



Τ.Ε.Ι. ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
(πρ. Τ.Ε.Ι. Πάτρας & πρ. Τ.Ε.Ι. Μεσολογίου)

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΊΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ
ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΑΛΕΞΟΠΟΥΛΟΣ ΑΛΕΞΙΟΣ

ΜΩΡΑΪΤΗ ΜΑΡΙΑ

ΟΙΚΟΝΟΜΟΥ ΘΕΟΧΑΡΗΣ

Επιβλέπουσα καθηγήτρια:

Γιαννούκου Ιωάννα

2015

Πάτρα, Ιούλιος 2015

Πρόλογος

Ολοκληρώνοντας έτσι ένα μεγάλο ταξίδι, έχοντας κρατήσει δυνατά στα αμνήσεις από κάθε στιγμή αυτής της πορείας, κλείνουμε με αυτό το τρόπο, γεμάτοι πλέον, ένα μεγάλο κεφάλαιο για την ιστορία του καθενός. Μονοί μας όμως δε θα καταφέρναμε τόσα πολλά γι' αυτό θεωρούμε υποχρέωσή μας να ευχαριστήσουμε θερμά την επιβλέπουσα καθηγήτρια μας κα Γιαννούκου Ιωάννα για την πολύτιμη υποστήριξη και καθοδήγησή της.

Επιπλέον, θέλουμε να ευχαριστήσουμε όλο το διδακτικό προσωπικό του Τμήματος Επιχειρηματικού Σχεδιασμού και Πληροφοριακών Συστημάτων για τις γνώσεις που μας πρόσφεραν στην ακαδημαϊκή μας πορεία.

Οφείλουμε να αφιερώσουμε την πτυχιακή μας εργασία στις οικογένειές μας για την ηθική και υλική συμπαράσταση που μας παρείχαν σε όλα τα χρόνια της φοίτησής μας στο Τ.Ε.Ι. Πατρών.

Τέλος να ευχηθούμε οι ορίζοντες οι οποίοι ανοίγονται μπροστά μας να είναι δημιουργικοί και ελπιδοφόροι.

Περίληψη

Η παρούσα εργασία έχει σκοπό να αναλύσει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στα πλαίσια της ΕΕ, αλλά και της Ελλάδας. Οι ΜΜΕ αποτελούν το μεγαλύτερο επιχειρηματικό κομμάτι γι' αυτό και η μελέτη πάνω στη λειτουργία τους δίνει σαφή εικόνα για την οικονομική κατάσταση που επικρατεί σε όλο τον ευρωπαϊκό χώρο.

Αρχικά στην βιβλιογραφική επισκόπηση, παρουσιάζονται γενικά στοιχεία για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Έπειτα, αναλύονται οι κλάδοι των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, το αντικείμενο δράσης της επιχείρησης και η νομική της μορφή. Στη συνέχεια, αναλύεται η σχέση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων με την Διοίκηση Ολικής Ποιότητας και παρουσιάζονται οι τρόποι χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Όσον αφορά το ερευνητικό μέρος, αρχικά παρουσιάζονται οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στη σημερινή οικονομία. Δίδονται στοιχεία από επίσημους φορείς, τόσο στην Ελλάδα, αλλά και διεθνώς, που ερευνούν και μελετούν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και αναλύεται η παρούσα κατάσταση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων με βάση τον ξένο και τον ελληνικό τύπο. Έπειτα, πραγματοποιείται σύγκριση των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων των αγγλικών και των ελβετικών. Τα στοιχεία έχουν αντληθεί από έρευνες επίσημων φορέων σε κάθε χώρα, όπως στατιστικές αρχές, και αναφέρονται στη περίοδο του 2014.

Λέξεις κλειδιά:

Μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ), Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ), Ελλάδα, Διοίκηση Ολικής Ποιότητας, Χρηματοδότηση, Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία, Οικονομική κρίση, Τζίρος, Προστιθέμενη αξία.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	4
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ	7
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ	7
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	8
ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ	10
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις	10
1.1 Γενικά.....	10
1.2 Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις	11
1.2.1 Πλεονεκτήματα Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων	13
1.2.2 Μειονεκτήματα Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων	14
1.3 Ιστορική αναδρομή	14
1.3.1 Δεκαετίες 1970-1990	14
1.3.2 2000 έως σήμερα	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 Είδη – Κατηγορίες – Μορφές Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων	23
2.1 Κλάδοι Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων	23
2.1.1 Πρωτογενής παραγωγή.....	23
2.1.2 Μεταποίηση	23
2.1.3 Χονδρεμπόριο	25
2.1.4 Λιανεμπόριο.....	26
2.1.5 Υπηρεσίες	27
2.2 Το Αντικείμενο δράσης της επιχείρησης	28

2.3	Η Νομική μορφή της επιχείρησης.....	29
2.3.1	Ατομική επιχείρηση	30
2.3.2	Εταιρικές επιχειρήσεις	30
2.3.2.1	Ομόρρυθμη Εταιρεία (ΟΕ).....	31
2.3.2.2	Ετερόρρυθμη Εταιρεία (ΕΕ).....	33
2.3.2.3	Ανώνυμη Εταιρεία (ΑΕ).....	34
2.3.2.4	Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ).....	36
2.3.2.5	Συνεταιρισμός.....	36
2.3.2.6	Κοινοπραξία	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις και Διοίκηση Ολικής Ποιότητας.....	40
3.1	Εννοιολογική προσέγγιση	40
3.2	Εφαρμογή των αρχών της ΔΟΠ σε μια ΜΜΕ	42
3.2.1	Προϋποθέσεις εφαρμογής.....	43
3.2.2	Πλεονεκτήματα εφαρμογής ΔΟΠ.....	46
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	Χρηματοδότηση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	47
4.1	Συγγενείς, φίλοι και αποταμιεύσεις	48
4.2	Τράπεζες.....	48
4.2.1	Δάνεια για κεφάλαιο κίνησης	49
4.2.2	Μακροπρόθεσμα δάνεια	50
4.2.3	Ταμείο εγγυοδοτήσεων- ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ.....	51
4.3	Κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών - Venture Capital	52
4.4	Πρακτόρευση απαιτήσεων - Factoring	53
4.5	Χρηματοδοτική Μίσθωση - Leasing.....	54
ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ.....		55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	Οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στη σημερινή οικονομία	55
5.1	ΙΟΒΕ.....	56
5.2	ΙΜΕ- ΓΣΕΒΕΕ.....	59

5.3	Ευρωπαϊκή Επιτροπή	63
5.4	Οι ΜΜΕ από την σκοπιά του Τύπου	68
5.4.1	Ελληνικός Τύπος.....	68
5.4.2	Ξένος Τύπος.....	74
5.4.3	Συμπερασματικά	77
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 Σύγκριση μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε Ελλάδα, Αγγλία και Ελβετία		
78		
6.1	Ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις.....	78
6.1.1	Γενική οικονομική κατάσταση των επιχειρήσεων.....	79
6.1.2	1 ^ο εξάμηνο 2014.....	80
6.1.3	2 ^ο εξάμηνο 2014.....	81
6.1.4	Απασχόληση - μισθοί.....	81
6.1.5	Οφειλές κι απαιτήσεις επιχειρήσεων	82
6.1.6	Χρηματοδότηση - Δάνεια	84
6.2	Αγγλικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις.....	86
6.3	Ελβετικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις	89
6.4	Σύγκριση	92
Συμπεράσματα		94
Βιβλιογραφία		96

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ

Διάγραμμα 6.1 Καθυστερημένες οφειλές.....	84
Διάγραμμα 6.2 Πρόσβαση στη χρηματοδότηση.....	85

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 6.1 Στοιχεία ΜΜΕ στην Αγγλία στις αρχές του 2014	86
--	----

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η οικονομία, σε παγκόσμιο επίπεδο, συνίσταται και στηρίζεται από συγκεκριμένες λειτουργίες και ενέργειες που αναλαμβάνει ο άνθρωπος. Μέσω του έργου του, διαμορφώνεται το γενικότερο οικονομικό πλαίσιο του περιβάλλοντός του, με την ευρύτερη έννοια, αλλά ακόμα μέχρι και τη παραμικρή λεπτομέρεια της καθημερινότητας. Οι οικονομίες των λαών, στηρίζονται στην εύρυθμη κι αδιάκοπη λειτουργία επιχειρήσεων και οργανισμών, μέσω της οποίας προκύπτουν αγαθά χρήσιμα όχι μόνο για άμεση εκμετάλλευση προς ικανοποίηση αναγκών, αλλά και για περαιτέρω οικονομικά οφέλη που είναι σε θέση να προσφέρουν μέσω της πώλησής τους.

Μέσα από την ανάλυση που θα ακολουθήσει, θα καταστεί σαφής η έννοια της επιχειρηματικότητας, που εμπεριέχει όσα προαναφέρθηκαν, αλλά θα γίνει και πιο λεπτομερής προσέγγιση σε τομείς και είδη της επιχειρηματικότητας με μεγαλύτερο βάρος στο κλάδο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που δρουν σήμερα στον ελλαδικό χώρο, αλλά και στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι ΜΜΕ αποτελούν το μεγαλύτερο επιχειρηματικό κομμάτι στα πλαίσια της ΕΕ, αλλά και της Ελλάδας, με αποτέλεσμα η μελέτη πάνω στη λειτουργία τους να δίνει σαφή εικόνα για την οικονομική κατάσταση που επικρατεί σε όλο τον ευρωπαϊκό χώρο.

Η παρούσα εργασία αποτελείται από έξι κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο παρουσιάζονται γενικά στοιχεία για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, καθώς και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά τους. Επιπλέον πραγματοποιείται μια ιστορική αναδρομή από το 1970 έως και σήμερα. Στο δεύτερο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα είδη, οι κατηγορίες και οι μορφές των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Πιο συγκεκριμένα, αναλύονται οι κλάδοι των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, το αντικείμενο δράσης της επιχείρησης και η νομική της μορφή (Ατομική και Εταιρική). Στο τρίτο κεφάλαιο αναλύεται η σχέση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων με την Διοίκηση Ολικής Ποιότητας. Παρουσιάζεται η

εφαρμογή των αρχών της ΔΟΠ σε μια ΜΜΕ. Ποιες είναι οι προϋποθέσεις εφαρμογής και ποια τα πλεονεκτήματα. Το τέταρτο κεφάλαιο αναφέρεται στους τρόπους χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Με όλα τα παραπάνω ολοκληρώνεται το θεωρητικό μέρος της παρούσας εργασίας. Όσον αφορά το ερευνητικό μέρος, αυτό αποτελείται από το πέμπτο και έκτο κεφάλαιο. Στο πέμπτο κεφάλαιο παρουσιάζονται οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στη σημερινή οικονομία. Δίδονται στοιχεία από επίσημους φορείς, τόσο στην Ελλάδα, αλλά και διεθνώς, που ερευνούν και μελετούν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και αναλύεται η παρούσα κατάσταση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων με βάση τον ξένο και τον ελληνικό τύπο. Στο έκτο κεφάλαιο πραγματοποιείται σύγκριση των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων που συναλλάσσονται σε ευρώ (€), των αγγλικών που συναλλάσσονται σε λίρες (£) και των ελβετικών που συναλλάσσονται σε ελβετικά φράγκα (Chf). Τα στοιχεία έχουν αντληθεί από έρευνες επίσημων φορέων σε κάθε χώρα, όπως στατιστικές αρχές, και αναφέρονται στη περίοδο του 2014.

Μια επιτυχημένη επιχείρηση αποτελείται από ένα ονειροπόλο, ένα επιχειρηματία και ένα κλέφτη. Με αυτό το τρόπο σας καλωσορίζουμε στην σημερινή οικονομία.

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

1.1 Γενικά

Με τον όρο επιχειρηματικότητα¹, γενικά, νοείται η προσπάθεια μετατροπής της πρωτοβουλίας σε αποτέλεσμα και από αυτή τη διαδικασία να προκύψει και οικονομικό κέρδος. Περιλαμβάνει σαν βήματα την Καινοτομία, την ηγεσία, τη διαχείριση και την ανάπτυξη της πρωτοβουλίας. Μέσω της επιχειρηματικότητας, δημιουργούνται, αναπτύσσονται και υλοποιούνται νέες λύσεις με σκοπό την ικανοποίηση αναγκών, αφού γίνουν νέοι συνδυασμοί των συντελεστών παραγωγής και αξιοποιηθούν επαρκώς οι παλιοί αλλά και οι νέοι πόροι.

Το έργο αυτό το αναλαμβάνουν οι επιχειρηματίες², δηλαδή τα πρόσωπα που απασχολούνται επαγγελματικά με την ίδρυση, τη λειτουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων και, συνήθως, τους ανήκουν ή είναι οι βασικοί επενδυτές σε αυτές. Ως επιχειρήσεις³, χαρακτηρίζονται οικονομικές μονάδες που αποτελούν αυτοτελείς και

¹ «Επιχειρηματικότητα», διαθέσιμο στο: <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1>, ανακτήθηκε την 9/4/2015.

² «Επιχειρηματίας», διαθέσιμο στο: <http://el.wiktionary.org/wiki/%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%AF%CE%B1%CF%82>, ανακτήθηκε την 9/4/2015.

³ «Επιχείρηση», διαθέσιμο στο: <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%AF%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B7>, ανακτήθηκε την 9/4/2015.

υπεύθυνες οργανώσεις παραγωγικών συντελεστών και διαχείρισης συναλλαγών με τις οποίες και επιδιώκεται το μέγιστο δυνατό κέρδος. Οι επιχειρηματίες, λοιπόν, είναι αυτοί που είναι σε θέση να αναγνωρίζουν και να αξιολογούν επιχειρηματικές ευκαιρίες, συλλέγουν τους απαιτούμενους πόρους και τους αξιοποιούν με τέτοιο τρόπο ώστε να έχουν το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα, κυρίως σε οικονομικό επίπεδο.

Οι επιχειρήσεις, χωρίζονται σε διάφορες και ποικίλες κατηγορίες, ανάλογα με το κριτήριο που λαμβάνεται υπόψη κάθε φορά. Ο διαχωρισμός αυτός, δηλαδή, μπορεί να γίνει βάσει του μεγέθους των επιχειρήσεων, αναφορικά με τους εργαζόμενους που απασχολούν, τη νομική τους μορφή, το προϊόν που παράγουν κτλ. Στη παρούσα εργασία, το κριτήριο που ενδιαφέρει είναι το μέγεθος της επιχείρησης, βάσει του οποίου οι επιχειρήσεις χωρίζονται σε πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες.

1.2 Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

Σύμφωνα με τη Σύσταση της Επιτροπής της Ευρωπαϊκής Ένωσης⁴, που δημοσιεύτηκε την 06/05/2003, αναφορικά με τον ορισμό των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, η κατηγορία αυτή των επιχειρήσεων (ΜΜΕ), αποτελείται από οικονομικές μονάδες που απασχολούν λιγότερους από 250 εργαζομένους και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει τα 50.000.000,00€ ή το σύνολο του ετήσιου Ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 43.000.000,00€ Στη κατηγορία αυτή, ως μικρή επιχείρηση ορίζεται αυτή που απασχολεί λιγότερους από 50 εργαζομένους και της οποίας ο ετήσιος κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ετήσιου Ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 10.000.000,00€ Τέλος, ως πολύ μικρή επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 10 εργαζομένους και της οποίας ο ετήσιος κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ετήσιου Ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 2.000.000,00€

⁴ Σύσταση της Επιτροπής για τον ορισμό των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, της 06/05/2003, διαθέσιμο στο: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:124:0036:0041:EL:PDF>, σελ. 4, ανακτήθηκε την 9/4/2015.

Άρα, αυτό που λαμβάνεται υπόψη, για να ανήκει μια επιχείρηση στη κατηγορία των ΜΜΕ, είναι ο αριθμός των εργαζομένων που απασχολεί και ο κύκλος εργασιών ή ο ετήσιος Ισολογισμός της.

Συγκεκριμένα, όσον αφορά τον αριθμό των εργαζομένων, η Σύσταση της Επιτροπής⁵ που προαναφέρθηκε, ορίζει ότι: ο αριθμός απασχολούμενων ατόμων αντιστοιχεί στον αριθμό ετήσιων μονάδων εργασίας(ΕΜΕ), δηλαδή στον αριθμό εργαζομένων πλήρους απασχόλησης που εργάστηκαν στην εξεταζόμενη επιχείρηση ή για λογαριασμό αυτής επί ολόκληρο 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 ετήσιων μονάδων εργασίας(ΕΜΕ). Στον αριθμό απασχολούμενων περιλαμβάνονται οι μισθωτοί, τα άτομα που εργάζονται για την επιχείρηση, έχουν σχέση εξάρτησης προς αυτήν και εξομοιώνονται με μισθωτούς με βάση το εθνικό δίκαιο, οι ιδιοκτήτες επιχειρηματίες και οι εταίροι που ασκούν τακτική δραστηριότητα εντός της επιχείρησης και προσπορίζονται οικονομικά πλεονεκτήματα από αυτήν. Οι μαθητευόμενοι ή οι σπουδαστές που βρίσκονται σε επαγγελματική εκπαίδευση στο πλαίσιο σύμβασης μαθητείας ή επαγγελματικής κατάρτισης δεν συνυπολογίζονται στον αριθμό απασχολούμενων.

Ως κύκλος εργασιών στην οικονομική επιστήμη, ορίζεται το σύνολο των πωλήσεων που πραγματοποιεί μια επιχείρηση, ο «τζίρος», μέσα σε ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, συνήθως στη διάρκεια ενός έτους.

Ο Ισολογισμός⁶ μιας επιχείρησης, είναι ο λογιστικός πίνακας που εμφανίζει τα περιουσιακά στοιχεία, τις υποχρεώσεις και τις απαιτήσεις ενός οργανισμού, μιας εταιρείας κ.λπ. σε μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή και σε ενιαίο νόμισμα. Συνήθως, στο αριστερό του μέρος εμφανίζεται το ενεργητικό και στο δεξί το παθητικό.

⁵ Σύσταση της Επιτροπής για τον ορισμό των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, της 06/05/2003, διαθέσιμο στο: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:124:0036:0041:EL:PDF>, σελ. 5, ανακτήθηκε την 9/4/2015.

⁶ «Ισολογισμός», διαθέσιμο στο: <http://el.wiktionary.org/wiki/%CE%B9%CF%83%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>, ανακτήθηκε την 9/4/2015.

1.2.1 Πλεονεκτήματα Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Γίνεται αντιληπτό, ότι οι ΜΜΕ είναι επιχειρήσεις που έχουν περιορισμένο ανθρώπινο δυναμικό καθώς και οικονομική ευελιξία. Όπως κάθε δραστηριότητα, λοιπόν, έχει μειονεκτήματα, αλλά και πλεονεκτήματα. Ως πλεονεκτήματα των ΜΜΕ⁷ θα μπορούσαν να θεωρηθούν:

- Ø Υπάρχει άμεση κι αποτελεσματική επίβλεψη κι εποπτεία του επιχειρηματία επί των υπαλλήλων του.
- Ø Το μήνυμα φτάνει άμεσα από τον εργαζόμενο στον τελικό δέκτη.
- Ø Οι μικρές επιχειρήσεις έχουν υψηλό βαθμό προσαρμογής στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς, με αποτέλεσμα να επιβιώνουν καλύτερα βραχυχρόνια.
- Ø Έχουν απλό διοικητικό μηχανισμό.
- Ø Οι πιθανές μεταβολές στη ζήτηση αντιμετωπίζονται άμεσα με τις αντίστοιχες μεταβολές στη παραγωγή και στο εργατικό δυναμικό.
- Ø Ο επιχειρηματία επικοινωνεί άμεσα με τον πελάτη, τον όποιο της περισσότερες φορές γνωρίζει και προσωπικά.
- Ø Τα κέρδη που προκύπτουν από τη λειτουργία της επιχείρησης, αποτελούν συνήθως το εισόδημα του επιχειρηματία.
- Ø Για να ιδρυθεί μια μικρή εταιρεία, δεν χρειάζονται χρονοβόρες διαδικασίες και διατυπώσεις.
- Ø Απολαμβάνουν επιεικέστερη φορολογική και αγορανομική μεταχείριση.
- Ø Πλεονεκτήματα Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

⁷Εισαγωγή στην Οικονομική των Επιχειρήσεων, Άγγελος Τσακλάγκανος, Εκδόσεις Αφων Κυριακίδη, 1998, σελ. 44-45, «Πλεονεκτήματα μικρών επιχειρήσεων».

1.2.2 Μειονεκτήματα Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Αντίθετα, μειονεκτήματα των ΜΜΕ⁸ θεωρούνται:

- Ø Προμηθεύονται πρώτες και βοηθητικές ύλες σε μικρή ποσότητα και συνήθως σε υψηλές τιμές, με αποτέλεσμα να επιβαρύνεται το κόστος παραγωγής των προϊόντων.
- Ø Έχουν έλλειψη ειδικευμένου επιστημονικού προσωπικού, με αποτέλεσμα ένας υπάλληλος να εκτελεί πολλές εργασίες.
- Ø Δεν διαθέτουν σημαντικά χρηματικά ποσά για έρευνα νέων προϊόντων κι έρευνα αγοράς.
- Ø Η εξέλιξη της επιχείρησης επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από το επίπεδο μόρφωσης του επιχειρηματία, την ειδικότητά του κτλ.
- Ø Υπάρχει αδυναμία σύναψης δανείων με ευνοϊκούς όρους.
- Ø Τα προϊόντα που παράγονται ενδέχεται να είναι αμφιβόλου ποιότητας, μιας και οι επιχειρήσεις αυτές δεν διαθέτουν επιστημονικό προσωπικό για να ελέγχει τη ποιότητα των πρώτων υλών, αλλά και των προϊόντων.
- Ø Η κατανόηση της σημασίας του μάρκετινγκ, είναι περιορισμένη.
- Ø Δεν μπορούν να εφαρμόσουν σύγχρονα συστήματα οικονομικής διαχείρισης.

1.3 Ιστορική αναδρομή

1.3.1 Δεκαετίες 1970-1990

Οι μεγάλες επιχειρήσεις κατείχαν μια ιδιαίτερη θέση στη διεθνή οικονομική σκηνή από την αρχή της βιομηχανικής επανάστασης και μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1970.

⁸Εισαγωγή στην Οικονομική των Επιχειρήσεων, Άγγελος Τσακλάγκανος, Εκδόσεις Αφων Κυριακίδη, 1998, σελ. 45-46, «Μειονεκτήματα μικρών επιχειρήσεων».

Η οικονομική θεωρία και πολιτική μέχρι τότε τόνιζε τα πλεονεκτήματα των μεγάλων επιχειρήσεων οι οποίες θεωρούνταν κοινωνοί της τεχνολογικής και παραγωγικής εξέλιξης. Το βασικό πλεονέκτημα των μεγάλων επιχειρήσεων έναντι των μικρομεσαίων ήταν η αξιοποίηση των οικονομιών κλίμακας⁹, δηλαδή της πτωτικής τάσης του μακροχρόνιου μέσου συνολικού κόστους όταν αυξάνεται η ποσότητα της παραγωγής.

Ωστόσο, η τεχνολογική και η οικονομική πρόοδος η οποία σημειώθηκε σε αρκετές αναπτυγμένες οικονομίες του κόσμου μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου ήρθε να αλλάξει τα δεδομένα. Η αύξηση του κατά κεφαλή εισοδήματος οδήγησε σε νέα καταναλωτικά πρότυπα, δημιούργησε νέες παγκοσμιοποιημένες αγορές, νέους κανόνες διεθνούς εμπορίου, και αύξησε το ποσοστό των ατόμων με υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης. Τα παραπάνω, σε συνδυασμό με την ταχύτατη ανάπτυξη της τεχνολογίας, οδήγησαν σε νέα ευέλικτα συστήματα παραγωγής και εξομάλυναν τα βασικά χαρακτηριστικά που οδηγούσαν σε οικονομίες κλίμακας.

Στο πλαίσιο αυτό παρατηρείται μια οριστική στροφή από το μοντέλο βιομηχανικής ανάπτυξης που βασιζόταν στη μαζική παραγωγή στο κυρίαρχο πλέον μοντέλο μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) ιδιαίτερα ευέλικτων και ανταγωνιστικών στον ευρωπαϊκό χώρο, άρα και στην Ελλάδα. Τα στατιστικά στοιχεία των τελευταίων τριών δεκαετιών αποδεικνύουν ότι τα οικονομικά αποτελέσματα δεν συμβαδίζουν με το μέγεθος των επιχειρήσεων και καταγράφουν μια συνεχώς αυξητική τάση των μεριδίων που κατέχουν οι ΜΜΕ έναντι των μεγάλων στο ποσοστό αύξησης της παραγωγικότητας, στο μερίδιο αγορών και στην προώθηση της τεχνολογικής προόδου και της καινοτομίας¹⁰.

Η Καρασαββίδου (1989), αναφέρει ότι η Ελλάδα ήταν η πρώτη χώρα στην τότε ΕΟΚ σε πληθυσμό μικρών επιχειρήσεων. Το ποσοστό των πολύ μικρών επιχειρήσεων (1 έως 9 απασχολούμενοι) ξεπερνούσε το 96% και μαζί με τις μικρές επιχειρήσεις (10 έως 49 απασχολούμενοι), άγγιζε το 99% του συνολικού αριθμού των επιχειρήσεων το οποίο,

⁹ Ευρετήριο Οικονομικών Όρων, διαθέσιμο στο: <http://www.euretirio.com/2010/06/oikonomies-klimakas.html>, ανακτήθηκε την 9/4/2015.

¹⁰ *Ανάπτυξη και Λειτουργία ΜΜΕ*, Ματσατσίνης- Γρηγορούδης- Γαγάνης- Ζοπουνίδης, Εκδόσεις ΚΛΕΙΔΑΡΙΘΜΟΣ, 2010.

μάλιστα, απορροφούσε πάνω από το 60% του συνολικού αριθμού των εργαζομένων σε επιχειρήσεις¹¹.

Παρόλα αυτά, το πρόβλημα της μακροχρόνιας ανάπτυξης των ΜΜΕ, της συστηματικής σύνδεσής τους με την ανάπτυξη της χώρας, της βιωσιμότητάς τους, της αξιολόγησης της αποτελεσματικότητάς τους και των ειδικών θεμάτων που τις απασχολούσαν, απείχε πολύ από το να έχουν συγκεντρώσει την ανάλογη προσοχή των ειδικών ερευνητών, ακαδημαϊκών και φορέων της πολιτείας. Έτσι, εντοπιζόταν η εξής αντίφαση: ενώ ήταν κοινά παραδεκτό ότι τη περίοδο εκείνη οι ΜΜΕ θεωρούνταν ο βασικός μοχλός ανάπτυξης και η σπονδυλική στήλη της ελληνικής οικονομίας, όποιος ασχολούταν με την μελέτη θεμάτων των ΜΜΕ, πολύ γρήγορα διαπίστωνε την ιδιαίτερα φτωχή έως ανύπαρκτη σχετική βιβλιογραφία. Τόσο η πολιτεία, όσο και οι οικονομολόγοι και ειδικοί του μάνατζμεντ, φαίνεται να μην ήθελαν ή να δυσκολεύονταν να παραδεχτούν ότι αυτή ήταν η ελληνική πραγματικότητα και μέσα σε αυτή τη συνθήκη έπρεπε να δοθεί η μάχη από τη χώρα για την επιβίωση κάτω από τις τότε διεθνείς εξελίξεις και συνθήκες.

Η Καρασαββίδου (1989), επισήμανε επίσης ότι μέχρι την δεκαετία του 1970, επικρατούσε η άποψη ότι η μικρή επιχείρηση δεν ήταν ούτε αποδοτική, ούτε παραγωγική. Η μικρή επιχείρηση, ήταν συνώνυμη με την καθυστέρηση και την ανωμαλία του καπιταλιστικού συστήματος και κινούνταν στα όρια που της άφηναν οι μεγάλες επιχειρήσεις οι οποίες διέγραφαν και το μέλλον της. Παρά τις όποιες καχύποπτες σκέψεις, όμως, οι ΜΜΕ κατάφεραν να θεωρούνται ένα από τα σημαντικά φαινόμενα της δεκαετίας του 1980 συγκεντρώνοντας τη προσοχή οικονομολόγων, κοινωνιολόγων, πολιτικών αλλά και κυβερνήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο. Ενδεικτικό ήταν ότι στα τέλη της δεκαετίας του 1980 από τις 13.400.000 που λειτουργούσαν στην ΕΟΚ, οι ΜΜΕ αντιπροσώπευαν λίγο περισσότερο του 91%¹².

Στη προσπάθεια να ερμηνευτεί η παραπάνω τάση, προσδιορίστηκαν οι εξής παράγοντες:

¹¹Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις κάτω από τις σύγχρονες εξελίξεις, Νόρα Καρασαββίδου, *Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ*, 1989, Θεσσαλονίκη.

¹²Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις κάτω από τις σύγχρονες εξελίξεις, Νόρα Καρασαββίδου, *Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ*, 1989, Θεσσαλονίκη.

- i. Η μετατόπιση της παραγωγής κατά τις δεκαετίες 1970-1990, από τους παραδοσιακούς βιομηχανικούς κλάδους σε νέες βιομηχανίες, έντασης πληροφορίας, καθώς και η εκπληκτική διεύρυνση του τομέα παροχής υπηρεσιών.
- ii. Η τότε οικονομική κρίση, η εντεινόμενη ανεργία και η αβεβαιότητα της παραδοσιακής έννοιας που είχε η καριέρα, ώθησε όλο και μεγαλύτερο αριθμό ανθρώπων στην αυτοαπασχόληση.
- iii. Η εξέλιξη της τεχνολογίας και, κυρίως, της τεχνολογίας της πληροφορικής η οποία, σε σχέση με κάθε προηγούμενη τεχνολογία, ήταν σημαντικά πιο φθηνή, μικρότερη σε όγκο, περισσότερο αξιόπιστη κι ευέλικτη και πολύ πιο προσιτή ως προς τη διείσδυσή της στις μικρές επιχειρήσεις.
- iv. Η στρατηγική των μεγάλων επιχειρήσεων σύμφωνα με την οποία, για να περιορίσουν κυρίως την αβεβαιότητα και ταυτόχρονα να είναι ευέλικτες, από τη μια διείσδυσαν σε νέες και συχνά άσχετες μεταξύ τους αγορές προϊόντων και υπηρεσιών και από την άλλη κατήργησαν όλο και περισσότερες δραστηριότητες ή και ολόκληρες επιχειρησιακές μονάδες, κρατώντας μόνο ένα πυρήνα κρίσιμων για αυτές δραστηριότητες, ανοίγοντας έτσι μια μεγάλη περιοχή δράσης για τις ΜΜΕ.
- v. Η ενθάρρυνση από τις κυβερνήσεις των κρατών- μελών της τότε ΕΟΚ στη κάθε προσπάθεια ίδρυσης μικρών επιχειρήσεων.

Τα παραπάνω, ήταν τα βασικά χαρακτηριστικά της κατάστασης που επικρατούσε με τις ΜΜΕ μέχρι και τη δεκαετία του 1990. Έκτοτε, οι ΜΜΕ παίζουν όλο και μεγαλύτερο ρόλο στη παγκόσμια οικονομία, άρα και στην ελληνική και την ευρωπαϊκή που ενδιαφέρει τη παρούσα μελέτη, επηρεάζοντας άμεσα τους μηχανισμούς της.

1.3.2 2000 έως σήμερα

Η Ευρωπαϊκή Ένωση, στο πλαίσιο της στρατηγικής του προγράμματος «Ευρώπη 2020¹³», τοποθετεί τις επιχειρήσεις, και δη τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, στο κέντρο της πολιτικής της. Άλλωστε, οι ΜΜΕ αποτελούν το 99,8% των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων και απασχολούν τα δύο τρίτα των εργαζομένων στην Ευρώπη.

Η πολιτική της ΕΕ για τις επιχειρήσεις ενισχύει την καινοτομία και την εξωστρέφεια των επιχειρήσεων, ενώ παράλληλα προωθεί την ανταγωνιστικότητά τους και τη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης. Η ΕΕ έχει προβλέψει ειδικά προγράμματα και χρηματοδοτήσεις για την προώθηση της επιχειρηματικότητας και των δεξιοτήτων των εργαζομένων, με σκοπό να βελτιώσει την είσοδο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στις αγορές και να προωθήσει την ανάπτυξή τους¹⁴.

Το Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Ανταγωνιστικότητα και την Καινοτομία (CIP), προσανατολισμένο στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, διέθεσε προς το σκοπό αυτό 3,6 εκατομμύρια ευρώ για την περίοδο 2007-2013.

Ειδικότερα, το ως άνω Πρόγραμμα Πλαίσιο χρηματοδότησε επενδύσεις στον τομέα της κλιματικής αλλαγής, της ενεργειακής απόδοσης και των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, της περιβαλλοντικής τεχνολογίας και της τεχνολογίας της πληροφορίας.

Κορυφαία ευρωπαϊκή πολιτική για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις ήταν η εγκριθείσα τον Ιούνιο του 2008 Πράξη για τις Μικρές Επιχειρήσεις στην Ευρώπη (SBA) βασισμένη στην αρχή ThinkSmallFirst, δηλαδή στην αρχή «Προτεραιότητα στις Μικρές

¹³ Πλήρες κείμενο του Προγράμματος στη σελίδα www.ec.europa.eu, «Ανακοίνωση της Επιτροπής Ευρώπη 2020, Στρατηγική για έξυπνη, διατηρήσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη», διαθέσιμο στο: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EL:PDF>, ανακτήθηκε την 13/4/2015.

¹⁴ Λιανού, (2011), «Καινοτομία και εξωστρέφεια των μικρομεσαίων επιχειρήσεων», Επιστημονικό Μάρκετινγκ, Τεύχος Σεπτεμβρίου 2011, διαθέσιμο στο: <http://www.epistimonikomarketing.gr/kainotomia-kai-eksostreifeia-ton-mikromesaion-epiheiriseon/>, ανακτήθηκε την 13/4/2015.

Επιχειρήσεις». Η εν λόγω Πράξη εισήγαγε δέκα αρχές για την καθοδήγηση του σχεδιασμού και της εφαρμογής των πολιτικών τόσο σε ευρωπαϊκό όσο και σε εθνικό επίπεδο. Επρόκειτο για ένα καθοριστικό στοιχείο προς την κατεύθυνση της ανάπτυξης ενός διοικητικού και νομικού περιβάλλοντος που στόχευε στην αποδέσμευση των δυνατοτήτων των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και στην περαιτέρω ανάπτυξή τους που θα συντελέσει στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

Η πολιτική ώθηση της Πράξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις στην Ευρώπη (SBA) επέτρεψε τη διάθεση δισεκατομμυρίων ευρώ σε νέες πηγές χρηματοδότησης για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις μέσα από ένα πλήθος χρηματοδοτικών προγραμμάτων.

Προέβλεπε, επίσης, δράσεις βοήθειας προς τις μικρότερες εταιρείες για να κερδίσουν ίσο μερίδιο στις δημόσιες συμβάσεις και να αποκτήσουν πρόσβαση σε ερευνητική χρηματοδότηση της ΕΕ, ενώ, παρείχε στις κυβερνήσεις μεγαλύτερα περιθώρια για τη στήριξη των μικρών επιχειρήσεων και τις ενθαρρύνει να σεβαστούν τις δικές τους προθεσμίες πληρωμών.

Η Πράξη για τις Μικρές Επιχειρήσεις στην Ευρώπη (SBA) επέφερε σημαντική πρόοδο μέσω των ενεργειών για την ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε διάφορους τομείς:

- 100.000 μικρομεσαίες επιχειρήσεις ωφελήθηκαν από τα χρηματοοικονομικά μέσα που παρέχονταν από το πρόγραμμα- πλαίσιο για την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία, ενώ παράλληλα δημιουργήθηκαν περισσότερες από 100.000 θέσεις εργασίας.
- Χάρη στην οδηγία για τις καθυστερήσεις πληρωμών, οι δημόσιες αρχές υποχρεώθηκαν να εξοφλούν τους προμηθευτές τους σε διάστημα 30 ημερών, βελτιώνοντας έτσι την ταμειακή ροή των επιχειρήσεων.
- Στα περισσότερα κράτη-μέλη της ΕΕ ο χρόνος και το κόστος ίδρυσης μιας εταιρείας μειώθηκε σε μεγάλο βαθμό. Ο μέσος όρος για τη σύσταση μιας ιδιωτικής εταιρείας περιορισμένης ευθύνης έφτασε το 2010 να είναι 7 ημέρες και το μέσο κόστος 399 ευρώ, ενώ το 2007 ήταν αντίστοιχα 12 ημέρες και 485 ευρώ.

- Οι απλουστευμένες ηλεκτρονικές διαδικασίες και οι ευκαιρίες για από κοινού υποβολή προσφορών διευκόλυναν την πρόσβαση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στις δημόσιες συμβάσεις.
- Το νέο κέντρο για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις της ΕΕ στην Κίνα βοηθά τις επιχειρήσεις να αποκτήσουν πρόσβαση στις κινεζικές αγορές.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή παρακολουθεί στενά την πρόοδο των κρατών-μελών όσον αφορά την πρακτική εφαρμογή της Πράξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις στην Ευρώπη (SBA), ωστόσο τα κράτη-μέλη παρουσιάζουν μεταξύ τους μεγάλες διακυμάνσεις. Στο πλαίσιο αυτό, στην ετήσια έκθεση της Πράξης του 2011, τον Φεβρουάριο του 2011, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υιοθέτησε μια αναθεώρηση της SBA και εισήγαγε νέες δράσεις που δύνανται να καλύψουν τις πραγματικές και αυξημένες ανάγκες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, που απορρέουν από την τρέχουσα οικονομική κρίση. Οι κύριες προτάσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής συνοψίζονται ως εξής:

A) Καλύτερη πρόσβαση στη χρηματοδότηση για επενδύσεις και ανάπτυξη

- Πρόσβαση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στις εγγυήσεις δανείων μέσω της ενίσχυσης του συστήματος για τις εγγυήσεις δανείων.
- Σχέδιο δράσης για την καλύτερη πρόσβαση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, μεταξύ άλλων με πρόσβαση στις αγορές κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου, καθώς και με στοχοθετημένα μέτρα για την ενημέρωση των επενδυτών σχετικά με τις ευκαιρίες που προσφέρουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις.
- Να μπορούν όλες οι τράπεζες, ανεξαρτήτως μεγέθους, να έχουν εύκολη πρόσβαση σε δάνεια της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων και στους μηχανισμούς της ΕΕ.

B) Έξυπνη νομοθεσία για να δοθεί η δυνατότητα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να επικεντρωθούν στην κύρια δραστηριότητά τους.

- Βελτίωση της νομοθεσίας της ΕΕ μέσω της εφαρμογής του τεστ μικρομεσαίων επιχειρήσεων στις νομοθετικές προτάσεις της Επιτροπής, ενώ παράλληλα να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή στις διαφορές ανάμεσα σε μικροεπιχειρήσεις και σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις

- Ανάπτυξη «σημείων μίας επαφής» στα κράτη μέλη ώστε να διευκολύνονται οι διοικητικές διαδικασίες.
- Ποσοτικοποιημένοι στόχοι για μείωση της τάσης των εθνικών φορέων να υιοθετούν αυστηρότερες διατάξεις από τις απαιτήσεις της ΕΕ κατά τη μεταφορά οδηγιών στην εθνική νομοθεσία.

Γ) Πλήρης αξιοποίηση της ενιαίας αγοράς

- Πρόταση για μια κοινή ενοποιημένη φορολογική βάση για τις εταιρείες.
- Μέτρα για τη διευκόλυνση της διασυνοριακής είσπραξης οφειλών.
- Αναθεώρηση του ευρωπαϊκού συστήματος τυποποίησης, ώστε τα πρότυπα να γίνουν περισσότερο φιλικά προς τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και να απλουστευτεί η πρόσβαση σε αυτά.
- Παροχή καθοδήγησης σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις που κάνουν χρήση των κανόνων για την επισήμανση της καταγωγής.

Δ) Παροχή βοήθειας στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις ώστε να είναι σε θέση να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις της παγκοσμιοποίησης και της κλιματικής αλλαγής.

- Προτάσεις για την υποστήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε αγορές εκτός της ΕΕ.
- Νέα στρατηγική για διεθνώς ανταγωνιστικούς συνεργατικούς σχηματισμούς και δίκτυα.
- Ειδική δράση για τη μεταφορά περιφερειακής γνώσης μεταξύ εμπειρογνομόνων σε θέματα περιβάλλοντος και ενέργειας στο πλαίσιο του «EnterpriseEuropeNetwork».

Γίνεται ολοφάνερο ότι οι ΜΜΕ στηρίζουν τη παγκόσμια οικονομία τα τελευταία 30 έτη, τουλάχιστον, και πάνω σε αυτές πρέπει να στηριχτεί οποιαδήποτε προσπάθεια ανάκαμψης, ειδικά τώρα που η κρίσιμη για την Ευρώπη οικονομική συγκυρία επιτάσσει την επάνοδο σε συνθήκες ανάπτυξης. Η Ευρωπαϊκή Ένωση αναλαμβάνει δράσεις, οι οποίες όμως, δίχως τη συνδρομή της κοινωνίας στο σύνολό της, δεν αρκούν¹⁵.

¹⁵ Λιανού, (2011), «Καινοτομία και εξωστρέφεια των μικρομεσαίων επιχειρήσεων», Επιστημονικό Μάρκετινγκ, Τεύχος Σεπτεμβρίου 2011, διαθέσιμο στο: <http://www.epistimonikomarketing.gr/kainotomia-kai-eksostreftia-ton-mikromesaion-epiheiriseon/>, ανακτήθηκε την 13/4/2015.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, σαφέστατα, κι αποτελούν μορφή εταιρικής λειτουργίας που προσφέρει δυνατότητες ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στους επιχειρηματίες καθώς κι ευελιξίας, λόγω του ελεγχόμενου μεγέθους τους. Γι αυτό και αποτελούν την επικρατούσα μορφή επιχειρηματικής δραστηριότητας παγκοσμίως. Στη συνέχεια, γίνεται ο επιμερισμός των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, ανάλογα με το κριτήριο που επιλέγεται κάθε φορά, όπως για παράδειγμα ο κλάδος δραστηριότητας ή η νομική μορφή της εταιρείας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 Είδη – Κατηγορίες – Μορφές Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Όλες οι επιχειρήσεις, άρα και οι ΜΜΕ, διακρίνονται με βάση τον κλάδο, το αντικείμενο της δράσης τους, το ιδιοκτησιακό επιχειρηματικό κεφάλαιο, τη νομική τους μορφή και τέλος το μέγεθος τους¹⁶.

2.1 Κλάδοι Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

2.1.1 Πρωτογενής παραγωγή

Αφορά την παραγωγή γεωργικών κυρίως προϊόντων τα οποία θα οδηγηθούν στην μεταποίηση. Ο κλάδος αυτός δεν παρουσιάζει δραστηριότητα μεγάλων επιχειρήσεων αλλά κυρίως μικρών και μεμονωμένων παραγωγών.

2.1.2 Μεταποίηση

Μεταποίηση είναι η διαδικασία μετατροπής των πρώτων υλών σε προϊόντα. Αυτά τα προϊόντα μπορούν είτε να μεταπωλούνται σε μια άλλη μεταποιητική επιχείρηση όπου θα χρησιμοποιηθούν ως πρώτες ύλες για δημιουργία άλλου προϊόντος, είτε απευθείας στους καταναλωτές.

¹⁶ «Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα», Χαρ. Κανελλόπουλος, Πανεπιστημίου Πειραιώς, 1994, σελ. 63-72, 121- 130. Επίσης «Οργάνωση και Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων», Μονάδα Καινοτομίας & Επιχειρηματικότητας, ΤΕΙ ΛΑΡΙΣΑΣ, Μπαντής Αθανάσιος, Μάρτιος 2012.

Οι μεταποιητικές επιχειρήσεις είναι, συνήθως, μεγάλες επιχειρήσεις που απαιτούν μεγαλύτερες επενδύσεις σε μηχανικό και τεχνολογικό εξοπλισμό. Αυτό βέβαια σημαίνει και μεγαλύτερος κίνδυνος αλλά και μεγαλύτερα περιθώρια κέρδους ειδικά αν πρόκειται για καινοτόμα επιχείρηση.

Έχει διαπιστωθεί ότι παντού οι μεταποιητικές επιχειρήσεις έχουν τη τάση να είναι μεγαλύτερες από κάθε άλλη κατηγορία επιχειρηματικής δραστηριότητας. Αυτό, βέβαια, είναι φυσικό διότι στη μεγάλη πλειοψηφία των περιπτώσεων, η επένδυση- μεταξύ άλλων- και για μηχανικό και για λοιπό εξοπλισμό είναι μεγαλύτερη στις μεταποιητικές μονάδες. Άρα, ήδη από την αρχή χρειάζονται πολύ μεγαλύτερα κεφάλαια για να αρχίσει μια τέτοια επιχείρηση και να εξασφαλίσει όχι μόνο το κατάλληλο προσωπικό, αλλά και τις πρώτες ύλες κι ακόμη τις εγκαταστάσεις- μηχανολογικές και κτιριακές. Παρότι, όμως, οι μεταποιητικές επιχειρήσεις είναι συνήθως μεγαλύτερες σε σχέση με άλλες, δεν είναι ασυνήθιστο να εντοπίζονται μικρές επιχειρήσεις κυρίως σε κλάδους που προσφέρονται για καινοτομήσεις, όπως πχ. η χημική βιομηχανία, να ξεπερνούν σε κέρδος και αποδοτικότητα κεφαλαίου τις μεγάλες επιχειρήσεις.

Βέβαια, λόγω του μεγαλύτερου επενδυμένου κεφαλαίου, και οι κίνδυνοι που διατρέχει μια τέτοια επιχείρηση είναι μεγαλύτεροι σε σχέση με τους κινδύνους για απώλεια κεφαλαίου που έχει μια χονδρεμπορική επιχείρηση ή μια επιχείρηση παροχής υπηρεσιών. Το ίδιο, ανάλογα, συμβαίνει με τις δυνατότητες οικονομικών αποτελεσμάτων, δηλαδή και οι δυνατότητες για κέρδη είναι σε πολλές περιπτώσεις μεγαλύτερες στη κατηγορία αυτή. Υπάρχουν αρκετές περιπτώσεις μικρών μεταποιητικών επιχειρήσεων με απόδοση κεφαλαίου μεγαλύτερο από 20%. Τέτοια υψηλά ποσοστά εντοπίζονται κυρίως σε κλάδους όπου η δημιουργία νέων ιδεών είναι συνηθέστερη και σε επιχειρήσεις που αναμένουν και προκαλούν τις αλλαγές. Αντίθετα, υπάρχουν άλλες κατηγορίες μεταποιητικών δραστηριοτήτων, οι οποίες θεωρούνται πιο παραδοσιακές επειδή δεν δίνουν τόσες δυνατότητες καινοτομήσεων ή όπου οι καινοτομήσεις δεν είναι τόσο συχνές.

Σαν παραδείγματα μπορούν να αναφερθούν τα αρτοποιία, τα οποία, συνήθως, αποτελούν οριακές επιχειρήσεις, πολλές από τις οποίες μόλις και βγάζουν τα έξοδά τους, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν υπάρχουν και σε τέτοιες παραδοσιακές κατηγορίες μεταποιητικών επιχειρήσεων περιθώρια για καινοτομία.

2.1.3 Χονδρεμπόριο

Το χονδρεμπόριο είναι η διαδικασία κατά την οποία τα προϊόντα φεύγουν από την μεταποιητική επιχείρηση και πηγαίνουν είτε σε λιανεμπόριο, είτε απευθείας στους καταναλωτές. Άσχετο πόσα και ποια είναι τα στάδια από τα οποία περνάει το προϊόν μέχρι να φτάσει από τη μεταποιητική επιχείρηση στον καταναλωτή, τα προϊόντα παραμένουν αμετάβλητα από απόψεως μορφής και δεν υπόκεινται σε καμία διαδικασία επεξεργασίας. Αποκτούν, όμως, μέσα από τη σειρά αυτή των μεταπωλήσεων, αξία τόπου και χρόνου λόγω της μεταφοράς στο τόπο που είναι αναγκαίο το προϊόν, παραδόσεώς του στο χρήστη, εκεί που το χρειάζεται κι ακόμη μέσω πιστωτικών διευκολύνσεων προς τους χρήστες. Οι επενδύσεις στον κλάδο αυτό δεν απαιτούν αγορά μηχανολογικού εξοπλισμού. Οι επιχειρήσεις αυτού του κλάδου απασχολούν μικρότερο αριθμό εργαζομένων, επειδή έχουν και μικρότερο αριθμό πελατών, οι οποίοι απορροφούν όμως μεγάλες ποσότητες προϊόντων.

Στο χονδρεμπόριο, κυριαρχούν οι ΜΜΕ. Σε ορισμένες χώρες, μάλιστα, οι επιχειρήσεις με λιγότερους από 100 απασχολούμενους αντιπροσωπεύουν σχεδόν το 80% του συνόλου των εργαζομένων. Ένας βασικός λόγος του φαινομένου αυτού είναι ότι 100 άτομα στις χονδρεμπορικές επιχειρήσεις είναι αρκετά διότι στο χονδρεμπόριο ο κάθε εργαζόμενος αντιπροσωπεύει πολύ μεγαλύτερο ποσό κύκλου εργασιών ή πωλήσεων από ότι πχ. στις μεταποιητικές επιχειρήσεις. Με άλλα λόγια, οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις έχουν σχετικά λίγους εργαζομένους οι οποίοι χειρίζονται μεγάλες ποσότητες προϊόντων, που τα αγοράζουν, τα αποθηκεύουν σε τοποθεσίες που εξυπηρετούν τη πελατεία τους και στη συνέχεια τα πωλούν στους λιανοπωλητές όταν εκείνοι το ζητήσουν.

Οι χονδρεμπορικές επιχειρήσεις έχουν όχι μόνο λίγους εργαζομένους, αλλά και λίγους πελάτες οι οποίοι συνήθως αγοράζουν μεγάλες ποσότητες και κάνουν επαναλαμβανόμενες αγορές.

Οι επιχειρηματίες που εισέρχονται στο χονδρεμπόριο, συχνά, είναι επιτυχημένοι όταν έχουν μακρά εμπειρία από τον κλάδο τους και αρκετές και βαθιές γνώσεις γύρω από το αντικείμενό τους. Πράγματι, χρειάζεται αρκετός χρόνος ώστε να μνηθεί κάποιος στις

μεθόδους, στους ελιγμούς και στα προβλήματα των διαπραγματεύσεων με στόχο χαμηλές τιμές αγορών, όπως επίσης χρειάζεται μεγάλος χρόνος για απόκτηση εμπειρίας στην απόσπαση της εμπιστοσύνης των λιανοπωλητών και στην πρόβλεψη των αναγκών τους.

Σαν παράδειγμα μπορούν να αναφερθούν οι χονδρέμποροι που αγοράζουν οπωρολαχανικά από τους αγρότες και τα μεταφέρουν για μεταπώληση σε έναν ευρύ αριθμό οπωροπωλών ή μανάβηδων στον οποίο δε θα μπορούσε να φθάσει μόνος του και με οικονομικούς όρους ο μεμονωμένος αγρότης, κυρίως μάλιστα στην περίπτωση που η χονδρεμπορική αυτή επιχείρηση αγοράζει μεγάλο μέρος της παραγωγής πολλών και διαφόρων αγροτικών παραγωγών και κατευθύνει την παραγωγή αυτή σε αρκετά μεγάλο αριθμό λιανοπωλητών προς τους οποίους προσφέρει και την εξυπηρέτηση να τους τροφοδοτεί με πλατιά γκάμα διαφόρων προϊόντων.

Το συνηθέστερο πρόβλημα των χονδρεμπόρων είναι ότι προσπαθούν να καλμάρουν τους πελάτες τους που δεν έχουν ικανοποιηθεί από τις παραδόσεις των προϊόντων που έχουν παραγγείλει ή που δε τα έχουν λάβει εγκαίρως. Παρά τα όποια προβλήματα, όμως, πολλοί επιχειρηματίες επιτυγχάνουν στο χονδρεμπόριο, ιδιαίτερα εκείνοι οι λίγοι που αναλαμβάνουν καινοτομίες.

2.1.4 Λιανεμπόριο

Στο λιανεμπόριο οι επιχειρήσεις αγοράζουν από τις μεταποιητικές επιχειρήσεις ή από τους χονδρεμπόρους και μεταπωλούν στους καταναλωτές. Είναι εκείνες οι επιχειρήσεις που έρχονται σε άμεση επαφή με τον τελικό καταναλωτή. Αυτό προϋποθέτει άριστη εξυπηρέτηση και ικανοποίηση του πελάτη. Και οι λιανεμπορικές επιχειρήσεις προσθέτουν αξία στο προϊόν αφού προσφέρουν υπηρεσίες στους καταναλωτές, όπως προσωπική φροντίδα, ευρεία ποικιλία ομοειδών και ανταγωνιστικών προϊόντων κτλ. Αυτή είναι η πλέον διαδεδομένη μορφή επιχείρησης.

Οι ΜΜΕ, με λιγότερους από 100 απασχολούμενους αντιπροσωπεύουν άνω του 50% όλων των εργαζομένων και στο λιανεμπόριο.

Τα ειδικά καταστήματα είναι ιδιαίτερος ελκυστικός στους επιχειρηματίες του λιανεμπορίου, επειδή τους επιτρέπουν να εστιάζουν την προσοχή τους και τους πόρους που διαθέτουν σε ένα στενό τμήμα της αγοράς το οποίο, όμως, προσπαθούν να εξυπηρετήσουν σε βάθος, αντί να προσπαθήσουν με τους λιγοστούς πόρους τους να καλύψουν ένα ευρύ τμήμα της αγοράς. Μερικοί επιχειρηματίες εισέρχονται στον τομέα του λιανεμπορίου με την πρόθεση, όταν αποκτήσουν αρκετή εμπειρία από ένα κατάστημα, να το επαναλάβουν και σε άλλη περιοχή και αν είναι δυνατόν να δημιουργήσουν πολλά τέτοια ομοιόμορφα καταστήματα. Σε αρκετές περιπτώσεις, ακόμα, χρησιμοποιείται η μέθοδος της παραχώρησης (franchising¹⁷) με την οποία οι επιχειρηματίες αυτοί αποφεύγουν να επενδύσουν μεγάλα ίδια κεφάλαια στη δραστηριότητα αυτή. Παραδείγματα αποτελούν τα πολυκαταστήματα, τα σούπερ μάρκετ, οι υπεραγορές ηλεκτρικών ειδών κτλ.

2.1.5 Υπηρεσίες

Στον κλάδο των υπηρεσιών οι επιχειρήσεις δεν πωλούν ένα συγκεκριμένο προϊόν, αλλά προσωπικές και επαγγελματικές δεξιότητες. Πελάτες τους είναι οι καταναλωτές καθώς και όλες οι επιχειρήσεις των παραπάνω κλάδων. Στην παροχή υπηρεσιών δεν απαιτούνται κεφάλαια για επενδύσεις ούτε μηχανικός εξοπλισμός και συνεπώς είναι ευκολότερη η είσοδος νέων επιχειρηματιών στον κλάδο. Στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια έχει παρατηρηθεί μεγάλη ανάπτυξη του κλάδου των υπηρεσιών σε βάρος της μεταποίησης και του πρωτογενούς κλάδου.

Οι υπηρεσίες είναι η ευκολότερη επιχειρηματική κατηγορία, όσον αφορά την είσοδο του υποψήφιου επιχειρηματία σε αυτήν. Πολλές από τις υπηρεσίες μπορούν να προσφερθούν από ένα κατάστημα στο δρόμο ή ακόμα και από το σπίτι του επιχειρηματία.

¹⁷Franchising ή δικαιόχρηση ονομάζεται η τεχνική του να υιοθετείς και να χρησιμοποιείς το επιτυχημένο επιχειρηματικό μοντέλο και την επωνομασία κάποιου άλλου έναντι ενός αντιτίμου. Το σύνολο των δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν εμπορικά σήματα και επωνυμίες, πινακίδες καταστημάτων, πρότυπα χρήσεως, σχέδια, δικαιώματα αντιγραφής τεχνογνωσίας ή διπλώματα ευρεσιτεχνίας προς εκμετάλλευση με σκοπό την μεταπώληση προϊόντων ή την παροχή υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες.

Ορισμός από Wikipedia, διαθέσιμο στο:<http://el.wikipedia.org/wiki/Franchising>, ανακτήθηκε την 13/4/2015.

Η κατηγορία των επιχειρήσεων υπηρεσιών, είναι εκείνη που αναπτύσσεται ταχύτερα από κάθε άλλη στη σημερινή οικονομία. Μάλιστα, στις πλέον αναπτυγμένες οικονομίες του κόσμου το ποσοστό που καταλαμβάνουν οι υπηρεσίες είναι μεγαλύτερο από τη πρωτογενή και δευτερογενή παραγωγή, δηλαδή από τη γεωργία και τη μεταποίηση.

Φαίνεται, ότι οι υπηρεσίες ασκούν μια μαγνητική έλξη στους επιχειρηματίες και, σε αντίθεση με το λιανεμπόριο, οι υπηρεσίες είναι πολύ πιο πρόσφορες για καινοτομήσεις. Επιπλέον, οι υπηρεσίες προσφέρουν στους επιχειρηματίες την υψηλότερη απόδοση επί του επενδυμένου κεφαλαίου. Στο τομέα των υπηρεσιών ακόμα κι ένα άτομο μόνο του, χωρίς συνεργασία, μπορεί να προσφέρει τις εξειδικευμένες γνώσεις ή δεξιότητές του σε τομείς όπως πχ. οι ηλεκτρονικοί υπολογιστές, τα λογιστικά, τα νομικά κτλ.

Οι μεγάλες επιχειρήσεις, αποτελούν πολύ μικρό κίνδυνο για την επιβίωση των μικρών επιχειρήσεων προσφοράς υπηρεσιών. Ο μεγαλύτερος κίνδυνος για τις μικρές αυτές επιχειρήσεις προέρχεται από τους ίδιους τους καταναλωτές που αντί να προσφύγουν στις επιχειρήσεις αυτές, ενδέχεται να αναλάβουν οι ίδιοι να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους. Τέτοια παραδείγματα αποτελούν τα κομμωτήρια που υφίστανται τον ανταγωνισμό από τις γυναίκες ή τα καθαριστήρια, επίσης, από τις νοικοκυρές.

2.2 Το Αντικείμενο δράσης της επιχείρησης

Οι βασικότερες κατηγορίες στις οποίες κατατάσσονται οι Μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ακολουθούν τα παρακάτω κριτήρια:

- **Το αντικείμενο δράσης της επιχείρησης:** Όσον αφορά το αντικείμενο δράσης της κάθε επιχείρησης διακρίνονται οι παρακάτω κατηγορίες:
 - Ø Επιχειρήσεις πρωτογενούς παραγωγής
 - Ø Επιχειρήσεις παραγωγής ή μεταποίησης.
 - Ø Επιχειρήσεις εμπορικές.
 - Ø Επιχειρήσεις μεταφορών.
 - Ø Επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών.
 - Ø Επιχειρήσεις τραπεζικών υπηρεσιών.

Ø Επιχειρήσεις ασφαλιστικών υπηρεσιών.

- **Το Μέγεθος της επιχείρησης:** Η διάκριση, βάσει του μεγέθους είναι η κάτωθι:
 - Ø Μικρές επιχειρήσεις
 - Ø Μεσαίες επιχειρήσεις
 - Ø Μεγάλες επιχειρήσεις
- **Ο Φορέας Κεφαλαίου της επιχείρησης** Με βάση το ιδιοκτησιακό καθεστώς του επιχειρηματικού κεφαλαίου οι επιχειρήσεις διακρίνονται σε:
 - Ø Ιδιωτικές επιχειρήσεις
 - Ø Δημόσιες επιχειρήσεις
 - Ø Μικτές επιχειρήσεις

2.3 Η Νομική μορφή της επιχείρησης

Στο σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον, η επιχειρηματικότητα μπορεί να εκδηλωθεί είτε με ατομική είτε με συλλογική μορφή, χωρίς κατ' ανάγκη να συνδέεται με το μέγεθος ή με την επιτυχία μιας επιχειρηματικής προσπάθειας.

Ωστόσο, η νομική μορφή μιας επιχείρησης αποτελεί μία πολύ σημαντική παράμετρο, και η επιλογή της, θα πρέπει να αποτελεί αντικείμενο διερεύνησης λόγω των νομικών και φορολογικών παραμέτρων που αυτή συνεπάγεται.

Από τη στιγμή, λοιπόν, της ίδρυσης της, η επιχείρηση οφείλει να ακολουθήσει το δίκαιο και ορισμένους νομικούς κανόνες που θα την διέπουν για όλη την διάρκεια της ύπαρξής της και θα καθορίζουν τις σχέσεις της με την πολιτεία και με τα άτομα που την διευθύνουν. Η δομή και η διάρθρωση της επιχείρησης, επιβάλλει νομικές ρυθμίσεις μεταξύ, των μετόχων αλλά και με το κράτος. Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία, οι επιχειρήσεις διακρίνονται σε:

- Ø Ατομικές
- Ø Εταιρικές

2.3.1 Ατομική επιχείρηση

Η ατομική επιχείρηση φέρει ως επωνυμία το όνομα του ιδιοκτήτη της, μόνο δε στη περίπτωση που την έχει αγοράσει ο κάτοχός της από τρίτο πρόσωπο μπορεί να έχει σαν επωνυμία το όνομα του προκατόχου, που θα συνοδεύεται από τη μνεία της διαδοχής που έγινε στην επιχείρηση. Στο όνομα της ατομικής επιχείρησης υπογράφει ο κάτοχός της με το όνομά του και δεν αρκεί η υπογραφή της τυχόν υπάρχουσας επωνυμίας της επιχείρησης. Ο κάτοχος της επιχείρησης είναι και ο κύριος της περιουσίας της ατομικής επιχείρησης, αλλά έχει και την απεριόριστη ευθύνη για τις υποχρεώσεις και τα χρέη της επιχείρησης.

2.3.2 Εταιρικές επιχειρήσεις

Οι Εταιρικές επιχειρήσεις είναι οι:

- Ø Ομόρρυθμη Εταιρεία (Ο.Ε.)
- Ø Ετερόρρυθμη Εταιρεία (Ε.Ε.)
- Ø Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε.)
- Ø Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.)
- Ø Συνεταιρισμός
- Ø Κοινοπραξία

Οι εταιρικές επιχειρήσεις όπως αναφέρονται παραπάνω χωρίζονται σε προσωπικές, σε εταιρείες κεφαλαίου, σε συνεταιρισμούς και κοινοπραξίες. Οι προσωπικές εταιρίες διακρίνονται σε ομόρρυθμες και ετερόρρυθμες, ενώ οι ανώνυμες και οι εταιρείες περιορισμένης ευθύνης είναι εταιρείες κεφαλαίου.

Παρακάτω, δίνονται αναλυτικά τα βασικά χαρακτηριστικά των εταιρικών επιχειρήσεων, ανά είδος.

2.3.2.1 Ομόρρυθμη Εταιρεία (ΟΕ)

Η ομόρρυθμη εταιρεία ιδρύεται μεταξύ δυο ή περισσότερων ατόμων για επιδίωξη κοινού σκοπού. Απαραίτητη προϋπόθεση για τη σύσταση της εταιρίας είναι η σύνταξη ιδιωτικού συμφωνητικού - καταστατικού που δημοσιεύεται στο πρωτοδικείο. Με την δημοσίευση στο πρωτοδικείο η επιχείρηση αποκτά νομική προσωπικότητα.

Κατά το ελληνικό δίκαιο, δύο είναι τα κύρια χαρακτηριστικά της ομόρρυθμης εταιρείας:

- α) η απεριόριστη ευθύνη κάθε εταίρου για τα εταιρικά χρέη κατά τρόπο που κάθε δανειστής της εταιρείας μπορεί να στραφεί κατευθείαν εναντίον των εταίρων, ανεξάρτητα αν στρέφεται συγχρόνως και κατά της εταιρείας και
- β) κάθε εταίρος μπορεί να δεσμεύει με την υπογραφή του την εταιρεία, αρκεί να υπογράψει με την εταιρική επωνυμία.

Η ομόρρυθμη εταιρεία, προϋποθέτει πλήρη εμπιστοσύνη μεταξύ των εταίρων και συγχρόνως εξασφαλίζει και τον μεγαλύτερο δυνατό αμοιβαίο έλεγχο των εταίρων. Πλην αντίθετης συμφωνίας, η εταιρεία διοικείται από κοινού από όλους τους εταίρους, αλλά κατά τρόπο που οι εκπροσωπώντας την εταιρεία εταίροι να ευθύνονται για κάθε πράξη τους, εναντίον της οποίας αντιτάχθηκε έστω κι ένας από τους υπόλοιπους εταίρους. Το σύστημα αυτό, μπορεί να μεταβληθεί μόνο με ρήτρα του καταστατικού, με την οποία θα προβλέπεται ότι τις αποφάσεις για τον τρόπο διοίκησης της εταιρείας θα αποφασίζουν οι εταίροι όχι παμψηφεί, όπως απαιτεί ο νόμος, αλλά κατά πλειοψηφία και ότι τις αποφάσεις θα λαμβάνουν μόνοι ή μόνοι οι πληρεξούσιοι εταίροι.

Η ΟΕ είναι, κατά το δίκαιο, νομικό πρόσωπο με την έννοια ότι η περιουσία της είναι χωριστή από την περιουσία των εταίρων, η διάκριση, όμως, αυτή μεταξύ εταιρικής περιουσίας και ατομικής περιουσίας των εταίρων δεν είναι πλήρης, γιατί για τα εταιρικά χρέη ευθύνονται προσωπικά, αλληλέγγυα και απεριόριστα όχι μόνο τα περιουσιακά στοιχεία της εταιρείας, αλλά και οι ατομικές περιουσίες των εταίρων.

Το γεγονός ότι η προσωπική εταιρεία αποτελεί νομικό πρόσωπο έχει ορισμένες νομικές συνέπειες όπως: Έχει επωνυμία, έδρα, ιθαγένεια και όργανα, φυσικά πρόσωπα,

που την εκπροσωπούν και διαχειρίζονται τις εταιρικές υποθέσεις και την εταιρική περιουσία. Έδρα της εταιρείας είναι ο τόπος, όπου λειτουργεί η διοίκηση και οι διαχειριστές αυτής. Το ιδιωτικό συμφωνητικό – καταστατικό περιγράφει όλα τα παραπάνω, την επωνυμία, την έδρα, τον σκοπό, τον διαχειριστή και τα ποσοστά συμμετοχής των εταίρων. Η συμμετοχή των εταίρων στα κέρδη και στις ζημιές της εταιρείας, θέματα κληρονομικής διαδοχής, διάλυσης κι εκκαθάρισης της εταιρείας, σχέσεις μεταξύ των εταίρων, δικαιώματα και υποχρεώσεις αυτών, καθορίζονται και ρυθμίζονται από ισχύουσες ειδικές διατάξεις.

Τα κυριότερα, λοιπόν, χαρακτηριστικά της ομόρρυθμης εταιρείας είναι:

- § Η απεριόριστη ευθύνη του κάθε εταίρου για τα εταιρικά χρέη καθώς ο κάθε δανειστής της εταιρείας μπορεί να στραφεί κατά της προσωπικής περιουσίας του εταίρου για χρέη που οφείλει η εταιρεία.
- § Ο κάθε εταίρος μπορεί να δεσμεύει με την υπογραφή του την εταιρεία όταν υπογράφει κάτω από την εταιρική επωνυμία.
- § Με την συμμετοχή σε ομόρρυθμη εταιρεία, ο εταίρος καθίσταται αυτοδίκαια έμπορος και πτωχεύει αν πτωχεύσει η εταιρεία.
- § Κάθε νέος εταίρος που εισέρχεται στην εταιρεία, ευθύνεται για τα χρέη της εταιρείας ασχέτως αν αυτά δημιουργήθηκαν πριν από την είσοδό του σε αυτή, εκτός και αν ρητά αναφέρεται στο καταστατικό το αντίθετο.
- § Είναι νομικό πρόσωπο οπότε έχει την ικανότητα να αποκτά κυριότητα επί κινητών και ακινήτων πραγμάτων, αλλά και άλλα δικαιώματα. Έτσι, έχει δική της περιουσία, διακεκριμένη από εκείνη των εταίρων της. Επίσης, η εταιρεία έχει δικαίωμα να επιδιώξει ικανοποίηση για ηθική βλάβη που υπέστη η προσωπικότητα της.
- § Η εταιρεία έχει το δικαίωμα να συμμετέχει ως μέλος άλλης εταιρείας, οποιουδήποτε τύπου, και να παρίσταται στο δικαστήριο ως διάδικο μέρος, εκπροσωπούμενη από τους νόμιμους εκπροσώπους της.
- § Φορολογικά είναι υποχρεωμένη, βάσει του ΚΒΣ, να τηρεί βιβλία Β κατηγορίας¹⁸.

¹⁸ Βιβλία Β κατηγορίας, Ορίστηκε με το ΠΔ 186/1992, ΚΒΣ, άρθρο 6, διαθέσιμο στο: <http://www.e-boss.gr/eboss/business-advice/content/tax.jsp?chambercd=eboss&categoryid=15068&articleid=17579>, ανακτήθηκε την 14/4/2015.

2.3.2.2 *Ετερόρρυθμη Εταιρεία (ΕΕ)*

Η ετερόρρυθμη εταιρεία είναι σε γενικές γραμμές ίδια με την ομόρρυθμη αλλά διαφέρει στο εξής: έχει δυο κατηγορίες εταίρων, τους ομόρρυθμους εταίρους και τους ετερόρρυθμους εταίρους

Οι ομόρρυθμοι εταίροι έχουν τα ίδια δικαιώματα και ευθύνες όπως και στην ομόρρυθμη εταιρεία. Την διαχείριση της εταιρείας αναλαμβάνουν μόνο οι ομόρρυθμοι εταίροι.

Οι ετερόρρυθμοι εταίροι ευθύνονται μέχρι του ποσού της εισφοράς τους και δεν έχουν δικαίωμα εκπροσώπησης ή διαχείρισης της εταιρείας, ούτε δικαίωμα συμμετοχής στην εταιρική επωνυμία. Αν αναμιχθούν στην εκπροσώπηση της εταιρείας ή περιληφθεί το όνομά τους στην επωνυμία της επιχείρησης, η ευθύνη τους παύει να είναι περιορισμένη και γίνεται απεριόριστη σαν να ήταν ομόρρυθμοι εταίροι. Ζητήματα διαχείρισης, εκπροσώπησης, καταγγελίας για σπουδαίο λόγο της εταιρείας, δικαιώματα και υποχρεώσεις των εταίρων μεταξύ τους και απέναντι σε τρίτους καθώς και συνέπειες των εταίρων και κυρώσεις εναντίον τους κλπ, καθορίζονται από ειδικές διατάξεις.

Πέρα, όμως, από τις ιδιαιτερότητες που μπορεί να παρουσιάζει, η ΕΕ ιδρύεται και λειτουργεί όπως και η ΟΕ, καταθέτει το καταστατικό στην Εφορία και καταβάλλει τους φόρους ίδρυσης που αναλογούν και προβαίνει στις ενέργειες δημοσίευσης του καταστατικού στο μητρώο του Πρωτοδικείου της έδρας της, διαθέτει νομική προσωπικότητα και λύεται με τον ίδιο τρόπο όπως και η ΟΕ. Πρέπει, τέλος, να σημειωθεί ότι οι ετερόρρυθμοι εταίροι δεν αποκτούν με τη συμμετοχή τους στην ΕΕ την εμπορική ιδιότητα και δεν πτωχεύουν με τη πτώχευση της εταιρείας αυτής της μορφής.

Σπάνια στη πρακτική είναι η ετερόρρυθμη εταιρεία κατά μετοχές, στην οποία τα μερίδια των ετερόρρυθμων εταίρων εκπροσωπούνται από μετοχικούς τίτλους. Ειδική ρύθμιση της εταιρικής αυτής μορφής, δεν υπάρχει στο ελληνικό δίκαιο.

Το σημαντικότερο χαρακτηριστικό των ατομικών και προσωπικών επιχειρήσεων είναι η απεριόριστη ευθύνη των φυσικών προσώπων που τις αποτελούν. Σε περίπτωση δυσμενών καταστάσεων όπως πτώχευση δεσμεύεται εκτός από την παρουσία της

επιχείρησης και η προσωπική περιουσία των ιδιοκτητών. Ενώ στις επιχειρήσεις κεφαλαίου όπως είναι η ανώνυμη εταιρία και η εταιρεία περιορισμένης ευθύνης, η ευθύνη περιορίζεται στην εταιρική περιουσία.

2.3.2.3 Ανώνυμη Εταιρεία (ΑΕ)

Η Ανώνυμη εταιρεία είναι ένα νομικό πρόσωπο που έχει ως κυριότερο πλεονέκτημα σε σχέση με τις προηγούμενες μορφές εταιριών, το ότι για τα χρέη της εταιρείας ευθύνεται το ίδιο το νομικό πρόσωπο και η εταιρική περιουσία, ενώ οι συμμετέχοντες σε αυτή ευθύνονται μόνο μέχρι το ύψος της συμμετοχής τους. Η ίδρυση της Ανώνυμης εταιρείας γίνεται μεταξύ δύο τουλάχιστον φυσικών ή νομικών προσώπων τα οποία ονομάζονται ιδρυτές και προβαίνουν στην σύνταξη του καταστατικού της εταιρείας το οποίο αποτελεί συμβολαιογραφική πράξη. Το καταστατικό προβλέπει τους όρους οργάνωσης και λειτουργίας της εταιρείας καθώς και την ανάληψη του μετοχικού κεφαλαίου. Για την ίδρυση της ανώνυμης εταιρείας απαιτείται ελάχιστο μετοχικό κεφάλαιο 60.000 ευρώ το οποίο διαιρείται σε ανώνυμες¹⁹ ή ονομαστικές μετοχές²⁰ και καταβάλλεται κατά την ίδρυση της εταιρείας. Η σπουδαιότερη αυτή νομική εταιρική μορφή του ελληνικού δικαίου διαθέτει πλήρη νομική προσωπικότητα σε τρόπο, ώστε για τα εταιρικά χρέη να ευθύνονται όχι οι εταίροι, αλλά το νομικό πρόσωπο της εταιρείας και η εταιρική μόνο περιουσία. Ο θεσμός της ΑΕ συνετέλεσε πολύ στη δημιουργία μεγάλων οικονομικών μονάδων κι επιχειρήσεων και συνέβαλε στην ανάπτυξη της οικονομίας, ιδιωτικής και εθνικής, ενώ έδωσε και περαιτέρω ώθηση στις ΜΜΕ.

Το καταστατικό έχει συγκεκριμένη μορφή και περιεχόμενο και είναι υποχρεωτικό να περιέχει και να περιγράφει διατάξεις για τα ακόλουθα:

- την επωνυμία και το σκοπό της εταιρείας.
- την έδρα της εταιρείας
- τη διάρκεια της εταιρείας

¹⁹Ανώνυμη μετοχή: Στις ανώνυμες μετοχές αναγράφονται μόνο τα στοιχεία της εταιρείας που τις εξέδωσε-Ορισμός από Ευρετήριο Οικονομικών Όρων, διαθέσιμο στο: <http://www.euretirio.com/2010/08/metoxes-stocks.html>, ανακτήθηκε την 14/4/2015.

²⁰Ονομαστική μετοχή: Στις ονομαστικές μετοχές τα στοιχεία του μετόχου αναγράφονται πάνω στην μετοχή μαζί με τα στοιχεία της εταιρείας - Ορισμός από Ευρετήριο Οικονομικών Όρων, διαθέσιμο στο: <http://www.euretirio.com/2010/08/metoxes-stocks.html>, ανακτήθηκε την 14/4/2015.

- το ύψος και τον τρόπο καταβολής του μετοχικού κεφαλαίου
- το είδος των μετοχών, τον αριθμό αυτών και την ονομαστική τους αξία
- τη δυνατότητα μετατροπής ονομαστικών μετοχών σε ανώνυμες ή ανωνύμων σε ονομαστικές.
- τη σύγκληση, τη συγκρότηση, τη λειτουργία και τις αρμοδιότητες του Διοικητικού Συμβουλίου
- τη σύγκληση, τη συγκρότηση, τη λειτουργία και τις αρμοδιότητες των Γενικών Συνελεύσεων
- τους ελεγκτές της εταιρείας
- τα δικαιώματα των μετόχων
- τον Ισολογισμό και τη διάθεση των κερδών.
- τη λύση και την εκκαθάριση της περιουσίας της
- τα ατομικά στοιχεία των φυσικών ή νομικών προσώπων που υπέγραψαν το καταστατικό της εταιρείας
- τον ορισμό των μελών του πρώτου διοικητικού συμβουλίου μέχρι την πρώτη τακτική γενική συνέλευση και η σύνθεσή του, δηλαδή να καθορίζεται ο Πρόεδρος, ο Αντιπρόεδρος, ο Διευθύνων Σύμβουλος. Το ΔΣ πρέπει να είναι τουλάχιστον τριμελές.
- την ανάθεση εκπροσώπησης της ανώνυμης εταιρείας
- τη παροχή δικαιώματος στο Δ.Σ. ή στην Γ.Σ. της αύξησης του Μετοχικού Κεφαλαίου.

Η ίδρυση ολοκληρώνεται με την έγκριση του καταστατικού από την Περιφερειακή διεύθυνση και την χορήγηση άδειας λειτουργίας από το Μητρώο Ανωνύμων Εταιρειών και την δημοσίευση του καταστατικού στο ΦΕΚ.

Ένα από τα χαρακτηριστικά των ανωνύμων εταιρειών είναι ότι η εταιρεία ευθύνεται για κάθε πράξη που γίνεται στο όνομά της από τους εκπροσώπους της και η ευθύνη της εκτείνεται σε ολόκληρη την εταιρική περιουσία.

Το ελληνικό δίκαιο, λόγω της σπουδαιότητας της ΑΕ, περιέχει ειδικές διατάξεις ρύθμισης όλων των θεμάτων που αναφέρονται στις ιδιαιτερότητες της εταιρικής αυτής μορφής.

2.3.2.4 Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ)

Η ρύθμιση της ΕΠΕ υπάρχει στην Ελλάδα από το 1955. Και η εταιρεία αυτή έχει νομική προσωπικότητα και ιδιότητα εμπορικής επιχείρησης, ανεξάρτητα από το αντικείμενο των εταιρικών εργασιών.

Η Ε.Π.Ε. είναι ο εταιρικός τύπος που βρίσκεται ανάμεσα στην ανώνυμη και την προσωπική εταιρεία. Δεν απαιτείται η καταβολή μεγάλου μετοχικού κεφαλαίου αλλά κεφάλαιο 20.000 ευρώ. Οι εταίροι δεν ευθύνονται προσωπικά για τα χρέη της εταιρείας. Το εταιρικό κεφάλαιο είναι διαιρεμένο σε ίσα εταιρικά μερίδια, τα οποία, όμως, δεν επιτρέπεται να παρασταθούν με αξιόγραφα. Η σύσταση της Ε.Π.Ε. γίνεται με συμβολαιογραφική πράξη όπως στην ΑΕ και συνοδεύεται με δημοσίευση του καταστατικού στο αρμόδιο πρωτοδικείο και περιλήψεως αυτού στο ΦΕΚ καθώς και καταχώρηση του καταστατικού στο μητρώο Ε.Π.Ε.

Η διοίκηση της εταιρείας ανήκει, κατά το νόμο, αφενός στην συνέλευση των εταίρων κι αφετέρου στο διαχειριστή. Στη συνήθη αρμοδιότητα της συνέλευσης υπάγονται ο διορισμός και η ανάκληση των διαχειριστών, η απαλλαγή τους από την ευθύνη, η έγκριση του Ισολογισμού και η διάθεση των κερδών, η έγερση αγωγής αποζημίωσης της εταιρείας κατά των εταίρων, η απόφαση για παράταση της διάρκειας, συγχώνευση, διάλυση της εταιρείας και διορισμό ή ανάκληση των εκκαθαριστών.

Την εταιρεία, εφόσον δεν ορίζεται στο καταστατικό, εκπροσωπούν όλοι οι εταίροι από κοινού ή οι διαχειριστές που διορίζονται κατά το καταστατικό και η εξουσία τους διαρκεί σε όλο το διάστημα της θητείας τους.

2.3.2.5 Συνεταιρισμός

Συνεταιρισμός²¹ είναι μια αυτόνομη ένωση προσώπων που συγκροτείται εθελοντικά για την αντιμετώπιση των κοινών οικονομικών, κοινωνικών και πολιτιστικών αναγκών και επιδιώξεων τους, διαμέσου μιας συνιδιόκτητης και δημοκρατικά

²¹

«Συνεταιρισμός»,

διαθέσιμο

στο:

<http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%85%CE%BD%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>, ανακτήθηκε την 15/4/2015.

διοικούμενης επιχείρησης». Ο ορισμός δόθηκε στο παγκόσμιο συνέδριο συνεταιριστικών οργανώσεων στο Μάντσεστερ της Αγγλίας το 1995. Ο όρος αυτός αναπτύχθηκε ιδιαίτερα κατά τον 19ο αιώνα όπου και εξελίχθηκε ως ιδεολογία και ως κίνημα με κοινωνικό και οικονομικό περιεχόμενο αποβλέποντας κυρίως τις ασθενέστερες τάξεις των εργαζομένων για την ικανοποιητικότερη αντιμετώπιση των διαφόρων συχνά αναφουομένων αυθαιρεσιών του άκρατου κεφαλαιοκρατισμού. Η ελευθερία της συγκρότησης συνεταιρισμού για την επιδίωξη νόμιμων σκοπών θεμελιώνεται στα συντάγματα όλων των φιλελεύθερων και δημοκρατικών οικονομιών-«δικαίωμα του συνεταιρίζεσθαι».

2.3.2.6 Κοινοπραξία

Κοινοπραξία²² είναι η συνένωση συγγενικών οικονομικών δραστηριοτήτων, που ασκούνται από φυσικά ή νομικά πρόσωπα με σκοπό τον έλεγχο της δραστηριότητας και την εξουδετέρωση του μεταξύ τους ανταγωνισμού.

Ολοκληρώνοντας την αναφορά στο διαχωρισμό των επιχειρήσεων, ανάλογα με τα εκάστοτε κριτήρια που λαμβάνονται υπόψη, χρήσιμο είναι να αναφερθεί πληροφοριακά και η περίπτωση της αφανούς εταιρείας²³.

Για διενέργεια εμπορικών εργασιών από κοινού εκ μέρους πολλών, το ελληνικό δίκαιο παρέχει τη δυνατότητα ίδρυσης αφανούς εταιρείας με την οποία ένας ή περισσότεροι συμμετέχουν με κεφάλαια σε επιχείρηση, που ανήκει σε τρίτο και συμμετέχουν στα κέρδη της επιχείρησης αυτής ανάλογα με τη συμφωνούμενη μερίδα συμμετοχής τους στα κέρδη, στις δε ζημιές μέχρι του ποσού των κεφαλαίων που διέθεσαν.

Η αφανής εταιρεία δεν έχει νομική προσωπικότητα και η επιχείρηση αυτής της μορφής δεν ανήκει ούτε στο ανύπαρκτο νομικό πρόσωπο της εταιρείας, ούτε στους εταίρους από κοινού, αλλά μόνο στον κάτοχό της- εμφανή εταίρο- που υποχρεώνεται να

²² «Κοινοπραξία», Πύλη για την ελληνική γλώσσα, διαθέσιμο στο: http://www.greek-language.gr/greekLang/modern_greek/tools/lexica/triantafyllides/search.html?lq=%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%80%CF%81%CE%B1%CE%BE%CE%AF%CE%B1&dq=, ανακτήθηκε την 15/4/2015.

²³ Κανελλόπουλος, Χαρ., (1994), Νομικά Θέματα ΜΜΕ, σελ. 125-126, *Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα*, Αθήνα: Αυτοέκδοση.

αποδίδει στους αφανείς συνεταιίρους του το μερίδιό τους στα κέρδη και σε περίπτωση λύσης της εταιρείας την εισφορά τους και το μερίδιό τους στα τυχόν κέρδη που πραγματοποιήθηκαν κατά τη διάρκεια της λειτουργίας της επιχείρησης και που δεν είχαν διανεμηθεί.

Οι αφανείς εταίροι, σε καμία περίπτωση, δεν αναφέρονται στην εταιρική επωνυμία ή άλλη δημοσίευση της εταιρείας, διότι αυτό δεν είναι αναγκαίο. Ο αφανής εταίρος είναι, συνεπώς, ένας συνήθης δανειστής του επιχειρηματία και έχει απλώς συμμετοχή στα κέρδη, όλες δε οι πράξεις της εταιρείας αυτής ενεργούνται στο όνομα του επιχειρηματία, στου οποίου την επιχείρηση συμμετέχει. Ο αφανής εταίρος, επίσης, δε μπορεί να ανακαλέσει την εξουσία του επιχειρηματία ακόμα και σε περίπτωση διάπραξης παραβάσεων εκ μέρους του. Μπορεί, όμως, να καταγγείλει την εταιρεία για σπουδαίο λόγο ή να θεωρήσει μια ορισμένη πράξη του επιχειρηματία άκυρη απέναντί του, εφόσον προηγουμένως εναντιώθηκε στη διενέργειά της ή να ζητήσει από τον επιχειρηματία αποζημίωση, διότι ζημιώθηκε από ενέργειές του. Και οι δύο, αφανής εταίρος και κάτοχος της επιχείρησης, μπορούν να καταγγείλουν την εταιρεία χωρίς υποχρέωση να αποζημιώσει ο ένας τον άλλο, εφόσον υπάρχει σπουδαίος λόγος, αλλιώς αυτός που καταγγέλλει χωρίς λόγο υποχρεώνεται να αποζημιώσει τον άλλο εταίρο για τις ζημιές που προέρχονται από τη λύση της εταιρείας.

Στην εταιρεία αυτής της μορφής, φορολογείται για το σύνολο των κερδών της αφανούς εταιρείας ο εμφανής εταίρος, πλην της περίπτωσης που συμμετέχει ΑΕ οπότε εφαρμόζεται χωριστή φορολογία. Επίσης, η αφανής εταιρεία δεν υπάγεται σε κανένα φόρο για την ίδρυσή της.

Ιδιαίτερη μορφή αφανούς εταιρείας είναι και η από εταίρο ΟΕ ή ΕΕ πρόσληψη αφανούς συνεταιίρου ως προς την εταιρική μερίδα. Επιπλέον, μπορεί να συναφθεί, για εμπορικούς ή όχι, σκοπούς αστική εταιρεία, δηλαδή υπαγόμενη στο αστικό δίκαιο είτε σαν εξωτερική εταιρεία είτε, κυρίως, σαν εσωτερική εταιρεία- κοινοπραξία κτλ.

Γίνεται κατανοητό, ότι ο χαρακτηρισμός μιας μικρομεσαίας επιχείρησης μπορεί να γίνει πιο συγκεκριμένος και λεπτομερής, ανάλογα από τη σκοπιά που εξετάζεται κάθε φορά. Τα πιο πάνω κριτήρια εμφανίζονται σε συνδυασμό, δηλαδή μια μικρομεσαία επιχείρηση μπορεί να είναι ΕΠΕ και να δρα στο χονδρεμπόριο. Δίνονται, δηλαδή, ταυτόχρονα πληροφορίες και για τη νομική της μορφή, αλλά και για το πεδίο στο οποίο δραστηριοποιείται.

Στο επόμενο Κεφάλαιο, γίνεται αναφορά στην εφαρμογή της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις και Διοίκηση Ολικής Ποιότητας

Αφού έγιναν σαφή τα όρια μέσα στο οποία μπορεί μια επιχείρηση, άρα και μια ΜΜΕ, να λειτουργήσει ακολουθώντας το νόμο και λαμβάνοντας υπόψη τις ανάλογες διατάξεις, η ανάλυση θα επιμεριστεί σε συγκεκριμένα πεδία δράσης μιας ΜΜΕ καθώς και σε τακτικές που είναι δυνατό να ακολουθηθούν για την επίτευξη μέγιστου αποτελέσματος. Η αρχή θα γίνει με την αναφορά στη Διοίκηση Ολικής Ποιότητας που μπορεί να εφαρμόσει μια επιχείρηση.

3.1 Εννοιολογική προσέγγιση

Η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας (TotalQualityManagement,TQM)²⁴ είναι μια φιλοσοφία διοίκησης η οποία πρεσβεύει ότι η ποιότητα είναι ευθύνη όλων των εμπλεκόμενων μελών και όλων των λειτουργιών μέσα στον οργανισμό. Υποστηρίζει, ότι η επίτευξη του ελέγχου ποιότητας είναι αυτοσκοπός και αναμένεται από οποιονδήποτε να συμβάλλει στην συνολική βελτίωση της ποιότητας. Η Δ.Ο.Π. μπορεί να χαρακτηριστεί ως ένα σύγχρονο «μοντέλο διοίκησης», που η επιτυχία του εξαρτάται από την αποτελεσματικότερη επίτευξη του άριστου συνδυασμού όλων των συντελεστών της παραγωγής που συμμετέχουν σε μια επιχείρηση. Για την επιτυχία της εφαρμογής της ΔΟΠ υπάρχουν 3 βασικές συνιστώσες- συμπεριλαμβανομένου πάντα της επικοινωνίας και της κουλτούρας:

1. Ένα τεκμηριωμένο σύστημα διαχείρισης ποιότητας

²⁴ «Διοίκηση Ολικής Ποιότητας» διαθέσιμο στο: http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B9%CE%BF%CE%AF%CE%BA%CE%B7%CF%83%CE%B7%CE%9F%CE%BB%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82_%CE%A0%CE%BF%CE%B9%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1%CF%82, ανακτήθηκε την 15/4/2015. Επίσης, Τσακλάγκανος, Άγγ., (1999), Κεφ. 3- Διοίκηση Ολικής Ποιότητας, σελ. 175-176, *Θέματα Οικονομικής των Επιχειρήσεων*, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Αφων Κυριακίδη.

2. Τεχνικές και εργαλεία διαχείρισης ποιότητας
3. Ομαδική εργασία και άτομα

Το μάνατζμεντ ολικής ποιότητας είναι μια κουλτούρα. Βασικό συστατικό αυτής της κουλτούρας είναι η ολοκληρωτική δέσμευση ως προς τη ποιότητα και μια συγκεκριμένη νοοτροπία, η οποία εκδηλώνεται με την ανάμειξη όλων στη διαδικασία της συνεχούς βελτίωσης των προϊόντων και των υπηρεσιών, μέσα από τη χρήση καινοτομικών επιστημονικών μεθόδων.

Δύο είναι οι λόγοι που δημιούργησαν την ανάγκη εισαγωγής μιας νέας φιλοσοφίας στον τρόπο διοίκησης και λειτουργίας μια επιχείρησης:

ι) Κατά γενικό κανόνα οι επιχειρήσεις παρουσίαζαν πάντα τη τάση να «ξεχνάνε» ότι οτιδήποτε αφορά τη λειτουργία τους είναι ανθρωποκεντρικό. Αυτό ισχύει για όλες τις βαθμίδες του μάνατζμεντ μιας επιχείρησης χωρίς καμία εξαίρεση, με ενισχυμένα χαρακτηριστικά στις κατώτερες βαθμίδες, οι οποίες όμως αντανακλούν τις ενέργειες της ανώτερης διοίκησης.

ii) Η καθιέρωση προδιαγραφών ποιότητας από ομοειδείς επιχειρήσεις απομάκρυνε την παραγωγή από το προϊόν που πραγματικά ανταποκρινόταν στις συγκεκριμένες απαιτήσεις του πελάτη.

Η ΔΟΠ, λοιπόν, τοποθέτησε την λειτουργία των επιχειρήσεων πάνω σε μια νέα βάση, τον άνθρωπο, ως πελάτη και ως εργαζόμενο. Προσφέρει μια αναθεώρηση των προτεραιοτήτων μιας επιχείρησης και ταυτόχρονα τα μέσα για να καταφέρει αυτό το σκοπό με όσο το δυνατό πιο ομαλό τρόπο. Ο πρωταρχικός στόχος είναι η ικανοποίηση του πελάτη σε όλα τα επίπεδα συνεργασίας, εμπλέκοντας στη προσπάθεια αυτή το σύνολο του έμψυχου υλικού της επιχείρησης.

Με άλλα λόγια, η ΔΟΠ, είναι μια φιλοσοφία με πρωταρχικό σκοπό την τελειότητα σε όλα τα επίπεδα λειτουργίας μιας επιχείρησης, οποιουδήποτε μεγέθους, κατά τέτοιο τρόπο ώστε να δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις για βελτίωση του κέρδους καθώς και της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης. Είναι φανερό, ότι από τη κάθε επιχείρηση, απαιτείται η ύπαρξη της δυνατότητας:

- κατανόησης κι άμεσης παροχής, με το χαμηλότερο δυνατό κόστος, του τι επιθυμεί ο πελάτης,
- συνεχούς παροχής προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής ποιότητας,
- εναρμόνισης με τις διάφορες τεχνολογικές και άλλες αλλαγές
- μακροπρόθεσμης πρόβλεψης των αναγκών κι επιθυμιών του πελάτη και
- έγκαιρης παράδοσης του προϊόντος ή της υπηρεσίας ώστε η προσπάθεια ικανοποίησης του πελάτη να είναι πιο ολοκληρωμένη.

Η διαδικασία επίτευξης της Ολικής Ποιότητας, είναι φαινομενικά απλή. Ξεκινά με τη μέτρηση των απόψεων, επιθυμιών, καθώς και ικανοποίησης του πελάτη. Σε αυτό το στάδιο, η εταιρεία προσαρμόζει τον μηχανισμό της έτσι ώστε να καλύψει τις απαιτήσεις αυτές. Το δεύτερο βήμα είναι η δημιουργία κι εδραίωση ενός συστήματος μέτρησης κι ελέγχου και αξιολόγησης της προόδου των προσπαθειών της. Για να γίνει αυτό πραγματικότητα, θα πρέπει να υπάρχει μια προσέγγιση εξασφάλισης συμμετοχής του προσωπικού σε όλη τη διαδικασία στην οποία θα εμπλέκονται όλες οι βαθμίδες διοίκησης της εταιρείας.

3.2 Εφαρμογή των αρχών της ΔΟΠ σε μια MME

Η προσέγγιση της έννοιας της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας που προηγήθηκε, αφορά κάθε είδους επιχείρηση που επιθυμεί να μπει σε αυτή τη διαδικασία, άσχετα από το μέγεθός της, το είδος που παράγει και το χώρο στον οποίο δραστηριοποιείται. Η ΔΟΠ, δύναται να εφαρμοστεί σε οποιαδήποτε επιχείρηση που στοχεύει στην αναβάθμιση της ποιότητας του προϊόντος της ή της υπηρεσίας της, ανάλογα με τη περίπτωση²⁵.

Αναφορικά με τις MME, που αποτελούν και το κύριο κομμάτι της έρευνας της παρούσας εργασίας, υπάρχουν συγκεκριμένα σημεία- κλειδιά όπου μπορεί να εφαρμοστεί η ΔΟΠ, για την επίτευξη του καλύτερου δυνατού αποτελέσματος.

²⁵ Principles of Total Quality Management in Small Business Environment, διαθέσιμο στο: <http://smallbusiness.chron.com/principles-total-quality-management-small-business-environment-4678.html>, ανακτήθηκε την 15/4/2015. Επίσης, Can a Small Business Benefit From TQM Practices?“, διαθέσιμο στο: <http://www.brighthubpm.com/methods-strategies/70689-implementing-tqm-in-a-small-business/>, ανακτήθηκε την 15/4/2015.

Παρόλο που οι ΜΜΕ, δεδομένου του μικρού μεγέθους τους, δεν είναι σε θέση να διαθέτουν πάντα στο προσωπικό τους Διευθυντή Διασφάλισης Ποιότητας, είναι δυνατό να εκμεταλλευτούν καλύτερα τις δυνατότητες εφαρμογής της ΔΟΠ, μιας και αυτή εστιάζει στην ικανοποίηση του πελάτη, με τον οποίο οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν πιο άμεση επαφή και άρα ευκολότερο και βαθύτερο εντοπισμό των απόψεων και των αναγκών του. Η πρόκληση της ΔΟΠ για τους επιχειρηματίες συνίσταται στο να κατανοούν το μερίδιο αγοράς που τους αφορά, στο να μάθουν να αφοηγκράζονται τις ανάγκες των πελατών και να αναγνωρίζουν το χρονικό σημείο που πρέπει να κάνουν αλλαγές. Αν η ΔΟΠ, εφαρμοστεί σωστά σε μια ΜΜΕ, τότε ο ιδιοκτήτης της μπορεί να επωφεληθεί στη διαδικασία αλλαγής σε ένα προϊόν ή σε μια υπηρεσία, ανταποκρινόμενος στις ανάγκες της αγοράς.

3.2.1 Προϋποθέσεις εφαρμογής

Προκειμένου να εφαρμοστεί αποδοτικά η ΔΟΠ σε μια μικρομεσαία επιχείρηση, πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπόψη τα κάτωθι:

- 1) **Το κλειδί είναι ο πελάτης.** Είναι η βασική αρχή της όλης διαδικασίας μιας και ο πελάτης είναι αυτός που καταναλώνει ή δύναται μελλοντικά να καταναλώσει το παραχθέν προϊόν, ο πελάτης σχηματίζει γνώμη από τη χρήση του προϊόντος και είναι σε θέση να προτείνει βελτιώσεις κι έχουν προσδοκίες από αυτό. Η εν λόγω έννοια, μπορεί να περιλαμβάνει και το προσωπικό της επιχείρησης, ικανοποιώντας και τις δικές τους ανάγκες ως πελάτες.
- 2) **Ηγεσία.** Οι ιδιοκτήτες των εταιρειών είναι αυτοί που καθορίζουν το περιβάλλον μέσα στο οποίο λειτουργούν οι επιχειρήσεις τους. Ορίζουν τις αρχές, σχεδιάζουν πλάνα ενεργειών και αναθέτουν έργο στους υπαλλήλους τους. Οι ΜΜΕ, μπορούν να εκμεταλλευτούν αυτή την άμεση συμμετοχή των διοικούντων στην επιχείρηση αφού έτσι μπορούν να είναι άμεσα ενήμεροι για τα ζητήματα τις εταιρείας τους. Οι διοικούντες και οι

ιδιοκτήτες μπορούν να εκπαιδεύσουν το προσωπικό στις λειτουργίες της επιχείρησης, τις βιομηχανικές προόδους και τους μηχανισμούς της αγοράς κι έτσι να τους δώσουν μια διευρυμένη εικόνα για το τι μπορεί να κάνει την επιχείρηση επιτυχημένη στο κλάδο της.

- 3) **Διαδικασίες εκτίμησης.** Κάθε εργαζόμενος στη διοίκηση, από το υψηλότερο έως το χαμηλότερο επίπεδο, πρέπει να είναι σε θέση να εκτιμήσει την ικανοποίηση του πελάτη από τη χρήση του προϊόντος που παράγει η επιχείρηση για την οποία εργάζεται. Με αυτό τον τρόπο είναι ευκολότερο να εντοπιστούν νωρίτερα οι ανάγκες των καταναλωτών και με λιγότερο κόστος, παρά να παραχθούν προϊόντα χωρίς προηγουμένως να έχουν μελετηθεί και να προκληθεί οικονομικό κόστος προς την επιχείρηση. Είναι υψίστης σημασίας να είναι σωστά πληροφορημένο το διοικητικό προσωπικό και να είναι σε θέση να εκτιμήσει μελλοντικές ανάγκες του πελατειακού κοινού.
- 4) **Συμμετοχή του προσωπικού.** Δεδομένου ότι η διοίκηση μιας ΜΜΕ, εφαρμόζει πολιτικές εστιασμένες στο πελάτη, εκπαιδεύεται πιο εύκολα στο να προσλαμβάνει και να απασχολεί ποιοτικό προσωπικό. Επιλέγοντας, εκπαιδεύοντας και υποκινώντας το προσωπικό να εργάζεται σε συνεργασία, εντοπίζονται κι επιλύονται πιο γρήγορα τα όποια προβλήματα στη παραγωγική διαδικασία και μεγαλώνει τελικώς η αποδοτικότητα της επιχείρησης. Οι καλά εκπαιδευμένοι και υποκινούμενοι εργαζόμενοι έχουν μεγαλύτερο έλεγχο στην εργασία τους σε σημείο, πολλές φορές, να νιώθουν ένα είδος ιδιοκτησίας με αποτέλεσμα να εργάζονται πιο αποδοτικά εφόσον νιώθουν ότι λαμβάνουν μερίδιο από τα κέρδη.
- 5) **Αξιοποίηση των διαφόρων στρατηγικών στο μέγιστο.** Οι στρατηγικές αυτές έχουν να κάνουν με τη παροχή πληροφοριοδότησης προς την επιχείρηση σχετικά με την ικανοποίηση του κοινού από το προϊόν της. Αυτό μπορεί να γίνει με έρευνα μεταξύ των εργαζομένων, με εντοπισμό του μεριδίου αγοράς κτλ, ώστε να γίνει σαφές εάν το προϊόν είναι ξεπερασμένο και χρειάζεται βελτίωση ή όχι.

- 6) **Σχέση με τους προμηθευτές.** Η ΔΟΠ, μπορεί να εφαρμοστεί και στο τομέα των προμηθειών μιας επιχείρησης. Μέσω αυτής της επαφής, η επιχείρηση είναι σε θέση να γνωρίσει τις συμπεριφορές και τις συνήθειες των προμηθευτών, καθώς και την ποικιλία των υλικών με την οποία προμηθεύουν την επιχείρηση ώστε να διασφαλίσουν ποιότητα και αξία στην προμηθευτική αλυσίδα.
- 7) **Συνεχής βελτίωση.** Η συνεχής βελτίωση των διαδικασιών είναι καθοριστική κατά την ΔΟΠ. Κάθε εργαζόμενος, από την κορυφή της διοίκησης μέχρι και τον τελευταίο υπάλληλο, πρέπει να διαθέτει το χρόνο και τις προσπάθειές του με απώτερο σκοπό το επόμενο μικρό βήμα βελτίωσης. Είναι προτιμότερο να γίνονται συντηρητικές κινήσεις από το καθένα, παρά να ακολουθούνται επιθετικές τακτικές, που δεν θα έχουν το ίδιο σταθερό αποτέλεσμα.

Εάν εφαρμοστούν ορθά και σε μόνιμη βάση οι παραπάνω αρχές στη διοίκηση μιας ΜΜΕ, τότε μπορούμε να κάνουμε λόγο για Διοίκηση Ολικής Ποιότητας. Δυστυχώς, πολλές φορές, η διαδικασία αυτή απειλείται από συγκεκριμένους λόγους, κυριότεροι εκ των οποίων είναι²⁶:

- **Έλλειψη δέσμευσης και ηγεσίας από τα ανώτατα επίπεδα διοίκησης.** Προηγουμένως, αναφέρθηκε ο σημαντικός ρόλος που έχει ο ηγέτης της ΜΜΕ στη διαδικασία εφαρμογής της ΔΟΠ, μιας και αυτός είναι που ορίζει και όλες τις βασικές αρχές λειτουργίας της επιχείρησης. Εάν δεν αναλάβει πρωτοβουλία ο επιχειρηματίας και δεν ακολουθήσει πιστά τη πρακτική αυτή, τότε το πρόγραμμα δεν είναι δυνατό να επιτύχει.
- **Μη ξεκάθαροι στόχοι.** Το πρόβλημα αυτό, συνδέεται άμεσα με το προηγούμενο. Ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης είναι υπεύθυνος για τους βασικούς στόχους της εταιρείας του και αν δεν είναι σε θέση να τους ορίσει επακριβώς και να τους κοινοποιήσει στο προσωπικό του, τότε δημιουργείται πρόβλημα σε οποιαδήποτε προσπάθεια εφαρμογής της ΔΟΠ στην εταιρεία του.

²⁶Τσακλάγκανος, Άγγ., (1999), Η δέσμευση στη Διοίκηση της Ολικής Ποιότητας, σελ. 187- 188, *Θέματα Οικονομικής των Επιχειρήσεων*, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Αφων Κυριακίδη.

- **Έλλειψη κατανόησης** του ότι η δομική αλλαγή της επιχείρησης, αποτελεί έναν στόχο κλειδί. Όπως τονίστηκε, η ΔΟΠ υποστηρίζει σθεναρά ότι κατά την εφαρμογή του προγράμματος προτεραιότητα έχει ο πελάτης και η ικανοποίησή του. Πολλές φορές, ειδικά σε επαγγελματίες που έχουν για χρόνια συνηθίσει να λειτουργούν διαφορετικά, είναι πολύ δύσκολο να αλλάξει αυτή η νοοτροπία. Ειδικά στις ΜΜΕ, όπου οι ιδιοκτήτες είναι άμεσα και εξ ολοκλήρου εμπλεκόμενοι στη διοίκηση, εάν δεν υπάρχει διάθεση για αλλαγή, κανένα πρόγραμμα δε θα μπορέσει να επιτύχει.

Αυτά είναι τα κυριότερα προβλήματα που μπορεί να ανακύψουν κατά την προσπάθεια εφαρμογής της ΔΟΠ σε μια μικρομεσαία επιχείρηση.

3.2.2 Πλεονεκτήματα εφαρμογής ΔΟΠ

Εφόσον, όμως, το πρόγραμμα της ΔΟΠ εφαρμοστεί σωστά και με ακρίβεια, μπορούν να προκύψουν σημαντικά οφέλη για την μικρομεσαία επιχείρηση²⁷.

Αφού, στο επίκεντρο αυτής της κουλτούρας βρίσκεται ο πελάτης, η γραμμή παραγωγής επικεντρώνεται σε αυτόν κι αν επιτευχθεί η ποιότητα, είναι εγγυημένη και η ικανοποίηση του πελάτη. Προϊόντα υψηλής ποιότητας εξασφαλίζουν την επιστροφή του πελάτη, λιγότερα παράπονα, καλή φήμη, υψηλότερα κέρδη και, λογικά, μεγάλο μερίδιο αγοράς.

Η συνεχής βελτίωση της διαδικασίας παραγωγής δεν έχει σαν μοναδικό αποτέλεσμα την μείωση των δαπανών για εγγυήσεις και αντικαταστάσεις, αλλά και την επίτευξη της προοπτικής μηδενικών ελαττωμάτων. Όσο πιο μεγάλη είναι η βελτίωση, τόσο λιγότερα χαμηλής ποιότητας προϊόντα θα παραχθούν. Συνεπώς, θα μπορούν να εξοικονομηθούν ενέργεια και ώρες εργασίας, αφού τα υλικά αντικαθίστανται σπανιότερα, οι μηχανές σταματούν για να ρυθμιστούν λιγότερο συχνά και χρειάζεται μικρότερη προσπάθεια για την επιθεώρηση του τελικού προϊόντος.

²⁷Τσακλάγκανος, Αγγ., (1999), Συνέπειες της Ολικής Ποιότητας, σελ. 189-190, *Θέματα Οικονομικής των Επιχειρήσεων*, Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Αφων Κυριακίδη.

Αυτό, με τη σειρά του, οδηγεί στην άμεση παράδοση των προϊόντων και στην μείωση του κόστους για παραγωγή κι επιπλέον εργασία. Μέσω της μείωσης του κόστους θα δοθεί η δυνατότητα για πιο ανταγωνιστικές τιμές του τελικού προϊόντος, γεγονός που αποδεικνύει ότι η επένδυση στη ποιότητα δεν σημαίνει απαραίτητα και υψηλότερες τιμές. Ακόμα και στη περίπτωση που δεν είναι δυνατή η μείωση των τιμών, η ποιότητα θα πρέπει να μένει ο πρωταρχικός στόχος, για τον απλό λόγο ότι ο καταναλωτής, γενικά, είναι πρόθυμος να πληρώσει περισσότερο για τη ποιότητα και δεν είναι διατεθειμένος να πληρώνει κατώτερα προϊόντα και υπηρεσίες.

Αυτό που, εύλογα, προκύπτει είναι η ΔΟΠ στις ΜΜΕ, είναι μια ολόκληρη κουλτούρα διαχείρισης της επιχείρησης που καλύπτοντας όλο το φάσμα των εργαζομένων σε αυτήν, από τον ιδιοκτήτη και διευθυντή μέχρι τον απλό υπάλληλο, μπορεί να ωφελήσει σημαντικά την εξέλιξή της. Το βασικό είναι να δοθεί η προτεραιότητα στο πελάτη και να υπάρχει από τη μεριά της επιχείρησης η διάθεση να υιοθετηθούν νέες μέθοδοι παραγωγής, πιο ανθρωποκεντρικές. Ο εντεινόμενος ανταγωνισμός της αγοράς, ευτυχώς, ωθεί τους επιχειρηματίες προς αυτή τη κατεύθυνση, εφόσον επιδιώκουν να καταλάβουν μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 Χρηματοδότηση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Όπως όλες οι επιχειρήσεις, παρόμοια και οι ΜΜΕ πρέπει να έχουν κάποιο αρχικό κεφάλαιο για να συσταθούν αλλά και πηγές χρηματοδότησης κατά τη διάρκεια λειτουργίας

της επιχείρησης, για να καλυφθούν οι εκάστοτε ανάγκες. Δυστυχώς, όσο καλή και πρωτότυπη και να είναι η ιδέα του νέου επαγγελματία για την νεοιδρυθείσα επιχείρησή του, αν δεν υπάρχει κάποιο κεφάλαιο, δεν μπορεί αυτή να λειτουργήσει. Παρακάτω, αναφέρονται οι κύριες πηγές κεφαλαίου που έχουν στη διάθεσή τους οι ΜΜΕ²⁸.

1. Συγγενείς, φίλοι και αποταμιεύσεις.
2. Τράπεζες
3. Κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών-VentureCapital
4. Πρακτόρευση απαιτήσεων- Factoring
5. Χρηματοδοτική Μίσθωση- Leasing

4.1 Συγγενείς, φίλοι και αποταμιεύσεις

Οι κλασικές πηγές χρηματοδότησης και οι εταιρίες επενδύσεων κεφαλαίων υψηλού κινδύνου, συνήθως, δεν χρηματοδοτούν επιχειρηματίες στα πρώτα στάδια της ανάπτυξής τους. Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου χρειάζεται, συχνά, η χρηματοδοτική βοήθεια από συγγενείς, φίλους και προσωπικές αποταμιεύσεις για να καλυφθούν οι ανάγκες, έως ότου φθάσει ο επιχειρηματίας στο σημείο που θα έχει τη δυνατότητα να στραφεί προς άλλες πηγές χρηματοδότησης. Αργότερα, όταν θα χρειασθεί να αποτανθεί ο επιχειρηματίας προς υποψήφιους επενδυτές, οι επενδυτές θα δουν με ευνοϊκό μάτι τις περιπτώσεις που ο επιχειρηματίας θα έχει επενδύσει ένα μεγάλο μέρος της προσωπικής περιουσίας του στην επιχείρηση.

4.2 Τράπεζες

Αν και οι κλασικοί χρηματοδοτικοί οργανισμοί θεωρούν ότι είναι πολύ επικίνδυνο να χρηματοδοτούν νέες επιχειρήσεις, μερικές τράπεζες αυξάνουν τις χορηγήσεις τους προς νέες επιχειρήσεις. Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι τράπεζες χορηγούν σημαντικά ποσά

²⁸ Κανελλόπουλος, Χαρ., (1994), *Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα*, Αθήνα: Αυτοέκδοση. σελ. 243-244. Επίσης Τακόπουλος Α., «Μορφές Χρηματοδότησης ΜΜΕ», Specisoft ΑΕ, διαθέσιμο στο: http://www.specisoft.gr/home/news/docs/arthro_hrmatodotisis_MME.pdf, ανακτήθηκε την 20/4/2015.

μόνο όταν προχωρήσει η εταιρεία πέρα από το στάδιο ανάπτυξής της. Μερικές τράπεζες, όμως, είναι πρόθυμες στο να δανείσουν μικρές επιχειρήσεις, για να χρηματοδοτήσουν επενδύσεις σε πάγια στοιχεία ή και κεφάλαιο κίνησης. Όταν υπάρχουν σοβαρά εγγύγνα, περιλαμβανομένων και των προσωπικών εγγυήσεων, μειώνεται ο κίνδυνος για τη τράπεζα και αυξάνεται η προθυμία της για τη χορήγηση δανείου.

Δεν θα πρέπει να αποκλείονται αμέσως από τους επιχειρηματίες που ιδρύουν μια εταιρεία οι τράπεζες, σαν υποψήφιες πηγές χρηματοδότησης. Αντίθετα, θα πρέπει να αφιερωθεί χρόνος για την υποβολή αιτήσεων χρηματοδότησης προς τις τράπεζες της περιοχής όπου ιδρύεται η εταιρεία.

Ο τραπεζικός δανεισμός προς τις ΜΜΕ, μπορεί να λάβει διάφορες μορφές:

- i) Δάνεια για κεφάλαιο κίνησης.
- ii) Μακροπρόθεσμα δάνεια.
- iii) Ταμείο εγγυοδοτήσεων –ΤΕΜΠΜΕ Α.Ε.

4.2.1 Δάνεια για κεφάλαιο κίνησης

Πρόκειται για το βασικό και αρχικό τομέα χρηματοδότησης μιας ΜΜΕ. Με τα νέα αλλά και τα παραδοσιακά τραπεζικά προϊόντα, τα πιστωτικά ιδρύματα προσφέρουν ολοκληρωμένες λύσεις για την κάλυψη των αναγκών ρευστότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων²⁹. Τέτοια προϊόντα είναι τα ανοιχτά ή ανακυκλούμενα δάνεια, αλλά και οι παραδοσιακοί αλληλόχρεοι λογαριασμοί, που παρέχουν γραμμή χρηματοδότησης στις επιχειρήσεις.

Στα ανοιχτά δάνεια, οι τράπεζες δίνουν ένα πιστωτικό όριο στον πελάτη τους ως το οποίο μπορεί να δανείζεται. Ο δανειολήπτης μπορεί, αν θέλει, να εξοφλήσει μέρος ή το σύνολο της οφειλής του, ενώ μπορεί να επαναδανείζεται όταν έχει ανάγκη ως το όριο που

²⁹ Μάρκου Α., και Παπαιωάννου Γ., (2003), «Δάνεια για κεφάλαιο κίνησης», *εφημερίδα Το Βήμα*, δημοσιεύτηκε την 02 Φεβρουαρίου, διαθέσιμο στο: <http://www.tovima.gr/relatedarticles/article/?aid=148864>, ανακτήθηκε την 20/4/2015.

του έχει χορηγηθεί. Δεν χρειάζεται, δηλαδή, να επιστρέφει σε συγκεκριμένο διάστημα το κεφάλαιο που χρησιμοποίησε. Ορισμένα προγράμματα είναι προσαρμοσμένα στις ανάγκες εποχικών επιχειρήσεων, όπως μικρές τουριστικές και ξενοδοχειακές μονάδες, καταστήματα εστίασης σε τουριστικές περιοχές κτλ. και οι τόκοι καταβάλλονται τις περιόδους που οι επιχειρήσεις αυτές έχουν έσοδα, ενώ άλλα στις ανάγκες επαγγελματιών που έχουν συγκεκριμένη ροή εσόδων, επιθυμούν να γνωρίζουν τις δόσεις που θα πληρώνουν, ώστε να κάνουν καλύτερο προγραμματισμό και ως εκ τούτου οι δόσεις πληρώνονται σε συγκεκριμένες προθεσμίες.

Όσον αφορά τα ποσοστά χρηματοδότησης, σε γενικές γραμμές υπάρχουν τράπεζες που χρηματοδοτούν για κεφάλαιο κίνησης ποσοστό ως και το 100% του τζίρου της επιχείρησης και άλλες όπου το ποσοστό αυτό δεν ξεπερνά το 50% του τζίρου.

4.2.2 Μακροπρόθεσμα δάνεια

Τα δάνεια αυτού του είδους, μπορούν να διαχωριστούν σε 2 μεγάλες κατηγορίες³⁰:

- **Δάνεια για επαγγελματική στέγη:** Τα δάνεια επαγγελματικής στέγης μπορεί να χρηματοδοτήσουν μέχρι και το 100% της αξίας του ακινήτου και η διάρκειά τους κυμαίνεται από 3 μέχρι 30 χρόνια ανάλογα με την τράπεζα και τον πελάτη. Για τους νέους επιχειρηματίες, οι τράπεζες παρέχουν συνήθως περίοδο χάριτος μέχρι δύο χρόνια, διάστημα κατά το οποίο οι νέοι επιχειρηματίες καλούνται να πληρώσουν μόνο τους τόκους ή μικρότερες δόσεις. Τα έξοδα δανείου που χρεώνουν οι τράπεζες συνήθως δεν ξεπερνούν το 1% του δανείου.
- **Δάνεια για αγορά πάγιου εξοπλισμού:** Τα δάνεια της μορφής αυτής χορηγούνται για την αγορά παγίου εξοπλισμού -έπιπλα, μηχανήματα κ.λπ. Η διάρκεια αποπληρωμής των δανείων αυτών φτάνει τα 15 χρόνια. Η χρηματοδότηση μπορεί να καλύψει ολόκληρη την επένδυση της αγοράς του

³⁰ Τραπεζικός Δανεισμός, Τρόποι Χρηματοδότησης, διαθέσιμο στο: http://ikaros.teipir.gr/ske/tropoi_xrimatodotisis.htm, ανακτήθηκε την 20/4/2015.

παγίου εξοπλισμού, ενώ η εκταμίευση μπορεί να γίνεται είτε εφ' άπαξ, είτε σταδιακά ανάλογα με την εξέλιξη των αγορών.

4.2.3 Ταμείο εγγυοδοτήσεων- TEMΠΙΜΕ ΑΕ

Βασική αρχή λειτουργίας της TEMΠΙΜΕ ΑΕ είναι η κατανομή των κινδύνων μεταξύ ιδιωτικού και δημόσιου τομέα (επιχειρήσεις, πιστωτικά και χρηματοδοτικά ιδρύματα και TEMΠΙΜΕ ΑΕ). Με βάση την αρχή αυτή η Φιλοσοφία της εταιρίας εστιάζεται στην³¹:

- Ενθάρρυνση-προτροπή, όλων των κοινωνικοοικονομικών ομάδων στο δικαίωμα του Επιχειρείν με περιορισμό των κοινωνικών συνεπειών στην περίπτωση μιας επιχειρηματικής αποτυχίας. Γι' αυτό το λόγο ο Κανονισμός Παροχής Εγγυήσεων και Λειτουργίας της TEMΠΙΜΕ ΑΕ (Κ.Υ.Α. 12882/867 ΦΕΚ Β'1065/31.7.2003³²) απαγορεύει να βαρύνεται με προσημείωση ή υποθήκη η μόνιμη και μοναδική κατοικία του επιχειρηματία, όταν η TEMΠΙΜΕ ΑΕ παρέχει υπέρ αυτού εγγύηση (υπό την προϋπόθεση βέβαια ότι η κατοικία αυτή δεν είναι ήδη προσημειωμένη ή υποθηκευμένη).
- Κάλυψη των κενών της χρηματοοικονομικής αγοράς και ικανοποίηση των αναγκών των Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων με χαμηλό κόστος και με στόχο τον περιορισμό της τοκογλυφίας και της παραοικονομίας εις βάρος των Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων

Σήμερα, το Ταμείο έχει δημιουργήσει 5 διαφορετικά προγράμματα / προϊόντα που αφορούν εγγυήσεις σε μεσομακροπρόθεσμα και βραχυπρόθεσμα δάνεια για νέες ή υφιστάμενες επιχειρήσεις οιασδήποτε μορφής (Ατομικές, ΕΕ, ΟΕ, ΕΠΕ, ΑΕ). Το ύψος του δανείου που μπορεί να εγγυηθεί το Ταμείο κυμαίνεται, ανάλογα με το Πρόγραμμα, από €10.000-€20.000, το ποσοστό κάλυψης του δανείου από 45%-70% και η ετήσια προμήθεια προσεγγίζει, κατά μέσο όρο, το 1% επί του εκάστοτε υπολοίπου του δανείου.

³¹Τραπεζικός Δανεισμός, Τρόποι Χρηματοδότησης, διαθέσιμο στο: http://ikaros.teipir.gr/ske/tropoi_xrimatodotisis.htm, ανακτήθηκε την 20/4/2015

³² ΦΕΚ 1065, τεύχος Β, 31/07/2003, Εθνικό Τυπογραφείο, διαθέσιμο στο: <http://www.et.gr/index.php/2013-01-28-14-06-23/2013-01-29-08-13-13>, ανακτήθηκε την 20/4/2015.

4.3 Κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών-VentureCapital

Τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών είναι ο όρος που χρησιμοποιείτε όταν επενδυτές επενδύουν σε ένα ποσοστό μιας εταιρίας. Ένας επαγγελματίας στον χώρο των επιχειρηματικών κεφαλαίων, επιλέγει να επενδύει σε εταιρίες υψηλού ρίσκου που χαρακτηρίζονται από ταχεία ανάπτυξη. Μία επένδυση διαρκεί από 5 έως 7 χρόνια περίπου, με το πέρασμα των οποίων ο επενδυτής προσμένει στην επιστροφή της επένδυσής του μαζί με κάποιο κέρδος, είτε μέσω πώλησης της εταιρίας είτε μέσω δημόσιας προσφοράς στο χρηματιστήριο. υπάρχουν 3 μορφές επενδύσεων επιχειρηματικών συμμετοχών: επενδύσεις σε εταιρίες στο αρχικό τους στάδιο, στο στάδιο ανάπτυξης και στο στάδιο απόκτησης. Κατά την επένδυση ο επενδυτής θα θελήσει ένα ποσοστό της εταιρίας, ανάλογα με το μέγεθος της επένδυσης μεταξύ άλλων παραγόντων και μια θέση στο διοικητικό συμβούλιο της εταιρίας. Επίσης, ο επενδυτής αυτός έχει ως πρωταρχικό του στόχο το κέρδος.

Άρα, το VentureCapital συνδέει τρεις παράγοντες³³:

- i) το επενδυτικό κοινό,
- ii) τον διαχειριστή του Επιχειρηματικού Κεφαλαίου Υψηλού Κινδύνου,
- iii) τις επιχειρήσεις που υλοποιούν τα επενδυτικά σχέδια με την προοπτική της υψηλής αποδοτικότητας.

Κινητήρια δύναμη στην τριμερή συνεργασία είναι τα υψηλά κέρδη που αναμένεται να επιτευχθούν κατά την πώληση της συμμετοχής που απέκτησαν οι διαχειριστές των

³³ TANEO A.E, (2013), «Τι είναι τα Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών», Ταμείο Ανάπτυξης Νέας Οικονομίας A.E., 15 Μαΐου, διαθέσιμο στο: <http://www.startupgreece.gov.gr/el/content/%CF%84%CE%B9-%CE%B5%CE%AF%CE%BD%CE%B1%CE%B9-%CF%84%CE%B1-%CE%BA%CE%B5%CF%86%CE%AC%CE%BB%CE%B1%CE%B9%CE%B1-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8E%CE%BD-%CF%83%CF%85%CE%BC%CE%BC%CE%B5%CF%84%CE%BF%CF%87%CF%8E%CE%BD-venture-capital>, ανακτήθηκε την 20/4/2015.

Επιχειρηματικών Κεφαλαίων Υψηλού Κινδύνου στις νέες επιχειρήσεις υψηλών προσδοκιών, όταν οι προσδοκίες αυτές αρχίσουν να αποδίδουν.

Αν δεν επαληθευτούν οι προβλέψεις, το εγχείρημα θεωρείται αποτυχημένο και είναι δυνατή η απώλεια κεφαλαίων. Για το λόγο αυτό, οι διαχειριστές των Επιχειρηματικών Κεφαλαίων Υψηλού Κινδύνου προκειμένου να συμψηφίσουν τους κινδύνους, διαμοιράζουν τα κεφάλαιά τους μεταξύ πολλών επιχειρήσεων.

4.4 Πρακτόρευση απαιτήσεων- Factoring

Η πρακτόρευση επιχειρηματικών απαιτήσεων εφαρμόζεται από τις τράπεζες και τις ανώνυμες εταιρείες που έχουν ως αποκλειστικό σκοπό αυτή τη δραστηριότητα. Η πρακτόρευση απαιτήσεων αφορά τη σύναψη σύμβασης μεταξύ του προμηθευτή και του πράκτορα - τράπεζα ή εταιρεία factoring- βάσει της οποίας ο προμηθευτής εκχωρεί στον πράκτορα τις απαιτήσεις του έναντι πελατών – οφειλετών του. Ο πράκτορας αναλαμβάνει τη διαχείριση, είσπραξη, προεξόφληση, πιστωτικό έλεγχο και κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου των απαιτήσεων του προμηθευτή. Το χρηματοδοτικό ίδρυμα, συνήθως, αποδίδει άμεσα στην επιχείρηση το 80% περίπου των οφειλών. Χρεώνει επίσης την εταιρεία 0,5 έως 2% του ποσού που αντιστοιχεί στις απαιτήσεις προς πελάτες για τη διαχείριση του χαρτοφυλακίου³⁴.

Η Πρακτόρευση Απαιτήσεων ως τρόπος χρηματοδότησης είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος χρηματοδότησης κεφαλαίου κίνησης και αποτελεί έναν εύκολο και γρήγορο τρόπο βελτίωσης της ρευστότητας μιας επιχείρησης ενώ παράλληλα μειώνεται το λειτουργικό κόστος και αυξάνεται η παραγωγική ικανότητα των επιχειρήσεων καθώς οι διαδικασίες διαχείρισης, λογιστικής παρακολούθησης και είσπραξης των απαιτήσεων μιας επιχείρησης ανατίθενται στο πιστωτικό ίδρυμα που λειτουργεί ως πράκτορας.

Οι επιχειρήσεις καταφεύγουν σε αυτόν τον τρόπο της χρηματοδότησης στις ακόλουθες περιπτώσεις:

³⁴Τραπεζικός Δανεισμός, Τρόποι Χρηματοδότησης, διαθέσιμο στο: http://ikaros.teipir.gr/ske/tropoi_xrimatodotisis.htm, ανακτήθηκε την 20/4/2015

- Προκειμένου να χρηματοδοτηθούν άμεσα για τις τρέχουσες ανάγκες τους όταν δεν έχουν εμπράγματα εγγυήσεις.
- Όταν έχουν μια αυξημένη ζήτηση προϊόντων ή υπηρεσιών και δεν μπορούν να ανταποκριθούν παρά μόνο με ασύμφορους όρους προς τους προμηθευτές τους.
- Όταν οι διαδικασίες είσπραξης των απαιτήσεών τους είναι εξαιρετικά δαπανηρές.
- Όταν έχουν μεγάλες ζημιές από αφερέγγυους πελάτες.

4.5 Χρηματοδοτική Μίσθωση- Leasing

Η χρηματοδοτική μίσθωση είναι μια σύγχρονη μέθοδος μεσομακροπρόθεσμης χρηματοδότησης επιχειρήσεων και επαγγελματιών για την απόκτηση παγίων στοιχείων, δηλαδή εξοπλισμού και ακινήτων για επαγγελματική χρήση. Με αυτήν, ο μισθωτής μισθώνει από μια εταιρεία χρηματοδοτικής μίσθωσης πράγμα κινητό ή ακίνητο για συγκεκριμένη χρονική περίοδο και στο τέλος της περιόδου αυτής μπορεί με μονομερή του δήλωση να το αγοράσει σε προσυμφωνημένο τίμημα. Το μίσθωμα είναι έτσι υπολογισμένο, ώστε στο διάστημα της μίσθωσης να καλυφθούν τα έξοδα αγοράς και το κέρδος της εταιρείας χρηματοδοτικής μίσθωσης³⁵.

Η επιχείρηση επιλέγει τον εξοπλισμό ή το ακίνητο που θεωρεί κατάλληλο για τις ανάγκες του, η εταιρεία leasing αγοράζει τον εξοπλισμό αυτόν από τον προμηθευτή ή το ακίνητο από τον ιδιοκτήτη του και στη συνέχεια ενοικιάζει το μεν εξοπλισμό για περίοδο τουλάχιστον τριών χρόνων, το δε ακίνητο τουλάχιστον για δέκα χρόνια. Στο τέλος της μισθωτικής περιόδου, ο μισθωτής μπορεί είτε να εξαγοράσει το πάγιο -συνήθως έναντι συμβολικού τιμήματος- είτε να ανανεώσει τη σύμβαση για ορισμένο χρόνο.

³⁵

«Χρηματοδοτική Μίσθωση- Leasing», διαθέσιμο

στο: http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A7%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CE%B4%CE%BF%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%BC%CE%AF%CF%83%CE%B8%CF%89%CF%83%CE%B7, ανακτήθηκε την 20/4/2015.

Οι διαδικασίες συνεργασίες μεταξύ του επενδυτή και της εταιρίας leasing είναι απλές και το κόστος αποτελεί αντικείμενο διαπραγμάτευσης. Η έγκριση μιας σύμβασης leasing εξαρτάται από την πιστοληπτική ικανότητα του μισθωτή και το είδος της επένδυσης, αξιολογείται δε με τραπεζικά κριτήρια.

Η σύμβαση leasing για εξοπλισμό δεν επιβαρύνεται με χαρτόσημο. Η αντίστοιχη σύμβαση για ακίνητο καταρτίζεται με συμβολαιογραφική πράξη.

Το κύριο πλεονέκτημα της χρηματοδοτικής μίσθωσης σε σχέση με το απλό τραπεζικό δάνειο είναι ο μειωμένος κίνδυνος κακής χρήσης της πίστωσης: αντί ο πιστωτής να καταβάλει χρήματα, τα οποία μπορεί να σπαταληθούν από τον δανειολήπτη σε σκοπούς άσχετους με την επιχείρηση, διακινδυνεύοντας έτσι την επιβίωση και τη φερεγγυότητα της επιχείρησης, με τη χρηματοδοτική μίσθωση ο πιστωτής αγοράζει ο ίδιος τον εξοπλισμό και είναι εξασφαλισμένος ότι το δάνειο επενδύεται στην επιχείρηση με τρόπο παραγωγικό.

Όλες οι παραπάνω περιπτώσεις αφορούν ευκαιρίες χρηματοδότησης για τους νέους επιχειρηματίες, και στο πρώιμο στάδιο της επιχείρησής τους, αλλά και μεταγενέστερα όταν η επιχείρηση είναι σε μια καλή πορεία και είναι σε θέση να προσφέρει κέρδος στον ιδιοκτήτη. Όσα αναφέρθηκαν, ισχύουν γενικά σε όλες τις οικονομίες και σε συνθήκες εύρυθμης λειτουργίας του τραπεζικού συστήματος. Δυστυχώς, σήμερα, στην Ελλάδα οι δανειοδοτήσεις είναι πολύ πιο δύσκολες σε σχέση με το παρελθόν, εξαιτίας της ασφυκτικής έλλειψης ρευστότητας που έχει επιφέρει η παρούσα οικονομική κρίση στη χώρα, με αποτέλεσμα οι παραπάνω διαδικασίες να μην είναι εύκολα αξιοποιήσιμες από τους υποψήφιους νέους επιχειρηματίες που επιθυμούν να ιδρύσουν μια μικρομεσαία επιχείρηση. Παρόλα αυτά, οι περιπτώσεις που αναφέρθηκαν είναι οι βασικές λύσεις χρηματοδότησης για τους εν λόγω επιχειρηματίες.

ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 Οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στη σημερινή οικονομία

Τα στοιχεία που έχουν παρατεθεί στη μέχρι τώρα ανάλυση, αποτελούν το θεωρητικό υπόβαθρο προσδιορισμού με σχετικών με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις εννοιών, ώστε να γίνει σε βάθος κατανοητή η μορφή και η λειτουργία τους. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, όμως, δεν αποτελούν μια στατική κατάσταση, αλλά επηρεάζονται από, όσο και διαμορφώνουν, τις συνθήκες του εκάστοτε οικονομικού περιβάλλοντος στο οποίο δρουν. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα, συχνά, να εντοπίζονται διαφοροποιήσεις στη διάρκεια των ετών, γεγονός απολύτως αναμενόμενο δεδομένου ότι η κάθε εποχή χαρακτηρίζεται από ιδιαίτερες συνθήκες, τόσο σε κοινωνικό όσο και σε οικονομικό επίπεδο.

Στη παρούσα ενότητα, δίδονται στοιχεία από επίσημους φορείς, τόσο στην Ελλάδα, αλλά και διεθνώς, που ερευνούν και μελετούν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις- σχετικά με τη παρούσα μορφή τους, τα οικονομικά μεγέθη που τις διαμορφώνουν κτλ- ώστε η αναφορά σε αυτές να είναι ακόμα πιο εύστοχη, αλλά κι επίκαιρη. Επιπλέον αναλύεται η παρούσα κατάσταση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων με βάση τον ξένο και τον ελληνικό τύπο.

5.1 IOBE

Το Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE)³⁶, είναι ιδιωτικός, μη κερδοσκοπικός, κοινωφελής, ερευνητικός οργανισμός, ιδρυθείς το 1975 με σκοπό, αφενός, να προωθή την επιστημονική έρευνα για τα τρέχοντα και αναδυόμενα προβλήματα της ελληνικής οικονομίας και αφετέρου να παρέχει αντικειμενική πληροφόρηση και να διατυπώνει προτάσεις, οι οποίες είναι χρήσιμες στη διαμόρφωση πολιτικής.

Το IOBE, είναι ο μοναδικός ανεξάρτητος οργανισμός στην Ελλάδα που ερευνά τα μείζονα ζητήματα της οικονομίας με σκοπό την έγκαιρη παρέμβαση, όπου κρίνεται αναγκαίο σήμερα, καθώς τη πρόβλεψη των μελλοντικών αναγκών με την πρόταση των αντίστοιχων λύσεων.

³⁶ IOBE, διαθέσιμο στο: <http://www.iobe.gr/iobe.asp>, ανακτήθηκε την 28/5/2015.

Το IOBE, βάσει του Καταστατικού του, επιτελεί τις παρακάτω λειτουργίες:

- Διεξάγει εφαρμοσμένη επιστημονική έρευνα για βασικά διαρθρωτικά και τομεακά προβλήματα της ελληνικής οικονομίας καθώς και για γενικότερα ζητήματα της οικονομικής πολιτικής.
- Παρακολουθεί και αναλύει τις βραχυπρόθεσμες οικονομικές τάσεις, καταγράφει το επιχειρηματικό κλίμα και διατυπώνει προβλέψεις για τις προοπτικές της ελληνικής οικονομίας.
- Παρέχει αξιόπιστες και συνεχώς ενημερωμένες πληροφορίες για συγκεκριμένους τομείς και κλάδους της ελληνικής οικονομίας.
- Συνεργάζεται με ξένα ερευνητικά ινστιτούτα και διεθνείς οργανισμούς σε θέματα κοινού ενδιαφέροντος και συμμετέχει σε διεθνείς έρευνες για οικονομικά θέματα και πολιτικές.
- Παρεμβαίνει και συμβάλλει στο δημόσιο διάλογο σε θέματα οικονομικής πολιτικής.
- Αναθέτει και χρηματοδοτεί μελέτες.

Άρα, γίνεται αντιληπτό, ότι το IOBE είναι σε θέση να δώσει σημαντικές πληροφορίες αναφορικά με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, δεδομένου ότι μελετά επισταμένα την ελληνική οικονομία, βάση της οποίας αποτελούν οι εν λόγω επιχειρήσεις.

Το IOBE, προκειμένου να εξάγει συμπεράσματα ώστε να είναι σε θέση να προτείνει λύσεις, διεξάγει ανά τακτά χρονικά διαστήματα έρευνες στην ελληνική οικονομία. Στα πλαίσια αυτά, στις 26/2/2014, δημοσιεύτηκε έρευνα για το διάστημα 2012-2013 αναφορικά με την επιχειρηματικότητα σε σχέση με τις μικρές επιχειρήσεις³⁷, με αρκετά ενδιαφέροντα στοιχεία για την πορεία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή.

Συγκεκριμένα, για την εκτέλεση της έρευνας, χρησιμοποιήθηκαν συγκεκριμένοι δείκτες μέτρησης όπου τα αποτελέσματα σχετικά με την Ελλάδα έδειξαν ότι τοποσοστότου

³⁷ Ιωαννίδης Σ., Γιωτόπουλος Ι., (2014), «*Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012-13: Ενδείξεις Ανάκαμψης της Μικρής Επιχειρηματικότητας*», Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας, Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, Φεβρουάριος, Αθήνα, διαθέσιμο στο: http://www.iobe.gr/docs/research/RES_02_26022014_REP_GR.pdf, ανακτήθηκε την 28/5/2015.

πληθυσμού που βρισκόταν σε φάση εκκίνησης επιχειρηματικής δραστηριότητας το 2012 ήταν 6,5%. Το ποσοστό αυτό είναι σημαντικά χαμηλότερο από το 8% που είχε καταγραφεί το προηγούμενο έτος για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.

Προφανώς, η πτώση του δείκτη δεν είναι άσχετη από τη δεινή οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκεται η χώρα, καθώς η ύφεση συρρικνώνει τις επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που θεωρούνται βιώσιμες.

Έτσι, ενώ το 2011 η Ελλάδα κατατάσσεται στην 4η υψηλότερη θέση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας, το 2012 βρίσκεται στην 12η θέση. Μάλιστα, τα πρώτα στοιχεία από την έρευνα του 2013 καταγράφουν μια περαιτέρω πτώση του δείκτη στο 5,5%.

Στην Ελλάδα πάνω από ένα τρίτο (36,32%) των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων προέρχονταν το 2012 από το ηλικιακό κλιμάκιο 25-34 ετών. Πρόκειται για θετικό γεγονός, καθώς μπορεί να υποτεθεί ότι οι νεότερες ηλικίες φέρνουν μαζί τους στον επιχειρηματικό στίβο νέες ιδέες και διάθεση πειραματισμού. Ωστόσο, ακόμα και αν αξιολογήσει κανείς θετικά αυτό το στοιχείο, είναι βέβαιο ότι αυτό που εξηγεί την τάση είναι η μεγάλη ανεργία των νέων στη χώρα μας, που απωθεί όλο και μικρότερες ηλικίες από την ελπίδα της εύρεσης μισθωτής εργασίας και, άρα, τις στρέφει προς κάποιου είδους αυτόνομη επιχειρηματική δραστηριοποίηση.

Σε ότι αφορά τη κλαδική διάρθρωση της επιχειρηματικότητας, στην Ελλάδα, το 2012 πάνω από το 50% των νέων εγχειρημάτων κατευθύνονταν στην διάθεση προϊόντων και υπηρεσιών στον τελικό καταναλωτή. Ο δείκτης αυτός ήταν διαχρονικά υψηλός στη χώρα, αλλά έχει μειωθεί σημαντικά την περίοδο της κρίσης, λόγω της μεγάλης κάμψης της καταναλωτικής ζήτησης. Από την άλλη πλευρά, την περίοδο της κρίσης παρατηρείται άνοδος του ποσοστού των νέων εγχειρημάτων που προσφέρουν υπηρεσίες προς επιχειρήσεις. Η κρίση φαίνεται, λοιπόν, ότι σε κάποιο βαθμό έχει θέσει σε κίνηση διαδικασίες αναδιάρθρωσης, ακόμα και στο επίπεδο της «μικρής επιχειρηματικότητας» που χαρακτηρίζει το ελληνικό επιχειρείν.

Αναφορικά με τον δείκτη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας η Ελλάδα παρουσιάζει την υψηλότερη επίδοση μεταξύ των χωρών καινοτομίας (12,3%). Ωστόσο, είναι σαφώς χαμηλότερο το ποσοστό σε σχέση με το 2011 (15,8%). Το εντυπωσιακό, λοιπόν,

στοιχείο εδώ είναι ότι παρόλο που το 2012 ήταν το χειρότερο έτος της ύφεσης στην οποία βρίσκεται η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, με ότι αυτό συνεπάγεται για τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και την ανεργία, η δομή της ελληνικής οικονομίας ως βασιζόμενη στη μικρή επιχείρηση δεν μεταβάλλεται. Μολονότι, λοιπόν, η κρίση έχει πλήξει δραστικότερα τις ΜΜΕ στην Ελλάδα, η διάρθρωση της οικονομίας δεν έχει επηρεαστεί, καθώς η κυριαρχία τους στην ελληνική οικονομία φαίνεται ότι έχει υποχωρήσει μόνο λυσοριακά. Η χώρα ήταν, λοιπόν, και παραμένει οικονομία μικροεπιχειρηματιών.

Η έρευνα επεκτάθηκε και σε άλλους τομείς της επιχειρηματικότητας, όπως στην γυναικεία επιχειρηματικότητα, αλλά αυτό που αφορά τη παρούσα ανάλυση και δίνεται βάσει επίσημης έκθεσης είναι το γεγονός ότι παρά τη δεινότερη κατάσταση που βρισκόταν η ελληνική οικονομία τη περίοδο 2012- 2013, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις ήταν αυτές που στήριζαν την όποια οικονομική δραστηριότητα και αποτελούσαν το μέσο έναρξης κάθε νέας παραγωγικής πρωτοβουλίας, τονίζοντας ξανά τον ηγετικό τους ρόλο στην ελληνικό χώρο.

5.2 ΙΜΕ- ΓΣΕΒΕΕ

Το Φεβρουάριο του 2015, δημοσιεύτηκε από τη Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδος (ΓΣΕΒΕΕ) σε συνεργασία με την MARCAE, έρευνα με την εξαμηνιαία αποτύπωση του οικονομικού κλίματος στις μικρές επιχειρήσεις³⁸. Στην έρευνα συμμετείχε δείγμα 1009 μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων – με απασχολούμενους έως 49 στον αριθμό- και η οποία παρείχε σημαντικές πληροφορίες για τη παρούσα κατάσταση.

Σχετικά με τα μετρήσιμα οικονομικά μεγέθη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ζήτηση, τζίρος, ρευστότητα) οι περισσότερες επιχειρήσεις καταγράφουν αρνητικές επιδόσεις σε όλους τους δείκτες. Μόλις 1 στις 4 επιχειρήσεις παρουσίασε κέρδη τη χρήση που πέρασε, ενώ το 37,3% κατέγραψε ζημίες. Οι επιχειρήσεις με υψηλό κύκλο εργασιών

³⁸ Έρευνα ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ και MARCAE(2015), *Τάσεις Οικονομικού Κλίματος*, Φεβρουάριος, διαθέσιμο στο: http://www.gsevee.gr/attachments/article/508/parousiasi_ereuna_febr_2015.pdf, ανακτήθηκε την 28/5/2015.

και περισσότερο προσωπικό (>5 ατόμων) σημειώνουν καλύτερες επιδόσεις σε όλα τα μεγέθη.

Στα υπόλοιπα μεγέθη, πάνω από τις μισές επιχειρήσεις διαπιστώνουν και σε αυτό το εξάμηνο μείωση του τζίρου (53,2%), της ζήτησης(55,2%) και των παραγγελιών (58,9%). Σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του ΙΜΕ(Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων)-ΓΣΕΒΕΕ εκτιμάται ότι η συνολική πτώση στο τζίρο την τελευταία χρονιά άγγιξε το 13% (Φεβρουάριος 2014- Φεβρουάριος 2015). Η συνολική πτώση του τζίρου από την έναρξη της κρίσης αγγίζει το 77 %, ενώ ο κλάδος του εμπορίου εμφανίζει τις περισσότερες απώλειες.

Περισσότερο ανησυχητικά είναι τα ευρήματα σχετικά με τους δείκτες ρευστότητας και επένδυσης, αφού το 62,4% των επιχειρήσεων δήλωσε επιδείνωση στο δείκτηρευστότητας, ενώ μόλις το 12,1% προχώρησε σε επενδύσεις. Σε αυτές τις κατηγορίες το συγκριτικό πλεονέκτημα φαίνεται να το διατηρούν οι επιχειρήσεις μικρής ηλικίας (έως 5 ετών), με υψηλό τζίρο και με προσωπικό > 5 ατόμων.

Το γεγονός ότι η ελληνική οικονομία τείνει οριακά σε ένα θετικότερο μονοπάτι οικονομικής πολιτικής και μακροοικονομικών επιδόσεων, αποτυπώνεται στις τάσεις του οικονομικού κλίματος. Η διαφορά αρνητικών-θετικών αποτιμήσεων μειώνεται στο -50,2 (από -54,0 στην προηγούμενη έρευνα και -85,5 τον Ιούλιο του 2012), ενώ ενδείξεις σταθεροποίησης δείχνουν 1 στις 3 επιχειρήσεις.

Περισσότερο ενθαρρυντική- τουλάχιστο την περίοδο που διεξήχθη η έρευνα- είναι η εικόνα που αποτυπώνεται στις προσδοκίες των επιχειρήσεων για το επόμενο εξάμηνο, όπου σε όλους τους δείκτες παρατηρείται σημαντική βελτίωση του ισοζυγίου θετικών – αρνητικών προσδοκιών. Συγκεκριμένα, μόλις 3 στις 10 επιχειρήσεις (31,4% από 56,1% στην έρευνα Ιουλίου 2014) προβάλλουν αρνητικές προσδοκίες για το επόμενο εξάμηνο, ενώ για 1 στις 4 οι προοπτικές εμφανίζονται να είναι βελτιούμενες. Για τους δείκτες κύκλου εργασιών και ζήτησης ο λόγος αρνητικών-θετικών προσδοκιών είναι 3:2, ενώ για τους δείκτες ρευστότητας, παραγγελιών και επένδυσης ο λόγος προσεγγίζει το 2:1.

Εν συνεχεία εξετάστηκε η τάση αποχώρησης των επιχειρήσεων από την αγορά, λόγω της μη δυνατότητας λειτουργίας και κλεισίματος.

Σε σύγκριση με το Ιούλιο του 2014, οι αρνητικές προβλέψεις εξαμήνου των επιχειρήσεων υποχωρούν σημαντικά. Ωστόσο, 1 στις 3 επιχειρήσεις δηλώνει ότι διατρέχει σημαντικό κίνδυνο κλεισίματος. Μάλιστα, το 3% του συνόλου των επιχειρήσεων τοποθετούν το ενδεχόμενο διακοπής λειτουργίας μέσα στο επόμενο τρίμηνο. Αυτό σημαίνει ότι τα «λουκέτα» για το επόμενο εξάμηνο θα προσεγγίσουν τις 8.500.

Ο κίνδυνος «λουκέτου» είναι σημαντικά αυξημένος (>50%) για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις, έως 1 άτομο προσωπικό και με τζίρο έως 50.000,00€

Σε σχέση με τις οφειλές των επιχειρήσεων, η έρευνα έδειξε ότι το σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετώπισαν οι επιχειρήσεις μέσα στο 2014 είναι η παγιωμένη αδυναμία τους να ξεφύγουν από την παγίδα των πολύ υψηλών φορολογικών και ασφαλιστικών υποχρεώσεων. Συγκεκριμένα, το 38,1% των επιχειρήσεων έχει καθυστερημένες οφειλές προς τον ΟΑΕΕ (το κύριο ασφαλιστικό ταμείο των επαγγελματιών), και το 31,9% προς την εφορία (σταθερά αυξημένο). Είναι χαρακτηριστικό ότι πάνω από το 20% των επιχειρήσεων εκτιμά ότι δεν θα ανταποκριθεί στις φορολογικές υποχρεώσεις του 2015.

Στις άλλες κατηγορίες οφειλών προς το δημόσιο, 1 στις 4 επιχειρήσεις έχουν καθυστερημένες οφειλές προς τις ΔΕΚΟ, ενώ περιορίστηκαν σημαντικά οι καθυστερημένες πληρωμές προς το ΙΚΑ (13%).

Στις κατηγορίες οφειλών προς τον ιδιωτικό τομέα, παρατηρείται μια ύφεση του φαινομένου υπερχρέωσης. Εντούτοις, συνεχίζουν να διατηρούν ληξιπρόθεσμες οφειλές: το 23,8% των επιχειρήσεων σε προμηθευτές, το 17,9% σε ενοίκια, το 15,7% σε δόσεις δανείων.

Σχετικά περιορισμένη είναι η χρήση της προηγούμενης ρύθμισης των 72-100 δόσεων για οφειλές στην εφορία και τα ασφαλιστικά ταμεία, καθώς μόλις 1 στους 3 επιτηδευματίες που έχει καθυστερημένες πληρωμές έχει κάνει αίτηση υπαγωγής, ενώ 1 στους 3 σκέφτονται να κάνουν. Είναι προφανές ότι η νέα ρύθμιση των 100 δόσεων για τις ληξιπρόθεσμες φορολογικές οφειλές που ψηφίστηκε πρόσφατα θα διευκολύνει σε μεγάλο βαθμό τις επιχειρήσεις, δε συμβαίνει όμως το ίδιο για τη ρύθμιση των ασφαλιστικών

οφειλών όπου το πλαίσιο παραμένει ασφυκτικό και δεν θα επιτρέψει την ταυτόχρονη εξυπηρέτηση τρεχουσών εισφορών και παλαιότερων χρεών.

Τέλος, εντοπίστηκαν και στοιχεία σχετικά με την απασχόληση προσωπικού στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Συγκεκριμένα, τα ευρήματα σχετικά με τις τάσεις απασχόλησης ακολουθούν τη συντηρητική συμπεριφορά και τις επιφυλάξεις που έχουν οι επιχειρήσεις για τις μελλοντικές επενδυτικές τους προοπτικές. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, εκτιμάται ότι στο προηγούμενο εξάμηνο (β' εξάμηνο 2014) οι απώλειες θέσεων απασχόλησης στις ΜΜΕ ανήλθαν στις 40.000.

Στο επόμενο εξάμηνο, αναμένεται ο λόγος απολύσεων-προσλήψεων να είναι 1:1,1 (ενώ το Φεβρουάριο του 2014 αυτός ο λόγος ήταν 1:1,6), γεγονός που δεν προοιωνίζεται την άμεση αποκλιμάκωση της ανεργίας και σηματοδοτεί την ανάγκη λήψης δράσεων για την αύξηση της απασχόλησης.

Δεδομένου μάλιστα ότι, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις του ΙΜΕ-ΓΣΕΒΕΕ, 8.500 επιχειρήσεις θα κλείσουν το επόμενο εξάμηνο, αυτό σημαίνει ότι υπάρχει κίνδυνος απώλειας 20.000 θέσεων συνολικής απασχόλησης (εργοδότες, αυτοαπασχολούμενοι, μισθωτοί). Με βάση τη σημερινή οικονομική πραγματικότητα, οι καθαρές ροές απασχόλησης δεν αναμένεται να μεταβληθούν σημαντικά στο επόμενο εξάμηνο.

Οι δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις σχετικά με την καταβολή των μισθών, το ωράριο και τη μορφή απασχόλησης συνεχίζονται, χωρίς να παρέχονται εξωγενείς λύσεις. Το 44,4% των επιχειρήσεων δηλώνει ότι αντιμετωπίζει δυσκολίες στην καταβολή των μισθών. Το γεγονός μάλιστα ότι οι τάσεις επιλογής των ευέλικτων μορφών απασχόλησης παγιώνονται σε ποσοστά άνω του 40% (διευρύνθηκε οριακά στο 43%) αναδεικνύουν ότι προτεραιότητα της νέας κυβέρνησης πρέπει να είναι η παρέμβαση στο πεδίο της πραγματικής οικονομίας (επενδύσεις, σταθερό φορολογικό σύστημα), και όχι επί των ονομαστικών μεγεθών.

5.3 Ευρωπαϊκή Επιτροπή

Κάθε χρόνο, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, κάνει μια ετήσια ανασκόπηση στη πορεία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στα γεωγραφικά όριά της. Σκοπός της έρευνας που διενεργείται, είναι η παροχή πληροφοριών σχετικά με το μέγεθος, τη δομή και τη σημασία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για την ευρωπαϊκή οικονομία και τη συμβολή τους στην ανάπτυξη και την εργασία.

Η τελευταία έρευνα που δημοσιεύτηκε, αφορά τη περίοδο 2013-2014³⁹ και παρακάτω δίδονται τα βασικά σημεία των συμπερασμάτων.

Κατά τη διαδικασία την έρευνας, λαμβάνονται υπόψη 3 βασικοί δείκτες: α) ο αριθμός των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, β) η προστιθέμενη αξία⁴⁰ προερχόμενη από μικρομεσαίες επιχειρήσεις και γ) το προσωπικό που απασχολείται σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Τα βασικά αρχικά συμπεράσματα της έρευνας ορίζονται ως κάτωθι:

- Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις παίζουν ζωτικής σημασίας ρόλο στην ανάπτυξη της εργασίας, απασχολώντας 88,8 εκατομμύρια εργαζόμενους στην Ευρωπαϊκή Ένωση.
- 3,66 τρισεκατομμύρια προστιθέμενης αξίας δημιουργήθηκαν από μικρομεσαίες επιχειρήσεις το 2013 στην Ευρωπαϊκή Ένωση.
- Μη κεφαλαιουχικές επιχειρήσεις κυριαρχούν στον κλάδο των μικρομεσαίων, στο σύνολο των επιχειρήσεων.

³⁹Zakai H., Vidal D., Probst L., Schiersch A., Mattes A., (2014), «*A Partial and Fragile Recovery, Annual Report on European SMEs 2013/2014*», Final Report, July, European Commission., διαθέσιμο στο: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2014/annual-report-smes-2014_en.pdf, ανακτήθηκε την 28/5/2015.

⁴⁰ Προστιθέμενη αξία: αναφέρεται στην εκάστοτε οικονομική επιβάρυνση της αξίας ενός αγαθού ως πρώτη ύλη σε κάθε στάδιο της επεξεργασίας του μέχρι την τελική μορφή του που φθάνει έτοιμο στη κατανάλωση. Wikipedia, διαθέσιμο στο: http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CF%81%CE%BF%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%B8%CE%AD%CE%BC%CE%B5%CE%BD%CE%B7_%CE%B1%CE%BE%CE%AF%CE%B1, ανακτήθηκε την 28/5/2015.

- Γενικές οικονομικές δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες είναι ότι η προστιθέμενη αξία το 2013 αυξήθηκε μόνο κατά 1% σε σχέση με το 2008, ενώ το επίπεδο της απασχόλησης είναι ακόμη κατά 2,6% υπό του επιπέδου που καταγράφηκε το 2008.
- Η απόδοση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων ποικίλλει σημαντικά, ανάμεσα στο μέγεθος, τους τομείς και τα εκάστοτε κράτη μέλη: οι πολύ μικρές επιχειρήσεις είναι αυτές που πλήττονταν περισσότερο κατά τη περίοδο 2008-2013, ο κατασκευαστικός και μεταποιητικός τομέας απέδωσε σε μικρότερα ποσοστά το 2013 σε σχέση με το 2008, ενώ περιορισμένοι τομείς των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και σε συγκεκριμένα κράτη- μέλη σημείωσαν πρόοδο κατά τη συγκεκριμένη περίοδο.

Συμπερασματικά, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις κατέχουν το 99,8% του συνόλου των επιχειρήσεων που λειτουργούν στην ΕΕ, απασχολούν το 66,8% των εργαζομένων και δημιουργούν το 58,1% του συνόλου της προστιθέμενης αξίας των προϊόντων.

Η κατανομή της συμμετοχής των 3 κατηγοριών που ανήκουν στις μικρομεσαίες- πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες- στην απασχόληση και την προστιθέμενη αξία είναι σχεδόν ίσες σε κάθε περίπτωση. Τα ποσοστά για την απασχόληση είναι 43%, 31% και 26% αντίστοιχα, ενώ για την προστιθέμενη αξία τα ποσοστά είναι 37%, 31% και 32%, αντίστοιχα.

Στο τομέα των μη εμπορικών επιχειρήσεων, τα 6 μεγαλύτερα μέλη (Γαλλία, Γερμανία, Ιταλία, Πολωνία, Ισπανία και Αγγλία) συγκεντρώνουν σχεδόν:

- Το 66% όλων των μικρομεσαίων.
- Το 74% της προστιθέμενης αξίας προερχόμενης από μικρομεσαίες.
- Το 69% της συνολικής απασχόλησης σε μικρομεσαίες.

Το μερίδιο των πολύ μικρών επιχειρήσεων στο σύνολο των μικρομεσαίων κυμαίνεται από το 82% στη Γερμανία στο 96% στη Τσεχία, την Ελλάδα και τη Σλοβακία. Πέντε βασικοί τομείς συγκεντρώνουν το 78% όλων των μικρομεσαίων στην ΕΕ:

1. Μεταποίηση.

2. Κατασκευές.
3. Επαγγελματικές, επιστημονικές και τεχνικές δραστηριότητες.
4. Στέγαση και τρόφιμα.
5. Χονδρικό και λιανικό εμπόριο, επισκευή οχημάτων και μοτοσυκλετών.

Οι ίδιοι πέντε τομείς δημιουργούν περίπου το 71% της προστιθέμενης αξίας, ενώ απασχολούν το 79% των εργαζομένων.

Μεταξύ των πέντε προαναφερθέντων τομέων, ο τομέας του χονδρικού- λιανικού εμπορίου είναι ο μεγαλύτερος σχεδόν σε όλα τα κράτη- μέλη της ΕΕ.

Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι οι πολύ μικρές επιχειρήσεις παρουσίασαν άνοδο στην συμμετοχή τους στη προστιθέμενη αξία που ήταν σχεδόν διπλάσια από αυτή των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων το 2013. Συγκεκριμένα, το ποσοστό των πολύ μικρών επιχειρήσεων αυξήθηκε κατά 1,5%, των μικρών κατά 0,7 και των μεσαίων κατά 0,9%.

Παρόλα αυτά, οι πολύ μικρές επιχειρήσεις δεν πορεύτηκαν το ίδιο καλά με τις υπόλοιπες 2 κατηγορίες όσον αφορά το πλήθος τους και την απασχόληση εργαζομένων:

- Ο αριθμός των πολύ μικρών επιχειρήσεων μειώθηκε κατά 0,9% το 2013.
- Ο αριθμός των απασχολούμενων μειώθηκε κατά 1%, ενώ στις υπόλοιπες 2 περιπτώσεις επιχειρήσεων παρέμεινε ουσιαστικά αμετάβλητη.

Όσο κι αν εντοπίστηκαν κάποιες διαφορές ανάμεσα στις 3 κατηγορίες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, στην ουσία η συνολική πορεία του κλάδου των μη εμπορικών επιχειρήσεων, δεν άλλαξε σχεδόν καθόλου κατά τη περίοδο 2008-2013.

Κατά τη διάρκεια της περιόδου 2012-2013, ελάχιστα κράτη- μέλη κατέγραψαν θετικό πρόσημο σε 2 ή 3 από τους δείκτες απόδοσης.

Οι μικρομεσαίες μη κεφαλαιουχικές επιχειρήσεις στη Λιθουανία, Λετονία, Μάλτα και Ρουμανία, παρουσίασαν θετική και δυναμική αποδοτικότητα όσον αφορά το πλήθος, τη προστιθέμενη αξία και την απασχόληση, με κέρδη άνω του 3%.

Οι μικρομεσαίες στη Γερμανία, την Εσθονία, τη Δανία, την Αυστρία, το Λουξεμβούργο και τη Σουηδία, επίσης παρουσίασαν αύξηση, αλλά σε μικρότερο ποσοστό, μεταξύ 0,5% και 3%.

Σε μια ομάδα άλλων 4 κρατών- Αγγλία, Ιρλανδία, Ουγγαρία και Τσεχία- η ανάπτυξη της προστιθέμενης αξίας προερχόμενη από μικρομεσαίες ήταν μάλλον σταθερή μεταξύ -0,5% και 0,5%, ενώ η απασχόληση και ο αριθμός των επιχειρήσεων μεγάλωσε.

Οι μικρομεσαίες στην Ολλανδία, τη Φιλανδία, την Ελλάδα και τη Κύπρο παρουσίασαν αρνητική απόδοση και στους 3 δείκτες, από 0,05% και -3% για τις 2 πρώτες αντίστοιχα και κάτω του -3% για τις υπόλοιπες 2 χώρες. Η Κροατία, επίσης, παρουσίασε μείωση σχετικά με την απασχόληση και την προστιθέμενη αξία, αλλά όχι όσον αφορά τον αριθμό των επιχειρήσεων.

Τελικώς, οι μικρομεσαίες στο Βέλγιο, την Ιταλία, τη Πολωνία, τη Σλοβακία, τη Γαλλία, την Ισπανία και τη Σλοβενία παρουσίασαν μέτρια ανάπτυξη στη προστιθέμενη αξία και μείωση όσον αφορά τον αριθμό των επιχειρήσεων και των απασχολούμενων.

Το 2013, ο αριθμός των μικρομεσαίων και των απασχολούμενων αυξήθηκε μόνο σε 2 τομείς (επιχειρήσεις και λοιπές), ενώ ζημιές παρατηρήθηκαν στις άλλες βιομηχανίες, κυρίως στις κατασκευές. Η απόδοση με όρους προστιθέμενης αξίας ήταν μάλλον θετική, με την εξαίρεση του κατασκευαστικού τομέα.

Η πλειοψηφία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ευρώπη, δεν φαίνεται να έχουν επανέλθει μετά την ύφεση και οι 3 δείκτες το 2013 ήταν ακόμα χαμηλότεροι σε σχέση με τους αντίστοιχους του 2008.

Ο κλάδος των κατασκευών, που συγκεντρώνει το 11% της προστιθέμενης αξίας και το 12% της απασχόλησης, υπέφερε από μια σωρευτική μείωση από το 2008 έως το 2013 με το ποσοστό στη προστιθέμενη αξία το 2013 να είναι κατά 21,7% από ότι το 2008, το επίπεδο της απασχόλησης χαμηλότερο κατά 18% και τον αριθμό των επιχειρήσεων μικρότερο κατά 10,1%.

Ο μεταποιητικός τομέας, επίσης, εμφανίζει ποσοστά μικρότερα σε σχέση με το 2008 με την προστιθέμενη αξία χαμηλότερη κατά 2,9% το 2013 συγκριτικά με το 2008, την απασχόληση μικρότερη κατά 9,9% και τον αριθμό των επιχειρήσεων κατά 5,3% λιγότερες. Σήμερα, ο τομέας αυτός απασχολεί περισσότερα από 17 εκατομμύρια άτομα και δημιουργεί το 21% της προστιθέμενης αξίας στην Ευρώπη.

Η προστιθέμενη αξία από το χονδρικό και λιανικό εμπόριο αυξήθηκε κατά 3,1%, ενώ η απασχόληση και ο αριθμός των επιχειρήσεων εμφανίζεται σταθερός για τη περίοδο 2008-2013. Μόνο η βιομηχανία, απασχολεί το 26% του εργατικού δυναμικού και συγκεντρώνει το 22% της προστιθέμενης αξίας στα προϊόντα.

Στον αντίποδα, ο τομέας των υπηρεσιών επεκτάθηκε σημαντικά μεταξύ των ετών 2008 και 2013, με ποσοστά αύξησης της προστιθέμενης αξίας κατά 7%, της απασχόλησης κατά 5,4% και του αριθμού των επιχειρήσεων κατά 10,2%. Σήμερα, ο κλάδος των υπηρεσιών παράγει το 13% της προστιθέμενης αξίας και απασχολεί 9 εκατομμύρια άτομα.

Ο τομέας της στέγασης και των τροφίμων δείχνει τη μεγαλύτερη ανάπτυξη- 10,4% στη προστιθέμενη αξία και 6,0% στην απασχόληση- ανάμεσα στους 5 τομείς που εξετάστηκαν από την παρούσα έρευνα.

Μέσα από την έρευνα, εξάγεται και η παρατήρηση ότι η απόδοση των μεσαίων επιχειρήσεων, διαφέρει σε σχέση με τις αποδόσεις των πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων:

- Στο κατασκευαστικό κλάδο, οι μεσαίες επιχειρήσεις εμφανίζουν μεγαλύτερες απώλειες στην προστιθέμενη αξία και την απασχόληση κατά τη διάρκεια των ετών 2008 έως 2013, σε σχέση με τις άλλες δύο κατηγορίες εταιρειών.
- Στο μεταποιητικό τομέα, η προστιθέμενη αξία στις μεσαίες επιχειρήσεις παρέμεινε αμετάβλητη κατά τη περίοδο 2008-2013, ενώ στις μικρές μειώθηκε κατά 6% και στις πολύ μικρές κατά 5%.
- Οι μεσαίες επιχειρήσεις επωφελήθηκαν περισσότερο από τις υπόλοιπες από την ανάκαμψη στη ζήτηση στις χονδρικές και λιανικές αγορές, τη παροχή υπηρεσιών και των υπηρεσιών που ανήκουν σε λοιπές υπηρεσίες. Το

γεγονός αυτό, εντοπίστηκε από την αύξηση στην απασχόληση στις μεσαίες επιχειρήσεις κατά τη περίοδο 2008-2013, σε σχέση με τις 2 υπόλοιπες κατηγορίες εταιρειών.

Συμπερασματικά, βάσει των δεικτών που χρησιμοποιήθηκαν στην έρευνα, το 2013 υπήρχαν στην Ευρώπη 354.308 περισσότερες επιχειρήσεις σε σχέση με το 2008, η προστιθέμενη αξία παρουσίασε μικρή αύξηση κατά 44.313, 75 εκατομμύρια, ενώ χάθηκαν 1.962.808 θέσεις εργασίας.

5.4 Οι ΜΜΕ από την σκοπιά του Τύπου

Έχει καταστεί, έως τώρα, σαφές ότι οι ΜΜΕ αποτελούν πόλο έλξης ενδιαφέροντος τις τελευταίες δεκαετίες, τόσο στην Ελλάδα όσο και στις υπόλοιπες χώρες της Ευρώπης. Αποτελούν τον στυλοβάτη των εν λόγω οικονομιών και πάνω τους έχει στηριχτεί σωρεία μελετών από οικονομολόγους για τον τρόπο που μπορούν αυτές να αξιοποιηθούν κατά το καλύτερο δυνατό τρόπο και συνεχώς αναπτύσσονται νέες εφαρμογές εκμετάλλευσης του κάθε είδους κέρδους που μπορεί να προκύψει από την επένδυση σε μια μικρομεσαία επιχείρηση.

Ως εκ τούτου, οι ΜΜΕ αποτελούν συχνά σημείο αναφοράς και σχολιασμού στα διάφορα έντυπα οικονομικού περιεχομένου και μη, στην Ελλάδα και στον ευρύτερο ευρωπαϊκό χώρο. Παρακάτω, θα αναφερθούν συγκεκριμένα δημοσιευμένα άρθρα των τελευταίων ετών που αναφέρονται σε ποικίλα θέματα σχετικά με τις ΜΜΕ, δίνοντας τη δυνατότητα καλύτερης κατανόησης της σημασίας τους στη λειτουργία της οικονομίας.

5.4.1 Ελληνικός Τύπος

Το 2003, ήταν ήδη αναγνωρισμένη η σημασία αξιοποίησης των ΜΜΕ για τις οικονομίες, με αποτέλεσμα να γίνεται προσπάθεια ώθησής τους για την αποτελεσματικότερη λειτουργία τους. Στις 29 Οκτωβρίου 2003, δημοσιεύτηκε στην

ηλεκτρονική σελίδα της εφημερίδας ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ, άρθρο με τίτλο «*Νέο πρόγραμμα του ΟΠΕ για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις*», όπου συγκεκριμένα αναφέρονταν τα κάτωθι:

«Νέο ολοκληρωμένο πρόγραμμα υποβοήθησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) σε τομείς που σχετίζονται με την ανάπτυξη των εξαγωγών τους, ανακοίνωσε ότι έχει εκπονήσει ο Ελληνικός Οργανισμός Εξωτερικού Εμπορίου (ΟΠΕ Α.Ε.)»⁴¹.

Σημαντικό ρόλο στην υλοποίηση του προγράμματος αυτού καλούνται να παίξουν έμπειροι σύμβουλοι εξαγωγών που θα προσφέρουν πολύτιμη γνώση και εμπειρίες στις ΜΜΕ που επιθυμούν να επεκταθούν στις διεθνείς αγορές.

Για το σκοπό αυτό ο ΟΠΕ προχώρησε στην πρωτοβουλία «ΠΡΩΤΕΥΣ» για την ανάδειξη ειδικών συμβούλων εξαγωγών και μέσω της οποίας ο ΟΠΕ απευθύνεται σε άτομα (επιστήμονες, εμπειρογνώμονες, επαγγελματίες) και σε εταιρείες συμβούλων επιχειρήσεων που επιθυμούν να θέσουν τις δεξιότητες και τις γνώσεις τους στη διάθεση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων της χώρας που επιθυμούν να επεκταθούν στις ξένες αγορές συμβάλλοντας έτσι αποφασιστικά στην προσπάθεια διεύρυνσης του ζωτικού τους χώρου.

Οι ειδικοί αυτοί θα λειτουργήσουν ως σύμβουλοι εξαγωγών που θα βοηθήσουν τις ελληνικές ΜΜΕ να ξεπεράσουν τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν τόσο στην προετοιμασία της εξαγωγής στο εσωτερικό όσο και στην υλοποίηση της εξαγωγής στο εξωτερικό με σύντομο και αποτελεσματικό τρόπο αλλά και το χαμηλότερο δυνατό κόστος.

Καλούνται επίσης μικρομεσαίες επιχειρήσεις που επιθυμούν να επεκταθούν στις ξένες αγορές να εκφράσουν το ενδιαφέρον τους απευθυνόμενες στις σχετικές υπηρεσίες του ΟΠΕ.

Παρατηρείται ένα έντονο ενδιαφέρον στήριξης για την επέκταση των ΜΜΕ και στις ξένες αγορές. Ο Ελληνικός Οργανισμός Εξωτερικού Εμπορίου, ανέλαβε πρωτοβουλία

⁴¹ «Νέο πρόγραμμα του ΟΠΕ για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις », (2003), *Η Ναυτεμπορική*, 29 Οκτωβρίου, διαθέσιμο στο: <http://www.naftemporiki.gr/finance/story/50214/neo-programma-tou-ope-gia-tis-mikromesaies-epixeiriseis>, ανακτήθηκε την 23/5/2015.

προκειμένου να υποστηριχθούν και με επιστημονικό προσωπικό οι ΜΜΕ στη προσπάθειά τους να επεκτείνουν το αγοραστικό τους κοινό και στο εξωτερικό. Δε πρέπει να λησμονείται ότι η Ελλάδα υπήρξε ανέκαθεν εισαγωγική χώρα, με μικρή εμπειρία στις εξαγωγές και άρα η τότε πρωτοβουλία του Οργανισμού για τις ΜΜΕ, ήταν ιδιαίτερος σημαντική.

Ένα ακόμα βασικό στοιχείο είναι η τεράστια τεχνολογική εξέλιξη των τελευταίων δεκαετιών με αποκορύφωμα την κυριαρχία του Internet, σχεδόν, σε κάθε επαγγελματική δραστηριότητα. Δεν θα μπορούσε να μην γίνει ορατή και στο χώρο των ΜΜΕ. Στις 29/9/2007, άρθρο στην ηλεκτρονική σελίδα της εφημερίδας «ΤΟ ΒΗΜΑ», με τίτλο «*Το γρήγορο Internet κατακτά και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις*», ανέφερε:

«Η σημαντική αύξηση του ποσοστού διείσδυσης του γρήγορου Internet στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι το βασικό συμπέρασμα πρόσφατης έρευνας που εκπόνησε η εταιρεία Opinion AE για λογαριασμό του Εθνικού Δικτύου Έρευνας & Τεχνολογίας (ΕΔΕΤ), στο πλαίσιο του προγράμματος e-businessforum.

Η έρευνα αγοράς για το ηλεκτρονικό επιχειρείν πραγματοποιείται σε ετήσια βάση και έχει στόχο τη διερεύνηση και την καταγραφή των αναγκών ενημέρωσης και επιμόρφωσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για να μπορέσουν να αξιοποιήσουν το Διαδίκτυο, το ηλεκτρονικό επιχειρείν και γενικότερα τις νέες τεχνολογίες.

Το εντυπωσιακότερο αποτέλεσμα της έρευνας ήταν η ραγδαία αύξηση του ποσοστού των επιχειρήσεων χρηστών Internet που χρησιμοποιούν σύνδεση ADSL, το οποίο υπερδιπλασιάστηκε από 27% το 2005 (και 9% το 2004) σε 62% το 2006, με αντίστοιχη υποχώρηση των dial-up συνδέσεων.

Σε γενικές γραμμές, η χρήση νέων τεχνολογιών από τις ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις παρουσίασε ελαφρά αυξητικές τάσεις. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας, το ποσοστό των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν ηλεκτρονικό υπολογιστή αυξήθηκε κατά το έτος 2005 σε 45%, από 44% την προηγούμενη χρονιά, οδηγούμενο κυρίως από την αύξηση της χρήσης των φορητών υπολογιστών που κατέχουν πια ποσοστό 12% (από 9% το 2005). Παράλληλα, η χρήση Internet αυξήθηκε σε 34% το 2006, από 31% το 2005.

Συνολικά, η κατοχή διευθύνσεων e-mail είναι 30% (88% των συνδεδεμένων επιχειρήσεων στο Internet), ενώ στο 9% έφθασε το ποσοστό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων με ιστοσελίδα στο Διαδίκτυο. Πολύ χαμηλή διείσδυση καταγράφεται ακόμη για τις ηλεκτρονικές αγορές (3%) και πωλήσεις (9%), ενώ πολύ χαμηλός είναι και ο βαθμός συμμετοχής σε κάποια ηλεκτρονική αγορά (e-marketplace). Τέλος, η χρήση εταιρικών κινητών τηλεφώνων στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις αγγίζει το 21%. Τα σημαντικότερα κίνητρα απόκτησης Η/Υ για τις επιχειρήσεις παραμένουν οι εμπορικές εφαρμογές, η διαχείριση αποθεμάτων, ο αυτοματισμός γραφείου, οι εφαρμογές λογιστηρίου και η χρήση του Διαδικτύου. Παράλληλα, το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο σε συνδυασμό με την ενημέρωση αποτελούν τους σημαντικότερους λόγους χρήσης του Διαδικτύου.

Ο κυριότερος παράγοντας μη χρήσης υπολογιστών και Διαδικτύου παραμένει η φύση του αντικειμένου εργασίας. Ας σημειωθεί ότι το 78% των επιχειρήσεων που δεν χρησιμοποιούν υπολογιστή (και 43% επί του συνόλου) δήλωσε ότι δεν προτίθενται να το πράξουν και στο άμεσο μέλλον.

Να σημειωθεί ότι η Ελλάδα ήταν το 2006 η ταχύτερα αναπτυσσόμενη χώρα παγκοσμίως στην ευρυζωνικότητα σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία όλων των διεθνών οργανισμών. Οι τιμές των ευρυζωνικών συνδέσεων για τους πολίτες μειώθηκαν περισσότερο από 85% τα τελευταία 3,5 έτη χάρη στην ανάπτυξη του ανταγωνισμού στον τομέα των ηλεκτρονικών επικοινωνιών και τις δράσεις της Ψηφιακής Στρατηγικής. Να σημειωθεί ότι την ίδια χρονιά μετρήθηκε ότι το 92,5% των ελληνικών επιχειρήσεων- με πάνω από δέκα εργαζομένους- και το 38% των μικρότερων επιχειρήσεων έχουν ήδη πρόσβαση στο Διαδίκτυο. Κατά το 2006 επίσης αυξήθηκε και ο αριθμός των νοικοκυριών με πρόσβαση στο Διαδίκτυο»⁴².

⁴²« Το γρήγορο Internet κατακτά και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις », (2007), *Το Βήμα*, 29 Σεπτεμβρίου, διαθέσιμο στο: <http://www.tovima.gr/finance/finance-news/article/?aid=214963&wordsinarticle=%CE%9C%CE%99%CE%9A%CE%A1%CE%9F%CE%9C%CE%95%CE%A3%CE%91%CE%99%CE%95%CE%A3%3b%CE%95%CE%A0%CE%99%CE%A7%CE%95%CE%99%CE%A1%CE%97%CE%A3%CE%95%CE%99%CE%A3>, ανακτήθηκε την 25/5/2014.

Παρατηρείται μια σταδιακή ροπή ενδιαφέροντος των ΜΜΕ προς τις διεξόδους που μπορεί να προσφέρει η χρήση του Internet, σε διάφορα στάδια λειτουργίας της επιχείρησης. Με τη χρήση του Internet, ο χρόνος που απαιτείται για την επικοινωνία μειώνεται στο ελάχιστο, ενώ πολλές χρονοβόρες διαδικασίες του παρελθόντος εκτελούνται άμεσα και πιο αποτελεσματικά. Η χρήση των e-mails από τις επιχειρήσεις, εξυπηρετεί την ταχύτερη παραγγελιοληψία, μεταφέρει άμεσα την πληροφορία από τον παραγωγό στο πελάτη και το αντίστροφο, ενώ ταυτόχρονα δίνεται η δυνατότητα ηλεκτρονικής αποθήκευσης στοιχείων. Η εκμετάλλευση, βέβαια, του μέσου αυτού εξαρτάται και από τη φύση του αντικείμενου εργασίας της κάθε επιχείρησης και γι αυτό το λόγο δεν ήταν δυνατόν να εφαρμοστεί παντού. Γεγονός, όμως, παραμένει ότι από την εποχή που δημοσιεύτηκε το πιο πάνω άρθρο μέχρι και σήμερα, η χρήση του Internet στις ΜΜΕ έχει εδραιωθεί.

Σε έρευνα του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ) που δημοσιεύτηκε την 26/2/2014 τα αποτελέσματα έδειξαν ότι οι μικρές επιχειρήσεις κυριαρχούσαν στην ελληνική οικονομία⁴³.

Συγκεκριμένα, στο κείμενο που δημοσιεύτηκε και στηριζόταν στην έρευνα για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, με τίτλο: «*Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012-13: Ενδείξεις ανάκαμψης της μικρής επιχειρηματικότητας;*» αναφερόταν ότι περισσότερα από 450.000 άτομα, που αντιστοιχούσαν στο 6,5% του ενεργού πληθυσμού (ηλικίες 18-64 ετών) ήταν σε φάση εκκίνησης επιχειρηματικής δραστηριότητας το 2012.

Από την έρευνα προέκυψε ότι η κρίση είχε θέσει σε κίνηση κάποιες διαδικασίες αναδιάρθρωσης, ακόμα και στο επίπεδο της μικρής επιχειρηματικότητας που χαρακτηρίζει το ελληνικό επιχειρείν. Η ποιοτική βελτίωση των επιχειρηματικών εγχειρημάτων αποτυπώνονταν στην άνοδο του ποσοστού των νέων επιχειρήσεων που προσφέρουν υπηρεσίες προς επιχειρήσεις και, αντίστροφα, στη μείωση του ποσοστού εκείνων που απευθύνονταν στον τελικό καταναλωτή.

⁴³ «Κυριαρχούν οι μικρές επιχειρήσεις στην ελληνική οικονομία – έρευνα ΙΟΒΕ», (2014), *Η Καθημερινή*, 26 Φεβρουαρίου 2014, διαθέσιμο στο: <http://www.kathimerini.gr/755780/article/oikonomia/epixeirhseis/kyriarchoyn-oi-mikres-epixeirhseis-sthn-ellhnikh-oikonomia--ereyna-iove>, ανακτήθηκε την 30/5/2015.

Από την άλλη πλευρά, η έρευνα κατέγραψε τη μείωση του ποσοστού του πληθυσμού που ήταν σε φάση εκκίνησης επιχειρηματικής δραστηριότητας, τάση που συνδεόταν με τη δυσμενή οικονομική κατάσταση στην οποία βρισκόταν τη δεδομένη στιγμή η χώρα. Επίσης, από την έρευνα προέκυψε ότι η κρίση δεν είχε επηρεάσει τη διάρθρωση της εγχώριας οικονομίας με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να κυριαρχούν.

Αναλυτικότερα, όπως προαναφέρθηκε, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έκθεσης, στην Ελλάδα πάνω από 450.000 άτομα, που αντιστοιχούν στο 6,5% του ενεργού πληθυσμού (ηλικίες 18-64 ετών) βρισκόταν σε φάση εκκίνησης επιχειρηματικής δραστηριότητας το 2012. Το ποσοστό αυτό είναι σημαντικά χαμηλότερο από το 8% που είχε καταγραφεί το 2011 για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Η πτώση συνδέεται με την οικονομική κατάσταση στην οποία βρισκόταν η χώρα, καθώς η ύφεση είχε συρρικνώσει τις επιχειρηματικές πρωτοβουλίες που θεωρούνταν βιώσιμες.

Έτσι, ενώ το 2011 η Ελλάδα κατατάσσόταν στην 4η υψηλότερη θέση ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας, το 2012 βρισκόταν στη 12η θέση. Μάλιστα, τα πρώτα στοιχεία από την έρευνα του 2013 κατέγραψαν μια περαιτέρω πτώση του δείκτη στο 5,5%. Αυτό σημαίνει ότι ο αριθμός των ατόμων που βρίσκονταν σε φάση εκκίνησης επιχειρηματικής δραστηριότητας το 2013 ήταν περίπου 380.000 άτομα ή 70.000 λιγότεροι σε σχέση με το 2012.

Πάνω από το ένα τρίτο (36,32%) των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων προερχόταν από το ηλικιακό κλιμάκιο 25- 34 ετών. Πρόκειται για θετικό γεγονός, καθώς μπορεί να υποτεθεί ότι οι νεότερες ηλικίες φέρνουν μαζί τους στον επιχειρηματικό στίβο νέες ιδέες και διάθεση πειραματισμού.

Αναφορικά με τον δείκτη καθιερωμένης επιχειρηματικότητας η Ελλάδα παρουσίασε την υψηλότερη επίδοση μεταξύ των χωρών καινοτομίας (12,3%). Ωστόσο, ήταν σαφώς χαμηλότερο το ποσοστό σε σχέση με το 2011 (15,8%). Παρατηρείται, ότι ενώ το 2012 ήταν το χειρότερο έτος της ύφεσης στην οποία βρισκόταν η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, με ότι αυτό συνεπαγόταν για τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και την ανεργία, η δομή της ελληνικής οικονομίας ως βασιζόμενη στη μικρή επιχείρηση δεν μεταβλήθηκε. Η κυριαρχία των μικρών επιχειρήσεων στην ελληνική οικονομία φαίνεται ότι υποχωρούσε μόλις οριακά. Η Ελλάδα ήταν και παραμένει οικονομία μικροεπιχειρηματιών.

Δεδομένης της δεινής οικονομικής θέσης που βρισκόταν η Ελλάδα τη περίοδο που έλαβε χώρα η έρευνα του IOBE, παρατηρείται και επισφραγίζεται ξανά η αντοχή και η σημασία των ΜΜΕ στην ελληνική οικονομία.

5.4.2 Ξένος Τύπος

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν αποτελούν μορφή εταιρειών που απαντάται μόνο στον ελληνικό χώρο. Τέτοιου μεγέθους επιχειρήσεις υφίστανται παγκοσμίως και λειτουργούν στα όρια σχεδόν όλων των κρατών. Άρα, θέματα που σχετίζονται με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις προβληματίζουν και απασχολούν ειδικούς κι επιχειρηματίες διεθνώς. Στη παρούσα ενότητα παρατίθενται δημοσιευμένα άρθρα στο ξένο Τύπο όπου γίνεται λόγος σε θέματα σχετικά με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Το 2011, αυτό που προβληματίζε έντονα τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στον ευρωπαϊκό χώρο ήταν η επίτευξη εξαγωγών, με σκοπό την αύξηση των κερδών τους.

Σε άρθρο του Baigorri στο Bloomberg⁴⁴, συγκεκριμένα, αναφερόταν ότι οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις της ευρωπαϊκής περιφέρειας, δηλαδή της Ιρλανδίας, της Ισπανίας, της Ελλάδας, της Πορτογαλίας και της Ιταλίας, δέχονταν ασφυκτικές πιέσεις καθώς οι εγχώριες αγορές τους συνεχώς υποχωρούσαν, ενώ σαν μοναδική ευκαιρία φαινόταν να είναι η επιλογή της εξαγωγής των προϊόντων τους.

Η προσπάθεια αυτή θεωρούνταν δύσκολη, δεδομένου ότι οι αντίστοιχες γερμανικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις ήδη κυριαρχούσαν στη παγκόσμια αγορά. Αντίθετα, οι περίπου 8 εκατομμύρια μικρομεσαίες της περιφέρειας, που απασχολούσαν 27 εκατομμύρια εργαζόμενους, πάλευαν επί χρόνια να ξεπεράσουν τα υψηλά εργατικά κόστη, τα κόστη μεταφοράς και εγκατάστασης στις εγχώριες αγορές. Με αυτά τα κόστη, οι επιχειρήσεις της περιφέρειας, αναγκαστικά παρήγαγαν προϊόντα δευτερεύουσας τεχνολογίας και δεν ήταν ικανές να ανταπεξέλθουν στο παγκόσμιο ανταγωνισμό.

⁴⁴Baigorri, M., (2011), Europe's Small Businesses Seek Exports—Fast, Bloomberg, November 10, διαθέσιμο στο: <http://www.bloomberg.com/bw/magazine/europes-small-businesses-seek-exportsfast-11102011.html>, ανακτήθηκε την 30/5/2015.

Επιπλέον, η κατάσταση γινόταν ακόμα πιο δύσκολη, δεδομένου ότι οι περισσότερες από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις της ευρωπαϊκής περιφέρειας εμπλέκονταν με τον κατασκευαστικό κλάδο, όπου τις τελευταίες δεκαετίες το κέρδος ήταν αρκετά χαμηλό.

Το άρθρο αναφέρεται στη περίπτωση της ελληνικής επιχείρησης ΒΙΟΣΩΛ, η οποία δραστηριοποιούνταν από το 19^ο αιώνα στο κατασκευαστικό κλάδο και συγκεκριμένα στο κλιματισμό, όπου το 2008 τα κέρδη της μειώθηκαν κατά 57%, 14εκ. ευρώ σε αξία, ενώ το προσωπικό της συρρικνώθηκε στους εκατό από τους 250 αρχικά εργαζόμενους.

Οι δύο δυσμενέστεροι παράγοντες που είχαν να αντιμετωπίσουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ήταν το υψηλό εργατικό κόστος και η χαμηλή παραγωγικότητα, σύμφωνα με τον GerhardHuemer, διευθυντή της Οικονομικής και Δημοσιονομικής Αρχής του Ευρωπαϊκού Συνδέσμου Κατασκευών, Μικρών και Μεσαίων επιχειρήσεων. Αντίθετα, στη Γερμανία, την Αυστρία και την Ελβετία οι επιχειρήσεις διαρκώς εκπαίδευαν εργαζόμενους με σκοπό να μειώσουν το εργατικό κόστος.

Έτσι, το 40% των νέων που δεν είχαν πτυχίο εντάσσονταν σε εκπαιδευτικά προγράμματα, ώστε να αποκτήσουν υψηλού επιπέδου κατάρτιση. Στην Ισπανία, όμως, άτομα μικρής εξειδίκευσης απαιτούσαν υψηλούς μισθούς που οι επιχειρήσεις δεν ήταν σε θέση να παρέχουν. Εταιρείες παροχής τεχνολογίας και λογισμικού που επετύγχαναν υψηλή παραγωγικότητα, εντοπίζονταν και πάλι στη Γερμανία, παρά στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις της περιφέρειας.

Στο προαναφερθέν άρθρο, εντοπίζεται, πέρα από την ανάγκη εξαγωγής των προϊόντων από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις της ευρωπαϊκής περιφέρειας, ο ισχυρός ανταγωνισμός που αυτές δέχονταν από εύρωστα οικονομικά κράτη της Ευρώπης, όπως η Γερμανία, που είχαν τη δυνατότητα και να είναι επαρκώς παραγωγικά, αλλά και να επιτυγχάνουν τη παραγωγή αυτή με χαμηλό κόστος. Οι προκλήσεις, δηλαδή, δεν προέρχονταν μόνο από τις αδυναμίες των εγχώριων αγορών της περιφέρειας, αλλά και από τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα των άλλων ευρωπαϊκών χωρών.

Οι Anderson και Ott, με άρθρο τους στους *New York Times*⁴⁵, υποστήριζαν την απελευθέρωση των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων. Προσδιορίζοντας τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις στην Ευρώπη σαν τη κινητήρι μηχανή της Οικονομίας, θεωρούσαν ότι αυτές πρέπει να τύχουν μεγάλης προσοχής και να τους δοθεί ώθηση ώστε να εξελιχθούν παγκοσμίως. Για να επιτευχθεί αυτή η ώθηση, απαραίτητη θεωρούνταν η πρόσβαση στη πληροφορία, ο περιορισμός των εμποδίων στη προσέγγιση κεφαλαίων καθώς και η εξάλειψη των κανονισμών που υποσκάπτουν την ανάπτυξη και την απασχόληση.

Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις στην Ευρώπη, προσδιοριζόταν ότι παρείχαν 2 στις 3 θέσεις εργασίας, ενώ κάλυπταν το 58% της παραγωγικής δραστηριότητας. Ο κλάδος περιελάμβανε από μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις μέχρι μεσαίου μεγέθους εταιρείας που προμήθευαν κυρίαρχες κατασκευαστικές επιχειρήσεις. Για τη πλήρη ανάκαμψη της Ευρώπης κρινόταν αναγκαίος ο εντοπισμός των αιτιών που απέκοπταν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις από τη χρηματοδότηση, η ανεύρεση κι εφαρμογή λύσεων.

Αρχικό πρόβλημα αναφερόταν η έλλειψη εύκολης πρόσβασης σε χαμηλού κόστους πληροφορίες σχετικά με τις πιστώσεις. Τέτοιες πληροφορίες συχνά είναι διασκορπισμένες σε διάφορες πηγές. Για παράδειγμα, στην Ιρλανδία και την Ολλανδία, δεν υπήρχε κάποιο αρχείο πιστώσεων από μια κεντρική τράπεζα που θα επέτρεπε σε άλλες τράπεζες να ελέγξουν την έκθεσή τους σε σχέση με συνολικό οφειλόμενο χρέος από μια μικρή επιχείρηση. Άλλες διατάξεις, στην ουσία εμπόδιζαν την διαρροή πληροφοριών σε αυτούς που τη χρειάζονταν περισσότερο. Στη Πορτογαλία, περιορισμοί στην πρόσβαση σε ιστορικά στοιχεία σχετικά με υποψήφιους νέους πελάτες, παρεμπόδιζαν την ικανότητα των τραπεζών και των επενδυτών να κρίνουν το κίνδυνο.

Η δεύτερη αντιξοότητα, εντοπιζόταν σχετικά με τους φόρους και τις νομικές δικλίδες που υπέσκαπταν την προσπάθεια των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στο να επιτύχουν ευμενέστερη οικονομική θέση. Στην Ισπανία, για παράδειγμα, επιβαλλόταν εξωτερικός λογιστικός έλεγχος σε μια επιχείρηση η οποία παρουσίαζε για ένα έτος ακαθάριστα έσοδα ύψους 6 εκατ. Ευρώ.

⁴⁵ Anderson, J. and Ott, J., (2013), Freeing Europe's Small Businesses, *New York Times*, November 19, διαθέσιμο στο: http://www.nytimes.com/2013/11/20/opinion/freeing-europes-small-businesses.html?_r=1, ανακτήθηκε την 31/5/2015.

Πέρα των θεμάτων που σχετίζονται με τράπεζες, μερικές χώρες υστερούσαν στην εξεύρεση επενδυτικών πηγών που θα μπορούσαν να ενισχύσουν τις επιχειρήσεις σε διάφορα στάδια της ωρίμανσής τους. Στην Ιταλία, τη Πορτογαλία, την Ελλάδα και την Ισπανία, χώρε που οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις κατέχουν εξέχοντα ρόλο, εντοπιζόταν ελάχιστη εσωτερική υποστήριξη σχετικά με οικονομικά και νομικά θέματα.

Το άρθρο καταλήγει με την αισιόδοξη τάση που παρουσιαζόταν για την ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ευρώπη, δεδομένου ότι είχε αναγνωριστεί η σημασία τους για την Οικονομία. Βέβαια, κρινόταν πρωταρχικής σημασίας η συλλογική προσπάθεια από το εκάστοτε κράτος, με την διευκόλυνση των διαδικασιών προς τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις όφειλαν να δρουν αποτελεσματικά, όχι μόνο σε τοπικό κι εγχώριο επίπεδο, αλλά ήταν σε θέση να αποτελέσουν καταλύτες τις παγκόσμιας Οικονομίας.

5.4.3 Συμπερασματικά

Τα δεδομένα που παρατέθηκαν στη παρούσα ενότητα, αντικατοπτρίζουν το ρόλο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη παγκόσμια αγορά. Πρόκειται για μια υψίστης σημασίας κατηγορία εταιρειών που ενυπάρχει σε κάθε Οικονομία, επηρεάζοντας σημαντικά τους μηχανισμούς λειτουργίας της. Τόσο στην Ελλάδα, όσο και στην Ευρώπη, αλλά και τον υπόλοιπο κόσμο, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις ανέκαθεν αποτελούσαν σημείο επιστημονικής μελέτης κι εμβάθυνσης καταδεικνύοντας τον ηγετικό τους ρόλο στον επιχειρηματικό χώρο.

Με τη χρήση ποσοστών και αριθμών, πάντα η οποιαδήποτε ανάλυση γίνεται πιο κατανοητά και συγκεκριμένη. Εν προκειμένω, τα στοιχεία από τις έρευνες και τον Τύπο που αναφέρθηκαν καταδεικνύουν, πέρα από την αδιαμφισβήτητη σημασία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στις οικονομίες, τη πορεία που αυτές ακολούθησαν τα τελευταία έτη, δεδομένης της οικονομικής κρίσης. Δεν ήταν δυνατόν να μην υπάρξει βαθμός επηρεασμού- είτε μεγάλος, είτε μικρός- σε οργανισμούς που δρουν μέσα σε κοινωνίες και οικονομίες και παρά το γεγονός ότι οι συνθήκες των τελευταίων ετών δεν υποβοηθούν την ανάπτυξη, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις κρατούν σθεναρή αντίσταση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 Σύγκριση μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε Ελλάδα, Αγγλία και Ελβετία

Στη παρούσα ενότητα, γίνεται αναφορά στην κατάσταση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε 3 ευρωπαϊκές χώρες, οι οποίες δεν έχουν κοινό νόμισμα. Συγκεκριμένα, δίδονται στοιχεία για τις ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις που συναλλάσσονται σε ευρώ (€), τις αγγλικές που συναλλάσσονται σε λίρες (£) και τις ελβετικές που συναλλάσσονται σε ελβετικά φράγκα (Chf).

Τα στοιχεία έχουν αντληθεί από έρευνες επίσημων φορέων σε κάθε χώρα, όπως στατιστικές αρχές, και αναφέρονται στη περίοδο του 2014. Η πλειοψηφία τους αναφέρεται στην Ελλάδα, δεδομένου ότι είναι πιο εύκολη η πρόσβαση σε πηγές πληροφοριών της οικείας χώρας.

6.1 Ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις

Τον Ιούλιο του 2014, το Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων Γενικής Συνομοσπονδίας Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας (ΙΜΕ- ΓΣΕΒΕΕ), δημοσίευσε τα επίσημα αποτελέσματα έρευνας που πραγματοποιήθηκε σε δείγμα 1.051

μικρομεσαίων επιχειρήσεων, στη προσπάθεια εντοπισμού του οικονομικού κλίματος κατά το 1^ο εξάμηνο του 2014⁴⁶.

Τα σημαντικότερα συμπεράσματα της έρευνας, δίδονται παρακάτω.

Δύο στις τρεις μικρομεσαίες επιχειρήσεις διαπίστωσαν σε αυτό το εξάμηνο ότι μειώθηκε ο τζίρος τους, η ζήτηση και οι παραγγελίες ενώ η συνολική πτώση στο τζίρο σε ετήσια βάση (Ιούλιος 2013- Ιούλιος 2014) μειώθηκε κατά 20% και από την έναρξη της κρίσης άγγιξε το 74%. Μία στις πέντε μικρομεσαίες επιχειρήσεις εκτιμούσαν ότι υπάρχει υψηλός κίνδυνος να διακόψουν τη λειτουργία τους μέχρι το τέλος του χρόνου.

Πιο δραματική εντοπιζόταν η κατάσταση για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις καθώς περισσότερες από τις μισές δήλωναν ότι κινδυνεύουν να κλείσουν μέσα στο επόμενο εξάμηνο. Αντίστοιχη εικόνα διαγραφόταν στην απασχόληση, στη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων, στις υποχρεώσεις και στις οφειλές.

6.1.1 Γενική οικονομική κατάσταση των επιχειρήσεων

Μολονότι οι μακροοικονομικοί δείκτες οδηγούσαν στο συμπέρασμα ότι η ελληνική οικονομία είχε σταθεροποιηθεί, οι δείκτες που αφορούσαν την επιχειρηματική δραστηριότητα, ιδιαίτερα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, εξακολουθούσαν να είναι αρνητικοί. Σχεδόν τα 2/3 των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων παρέμεναν σε καθοδική τροχιά χωρίς να διαφαίνονται προοπτικές ανάκαμψης. Για το α' εξάμηνο του 2014, η αποτίμηση παρέμενε αρνητική, αφού το 64,7% των επιχειρήσεων δήλωνε ότι η κατάσταση τους επιδεινώθηκε.

Πιο αναλυτικά, σχεδόν 2 στις 3 επιχειρήσεις διαπιστώνουν και σε αυτό το εξάμηνο μείωση του τζίρου (64,3%), της ζήτησης(64,4%), των παραγγελιών (67,8%). Ιδιαίτερα αρνητικοί ήταν οι δείκτες ρευστότητας και επένδυσης, αφού για ακόμη μια φορά

⁴⁶ «Έρευνα IME ΓΣΕΒΕΕ- Ιουλίου 2014 - Εξαμηνιαία αποτύπωση οικονομικού κλίματος στις μικρές επιχειρήσεις», IME ΓΣΕΒΕΕ και MARCAE, (2014), διαθέσιμο στο: http://www.imegsevee.gr/images/ereunes/ioulios_2014/parousiasi_ereuna_aug2014.pdf, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

το 72,8% των επιχειρήσεων παρουσίασε επιδείνωση στο δείκτη ρευστότητας, ενώ μόλις το 8,7% προχώρησε σε επενδύσεις.

6.1.2 1^ο εξάμηνο 2014

Συνολικά, η αποτίμηση του 1^{ου} εξαμήνου 2014 εξακολουθούσε να είναι αρνητική για όλους τους δείκτες. Πάνω από 2 στις 3 επιχειρήσεις (64,7%) κατέγραφαν επιδείνωση της γενικής οικονομικής τους κατάστασης. Στα επί μέρους μεγέθη των επιχειρήσεων, επιδείνωση σημειώθηκε:

- Ø στον κύκλο εργασιών για το 64,3% των επιχειρήσεων
- Ø στη ζήτηση για το 64,4 %
- Ø στη ρευστότητα το 72,8 %
- Ø στις παραγγελίες το 67,8%
- Ø στις επενδύσεις: αύξηση καταγράφει το 8,7%, μείωση το 34,8% και στασιμότητα το 54,7%

Ο μέσος όρος μείωσης του κύκλου εργασιών άγγιξε το 20%, μικρότερος από το 22,9% της αντίστοιχης μείωσης που καταγράφηκε στο προηγούμενο εξάμηνο. Σε χειρότερη θέση βρίσκονταν οι πολύ μικρές επιχειρήσεις - με μικρό τζίρο και ελάχιστο προσωπικό- καθώς επίσης και οι επιχειρήσεις που συμπλήρωναν πάνω από 10 χρόνια λειτουργίας.

Από τα στοιχεία προέκυψε συνέχιση της αρνητικής τροχιάς που είχε ξεκινήσει από το 2010. Το εκκρεμές της ελληνικής οικονομίας μπορεί να είχε σταθεροποιηθεί σε ένα πολύ χαμηλό σημείο ισορροπίας ύστερα από μια περίοδο σωρευτικής ύφεσης 25%, αλλά οι εφαρμοζόμενες οικονομικές πολιτικές και η έκρηξη των οφειλών υπέσκαπταν κάθε προοπτική ανάκαμψης.

Σημαντικό σημείο, από τους δείκτες αποτίμησης του 1^{ου} εξαμήνου του 2014, η διατήρηση του υψηλού ποσοστού επιδείνωσης που παρουσίαζε ο δείκτης ρευστότητας σε συνδυασμό με τη μείωση της επενδυτικής δραστηριότητας. Επρόκειτο για έναν αυτοτροφοδοτούμενο φαύλο κύκλο έλλειψης ρευστότητας και αποεπένδυσης, που ουσιαστικά στερούσε από τον ιδιωτικό τομέα την αναπτυξιακή του δυναμική και την αυτόνομη δυνατότητα ανάκαμψης.

6.1.3 2^ο εξάμηνο 2014

Η πορεία των επιχειρήσεων το 2^ο εξάμηνο σε όλα τα μεγέθη αποτυπώνει επιδείνωση του οικονομικού κλίματος, γεγονός που καταδεικνύει το διάχυτο αίσθημα ρευστότητας και ανασφάλειας που διατηρούν οι επαγγελματίες για το οικονομικό περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται. Οι επιχειρηματικές αρνητικές προσδοκίες για το 2^ο εξάμηνο του 2014 επιβεβαιώνονται (56,1% έναντι 51,1% στην προηγούμενη μέτρηση Φεβρουαρίου 2014, το ισοζύγιο θετικών-αρνητικών απαντήσεων επιδεινώθηκε σημαντικά).

Συνολικά, σε όλους τους δείκτες οικονομικού κλίματος καταγράφεται επιδείνωση και απαισιοδοξία για πάνω από τις μισές επιχειρήσεις. Σε αυτήν την εξέλιξη συντέλεσαν καίρια τόσο οι διαδοχικές φορολογικές επιβαρύνσεις που δέχονται οι πολίτες, όσο και τα αναιμικά μακροοικονομικά αποτελέσματα, τα οποία δεν ενισχύουν το σενάριο εξόδου από την ύφεση και τροχιάς οικονομικής ανόδου. Στους ειδικότερους δείκτες, επιδείνωση παρατηρείται:

- Ø στον κύκλο εργασιών το 54,1% των επιχειρήσεων
- Ø στη ζήτηση το 54,6%
- Ø στη ρευστότητα το 56,5%
- Ø στις παραγγελίες το 54,6%.
- Ø στις επενδύσεις: αύξηση το 7,5%, μείωση το 31,5% και στασιμότητα το 54,3%.

6.1.4 Απασχόληση- μισθοί

Αρνητικά παρέμειναν τα στοιχεία που αφορούν την απασχόληση, με το ποσοστό ανεργίας σε υψηλά ποσοστά (27,2%, επίσημα στοιχεία ΕΛΣΤΑΤ, Μάιος 2014). Οι

επιπτώσεις της κρίσης στην απασχόληση ήταν προφανείς. Μείωση προσωπικού κατά το τελευταίο εξάμηνο ανέφερε το 8,6% των επιχειρήσεων, ενώ αύξηση ανέφερε το 5,5%.

Σε απόλυτα μεγέθη η καθαρή απώλεια θέσεων μισθωτής εργασίας στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις κατά το 1^ο εξάμηνο του 2014 ανερχόταν στα 24.000 άτομα. Ένα σημαντικό ποσοστό αυτών αναμενόταν να αποχωρήσει οριστικά από την αγορά εργασίας (μετανάστευση, συνταξιοδότηση, άλλο καθεστώς απασχόλησης).

Τα ευρήματα από τις στατιστικές προβολές του ΙΜΕ-ΓΣΕΒΕΕ ήταν ιδιαίτερα ανησυχητικά, καθώς συνεχιζόταν το αρνητικό ισοζύγιο προσλήψεων-απολύσεων. Για κάθε 1 επιχείρηση που προσλάμβανε στον ιδιωτικό τομέα αντιστοιχούσαν περίπου 1,5 επιχειρήσεις που απέλυαν (στην προηγούμενη έρευνα του 2013 ήταν 1:3, Ιούλιος 2014). Η επιβράδυνση οφειλόταν στις ραγδαίες μεταβολές που σημειώθηκαν στο καθεστώς απασχόλησης και τούτο γιατί:

- α) είχε μειωθεί ο κατώτατος μισθός
- β) οι μισές σχεδόν θέσεις απασχόλησης στις μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις είχαν μετατραπεί σε θέσεις μερικής ή/και προσωρινής απασχόλησης
- γ) οι μισές επιχειρήσεις αντιμετώπιζαν σοβαρά προβλήματα στην έγκαιρη καταβολή των μισθών. Η διατήρηση ενός αρνητικού ισοζυγίου προσλήψεων καταδεικνύει ότι ο μεγαλύτερος κίνδυνος για την ελληνική οικονομία είναι ο φαύλος κύκλος στασιμότητας και έλλειψης επιχειρηματικής προοπτικής.

6.1.5 Οφειλές κι απαιτήσεις επιχειρήσεων

Αναμφίβολα, το σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετώπιζαν οι επιχειρήσεις μέσα στο 2014 ήταν η συσσώρευση οφειλών και η δεδηλωμένη πια αδυναμία πληρωμών για μεγάλο μέρος των επιχειρήσεων. Οι περισσότερες επιχειρήσεις εξακολουθούσαν να έχουν πολύ υψηλά χρέη προς όλες τις κατηγορίες πιστωτών. Οι αλληπάλληλες φορολογικές ρυθμίσεις καθώς και οι αναποτελεσματικές ρυθμίσεις των ασφαλιστικών χρεών φαίνεται να επιδρούσαν αρνητικά στις επιχειρήσεις και διαμόρφωναν ένα καθεστώς «αιχμαλωσίας». Το φαινόμενο αυτό αποτελούσε, ίσως, το κυριότερο ανασχετικό παράγοντα για νέες

επιχειρηματικές πρωτοβουλίες ή για την αναδιάρθρωση της υφιστάμενης δομής μιας επιχείρησης.

Το μεγαλύτερο μέρος των καθυστερημένων οφειλών των επιχειρήσεων αφορούσε τις ασφαλιστικές οφειλές προς ΟΑΕΕ (41,7%). Τα τελευταία στοιχεία του ΟΑΕΕ ανέφεραν ότι πάνω από τις μισές επιχειρήσεις είχαν ληξιπρόθεσμες οφειλές στον οργανισμό με μέσο όρο οφειλής στις 15.000€

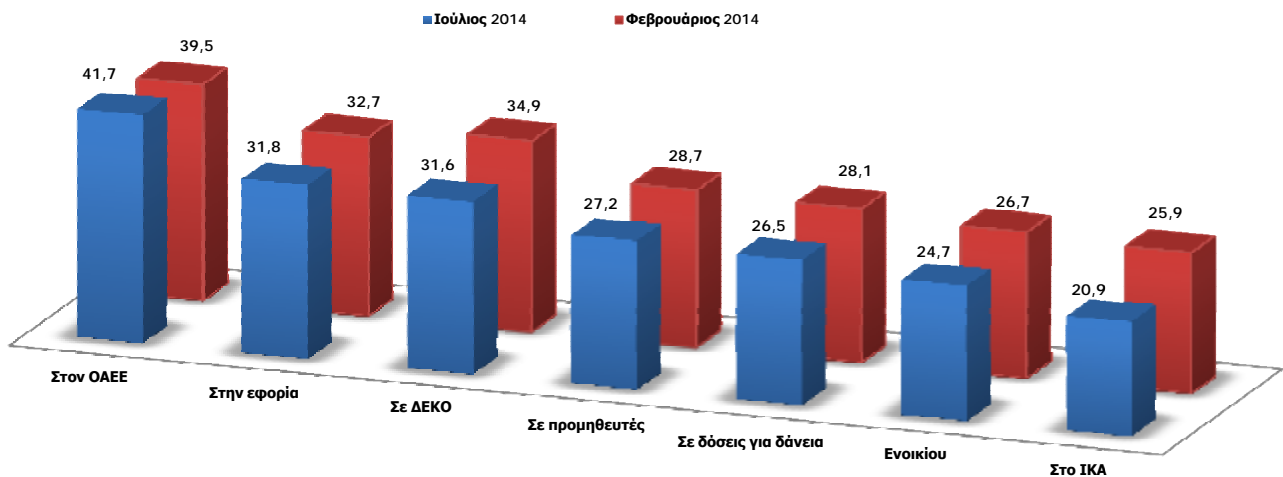
Τα χρέη προς την εφορία παρέμεναν σε υψηλά επίπεδα (31,8%) και αναμενόταν να διευρυνθούν. Οι οφειλές προς τις ΔΕΚΟ ανέρχονταν στο 31,6%, στις τράπεζες στο 26,5% και στο ΙΚΑ στο 20,9%. 1 στις 4 επιχειρήσεις είχε καθυστερούμενες οφειλές σε προμηθευτές και ενοίκια.

Οι προοπτικές διευθέτησης των οφειλών θεωρούνταν εξαιρετικά περιορισμένες. Το 34,7% των επιχειρήσεων εκτιμούσε ότι δεν θα μπορέσει να ανταποκριθεί στις φορολογικές υποχρεώσεις του 2014, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για την αδυναμία κάλυψης των ασφαλιστικών υποχρεώσεων ανερχόταν στο 35,7%.

Ενδιαφέροντα ήταν επίσης τα στοιχεία, που αφορούσαν τις ληξιπρόθεσμες απαιτήσεις των επιχειρήσεων. Από την έρευνα προέκυψε ότι το 15% έχει «λαμβάνειν» από το δημόσιο.

Από τα ευρήματα καταδεικνυόταν ότι η ασφαλιστική και φορολογική επιβάρυνση των μικρών επιχειρήσεων δε αμβλυνόταν, αλλά αντίθετα μεγεθυνόταν με τα μέτρα αναγκαστικής είσπραξης και την εφαρμογή του αναποτελεσματικού φορολογικού κώδικα, ενώ οι νέοι φόροι που επιβάλλονταν, διέυρυναν το πρόβλημα.

Το πιο κάτω διάγραμμα, αναπαριστά τις οφειλές των ΜΜΕ προς διάφορους φορείς.



Διάγραμμα 6.1 Καθυστερημένες οφειλές

Πηγή: www.imegsevee.gr

6.1.6 Χρηματοδότηση- Δάνεια

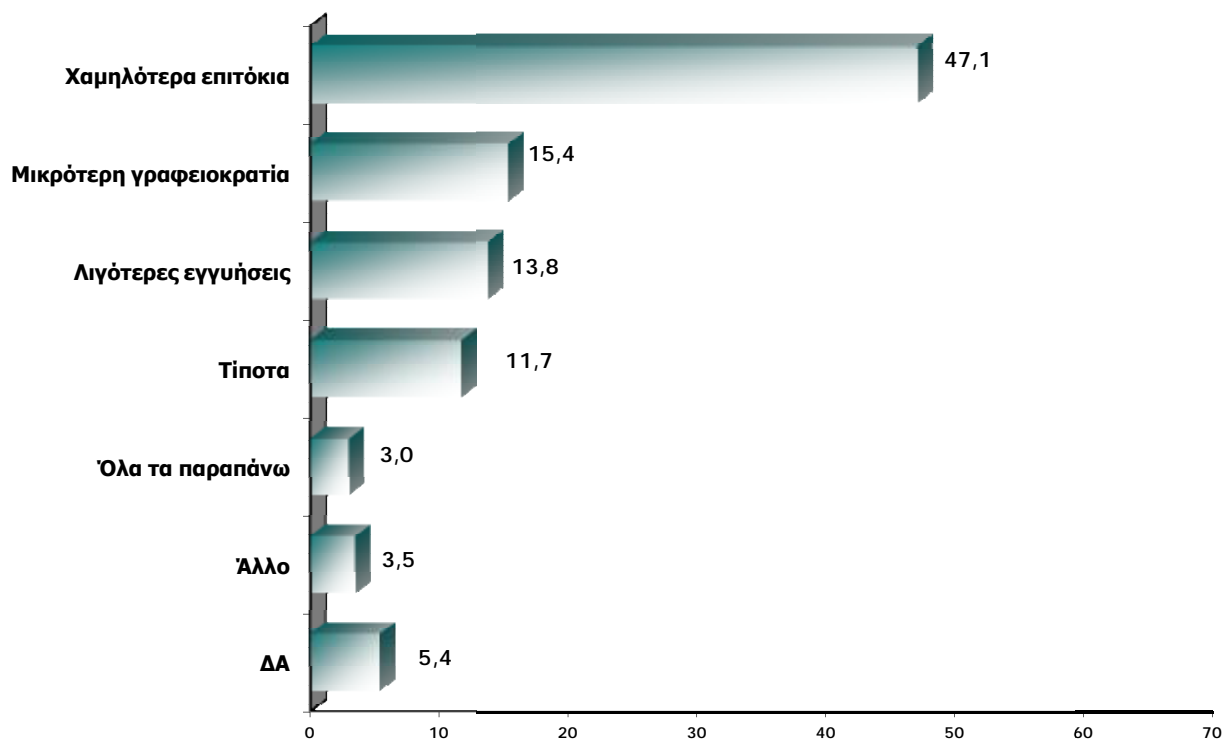
Το σημαντικότερο διαχρονικό πρόβλημα των επιχειρήσεων ήταν πάντα η δυσκολία πρόσβασης στη χρηματοδότηση και στην εξεύρεση πιστώσεων για την επιχειρηματική τους δραστηριότητα. Κατά τη διάρκεια της κρίσης το φαινόμενο αυτό, της έλλειψης ρευστότητας και της συνακόλουθης αποεπένδυσης επιτάθηκε σε μεγάλο βαθμό.

Σύμφωνα με τα συμπεράσματα της ειδικής έρευνας που διεξήγαγε το ΙΜΕ-ΓΣΕΒΕΕ:

- Ø Η σχέση ανάμεσα στο τραπεζικό σύστημα και την πλειοψηφία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχει διαρραγεί ανεπανόρθωτα. Πριν από την κρίση, σύμφωνα με έρευνα του ΙΜΕ-ΓΣΕΒΕΕ, οι μισές σχεδόν επιχειρήσεις δε χρηματοδοτούσαν τις δραστηριότητές τους μέσω τραπεζικού δανεισμού. Το ποσοστό αυτό ανήλθε στο 73,7% την περίοδο της κρίσης.
- Ø Από το 73,4% που δεν έλαβε πίστωση τα τελευταία 5 χρόνια, το 65,5% (δηλαδή το 48% στο σύνολο των επιχειρήσεων) δήλωσε ότι δε χρειάστηκε να καταφύγει σε τραπεζικό δανεισμό και καλύφθηκε με τα κεφάλαια που διέθετε. Το 34,5% (δηλαδή το 25% επί του συνόλου) που χρειάστηκε κεφάλαια θεωρεί απαγορευτικούς τους όρους πρόσβασης στη χρηματοδότηση.

- Ø Οι μισές σχεδόν επιχειρήσεις (47,1%) θεωρούσαν ότι τα χαμηλότερα επιτόκια θα διευκόλυναν την πρόσβασή τους στον τραπεζικό δανεισμό.
- Ø Από τις επιχειρήσεις που έλαβαν δάνειο από τις τράπεζες, το 46,2% δήλωνε ότι σημειώνονται καθυστερήσεις στις αποπληρωμές των δόσεων.

Στο πιο κάτω διάγραμμα, δίδονται οι απαντήσεις που δόθηκαν από τις ερωτηθέντες σχετικά με το τι θεωρούσαν ως λύση στο χρηματοδοτικό πρόβλημα που αντιμετώπιζαν.



Διάγραμμα 6.2 Πρόσβαση στη χρηματοδότηση

Πηγή: www.imegsevee.gr

6.2 Αγγλικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις

Στις αρχές του 2014⁴⁷, στην Αγγλία λειτουργούσαν περίπου 5,2 εκατομμύρια μικρές επιχειρήσεις που απασχολούσαν 25,2 εκατομμύρια εργαζόμενους, ενώ ο τζίρος τους ανερχόταν σε 3,5 δισεκατομμύρια λίρες. Τα στοιχεία αυτά καταδείκνυαν ετήσια αύξηση των επιχειρήσεων κατά 330.000, σε σχέση με τις αρχές του προηγούμενου έτους, ενώ η ανάπτυξη συνεχιζόταν με ποσοστό 51% από τις αρχές του 2000.

Οι μικρές επιχειρήσεις αποτελούσαν το 99,3% του ιδιωτικού τομέα στην Αγγλία, το 47,8% της απασχόλησης στον ιδιωτικό τομέα και το 33,2% του τζίρου των ιδιωτικών επιχειρήσεων. Ποσοστό 99,9% ήταν μικρές ή μεσαίες επιχειρήσεις.

Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις απασχολούσαν 15,2 εκατομμύρια εργαζόμενους, ενώ ο τζίρος τους ανερχόταν σε 1,6 τρισεκατομμύρια λίρες.

Από το σύνολο των επιχειρήσεων, το 62% - 3,3 εκατομμύρια επιχειρήσεις- κατέχονταν από έναν ιδιοκτήτη, 29%- 1,5 εκατομμύρια επιχειρήσεις- ήταν εταιρείες και το 9%- 460.000 επιχειρήσεις- ήταν συνεταιρισμοί.

Στο πιο κάτω πίνακα, δίδονται ποσοτικά στοιχεία για τις βρετανικές ΜΜΕ, τη περίοδο που εξετάζεται:

Πίνακας 6.1 Στοιχεία ΜΜΕ στην Αγγλία στις αρχές του 2014

	Αριθμός επιχειρήσεων	Αριθμός εργαζομένων (σε χιλιάδες)	Τζίρος σε εκατομμύρια £
Όλες οι κατηγορίες επιχειρήσεων	5,243,135	25, 229	3,521,254

⁴⁷ «Small Business Statistics», Federation of Small Businesses, διαθέσιμο στο: <http://www.fsb.org.uk/stats>, ανακτήθηκε την 18/6/2015. Επίσης: « Business population estimates for the UK and regions 2014», (2014), Statistical Release, διαθέσιμο στο: https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/377934/bpe_2014_statistical_release.pdf, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

MME (0-249 εργαζόμενοι)	5,236,390	15,159	1,647,201
Μικρές επιχειρήσεις (0-49 εργαζόμενοι)	5,204,915	12,084	1,170,337

Πηγή: www.gov.uk

Το μεγαλύτερο ποσοστό αύξησης των επιχειρήσεων από την αρχή του 2013 εντοπιζόταν στην Ουαλία -13%- και στα βορειοανατολικά, 12%.

Το 18% των ΜΜΕ του ιδιωτικού τομέα στην Αγγλία δραστηριοποιούνταν στο κατασκευαστικό κλάδο, ενώ το 15% στον επιστημονικό και τεχνολογικό κλάδο.

Το χονδρικό και λιανικό εμπόριο συγκέντρωνε πάνω από το 1/3 του τζίρου των ΜΜΕ, περίπου το 35%.

Σύμφωνα με έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής⁴⁸, από το 2009 κι έπειτα παρατηρείται μια σταθερή άνοδος στην βρετανική οικονομία, ενώ αυτή η ανάπτυξη στηρίζεται στις μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις, οι οποίες αυξήθηκαν κατά 30%.

Η ανάπτυξη αυτή, προβλέπεται να συνεχιστεί και τα επόμενα έτη, ενώ οι ΜΜΕ αναμένεται να παίξουν καθοριστικό ρόλο στην ανοδική αυτή πορεία. Εντοπίζεται από χρόνο σε χρόνο αύξηση του τζίρου των ΜΜΕ κατά 1,2%. Οι τομείς που κυριαρχούν είναι ο κατασκευαστικός, μεταποιητικός κι ο τομέας ασφαλείας, οι οποίοι παρουσιάζουν αυξητική τάση στον αριθμό των παραγγελιών που λαμβάνουν.

Βέβαια, η οποιαδήποτε επέκταση των ΜΜΕ στην Αγγλία- όπως και σε κάθε χώρα- προϋποθέτει την εύκολη πρόσβαση στο τραπεζικό δανεισμό. Η θέση της Αγγλίας σε αυτό το τομέα είναι στο μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αλλά σε χαμηλότερο επίπεδο σε σχέση με τη προηγούμενη χρονιά. Η γενική εικόνα των δεικτών δίνει περίπλοκη εικόνα.

⁴⁸«2014 SBA Fact Sheet- United Kingdom», European Commission, διαθέσιμο στο: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/countries-sheets/2014/uk_en.pdf, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

Σε σχέση με τις πιστώσεις, οι βρετανικές ΜΜΕ ανέφεραν σε μικρό ποσοστό ότι υπάρχει μειωμένη διάθεση από τη μεριά των τραπεζών να παρέχουν δάνεια, σε σχέση με οπουδήποτε αλλού. Επίσης, μόλις μια στις 10 ΜΜΕ ανέφερε μικρή πρόσβαση στη δημόσια χρηματοοικονομική στήριξη, έναντι του 17% που επικρατεί σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση. Από την άλλη, οι βρετανικές τράπεζες φαίνεται ότι απορρίπτουν αιτήσεις δανείων πιο συχνά σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη. Επιπλέον, οι προσαυξήσεις που πληρώνουν οι βρετανικές ΜΜΕ είναι υψηλότερες σε σχέση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο. Υπάρχει ακόμα υψηλό κόστος δανεισμού για τις μικρές επιχειρήσεις συγκριτικά με τις μεγαλύτερες, αν και το χάσμα το 2014 είχε μειωθεί από το 31% στο 19%.

Σε άλλες πτυχές της χρηματοδότησης, οι συνθήκες στην Βρετανία είναι πολύ πιο συμφέρουσες. Οι ΜΜΕ υποβοηθούνται σε θέματα ρευστότητας εισπράττοντας σχετικά γρήγορα- σε 38 ημέρες, ενώ ο μέσος όρος στην Ευρώπη είναι 51 ημέρες- αν και υπάρχει περιθώριο βελτίωσης. Επίσης, οι απώλειες λόγω χρεών σε σχέση με το τζίρο τους είναι μικρότερες αναλογικά με τον μέσο όρο που επικρατεί στην Ευρώπη.

Παράδειγμα υγιούς και αναπτυσσόμενης μικρομεσαίας επιχείρησης στη Βρετανία, αποτελεί η εταιρεία εμπορίας ηλεκτρολογικού υλικού TLAUK⁴⁹.

Η εταιρεία, διανέμει τα προϊόντα από τις εγκαταστάσεις της στο Nottingham, το Stafford, το Northampton και το Sheffield, ενώ ειδικεύεται στη παροχή ηλεκτρολογικού υλικού στη βιομηχανία. Παρέχει μεγάλη ποσότητα υλικού στην αγορά και παρέχει σημαντικές εκπτώσεις στους πελάτες που πραγματοποιούν παραγγελίες μεγάλου μεγέθους.

Η TLA ιδρύθηκε το 1998 με μόλις 3 άτομα στο προσωπικό, τα οποία εργάζονται στην εταιρεία έως και σήμερα.

Το 2003 ξεκίνησε τη λειτουργία του τουποκατάστημα στο Stafford, ενώ το 2008 τουποκατάστημα του Northampton. Σήμερα, η εταιρεία απασχολεί πάνω από 40 άτομα, ανήκει δηλαδή στη κατηγορία των μικρών επιχειρήσεων.

⁴⁹ «TLAUK- Electric distributors», διαθέσιμο στο: <http://www.tlauk.net/index.htm>, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

Η εταιρεία στηρίζει τη λειτουργία της στη παροχή άριστων υπηρεσιών καθώς και στην σχέση με τους πελάτες, παράγοντες πρωταρχικής σημασίας για την εύρυθμη λειτουργία μιας μικρής επιχείρησης. Ένα από τα βασικά προτερήματα των μικρών επιχειρήσεων αποτελεί η ευελιξία και η άμεση πληροφόρηση από το πελάτη και με αυτό το σκεπτικό η TLA μελετά επισταμένα τις ανάγκες των πελατών της και «χτίζει» μαζί τους τις βάσεις για τη διατήρηση μακροχρόνιας μεταξύ τους σχέσης.

Επιπλέον, το προσωπικό που απασχολείται στην επιχείρηση είναι έμπειρο με προϋπηρεσία σε ηλεκτρολογικές εργασίες, ενώ παρέχεται η δυνατότητα εκπαίδευσης αυτού, όταν αυτό κριθεί αναγκαίο σε σχέση με τις απαιτήσεις της εργασίας τους.

Το παράδειγμα της TLA δίνει μια συνοπτική εικόνα μιας μικρής επιχείρησης στη Βρετανία, η οποία, δεδομένου ότι δρα σε ένα υγιές οικονομικό περιβάλλον κι επενδύει στην επιλογή ποιοτικού προσωπικού και στη δημιουργία φιλικής σχέσης με τους πελάτες, αναπτύσσεται κι αυξάνει τα ποσοστά κέρδους.

6.3 Ελβετικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις

Η Ελβετία δεν είναι κράτος- μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Παρόλα αυτά γεωγραφικά εντάσσεται στην Ευρώπη και οι πληροφορίες για την οικονομία της παρουσιάζουν ενδιαφέρον.

Το Φεβρουάριο του 2015, δημοσιεύτηκε η Έκθεση Στατιστικών Στοιχείων⁵⁰ για την Ελβετία, με στοιχεία που αντλήθηκαν κατά τη προηγούμενη διετία.

Σύμφωνα με τα στοιχεία, περισσότερες από το 99% των ελβετικών επιχειρήσεων είναι μικρομεσαίες, δηλαδή απασχολούν λιγότερους από 250 εργαζομένους. Το ποσοστό των πολύ μικρών επιχειρήσεων- με λιγότερους από 10 εργαζομένους- το 2012 ήταν μεγαλύτερο στο τομέα των υπηρεσιών- 93,4%- από ότι στη δευτερογενή παραγωγή⁵¹,

⁵⁰ «Statistical Data on Switzerland», (2015), Basics and Overviews - Switzerland at a Glance, διαθέσιμο στο: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/en/index/themen/00/01/02.html>, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

⁵¹ Η δευτερογενής παραγωγή αξιοποιεί την πρωτογενή παραγωγή, με την μεταποίηση των πρώτων υλών (στη μορφή, στη χρησιμότητα, τις ιδιότητες), Wikipedia, διαθέσιμο στο:

82,6%. Το μέσο μέγεθος των επιχειρήσεων διαφέρουν αναλογικά με το τομέα των υπηρεσιών να απασχολεί 8 άτομα και τη δευτερογενή παραγωγή να απασχολεί 12 εργαζομένους.

Περίπου τα 2/3 των εργαζομένων εργάζονται σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις και το υπόλοιπο 1/3 σε μεγάλες βιομηχανίες, με λιγότερους από 250 εργαζομένους. Ελαχίστως λιγότερες από το 1/3- 28%- λαμβάνονται υπόψη σαν πολύ μικρές επιχειρήσεις και περίπου το 1/5- 19%- αφορά επιχειρήσεις μικρού μεγέθους, από 10 έως 49 εργαζομένους. Συγκεντρωτικά, στον ιδιωτικό τομέα 162.000 εργαζόμενοι εργάζονται στον πρωτογενή τομέα παραγωγής⁵², 1.095.000 στο δευτερογενή και 2.996.000 στον τριτογενή τομέα παραγωγής, δηλαδή στη παροχή υπηρεσιών.

Η ελβετική Στατιστική Αρχή, δημοσιεύει ανά τακτά χρονικά διαστήματα ενημερωτικά δελτία σχετικά με το τζίρο στο λιανικό εμπόριο.

Έτσι, τον Ιανουάριο του 2014⁵³, παρατηρήθηκε αύξηση στο τζίρο κατά 0,5% σε σχέση με το 2013. Οι πωλήσεις σε φαγητά, ποτά και καπνό παρουσίαζαν αύξηση στο τζίρο κατά 1,8%, ενώ οι τομείς που δεν είχαν σχέση με τα τρόφιμα παρουσίασαν μείωση κατά 0,2%.

https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B5%CF%85%CF%84%CE%B5%CF%81%CE%BF%CE%B3%CE%B5%CE%BD%CE%AE%CF%82_%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CE%AE, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

⁵²Πρωτογενής παραγωγή στην Οικονομική Επιστήμη ονομάζεται ο παραγωγικός τομέας δραστηριοτήτων με αντικείμενο την απόκτηση ή απόσπαση αγαθών (πρώτων υλών) άμεσης ή έμμεσης κατανάλωσης, κατ' ευθείαν από την φύση (γεωργία, αλιεία, κτηνοτροφία, θήρα, εξόρυξη μεταλλευμάτων κλπ), Wikipedia, διαθέσιμο στο: https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CF%81%CF%89%CF%84%CE%BF%CE%B3%CE%B5%CE%BD%CE%AE%CF%82_%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CE%AE, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

⁵³ «Retail trade turnover growth in January 2014», (2014), Press Releases, διαθέσιμο στο: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/en/index/news/medienmitteilungen.html?pressID=9341>, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

Τον Ιούνιο του 2014⁵⁴, ο τζίρος αυξήθηκε κατά 3,4% σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του προηγούμενου έτους. Ο κλάδος τροφίμων, επίσης, παρουσίασε αύξηση κατά 2,5%, ενώ οι υπόλοιποι κλάδοι αύξησαν το τζίρο τους κατά 3,6%.

Στο τέλος του 2014⁵⁵, τον Οκτώβριο, ο τζίρος εμφάνισε αύξηση κατά 0,3% σε σχέση με τον Οκτώβριο του 2013. Ο κλάδος τροφίμων εμφάνισε αύξηση τζίρου κατά 1,3%, ενώ ο τζίρος των υπόλοιπων κλάδων παρέμεινε αμετάβλητος.

Όσον αφορά τη χρηματοδότηση των ελβετικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων, η Ελβετία φαίνεται ότι στηρίζει σημαντικά τους επιχειρηματίες. Η κυβέρνηση, δεν δύναται να χρηματοδοτεί απευθείας τις επιχειρήσεις, αλλά ούτε έχει και διάθεση να το κάνει. Παρόλα αυτά, σύμφωνα με το Κανόνα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις⁵⁶, οι επιχειρηματίες είναι σε θέση να δανειστούν από συνεταιρισμούς εγγυήσεων που υπάρχουν στη χώρα. Οι συνεταιρισμοί αυτοί είναι 3 σε τοπικό επίπεδο κι ένας σε κρατικό, που εστιάζει στη γυναικεία επιχειρηματικότητα. Είναι σε θέση να προσφέρουν δάνεια έως και 500.000 (περίπου 480.617 ευρώ) ελβετικών φράγκων, ενώ το κράτος απορροφά το 65% του κινδύνου και μέρος από τα διοικητικά κόστη.

Σαν παράδειγμα, αναφέρεται η Ελβετική εταιρεία παραγωγής ανδρικών υποδημάτων πρώτης ποιότητας FRETZ MEN⁵⁷ η οποία εδρεύει στο Fahrwangen της Ελβετίας. Πρόκειται για οικογενειακή επιχείρηση η οποία ιδρύθηκε το 1903, σαν εταιρεία παραγωγής παιδικών υποδημάτων. Στη συνέχεια, εντάχθηκε η παραγωγή γυναικείων και τελικά εξειδικεύτηκε στη παραγωγή ανδρικών υποδημάτων, τα οποία αυτή τη στιγμή πωλούνται σε περίπου 40 χώρες παγκοσμίως.

⁵⁴ «Retail trade turnover growth in June 2014», (2014), Press Releases, διαθέσιμο στο: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/en/index/news/medienmitteilungen.html?pressID=9627>, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

⁵⁵ «Retail trade turnover growth in October 2014», Press Releases, διαθέσιμο στο: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/en/index/news/medienmitteilungen.html?pressID=9858>, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

⁵⁶ «Switzerland's SME policy», διαθέσιμο στο: <http://www.stofficeseoul.ch/wp-content/uploads/2013/11/Brochure-Switzerlands-SME-policy.pdf>, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

⁵⁷ «Largest manufacturer of men's footwear in Switzerland», Fretz Men, διαθέσιμο στο: <http://www.fretz-men.ch/english/fretz-men/index.html>, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

Σκοπό της εταιρείας αποτελεί η ποιοτική και συμφέρουσα οικονομικά παραγωγή ανδρικών υποδημάτων, υιοθετώντας βιώσιμες δραστηριότητες και κάνοντας επενδύσεις. Καθημερινές προκλήσεις αποτελούν οι αλλαγές στις καταναλωτικές συνήθειες των πελατών, καθώς και οι μεταβαλλόμενες οικονομικές απαιτήσεις στο παγκόσμιο περιβάλλον.

Τα τελευταία 50 χρόνια, η εταιρεία έχει πραγματοποιήσει πωλήσεις περισσότερων από 20 εκατομμύρια υποδημάτων. Οι 75 εργαζόμενοι της οικογενειακής επιχείρησης, παράγουν περίπου μισό εκατομμύριο ζευγάρια υποδημάτων ετησίως, ενώ τα προϊόντα είναι διαθέσιμα μέσω αντιπροσώπων σε πάνω από 25 χώρες, από τη Σκανδιναβία έως τη Ταϊβάν.

Η εξέλιξη και η λειτουργία της FRETZMEN, καταδεικνύει τις δυνατότητες ανάπτυξης μιας μικρομεσαίας επιχείρησης όταν αυτή δρα σε υγιές οικονομικό περιβάλλον, σαν αυτό της Ελβετίας, μιας από τις πλέον ακμάζουσες οικονομικά χώρες.

6.4 Σύγκριση

Οι 3 χώρες που αναφέρθηκαν, αν και ανήκουν στην Ευρώπη, παρουσιάζουν σημαντικές διαφορές σαν οικονομικά περιβάλλοντα και αυτό εντοπίζεται και στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που δρουν στην επικράτεια της κάθε μιας.

Η Ελλάδα, βρίσκεται στη δυσμενέστερη θέση με το γεγονός αυτό να αντικατοπτρίζεται και στη λειτουργία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Δεν αποτελεί παράδοξο το γεγονός ότι το μέλλον των μικρομεσαίων διαγραφόταν και το 2014 ιδιαίτερα δυσοίωνο, ενώ η χρηματοδότησή τους ήταν έως και αδύνατη.

Αντίθετα, στην Αγγλία οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις παρουσίαζαν μικρή αλλά σταθερή ανάπτυξη, ενώ η πρόσβαση στη χρηματοδότηση, αν και είχε κάποιους περιορισμούς, σε καμία περίπτωση δεν ήταν αμφίβολη.

Η Ελβετία σίγουρα βρίσκεται στην ευνοϊκότερη θέση. Πρόκειται για μια ακμάζουσα οικονομία, η αντοχή της στη κρίση είναι αξιοσημείωτη με αποτέλεσμα το 99%

και πλέον των μικρομεσαίων επιχειρήσεών της να μην αντιμετωπίζει προβλήματα ανάπτυξης και βιωσιμότητας. Το κράτος μεριμνά για τη χρηματοδοτική στήριξη των επιχειρήσεων αυτών, ελαχιστοποιώντας τις πιθανότητες αποτυχίας τους.

Οι 3 οικονομίες είναι τελείως διαφορετικές μεταξύ τους. Βασική διαφορά είναι το γεγονός ότι δεν συναλλάσσονται με κοινό νόμισμα. Η Αγγλία μπορεί να ανήκει στην Ευρωπαϊκή Ένωση, σε αντίθεση με την Ελβετία, αλλά δεν ενέταξε το ευρώ στις εσωτερικές συναλλαγές της. Παρά τις όποιες, όμως, διαφορές κι αν εντοπίζονται στις οικονομίες αυτές, κυρίαρχο κοινό γνώρισμα αποτελεί ότι πάνω από το 99% των επιχειρήσεων που δρουν στα όριά τους είναι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, επισφραγίζοντας για μια ακόμα φορά τη σημασία τους.

Συμπεράσματα

Η εκτενής αναφορά στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που προηγήθηκε, πραγματοποιήθηκε στη προσπάθεια προσδιορισμού των βασικών δυνατοτήτων που αυτές είναι σε θέση να παρέχουν στους επιχειρηματίες, στα πλαίσια της οικονομικής εκμετάλλευσης και της δημιουργίας κέρδους και συγκεκριμένα στις παρούσες ισχύουσες οικονομικές συνθήκες. Σε παγκόσμια κλίμακα, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις καταλαμβάνουν το 99% και πλέον της παραγωγικής δραστηριότητας, παρέχοντας πεδίο δράσης σε κάθε υποψήφιο επιχειρηματία.

Οι μικρομεσαίες, οικογενειακές κατά το πλείστον, επιχειρήσεις στην Ελλάδα αντιπροσωπεύουν ένα μεγάλο ποσοστό της επαγγελματικής δραστηριότητας και γενικότερα της οικονομίας και σίγουρα η συμβολή τους στη σταθερή και ανοδική πορεία ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας είναι ιδιαίτερα βαρύνουσας σημασίας. Στην Ελλάδα, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν το κύριο συστατικό της οικονομίας και αποτελούν τη βασική πηγή ανάπτυξης και δημιουργίας νέων θέσεων απασχόλησης.

Τα στοιχεία αυτά από μόνα τους είναι ικανά να δείξουν τη σημασία και το ρόλο που διαδραματίζουν διαχρονικά οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην ελληνική οικονομία. Όπως η Ευρωπαϊκή Ένωση αρκετά έγκαιρα συνειδητοποίησε τη σημαντικότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων αναφορικά με τις δυνατότητες που έχουν λόγω της ευελιξίας τους και της απλής οργανωτικής δομής που τις χαρακτηρίζει στην αντιμετώπιση κρίσιμων οικονομικών και κοινωνικών προβλημάτων, έτσι και η ελληνική πολιτεία θα πρέπει να αποδίδει ιδιαίτερη σημασία στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις μέσω των οποίων είναι δυνατή η ουσιαστική οικονομική ανάπτυξη, η κοινωνική συνοχή και η δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης.

Βέβαια, δε πρέπει να λησμονείται το γεγονός ότι ενώ και σαφέστατα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι αυτές που δύνανται να δώσουν ώθηση στην ελληνική οικονομία, η παρούσα οικονομική κρίση που υποσκάπτει και εκμηδενίζει κάθε

επιχειρηματική προσπάθεια, στέκεται εμπόδιο προς την εκμετάλλευση αυτής της δυνατότητας. Σίγουρα η διάθεση από τη μεριά των επιχειρηματιών είναι υπαρκτή, αλλά οι συνθήκες κάθε άλλο παρά ευοίωνες είναι. Δυστυχώς, η Ελλάδα βρίσκεται στη πλέον δεινή θέση και από την πλευρά της επιχειρηματικής δράσης, φαινόμενο που δεν υφίσταται σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, όπως την Αγγλία και την Ελβετία που αναφέρθηκαν στο ερευνητικό μέρος της παρούσας εργασίας. Οι δύο εν λόγω χώρες είναι σε θέση να παρέχουν ένα υγιές οικονομικό περιβάλλον προς τους επιχειρηματίες που δρουν ή που επιθυμούν να δράσουν στα όριά τους, παρέχοντας ασφάλεια και δυνατότητα εξέλιξης στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που στηρίζουν τις οικονομίες τους. Οι αποκλίσεις μεταξύ Ελλάδας, Αγγλίας κι Ελβετίας είναι τεράστιες και το οικονομικό χάσμα που τις χωρίζει δύσκολα μπορεί να προσπελαστεί, αλλά κάθε προσπάθεια προς την οικονομική ανάκαμψη μπορεί να στηριχτεί στην ενίσχυση και των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, μιας και καθημερινά καταδεικνύεται ο ηγετικός τους ρόλος στη παγκόσμια Οικονομία.

Βιβλιογραφία

Anderson, J. and Ott, J., (2013), «Freeing Europe's Small Businesses», *New YorkTimes*, δημοσιεύτηκε 19/11/2013.

Baigorri, M., (2011), «Europe's Small Businesses Seek Exports—Fast», *Bloomberg*, δημοσιεύτηκε 10/11/2011.

Zakai H., Vidal D., Probst L., Schiersch A., Mattes A., (2014), «*A Partial and Fragile Recovery, Annual Report on European SMEs 2013/2014*», Final Report, Ιούλιος 2014, European Commission, διαθέσιμο στο: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/supporting-documents/2014/annual-report-smes-2014_en.pdf.

Ανώνυμος, (2003), «Νέο πρόγραμμα του ΟΠΕ για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις», *Η Ναυτεμπορική*, δημοσιεύτηκε 29/10/2003.

Ανώνυμος, (2007), «Το γρήγορο Internet κατακτά και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις», *Εφημερίδα Το Βήμα*, δημοσιεύτηκε 29/09/2007.

Ανώνυμος, (2014), «Κυριαρχούν οι μικρές επιχειρήσεις στην ελληνική οικονομία – έρευνα IOBE», *Εφημερίδα Η Καθημερινή*, δημοσιεύτηκε 26/02/2014.

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2010), «Ανακοίνωση της Επιτροπής Ευρώπη 2020, Στρατηγική για έξυπνη, διατηρήσιμη και χωρίς αποκλεισμούς ανάπτυξη», 03/03/2010, Βρυξέλλες.

IME ΓΣΕΒΕΕ και MARCAE, (2014), «Έρευνα IME ΓΣΕΒΕΕ- Ιουλίου 2014 - Εξαμηνιαία αποτύπωση οικονομικού κλίματος στις μικρές επιχειρήσεις», διαθέσιμο στο: http://www.imegsevee.gr/images/ereunes/ioulios_2014/parousiasi_ereuna_aug2014.pdf.

ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ και MARCAE (2015),*Τάσεις Οικονομικού Κλίματος*, Έρευνα, Φεβρουάριος 2015, Αθήνα.

Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι., (2014),*«Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012-13: Ενδείξεις Ανάκαμψης της Μικρής Επιχειρηματικότητας;»*, Παρατηρητήριο Επιχειρηματικότητας, Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών, Φεβρουάριος 2014, Αθήνα.

Κανελλόπουλος, Χ., (1994),*«Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα»*, Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Πειραιάς.

Κανελλόπουλος, Χ., (1994), «Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα,» Αυτοέκδοση, Αθήνα.

Καρασαββίδου, Ν., (1989), «Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις κάτω από τις σύγχρονες εξελίξεις», *Ο ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗΣ*, Θεσσαλονίκη.

Λιανού, Κ., (2011), «Καινοτομία και εξωστρέφεια των μικρομεσαίων επιχειρήσεων», *Επιστημονικό Μάρκετινγκ*, Τεύχος Σεπτεμβρίου 2011.

Μάρκου, Α., Παπαιωάννου, Γ., (2003), «Δάνεια για κεφάλαιο κίνησης», *Εφημερίδα Το Βήμα*, δημοσιεύτηκε 02/02/2003.

Ματσατσίνης, Ν., Γρηγορούδης, Ε., Γαγάνης, Χ., Ζοπουνίδης, Κ., (2010), *«Ανάπτυξη και Λειτουργία ΜΜΕ»*, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.

Μπαντής, Α., (2012), *«Οργάνωση και Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων»*, Μονάδα Καινοτομίας & Επιχειρηματικότητας, ΤΕΙ Λάρισας, Μάρτιος 2012.

ΠΛ 186/1992, ΚΒΣ, άρθρο 6, «Βιβλία Β κατηγορίας» διαθέσιμο στο: <http://www.e-boss.gr/eboss/businessadvice/content/tax.jsp?chambercd=eboss&categoryid=15068&articleid=17579>, ανακτήθηκε την 14/4/2015.

Σύσταση της Επιτροπής για τον ορισμό των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, της 06/05/2003, διαθέσιμο στο: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2003:124:0036:0041:EL:PDF>, ανακτήθηκε την 9/4/2015.

Τακόπουλος Α., «*Μορφές Χρηματοδότησης ΜΜΕ*», Specisoft ΑΕ, διαθέσιμο στο: http://www.specisoft.gr/home/news/docs/arthro_hrimatodotisis_MME.pdf, ανακτήθηκε την 20/4/2015.

TANEO Α.Ε. (2013), «*Τι είναι τα Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών*», Ταμείο Ανάπτυξης Νέας Οικονομίας Α.Ε., 15 Μαΐου 2013.

Τσακλάγκανος, Α. (1998), «*Εισαγωγή στην Οικονομική των Επιχειρήσεων*», Εκδόσεις Κυριακίδη, Θεσσαλονίκη.

Τσακλάγκανος, Α. (1999), «*Θέματα Οικονομικής των Επιχειρήσεων*», Εκδόσεις Κυριακίδη, Θεσσαλονίκη.

ΦΕΚ 1065, τεύχος Β, 31/07/2003, Εθνικό Τυπογραφείο, διαθέσιμο στο: <http://www.et.gr/index.php/2013-01-28-14-06-23/2013-01-29-08-13-13>, ανακτήθηκε την 20/4/2015.

Ηλεκτρονικές πηγές

«2014 SBAFactSheet- UnitedKingdom», EuropeanCommission, διαθέσιμο στο: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/countries-sheets/2014/uk_en.pdf, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

«Business population estimates for the UK and regions 2014», (2014), Statistical Release, διαθέσιμο στο:

https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/377934/bpe_2014_statistical_release.pdf, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

«Can a Small Business Benefit From TQM Practices?», διαθέσιμο στο: <http://www.brighthubpm.com/methods-strategies/70689-implementing-tqm-in-a-small-business/>, ανακτήθηκε την 15/4/2015.

«Franchising ή δικαιόχρηση», ορισμός από Wikipedia, διαθέσιμο στο: <http://el.wikipedia.org/wiki/Franchising>, ανακτήθηκε την 13/4/2015.

«Principles of Total Quality Management in Small Business Environment», διαθέσιμο στο: <http://smallbusiness.chron.com/principles-total-quality-management-small-business-environment-4678.html>, ανακτήθηκε την 15/4/2015.

«Retail trade turnover growth in January 2014», (2014), Press Releases, διαθέσιμο στο: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/en/index/news/medienmitteilungen.html?pressID=9341>, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

«Small Business Statistics», Federation of Small Businesses, διαθέσιμο στο: <http://www.fsb.org.uk/stats>, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

«Statistical Data on Switzerland», (2015), Basics and Overviews - Switzerland at a Glance, διαθέσιμο στο: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/en/index/themen/00/01/02.html>, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

«Switzerland's SME policy», διαθέσιμο στο: <http://www.stofficeseoul.ch/wp-content/uploads/2013/11/Brochure-Switzerlands-SME-policy.pdf>, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

«Ανώνυμη μετοχή», ορισμός από Ευρετήριο Οικονομικών Όρων, διαθέσιμο στο: <http://www.euretirio.com/2010/08/metoxes-stocks.html>, ανακτήθηκε την 14/4/2015.

«Δευτερογενής παραγωγή» Wikipedia, διαθέσιμο στο: https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B5%CF%85%CF%84%CE%B5%CF%81%CE%BF%CE%B3%CE%B5%CE%BD%CE%AE%CF%82_%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CE%AE, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

«Διοίκηση Ολικής Ποιότητας» διαθέσιμο στο: http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%94%CE%B9%CE%BF%CE%AF%CE%BA%CE%B7%CF%83%CE%B7_%CE%9F%CE%BB%CE%B9%CE%BA%CE%AE%CF%82_%CE%A0%CE%BF%CE%B9%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1%CF%82, ανακτήθηκε την 15/4/2015.

«Επιχειρηματίας», διαθέσιμο στο: <http://el.wiktionary.org/wiki/%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%AF%CE%B1%CF%82> ανακτήθηκε την 9/4/2015.

«Επιχειρηματικότητα», διαθέσιμο στο: <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%B9%CE%BA%CF%8C%CF%84%CE%B7%CF%84%CE%B1>, ανακτήθηκε την 9/4/2015.

«Επιχείρηση», διαθέσιμο στο: <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%95%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%AF%CF%81%CE%B7%CF%83%CE%B7>, ανακτήθηκε την 9/4/2015.

Ευρετήριο Οικονομικών Όρων, διαθέσιμο στο: <http://www.euretirio.com/2010/06/oikonomies-klimakas.html>, ανακτήθηκε την 9/4/2015.

IOBE, διαθέσιμο στο: <http://www.iobe.gr/iobe.asp>, ανακτήθηκε την 28/5/2015.

«Ισολογισμός», διαθέσιμο στο: <http://el.wiktionary.org/wiki/%CE%B9%CF%83%CE%BF%CE%BB%CE%BF%CE%B3%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>, ανακτήθηκε την 9/4/2015.

«Κοινοπραξία», Πύλη για την ελληνική γλώσσα, διαθέσιμο στο: http://www.greek-language.gr/greekLang/modern_greek/tools/lexica/triantafyllides/search.html?lq=%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CE%BD%CE%BF%CF%80%CF%81%CE%B1%CE%BE%CE%AF%CE%B1&dq, ανακτήθηκε την 15/4/2015.

«Ονομαστική μετοχή», ορισμός από Ευρετήριο Οικονομικών Όρων, διαθέσιμο στο: <http://www.euretirio.com/2010/08/metoxes-stocks.html>, ανακτήθηκε την 14/4/2015.

«Προστιθέμενη αξία», Wikipedia, διαθέσιμο στο: http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CF%81%CE%BF%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%B8%CE%AD%CE%BC%CE%B5%CE%BD%CE%B7_%CE%B1%CE%BE%CE%AF%CE%B1, ανακτήθηκε την 28/5/2015.

«Πρωτογενής παραγωγή στην Οικονομική Επιστήμη» Wikipedia, διαθέσιμο στο: https://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A0%CF%81%CF%89%CF%84%CE%BF%CE%B3%CE%B5%CE%BD%CE%AE%CF%82_%CF%80%CE%B1%CF%81%CE%B1%CE%B3%CF%89%CE%B3%CE%AE, ανακτήθηκε την 18/6/2015.

«Συνεταιρισμός», διαθέσιμο στο: <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%85%CE%BD%CE%B5%CF%84%CE%B1%CE%B9%CF%81%CE%B9%CF%83%CE%BC%CF%8C%CF%82>, ακτήθηκε την 15/4/2015.

«Τραπεζικός Δανεισμός, Τρόποι Χρηματοδότησης», διαθέσιμο στο: http://ikaros.teipir.gr/ske/tropoi_xrimatodotisis.htm, ανακτήθηκε την 20/4/2015.

«Χρηματοδοτική Μίσθωση - Leasing», διαθέσιμο στο: http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A7%CF%81%CE%B7%CE%BC%CE%B1%CF%84%CE%BF%CE%B4%CE%BF%CF%84%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%BC%CE%AF%CF%83%CE%B8%CF%89%CF%83%CE%B7, ανακτήθηκε την 20/4/2015.