματιστήριο) με αναπτυξιακές προοπτικές και οι οποίες χρειάζονται ίδια κεφάλαια για να χρηματοδοτήσουν την ανάπτυξή τους. Θεωρούνται επενδυτικά κεφάλαια υψηλού επιχειρηματικού κινδύνου καθόσον επενδύονται σε επιχειρήσεις όπου υπάρχει ένα σημαντικό στοιχείο του κινδύνου σχετικά με τη μελλοντική δημιουργία κερδών και ταμειακών ροών. Τα κεφάλαια αυτά είναι επενδεδυμένα με μετοχές και όχι ως δάνειο και ο επενδυτής απαιτεί ένα υψηλότερο ποσοστό απόδοσης για να τον αποζημιώσει για τον κίνδυνο που αναλαμβάνει. Οι κύριοι φορείς των κεφαλαίων επιχειρηματικών **συμμετοχών** είναι ιδιωτικές εταιρείες που διαχειρίζονται κεφάλαια τα οποία προέρχονται από διάφορες πηγές, όπως τράπεζες, ασφαλιστικά ταμεία, περιουσία ιδρυμάτων άλλων οργανισμών, ξένους επενδυτές κ.α.

Οι ιδιωτικές εταιρείες που διαχειρίζονται τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών αγοράζουν μέρος του μετοχικού κεφαλαίου της επιχείρησης που χρηματοδοτούν, ως αντάλλαγμα της χρηματοδότησης. Συμμετέχουν στο σχεδιάσμα των προϊόντων της επιχείρησης. Αναλαμβάνουν υψηλά ρίσκα με τη χρηματοδότηση της νέας επιχείρησης, αλλά αναμένουν και ιδιαίτερα υψηλές αποδόσεις από τη ρευστοποίηση αυτής της χρηματοδότησης.

Τα είδη κεφαλαίων επιχειρηματικών κινδύνων είναι (Γαλάνης, 1994):

- Κεφάλαια εκκίνησης. Είναι κεφάλαια που χρηματοδοτούν την έρευνα και ανάπτυξη της επιχειρηματικής ιδέας πριν από την εφαρμογή της στην αγορά.
- Αρχικό κεφάλαιο. Είναι το κεφάλαιο που απαιτείται για την είσοδο της επιχείρησης στην αγορά.
- Κεφάλαια ανάπτυξης. Είναι κεφάλαια που χρηματοδοτούν τον εκσυγχρονισμό της παραγωγικής διαδικασίας μιας επιχείρησης.



- Κεφάλαια αναδιάρθρωσης. Είναι κεφάλαια που χρηματοδοτούν την οικονομική «αναδιάρθρωση» μιας επιχείρησης, δηλαδή τη μετατροπή της από ζημιογόνα σε κερδοφόρα.
- Κεφάλαια εξαγοράς. Είναι κεφάλαια που αφορούν την εξαγορά μιας επιχείρησης από το μάνατζμεντ.

Γενικά μπορούμε να πούμε ότι η χρηματοδότηση με τη χρήση κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών εφαρμόζεται σε νεοϊδρυθείσες αλλά και σε ώριμες επιχειρήσεις, αρκεί αυτές να συνεχίζουν να αναπτύσσονται. Οι παρεχόμενες υπηρεσίες των εταιρειών επενδύσεων συμμετοχικών κεφαλαίων επεκτείνονται πέρα από τη χρηματοδότηση και σε έρευνες αγοράς, τεχνογνωσία και οργάνωση, αλλά σε μικρότερο βαθμό απ' ό,τι οι υπηρεσίες που προσφέρουν οι επιχειρηματικοί άγγελοι.

Συνήθως οι εταιρείες επενδύσεων συμμετοχικών κεφαλαίων διατηρούν τις επενδύσεις τους για διάστημα τριών έως επτά ετών. Η διάρκεια της επένδυσης εξαρτάται από το αναπτυξιακό προφίλ της επιχείρησης (Heilman και Puri 2000). Οι επενδύσεις σε πιο ώριμες επιχειρήσεις, όπου η απόδοση της επιχείρησης μπορεί να βελτιωθεί ταχύτερα και ευκολότερα, πωλούνται συχνά νωρίτερα απ' ό,τι οι επενδύσεις σε πρώιμα στάδια ή σε εταιρείες τεχνολογίας, όπου απαιτείται χρόνος για να αναπτυχθεί το κατάλληλο επιχειρηματικό μοντέλο (Heilman & Puri, 2000).<sup>10</sup>

Οι διαχειριστές κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών χρηματοδοτούν επιχειρήσεις που απευθύνονται σε συγκεκριμένες αγορές οι οποίες είναι σε αναζήτηση προϊόντων και όχι σε προϊόντα που αναζητούν αγορές. Η «υποψήφια» αγορά πρέπει να παρέχει δυνατότητες ταχείας μεγέθυνσης, προκειμένου η επιχείρηση να αναπτυχθεί γρήγορα, έτσι ώστε οι επενδυτές των

---

<sup>10</sup> Ένα καλό παράδειγμα λειτουργίας των εταιρειών επενδύσεων συμμετοχικών κεφαλαίων προσφέρει το show του αμερικάνικου BBC «Dragon's Den». Επίσης, στο YouTube, μπορείτε να παρακολουθήσετε την αντίδραση των επενδυτών συμμετοχικών κεφαλαίων όταν ο Steve Jobs, το 2010, πήγε να παρουσιάσει το iPad στο Dragon's Den.

κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών να πάρουν την απόδοση που επιδιώκουν πουλώντας τις μετοχές τους σε κάποιον άλλον ιδιοκτήτη (Mason & Harrison 1996).

Κατά την εξέταση του επιχειρηματικού σχεδίου, ο επενδυτής θα εξετάσει διάφορες βασικές πτυχές, όπως:

- Είναι το προϊόν ή η υπηρεσία εμπορικά βιώσιμα;
- Η επιχείρηση έχει δυνατότητες για βιώσιμη ανάπτυξη;
- Το μάνατζμεντ έχει τη δυνατότητα να αξιοποιήσει αυτή την επιχειρησιακή δυναμική και να διατηρήσει τον έλεγχο της εταιρείας κατά τη διάρκεια των σταδίων ανάπτυξης;
- Η προσδοκώμενη απόδοση δικαιολογεί τον κίνδυνο που αναλαμβάνει ο επενδυτής;
- Η δυνητική οικονομική απόδοση της επένδυσης πληροί τα κριτήρια των επενδύσεών του;

**Τύποι επένδυσης κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capital).** Είναι τα κεφάλαια που χρησιμοποιούνται για τη δοκιμή/ανάπτυξη μιας ιδέας για την κατάσχεση ενός επιχειρηματικού σχεδίου και για την αρχική φάση εσωτερικής οργάνωσης μιας επιχείρησης. Είναι τα κεφάλαια που χρησιμοποιούνται για την εδραίωση και καθιέρωση ενός προϊόντος και μιας επιχείρησης, για την τελική διαμόρφωση ενός προϊόντος και του σχετικού μάρκετινγκ, για την υποστήριξη δικτύου διανομής, για την καθιέρωση εμπορικού τίτλου κλπ. Αποτελούν πολύ μικρό ποσοστό στη διεθνή αγορά Venture Capital, λόγω του πολύ υψηλού κινδύνου για μη συνέχιση υλοποίησης του επενδυτικού σχεδίου.

Τα κεφάλαια εκκίνησης απευθύνονται σε επιχειρήσεις που ίσως δεν έχουν πραγματοποιήσει ακόμη πωλήσεις ή λειτουργούν λίγους μήνες. Αποτελούν ποσοστό γύρω στο 2,5% του συνόλου των επενδύσεων στην Ευρώπη. Είναι τα κεφάλαια που χρησιμοποιούνται στα πρώτα στάδια παραγωγής και πωλήσεων,

και ίσως και προτού η επιχείρηση γίνει κερδοφόρα, και αποτελούν περίπου το 3% του συνόλου των επενδύσεων Venture Capital (Storey et al., 2013).

Είναι τα κεφάλαια που κατευθύνονται σε εδραιωμένες επιχειρήσεις και αποτελούν πολύ μεγάλο ποσοστό στο σύνολο των επενδύσεων διότι χρησιμεύουν για αύξηση της παραγωγής και των πωλήσεων, για επέκταση στην αγορά, για ριζική αναδιάρθρωση των επιχειρήσεων.

Συχνά, χρησιμοποιούνται εξωτερικοί σύμβουλοι για να αξιολογήσουν τις προοπτικές της αγοράς και την τελική τεχνική σκοπιμότητα της πρότασης, εκτός αν η εταιρεία συΜμΕτοχικών κεφαλαίων έχει το κατάλληλα εξειδικευμένο προσωπικό σε εσωτερικό επίπεδο. Οι ορκωτοί λογιστές τυπικά καλούνται να κάνουν ένα μεγάλο μέρος της δέουσας επιμέλειας, όπως να καταρτίσουν την έκθεση σχετικά με τις οικονομικές προβλέψεις και άλλα οικονομικά ζητήματα του επιχειρηματικού σχεδίου. Τις εκθέσεις αυτές μπορεί, όπως συχνά συμβαίνει, να ακολουθούν λεπτομερείς μελέτες ή μπορεί να απαιτείται μόνο μιας ή δύο ημερών επισκόπηση της τελικής επενδυτικής πρότασης.

Συγκεκριμένα, η εταιρεία επενδυτικών συΜμΕτοχικών κεφαλαίων θα αξιολογήσει και θα επανεξετάσει τα εξής σημεία σχετικά με την εταιρεία και το μάνατζμέντ της (Γαλάνης, 1994):

- Τα συστήματα πληροφοριών διαχείρισης.
- Τις τεχνικές πρόβλεψης και την ακρίβεια των προηγούμενων προβλέψεων.
- Τις υποθέσεις στις οποίες βασίζονται οι οικονομικές παραδοχές.
- Τους τελευταίους διαθέσιμους χρηματοοικονομικούς λογαριασμούς, περιλαμβανομένων των καταστάσεων των ταμειακών διαθεσίμων και των εισπρακτέων λογαριασμών της εταιρείας.
- Τις διευκολύνσεις της τράπεζας και των συμφωνιών μίσθωσης.
- Τη χρηματοδότηση των συντάξεων.
- Τις συμβάσεις των εργαζομένων

Βασικά, η επισκόπηση της αξιολόγησης της επενδυτικής πρότασης έχει ως στόχο να επαληθευτούν ή να αναιρεθούν οι εντυπώσεις που απεκόμισαν οι επενδυτές κατά το αρχικό στάδιο αξιολόγησης του επιχειρηματικού σχεδίου. Επίσης οι επενδυτές μπορεί να ζητήσουν συστάσεις από συνεργάτες της εταιρείας, όπως τους προμηθευτές, τους πελάτες και τους τραπεζίτες.<sup>11</sup>

**Οι δημόσιες επιχορηγήσεις και επιδοτήσεις.** Υπάρχει ένα ευρύ φάσμα επιχορηγήσεων και επιδοτούμενων δανείων στη διάθεση των επιχειρήσεων σε ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο. Ιδιαίτερα στο πλαίσιο αναπτυξιακών νόμων και/ή εθνικών και ευρωπαϊκών προγραμμάτων, η χρηματοδότηση αυτού του τύπου είναι πολύ διαδεδομένη και στοχεύει στην ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για την επέκτασή τους, στην παροχή χρηματοδότησης για E&A, στη στήριξη πρωτοβουλιών κατάρτισης, στην απόκτηση νέων εγκαταστάσεων ή την ανακαίνιση υφιστάμενων κτιρίων ή την υποστήριξη της διεθνούς επέκτασής τους.

Αν και η παροχή των πραγματικών μετρητών είναι συνήθως το πιο σημαντικό ζήτημα για τις ΜμΕ, οι επιχορηγήσεις μπορεί να τις βοηθήσουν με ποικίλους τρόπους. Για παράδειγμα, ορισμένοι οργανισμοί παρέχουν επιχορηγήσεις για την εξεύρεση επενδυτών ή για να βοηθήσουν στη δημιουργία ανάπτυξης νέων ιδεών για προϊόντα και στρατηγικές.

Η διαθεσιμότητα των επιχορηγήσεων και επιδοτήσεων συχνά εξαρτάται από τον κλάδο στον οποίο λειτουργεί η επιχείρηση, τον τόπο εγκατάστασης, το πόσο καλά διαμορφωμένη είναι η αίτησή της και το χρονοδιάγραμμα (π.χ. μερικές επιχορηγήσεις διαρκούν μόνο για ένα ορισμένο χρονικό διάστημα). Συχνά, ο βασικός παράγοντας για να κερδίσει μια μικρομεσαία επιχείρηση επιχορηγήσεις

---

<sup>11</sup> Από το 2000, οι εταιρείες κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών επένδυσαν περισσότερα από 270 δισεκατομμύρια ευρώ σε περισσότερες από 56.000 επιχειρήσεις στην Ευρώπη. Μερικά γνωστά παραδείγματα εταιρειών που επωφελήθηκαν από επενδύσεις κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών και έγιναν ηγέτες στην παγκόσμια αγορά είναι οι εταιρείες Yahoo, Skype, TomTom, και από την Ελλάδα οι εταιρείες Goody's, Γερμανός και Chipita.

και επιδοτήσεις εξαρτάται από το κατά πόσον τα αποτελέσματα της χρηματοδότησης συμβάλλουν στη δημιουργία θέσεων εργασίας, ιδιαίτερα σε περιφερειακό ή τοπικό επίπεδο, όπου τις χρειάζεται ιδιαίτερα. Συνήθως, οι επιδοτήσεις/επιχορηγήσεις αφορούν είτε (Storey et al., 2013).:

- τη δωρεάν συνεισφορά στο αρχικό κόστος της επένδυσης,
- την κάλυψη μέρους του χρηματοοικονομικού κόστους της επιχείρησης, (π.χ. επιδότηση επιτοκίου)
- φορολογικές ελαφρύνσεις.

Ωστόσο, είναι σπάνιο για μια επιχορήγηση να καλύπτει το σύνολο του κόστους της συγκεκριμένης επιχείρησης ή έργου. Στις περισσότερες περιπτώσεις απαιτείται ο ίδιος ο επιχειρηματίας να καταβάλει ένα ορισμένο ποσοστό της χρηματοδότησης.

Σε επίπεδο Ευρωπαϊκής Ένωσης, οι πιο γνωστοί δημόσιοι χρηματοδοτικοί φορείς είναι το **Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων** (European Investment Fund EIF) και η **Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων** (European Investment Bank EIB). Το πρώτο ιδρύθηκε σχετικά πρόσφατα (το 1994) και ως στόχο έχει την υποστήριξη της δημιουργίας, ανάπτυξης και επέκτασης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων μέσω παροχής κεφαλαίων υψηλού κινδύνου και εγγυήσεων. Υποστηρίζει τη δημιουργία και ανάπτυξη των ΜμΕ που βρίσκονται στα πρώτα στάδια ανάπτυξής τους, ιδιαίτερα αν το αντικείμενο των δραστηριοτήτων τους είναι η έρευνα, η τεχνολογία και η καινοτομία.

Συγκεκριμένα, τα είδη των χρηματοδοτικών εργαλείων που παρέχει το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων είναι τα εξής (Storey et al., 2013).:

- Χρηματοδότηση κεφαλαίου σποράς.
- Θερμοκοιτίδες και τεχνολογικά πάρκα.

- Άλλα νέα χρηματοδοτικά εργαλεία που επικεντρώνονται στην ικανοποίηση τοπικών αναγκών της αγοράς ή στην εκμετάλλευση ευρημάτων από προγράμματα έρευνας και τεχνολογίας.

Η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων χορηγεί δάνεια με ιδιαίτερα ευνοϊκούς όρους προς τους νέους επιχειρηματίες. Στόχος της είναι η αύξηση του ποσοστού δημιουργίας νέων επιχειρήσεων. Το ποσοστό χρηματοδότησης φτάνει έως και το 50% του συνόλου και τα επιτόκια είναι αρκετά χαμηλά. Ωστόσο, όταν η δανειοδότηση αφορά φορείς του ιδιωτικού τομέα, εκτός από την υποβολή πλήρους οικονομοτεχνικής μελέτης και μελέτης περιβαλλοντικών επιπτώσεων προς έγκριση από την τράπεζα, οι αιτούντες πρέπει να φέρουν εγγυήσεις από τους αρμόδιους εθνικούς φορείς ή από αναγνωρισμένη τράπεζα για τη δυνατότητα κάλυψης της ίδιας συμμετοχής.

Ένα πολύ σημαντικό πρόγραμμα χρηματοδότησης για τις ΜμΕ είναι η πρωτοβουλία JEREMIE. Το πρόγραμμα αυτό χρησιμοποιείται για την ενίσχυση μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων, οι οποίες απασχολούν μέχρι 50 άτομα προσωπικό και έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 10 εκατ. ευρώ. Το συγκεκριμένο προϊόν χρηματοδοτεί τη χορήγηση δανείων με μειωμένο επιτόκιο και μειωμένες εξασφαλίσεις μέσω των τραπεζών Εθνική και Alpha Bank. Ο επιχειρηματίας που θα χρηματοδοτηθεί μέσω του προϊόντος αυτού JEREMIE θα καταβάλει επιτόκιο μόνο για το 50% του δανείου, ποσό που αντιστοιχεί στην ιδιωτική συμμετοχή. Το ποσό επιτοκίου που αντιστοιχεί στο υπόλοιπο 50% θα καλυφθεί μέσω του ΕΣΠΑ από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΣΠΑ, 2012).

Το τελευταίο 18μηνο έχουν χρηματοδοτηθεί περισσότερες από 1.100 μικρομεσαίες επιχειρήσεις μέσω του συγκεκριμένου προγράμματος, με δάνεια συνολικού ύψους άνω των 50 εκατ. ευρώ τα οποία παρέχονται από τις συνεργαζόμενες τράπεζες με ευνοϊκούς όρους και επιδοτούμενο επιτόκιο. Στο αμέσως επόμενο διάστημα οι εκταμιεύσεις αναμένεται να αυξηθούν σημαντικά,

στα 74 εκατ. ευρώ και οι ωφελούμενες επιχειρήσεις σε περισσότερες από 1.300 καθώς οι σχετικές αιτήσεις δανειοδότησης έχουν ήδη εγκριθεί (ΕΣΠΑ, 2012).

### **3.4. Χρηματοδοτικά εργαλεία για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις**

Κατ' αρχάς, θα ασχοληθούμε με τη χρηματοδότηση της εκκίνησης των νέων επιχειρήσεων. Ο επιχειρηματίας που βρίσκεται στο στάδιο εκκίνησης του εγχειρήματος του πρέπει να αποφασίσει προσεκτικά για τα ακόλουθα (Δασκάλου, 1999):

- Πόση χρηματοδότηση απαιτείται;
- Πότε και για πόσο καιρό η χρηματοδότηση είναι απαραίτητη;
- Τι διασφάλιση (εάν υπάρχει) παρέχεται;
- Είναι ο επιχειρηματίας διατεθειμένος να εγκαταλείψει κάποιον έλεγχο (τμήμα της ιδιοκτησίας) του εγχειρήματος του σε αντάλλαγμα για τις επενδύσεις;

Σε γενικές γραμμές, οι ανάγκες χρηματοδότησης της έναρξης μιας νέας επιχείρησης θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη, κυρίως, τους εξής τομείς (Δασκάλου, 1999):

- Το κόστος της προεναρκτήριας φάσης ίδρυσης της επιχείρησης (τις δαπάνες που πραγματοποιήθηκαν πριν από την έναρξη της εμπορικής δραστηριότητας της επιχείρησης).
- Την εκκίνηση της επένδυσης με επαρκή πάγια περιουσιακά στοιχεία έτσι ώστε να διασφαλίζεται ότι η επιχείρηση έχει ό,τι χρειάζεται για να μπορέσει να αρχίσει την εμπορική της δραστηριότητα.
- Το κεφάλαιο κίνησης που απαιτείται (τα αποθέματα που χρειάζονται οι επιχειρήσεις, π.χ. πρώτες ύλες, ημιτελή προϊόντα, πίστωση στους

πελάτες, όταν θα ξεκινήσουν οι πωλήσεις της επιχείρησης). Αξίζει να σημειωθεί ότι σε πολλές επιχειρήσεις η επένδυση στο κεφάλαιο κίνησης είναι αρκετά μεγαλύτερη από αυτήν που απαιτείται για τα πάγια περιουσιακά τους στοιχεία.

- Την επέκταση και την ανάπτυξη της επιχείρησης (π.χ. πρόσθετες επενδύσεις σε παραγωγική δυναμικότητα).

Στη συνέχεια, θα αναφερθούμε στις πηγές χρηματοδότησης για την εκκίνηση μιας νέας επιχείρησης (startup firms).



## **Κεφάλαιο 4<sup>ο</sup>**

### **Η θέση των ΜμΕ στην Ε.Ε. και στην Ελλάδα – η περίπτωση των νέων καινοτομικών ΜμΕ**

#### **4.1. Εισαγωγή**

Είναι κοινώς αποδεκτό ότι η εποχή που διανύουμε χαρακτηρίζεται από την έντονη παγκοσμιοποίηση των αγορών και τον ολοένα αυξανόμενο ανταγωνισμό. Μέσα σ' αυτό το παγκόσμιο ανταγωνιστικό περιβάλλον οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις καλούνται να δώσουν τον δικό τους αγώνα, έναν αγώνα εκσυγχρονισμού, επιβίωσης και διάκρισης (Bryan, 2006). Οι ΜμΕ αποτελούν συστατικό στοιχείο της δομής όλων των οικονομιών και κοινωνιών του πλανήτη μας. Μάλιστα, σε πολλές οικονομίες ευρωπαϊκών κρατών όπως για παράδειγμα στην Αγγλία, οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις θεωρούνται και αντιμετωπίζονται με ιδιαίτερη σοβαρότητα και υπευθυνότητα, εδώ και αρκετές δεκαετίες.

#### **4.2. Ο τρόπος επίδρασης των ΜμΕ στις Ευρωπαϊκές οικονομίες**

Το θεωρητικό υπόβαθρο που συνδέει την επιχειρηματικότητα με την οικονομική ανάπτυξη παρουσιάστηκε από τις νέες θεωρίες της βιομηχανικής εξέλιξης, οι οποίες έρχονται σε πλήρη αντίθεση με τις παλιές παραδοσιακές θεωρίες. Οι παραδοσιακές θεωρίες υποστήριζαν ότι η επιχειρηματικότητα είναι ικανή να παρακωλύσει την οικονομική ανάπτυξη, η άποψη αυτή ανετράπη από τις νέες θεωρίες, οι οποίες όχι μόνο αναγνώρισαν την συμβολή της επιχειρηματικότητας

---

στην οικονομική ανάπτυξη αλλά απέδειξαν ότι αυτή είναι που ουσιαστικά διεγείρει και παράγει την ανάπτυξη των επιχειρήσεων.

Ένα κύριο χαρακτηριστικό στοιχείο των νέων αυτών εξελικτικών θεωριών είναι ότι εστιάζονται στην οργανωτική μεταβολή και την καινοτομία. Θεωρούν μάλιστα την καινοτομία ως κύρια υπεύθυνη για τον τρόπο με τον οποίο οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις εντάσσονται, αναπτύσσονται και τελικά επιβιώνουν και ως αυτόνομες μονάδες και ως ξεχωριστός οικονομικός κλάδος.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στα πλαίσια των στόχων που καθόρισε το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Λισσαβόνας το 2000 για την απασχόληση, την οικονομική μεταρρύθμιση, την κοινωνική συνοχή και αξιολογώντας τον ρόλο των Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων στην Ευρωπαϊκή οικονομία, αναπτύσσει πρωτοβουλίες που αφορούν την επιχειρηματικότητα. Στόχο έχει την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, την δημιουργία φιλικού περιβάλλοντος για την ανάπτυξή της και την αντιμετώπιση προβλημάτων κατά την ίδρυση και λειτουργία των ΜμΕ.

Οι ανωτέρω λόγοι οδήγησαν την Ευρωπαϊκή Ένωση και την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στην δημιουργία της «Πράσινης Βίβλου για την Επιχειρηματικότητα των ΜμΕ», η έκθεση αυτή συντάχθηκε αξιοποιώντας την προηγούμενη εμπειρία και παράλληλα αποβλέποντας στην ενθάρρυνση ανάληψης και νέων πρωτοβουλιών. Σύμφωνα λοιπόν με την «Πράσινη Βίβλο για την Επιχειρηματικότητα» (Επιτροπή των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, 2003), η επιχειρηματικότητα είναι πολυδιάστατη και παρόλο που μπορεί να εμφανίζεται σε διάφορα πλαίσια, οικονομικά ή άλλα, και σε κάθε είδος οργάνωσης, η επιχειρηματικότητα στις ΜμΕ σημαίνει τα εξής τρία πράγματα:

➤ **Αξιοποίηση της δημιουργικότητας ή της καινοτομίας**

Η επιχειρηματικότητα αποτελεί κατά κύριο λόγο νοοτροπία. Πρόκειται για την δραστηριοποίηση και την ικανότητα που έχει ένα άτομο, μεμονωμένα ή στο

---

πλαίσιο ενός οργανισμού, να αναγνωρίζει τις ευκαιρίες και να τις εκμεταλλεύεται προκειμένου να επιτύχει προστιθέμενη αξία ή να έχει οικονομικό όφελος. Η δημιουργικότητα ή η καινοτομία τον βοηθούν να εισέλθει σε μία υπάρχουσα αγορά ή να βελτιώσει την ανταγωνιστική θέση του σ' αυτήν, να αλλάξει ή ακόμη να δημιουργήσει μια νέα αγορά. Για να αποβεί επιτυχής μία επιχειρηματική ιδέα απαιτείται ικανότητα συνδυασμού της δημιουργικότητας ή της καινοτομίας με τη χρηστή διαχείριση και ικανότητα προσαρμογής μιας επιχείρησης προκειμένου να βελτιστοποιηθεί η ανάπτυξή της σε όλες της φάσεις του κύκλου ζωής της. Πρόκειται για μια διαδικασία που ξεπερνά κατά πολύ την καθημερινή διαχείριση άπτεται των στόχων και της στρατηγικής μίας επιχείρησης

### ➤ **Επιχειρηματίες**

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπ. επιχειρηματίας θεωρείται οποιοσδήποτε οραματίζεται, αναπτύσσει και τελικά εκπληρώνει τις επιχειρηματικές ιδέες του. Το όραμα είναι μια ιδέα ή ένα σύνολο ιδεών και σκοπών, το οποίο θα επιτευχθεί στο απώτερο μέλλον και χωρίζεται στις εξής τρεις κατηγορίες:

- Στο αναδυόμενο όραμα (emergent vision), το οποίο προκύπτει από τον οραματισμό του επιχειρηματία για προϊόντα ή/και υπηρεσίες πριν την έναρξη της επιχείρησης.
- Στο κεντρικό όραμα (central vision), στην κατηγορία αυτή ο επιχειρηματίας έχει ήδη ξοδέψει αρκετό χρόνο για να προετοιμάσει το επιχειρηματικό σχέδιο και να κατανοήσει τις συνθήκες και τους παράγοντες που θα επηρεάσουν το επιχειρηματικό του τόλμημα
- Το συμπληρωματικό όραμα (complementary vision), σχετίζεται με τις διοικητικές απόψεις και θέσεις της νεοϊδρυθείσας επιχείρησης, συνεπικουρώντας ουσιαστικά την ιδέα του κεντρικού οράματος.

Σύμφωνα με αυτήν την θεώρηση, πολλοί επιχειρηματίες αποτυγχάνουν διότι δεν μπορούν να διακρίνουν μεταξύ μιας επιχειρηματικής ιδέας και μιας

επιχειρηματικής ευκαιρίας. Η επιχειρηματική ευκαιρία μπορεί να θεωρηθεί ως ιδέα μόνο στα χέρια εκείνου του επιχειρηματία που είναι ικανός να τη θέσει σε πραγματική εφαρμογή.

Η επιχειρηματικότητα αφορά τα άτομα, τις επιλογές τους και τις ενέργειες στις οποίες προβαίνουν κατά την εκκίνηση, εξαγορά ή λειτουργία μιας επιχείρησης ή τη συμμετοχή τους στη διαδικασία λήψης στρατηγικών αποφάσεων μιας επιχείρησης. Οι επιχειρηματίες αποτελούν μια ανομοιογενή ομάδα και προέρχονται από όλους τους χώρους. Ωστόσο υπάρχουν ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά επιχειρηματικής συμπεριφοράς, συμπεριλαμβανόμενος της ετοιμότητας για ανάληψη κινδύνων και της επιθυμίας για ανεξαρτησία και αυτοπραγμάτωση.

#### ► Εφαρμογές επιχειρηματικότητας

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να αναπτυχθεί σε οποιονδήποτε τομέα και είδος επιχείρησης. Εφαρμόζεται στους αυτοαπασχολούμενους και στις επιχειρήσεις οποιουδήποτε μεγέθους σε όλες τις φάσεις του κύκλου ζωής μιας επιχείρησης, από τη φάση εκκίνησης έως την ανάπτυξη, τη μεταβίβαση, την παύση λειτουργίας ή την επανέναρξη λειτουργίας. Η επιχειρηματικότητα αφορά τις επιχειρήσεις όλων των κλάδων, τεχνολογικών ή παραδοσιακών, τις μικρές και τις μεγάλες επιχειρήσεις ανεξαρτήτως ιδιοκτησιακού καθεστώτος: οικογενειακές επιχειρήσεις, επιχειρήσεις εισηγμένες στο χρηματιστήριο, επιχειρήσεις κοινωνικής οικονομίας ή μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί που συχνά πραγματοποιούν σημαντικές οικονομικές δραστηριότητες.

Σύμφωνα με έρευνα του Παγκόσμιου Παρατηρητηρίου για την Επιχειρηματικότητα (Global Entrepreneurship Monitor) 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.

Τέλος, σύμφωνα με την «Πράσινη Βίβλο της Επιχειρηματικότητας» αν θέλαμε να συνοψίσουμε όλα τα ανωτέρω σε έναν ορισμό για την επιχειρηματικότητα τότε θα λέγαμε ότι: «Η επιχειρηματικότητα είναι νοοτροπία και τρόπος δημιουργίας και ανάπτυξης οικονομικής δραστηριότητας μέσω του συνδυασμού της ανάληψης κινδύνου, της δημιουργικότητας και ή της καινοτομίας στο πλαίσιο ενός νέου ή υφιστάμενου οργανισμού» (Πράσινη Βίβλος για την Επιχειρηματικότητα, 2003 7).

#### **4.2. Ευρωπαϊκές καινοτομικές ΜμΕ**

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει αναπτύξει και υλοποιεί μια σειρά μέτρων πολιτικής ειδικά για την υποβοήθηση των καινοτόμων επιχειρήσεων στην Ευρώπη. Οι πολίτες της ΕΕ έχουν στόχο τη δημιουργία συνθηκών για την ίδρυση, ανάπτυξη και επιβίωση των μικρών επιχειρήσεων. Εάν πρόκειται να επιτύχει τους στόχους της η Ε.Ε. για την επιτάχυνση της οικονομικής ανάπτυξής και τη δημιουργία περισσότερων και καλύτερων θέσεων εργασίας, οι επιχειρήσεις είναι αυτές που θα παίξουν τον κυριότερο ρόλο. Στο επίπεδο της Ε.Ε. οι επιχειρήσεις και η επιχειρηματικότητα έχουν προσδιοριστεί ως κεντρικά συστατικά της στρατηγία της Ε.Ε. για να μετασχηματίσουν την οικονομία της και να χτίσουν τη μελλοντική οικονομική και ανταγωνιστική της δύναμη (Innovation Union Scoreboard, 2011).

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις ευθύνονται για μεγάλο μέρος των καινοτομιών που οδηγούν σε νέα, υψηλότερα αξίας προϊόντα και υπηρεσίες (ακόμη και εάν τελικά οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις είναι αυτές που αναλαμβάνουν την παραγωγή και το μαζικό μάρκετινγκ αυτών των καινοτομιών). Η νέα στρατηγική της ΕΕ για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχει στόχο την εφαρμογή της αρχής «Σκεφτόμαστε πρώτα τους μικρούς» ώστε (Innovation Union Scoreboard, 2011):

- να δημιουργηθεί ένα πιο ευνοϊκό επιχειρηματικό περιβάλλον για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις,
- να μειωθούν τα διοικητικά τους έξοδα,
- να απλοποιηθούν και να επιταχυνθούν οι απαιτούμενα διαδικασία,
- να βελτιωθεί η πρόσβασή τους στην αγορά, και να γίνουν πιο ανταγωνιστικές.

Δύο ιδιαίτερα παραδείγματα αναφορικά με τον χώρο των καινοτόμων ΜμΕ στην Ευρώπη είναι αυτό της FOURNIER-DAFORIB και της Flemming & Pehrsson. Η καινοτομία στο προϊόν δεν αφορά απαραίτητα ένα προϊόν που δεν υπήρχε μέχρι τώρα στην αγορά. Η περίπτωση της γαλλικής οικογενείας M.M.E. «FOURNIER-DAFORIB», δείχνει πως ακόμα και για ένα παραδοσιακό προϊόν όπως οι ξύλινες σκάλες, η καινοτομία παίζει έναν πρωταρχικό ρόλο στην ανάπτυξη του συγκριτικού πλεονεκτήματος από την επιχείρηση. Ο Andre Fournier θεωρεί την επένδυση στην καινοτομία ιδιαίτερα σημαντική και η συνεχής προσπάθεια της επιχείρησης για ανάπτυξη νέων προϊόντων έχει οδηγήσει την επιχείρηση να κερδίσει πολλά βραβεία καινοτομίας. Μια καινοτόμος επιχείρηση πρέπει να μπορεί να ισορροπεί ανάμεσα στην Βελτίωση παλαιών τεχνικών και στην ανάπτυξη νέων προϊόντων.

Το μικρό μέγεθος των δυο επιχειρήσεων, 20 εργαζόμενοι στο σύνολο, καθιστά εύκολη την αλληλεπίδραση ανάμεσα στα τμήματα. Για ένα από τα νέα προϊόντα που αναπτύχθηκαν το 2005 ο χρόνος ανάμεσα στον σχεδιασμό του προϊόντος και την διάθεση του στην αγορά ήταν μόλις 6 μήνες.

Η επιχείρηση δημοσιοποιεί τα προϊόντα λαμβάνοντας τακτικά μέρος σε εμπορικές εκθέσεις. Με αυτό τον τρόπο αναπτύσσει επαφές με νέους πελάτες και ενημερώνει τους μόνιμους πελάτες της για τα νέα προϊόντα. Τα προϊόντα της παρουσιάζονται σε ένα συγκεκριμένο εικονικό περιβάλλον.

Ο Fournier είναι μέλος σε πολλές εμπορικές ομοσπονδίες. Αυτό του παρέχει την δυνατότητα να παίζει έναν πληροφοριακό και συμβουλευτικό ρόλο στις επαφές

του με ανθρώπου που καλούνται να πάρουν αποφάσεις, όπως άλλους μάνατζερ, αρχιτέκτονες και πελάτες.

Η Flemming & Pehrsson GmbH σχεδιάζει και κατασκευάζει μηχανές μαρκαρίσματος και χαράγματος, κυρίως για τον τομέα της αυτοκινητοβιομηχανίας. Η επιχείρηση ιδρύθηκε από τον μηχανικό Gerhard Flemming το 1950, με το αρχικό όνομα Gerhard Flemming Number-embossing Machines. Το 1960, η επιχείρηση εξαγόρασε την χαρακτηριστική επιχείρηση Hermann Pehrsson. Την δεκαετία του 1970, η επιχείρηση κινήθηκε προς την παραγωγή ηλεκτρονικών χαρακτηριστικών μηχανών για την αυτοκινητοβιομηχανία. Το 1983 οι δύο επιχειρήσεις συγχωνεύτηκαν και δημιουργήθηκε η Flemming & Pehrsson GmbH.

Η Flemming & Pehrsson προσφέρει μια μεγάλη γκάμα προϊόντων. Η επιχείρηση έχει αναπτύξει αυτοματοποιημένες λύσεις, οι οποίες είναι απόλυτα ενσωματωμένες στο παραγωγικό περιβάλλον. Ως εκ τούτου τα μηχανήματα δεν εκθέτουν στον παραμικρό κίνδυνο τους εργαζόμενους που τα χρησιμοποιούν. Τα ανταλλακτικά των μηχανημάτων που χρησιμοποιεί η επιχείρηση διατίθενται στο εμπόριο. Όλη η παραγωγική δραστηριότητα πραγματοποιείται στα εργοστάσια της επιχείρησής και έτσι οι πελάτες έρχονται σε επαφή με ένα μόνο προμηθευτή. Οι δραστηριότητες της επιχείρησής είναι διανεμημένα σε 3 παραγωγικές περιοχές, σε κάθε μία από τα οποία έχει αναπτυχθεί μία συγκεκριμένη καινοτόμα ικανότητα:

- Τεχνολογία μαρκαρίσματος (χάραγμα, μαρκάρισμα με Βελόνα, ανάγλυφο σφράγισμα, μαρκάρισμα με μελάνι)
- Συστήματα για ταμπέλα
- Τεχνολογία αυτοματισμού και ελέγχου

Η γκάμα των προϊόντων της είναι μεγάλη και περιλαμβάνει συναρμολογούμενα ρομπότ, μηχανές χειρισμού, μπάρα ασφαλείας, υδραυλικές κατασκευές και

συστήματα που λειτουργούν με αέρα. Η επιχείρηση προσφέρει στους πελάτες της service οπουδήποτε στον κόσμο.

Η Flemming & Pehrsson έχει εξασφαλίσει πολλές ευρεσιτεχνία στην τεχνολογία μαρκαρίσματος και πρόσφατα έχει κάνει τα προϊόντα της επιχείρησή ακόμα πιο ασφαλή. Παρόλα αυτά η Regina Seidel θα ήθελε να είχαν εξασφαλιστεί ευρεσιτεχνία για τις περισσότερες από τις εφευρέσεις της επιχείρησής. Διεξάγει έρευνα αγοράς για να βρει και να μεταφέρει νέες ιδέες για τους μηχανικούς της επιχείρησης. Το μισό σχεδόν χρόνο ταξιδεύει και επισκέπτεται τα γραφεία της επιχείρησή αλλά και τους πελάτες. Εποπτεύει τις παραγωγικές εγκαταστάσεις των πελατών και εντοπίζει προβλήματα και προκλήσεις, που στην συνέχεια προσπαθεί να αντιμετωπίσει με νέα ιδέα. Στη συνέχεια τις ιδέες αυτές τις συζητά με τους μηχανικούς της επιχείρησής στα γραφεία της επιχείρησής στο Βερολίνο, με σκοπό την εξεύρεση λύσεων. Οι ιδέες παρουσιάζονται στους πελάτες και με βάση την δίκη τους ανατροφοδοτούν η ιδέα για το προϊόν παίρνει την τελική της μορφή και εφαρμόζεται.

### **4.3. Ελληνικές Καινοτομικές ΜμΕ**

Η ελληνική βιβλιογραφία σχετικά με τις ΜμΕ είναι ιδιαίτερα περιορισμένη, παρά το γεγονός ότι έχουν γίνει ορισμένες προσπάθειες στα πλαίσια της Ε.Ε. Έτσι, λίγα στοιχεία διαθέτουμε, για τα συγκεκριμένα χαρακτηριστικά των ελληνικών ΜμΕ και ακόμα λιγότερο για την καινοτομική τους δραστηριότητα. Συνοπτικά αναφέρουμε ότι οι υπάρχουσες μελέτες δίνουν έμφαση στην έντονη παρουσία των επιχειρήσεων αυτών, στην αδυναμία του παραγωγικού συστήματος της χώρας και στα σημαντικά ανταγωνιστικά μειονεκτήματα στην παραγωγή τεχνολογίας, την ποιότητα, την πρόσβαση στις διεθνείς αγορές και την πρόσβαση σε χρηματοδότηση, σε σύγκριση με τους ευρωπαίους ανταγωνιστές τους (Curran & Blackburn, 2001). Το τελευταίο αποτελεί ένα από τα πιο σημαντικά μειονεκτήματα της ελληνικής οικονομίας.



Πριν εστιάσουμε την ανάλυσή μας στις επιχειρήσεις που μας απασχολούν, ας δούμε συνοπτικά, τα βασικότερα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων που αναπτύσσουν καινοτομία στη χώρα μας.

Η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων στη χώρα μας, εντάσσεται στην κατηγορία των ΜμΕ και ιδιαίτερα των μικρών (1-50 εργαζόμενους), ενώ εμφανίζουν και το μικρότερο μέσο μέγεθος στην Ε.Ε. Το 1990, το μέσο μέγεθος για μια ελληνική ΜμΕ ήταν 3 απασχολούμενοι, τη στιγμή που το αντίστοιχο μέγεθος για την Πορτογαλία ήταν 5 και για την Ιρλανδία 8. Επιπρόσθετα, η τάση για αύξηση του μέσου μεγέθους που παρατηρήθηκε στη Ευρωπαϊκή περιφέρεια, δεν «ακούμπησε» τη χώρα μας. Σαν αποτέλεσμα, η Ελλάδα κυριαρχείται από πολύ μικρές-επιχειρήσεις (μικρό-μικρές θα μπορούσαμε να πούμε), παρά το ότι σε αμφίπλευρες διαπραγματεύσεις με την κυβέρνηση τα τελευταία χρόνια, μερικές μεγάλες επιχειρήσεις (για τα δεδομένα της Ελλάδας πάντα) δημιουργήθηκαν, είτε σε συμφωνία με πολυεθνικές μεγάλες εταιρείες ή με επιτυχημένους έλληνες επιχειρηματίες, όπως στην περίπτωση της αλουμίνιας, των ναυπηγείων και των λιπασμάτων (Curran & Blackburn, 2001).

Η γενικότερη εικόνα που περιγράφηκε, δεν φαίνεται να μεταβάλλεται τη νέα δεκαετία, καθώς σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία, του Observatory of European SMEs, της Ε.Ε. (2004), η παραπάνω ταξινόμηση των επιχειρήσεων ενισχύεται, καθώς στην Ελλάδα, το ποσοστό των ΜμΕ που εντάσσονται στην κατηγορία των πολύ μικρών (1-9 άτομα), ξεπερνούσε κατά πολύ το 90%, με τις υπόλοιπες κατηγορίες επιχειρήσεων να μοιράζονται το υπόλοιπο ποσοστό.

Ίδια εικόνα παρουσιάζουν και οι καινοτομικές ΜμΕ, όπως προκύπτει από τον πίνακα που ακολουθεί, τα οποία επιβεβαιώνονται και από πιο πρόσφατη έρευνα της ΙΤΕΤ (200). Χαρακτηρίζονται όμως από μεγαλύτερη καινοτομική προσπάθεια (Ε&Α/πωλήσεις), σε σχέση με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις (οι οποίες βέβαια, λόγω του μεγέθους και των πόρων που διαθέτουν, πραγματοποιούν περισσότερο σημαντικές προσπάθειες Ε&Α, σε όρους απόλυτης

ποσότητας πόρων). Επίσης, όπως προέκυψε από έρευνα του, το μέγεθός τους φαίνεται να είναι μεγαλύτερο από της μέσης ελληνικής επιχείρησης.

Οι επιχειρήσεις στη χώρα μας εμφανίζονται πολύ συντηρητικές σε σχέση με τις αντίστοιχες εκτός συνόρων, αποφεύγουν να καταπιαστούν με κάτι καινούριο και αρέσκονται στα λιγότερο αβέβαια εγχειρήματα. Στην επενδυτική και αναπτυξιακή στρατηγική τους, κυριαρχούν οι παραδοσιακές στάσεις, εστιάζοντας κυρίως σε ποσοτικές και όχι ποιοτικές προτεραιότητες, με τις επενδύσεις να κατευθύνονται προς νέες ευκαιρίες, αγορά εγκαταστάσεων ή εξοπλισμού και αύξηση αποθέματος (Curran & Blackburn, 2001). Η αμυντική στρατηγική ανάπτυξης, κυριαρχεί έναντι της δυναμικής στάσης, με διστακτικές και χαμηλού ρίσκου συμπεριφορές, να αποτελούν το γενικό κανόνα (βελτίωση υπάρχουσας τεχνολογίας, χρήση τεχνολογίας δημιουργημένης από άλλους). Κύρια τακτική των επιχειρήσεων είναι η μείωση του κόστους εργασίας, η περισσότερο αποδοτική χρήση υπαρχόντων υλικών και η ανάπτυξη δεσμών με τους πελάτες τους ITET (2001 b).

Σε περιφερειακό επίπεδο, παρατηρείται υψηλή συγκέντρωση στα αστικά κέντρα και πιο συγκεκριμένα στη περιφέρεια της Αττικής, κατά τη διάρκεια των προηγούμενων ετών, ήταν συγκεντρωμένο το 52,5% των καινοτομικών επιχειρήσεων, με την Κεντρική Μακεδονία να ακολουθεί με 14,7% και τις υπόλοιπες περιφέρειες, να μοιράζονται το υπόλοιπο 32,8%. Η επιλογή των αστικών κέντρων, σχετίζεται τόσο με την υπάρχουσα υποδομή και διασυνδέσεις (εταιρίες, φορείς κ.λ.π.) που παρατηρούνται στις ανεπτυγμένες περιφέρειες, όπως οι προαναφερθείσες, όσο και με τη γενικότερη συγκέντρωση επιχειρήσεων (οικονομίες εύρους) και εξειδικευμένου προσωπικού σε αριθμητικούς όρους.

Τα τελευταία χρόνια, παρατηρείται στη μεταποίηση κυρίως, ενδυνάμωση του ρόλου των λοιπών περιφερειών σε βάρος της Αττικής. Με κριτήριο το ποσοστό των καινοτόμων επιχειρήσεων στο σύνολο της περιφέρειας, στην πρώτη θέση βρίσκεται η Στερεά Ελλάδα και ακολουθεί η περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης. Με κριτήριο όμως το ποσοστό πωλήσεων από

καινοτομικά προϊόντα, η Αττική διατηρεί το προβάδισμα και ακολουθούν η Ανατολική Μακεδονία και Θράκη και η Κεντρική Μακεδονία (ΓΓΕΤ 2001b).

Στην Ελλάδα, μόνο το ένα πέμπτο των καινοτόμων μεταποιητικών επιχειρήσεων ασχολείται συστηματικά με την έρευνα, ενώ η δαπάνη για το σκοπό αυτό, ανέρχεται μόλις στο 14% των συνολικών δαπανών για την ανάπτυξη καινοτομιών. Το ποσοστό αυτό είναι αρκετά μικρό σε σύγκριση με το αντίστοιχο 34% που είναι ο μέσος όρος για τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Την τελευταία δεκαετία, η ελληνική οικονομία επιχείρησε κάποιες προσπάθειες για να μειώσει την τεράστια διαφορά που τη χωρίζει από τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες. Η είσοδος στη δεκαετία του 90, βρήκε την ελληνική βιομηχανία με πολύ χαμηλές επιδόσεις στην ανάπτυξη νέων προϊόντων και προώθησης τεχνολογικών αλλαγών, με λιγότερες από 300 να είναι οι μεταποιητικές επιχειρήσεις που καινοτομούσαν. Η εικόνα φαίνεται να άρχισε να αλλάζει, καθώς μέχρι το 1998, τα στοιχεία (ΓΓΕΤ 2001b) δείχνουν, ότι ο αριθμός των καινοτομικών επιχειρήσεων τετραπλασιάστηκε (κυρίως των ΜμΕ), στη γενικότερη προσπάθεια αφύπνισης της ελληνικής βιομηχανίας για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας.

Η αύξηση στον αριθμό των καινοτόμων επιχειρήσεων στη μεταποίηση, οδηγεί στην προσέγγιση των επιδόσεων του Βελγίου και της Ισπανίας και επιτρέπει ένα μικρό προβάδισμα σε σχέση με την Πορτογαλία. Η απόσταση όμως από το σύνολο της ΕΕ, παραμένει ακόμα σημαντική.

Παρά τα ενθαρρυντικά, με μια πρώτη ανάγνωση μηνύματα όμως, θα πρέπει να είμαστε αρκετά φειδωλοί απέναντι στα στατιστικά, καθώς δεν διαχωρίζονται η ποσότητα με την ποιότητα των καινοτομιών. Πιο συγκεκριμένα, οι περισσότερες επιχειρήσεις δεν διαθέτουν οργανωμένο τμήμα E&A, εξειδικευμένο προσωπικό και δεν συνάπτουν ερευνητικές σχέσεις με ερευνητικά κέντρα (Curran & Blackburn, 2001). Το γεγονός αυτό μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι καινοτομούν

«περιστασιακά» και οι καινοτομίες που εφαρμόζουν είναι χαμηλού επιπέδου, αφορώντας κυρίως απομιμήσεις, αντιμετώπιση καθημερινών προβλημάτων κ.λ.π.

Ένα ακόμα ιδιαίτερα ανησυχητικό γεγονός, που συνδέεται με τα προαναφερθέντα, είναι η περιορισμένη (έως ελάχιστη) προσφυγή των ελληνικών επιχειρήσεων, σε φορείς κατοχύρωσης των καινοτομιών που αναπτύσσουν. Το φαινόμενο αυτό μπορεί να οφείλεται είτε στην αποθάρρυνσή τους από τη διεθνή διαδικασία (στην οποία εξετάζονται ιδιαίτερα προσεκτικά τα προϊόντα για να εξακριβωθεί πλήρως αν είναι και κατά πόσο, νέα, τα υποψήφια προς κατοχύρωση προϊόντα) είτε στην έλλειψη τέτοιου ελέγχου από τους εγχώριους φορείς, με συνέπεια το μειωμένο ειδικό βάρος των όποιων τίτλων και πιστοποιήσεων παρασχεθούν.

Η συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων, διατηρεί πολύ ασθενείς ή καθόλου δεσμούς με άλλους οργανισμούς, ενώ σε πλήρη δίκτυα με διασυνδέσεις με όλο το φάσμα των οργανισμών (πελάτες, προμηθευτές, ερευνητικούς οργανισμούς κ.λ.π.), εντάσσεται μόλις το 11-13%, σε αντίθεση με άλλες μικρές χώρες, όπως Ιρλανδία. Ολλανδία. Βέλγιο. Νορβηγία κ.λ.π., με αντίστοιχο ποσοστό 33-35%. Το κενό της πληροφόρησης από την έλλειψη διασυνδέσεων, προσπαθούν να το αναπληρώσουν με τη συμμετοχή τους κυρίως σε εκθέσεις και παρουσιάσεις. Σε αντιστοιχία με την παραπάνω τάση, το επίπεδο των συνεργασιών για την ανάπτυξη καινοτομίας, είναι αρκετά χαμηλό (το 1994-96, μόνο 17% των καινοτόμων επιχειρήσεων συνεργάστηκε με άλλους οργανισμούς, ενώ το 1997-98, το ποσοστό ήταν 20,6%). Μ ανάπτυξη των συνεργασιών εξάλλου, φαίνεται να εξαρτάται από το μέγεθος της επιχείρησης και αυξάνει με το μέγεθός της (ΓΓΕΤ 2001 b).

Τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές επιχειρήσεις που αναπτύσσουν καινοτομία, είναι η έλλειψη κατάλληλης υλικοτεχνικής υποδομής, η ανεπάρκεια γνώσεων σε ζητήματα που προκύπτουν κατά τη διαδικασία ανάπτυξης του εγχειρήματος, σημαντικά προβλήματα γραφειοκρατίας στις επαφές τους με κρατικούς φορείς, δυσκολία στην πρόσβαση στα ερευνητικά ιδρύματα

(Πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα κ.λ.π., ιδιαίτερα εκτός Αττικής και Θεσσαλονίκης) και προβλήματα που αφορούν την οργάνωση της επιχείρησης. Τα προβλήματα συνεπώς που αντιμετωπίζουν, μπορούν να διαχωριστούν σε ενδο-επιχειρησιακά (υποδομή, γνώση, οργάνωση) και σχετιζόμενα με το περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις (ευελιξία κρατικού μηχανισμού, έλλειψη πληροφόρησης κ.λ.π.).

## Συμπεράσματα

Από τη διερεύνηση του συνόλου των δεδομένων και την ολοκλήρωση της παρούσας εργασίας προκύπτουν κάποια συμπεράσματα, καίριας σημασίας, αναφορικά με το επιχειρηματικό δυναμικό και τις κινήσεις που αυτό θα πρέπει να εφαρμόσει για την επιχείρηση και ανάπτυξή του εν μέσω οικονομικής κρίσης.

Σε Ευρωπαϊκό επίπεδο, η πρόσβαση στη χρηματοδότηση, είναι ένα από τα βασικότερα προβλήματα που έχουν να αντιμετωπίζουν οι ΜμΕ. Πιο συγκεκριμένα, κατά τη διάρκεια της τελευταίας διετίας, σχεδόν το ένα τρίτο των ΜμΕ οι οποίες αιτήθηκαν τραπεζικό δάνειο είτε δεν κατάφεραν την έγκριση της αίτησής τους είτε δανείστηκαν μικρότερο ποσό από εκείνο που είχαν ζητήσει. Από τα δεδομένα που αναλύθηκαν και παραπάνω, φαίνεται πως το επιχειρηματικό περιβάλλον για τις ΜμΕ επιδεινώνεται και ότι οι τράπεζες της ευρωζώνης έχουν υιοθετήσει μια πιο αυστηρή πολιτικά αναφορικά με τα κριτήρια αξιολόγησης της πιστοληπτικής ικανότητας των πελατών τους.

αναφορικά με τις ελληνικές επιχειρήσεις, το μέλλον τους κρίνεται αβέβαιο. Η κρίση τις οδηγεί στην αναγνώριση των δυνάμεών τους και στην ανακάλυψη των ορίων της αντοχής τους. Οι χρόνιες αδυναμίες αλλά και το σύνολο των προβλημάτων χρήζουν άμεσης προσοχής. Οι επιχειρήσεις η οποίες χαρακτηρίζονται από διορατικότητα αλλά και είναι καλά προετοιμασμένες έχουν τη δυνατότητα να διακρίνουν κάποιες πολύ σημαντικές ευκαιρίες στα πλαίσια της κρίσης.

Για να μπορέσουν οι επιχειρήσεις συνεπώς να αντέξουν στην κρίση είναι απαραίτητο να διατηρούν ένα σημαντικό ανταγωνιστικό συγκριτικό πλεονέκτημα, να εμφανίζουν ευελιξία, έγκαιρη προσαρμογή στο μεταβαλλόμενο περιβάλλον, εισαγωγή καινοτομιών και αξιοποίηση της τεχνολογίας και των άλλων σύγχρονων μέσων.

Μέχρι πρόσφατα οι ΜΜΕ αντιμετώπιζονταν από τις Τράπεζες με επιφυλακτικότητα γεγονός που συνεπαγόταν μικρότερη και με υψηλό κόστος χρηματοδότηση. Τα τελευταία χρόνια σημειώνεται στροφή των Τραπεζών προς τη μεγάλη δεξαμενή των ΜΜΕ παρέχοντας σε αυτές διάφορες μορφές χρηματοδότησης ανάλογα με τις ανάγκες τους. Προς την κατεύθυνση αυτή βοήθησε και η δημιουργία του Ταμείου Εγγυοδοσίας Πολύ Μικρών και Μικρών Επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΕ) το οποίο παρέχει μερικώς εγγύηση προς τις Τράπεζες για τα δάνεια που χορηγούν προς τις ΜΜΕ και τα επιδοτεί.

Ένα πολύ σημαντικό πρόγραμμα, το οποίο μπορεί να αποτελέσει και το αδιέξοδο αναφορικά με το πρόβλημα των πηγών χρηματοδότησης των ΜμΕ είναι το Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα για την Έρευνα και την Καινοτομία «Ορίζοντας 2020», το οποίο ξεκίνησε την 1 Ιανουαρίου 2014, υιοθετεί το «Small and Medium Enterprise (SME) Instrument», ένα νέο εργαλείο/πρόγραμμα ειδικά σχεδιασμένο για την απευθείας χρηματοδότηση εξαιρετικά καινοτόμων ΜμΕ.

Το SME Instrument, απευθύνεται αποκλειστικά και μόνον σε ΜμΕ οι οποίες παρουσιάζουν ιδιαίτερη δυναμική αναφορικά με την ανάπτυξη καινοτομίας και έντονα χαρακτηριστικά διεθνοποίησης, χρηματοδοτώντας έργα καινοτομίας που βασίζονται σε εξαιρετικά καινοτόμες ιδέες και η υλοποίηση των οποίων εκτιμάται ότι θα οδηγήσει σε υψηλής προστιθέμενης αξίας καινοτόμα προϊόντα ή υπηρεσίες, με σημαντικές πιθανότητες επιτυχίας στον διεθνή ανταγωνισμό.

Με την κίνηση αυτή, προωθούνται οι ενέργειες δημιουργίας και ανάπτυξης καινοτόμων ΜμΕ, οι οποίες αποτελούν μια ανάσα για την οικονομία. Εκτός των άλλων, προωθείται και η δράση της διεθνοποίησης και της εξέλιξης των εξωτερικών εμπορικών σχέσεων που μπορούν να αναπτυχθούν από τις ΜμΕ.

### 1. Ξένη βιβλιογραφία – Αρθρογραφία

- Bolton, J.E. (1971) Small Firms: Report of the Committee of Inquiry on Small Firms Cmnd. 4811 London: HMSO.
- Bryan, J. (2006) 'Training and Performance in Small Firms', International Small Business Journal, 24(6): 635-660
- Bygrave, W. D., Hay, M., Ng, E. και Reynolds, P. (2003), «A Study Of Informal Investing In 29 Nations Composing The Global Enterprise Monitor», Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance, 5:101-116.
- Cornwall J. (2009), Bootstrapping, UpperSaddle River, NJ: Prentice Hall.
- Curran, J. & Blackburn, R. A. (2001) Researching the Small Enterprise . London: Sage.
- David J. Storey, Francis J. Greene, Ιωσήφ Χασσίδ, Ειρήνη Φαφαλιού , (2013), Επιχειρηματικότητα για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, μετάφραση Γιάννης Σιδέρης, επιμέλεια Ιωσήφ Χασσίδ, Ειρήνη Φαφαλιού, Κριτική, Αθήνα
- Hellmann, T. και Puri, M. (2002), Venture Capital and the Professionalization of Start Up Firms: Empirical Evidence, Journal of Finance, 57(1), 169-97.
- Mason, C. M. και Harrison, R. T. (1996) (επιμ.), Informal venture Capital: Evaluating the Impact of Business Introduction Services, Hemel Hempstead: Prentice Hall.
- Maula, M., Autio, E. και Arenius, P. (2005), «What drives micro-angel investments», Small Business Economics, 25(5), 459-475.
- Pierrakis, Y. και Mason, C. (2008), Shifting Sands: The Changing Nature of the Early Stage Venture Capital Market in the UK, Research Report, NESTA, London.
- Wetzel, W. E., jr. (1983), «Angels and Informal Risk Capital», Sloan Management Review, 24(4): 23-34.



## 2. Ελληνική βιβλιογραφία - Αρθρογραφία

- Γαλάνης Π. Βασίλης, (1994), "Leasing, forfeiting, franchising, venture capital: Η λειτουργία των σύγχρονων χρηματοοικονομικών θεσμών στη χώρα μας, Αθ. Σταμούλης, Αθήνα
  - Γεωργιάδης Απ.,(1992), Νέες μορφές συμβάσεων της σύγχρονης οικονομίας:Leasing, Factoring, Franchising, Αντ. Σάκκουλα, Αθήνα - Κομοτηνή
  - Δασκάλου Γ., (1999), Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων, Σύγχρονη Εκδοτική, Αθήνα
  - Δίκα Αγαπητού - Αλογοσκούφη,(1995), Η επέκταση του θεσμού Leasing, στα ακίνητα, Παπζήση, Αθήνα
  - Κανελλόπουλος Κ.Χ., (1987), Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Αθήνα
  - Λαζαρίδη Τ. Γιάννη, (1996), Σύγχρονες μορφές χρηματοδότησης, έκδοση Πανεπιστημίου Μακεδονίας Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών Θεσσαλονίκη
  - Μαζαράκης Αρ. - Κλοκίδης Ιωάν., (1990), Μίσθωση ή δανεισμός για επενδύσεις, Σμπίλιας, Αθήνα
  - White A., Bruton D., (2010), «Η στρατηγική Διαχείριση της Τεχνολογίας και της Καινοτομίας», Επιμ. Καλογήρου Γ., Πρωτόγερου Α., Κωνσταντέλου Α., Εκδ.Κριτική, Αθήνα αλφαβητικά
  - Βεντούρης Ν., Βασιλειάδης Μ., Βλάχου Π., Τσακανίκας Α., (2012), Μελέτη: Οι προοπτικές του κλάδου της μεταποίησης στην Ελλάδα, IOBE, Αθήνα Αλφαβητικά
  - Κανελλόπουλος Χ., (1994) «Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων & Επιχειρηματικότητα». Εκδ. Κριτική, Αθήνα αλφαβητικά
  - Δασκάλου Γ., (1999), Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων, Σύγχρονη Εκδοτική, Αθήνα αλφαβητικά
  - Κέφης Β., (2005), «Διοίκηση ολικής ποιότητας, Θεωρία και πρότυπα», Εκδ. Κριτική, Αθήνα
-

- Λαζαρίδη Γ., 1996 Σύγχρονες μορφές χρηματοδότησης, Έκδοση Πανεπιστημίου Μακεδονίας Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών, Θεσσαλονίκη το έχετε ήδη

➤

### 3. Διαδίκτυο

- [http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/index_en.htm), (Ημ. Πρόσβασης: 01/04/15)
- ΕΛ.ΣΤΑΤ, 2014  
[http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/General/greek\\_economy\\_17\\_04\\_2014.pdf](http://www.statistics.gr/portal/page/portal/ESYE/BUCKET/General/greek_economy_17_04_2014.pdf) (Ημ. Πρόσβασης: 02/04/15)
- Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου 2011:  
<http://naftemporiki.gr.s3.amazonaws.com/docs/2011/12/05/esee.pdf>
- IOBE, (2013),  
[http://www.iobe.gr/docs/economy/ECO\\_Q4\\_13\\_REP\\_GR.pdf](http://www.iobe.gr/docs/economy/ECO_Q4_13_REP_GR.pdf) (Ημ. Πρόσβασης: 27/03/15)

