



## ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«Η ΕΠΙΔΟΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ  
ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ  
ΠΡΙΝ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ  
ΚΡΙΣΗ. ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΗΣ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ»**

**“THE PERFORMANCE OF GREEK  
SMALL & MEDIUM ENTERPRISES  
(SMEs) BEFORE AND AFTER THE  
ECONOMIC CRISIS. METHODS AND  
PRACTICES OF ENTREPRENEURIAL  
STRENGTHENING”**

Αγγελάτος Γεώργιος

Φαρμάκης Στέφανος

Χατζής Γεώργιος

Καθηγητής : Γεώργιος Νικ. Ηγουμενάκης

Πάτρα 23/10/2017

## Περιεχόμενα

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	3
ABSTRACT.....	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 <sup>ο</sup> - Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ .....	5
1.1. ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ .....	5
1.2. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	8
1.3. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	9
1.4. ΒΑΣΙΚΕΣ ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	12
1.4.1. Η επιχείρηση .....	12
1.4.1.1. Η Επιχείρηση ως Κοινωνική Οργάνωση.....	12
1.4.1.2. Η Επιχείρηση ως Θεσμός.....	13
1.4.1.3. Η Επιχείρηση ως Σύστημα .....	14
1.4.2. Διακρίσεις Επιχειρήσεων.....	15
1.4.3. Μορφές επιχειρήσεων .....	16
1.4.4. Δυσκολίες και κίνδυνοι στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.....	18
1.4.5. Επιχειρηματικά κίνητρα και ευκαιρίες .....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 <sup>ο</sup> - ΔΟΜΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	27
2.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	27
2.2. ΤΥΠΟΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ .....	28
2.3. ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ .....	30
2.4. ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΤΗΣ ΜΜΕ.....	31
2.5. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΜΜΕ.....	32
2.6. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΜΜΕ.....	33
2.7. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ .....	34
2.8. ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	36
2.9. ΤΡΟΠΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΜΕ .....	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 <sup>ο</sup> - ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΡΙΝ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ.....	41
3.1. ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΔΙΑΜΟΡΦΩΘΗΚΑΝ ΕΝ ΜΕΣΩ ΚΡΙΣΗΣ .....	41
3.2. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟ 2007 .....	43
3.2.1. Χωροταξική κατανομή των ΜΜΕ .....	46
3.3. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟ 2008 .....	48
3.3.1. Χωροταξική κατανομή των ΜΜΕ .....	51
3.4. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟ 2009-2010.....	53

3.5. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟ 2010-2011 .....	54
3.5.1. Αριθμός ΜΜΕ και θέσεις εργασίας .....	57
3.6. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟ 2012-2013 .....	57
3.7. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟ 2014-2015.....	60
3.8. ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ.....	63
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 <sup>ο</sup> - ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ .....	64
4.1. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΦΑΡΜΟΣΟΥΝ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ .....	64
4.2. ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ.....	65
4.2.1. Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης.....	66
4.3. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	67
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	71
5.1. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	71
5.2. Η ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΚΑΙ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ.....	71
5.3. ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ.....	72
5.3.1. Κατάρτιση Ερωτηματολογίων.....	72
5.3.2. Δειγματοληψία και απογραφή.....	73
5.4. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ.....	74
5.5. ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ.....	75
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	103
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	106
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	108

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Βασικός στόχος στην παρούσα πτυχιακή εργασία είναι η μελέτη της επίδοσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων πριν και μετά την οικονομική κρίση στη χώρα μας, καθώς και η ανεύρεση τακτικών ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας.

Το πρώτο κεφάλαιο της εργασίας έχει ως θέμα την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Πιο συγκεκριμένα, αναφέρεται στις σύγχρονες τάσεις της επιχειρηματικότητας, στους παράγοντες, στα είδη της, αλλά και στις βασικές συνιστώσες της.

Το δεύτερο κεφάλαιο αναλύει τη δομή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Μιλάει για τους τύπους των ΜμΕ, για τον αριθμό προσωπικού, για τον κύκλο ζωής τους, καθώς και για τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους. Επίσης, δίνει σε αριθμούς τις ΜμΕ στην Ελλάδα και περιγράφει τους τρόπους χρηματοδότησής τους.

Στο τρίτο και σημαντικότερο κεφάλαιο, παραθέεται με στατιστικά στοιχεία και με τη βοήθεια πινάκων και διαγραμμάτων, η πορεία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα από το 2007 μέχρι και το 2015. Υπογραμμίζονται οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης στην ελληνική οικονομία, αλλά κυρίως στις ΜμΕ.

Στο τέταρτο κεφάλαιο περιγράφονται τακτικές και μέσα για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, όπως στρατηγικές κινήσεις που πρέπει να εφαρμόσει μια επιχείρηση, όπως η ενίσχυση της ρευστότητας με τη βοήθεια του Εθνικού Ταμείου Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης (ΕΤΕΑΝ) αλλά και από ορισμένα προγράμματα που διεξάγονται από το κράτος και την Ευρώπη και βοηθούν στη χρηματοδότησή τους.

Στο πέμπτο και τελευταίο κεφάλαιο περιλαμβάνεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε στην έρευνα μετά τη συλλογή των ερωτηματολογίων, τα οποία στάλθηκαν και απαντήθηκαν από ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

## ABSTRACT

The main objective in this thesis is to study the performance of small business before and after the economic crisis in our country, and how to develop methods for strengthening entrepreneurship.

The first chapter of this paper is about entrepreneurship in Greece. More specifically, it refers to the modern trends of entrepreneurship, its factors, its types, and also on its main components.

The second chapter analyzes the structure of SMEs. It talks about the types of SMEs, their number of staff, for their life cycle, as well as the advantages and disadvantages. It also gives a number of SMEs in Greece and describes how they are financed

The third and most important chapter, analyzes with statistics, tables and charts, the progress of SMEs in Greece from 2007 to 2015. It highlights the impact of the economic crisis on the Greek economy, but especially to SMEs.

The fourth chapter describes tactics and means of strengthening entrepreneurship such as strategic moves that have to be implemented by a company, such as the strengthening of liquidity with the help of the National Entrepreneurship and Development Fund (ETEAN) and some programs run by the State and Europe.

The fifth and last chapter includes the methodology that we used in the survey after collecting the questionnaires, which were sent and answered by Greek SMEs.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup> - Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

### 1.1. ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Για δεκαετίες ολόκληρες, στα κυρίαρχα νεοκλασικά θεωρητικά σχήματα η επιχειρηματικότητα ταυτιζόταν με την διαχείριση και την άριστη κατανομή των πόρων για την μεγιστοποίηση του κέρδους της επιχείρησης. Στο πλαίσιο του υποδείγματος της γενικής ισορροπίας απουσίαζε οποιαδήποτε έννοια της επιχειρηματικότητας που θα έδινε βάρος στην ανάληψη πρωτοβουλιών του επιχειρηματία και θα τόνιζε την «ενεργητική» διάσταση των αποφάσεων και ενεργειών του στη διαμόρφωση και εξέλιξη του οικονομικού περιβάλλοντος. Στην νεοκλασική ανάλυση ο επιχειρηματίας θεωρείται ως ο παθητικός υπολογιστής που αντιδρά μηχανικά σε αλλαγές που του επιβάλλονται από τυχαίες εξωγενείς εξελίξεις στις οποίες δεν ασκεί ούτε προσπαθεί να ασκήσει οποιαδήποτε επιρροή. Εξαιρέση στον παραπάνω κανόνα αποτελούν οι προσπάθειες που υπήρξαν από σημαντικούς θεωρητικούς (Fr. Knight, J. Schumpeter κ.α.) να εντάξουν την έννοια της επιχειρηματικότητας στις θεωρίες τους για την λειτουργία της οικονομίας.

Οι πρόσφατες εξελίξεις που σχετίζονται με την παγκοσμιοποίηση και την τεχνολογική επανάσταση (κυρίως στους τομείς της πληροφορίας και της επικοινωνίας) έχουν σαν συνέπεια την αύξηση του ενδιαφέροντος για την επιχειρηματικότητα και το βαθμό ανάπτυξής της στις σύγχρονες οικονομίες.

Στη σύγχρονη βιβλιογραφία η επιχειρηματικότητα σχετίζεται με:

- § Τη συνεχή αναζήτηση νέων πεδίων δράσης, που προσδίδει στον φορέα της, τον επιχειρηματία, κεντρικό ρόλο στην αναπτυξιακή διαδικασία.
- § Την ύπαρξη οράματος για νέες δραστηριότητες, τη διάδοσή του στους συνεργάτες ώστε να το ενστερνιστούν και τη σύνδεσή του με τις καθημερινές εργασιακές δραστηριότητες, ώστε να δίνει σ' αυτές νόημα.
- § Την ανάληψη του επιχειρηματικού κινδύνου που μόνο ο επιχειρηματίας μπορεί να αναλάβει.
- § Τη διαμόρφωση στόχων και σχεδίων καθώς και την ικανότητα υλοποίησής τους στο πλαίσιο συγκεκριμένου χρονικού ορίζοντα με σύγχρονες μεθόδους.

- § Τη μετατόπιση του κέντρου βάρους από την διαχείριση και τον έλεγχο στη δημιουργικότητα και την καινοτομία.
- § Την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων σε διεθνές επίπεδο και την ικανότητά τους να κατακτούν ή να δημιουργούν νέες αγορές.
- § Την παρακολούθηση του περιβάλλοντος, την αντιμετώπιση των απειλών και των περιορισμών και την αξιοποίηση των ευκαιριών που υπάρχουν σ' αυτό
- § Την απαραίτητη γνώση που θα παράσχει στον επιχειρηματία τη δυνατότητα κατανόησης, υιοθέτησης και αξιοποίησης νέων ιδεών, καινοτομιών και σύγχρονων τεχνολογικών μεθόδων που αλλάζουν ριζικά δραστηριότητες, διαμορφώνουν νέα προϊόντα κ.ά. (Γκαγκάτσιος., Ι., Λελεδάκης., Γ., 2008:62-64)

Στο νέο οικονομικό περιβάλλον η επιχειρηματικότητα θα αναπτύσσεται συλλογικά, τόσο στις νέο-ιδρυόμενες και μικρές επιχειρήσεις όσο και στις μεγάλες. Η ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων απαιτεί ισχυρούς δεσμούς μεταξύ επιχειρήσεων, πανεπιστημίων, ερευνητικών ιδρυμάτων και χρηματοπιστωτικών οργανισμών. Οι επιχειρήσεις πρέπει να ορίζονται συλλογικές επιχειρηματικές δραστηριότητες ή επιχειρηματικά δίκτυα που σταδιακά εξαπλώνονται και αντικαθιστούν τις παραδοσιακές ιεραρχικές εταιρείες. Κατά τον ίδιο τρόπο, οι βιομηχανίες δε μπορούν να ορισθούν απλά ως το άθροισμα ξεχωριστών επιχειρήσεων που παράγουν ένα συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία και ανταγωνίζονται η μία την άλλη, αλλά πρέπει να οριστούν ως αστερισμοί συλλογικών επιχειρηματικών δραστηριοτήτων ή επιχειρηματικών δικτύων που ασχολούνται με την ίδια δραστηριότητα.

Στις υπολειπόμενες ήδη μικρές ή στις μικρές νέο-ιδρυόμενες επιχειρήσεις, η συλλογική επιχειρηματικότητα παίρνει τη μορφή στρατηγικών συνεργασιών και συμμαχιών μεταξύ των μεμονωμένων επιχειρηματιών (ανάπτυξη δικτύων επιχειρηματικής συνεργασίας, clusters), των εταιρειών κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών (εταιρειών venture capital), και των κέντρων επώασης νέων επιχειρήσεων, των ερευνητικών ιδρυμάτων, των οργανισμών εκπαίδευσης και των κέντρων καινοτομίας. (Γκαγκάτσιος., Ι., Λελεδάκης., Γ., 2008:62-64)

Η επιτυχής ανάπτυξη και το ξεκίνημα μιας νέας επιχειρηματικής προσπάθειας δεν είναι ένα θέμα μόνο ατομικής διαχειριστικής ικανότητας αλλά ένα συλλογικό ζήτημα. Έτσι τα ερευνητικά ιδρυτά και τα κέντρα καινοτομίας προσφέρουν νέες

ιδέες, οι εταιρίες κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών ή άλλοι εξειδικευμένοι χρηματοδοτικοί οργανισμοί προσφέρουν τη χρηματοδότηση και τον έλεγχο των διαδικασιών, οι επιχειρηματίες προσφέρουν τη σύγχρονη οργάνωση, τις διαχειριστικές και άλλες ικανότητες. Τα Επιστημονικά και Τεχνολογικά Πάρκα και οι θερμοκοιτίδες παρέχουν επίσης συμβουλές σχετικά με τεχνικά, νομικά, οργανωτικά και χρηματοοικονομικά θέματα, πληροφορίες σε ζητήματα που σχετίζονται με την αγορά, χώρους με κατάλληλη υποδομή και τέλος, επενδύσεις ιδίων κεφαλαίων των φορέων εκμετάλλευσης στις εγκαταστημένες επιχειρήσεις.

Στις μεγάλες επιχειρήσεις η συλλογική επιχειρηματικότητα διακρίνεται σε εσωτερική και εξωτερική. Η εσωτερική συλλογική επιχειρηματική δραστηριότητα αναπτύσσεται μέσα σε παραδοσιακές εταιρίες με την άμβλυνση των διαχωριστικών γραμμών μεταξύ μετόχων, διοικητικών στελεχών και εργαζομένων. Το χαμήλωμα των εσωτερικών ορίων δεν είναι μόνο θέμα τεχνικό (ενδοδίκτυα κ.λπ.) αλλά και θέμα θεσμών (κυκλική μετακίνηση του εργατικού δυναμικού, ομαδική εργασία, μεταθέσεις κ.λπ.) που επιτρέπουν στα μέλη της εταιρείας να αναπτύξουν για τη συνολική διαδικασία και όχι μόνο για τα τμήματά της και επίσης, διευκολύνουν την επικοινωνία ανάμεσα στα μέλη και τη συνεχή ροή πληροφόρησης. Επιπλέον, τα παραπάνω διευκολύνονται και από την κατάργηση των πολλαπλών επιπέδων μεσαίων διοικητικών στελεχών και τη συμμετοχή στη λήψη των αποφάσεων. (Γκαγκάτσιος., I., Λελεδάκης., Γ., 2008:62-64)

Η **εξωτερική** συλλογική επιχειρηματικότητα αναπτύσσεται πέρα από τα εξωτερικά όρια των παραδοσιακών εταιριών κατά δύο τρόπους: κάθετα και οριζόντια.

Η **κάθετη** εξωτερική επιχειρηματικότητα αναπτύσσεται μεταξύ των παραγωγών, των μεταφορέων, των πωλητών και των προμηθευτών. Παίρνει τη μορφή μιας συμμαχίας μεταξύ ανεξάρτητων εταιριών ή της συνεργασίας των εταιριών που προκύπτουν από τη διαίρεση μίας μεγάλης εταιρείας.

Η **οριζόντια** εξωτερική συλλογική επιχειρηματική δραστηριότητα μπορεί να αναπτύσσεται και πέρα από τις εταιρίες για την παραγωγή συμπληρωματικών προϊόντων και την ανάπτυξη νέων τεχνολογιών.

Η συλλογική επιχειρηματικότητα μπορεί να υλοποιηθεί με κοινές συμφωνίες για προϊόντα και εμπόριο, με αλληλοσυμμετοχές στο εταιρικό κεφάλαιο (equity positions), με συμφωνίες για μεταφορά και διακίνηση και με συμφωνίες εκχώρησης



δικαιώματος εκμετάλλευσης (franchise agreement). (Γκαγκάτσιος., Ι., Λελεδάκης., Γ., 2008:62-64)

Συχνά τα επιχειρηματικά δίκτυα αποτελούνται από μια κεντρική μονάδα όπως η IBM, η SONY ή η NOKIA η οποία χειρίζεται την ανακάλυψη ή τη βελτίωση των νέων προϊόντων και βρίσκεται πίσω από το νέο προϊόν, ενώ οι περιφερειακές μονάδες μπορεί να αποτελούνται από συμμαχίες της κεντρικής εταιρείας οι οποίες χειρίζονται τη συναρμολόγηση, τη μαζική παραγωγή, τη διακίνηση και την λιανική πώληση.

Η συλλογική επιχειρηματική δραστηριότητα δίνει τις ευκαιρίες και τα κίνητρα σε μέλη και μη μέλη παραδοσιακών εταιρειών να μοιράζονται και να ενσωματώνουν τεχνικές και οικονομικές πληροφορίες για την ανακάλυψη και εκμετάλλευση νέων επιχειρησιακών δραστηριοτήτων. Επίσης, δημιουργεί τις δομές εκείνες που επιτρέπουν σε πάρα πολλούς κρυμμένους επιχειρηματίες, διασκορπισμένους μεταξύ των προμηθευτών, των μεταφορέων και των πελατών και των συνεργατών να ενώσουν τις προσπάθειές τους για την ανακάλυψη και εκμετάλλευση νέων ευκαιριών.

## 1.2. ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η άνθιση ή μη της επιχειρηματικότητας εξαρτάται από ορισμένους παράγοντες του ευρύτερου οικονομικού περιβάλλοντος. Οι παράγοντες αυτοί είναι:

Χρηματοδοτική Υποστήριξη. Πρόκειται δηλαδή για τον βαθμό στον οποίο είναι διαθέσιμοι πόροι και χρηματοδοτική υποστήριξη για νέες και καθιερωμένες επιχειρήσεις με κυριότερες μορφές υποστήριξης τις επιδοτήσεις και τις επιχορηγήσεις. Επίσης, αναφέρεται και στην ποιότητα της διαθέσιμης οικονομικής υποστήριξης, με τη μορφή μετοχικού κεφαλαίου, κεφαλαίου σποράς δανειοδότησης κ.ά., καθώς και στο βαθμό κατανόησης της επιχειρηματικότητας από τους φορείς του χρηματοπιστωτικού συστήματος. (Χασσίδ, Ι., Καραγιάννης, Α., 1999: 17-20)

Κυβερνητικές Πολιτικές και Προγράμματα. Οι περιφερειακές αλλά και οι εθνικές πολιτικές μπορεί να είναι ουδέτερες, να ενθαρρύνουν ή να αποθαρρύνουν τη δημιουργία νέων και τη στήριξη υφιστάμενων επιχειρήσεων. Επίσης, η επιτυχία των προγραμμάτων στήριξης εξαρτάται από την ποιότητα και ευκολία πρόσβασης σ' αυτά, τη διαθεσιμότητα και την εκπαίδευση του κυβερνητικού προσωπικού καθώς και της αποτελεσματικότητας της δομής των δημοσίων υπηρεσιών (γραφειοκρατία).

- Εκπαίδευση. Αναφέρεται στο βαθμό στον οποίο παρέχεται εκπαίδευση για το πώς στήνεται και διοικείται μια επιχείρηση στις διάφορες βαθμίδες του εκπαιδευτικού συστήματος.
- Έρευνα και ανάπτυξη. Ο βαθμός στον οποίο η έρευνα και ανάπτυξη σε εθνικό επίπεδο οδηγεί τη χώρα σε νέες εμπορικά εκμεταλλεύσιμες ευκαιρίες καθώς και η δυνατότητα ή μη νέων και καθιερωμένων επιχειρήσεων να έχουν πρόσβαση σε δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης επηρεάζει σημαντικά την επιχειρηματικότητα. Αναφέρεται στο θεσμικό πλαίσιο των ευρεσιτεχνιών, στα επίπεδα καινοτομικότητας της χώρας, στον εθνικό σχεδιασμό δαπανών έρευνας και ανάπτυξης. (Χασσίδ, Ι., Καραγιάννης, Α., 1999: 17-20)
- Οικονομικό Κλίμα. Η οικονομική συγκυρία μπορεί να ενθαρρύνει ή αποθαρρύνει την επιχειρηματική δραστηριότητα.
- Σύνθεση του πληθυσμού. Το μέγεθος του πληθυσμού, αλλά κυρίως η σύνθεσή του ως προς τις εθνικές μειονότητες, μεταναστευτικές ομάδες, θρησκευτικές και άλλες ταυτότητες ευνοούν ή όχι την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.
- Χαρακτηριστικά της εργασίας. αναφέρεται στα χαρακτηριστικά και στις δεξιότητες του εργατικού δυναμικού, καθώς και στο ύψος του εργατικού κόστους τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

### 1.3. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Με την επιχειρηματικότητα αντιμετωπίζονται προβλήματα που σχετίζονται με την έλλειψη ειδικευμένων στελεχών, τη δυσλειτουργία μεταξύ των τμημάτων της επιχείρησης, των εμποδίων στη ροή πληροφοριών και στη λήψη των αποφάσεων που υπάρχουν σε μια επιχείρηση. Επίσης γίνεται σωστή επιλογή ατόμων και αξιοποιούνται καλύτερα οι γνώσεις και οι δεξιότητες των εργαζομένων σε μια επιχείρηση, με αποτέλεσμα να αυξάνεται η παραγωγικότητα της επιχείρησης.

Επίσης το να είναι κανείς επιχειρηματίας σημαίνει να μάθει να διαχειρίζεται τον κίνδυνο. Με άλλα λόγια να έχει την διάθεση να πειραματισθεί και να βρει τρόπους να ελαχιστοποιεί τους κινδύνους στις οικονομικές του δραστηριότητες. Τέλος η επιχειρηματικότητα αφορά την ικανότητα του επιχειρηματία να αντιλαμβάνεται τις ευκαιρίες κέρδους και να δρα με βάση αυτές. (Γκαγκάτσιος., Ι., Λελεδάκης., Γ., 2008:60-62)

Έχουν αναπτυχθεί διάφορες μορφές επιχειρηματικότητας, η ύπαρξη και το πλήθος των οποίων έχει την εξήγησή του στις πολλαπλές διαστάσεις που έχει λάβει ο επιχειρηματικό τομέας, αλλά και στη σύγχυση που υπάρχει αναφορικά με τα διακριτικά γνωρίσματα και την ανάγκη ύπαρξης των μορφών αυτών επιχειρηματικότητας. Οι λόγοι που οδηγούν στο διαχωρισμό της επιχειρηματικότητας είναι πολλοί και συνήθως έχουν τις ρίζες τους στους λόγους ευκολίας θεωρητικής ανάλυσης ή ερμηνείας του φαινομένου.

Σύμφωνα με τους Clamp και Alhamis (2010), η επιχειρηματικότητα διακρίνεται σε δύο είδη: την παραδοσιακή επιχειρηματικότητα των επιχειρήσεων και την κοινωνική επιχειρηματικότητα (social entrepreneurship). Ο παραδοσιακός επιχειρηματίας αναλαμβάνει τους κινδύνους για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής του δραστηριότητας, με σκοπό το ίδιον όφελος. Από την άλλη πλευρά, η κοινωνική επιχειρηματικότητα επιθυμεί να συνδυάσει τη φιλοσοφία και τον τρόπο σκέψης των επιχειρήσεων με την ικανοποίηση των κοινωνικών αναγκών, μέσα από τη δημιουργία του ατόμου. Οι επιτυχημένοι κοινωνικοί επιχειρηματίες αντιλαμβάνονται τη σημαντικότητα της αποτελεσματικής χρήσης όλων των πόρων που διαθέτει η επιχείρηση, ώστε να ικανοποιηθούν οι προσδοκίες των επενδυτών, ταυτόχρονα όμως εξισορροπώντας τις προσδοκίες του κοινωνικού συνόλου για μια βελτίωση της ποιότητας της ζωής του και τη δημιουργία θέσεων εργασίας με μια σχετική σταθερότητα. Εκτός από τα ανωτέρω είδη, μπορεί να προσαρτηθεί και ένα τρίτο είδος, το οποίο ονομάζεται συνεργατική (cooperative) επιχειρηματικότητα. (Clamp, C., and Alhamis, I., 2010:168-9)

Επίσης, οι Γκαγκάτσιος και Λελεδάκης, αναγνωρίζουν ως διακριτά είδη επιχειρηματικότητας την αμιγή και μικτή επιχειρηματικότητα. Πιο συγκεκριμένα:

A) Η αμιγής επιχειρηματικότητα εξασκείται χωρίς ο επιχειρηματίας να διαθέτει άλλα παραγωγικά μέσα (π.χ. μηχανήματα), αλλά μόνο από την προσωπική του συμβολή. Κεντρικό ρόλο παίζει η προσωπικότητα του με όλα τα χαρακτηριστικά της, τα οποία εκφράζονται με τη σύλληψη για αξιοποίηση μιας νέας παραγωγικής ιδέας. Η αμιγής επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει εκείνες τις δραστηριότητες που δεν μπορούν εξίσου με τον επιχειρηματία να πραγματοποιηθούν από μισθωτούς εργαζομένους ή άλλους φορείς (π.χ. δημόσιες υπηρεσίες). Ωστόσο η επιχειρηματικότητα με αυτή τη μορφή δεν συναντάται συχνά στην πραγματική οικονομική ζωή. Όταν ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει δράση, τις περισσότερες φορές,

είναι υποχρεωμένος για διάφορους λόγους να αναλάβει δραστηριότητες που θα μπορούσαν να αναληφθούν από άλλα άτομα χωρίς να μειωθεί το αποτέλεσμα της επιχειρηματικότητας του. Έτσι στην πράξη ο ρόλος του επιχειρηματία εκπληρώνεται με μία από τις μορφές της μικτής επιχειρηματικότητας.

B) Η μικτή επιχειρηματικότητα, ασκείται όταν ο επιχειρηματίας δραστηριοποιείται αναλαμβάνοντας και ρόλους που εύκολα μπορούν να υλοποιηθούν από άλλα άτομα ή φορείς της οικονομίας (διοικητικά στελέχη, τραπεζικό σύστημα κ.λπ.). Το είδος αυτό διακρίνεται σε επιχειρηματικότητα εργαζομένων και επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων.

**Ø Η μικτή επιχειρηματικότητα εργαζομένων** περιλαμβάνει δραστηριότητες οι οποίες θα μπορούσαν να αναληφθούν από άλλα άτομα χωρίς να μειωθεί η αποτελεσματικότητα της επιχείρησης. Συνήθως αυτό το είδος επιχειρηματικότητας εφαρμόζεται σε περιπτώσεις που ο επιχειρηματίας ιδρύει μια επιχείρηση. Η μικτή επιχειρηματικότητα σήμερα τείνει να εκλείψει γιατί:

ο Ο επιχειρηματίας είναι δύσκολο να είναι τέλειος γνώστης διαφόρων ειδικών θεμάτων.

ο Το εκπαιδευτικό σύστημα παρέχει αυτές τις γνώσεις σε άτομα πρόθυμα να εργασθούν. Αρά αυτό που απαιτείται είναι η σωστή επιλογή προσωπικού.

ο Είναι πιο αποδοτικό να αφιερώνει το χρόνο στην ανακάλυψη μιας νέας ευκαιρίας για κέρδος.

**Ø Μικτή επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων**, ασκεί το άτομο που προχωρά στην αξιοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας του, παρέχοντας κεφάλαια στην υπό ίδρυση ή νεοϊδρυθείσα επιχείρηση του. Αυτή η μορφή τείνει σήμερα να περιορισθεί γιατί:

ο Αυξάνονται οι δυνατότητες άντλησης κεφαλαίων από το χρηματοπιστωτικό σύστημα και τα διάφορα σχήματα επιχειρηματικής συνεργασίας.

ο Η διάκριση ρόλων και προτιμήσεων μεταξύ κεφαλαιούχων και επιχειρηματιών – επενδυτών έχει γίνει πιο φανερή. (Γκαγκάτσιος, Ι., Λελεδάκης, Γ., 2008:60-62)

## 1.4. ΒΑΣΙΚΕΣ ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

### 1.4.1. Η επιχείρηση

Η επιχείρηση αποτελεί μια παραγωγική - οικονομική μονάδα, με την έννοια ότι συνδυάζει και αξιοποιεί τους συντελεστές παραγωγής (εργασία, κεφάλαιο, γνώση, τεχνολογία κτλ.), προκειμένου να παράγει προϊόντα ή υπηρεσίες, με σκοπό τη διάθεση τους μέσω του μηχανισμού της αγοράς στους καταναλωτές. Αποτελεί, δηλαδή, την οργάνωση που παράγει πλούτο, με την έννοια των αγαθών με τα οποία ικανοποιούνται ανθρώπινες ανάγκες. Ταυτόχρονα όμως συμμετέχει σε κάθε οικονομική δραστηριότητα, αφού, προκειμένου για παράδειγμα να παράγει, παίζει τους ρόλους του επενδυτή, του καταναλωτή, του αποταμιευτή, του δανειζόμενου, κτλ. (<http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C122/38/218,1095/>)

Από την προηγούμενη περιγραφή είναι σαφές ότι η επιχείρηση αποτελεί μια κατ' εξοχήν παραγωγική μονάδα. Είναι, όμως όλες οι παραγωγικές μονάδες, επιχειρήσεις; Το δημόσιο ερευνητικό ίδρυμα, το δημόσιο λύκειο αποτελούν αναμφισβήτητα παραγωγικές μονάδες, είναι όμως επιχειρήσεις; Η απάντηση είναι ασφαλώς όχι. Σε τι λοιπόν διαφέρουν από το ιδιωτικό νοσοκομείο ή σχολείο, τα οποία είναι επιχειρήσεις; Δύο είναι τα κύρια χαρακτηριστικά που διακρίνουν τις επιχειρήσεις από τις υπόλοιπες παραγωγικές μονάδες.

- Πρώτο, η επιχείρηση παράγει προϊόντα ή υπηρεσίες τα οποία τα διαθέτει έναντι μιας αξίας ανταλλαγής μέσω του μηχανισμού της αγοράς. Έτσι, η ύπαρξη της εξαρτάται από την ικανότητα να αποκτά έσοδα και κέρδη μέσω του μηχανισμού αυτού. Οι παραγωγικές μονάδες που δεν είναι επιχειρήσεις δε διαθέτουν τα προϊόντα με αυτόν τον τρόπο (έναντι μιας αξίας ανταλλαγής μέσω του μηχανισμού της αγοράς) και η επιβίωση τους δεν εξαρτάται από αυτό.

- Δεύτερο, απ' όσα προηγήθηκαν προκύπτει ότι η επιχείρηση συνδέεται με την ανάληψη κινδύνου. Αυτό σημαίνει ότι η λειτουργία μιας επιχείρησης ή μια επιχειρηματική δραστηριότητα συνδέεται με πιθανότητα κέρδους ή ζημίας. (<http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C122/38/218,1095/>)

#### 1.4.1.1. Η Επιχείρηση ως Κοινωνική Οργάνωση

Η επιχείρηση αποτελεί μια οργάνωση, όπως αυτή έχει περιγραφεί στις προηγούμενες σελίδες. Είναι χρήσιμο όμως εδώ να τονιστούν και τα κοινωνικά της

στοιχεία. Η επιχείρηση αποτελεί μια κοινωνική πραγματικότητα ή "κοινωνική κατασκευή", αφού αποτελείται από ανθρώπους. Αυτό συνοπτικά σημαίνει ότι:

- Η επιχείρηση εκφράζει έναν τρόπο συλλογικής δράσης.
- Στο πλαίσιο αυτής αναπτύσσονται κοινωνικές σχέσεις, όπως διαπροσωπικές σχέσεις, σχέσεις αλληλεγγύης, κτλ.
- Η επιχείρηση αποτελεί μια κοινωνική οργάνωση στην οποία υπάρχουν, "συγκρούονται" και γίνονται αντικείμενο διαπραγμάτευσης διαφορετικά συμφέροντα διαφορετικών ομάδων, όπως, για παράδειγμα, εργαζόμενοι-εργοδότες.
- Στην επιχείρηση υπάρχουν σχέσεις εξουσίας, με την έννοια ότι για κάθε ζήτημα που απαιτείται απόφαση υπάρχει "νόμιμο" δικαίωμα, που προσδιορίζει ποιος ή ποιοι θα αποφασίσουν και ποιοι είναι υποχρεωμένοι να συμμορφωθούν σ' αυτήν ή να την εκτελέσουν.
- Η επιχείρηση λειτουργεί σύμφωνα με ένα πλαίσιο τυπικών ή άτυπων κανόνων, που ρυθμίζουν ή υποχρεώνουν σε συμμόρφωση την ατομική ή ομαδική συμπεριφορά των ανθρώπων.
- Η επιχείρηση, εκτός από προϊόντα ή υπηρεσίες, προσφέρει απασχόληση, ικανοποίηση κοινωνικών αναγκών και πρέπει να "αισθάνεται" κοινωνική ευθύνη απέναντι στο περιβάλλον της.  
(<http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C122/38/218,1095/>)

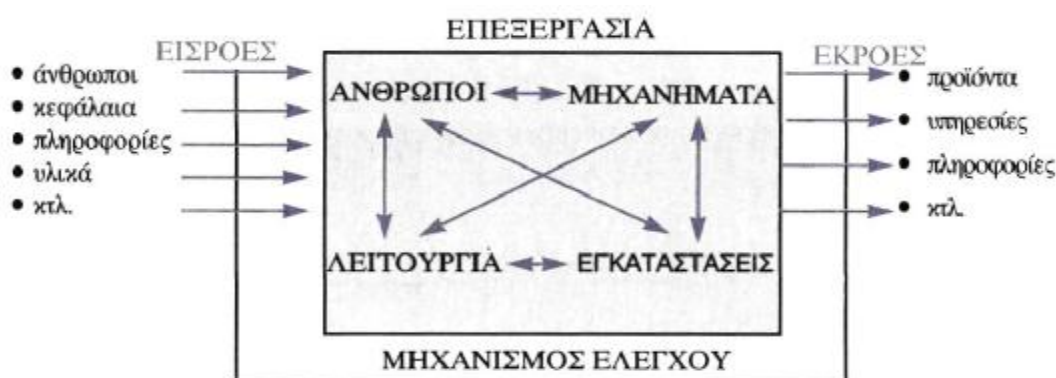
#### **1.4.1.2. Η Επιχείρηση ως Θεσμός**

Η επιχείρηση αποτελεί ένα θεμελιώδη θεσμό, τουλάχιστον ίσης σπουδαιότητας με αυτή των υπολοίπων θεσμών, όπως, για παράδειγμα, του σχολείου ή της δικαιοσύνης. Αποτελεί βασικό πυλώνα της κοινωνίας. Η ανάπτυξη, η ευημερία, η κοινωνική δικαιοσύνη, και η εξέλιξη των κοινωνιών συνδέεται άμεσα με το θεσμό της επιχείρησης. Για το λόγο αυτό, προσδιορίζονται σε σημαντικό βαθμό από το πλαίσιο ρυθμιστικών διατάξεων π.χ. (Σύνταγμα, νόμος) κάθε κοινωνίας, η ίδρυση, η λειτουργία κάθε επιχείρησης, οι σχέσεις μεταξύ αυτής και του περιβάλλοντος της (π.χ. εργαζόμενοι, μέτοχοι, προμηθευτές, δανειστές, πελάτες) που συνδέονται με την επιχείρηση, ακόμη και ο "θάνατος" της (η διάλυση της). Η επιχείρηση είναι επίσης υποχρεωμένη να διατυπώνει επισήμως τους βασικούς κανόνες που διέπουν τη φύση και τη λειτουργία της (π.χ. καταστατικό) και να διαθέτει θεσμική οργάνωση (Γενική

### 1.4.1.3. Η Επιχείρηση ως Σύστημα

Όπως κάθε οργάνωση, έτσι και η επιχείρηση μπορεί να θεωρηθεί ως ένα σύστημα, και, συνεπώς, να γίνει αντιληπτή και να μελετάται ως τέτοιο. Διευκρινίζεται ότι σύστημα είναι ένα σύνολο στοιχείων ή μερών τα οποία συνδέονται μεταξύ τους με σχέσεις αλληλεπίδρασης και αποτελούν μια ολότητα. Σύμφωνα με το παρακάτω σχήμα (Σχήμα 1.1.) η επιχείρηση:

- § Λαμβάνει ως εισροές από το περιβάλλον ανθρώπινους, οικονομικούς, υλικούς και άλλους πόρους.
- § Επεξεργάζεται-μετασχηματίζει-μεταποιεί τους πόρους αυτούς μέσω διάφορων λειτουργιών και μέσων.
- § Δίνει στο περιβάλλον τις εκροές (π.χ. προϊόντα-υπηρεσίες).
- § Είναι διακριτή από το περιβάλλον της, με την έννοια ότι έχει σύνορα.
- § Προσαρμόζεται στο περιβάλλον της μέσω του μηχανισμού ελέγχου-ανατροφοδότησης. (<http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C122/38/218,1095/>)



### Σχήμα 1.1. Η Επιχείρηση ως Σύστημα

Με βάση τη συστημική προσέγγιση, η διοίκηση των επιχειρήσεων απαιτεί την κατανόηση και τη μελέτη του κάθε στοιχείου-μέρους της ξεχωριστά, αλλά και τις σχέσεις μεταξύ αυτών. Για παράδειγμα, δεν αρκεί μόνο να μελετηθεί η τεχνολογία μιας επιχείρησης, αλλά και η σχέση αυτής με τους ανθρώπους. Αυτό ασφαλώς

συνεπάγεται και για την επιχείρηση, όπως και για κάθε άλλο οργανισμό, τη διεπιστημονική προσέγγιση των ζητημάτων της διοίκησής τους. (<http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C122/38/218,1095/>)

#### **1.4.2. Διακρίσεις Επιχειρήσεων**

Αναφορικά με τη διάκριση των επιχειρήσεων και τον τρόπο διαχωρισμού τους, έχουν προταθεί κάποια κριτήρια. Από την κατηγορία και το είδος της επιχείρησης θα εξαρτηθεί η μορφή οργάνωσης και ο τύπος της διοίκησης που θα εφαρμοσθεί. Η κατηγοριοποίηση των επιχειρήσεων που βασίζονται σε διάφορα κριτήρια, όπως, οικονομικά, νομικά οργανωτικά κτλ. συνοψίζεται όπως παρακάτω:

Ανάλογα με το μέγεθός τους, οι επιχειρήσεις διακρίνονται σε:

- § Μικρές
- § Μεσαίες
- § Μεγάλες

Εκτός από το μέγεθος μερικά ακόμα βασικά κριτήρια κατάταξης των επιχειρήσεων είναι βάσει: α) ενιαίου κύκλου εργασιών, β) του ετήσιου μέσου όρου του αριθμού των εργαζομένων και γ) την αξία των στοιχείων του ισολογισμού.

Ανάλογα με το αντικείμενο απασχόλησής τους οι επιχειρήσεις διακρίνονται σε τρεις βασικές κατηγορίες και η κάθε μια υποδιαιρείται σε άλλες. Έτσι με βάση αυτό το κριτήριο διακρίνονται σε:

- ✓ Πρωτογενούς ή αρχικής παραγωγής (π.χ. γεωργικές, αλιευτικές, επιχειρήσεις εξόρυξης ορυκτού και μεταλλευμάτων κ.α.)
- ✓ Δευτερογενούς παραγωγής (μεταποιητικές επιχειρήσεις, βιοτεχνίες και βιομηχανίες)
- ✓ Τριτογενούς παραγωγής (επιχειρήσεις κυκλοφορίας αγαθών, υπηρεσίες εμπορικές, τουριστικές τράπεζες κλπ.). (Τζωρτζάκη Κ. & Α. Τζωρτζάκη, 1992:79-80)

Αναφορικά με το φορέα και τη νομική τους μορφή κάθε επιχείρηση είναι νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου το οποίο λειτουργεί με συντονισμένες ενέργειες για την επίτευξη του κέρδους. Σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία οι επιχειρήσεις διακρίνονται σε ατομικές και εταιρικές. Οι εταιρικές επιχειρήσεις χωρίζονται σε προσωπικές, σε εταιρίες κεφαλαίου, συνεταιρισμούς και κοινοπραξίες. Οι προσωπικές εταιρίες διακρίνονται σε ομόρρυθμες, ετερόρρυθμες και αφανής.



Το χαρακτηριστικό των ατομικών και προσωπικών επιχειρήσεων είναι η απεριόριστη ευθύνη των φυσικών προσώπων που τις αποτελούν. Δηλαδή σε περίπτωση δυσμενών καταστάσεων όπως πτώχευση δεσμεύεται εκτός από την περιουσία της επιχείρησης και η προσωπική περιουσία των ιδιοκτητών. Ενώ στις επιχειρήσεις κεφαλαίου όπως είναι η ανώνυμη εταιρία η ευθύνη περιορίζεται στην εταιρική περιουσία. Απαραίτητη προϋπόθεση για τη σύσταση οποιασδήποτε μορφής εταιρίας είναι η σύνταξη καταστατικού και για συγκεκριμένους τύπους επιχειρήσεων είναι απαραίτητη και η παρουσία συμβολαιογράφου ενώ για άλλους πάλι αρκεί μόνο ένα ιδιωτικό έγγραφο. Ο βασικός στόχος όλων των τύπων επιχειρήσεων είναι η μεγιστοποίηση της αξία τους δηλαδή η δημιουργία πλούτου, η αύξηση και ο πολλαπλασιασμός του αρχικού κεφαλαίου. (Τζωρτζάκη Κ. & Α. Τζωρτζάκη, 1992: 79-80)

### **1.4.3. Μορφές επιχειρήσεων**

Μια από τις αρχικές κρίσιμες αποφάσεις που χρειάζεται να λάβει ο επίδοξος επιχειρηματίας αφορά στην επιλογή του κατάλληλου εταιρικού σχήματος, δηλαδή της νομικής μορφής της επιχείρησής του. Πολύ νωρίς πρέπει να αποφασίσει αν πρόκειται να στηριχθεί αποκλειστικά στις δικές του δυνάμεις, οπότε να συστήσει ατομική επιχείρηση, ή να συνεργαστεί με ένα ή περισσότερα πρόσωπα, ώστε να ιδρύσει εταιρεία. Κάθε τύπος επιχείρησης έχει ειδικά χαρακτηριστικά, πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, ενώ εξυπηρετεί διαφορετικές ανάγκες και στόχους. Πιο συγκεκριμένα: (Παναγιώτης Γεωργιάδης, 2008: 11-13)

**α) Ατομική Επιχείρηση:** Στις ατομικές επιχειρήσεις, ιδρυτής, ιδιοκτήτης και διαχειριστής ταυτίζονται. Η επιχειρηματική δραστηριότητα ασκείται από ένα άτομο, το οποίο έχει τη συνολική ευθύνη για τις αποφάσεις. Η μορφή αυτή είναι πολύ διαδεδομένη σε μικρές και μεσαίες αγροτικές, βιοτεχνικές και εμπορικές επιχειρήσεις, όπου η προσωπική συμμετοχή και εποπτεία είναι πολύ σημαντικές. Κύριο πλεονέκτημά της είναι η αυτονομία και η ευελιξία στις επιχειρηματικές αποφάσεις, ενώ το βασικό μειονέκτημα είναι η απεριόριστη ευθύνη του ιδιοκτήτη (οι υποχρεώσεις της επιχείρησης επεκτείνονται και στα προσωπικά περιουσιακά στοιχεία του).

**β) Εταιρεία:** Εταιρεία προκύπτει όταν δύο ή περισσότερα πρόσωπα, φυσικά ή νομικά, αναλαμβάνουν με σύμβαση αμοιβαία υποχρέωση να επιδιώξουν με κοινές

εισφορές κοινό σκοπό. Οι εταιρείες χαρακτηρίζονται από εμπορικότητα και αποτελούν νομικές προσωπικότητες, δηλαδή:

- Υποχρεούνται σε τήρηση εμπορικών βιβλίων.
- Μπορούν να κηρύσσονται σε πτώχευση.
- Έχουν ικανότητα δικαίου (είναι φορείς δικαιωμάτων και υποχρεώσεων).
- Έχουν επωνυμία, έδρα, ιθαγένεια και περιουσία.

Οι πιο συνηθισμένες μορφές εταιρειών είναι:

β1) Ομόρρυθμη Εταιρεία (Ο.Ε.): Η ομόρρυθμη εταιρεία είναι προσωπική εταιρεία, της οποίας όλα τα μέλη ευθύνονται απεριόριστα με όλη τους την περιουσία και εξ ολοκλήρου (αλληλέγγυα) για τις εταιρικές δραστηριότητες και υποχρεώσεις. Είναι εμπορική, έχει νομική προσωπικότητα, επωνυμία και εταιρική περιουσία, ενώ η ευθύνη των εταίρων για τα εταιρικά χρέη είναι απεριόριστη, δηλαδή ευθύνονται όλοι όχι μόνο μέσω των εισφορών τους, αλλά και μέσω των ατομικών τους περιουσιών.

Αποτελεί απλή μορφή εταιρείας, συστήνεται εύκολα και έχει χαμηλό συντελεστή φορολόγησης. Από την άλλη πλευρά, η διάλυσή της μπορεί να επέλθει λόγω διαφωνιών και αντιπαραθέσεων μεταξύ των εταίρων.

Για την ίδρυση ομόρρυθμης εταιρείας πρέπει να συμπράξουν δύο τουλάχιστον μέλη, τα οποία, κατά την έκφραση του νόμου, υποχρεούνται αμοιβαίως στην επιδίωξη κοινού σκοπού. Τα ιδρυτικά μέλη της ομόρρυθμης εταιρείας μπορεί να είναι φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Τα φυσικά πρόσωπα πρέπει να έχουν συμπληρώσει το δέκατο όγδοο έτος της ηλικίας τους. Συμμετοχή ανηλίκου στην ίδρυση προσωπικής εταιρείας επιτρέπεται μόνο κατόπιν δικαστικής άδειας. (Παναγιώτης Γεωργιάδης, 2008: 11-13)

β2) Ετερόρρυθμη Εταιρεία (Ε.Ε.): Αυτός ο τύπος εταιρείας προτιμάται όταν μεταξύ των εταίρων περιλαμβάνονται πρόσωπα που δεν επιθυμούν να ευθύνονται αλληλέγγυα και απεριόριστα, δηλαδή με ολόκληρη την προσωπική τους περιουσία. Τα μέλη της ετερόρρυθμης εταιρείας ευθύνονται για τις δραστηριότητες και τα χρέη μόνο μέχρι του ποσού της εισφοράς τους. Η ετερόρρυθμη εταιρεία έχει εμπορική επωνυμία. Ένας ή περισσότεροι εταίροι (ετερόρρυθμοι) έχουν περιορισμένη ευθύνη και συμβάλλουν με χρήματα ή καθετί που έχει περιουσιακή αξία, κάτι που αποτυπώνεται και στο καταστατικό. Ένας ή περισσότεροι εταίροι (ομόρρυθμοι)

έχουν απεριόριστη και εξ ολοκλήρου ευθύνη και μπορούν να χαρακτηριστούν ως απλοί χρηματοδότες. (Παναγιώτης Γεωργιάδης, 2008: 11-13)

β3) Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.): Η εταιρεία περιορισμένης ευθύνης επιλέγεται όταν κανένας εταίρος δεν επιθυμεί να διακινδυνεύσει την προσωπική του περιουσία. Πρόκειται για εταιρεία κεφαλαιουχικού τύπου και το κεφάλαιό της διαιρείται σε «μερίδια συμμετοχής ή εταιρικά μερίδια». Οι εταίροι έχουν περιορισμένη ευθύνη και οι αποφάσεις λαμβάνονται κατά πλειοψηφία (από τους εταίρους που εκπροσωπούν πλέον του μισού του συνολικού εταιρικού κεφαλαίου). Υπάρχουν συγκεκριμένοι όροι δημοσιότητας τόσο κατά την ίδρυσή της, όσο και καθ' όλη τη διάρκεια ζωής της. (Παναγιώτης Γεωργιάδης, 2008: 11-13)

β4) Ανώνυμη Εταιρεία (Α.Ε.): Η ανώνυμη εταιρεία είναι εμπορική κεφαλαιουχική εταιρεία, της οποίας το κεφάλαιο διαιρείται σε ισότιμα και μεταβιβάσιμα μερίδια (μετοχές). Αυτό σημαίνει ότι η μεταβίβαση της εταιρικής ιδιότητας είναι καταρχήν ελεύθερη και οποιαδήποτε μεταβολή στο πρόσωπο των εταίρων (πτώχευση, απαγόρευση, θάνατος) δεν επηρεάζει την εταιρεία. Οι μετοχές διακρίνονται: ως προς το περιεχόμενο σε κοινές και προνομιούχες (με ή χωρίς ψήφο) και ως προς τον τρόπο μεταβίβασης σε ανώνυμες και ονομαστικές (μη εισηγμένες και εισηγμένες στο χρηματιστήριο). Όλοι οι εταίροι (μέτοχοι) ευθύνονται μέχρι του ποσού της εισφοράς τους. Η Α.Ε. απαιτεί σχετικά μεγάλο κεφάλαιο για την ίδρυσή της, οι αποφάσεις λαμβάνονται κατά πλειοψηφία και υπάρχουν συγκεκριμένοι όροι δημοσιότητας τόσο κατά την ίδρυσή της, όσο και καθ' όλη τη διάρκεια ζωής της (συνήθως 50 έτη). (Παναγιώτης Γεωργιάδης, 2008: 11-13)

#### **1.4.4. Δυσκολίες και κίνδυνοι στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας**

Η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, ιδίως όταν αφορά στην ίδρυση και τη λειτουργία μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων, συχνά αναστέλλεται εξαιτίας πλήθους δυσκολιών και εμποδίων, τα οποία είναι κοινά για τα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης και συνοψίζονται ως εξής:

- Διοικητικές δυσκολίες και γραφειοκρατία κατά την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας ή/και κατά τη λειτουργία της επιχείρησης.
- Δυσκολία συγκέντρωσης τουλάχιστον του αρχικού κεφαλαίου.

- Δυσκολίες που προέρχονται από το ύψος της φορολογίας και τις κοινωνικές – ασφαλιστικές επιβαρύνσεις για τους αυτοαπασχολούμενους (ή τους δυνάμει αυτοαπασχολούμενους).
- Δυσκολίες αντιμετώπισης του ανταγωνισμού εντός της Ε.Ε., αλλά και διεθνώς.
- Προβλήματα που δημιουργούνται από τον σχετικό αποκλεισμό ομάδων πληθυσμού από την ανάπτυξη επιχειρηματικότητας. Τέτοιες ομάδες είναι οι εθνοτικές μειονότητες, οι γυναίκες, τα νεαρά άτομα κ.ά.
- Προβλήματα γεωγραφικού αποκλεισμού.
- Ελλείψεις σε γενικότερη γνώση και αντίληψη περί επιχειρηματικότητας και εναλλακτικών λύσεων, καθώς και εμπόδια που έχουν να κάνουν με τις ανάγκες σε εξειδικευμένη γνώση, εκπαίδευση – κατάρτιση και δεξιότητες.
- Κίνδυνοι (οικονομική ανασφάλεια, κοινωνική κατακραυγή) και αποθάρρυνση που προέρχονται από την προοπτική μιας επιχειρηματικής αποτυχίας, σε σχέση με τις πιθανότητες και το μέγεθος της αναμενόμενης ανταμοιβής από μια επιτυχή επιχειρηματική δραστηριοποίηση.
- Προτίμηση για το καθεστώς του μισθωτού αντί για αυτό του αυτοαπασχολούμενου. (Παναγιώτης Γεωργιάδης, 2008:19)

Όσον αφορά στους κινδύνους που όλες οι επιχειρηματικές δραστηριότητες αντιμετωπίζουν, οι συνηθέστερες κατηγορίες είναι οι ακόλουθες:

- § κίνδυνος από μεταβολές των τιμών της αγοράς (market risk)
- § κίνδυνος πιστοδότησης (credit risk)
- § λειτουργικός κίνδυνος (operational risk)
- § κίνδυνος παραβατικότητας (legal risk)
- § κίνδυνος ρευστότητας (liquidity risk) κ.λπ.

Πιο συγκεκριμένα, θα λέγαμε ότι οι κίνδυνοι που μπορούν να συναντηθούν διακρίνονται ανάλογα με: Α) την προέλευσή τους και Β) τη φύση τους.

Α) Ανάλογα με την προέλευσή τους οι κίνδυνοι χωρίζονται σε:

**i ) ενδογενείς** ως προς την επιχείρηση (δηλ. κίνδυνοι που σχετίζονται άμεσα με την λειτουργία της επιχείρησης) και **ii) εξωγενείς** ως προς την επιχείρηση (δεν

σχετίζονται με την λειτουργία της επιχείρησης και προέρχονται από το εξωτερικό οικονομικό περιβάλλον της επιχείρησης). (Webb., P., Webb., S., 2004: 43)

B) Ανάλογα με την φύση τους διακρίνονται στους κινδύνους που :

i) μπορούν να υπολογιστούν με μαθηματικό τρόπο (υπολογίζονται συγκεκριμένα με την θεωρία πιθανοτήτων και επίσης μπορούν να ασφαλιστούν και να συμπεριληφθούν στο κόστος λειτουργίας της επιχείρησης) και ii) σε αυτούς που δεν μπορούν να υπολογιστούν με μαθηματικό τρόπο.

Εκτός από τους παραπάνω κινδύνους υπάρχει και ο κίνδυνος από αυξημένα πάγια έξοδα. Παράγοντες που μπορούν να προκαλέσουν αυτόν τον κίνδυνο είναι οι εξής :

- 1) χαμηλότερες πωλήσεις από τις αναμενόμενες,
- 2) υποβίβαση των μικτών περιθωρίων κέρδους,
- 3) κακή διαχείριση της εισροής χρήματος,
- 4) απώλειες της εταιρίας και
- 5) θεμελιώδεις αλλαγές στην αγορά. (Webb., P., Webb., S., 2004: 43)

Πέρα από την συνηθισμένη έννοια του κινδύνου υπάρχουν και οι ελεγχόμενοι κίνδυνοι οι οποίοι βοηθούν στην ανάπτυξη της επιχείρησης. Ο κάθε επιχειρηματίας αντιμετωπίζει τον κάθε κίνδυνο με διαφορετικό τρόπο. Υπάρχει ο επιχειρηματίας ο οποίος θα επιδιώξει τον κίνδυνο με προσδοκία μεγάλου κέρδους αλλά και ο επιχειρηματίας ο οποίος δεν θα προσπαθήσει να τον αντιμετωπίσει.

Για την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων, αλλά και για την ανταγωνιστική βιωσιμότητα της επιχείρησης, πρέπει οι κίνδυνοι αυτοί να αναγνωρισθούν, να εντοπισθούν, να εκτιμηθεί σωστά το μέγεθός τους και στη συνέχεια να διαχειριστούν μέσα από συγκεκριμένες στρατηγικές και πρακτικές, ώστε ο συνολικός κίνδυνος, που αντιμετωπίζει η επιχείρηση να ελαχιστοποιηθεί και να είναι μέσα σε χρηματοοικονομικά αποδεκτό από τη διοίκησή της πλαίσιο. (Webb., P., Webb., S., 2004: 43)

#### 1.4.5. Επιχειρηματικά κίνητρα και ευκαιρίες

Η είσοδος στον επιχειρηματικό στίβο είναι πάντα μια δύσκολη απόφαση, η οποία εξαρτάται από μια σειρά παραγόντων. Κάποιοι από αυτούς τους παράγοντες είναι ευρύτερα πολιτισμικοί, με την έννοια ότι αφορούν τις γενικότερες στάσεις και αντιλήψεις απέναντι στην επιχειρηματική δραστηριότητα που επικρατούν σε μια κοινωνία σε μια συγκεκριμένη περίοδο. Ανεξάρτητα από το αν ο επίδοξος ή νέος επιχειρηματίας έχει σαφή συνείδηση αυτού του πολιτισμικού πλαισίου ή όχι, η απόφασή του δεν μπορεί παρά να επηρεάζεται από αυτό, τουλάχιστον σε κάποιο βαθμό. (Ιωαννίδης Σταύρος, 2013:39-40)

Κάποιοι άλλοι παράγοντες είναι αυστηρά προσωπικοί, με την έννοια ότι αφορούν τον τρόπο με τον οποίο κάθε συγκεκριμένος άνθρωπος κρίνει την δική του προσωπική επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Εδώ ιδιαίτερη σημασία έχουν παράγοντες όπως η αξιολόγηση των ικανοτήτων και της εμπειρίας του από τον ίδιο τον επίδοξο/νέο επιχειρηματία, αλλά και το «θάρρος» του για την είσοδο σε μια νέα δραστηριότητα, τα αποτελέσματα της οποίας δεν μπορεί παρά να ενέχουν μεγάλη αβεβαιότητα. Πρόκειται, με άλλα λόγια, για παράγοντες οι οποίοι αφορούν αποκλειστικά το άτομο και την επιλογή επιχειρηματικής δραστηριοποίησης για την οποία είτε προβληματίζεται, είτε έχει ήδη αποφασίσει να ακολουθήσει.

Από κοινού, οι πολιτισμικοί και οι προσωπικοί παράγοντες μπορεί να θεωρηθεί ότι προσδιορίζουν τις προδιαθέσεις για επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Ωστόσο, από μόνες τους οι προδιαθέσεις δεν είναι απαραίτητο να οδηγήσουν στην δραστηριοποίηση. Για να συμβεί αυτό, ο επίδοξος επιχειρηματίας πρέπει να έχει τα κατάλληλα κίνητρα, κάποιον λόγο δηλαδή ώστε, με βάση τις προδιαθέσεις, να αποφασίσει να κάνει το βήμα προς τον επιχειρηματικό στίβο. Όπως θα φανεί στη συνέχεια, το ζήτημα των κινήτρων είναι σημαντικό γιατί συνδέεται άμεσα με τον τύπο της δραστηριότητας που θα ξεκινήσει ο επιχειρηματίας.

Τόσο οι προδιαθέσεις, όσο και τα κίνητρα, επηρεάζονται από τον οικονομικό κύκλο. Μολονότι η αναφορά σε πολιτισμικούς και προσωπικούς παράγοντες φαίνεται να υπονοεί ότι η επιχειρηματική δραστηριοποίηση είναι ανεξάρτητη από την οικονομική συγκυρία μέσα στην οποία ενεργοποιείται, αυτό δεν σημαίνει ότι οι παράγοντες αυτοί δεν επηρεάζονται από την οικονομική συγκυρία, άρα ότι ενεργοποιούνται με διαφορετικό τρόπο σε διαφορετικές φάσεις του οικονομικού κύκλου. (Ιωαννίδης Σταύρος, 2013: 39-40)

Οι προδιαθέσεις βεβαίως δεν αρκούν για να ωθήσουν κάποιον στην επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Για να συμβεί αυτό πρέπει επίσης το άτομο να έχει κίνητρο να πράξει ανάλογα. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο γίνεται διάκριση ανάμεσα σε δύο τύπους επιχειρηματικότητας, ανάλογα με τα κίνητρα τα οποία κινητοποιούν την απόφαση του ατόμου να εισέλθει στον επιχειρηματικό στίβο:

α) **Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας**, που αναφέρεται στην επιχειρηματικότητα που έχει ως κίνητρο κυρίως την αξιοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας που εντοπίζεται από το άτομο και αξιολογείται στο πλαίσιο του οικονομικού περιβάλλοντός του και προκρίνεται ικανή είτε να οδηγήσει σε αύξηση του εισοδήματός του, είτε να προσφέρει εργασιακή ανεξαρτησία. Για τον Schumpeter (1934), η αναγνώριση της ευκαιρίας οφείλεται στην εξαιρετική ικανότητα του επιχειρηματία (entrepreneur) να μετασχηματίζει την αγορά (Schumpeter, J., 1934), για τον Rotter (1966), στην ανάγκη του επιχειρηματία να βρίσκεται στο κέντρο της εξουσίας και για άλλους στη διαρκή επιδίωξη του κέρδους. (Rotter, J.B., 1966: 80) οι Shaver & Scott (1991), εμβάθυναν περισσότερο στα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία, την κλίση και την τάση του να μετασχηματίζει με πρακτικές μεθόδους μια ευκαιρία σε επιχείρηση. (Shaver, K. G. & Scott, L. R., 1991:23-45)

β) **Η επιχειρηματικότητα ανάγκης**, που αναφέρεται στην περίπτωση όπου το άτομο ωθείται στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας λόγω έλλειψης άλλων επιλογών εργασίας, δυσαρέσκειας με την υπάρχουσα απασχόληση, φόβου για πιθανή απόλυση βραχυπρόθεσμα με στόχο απλώς τη διατήρηση του εισοδήματός του, το οποίο προφανώς «απειλείται» με συρρίκνωση. (Ιωαννίδης Σταύρος, 2013: 47-51)

Οι δύο αυτοί τύποι αποτελούν στην πραγματικότητα δύο ακραίους πόλους, καθώς διάφορες περιπτώσεις μπορεί να κινούνται ανάμεσα στα δύο άκρα. (Ιωαννίδης Σταύρος, 2013: 47-51)

**Κίνητρα έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά χώρα,**

**2011**

	Επιγ/κότητα ανάγκης (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)	Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας με στόχο την αύξηση εισοδήματος ή/και μεγαλύτερη ανεξαρτησία (% επιχειρηματιών αρχικών σταδίων)
<b>Χώρες Α</b>	<b>37,0</b>	<b>38,5</b>
<b>Χώρες Β</b>	<b>28,2</b>	<b>41,7</b>
Αυστραλία	15,0	73,1
Βέλγιο	10,4	72,4
Τσεχία	27,3	56,5
Δανία	7,1	64
Φινλανδία	18,3	59,4
Γαλλία	14,8	70,7
Γερμανία	18,6	54,9
<b>Ελλάδα</b>	<b>25,4</b>	<b>36,8</b>
Ιρλανδία	29,5	36,9
Ιαπωνία	24,9	63,5
Κορέα	41,5	36,2
Ολλανδία	9,1	62,3
Νορβηγία	4,3	70,5
Πορτογαλία	17,8	58,1
Σιγκαπούρη	16,2	52,6
Σλοβενία	12,1	51,2
Ισπανία	25,9	39,3
Σουηδία	6,1	67,6
Ελβετία	11,4	61,4
Ταϊβάν	17,5	49,8
Ην. Αραβικά Εμιράτα	14,4	67,4
Ην. Βασίλειο	17,2	46,3
ΗΠΑ	21,2	58,9
<b>Χώρες Γ</b>	<b>17,6</b>	<b>57</b>
<b>Μ.Ο. GEM</b>	<b>27,6</b>	<b>45,7</b>

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Πίνακας 1.1.

Ο Πίνακας 1.1. παρουσιάζει τα δεδομένα για την επιχειρηματικότητα ανάγκης και για την επιχειρηματικότητα ευκαιρίας με στόχο την αύξηση του εισοδήματος ή/και μεγαλύτερη ανεξαρτησία. Η τελευταία μεταβλητή επιλέγεται εδώ επειδή



συγκεντρώνει τη μεγάλη πλειονότητα όσων απάντησαν ότι βασικό τους κίνητρο είναι η εκμετάλλευση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας.

Τα δεδομένα του Πίνακα 1.1. προσφέρουν μιαν εξήγηση για το ότι υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων συσχετίζεται αντίστροφα με το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης. Υψηλή επιχειρηματικότητα ανάγκης εμφανίζουν οι φτωχότερες χώρες του πλανήτη (37% η ομάδα Α και 28,2% η ομάδα Β), ενώ οι χώρες καινοτομίας καταγράφουν το χαμηλότερο ποσοστό (17,6%). Στις τελευταίες, η ύπαρξη πολλών ευκαιριών για ικανοποιητική μισθωτή απασχόληση ωθεί στην επιχειρηματικότητα μόνον εκείνους που έχουν ανακαλύψει μια πραγματική καλή ευκαιρία για επικερδή επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Αντίθετα, στις φτωχότερες χώρες πολλά άτομα ωθούνται στην επιχειρηματική δραστηριότητα γιατί δεν έχουν άλλη δυνατότητα να εξασφαλίσουν τα προ το ζην. (Ιωαννίδης Σταύρος, 2013: 47-51)

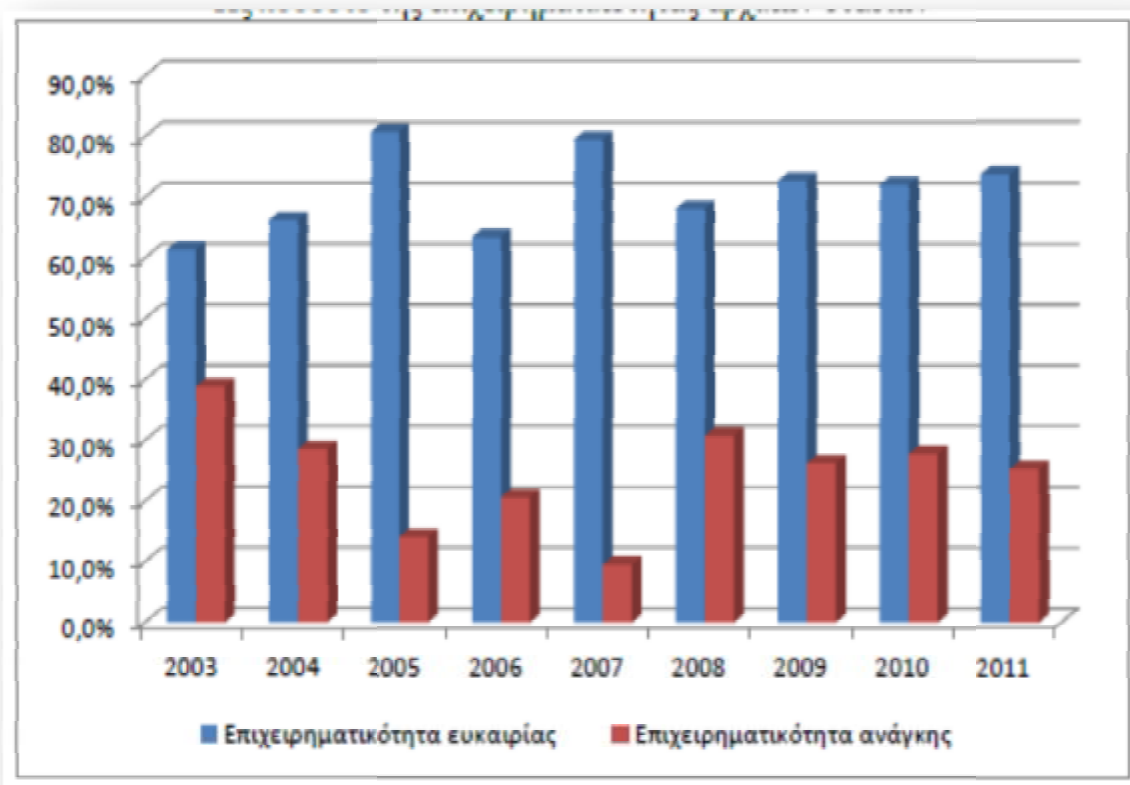
Στον δείκτη της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας, η σχέση ανάμεσα στην τιμή του δείκτη και στο επίπεδο ανάπτυξης είναι θετική. Από το 38,5% για τις χώρες που βασίζονται στην εκμετάλλευση συντελεστών παραγωγής (ομάδα Α), ο δείκτης ανεβαίνει στο 41,7% για τις χώρες που βασίζονται στη βελτίωση της οικονομικής αποτελεσματικότητας (ομάδα Β) και εκτοξεύεται στο 57% στις χώρες καινοτομίας (ομάδα Γ). Όσο λοιπόν πλουσιότερη είναι μια χώρα, τόσο περισσότερο το κίνητρο για επιχειρηματική δραστηριοποίηση έχει να κάνει με την ποιότητα της επιχειρηματικής ευκαιρίας που έχει ανακαλύψει κάποιος και τόσο λιγότερο επηρεάζεται από την ανάγκη βιοπορισμού.

Στον δείκτη της επιχειρηματικότητας ανάγκης, το 2011 η Ελλάδα καταγράφει μια από τις υψηλότερες επιδόσεις ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας (ομάδα Γ). Πολλοί Έλληνες δηλώνουν, με άλλα λόγια, ότι καταφεύγουν στην επιχειρηματικότητα λόγω έλλειψης ευκαιριών για ικανοποιητική μισθωτή απασχόληση. Αλλά όταν κάποιος εισέρχεται στον επιχειρηματικό στίβο από ανάγκη είναι εύλογο να υποθεθεί ότι και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά του εγχειρήματός του δεν θα είναι ιδιαίτερα φιλόδοξα, σε όρους καινοτομικότητας, ταχείας αύξησης της απασχόλησης και άλλων ποιοτικών παραγόντων. Αντίστροφα, η Ελλάδα εμφανίζει έναν από τους χαμηλότερους δείκτες επιχειρηματικότητας ευκαιρίας (36,8%) ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Μάλιστα, ο σχετικός δείκτης στη χώρα μας είναι χαμηλότερος από τον μέσο όρο στις δύο ομάδες (Α και Β) των φτωχότερων χωρών. Το εύρημα αυτό, και με δεδομένο ότι τα στοιχεία προέρχονται από το 2011, έτος που

η Ελλάδα βρισκόταν σε βαθιά ύφεση, έρχεται βεβαίως σε απόλυτη αρμονία με το χαμηλό ποσοστό των Ελλήνων που, όπως φάνηκε παραπάνω, βλέπουν επιχειρηματικές ευκαιρίες γύρω τους. (Ιωαννίδης Σταύρος, 2013: 47-51)

Αν η ύφεση έχει πράγματι επηρεάσει την κατανομή της νέας επιχειρηματικότητας ανάμεσα σε αυτή που κινητοποιείται από την ανάγκη και εκείνη που κινητοποιείται από την ευκαιρία, αυτό θα πρέπει να αντανακλάται στη διαχρονική εξέλιξη αυτής της κατανομής. Τα σχετικά δεδομένα παρουσιάζονται στο Διάγραμμα 1.1. που ακολουθεί.

**Εξέλιξη κατανομής σε επιχειρηματικότητα ανάγκης και ευκαιρίας**  
**Ως ποσοστό της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων**



Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

**Διάγραμμα 1.1.**

Η σχετική δυναμική των δύο κινήτρων είναι λοιπόν σαφής. Σε όλη την περίοδο 2003-7, τα χρόνια δηλαδή της οικονομικής ευημερίας στην Ελλάδα, εκδηλώνεται η τάση αύξησης της επιχειρηματικότητας ευκαιρία και, κυρίως, μείωσης

της επιχειρηματικότητας ανάγκης –και τα δύο εκφρασμένα ως ποσοστά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων που καταγράφεται κάθε έτος.

Με άλλο λόγια, η οικονομική μεγέθυνση δημιουργούσε ευκαιρίες και έτσι αύξανε το ποσοστό των επίδοξων/νέων επιχειρηματιών που κινητοποιούνταν για την εκμετάλλευση ευκαιριών, αντί της εξασφάλισης του βιοπορισμού τους. Είναι επίσης σαφής η αντιστροφή της τάσης από το 2008 και στη συνέχεια, στην περίοδο δηλαδή της κρίσης. Στην περίοδο αυτή, το ποσοστό των επίδοξων/νέων επιχειρηματιών που κινητοποιούνται από την ανάγκη είναι μεγαλύτερο από το παρελθόν. Και όπως ήδη αναφέρθηκε παραπάνω, αυτό δεν μπορεί παρά να έχει επιπτώσεις και στην ποιοτική πλευρά των νέων εγχειρημάτων. (Ιωαννίδης Σταύρος, 2013: 47-51)

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup> - ΔΟΜΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

### 2.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η Ευρωπαϊκή Κοινότητα και τα Κράτη-Μέλη από το πρωτογενές Ευρωπαϊκό Δίκαιο έχουν τη δεσμία υποχρέωση να δημιουργήσουν ένα ευνοϊκό περιβάλλον για την ανάπτυξη των «επιχειρήσεων» γενικώς στην ενιαία αγορά, αλλά παραλλήλως έχουν τη δεσμία υποχρέωση να δημιουργήσουν και ένα ευνοϊκό περιβάλλον για την ανάπτυξη των «μικρομεσαίων επιχειρήσεων» ειδικώς.

Η από το πρωτογενές Ευρωπαϊκό Δίκαιο γενική αναφορά στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, λόγω της αοριστίας (*γενικότητας*) του όρου, γέννησε την υποχρέωση διευκρίνησης «του συγκεκριμένου όρου» -δηλαδή: ήταν ανάγκη να διευκρινισθεί «ποιές» είναι οι λεγόμενες Μικρο-Μεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ). Με βάση αυτή την ανάγκη διευκρίνησης «του όρου» ενταύθα παραθέτουμε τα εξής: Έως τα μέσα της δεκαετίας του 1990, στα πλαίσια της επιστήμης του Ευρωπαϊκού Δικαίου είχαν διατυπωθεί «διάφοροι ορισμοί» των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) που χρησιμοποιούνταν στα πλαίσια των κοινοτικών δράσεων που αφορούσαν ζητήματα ανταγωνισμού, Διαρθρωτικών Ταμείων, έρευνας και ανάπτυξης αλλά και δημοσίων συμβάσεων. Με τους «διάφορους αυτούς ορισμούς» δεν είχε καθιερωθεί ένας πάγιος ορισμός του «τι» εννοείται μικρομεσαία επιχείρηση. Έτσι αναδείχθηκε η ανάγκη μιας πάγιας αναφοράς υπό την έννοια του ορισμού. Προς εξειδίκευση του συγκεκριμένου ορισμού στο «ποιά» είναι η έννοια της μικρομεσαίας επιχείρησης, έχουν ληφθεί υπόψη δύο κριτήρια: α) το οργανωτικό κριτήριο και β) το λειτουργικό κριτήριο.

Η Επιτροπή (*Commission*) προκειμένου να διευκρινίσει με βάση το οργανωτικό αλλά και το λειτουργικό κριτήριο την έννοια των μικρομεσαίων επιχειρήσεων εξέδωσε (ειδικώς) σύσταση, η οποία αφορούσε τον ορισμό α) των πολύ μικρών επιχειρήσεων, β) των μικρών επιχειρήσεων και των γ) των μεσαίων επιχειρήσεων. (Μηλιάρκης, Π., 2009, <http://www.miliarakispetros.gr/index.php/articlewriting/57>, Η έννοια των μικρομεσαίων επιχειρήσεων-και τα προβλήματα)

Σε γενική έννοια επιχείρηση θεωρείται κάθε μονάδα, ανεξαρτήτως της νομικής της μορφής (*κατασκευής -του οργανωτικού κριτηρίου δηλαδή*), η οποία ως οικονομική μονάδα στα πλαίσια της λειτουργικότητάς της (*του λειτουργικού κριτηρίου δηλαδή*), ασκεί οικονομική δραστηριότητα.

Η προϋπόθεση για να αναγνωριστεί ως ΜΜΕ μία επιχείρηση είναι να τηρεί τα όρια αναφορικά με τον αριθμό του προσωπικού και, είτε τα όρια του συνόλου του ισολογισμού, είτε εκείνα του κύκλου εργασιών.

Ειδικότερα :

- Οι μεσαίες επιχειρήσεις διαθέτουν προσωπικό μεταξύ 50 και 249 ατόμων και είτε κύκλος εργασιών ως 50 εκατ. ευρώ είτε σύνολο ισολογισμού ως 43 εκατ. ευρώ.
- Οι μικρές επιχειρήσεις διαθέτουν προσωπικό μεταξύ 10 και 49 ατόμων και είτε κύκλος εργασιών ως 10 εκατ. ευρώ είτε σύνολο του ισολογισμού ως 10 εκατ. ευρώ.
- Οι πολύ μικρές διαθέτουν προσωπικό μικρότερο των 10 ατόμων και είτε έως 2 εκατ. ευρώ κύκλο εργασιών είτε έως 2 εκατ. ευρώ σύνολο του ισολογισμού.

Όσον αφορά τον υπολογισμό των ορίων του κύκλου εργασιών, ξεχωρίζουμε:

- Την **αυτόνομη επιχείρηση** με τα χρηματοοικονομικά στοιχεία και τον αριθμό του προσωπικού που βασίζονται αποκλειστικά στους λογαριασμούς της εν λόγω επιχείρησης.

- Την **επιχείρηση η οποία διαθέτει συνεργαζόμενες επιχειρήσεις**, της οποίας τα όρια του κύκλου εργασιών είναι το αποτέλεσμα της άθροισης των δεδομένων της επιχείρησης και των δεδομένων των συνεργαζομένων εταιρειών.

- Την **επιχείρηση που συνδέεται με άλλες επιχειρήσεις** και που προστίθεται στα δεδομένα της το 100% των δεδομένων των επιχειρήσεων με τις οποίες αυτή συνδέεται.

Ο ορισμός των ΜΜΕ διακρίνει 3 τύπους επιχειρήσεων (αυτόνομη, με συνεργαζόμενες επιχειρήσεις και συνδεδεμένη με άλλες επιχειρήσεις) συναρτήσει του τύπου σχέσης που αυτές διατηρούν με άλλες επιχειρήσεις όσον αφορά τη συμμετοχή στο κεφάλαιο, το δικαίωμα ψήφου ή το δικαίωμα άσκησης κυρίαρχης επιλογής.

(<http://www.wintowin.gr/blog/useful/item/52-orismos-mikromesaiwn-epixeirisewn-autonomi-aneksartiti-sundedemeni-epixeirisi>, 2010, Ορισμός Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων)

## 2.2. ΤΥΠΟΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

### Αυτόνομη επιχείρηση

Είναι η πλέον συχνή περίπτωση. Πρόκειται απλά για όλες τις επιχειρήσεις που δεν ανήκουν σε κανέναν από τους δύο άλλους τύπους επιχειρήσεων (συνεργαζόμενες ή συνδεδεμένες). Μία επιχείρηση είναι αυτόνομη αν:

- δεν διαθέτει συμμετοχή 25% ή περισσότερο σε άλλη επιχείρηση,

- δεν κατέχεται άμεσα κατά 25% ή περισσότερο από άλλη επιχείρηση ή δημόσιο οργανισμό ή από κοινού από περισσότερες επιχειρήσεις συνδεδεμένες μεταξύ τους ή από δημόσιους οργανισμούς, εκτός ορισμένων εξαιρέσεων,
- δεν συντάσσει παγιωμένους λογαριασμούς και δεν περιέχει στους λογαριασμούς μιας επιχείρησης η οποία συντάσσει παγιωμένους λογαριασμούς και δεν είναι κατά συνέπεια μια συνδεδεμένη επιχείρηση.

Μία επιχείρηση μπορεί να συνεχίσει να θεωρείται ως αυτόνομη εάν το όριο του 25% καλυφθεί ή ξεπεραστεί, όταν πρόκειται για τις ακόλουθες κατηγορίες επενδυτών (με την προϋπόθεση ότι αυτοί δεν συνδέονται με την αιτούνται επιχείρηση):

- § δημόσιες εταιρείες συμμετοχών, εταιρείες κεφαλαίου επιχειρηματικού κινδύνου, ("business angels") που επενδύουν ίδια κεφάλαια σε επιχειρήσεις μη διαπραγματευόμενες στο χρηματιστήριο, εφόσον το σύνολο των καλουμένων "business angels" επενδύσεων στην ίδια επιχείρηση δεν υπερβαίνει το 1.250.000 ευρώ,
- § πανεπιστήμια ή ερευνητικά κέντρα χωρίς κερδοσκοπικό χαρακτήρα,
- § θεσμικοί επενδυτές, συμπεριλαμβανομένων ταμείων περιφερειακής ανάπτυξης,
- § αυτόνομες τοπικές αρχές με ετήσιο προϋπολογισμό κάτω των 10 εκατ. ευρώ και αριθμούσες κάτω των 5.000 κατοίκων. (<http://www.wintowin.gr/blog/useful/item/52-orismos-mikromesaiwn-epixeirisewn-autonomi-aneksartiti-sundedemeni-epixeirisi>, 2010, Ορισμός Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων)

### **Συνεργαζόμενη επιχείρηση**

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

- κατέχει συμμετοχή μεταξύ 25% και κάτω του 50% σε αυτήν,
- αυτή η άλλη επιχείρηση έχει συμμετοχή μεταξύ 25% και κάτω του 50% στην αιτούσα επιχείρηση,
- η αιτούσα επιχείρηση δεν καταρτίζει παγιωμένους λογαριασμούς στους οποίους να περιλαμβάνεται η εν λόγω άλλη επιχείρηση και δεν περιλαμβάνεται μέσω παγίωσης

στους λογαριασμούς εκείνης ή μιας επιχείρησης που συνδέονται με αυτή την τελευταία.

### **Συνδεδεμένη επιχείρηση**

- § Αυτός ο τύπος αντιστοιχεί στην οικονομική κατάσταση επιχειρήσεων οι οποίες αποτελούν μέρος μιας ομάδας, μέσω του άμεσου ή έμμεσου ελέγχου της πλειοψηφίας του κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου (συμπεριλαμβανομένων και μέσω των συμφωνιών ή, σε ορισμένες περιπτώσεις, μέσω μετόχων φυσικών προσώπων), ή μέσω της εξουσίας άσκησης κυρίαρχης επιρροής σε μια επιχείρηση. Πρόκειται λοιπόν για σπανιότερες περιπτώσεις που διακρίνονται γενικά κατά τρόπο ιδιαίτερα σαφή από τους δύο προηγούμενους τύπους. Στο πλαίσιο της μέριμνας αποφυγής δυσχερειών ερμηνείας από μέρους των επιχειρήσεων, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προσδιόρισε αυτό τον τύπο επιχειρήσεων συμπεριλαμβάνοντας, όταν αυτές προσαρμόζονται στο αντικείμενο του ορισμού, τις προϋποθέσεις που δίνονται από το πρώτο άρθρο της οδηγίας 83/349/ΕΟΚ του Συμβουλίου περί των παγιομένων λογαριασμών, το οποίο εφαρμόζεται από πολλών ετών. Μία επιχείρηση γνωρίζει λοιπόν κατά γενικό κανόνα κατά τρόπο άμεσο ότι οφείλει, δυνάμει την εν λόγω οδηγίας να καταρτίσει παγιομένους λογαριασμούς ή ότι περιλαμβάνεται μέσω παγίωσης στους λογαριασμούς μιας επιχείρησης η οποία οφείλει να καταρτίζει τέτοιους ενοποιημένους λογαριασμούς. (<http://www.wintowin.gr/blog/useful/item/52-orismos-mikromesaiwn-epixeirisewn-autonomi-aneksartiti-sundedemeni-epixeirisi>, 2010, Ορισμός Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων)

### **2.3. ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

Ο αριθμός προσωπικού μιας επιχείρησης αντιστοιχεί στον αριθμό των ετήσιων μονάδων εργασίας (ΕΜΕ). Αυτός λαμβάνει υπόψη:

- τους μισθωτούς της εξεταζόμενης επιχείρησης,
- τα πρόσωπα που εργάζονται σ' αυτή την επιχείρηση, που έχουν σχέση εξάρτησης από αυτή και εξομοιώνονται προς μισθωτούς ενώπιον του εθνικού δικαίου,
- τους ιδιοκτήτες της επιχείρησης,
- τους συνεταιίρους που ασκούν τακτική δραστηριότητα στην επιχείρηση και επωφελούνται των οικονομικών πλεονεκτημάτων από μέρους της επιχείρησης.

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

Μία ΕΜΕ αντιστοιχεί σε ένα άτομο που εργάστηκε στην επιχείρηση, ή για λογαριασμό της επιχείρησης, με καθεστώς πλήρους απασχόλησης, κατά τη διάρκεια ολόκληρου του εξεταζόμενου έτους. Ο αριθμός προσωπικού υπολογίζεται σε ΕΜΕ. Η εργασία των προσώπων που δεν έχουν εργαστεί καθ' όλη τη διάρκεια του έτους ή που εργάστηκαν με καθεστώς μερικής απασχόλησης, που εργάστηκε εποχιακά, υπολογίζεται ως κλάσματα ΕΜΕ. Η διάρκεια των αδειών μητρότητας ή γονικών αδειών δεν υπολογίζεται.

#### 2.4. ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΤΗΣ ΜΜΕ

Ο κύκλος ζωής της επιχείρησης αποτελείται από τέσσερα επιμέρους στάδια. **Το πρώτο στάδιο είναι αυτό της εισαγωγής.** Σε αυτό το στάδιο η επιχείρηση εμφανίζεται για πρώτη φορά στο επιχειρηματικό προσκήνιο αναζητώντας τους κατάλληλους προμηθευτές από τους οποίους θα προμηθευτεί τις αναγκαίες πρώτες ύλες, τα υλικά συσκευασίας κ.λπ. Ακόμη, η επιχείρηση αναζητά συνεργασία με πελάτες, είτε χονδρέμπορους είτε λιανοπωλητές. Το στάδιο της εισαγωγής είναι το σημείο στο οποίο η επιχείρηση αντιμετωπίζει ιδιαίτερα προβλήματα κυρίως λόγω του μεγέθους της. Αυτό οφείλεται στο γεγονός της έλλειψης εμπιστοσύνης, τόσο από την πλευρά των προμηθευτών όσο και από την πλευρά των πελατών, για το αν θα είναι η επιχείρηση σε θέση να αντεπεξέλθει στις μακροχρόνιες υποχρεώσεις της. Τα δε προϊόντα της τα υποδέχονται οι καταναλωτές με κάποια επιφύλαξη. (Πετράκης, Π., 1996: 45-49)

Περνώντας στο **δεύτερο στάδιο, αυτό της ανάπτυξης**, η μικρομεσαία επιχείρηση οφείλει να καθορίσει τους επιχειρηματικούς της στόχους και να εκμεταλλευτεί τόσο τα τεχνολογικά πλεονεκτήματα που είναι σε θέση να διαθέτει ή να αποκτήσει, όσο και το ανθρώπινο δυναμικό της, προκειμένου να μπορέσει να επιβιώσει στον ισχύοντα οικονομικό χώρο. Είναι η περίοδος όπου η ΜΜΕ θα πρέπει να πείσει τόσο τους προμηθευτές και τα πιστωτικά ιδρύματα με τα οποία συνεργάζεται, όσο και τους πελάτες – καταναλωτές της για τις ικανότητες και τις δυνάμεις τις οποίες διαθέτει. Ιδιαίτερη προσπάθεια ωστόσο, θα πρέπει να καταβάλλει απέναντι στους ανταγωνιστές της και κυρίως απέναντι στις μεγάλες επιχειρήσεις. Ο θεμιτός ανταγωνισμός μέσα στον οποίο θα πρέπει να κινείται είναι ένας από τους



βασικούς παράγοντες του «επιχειρηματικού παιχνιδιού» στο οποίο θα πρέπει πάντα να επιδιώκει τη διάκριση. Στο στάδιο της ανάπτυξης πολλές επιχειρήσεις εγκαταλείπουν τον αγώνα επιβίωσής τους λόγω έλλειψης στόχων και κυρίως λόγω ανωριμότητας.

Το **τρίτο στάδιο** του κύκλου ζωής της ΜΜΕ είναι **αυτό της ωριμότητας**. Είναι το στάδιο στο οποίο η επιχείρηση πραγματοποιεί κέρδη και έχει πια εδραιωθεί στη συγκεκριμένη αγορά. Οι ενέργειές της γίνονται σεβαστές από τους συνεργάτες της και η φερεγγυότητα της βρίσκεται σε υψηλό επίπεδο. Οι προμηθευτές δεν διστάζουν να ανοίξουν πιστωτικούς λογαριασμούς για την επιχείρηση και οι τράπεζες χρηματοδοτούν τις προσπάθειές της. Τα προϊόντα της επιχείρησης στο στάδιο αυτό αποκτούν επώνυμη ζήτηση από την πλευρά των καταναλωτών και τόσο οι χονδρέμποροι όσο και οι λιανέμποροι επιζητούν συνεργασία με την εν λόγω οικονομική μονάδα. Η οργάνωση της επιχείρησης έχει ξεπεράσει το στάδιο του λειτουργικού ή ακόμη και του μεικτού συστήματος τμηματοποίησης και έχει προχωρήσει στην τμηματοποίηση κατά αντικείμενα (divisionalisation). (Πετράκης, Π., 1996: 45-49)

Το **τέταρτο και τελευταίο στάδιο** στο οποίο οδηγείται μια ΜΜΕ είναι το **στάδιο της κάμψης**. Το στάδιο αυτό έρχεται ως φυσική κατάληξη μιας σωρείας παραγόντων. Η επιχείρηση στο στάδιο αυτό αρχίζει να έρχεται αντιμέτωπη με την πτώση των πωλήσεων της, με προβλήματα ταμειακής ρευστότητας και με την επιφυλακτικότητα των προμηθευτών αλλά και των πιστωτικών ιδρυμάτων με τα οποία συνεργάζεται. Η τεχνολογία της συνήθως είναι παλιά και το κόστος άμεσης εργασίας έχει ανέβει σε υψηλά επίπεδα. Τα διοικητικά στελέχη της επιχείρησης αρχίζουν να αποστασιοποιούνται από αυτήν και οι καταναλωτές αρχίζουν να αναζητούν υποκατάστατα προϊόντα με τα οποία θα καλύψουν τις ανάγκες τους.

## 2.5. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΜΜΕ

Μπορούμε να διακρίνουμε τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις ανάλογα με το αντικείμενο της δραστηριότητάς τους σε τρεις κατηγορίες

Πρωτογενείς επιχειρήσεις: Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν οι επιχειρήσεις οι οποίες ασχολούνται με την εκμετάλλευση του υπεδάφους, την γεωργία, την αλιεία, την κτηνοτροφία και την δασική εκμετάλλευση.

Δευτερογενείς επιχειρήσεις: Σε αυτή την κατηγορία έχουμε τις επιχειρήσεις που ασχολούνται με την μεταποίηση των προϊόντων του πρωτογενούς τομέα σε καταναλωτικά αγαθά.

Τριτογενείς επιχειρήσεις: Εδώ εμπίπτουν οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με την διάθεση των προϊόντων των παραπάνω κατηγοριών καθώς και με την παροχή υπηρεσιών.

## 2.6. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΜΜΕ

Οι ΜΜΕ συγκεντρώνουν ένα πλήθος χαρακτηριστικών γνωρισμάτων, τα οποία τις βοηθούν να διαφοροποιούνται αλλά και να εξελίσσονται διαχρονικά. Τα βασικότερα από αυτά συνοψίζονται ως εξής:

- 1) Ο κεφαλαιούχος – επιχειρηματίας της ΜΜΕ «διδάσκεται» συνεχώς επιλύνοντας κάθε φορά τα επιμέρους προβλήματα που προκύπτουν στην επιχείρηση του, τα περισσότερα από τα οποία αντιμετωπίζει για πρώτη φορά.
- 2) Το οργανωτικό σύστημα διοίκησης της ΜΜΕ βρίσκεται ακόμη στο στάδιο ανάπτυξης.
- 3) Οι περιορισμένες εμπορικές πράξεις που διενεργούνται από την επιχείρηση δεν δίνουν την δυνατότητα πραγματοποίησης επενδύσεων σε θέματα «ρουτίνας» της διοίκησης. Έτσι η ΜΜΕ είναι ανίκανη να εκμεταλλευτεί τα οικονομικά πλεονάσματα της οργανωτικής και διοικητικής επιστήμης.
- 4) Οι ΜΜΕ δεν έχουν την δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν «τυποποιημένες» επιχειρηματικές αποφάσεις προκειμένου να παρθούν λύσεις για πρακτικά καθημερινά προβλήματα. (Πιπερόπουλος, Π., 2008: 120-121)
- 5) Οι επιχειρηματικές αποφάσεις λαμβάνονται μέσω των προσωπικών σχέσεων και όχι μέσω της οργανωτικής δομής της επιχείρησης.
- 6) Στον διευθυντή – ιδιοκτήτη της ΜΜΕ ενσωματώνονται οι περιορισμένες δυνατότητες της διοίκησης.
- 7) Το μέγεθος της επιχείρησης αποτελεί έναν από τους βασικότερους παράγοντες μη πρόσληψης ικανών διοικητικών στελεχών για την ομαλή στελέχωσή της, κυρίως λόγω ανεπάρκειας οικονομικών πόρων.
- 8) Συχνά η ιδιοκτησία και η διοίκηση της επιχείρησης ενσωματώνονται στο ίδιο πρόσωπο (επιχειρηματίας – κεφαλαιούχος), με άμεσο αποτέλεσμα οι επιχειρηματικοί στόχοι να μην παρουσιάζονται ξεκάθαρα στους εργαζόμενους της. Άμεσο

αποτέλεσμα αυτού του γεγονότος είναι, η συμπεριφορά του επιχειρηματία στον εργασιακό χώρο να συγχέεται με τους σκοπούς της επιχείρησης.

**9)** Η ζήτηση των προϊόντων της επιχείρησης εξαρτάται πολλές φορές από τη δραστηριοποίηση του ιδιοκτήτη – επιχειρηματία και όχι απ’ το ίδιο το προϊόν, κι αυτό διότι δεν κατέστην δυνατόν από την ΜΜΕ να δημιουργήσει το προϊόν δική του «προσωπικότητα» ώστε να είναι σε θέση να διαθέτει «επώνυμη» ζήτηση. Άμεση συνέπεια αυτής της αδυναμίας είναι πολλές ΜΜΕ να διαλύονται με το φυσιολογικό θάνατο του επιχειρηματία – ιδρυτή τους. (Πιπερόπουλος, Π., 2008: 120-121)

**10)** Ιστορικά, ένα από τα αμετάβλητα χαρακτηριστικά των ΜΜΕ είναι το γεγονός ότι οι ΜΜΕ για να αποφύγουν τον άμεσο ανταγωνισμό με τις μεγαλύτερες εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον ίδιο τομέα έχουν επικεντρώσει τις παραγωγικές δραστηριότητες τους στις ανάγκες μικρών αγορών με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και απαιτήσεις, με συνήθως τοπικό χαρακτήρα και προσωπική επαφή με τους πελάτες.

## 2.7. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

Η οικονομική και κοινωνική σημασία των μικρομεσαίων μεγέθους επιχειρήσεων είναι αναμφισβήτητη και συνοψίζεται στα παρακάτω ζητήματα:

1. Αξιοποίηση επιχειρηματικών ταλέντων: Κατά κανένα τρόπο δεν πρέπει να θεωρείται ως δεδομένο ότι καθένας που αποφασίζει να αναπτύξει επιχειρηματική δραστηριότητα είναι και ταλέντο, ή ότι η ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι ο μόνος τρόπος για την αξιοποίηση ατόμων ταλαντούχων.
2. Συμβολή στην πληρέστερη απασχόληση των συντελεστών της παραγωγής και κυρίως των φυσικών πόρων και του εργατικού δυναμικού. Η συμβολή αυτή παίρνει ιδιαίτερη οικονομική και κοινωνική σημασία σε περιπτώσεις όπου οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις εγκαθίστανται σε περιοχές γεωγραφικά απομακρυσμένες και αποκομμένες από τα μεγάλα κέντρα οικονομικής δραστηριότητάς, οι οποίες σπανίζουν στον Ελληνικό χώρο.
3. Πληρέστερη εξυπηρέτηση καταναλωτικού κοινού: Η μικρομεσαία επιχείρηση διαθέτει ευελιξία στην επιλογή αλλά και στην αλλαγή του τόπου εγκατάστασης και δύναται ως εκ τούτου να βρίσκεται πάντα δίπλα στο καταναλωτικό της κοινό, προς το οποίο παρέχει άμεση εξυπηρέτηση. Ο επιχειρηματίας έρχεται σε προσωπική επαφή με τον πελάτη. Έχει την ευκαιρία να διαγνώσει τις ιδιαίτερες προτιμήσεις του, να αναπτύξει δημόσιες σχέσεις με άμεση διαφήμιση των προϊόντων του.

4. Μέση εποπτεία προσωπικού: Λόγω του μικρού αριθμού των απασχολούμενων ατόμων στην μικρομεσαία επιχείρηση, ο επιχειρηματίας έχει την δυνατότητα άσκησης προσωπικής επίβλεψης και άμεσης παροχής οδηγιών, κατά τρόπο ώστε να αποφεύγονται τα σφάλματα και η σπατάλη χρόνου και υλικών. Επίσης παρέχεται η δυνατότητα ανάπτυξης σχέσεων αμοιβαίας εκτίμησης και εμπιστοσύνης μεταξύ επιχειρηματία και προσωπικού, γεγονός το οποίο συντελεί στη διατήρηση ευνοϊκού κλίματος για ειρηνική συνεργασία και αύξηση της απόδοσης. Ο ιδιοκτήτης της μεγάλης επιχείρησης στερείται κατά κανόνα, της δυνατότητας για άμεση επικοινωνία με τους πελάτες ή το προσωπικό.
5. Καινοτομίες: Ο διαχρονικός ρόλος της μικρομεσαίας επιχείρησης και του ιδιοκτήτη της στον τομέα των καινοτομιών, είναι κυριολεκτικά ουσιαστικός.
6. Δημιουργία θέσεων εργασίας: Η συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων είναι μικρομεσαίες. Εκτός από την περίπτωση των προβληματικών περιοχών στον οποίων την ανάπτυξη συμβάλει η εγκατάσταση μικρομεσαίων επιχειρήσεων και για την οποία κάνουμε νύξη παραπάνω.
7. Διευκόλυνση των μεγάλων επιχειρήσεων: Σε πληθώρα περιπτώσεων, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις εξειδικεύονται στην παραγωγή αγαθών ή την παροχή υπηρεσιών απαραίτητων για την διεξαγωγή της παραγωγικής διαδικασίας των μεγάλων επιχειρήσεων. (Σμυρνής, Ν., 2008, <http://www.hrma.gr/article.asp?view=358&ref=343>, Η μικρή επιχείρηση στην Ελλάδα)

Από την άλλη οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν τα ακόλουθα μειονεκτήματα:

1. Σε πολλές περιπτώσεις υπάρχει έλλειψη διοικητικής ικανότητας εκ μέρους του επιχειρηματία. Αυτό το μειονέκτημα μπορεί να οδηγήσει μία επιχείρηση στην αποτυχία.
2. Η ενασχόληση με την καθημερινότητα από μέρους του ιδιοκτήτη μπορεί να οδηγήσει σε μη αποτελεσματικό έλεγχο ο οποίος αποτελεί μειονέκτημα για την μικρομεσαία επιχείρηση.
3. Το ενδιαφέρον για το κέρδος και όχι για την πρόοδο αποτελεί βασικό μειονέκτημα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.
4. Τέλος ένα ακόμα μειονέκτημα των επιχειρήσεων αποτελεί η έλλειψη χρηματικών κεφαλαίων για περαιτέρω επένδυση. Αυτό είναι ένα από τα διαρθρωτικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις με τα οποία θα ασχοληθούμε στο επόμενο κεφάλαιο. (Λιαρμακοπούλου, Ι., 2000: 45-68)

## 2.8. ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

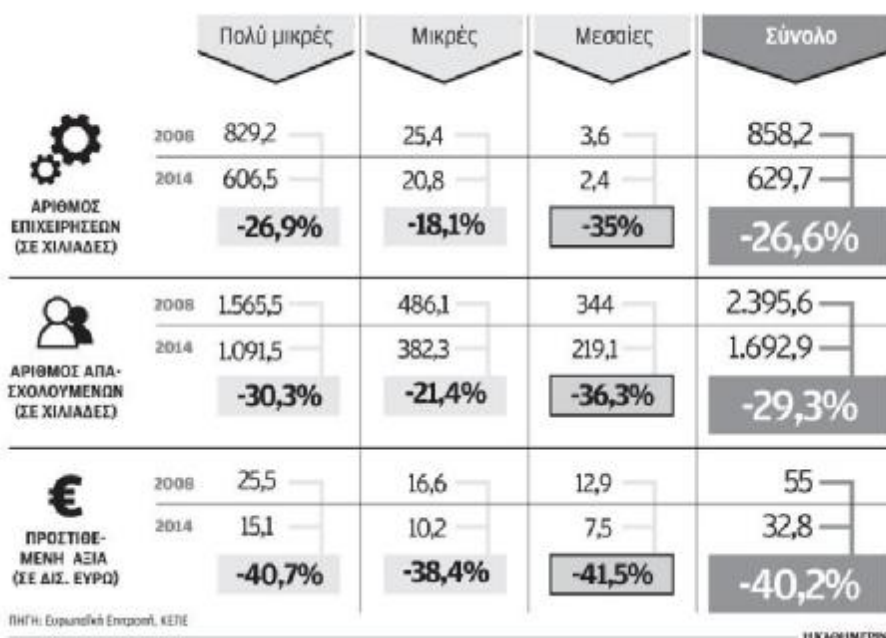
Βαρύ πλήγμα υπέστη η μικρομεσαία επιχειρηματικότητα στα χρόνια της κρίσης, καθώς μέσα σε μια επταετία, την περίοδο 2008-2014, εξαφανίστηκαν από τον επιχειρηματικό χάρτη της χώρας περίπου 229.000 μικρομεσαίες επιχειρήσεις και απωλέσθησαν περί τις 700.000 θέσεις εργασίας. Οι αιτίες, σύμφωνα με μελέτη που δημοσιεύεται στην τελευταία μηνιαία έκδοση του ΚΕΠΕ (Κέντρο Προγραμματισμού Οικονομικών Ερευνών), δεν σχετίζονται μόνο με τις δυσκολίες που προκάλεσε η οικονομική κρίση και κυρίως η περιορισμένη δυνατότητα πρόσβασης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην τραπεζική χρηματοδότηση. Η οικονομική κρίση ήταν μάλλον αυτή που ανέδειξε τα δομικά προβλήματα της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα και δη τον μεγάλο βαθμό εξάρτησής της από την εγχώρια ζήτηση και την υποεπένδυση στην παραγωγή διεθνώς εμπορεύσιμων αγαθών και υπηρεσιών. (Μανιφάβα, Δ., 2015, <http://www.kathimerini.gr/824685/article/oikonomia/epixeirhseis/se-mia-eptaetia-ekleisan-229000-mikres-kai-mesaies-epixeirhseis-sthn-ellada>, Σε μια επταετία έκλεισαν 229.000 μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα)

Το 2014, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Κομισιόν, ο αριθμός των ΜμΕ ήταν μειωμένος κατά 26,6% σε σύγκριση με το 2008, προκαλώντας παράλληλα μείωση προστιθέμενης αξίας κατά 40,2% (από 55 δισ. ευρώ το 2008 σε 32,8 δισ. ευρώ το 2014) και της απασχόλησης κατά 29,3%. Το πλήγμα ήταν βαρύτερο για την κατηγορία των μεσαίων επιχειρήσεων, με τον αριθμό τους να μειώνεται στην επταετία κατά 35%, την απασχόληση να συρρικνώνεται κατά 36,3% και την προστιθέμενη αξία να υποχωρεί κατά 41,5%. Όπως αναφέρεται στη μελέτη η κρίση ενδέχεται να δημιούργησε σοβαρότερα προβλήματα επιβίωσης στις μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις (με προσωπικό κάτω από 250 άτομα) σε σχέση με τις μικρές (που απασχολούν λιγότερους από 50 εργαζομένους), καθώς το μεγαλύτερο μέγεθος τείνει να συνεπάγεται υψηλότερα πάγια λειτουργικά έξοδα, μεγαλύτερες δανειακές ανάγκες και ενδεχομένως μικρότερη ευελιξία ως προς την προσαρμογή σε μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς. Επιπλέον, η έστω και μερική αναπλήρωση επιχειρήσεων που εξέρχονται από την αγορά με την είσοδο νέων επιχειρήσεων είναι πολύ δυσκολότερη στην περίπτωση των μεσαίων επιχειρήσεων από ό,τι στην περίπτωση των πολύ μικρών και μικρών, καθώς η ίδρυση μεσαίου μεγέθους μονάδων έχει πολύ υψηλότερες προϋποθέσεις από πλευράς κεφαλαίων και τείνει να απαιτεί ευνοϊκότερο οικονομικό κλίμα.

Οι κλάδοι των ΜμΕ στους οποίους παρατηρούνται οι μεγαλύτερες απώλειες είναι των κατασκευών και του χονδρικού και λιανικού εμπορίου. Συγκεκριμένα, ο κλάδος των κατασκευών μετράει κατά την εξεταζόμενη περίοδο την απώλεια 82.000 επιχειρήσεων, 215.000 θέσεων εργασίας και 2,5 δισ. ευρώ προστιθέμενης αξίας και ο κλάδος του εμπορίου την απώλεια 61.000 επιχειρήσεων (σ.σ. πρόκειται για το καθαρό ισοζύγιο), 206.000 θέσεων εργασίας και 9,6 δισ. ευρώ προστιθέμενης αξίας.

Τα παραπάνω υποδηλώνουν τις σοβαρές ανισοροπίες του αναπτυξιακού μοντέλου της ελληνικής οικονομίας και δη την υπερκατανάλωση και τον συνεπαγόμενο υπερδανεισμό δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, την υπερεπένδυση στην κατοικία, τη στροφή του παραγωγικού προσανατολισμού περισσότερο προς την ικανοποίηση εσωτερικών αναγκών και λιγότερο προς τη διεκδίκηση μεριδίων στις διεθνείς αγορές. (Μανιφόβα, Δ., 2015, <http://www.kathimerini.gr/824685/article/oikonomia/epixeirhseis/se-mia-eptaetia-ekleisan-229000-mikres-kai-mesaies-epixeirhseis-sthn-ellada>, Σε μια επταετία έκλεισαν 229.000 μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα)

## Η συρρίκνωση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων



## 2.9. ΤΡΟΠΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΜΕ

Ο πιο δεδομένος τρόπος χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σήμερα είναι η Τραπεζική χρηματοδότηση και αποτελείται από:

## **ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΚΙΝΗΣΗΣ**

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους να αντιμετωπίσουν προβλήματα ρευστότητας συνήθως καταφεύγουν και στη λύση της τραπεζικής χρηματοδότησης επιλέγοντας κεφάλαια κίνησης. Οι τράπεζες παρέχουν βεβαίως ένα πιστωτικό όριο στους πελάτες τους και βάση αυτού μπορούν να δανείζονται. Σήμερα τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα παρέχουν μια πλειάδα κεφαλαίων κίνησης βάση των αναγκών των πελατών τους όπως: ανοιχτό επαγγελματικό λειτουργίας και ανάπτυξης, προεξόφλησης άτοκων δόσεων, χρηματοδότησης έναντι επιταγών, κεφάλαιο κίνησης τακτικής λήξης, μέσω αλληλόχρεου ανοιχτού λογαριασμού, με εγγύηση αξιόγραφων, κ.ά. (Ζαπουνίδης, Κ., Ψιμάρνη-Βούλγαρη, Φ., 2000: 70-80)

## **ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΑ ΔΑΝΕΙΑ**

Ο μακροπρόθεσμος δανεισμός αποτελεί ανάγκη των επιχειρήσεων στην περίπτωση συνήθως που επιθυμούν να προβούν στην αγορά πάγιου μηχανολογικού εξοπλισμού, αγορά επαγγελματικής στέγης, αγορά οικοπέδων, ανέγερση-επέκταση-αποπεράτωση κτιριακών εγκαταστάσεων, αγορά μεταφορικών μέσων, αγορά τεχνογνωσίας (know how). Το επιτόκιο μπορεί να είναι κυμαινόμενο ή σταθερό σε ευρώ και σε ξένο νόμισμα ανάλογα με την πολιτική χορηγήσεων του εκάστοτε χρηματοπιστωτικού ιδρύματος. Τα δάνεια χορηγούνται σε επιχειρήσεις με καλή οικονομική διάρθρωση και ικανοποιητική κερδοφορία.

## **ΤΑΜΕΙΟ ΕΓΓΥΟΔΟΤΗΣΕΩΝ ΤΕΜΠΜΕ**

Η κατανομή κινδύνων μεταξύ του δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα αποτελεί τη βασική αρχή φιλοσοφίας της ΤΕΜΠΜΕ Α.Ε. ο κανονισμός παροχής και εγγυήσεων της εταιρείας απαγορεύει την προσημείωση ή την υποθήκη της μόνιμης κατοικίας του επιχειρηματία όταν η ΤΑΜΠΜΕ Α.Ε. παρέχει εγγύηση (η κατοικία δεν θα πρέπει να είναι ήδη υποθηκευμένη ή προσημειωμένη).

## **ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ**

Στις κεφαλαιαγορές οι επιχειρήσεις μπορούν να ενισχύσουν τη δομή των κεφαλαίων τους, αντλώντας μακροπρόθεσμα κεφάλαια. Η έκδοση μετοχών, ομολογιακών τίτλων και δικαιωμάτων αποτελούν κάποιους από τους τρόπους χρηματοδότησης. Σε πολλές περιπτώσεις το κόστος χρηματοδότησης μέσω της χρηματιστηριακής αγοράς είναι μικρότερο από το κόστος τραπεζικού δανεισμού.

## **ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ**

Η αξίωση των ξένων κεφαλαίων από ιδιώτες επενδυτές με τη μορφή μακροπρόθεσμης επένδυσης αποτελεί μορφή χρηματοδότησης που στο διεθνή χώρο είναι διαδεδομένη. Τη χώρα μας ακόμη δεν υφίσταται νομικό πλαίσιο για τέτοια μορφή χρηματοδότησης. (Ζαπουνίδης, Κ., Ψιμάρνη-Βούλγαρη, Φ., 2000: 70-80)

## **FACTORING**

Η σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring), αποτελεί μια εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης που συνοδεύεται και από υπηρεσίες. Είναι η σύναψη σύμβασης μεταξύ του προμηθευτή και του πράκτορα, με την οποία ο προμηθευτής, εκχωρεί στον πράκτορα τις απαιτήσεις του έναντι των οφειλών των πελατών του. Η χρήση του factoring μπορεί να βελτιώσει τη συμπεριφορά των οφειλετών, να εξυγιάνει το πελατολόγιο και να μειώσει τα λειτουργικά κόστη της επιχείρησης.

## **LEASING – ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ**

Η χρηματοδοτική μίσθωση αποτελεί μια σύγχρονη μέθοδο μεσομακροπρόθεσμης χρηματοδότησης επιχειρήσεων και επαγγελματιών για την απόκτηση παγίων στοιχείων, εξοπλισμού, ακινήτων για επαγγελματική χρήση. Κατά τη διάρκεια του leasing ο μισθωτής μισθώνει από μια εταιρεία χρηματοδοτικής μίσθωσης αυτό που επιθυμεί και για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο, καταβάλλοντάς τα ανάλογα μισθώματα στον εκμισθωτή. Στο τέλος της περιόδου της μίσθωσης, ο μισθωτής μπορεί είτε να εξαγοράσει το πάγιο ή τον εξοπλισμό, είτε να ανανεώσει τη σύμβαση για νέο χρονικό διάστημα.

## **SEED CAPITAL**

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



πληροφορική, κ.α.). (<http://www.startupgreece.gov.gr/el/content/που-θα-βρω-χρηματοδότηση-για-την-επιχείρησή-μου>, 2012, Πού θα βρω χρηματοδότηση για την επιχείρησή μου)

Η διαδικασία είναι αρκετά απλή, και η υποβολή μπορεί να γίνει από οποιονδήποτε ενδιαφερόμενο. Ωστόσο, οι δράσεις αυτές δεν είναι ανοικτές καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, ενώ όσον αφορά τα δημόσια προγράμματα (ΟΑΕΔ), υπάρχουν και μερικά προαπαιτούμενα όπως σεμινάρια και κάρτα ανεργίας.

## **ΕΣΠΑ**

Το ΕΣΠΑ είναι το ελληνικό πρόγραμμα που διοχετεύει στην Ελλάδα τα κονδύλια της Ευρωπαϊκής Ένωσης που προορίζονται για εξομάλυνση των ανισοτήτων μεταξύ των περιφερειών της ΕΕ. Στα πλαίσια του ΕΣΠΑ, η εκάστοτε κυβέρνηση διαμοιράζει χρηματοδοτήσεις στοχευμένες στην Εμπορία, Μεταποίηση ή Πρωτογενή παραγωγή (αλιεία, γεωργία κλπ). Οι υποβολές διεξάγονται σε χρονικά περιορισμένες περιόδους υποβολών, που προαναγγέλλονται από τα εκάστοτε αρμόδια Υπουργεία. Η αξιολόγηση των προτάσεων γίνεται μαζικά, δημοσιεύονται τα αποτελέσματα και στη συνέχεια δίνεται διορία ενός έως τριών ετών για την υλοποίηση τους. Η χρηματοδότηση είναι ένα ποσοστό της επένδυσης ή φοροαπαλλαγές(συνήθως κατά 40-60%), με προαπαιτούμενο τα εξοφλημένα παραστατικά των δαπανών, τα οποία εξετάζονται με επιτόπιους ελέγχους.

Το μεγάλο πλεονέκτημα του ΕΣΠΑ είναι η διαθεσιμότητα του, αλλά καθώς η χρηματοδότηση έπεται των δαπανών, δεν είναι ιδιαίτερα χρήσιμο για νέες επιχειρήσεις. Ωστόσο, είναι μια ιδιαίτερα ελκυστική επιλογή για να συνδυαστεί με έναν ή περισσότερους από τους λοιπούς τρόπους χρηματοδότησης (τράπεζα, venture capital κ.α.). Καθώς η διαδικασία είναι ιδιαίτερα γραφειοκρατική, είναι θεμιτό η όλη υπόθεση να ανατεθεί σε ειδικευμένα γραφεία συμβούλων, ώστε η όλη επένδυση να ολοκληρωθεί απρόσκοπτα. (<http://www.startupgreece.gov.gr/el/content/που-θα-βρω-χρηματοδότηση-για-την-επιχείρησή-μου>, 2012, Πού θα βρω χρηματοδότηση για την επιχείρησή μου)

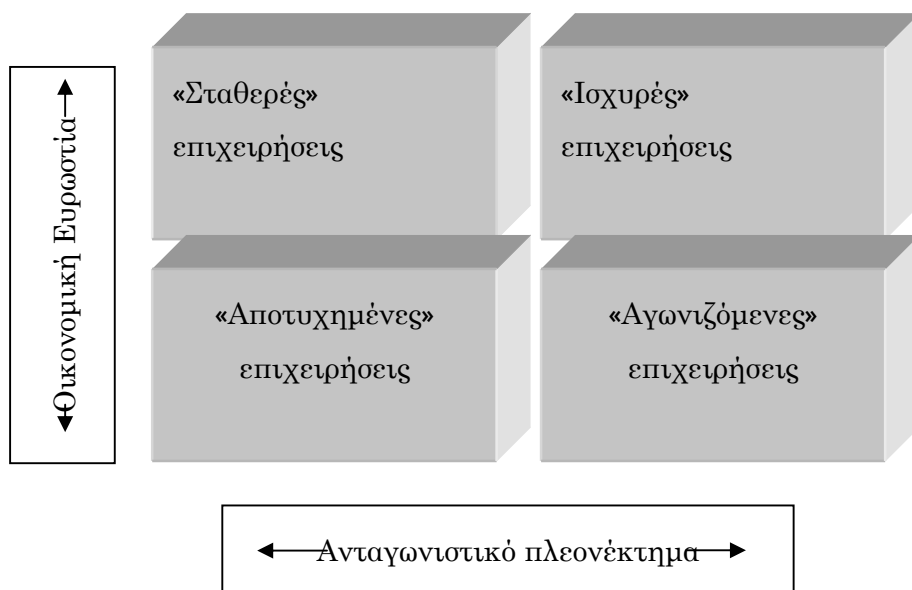
## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup> - ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΡΙΝ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ

### 3.1. ΟΙ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΔΙΑΜΟΡΦΩΘΗΚΑΝ ΕΝ ΜΕΣΩ ΚΡΙΣΗΣ

Κατά την διεθνή αρθρογραφία (Heckmann, Konik, Samakh & Weissbarch, 2008: 56-60) η οικονομική κρίση είχε ως αποτέλεσμα να κατηγοριοποιηθούν οι επιχειρήσεις σε 4 κατηγορίες με βάση δύο κριτήρια: την οικονομική ευρωστία και το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η οικονομική ευρωστία εξαρτάται από την ικανότητα μιας επιχείρησης να συνεχίζει τη λειτουργία της χωρίς την άμεση υποστήριξη από εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης. Έτσι, οι επιχειρήσεις που δεν χρειάζονται άμεση εξωτερική χρηματοδότηση χαρακτηρίζονται ως οικονομικά ισχυρές, ενώ αυτές που χρειάζονται άμεση εξωτερική χρηματοδότηση χαρακτηρίζονται ως οικονομικά αδύναμες. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα μιας επιχείρησης καθορίζεται από το αν η απόδοσή της ήταν καλύτερη ή χειρότερη σε σχέση με τους ανταγωνιστές της στις ακόλουθες 5 διαστάσεις:

κόστος, θέση προϊόντος στην αγορά (ισχυρή ή όχι επωνυμία), τεχνολογικές δυνατότητες, ηγεσία και διοίκηση, ικανότητα να επηρεάζει/συνεργάζεται με τις τοπικές αρχές. Κατά συνέπεια, οι επιχειρήσεις που απέδωσαν καλύτερα από τους ανταγωνιστές τους σε τρεις ή περισσότερες από τις παραπάνω διαστάσεις σημειώνουν υψηλό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, ενώ οι επιχειρήσεις που απέδωσαν καλύτερα σε 2 ή λιγότερες διαστάσεις σημειώνουν χαμηλό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Οι 4 κατηγορίες επιχειρήσεων στις οποίες καταλήγουμε με βάση όσα προαναφέρθηκαν είναι: οι ισχυρές επιχειρήσεις οι οποίες χαρακτηρίζονται από υψηλή οικονομική ευρωστία και μεγάλο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, οι σταθερές επιχειρήσεις οι οποίες είναι ισχυρές οικονομικά αλλά αδύναμες ανταγωνιστικά, οι αγωνιζόμενες επιχειρήσεις οι οποίες είναι αδύναμες οικονομικά αλλά έχουν ισχυρό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, και οι «αποτυχημένες» επιχειρήσεις οι οποίες είναι αδύναμες τόσο οικονομικά όσο και ανταγωνιστικά. (Branstad, P., Jackson, B., 2009: 38-40)



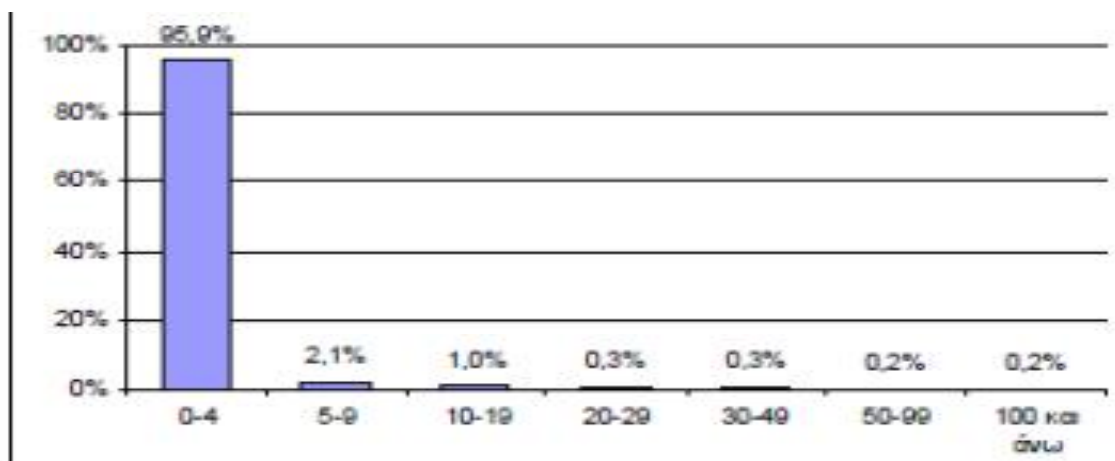
Όσον αφορά στις αδύναμες γενικά επιχειρήσεις, αυτές πρέπει να αναλογιστούν ότι ο χρόνος είναι πολύτιμος και γι' αυτό πρέπει να βρουν τον καταλληλότερο τρόπο για να τοποθετήσουν τα περιουσιακά τους στοιχεία και να αξιοποιήσουν το εργατικό τους δυναμικό και να λάβουν τα καταλληλότερα μέτρα έτσι ώστε κάθε τμήμα της επιχείρησης να έχει την ευκαιρία να πετύχει, έστω και υπό διαφορετική ιδιοκτησία. Για τις υπόλοιπες επιχειρήσεις ο πρωταρχικός στόχος τους είναι να γίνουν όσο το δυνατόν πιο ισχυρές, όσο τον δυνατόν γρηγορότερα. Σε αυτή την περίοδο είναι εξαιρετικά πολύτιμο οι επιχειρήσεις να είναι σε θέση να δράσουν από κάποια θέση ισχύος και μάλιστα με έναν μακροπρόθεσμο στρατηγικό τρόπο. Για να επιτευχθεί κάτι τέτοιο βέβαια είναι απαραίτητη μια νέα μορφή ηγεσίας.

Ειδικότερα, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να υιοθετήσουν υπεύθυνες και αειφόρες επιχειρηματικές πρακτικές οι οποίες τους επιτρέπουν κατά την περίοδο της κρίσης να παραμένουν οικονομικά βιώσιμες όχι όμως εις βάρος των κοινωνικών δαπανών. Οι βιώσιμες επιχειρήσεις πρέπει να καινοτομούν, να υιοθετήσουν κατάλληλες και φιλικές προς το περιβάλλον τεχνολογίες, να αναπτύξουν δεξιότητες και ανθρώπινο δυναμικό, και να ενισχύσουν την παραγωγικότητά τους ώστε να παραμείνουν ανταγωνιστικές σε εθνικές και διεθνείς αγορές. Μάλιστα, μελέτες σε επιχειρήσεις όλων των τύπων και μεγεθών δείχνουν ότι υπάρχει σαφής σχέση μεταξύ των συνθηκών εργασίας, της παραγωγικότητας και της ανταγωνιστικότητας.

### 3.2. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟ 2007

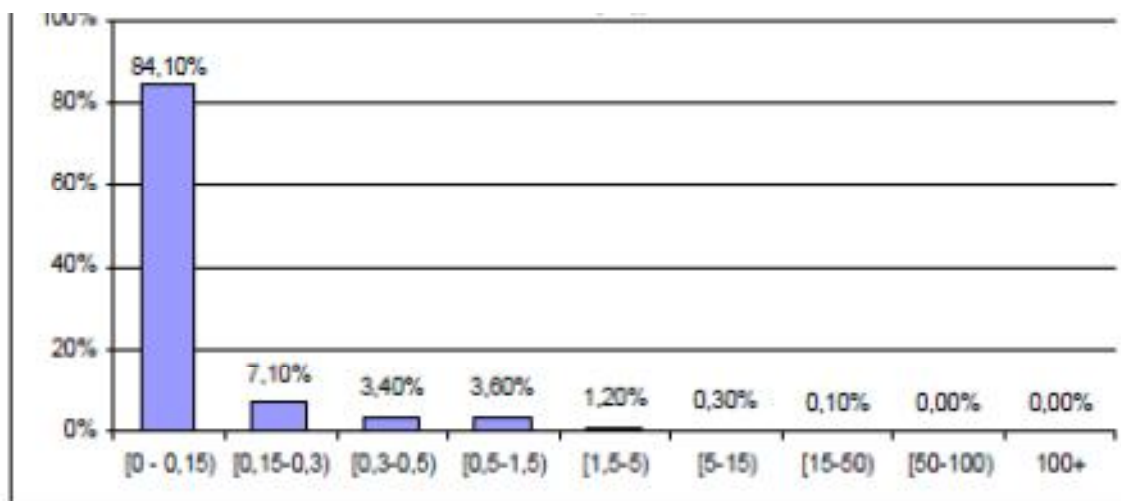
Το 2007 το 98% των επιχειρήσεων απασχόλησαν λιγότερους από δέκα εργαζομένους. (στοιχεία ΕΣΥΕ : 2003. Διάγραμμα 3.1)

Διάγραμμα 3.1: Αριθμός επιχειρήσεων ανά αριθμό απασχολούμενων



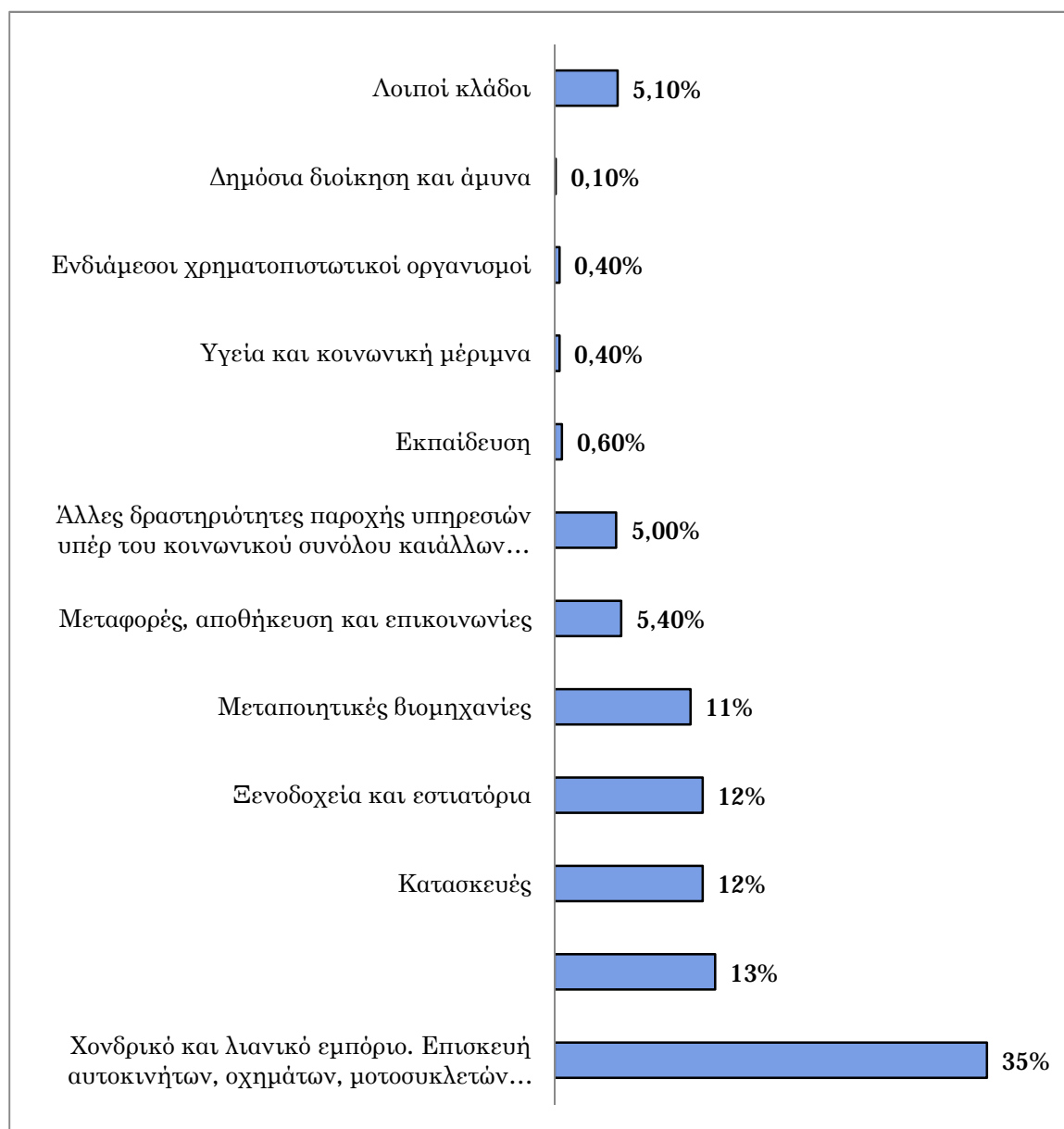
Το 95% των επιχειρήσεων εμφανίζουν κύκλο εργασιών μικρότερο των 500.000,00 € (στοιχεία ΕΣΥΕ : 2003. Διάγραμμα 3.2)

Διάγραμμα 3.2: Αριθμός επιχειρήσεων και τάξεις μεγέθους εργασιών (σε εκατ. Ευρώ)



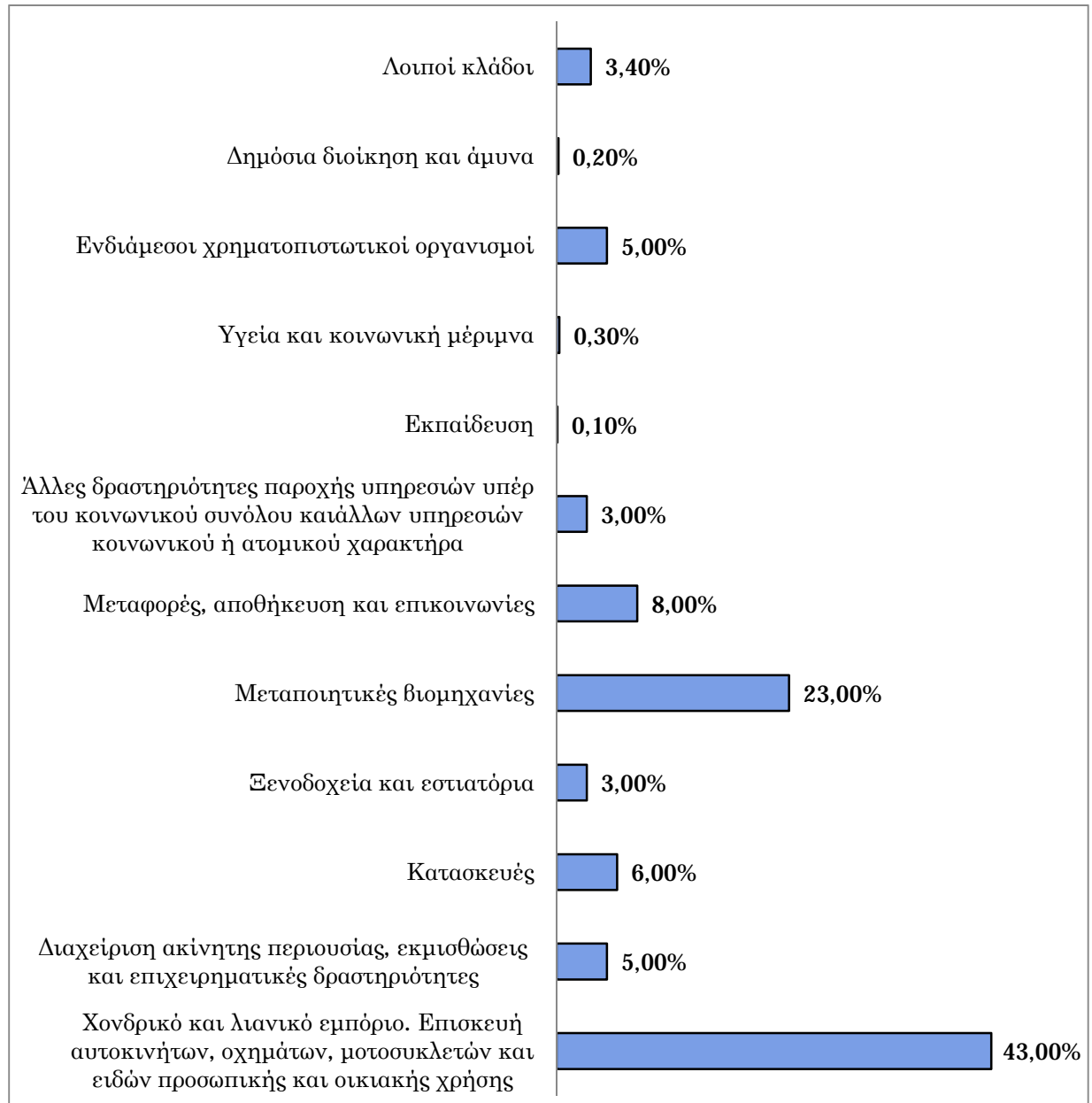
Το μεγαλύτερο ποσοστό των ΜΜΕ (35%) ήταν επιχειρήσεις εμπορίου (χονδρικού και λιανικού) τα έσοδα των οποίων αντιστοιχούσαν στο 43% των συνολικών εσόδων ενώ μόλις το 11% δραστηριοποιήθηκε στη βιομηχανία και πραγματοποίησε αντίστοιχα το 23% των συνολικών εσόδων. (στοιχεία ΕΣΥΕ : 2003, Διάγραμμα 3.3 και Διάγραμμα 3.4) (Ελληνικός Οργανισμός Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ), 2008: 2-4)

Διάγραμμα 3.3: Κατανομή αριθμού επιχειρήσεων κατά κατηγορία οικονομικής δραστηριότητας



(Ελληνικός Οργανισμός Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ), 2008: 2-4)

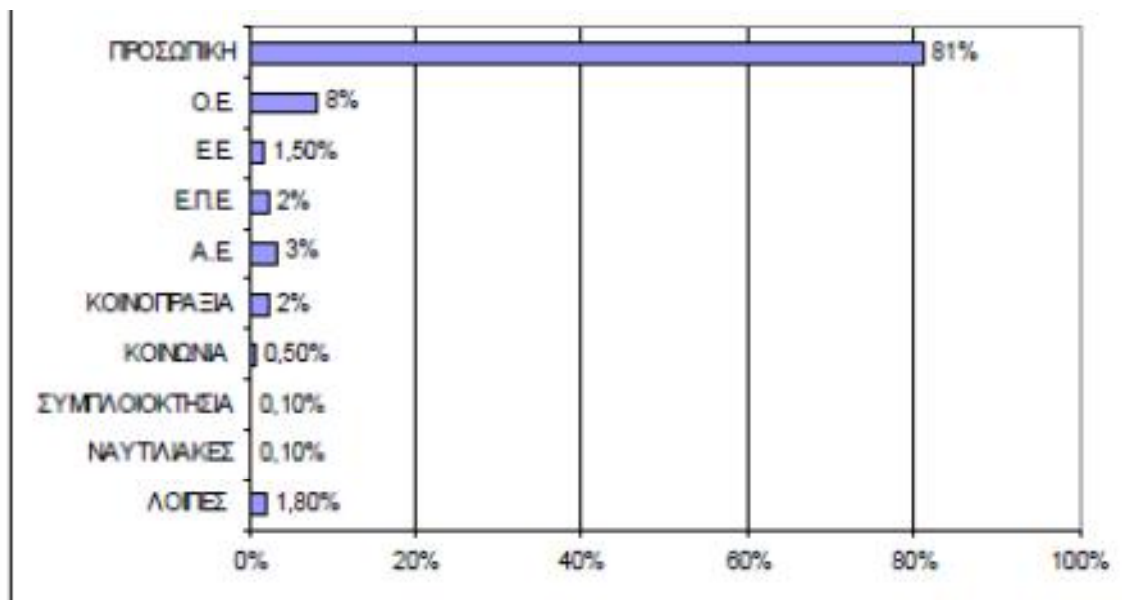
Διάγραμμα 3.4: Κατανομή κύκλου εργασιών επιχειρήσεων κατά κατηγορία οικονομικής δραστηριότητας (σε εκατ. €)



(Ελληνικός Οργανισμός Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ), 2008: 2-4)

Το 90% περίπου των επιχειρήσεων λειτουργούσαν ως προσωπικές, ομόρρυθμες και ετερόρρυθμες και μόλις το 5% ως Ε.Π.Ε ή Α.Ε. (στοιχεία ΕΣΥΕ : 2003. Διάγραμμα 3.5)

Διάγραμμα 3.5: Αριθμός επιχειρήσεων κατά τάξη μεγέθους απασχόλησης



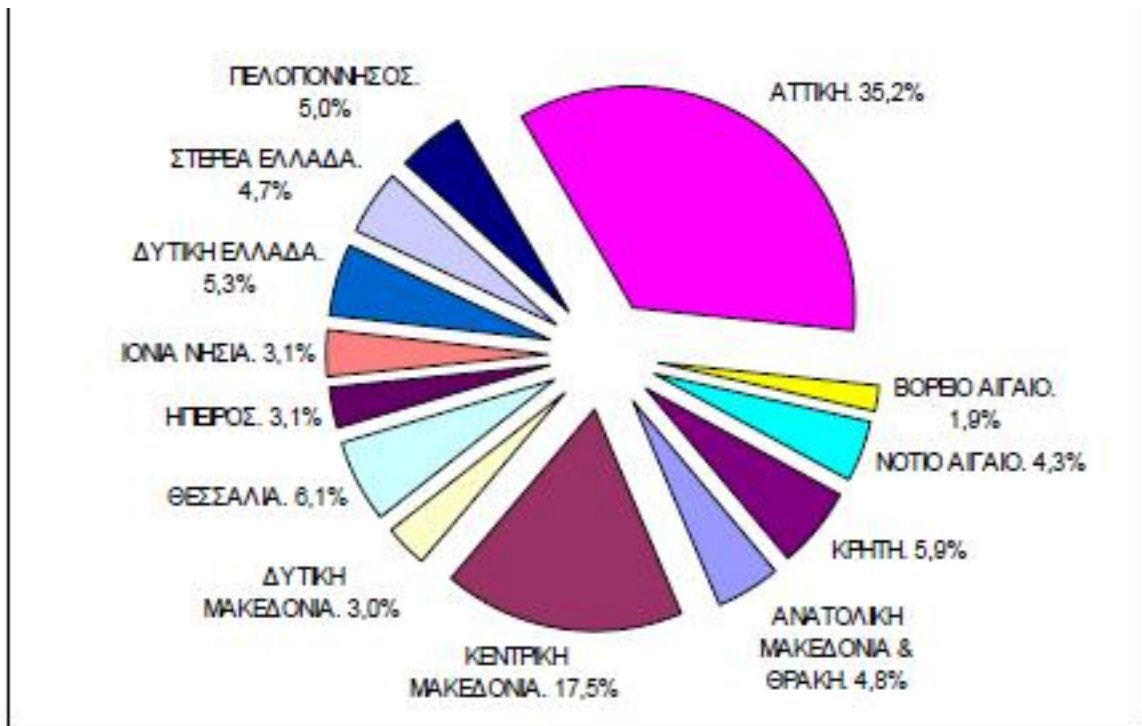
(Ελληνικός Οργανισμός Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ), 2008: 2-4)

### 3.2.1. Χωροταξική κατανομή των ΜΜΕ

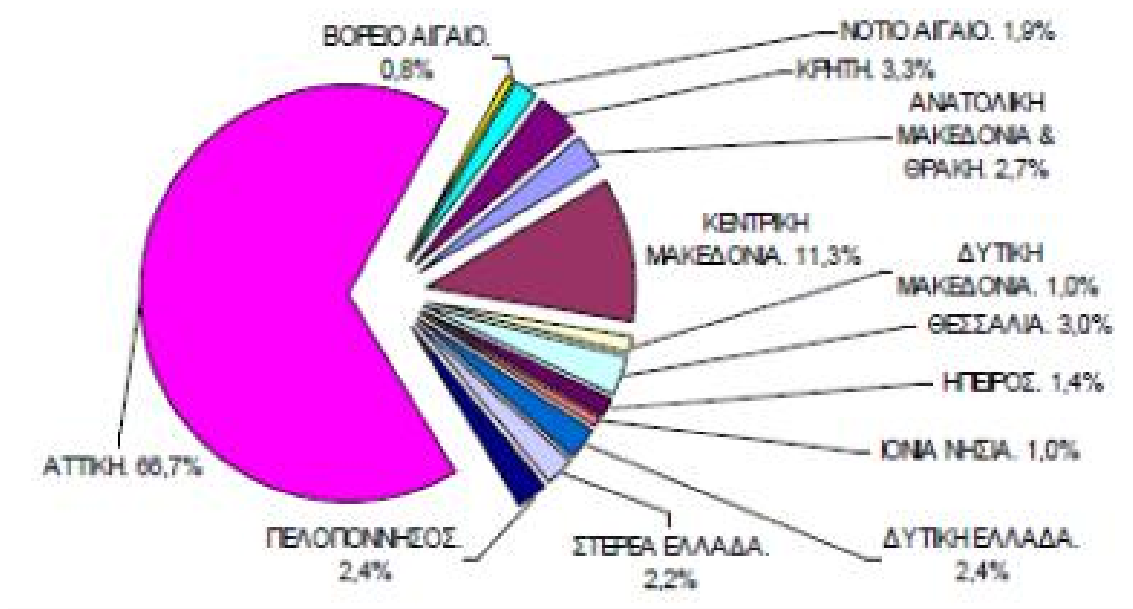
Η χωροταξική κατανομή εμφάνισε μεγάλη συγκέντρωση των ΜΜΕ στα αστικά κέντρα. Ενδεικτικά, το 35% εξ αυτών ήταν εγκατεστημένες στην Αττική, όπου και πραγματοποιήθηκε το 67% του συνολικού τζίρου. Αντίστοιχα στην Κεντρική Μακεδονία ήταν εγκατεστημένες το 17,5% και πραγματοποιήθηκε το 11% του συνολικού τζίρου. (στοιχεία ΕΣΥΕ : 2003, Διάγραμμα 3.6 και Διάγραμμα 3.7)

(Ελληνικός Οργανισμός Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ), 2008: 5)

Διάγραμμα 3.6: Αριθμός Επιχειρήσεων ανά Περιφέρεια



Διάγραμμα 3.7.: Κύκλος Εργασιών Επιχειρήσεων κατά Περιφέρεια



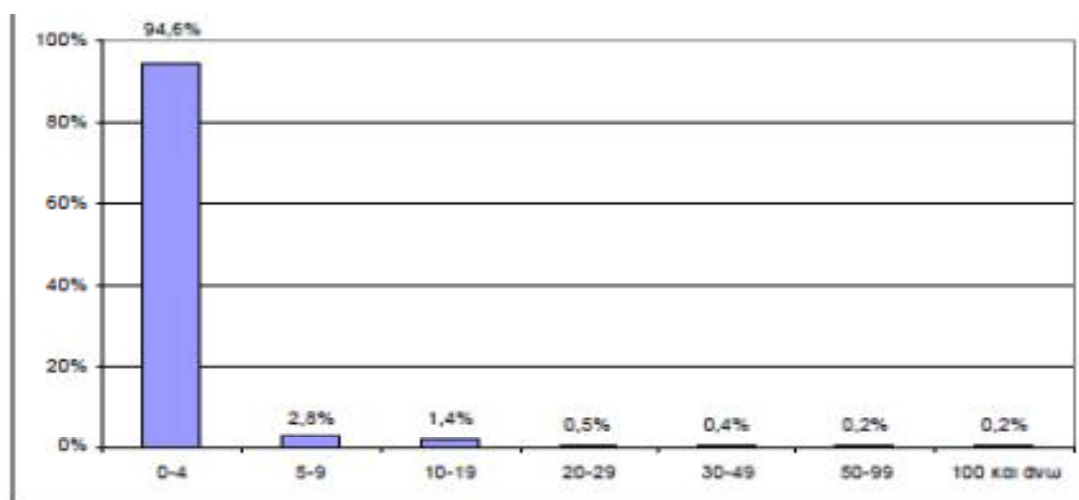
(Ελληνικός Οργανισμός Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ), 2008: 5)



### 3.3. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟ 2008

Το 2008 και σύμφωνα με την επεξεργασία των δημοσιευμένων στατιστικών στοιχείων της ΕΣΥΕ, επί συνόλου 902.631 επιχειρήσεων, 875.706 απασχόλησαν από 0 έως 4 εργαζόμενους (ποσοστό 94,6%) και 25.331 από 5-9 εργαζόμενους (ποσοστό 2,8%). ( Διάγραμμα 3.8)

Διάγραμμα 3.8: Αριθμός επιχειρήσεων ανά αριθμό απασχολούμενων



Πηγή: ΕΣΥΕ – Μητρώο επιχειρήσεων 2008

Επίσης, από τη σύγκριση των στατιστικών δεδομένων, διαπιστώθηκε μείωση του αριθμού των επιχειρήσεων που απασχολούσαν έως 4 εργαζόμενους και, αντίστοιχα, σημαντική αύξηση των επιχειρήσεων που απασχολούσαν από 5 έως 9 και από 10-19 εργαζόμενους. (Πίνακας 3.1.)

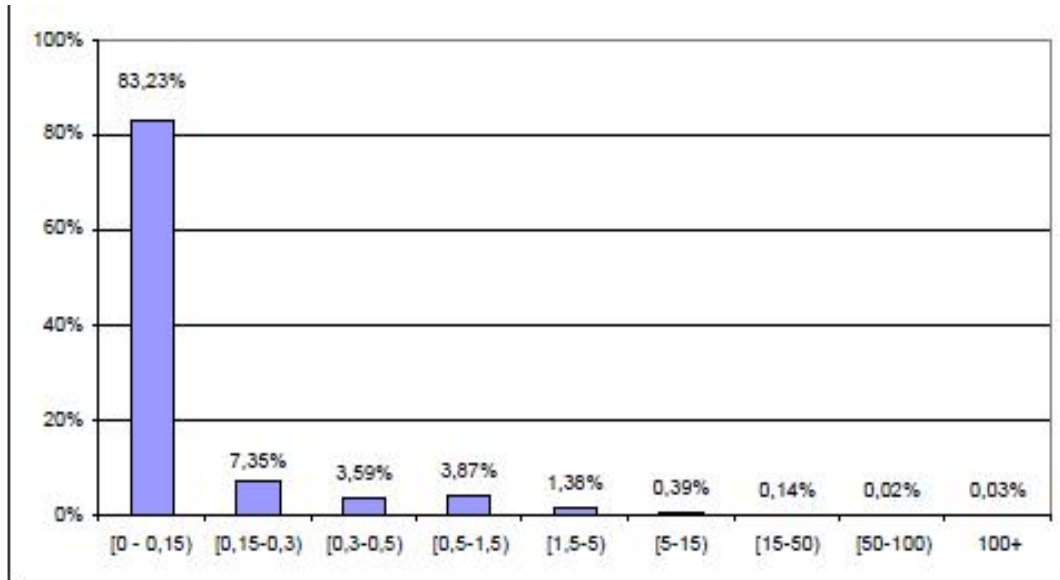
Πίνακας 3.1: Συγκριτικά στοιχεία απασχόλησης των επιχειρήσεων

Εύρος αριθμού απασχολούμενων	Αριθμός Επιχειρήσεων	Ποσοστό επί συνόλου (%)	Μεταβολή 2004/2003 (%)
0-4	853.706	94,6%	-1,4%
5-9	25.331	2,8%	33,6%
10-19	12.558	1,4%	39,1%
20-29	4.098	0,5%	51,3%
30-49	3.199	0,4%	18,1%
50-99	1.994	0,2%	10,5%
100 και άνω	1.747	0,2%	-3,2%
<b>Σύνολο:</b>	<b>902.631</b>	<b>100%</b>	<b>1,04%</b>

Πηγή: ΕΣΥΕ – Μητρώο επιχειρήσεων 2003, 2004 (ίδια επεξεργασία στοιχείων)

Επιπλέον, το 83,2% των επιχειρήσεων εμφάνισαν τζίρο μικρότερο των 150.000 Ευρώ. (Διάγραμμα 3.9)

Διάγραμμα 3.9: Αριθμός επιχειρήσεων και τάξεις μεγέθους κύκλου εργασιών  
(σε εκατ. Ευρώ)



Πηγή: ΕΣΥΕ – Μητρώο επιχειρήσεων 2004 (ίδια επεξεργασία στοιχείων)

(Ελληνικός Οργανισμός Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ), 2008: 6-9)

Από τη συσχέτιση των στοιχείων απασχόλησης και κύκλου εργασιών των ΜΜΕ προέκυψε ότι ένα ποσοστό 82,3% των ελληνικών επιχειρήσεων απασχόλησε λιγότερο από 4 εργαζόμενους και πραγματοποίησε Κ.Ε. έως 150 χιλ. Ευρώ. Συνολικά, το 94% περίπου των ελληνικών ΜΜΕ απασχόλησε έως 9 εργαζόμενους και πραγματοποίησε τζίρους έως 500 χιλ. Ευρώ. ( Πίνακας 3.2 και 3.3 )

Πίνακας 3.2: Συσχέτιση αριθμού επιχειρήσεων ανά τάξη μεγέθους και ανά τάξη τζίρου

		ΤΑΞΕΙΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ						
		0-4	5-9	10-19	20-29	30-49	50-99	100+
ΤΑΞΕΙΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	[0 - 0,15)	743.352	5.830	1.385	313	212	122	82
	[0,15 - 0,3)	59.590	5.465	1.112	115	38	28	19
	[0,3 - 0,5)	25.968	4.308	1.791	275	82	27	18
	[0,5 - 1,5)	21.274	6.830	4.645	1.416	652	155	44
	[1,5 - 5)	3.141	2.586	2.988	1.437	1.395	716	232
	[5 - 15)	326	307	578	493	681	710	497
	[15 - 50)	83	46	102	94	175	266	570
	[50 - 100)	13	11	15	19	24	40	172
	[100 +)	12	0	15	15	30	39	221

Πηγή: ΕΣΥΕ, Μητρώο Επιχειρήσεων 2004, (επεξεργασία European Profiles A.E.)

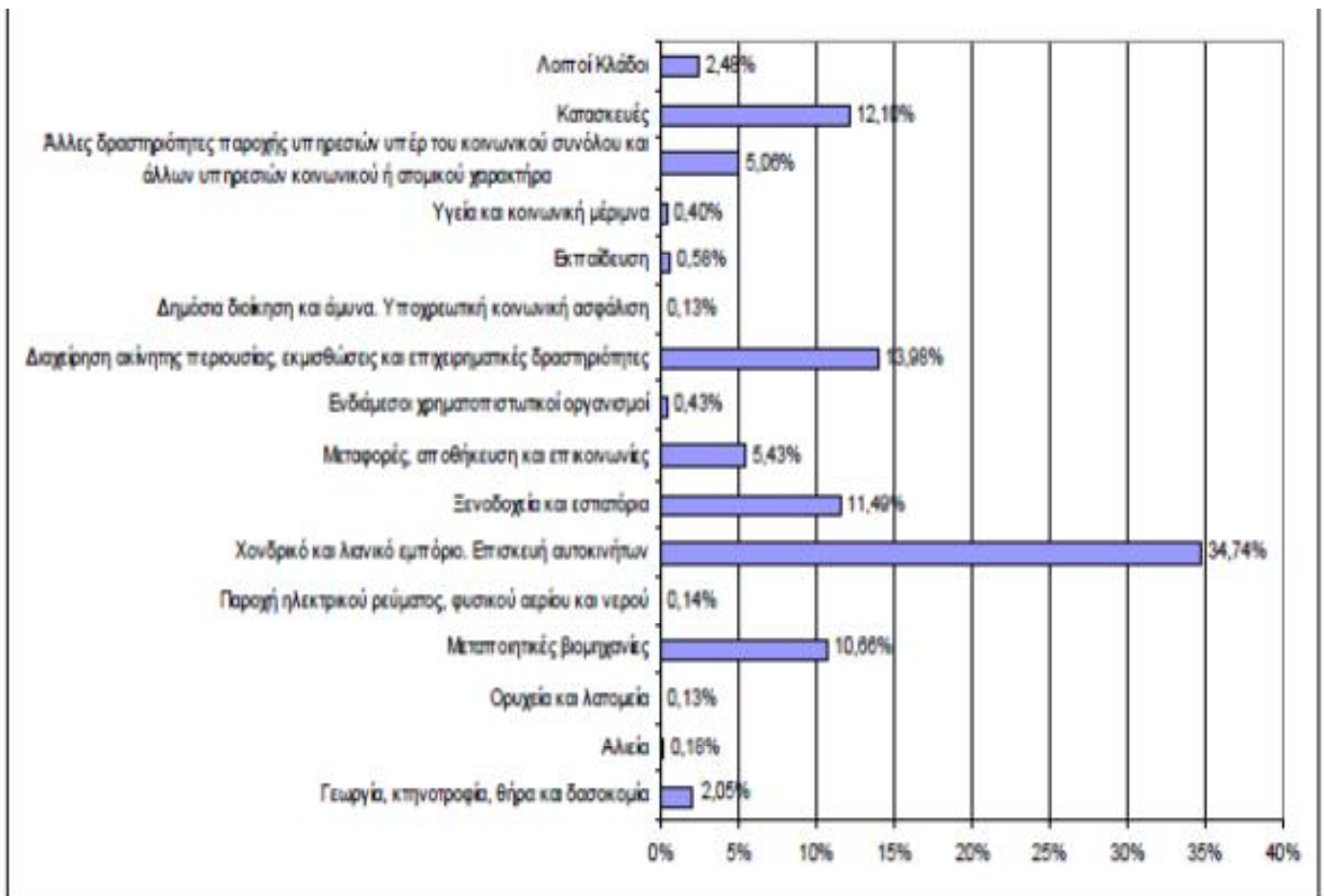
Πίνακας 3.3: Συσχέτιση αριθμού επιχειρήσεων ανά τάξη μεγέθους και ανά τάξη τζίρου (Ποσοστό (%) επί συνόλου επιχειρήσεων)

		ΤΑΞΕΙΣ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗΣ						
		0-4	5-9	10-19	20-29	30-49	50-99	100+
ΤΑΞΕΙΣ ΚΥΚΛΟΥ ΕΡΓΑΣΙΩΝ	[0 - 0,15)	82,30%	0,65%	0,15%	0,03%	0,02%	0,01%	0,01%
	[0,15 - 0,3)	6,60%	0,61%	0,12%	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%
	[0,3 - 0,5)	2,88%	0,48%	0,20%	0,03%	0,01%	0,00%	0,00%
	[0,5 - 1,5)	2,36%	0,76%	0,51%	0,16%	0,07%	0,02%	0,00%
	[1,5 - 5)	0,35%	0,29%	0,33%	0,16%	0,15%	0,08%	0,03%
	[5 - 15)	0,04%	0,03%	0,06%	0,05%	0,08%	0,08%	0,06%
	[15 - 50)	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%	0,02%	0,03%	0,06%
	[50 - 100)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,02%
	[100 +)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,02%

Πηγή: ΕΣΥΕ, Μητρώο Επιχειρήσεων 2004, (επεξεργασία European Profiles A.E.)

(Ελληνικός Οργανισμός Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ), 2008: 6-9)

Διάγραμμα 3.10: Κατανομή αριθμού επιχειρήσεων κατά κατηγορία οικονομικής δραστηριότητας (σε εκατ. €)



Πηγή: ΕΣΥΕ – Μητρώο επιχειρήσεων 2003 (επεξεργασία στοιχείων)

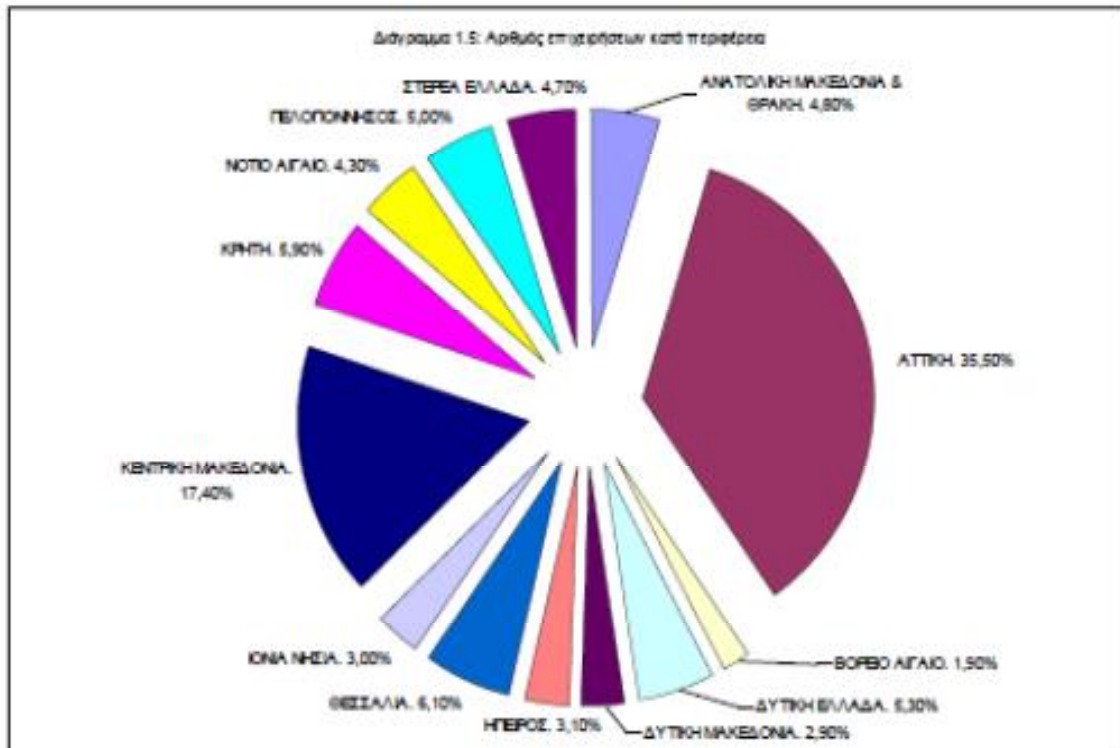
Σχετικά με την ποσοστιαία κατανομή τομέων και κλάδων επιχειρηματικής δραστηριότητας, το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων (35%) κατατάχθηκε στον εμπορικό τομέα (χονδρικό και λιανικό εμπόριο), το 10,6% δραστηριοποιήθηκε στη Βιομηχανία, το 11,5% στον Τουρισμό, ενώ μόλις το 2,2% των επιχειρήσεων ασχολήθηκε με τον Πρωτογενή Τομέα της οικονομίας (Γεωργία – Αλιεία). (Διάγραμμα 3.10)

### 3.3.1. Χωροταξική κατανομή των ΜΜΕ

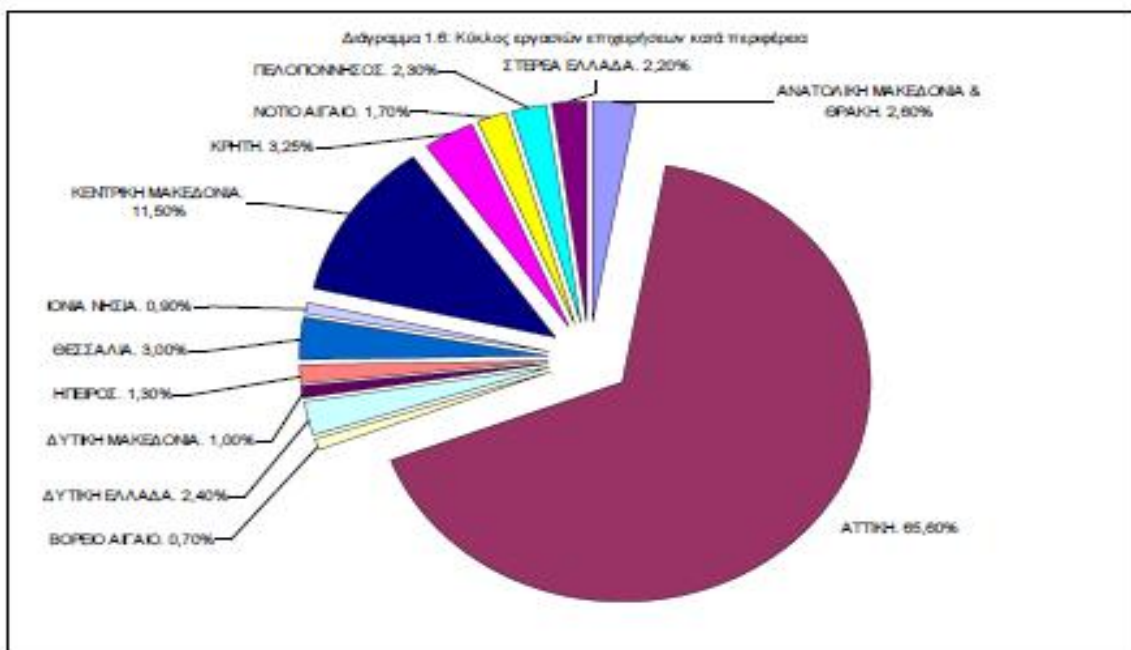
Οι ελληνικές επιχειρήσεις ήταν άνισα κατανεμημένες στα μεγάλα αστικά κέντρα. Το 35% ήταν εγκαταστημένο στην Αττική, όπου και πραγματοποιήθηκε το 65,6% του συνολικού τζίρου. Αντίστοιχα, στην Κεντρική Μακεδονία ήταν

εγκατεστημένες το 17,4% του αριθμού των επιχειρήσεων και πραγματοποιήθηκε το 11,5% του συνολικού τζίρου. (Διαγράμματα 3.11 και 3.12)

Διάγραμμα 3.11: Αριθμός Επιχειρήσεων ανά Περιφέρεια



Διάγραμμα 3.12: Κύκλος Εργασιών Επιχειρήσεων κατά Περιφέρεια



(Ελληνικός Οργανισμός Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ), 2008: 6-9)



### 3.4. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟ 2009-2010

Σύμφωνα με τη μελέτη του IOBE, ένα σημαντικό κομμάτι του πληθυσμού, υπό την πίεση της οικονομικής κρίσης, αναζήτησε διέξοδο στην επιχειρηματική δράση. Τα άτομα ωθούνται στην επιχειρηματικότητα είτε λόγω πίεσης από πραγματική απώλεια θέσης εργασίας, είτε λόγω φόβου για ενδεχόμενη απώλειά της βραχυπρόθεσμα ή ακόμα λόγω της δυσaréσκειας από την υπάρχουσα απασχόληση. Από την έκθεση του IOBE προέκυψε ότι περισσότερα από 1,6 εκατ. άτομα ανέπτυξαν το 2009 επιχειρηματική δραστηριότητα στη χώρα μας.

Το 2009, ο βασικός δείκτης της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα μειώθηκε ελαφρώς. Αναλυτικά, το 8,8% (έναντι 9,9% το 2008) του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών -δηλαδή περίπου 610.000 άτομα- βρέθηκαν στα αρχικά στάδια έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας, συμπεριλαμβανομένης της αυτοαπασχόλησης.

Η πτώση οφείλεται κυρίως σε περιορισμό των επίδοξων επιχειρηματιών, καθώς οι νέοι επιχειρηματίες διατηρούνται στα ίδια με αυτά του 2008. Από την άλλη πλευρά, οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες, δηλαδή οι επιχειρηματίες που είναι ιδιοκτήτες ή συνιδιοκτήτες μιας επιχείρησης που λειτουργεί τουλάχιστον 3,5 χρόνια, αυξήθηκαν το 2009, με το σχετικό ποσοστό να φτάνει στο υψηλότερο σημείο της πενταετίας (15,1%). Έτσι, η συνολική επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα αφορούσε στο 23,6% του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών, ποσοστό σχεδόν διπλάσιο από τις αντίστοιχες επιδόσεις των χωρών που βασίζονται στην καινοτομία, στις οποίες συγκαταλέγεται η Ελλάδα, αλλά και από το μέσο όρο του συνόλου των χωρών του GEM.

Όσον αφορά στους επιχειρηματίες που διέκοψαν τη δραστηριότητά τους κατά το 2009, αυξήθηκαν μόλις οριακά συγκριτικά με το 2008 (2,6% έναντι 2,3%). Ως κύρια αιτία (45,7%) για την αναστολή προκρίθηκε η έλλειψη επαρκούς κερδοφορίας. (<http://www.anko-eunet.gr/articles/el/News/readabout/iov-e-i-epixeirimatikotita-stin-ellada-2009-2010-anazitontas-dieksodo-apo-tin-krisi>, 2010, IOBE: "Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009 – 2010. Αναζητώντας διέξοδο από την κρίση")

Η επιδείνωση των οικονομικών συνθηκών και η αβεβαιότητα για τη έκβαση της δημοσιονομικής κρίσης συνέχιζαν να επηρεάζουν αποφασιστικά την επιχειρηματική δράση το 2010. Τα αποτελέσματα για την εγχώρια επιχειρηματικότητα υποχώρησαν αισθητά και υπογράμμισαν το κλίμα αβεβαιότητας που επικρατεί στην πραγματική οικονομία.

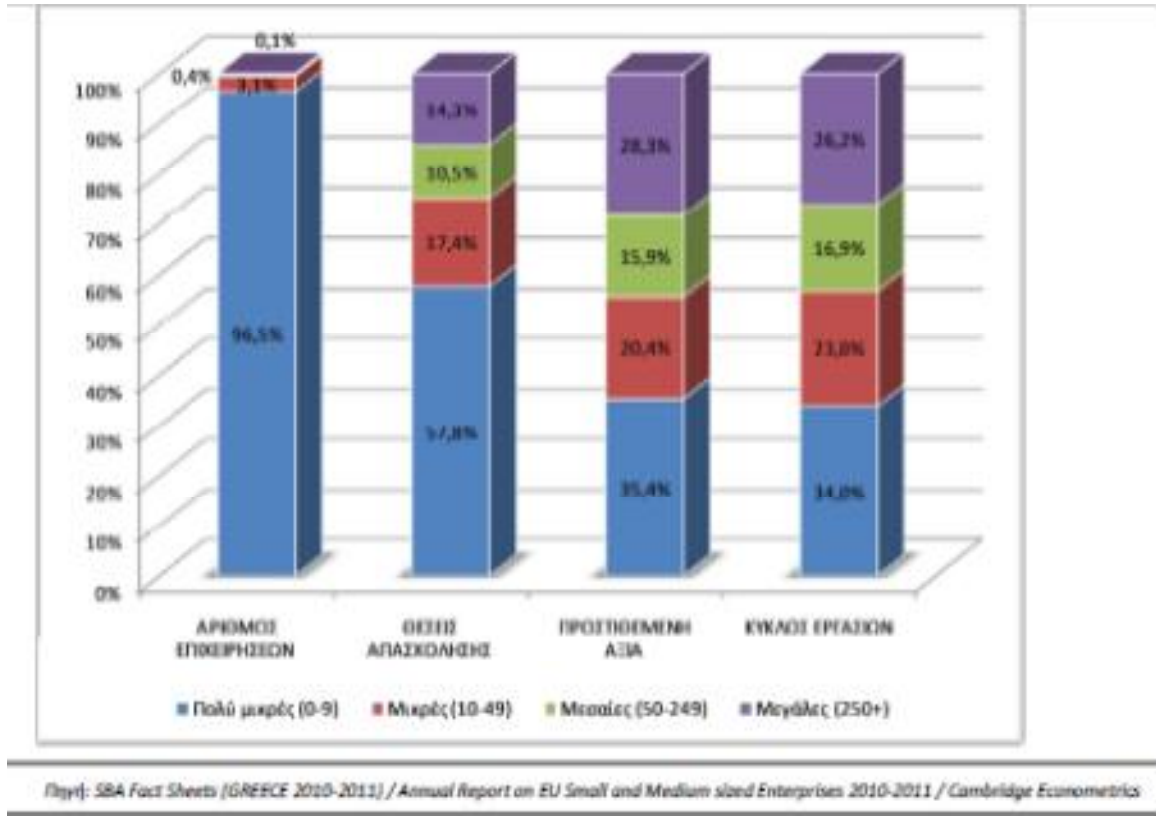
### 3.5. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟ 2010-2011

Σύμφωνα με την ετήσια Ευρωπαϊκή Έκθεση για το έτος 2010-2011, το έτος 2010, οι πολύ μικρές επιχειρήσεις (με προσωπικό μέχρι 10 άτομα) στην Ελλάδα, κατείχαν ποσοστό μεγαλύτερο από το μέσο όρο της ΕΕ-27 στο σύνολο των επιχειρήσεων (96,5% έναντι 92,1%), ενώ αποτελούσαν το 96,6% των ΜΜΕ, ξεπερνώντας κατά 4 περίπου ποσοστιαίες μονάδες τον αντίστοιχο μέσο όρο της ΕΕ. Σε ανάλογα επίπεδα διαμορφώθηκαν τα αντίστοιχα μεγέθη για το έτος 2011, με την κυριαρχία των πολύ μικρών επιχειρήσεων να επιβεβαιώνεται εκ νέου, αντιπροσωπεύοντας το 96,5% των ελληνικών ΜΜΕ.

Ο σημαντικός ρόλος των ΜΜΕ στην Ελλάδα κατά το ίδιο έτος, ενισχύθηκε ακόμη περισσότερο από το γεγονός ότι αυτές απασχολούσαν το 85,7% του συνόλου των εργαζομένων των ελληνικών επιχειρήσεων, με τις πολύ μικρές επιχειρήσεις να κατέχουν ιδιαίτερα υψηλό μερίδιο στη δημιουργία θέσεων εργασίας, τόσο στο σύνολο των ΜΜΕ (67,5%), όσο και στο σύνολο των επιχειρήσεων (57,8%). Ακολουθούν οι επιχειρήσεις που απασχολούν 10-49 άτομα οι οποίες, το 2011, κατείχαν το 17,4% του συνόλου των θέσεων εργασίας στην Ελλάδα και περίπου το 20,3% των θέσεων εργασίας στις ΜΜΕ (τα ποσοστά κυμάνθηκαν στα ίδια περίπου επίπεδα για το έτος 2010). (ICAP Group, 2012: 7-10)

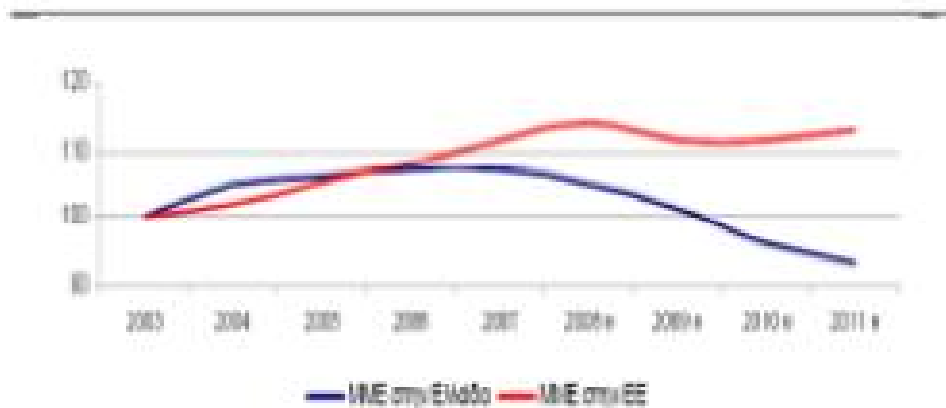
Ωστόσο, η συμμετοχή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας δεν είναι ανάλογη του πλήθους των επιχειρήσεων ανά κατηγορία με βάση το μέγεθός τους και του υψηλού μεριδίου που κατέχουν στη δημιουργία θέσεων εργασίας. Έτσι, οι ΜΜΕ παρήγαγαν το 71,7% της συνολικής προστιθέμενης αξίας, ενώ οι πολύ μικρές επιχειρήσεις το 2011 αντιπροσώπευαν μόλις το 35,4%. Στον αντίποδα οι μεγάλες επιχειρήσεις που απασχολούν πάνω από 250 άτομα, ενώ αντιπροσώπευαν μόλις το 0,1% του συνόλου των επιχειρήσεων και το 14,4% των θέσεων απασχόλησης, συνέβαλαν κατά 28,3% στην προστιθέμενη αξία, τα έτη 2010 και 2011.

Διάγραμμα 3.13: Πλήθος επιχειρήσεων, θέσεις απασχόλησης, προστιθέμενη αξία και κύκλος εργασιών των ελληνικών ΜμΕ



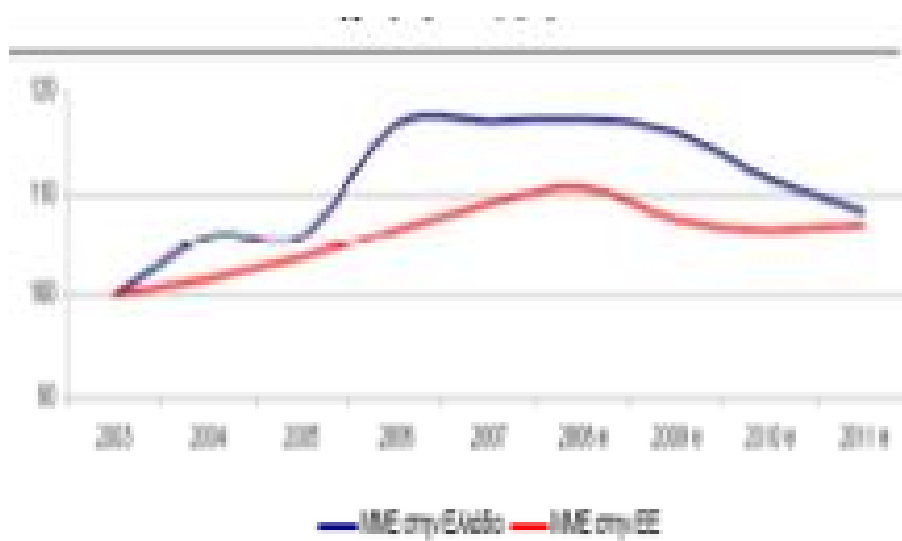
Η διαχρονική πορεία των βασικότερων μεγεθών των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα (αριθμός επιχειρήσεων, αριθμός προσωπικού που απασχολείται σε αυτές και προστιθέμενη αξία), σε σύγκριση με τα αντίστοιχα μεγέθη της ΕΕ παρουσιάζονται στα ακόλουθα σχήματα. (ICAP Group, 2012: 7-10)

Διάγραμμα 3.14: Αριθμός επιχειρήσεων

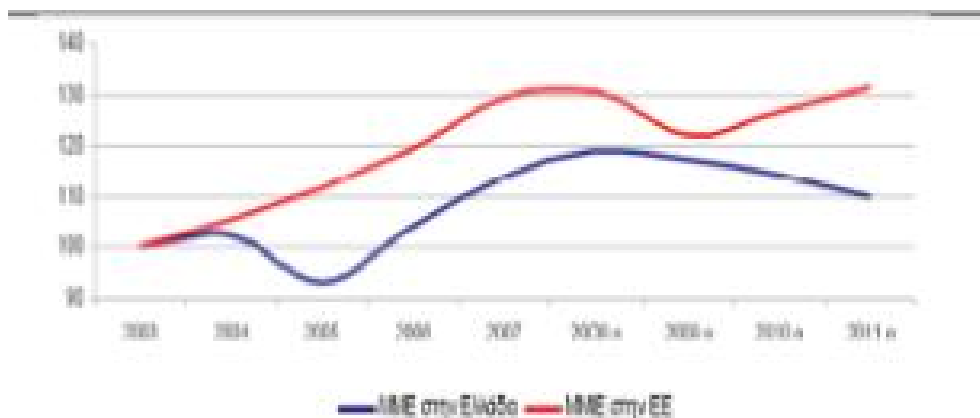




Διάγραμμα 3.15: Θέσεις απασχόλησης στις επιχειρήσεις



Διάγραμμα 3.16: Προστιθέμενη αξία των επιχειρήσεων



Σχετικά με την κλαδική κατανομή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων αναφέρεται ότι οι ΜΜΕ που δραστηριοποιούνται στον τομέα του εμπορίου στην Ελλάδα, σε όρους πλήθους επιχειρήσεων, είναι αναλογικά περισσότερες από τον Μ.Ο. της Ε.Ε (42% έναντι 31%). Οι πολύ μικρές επιχειρήσεις είναι κυρίαρχες σχεδόν σε όλους τους τομείς οικονομικής δραστηριότητας, με εξαίρεση τον τομέα παροχής ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου και νερού όπου το 78,05% αφορά μικρές επιχειρήσεις, ενώ ακολουθούν οι μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις, οι οποίες αποτελούν αντίστοιχα το 18,29% και 3,66%, καθώς και τον τομέα των ορυχείων – λατομείων όπου σημαντικό ποσοστό (24,73%) αντιπροσωπεύουν και οι μικρές επιχειρήσεις. (ICAP Group, 2012: 7-10)

### 3.5.1. Αριθμός ΜΜΕ και θέσεις εργασίας

Ο αριθμός των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για τα έτη 2005-2012 παρουσιάζει πτωτική πορεία, η οποία κορυφώθηκε τα έτη 2009-2011, ακολουθώντας την ύφεση στην οποία εισήλθε η ελληνική οικονομία. Το 2010 σημειώθηκε η μεγαλύτερη μείωση του αριθμού των ΜΜΕ (4,77%). Ειδικά για το 2011, τον τέταρτο στη σειρά χρόνο ύφεσης για την χώρα, η εικόνα των ΜΜΕ ήταν αποθαρρυντική. Το συγκεκριμένο έτος οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα ήταν λιγότερες κατά 62.287 σε σχέση με το 2009, καταγράφοντας απώλεια 144.604 θέσεων εργασίας.

Ως προς την εξέλιξη των θέσεων εργασίας το ίδιο διάστημα (2005-2012), η μεγαλύτερη συρρίκνωση σημειώθηκε το 2010 (3,8%) όπου οι θέσεις εργασίας μειώθηκαν περίπου κατά 84.800 σε σχέση με το 2009. Η ύφεση αυτή, εκφραζόμενη ως ποσοστό των θέσεων απασχόλησης που αντιπροσωπεύουν οι ΜΜΕ συνεχίστηκε πιο ήπια το 2011, όπου μειώθηκε σε σχέση με το 2010 κατά 2,78% (59.710 περίπου θέσεις εργασίας). Ειδικότερα οι θέσεις εργασίας του διανεμητικού εμπορίου, ο οποίος συγκεντρώνει τον μεγαλύτερο αριθμό επιχειρήσεων, συρρικνώθηκαν σημαντικά τα έτη 2010 και 2011 παρουσιάζοντας μείωση σε σχέση με το 2009 και 2010 αντίστοιχα κατά 2,68% και 2,3%. Η μείωση αυτή μεταφράζεται σε απώλεια συνολικά 43.704 θέσεων εργασίας το διάστημα 2009-2011. (ICAP Group, 2012:10)

Επιπλέον αξιοσημείωτη συρρίκνωση υπέστη ο τομέας των κατασκευών, στον οποίο το 2010 οι θέσεις εργασίας μειώθηκαν κατά 10,1% σε σχέση με το προηγούμενο έτος, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το 2011 ανήλθε σε 5,42% (σε απόλυτους αριθμούς η μείωση μεταξύ των ετών 2009-2011 αντιστοιχεί σε 40.681 θέσεις εργασίας). Ο τομέας παροχής ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου και νερού σταδιακά συρρικνώνεται όσον αφορά στις θέσεις απασχόλησης από το 2007, με τη μεγαλύτερη μείωση της τάξεως του 7,3% να παρουσιάζεται το 2010.

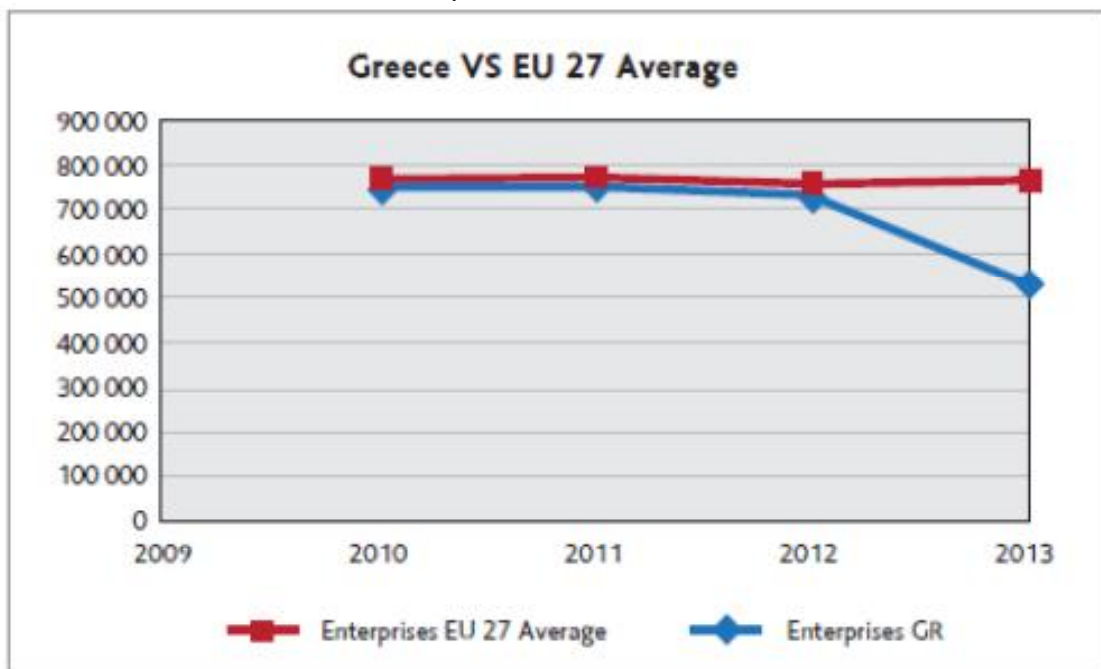
### 3.6. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟ 2012-2013

Ενώ η Ε.Ε. επανέρχεται στα προ κρίσης επίπεδα με αύξηση θέσεων εργασίας ΜμΕ, αύξηση προστιθέμενης αξίας ΜμΕ, μείωση ανεργίας ΜμΕ κλπ, η Ελλάδα συνεχίζει να έχει πρόβλημα στις πολιτικές για τις ΜμΕ (πίνακας 3.4 και γραφήματα 3.17, 3.18, 3.19) που αποδεικνύουν τη συνεχή μείωση τόσο της προστιθέμενης αξίας όσο και του αριθμού των εργαζομένων σε αυτές. (Γ.Σ.Ε.Β.Ε.Ε., κ.ά., 2014: 13-17)

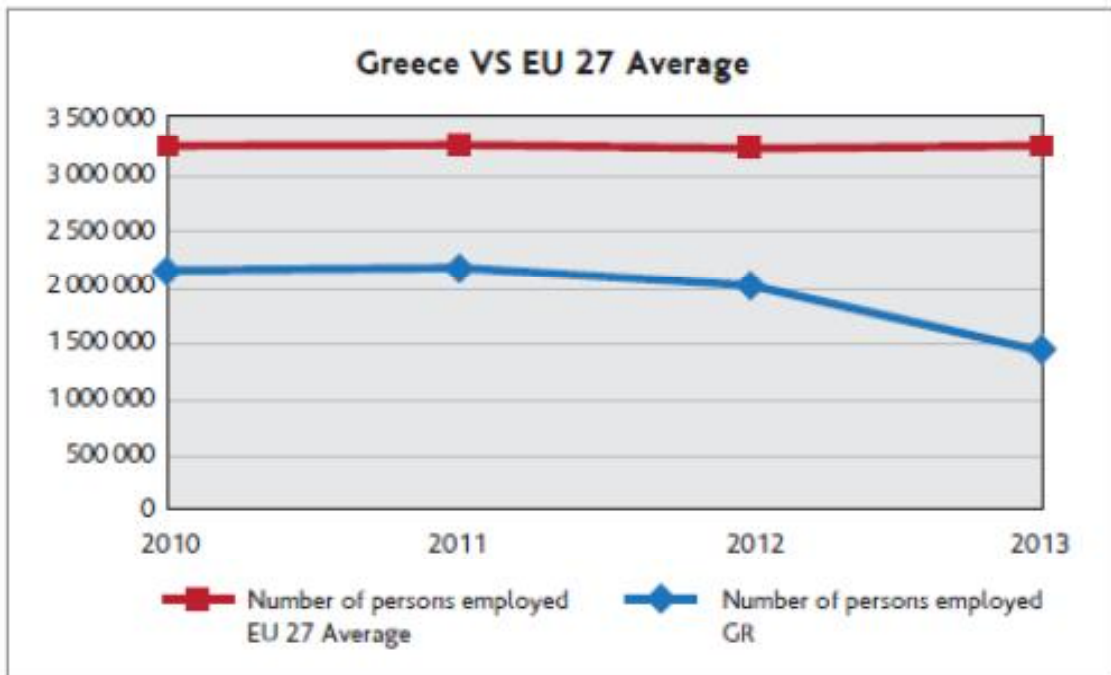
Πίνακας 3.4: Μέσος όρος της Ε.Ε. (27) και αντίστοιχα στοιχεία της Ελλάδας σχετικά με τις ΜμΕ, 2010-2013

Ελλάδα	2010/2011	2012	2013 <sup>12</sup>
Επιχειρήσεις	745 677	727 883	531 059
Ακαθ. Προστιθέμενη Αξία (mil€)	55 000	47 000	34 000
Αριθμός προσληφθέντων ατόμων	2 150 438	1 998 453	1 426 840
Μέσος όρος ΕΕ (27)	2010/2011	2012	2013
Επιχειρήσεις	770 973	753 920	763 486
Ακαθ. Προστιθέμενη Αξία (mil€)	126 186	125 755	127 036
Αριθμός προσληφθέντων ατόμων	3 239 916	3 215 360	3 225 641
Ελλάδα VS Μέσος όρος ΕΕ 27	2011	2012	2013
Επιχειρήσεις GR	745 677	727 883	531 059
Επιχειρήσεις Μέσος όρος ΕΕ 27	770 973	753 920	763 486
Ακαθ Προστιθέμενη Αξία (mil €) GR	55 000	47 000	34 000
Ακαθ Προστιθέμενη Αξία (mil €) Μέσος όρος ΕΕ 27	126 186	125 755	127 036
Αριθμός προσληφθέντων ατόμων GR	2 150 438	1 998 453	1 426 840
Αριθμός προσληφθέντων ατόμων Μέσος όρος ΕΕ 27	3 239 916	3 215 360	3 225 641

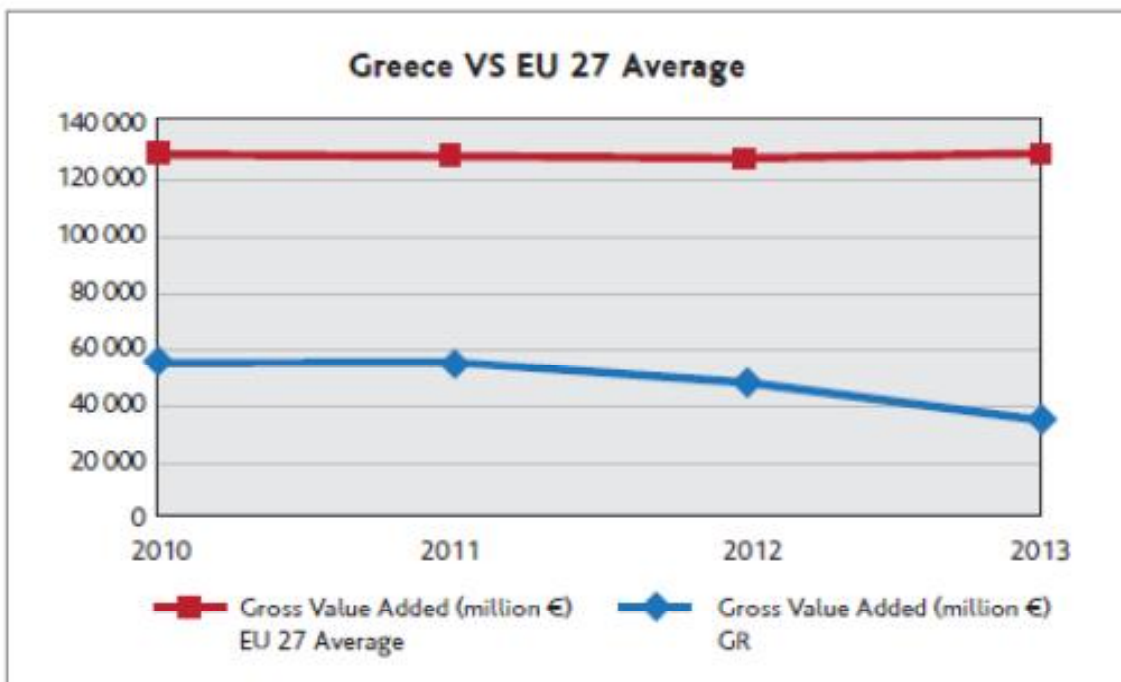
Διάγραμμα 3.17: Μέσος όρος της Ε.Ε. (27) και αντίστοιχα τα στοιχεία της Ελλάδας αναφορικά με τον αριθμό, τις θέσεις και την προστιθέμενη αξία των ΜμΕ κατά την περίοδο 2010-2013



Διάγραμμα 3.18



Διάγραμμα 3.19



(Γ.Σ.Ε.Β.Ε.Ε., κ.ά., 2014: 13-17)

Είναι σαφές ότι οι ελληνικές ΜμΕ έχουν πληγεί σοβαρά από την παρατεταμένη ύφεση, σε βαθμό δυσανάλογα μεγαλύτερο σε σχέση με τις μεγάλες επιχειρήσεις, καθώς τα τελευταία χρόνια καταγράφονται σταθερά αρνητικά ποσοστά μεγέθυνσης του ΑΕΠ σε τιμές του 2005.

Η παρατεταμένη ύφεση και η σταθερή αύξηση των ποσοστών ανεργίας είχαν πολύ αρνητικό σωρευτικό αντίκτυπο στις επιχειρήσεις, ιδιαίτερα τις μικρές και πολύ μικρές οι οποίες αποτελούν τη συντριπτική πλειονότητα των ελληνικών ΜμΕ. Όσον αφορά το συνολικό αριθμό, τη συμβολή στην απασχόληση και τη συνολική προστιθέμενη αξία, ο τομέας των ΜμΕ στην Ελλάδα εξαρτάται από τις πολύ μικρές επιχειρήσεις περισσότερο από ό,τι σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Η Ελλάδα ανήκει στην ομάδα των χωρών (μαζί με την Ισπανία, την Πορτογαλία και την Ιταλία) όπου οι ΜμΕ αντιστοιχούν σε υψηλότερο ποσοστό της συνολικής απασχόλησης σε σύγκριση με την υπόλοιπη Ευρώπη. Η απασχόληση αυτή συγκεντρώνεται κυρίως στις πολύ μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες παρέχουν περισσότερες από το ήμισυ του συνόλου των θέσεων εργασίας, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στο σύνολο της ΕΕ είναι περίπου 30%.

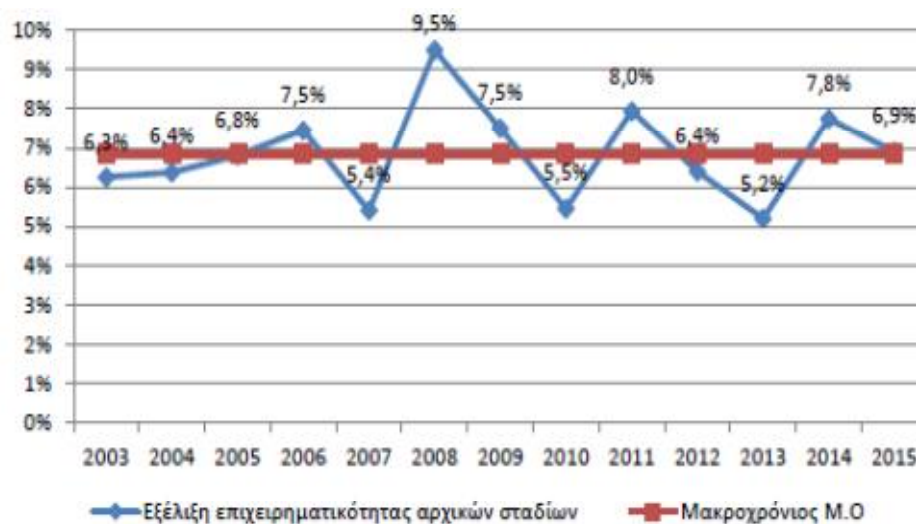
Όπως όλες οι εταιρείες, οι ΜμΕ βρίσκονται επίσης αντιμέτωπες με την κρίση και, σε ορισμένες περιπτώσεις, με το κλείσιμο χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων. Η ακραία απροθυμία των τραπεζών να δανειίζουν τις ελληνικές επιχειρήσεις εξαιτίας των αυστηρών χρηματοδοτικών περιορισμών λόγω της κρίσης του εθνικού χρέους, επιδεινώνει τον κύκλο της οικονομικής ύφεσης και πλήττει σοβαρά τις προσπάθειες των ελληνικών ΜμΕ να συνεχίσουν τη δραστηριότητά τους. Σχεδόν κανένας εξειδικευμένος μηχανισμός χρηματοδοτικής στήριξης για τις ΜμΕ δεν έχει μείνει ανεπηρέαστος από την τρέχουσα χρηματοπιστωτική κατάσταση και, κατά κανόνα, η πρόσβαση των ΜμΕ σε δάνεια, πιστώσεις και χρηματοδοτικές πηγές είναι περιορισμένη. (Γ.Σ.Ε.Β.Ε.Ε., κ.ά., 2014: 13-17)

### 3.7. Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΤΟ 2014-2015

Στην Ελλάδα το ποσοστό πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών που είναι σε αρχικά στάδια επιχειρηματικής ενεργοποίησης παρουσιάζει σημαντική διακύμανση (Διάγραμμα 3.20). Το 2014 το ποσοστό επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων αυξήθηκε σημαντικά από μόλις 5,2% το 2013 σε 7,8% το 2014, σε επίπεδα υψηλότερα δηλαδή από το μακροχρόνιο μέσο όρο του δείκτη (2003-2014). Ενδεικτικό της σημαντικής αύξησης του δείκτη το 2014 είναι ότι η Ελλάδα κατατάσσεται υψηλότερα από το

μέσο όρο των χωρών της Ομάδας Γ. Στον αντίποδα, τα πρώτα αποτελέσματα από την ανάλυση των στοιχείων για το 2015 καταγράφουν εκ νέου πτώση του δείκτη στο επίπεδο του 6,9%. Η διόρθωση όμως είναι ηπιότερη, καθώς ο δείκτης κυμαίνεται στα επίπεδα του μακροχρόνιου μέσου όρου -σε αντίθεση με προηγούμενα έτη στα οποία είχε αντίστοιχα σημειωθεί πτώση, ένδειξη πιθανής άμβλυνσης της αβεβαιότητας που έχει επιφέρει η οικονομική κρίση και περαιτέρω αποσταθεροποίησης της επιχειρηματικής δραστηριοποίησης αρχικών σταδίων στην Ελλάδα. (Ιωαννίδης, Σ., κ.ά., 2016: 12-13)

Διάγραμμα 3.20: εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως % του πληθυσμού, 2014



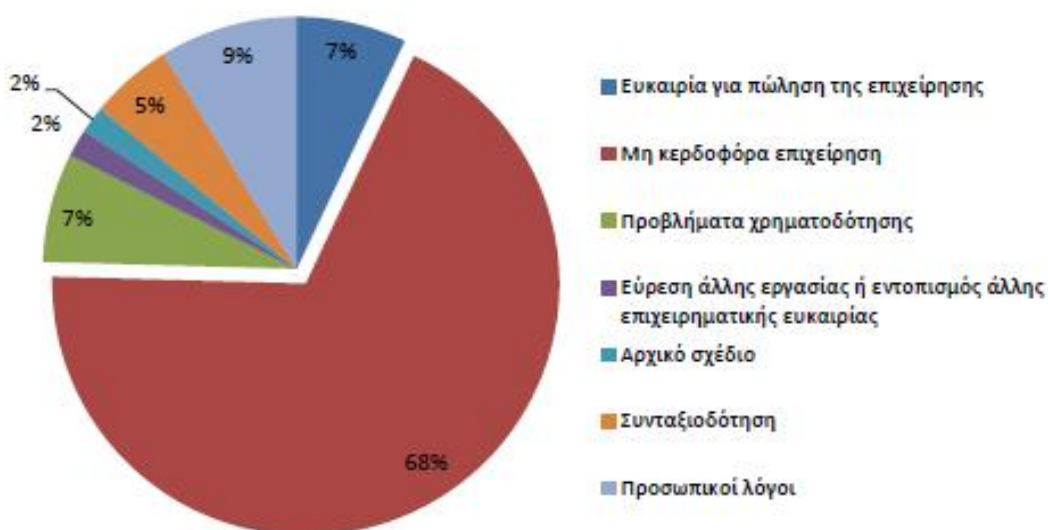
Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Συνολικά, η εξέλιξη του δείκτη τα τελευταία χρόνια φαίνεται να εμφανίζει διακυμάνσεις την περίοδο μετά την έναρξη της οικονομικής κρίσης σε σύγκριση με την περίοδο πριν τη κρίση. Όπως φαίνεται, οι Έλληνες αντέδρασαν στη κρίση κάνοντας αυτό που ξέρουν να κάνουν καλύτερα: ιδρύοντας μικρές επιχειρήσεις. Ωστόσο, στη φάση της κρίσης μεγάλο ποσοστό αυτών των επιχειρήσεων αποδεικνύονται θνησιγενείς, κάτι που ίσως εξηγεί τη μεγάλη διακύμανση του σχετικού ποσοστού. Επίσης, η συνεκτίμηση δύο ισχυρών αντικρουόμενων δυνάμεων που αναδύονται στην ελληνική επιχειρηματικότητα την περίοδο της κρίσης, του υψηλού φόβου επιχειρηματικής αποτυχίας από τη μία πλευρά και του εντοπισμού επιχειρηματικών ευκαιριών από την άλλη, πιθανότατα να εξηγούν τις έντονες διακυμάνσεις που παρουσιάζει ο δείκτης επιχειρηματικότητας αρχικών-σταδίων.



Ως βασικότερος παράγοντας διακοπής ή αναστολής λειτουργίας μιας επιχείρησης το 2014 είναι η έλλειψη κερδοφορίας με ποσοστό 68% ενώ από τις βασικότερες λοιπές αιτιάσεις είναι: προσωπικοί λόγοι (9%), προβλήματα χρηματοδότησης (7%) και ευκαιρία για πώληση (7%). Φαίνεται δηλαδή ότι οι οικονομικοί παράγοντες (έλλειψη κερδοφορίας των επιχειρήσεων, προβλήματα χρηματοδότησης), που σε μεγάλο βαθμό ερμηνεύονται και από τη δυσμενή οικονομική συγκυρία, ευθύνονται για τη διακοπή δραστηριότητας των επιχειρηματικών εγχειρημάτων. (Ιωαννίδης, Σ., κ.ά., 2016: 16)

Διάγραμμα 3.21: λόγοι διακοπής ή αναστολής λειτουργίας επιχείρησης (2014)



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM 2014

### 3.8. ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Η μεγαλύτερη χρηματοπιστωτική κρίση μετά την οικονομική κατάρρευση του 1929 επέφερε σημαντικές αλλαγές στην παγκόσμια οικονομική κοινότητα και είχε τέτοιο μέγεθος που οι συνολικές της επιπτώσεις παραμένουν ακόμη και δεν έχουν αξιολογηθεί συγκεντρωτικά, καθώς είναι ακόμα αβέβαιες. Εκτός από τα αρνητικά αποτελέσματα στο διεθνές χρηματοοικονομικό σύστημα, οι συνολικοί ρυθμοί οικονομικής ανάπτυξης σε όλο τον κόσμο, σημείωσαν σημαντική μείωση, γεγονός που είναι έκδηλο και στους κυριότερους χρηματιστηριακούς δείκτες. Συνοπτικά, και σύμφωνα με στατιστικά στοιχεία, οι κυριότερες επιπτώσεις της διεθνούς οικονομικής κρίσης είναι:

- Δραματική πτώση του διεθνούς εμπορίου αγαθών.
- Πτώση ΑΕΠ (Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν).
- Πτώση τιμών πρώτων υλών.
- Αρνητική εξέλιξη εμπορίου υπηρεσιών.
- Πτώση των διεθνών επενδύσεων.
- Μείωση ζήτησης, χρηματοδότησης, πιστώσεων για επενδύσεις και εμπόριο.
- Μείωση κατανάλωσης. (Ζαπουνίδης, Κ., 2011: 135-137)
- Αύξηση προστατευτισμού.
- Αρνητικό κλίμα σε ναυτιλία και τουρισμό.
- Χρόνιες ανισορροπίες στα ισοζύγια πληρωμών.
- Ανισορροπίες στην εξέλιξη των συναλλαγματικών ισοτιμιών.
- Επιδείνωση των προοπτικών ανάπτυξης των φτωχών χωρών.
- Πτώση εισροών συναλλάγματος από εξαγωγές και ξένες επενδύσεις.
- Τάσεις οικονομικού εθνικισμού μέσω κρατικών επενδύσεων.
- Επιθετικές υποτιμήσεις νομισμάτων και συναλλαγματικός προστατευτισμός.
- Εμπόδια στη διεθνή κίνηση συντελεστών παραγωγής.

Οι βασικότερες επιπτώσεις της τρέχουσας οικονομικής κρίσης στην ελληνική οικονομία μπορούν να συνοψισθούν ως εξής:

- Περιορισμός καταναλωτικής πίστης που οδηγεί σε μείωση της κατανάλωσης.
- Μείωση εξαγωγών.
- Αύξηση της ανεργίας. (Ζαπουνίδης, Κ., 2011: 135-137)



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup> - ΤΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΜΕΣΑ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

### 4.1. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΦΑΡΜΟΣΟΥΝ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Οι στρατηγικές κινήσεις που πρέπει να κάνουν οι επιχειρήσεις (Branstad, Jackson, Banerji, 2009: 56-8) προκειμένου να μπορέσουν να βγουν όσο το δυνατόν λιγότερο «χτυπημένες» από ένα περιβάλλον κρίσης είναι οι εξής:

#### **1. Να εστιάσουν στο μέλλον τους**

Με άλλα λόγια πρέπει να επικεντρωθούν στο χαρτοφυλάκιο των δραστηριοτήτων τους και συγκεκριμένα στις δραστηριότητες εκείνες που παρουσιάζουν κέρδη μακροπρόθεσμα. Για κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα οι επιχειρήσεις πρέπει να αναρωτηθούν αν είναι βασική για τη δημιουργία αξίας και αν οι μέτοχοι λαμβάνουν μεγαλύτερη απόδοση απ' ό,τι αν επένδυαν σε άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες τα κεφάλαιά τους. Σε αυτά τα ερωτήματα πρέπει να επικεντρωθεί η εταιρική στρατηγική της επιχείρησης. Εξίσου σημαντικό με το να εστιάσει μια επιχείρηση στις πιο αποδοτικές επιχειρηματικές δραστηριότητες είναι και να εστιάσει στους πολυτιμότερους πελάτες της. Αυτοί οι πελάτες θα ανταμείψουν την επιχείρηση

με πίστη και σεβασμό. Για τον λόγο αυτό μια επιχείρηση πρέπει να αναζητήσει πελάτες που αναγνωρίζουν το προϊόν ή την υπηρεσία της σαν αυτό που τους προσφέρει τη μεγαλύτερη υπεραξία σε σχέση με την επόμενη καλύτερη εναλλακτική λύση – ανεξάρτητα από την τιμή του προϊόντος/υπηρεσίας ή τα κέρδη της επιχείρησης. Έτσι, ποντάρει στα προϊόντα και τις υπηρεσίες που έχει αποκτήσει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Μια ισχυρή επιχείρηση πάντα θα βλέπει ευκαιρίες για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών της και για να κερδίσει μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς θα πρέπει να επικεντρωθεί στις βέλτιστες επιχειρηματικές πρακτικές, στα καλύτερα προϊόντα της και στους πολυτιμότερους πελάτες της.

#### **2. Να είναι σε ετοιμότητα για την αντιμετώπιση της «απειλής»**

Οι επιχειρήσεις πρέπει να μειώσουν το νεκρό σημείο ώστε να παραμείνουν κερδοφόρες ακόμη και υπό το χειρότερο σενάριο, καθώς και να προβούν σε μείωση της παραγωγικής ικανότητας, της πολυπλοκότητας και των πάγιων εξόδων.

**3. Να είναι σε θέση να προβλέψουν τη μελλοντική διάρθρωση της βιομηχανίας, να κατανοήσουν τις επιπτώσεις του κρατικού παρεμβατισμού και να δημιουργήσουν μια εικόνα του πώς θα αναδιαρθρωθούν.**

Η ύφεση είναι μια ευκαιρία για επαναπροσδιορισμό της ανταγωνιστικής τους θέσης. Τα ερωτήματα που απασχολούν σε αυτό το σημείο τις επιχειρήσεις είναι τα εξής: Πώς θα είναι η ζήτηση μετά την ανάκαμψη και πόσο γρήγορα θα αυξηθεί; Η ελαστικότητα της τιμής θα αυξηθεί, θα μειωθεί ή θα παραμείνει ίδια; Η εκάστοτε επιχείρηση είναι εντάσεως κεφαλαίου ή εντάσεως R&D; Οι υπόλοιπες επιχειρήσεις του κλάδου έχουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα; Πόσο ισχυρά είναι τα αποτελέσματα από τις οικονομίες κλίμακας και πόσο καθαρό όφελος μπορεί να δημιουργηθεί από τις επιχειρηματικές δραστηριότητες; (Erol, M., Arak, S., 2011: 37-38)

**4. Να επαναπροσδιορίσουν το σχέδιο δράσης τους**

Αν κάποια επιχείρηση οδηγηθεί στην συγχώνευση, πρέπει να αποφασίσει αν θα είναι ο αγοραστής ή ο πωλητής. Πρέπει επίσης να επιτρέψει τις αυξήσεις μετοχικού κεφαλαίου μέσω της έξυπνης τιμολόγησης και τέλος δεν πρέπει να θυσιάσει την E&A ή άλλες κεφαλαιουχικές δαπάνες αλλά να χρησιμοποιήσει αυτές τις επενδύσεις επιθετικά.

**5. Να αναλάβουν έξυπνα ρίσκα**

Οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι έτοιμες για την ανάκαμψη, να παρακολουθούν και να προετοιμαστούν για μια αναζωπύρωση των τιμών και ιδιαίτερα των τιμών των βασικών προϊόντων, καθώς και να προετοιμαστούν για αναδιάρθρωση του χρέους τους εάν υπερβούν τα πακέτα στήριξης.

## 4.2. ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ

Αναλύοντας το πρόβλημα της ρευστότητας σήμερα, είναι εύκολο να κατανοήσουμε ότι η χρηματοδότηση των επιχειρήσεων αποτελεί ζήτημα ζωτικής σημασίας, αφενός για τη συνέχιση της λειτουργίας άλλωστε να μην οδηγούνται στο κλείσιμο και αφετέρου για την προοπτική την ανάπτυξης των επιχειρήσεων.

Λαμβάνοντας λοιπόν υπόψη, πως οι «στρόφιγγες» των τραπεζών παραμένουν κλειστές η ενίσχυση των επιχειρήσεων μπορεί να επιτευχθεί με τους εξής δύο τρόπους:

- την αξιοποίηση ευρωπαϊκών μηχανισμών στήριξης.

- τη χρήση εγγυητικών επιστολών από τράπεζες προς τις επιχειρήσεις.

Στη χώρα μας, την πρωτοβουλία για την αξιοποίηση ευρωπαϊκών μηχανισμών στήριξης και την έκδοση εγγυητικών επιστολών, την έχει αναλάβει το ΕΤΕΑΝ.

#### **4.2.1. Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης**

Η ΕΤΕΑΝ ΑΕ αποτελεί συνδυαστικό κρίκο στον οικονομικό κύκλο της χρηματοδότησης μεταξύ της μικρομεσαίας επιχείρησης και της τράπεζας, αναλαμβάνοντας εκείνο το μέρος του επιχειρηματικού κινδύνου της μικρομεσαίας επιχείρησης που δεν αναλαμβάνει η τράπεζα. Ο συμπληρωματικός αυτός ρόλος την καθιερώνει ως θεσμό αναφοράς για την ανάπτυξη της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας. (<http://www.etean.gr/PublicPages/Identity.aspx>, 2014, ΕΤΕΑΝ)

Το Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας & Ανάπτυξης, ΕΤΕΑΝ ΑΕ, καθολικό διάδοχο σχήμα της ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ, συστάθηκε με τον Νόμο 3912/2011 (ΦΕΚ Α'17/17.2.2011), με αρχικό μετοχικό κεφάλαιο Ευρώ 1,7 δις (Ευρώ 1,5 δις ομόλογα του Ελληνικού Δημοσίου και περίπου Ευρώ 213 εκατ. σε μετρητά.)

Η ίδρυση της ΕΤΕΑΝ ΑΕ ανατρέχει στο 2003, όταν ιδρύθηκε το Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων, (ΤΕΜΠΜΕ Α.Ε.), μία ανώνυμη εταιρία του Ελληνικού Δημοσίου με σκοπό τη διευκόλυνση της πρόσβασης των ΜΜΕ στην χρηματοπιστωτική αγορά, και μετοχικό κεφάλαιο (€240.000.000) συγχρηματοδοτούμενο από την Ε.Ε./ΕΤΠΑ (67%) και το Ελληνικό Δημόσιο (33%).

Το ΤΕΜΠΜΕ επιτέλεσε ένα υψηλής προστιθέμενης αξίας διαμεσολαβητικό έργο, καθώς επέτρεψε την πρόσβαση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην τραπεζική χρηματοδότηση αναλαμβάνοντας μέρος του κινδύνου που δεν αναλάμβαναν οι τράπεζες.

Σήμερα η ΕΤΕΑΝ ΑΕ, έχει κατακτήσει ένα διευρυμένο μερίδιο στην διαμεσολάβηση χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις παρέχοντας πλέον, εκτός από την εγγύησή της, και άλλα σύγχρονα χρηματοοικονομικά προϊόντα, μέσω της δημιουργίας ταμείων ειδικού σκοπού από τα οποία εξασφαλίζονται χρηματοδοτήσεις χαμηλού κόστους. (<http://www.etean.gr/PublicPages/Identity.aspx>, 2014, ΕΤΕΑΝ)

Η ενεργή υποστήριξη της επιχειρηματικότητας των μικρομεσαίων οικονομικών μονάδων αποτελεί τον πυρήνα της εταιρικής αποστολής μας. Στο ΕΤΕΑΝ, με γνώμονα τις διεθνώς αποδεκτές αρχές εταιρικής διακυβέρνησης, την καλλιέργεια σταθερών αμοιβαίων σχέσεων συνεργασίας με το τραπεζικό σύστημα

και τους συνεπενδυτές μας, αξιοποιούμε την τεχνογνωσία μας και τις συνέργειες με τους κοινωνικούς μας εταίρους μέσα από μία ανθρωποκεντρική προσέγγιση για την δημιουργία προστιθέμενης αξίας στο χώρο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην ελληνική επικράτεια.

Το ΕΤΕΑΝ, παρακολουθώντας στενά τις εξελίξεις στην αγορά των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και προκειμένου να επιτελεί το θεσμικό του ρόλο, αναπροσαρμόζει την επιχειρησιακή του ατζέντα και προχωρά:

- στην αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών,
- στην ανακατανομή και μόχλευση των υπό διαχείριση κεφαλαίων και
- στον σχεδιασμό νέων ελκυστικών δράσεων και προϊόντων.

Συνεκτιμώντας την εκάστοτε πολιτική ενισχύσεων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η οποία αποτελεί σταθερό συγχρηματοδότη των δράσεων του, το ΕΤΕΑΝ αξιοποιεί κατά το δυνατόν επωφελέστερα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις τους διαθέσιμους πόρους και προωθεί νέες σύγχρονες μορφές ανακυκλούμενων χρηματοοικονομικών προϊόντων, έναντι άμεσου τύπου μορφών ενισχύσεων, με έμφαση στην διεύρυνση του πεδίου αποδεκτών ανεξαρτήτως κλάδου δραστηριότητας.

#### 4.3. ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΚΑΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, που αποτελούν στυλοβάτη της ελληνικής οικονομίας, πλήττονται όλο και περισσότερο από την τρέχουσα οικονομική και χρηματοπιστωτική κρίση, καθώς συρρικνώνεται η ζήτηση, περιορίζονται οι επενδύσεις και μειώνεται η ρευστότητα.

Το Υπουργείο Οικονομίας Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας με το Εθνικό Σχέδιο Στήριξης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Ε.Σ.Σ.ΜμΕ) 2010-2013 τοποθετεί τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος λήψης πολιτικών αποφάσεων, ενισχύοντας τη δυναμική τους ως προς τη δημιουργία θέσεων εργασίας, προωθώντας την ανταγωνιστικότητά τους τόσο στην Ε.Ε., όσο και στις παγκόσμιες αγορές, και βελτιώνοντας το ρυθμιστικό τους πλαίσιο. ([http://www.ggea.gr/ap/stirixi\\_me.htm](http://www.ggea.gr/ap/stirixi_me.htm), 2012, Εθνικό Σχέδιο Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Ε.Σ.Σ.ΜμΕ))

Το Εθνικό Σχέδιο Στήριξης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Ε.Σ.Σ.ΜμΕ) 2010-2013 αναδεικνύει την αλλαγή νοοτροπίας πάνω σε τρεις βασικούς άξονες δράσης:

την καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα, την εξωστρέφεια και τη στήριξη της ρευστότητας των ΜμΕ. Η επικαιροποίηση του Εθνικού Σχεδίου Στήριξης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Ε.Σ.Σ.ΜμΕ) 2010-2013 θα γίνεται ετησίως και με ορίζοντα τριετίας.

Ο προγραμματισμός του Υπουργείου Οικονομίας, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας περιλαμβάνει την υλοποίηση θεσμικών παρεμβάσεων, υποστηρικτικών προγραμμάτων και χρηματοδοτικών εργαλείων για τη στήριξη των ΜμΕ για το έτος 2010.

Η Γενική Γραμματεία Επενδύσεων και Ανάπτυξης, στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων της, υλοποιεί μέσω των υπηρεσιών της τα ακόλουθα προγράμματα και χρηματοδοτικά εργαλεία στήριξης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων:

#### ✚ 1Η ΔΡΑΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΜΙΚΡΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΥ ΜΙΚΡΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟΥΣ ΤΟΜΕΙΣ ΜΕΤΑΠΟΙΗΣΗΣ - ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ - ΕΜΠΟΡΙΟΥ - ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΩΝ Π.Ε.Π. ΤΟΥ ΕΣΠΑ 2007-2013

Ενισχύονται επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στους τομείς της Μεταποίησης, του Τουρισμού, του Εμπορίου και των Υπηρεσιών για την υλοποίηση επενδύσεων που αφορούν στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας. Οι παρεχόμενες ενισχύσεις αφορούν στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων που πρόκειται να επιτευχθεί με στοχευμένες δράσεις που συμβάλλουν στην ανάπτυξη της καινοτομίας, της περιβαλλοντικής προστασίας, της εξοικονόμησης ενέργειας και της εισαγωγής στις νέες τεχνολογίες. Οι παρεχόμενες ενισχύσεις δίνονται με την μορφή της άμεσης κεφαλαιακής ενίσχυσης. ([http://www.ggea.gr/ap/stirixi\\_me.htm](http://www.ggea.gr/ap/stirixi_me.htm), 2012, Εθνικό Σχέδιο Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Ε.Σ.Σ.ΜμΕ))

#### ✚ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΩΝ - ΕΛΕΥΘΕΡΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ ΣΤΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΤΟΥ ΕΣΠΑ 2007-2013

Το πρόγραμμα ενισχύει τους ελεύθερους επαγγελματίες (σε συγκεκριμένους Κωδικούς Αριθμούς Δραστηριότητας και συγκεκριμένα: Ιατροί - Οδοντίατροι, Αρχιτέκτονες, Μηχανικοί, Γεωλόγοι, Δασολόγοι, Ιχθυολόγοι, Δικηγόροι, Συμβολαιογράφοι) με στόχο την ποιοτική αναβάθμιση των παρεχομένων υπηρεσιών

τους με πρόγραμμα λειτουργεί συμπληρωματικά και παράλληλα με την προκήρυξη του Υπουργείου Οικονομίας, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας για την ενίσχυση Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων στους τομείς Μεταποίησης - Τουρισμού - Εμπορίου - Υπηρεσιών με σκοπό την συντονισμένη και ουσιαστική ενίσχυση των Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων και των ελευθέρων επαγγελματιών. Λειτουργεί επίσης συμπληρωματικά με τις δράσεις του ΟΑΕΔ για άνεργους νέους ελεύθερους επιτηδευματίες.

#### ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ JEREMIE

Βασικός στόχος της πρωτοβουλίας Jeremie είναι η ενίσχυση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων μέσω των Διαρθρωτικών Ταμείων, με τη χρήση επιστρεπτέων ενισχύσεων (δάνεια, εγγυήσεις, συμμετοχές σε επιχειρηματικά κεφάλαια κ.λπ.-αλλά όχι επιχορηγήσεις). Αυτό δύναται να έχει πολλαπλασιαστικά οφέλη για την οικονομία γιατί στα κονδύλια που δεσμεύονται για την εν λόγω πρωτοβουλία από τα Διαρθρωτικά Ταμεία προστίθενται και ιδιωτικά - τραπεζικά κεφάλαια. Η υλοποίηση της πρωτοβουλίας στη χώρα επιλέχθηκε να γίνει μέσω σύστασης Ταμείου Χαρτοφυλακίου (Jeremie Holding Fund) με διαχειριστή αυτού το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων (ΕΤαΕ). Με βάση τη Σύμβαση Χρηματοδότησης που υπογράφηκε μεταξύ του Ελληνικού Δημοσίου και του ΕΤαΕ, η Ελληνική Δημοκρατία κατέβαλε στο Ταμείο Χαρτοφυλακίου Jeremie το ποσό των 100 εκατ. € Το ποσό αυτό διατέθηκε από το ΕΠ «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» και από τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα και θα ενισχυθεί με 150 εκατ. € από το ΕΠ Ψηφιακή Σύγκλιση. ([http://www.ggea.gr/ap/stirixi\\_me.htm](http://www.ggea.gr/ap/stirixi_me.htm), 2012, Εθνικό Σχέδιο Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Ε.Σ.Σ.ΜμΕ))

#### **Μορφή Στήριξης:**

Το πρώτο υποπροϊόν θα ονομάζεται Εργαλείο Επιμερισμού Κινδύνων (Funded Risk Sharing Product) συνολικού ύψους 60 εκατ. € και αφορά σε χορήγηση δανείων (έως 100.000 €) σε Πολύ Μικρές και Μικρές Επιχειρήσεις, σύμφωνα με την έννοια των κοινοτικών κανονισμών. Τα δάνεια θα χρηματοδοτούνται κατά 50% από κεφάλαια του Jeremie και κατά 50% από τραπεζικά κεφάλαια. Σχετική πρόσκληση προς τα πιστωτικά ιδρύματα προκειμένου να αναλάβουν το ρόλο των ενδιάμεσων χρηματοπιστωτικών οργανισμών έχει ήδη εκδοθεί.

Το δεύτερο υποπροϊόν "Microcredit", προϋπολογισμού 30 εκατ. € αφορά σε μικροδάνεια (έως 25.000 €) σε στοχευμένες ομάδες πληθυσμού (π.χ. μακροχρόνια

άνεργους, ώριμους ηλικιακά επιχειρηματίες, γυναίκες κ.λ.π.). Παράλληλα, στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας εξετάζεται η δυνατότητα να δεσμευθούν επιπλέον πόροι σχετικά άμεσα σε παρόμοια εργαλεία τα οποία θα υλοποιηθούν σε συνεργασία με το ΕΤαΕ (π.χ venture capital).

Το τρίτο υποπροϊόν «Ενισχύσεις για Στήριξη Κοινωνικής Οικονομίας» (50εκατ. €), αφορά σε δράσεις στο πλαίσιο ενίσχυσης και υποστήριξης της βιώσιμης ανάπτυξης και αύξησης της αποδοτικότητας των επιχειρήσεων κοινωνικής οικονομίας, όπως:

- § Ενίσχυση δημιουργίας/start ups επιχειρήσεων κοινωνικής οικονομίας
- § Ενθάρρυνση και διευκόλυνση πρόσβασης στον τραπεζικό δανεισμό μέσω πρότυπου δανειακού προϊόντος στο πλαίσιο των μικροπιστώσεων
- § Οργάνωση και λειτουργία δομών συμβουλευτικής και επιχειρηματικής υποστήριξης επιχειρήσεων κοινωνικής οικονομίας
- § Σύνδεση χρηματοδοτικών εργαλείων με πρωτοβουλίες Jeremie και Jasmine

Το τέταρτο υποπροϊόν «Ευνοϊκά προϊόντα για ψηφιακή σύγκλιση» θα αφορά σε δράσεις δανειοδότησης, δημιουργίας seed capital, startup capital, venture capital κ.λπ., για επιχειρήσεις τεχνολογίας και δράσεις Τεχνολογίας, Πληροφορικής και Επικοινωνίας (ΤΠΕ) με υψηλή προστιθέμενη αξία, και σε ομάδες στόχους (π.χ. νέοι επιχειρηματίες) με μειωμένες εξασφαλίσεις. Ο προϋπολογισμός που θα προέλθει από το ΕΠ Ψηφιακή Σύγκλιση και τις 5 Περιφέρειες μεταβατικής στήριξης αναμένεται να ανέλθει σε 150 εκατ. €

Η επιλογή της στήριξης και ανάπτυξης των Πολύ Μικρών και Μικρών Επιχειρήσεων μέσω ανακυκλούμενων εργαλείων πιστώσεων αποβλέπει πρωτίστως στη βελτίωση της πιστοληπτικής ικανότητας, στη διατήρηση θέσεων εργασίας και στη δημιουργία νέων, με απώτερο σκοπό την τόνωση της επιχειρηματικότητας. ([http://www.ggea.gr/ap/stirixi\\_me.htm](http://www.ggea.gr/ap/stirixi_me.htm), 2012, Εθνικό Σχέδιο Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Ε.Σ.Σ.ΜμΕ))

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο - ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

### 5.1. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Βασικός σκοπός μέσα από τη μελέτη που θα ακολουθήσει είναι η διερεύνηση των απόψεων από ορισμένες μικρομεσαίες επιχειρήσεις σχετικά με το κατά πόσο η οικονομική κρίση επηρέασε την πορεία τους τα τελευταία οκτώ χρόνια, αλλά και ποιες μεθόδους χρησιμοποιούν ώστε να αντιμετωπίσουν τη σημερινή κατάσταση. Η συλλογή των απόψεων και των στοιχείων θα μπορούσαν να αντιπροσωπεύουν κατά ένα μεγάλο βαθμό τη σημερινή εικόνα των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων και τις προσπάθειες αυτών για βελτίωση και ανάπτυξη των εσόδων τους.

Οι επιμέρους στόχοι της έρευνας είναι:

1. Η καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης στον κλάδο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.
2. Η καταγραφή της άποψης σχετικά με τις επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης.
3. Η καταγραφή της πορείας των επιχειρήσεων πριν την κρίση.
4. Η παρουσίαση της πορείας των επιχειρήσεων μετά την κρίση.
5. Η αναφορά στις τακτικές που ακολουθούν για να αντιμετωπίσουν τη δύσκολη οικονομική κατάσταση και να ενισχύσουν την επιχειρηματικότητα.

Η μεθοδολογία που χρησιμοποιείται στην ερευνητική διαδικασία, κατέχει σημαντικό ρόλο στο αποτέλεσμα της εκάστοτε έρευνας. Μέσω των μεθόδων που θα ακολουθηθούν θα παρουσιαστούν τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα πάνω στο θέμα που μας απασχόλησε.

### 5.2. Η ΠΡΩΤΟΓΕΝΗΣ ΚΑΙ ΔΕΥΤΕΡΟΓΕΝΗΣ ΕΡΕΥΝΑ

Πρωτογενείς πηγές πληροφόρησης θεωρούνται όσες περιγράφουν ένα γεγονός ή είναι τα αποτελέσματα μιας έρευνας χωρίς όμως να αποτελέσουν αντικείμενο επεξεργασίας ή αξιολόγησης. Πρόκειται δηλαδή για πρωτότυπο υλικό που δεν έχει υποστεί ερμηνεία, σύνοψη ή αξιολόγηση από έτερο άτομο/ομάδα.

Οι τρόποι διεξαγωγής της συγκεκριμένης έρευνας είναι οι ακόλουθοι:

1. Χρήση ερωτηματολογίου
2. Συνεντεύξεις σε βάθος
3. Με τη μέθοδο της παρατήρησης
4. Με πειραματισμό



Οι δευτερογενείς πηγές πληροφόρησης προκύπτουν ως το αποτέλεσμα της επεξεργασίας των πρωτογενών πηγών πληροφόρησης. Οι δευτερογενείς πηγές ουσιαστικά παρέχουν πληροφορίες για πρωτογενείς πηγές ή για πρωτότυπες πληροφορίες που έχουν τροποποιηθεί, επιλεγεί ή έχουν αποκτήσει νέα διάταξη, με στόχο να εξυπηρετήσουν νέο κοινό ή διαφορετικό σκοπό.

Παραδείγματα πηγών που μπορεί να είναι χρήσιμα στα πλαίσια δευτερογενούς έρευνας αποτελούν, τα στατιστικά στοιχεία που συλλέγονται από τις κρατικές υπηρεσίες, προηγούμενες, πρόσφατες έρευνες που έχουν διεξαχθεί για το ίδιο θέμα, στοιχεία που συλλέγονται από τα διάφορα τμήματα ενός οργανισμού π.χ. τμήμα πωλήσεων, λογιστήριο κ.λπ. (Μεθοδολογικές Έρευνες, 2007, <http://www.slideshare.net/dourvas/project-10107509>).

### 5.3. ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Η διαδικασία διεξαγωγής μιας ποσοτικής κοινωνικής έρευνας ακολουθεί δύο διακριτά στάδια. Κατά το πρώτο, το στάδιο σχεδιασμού, διατυπώνονται οι σκοποί της έρευνας και προσδιορίζονται τα ζητούμενα βάσει υποθέσεων εργασίας, ακολούθως δε επιλέγεται η μέθοδος πραγματοποίησής της και σχεδιάζεται η βήμα προς βήμα υλοποίησή της. Κατά το δεύτερο, το στάδιο υλοποίησης, συλλέγονται τα απαραίτητα στοιχεία, ακολουθεί η επεξεργασία και ανάλυση των δεδομένων που προκύπτουν και γίνεται η σύνθεσή τους και διατύπωση των σχετικών συμπερασμάτων.

#### 5.3.1. Κατάρτιση Ερωτηματολογίων

Στις ποσοτικές έρευνες χρησιμοποιείται ευρύτατα η συμπλήρωση ερωτηματολογίων, στα οποία αποτυπώνεται το περιεχόμενο των προσωπικών συνεντεύξεων που λαμβάνονται επί τούτου.

Η συνέντευξη είναι η τεχνική που έχει σκοπό να οργανώσει μία σχέση προφορικής επικοινωνίας ανάμεσα σε δύο πρόσωπα, το συνεντευκτή και τον ερωτώμενο, έτσι ώστε να επιτρέψει στον πρώτο τη συλλογή ορισμένων πληροφοριών απ' τον δεύτερο πάνω σ' ένα συγκεκριμένο αντικείμενο.

Η έρευνα που γίνεται με τη μέθοδο αυτή πρέπει να έχει προετοιμαστεί με κάθε λεπτομέρεια, μια και ο συνεντευκτή οφείλει στο ελάχιστο χρονικό διάστημα, να αποκτήσει πολυάριθμες και τις πιο σημαντικές πληροφορίες.

Αυτή η προετοιμασία οδηγεί στην κατάστρωση ερωτηματολογίου από τον ερευνητή, ο οποίος αναλαμβάνει:

- α) Να μετατρέψει τους σκοπούς που επιδιώκει η έρευνα σε επί μέρους ερωτήσεις.
- β) Να προσαρμόσει το ερωτηματολόγιο στα πρόσωπα με τα οποία θα γίνει η συνέντευξη.
- γ) Να ενημερώσει τους συνεντευκτές γι' αυτά έτσι ώστε να μπορέσουν να εκθέσουν με σαφήνεια τις ερωτήσεις στα πρόσωπα που θα υποβληθούν στη συνέντευξη και να προδιαθέσει το ερωτώμενο πρόσωπο να μεταδώσει αυθόρμητα τις πληροφορίες που περιμένουν από αυτό (Ποσοτικές έρευνες, (n.d.), <http://www.ekke.gr/estia/Grenved/seminar3.htm>).

### **5.3.2. Δειγματοληψία και απογραφή**

Ο βασικότερος παράγοντας που μας κάνει να επιλέγουμε την δειγματοληψία αντί της απογραφής, είναι οπωσδήποτε η αδυναμία να πραγματοποιηθεί απογραφή είτε για λόγους αντικειμενικούς είτε για λόγους οικονομίας, μια και το κόστος μιας έρευνας είναι συνήθως ανάλογο του αριθμού των στοιχείων που εξετάζονται.

Τα κύρια πλεονεκτήματα της δειγματοληψίας έναντι της απογραφής είναι:

- α) Ταχύτητα: Η απογραφή ενός πολύ μεγάλου πληθυσμού απαιτεί πολύ χρόνο. Αν κάποια στοιχεία επείγει να γίνουν γνωστά, η δειγματοληπτική μέθοδος αποτελεί την μόνη λύση.
- β) Ευρύτερο πεδίο έρευνας: Ακριβώς επειδή απευθύνεται σε λιγότερα άτομα, υπάρχει η δυνατότητα να συγκεντρωθούν πληροφορίες για πολύ περισσότερα χαρακτηριστικά του ερωτώμενου πληθυσμού.
- γ) Ακρίβεια: Όσο κι' αν φαίνεται περίεργο είναι δυνατό με μια δειγματοληπτική έρευνα να έχουμε πιο ακριβή αποτελέσματα. Πράγματι η περιορισμένη έκταση της επιτρέπει να χρησιμοποιηθεί ειδικευμένο προσωπικό, γεγονός που θα μειώσει τα σφάλματα παρατήρησης.

Για να πετύχει μια δειγματοληπτική έρευνα πρέπει ο πληθυσμός όχι μόνο να είναι σαφώς ορισμένος αλλά και αρκετά ομοιογενής. Αν η τιμή του χαρακτηριστικού που μετράμε παίρνει πολύ μικρές και πολύ μεγάλες τιμές, θα πρέπει οι ακραίες περιπτώσεις ν' απομονωθούν και να μελετηθούν χωριστά γιατί αλλιώς τα συμπεράσματα μας θα είναι εντελώς λανθασμένα.

Τέλος, αν δε δοθεί προσοχή στα σφάλματα παρατήρησης, όσο σωστά κι' αν έχει επιλεγεί το δείγμα, η προσπάθεια θα πάει χαμένη. Αποδεικνύεται πως τα λάθη παρατήρησης επηρεάζουν πολύ περισσότερο μια δειγματοληψία παρά μια απογραφή και μάλιστα τόσο περισσότερο όσο μικρότερο είναι το δείγμα.

#### 5.4. ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

Μέσω της ποιοτικής έρευνας συλλέγονται δεδομένα τα οποία περιγράφουν προβλήματα κι έννοιες από τη ζωή των ατόμων. Τα δεδομένα μπορούν να προέλθουν από συνεντεύξεις, παρατηρήσεις, συμμετοχικές παρατηρήσεις, ιστορίες, αλληλεπιδράσεις, περιπτωσιολογικές μελέτες, προσωπικές εμπειρίες, ιστορίες ζωής, αναλύσεις αρχείων, οπτικό υλικό κι ενδοσκοπήσεις.

Η ποιοτική έρευνα έχει δύο βασικά μοναδικά χαρακτηριστικά. Το πρώτο είναι ότι ο ερευνητής αποτελεί το μέσο με το οποίο διεξάγεται η έρευνα, και το δεύτερο είναι ότι ο κύριος σκοπός της είναι να διερευνήσει κάποιες πλευρές του κοινωνικού συστήματος που μελετά. Και τα δύο αυτά χαρακτηριστικά είναι αναπόσπαστα μέρη της διαδικασίας και θεωρούν τον ερευνητή ως αυτόν που δομεί τη γνώση και όχι ως απλό δέκτη αυτής. Ο ερευνητής συλλέγει τα δεδομένα, τα οποία μετατρέπει και ερμηνεύει, μέσω της ανάλυσης, σε πληροφορίες. Οι πληροφορίες αυτές, όταν εφαρμόζονται και χρησιμοποιούνται επαναλαμβανόμενα στην πράξη σε διάφορες κοινωνικές καταστάσεις, γίνονται γνώση. (Ποιοτική έρευνα, 2012. Πανεπιστήμιο, [http://lab.pe.uth.gr/psych/index.php?option=com\\_content&view=article&id=87&Itemid=245&lang=el](http://lab.pe.uth.gr/psych/index.php?option=com_content&view=article&id=87&Itemid=245&lang=el))

Η συλλογή δεδομένων χρησιμοποιώντας ποιοτικές μεθόδους είναι μια πολύπλευρη διαδικασία με τέσσερα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά: (α) ο σκοπός είναι μια όσο το δυνατόν πλουσιότερη περιγραφή του πραγματικού πλαισίου της έρευνας, (β) δεν είναι εκ των προτέρων καθορισμένο επακριβώς το τι δεδομένα θα συλλεχθούν, (γ) χρησιμοποιούνται πολλαπλές μέθοδοι συλλογής δεδομένων, (δ) τα δεδομένα δεν είναι αντικειμενικά.

Είναι φανερό η διαφορά με τις ποσοτικές μεθόδους έρευνας όπου θεωρητικά αν διαφορετικοί ερευνητές μελετήσουν το ίδιο φαινόμενο χρησιμοποιώντας την ίδια μέθοδο και διαδικασία θα πρέπει να καταλήξουν στα ίδια συμπεράσματα.

## 5.5. ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ

Ο στόχος της παρούσας έρευνας είναι να καταγραφεί και να αναλυθεί η πορεία των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων πριν και μετά την οικονομική κρίση, αλλά και οι τρόποι ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας σήμερα. Η ερευνητική μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε ήταν η μέθοδος της δειγματοληψίας μέσω ερωτηματολογίων με ερωτήσεις κλειστού τύπου.

Η έρευνά μας αποτελείται από ένα ερωτηματολόγιο των εικοσιπέντε (25) ερωτήσεων και απευθύνεται σε ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, και πιο συγκεκριμένα στο τομέα της ένδυσης, της εστίασης, του τουρισμού, του εμπορίου και των υπηρεσιών. Απαντήθηκαν από πενήντα (50) εμπορικές επιχειρήσεις, και πιο συγκεκριμένα από άτομα που κατέχουν κύριες θέσεις σε αυτούς.

Το ερωτηματολόγιο δομήθηκε με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε οι πληροφορίες που θα συλλεγούν μέσω αυτού να είναι στατιστικά και ηλεκτρονικά επεξεργάσιμες και να οδηγούν σε ουσιαστικά αποτελέσματα. Το ερωτηματολόγιο θα πρέπει να είναι σύντομο καθώς μεγάλα ερωτηματολόγια αποθαρρύνουν τόσο τους ερευνητές όσο και τους ερωτώμενους. Τα μεγάλα μεγέθους ερωτηματολόγια αυξάνουν το κόστος της έρευνας ενώ λόγω των αρνήσεων συμπλήρωσης τους, μειώνουν και την ποιότητά της. Παράλληλα, το ερωτηματολόγιο πρέπει να είναι εύκολο στην απάντηση και τα διάφορα ερωτήματα να έχουν μια λογική ακολουθία έτσι ώστε η συμπλήρωσή του να εξελίσσεται ομαλά.

Βέβαια η μέθοδος αυτή έχει και αρκετά μειονεκτήματα που οφείλονται τόσο στη φύση όσο και στην εφαρμογή της. Συγκεκριμένα, τα υποκείμενα λόγω του περιορισμού που δέχονται από τη πλευρά του ερευνητή, δε δίνουν πάντα ακριβείς απαντήσεις και δεν απαντούν αυθόρμητα. Επίσης στο χρονικό διάστημα που μεσολαβεί από τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου από τα υποκείμενα, μέχρι την επιστροφή τους υπάρχει κίνδυνος να σημειωθεί μεγάλη απώλεια ερωτηματολογίων.

Όμως, παρόλα τα μειονεκτήματα που έχει η μέθοδος αυτή, αποφασίστηκε να χρησιμοποιηθεί στην παρούσα έρευνα, γιατί τη θεωρήσαμε για το θέμα μας ως την πιο ενδεικνυόμενη και την πιο αποτελεσματική, δεδομένου ότι επιδιώκαμε να συλλέξουμε πληροφορίες καθώς και ότι το γραπτό ερωτηματολόγιο απαντιέται εύκολα-δεδομένου ότι το δείγμα αποτελείτο από εργαζόμενα στελέχη μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Στην πλειονότητά τους οι ερωτήσεις ήταν κλειστές. Οι ερωτηθέντες έπρεπε να επιλέξουν μία ή και περισσότερες από τις απαντήσεις που τους δίνονταν στην εκάστοτε ερώτηση.

Οι κλειστές ερωτήσεις προτιμήθηκαν κατά τη σύνταξη του τελικού ερωτηματολογίου, επειδή είναι πιο εύκολο να απαντηθούν από άποψη ταχύτητας, γεγονός που εξασφαλίζει περισσότερες απαντήσεις σε δεδομένο χρόνο. Παράλληλα γίνεται πιο εύκολα η στατιστική επεξεργασία. Επίσης ο ερευνητής εστιάζει την προσοχή του σε αυτό που θέλει να μάθει.

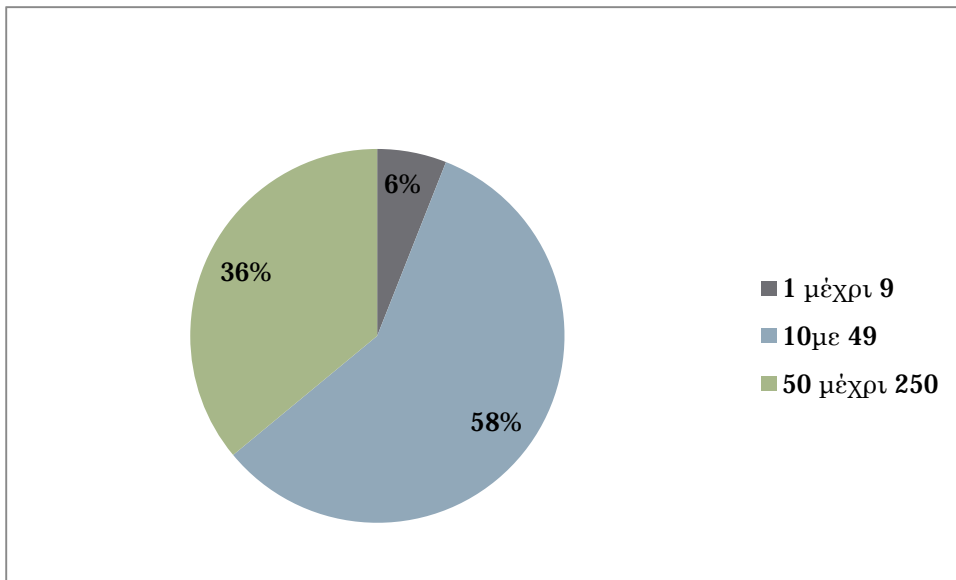
Για την επεξεργασία των δεδομένων χρησιμοποιήσαμε το πρόγραμμα Excel. Η επεξεργασία διήρκεσε δύο περίπου μήνες με την παρακάτω διαδικασία. Αρχικά τα ερωτηματολόγια ελέγχθηκαν και αριθμήθηκαν. Συνολικά τα ερωτηματολόγια που επεστράφησαν συμπληρωμένα ήταν εικοσιπέντε (25).

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

1. Πόσα άτομα εργάζονται στην εταιρεία σας με πλήρη ή μερική απασχόληση;

---

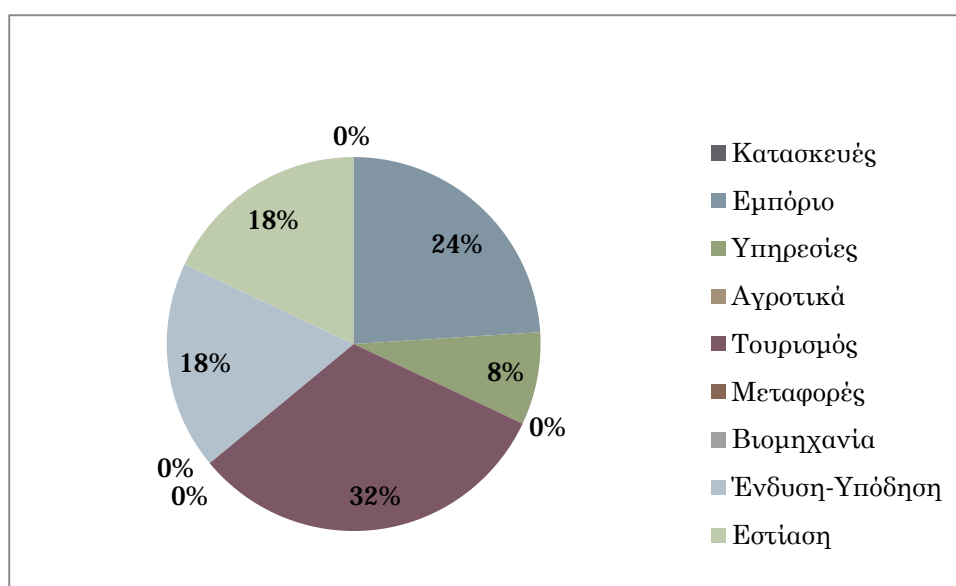
<b>1 μέχρι 9</b>	3	6%
<b>10με 49</b>	29	58%
<b>50 μέχρι 250</b>	18	36%



Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που απάντησε στο ερωτηματολόγιο απασχολεί από 10 μέχρι 49 υπαλλήλους με πλήρη ή μερική απασχόληση (58%). Το 36% από 50 μέχρι 250 υπαλλήλους, ενώ το 6% μέχρι 9 υπαλλήλους.

2. Σε ποιον τομέα παραγωγής εντάσσεται η επιχείρησή σας;

<b>Κατασκευές</b>	0	0%
<b>Εμπόριο</b>	12	24%
<b>Υπηρεσίες</b>	4	8%
<b>Αγροτικά</b>	0	0%
<b>Τουρισμός</b>	16	32%
<b>Μεταφορές</b>	0	0%
<b>Βιομηχανία</b>	0	0%
<b>Ένδυση-Υπόδηση</b>	9	18%
<b>Εστίαση</b>	9	18%



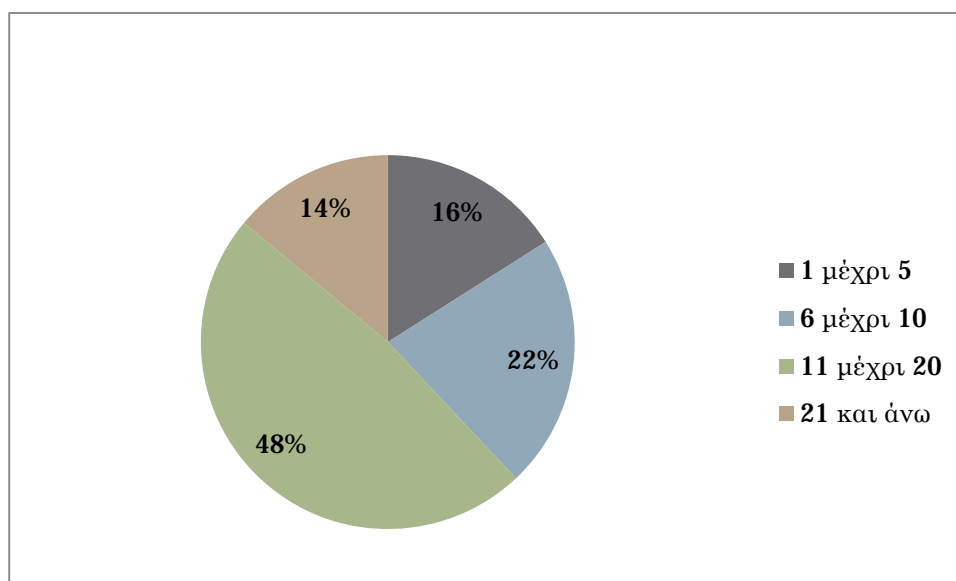
Η πλειοψηφία του δείγματος ανήκει στον τομέα του τουρισμού (32%) και του εμπορίου (24%). Έπεται ο τομέας της εστίασης (18%), της ένδυσης και υπόδησης (18%) και των υπηρεσιών (8%).

### 3. Πόσα χρόνια λειτουργεί η επιχείρησή σας;

---

<b>1 μέχρι 5</b>	8	16%
<b>6 μέχρι 10</b>	11	22%
<b>11 μέχρι 20</b>	24	48%
<b>21 και άνω</b>	7	14%

---



Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων λειτουργεί 11 με 20 χρόνια (48%). Το 22% λειτουργεί από 6 μέχρι 10 χρόνια, το 16% από 1 μέχρι 5 έτη και το 14% από 21 χρόνια και πάνω

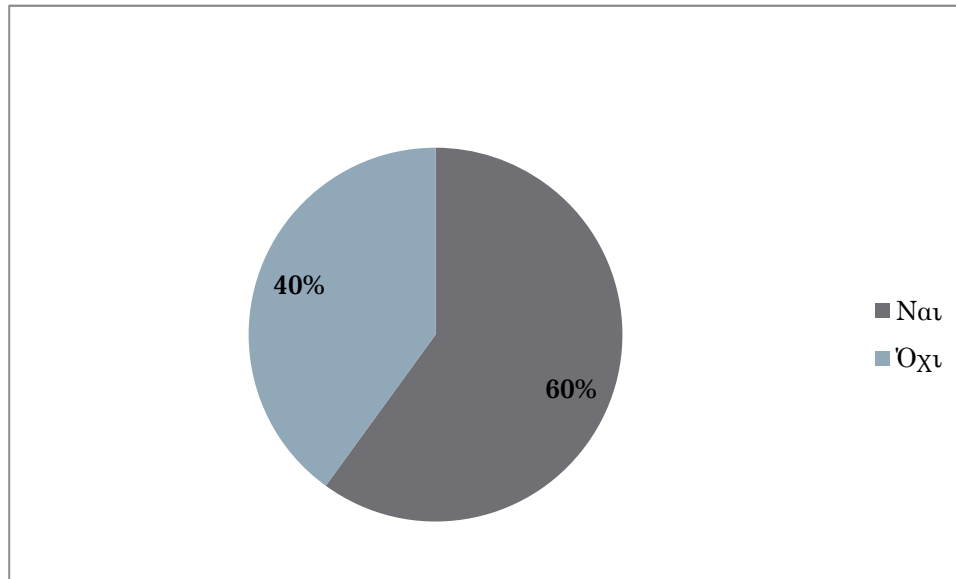


4. Ο διευθυντής της επιχείρησης είναι και ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης;

---

<b>Ναι</b>	30	60%
<b>Όχι</b>	20	40%

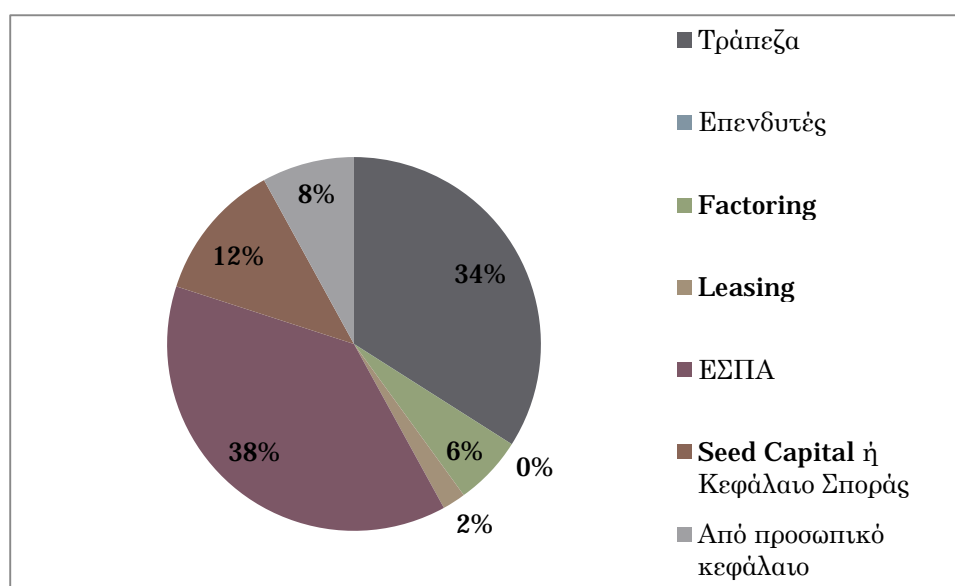
---



Το 60% των επιχειρήσεων έχει ως διευθυντή τον ιδιοκτήτη της επιχείρησης.  
Το 40% απάντησε αρνητικά.

5. Με ποιο τρόπο χρηματοδοτήθηκε αρχικά η επιχείρησή σας;

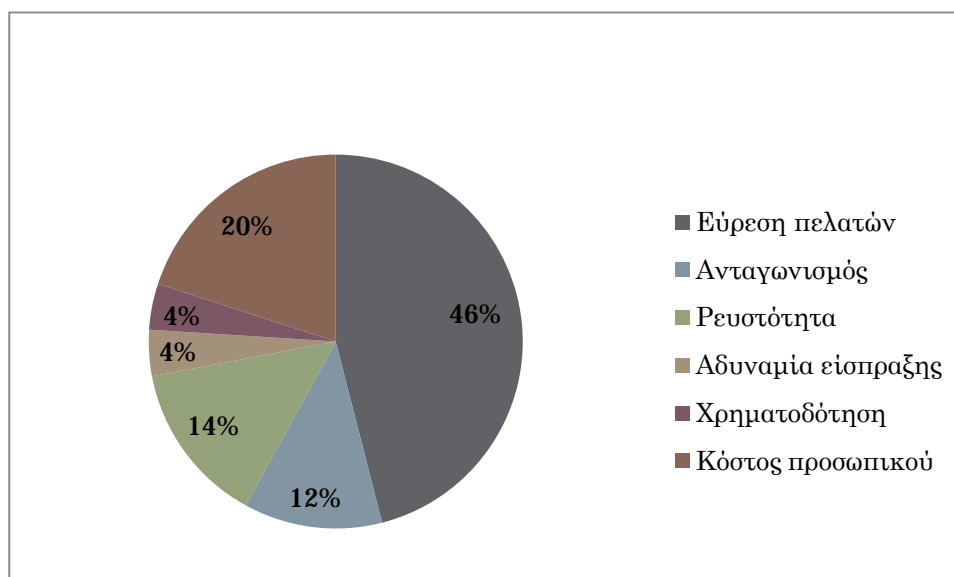
<b>Τράπεζα</b>	17	34%
<b>Επενδυτές</b>	0	0%
<b>Factoring</b>	3	6%
<b>Leasing</b>	1	2%
<b>ΕΣΠΑ</b>	19	38%
<b>Seed Capital ή Κεφάλαιο Σποράς</b>	6	12%
<b>Από προσωπικό κεφάλαιο</b>	4	8%



Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων χρηματοδοτήθηκε από τα προγράμματα του ΕΣΠΑ (38%) και από τράπεζες (34%). Ακολουθούν οι επιχειρήσεις που χρηματοδοτήθηκαν από seed capital (κεφάλαιο σποράς) (12%), από προσωπικό κεφάλαιο (8%), από σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring) (6%) και τέλος από leasing (2%).

6. Ποιο είναι το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζετε αυτή τη στιγμή;

<b>Εύρεση πελατών</b>	23	46%
<b>Ανταγωνισμός</b>	6	12%
<b>Ρευστότητα</b>	7	14%
<b>Αδυναμία είσπραξης</b>	2	4%
<b>Χρηματοδότηση</b>	2	4%
<b>Κόστος προσωπικού</b>	10	20%



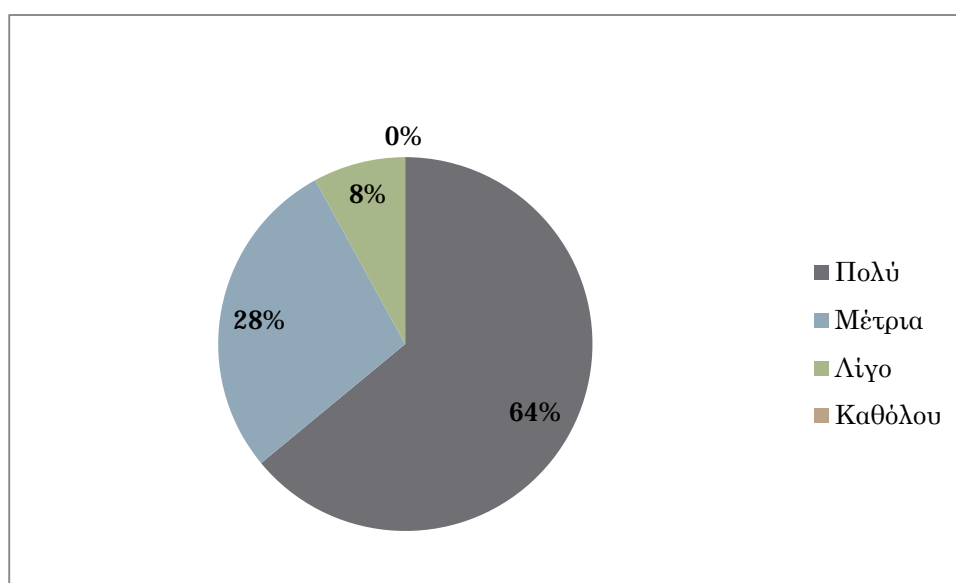
Το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζει αυτό τον καιρό η πλειοψηφία των επιχειρήσεων είναι η εύρεση νέων πελατών (46%) και το κόστος προσωπικού (20%). Εξίσου σημαντική φαίνεται να είναι η ρευστότητα (14%), ο ανταγωνισμός (12%), η αδυναμία είσπραξης (4%) και η χρηματοδότηση (4%).

7. Κατά πόσο πιστεύετε ότι επηρεάζεστε από την οικονομική κρίση;

---

<b>Πολύ</b>	32	64%
<b>Μέτρια</b>	14	28%
<b>Λίγο</b>	4	8%
<b>Καθόλου</b>	0	0%

---



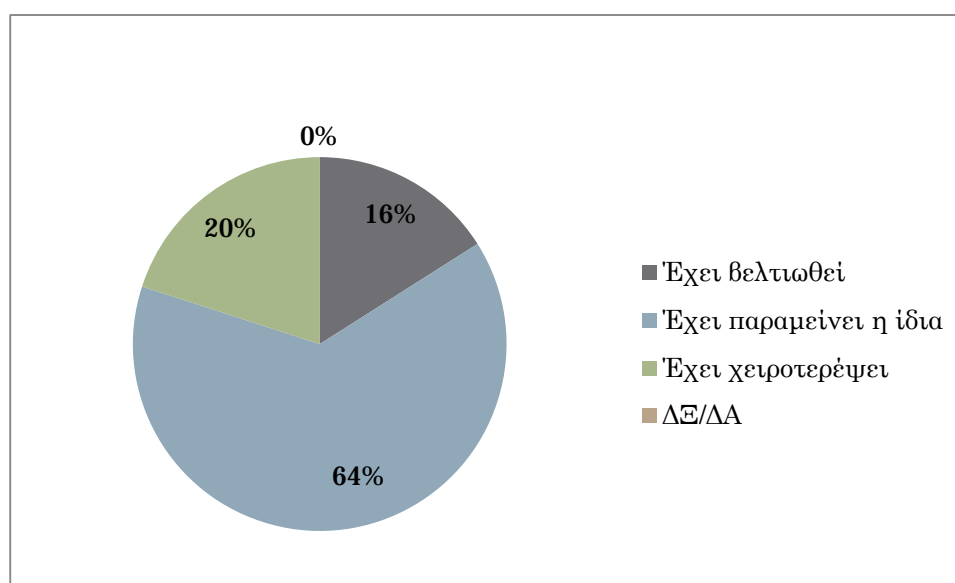
Η άποψη των επιχειρήσεων είναι ότι η οικονομική κρίση επηρέασε κατά πολύ την πορεία τους (64%). Το 28% απάντησε ότι επηρεάστηκε μέτρια και το 8% λίγο.

8. Σε σχέση με πέρυσι θα λέγατε ότι η οικονομική κατάσταση της επιχείρησής σας:

---

<b>Έχει βελτιωθεί</b>	8	16%
<b>Έχει παραμείνει η ίδια</b>	32	64%
<b>Έχει χειροτερέψει</b>	10	20%
<b>ΔΞ/ΔΑ</b>	0	0%

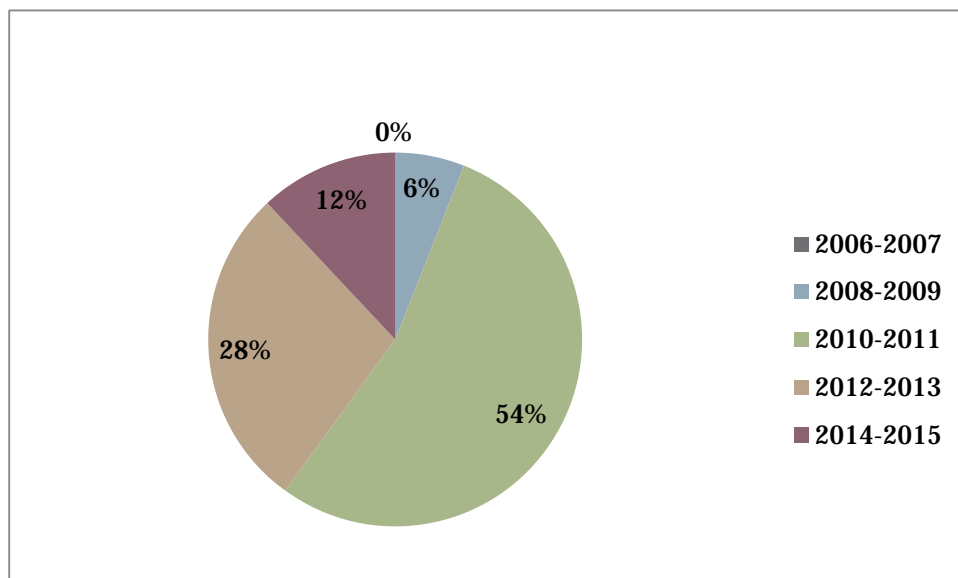
---



Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων εκτιμά ότι σε σχέση με πέρυσι η οικονομική κατάσταση των επιχειρήσεων έχει παραμείνει η ίδια (64%). Το 20% απάντησε ότι έχει χειροτερέψει και το 16% ότι έχει βελτιωθεί.

9. Σε ποια από τις παρακάτω περιόδους παρατηρήσατε τη μεγαλύτερη μείωση στα έσοδά σας;

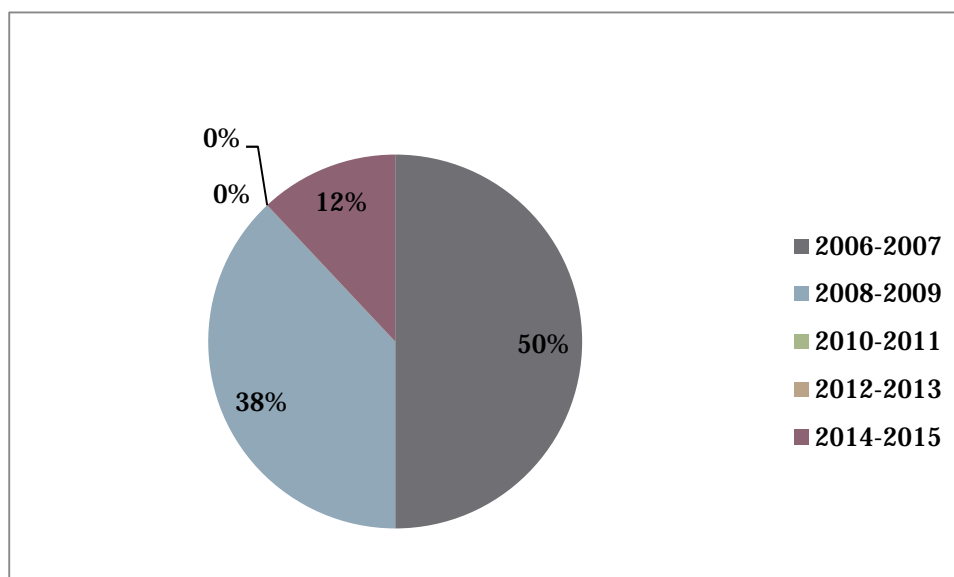
<b>2006-2007</b>	0	0%
<b>2008-2009</b>	3	6%
<b>2010-2011</b>	27	54%
<b>2012-2013</b>	14	28%
<b>2014-2015</b>	6	12%



Η μεγαλύτερη μείωση στα έσοδα των επιχειρήσεων του δείγματος παρατηρήθηκε το 2010 με 2011 (54%). Ακολουθούν οι περίοδοι 2012-2013 (28%), 2014-2015 (12%) και 2008-2009 (6%).

10. Σε ποια από τις παρακάτω περιόδους παρατηρήσατε τη μεγαλύτερη αύξηση στα έσοδά σας;

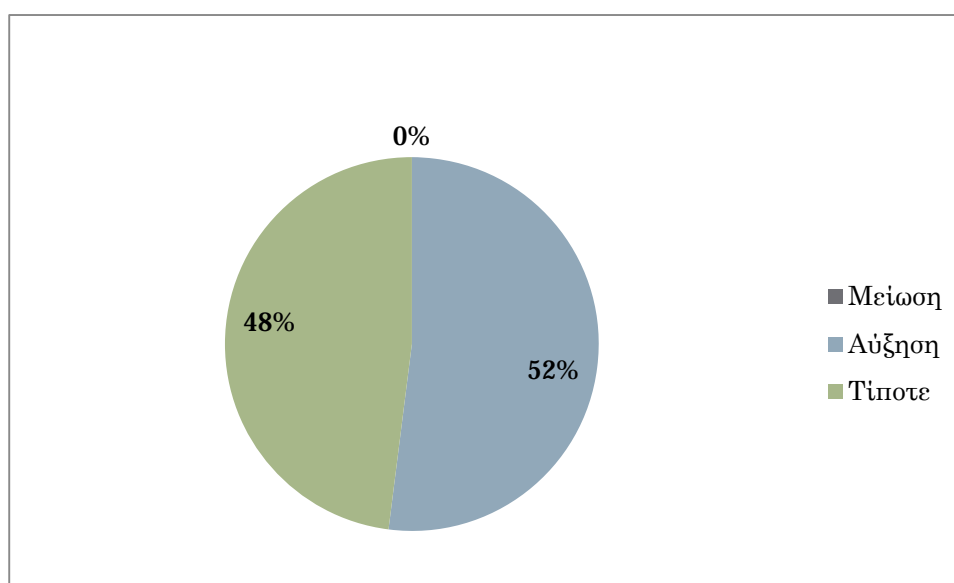
<b>2006-2007</b>	25	50%
<b>2008-2009</b>	19	38%
<b>2010-2011</b>	0	0%
<b>2012-2013</b>	0	0%
<b>2014-2015</b>	6	12%



Η μεγαλύτερη αύξηση στα έσοδα των επιχειρήσεων παρατηρήθηκε στα έτη 2006-2007 (50%). Έπονται τα έτη 2008-2009 (38%) και 2014-2015 (12%).

11. Οι προμηθευτές σας έχουν μειώσει ή αυξήσει τις τιμές των προϊόντων/υπηρεσιών τους;

<b>Μείωση</b>	0	0%
<b>Αύξηση</b>	26	52%
<b>Τίποτε</b>	24	48%



Οι περισσότεροι προμηθευτές επιχειρήσεων έχουν αυξήσει τις τιμές των προϊόντων/υπηρεσιών που προσφέρουν στις επιχειρήσεις (52%). Το 48% απάντησε ότι δεν έχει παρατηρηθεί ούτε μείωση ούτε αύξηση.

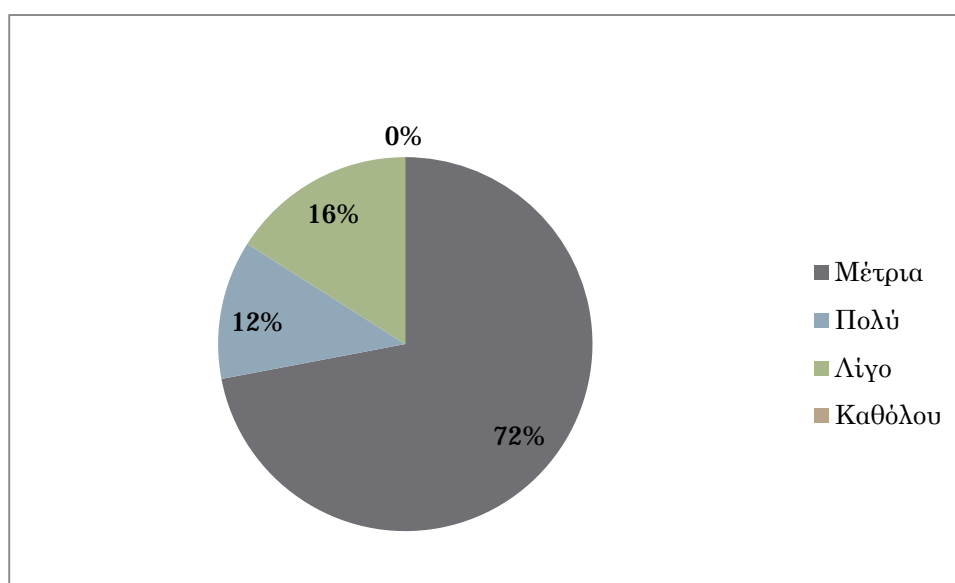


12. Πόσο αισιόδοξος/η είστε για το μέλλον της επιχείρησής σας;

---

<b>Μέτρια</b>	36	72%
<b>Πολύ</b>	6	12%
<b>Λίγο</b>	8	16%
<b>Καθόλου</b>	0	0%

---



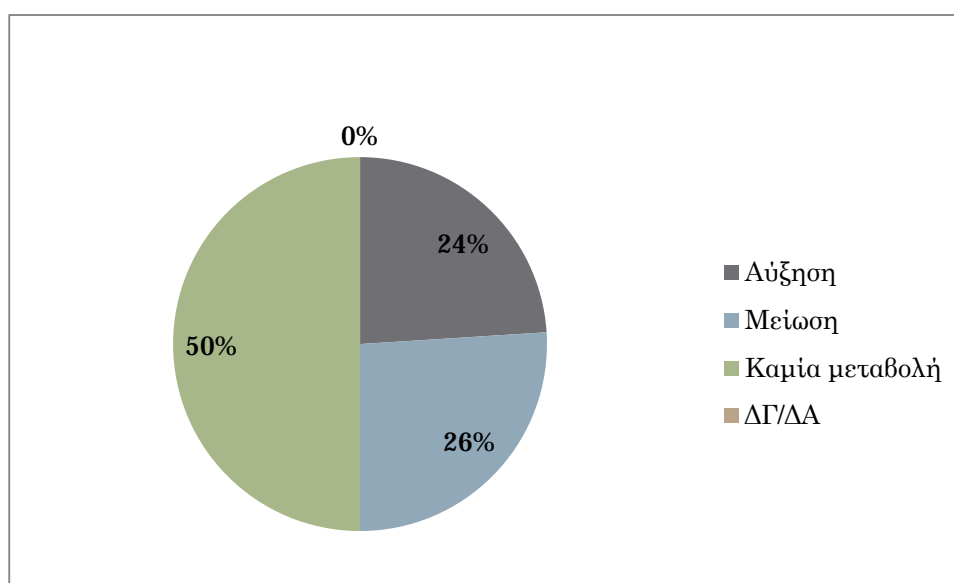
Το 72% των επιχειρήσεων απάντησε ότι είναι μέτρια αισιόδοξο για το μέλλον της επιχείρησής του. Το 16% απάντησε λίγο και το 12% απάντησε πολύ.

13. Τι εκτιμάτε από τον τζίρο της επιχείρησής σας για το επόμενο εξάμηνο;

---

<b>Αύξηση</b>	12	24%
<b>Μείωση</b>	13	26%
<b>Καμία μεταβολή</b>	25	50%
<b>ΔΓ/ΔΑ</b>	0	0%

---

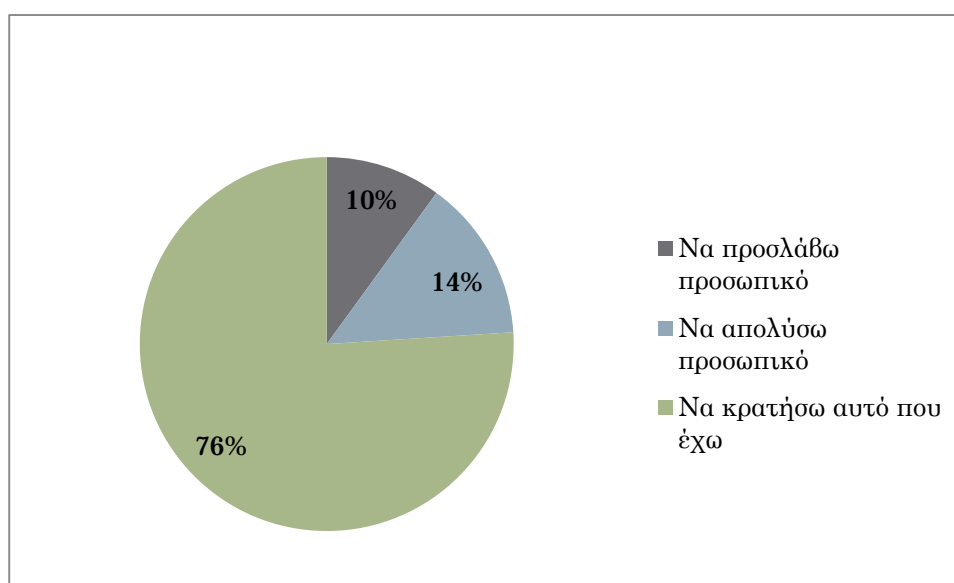


Το επόμενο εξάμηνο εκτιμάται ότι δε θα υπάρξει κάποια μεταβολή στο τζίρο των επιχειρήσεων του δείγματος (50%). Το 26% εκτιμά ότι θα υπάρξει μείωση ενώ το 24% ότι θα υπάρξει αύξηση.

14. Για το επόμενο διάστημα σκέφτεστε να:

---

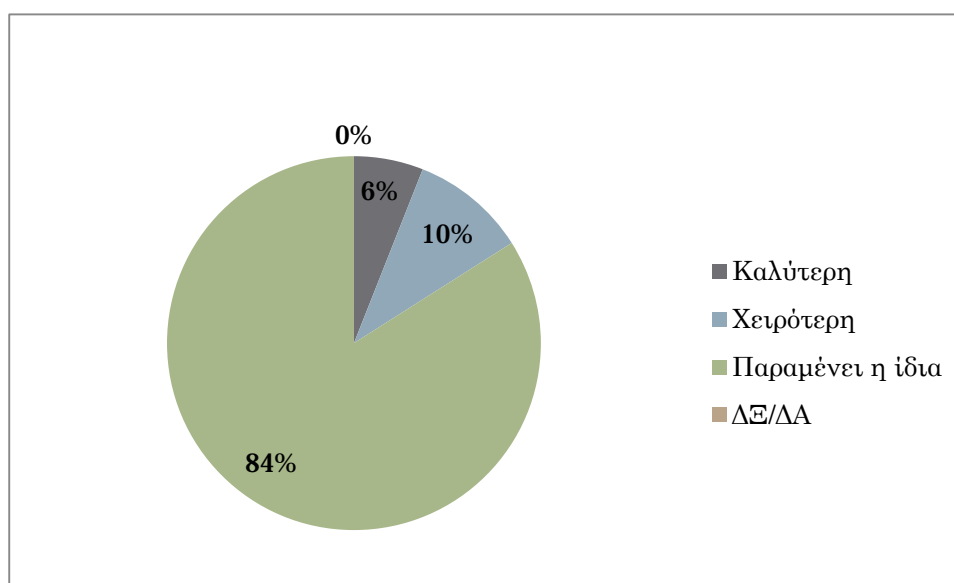
<b>Προσλάβω προσωπικό</b>	5	10%
<b>Απολύσω προσωπικό</b>	7	14%
<b>Να κρατήσω αυτό που έχω</b>	38	76%



Το 76% των επιχειρήσεων σκέφτεται στο σύντομο χρονικό διάστημα που ακολουθεί να κρατήσει το ήδη υπάρχον προσωπικό (76%). Το 14% σκέφτεται να απολύσει προσωπικό (14%) ενώ το 10% να προσλάβει προσωπικό (10%).

15. Σε σχέση με το παρελθόν, θα λέγατε πως η σχέση με την τράπεζά σας έχει γίνει καλύτερη, χειρότερη ή παραμένει η ίδια;

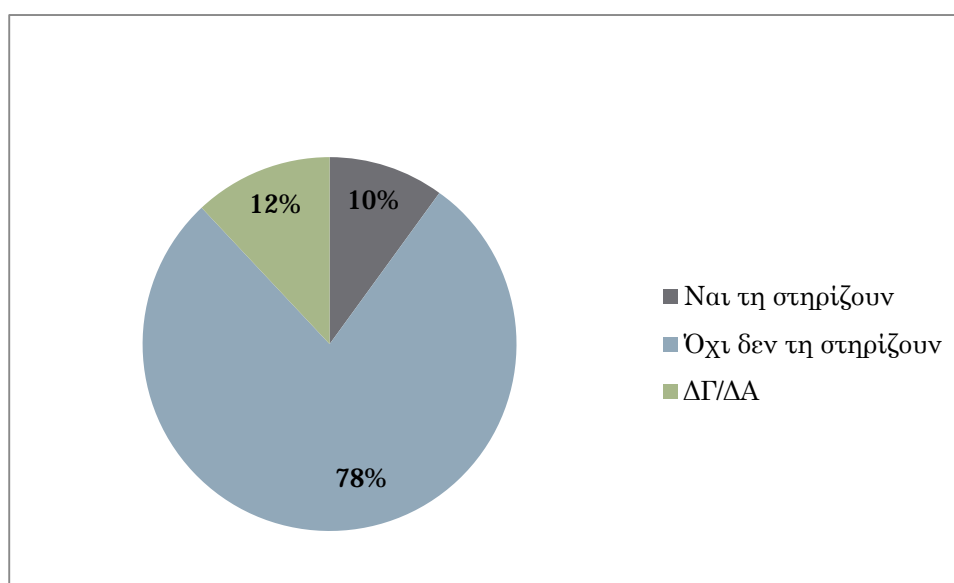
<b>Καλύτερη</b>	3	6%
<b>Χειρότερη</b>	5	10%
<b>Παραμένει η ίδια</b>	42	84%
<b>ΔΞ/ΔΑ</b>	0	0%



Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων εκτιμά ότι η σχέση τους με την τράπεζα έχει παραμείνει η ίδια (84%). Το 10% εκτιμά ότι έχει χειροτερέψει και το 6% ότι έχει γίνει καλύτερη.

16. Κατά την άποψή σας, οι τράπεζες στηρίζουν την επιχειρηματικότητα όσο πρέπει (π.χ. ευκολία στη δανειοδότηση, επιμήκυνση αποπληρωμής δανείου);

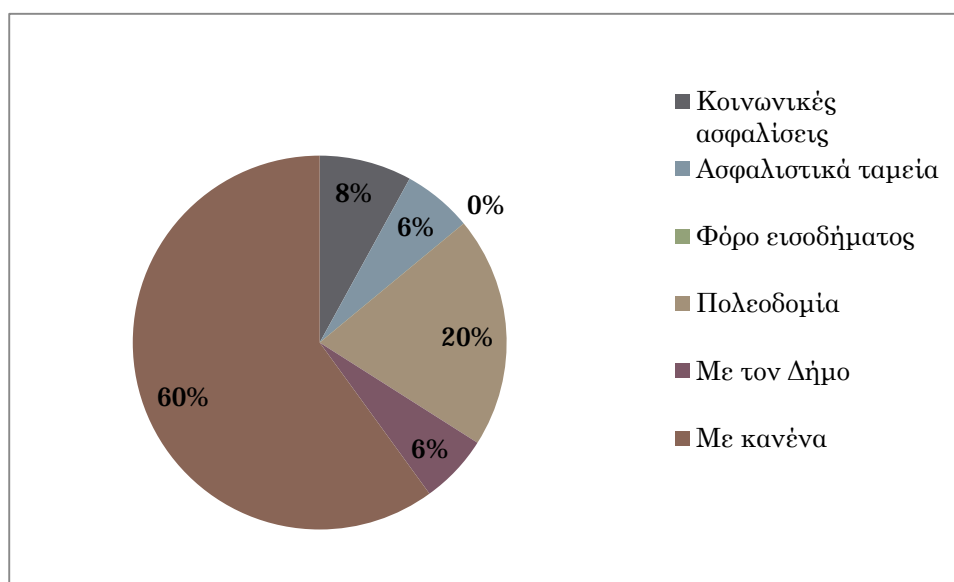
<b>Ναι τη στηρίζουν</b>	5	10%
<b>Όχι δεν τη στηρίζουν</b>	39	78%
<b>ΔΓ/ΔΑ</b>	6	12%



Το 78% των επιχειρήσεων εκτιμά ότι οι τράπεζες δεν στηρίζουν την επιχειρηματικότητα όσο θα έπρεπε. Το 12% απάντησε ότι δεν γνωρίζει, ενώ το 10% απάντησε θετικά.

17. Με ποιες από τις παρακάτω υπηρεσίες του δημόσιου τομέα έχετε περισσότερα προβλήματα;

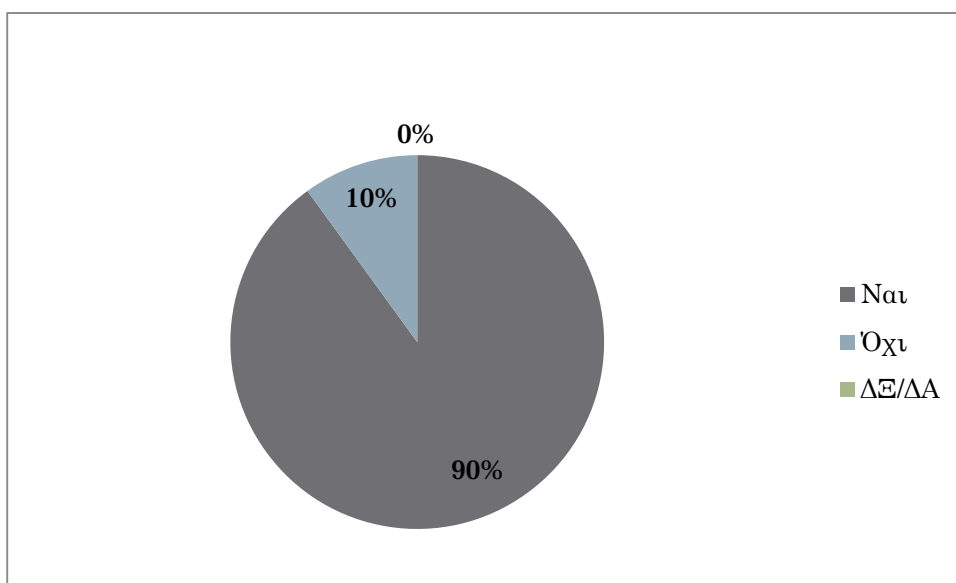
<b>Κοινωνικές ασφαλίσσεις</b>	4	8%
<b>Ασφαλιστικά ταμεία</b>	3	6%
<b>Φόρο εισοδήματος</b>	0	0%
<b>Πολεοδομία</b>	10	20%
<b>Με τον Δήμο</b>	3	6%
<b>Με κανένα</b>	30	60%



Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων δεν φαίνεται να έχει κάποιο πρόβλημα με υπηρεσίες του δημοσίου τομέα (60%). Αντίθετα, το 20% απάντησε την πολεοδομία, το 8% τις κοινωνικές ασφαλίσσεις, το 6% τα ασφαλιστικά ταμεία και το άλλο 6% με τον Δήμο.

18. Έχει χρειαστεί μέχρι στιγμής και λόγω της κρίσης να κάνετε περικοπές στα έξοδα της επιχείρησής σας;

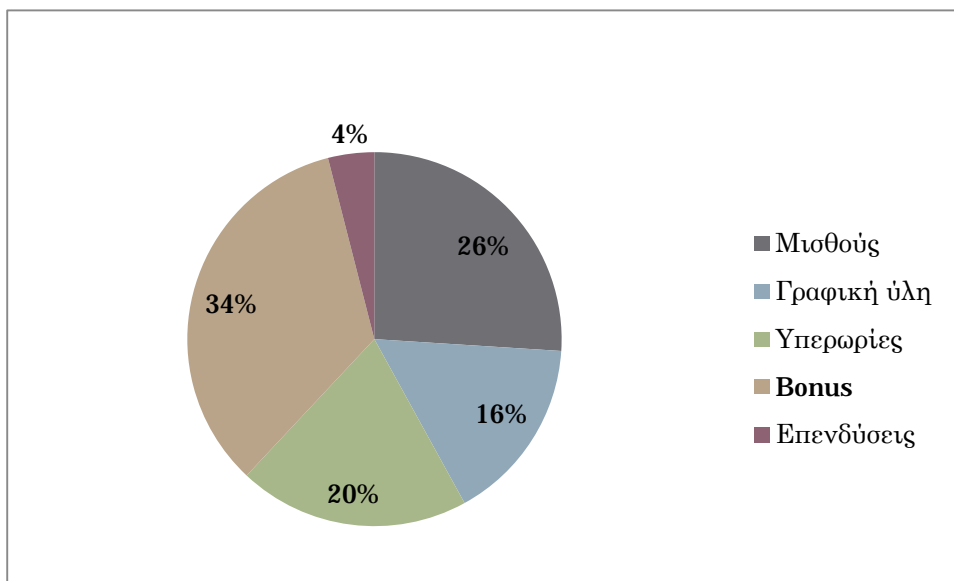
<b>Ναι</b>	45	90%
<b>Όχι</b>	5	10%
<b>ΔΞ/ΔΑ</b>	0	0%



Το 90% των επιχειρήσεων απάντησε θετικά στο αν έχει χρειαστεί μέχρι στιγμής εξαιτίας της κρίσης να κάνει περικοπές στα έξοδα της επιχείρησης. το 10% απάντησε αρνητικά.

19. Σε ποιους τομείς συγκεκριμένα έγιναν περικοπές;

<b>Μισθούς</b>	13	26%
<b>Γραφική ύλη</b>	8	16%
<b>Υπερωρίες</b>	10	20%
<b>Bonus</b>	17	34%
<b>Επενδύσεις</b>	2	4%



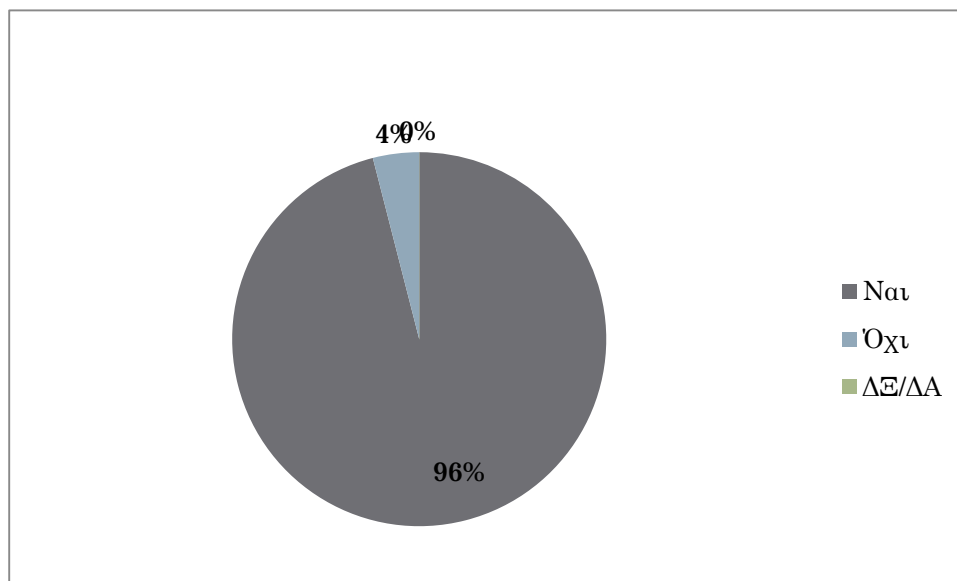
Τα Bonus (34%) και οι μισθοί (26%) ήταν οι τομείς που μειώθηκαν περισσότερο εξαιτίας της κρίσης. Ακολουθούν οι υπερωρίες (20%), η γραφική ύλη (16%) και οι επενδύσεις (4%).



20. Το κράτος πρέπει να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να αντιμετωπίσουν τα προβλήματά τους;

---

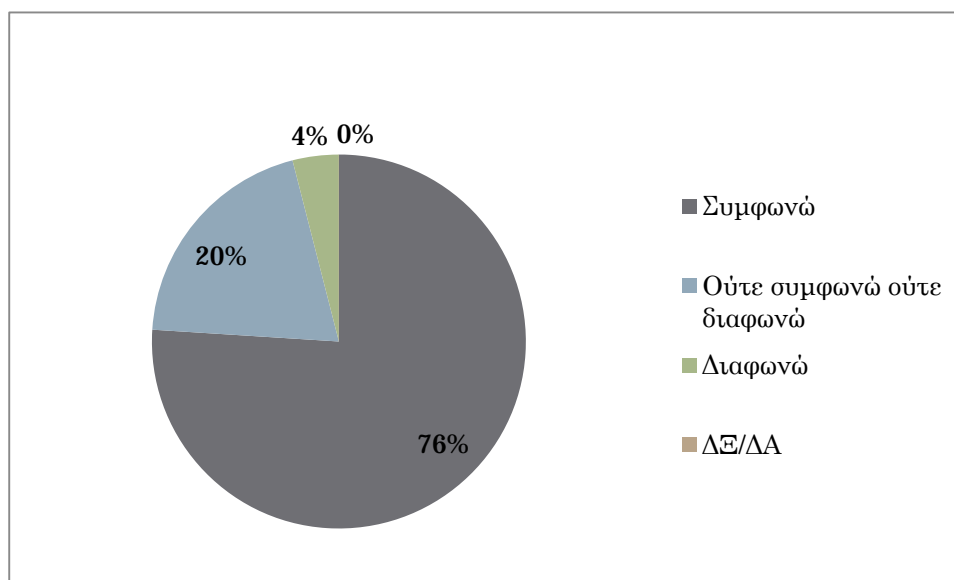
<b>Ναι</b>	48	96%
<b>Όχι</b>	2	4%
<b>ΔΞ/ΔΑ</b>	0	0%



Το 96% των επιχειρήσεων εκτιμά ότι το κράτος θα πρέπει να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να αντιμετωπίσουν τα όποια προβλήματα. Το 4% απάντησε αρνητικά.

21. Πιστεύετε ότι η μικρομεσαία επιχειρηματική δραστηριότητα πρέπει να τονωθεί με επιπλέον επιδοτήσεις μέσω των διαφόρων ευρωπαϊκών προγραμμάτων στήριξης;

<b>Συμφωνώ</b>	38	76%
<b>Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ</b>	10	20%
<b>Διαφωνώ</b>	2	4%
<b>ΔΕ/ΔΑ</b>	0	0%

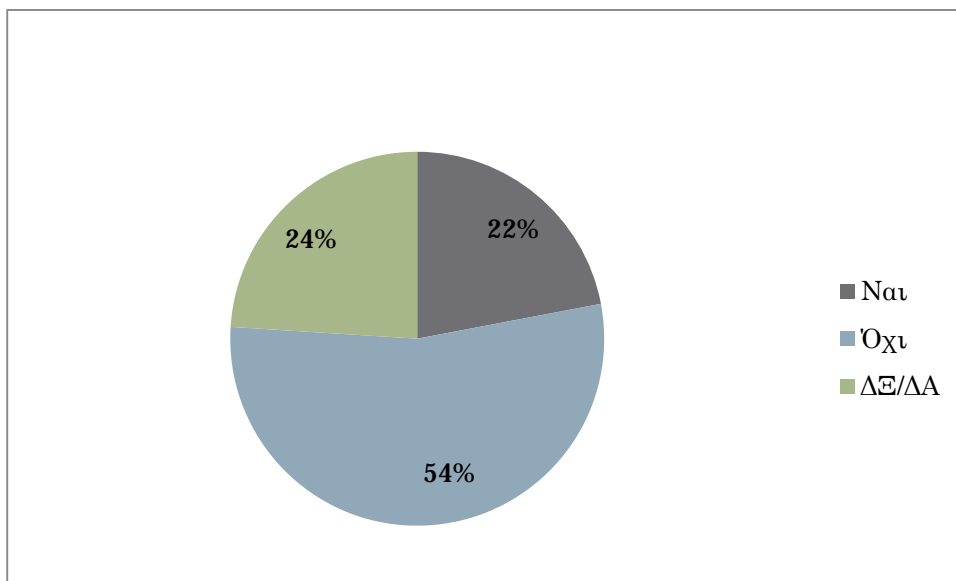


Το 76% των επιχειρήσεων εκτιμά ότι η μικρομεσαία επιχειρηματική δραστηριότητα πρέπει να τονωθεί με επιπλέον επιδόσεις μέσω των διαφόρων ευρωπαϊκών προγραμμάτων στήριξης. Το 20% απάντησε ότι ούτε συμφωνεί ούτε διαφωνεί και το 4% ότι διαφωνεί.

22. Πιστεύετε ότι θα υπάρξει ανάκαμψη της αγοράς;

---

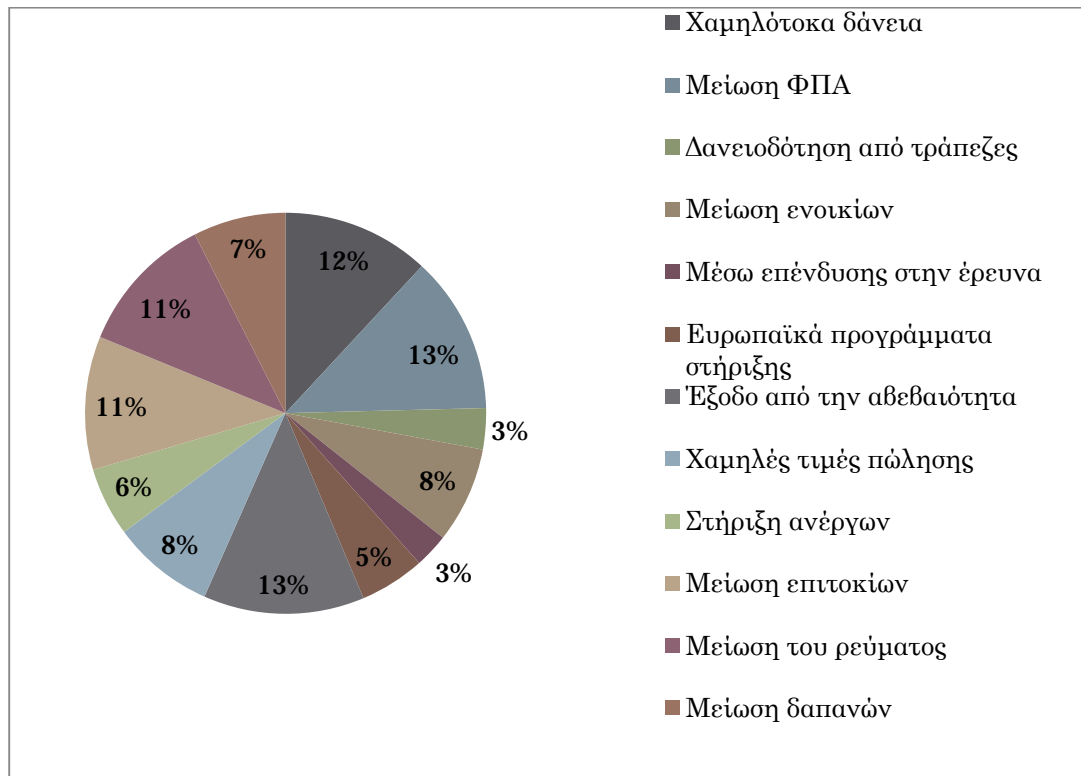
<b>Ναι</b>	11	22%
<b>Όχι</b>	27	54%
<b>ΔΕ/ΔΑ</b>	12	24%



Το 54% των επιχειρήσεων εκτιμά ότι δε θα υπάρξει ανάκαμψη της αγοράς, το 24% απάντησε ότι δεν γνωρίζει, ενώ το 22% απάντησε θετικά.

23. Με ποιο τρόπο και ποια μέτρα κατά τη δική σας άποψη πιστεύετε ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις θα ξεπεράσουν την οικονομική κρίση; (μπορείτε να επιλέξετε πάνω από μια απάντηση)

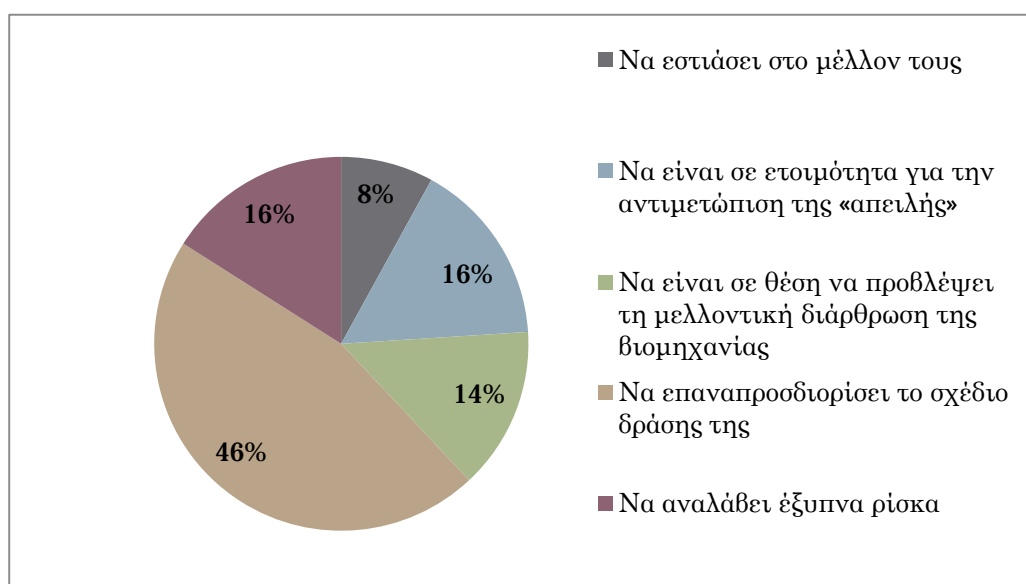
<b>Χαμηλότοκα δάνεια</b>	43	12%
<b>Μείωση ΦΠΑ</b>	46	13%
<b>Δανειοδότηση από τράπεζες</b>	12	3%
<b>Μείωση ενοικίων</b>	28	8%
<b>Μέσω επένδυσης στην έρευνα</b>	10	3%
<b>Ευρωπαϊκά προγράμματα στήριξης</b>	19	5%
<b>Έξοδο από την αβεβαιότητα</b>	47	13%
<b>Χαμηλές τιμές πώλησης</b>	30	8%
<b>Στήριξη ανέργων</b>	20	6%
<b>Μείωση επιτοκίων</b>	39	11%
<b>Μείωση του ρεύματος</b>	41	11%
<b>Μείωση δαπανών</b>	27	7%



Η πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων εκτιμά ότι θα μπορούσε να ξεπεράσει την κρίση αν έβγαινε η χώρα από την αβεβαιότητα (13%), και αν μειώνονταν το ΦΠΑ (13%), οι τόκοι των δανείων (12%), τα επιτόκια (11%) και η τιμή του ρεύματος (11%).

24. Ποιες από τις παρακάτω στρατηγικές κινήσεις πιστεύετε ότι ωφελεί μελλοντικά μια επιχείρηση;

<b>Να εστιάσει στο μέλλον τους. Να επικεντρωθεί στο χαρτοφυλάκιο των δραστηριοτήτων της και συγκεκριμένα στις δραστηριότητες εκείνες που παρουσιάζουν κέρδη μακροπρόθεσμα</b>	4	8%
<b>Να είναι σε ετοιμότητα για την αντιμετώπιση της «απειλής»</b>	8	16%
<b>Να είναι σε θέση να προβλέψει τη μελλοντική διάρθρωση της βιομηχανίας, να κατανοήσει τις επιπτώσεις του κρατικού παρεμβατισμού και να δημιουργήσει μια εικόνα του πώς θα αναδιαρθρωθεί</b>	7	14%
<b>Να επαναπροσδιορίσει το σχέδιο δράσης της</b>	23	46%
<b>Να αναλάβει έξυπνα ρίσκα</b>	8	16%



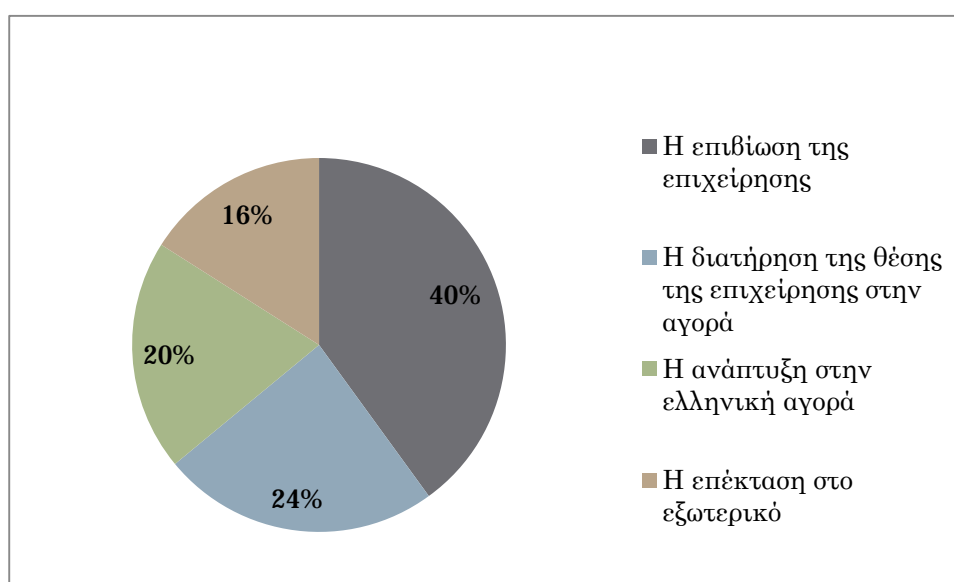
Η στρατηγική που πρέπει να ακολουθήσει μια επιχείρηση για να την ωφελήσει είναι κυρίως να επαναπροσδιορίσει το σχέδιο δράσης της (46%). Σημαντικό επίσης είναι να αναλάβει έξυπνα ρίσκα (16%), να είναι σε ετοιμότητα για την αντιμετώπιση «απειλής» (16%), να είναι σε θέση να προβλέψει τη μελλοντική διάρθρωση της βιομηχανίας (14%), αλλά και να εστιάσει στο μέλλον.

25. Ο σημαντικότερος στόχος της επιχείρησής σας είναι:

---

<b>Η επιβίωση της επιχείρησης</b>	20	40%
<b>Η διατήρηση της θέσης της επιχείρησης στην αγορά</b>	12	24%
<b>Η ανάπτυξη στην ελληνική αγορά</b>	10	20%
<b>Η επέκταση στο εξωτερικό</b>	8	16%

---



Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων στοχεύει στο άμεσο μέλλον στην επιβίωση της επιχείρησης (40%). Επίσης έχουν ως στόχο τη διατήρηση της θέσης της επιχείρησης στην αγορά (24%), την ανάπτυξη στην ελληνική αγορά (20%), καθώς και την επέκταση στο εξωτερικό.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η διεθνής χρηματοπιστωτική βρήκε την ελληνική οικονομία σε μια ιδιαίτερα δύσκολη περίοδο και δεν άργησε να φέρει στην επιφάνεια τις χρόνιες δομικές αδυναμίες της, φανερώνοντας την υπερχρέωση του ελληνικού Δημοσίου και την αδυναμία ελέγχου του διογκούμενου χρέους του. Η αξιοπιστία της Ελλάδας στις διεθνείς αγορές κεφαλαίου κλονίστηκε. Η χώρα αναγκάστηκε να προσφύγει στο Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (ΔΝΤ), στην Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα (ΕΚΤ) και στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) για να μην οδηγηθεί σε στάση πληρωμών και υιοθέτησε ένα φιλόδοξο και αυστηρό πρόγραμμα δημοσιονομικής προσαρμογής.

Τα σοβαρά διαρθρωτικά προβλήματα της παραγωγικής μας βάσης, τα υψηλά ελλείμματα του δημόσιου τομέα, το αρνητικό ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, η γραφειοκρατία του δημόσιου τομέα κλπ. επιβάρυναν την σταδιακή της ελληνικής οικονομίας στην διεθνή κρίση.

Η οικονομική κρίση λοιπόν άλλαξε δραματικά τις συνθήκες της αγοράς μέσα στις οποίες ιδρύονται, δρουν και αναπτύσσονται οι επιχειρήσεις. Εκ των πραγμάτων, οι επιχειρήσεις δέχονται έντονες πιέσεις να προσαρμοστούν σε αυτές τις συνθήκες. Συχνά αναγκάζονται να μειώσουν το κόστος, να επανεξετάσουν την εταιρική τους στρατηγική, τις επενδύσεις, να προχωρήσουν σε αναδιάρθρωση των δραστηριοτήτων τους, ακόμη και να προβούν σε μαζικές απολύσεις. Επομένως, σε αυτό το σύνθετο περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από ραγδαίες εξελίξεις και υψηλή αβεβαιότητα, το σημαντικότερο ζήτημα που προκύπτει είναι η επιτακτική ανάγκη επιβίωσης των επιχειρήσεων.

Τα κυριότερα προβλήματα όπως έχουν αποτυπωθεί μέχρι σήμερα είναι :

- Η μείωση της ζήτησης στην εσωτερική και διεθνή αγορά.
- Η αύξηση των ακάλυπτων επιταγών, οι οποίες για τις επιχειρήσεις δεν περιορίζονται στο μέγεθος των επιταγών που σφραγίζονται και το οποίο είναι ούτως ή άλλως οδυνηρό, αλλά επεκτείνεται και στις επιταγές εκείνες που όταν διαπιστώνεται ότι είναι ακάλυπτες αντικαθίστανται με νέες, με την ελπίδα, ότι κάποια στιγμή θα καλυφθούν.
- Η μεγάλη αβεβαιότητα που υπάρχει επιτείνει ακόμη περισσότερο την αδυναμία των επιχειρήσεων να εξυπηρετήσουν τα προγράμματά τους λόγω προβλημάτων



πρόσβασης σε ικανοποιητική χρηματοδότηση μέσω του χρηματοπιστωτικού συστήματος.

- Η αιφνίδια περιστολή της χρηματοδότησης είναι πολύ μεγαλύτερο πρόβλημα – το οποίο οδηγεί σε καταστάσεις ασφυξίας – από το κόστος της χρηματοδότησης. Ήδη, σε έναν μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων έχουν περιοριστεί οι χρηματοδοτήσεις τρεχουσών συμβάσεων και έχουν αναθεωρηθεί προς τα πάνω, ενώ οι δανειοδοτήσεις γίνονται με εξαιρετικά επιλεκτικό τρόπο.

Από την έρευνα που πραγματοποιήσαμε σε ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, θέλοντας να μάθουμε το κατά πόσο επηρεάστηκαν από την οικονομική κρίση, προέκυψε ότι η πλειοψηφία αυτών:

- Απασχολεί από 10 μέχρι 49 υπαλλήλους με πλήρη ή μερική απασχόληση.
- Ανήκει στον τομέα του τουρισμού και του εμπορίου.
- Λειτουργεί 11 με 20 χρόνια.
- Έχει ως διευθυντή τον ιδιοκτήτη της επιχείρησης.
- Χρηματοδοτήθηκε από τα προγράμματα του ΕΣΠΑ και από τράπεζες.
- Αντιμετωπίζει προβλήματα όπως είναι η εύρεση νέων πελατών και το κόστος προσωπικού.
- Επηρεάστηκε κατά πολύ από την οικονομική κρίση.
- Εκτιμά ότι σε σχέση με πέρυσι η οικονομική κατάσταση των επιχειρήσεων έχει παραμείνει η ίδια.
- Υποστηρίζει ότι η μεγαλύτερη μείωση στα έσοδά τους παρατηρήθηκε το 2010 με 2011.
- Υποστηρίζει ότι η μεγαλύτερη αύξηση στα έσοδά τους παρατηρήθηκε στα έτη 2006-2007.
- Αναφέρει ότι οι περισσότεροι προμηθευτές έχουν αυξήσει τις τιμές των προϊόντων/υπηρεσιών που προσφέρουν.
- Απάντησε ότι είναι μέτρια αισιόδοξη για το μέλλον της επιχείρησής.
- Εκτιμάται ότι δε θα υπάρξει κάποια μεταβολή στο τζίρο.
- Σκέφτεται στο σύντομο χρονικό διάστημα που ακολουθεί να κρατήσει το ήδη υπάρχον προσωπικό.
- Εκτιμά ότι η σχέση τους με την τράπεζα έχει παραμείνει η ίδια.
- Εκτιμά ότι οι τράπεζες δεν στηρίζουν την επιχειρηματικότητα όσο θα έπρεπε.
- Δεν φαίνεται να έχει κάποιο πρόβλημα με υπηρεσίες του δημοσίου τομέα.

- Απάντησε θετικά στο αν έχει χρειαστεί μέχρι στιγμής εξαιτίας της κρίσης να κάνει περικοπές στα έξοδα της επιχείρησης.
- Μείωσε τα Bonus και τους μισθούς.
- Εκτιμά ότι το κράτος θα πρέπει να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να αντιμετωπίσουν τα όποια προβλήματα.
- Εκτιμά ότι η μικρομεσαία επιχειρηματική δραστηριότητα πρέπει να τονωθεί με επιπλέον επιδόσεις μέσω των διαφόρων ευρωπαϊκών προγραμμάτων στήριξης.
- Θεωρεί ότι δε θα υπάρξει ανάκαμψη της αγοράς στο άμεσο μέλλον.
- Πιστεύει ότι θα μπορούσε να ξεπεράσει την κρίση αν έβγαινε η χώρα από την αβεβαιότητα και αν μειώνονταν το ΦΠΑ, οι τόκοι των δανείων, τα επιτόκια και η τιμή του ρεύματος.
- Υποστηρίζει ότι η στρατηγική που πρέπει να ακολουθήσει μια επιχείρηση για να την ωφελήσει είναι κυρίως να επαναπροσδιορίσει το σχέδιο δράσης της.
- Στοχεύει στο άμεσο μέλλον στην επιβίωση της επιχείρησης.

## ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Οι επιχειρήσεις παρά τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν, δεν θα πρέπει να επιλέγουν ως πρώτη λύση τις απολύσεις. Αντιθέτως, με αίσθημα ευθύνης θα πρέπει να εκτιμούν ότι ένας από τους πολυτιμότερους παράγοντες της επιχείρησης είναι το ανθρώπινο δυναμικό της, επιθυμώντας να εξαντλήσουν κάθε δυνατότητα διατήρησής του, επιλέγοντας μορφές ελαστικοποίησης των εργασιακών σχέσεων.

Εκείνο που έχει σημασία είναι να γίνει κατανοητό είναι ότι επιβάλλεται να βρεθούν, μεσοπρόθεσμες λύσεις, που θα αποτρέπουν την κατάρρευση των επιχειρήσεων και τη σοβαρή μείωση του εισοδήματος των εργαζομένων. Τέτοιες προτάσεις είναι και οι ακόλουθες:

**Πρώτη πρόταση** είναι η παρέμβαση του κράτους με εγγυήσεις του προς το πιστωτικό σύστημα, ώστε να διασφαλιστεί η απαραίτητη ρευστότητα. Είναι εξαιρετικά εμφανές πλέον το πρόβλημα της ασφυξίας που υφίστανται οι επιχειρήσεις, εξ αιτίας της αδυναμίας τους να έχουν πρόσβαση σε χρηματοδοτήσεις.

Όλοι ως πρώτη προτεραιότητα θέτουν, με επικεφαλής τις επιχειρήσεις των καταναλωτικών αγαθών που έχουν μεγαλύτερη και αμεσότερη ανάγκη σε κεφάλαια κίνησης, είναι η μεσολάβηση του κράτους με εγγυήσεις, ώστε να εξασφαλίσουν τη δυνατότητα άντλησης τραπεζικών κεφαλαίων. Είναι προφανές, ότι το σχέδιο ενίσχυσης των επιχειρήσεων, μέσω των πιστωτικών ιδρυμάτων δεν έχει ακόμη «περάσει» στην αγορά, και η αναζήτηση άλλης διεξόδου δηλώνει ότι είτε αυτό όταν αρχίσει να υλοποιείται πλήρως θα είναι αργά για αρκετές επιχειρήσεις, είτε όταν θα συμβεί αυτό θα αφορά σε περιορισμένο αριθμό δραστηριοτήτων.

**Δεύτερη πρόταση** είναι η εξόφληση από το κράτος των οφειλών του από δημόσια έργα, προμήθειες υλικού υγείας, αναλώσιμων υλικών, επιχορηγήσεων του αναπτυξιακού νόμου και επιστροφή του ΦΠΑ στις εξαγωγικές επιχειρήσεις.

Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων θεωρεί ότι μια άμεση ένεση ρευστότητας προς τις επιχειρήσεις είναι η εξόφληση των χρεών του κράτους και της αυτοδιοίκησης προς την αγορά, που αφορούν σε ολόκληρους κλάδους ή και σε μεγάλες ομάδες δραστηριοτήτων. Το κράτος, ως αγοραστής προϊόντων, εμπορευμάτων και υπηρεσιών έχει δημιουργήσει υποχρεώσεις πρωτογενώς στους προμηθευτές του και δευτερογενώς σε μία ευρεία κοινότητα επιχειρήσεων που συνεργάζονται με αυτούς είτε ως υπεργολάβοι, είτε ως προμηθευτές. Άλλες κατηγορίες υποχρεώσεων του κράτους προς τις επιχειρήσεις προκύπτουν από την μεγάλη αργοπορία στην καταβολή των δημοσίων επιχορηγήσεων που αφορούν σε

ενίσχυση επενδυτικών πρωτοβουλιών είτε μέσω του αναπτυξιακού νόμου είτε μέσω των τομεακών προγραμμάτων.

Οι επιχειρήσεις της κατηγορίας αυτής έχουν πραγματοποιήσει και έχουν ολοκληρώσει επενδύσεις, στις οποίες είχαν υπολογίσει την έγκαιρη καταβολή της αναλογούσας επιχορήγησης, που όμως, υπάρχουν περιπτώσεις αυτή να αργεί να καταβληθεί για περισσότερους από 10-12 μήνες.

Τέλος, στην κατηγορία αυτή περιλαμβάνονται και εξαγωγικές επιχειρήσεις, στις οποίες οφείλεται ΦΠΑ, που σε αρκετές περιπτώσεις η επιστροφή του υπερβαίνει το 10μηνο.

**Τρίτη πρόταση** είναι η βελτίωση των όρων συμμετοχής στο ΤΕΜΠΜΕ, ώστε διαφοροποιούμενων των κανόνων επιλεξιμότητας (κερδοφορία, απασχόληση, κύκλος εργασιών, κλάδοι μεταποίησης προϊόντων του πρωτογενή τομέα) να αποκτήσουν περισσότερες επιχειρήσεις πρόσβαση σε αυτό.

Προφανώς είναι κοινή αντίληψη των επιχειρήσεων ότι το συγκεκριμένο Ταμείο έχει περιορισμένες δυνατότητες, υπό την πίεση της περιορισμένης χρηματοδότησής τους από το τραπεζικό σύστημα, αλλά και των μεγάλων προσδοκιών που καλλιεργήθηκαν κατά την περίοδο επικοινωνίας του ΤΕΜΠΜΕ προς την αγορά, οι απαιτήσεις πλέον είναι υψηλές.

**Τέταρτη πρόταση** είναι η άμεση ενεργοποίηση προγραμμάτων του ΕΣΠΑ, ώστε εκείνες τουλάχιστον που διατηρούν αναλλοίωτα ακόμη τα σχέδιά τους για εκσυγχρονισμό να τα υλοποιήσουν.

Είναι παρήγορο το γεγονός, ότι ένα σημαντικό ποσοστό όλων των κλάδων σχεδιάζει επενδύσεις και θεωρεί ότι η άμεση ενεργοποίηση των προγραμμάτων του ΕΣΠΑ θα υποβοηθήσει προς αυτή την κατεύθυνση. Είναι δεδομένο ότι ένας μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων, οι οποίες προσδοκούν ότι οι επενδυτικές τους ανάγκες δεν αλλοιώνονται από την κρίση και διατηρούν ακόμη ισχυρά τα επενδυτικά τους σχέδια, πιστεύοντας ότι η υλοποίησή τους θα βοηθήσει είτε να αντέξουν στην κρίση είτε ακόμη και να τις οδηγήσει σε ενδεχόμενο διέξοδο.

**Πέμπτη πρόταση** είναι η αύξηση του προγράμματος δημοσίων επενδύσεων.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Γενική Συνομοσπονδία Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας, Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου, Κεντρική Ένωση Επιμελητηρίων Ελλάδος, Ομάδα Δράσης για την Ελλάδα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων, (2014), *Ανάπτυξη για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στην Ελλάδα*, Αθήνα: Βουλγαρίδης
- Γεωργιάδης, Π. (2008), *Εγχειρίδιο Επιχειρηματικότητας – για υποψήφιους και νέους επιχειρηματίες*, Αθήνα: Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Γκαγκάτσιος, Ι., Λελεδάκης, Γ. (2008), *Καινοτομία – Επιχειρηματικότητα Επιχειρήσεις*, Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων
- Ελληνικός Οργανισμός Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ), 2008, *Η κατάσταση και οι προοπτικές των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων*, Εθνικό Παρατηρητήριο για τις ΜμΕ
- Ελληνικός Οργανισμός Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ), (2009), *Η κατάσταση και οι προοπτικές των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων*, Εθνικό Παρατηρητήριο για τις ΜμΕ
- Ζαπουνίδης, Κ., Ψιμάρνη-Βούλγαρη, Φ. (2000), *Χρηματοοικονομική Στρατηγική Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στην Ελλάδα*, Αθήνα: Κλειδάριθμος
- Ζαπουνίδης, Κ. (2011), *Μάνατζμεντ της Κρίσης*, Αθήνα: Σταμούλης
- Ιωαννίδης, Σ. (2013), *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12, Η εξέλιξη των δεικτών της επιχειρηματικότητας στη διάρκεια της κρίσης*, Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών
- Ιωαννίδης, Σ., Κόρρα, Ε., Γιωτόπουλος, Ι. (2016), *Επιχειρηματικότητα 2014-2015: Η δυναμική του Επιχειρηματικού Συστήματος στην Ελλάδα της Κρίσης*, IOBE
- Λιαρμακοπούλου Ι. (2000), *Κριτική της μεγιστοποίησης του κέρδους σαν στόχου επιχειρηματικής συμπεριφοράς*, Αθήνα
- Πετράκης, Π. (1996), *Επενδυτικά Κίνητρα για τις ΜΜΕ*, Αθήνα: Παπαζήσης
- Πιπερόπουλος, Π. (2008), *Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία & Business Clusters*, Αθήνα: Σταμούλης

- Τζωρτζάκη, Κ., Τζωρτζάκη, Α. (1992), *Οργάνωση και Διοίκηση*, Αθήνα: Rosili
- Χασσίδ, Ι., Καραγιάννης, Α. (1999), *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα*, Αθήνα: Interbooks

### **ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- Branstad, P., Jackson, B. & Banerji, S. (2009), *Rethink Your Strategy An Urgent Memo To the CEO*, Booz & Company Inc
- Clamp, C., Alhamis, I. (2010), *Social Entrepreneurship in the Mondragon Co-operative Corporation and the Challenges of Successful Replication*, The Journal of Entrepreneurship
- Erol, M., Apak, S., Atmaca, M. & Öztürk, S. (2011), *Management measures to be taken for the enterprises in difficulty during times of global crisis: An empirical study*. Published by Elsevier, Procedia Social and Behavioral Sciences
- Heckmann, P., Konik, F., Samakh, E. & Weissbarch, R. (2008), *Restructuring in 2009 Understanding and Responding to the Crisis*, Booz & Company Inc.
- ICAP Group, (2012), *Ετήσια έκθεση 2011 με θέμα «Η κατάσταση και οι προοπτικές των ΜΜΕ στην Ελλάδα»*
- Rotter, J.B. (1966), *Generalized Expectancies for internal versus external control of reinforcement*, Psychological Monographs: General & Applied
- Schumpeter, J. (1934), *The Theory of Economic Development*, Cambridge, Mass: Harvard University Press
- Shaver, K. G., Scott, L. R. (1991), *Person, process, choice: The psychology of new venture creation*, Entrepreneurship: Theory and Practice, v. 16(2)
- Webb, P., Webb, S. (2004), *Βιωσιμότητα ΜμΕ: πρακτικός οδηγός για τη δημιουργία μιας υγιούς και ισχυρής οικονομικά επιχείρησης*, Αθήνα: Μ. Γκιούρδας

### **ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

<http://www.wintowin.gr/blog/useful/item/52-orismos-mikromesaiwn-epixeirisewn-autonomi-aneksartiti-sundedemeni-epixeirisi>, 2010, Ορισμός Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Σμυρνής, Ν., 2008, <http://www.hrima.gr/article.asp?view=358&ref=343>, Η μικρή επιχείρηση στην Ελλάδα

Μανιφάβα, Δ., 2015, <http://www.kathimerini.gr/824685/article/oikonomia/epixeirhseis/se-mia-epetaetia-ekleisan-229000-mikres-kai-mesaies-epixeirhseis-sthn-ellada>, Σε μια επταετία έκλεισαν 229.000 μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα

<http://www.startupgreece.gov.gr/el/content/που-θα-βρω-χρηματοδοτηση-για-την-επιχειρησή-μου>, 2012, Πού θα βρω χρηματοδότηση για την επιχείρησή μου

<http://www.etean.gr/PublicPages/Identity.aspx>, 2014, ΕΤΕΑΝ

[http://www.ggea.gr/ap/stirixi\\_me.htm](http://www.ggea.gr/ap/stirixi_me.htm), 2012, Εθνικό Σχέδιο Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Ε.Σ.Σ.ΜμΕ)

Ποιοτική έρευνα, 2012. Πανεπιστήμιο, [http://lab.pe.uth.gr/psych/index.php?option=com\\_content&view=article&id=87&Itemid=245&lang=el](http://lab.pe.uth.gr/psych/index.php?option=com_content&view=article&id=87&Itemid=245&lang=el)

Ποσοτικές έρευνες, (n.d.), <http://www.ekke.gr/estia/Grenved/seminar3.htm>

Μεθοδολογικές Έρευνες, 2007, <http://www.slideshare.net/dourvas/project-10107509>

<http://ebooks.edu.gr/modules/ebook/show.php/DSGL-C122/38/218,1095/>

## ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

1. Πόσα άτομα εργάζονται στην εταιρεία σας με πλήρη ή μερική απασχόληση;

- 1 μέχρι 9
- 10με 49
- 50 μέχρι 250

2. Σε ποιον τομέα παραγωγής εντάσσεται η επιχείρησή σας;

- Κατασκευές
- Εμπόριο
- Υπηρεσίες
- Αγροτικά τουρισμός
- Μεταφορές
- Βιομηχανία
- Άλλο

3. Πόσα χρόνια λειτουργεί η επιχείρησή σας;

- 1 μέχρι 5
- 6 μέχρι 10
- 11 μέχρι 20
- 21 και άνω

4. Ο διευθυντής της επιχείρησης είναι και ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης;

- Ναι
- Όχι

5. Με ποιο τρόπο χρηματοδοτήθηκε αρχικά η επιχείρησή σας;

- Τράπεζα
- Επενδυτές
- Factoring
- Leasing
- ΕΣΠΑ
- Seed Capital ή Κεφάλαιο Σποράς
- Από προσωπικό κεφάλαιο



6. Ποιο είναι το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζετε αυτή τη στιγμή;

Εύρεση πελατών

Ανταγωνισμός

Ρευστότητα

Αδυναμία είσπραξης

Χρηματοδότηση

Κόστος προσωπικού

7. Κατά πόσο πιστεύετε ότι επηρεάζεστε από την οικονομική κρίσης;

Πολύ

Μέτρια

Λίγο

Καθόλου

8. Σε σχέση με πέρυσι θα λέγατε ότι η οικονομική κατάσταση της επιχείρησής σας:

Έχει βελτιωθεί

Έχει παραμείνει η ίδια

Έχει χειροτερέψει

Δ.Ξ./Δ.Α.

9. Σε ποια από τις παρακάτω περιόδους παρατηρήσατε τη μεγαλύτερη μείωση στα έσοδά σας;

2006-2007

2008-2009

2010-2011

2012-2013

2014-2015

10. Σε ποια από τις παρακάτω περιόδους παρατηρήσατε τη μεγαλύτερη αύξηση στα έσοδά σας;

- 2006-2007
- 2008-2009
- 2010-2011
- 2012-2013
- 2014-2015

11. Οι προμηθευτές σας έχουν μειώσει ή αυξήσει τις τιμές των προϊόντων/υπηρεσιών τους;

- Μείωση
- Αύξηση
- Τίποτε

12. Πόσο αισιόδοξος/η είστε για το μέλλον της επιχείρησής σας;

- Μέτρια
- Πολύ
- Λίγο
- Καθόλου

13. Τι εκτιμάτε από τον τζίρο της επιχείρησής σας για το επόμενο εξάμηνο;

- Αύξηση
- Μείωση
- Καμία μεταβολή
- ΔΓ/ΔΑ

14. Για το επόμενο διάστημα σκέφτεστε να:

- Προσλάβω προσωπικό
- Απολύσω προσωπικό
- Να κρατήσω αυτό που έχω

15. Σε σχέση με το παρελθόν, θα λέγατε πως η σχέση με την τράπεζά σας έχει γίνει καλύτερη, χειρότερη ή παραμένει η ίδια;

- Καλύτερη
- Χειρότερη
- Παραμένει η ίδια
- ΔΞ/ΔΑ

16. Κατά την άποψή σας, οι τράπεζες στηρίζουν την επιχειρηματικότητα όσο πρέπει (π.χ. ευκολία στη δανειοδότηση, επιμήκυνση αποπληρωμής δανείου);

- Ναι τη στηρίζουν
- Όχι δεν τη στηρίζουν
- ΔΓ/ΔΑ

17. Με ποιες από τις παρακάτω υπηρεσίες του δημόσιου τομέα έχετε περισσότερα προβλήματα;

- Κοινωνικές ασφαλίσσεις
- Ασφαλιστικά ταμεία
- Φόρο εισοδήματος
- Πολεοδομία
- Με τον Δήμο
- Με κανένα

18. Έχει χρειαστεί μέχρι στιγμής και λόγω της κρίσης να κάνετε περικοπές στα έξοδα της επιχείρησής σας;

- Ναι
- Όχι
- ΔΞ/ΔΑ

19. Σε ποιους τομείς συγκεκριμένα έγιναν περικοπές;

- Μισθούς
- Γραφική ύλη
- Υπερωρίες
- Bonus
- Επενδύσεις

20. Το κράτος πρέπει να βοηθήσει τις επιχειρήσεις να αντιμετωπίσουν τα προβλήματά τους;

- Ναι
- Όχι
- ΔΞ/ΔΑ

21. Πιστεύετε ότι η μικρομεσαία επιχειρηματική δραστηριότητα πρέπει να τονωθεί με επιπλέον επιδοτήσεις μέσω των διαφόρων ευρωπαϊκών προγραμμάτων στήριξης;

- Συμφωνώ
- Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ
- Διαφωνώ
- ΔΞ/ΔΑ

22. Πιστεύετε ότι θα υπάρξει ανάκαμψη της αγοράς;

- Ναι
- Όχι
- ΔΞ/ΔΑ

23. Με ποιο τρόπο και ποια μέτρα κατά τη δική σας άποψη πιστεύετε ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις θα ξεπεράσουν την οικονομική κρίση;

- Χαμηλότοκα δάνεια
- Μείωση ΦΠΑ
- Δανειοδότηση από τράπεζες
- Μείωση ενοικίων
- Μέσω επένδυσης στην έρευνα
- Ευρωπαϊκά προγράμματα στήριξης
- Έξοδο από την αβεβαιότητα
- Χαμηλές τιμές πώλησης
- Στήριξη ανέργων
- Μείωση επιτοκίων
- Μείωση του ρεύματος
- Μείωση δαπανών

24. Ποιες από τις παρακάτω στρατηγικές κινήσεις πιστεύετε ότι ωφελεί μελλοντικά μια επιχείρηση;

Να εστιάσει στο μέλλον τους. Να επικεντρωθεί στο χαρτοφυλάκιο των δραστηριοτήτων της και συγκεκριμένα στις δραστηριότητες εκείνες που παρουσιάζουν κέρδη μακροπρόθεσμα

Να είναι σε ετοιμότητα για την αντιμετώπιση της «απειλής»

Να είναι σε θέση να προβλέψει τη μελλοντική διάρθρωση της βιομηχανίας, να κατανοήσει τις επιπτώσεις του κρατικού παρεμβατισμού και να δημιουργήσει μια εικόνα του πώς θα αναδιαρθρωθεί

Να επαναπροσδιορίσει το σχέδιο δράσης της

Να αναλάβει έξυπνα ρίσκα

25. Ο σημαντικότερος στόχος της επιχείρησής σας είναι:

Η επιβίωση της επιχείρησης

Η διατήρηση της θέσης της επιχείρησης στην αγορά

Η ανάπτυξη στην ελληνική αγορά

Η επέκταση στο εξωτερικό