

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ

Τίτλος Εργασίας:

**ΤΡΟΠΟΙ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΤΗΣ
ΚΡΙΣΗΣ**

Πτυχιακή Εργασία των

ΒΛΑΧΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ

ΚΟΥΓΙΑΝΟΣ ΓΕΡΑΣΙΜΟΣ

ΦΩΛΙΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

Επιβλέπων : ΖΑΧΟΥΡΗΣ ΠΑΡΗΣ

ΠΑΤΡΑ, 30/10/ 2015

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η μελέτη των τρόπων ενίσχυσης των Μικρών Μεσαίων επιχειρήσεων εν μέσω της οικονομικής κρίσης που ξέσπασε στην Ελλάδα το 2008. Στην εργασία παρουσιάζεται το εννοιολογικό πλαίσιο των ΜΜΕ αλλά και της οικονομικής κρίσης αλλά και στατιστικά στοιχεία για το προφίλ των ΜΜΕ στην Ελλάδα και πως αυτό επηρεάστηκε από την παρατεταμένη οικονομική κρίση. Παρουσιάζεται, επίσης, όλο το πλέγμα, εθνικό και ευρωπαϊκό, με πολιτικές, δράσεις και προγράμματα, που αναπτύχθηκε για να ενισχύσει τις ΜΜΕ. Τα συμπεράσματα της παρούσας εργασίας είναι ότι όντως η οικονομική κρίση έχει μεταβάλλει σημαντικά το προφίλ των ΜΜΕ στην Ελλάδα. Ένα από τα βασικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ είναι η πρόσβαση στην χρηματοδότηση. Ωστόσο, αυτό δεν είναι το μοναδικό. Υπάρχουν προβλήματα αφομοίωσης τεχνολογιών αλλά και κατάρτισης ανθρώπινου δυναμικού, εξωστρέφειας αλλά και συνεργασίας με τους κρατικούς φορείς. Όλα αυτά τα προβλήματα επιδιώκουν να λύσουν οι εθνικές στρατηγικές που εν μέσω κρίσης έχουν πάρει την μορφή των ΕΣΠΑ 2007-2013 και 2014- 2020 με προγράμματα και δράσεις που συγχρηματοδοτούνται από τον δημόσιο φορέα και από τα ευρωπαϊκά ταμεία, και εφαρμόζονται από τους αρμόδιους εθνικούς φορείς. Επίσης, έχουν αναπτυχθεί και πολλές κοινοτικές πρωτοβουλίες με τους αντίστοιχους στόχους. Αρκεί η Ελλάδα με τις κατάλληλες πολιτικές να αξιοποιήσει αποτελεσματικά τους κοινοτικούς πόρους και να καρπωθεί τα θετικά των προγραμμάτων σε εξέλιξη.

ABSTRACT

The aim of this assignment is to study the ways of support for the Small Medium Enterprises during the economic crisis, which started in 2008, in Greece. In the assignment, the conceptual framework of the Small Medium Enterprises and of the economic crisis is presented and statistical data for the SME as well. It is presented also how SMEs were affected by the economic crisis. It is presented also, all the national and European net, with policies, acts and programs, which was evolved in order to support the SMEs. The conclusions of this assignment are that indeed, the economic crisis has converted the profile of the SMEs in Greece. One of the main problems SMEs face is the access to finance. Though, this is not the only one. There are also other problems, like problem of adoption of new technologies, training of workforce, extroversion, and cooperation with the government agencies. The national strategies try to solve these problems via the ESPA 2007-2013 and 2014-2020, with programs and acts which are co-financed by the government and the European funds and are applied by the competent national bodies. They have also been created many community initiatives with the corresponding goals. What is remaining is that Greece with the appropriate policies will take advantage of the community funds.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	1
ABSTRACT	2
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	8
1.1. Ορισμός ΜΜΕ.....	8
1.2. Επιχειρηματικότητα	9
1.3. Τύποι ΜΜΕ	10
1.3.1. Τύποι έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας	10
1.3.2. Μορφές εταιρίας.....	14
1.4. Στάδια Ανάπτυξης ΜΜΕ	14
1.5. Πλεονεκτήματα & Μειονεκτήματα ΜΜΕ.....	15
1.6. Λόγοι Αποτυχίας ΜΜΕ& Στοιχεία Επιτυχίας	17
1.7. Στατιστικά Στοιχεία ΜΜΕ στην Ελλάδα.....	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ & ΣΤΟΙΧΕΙΑ MANAGEMENT ΜΜΕ	31
2.1. Τύποι Στρατηγικών ΜΜΕ	31
2.2. Επιχειρηματικό Σχέδιο	33
2.3. Χρηματοοικονομική Διαχείριση	36
2.3.1. Χρηματοοικονομικό σχέδιο	36
2.3.2. Είδη Χρηματοδότησης	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ & ΜΜΕ	48
3.1. Θεωρητικό Υπόβαθρο	48
3.2. Διεθνής Οικονομική Κρίση.....	50
3.3. Οικονομική κρίση στην Ελλάδα.....	51
3.4. Επίδραση της Οικονομικής Κρίσης στην Οικονομία.....	54
3.5. Στατιστικά στοιχεία Επίδρασης Οικονομικής Κρίσης στις ΜΜΕ	59
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΡΟΠΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΜΜΕ	70
4.1. Βασικές & Εναλλακτικές Πηγές Χρηματοδότησης ΜΜΕ.....	70
4.1.1. Βασικές Πηγές Χρηματοδότησης ΜΜΕ	70
4.1.2. Εναλλακτικές Πηγές Χρηματοδότησης ΜΜΕ	75

4.2. Στατιστικά στοιχεία Χρηματοδότησης ΜΜΕ	76
--	-----------

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΜΜΕ ΣΕ ΕΘΝΙΚΟ & ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ.....	81
---	-----------

5.1.Εθνικές Πολιτικές	81
------------------------------------	-----------

<i>5.1.1. Εθνικές Πολιτικές</i>	<i>81</i>
---------------------------------------	-----------

<i>5.1.2. Εθνικοί Φορείς & Ταμεία</i>	<i>88</i>
---	-----------

<i>5.1.3. Εθνικά Προγράμματα.....</i>	<i>91</i>
---------------------------------------	-----------

5.2.Κοινοτικές Προτοβουλίες Ενίσχυσης ΜΜΕ.....	99
---	-----------

<i>5.2.1. Ευρωπαϊκές Πολιτικές & Κατευθύνσεις</i>	<i>99</i>
---	-----------

<i>5.2.2. Ευρωπαϊκοί Φορείς & Ταμεία</i>	<i>102</i>
--	------------

<i>5.2.3. Ευρωπαϊκά Προγράμματα</i>	<i>104</i>
---	------------

<i>5.2.4. Δίκτυο Επιχειρηματικής Πληροφόρησης</i>	<i>107</i>
---	------------

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	109
---------------------------	------------

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	111
---------------------------	------------

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ.....	115
--------------------------------	------------

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1	116
--------------------------	------------

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2	118
--------------------------	------------

ΠΙΝΑΚΕΣ

Πίνακας 1: Κατηγορίες ΜΜΕ	9
---------------------------------	---

Πίνακας 2: Στοιχεία ΜΜΕ στην Ελλάδα σε σύγκριση με Ε.Ε. 27.....	19
---	----

Πίνακας 3: Χαρακτηριστικά Κλάδου ανάλογα με την κατάσταση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος	32
---	----

Πίνακας 4: Εξέλιξη Βασικών Μακροοικονομικών Αγαθών	58
--	----

Πίνακας 5: Ανάκαμψη το 2013	59
-----------------------------------	----

Πίνακας 6: Δείκτης Πτωχεύσεων	69
-------------------------------------	----

Πίνακας 7: Χρηματοδοτικά Εργαλεία- Οφέλη& Τομείς Εφαρμογής	74
--	----

Πίνακας 8: Ευρωπαϊκά Προγράμματα Χρηματοδότησης μέσω Χρηματοδοτικών Εργαλείων	75
---	----

Πίνακας 9: Παρεχόμενα Προγράμματα Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων	89
---	----

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΑ

Διάγραμμα 1: Συνολική Επιχειρηματικότητα Αρχικών σταδίων	10
Διάγραμμα 2: Προφίλ Ελλάδας αναφορικά με την πολιτική SBA.....	20
Διάγραμμα 3: Επιχειρηματικότητα	21
Διάγραμμα 4: Δεύτερη Ευκαιρία	22
Διάγραμμα 5: Ανταπόκριση της Δημόσιας Διοίκησης	23
Διάγραμμα 6: Κρατικές Ενισχύσεις.....	24
Διάγραμμα 7: Πρόσβαση στην Χρηματοδότηση.....	25
Διάγραμμα 8: Ενιαία Αγορά.....	26
Διάγραμμα 9: Δεξιότητες & Καινοτομία.....	27
Διάγραμμα 10: Περιβάλλον	28
Διάγραμμα 11: Διεθνοποίηση	29
Διάγραμμα 12: Εκπόνηση Χρηματοοικονομικού Σχεδίου	39
Διάγραμμα 13: Διπλά Ελλείμματα	52
Διάγραμμα 14: Ποσοστό Ανεργίας 2003-2014	56
Διάγραμμα 15: Ποσοστό Πληθωρισμού Δείκτη Τιμών Καταναλωτή.....	56
Διάγραμμα 16: Ρυθμός Ανάπτυξης ΑΕΠ	57
Διάγραμμα 17: Μέσος Μισθός & Περιθώριο Κέρδους	58
Διάγραμμα 18: Μεγέθυνση Απασχόλησης ΜΜΕ ανά κλάδο	61
Διάγραμμα 19: Ποσοστό Προστιθέμενης Αξίας ΜΜΕ 2008-2013.....	62
Διάγραμμα 20: Σημαντικότερα Προβλήματα ΜΜΕ το 2013.....	63
Διάγραμμα 21: Δείκτης Έναρξης Επιχειρηματικής Δραστηριότητας	68
Διάγραμμα 22: Ικανότητα Ελληνικών ΜΜΕ σε σχέση με τις χώρες της Ε.Ε.	69
Διάγραμμα 23: Εξωτερικές Πηγές Χρηματοδότησης Περιουσιακών Στοιχείων	77
Διάγραμμα 24: Μεταβολή Πηγών Χρηματοδότησης Περιουσιακών Στοιχείων 2006-2011	78
Διάγραμμα 25: Χρηματοδότηση Επενδύσεων.....	78
Διάγραμμα 26: Διαχρονική Εξέλιξη Μεταβολής μακροπρόθεσμου και βραχυπρόθεσμου χρέους ΜΜΕ	80
Διάγραμμα 27: Δομή ΕΛΤΕπ ΜΜΕ.....	91
Διάγραμμα 28: Δράση της ΕΤΕπ στην Ελλάδα	103

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι ΜΜΕ αποτελούν την συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα. Παράγουν ένα πολύ μεγάλο μέρος του ΑΕΠ της χώρας και η προσφορά τους αναφορικά με την απασχόληση είναι πολύ σημαντική. Ωστόσο, η ελληνική οικονομική κρίση που ξέσπασε το 2008, ως αποτέλεσμα της διεθνούς κρίσης που ξεκίνησε από το 2007 και εξαπλώθηκε αλλά και των δυσμενών πολιτικών που εφαρμόστηκαν στην Ελλάδα, μέσα στο ενιαίο ευρωπαϊκό νομισματικό πλαίσιο, επιδείνωσε δραματικά την δράση των ΜΜΕ.

Οι Ελληνικές ΜΜΕ αδυνατούν εν μέσω οικονομικής κρίσης να αποκτήσουν πρόσβαση στην χρηματοδότηση και ένα μεγάλο ποσοστό των αιτημάτων τους απορρίπτεται εντείνοντας έτσι τα προβλήματα επιβιώσής τους στο έντονο διεθνές ανταγωνιστικό επιχειρηματικό περιβάλλον.

Η Ευρώπη έχει αναγνωρίσει την μεγάλη αξία που έχουν οι ΜΜΕ στην οικονομία και για αυτό το λόγο έχει προωθήσει πολλά προγράμματα και πολιτικές που στόχο έχουν την ενίσχυση και την προώθηση της επιχειρηματικότητας και της επιβίωσης των ΜΜΕ, αναφορικά με την πρόσβαση στην χρηματοδότηση, την εξωστρέφεια, την καινοτομία και άλλους τομείς.

Πλήθος προγραμμάτων εφαρμόζονται στην Ελλάδα μέσω των Εθνικών Στρατηγικών Πλαισίων Αναφοράς 2007-2013 και 2014-2020, εν μέσω της οικονομικής κρίσης. Οι εθνικές αυτές στρατηγικές προσπαθούν μέσω των επιχειρησιακών και τομεακών προγραμμάτων τους να αξιοποιήσουν και να εφαρμόσουν την χρηματοδότηση της Ε.Ε. εφαρμόζοντας τις κατάλληλες πολιτικές με συγχρηματοδότηση και του Δημόσιου Φορέα.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι η μελέτη των τρόπων ενίσχυσης των ΜΜΕ εν μέσω οικονομικής κρίσης. Για το σκοπό αυτό στην παρούσα εργασία υπάρχουν πέντε κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο, παρουσιάζονται οι έννοιες της επιχειρηματικότητας και των ΜΜΕ, τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματά τους, οι λόγοι αποτυχίας τους και κάποια στατιστικά στοιχεία των ΜΜΕ στην Ελλάδα. Στο δεύτερο κεφάλαιο, αναλύονται οι στρατηγικές των ΜΜΕ, το επιχειρηματικό σχέδιο και ο χρηματοοικονομικός σχεδιασμός των ΜΜΕ. Στο τρίτο κεφάλαιο,

προσεγγίζεται η έννοια της οικονομικής κρίσης, μέσα από το θεωρητικό υπόβαθρο, παρουσιάζονται τα βασικά στοιχεία της διεθνούς οικονομικής κρίσης αλλά και της ελληνικής οικονομικής κρίσης που ξέσπασε το 2008. Επίσης, παρουσιάζονται οι επιπτώσεις που είχε η οικονομική κρίση τόσο στα οικονομικά μεγέθη της Ελλάδας γενικότερα όσο και στις ΜΜΕ ειδικότερα. Στο τέταρτο κεφάλαιο, αναφέρονται οι πηγές χρηματοδότησης που έχουν ως επιλογή οι ελληνικές ΜΜΕ εν μέσω οικονομικής κρίσης καθώς και στατιστικά στοιχεία για την χρηματοδότηση των ελληνικών ΜΜΕ. Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο, αναφέρεται αναλυτικά όλο το πλέγμα, εθνικό και ευρωπαϊκό, που αναπτύχθηκε, εν μέσω κρίσης, με προγράμματα, πολιτικές και δράσεις, με στόχο την ενίσχυση των ΜΜΕ και οι τρόποι χρηματοδότησης των ΜΜΕ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Στον παρόν κεφάλαιο, αναλύονται διάφορες συνιστώσες των ΜΜΕ, μέσα από μια εννοιολογική προσέγγιση. Δίνονται οι σχετικοί ορισμοί, αναλύονται οι τύποι και οι μορφές των ΜΜΕ, τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα των ΜΜΕ σε σχέση με τις μεγάλες επιχειρήσεις, οι λόγοι αποτυχίας τους αλλά και κάποια στατιστικά στοιχεία για το προφίλ των ΜΜΕ στην Ελλάδα.

1.1. ΟΡΙΣΜΟΣ ΜΜΕ

Σύμφωνα με την Σύσταση της Επιτροπής (2003/361/ΕΚ) επιχείρηση θεωρείται κάθε μονάδα, ανεξάρτητα από την νομική της μορφή, που ασκεί οικονομική δραστηριότητα. Ως τέτοιες νοούνται, ιδίως, οι μονάδες που ασκούν βιοτεχνική ή άλλη δραστηριότητα, ατομικά ή οικογενειακά, προσωπικές εταιρείες ή ενώσεις προσώπων που ασκούν τακτικά μια οικονομική δραστηριότητα.

Τα κριτήρια για την ένταξη μιας επιχείρησης στην κατηγορία των ΜΜΕ είναι:

- § Αριθμός εργαζομένων
- § Κύκλος εργασιών ετησίως ή Συνολικός ετήσιος ισολογισμός

Πιο αναλυτικά, όπως φαίνεται και στο παρακάτω πίνακα, η κατηγορία των μεσαίων επιχειρήσεων αποτελείται από επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από 250 εργαζομένους και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει τα 50 εκατομμύρια ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 43 εκατομμύρια ευρώ.

Επίσης, ως πολύ μικρή επιχείρηση θεωρείται η επιχείρηση που απασχολεί λιγότερους από 10 εργαζομένους και της οποίας ο ετήσιος κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 2 εκατομμύρια ευρώ. Ως μικρή επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 50 εργαζομένους και της οποίας ο ετήσιος κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 10 εκατομμύρια ευρώ (Σύσταση της Επιτροπής 2003).

Πίνακας 1: Κατηγορίες Μικρών Μεσαίων Επιχειρήσεων (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Ιστοσελίδα)

Κατηγορία	Αριθμός Εργαζομένων	Κύκλος Εργασιών	Συνολικός Ισολογισμός
Μεσαίες	< 250	< 50 εκ. €	< 43 εκ. €
Μικρές	< 50	< 10 εκ. €	< 10 εκ. €
Πολύ Μικρές	< 10	< 2 εκ. €	< 2 εκ. €

Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση για τις Ευρωπαϊκές ΜΜΕ (2013-2014), οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν το 99% των επιχειρήσεων. Οι ΜΜΕ απασχολούν 2 στους 3 εργαζόμενους και παράγουν 58 cents για κάθε ευρώ της προστιθέμενης αξίας. Οι 9 από τις 10 επιχειρήσεις απασχολούν κάτω από 10 εργαζόμενους. Αναφορικά με την απασχόληση, οι πολύ μικρές επιχειρήσεις (micro) απασχολούν το 29% των εργαζομένων, οι μικρές επιχειρήσεις, το 21%, οι μεσαίες το 17% και οι μεγάλες επιχειρήσεις το 33% των εργαζομένων. Οι πέντε βασικότεροι τομείς των ΜΜΕ, από τους οποίους προέρχεται το 71% της προστιθέμενης αξίας της Ευρωπαϊκής οικονομίας είναι: βιομηχανικός κλάδος, κατασκευαστικός κλάδος, εστίαση και τρόφιμα, χονδρικό και λιανικό εμπόριο (European Commission 2014).

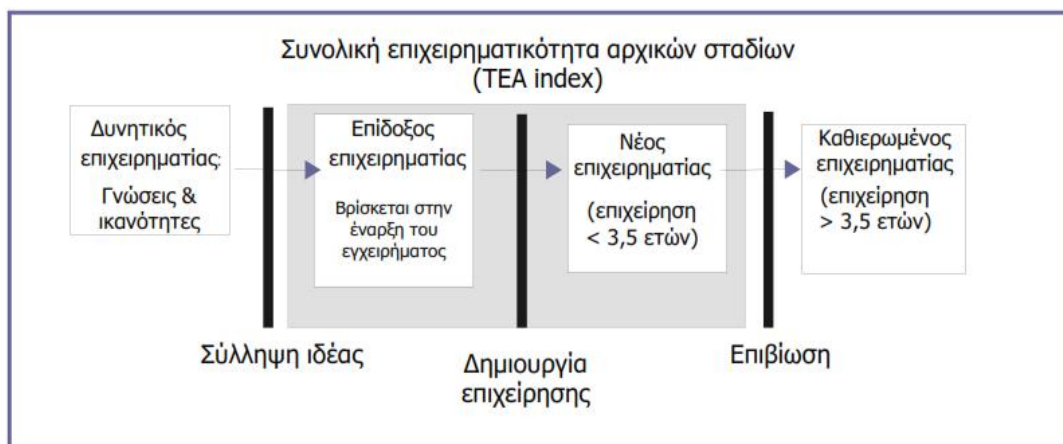
1.2. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

Σύμφωνα με το GEM, η επιχειρηματικότητα είναι κάθε προσπάθεια για δημιουργία μιας νέας επιχείρησης ή νέας δραστηριότητας, όπως ελεύθερο επάγγελμα, η δημιουργία ενός νέου επιχειρηματικού οργανισμού ή η επέκταση ήδη υπάρχουσας επιχείρησης, που γίνεται από έναν ιδιώτη, από ομάδες ιδιωτών ή από επιχειρήσεις που ήδη λειτουργούν (Ιωαννίδης & Χατζηχρήστου 2012).

Φορέας της επιχειρηματικότητας είναι ο επιχειρηματίας και όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα, η επιχειρηματικότητα ξεκινά πολύ πριν ένα εγχείρημα γίνει λειτουργικό. Στο παρακάτω φαίνεται η συνολική επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων και η αντιστοίχιση με τον τύπο του επιχειρηματία. Ο δυνητικός

επιχειρηματίας είναι αυτός που έχει τις γνώσεις και την ικανότητα. Με την σύλληψη της ιδέας, ο επίδοξος, πια, επιχειρηματίας βρίσκεται στην έναρξη του εγχειρήματος. Ο νέος επιχειρηματίας είναι αυτός που έχει δημιουργήσει την επιχείρηση και μέχρι 3,5 έτη λειτουργίας της. Καθιερωμένος επιχειρηματίας θεωρείται αυτός που λειτουργεί μια επιχείρηση η οποία έχει καταφέρει να επιβιώσει πάνω από 3,5 έτη.

Διάγραμμα 1: Συνολική Επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων (Ιωαννίδης & Χατζηχρήστου 2012)



1.3. ΤΥΠΟΙ ΜΜΕ

1.3.1. Τύποι Έναρξης Επιχειρηματικής Δραστηριότητας

Πολλές φορές η έννοια του επιχειρηματία περιορίζεται σε αυτόν που ιδρύει μια νέα επιχείρηση. Ωστόσο, η επιχειρηματικότητα μπορεί να εκφραστεί και να ξεκινήσει και με άλλες εναλλακτικές μορφές, οπότε συνολικά η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει τις εξής επιλογές (Longenecker et al. 2005):

§ Εισαγωγή σε μια νέα οικογενειακή επιχείρηση

Η οικογενειακή επιχείρηση είναι μια ξεχωριστή περίπτωση ΜΜΕ, λόγω ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της και κυρίως λόγω του τρόπου λήψης των αποφάσεων. Αποτελείται από δυο ή περισσότερα μέλη μιας οικογένειας που συμμετέχουν στην ιδιοκτησία και την λειτουργία και διαχείριση της επιχείρησης. Η οικογενειακή επιχείρηση έχει ως χαρακτηριστικό ότι περνά από γενιά σε γενιά και συνήθως είναι

μικρή. Σύμφωνα με τον Davis P., διευθυντή του Wharton Applied Research Center στο Wharton School της Philadelphia (Longenecker et al. 2005), τα βασικά πλεονεκτήματα μιας οικογενειακής επιχείρησης είναι:

- Û Διατήρηση του ανθρώπινου χαρακτήρα στην επιχείρηση.
- Û Επικέντρωση σε μακροπρόθεσμους στόχους
- Û Έμφαση στην ποιότητα λόγω της επιθυμίας διατήρησης μια καλής φήμης και παράδοσης της ποιότητας.

Ωστόσο, υπάρχει η δυσκολία της επικάλυψης ρόλων και του γεγονότος ότι πρέπει να συνυπάρξουν δυο διαφορετικές σχέσεις: η επαγγελματική και η οικογενειακή.

§ Άνοιγμα Επιχείρησης Δικαιόχρησης (ένταξη σε σύστημα franchising)

Το franchising αποτελεί ένα μοναδικό τύπο επιχειρηματικής δραστηριότητας που προσφέρει πολλές ευκαιρίες και ένα σημαντικό όπλο έναντι στο διεθνή ανταγωνισμό. Μάλιστα για μικρές επιχειρήσεις, φαίνεται να είναι μονόδρομος και όρος επιβίωσης. Προσφέρει στους καταναλωτές ότι και οι μεγάλες επιχειρήσεις αλλά σε συνδυασμό με τα θετικά χαρακτηριστικά των μικρών επιχειρήσεων, όπως είναι το φιλικό περιβάλλον. Επίσης, προσφέρει στους επιχειρηματίες την δυνατότητα να μειώσουν το συνολικό κίνδυνο ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης στο μηδέν. Ο επιχειρηματίας επωφελείται από την συσσωρευμένη επιχειρηματική εμπειρία όλων των μελών του συστήματος franchise. Στα πλεονεκτήματα του Franchise συγκαταλέγεται ο ενδεχόμενος περιορισμός της επιχειρηματικές λειτουργίες αλλά και η απώλεια της ανεξαρτησίας (Longenecker et al. 2005).

Πρόκειται για μια τυποποιημένη συμφωνία και μια σειρά σχέσεων που καθορίζουν τον τρόπο με τον οποίο δρα η επιχείρηση. Ο Franchisor, που είναι μια μεγάλη επιχείρηση, παραχωρεί σε μια άλλη μικρή επιχείρηση (Franchisee), το αποκλειστικό δικαίωμα, για μια σαφώς καθορισμένη γεωγραφική περιοχή, να χρησιμοποιεί την επωνυμία της, τα εμπορικά της σήματα, τις τεχνικές μάρκετινγκ και διοικήσεως και τα προϊόντα της έναντι αμοιβής. Οι οικονομικές επιβαρύνσεις του συστήματος, εκφράζονται συνήθως με royalty fees και franchise fees.

Πιο συγκεκριμένα, στην σύμβαση του franchising περιλαμβάνονται διάφοροι όροι και βέβαια, μεταξύ αυτών και οι υποχρεώσεις των δικαιοπαρόχων και των δικαιοδόχων. Οι δικαιοπάροχοι πρέπει να προσφέρουν τα εξής (Σκουλάς 2002):

- Πλήρης υποστήριξη στις αγορές προϊόντων
- Πλήρες σύστημα διαφήμισης και προβολής
- Πλήρη υποστήριξη λειτουργίας των επιχειρήσεων
- Άρτιες εγκαταστάσεις αποθήκευσης και δικτύου διακίνησης
- Ομάδα υποστήριξης δημιουργίας νέων καταστημάτων και επέκτασης και ανακαίνισης υπαρχόντων καταστημάτων
- Υποστήριξη με πλήρες λογιστικό και εξωλογιστικό σύστημα παρακολούθησης και ανάλυσης οικονομικών στοιχείων. Συμβουλευτική υποστήριξη σε θέματα οικονομικής διαχείρισης
- Παροχή υποστήριξης για εξεύρεση και αξιολόγηση προσωπικού
- Πλήρες πρόγραμμα κατάρτισης και ανάπτυξης στελεχών
- Πρόγραμμα ελέγχου ασφάλειας
- Πρόγραμμα ηλεκτρονικής υποστήριξης των καταστημάτων
- Πλήρες πρόγραμμα επικοινωνιών
- Πλήρες πακέτο λογότυπων, πινακίδων decor, στολών προσωπικού, κονκάρδων κτλ.

Οι υποχρεώσεις του δικαιοδόχου είναι οι εξής:

- Να προμηθεύεται όλα τα προϊόντα που χρησιμοποιεί από ή μέσω του δικαιοπαρόχου
- Οφείλει να πληρώσει δικαιώματα δικαιόχρησης εφόσον ζητηθούν από τον δικαιοπάροχο
- Υποστήριξη της προτεινόμενης λιανικής τιμολόγησης και του προγράμματος διαφήμισης και προβολών
- Να διατηρεί σε υψηλό επίπεδο συντήρησης και καθαριότητας τις εγκαταστάσεις, τα προϊόντα κτλ.
- Να εφαρμόζει το συνολικό πρόγραμμα που προσφέρει ο δικαιοπάροχος

§ Ίδρυση νέας επιχείρησης

Ένας άλλος τρόπος έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας, βέβαια, είναι η ίδρυση μιας νέας επιχείρησης, είτε λόγω μιας νέας εφεύρεσης, είτε μέσω εφαρμογής μιας νέας τεχνολογίας, είτε μέσω της προσφοράς ήδη υπάρχουσας υπηρεσίας ή προϊόντος αλλά με βελτιωμένο τρόπο διεξαγωγής των παλιών λειτουργιών. Η τρίτη περίπτωση αφορά στις περισσότερες περιπτώσεις ίδρυσης νέας επιχείρησης. Με την ίδρυση νέας επιχείρησης αποφεύγονται οι ανεπιθύμητοι παράγοντες που συνοδεύουν τα άλλα είδη, και επίσης δίνεται η ελευθερία επιλογής της ιδανικής τοποθεσίας, του εξοπλισμού, των προϊόντων κτλ.. Το ρίσκο, φυσικά, σε μια τέτοια περίπτωση είναι πολύ μεγαλύτερο για αυτό το λόγο το περιθώριο κέρδους και η απόδοση της επένδυσης θα πρέπει να είναι μεγάλα ώστε να επιτρέπουν λάθη.

§ Αγορά υπάρχουσας επιχείρησης

Οι λόγοι για τους οποίους μπορεί ένας επιχειρηματίας να επιλέξει αυτόν τον τρόπο επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι (Longenecker et al. 2005):

- Για την μείωση μερικών αβεβαιοτήτων που πρέπει να αντιμετωπιστούν κατά την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης από το μηδέν
- Για την απόκτηση μιας επιχείρησης με συνεχείς λειτουργίες και καθιερωμένες σχέσεις με πελάτες και προμηθευτές
- Για την απόκτηση μιας καθιερωμένης επιχείρησης σε χαμηλότερη τιμή από ότι θα κόστιζε η ίδρυση μιας νέας επιχείρησης

Ωστόσο, η διαδικασία για την ανεύρεση μιας επιχείρησης προς αγορά πρέπει να γίνει προσεκτικά. Πρέπει να ανευρεθούν οι λόγοι πώλησης της επιχείρησης, να αξιολογηθούν τα οικονομικά της στοιχεία.

1.3.2. Μορφές Εταιρείας

Τα εταιρικά σχήματα που μπορεί να πάρει μια μικρομεσαία επιχείρηση έχουν τις εξής μορφές (Σκουλάς 2002):

- 1) Ομόρρυθμη Εταιρία (Ο.Ε.): Είναι προσωπική εταιρία. Χαρακτηριστικό στοιχείο αυτής της μορφής είναι ότι οι συνέταιροι είναι συνυπεύθυνοι «αλληλέγγυα και απεριόριστα». Ωστόσο, είναι μια απλή και όχι πολύπλοκη μορφή.
- 2) Ετερόρρυθμη Εταιρία (Ε.Ε.): Είναι προσωπική εταιρία. Υπάρχει ένας τουλάχιστον ομόρρυθμος εταίρος ωστόσο, υπάρχουν και εταίροι που δεν είναι «αλληλέγγυα και απεριόριστα» συνυπεύθυνοι αλλά έως το ποσό της συνεισφοράς τους.
- 3) Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.): Αποτελεί μια ενδιάμεση μορφή προσωπικής και ανώνυμης εταιρείας. Χαρακτηριστικό πλεονέκτημα αυτής της μορφής είναι ότι δεν υπάρχουν εταίροι με απεριόριστη ευθύνη. Ωστόσο, αυτό επηρεάζει αρνητικά την πιστοληπτική ικανότητα της εταιρίας.
- 4) Ανώνυμη Εταιρία (Α.Ε.): Είναι ανώνυμη εταιρία. Αποτελεί την σοβαρότερη μορφή εταιρικής δραστηριότητας και διέπεται από ειδικό νομικό καθεστώς. Για την ίδρυση μιας Α.Ε., απαιτείται μεγάλο κεφάλαιο, το οποίο διαιρείται σε ίσα μέρη που παίρνουν την μορφή των μετοχών.

1.4. ΣΤΑΔΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜΜΕ

Σύμφωνα με τον Butler (2001), υπάρχουν τρία στάδια ανάπτυξης μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Κατά την εκτίμηση του συγγραφέα το 80% των μικρομεσαίων επιχειρήσεων περνά από όλα τα στάδια. Σε κάποιες περιπτώσεις, ωστόσο, οι επιχειρηματίες παραιτούνται της προσπάθειας πριν καν τελειώσει η πρώτη φάση, ή κάποιες επιχειρήσεις στήνονται όταν ήδη έχει εδραιωθεί η επιχείρηση οπότε αυτή περνά κατευθείαν στην τρίτη φάση. Οι τρεις αυτές φάσεις είναι οι εξής:

Στάδιο 1- Αρχικό Στάδιο της Επιχείρησης

Διάρκεια: 6 μήνες με 3 χρόνια

Σε αυτό το στάδιο, οι πρωταρχικοί στόχοι της μικρομεσαίας επιχείρησης είναι η επιβίωση της επιχείρησης και η επίτευξη ενός επιπέδου εξισορρόπησης αλλά και κερδοφορίας.

Στάδιο 2- Σχετική Σταθερότητα

Διάρκεια: 1 με 2 χρόνια

Σε αυτό το στάδιο στόχος της μικρομεσαίας επιχείρησης είναι η εδραίωση και η ανασκόπηση και επανεξέταση των λειτουργικών διαδικασιών της.

Στάδιο 3- Οικονομική Μεγέθυνση & Ανάπτυξη

Διάρκεια: Συνεχίζεται και στο μέλλον

Πρωταρχικός στόχος σε αυτή την φάση είναι ο σχεδιασμός της επικείμενης επέκτασης για την αύξηση του μεριδίου στην αγορά, την αύξηση του κύκλου εργασιών αλλά και της κερδοφορίας, που συνοδεύεται με την προσπάθεια αύξησης του κεφαλαίου.

1.5. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ & ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΜΕ

Κάθε είδος επιχείρησης, είτε ΜΜΕ, είτε μεγάλη, έχει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες έχουν τα εξής πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα (Σκουλάς, 2002):

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΜΕ

- § Οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες είναι σε θέση να γνωρίζουν καλύτερα τις ανάγκες των πελατών τους λόγω της στενής και άμεσης επαφής μαζί τους
- § Οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες μπορούν να αποκτήσουν στενές φιλικές σχέσεις με τους πελάτες τους που στηρίζονται στην εμπιστοσύνη

- § Το εργασιακό περιβάλλον ενδέχεται να είναι πιο ευχάριστο λόγω της καθημερινής και στενής επαφής που υπάρχει με τα προσωπικά με αποτέλεσμα την δημιουργία και ανάπτυξη κλίματος συνεργασίας και αλληλεγγύης και ομαδικού πνεύματος
- § Καλύτερη προσαρμογή στις εξελίξεις του περιβάλλοντος λόγω της μεγαλύτερης ευελιξίας που χαρακτηρίζει τις ΜΜΕ
- § Με την διαρκή παρουσία στους λειτουργικούς χώρους της επιχείρησης είναι σε θέση να παρεμβαίνουν προσωπικά αλλά και αποφασιστικά σε ζητήματα ελέγχου δαπανών, ελλειμμάτων από κλοπές, λάθη κτλ.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΜΕ

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις υστερούν σε αρκετά θέματα, τα οποία είναι τα βασικά πλεονεκτήματα των μεγάλων επιχειρήσεων. Πιο αναλυτικά:

- § Υστερούν στο επαγγελματικό μάνατζμεντ, στις μεθόδους και στα συστήματα που εφαρμόζονται αλλά και στα προγράμματα εκπαίδευσης του προσωπικού
- § Δεν μπορούν να εκμεταλλευτούν οικονομίες κλίμακας για μείωση κόστους παραγωγής και λειτουργίας
- § Δεν διαθέτουν μεγάλη αγοραστική δύναμη με αποτέλεσμα να μην μπορούν να επιτύχουν χαμηλό κόστος προμήθειας και συνεπώς να εξασφαλίσουν χαμηλότερες τιμές
- § Δεν μπορούν να κάνουν επιχειρησιακή έρευνα εύκολα, παρακολουθώντας τις εξελίξεις του περιβάλλοντος.

Αυτά τα μειονεκτήματα των ΜΜΕ μπορούν να αντιμετωπιστούν σε ένα βαθμό με συμπράξεις υπό την μορφή ομίλων αγορών, συνεταιριστικών σχημάτων ή σε ένταξη σε σύστημα franchising.

1.6. ΛΟΓΟΙ ΑΠΟΤΥΧΙΑΣ ΜΜΕ & ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ

Το απόσταγμα πλήθους μελετών αποδίδει στους εξής παράγοντες τις αποτυχίες των νέων επιχειρηματιών (Σκουλάς 2002):

- § Παρασύρονται επικίνδυνα από το όραμα τους σε βαθμός που χάνουν την αντικειμενικότητα τους. Το όραμα είναι βέβαια απαραίτητο για την επιτυχημένη επιχειρηματική δραστηριότητα, αρκεί να μην παραγκωνίζεται η λογική ενώ είναι απαραίτητο να συνοδεύεται από συγκροτημένη σκέψη και τεκμηριωμένο σχεδιασμό.
- § Αγνοούν τον ανταγωνισμό. Πολλές φορές αρνούνται να λάβουν υπόψη τους ότι αυτό που σχεδιάζουν διατίθεται επαρκώς στην αγορά από τους ανταγωνιστές. Εκτός και αν πρόκειται να εισάγουν το προϊόν σε πολύ καλύτερη ποιότητα, σε φθηνότερη τιμή ή με κάποιο πλεονέκτημα έναντι των άλλων.
- § Αγνοούν τα εμπόδια εισόδου στην αγορά: Οι νέοι επιχειρηματίες, πολλές φορές, ακόμα και αν έχουν λύσει το πρόβλημα του λανσαρίσματος λόγω του ότι διαθέτουν ένα άριστο προϊόν, δεν φροντίζουν να εξασφαλίσουν καλό δίκτυο διανομής, ή τα απαραίτητα κεφάλαια.
- § Υπερδανεισμός ή ανεπαρκής κεφαλαιοποίηση: ακόμα και επιχειρήσεις που παράγουν κέρδος παρατηρείται κάποιες φορές ότι πτωχεύουν και αυτό συμβαίνει διότι τα τοκοχρεολύσια μαζί με άλλες βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις είναι μεγαλύτερες από το κέρδος συν τα ίδια κεφάλαια.
- § Έλλειψη στοιχειώδους επιχειρηματικού σχεδίου (business plan): ένα μεγάλο ποσοστό ΜΜΕ αποτυγχάνουν λόγω έλλειψης σωστού προγραμματισμού και σχεδίου δράσης με αποτέλεσμα να μην μπορούν να προσαρμοστούν στις εξελίξεις της αγοράς.
- § Άλλα στοιχεία μπορεί να είναι η ακαταλληλότητα ή η μη προσβασιμότητα του χώρου, η έλλειψη χώρων στάθμευσης, η κακή εξυπηρέτηση, το ανειδίκευτο προσωπικό, οι κλοπές, η υπεξαίρεση κτλ.

Σύμφωνα με έρευνα της Brokaw, σε 500 εταιρίες που αναγνώρισε το περιοδικό Inc. ως τις επιχειρήσεις με την γρηγορότερη ανάπτυξη, τα διακριτικά χαρακτηριστικά της επιτυχημένης ίδρυσης επιχείρησης με γρήγορη ανάπτυξη είναι τα εξής (Longenecker et al. 2005):

- § Η επιχείρηση είναι πολύ συχνά ομαδική προσπάθεια
- § Οι ιδρυτές φέρουν σημαντική εμπειρία στην επιχείρηση
- § Οι ιδρυτές επιχειρήσεων με γρήγορους ρυθμούς ανάπτυξης έχουν ιδρύσει και άλλες επιχειρήσεις στο παρελθόν
- § Έχουν καλύτερη χρηματοδότηση και ξεκινούν με περισσότερα χρήματα
- § Οι ιδρυτές των επιτυχημένων επιχειρήσεων μοιράζονται την ιδιοκτησία της επιχείρησης
- § Δεν περιορίζονται στις τοπικές αγορές.

1.7. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Οι ΜΜΕ αποτελούν την βασική δομή της ελληνικής οικονομίας. Σύμφωνα με το ενημερωτικό δελτίο (2012) της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την SBA στην Ελλάδα, τα στοιχεία του οποίου απεικονίζονται στο παρακάτω διάγραμμα, υπάρχουν 727.883 ΜΜΕ και 399 μεγάλες επιχειρήσεις. Αυτό σημαίνει ότι το ποσοστό των ΜΜΕ στο σύνολο των επιχειρήσεων είναι 99,9%. Το ποσοστό των πολύ μικρών επιχειρήσεων είναι μεγαλύτερο από τον μέσο της Ε.Ε. των 27 κρατών μελών. Οι ελληνικές πολύ μικρές επιχειρήσεις απασχολούν περισσότερο προσωπικό (57,1%) από την μέση ευρωπαϊκή πολύ μικρή επιχείρηση (29,6%). Η συμβολή των ΜΜΕ στην απασχόληση είναι υψηλότερη στην Ελλάδα (85,2%) σε σχέση με την Ε.Ε. (67,4%). Η συμβολή των ΜΜΕ στην προστιθέμενη αξία υπερβαίνει το μέσο όρο της Ε.Ε. (70,2% έναντι 58,1% αντίστοιχα) (Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών 2014).

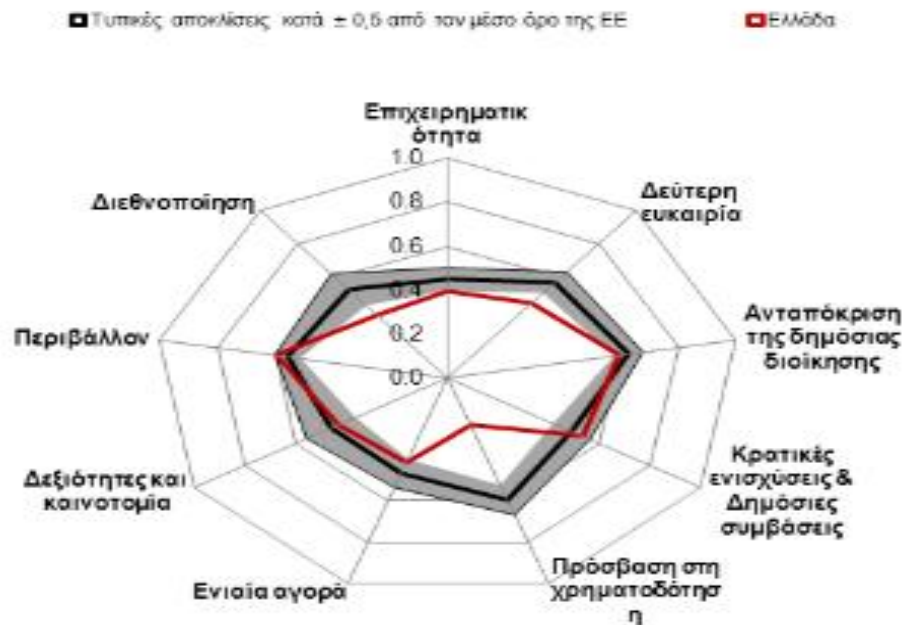
Πίνακας 2: Στοιχεία για ΜΜΕ στην Ελλάδα σε σύγκριση με Ε.Ε.-27

Μέγεθος	Επιχειρήσεις			Απασχόληση			Προστιθέμενη Αξία		
	Ελλάδα		ΕΕ (27)	Ελλάδα		ΕΕ (27)	Ελλάδα		ΕΕ (27)
	Αριθμός	%	%	Αριθμός	%	%	Δις €	%	%
Πολύ μικρές (μέχρι 9 άτομα εργ/ζόμενους)	703.648	96,6	92,2	1.338.671	57,1	29,6	23	34,2	21,2
Μικρές (10-49 εργ/ζόμενους)	21.586	3,0	6,5	404.290	17,2	20,6	14	21,2	18,5
Μεσαίες (50-250 εργ/ζόμενους)	2.649	0,4	1,1	255.492	10,9	17,2	10	14,8	18,4
ΜμΕ	727.883	99,9	99,8	1.998.453	85,2	67,4	47	70,2	58,1
Μεγάλες (250 + εργ/ζόμενους)	399	0,1	0,2	346.200	14,0	32,6	20	29,8	41,9
Σύνολο	728.282	100	100	2.344.653	100	100	66	100	100

Πηγή: Ενημερωτικό Δελτίο (2012) της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την SBA στην Ελλάδα

Σύμφωνα με τα ενημερωτικά δελτία της ευρωπαϊκής πρωτοβουλίας για τις ΜΜΕ (SBA), το προφίλ της Ελλάδας αναφορικά με τις πρόσφατες τάσεις και εθνικές πολιτικές που επηρεάζουν τις ΜΜΕ διαμορφώνεται όπως απεικονίζεται στο παρακάτω διάγραμμα. Σε γενικές γραμμές το προφίλ της Ελλάδας αναφορικά με την πολιτική SBA παραμένει ανεπαρκές. Δεν υπάρχει κανένα στοιχείο στο οποίο να υπερβαίνει το μέσο όρο της Ε.Ε.. Τρεις, ωστόσο, είναι οι τομείς στους οποίους υστερεί σημαντικά: στην δεύτερη ευκαιρία, στην πρόσβαση στην χρηματοδότηση και στην διεθνοποίηση. Τα προηγούμενα έτη, το μεγαλύτερο πρόβλημα υπήρχε με την πρόσβαση στην χρηματοδότηση. Γενικά τα τελευταία χρόνια έχει σημειωθεί μια βελτίωση σε όλους τους τομείς (European Commission 2014).

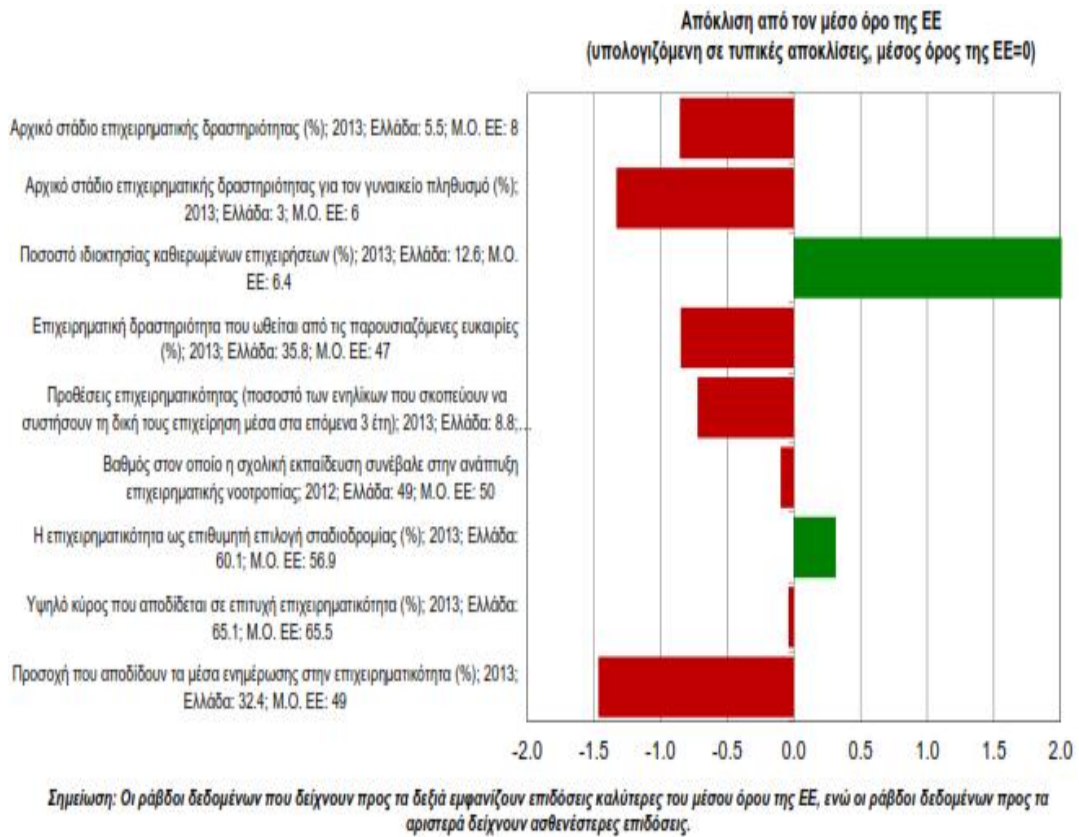
Διάγραμμα 2: Προφίλ Ελλάδας όσον αφορά την πολιτική SBA (European Commission 2014)



§ Επιχειρηματικότητα

Σε γενικές γραμμές, ο δείκτης αυτός ευθυγραμμίζεται με τον μέσο όρο της Ε.Ε., ωστόσο, πιο αναλυτικά, αναφορικά με επιμέρους συνιστώσες του δείκτη, η Ελλάδα υστερεί στους περισσότερους από αυτούς, όπως φαίνεται χαρακτηριστικά και στο παρακάτω διάγραμμα. Οι δείκτες που φαίνεται να βρίσκονται πάνω από τα μέσα όρο είναι το ποσοστό των καθιερωμένων επιχειρήσεων και το ποσοστό της επιχειρηματικότητας ως επιθυμητή επιλογή σταδιοδρομίας. Ιδιαίτερη απόκλιση από το ευρωπαϊκό μέσο όρο φαίνεται να έχουν οι δείκτες της γυναικείας επιχειρηματικότητας αλλά και η προσοχή που δίνουν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης στις ΜΜΕ.

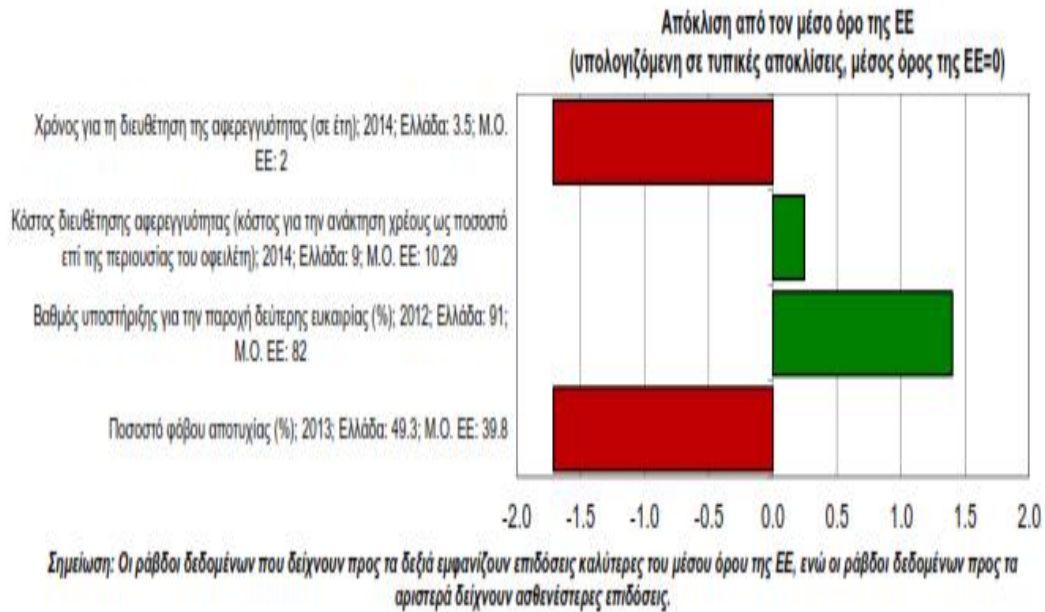
Διάγραμμα 3: Επιχειρηματικότητα (European Commission 2014)



§ Δεύτερη Ευκαιρία

Ο μέσος όρος αυτού του δείκτη έχει πέσει πολύ κάτω από το μέσο όρο. Αυτό οφείλεται, κυρίως, στην καθυστέρηση του χρόνου για την διευθέτηση της αφερεγγυότητας, που χρειάζεται πλέον 3,5 έτη. Ωστόσο, ένας από τους υψηλότερους δείκτες στην Ευρώπη είναι ο βαθμός υποστήριξης για την παροχή δεύτερης ευκαιρίας που φαίνεται να έχει αυξηθεί εν μέσω κρίσης.

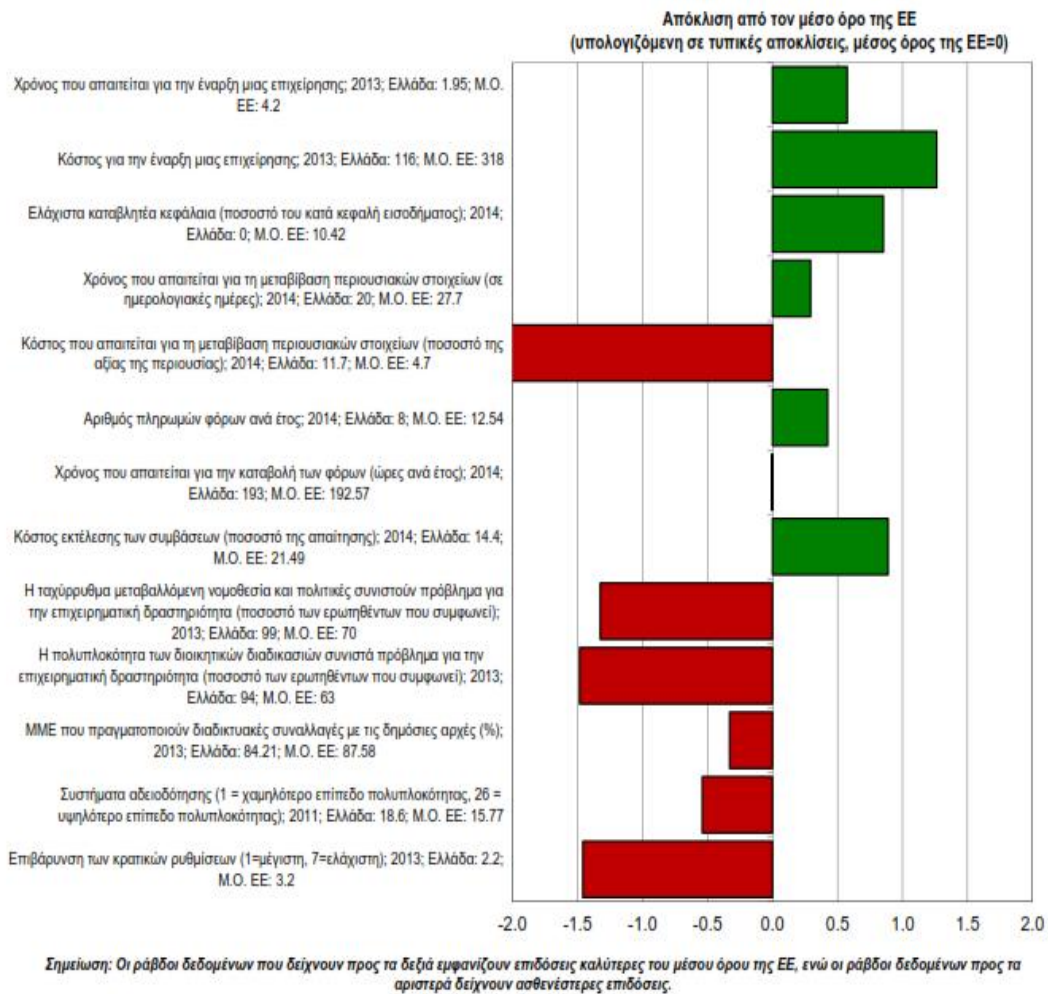
Διάγραμμα 4: Δεύτερη Ευκαιρία (European Commission 2014)



§ Ανταπόκριση της δημόσιας διοίκησης

Οι περισσότεροι δείκτες που εκφράζουν τον βαθμό φιλικότητας της δημόσιας διοίκησης προς τις επιχειρήσεις είναι αρκετά κάτω από το ευρωπαϊκό μέσο όρο. Το 99% των Ελλήνων πολιτών υποστηρίζει ότι οι συνεχώς μεταβαλλόμενες συνθήκες και πολιτικές αποτελούν μεγάλο πρόβλημα για τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες. Το 94% πιστεύει ότι το διοικητικό περιβάλλον είναι ιδιαίτερα πολύπλοκο. Σημαντικά αρνητικοί είναι οι δείκτες που εκφράζουν την επιβάρυνση του διοικητικού συστήματος στις επιχειρήσεις αλλά και την πολυπλοκότητα της έγκρισης και αδειοδότησης των επιχειρήσεων. Πολύ υψηλό επίσης, είναι το κόστος μεταβίβασης περιουσίας, το οποίο αυξήθηκε πολύ την περίοδο της κρίσης και από 4% της αξίας των περιουσιακών έφτασε στο 12%, το 2013. Αξιοσημείωτο, ωστόσο, είναι το γεγονός ότι απαιτείται λιγότερος χρόνος και μικρότερο κόστος για την έναρξη μιας επιχείρησης από ότι ίσχυε την περίοδο πριν την κρίση.

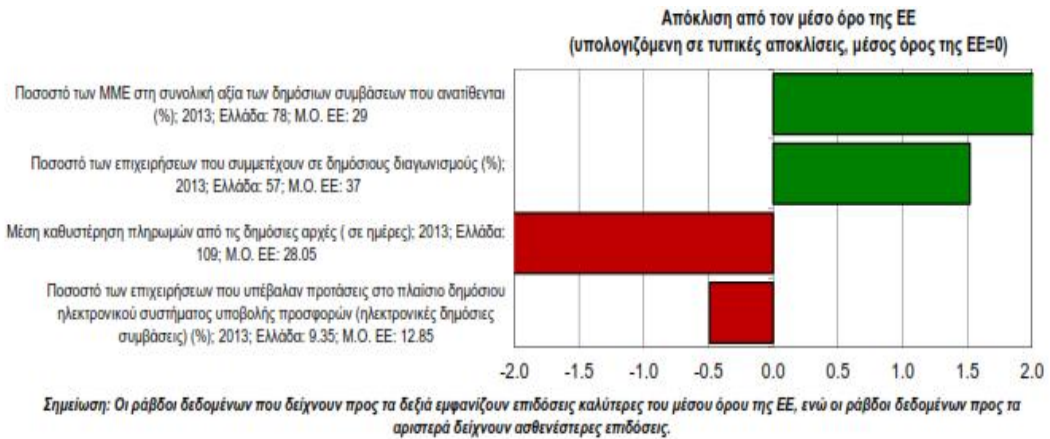
Διάγραμμα 5: Ανταπόκριση της Δημόσιας Διοίκησης (European Commission 2014)



§ Κρατικές Ενισχύσεις & Δημόσιες συμβάσεις

Υπάρχει μια σημαντική βελτίωση σε αυτόν τον τομέα και σε γενικές γραμμές ο γενικός δείκτης ευθυγραμμίζεται με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο. Αναφορικά με μεμονωμένους δείκτες, είναι πολύ υψηλό το ποσοστό συμμετοχής των ΜΜΕ στις δημόσιες συμβάσεις σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες. Ωστόσο, οι ΜΜΕ που μπήκαν σε δημόσιες συμβάσεις θα πρέπει να περιμένουν τριπλάσιο χρόνο για να πληρωθούν από τις δημόσιες αρχές σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Ο χρόνος αυτός έχει διπλασιαστεί κατά την διάρκεια της κρίσης, καθώς το 2007 ήταν 56 μέρες ενώ το 2013 ήταν 109. Σημαντική υστέρηση παρουσιάζουν οι Ελληνικές ΜΜΕ και στην υποβολή των προσφορών με ηλεκτρονικά μέσα.

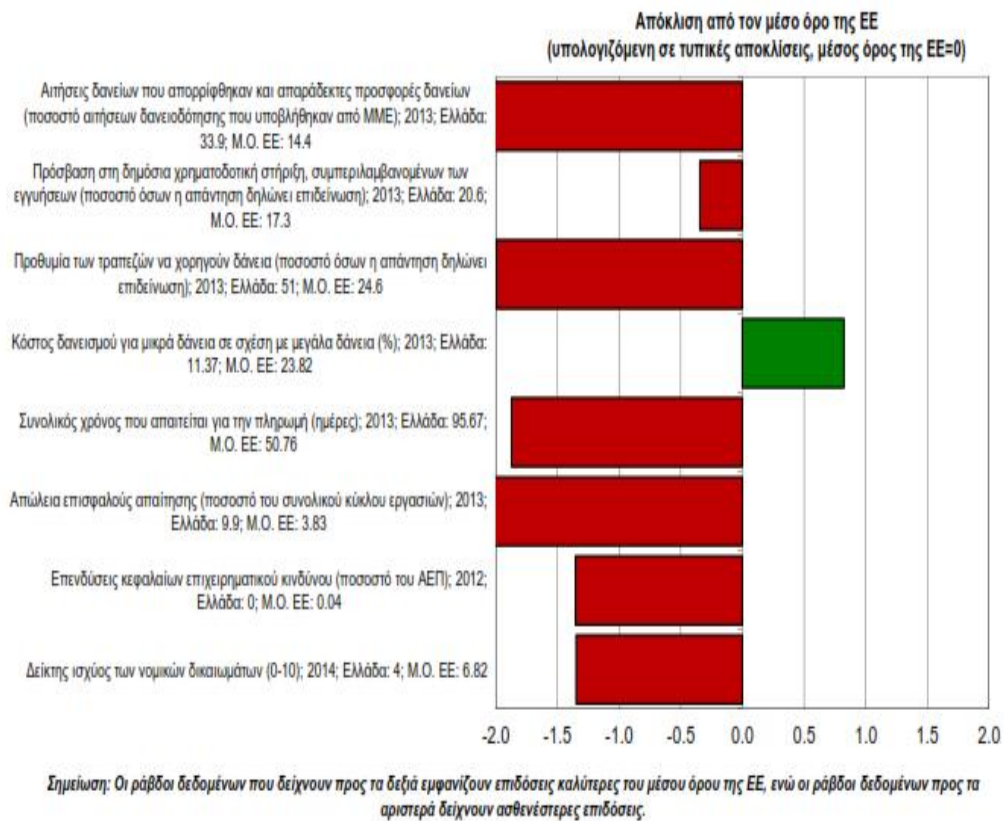
Διάγραμμα 6: Κρατικές Ενισχύσεις (European Commission 2014)



§ Πρόσβαση στην χρηματοδότηση

Η Ελλάδα σε αυτό τον τομέα υστερεί ιδιαίτερα σε σχέση με το ευρωπαϊκό μέσο όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα όπου όλοι πλην ενός από τους επιμέρους δείκτες είναι κατά πολύ κάτω από το ευρωπαϊκό μέσο όρο. 1 στους τρεις επιχειρηματίες που υπέβαλλαν αίτηση δανειοδότησης, είδε την αίτησή του να απορρίπτεται. Απαιτείται μεγάλο χρονικό διάστημα για την καταβολή των πληρωμών. Υπάρχει επίσης, μεγάλο ποσοστό ζημιών από επισφαλή χρέη το οποίο έχει αυξηθεί ιδιαίτερα κατά την διάρκεια της κρίσης (2%, το 2008 έναντι 10%, το 2013).

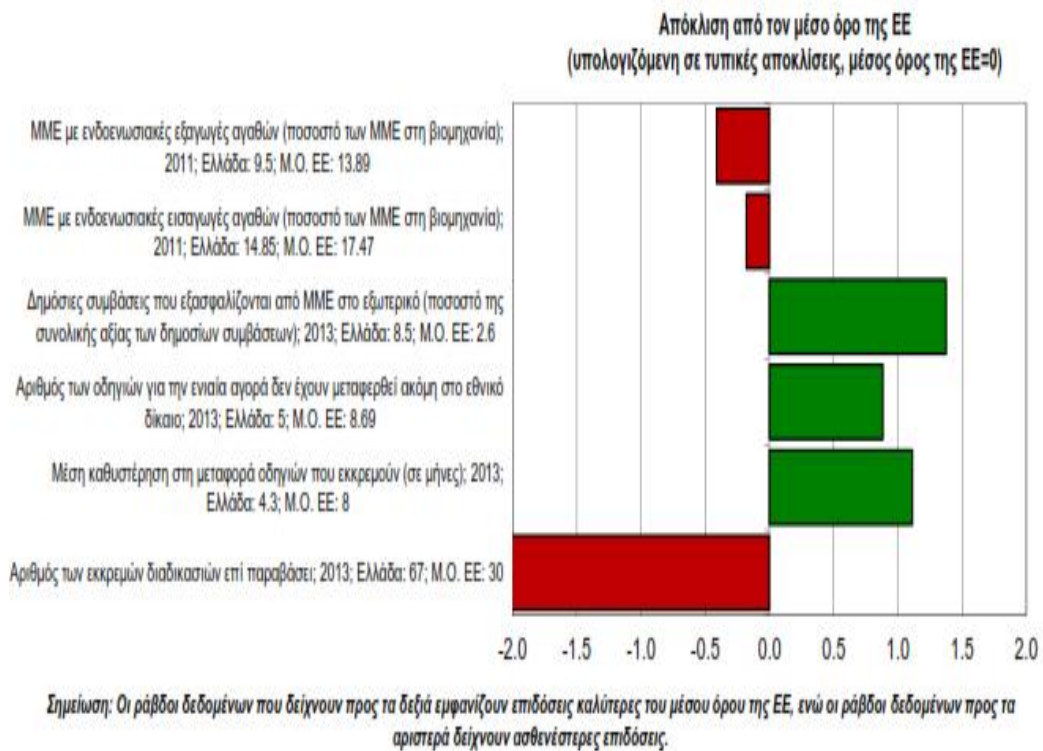
Διάγραμμα 7: Πρόσβαση στην χρηματοδότηση (European Commission 2014)



§ Ενιαία αγορά

Σε γενικές γραμμές, η Ελλάδα υστερεί αναφορικά με τις συναλλαγές των ΜΜΕ με την ενιαία αγορά. Αξιοσημείωτο, ωστόσο, είναι το γεγονός ότι οι εξαγωγές και εισαγωγές του βιομηχανικού τομέα διπλασιάστηκαν από το 2010 στο 2011. Υψηλότερο από το μέσο όρο είναι και το συνολικό ποσό των δημόσιων συμβάσεων με την ενιαία αγορά. Οι συνθήκες, επίσης, ενδοενοσιακού εμπορίου έχουν βελτιωθεί αρκετά. Μειώθηκε αρκετά κατά την περίοδο της κρίσης, ο χρόνος που χρειάζεται για να ενσωματωθεί στο εθνικό δίκαιο η νομοθεσία για την ενιαία αγορά. Ωστόσο, παραμένει σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα, ο αριθμός των διαδικασιών επί παραβάσει που εκκρεμούν.

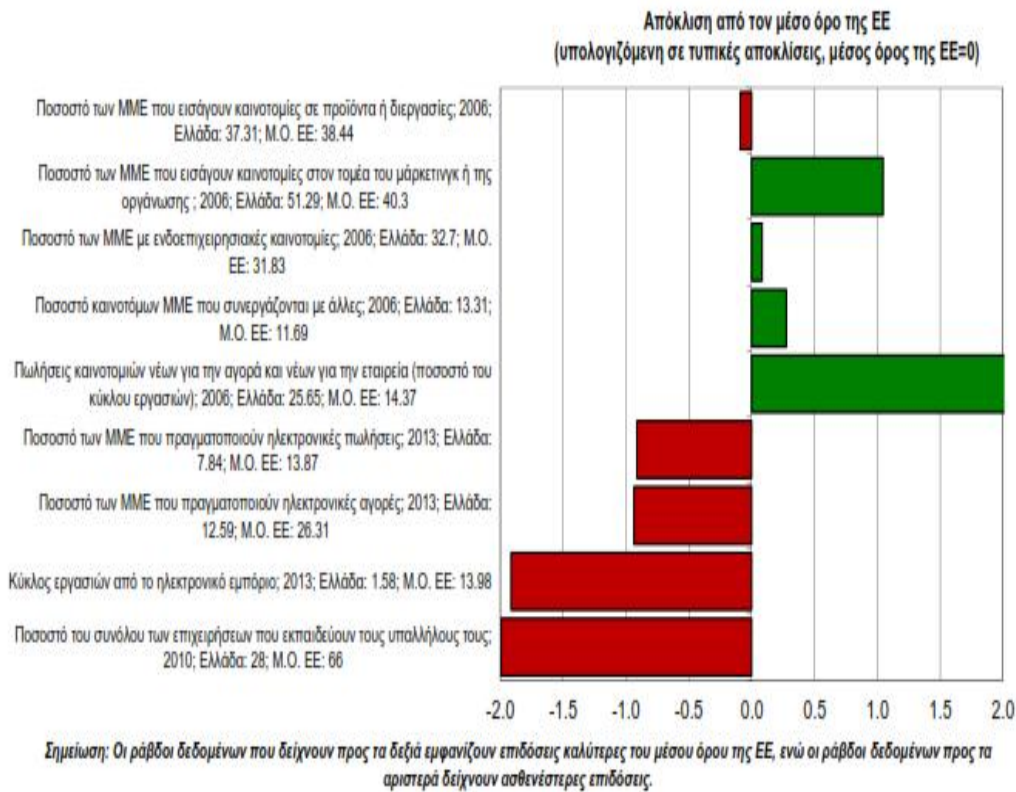
Διάγραμμα 8: Ενιαία Αγορά (European Commission 2014)



§ Δεξιότητες & καινοτομία

Αν και δεν υπάρχουν αρκετά διαθέσιμα στοιχεία για αυτόν τον τομέα, είναι γεγονός ότι οι ΜΜΕ δυσκολεύονται να επενδύσουν στην καινοτομία, δεδομένης της παρατεταμένης ύφεσης και της οικονομικής και πολιτικής αστάθειας. Το ποσοστό των συναλλαγών που πραγματοποιούν οι ΜΜΕ μέσω διαδικτύου έχει βέβαια βελτιωθεί ελαφρώς τα τελευταία χρόνια αλλά υστερεί σε σχέση με το ευρωπαϊκό μέσο όρο. Το χάσμα είναι ακόμα μεγαλύτερο αναφορικά με το ηλεκτρονικό εμπόριο. Ιδιαίτερα χαμηλός είναι ο δείκτης κατάρτισης των εργαζομένων.

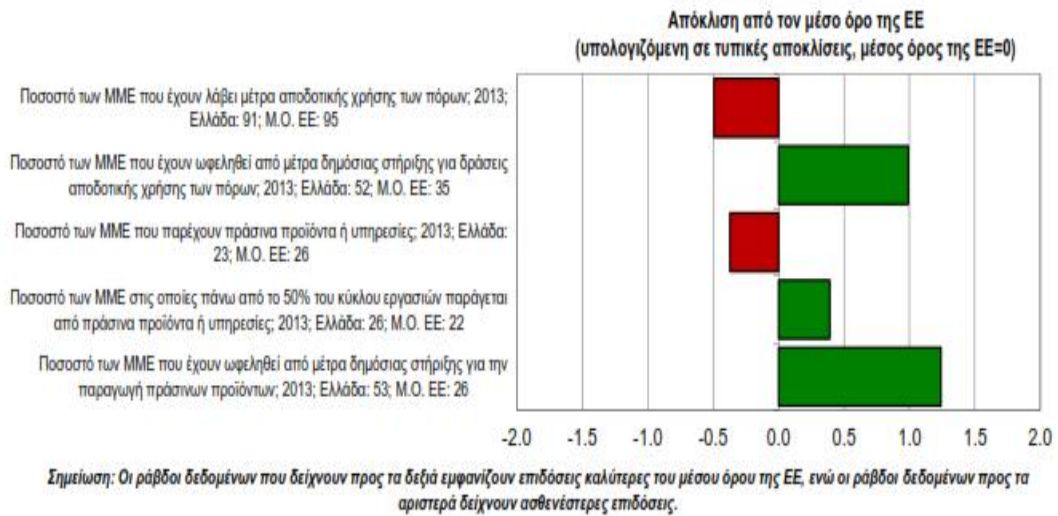
Διάγραμμα 9: Δεξιότητες & Καινοτομία (European Commission 2014)



§ Περιβάλλον

Αναφορικά με αυτόν το δείκτη η Ελλάδα ευθυγραμμίζεται με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο. Οι ελληνικές ΜΜΕ έχουν επωφεληθεί ιδιαίτερα από τις σχετικές πολιτικές. Υπάρχει μεγάλη ωφέλεια από δημόσια στήριξη μέτρων για την αποδοτική χρήση των πόρων και για την παραγωγή «πράσινων» προϊόντων. Αυτό δεν σημαίνει βέβαια, ότι έχει αυξηθεί το ποσοστό των ΜΜΕ που επενδύουν σε μέτρα για την αποδοτική χρήση των πόρων.

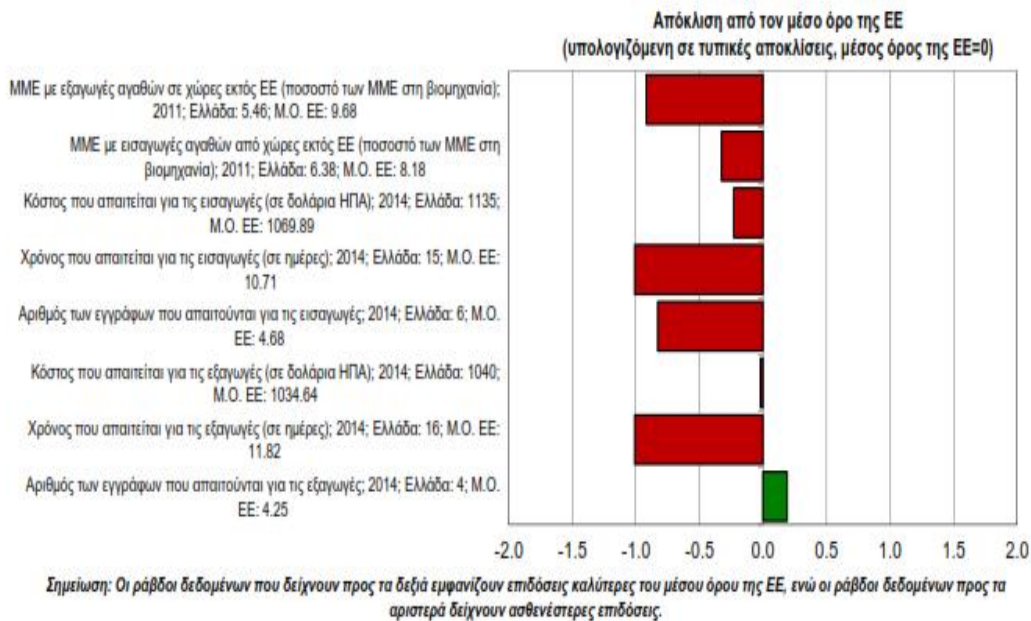
Διάγραμμα 10 Περιβάλλον (European Commission 2014)



§ Διεθνοποίηση

Σε αυτόν τον τομέα, η Ελλάδα υστερεί αρκετά σε σχέση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο. Οι συναλλαγές με χώρες εκτός της Ε.Ε. δεν έχουν βελτιωθεί αρκετά. Το ποσοστό των ΜΜΕ μεταποιητικού τομέα που εισάγουν και εξάγουν σε τρίτες χώρες δεν μεταβλήθηκε πολύ σε σχέση με την περίοδο πριν την κρίση. Δεν ισχύει βέβαια το ίδιο και για τον τουριστικό τομέα. Σε γενικές γραμμές, οι συναλλαγές των ΜΜΕ στην Ελλάδα με άλλες τρίτες χώρες κοστίζουν πολύ περισσότερο από ότι για άλλες χώρες της Ευρώπης.

Διάγραμμα 11: Διεθνοποίηση (European Commission 2014)



Σύμφωνα με έρευνα του ΙΜΕ ΓΕΣΒΕΕ (2015), η γενική οικονομική κατάσταση των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων, το 2014-2015 μπορεί να αποτυπωθεί ως εξής:

- § Οι περισσότερες επιχειρήσεις καταγράφουν αρνητικές επιδόσεις σε όλους του δείκτες (τζίρος, ζήτηση, παραγγελίες, ρευστότητα). Μόλις 1 της 4 επιχειρήσεις παρουσίασε κέρδη τη χρήση που πέρασε, ενώ το 37,3% κατέγραψε ζημιές. Οι επιχειρήσεις με υψηλό κύκλο εργασιών και περισσότερο προσωπικό σημειώνουν καλύτερες επιδόσεις σε όλα τα μεγέθη.
- § Πάνω από της μισές επιχειρήσεις παρουσιάζουν μείωση τζίρου 53,2%, της ζήτησης 55,2%, των παραγγελιών 58,9%. Η συνολική πτώση στον τζίρο την περίοδο 2014-2015 άγγιξε το 13%. Η συνολική πτώση του τζίρου από την έναρξη της κρίσης υπολογίζεται σε 77%. Ο κλάδος του εμπορίου εμφανίζει της περισσότερες απώλειες.
- § Το 62,4% των επιχειρήσεων δηλώνει επιδείνωση στο δείκτη ρευστότητας ενώ το 12,1% προχώρησε σε επενδύσεις. Σε αυτές της κατηγορίες το συγκριτικό πλεονέκτημα το διατηρούν οι επιχειρήσεις μικρής ηλικίας με υψηλό τζίρο και με προσωπικό πάνω από 5 άτομα.

- § Το σημαντικότερο πρόβλημα μέσα στο 2014 για τις επιχειρήσεις ήταν η παγιωμένη αδυναμία τους να ξεφύγουν από την παγίδα των πολύ υψηλών φορολογικών και ασφαλιστικών υποχρεώσεων. Το 38,1% έχουν καθυστερημένες οφειλές στον ΟΑΕΕ. Πάνω από 20% των επιχειρήσεων εκτιμά ότι δεν θα μπορέσει να ανταποκριθεί στις φορολογικές υποχρεώσεις τους. ¼ επιχειρήσεων έχει καθυστερημένες οφειλές στις ΔΕΚΟ. Το 23,8% διατηρούν ληξιπρόθεσμες οφειλές σε προμηθευτές, το 17,9% σε ενοίκια και το 15,7% σε δόσεις δανείων.
- § Το δεύτερο εξάμηνο του 2014, οι απώλειες θέσεων απασχόλησης ανήλθαν σε 40.000.
- § Υπάρχουν προβλήματα με την καταβολή των μισθών, το ωράριο και την μορφή της απασχόλησης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ & ΣΤΟΙΧΕΙΑ MANAGEMENT MME

Στο παρόν κεφάλαιο, αναλύονται οι στρατηγικές που ακολουθούν οι MME στα πλαίσια της λειτουργίας της με σκοπό την επιβίωσή της στο συνεχώς μεταβαλλόμενο αλλά και ανταγωνιστικό περιβάλλον.

2.1. ΤΥΠΟΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ MME

Σε γενικές γραμμές, οι MME ακολουθούν είτε την στρατηγική της συγκέντρωσης είτε την στρατηγική της διαφοροποίησης (Porter 1980):

§ **Στρατηγική συγκέντρωσης:** απευθύνεται σε ένα συγκεκριμένο σύνολο ή μια συγκεκριμένη περιοχή ή μια συγκεκριμένη λειτουργία. Η ιδέα είναι ότι η επιχείρηση ειδικεύεται σε κάτι συγκεκριμένο.

§ **Στρατηγική διαφοροποίησης:** η διαφοροποίηση μπορεί να βασίζεται:

- σε τεχνολογική υπεροχή
- σε ποιότητα
- σε εξυπηρέτηση
- σε μια ιδιαίτερα χαμηλή τιμή

Ωστόσο, πέρα από αυτές τις δυο γενικές στρατηγικές, η MME μπορεί να εφαρμόσει ορισμένες στρατηγικές ανάλογα με την κατάσταση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Οι καταστάσεις αυτές διακρίνονται σε (Rue & Holland 1986):

Πίνακας 3: Χαρακτηριστικά Κλάδου ανάλογα με την κατάσταση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος (Rue & Holland 1986)

Κλάδος	Χαρακτηριστικά
Διασπασμένος Ανταγωνιστής	Δεν υπάρχει κάποιος μεγάλος ανταγωνιστής
Ωριμος Παρακμάζων	Έχει ολοκληρωθεί η γρήγορη ανάπτυξη Πτώση των πωλήσεων για μεγάλο χρονικό διάστημα
Νέος Κλάδος	Πτώση των πωλήσεων για μεγάλο χρονικό διάστημα Δεν έχουν αναπτυχθεί επιτυχημένες επιχειρήσεις ακόμα Δεν υπάρχουν σαφή κριτήρια επιτυχίας

Για κάθε κατηγορία κλάδου, παρακάτω αναφέρονται κάποιες ενδεδειγμένες στρατηγικές MME (Thompson & Strickland 1984):

Διασπασμένος κλάδος

- § Κατάκτηση κάποιου πλεονεκτήματος με βάση την τεχνολογική υπεροχή
- § Προσφορά πρόσθετης υπηρεσίας που δεν διατίθεται από κάποιο ανταγωνιστή
- § Μεγάλη εξειδίκευση προϊόντων με σύγχρονη άνοδο της ποιότητας και ποσότητας ειδών προϊόντων σε αυτόν τον εξειδικευμένο κλάδο
- § Απομόνωση και ενδιαφέρον για ένα συγκεκριμένο σύνολο καταναλωτών – αγοραστών

Ωριμος κλάδος

- § Σωστή κοστολόγηση για την διακοπή μη επικερδών προϊόντων
- § Τιμολόγηση που εκμεταλλεύεται περιθώρια προϊόντων
- § Ανάπτυξη νέων παραγωγικών διαδικασιών
- § Ανάπτυξη εξαγωγών

Παρακμάζων κλάδος

Πριν την οποιαδήποτε επιλογή στρατηγικής, η εσωτερική ανάλυση θα δείξει αν η κατάσταση της επιχείρησης είναι τέτοια ώστε να εξασφαλίζεται η βιωσιμότητά της στον κλάδο.

Νέος κλάδος

- § Ευέλικτη στρατηγική
- § Ταχύτητα στην παρουσίαση καινοτομιών
- § Έντονη διερεύνηση της αγοράς για τον εντοπισμό νέων πελατών ή νέων γεωγραφικών περιοχών ή νέων εφαρμογών
- § Καθιέρωση της φήμης της επιχείρησης σαν πρωτοπόρου

2.2. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Το επιχειρηματικό σχέδιο (business plan) αποτελεί την πυξίδα για τις ΜΜΕ. Η εκπόνηση επιχειρηματικού σχεδίου είναι απαραίτητη για την ίδρυση μιας ΜΜΕ αλλά και πριν από ριζικές αλλαγές στην λειτουργία της επιχείρησης για να εξασφαλιστεί η επιτυχημένη πορεία της. Το επιχειρηματικό σχέδιο περιλαμβάνει πέντε κεφάλαια με τα παραρτήματα της (Σκουλάς 2001):

A) Εισαγωγή και συνοπτική περιγραφή

Περιλαμβάνει το εξώφυλλο, τα περιεχόμενα και μια σύντομη περιγραφή της ιδέας του πλάνου.

B) Περιγραφή της επιχείρησης

Σε αυτό το κεφάλαιο υπάρχουν τρεις υποενότητες στις οποίες περιγράφονται σημαντικές πτυχές της επιχείρησης:

- § Η περιγραφή και η ταυτότητα της επιχείρησης: ποια είναι η νομική μορφή της επιχείρησης, ποια είναι η δραστηριότητά της και τα προϊόντα της, ωράριο λειτουργίας, ευκαιρίες ανάπτυξης, όραμα κτλ.
- § Προϊόντα/ Υπηρεσίες: εδώ γίνεται λεπτομερή περιγραφή των προϊόντων της επιχείρησης, ποια είναι τα πλεονεκτήματά της, ποια έχουν μεγαλύτερη ζήτηση κτλ.
- § Τοποθεσία της επιχείρησης: η περιοχή και η προσβασιμότητα της είναι κρίσιμα στοιχεία για μια επιχείρηση. Σημαντικό στοιχείο για τις μικρές επιχειρήσεις είναι να βρίσκονται κοντά στους πελάτες τους ώστε να μπορούν να ικανοποιήσουν άμεσα τις ανάγκες τους. Η ύπαρξη χώρου στάθμευσης αλλά και άλλα ζητήματα είναι σημαντικά.

Γ) Το σχέδιο Μάρκετινγκ (Marketing plan)

Σημαντικό εργαλείο για το σχέδιο μάρκετινγκ αποτελεί η ανάλυση SWOT (Strengths, Weakness, Opportunities, Threats). Η ανάλυση αυτή βοηθάει στον εντοπισμό των δυνατών και αδύνατων σημείων της επιχείρησης αλλά και των ευκαιριών και απειλών στο περιβάλλον της επιχείρησης. Το σχέδιο μάρκετινγκ περιλαμβάνει τα εξής:

- § **Ανάλυση Ανταγωνισμού:** ο ανταγωνισμός ιδιαίτερα στην σύγχρονη οικονομική ζωή είναι οξύς και μια επιχείρηση για να μπορέσει να ανταπεξέλθει σε αυτόν με επιτυχία πρέπει να μελετήσει τις στρατηγικές και τις πολιτικές των ανταγωνιστών της. Πρέπει να γνωρίζει ποιοι είναι οι άμεσοι και έμμεσοι ανταγωνιστές, ποια τα δυνατά και αδύνατα σημεία της, ποια η τιμολογιακή πολιτικής της, ποια τα χαρακτηριστικά των προϊόντων της.
- § **Τιμολογιακή Πολιτική:** η τιμολογιακή πολιτική αποτελεί ένα εργαλείο επιβίωσης από τον ανταγωνισμό. Τα στοιχεία που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη στην τιμολογιακή πολιτική, πέρα από την πολιτική των ανταγωνιστών, είναι το κόστος κίνησης των προϊόντων, η ανταγωνιστική θέση της επιχείρησης, η πολιτική πολλαπλών τιμών, το κόστος υλικών, προσωπικού, πάγιων εξόδων κτλ.

§ Διαφήμιση & Δημόσιες σχέσεις: Η διαφήμιση, η δικτύωση και οι δημόσιες σχέσεις γνωστοποιούν και προωθούν το προϊόν ώστε να προσελκύσει η επιχείρηση πελάτες και να έχει επιτυχημένη δραστηριότητα.

Δ) Το σχέδιο Διοίκησης και λειτουργικής διαχείρισης (management plan)- Ανθρώπινο Δυναμικό

Το management plan πρέπει να διαμορφωθεί με τρόπο ώστε να απαντά στα εξής ερωτήματα:

- § Ποια είναι η προηγούμενη απασχόληση και εμπειρία του επιχειρηματία;
- § Ποιες είναι οι αδυναμίες και τα δυνατά του σημεία;
- § Ποιοι θα στελεχώσουν την επιχείρηση και ποιοι θα αποτελούν την ηγετική ομάδα;
- § Ποια είναι τα δυνατά και αδύνατα σημεία της;
- § Ποια θα είναι τα καθήκοντά της;
- § Είναι τα καθήκοντα σαφώς ορισμένα;
- § Ποια είναι τα σχέδια της επιχείρησης για εκπαίδευση του προσωπικού;
- § Ποιοι θα είναι οι μισθοί; Θα υπάρχουν bonus κτλ.;

Ε) Το σχέδιο Οικονομικής διαχείρισης

Είναι απαραίτητο για να είναι μια επιχείρηση κερδοφόρα, και ουσιαστικά περιλαμβάνει προϋπολογισμό έναρξης, για μια νέα επιχείρηση πριν την ίδρυσή της και προϋπολογισμό λειτουργίας όταν είναι έτοιμη να λειτουργήσει και όταν λειτουργεί. Τα βασικά ερωτήματα στα οποία πρέπει να απαντά είναι:

- § Πόσα χρήματα διαθέτει ο επιχειρηματίας;
- § Πόσα χρήματα χρειάζονται για να ανοίξει η επιχείρηση;
- § Πόσα χρήματα χρειάζεται να δανειστεί ο επιχειρηματίας και πως θα καλύψει της τόκους;
- § Τι κεφάλαιο κίνησης χρειάζεται για να καλυφθούν οι ανάγκες του πρώτου έτους;
- § Ποιοι είναι οι στόχοι για τις πωλήσεις, μικτό κέρδος, τις λειτουργικές δαπάνες;

2.3. ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ

2.3.1. Χρηματοοικονομικό Σχέδιο

Οι Μικρομεσαίες επιχειρήσεις, όπως και όλες οι επιχειρήσεις, έχουν ως στόχο την μεγιστοποίηση των κερδών. Πάρα πολλές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν προβλήματα χρηματοπιστωτικού χαρακτήρα λόγω ανισορροπίας των εσόδων και υποχρεώσεων τους. Αυτό σημαίνει ουσιαστικά, ότι πιθανώς έχουν πολύ μικρή συμμετοχή στο επενδυτικό κεφάλαιο για εξοπλισμούς και αρχικό απόθεμα εμπορευμάτων, υπερβολικό δανεισμό, παντελή έλλειψη κεφαλαίου κινήσεως, απουσία ρυθμίσεων πιστωτικού διακανονισμού με τους προμηθευτές κτλ. με αποτέλεσμα οι τρέχουσες υποχρεώσεις τους να μην μπορούν να καλυφθούν από τις ταμειακές εισροές (Σκουλάς 2002).

Σημαντικό εργαλείο για την αποφυγή, όσο το δυνατόν, τέτοιων χρηματοοικονομικών προβλημάτων είναι ο σωστός οικονομικός προγραμματισμός της επιχείρησης στα πλαίσια μιας επιτυχημένης χρηματοοικονομικής διαχείρισης (Financial Management). Τα βασικά εργαλεία του οικονομικού σχεδιασμού είναι:

- § **Ισολογισμός:** Περιέχει όλα τα οικονομικά στοιχεία που βρίσκονται στην κυριότητα της επιχείρησης (ενεργητικό) αλλά και όλα τα στοιχεία που οφείλει η επιχείρηση στους πιστωτές της ή στους ιδιοκτήτες της (μετόχους) (παθητικό). Η κεντρική ιδέα του Ισολογισμού είναι η εξής ισότητα:

$$\text{Ενεργητικό} = \text{Παθητικό} + \text{Καθαρή Αξία}$$

- § **Αποτελέσματα Χρήσεως:** Εκφράζει την ροή των εσόδων και των εξόδων της χρήσεως.
- § **Βασικοί Αριθμοδείκτες Χρήσεως:** Ο επιχειρηματίας οφείλει να παρακολουθεί συνεχώς κάποιους βασικούς αριθμοδείκτες που είναι ενδεικτικοί για την οικονομική δραστηριότητα της επιχείρησης ώστε να αποφύγει προβλήματα ρευστότητας και χρηματοπιστωτικής ικανότητας. Δύο πολύ βασικοί τέτοιοι δείκτες είναι οι εξής:

$$\dot{\cup} \text{ Δείκτης Γενικής Ρευστότητας} = \frac{\text{Κυκλοφορούν Ενεργητικό}}{\text{Τρέχουσες Υποχρεώσεις}}$$

Ü Δείκτης Άμεσης Ρευστότητας=

Ταμείο+Καταθέσεις+Χρεόγραφα+Απαιτήσεις πελατών+Γραμμάτεια Εισπρακτέα
Τρέχουσες Υποχρεώσεις

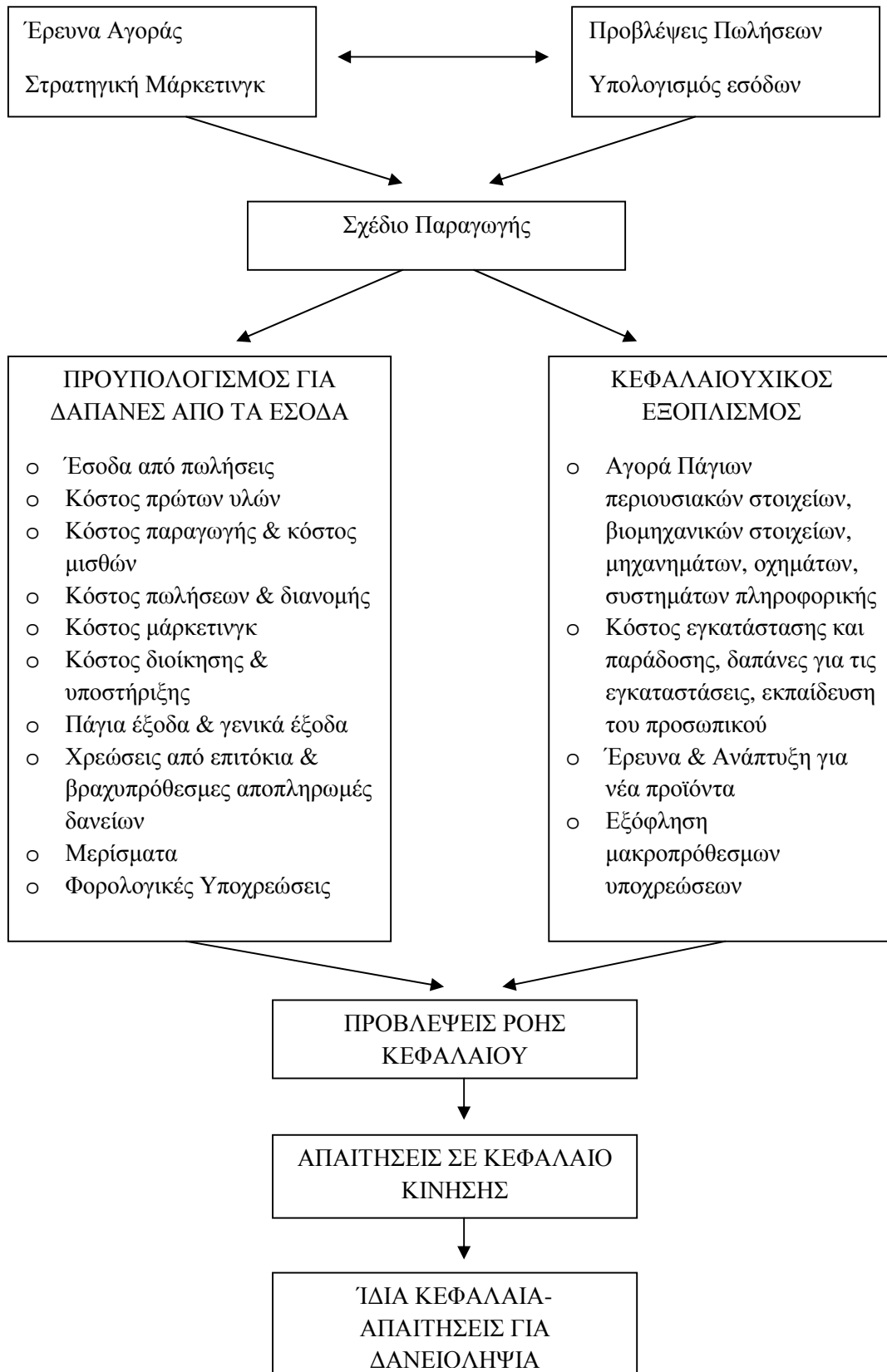
- § Προϋπολογισμοί για επόμενες χρήσεις: Βοηθούν την επιχείρηση να καθορίσει τις επόμενες κινήσεις της, προβλέποντας τα μελλοντικά έσοδα και τις μελλοντικές δαπάνες.
- § Καθορισμός νεκρού σημείου: είναι η κατάσταση στην οποία τα συνολικά έσοδα ισούνται με τις συνολικές δαπάνες.
- § Κατάσταση ταμειακής ροής: απεικονίζει την πραγματική κίνηση χρήματος (μετρητά, επιταγές, χρεόγραφα κτλ.) σε μια επιχείρηση. Είναι πολύ σημαντικό εργαλείο, διότι το πρόβλημα των περισσότερων ΜΜΕ, που δεν διαθέτουν λογιστή, είναι το πώς διαχειρίζονται τις βραχυπρόθεσμες πληρωμές.
- § Τιμολογιακή πολιτική για μεγιστοποίηση του μικτού κέρδους
- § Εναλλακτικές μορφές και πηγές χρηματοδότησης της επιχείρησης

Ο μικρομεσαίος επιχειρηματίας, συνήθως, δεν διαθέτει δικό του λογιστικό τμήμα, και καλείται να λύσει μόνος του διάφορα χρηματοοικονομικά θέματα και για αυτό το λόγο είναι απαραίτητη η σωστή ενημέρωση και λήψη συμβουλών από ειδικούς χρηματοοικονομικούς συμβούλους (Σκουλάς 2002).

Για την σωστή εφαρμογή των στρατηγικών αναπτυξιακών της στόχων, η μικρομεσαία επιχείρηση, με την βοήθεια όλων των εργαλείων και άλλων μέσων και στρατηγικών πρέπει να διαμορφώσει ένα χρηματοοικονομικό σχέδιο. Στο παρακάτω διάγραμμα περιγράφεται η διαδικασία εκπόνησης του χρηματοοικονομικού σχεδίου. Με την έρευνα αγοράς εντοπίζονται οι ευκαιρίες που υπάρχουν. Τα σχέδια μάρκετινγκ βοηθούν για τον εντοπισμό της κατάλληλης στρατηγικής για απόκτηση μεριδίου της αγοράς, για την πρόβλεψη εσόδων αλλά και το κόστος υλοποίησης στρατηγικών. Ο όγκος των πωλήσεων δίνει πληροφορίες για την παραγωγή και έτσι προσδιορίζεται και το κόστος παραγωγής και διανομής. Οι στόχοι παραγωγής δείχνουν αν η τρέχουσα παραγωγή είναι

επαρκής και πόσοι πόροι επιπλέον χρειάζονται, αν δηλαδή, χρειάζονται νέα μηχανήματα κτλ.. Η χρηματοδότηση θα πρέπει να γίνει από τον προϋπολογισμό από τα έσοδα (το κεφάλαιο κίνησης). Η φάση της επέκτασης, όπως και οι δραστηριότητες πωλήσεων και προώθησης ή η αγορά νέων μηχανημάτων πρέπει να απεικονίζεται στο προϋπολογιστικό σχέδιο της επιχείρησης, το οποίο θα συμπεριλαμβάνει το προϋπολογισμό από τα έσοδα αλλά και τον κεφαλαιουχικό προϋπολογισμό. Με αυτόν τον τρόπο εκτιμάται η ρευστότητα και μπορούν να αποφευχθούν αρκετά μελλοντικά προβλήματα. Για παράδειγμα, αν υπάρχει ένα μέτριο έλλειμμα στο κεφάλαιο κίνησης θα πρέπει να καλυφθεί με επιπρόσθετο κεφάλαιο ή τραπεζικό δανεισμό. Το προϋπολογιστικό σχέδιο μπορεί να προβλέψει την χρονική στιγμή που θα χρειαστεί η χρηματοδότηση (Butler 2001).

Διάγραμμα 12: Εκπόνηση του Χρηματοοικονομικού Σχεδίου (Butler 2001)



Μετά από την εκπόνηση του χρηματοοικονομικού σχεδίου απομένει η λήψη απόφασης για την καταλληλότερη μορφή δανεισμού. Αυτή εξαρτάται από τους εξής παράγοντες (Butler 2001):

- § Τον σκοπό: δηλαδή, αν χρειάζονται τα χρήματα για αύξηση του κεφαλαίου κίνησης ή για αγορά κεφαλαιουχικού εξοπλισμού ή οχήματος. Για παράδειγμα, για αγορά οχήματος, ο βραχυπρόθεσμος δανεισμός είναι ο πλέον κατάλληλος, ενώ για αγορά βιομηχανικού εξοπλισμού ο μακροπρόθεσμος ενδείκνυται καλύτερα.
- § Το ποσό δανεισμού: αν πρόκειται για μικρό ποσό σημαντικό είναι να έχει υπόψη του ο επιχειρηματίας ότι τα επιτόκια για μικρά ποσά είναι συνήθως μεγαλύτερα. Σημαντικό στοιχείο είναι ότι οι τράπεζες για μεγάλα ποσά, ζητούν εγγυήσεις.
- § Την ασφάλεια: για λόγους ασφάλειας οι τράπεζες δεν δανείζουν όλο το ποσό του περιουσιακού στοιχείου αλλά συνήθως στην περίπτωση των ΜΜΕ, το ποσοστό χορήγησης δανείου αντιστοιχεί περίπου στο 50% της αξίας του περιουσιακού στοιχείου.
- § Την περίοδο αποπληρωμής του δανείου: τα βραχυπρόθεσμα δάνεια έχουν υψηλότερα επιτόκια από τα μακροπρόθεσμα. Τα πρώτα είναι περίπου 5% πάνω από το βασικό επιτόκιο δανεισμού ενώ τα δεύτερα 2-3% πάνω.
- § Την μηνιαία δόση αποπληρωμής του δανείου: θα πρέπει να αξιολογηθεί αν θα μπορεί η επιχείρηση να αποπληρώνει ανά τακτά χρονικά διαστήματα τις δόσεις του δανείου. Αν αυτό δεν φαίνεται εφικτό θα πρέπει να βρει άλλη πηγή χρηματοδότησης με χαμηλότερη δόση και με πιο μακροπρόθεσμο ορίζοντα.

2.3.2. Είδη Χρηματοδότησης

Οι ΜΜΕ έχουν στην διάθεση τους διάφορους τρόπους χρηματοδότησης. Οι βασικότεροι από αυτούς είναι ο τραπεζικός δανεισμός και η Χρηματοδοτική Μίσθωση (Leasing). Ωστόσο, υπάρχουν και άλλες πηγές χρηματοδότησης όπως: εταιρίες καινοτόμων κεφαλαίων (venture capital), το factoring, οι επιχορηγήσεις από το Ελληνικό Δημόσιο αλλά και τα ευρωπαϊκά προγράμματα. Ο σωστός τρόπος χρηματοδότησης συνήθως, δεν αντιστοιχεί σε ένα μόνο τύπο, αλλά σε ένα συνδυασμό (Butler 2001).

Η χρηματοδότηση των ΜΜΕ χωρίζεται σε βραχυπρόθεσμη και μακροπρόθεσμη (Butler 2001):

ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ

Η ΜΜΕ συχνά έρχεται αντιμέτωπη με έλλειμμα κίνησης κεφαλαίου. Για να καλυφθεί αυτό το έλλειμμα, ο καταλληλότερος προτεινόμενος μηχανισμός είναι ο βραχυπρόθεσμος δανεισμός.

ΥΠΕΡΑΝΑΛΗΨΕΙΣ

Οι τράπεζες επιτρέπουν υπεραναλήψεις για κάποιο χρονικό διάστημα. Ωστόσο, υπάρχει μια προμήθεια διεκπεραίωσης και συνήθως το επιτόκιο είναι υψηλό. Χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή, διότι αν η ανάγκη για υπερανάληση διαμορφωθεί σε μόνιμη βάση τότε χρειάζεται δάνειο.

ΜΗ ΕΞΑΣΦΑΛΙΣΜΕΝΑ ΔΑΝΕΙΑ

Ουσιαστικά πρόκειται για την άτυπη χρηματοδότηση από φίλους και συγγενείς, διότι κάτι τέτοιο από τράπεζες δεν είναι εφικτό. Ωστόσο, λόγω του ότι δεν είναι εξασφαλισμένο χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή και να τεθούν κάποιοι όροι και προϋποθέσεις εγγράφως ώστε να προστατευθούν και ο δανειστής και ο δανειζόμενος.

BUSINESS ANGELS

Πρόκειται για ατομικό επενδυτή ο οποίος χρηματοδοτεί νέες ριψοκίνδυνες ΜΜΕ. Αυτός ο τύπος χρηματοδότησης έχει γίνει γνωστός ως ανεπίσημο κεφάλαιο επειδή δεν υπάρχει καθιερωμένη αγορά όπου επενδύουν τα άτομα αυτά τακτικά (Longenecker 2005). Οι επιχειρηματικοί άγγελοι είναι κατά βάση ιδιώτες επενδυτές οι οποίοι επενδύουν χρήματα και διαθέτουν χρόνο, εμπειρία, τεχνογνωσία σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις που παρουσιάζουν προοπτικές

ανάπτυξης. Διαθέτουν μεγάλη εμπειρία σε θέματα που σχετίζονται με την διοίκηση και την οργάνωση επιχειρήσεων, την ορθολογική διαχείριση επιχειρησιακών πόρων και το marketing (IME ΓΣΕΒΕΕ 2009).

FACTORING

Πρόκειται για μια μορφή βραχυπρόθεσμου δανεισμού. Είναι εξαγορά επιχειρηματικών απαιτήσεων που σημαίνει την διαχείριση του καθολικού των πωλήσεων της επιχείρησης από έναν τρίτο φορέα. Πρόκειται, συνήθως, για το τμήμα εξαγοράς επιχειρηματικών απαιτήσεων της δανειοδοτικής τράπεζας. Ο φορέας της εγγυάται ότι θα καταβάλλει στην επιχείρηση ένα σταθερό ποσοστό για την αξία του κάθε τιμολογίου. Ο φορέας της αναλαμβάνει να εισπράξει τις απαιτήσεις και να τις καταβάλλει στην επιχείρηση αμέσως μόλις ο πελάτης εξοφλήσει το χρέος του. Φαίνεται πως πρόκειται για έναν πολύ αποτελεσματικό τρόπο χρηματοδότησης αναφορικά με την ροή ρευστού. Ωστόσο, ο φορέας της είναι πολύ αυστηρός και αυτό τις περισσότερες φορές έχει σαν αποτέλεσμα να χάνονται πελάτες. Η επιχείρηση πρέπει να υπογράψει μια πολυετή σύμβαση και η λήξη της σύμβασης πριν από αυτή την περίοδο στοιχίζει πολύ ακριβά στην επιχείρηση.

ΔΙΑΔΙΚΤΥΑΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Κάποιοι τα τελευταία χρόνια, έχουν αρχίσει και εντοπίζουν στο Διαδίκτυο ευκαιρίες χρηματοδότησης. Ιδιαίτερα αναδυόμενος εναλλακτικός τρόπος χρηματοδότησης είναι η διαδικτυακή χρηματοδότηση από το πλήθος, το λεγόμενο crowdfunding. Το crowdfunding μπορεί να θεωρηθεί ένα μίγμα του venture capital και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Η κεντρική ιδέα είναι η συγκέντρωση χρημάτων από μεγάλο αριθμό ατόμων μέσα από το Διαδίκτυο. Για την διαδικτυακή αυτή χρηματοδότηση, οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν ειδικά διαμορφωμένες πλατφόρμες, οι οποίες λειτουργούν στο Διαδίκτυο. Οι πλατφόρμες αυτές γίνονται το σημείο συνάντησης χρηματοδοτών και επιχειρήσεων που αναζητούν χρηματοδότηση. Για παράδειγμα, μια ελληνική πλατφόρμα είναι το www.groopio.com) (Bic of Attika 2014).

ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

Πρόκειται για τον καλύτερο τρόπο χρηματοδότησης γιατί δεν συνεπάγεται επιτόκια και επειδή τα μερίσματα καταβάλλονται μόνο όταν η επιχείρηση σημειώσει κέρδη και πάλι αν το θελήσουν οι ιδιοκτήτες, καθώς μπορεί να θελήσουν να τα επενδύσουν σε επέκταση. Τα ίδια κεφάλαιο μπορούν να πάρουν την μορφή επενδυμένου κεφαλαίου ή χρηματικών αποθεμάτων που προέκυψαν από τα κέρδη. Η εξασφάλιση κεφαλαίου για επέκταση δεν είναι εύκολη για τις ΜΜΕ εκτός και αν οι ιδιοκτήτες έχουν πλούσιους συγγενείς ή μεγάλη ρευστότητα. Η ευκολότερη λύση είναι η χρησιμοποίηση περιουσιακού στοιχείου της οικογένειας με την μορφή υποθήκης. Άλλη επιλογή είναι η πώληση μέρους της επιχείρησης σε τρίτους αλλά αυτό σημαίνει απώλεια ελέγχου.

ΜΕΣΟΠΡΟΘΕΣΜΟΣ & ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΟΣ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ

Οι μεγάλες τράπεζες χορηγούν μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα εξασφαλισμένα δάνεια, διάρκειας 5- 10 ετών, και επιτόκιο περίπου 3% πάνω από το βασικό επιτόκιο δανεισμού σε επιχειρήσεις. Με το πέρας των ετών αυτών το δάνειο θεωρείται υποθήκη και ένα πάγιο περιουσιακό στοιχείο της επιχείρησης τίθεται ως εχέγγυο.

ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

Είναι ένας τρόπος χρηματοδότησης, ωστόσο, δεν αφορά ιδιαίτερα τις ΜΜΕ από την άποψη ότι τέτοιου είδους εταιρείες προτιμούν να χορηγούν μακροπρόθεσμα δάνεια μεγάλων ποσών άρα δεν χρηματοδοτούν μικρομεσαίες επιχειρήσεις γιατί η προσπάθειά τους και ο χρόνος δεν δικαιολογούν το ενδεχόμενο κέρδος.

ΕΚΔΟΣΗ ΤΙΤΛΩΝ ΣΤΟ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ

Είναι μια αρκετά δαπανηρή διαδικασία και για αυτό οι επιχειρήσεις είναι αρκετά επιφυλακτικές. Η επιχείρηση πρέπει να αποδείξει ότι διαθέτει συγκεκριμένη λογιστική οργάνωση, ότι ανταποκρίνεται σε συγκεκριμένα λειτουργικά και κεφαλαιουχικά πρότυπα για να βρει τράπεζα επενδύσεων που θα της εκδώσει τίτλους. Από την στιγμή που οι μετοχές μπουν στο Χρηματιστήριο διατίθενται προς πώληση στο κοινό.

ΟΜΟΛΟΓΙΕΣ

Πρόκειται για έναν ειδικό τύπο δανείου με σταθερό επιτόκιο, εγγυημένος με συγκεκριμένα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης, ενώ, μπορεί να μετατραπεί σε μετοχικό κεφάλαιο. Οι ομολογίες διαφέρουν από τα συμβατικά δάνεια στο ότι δεν επιβαρύνονται με επιτόκια. Το σύνολο του δανειακού κεφαλαίου πρέπει να αποπληρωθεί μόλις λήξει η περίοδος του δανείου. Τα επιτόκια είναι είτε σταθερά είτε συνδεδεμένα με τα επιτόκια δανεισμού και ορίζονται με βάση ένα καθορισμένο ελάχιστο επίπεδο. Είναι πολύ χρήσιμα και ιδιαίτερα ελκυστικά για τις ΜΜΕ που θέλουν να επεκταθούν.

ΜΕΤΑΤΡΕΨΙΜΕΣ ΟΜΟΛΟΓΙΕΣ

Η μετατρέψιμη ομολογία αντιστοιχεί στην αγορά μετοχών μιας επιχείρησης οι οποίες έχουν εκδοθεί έναντι δανείου, συνήθως από ένα χρηματοπιστωτικό ίδρυμα. Η επιχείρηση που εκδίδει τις μετοχές λαμβάνει δάνειο συνήθως, με χαμηλό επιτόκιο και δεν υποχρεούται να το αποπληρώσει πριν από μια προκαθορισμένη ημερομηνία. Ο τόκος καταβάλλεται από τα κέρδη πριν την φορολογία, οπότε πρόκειται για μια φτηνή μορφή χρηματοδότησης. Αν οι μετοχές δεν έχουν απόδοση τότε η δανειολήπτρια επιχείρηση είναι υποχρεωμένη να αποπληρώσει το δάνειο σε ρευστό μετά από μια καθορισμένη περίοδο. Αν έχουν καλή απόδοση τότε μπορεί ο δανειστής να τις αγοράσει και να τις μεταπωλήσει.

ΜΙΣΘΩΣΗ & ΕΞΑΓΟΡΑ

Η μίσθωση και η εξαγορά χρησιμοποιείται συνήθως για την αγορά του πάγιου περιουσιακού στοιχείου. Με την σχετική συμφωνία, η επιχείρηση πληρώνει ένα ποσοστό, συνήθως 20-25% του κόστους του περιουσιακού στοιχείου συν το Φ.Π.Α., ενώ η εταιρία χρηματοδότησης πληρώνει την διαφορά. Το Φ.Π.Α. επιστρέφεται αργότερα. Οι σταθερές μηνιαίες δόσεις καταβάλλονται για μια συγκεκριμένη περίοδο περίπου 3-5 χρόνων, και μετά την πάροδο της περιόδου το περιουσιακό στοιχείο ανήκει στην επιχείρηση. Είναι μια καλή επιλογή για μια ΜΜΕ επιχείρησης που θέλει να αποκτήσει πάγια περιουσιακά στοιχεία.

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ

Με το leasing (χρηματοδοτική μίσθωση) η επιχείρηση αντί να αγοράσει τον κεφαλαιουχικό εξοπλισμό, αν δεν διαθέτει τα απαραίτητα κεφάλαια, τον ενοικιάζει. Με το συμβόλαιο χρηματοδοτικής μίσθωσης, η επιχείρηση οφείλει να καταβάλλει στην εταιρία χρηματοδοτικής μίσθωσης μηνιαίες δόσεις για όσο διαρκεί το συμβόλαιο και μπορεί να χρησιμοποιεί το περιουσιακό στοιχείο για όλο αυτό το χρονικό διάστημα. Η χρηματοδοτική μίσθωση είναι απλή και εύκολη διαδικασία. Οι λόγοι, ουσιαστικά, για τους οποίους επιλέγεται ως μορφή χρηματοδότησης είναι (Σκουλάς 2002):

- § Αδυναμία απόκτησης ιδιόκτητων πάγιων
- § Αποδέσμευση επενδυτικού κεφαλαίου, το οποίο ο επιχειρηματίας μπορεί να χρησιμοποιήσει σε αποθέματα ή πρώτες ύλες
- § Απροθυμία δέσμευσης κεφαλαίων σε πάγια που κινδυνεύουν από τεχνολογική ή οικονομική απαξίωση
- § Αποφυγή του κόστους επισκευών και συντήρησης

Η σύμβαση leasing μπορεί να έχει μικρή διάρκεια (τρία έτη) ή και μεγαλύτερη (τριάντα και πλέον έτη).

VENTURE CAPITAL

Τα επιχειρηματικά κεφάλαια συμμετοχών αναπτυξιακού χαρακτήρα αποτελούν μια πηγή κεφαλαίου που δεν συνεπάγεται την απώλεια ελέγχου της επιχείρησης. Οι επιχειρήσεις κεφαλαίου επιχειρηματικών συμμετοχών (ΕΚΕΣ) είναι εταιρίες που έχουν ως κύρια δραστηριότητα να επενδύουν σε νέες και μη εισηγμένες στο Χρηματιστήριο εταιρίες και να τις βοηθούν να αναπτύσσονται και να επεκτείνονται. Ασχολούνται κυρίως με εταιρίες που επενδύουν σε νέες τεχνολογίες και εισέρχονται σε νέες αγορές. Παράλληλα με την συμμετοχή στο μετοχικό κεφάλαιο των αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων, το venture capital, προσθέτει αξία, με την μορφή της υποστήριξης σε θέματα στρατηγικού προγραμματισμού, μάρκετινγκ και πωλήσεων, οικονομικού προγραμματισμού και ελέγχου, μεταφοράς τεχνογνωσίας και εισαγωγής σύγχρονων μεθόδων διοίκησης. Το Venture Capital επεμβαίνει και χρηματοδοτεί σε όλα τα στάδια ανάπτυξης μιας επιχείρησης: ίδρυση, εκκίνηση, ανάπτυξη και εισαγωγή στην κεφαλαιαγορά. Σε κάθε στάδιο αντιστοιχούν ειδικές χρηματοδοτήσεις (Ζοπουνίδης & Μπακατσάκη – Μανουδάκη 2002). Σε σχέση με άλλες μορφές χρηματοδότησης (της ο τραπεζικός δανεισμός), το venture capital διαφοροποιείται στα εξής (Ζοπουνίδης & Μπακατσάκη- Μανουδάκη 2002):

- § Το Venture Capital επενδύεται συνήθως σε νέες επιχειρήσεις για τις οποίες δεν διατίθενται αρκετά ιστορικά δεδομένα
- § Η επένδυση πραγματοποιείται σε μικρές επιχειρήσεις και με άμεση συμμετοχή στο κεφάλαιο, ώστε ο επενδυτής να συμμετέχει ενεργά στην ζωή της επιχείρησης
- § Οι επενδύσεις σε venture capital δεν εξασφαλίζουν βραχυπρόθεσμη ρευστότητα στον επενδυτή γιατί το κεφάλαιο βρίσκεται μέσα στην επιχείρηση για 5 έως 10 χρόνια.

ΕΝΥΠΟΘΗΚΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΑΝΕΙΑ

Τα ενυπόθηκα επιχειρηματικά δάνεια χρησιμεύουν για την αγορά κτιριακών εγκαταστάσεων ή την επέκταση των ήδη υπάρχοντων κτιριακών εγκαταστάσεων. Ένα ενυπόθηκο επιχειρηματικό δάνειο που λαμβάνεται από μια τράπεζα, από ένα

χρηματοπιστωτικό ίδρυμα ή μια ασφαλιστική εταιρία είναι παρόμοιο με ένα ενυπόθηκο στεγαστικό δάνειο, διαφέρει συνήθως ως προς στην περίοδο αποπληρωμής.

ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ

Σχετίζονται με περιφερειακή πολιτική και έχει να κάνει με χρηματοδότηση των τοπικών αρχών για την επέκταση ΜΜΕ σε αναπτυσσόμενες περιοχές μέσω κυρίως ευρωπαϊκών ταμείων.

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΜΜΕ

Ευρωπαϊκά και εθνικά προγράμματα που με διάφορους τρόπους και συνδυασμούς ενισχύουν την χρηματοδότηση των ΜΜΕ, θα αναλυθεί σε επόμενο κεφάλαιο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ & ΜΜΕ

Στο παρόν κεφάλαιο παρουσιάζεται το θεωρητικό υπόβαθρο για την οικονομική κρίση και στην συνέχεια αναλύεται η εξέλιξη της οικονομικής κρίσης της Ελλάδας και οι παράγοντες που την δημιούργησαν. Επίσης, παρατίθενται στατιστικά στοιχεία που απεικονίζουν τις επιδράσεις που είχε η οικονομική κρίση τόσο στην Ελληνική οικονομία γενικά, στους διάφορους δηλαδή, οικονομικούς δείκτες, όσο και στην λειτουργία και δράση των ΜΜΕ ειδικότερα, που ωστόσο αποτελούν τον πυρήνα της ελληνικής οικονομίας.

3.1. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΥΠΟΒΑΘΡΟ

Οικονομική κρίση είναι το φαινόμενο όταν μια οικονομία παρουσιάζει μια διαρκή και αισθητή μείωση της οικονομικής δραστηριότητας. Με την έννοια της οικονομικής δραστηριότητας εννοούνται όλα τα μακροοικονομικά μεγέθη της οικονομίας, της η απασχόληση, το ΑΕΠ, οι τιμές, οι επενδύσεις κτλ. Ο βασικότερος δείκτης οικονομικής δραστηριότητας είναι οι επενδύσεις οι οποίες όταν αυξομειώνονται, συμπαρασύρουν μαζί της και τα υπόλοιπα οικονομικά μεγέθη. Η οικονομική κρίση αποτελεί τη μια από της δύο φάσεις των οικονομικών διακυμάνσεων και συγκεκριμένα τη φάση της καθόδου, όταν δηλαδή η οικονομική δραστηριότητα βρίσκεται σε μια βαθιά συρρίκνωση (European Commission 2009).

Νέο- Κλασική Οικονομική Θεωρία

Σύμφωνα με την Νεοκλασική Οικονομική Θεωρία, το χρηματοοικονομικό σύστημα οδηγείται από «ορθολογικά» άτομα, τα οποία ανταλλάσσουν πραγματικούς πόρους, για επιτύχουν εκείνες της κατανομές που θα μεγιστοποιήσουν της συναρτήσεως χρησιμότητάς της στο παρόν και μετά. Σύμφωνα με αυτή την Οικονομική θεωρία, οι διαταραχές (κρίσεις) προκύπτουν από απρόβλεπτα σοκ, μετά την παρέλευση των οποίων αποκαθίσταται η γενική ισορροπία (Toporowski 2011).

Ωστόσο, η θεωρία αυτή αγνοεί της μακροχρόνιες ανισορροπίες οι οποίες χτίζονται για χρόνια και έτσι δύσκολα μπορούν να χαρακτηριστούν ως απρόβλεπτα σοκ, όταν αυτές εμφανιστούν (Toporowski 2011).

Νέο Κεϋνσιανή Οικονομική Θεωρία

Η κλασική οικονομική θεωρία έχει δεχτεί κριτική από της Κεϋνσιανούς οικονομολόγους. Οι Νέο- Κεϋνσιανοί με βάση την ιδέα της γενικής ισορροπίας, δημιουργούν υποδείγματα με ισορροπίες υποαπασχόλησης που οφείλονται σε ακαμψίες της αγοράς. Το υπόδειγμα του χρηματοπιστωτικού επιταχυντή (Financial accelerator) περιλαμβάνει έναν πιστωτικό κύκλο που ωθείται από διακυμάνσεις του καθαρού πλούτου (Toporowski 2011).

Ωστόσο, η συγκεκριμένη θεωρία, της και η νέο-κλασική, εμμένει στο μοτίβο της γενικής ισορροπίας αδυνατώντας να αναλύσει του χρηματοοικονομικούς μηχανισμούς, που έχουν πλέον απορρυθμιστεί (Toporowski 2011).

Μετά Κεϋνσιανή Οικονομική Θεωρία

Οι Μετά-Κεϋνσιανοί δίνουν έμφαση στην χαμηλή μεγέθυνση και στην υψηλή ανεργία και σύμφωνα με της η αστάθεια προκαλείται από έναν συνδυασμό κερδοσκοπίας και χρηματοοικονομικής απορρύθμισης. Οι Μετά – Κεϋνσιανοί απορρίπτουν την γενική ισορροπία, και υιοθετούν μια προσέγγιση στη δυναμική των χρηματοοικονομικών αγορών που μπορεί να περιγραφεί ως «αγοραία διαδικασία». Έτσι, δίνουν έμφαση στην δημιουργία οικονομικής ανισορροπίας λόγω αβεβαιότητας, ανεστραμμένων ή κυμαινόμενων προσδοκιών, εστιάζοντας στο ρόλο της κερδοσκοπίας της χρηματαγορές ως παράγοντα της οικονομικής αστάθειας (Toporowski 2011).

3.2. ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

Ο Αρθρογράφος των Financial Times Martin Wolf έχει καταγράψει 38 χρηματοπιστωτικές κρίσεις μεταξύ 1945 και 1971 και 139 μεταξύ 1973 και 1997, οι οποίες λύθηκαν κυρίως με παροχή ενισχυμένης ρευστότητας. Εστιάζοντας της τελευταίες δεκαετίες κάποιες από αυτές ήταν: η κατάρρευση των χρηματιστηρίων το 1987, η κρίση της ΗΠΑ με την Saving and Loan Associations στα τέλη της δεκαετίας του 1980 και της αρχές του 1990, οι κρίσεις στο Μεξικό (2000-2001), στη ΝΑ Ασία (1997), στη Ρωσία (1998), στην Αργεντινή (2000-2001) (Δρουκόπουλος 2011). Οι δυο βασικότερες, ωστόσο, συστημικές κρίσεις του περασμένου αιώνα ήταν:

§ Η Κρίση του τέλους της δεκαετίας του 1920 που διήρκησε και όλη την επόμενη δεκαετία

§ Η Κρίση της δεκαετίας του 1970

Αναφορικά με την διεθνή οικονομική κρίση 2007-2009, το αίτιο σύμφωνα με πολλούς οικονομολόγους υπήρξε η ανισορροπία της εμπορικές θέσεις που οδήγησε σε ανισορροπία μεταξύ των χωρών παγκοσμίως, με της ΗΠΑ να γίνονται χώρα-οφειλέτης, με ένα συνεχώς αυξανόμενο εξωτερικό χρέος, το οποίο χρηματοδοτεί από της αποταμιεύσεις των οικονομιών με πλεονασματικό εμπορικό ισοζύγιο. Η υπερβάλλουσα εισροή κεφαλαίων οδήγησε σε αύξηση του ελλείμματος τρεχουσών συναλλαγών των ΗΠΑ και σε συνδυασμό με τα χαμηλά επιτόκια, ήρθαν σαν αποτέλεσμα υψηλοί ρυθμοί οικονομικής δραστηριότητας, υψηλότερες τιμές κατοικιών, τιτλοποίηση και εισαγωγή χρηματοοικονομικών προϊόντων υψηλού ρίσκου. Όταν οι τιμές το 2007 άρχισαν να πέφτουν δημιούργησαν την φούσκα στην αγορά των κατοικιών (Παπαδημητρίου 2011).

Τα αίτια της κρίσης μπορεί να συνοψιστούν ως εξής (Δρουκόπουλος 2011):

§ Οι ατέλειες, οι αδυναμίες και η ανεπάρκεια του εποπτικού και ρυθμιστικού θεσμικού πλαισίου

§ Η χαλαρή νομισματική πολιτική

§ Τα υψηλά επίπεδα δανεισμού και η υπερβολική χορήγηση ενυπόθηκων δανείων μειωμένης εξασφάλισης

- § Η κρίση εμπιστοσύνης και η ψυχολογία των αγορών
- § Οι υφιστάμενες ανισορροπίες στα ισοζύγια πληρωμών πολλών χωρών (ΗΠΑ, Ηνωμένου Βασιλείου, χωρών της Ν. Ευρώπης και Βαλτικής, Κίνας, Γερμανίας, Ολλανδίας, Ιαπωνίας, χωρών της Μ. Ανατολής και ΝΑ Ασίας)
- § Η μεγάλη διαταραχή στην παγκόσμια προσφορά εργασίας
- § Η αστοχία των οικονομολόγων κυρίως αναφορικά με την μακροοικονομική
- § Η λανθασμένη συμπεριφορά παικτών της χρηματαγορές
- § Η απληστία, οι απάτες και η διαφθορά

3.3. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

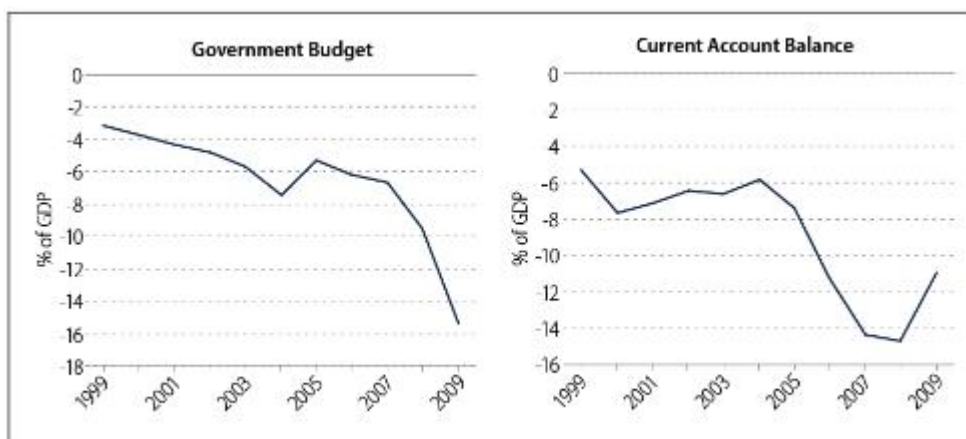
Η χρηματοπιστωτική κρίση που ξέσπασε, έχοντας ως πηγή την κρίση της ΗΠΑ, το 2008, μεταδόθηκε σε όλο τον κόσμο. Έχει κάποια κοινά στις χώρες στις οποίες εμφάνισε επιπτώσεις, όπως η χρηματοοικονομική απορρύθμιση αλλά έχει και ιδιαιτερότητες, κυρίως στον τρόπο έκφρασής της. Η περίπτωση της Ισλανδίας, όπου η πιστωτική επέκταση τροφοδοτήθηκε από την άνοδο των χρηματιστηριακών αγορών του εξωτερικού είναι πολύ διαφορετική από την κρίση των ΗΠΑ που βασίστηκε στην φούσκα της αγοράς ακινήτων. Η ελληνική κρίση διαφέρει από της κρίσεις των άλλων νοτιοευρωπαϊκών λαών της Ευρωπαϊκής Νομισματικής Ένωσης, Ισπανία και Πορτογαλία, διότι είναι μια κρίση υπερχρέωσης του δημόσιου τομέα και όχι του ιδιωτικού (Toporowski 2011).

Σύμφωνα με τον Toporowski (2011), η χρηματοπιστωτική κρίση στην Ελλάδα οφείλεται στο μεγαλύτερο μέρος της, όχι τόσο της ελληνικές κυβερνήσεις αλλά της πολιτικές των ηγετών της Ε.Ε. και στον ελλειμματικό σχεδιασμό των θεσμών της Ευρώπης.

Ωστόσο, στην Ελλάδα υπήρχαν ήδη προβλήματα και ελλείψεις, που πυροδοτήθηκαν από την διεθνή κρίση με αποτέλεσμα να ξεσπάσει η κρίση στην Ελλάδα το 2008 και να κορυφωθεί το 2009. Η φαινομενικά καλή πορεία της Ελλάδας, πριν το ξέσπασμα της κρίσης οφειλόταν σε μεγάλο βαθμό στην καθαρή εισροή πόρων από την Ε.Ε. και στον υψηλό δανεισμό του Δημοσίου, των

επιχειρήσεων και των νοικοκυριών. Οι ελληνικές κυβερνήσεις, της, αντί να χρησιμοποιήσουν της πόρους για την εφαρμογή πολιτικών που θα αξιοποιούσαν τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Ελληνικής οικονομίας, τα σπατάλησαν σε μη παραγωγικά έργα, πλήττοντας την παραγωγικότητα της ελληνικής οικονομίας και οδηγώντας σε τεράστια ελλείμματα ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών, μεγάλα δημόσια ελλείμματα και διόγκωση του δημόσιου χρέους (Δρεττάκης 2011). Έτσι, το πρόβλημα του δημοσιονομικού ελλείματος συμπλέκεται με το πρόβλημα του εξωτερικού ελλείματος και χρέους και τα δίδυμα ελλείμματα αναδεικνύονται η κύρια αιτία που τροφοδοτεί έναν επικίνδυνο φαύλο κύκλο (Μαριόλης & Παπουλής 2010).

Διάγραμμα 13: Διπλά ελλείμματα: δημόσιο έλλειμμα & Έλλειμμα ισοζυγίου τρεχουσών συναλλαγών (Nelson et al. 2011)



Η κύρια πηγή αύξησης του δημόσιου χρέους ήταν τα μεγάλα δημοσιονομικά ελλείμματα που προκύπτουν από της διαφορές εσόδων- εξόδων του κράτους. Οι βασικότερες αιτίες μεγάλων αυξήσεων του δημόσιου ελλείματος τα τελευταία χρόνια λίγο πριν και στην αρχή του ξεσπάσματος της κρίσης είναι (Δρεττάκης 2011):

- § Η υστέρηση των εσόδων που οφείλεται στην φοροδιαφυγή και στην χαλάρωση των εισπρακτικών μηχανισμών και στην ύφεση της ελληνικής οικονομίας

§ Αύξηση των δαπανών λόγω των εφαρμοζόμενων πολιτικών, στα μέτρα που εφαρμόστηκαν λόγω της εμφάνισης της κρίσης, της παροχής και την εξόφληση μέρους παρελθόντων χρεών και της αναθεωρήσεις που έγιναν από την Τρόικα.

Ωστόσο, της έχει αναφερθεί, το δημόσιο χρέος δεν οφείλεται αποκλειστικά στα δημόσια ελλείμματα αλλά και στην ρύθμιση οφειλών του Δημοσίου σε διάφορους φορείς.

Τα δομικά αίτια της δημιουργίας μεγάλων δημοσίων ελλειμμάτων και της διόγκωσης του δημόσιου χρέους είναι σε ένα μεγάλο βαθμό το πελατειακό καθεστώς που εγκαθιδρύθηκε και ενισχύθηκε από την περίοδο της μεταπολίτευσης. Βασικοί λόγοι διόγκωσης δαπανών ήταν οι διορισμοί στον δημόσιο τομέα ανεξάρτητα από της υπάρχουσες ανάγκες, οι πρόωρες συνταξιοδοτήσεις, οι υπερτιμολογημένες προμήθειες και τα δαπανηρά δημόσια έργα χωρίς αξιολόγηση και ιεράρχηση της χρησιμότητάς της. Αναφορικά με την υστέρηση των εσόδων σημαντικό ρόλο παίζει η διαφθορά και η παραοικονομία, όπου η Ελλάδα παρουσιάζει από τα μεγαλύτερα ποσοστά ανάμεσα στα κράτη μέλη της Ε.Ε. (Δρεττάκης 2011).

Όλα αυτά διαδραματίζονταν σε συνδυασμό με το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι μέλος της Ευρωπαϊκής Νομισματικής Ένωσης. Ένα σημαντικό στοιχείο σε αυτό είναι ότι δεν υπάρχει η δυνατότητα άσκησης αυτόνομης νομισματικής πολιτικής ως όπλο επίτευξης ισορροπίας. Η συμβίωση χωρών με διαφορετικά επίπεδα ανάπτυξης στα πλαίσια του ίδιου νομίσματος και της ενιαίας αγοράς, οδήγησε σε πολύ διαφορετικούς ρυθμούς μεγέθυνσης και κερδοφορίας (Μηλιός & Σωτηρόπουλος 2011).

Από την άλλη, η Ελλάδα είχε πέσει στην παγίδα της δημοσιονομικής «απειθαρχίας» της κανόνες του Μάαστριχτ και έτσι αυτή η παγίδα «κερδοσκοπίας» οδήγησε σε μια εικόνα έλλειψης αξιοπιστίας και φερεγγυότητας με αποτέλεσμα να βρεθεί κερδοσκοπικό συμφέρον από της κατόχους του πλούτου. Αυτοί επιτέθηκαν στην αδύναμη Ελλάδα, αξιοποιώντας της κερδοφόρες ευκαιρίες που της προσφέρουν νέα προϊόντα, της τα credit default swaps (CDS). Το 2010, τα διαφορικά επιτόκια δανεισμού μεταξύ του Ελληνικού και του Γερμανικού Δημοσίου (spreads) αυξήθηκαν δραματικά. Η κερδοσκοπική επίθεση στα κρατικά

ομόλογα, με την βοήθεια των οίκων αξιολόγησης, οδήγησε σε αδυναμία νέου κρατικού δανεισμού για την χρηματοδότηση των υποχρεώσεων στο εσωτερικό της χώρας. Ακολούθησε κρίση πολιτικού πανικού και η χώρα προσέφυγε σε εξωτερική βοήθεια αναζητώντας επειγόντως δανειακά κεφάλαια που θα έσωζαν την χώρα από την χρεωκοπία (Αργείτης 2011).

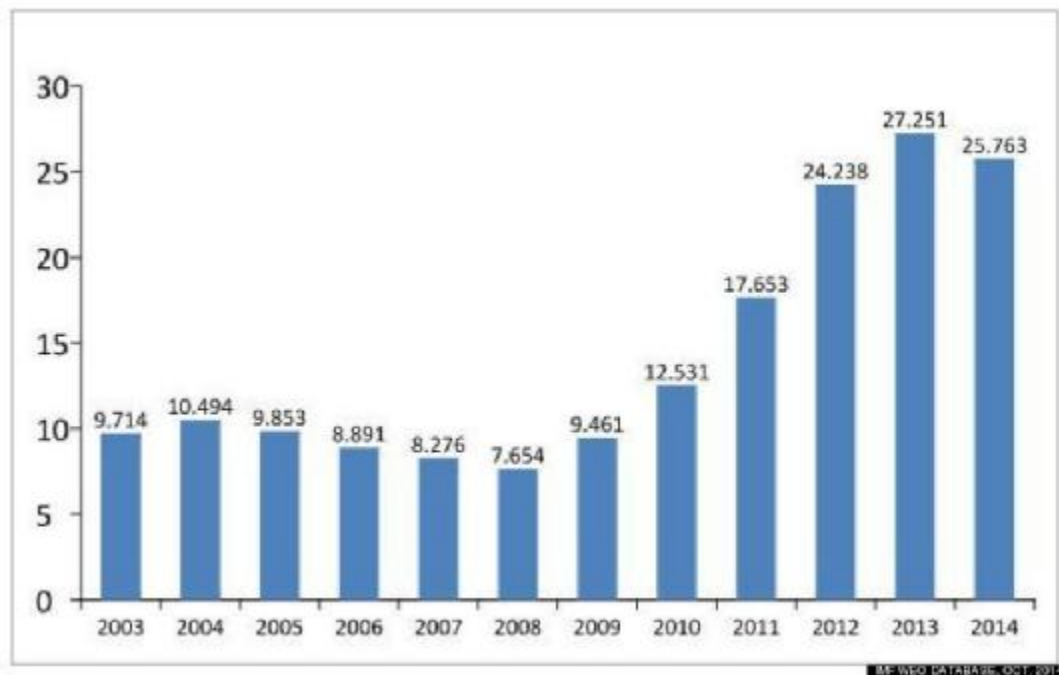
Έτσι, δημιουργήθηκε της μηχανισμός στήριξης, σύμφωνα με τον οποίο μέλη κράτη της Ε.Ε. συγχρηματοδοτούν με το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (ΔΝΤ) το ελληνικό χρέος με δανεισμό. Ωστόσο, είναι προφανές ότι ο δανεισμός δεν μπορεί να γίνει άνευ όρων. Ο όρος είναι η πιστή εφαρμογή των Μνημονίων Οικονομικής και Χρηματοπιστωτικής Πολιτικής. Έτσι, η Ελλάδα δεσμεύτηκε να ακολουθεί μια συντηρητική πολιτική με βασικούς άξονες την αυστηρή δημοσιονομική και εισοδηματική πολιτική και την μέγιστη συρρίκνωση του κρατικού τομέα της οικονομίας (Αργείτης 2011).

3.4. ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η οικονομική κρίση που ξέσπασε στην ελληνική οικονομία από το 2008 είχε σημαντικές αρνητικές επιδράσεις σε όλα τα στοιχεία της ελληνικής οικονομίας διαμορφώνοντας, έτσι, ένα ιδιαίτερα δυσμενές περιβάλλον μέσα στο οποίο οι επιχειρήσεις δυσκολεύονται να επιβιώσουν αλλά το κυριότερο, να ανταπεξέλθουν από τον διεθνή ανταγωνισμό.

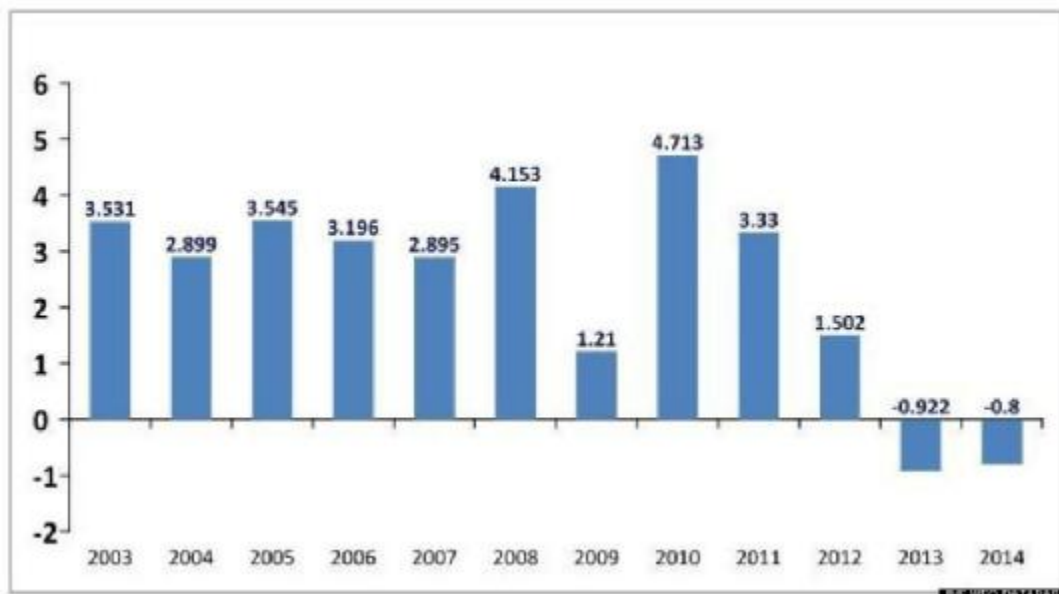
Πιο συγκεκριμένα, η οικονομική κρίση εκτόξευσε το ποσοστό ανεργίας, της απεικονίζεται και στο παρακάτω διάγραμμα. Μέχρι και το ξέσπασμα της κρίσης, το 2008, το ποσοστό της ανεργίας κυμαινόταν σε σταθερά επίπεδα. Το 2008 μάλιστα, βρισκόταν στο χαμηλότερο ποσοστό των τελευταίων χρόνων 7,6%. Με το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης, το ποσοστό της ανεργίας ξεκίνησε μια εντυπωσιακά ανοδική πορεία παίρνοντας την μέγιστη τιμή, το 2013 (27,2%). Το 2014, μειώθηκε ελαφρώς, παραμένοντας, ωστόσο, σε πολύ υψηλά επίπεδα (25,7%).

Διάγραμμα 14: Ποσοστό ανεργίας 2003-2014 (IMF DATABASE/ Μαυραγάνης 2015)



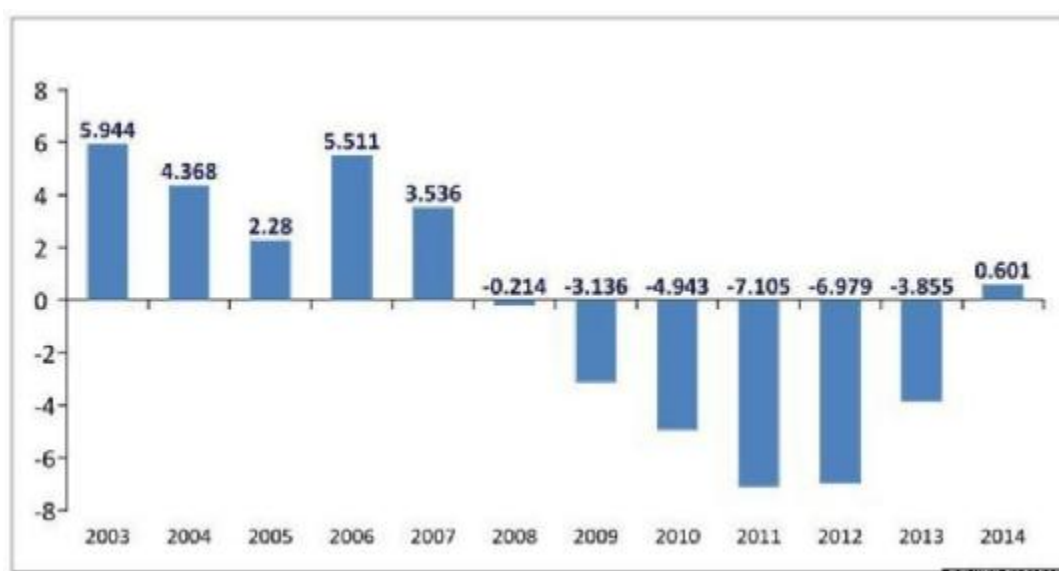
Πριν την οικονομική κρίση, το ποσοστό του πληθωρισμού κυμαινόταν σταθερά γύρω στο 3%, ενώ το 2008 από 2,8% που ήταν την προηγούμενη χρονιά, ανέβηκε σε 4,1%. Το 2009, «βούτηξε» στο 1,21% και το 2010, «εκτοξεύτηκε» στην μέγιστη τιμή του 4,7%. Από το 2011 άρχισε πτωτική πορεία ενώ από το 2012, η οικονομία παρουσιάζει αντιπληθωρισμό, αρνητικούς ρυθμούς εξέλιξης, δηλαδή, του Δείκτη Τιμών Καταναλωτή.

Διάγραμμα 15: Ποσοστό Πληθωρισμού Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (IMF DATABASE- Μαυραγάνης 2015)



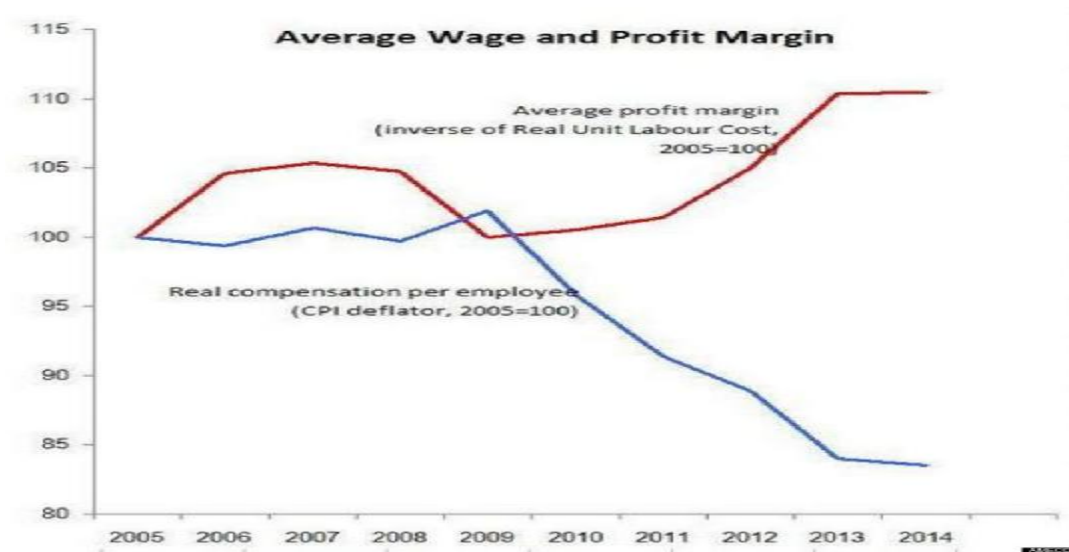
Όπως απεικονίζεται στο παρακάτω διάγραμμα, ο ρυθμός ανάπτυξης του ΑΕΠ της Ελληνικής Οικονομίας επηρεάστηκε δραματικά από την οικονομική κρίση. Τα έτη πριν την κρίση, η ελληνική οικονομία βίωνε θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης, γύρω στο 6% το 2003, 4,3% το 2004, 2,28% το 2005, 5,5% το 2006, 3,5% το 2007. Από το 2008 μέχρι το 2014, ο ρυθμός ανάπτυξης του ΑΕΠ είναι αρνητικός και μάλιστα, πιο συγκεκριμένα, την περίοδο 2008-2012, ήταν αρνητικός με συνεχή και εντυπωσιακή πτωτική τάση, ενώ το από το 2012, άρχισε να βελτιώνεται. Το 2014, επανήλθε σε θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης. Η συνολική απώλεια ΑΕΠ κατά την διάρκεια της κρίσης υπολογίζεται περί τα 26% (Μαυραγάνης 2015).

Διάγραμμα 16: Ρυθμός ανάπτυξης ΑΕΠ (IMF DATABASE- Μαυραγάνης 2015)



Όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα, η πραγματική αγοραστική δύναμη του καταναλωτή δέχτηκε δραματική αρνητική επίπτωση από την οικονομική κρίση. Από το 2009, έπεφτε συνεχώς κατακόρυφα, χωρίς να φαίνεται κάποια ανοδική τάση, φτάνοντας το 2014, στα χαμηλότερα επίπεδα. Από την άλλη, παράλληλα, αυξήθηκε το περιθώριο κέρδους. Πιο συγκεκριμένα, η αγοραστική δύναμη του μέσου μισθού μειώθηκε κατά 16,5% ενώ το μέσο περιθώριο κέρδους αυξήθηκε κατά 11%. Αυτό είχε σαν αποτέλεσμα την δραματική αύξηση της εισοδηματικής ανισότητας μεταξύ νοικοκυριών που το κύριο εισόδημά τους προέρχεται από μισθούς και αυτών που το κύριο εισόδημά τους προέρχεται από κέρδη, τόκους κτλ. (Μαυραγάνης 2015).

Διάγραμμα 17: Μέσος Μισθός & Περιθώριο Κέρδους (AMECO- Μαυραγάνης 2015)



Ιδιαίτερα διαφωτιστικό για την επίδραση της οικονομικής κρίσης στα οικονομικά μεγέθη είναι το παρακάτω διάγραμμα που δείχνει τις μεταβολές ανά έτος στο ΑΕΠ, την τελική κατανάλωση, τις επενδύσεις, τις εξαγωγές και τις εισαγωγές, για την περίοδο 2000-2014. Ο ρυθμός ανάπτυξης ΑΕΠ αναφέρεται παραπάνω. Η τελική κατανάλωση, που σχετίζεται βέβαια με την αγοραστική δύναμη των καταναλωτών, η οποία όπως αναφέρθηκε μειώθηκε δραματικά, φαίνεται ότι μέχρι και το ξέσπασμα της κρίσης είχε θετικούς ρυθμούς μεταβολής ενώ μετά είχε αρνητικούς ρυθμούς και μάλιστα παρουσίαζε επιδείνωση με αποκορύφωμα το 2011, όπου ο ρυθμός μεταβολής σε σχέση με το 2010 ήταν $-9,7\%$. Στην συνέχεια άρχισε να βελτιώνεται διατηρώντας τους αρνητικούς ρυθμούς της, μέχρι το 2014 που είχε θετική εξέλιξη.

Αναφορικά με την πορεία των επενδύσεων, πριν την κρίση παρουσίαζαν αρκετές διακυμάνσεις, ωστόσο από το 2000-2008 είχε θετικούς ρυθμούς εξέλιξης εκτός από το 2005 που σημείωσε μεγάλο αρνητικό ρυθμό μεταβολής (-15%). Από το 2008, και μετά οι ρυθμοί μεταβολής ήταν αρνητικοί και μάλιστα με μεγάλη απόλυτη τιμή. Η εικόνα των εξαγωγών είναι διαφορετική. Στην αρχή της κρίσης, το 2009, μειώθηκαν κατά $18,5\%$ σε σχέση με το 2008, στην συνέχεια παρουσίαζαν θετικό ρυθμό μεταβολής. Τέλος, αναφορικά με τις εισαγωγές, το

2009 είχαν εντυπωσιακά αρνητικό ρυθμό (-19,6%) σαν άμεση συνέπεια από την κρίση. Στην συνέχεια, παρουσίαζαν αρνητικό ρυθμό μεταβολής που συνεχώς μειωνόταν, ενώ το 2014, υπήρξε θετικός ρυθμός μεταβολής.

Πίνακας 4: Εξέλιξη Βασικών Μακροοικονομικών Αγαθών (IOBE 2015)

Τρίμηνο	ΑΕΠ		Τελική Κατανάλωση		Επενδύσεις		Εξαγωγές		Εισαγωγές	
	εκατ. €	Ετήσιος ρυθμός μεταβολής	εκατ. €	Ετήσιος ρυθμός μεταβολής	εκατ. €	Ετήσιος ρυθμός μεταβολής	εκατ. €	Ετήσιος ρυθμός μεταβολής	εκατ. €	Ετήσιος ρυθμός μεταβολής
2000	190.243	4,2%	164.487	3,3%	43.696	9,4%	43.680	23,8%	63.324	21,3%
2001	197.112	3,7%	171.540	4,2%	44.386	1,7%	43.021	0,6%	62.323	1,2%
2002	203.306	3,2%	178.926	4,2%	44.512	0,3%	39.856	-7,3%	60.247	-3,4%
2003	216.597	6,6%	186.580	4,3%	53.420	20,1%	39.558	-0,7%	63.775	5,8%
2004	227.176	5,0%	194.468	4,3%	53.398	0,0%	46.689	18,5%	67.943	7,1%
2005	229.749	0,9%	203.375	4,5%	45.430	-15,0%	48.869	3,4%	68.778	-0,7%
2006	242.947	5,8%	210.411	3,5%	57.779	27,2%	51.405	5,2%	77.996	13,7%
2007	251.165	3,5%	218.433	3,9%	64.013	10,9%	56.416	10,6%	88.657	15,1%
2008	250.065	-0,4%	222.226	1,8%	59.488	-7,0%	58.395	3,5%	90.622	2,6%
2009	239.162	-4,4%	221.573	-0,4%	43.034	-27,7%	47.803	-18,5%	73.252	-19,6%
α' 2010	58.983	0,3%	54.251	-1,4%	10.135	5,3%	12.477	-0,6%	18.701	2,8%
β' 2010	57.371	-4,9%	52.908	-4,5%	9.725	-6,3%	12.621	4,4%	17.371	-4,0%
γ' 2010	55.426	-7,7%	50.656	-9,8%	9.655	-8,3%	11.921	1,7%	16.702	-8,9%
δ' 2010	54.617	-9,0%	49.677	-9,7%	8918	-28,7%	12825	12,2%	16482	-11,6%
2010	226.398	-5,3%	207.492	-6,4%	38.433	-10,7%	49.844	4,3%	69.255	-5,5%
α' 2011	53.124	-9,9%	48.016	-11,5%	9.611	-5,2%	12.461	-0,1%	16.568	-11,4%
β' 2011	52.316	-8,8%	47.408	-10,4%	8.425	-13,4%	12.553	-0,5%	16.336	-6,0%
γ' 2011	51.210	-7,6%	46.879	-7,5%	7.543	-21,9%	12.561	5,4%	15.913	-4,7%
δ' 2011	49.676	-9,0%	45.062	-9,3%	6.506	-27,1%	12.769	-0,4%	15.028	-8,8%
2011*	206.326	-8,9%	187.364	-9,7%	32.085	-16,5%	50.345	1,0%	63.845	-7,8%
α' 2012	49.172	-7,4%	44.882	-6,5%	6.639	-30,9%	12.684	1,8%	14.745	-11,0%
β' 2012	48.307	-7,7%	43.605	-8,0%	6.542	-22,3%	12.366	-1,5%	14.323	-12,3%
γ' 2012	47.832	-6,6%	42.943	-8,4%	5.484	-27,3%	12.704	1,1%	14.150	-11,1%
δ' 2012	47.356	-4,7%	42.358	-6,0%	6.716	3,2%	13.080	2,4%	14.618	-2,7%
2012*	192.668	-6,6%	173.788	-7,2%	25.382	-20,9%	50.834	1,0%	57.836	-9,4%
α' 2013	46.519	-5,4%	42.047	-6,3%	6.126	-7,7%	12.720	0,3%	14.251	-3,3%
β' 2013	46.337	-4,1%	42.000	-3,7%	5.277	-19,3%	12.928	4,5%	13.963	-2,5%
γ' 2013	46.115	-3,6%	41.908	-2,4%	5.508	0,4%	13.187	3,8%	14.421	1,9%
δ' 2013	46.033	-2,8%	42.433	0,2%	4.278	-36,3%	12.782	-2,3%	13.538	-7,4%
2013*	185.004	-4,0%	168.387	-3,2%	21.189	-16,5%	51.616	1,5%	56.172	-2,9%
α' 2014	46.356	-0,4%	42.230	0,4%	4.973	-18,8%	13.664	7,4%	14.264	0,1%
β' 2014	46.489	0,3%	42.468	1,1%	5.065	-4,0%	14.087	9,0%	15.158	8,6%
γ' 2014	46.812	1,5%	42.638	1,7%	4.835	-12,2%	14.290	8,4%	14.939	3,6%
δ' 2014	46.636	1,3%	42.628	0,5%	5.835	4,0%	14.104	10,3%	15.960	17,9%
2014*	186.292	0,7%	169.963	1,0%	20.708	-2,3%	56.144	8,8%	60.321	7,4%

* προσωρινά στοιχεία

Πηγή: Τριμηνιαίο Εθνικό Λογαριασμό, Φεβρουάριος 2015, ΕΛ.ΣΤΑΤ.

3.5. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΕΠΙΔΡΑΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΙΣ ΜΜΕ

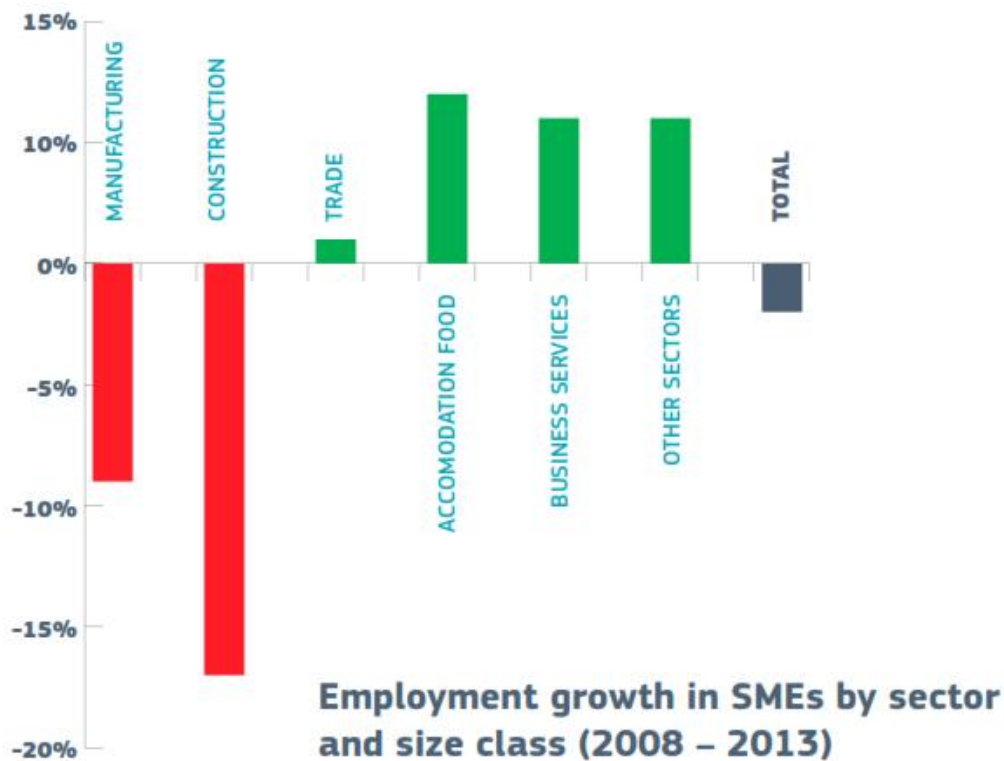
Στον παρακάτω πίνακα, παρουσιάζεται η πορεία ανάκαμψης των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ μετά το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης, το 2008, σύμφωνα με την ετήσια αναφορά της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις Ευρωπαϊκές ΜΜΕ (2013-2014). Όπως φαίνεται το 2013 σε σχέση με το 2008, σημειώθηκε αύξηση στην προστιθέμενη αξία κατά 1,2%, αύξηση στον αριθμό των επιχειρήσεων κατά 1,7% και αύξηση στην απασχόληση κατά 2,1%. Το 2013, σε σχέση με το 2012, υπήρχε βελτίωση 1,1% στην προστιθέμενη αξία. Ωστόσο, αναφορικά με τον αριθμό των επιχειρήσεων και τον αριθμό των απασχολούμενων σημειώθηκε επιδείνωση με μείωση κατά 0,9%, στην πρώτη περίπτωση και 0,5%, στην δεύτερη περίπτωση.

Πίνακας 5: Ανάκαμψη το 2013 (European Commission 2014- Infographics)



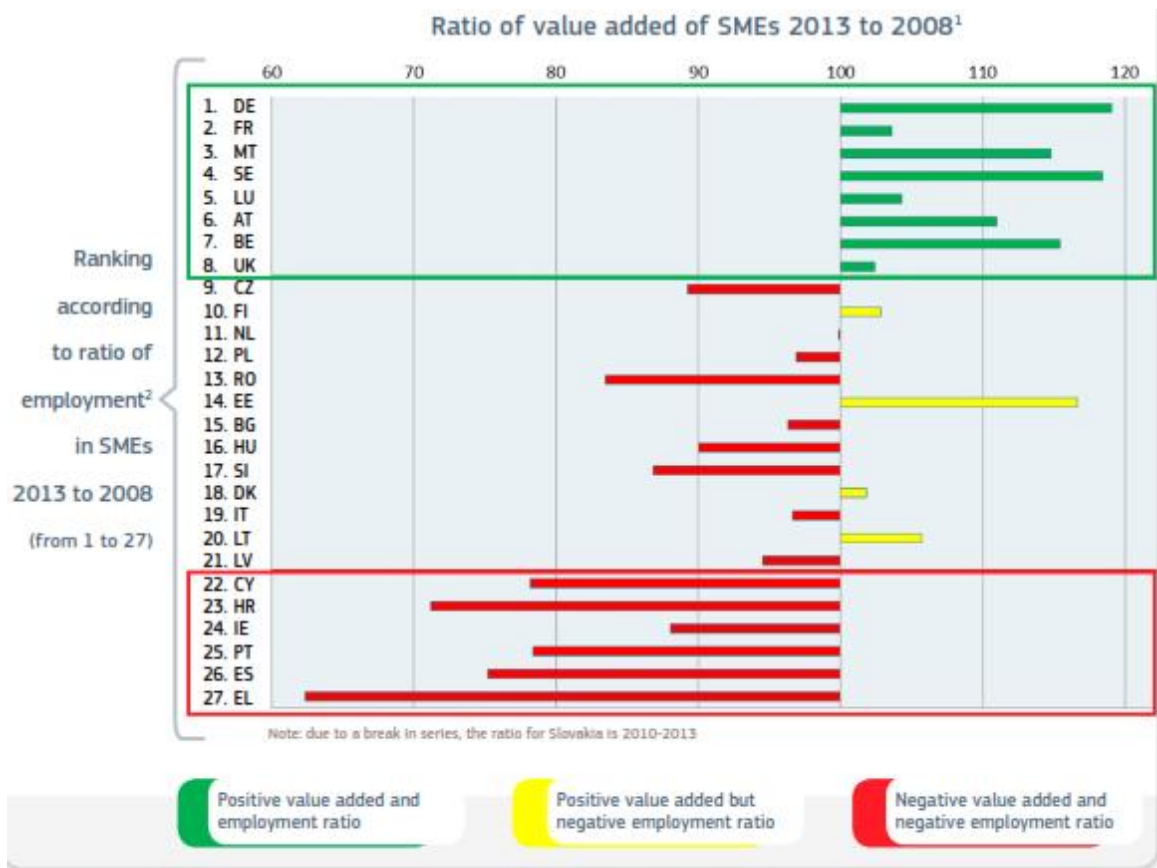
Το παρακάτω διάγραμμα απεικονίζει την ανάπτυξη αναφορικά με την απασχόληση ανά κλάδο για την περίοδο 2008-2013. Θετική εξέλιξη και ανάκαμψη παρουσιάζουν οι κλάδοι του εμπορίου, της εστίασης- τροφίμων, των επιχειρηματικών υπηρεσιών και άλλων κλάδων. Ωστόσο, η βελτίωση στον κλάδο του εμπορίου είναι μικρότερη. Εντυπωσιακά είναι τα ποσοστά για τον βιομηχανικό και τον κατασκευαστικό κλάδο, που δηλώνουν ότι αναφορικά με τα ποσοστά απασχόλησης είναι πολύ πίσω.

Διάγραμμα 18: Μεγέθυνση Απασχόλησης ΜΜΕ ανά κλάδο (2008-2013)(European Commission 2014-Infographics)



Στο παρακάτω διάγραμμα, απεικονίζεται η προστιθέμενη αξία των ΜΜΕ ανά χώρα για την περίοδο 2008-2013. Οι χώρες είναι τοποθετημένες με βάση τον βαθμό απασχόλησης. Όπως φαίνεται η Ελλάδα, βρίσκεται στην τελευταία θέση. Με πράσινη ένδειξη απεικονίζονται οι χώρες στις οποίες, οι ΜΜΕ παρουσίασαν θετική προστιθέμενη αξία και δείκτη απασχόλησης για την περίοδο 2008-2013. Με κίτρινη ένδειξη απεικονίζονται οι χώρες με θετική προστιθέμενη αξία και αρνητικό δείκτη απασχόλησης, ενώ με πράσινη ένδειξη απεικονίζονται οι χώρες με αρνητική προστιθέμενη αξία και αρνητικό δείκτη απασχόλησης. Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν και οι ΜΜΕ της Ελλάδας, που φαίνεται να βρίσκονται στην χειρότερη θέση συγκριτικά με τις υπόλοιπες.

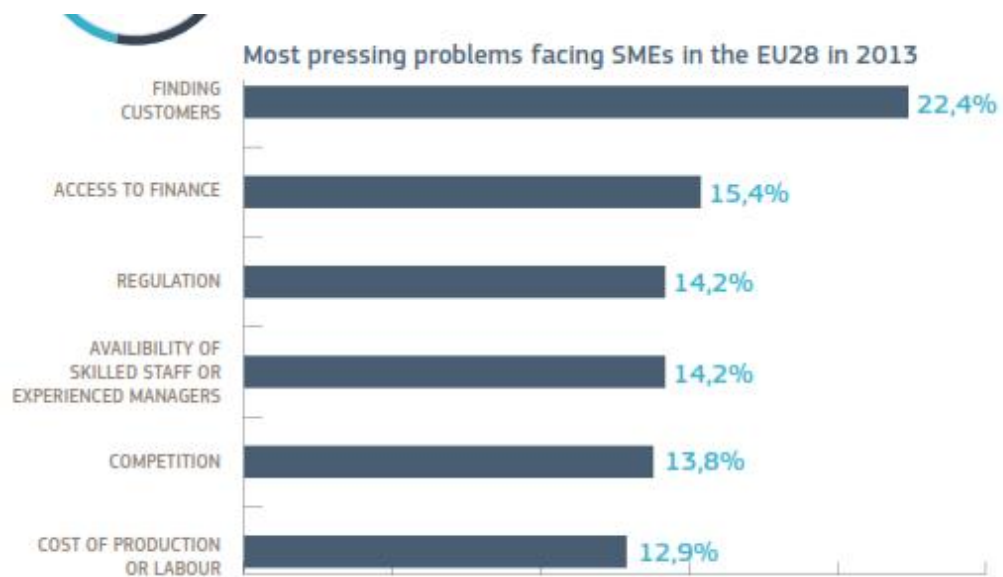
Διάγραμμα 19: Ποσοστό Προστιθέμενης αξίας των ΜΜΕ 2008-2013 (European Commission 2014- Infographics)



¹ value added of SMEs in 2013 / value added of SMEs in 2008; index: 2008 = 100
² employment in SMEs 2013 / employment in SMEs 2008; index: 2008=100

Εν μέσω οικονομικής κρίσης, σύμφωνα με τα στοιχεία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για το 2013-2014, το σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι Ευρωπαϊκές ΜΜΕ, είναι η εύρεση πελατών, με ποσοστό 22,4%, όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα. Στην συνέχεια, σημαντικό πρόβλημα αποτελεί η πρόσβαση σε χρηματοδότηση, με ποσοστό 15,4%. Με ποσοστό 14,2% το καθένα, πρόβλημα αποτελούν και οι κανονισμοί και η διαθεσιμότητα έμπειρου και ειδικευμένου προσωπικού. Ο ανταγωνισμός ακολουθεί με ποσοστό 13,8%. Με ποσοστό 12,9% ακολουθεί το πρόβλημα που αφορά στο κόστος παραγωγής (European Commission 2014- Infographics).

Διάγραμμα 20: Τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ το 2013 (European Commission 2014- Infographics)



Εστιάζοντας στις επιδράσεις της οικονομικής κρίσης στην επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, παρουσιάζονται τα παρακάτω στοιχεία:

2009

Σε γενικές γραμμές, σύμφωνα με το GEM, οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες είναι περισσότερο απαισιόδοξοι από ότι οι νέοι γεγονός που μπορεί να αποδοθεί στην μεγαλύτερη εμπειρία, την τριβή με τα καθημερινά προβλήματα και τη βαθύτερη αντίληψη για τις απαιτήσεις που έχει η λειτουργία μιας επιχείρησης. 3 της 4 καθιερωμένους Έλληνες επιχειρηματίες έκριναν το 2009, σύμφωνα με την έρευνα του GEM, ότι η ίδρυση μιας της επιχείρησης ήταν πολύ δυσκολότερη από ότι το 2008. Το αντίστοιχο ποσοστό στους νέους επιχειρηματίες αγγίζει το 70%. Στο 2009, φαίνεται να ήταν δυσκολότερη η διατήρηση/ ανάπτυξη των ήδη υφιστάμενων επιχειρήσεων σε σχέση με το 2008. Το 2009 μόλις, το 13% των καθιερωμένων επιχειρηματιών και το 17,5% των νέων αναγνωρίζουν ευκαιρίες ανάπτυξης μιας επιχείρησης εν μέσω της κρίσης (Ιωαννίδης κ. ά. 2010).

Αναφορικά με τις επιπτώσεις της κρίσης στους επιμέρους κλάδους της οικονομίας, σύμφωνα με την έρευνα GEM, το 2009, όλοι οι τομείς έχουν πληγεί αλλά οι τομείς του πρωτογενούς τομέα περισσότερο. Αλλά και η μεταποίηση φαίνεται να έχει

επηρεαστεί πολύ αρνητικά αν και υπάρχει και ένα 7% που δηλώνει ότι οι ευκαιρίες αυξήθηκαν το 2009 (Ιωαννίδης κ.ά. 2010).

2010

Αναφορικά με την ιδέα ίδρυσης της επιχείρησης, το κλίμα το 2010, είναι σαφώς επιδεινωμένο σε σχέση με το 2009. Οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες εξακολουθούν και αυτή την χρονιά να είναι πιο απαισιόδοξοι. Οι γυναίκες είναι πιο αισιόδοξες από τους άνδρες. Οι νέοι επιχειρηματίες κατά 75,6% πιστεύουν ότι η ίδρυση της επιχείρησης είναι σχετικά πιο δύσκολη έναντι του ποσοστού 69%, που το πίστευε το 2009. Η Ελλάδα, σύμφωνα με την έρευνα GEM βρίσκεται στις πρώτες θέσεις αναφορικά με το φόβο αποτυχίας που διακατέχει τους επιχειρηματίες πρώτων σταδίων, και συγκεκριμένα το 55% αυτών έναντι του ποσοστού του 30%, το 2009. Το 23,3% πιστεύει στην ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών βραχυπρόθεσμα έναντι του 33,8%, το 2009. Το γεγονός ότι το 2010, υπήρχε όξυνση των δυσχερειών και χαμηλότερο ηθικό φαίνεται και από το ότι υπήρχε μείωση στα επίπεδα της αυτοπεποίθησης για τις επιχειρηματικές γνώσεις και ικανότητες για έναρξη επιχείρησης (52% του πληθυσμού & 77% των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων έναντι 58% & 90% το 2009, αντίστοιχα).

Η κρίση άλλαξε και το προφίλ των επιχειρηματιών νέων σταδίων. Το προφίλ αυτό το 2010 είναι: άντρας, 41 ετών, μεγαλύτερης ηλικίας, υψηλότερου μορφωτικού επιπέδου, από όλα τα εισοδηματικά κλιμάκια. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα, το 2010 ήταν 3,7% έναντι του ποσοστού του 6% το 2009. Ωστόσο, το 35% των επιχειρηματιών των αρχικών σταδίων είναι γυναίκες, όπως και το 2009. Γενικά, η κρίση άλλαξε τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβάνονται πια οι νέοι επιχειρηματίες την έννοια της επιχειρηματικότητας.

Η κρίση έφερε και κλαδική διαφοροποίηση. Πριν την κρίση υπήρχε μεγαλύτερο ποσοστό επιχειρήσεων που παρείχαν προϊόντα και υπηρεσίες κατευθείαν στον τελικό καταναλωτή. Το αποτέλεσμα της κρίσης ήταν η συρρίκνωση των μαγαζιών και η αύξηση των υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις, που έγινε αισθητή από το 2010 (Ιωαννίδης & Χατζηχρήστου 2012).

2011

Ο δείκτης έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας, το 2011, βελτιώθηκε σε σχέση με το 2010, που είχε λάβει, την χαμηλότερη τιμή του τα τελευταία χρόνια. Πιο συγκεκριμένα, το 2011 ήταν 8%, ενώ το 2010 ήταν 5,5%. Με την τιμή αυτή, η Ελλάδα κατατάσσεται στην 4^η υψηλότερη χώρα, ανάμεσα στις χώρες που ανήκουν στην ομάδα καινοτομίας¹. Ωστόσο, και το 2011, αλλά και το 2010, τρεις στους τέσσερις επιχειρηματίες πιστεύουν ότι οι δυσκολίες ίδρυσης μιας επιχείρησης έχουν αυξηθεί σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Σημαντικό στοιχείο αποτελεί το ότι το 2011 η μεγάλη αύξηση του ποσοστού όσων πιστεύουν ότι οι επιχειρηματικές δραστηριότητες έχουν βελτιωθεί σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Ο δείκτης καθιερωμένης επιχειρηματικότητας παρουσιάζεται αυξημένος σε σχέση με το 2010 (15,8% έναντι 14,2%). Αναφορικά με την διακοπή ή αναστολή επιχειρηματικής δραστηριότητας, ο δείκτης είναι στο 3%, ενώ ο σημαντικότερος λόγος είναι η έλλειψη κερδοφορίας σε ποσοστό 63,6%, όταν το ίδιο ποσοστό ήταν 27,5%, στον μέσο όρο των χωρών του GEM. Αυτό φυσικά δείχνει ότι η διακοπή ή αναστολή της επιχειρηματικής δραστηριότητας οφείλεται κατεξοχήν στην κρίση που έχει επηρεάσει την κερδοφορία.

Ο φόβος αποτυχίας νέου εγχειρήματος, το 2011, είναι υψηλότερος σε σχέση με τις προηγούμενες χρονιές. Το 2011, είναι αρκετά χαμηλός ο δείκτης της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας έναντι του υψηλού δείκτη επιχειρηματικότητας ανάγκης. Αυτό σημαίνει ότι οι περισσότεροι επιχειρηματίες που ξεκινούν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα το κάνουν από ανάγκη και λόγω έλλειψης εναλλακτικών επιλογών και όχι γιατί έχουν εντοπίσει μια ευκαιρία στο περιβάλλον τους και θέλουν να την αξιοποιήσουν.

Η γυναικεία επιχειρηματικότητα το 2011, αυξήθηκε σε σχέση με το 2010 (6% έναντι 3,7%). Το 2011, παρουσιάζεται σημαντική διαφοροποίηση σε σχέση με το 2010, και στην ηλικία των επιχειρηματιών, καθώς οι περισσότεροι νέοι επιχειρηματίες το 2011 ήταν ηλικίας 35-44 ενώ το 2010 ήταν 45-54.

¹ Στις σχετικές έρευνες, ο GEM χωρίζει τις χώρες σε χώρες υψηλού εισοδήματος, μεσαίου εισοδήματος και καινοτομίας.

2012

Η επιχειρηματικότητα αρχικού σταδίου, το 2012, σε σχέση με το προηγούμενο έτος μειώθηκε αισθητά (6,5% έναντι 8%). Το 36,32% των νέων επιχειρηματιών ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 25-34. Το 2012, πάνω από 50% των νέων επιχειρήσεων αφορά σε υπηρεσίες στο τελικό καταναλωτή, αν και η κρίση έχει αυξήσει ιδιαίτερα τις υπηρεσίες στις επιχειρήσεις.

Ο δείκτης καθιερωμένης επιχειρηματικότητας, το 2012, ήταν 12,3% ενώ το 2011 ήταν 15,8%. Παρά την μείωση, ο δείκτης ήταν αρκετά υψηλός ανάμεσα στις χώρες καινοτομίας. Το βασικότερο συμπέρασμα που προκύπτει από αυτό είναι ότι παρόλο που το 2012, ήταν η χειρότερη χρονιά της οικονομικής κρίσης από άποψη οικονομικών δεικτών, η δομή της ελληνικής οικονομίας ως οικονομία μικρών επιχειρήσεων δεν έχει μεταβληθεί λόγω της κρίσης (Ιωαννίδης & Γιωτόπουλος 2014).

Οι αντιλήψεις σχετικά με την ύπαρξη επιχειρηματικών ευκαιριών βρίσκονται ανάμεσα στις χαμηλότερες επιδόσεις (12,9%) αν και το 2011 ήταν 10,9%. Αυτό δείχνει ότι παρά το δυσοίωνα περιβάλλον, περισσότερα άτομα αρχίζουν να βλέπουν επιχειρηματικές ευκαιρίες τριγύρω τους. Το 64,4% του δείγματος της έρευνας GEM πιστεύει ότι η επιχειρηματικότητα είναι καλή επιλογή σταδιοδρομίας, ενώ το 2011, το ποσοστό αυτό ήταν 61%. Αυτό δείχνει μια θετική εξέλιξη ως προς τις προσδοκίες βιωσιμότητας των νέων εγχειρημάτων. Περισσότεροι από επτά στους δέκα Έλληνες δηλώνουν ότι ο φόβος αποτυχίας θα τους απέτρεπε να ξεκινήσουν μια επιχειρηματική δραστηριότητα.

Αναφορικά με την προοπτική δημιουργίας νέων θέσεων απασχόλησης, η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρηματιών το 2012, δηλώνουν ότι δεν προσδοκούν να δημιουργήσουν πάνω από τέσσερις νέες θέσεις απασχόλησης σε βάθος πενταετίας. Αυτό το στοιχείο δείχνει ότι η νέα επιχειρηματικότητα τείνει να αναπαράγει την ίδια δομή οικονομίας στην Ελλάδα: δηλαδή μικρές επιχειρήσεις οι περισσότερες εκ των οποίων δεν αναπτύσσονται και δεν δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας.

Το 2012, παρατηρήθηκε και μια αισθητή μείωση του δείκτη καινοτομικότητας και έντασης ανταγωνισμού, ο οποίος διαμορφώθηκε στο 23% ενώ την προηγούμενη

τριετία κυμαινόταν στο 32%. Αυτό το γεγονός οφείλεται στο ότι το 2012 η οικονομία βιώνει συνεχιζόμενη ύφεση. Το 20,6% των νέων επιχειρηματιών δήλωναν ότι πάνω από 25% των πελατών τους προέρχονται από το εξωτερικό, ενώ το 2011, το ποσοστό αυτών ήταν 16,1%. Από την άλλη, 51,3% των νέων επιχειρηματιών δήλωναν ότι θα απευθυνθούν αποκλειστικά στην εγχώρια αγορά ενώ το 2011, το αντίστοιχο ποσοστό ήταν 44,8%.

2013

Το 2013, το ποσοστό του πληθυσμού από ηλικία 18-64 που βρίσκεται σε αρχικό στάδιο έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας παρουσιάζεται αρκετά μειωμένο (5,2% έναντι 6,4%, το 2012), ως αποτέλεσμα της παρατεταμένης οικονομικής ύφεσης από την οποία διέρχεται η ελληνική οικονομία. Ο φόβος αποτυχίας έχει αυξηθεί ενώ αντίθετα αυξάνεται το ποσοστό των ατόμων που βλέπει επιχειρηματικές ευκαιρίες τριγύρω του. Ο αριθμός των Ελλήνων που πιστεύουν ότι διαθέτουν τις ικανότητες για την έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας κυμαίνεται σταθερά σε υψηλά επίπεδα.

Η Ελλάδα, το 2013, καταγράφει την υψηλότερη επίδοση στην καθιερωμένη επιχειρηματικότητα (12,6%), γεγονός που συνηγορεί στο ότι η ελληνική οικονομία εξακολουθεί να κυριαρχείται από πολύ μικρές επιχειρήσεις, κυρίως οικογενειακής ιδιοκτησίας, που υποστηρίζονται χρηματοδοτικά από άτυπους επενδυτές. Το ποσοστό του πληθυσμού που δηλώνει πως έχει ανακόψει την επιχειρηματική του δραστηριότητα το 2013, ανέρχεται στο 4,8% ελαφρώς υψηλότερο από το 2012, που ήταν στο 4,6%. Η έλλειψη κερδοφορίας επιμένει να αποτελεί τον βασικότερο παράγοντα διακοπής της επιχειρηματικής δραστηριότητας σε ποσοστό, ωστόσο, 51%.

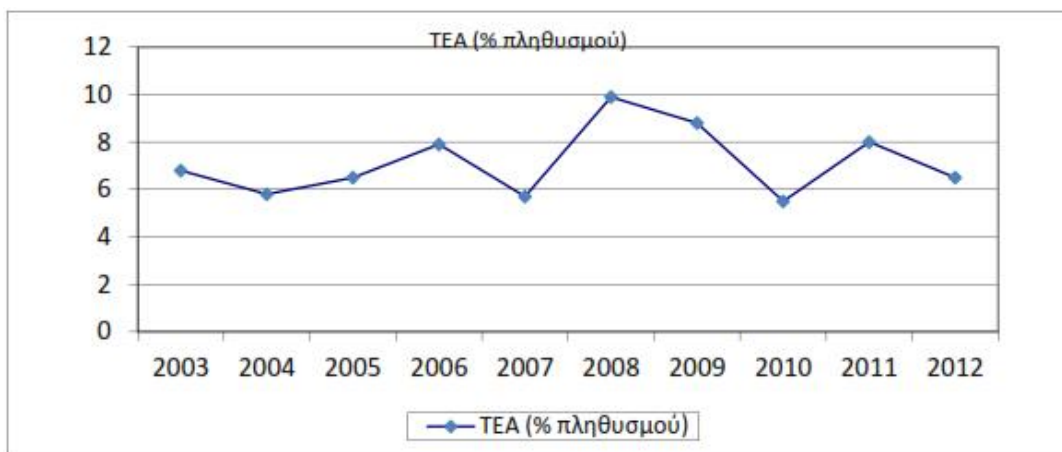
Οι δείκτες επιχειρηματικότητας και ανάγκης κυμαίνονται στα ποσοστά 23% και 35% αντίστοιχα. Αυτό σημαίνει ότι η παρατεταμένη ύφεση οδηγεί όλο και περισσότερα άτομα στην επιχειρηματική δραστηριότητα από ανάγκη και όχι λόγω κάποιας ευκαιρίας που εντοπίστηκε στο περιβάλλον.

Το προφίλ του Έλληνα επιχειρηματία έχει διαμορφωθεί ως εξής: άνδρας, ηλικίας 25-44, έχοντας ολοκληρώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση και δραστηριοποιείται στις υπηρεσίες προς τους καταναλωτές.

Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε από το GEM σε συνεργασία με τον IOBE, δείχνει κάποια θετικά σημάδια αναφορικά με την νεανική επιχειρηματικότητα. Βρέθηκε υψηλή ικανότητα των νέων να αντιλαμβάνονται επιχειρηματικές ευκαιρίες. Οι νεότεροι επιχειρηματίες παρουσιάζουν υψηλότερες επιδόσεις σε νέα εγχειρήματα που σχετίζονται με υπηρεσίες που απευθύνονται σε επιχειρήσεις. Τέλος, σημαντικό θετικό στοιχείο είναι η αύξηση του εκπαιδευτικού επιπέδου των νεότερων επιχειρηματιών.

Συγκεντρωτικά, όπως φαίνεται και στο παρακάτω διάγραμμα, ο δείκτης έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας, την περίοδο πριν την κρίση, παρουσίαζε μια σχετική σταθερότητα και κυμαινόταν από 6 με 8%. Η κρίση φαίνεται πως είχε αντίκτυπο στην διακύμανση του δείκτη που παίρνει πια μετά την κρίση πιο ακραίες τιμές. Αυτό δείχνει ότι οι Έλληνες αντέδρασαν στην κρίση ιδρύοντας νέες μικρές επιχειρήσεις. Χωρίς βεβαία αυτό να σημαίνει ότι η κρίση δεν προκαλεί στην επιβίωση αυτών μεγαλύτερη δυσχέρεια σε σχέση με το παρελθόν και χωρίς αυτό να σημαίνει ότι υψηλότεροι δείκτες έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας σημαίνουν μεγαλύτερη οικονομική επιτυχία.

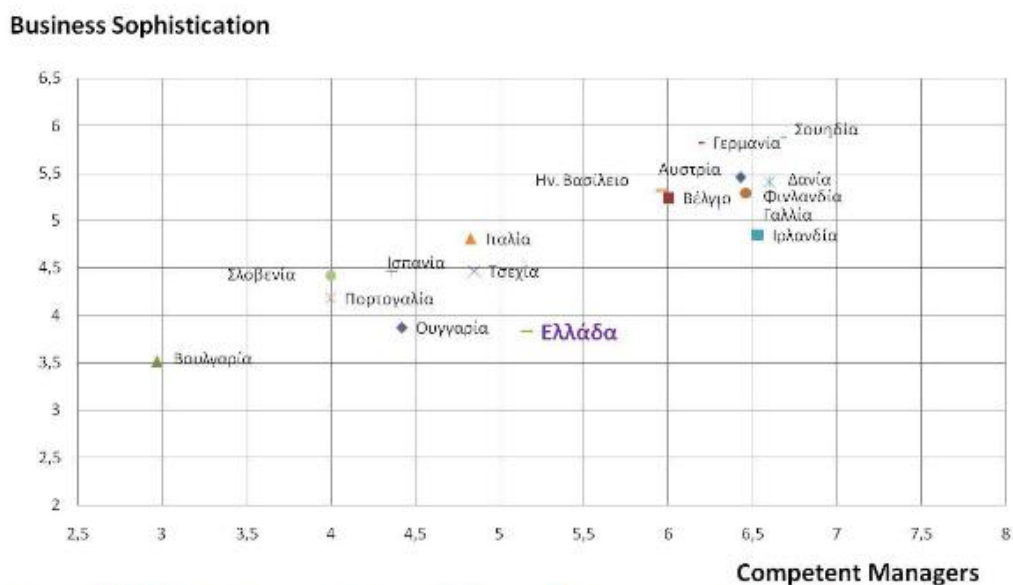
Διάγραμμα 21: Δείκτης έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας (TEA) (Ιωαννίδης 2013)



Η αντοχή των ελληνικών επιχειρήσεων στην κρίση εξαρτάται από την ικανότητά τους να χτίσουν και να διατηρήσουν συγκριτικό πλεονέκτημα σε χαμηλότερα

επίπεδα κόστους. Η σύγκριση γίνεται με αναφορά, πλέον, στις ανοιχτές διεθνείς αγορές. Το αν μια επιχείρηση θα ανταπεξέρθει από την κρίση κρίνεται από την προϋπάρχουσα θέση και ικανότητά της αλλά και από την ικανότητα των διοικήσεων να αντιληφθούν την κρίση και να δράσουν ανάλογα. Όπως φαίνεται στο παρακάτω διάγραμμα, η προ- κρίσης ανταγωνιστική ικανότητα των επιχειρήσεων είναι χαμηλή ενώ η ικανότητα των managers μεσαία (Λιούκας 2010).

Διάγραμμα 22: Ικανότητα Ελληνικών ΜΜΕ συγκριτικά με τις χώρες της Ε.Ε. (Λιούκας 2010).



Πηγή: *The Global Competitiveness Report 2010-2011 – IMD World Competitiveness 2010*

Σε γενικές γραμμές, οι ΜΜΕ στην Ελλάδα, έχουν επιδείξει αρκετή αντοχή στην οικονομική κρίση. Το 2009, ένα χρόνο μετά το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης η Ελλάδα είχε τον μικρότερο δείκτη πτωχεύσεων σε σχέση με τις χώρες της Δυτικής Ευρώπης, 4 πτωχεύσεις ανά 10.000 επιχειρήσεις, όπως φαίνεται και στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 6: Δείκτης Πτωχεύσεων (Λιούκας 2010)

Χώρες	Αριθμός πτωχεύσεων ανά 10.000 επιχειρήσεις
Ελλάδα	4
Ισπανία	16
Ιταλία	23
Πορτογαλία	40
Ιρλανδία	87
Μεγάλη Βρετανία	90
Γερμανία	96
Φινλανδία	103
Ελβετία	105
Νορβηγία	109
Σουηδία	131
Ολλανδία	165
Βέλγιο	165
Δανία	183
Γαλλία	188
Αυστρία	236
Λουξεμβούργο	242
Μέσος Όρος	116,6

Πηγή: isotimia.gr, 28/04/10

Οι παραδοσιακοί κλάδοι της ελληνικής οικονομίας, που είχαν ήδη συγκριτικά πλεονεκτήματα, φαίνεται ότι είναι πιο ανθεκτικοί στην οικονομική κρίση και πιο ικανοί να ανταπεξέλθουν και να επιβιώσουν (Λιούκας 2010):

- § Τουρισμός και οι συνδεδόμενες με αυτόν υπηρεσίες
- § Ποιοτικά τρόφιμα
- § Ναυτιλία και σχετιζόμενες με αυτή υπηρεσίες, εφόσον αυτές είναι ανταγωνιστικές με τις χώρες
- § Κλάδοι εξαρτώμενοι από εθνικές και κοινοτικές πολιτικές, ήπιες μορφές ενέργειας και εφαρμογές ηλιακής ενέργειας
- § Νέοι κλάδοι τεχνολογίας σε συνδυασμό με συμμετοχή σε διεθνή δίκτυα

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΤΡΟΠΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΜΜΕ

4.1. ΒΑΣΙΚΕΣ & ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΜΜΕ

Οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν μεγάλο πρόβλημα ρευστότητας εν μέσω οικονομικής κρίσης. Οι ανάγκες και επομένως η ζήτηση για χρηματοδότηση είναι μεγάλες ωστόσο η προσφορά χρηματοδότησης περιορίζεται εν μέσω της αβεβαιότητας και της αφερεγγυότητας που έχουν διαμορφωθεί στο σύγχρονο οικονομικό περιβάλλον. Έτσι λοιπόν, έχει προκύψει ένα μεγάλο χρηματοδοτικό κενό. Βασικές αιτίες του κενού ρευστότητας αποτελεί ο περιορισμός πιστώσεων από τους προμηθευτές αλλά και η δυσκολία εύρεσης ιδίων κεφαλαίων (Μυλωνάς & Αθανασόπουλος 2012). Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται οι επιλογές χρηματοδότησης των ΜΜΕ και στατιστικά στοιχεία της χρηματοδότησης εν μέσω της οικονομικής κρίσης.

4.1.1. Βασικές Πηγές Χρηματοδότησης ΜΜΕ

Οι πηγές χρηματοδότησης χωρίζονται σε εσωτερικές και εξωτερικές. Οι *εσωτερικές πηγές χρηματοδότησης* είναι:

- § Ίδια κεφάλαια
- § Κεφάλαιο Κίνησης= η διαφορά ανάμεσα στο βραχυπρόθεσμο ενεργητικό και το βραχυπρόθεσμο παθητικό
- § Αποθεματοποιημένα κέρδη
- § Εκποίηση Πάγιων Περιουσιακών στοιχείων

Οι *βασικές εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης* είναι:

- § **Τραπεζικός δανεισμός**

Ο τραπεζικός δανεισμός περιλαμβάνει:

- ü Δάνεια Κεφαλαίου κίνησης
- ü Μακροπρόθεσμα δάνεια

Τα μακροπρόθεσμα δάνεια έχουν συνήθως μικρότερο επιτόκιο λόγω της μεγαλύτερης περιόδου αποπληρωμής τους.

Ο τραπεζικός δανεισμός, είτε μέσω δανείων κεφαλαίου κίνησης είτε μέσω μακροπρόθεσμων δανείων είναι ο πιο συνηθισμένος τρόπος χρηματοδότησης που όμως παρουσιάζει πολλά προβλήματα λόγω της οικονομικής κρίσης.

§ Πιστώσεις από τους προμηθευτές

Η πληρωμή των προμηθευτών επί πιστώσει και όχι τοις μετρητοίς είναι ένας παραδοσιακός τρόπος χρηματοδότησης ειδικά για τις μικρές επιχειρήσεις. Ωστόσο, πλέον εν μέσω οικονομικής κρίσης έχει περιοριστεί ιδιαίτερα οι πιστώσεις.

§ Venture capital

- ü Seed Capital (κεφάλαια σποράς)
- ü Start up Capital (κεφάλαια εκκίνησης)
- ü Early stage financing (κεφάλαια αρχικού σταδίου παραγωγής)
- ü Development/ expansion New Ventures
- ü Mezzanine Financing
- ü MBO's/ MBI's /Replacement Ventures

§ Factoring (Πρακτόρευση απαιτήσεων)

Στην Ελλάδα μόλις τα τελευταία χρόνια έγινε γνωστός ο θεσμός και σταδιακά παρουσιάζει ανοδική πορεία. Στον χώρο, κυριαρχούν 3 εταιρίες που αντιστοιχούν σε πάνω από το 85% της αγοράς: ABC Factors, Εμπορική Factoring και η Αγροτική Factoring.

§ Χρηματοδοτική μίσθωση (leasing)

- ü Direct Leasing (Άμεση μίσθωση)
- ü Vendor Leasing (Μίσθωση – Πώληση)
- ü Service Leasing (Μίσθωση με παροχή υπηρεσιών)
- ü Master Lease Line
- ü Leveraged Leasing
- ü Sale and lease back
- ü Cross border (Διασυνοριακή Μίσθωση)

Η ανάπτυξη του κλάδου των επιχειρηματικών κεφαλαίων στην Ελλάδα πλαισιώνεται θεσμικά από τις λειτουργίες των ΑΚΕΣ (Αμοιβαία Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών). Στον Ελλαδικό χώρο δραστηριοποιούνται 18 εταιρίες επιχειρηματικών κεφαλαίων (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ 2009).

§ Επιχειρηματικοί άγγελοι (Business angels)

Στην Ελλάδα, ο ΕΟΜΜΕΧ σε συνεργασία με τα Κέντρα Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (ΚΕΤΑ) Αττικής έχουν αναλάβει την πρωτοβουλία για την δράση των επιχειρηματικών αγγέλων (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ 2009).

§ Θερμοκοιτίδες/ Εκκολαπτήρια Επιχειρήσεων (Business Incubators)

Στην Ευρώπη λειτουργούν περίπου 900 τεχνολογικά πάρκα και θερμοκοιτίδες, ενώ στην Ελλάδα έχουν υπάρξει δυο κύματα εφαρμογής τεχνολογικών πάρκων και θερμοκοιτιδίων. Με την βοήθεια του δημοσίου λειτουργούν τεχνολογικά πάρκα σε διάφορες περιφέρειες όπως Πάτρα, Θεσσαλονίκη, Κρήτη, Θεσσαλία, Ήπειρος. Επίσης, τελευταία λειτουργούν και οι πρώτες θερμοκοιτίδες με την διεθνή έννοια του όρου, από ελληνικές εταιρίες venture capital (Κωνσταντινίδης 2015).

§ Αναπτυξιακός Νόμος

Οι Αναπτυξιακοί Νόμοι που εφαρμόστηκαν με τελευταίο τον 4146/2013, ενίσχυσαν σημαντικά την χρηματοδότηση των ΜΜΕ. Στο Παράρτημα 1 αναφέρονται το είδος των οικονομικών δραστηριοτήτων που ενισχύονται και τα είδη των ενισχύσεων για τις διάφορες κατηγορίες των ΜΜΕ.

§ Κοινοτικά Πλαίσια Στήριξης – ΕΣΠΑ

Τα βασικά χρηματοδοτικά εργαλεία που χρησιμοποιούνται από τα προγράμματα στήριξης είναι τα εξής:

- Μικρό-δάνεια
- Δάνεια Επιμερισμού Ρίσκου
- Εγγυήσεις
- Κεφάλαια Συν-επένδυσης (Seed Capital, venture capital)
- Υβριδικά χρηματοδοτικά εργαλεία Mezzanine

Στην Ευρώπη, την περίοδο 2007-2013, σχεδιάστηκαν χρηματοδοτικά εργαλεία για την επιχειρηματικότητα, την αστική ανάπτυξη και την ενέργεια. Η δρομολόγηση κοινοτικών κονδυλίων μέσω χρηματοδοτικών εργαλείων, κατά την περίοδο 2007-2013, έφτασε το 5% των συνολικών πόρων του Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης. Μέχρι το 2012, είχαν δημιουργηθεί 870 ταμεία διαχείρισης πόρων που υλοποίησαν χρηματοδοτικά εργαλεία και συγκεκριμένα 816 για την επιχειρηματικότητα (ΣΕΣΜΑ 2014).

Ωστόσο, το θεσμικό πλαίσιο στην Ελλάδα αλλά και οι οικονομικές συγκυρίες δημιουργούν πολλά εμπόδια στην αποτελεσματική αξιοποίηση των χρηματοδοτικών εργαλείων. Η έλλειψη υποδομών για την εφαρμογή τέτοιων εργαλείων αλλοίωσαν την λογική τους. Για παράδειγμα, στην περίπτωση των μικροδανείων, υπήρχε απαίτηση για υψηλές εξασφαλίσεις και κρίνονταν οι αιτήσεις με τραπεζικά κριτήρια. Υψηλές απαιτήσεις σε εξασφαλίσεις υπήρχαν και για τα δάνεια επιμερισμού ρίσκου. Ενώ, αυτά συνοδεύονταν και από υψηλές γραφειοκρατικές απαιτήσεις που συνδέονται με την χρήση αυτών των χρηματοδοτικών εργαλείων. Αναφορικά με τα κεφάλαια συν- επένδυσης, δεν υπάρχει σύγχρονο θεσμικό πλαίσιο που να παρέχει προστασία και κίνητρα για τους επενδυτές. Το θεσμικό πλαίσιο που διέπει τις εγγυήσεις είναι απαρχαιωμένο (ΣΕΣΜΑ 2014).

Πίνακας 7: Χρηματοδοτικά Εργαλεία- Οφέλη και Τομείς Εφαρμογής (ΣΕΣΜΑ 2014)

Κατηγορία	Παράδειγμα	Οφέλη	Ενδιάμεσοι φορείς	Τομείς εφαρμογής
Μικρό-δάνεια	Δάνεια έως 25.000 ευρώ, εκπαίδευση και mentoring	Δημιουργία επιχείρησης από άτομα κοινωνικά αποκλεισμένα, χωρίς την παροχή εξασφαλίσεων	Μη-τραπεζικοί οργανισμοί παροχής μικρό-δανείων, μικρές συνεταιριστικές ή εμπορικές τράπεζες	<ul style="list-style-type: none"> • Νέα επιχειρηματικότητα • Κοινωνική οικονομία
Δάνεια επιμερισμού ού ρίσκου	Επενδυτικά δάνεια, δάνεια κεφαλαίου κίνησης, βραχυπρόθεσμα δάνεια, μακροπρόθεσμα δάνεια	Χαμηλά επιτόκια	Εμπορικές τράπεζες	<ul style="list-style-type: none"> • Επιχειρηματικότητα • Επενδύσεις αστικής ανάπτυξης • Ενέργεια • Κοινωνική οικονομία
Εγγυήσεις	Όλες οι μορφές δανείων, προϊόντα χρόνο-μίσθωσης, τραπεζικές εγγυητικές επιστολές	Χαμηλές εξασφαλίσεις	Εμπορικές τράπεζες, εταιρίες χρόνο-μίσθωσης	<ul style="list-style-type: none"> • Επιχειρηματικότητα • Υποδομές αστικής ανάπτυξης • Ενέργεια • Κοινωνική οικονομία
Συν-επένδυση κεφαλαίων	Επενδυτικά κεφάλαια	Κεφαλαιακή ενίσχυση	Επενδυτικά ταμεία	<ul style="list-style-type: none"> • Επιχειρηματικότητα (κυρίως σε τομείς καινοτομίας) • Επενδύσεις αστικής ανάπτυξης
Mezzanine	Δάνεια, επενδυτικά κεφάλαια	Χαμηλά επιτόκια, κεφαλαιακή ενίσχυση	Επενδυτικά ταμεία, Εμπορικές τράπεζες	<ul style="list-style-type: none"> • Επιχειρηματικότητα

§ Ευρωπαϊκά Προγράμματα

Μέσω χρηματοδοτικών εργαλείων τα ευρωπαϊκά προγράμματα χρηματοδοτούν τις ΜΜΕ. Στο παρακάτω πίνακα φαίνονται τα ευρωπαϊκά προγράμματα με τα χρηματοδοτικά εργαλεία για την προγραμματική περίοδο 2014-2020.

Πίνακας 8: Ευρωπαϊκά Προγράμματα χρηματοδότησης μέσω χρηματοδοτικών Εργαλείων (ΣΕΣΜΑ 2014)

Θεματική Περιοχή	Χρηματοδοτικά Εργαλεία σε Επίπεδο Ε.Ε	Χρηματοδοτικά εργαλεία σε Εθνικό Επίπεδο
Έρευνα, Τεχνολογική Ανάπτυξη και Καινοτομία	Ορίζοντας 2020 (Horizon 2020) Επιχειρηματικά κεφάλαια και εργαλεία επιμερισμού ρίσκου	Χρηματοδοτικά εργαλεία "off the shelf" Χρηματοδοτικά εργαλεία tailor made υπό τη διαχείριση των Ευρωπαϊκών Διαρθρωτικών και Επενδυτικών ταμείων
Ανάπτυξη	Ανταγωνιστικότητα & ΜμΕ ("COSME") Επιχειρηματικά κεφάλαια και εργαλεία επιμερισμού ρίσκου Δημιουργική Ευρώπη ("Creative Europe") Εγγυήσεις	
Εργασία και Κοινωνική Συνοχή	Απασχόληση και κοινωνική καινοτομία ("EaSI") Μικρο-χρηματοδότηση ERASMUS+ Εγγυήσεις	
Υποδομές	Συνδέοντας την Ευρώπη ("Connecting Europe") Εργαλεία επιμερισμού κινδύνου και επιχειρηματικά κεφάλαια	
Περιβάλλον & Κλιματική Αλλαγή	LIFE+ Δάνεια, εγγυήσεις	

4.1.2. Εναλλακτικές Πηγές Χρηματοδότησης ΜΜΕ

Εκτός από τις βασικές πηγές χρηματοδότησης για τις ΜΜΕ, υπάρχουν και εναλλακτικές πηγές από τις οποίες οι ΜΜΕ μπορούν να αντλήσουν χρηματοδότηση. Αυτές είναι (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ 2013):

§ Πιστωτικές Ενώσεις (Credit Unions)

Οι πιστωτικές ενώσεις είναι μη κερδοσκοπικοί χρηματοδοτικοί οργανισμοί, οι οποίοι ανήκουν στα μέλη τους και τους παρέχουν χρηματοοικονομικές και άλλες σχετικές υποστηρικτικές υπηρεσίες. Οι πιστωτικές ενώσεις ασκούν μια πολιτική χρηματοδοτικών πιστώσεων η οποία αφενός χαρακτηρίζεται ως συντηρητική και αφετέρου περικλείει άτομα με χαρακτηριστικά που θα τους απέκλειαν από την χρηματοδότηση από τις μεγάλες εμπορικές τράπεζες. Οι πιστωτικές ενώσεις θεωρούνται ως η μικρότερη μορφή του συνεργατικού χρηματοπιστωτικού θεσμού. Ως δεύτερο στάδιο μεγέθους συνήθως θεωρείται η συνεταιριστική τράπεζα. Στην Ελλάδα η συνεταιριστική τράπεζα προσομοιάζει με την πιστωτική ένωση. Στην Ελλάδα, δραστηριοποιούνται 13 συνεταιριστικές τράπεζες. Πραγματοποιούν όλες τις τραπεζικές εργασίες όπως και οι εμπορικές τράπεζες εκτός από αυτή της

αναδοχής. Πάνω από το 70% των χρηματοδοτήσεων τους απευθύνονται σε μικρές επιχειρήσεις με βασικό χαρακτηριστικό την τοπικότητα (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ 2013).

§ Δανεισμός Μεταξύ ιδιωτών (Peer- to – peer lending)

Πρόκειται για πλατφόρμες χρηματοδότησης από το πλήθος (crowdfunding) που έχει αναπτυχθεί τελευταία. Διακρίνονται σε πλατφόρμες χρηματοδότησης ιδιωτών ή επιχειρήσεων, πλατφόρμες προεξόφλησης απαιτήσεων επιχειρήσεων, πλατφόρμες παροχής βραχυπρόθεσμων χρηματοδοτήσεων (payday loans) και άλλες μορφές. Βασικό χαρακτηριστικό του είδους αυτού της χρηματοδότησης είναι ότι μειώνονται ιδιαίτερα τα διαχειριστικά κόστη. Επίσης, τα επιτόκια είναι ελκυστικά, διότι η διαδικασία προσέλκυσης κεφαλαίων παίρνει την μορφή δημοπρασίας. Η διαδικασία είναι ανεξάρτητη από τις τράπεζες και δεν υπάρχει χρέωση πρόωρης αποπληρωμής. Αυτό το εναλλακτικό είδος χρηματοδότησης παρουσιάζει εντυπωσιακή ανάπτυξη κυρίως αναφορικά με την ίδρυση νέων επιχειρήσεων (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ 2013).

§ Χρηματοπιστωτικοί Οργανισμοί Τοπικής Ανάπτυξης (Community Development Financial Institutions)

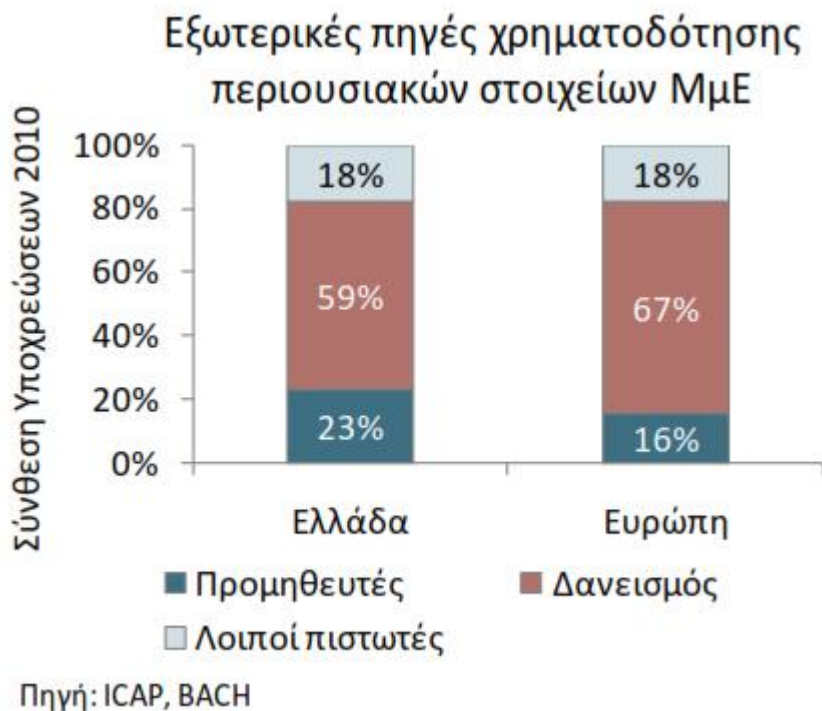
Σκοπός των CDFIs είναι η βελτίωση της πρόσβασης στη χρηματοδότηση φυσικών και νομικών προσώπων τα οποία δυσκολεύονται να χρηματοδοτηθούν από τις παραδοσιακές τράπεζες και η ανάπτυξη μιας συγκεκριμένης τοπικής κοινότητας, η οποία χαρακτηρίζεται σχετικά υποανάπτυκτη. Το εύρος των δραστηριοτήτων τους διαφέρει από αυτό των εμπορικών τραπεζών, καθώς περιλαμβάνουν και δραστηριότητες μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα με σκοπό την ανάπτυξη μιας τοπικής κοινότητας (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ 2013).

4.2. ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΜΜΕ

Σύμφωνα με έρευνα της Εθνικής Τράπεζας (2012), κατά 59% οι ΜΜΕ στρέφονται για χρηματοδότηση των περιουσιακών στοιχείων τους στον δανεισμό. Άλλη εξωτερική πηγή χρηματοδότησης είναι οι πιστώσεις των προμηθευτών κατά

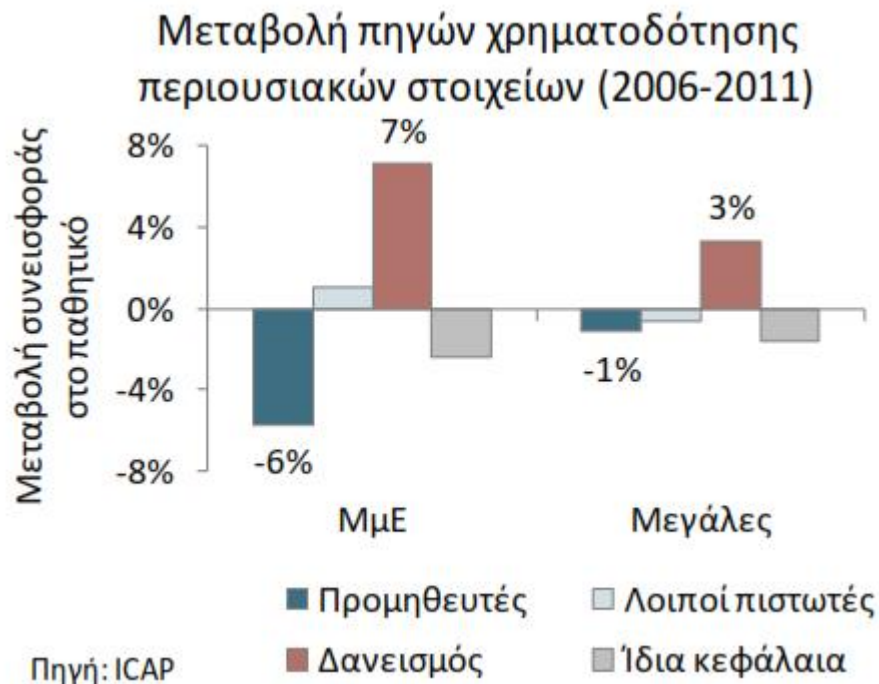
ποσοστό 23%, ενώ οι λοιποί πιστωτές αποτελούν το 18% των εξωτερικών πηγών χρηματοδότησης.

Διάγραμμα 13: Εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης περιουσιακών στοιχείων ΜΜΕ (Μυλωνάς & Αθανασόπουλος 2012).



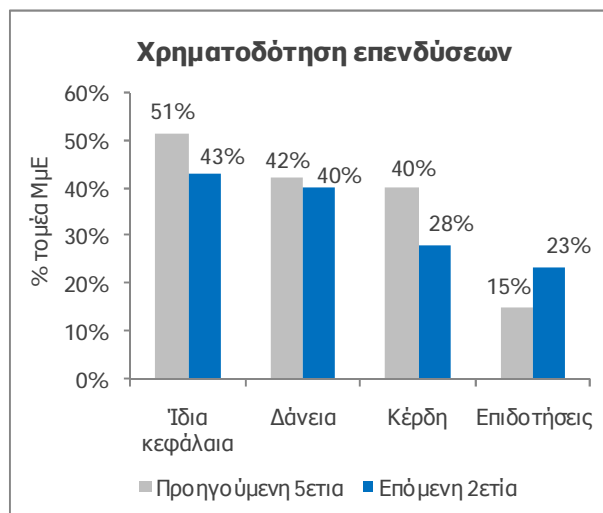
Σύμφωνα με την έρευνα της Εθνικής Τράπεζας (2012), και όπως απεικονίζεται στο παρακάτω διάγραμμα, υπήρξε μεταβολή της σύνθεσης των πηγών χρηματοδότησης πριν και μετά την οικονομική κρίση. Έτσι, το 2011 σε σχέση με το 2006, η μεταβολή στις πιστώσεις των προμηθευτών ήταν - 6%, ενώ αυξήθηκε κατά 7% ο τραπεζικός δανεισμός. Πιο συγκεκριμένα, οι αναχρηματοδοτήσεις των δανείων των ΜΜΕ οδήγησαν σε μείωση των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων προς τράπεζες και σε αύξηση του μακροπρόθεσμου δανεισμού (κυρίως των ομολογιακών και των κοινοπρακτικών δανείων). Ο δανεισμός προ κρίσης συνέφερε περισσότερο από τις πιστώσεις από προμηθευτές. Επίσης, μειώθηκαν το ποσοστό της χρηματοδότησης από ίδια κεφάλαια ενώ ελαφρώς αυξήθηκε η χρηματοδότηση από λοιπούς πιστωτές.

Διάγραμμα 24: Μεταβολή πηγών χρηματοδότησης περιουσιακών στοιχείων (2006-2011) (Μυλωνάς & Αθανασόπουλος 2012).



Σύμφωνα με έρευνα της Εθνικής Τράπεζας (Μυλωνάς & Αθανασόπουλος 2012), και όπως απεικονίζεται στο παρακάτω διάγραμμα, οι επενδύσεις του παρελθόντος για τις ΜΜΕ πραγματοποιήθηκαν κυρίως από τα ίδια κεφάλαια. Ωστόσο στην συνέχεια, και ενώ η κρίση συνεχίζεται, ο περιορισμός της κερδοφορίας και των ιδίων κεφαλαίων οδηγεί σε μεγαλύτερη εξάρτηση των ΜΜΕ από δάνεια και επιχορηγήσεις.

Διάγραμμα 25: Χρηματοδότηση Επενδύσεων (Μυλωνάς & Αθανασόπουλος 2012)



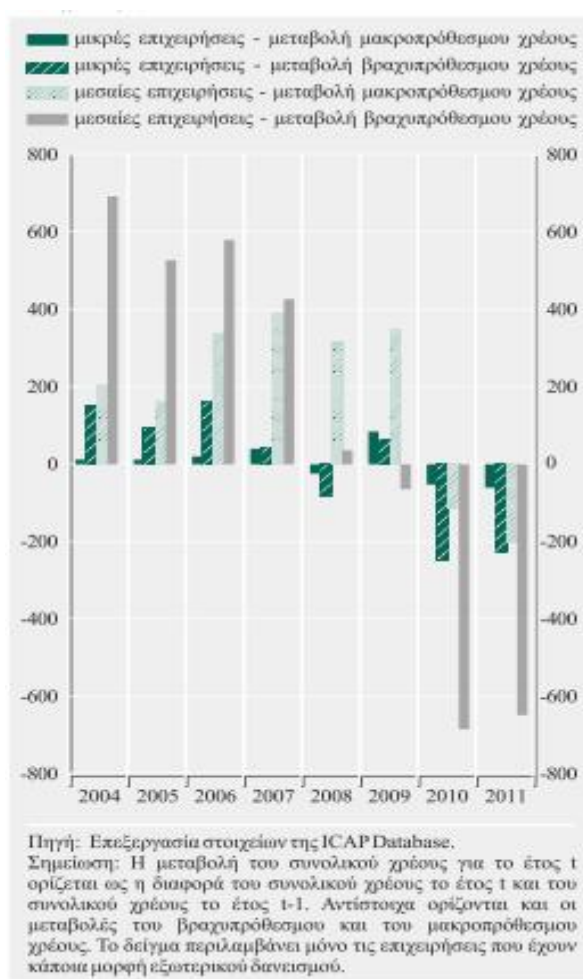
Σύμφωνα με έρευνα του Ινστιτούτου Μικρών Επιχειρήσεων της ΓΣΕΒΕΕ (2009) για την χρηματοδότηση των ΜΜΕ στην Ελλάδα, προκύπτουν κάποια βασικά στοιχεία:

- § Περίπου οι μισές επιχειρήσεις δηλώνουν ότι η χρηματοδότησή τους είναι ελλιπής.
- § Το 34% των επιχειρήσεων του δείγματος ιεραρχεί στην πρώτη θέση τον μακροπρόθεσμο τραπεζικό δανεισμό για χρηματοδότηση επενδύσεων ενώ στην δεύτερη θέση θα επέλεγαν την χρήση αποθεματικών (20,9%). Το 12% θα επέλεγε ως πρώτη επιλογή την αύξηση των ιδίων κεφαλαίων από την οικογένεια. Η αύξηση των ιδίων κεφαλαίων εκτός οικογένειας συγκεντρώνει πολύ μικρά ποσοστά. Πιθανή αιτία αυτού είναι ενδεχομένως η επιθυμία να διατηρήσουν τον έλεγχο της επιχείρησης και η έλλειψη πληροφόρησης σχετικά με κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου (Venture capital) ή τους επιχειρηματικούς αγγέλους (business angels).
- § Αναφορικά με τις πηγές χρηματοδότησης λειτουργικών δραστηριοτήτων, το 52,9% των επιχειρήσεων θα επέλεγαν στην πρώτη θέση την χρήση αποθεματικών με δεύτερη επιλογή την αύξηση ιδίων κεφαλαίων από την οικογένεια ενώ ως προς πρώτη επιλογή μόνο το 7,9% θα επέλεγαν τον μακροπρόθεσμο τραπεζικό δανεισμό.
- § Το 22,6% των επιχειρήσεων δήλωσαν ότι αναζήτησαν χρηματοδότηση μέσω προγραμμάτων του ΟΑΕΔ, 10,2% μέσω προγραμμάτων του ΕΟΜΜΕΧ και σε άλλα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα, το 2,7% μέσω του Αναπτυξιακού Νόμου και το 0,54% μέσω του ΤΕΜΠΜΕ.
- § Από τις επιχειρήσεις που αναζήτησαν χρηματοδότηση μέσω του ΟΑΕΔ και του ΕΟΜΜΕΧ, περίπου οι μισές δήλωσαν ότι πέτυχαν χρηματοδότηση.
- § Οι μισές περίπου επιχειρήσεις δεν προσφεύγουν στον τραπεζικό δανεισμό καθώς το 56,7% των επιχειρήσεων δηλώνουν ότι δεν διαθέτουν καθόλου βραχυπρόθεσμα δάνεια και το 51,6% καθόλου μακροπρόθεσμα δάνεια.
- § Ως σημαντικό εμπόδιο στην πρόσβαση στον τραπεζικό δανεισμό οι επιχειρήσεις επιλέγουν τα πολύ υψηλά επιτόκια δανεισμού, με δεύτερο στην λίστα τους υπερβολικούς γραφειοκρατικούς μηχανισμούς και τρίτο την έλλειψη ελκυστικών προγραμμάτων για ΜΜΕ.

- § Το 25% περίπου των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούσαν δανειακά κεφάλαια κατά την περίοδο της έρευνας είχαν κάνει πρόσφατα αίτηση για δάνειο μικρότερο των €25.000.
- § Ο κυριότερος λόγος υπέρ ενός μικροδανείου θεωρείται η πιο ασφαλής και γρήγορη αποπληρωμή του δανείου.

Σύμφωνα με έρευνα της Τράπεζας της Ελλάδος (Δημητροπούλου κ.ά. 2014), ο εξωτερικός δανεισμός των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων αποτελείται σε μεγαλύτερο ποσοστό από βραχυπρόθεσμο χρέος. Όπως φαίνεται και από το παρακάτω διάγραμμα, από το 2009 η εξωτερική χρηματοδότηση δυσχεραίνεται αισθητά για τις ΜΜΕ για τις οποίες τόσο ο βραχυπρόθεσμος όσο και ο μακροπρόθεσμος δανεισμός εμφανίζουν αρνητική μεταβολή. Επίσης, το 2013, το 1/3 περίπου των ΜΜΕ χρειάστηκε χρηματοδότηση αλλά τελικά δεν έλαβε.

Διάγραμμα 26: Διαχρονική εξέλιξη της μεταβολής του μακροπρόθεσμου και του βραχυπρόθεσμου χρέους για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (Δημητροπούλου κ.ά. 2014)



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΜΜΕ ΣΕ ΕΘΝΙΚΟ & ΕΥΡΩΠΑΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζονται αναλυτικά οι τρόποι ενίσχυσης των ΜΜΕ, μέσα από ένα συνδυασμό δράσεων τόσο σε εθνικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Η σπουδαιότητα και η προσφορά των ΜΜΕ στην οικονομική ανάπτυξη φαίνεται να έχει αναγνωρισθεί και η ανάγκη για ενίσχυση της δραστηριότητά τους κατέχει κεντρικό ρόλο στις εθνικές και κοινοτικές πολιτικές.

Η ενίσχυση των ΜΜΕ, τόσο σε εθνικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο, ουσιαστικά πραγματοποιείται με βάση 2 πυλώνες (ICAP 2012):

- § Πρώτος πυλώνας παρέμβασης: σχετίζεται με την ενίσχυση της πρόσβασης των ΜΜΕ στις κεφαλαιαγορές/ χρηματαγορές
- § Δεύτερος πυλώνας παρέμβασης: περιλαμβάνει πολιτικές για την υιοθέτηση σύγχρονων επιχειρηματικών πρακτικών αναφορικά με την καινοτομία, την εξωστρέφεια, και την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού.

5.1. ΕΘΝΙΚΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΜΜΕ

5.1.1. Εθνικές Πολιτικές

Οι κυριότερες εθνικές πρωτοβουλίες που πραγματοποιήθηκαν τα τελευταία χρόνια, με σκοπό την ενίσχυση των ΜΜΕ αναφέρονται παρακάτω ανά τομείς (ICAP, 2013):

Απλοποίηση της γραφειοκρατίας

Νόμος 4093/2012: Κατάργηση του Κώδικα Βιβλίων & Στοιχείων

Με τον Νόμο αυτό μειώνονται οι γραφειοκρατικές επιβαρύνσεις αναφορικά με την φορολογική απεικόνιση των συναλλαγών των επιχειρήσεων. Οι βασικές αλλαγές είναι:

- § Καταργείται η θεώρηση των βασικών βιβλίων Β' και Γ' κατηγορίας, καθώς και του βιβλίου αποθήκης
- § Καταργείται ο Κώδικας Βιβλίων και Στοιχείων και αντικαθίσταται με τον Κώδικα Φορολογικής Απεικόνισης Συναλλαγών
- § Καταργείται πλήθος γνωστοποιήσεων στις φορολογικές αρχές
- § Καταργείται η υποχρέωση τήρησης ηλεκτρονικού φακέλου ελέγχου ανά διαχειριστική περίοδο κ.ά.

Νόμος 4013/2011: Ηλεκτρονικές Δημόσιες Συμβάσεις

Συστήνεται η ενιαία Ανεξάρτητη Αρχή Δημοσίων Συμβάσεων, οι αρμοδιότητες της οποίας είναι η διασφάλιση της διαφάνειας, της αποτελεσματικότητας, της συνοχής και εναρμόνισης των διαδικασιών ανάθεσης και εκτέλεσης δημόσιων συμβάσεων στο εθνικό και ευρωπαϊκό δίκαιο. Δημιουργείται το Κεντρικό Ηλεκτρονικό Μητρώο Δημοσίων Συμβάσεων, δηλαδή ένα ηλεκτρονικό σύστημα στο οποίο καταχωρίζονται όλα τα στοιχεία που αφορούν στη διαδικασία σύναψης και εκτέλεσης δημόσιων συμβάσεων. Το 2013, ξεκίνησε και η υποχρέωση καταχώρησης από τα Υπουργεία στο Ηλεκτρονικό Μητρώο Συμβάσεων, των στοιχείων που αφορούν σε δημόσιες συμβάσεις.

Απλοποίηση Αδειοδότησης Τεχνικών Επαγγελματιών

Με τον Νόμο 3982/2011 και την έκδοση και άλλων Προεδρικών Διαταγμάτων απλοποιήθηκε η διαδικασία αδειοδότησης τεχνικών επαγγελματιών αναφορικά κυρίως με τον καθορισμό των προσόντων.

Διευκόλυνση Ίδρυσης Επιχειρήσεων

Σύμφωνα με την Πράξη Νομοθετικού περιεχομένου 12/12/2012, προωθούνται ρυθμίσεις με στόχο την διευκόλυνση ίδρυσης επιχείρησης και την βελτίωση της ελληνικής ανταγωνιστικότητας. Πιο συγκεκριμένα οι ρυθμίσεις αυτές είναι:

§ Μειώνεται το ελάχιστο όριο κεφαλαίου για την ίδρυση των Α.Ε. σε 24.000 € και των ΕΠΕ σε 2.400 € (από 60.000 € και 4.500 € αντίστοιχα)

§ Από το 2015 καταργείται η υποχρεωτική εγγραφή στα Επιμελητήρια

Νόμος 4262/2014

Αφορά στην απλούστευση των διαδικασιών αδειοδότησης που καλύπτει ολόκληρο το φάσμα των οικονομικών δραστηριοτήτων και τη συμπλήρωση του Ν. 3982/11. Ο Νόμος εισάγει ευρύτερες αλλαγές με οριζόντιες παρεμβάσεις στις διαδικασίες αδειοδότησης σε όλα τα υπουργεία και τους δημόσιους φορείς και κάθετες παρεμβάσεις στις διαδικασίες αδειοδότησης σε ορισμένους τομείς. Τροποποιεί το καθεστώς αδειοδότησης για την σύσταση, τη λειτουργία και την επέκταση βιομηχανικών και άλλων δραστηριοτήτων. Επίσης, περιορίζει δραστικά το εύρος του δημόσιου ελέγχου, όπως έλεγχος εγγράφων για την σύσταση και λειτουργία επιχειρήσεων και η επιθεώρηση των περιβαλλοντικών συνθηκών που επικρατούν στις εγκαταστάσεις της επιχείρησης (European Commission 2014).

Στήριξη Ρευστότητας και Διευκόλυνση ΜΜΕ για Χρηματοδότηση

Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης (ΕΤΕΑΝ Α.Ε.)

Το ΕΤΕΑΝ συστήνεται το 2011, και δρομολογήθηκαν πρωτοβουλίες για ενίσχυση της ρευστότητας:

§ Τροποποιήθηκε ο οδηγός του Προγράμματος «Εγγύηση και Επιδότηση Επιτοκίου Δανείων Κεφαλαίου Κίνησης Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων» και τίθεται σε ισχύ η αναδιάρθρωση δανείων που έχουν χορηγηθεί με εγγύηση του ΕΤΕΑΝ και επιτρέπεται η επέκταση της αποπληρωμής της.

§ Προωθείται νέο πρόγραμμα «Επιχειρηματική Επανεκκίνηση». Το πρόγραμμα αυτό αφορά συνεπένδυση αρχικού ύψους από το Ταμείο Επιχειρηματικότητας και από πόρους τραπεζών για την παροχή κεφαλαίου κίνησης ειδικού σκοπού και δανείων επενδυτικού σκοπού των ΜΜΕ.

- § Μειώθηκαν τα δικαιολογητικά που απαιτούνται σε προγράμματα που διαχειρίζεται το ΕΤΕΑΝ στο 50% (της στο «Εξοικονομώ κατ'οίκον», το Ταμείο Ενάλιο, που αφορά στην αλιεία και της υδατοκαλλιέργειες και το Ταμείο Εγγυοδοσίας)
- § Τίθεται σε εφαρμογή πρόγραμμα εγγύησης για έκδοση εγγυητικών επιστολών που απευθύνεται σε προμηθευτές ΜΜΕ.
- § Αυξήθηκε ο προϋπολογισμός του ΤΕΠΙΧ με σκοπό την υποστήριξη μικρών επιχειρήσεων των νησιών που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού
- § Αυξήθηκε η παροχή εγγυήσεων από το Ταμείο Εγγυοδοσίας που λειτουργεί με ίδια κεφάλαια του Ταμείου Επιχειρηματικότητας με σκοπό την παροχή εγγυήσεων σε δάνεια που παρέχονται με ευνοϊκούς όρους σε επιλέξιμες επιχειρήσεις.

Κίνητρα για Επενδύσεις

- § Παροχή κινήτρων μέσω προγραμμάτων ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας
- § Κίνητρα μέσω της φορολογικής απαλλαγής μέσω του Νέου Αναπτυξιακού Νόμου και την επιχορήγηση και επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης (leasing)
- § Προωθητικά μέτρα από το Υπουργείο Ανάπτυξης για την ταχύτερη απορρόφηση των κοινοτικών κονδυλίων:
 - Προώθηση νομοθετικής ρύθμισης για το ΕΤΕΑΝ, ρύθμιση με Νόμο της καταβολής προκαταβολής στις κατασκευαστικές εταιρίες που έχουν αναλάβει δημόσια έργα και δημιουργία εγγυοδοτικού μηχανισμού που χρησιμοποιούν κονδύλια ΕΣΠΑ
 - Απλοποίηση διαδικασιών υλοποίησης του προγράμματος ΕΣΠΑ (διαδικασίες ένταξης έργων, τήρηση των προθεσμιών εγκρίσεων, καθιέρωση συστήματος ηλεκτρονικών πληρωμών κτλ.)
 - Υποστήριξη υλοποίησης έργων προτεραιότητας
- § Στήριξη της εξαγωγικής δραστηριότητας των επιχειρήσεων μέσω των εικοσιπέντε δράσεων του Υπουργείου Ανάπτυξης, οι οποίες αποτελούν

μέρος της Εθνικής Στρατηγικής για την διευκόλυνση του εξωτερικού εμπορίου και του Οδικού Χάρτη.

§ Ν. 4146/11: στόχος η δημιουργία ενός φιλικού προς τις επιχειρήσεις περιβάλλοντος για τις στρατηγικές και ιδιωτικές επενδύσεις. Αποσκοπεί στην αύξηση της ρευστότητας, την επιτάχυνση των διαδικασιών επένδυσης και την εξασφάλιση της διαφάνειας. Περιλαμβάνει διατάξεις για την χορήγηση ρευστότητας και την επιτάχυνση διαδικασιών εκταμίευσης και μέτρα για την βελτίωση της διαφάνειας και των διαδικασιών ελέγχου σύμφωνα με τον Ν. 3908/ 2011 για τις επενδύσεις (European Commission 2014).

§ Ν. 4224/2013: Σύσταση του Ελληνικού Επενδυτικού Ταμείου που αποτελεί πρωτοβουλία του Υπουργείου Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας σε συνεργασία με την Γερμανική Κυβέρνηση, με την ομάδα δράσης για την Ελλάδα της ΕΕ, την ΕΤΕπ, το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων, την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, την Bpifrance και την Γαλλική Κυβέρνηση. Με αρχικό κεφάλαιο πάνω από 500 εκατ. € θα χρηματοδοτεί ΜΜΕ και έργα υποδομής με την παροχή ιδίων κεφαλαίων και δανείων.

Φορολογική Μεταρρύθμιση

Μειώνεται η συνολική φορολογική επιβάρυνση για τις επιχειρήσεις με το Νομοσχέδιο «Ρυθμίσεις στη φορολογία εισοδήματος, ρυθμίσεις θεμάτων αρμοδιότητας υπουργείου οικονομικών και λοιπές διατάξεις». Ο Νόμος 4093/2012, θεσπίζει την προαιρετική χρήση προτυποποιημένων καταστατικών για την σύσταση εταιριών διαφόρων νομικών μορφών. Με το Νομοσχέδιο για τον Αγορανομικό Κώδικα, προβλέπεται η διεύρυνση των εκπτώτικων περιόδων, η λειτουργία των εμπορικών καταστημάτων συνολικής επιφάνειας έως 250 τ.μ. που δεν ανήκουν σε εμπορικά κέντρα τις Κυριακές κτλ.

Με τον Νόμο 4072/2012 καθορίστηκε μια νέα εταιρική μορφή, η Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρία (Ι.Κ.Ε.). Έχει νομική προσωπικότητα και είναι εμπορική. Ευθύνεται μόνο η εταιρία για τις υποχρεώσεις της με την περιουσία της με εξαίρεση την ευθύνη που αναλαμβάνει πρωτογενώς ο εταίρος με εγγυητικές

εισφορές. Βασικό χαρακτηριστικό της ΙΚΕ είναι ότι έχει κεφάλαιο 1 ευρώ τουλάχιστον.

Καινοτομία

- § Το πρόγραμμα Paveit 2013 είναι ένα πρόγραμμα για την ανάπτυξη της βιομηχανικής έρευνας και τεχνολογίας. Σκοπός είναι να προωθεί την έρευνα, την τεχνολογία, την ανάπτυξη νέων βελτιωμένων προϊόντων ή υπηρεσιών με υψηλή προστιθέμενη αξία, την μεταφορά και την προσαρμογή των προηγμένων τεχνολογιών σε παραδοσιακούς βιομηχανικούς τομείς.
- § Πρόγραμμα υποστήριξης επιχειρηματικότητας των νέων.
- § Ν. 4172/2013: προβλέπει ότι οι δαπάνες για την έρευνα και την ανάπτυξη αφαιρούνται με το αυξημένο ποσοστό 30% από τα ακαθάριστα έσοδα των επιχειρήσεων.

Διεθνοποίηση

- § Ν. 4242/2014: Με βάση την εντολή του Ελληνικού Οργανισμού Εξωτερικού Εμπορίου συστάθηκε ο οργανισμός «Enterprise Greece» με την επέκταση του οργανισμού «Επενδύστε στην Ελλάδα Α.Ε.». Ο οργανισμός «Enterprise Greece» είναι ο επίσημος επιχειρηματικός οργανισμός του Ελληνικού Δημοσίου. Σκοπός του είναι να προωθήσει τις επενδύσεις στην Ελλάδα και τις εξαγωγές από Ελλάδα και να την καταστήσει έναν πιο ελκυστικό διεθνή επιχειρηματικό εταίρο (European Commission 2014).

Άλλες Παρεμβάσεις

Αναπτυξιακός Νόμος

Ο πιο πρόσφατος αναπτυξιακός νόμος είναι ο Ν. 4146/2013, που αποτελεί τροποποίηση του Ν. 3908/2011. Προηγούμενοι αναπτυξιακοί νόμοι πάνω στους οποίους έχουν τροποποιηθεί οι πιο πρόσφατοι, είναι ο Ν. 3299/2004 και ο Ν.

2601/1998. Ο σκοπός του Αναπτυξιακού Νόμου 4146/2013, είναι η ενίσχυση των γενικών επενδυτικών σχεδίων των επιχειρήσεων, δηλαδή των επενδύσεων που πρόκειται να πραγματοποιήσουν οι ΜΜΕ σε υλικά και άυλα πάγια στοιχεία ενεργητικού. Οι κατηγορίες των επενδυτικών σχεδίων είναι οι εξής:

- § Γενικής Επιχειρηματικότητας: περιλαμβάνεται το σύνολο των επενδυτικών σχεδίων που στοχεύουν στον εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων μέσω της αναβάθμισης των υλικών και άυλων πάγιων στοιχείων ενεργητικού
- § Τεχνολογικής Ανάπτυξης: Περιλαμβάνεται το σύνολο των επενδυτικών σχεδίων που στοχεύουν στο τεχνολογικό εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων μέσω της χρησιμοποίησης τεχνολογικών και οργανωτικών καινοτομιών
- § Περιφερειακής Συνοχής: Περιλαμβάνεται το σύνολο των επενδυτικών σχεδίων που στοχεύουν στην ενίσχυση παραγωγικών δραστηριοτήτων οι οποίες αξιοποιούν τοπικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και αντιμετωπίζουν περιφερειακές ανάγκες και προβλήματα.

Τα είδη των ενισχύσεων που ορίζονται από τον Νόμο είναι:

- § Επιχορήγηση κεφαλαίου: αφορά στην κάλυψη από το Δημόσιο μέρους της ενισχυόμενης δαπάνης με την μορφή επιχορήγησης
- § Επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης (Leasing): αφορά στην κάλυψη από το Δημόσιο μέρους των καταβαλλόμενων δόσεων leasing για την απόκτηση μηχανολογικού και λοιπού εξοπλισμού. Η μέγιστη διάρκεια χορήγησης της επιδότησης δεν μπορεί να υπερβαίνει τα 7 έτη
- § Φορολογική απαλλαγή: αφορά στην απαλλαγή της καταβολής φόρου εισοδήματος που προκύπτει από τα πραγματοποιηθέντα προ φόρων κέρδη που απορρέουν από το σύνολο των δραστηριοτήτων της επιχείρησης. Η μέγιστη διάρκεια χορήγησης της ενίσχυσης της φορολογικής απαλλαγής ισχύει για 15 διαχειριστικά έτη και το έτος έναρξης χορήγησης της ενίσχυσης είναι το έτος κατά το οποίο εκδίδεται η απόφαση ολοκλήρωσης της επένδυσης. Το συνολικό όφελος από την φορολογική απαλλαγή δεν μπορεί να ξεπερνάει το αντίστοιχο ποσό της επιχορήγησης κεφαλαίου.

Ο ελάχιστος επιλέξιμος προϋπολογισμός των επενδυτικών σχεδίων χωρίζεται ανά κατηγορία επιχείρησης και έχει ως εξής:

- § Μεγάλες επιχειρήσεις: 1.000.000 €
- § Μεσαίες επιχειρήσεις: 500.000 €
- § Μικρές επιχειρήσεις: 300.000 €
- § Πολύ μικρές επιχειρήσεις: 200.000 €
- § Ατομικές επιχειρήσεις: μέγιστος προϋπολογισμός 500.000 €

5.1.2. Εθνικοί Φορείς & Ταμεία

ΟΑΕΔ

Ο Οργανισμός Απασχολήσεως Εργατικού Δυναμικού (ΟΑΕΔ) αποτελεί φορέα προώθησης της απασχόλησης ενισχύοντας τους ανέργους αναφορικά με την εύρεση εργασίας αλλά και την επιχειρηματικότητα. Λειτουργεί κυρίως, μέσω προγραμμάτων ΕΣΠΑ.

ΕΟΜΜΕΧ

Ο Ελληνικός Οργανισμός Μικρών Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας αποτελεί φορέα ενίσχυσης και στήριξης της επιχειρηματικότητας των ΜΜΕ. Οι δράσεις του ΕΟΜΜΕΧ συνοψίζονται ως εξής (ΕΟΜΜΕΧ):

- § Συμβολή στο συστηματικό σχεδιασμό και την εφαρμογή της εθνικής πολιτικής για την ανάπτυξη των ΜΜΕ
- § Προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος
- § Ενίσχυση της δημιουργίας υποδομών στήριξης ΜΜΕ
- § Δημιουργία νέων επιχειρήσεων
- § Ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ
- § Υποστήριξη των επενδυτικών δραστηριοτήτων των ΜΜΕ
- § Προώθηση της τεχνολογικής αναβάθμισης των ΜΜΕ
- § Αξιοποίηση της κοινωνίας της πληροφορίας
- § Προώθηση διεθνών συνεργασιών και εξωστρέφεια
- § Επαγγελματική κατάρτιση των ΜΜΕ

Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΤΕ ΑΕ)

Βασικές επιδιώξεις του ταμείου είναι:

- § Η υποστήριξη χιλιάδων νεοϊδρυόμενων και υφιστάμενων, υγιών, βιώσιμων και ελπιδοφόρων ΜΜΕ, όλων των κλάδων της οικονομίας σε όλα τα στάδια του επιχειρηματικού κύκλου
- § Η υποστήριξη επιχειρήσεων που έχουν δυσκολία ή αδυναμία πρόσβασης στην χρηματοδότηση
- § Η υποστήριξη δραστηριοτήτων με υψηλότερο του μέσου όρου της αγοράς κίνδυνο και κάλυψη κυρίως μέσο- μακροπρόθεσμων οικονομικών κινδύνων.

Για τους σκοπούς του το ταμείο διαμόρφωσε πέντε διαφορετικά προγράμματα/ προϊόντα.

Πίνακας 9: Παρεχόμενα Προγράμματα Ταμείου Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (Ρεπούσης 2007)

ΤΕΜΠΜΕ1 ₀₄	Εγγυοδοσία για την ίδρυση μικρών ή την ανάπτυξη νέων μικρών επιχειρήσεων
ΤΕΜΠΜΕ2 ₀₄	Εγγυοδοσία για πολύ μικρές επιχειρήσεις
ΤΕΜΠΜΕ3 ₀₄	Εγγυοδοσία για μικρές επιχειρήσεις
ΤΕΜΠΜΕ4 ₀₄	Εγγυοδοσία Μικροδανείων για πολύ μικρές Επιχειρήσεις
ΤΕΜΠΜΕ5 ₀₄	Εγγυοδοσία για εξαγορές, συγχωνεύσεις, μεταβιβάσεις, μικρών επιχειρήσεων
ΤΕΜΠΜΕ6 ₀₆	Εγγυοδοσία leasing μικρών και πολύ μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων

Τα προγράμματα 104-404 αφορούν σε επενδύσεις:

- § Πάγιων εγκαταστάσεων ή εξοπλισμού
- § Άυλων παγίων (έρευνα και ανάπτυξη, εκπαίδευση κτλ.)

Το πρόγραμμα 504 αφορά:

- § Στην απόκτηση μετοχών και στοιχείων ενεργητικού και παθητικού αναγκαίων για την ομαλή και απρόσκοπτη εκμετάλλευση και λειτουργία των επιχειρήσεων
- § Στην κάλυψη δαπανών των δικαιωμάτων διαδοχής ή άλλων υποχρεώσεων που απορρέουν από την εξαγορά, συγχώνευση ή μεταβίβαση.
- § Στις επενδύσεις για πάγιες εγκαταστάσεις ή εξοπλισμό ή άυλα πάγια που θα υλοποιηθούν το αργότερο εντός 18 μηνών από την ημερομηνία της εξαγοράς, συγχώνευσης ή μεταβίβασης.

Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης (ETEAN A.E.)

Ουσιαστικά, το ETEAN A.E. αποτελεί διάδοχο του TEMΠΜΕ A.E. και ιδρύθηκε το 2011. Αποτελεί έναν βασικό θεσμό για την ανάπτυξη της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας. Συνολικά, έχουν επωφεληθεί από τα προγράμματα εγγυοδοσίας του Ταμείου 60.000 ΜΜΕ στην Ελλάδα (ETEAN A.E., ιστοσελίδα).

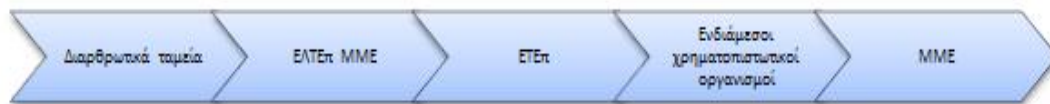
Στα πλαίσια του ETEAN A.E. λειτουργούν ως ξεχωριστές μονάδες τα εξής επιμέρους ταμεία που αφορούν τις ΜΜΕ:

- § **Ταμείο Επιχειρηματικότητας (ΤΕΠΙΧ):** Στοχεύει στην ενίσχυση όλων των οικονομικά βιώσιμων ΜΜΕ. Χρηματοδοτεί δράσεις όπως:
 - «Επιχειρηματική Επανεκκίνηση»
 - «Νησιωτική Τουριστική Επιχειρηματικότητα»
 - «Ταμείο Εγγυοδοσίας»
 - «Ταμείο Δανειοδοτήσεων»
- § **Ταμείο Ενάλιο:** Αφορά στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην παραγωγή μεταποίηση και εμπορία προϊόντων αλιείας
- § **Ταμείο Αγροτικής Επιχειρηματικότητας:** Αφορά επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα της παραγωγής, μεταποίησης και εμπορίας αγροτικών προϊόντων αλλά και σε διάφορους τομείς της τοπικής οικονομίας – εκτός του πρωτογενούς τομέα- και στη βελτίωση και οργάνωση του τουριστικού προϊόντος.

Ελληνικό Ταμείο Εγγυοδοσίας Ευρωπαϊκής Τράπεζας επενδύσεων για Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις (ΕΛΤΕπ ΜΜΕ)

Το ταμείο παρέχει στήριξη σε δάνεια προς Μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα. Αποτελεί κοινή πρωτοβουλία της Ελληνικής Δημοκρατίας, της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων. Το Ταμείο ιδρύθηκε με κεφάλαιο 500 εκ. € προερχόμενο από κονδύλια των διαρθρωτικών ταμείων για την Ελλάδα. Παρέχει εγγυήσεις για δάνεια σε ΜΜΕ μέχρι συνολικού ύψους 1 δις. € που χορηγούνται μέσω τραπεζών που συνεργάζονται με την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων. Καλύπτει τόσο βραχυπρόθεσμα όσο και μέσο-μακροπρόθεσμα δάνεια.

Διάγραμμα 27: Δομή ΕΛΤΕπ ΜΜΕ (European Investment Bank)



Οργανισμός Ασφάλισης Εξαγωγικών Πιστώσεων (ΟΑΕΠ)

Ο ΟΑΕΠ ασφαλίζει, έναντι εμπορικών και πολιτικών κινδύνων μη πληρωμής, τις εξαγωγικές πιστώσεις που παρέχουν οι Έλληνες εξαγωγείς σε πελάτες του εξωτερικού για την πώληση προϊόντων, υπηρεσιών ή ακόμα κατασκευής τεχνικών έργων. Ο ΟΑΕΠ ασφαλίζει επίσης, έναντι πολιτικών κινδύνων, τις επενδύσεις που πραγματοποιούν οι Έλληνες επιχειρηματίες στο εξωτερικό (ΟΑΕΠ, ιστοσελίδα).

5.1.3. Εθνικά Προγράμματα

Πολλά είναι τα προγράμματα που έχουν διαμορφωθεί για την ενίσχυση των ΜΜΕ. Τα περισσότερα από αυτά είναι χρηματοδοτούμενα από την Ε.Ε., μέσα στα πλαίσια στρατηγικής που όμως διαμορφώνεται και προτείνεται από κάθε κράτος μέλος. Στα πλαίσια της πολιτικής της συνοχής των κρατών μελών της Ε.Ε., ξεκίνησε η εφαρμογή Περιφερειακής Πολιτικής με χρηματοδότηση από την Ε.Ε. που πήρε τις εξής μορφές (Χριστόδουλος 2008):

- § Α' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (1984- 1993)
- § Β' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (1994-1999)
- § Γ' Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης (2000-2006)
- § Δ' Προγραμματική Περίοδος (2007-2013)- Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Στήριξης (ΕΣΠΑ)
- § Ε' Προγραμματική Περίοδος ΕΣΠΑ (2014-2020): Συνολική εκτιμώμενη κοινοτική δαπάνη 20,8 δις. € & Εκτιμώμενη δημόσια δαπάνη 26 δις. €

Στα πλαίσια αυτών των εθνικών αναπτυξιακών προγραμμάτων το κάθε κράτος-μέλος επέλεγε τον τρόπο με τον οποίο θα αξιοποιηθεί η χρηματοδότηση και διαμόρφωνε συγκεκριμένες στρατηγικές εστιάζοντας σε διάφορους τομείς και διάφορες περιφέρειες. Οι εθνικές αυτές στρατηγικές περιλαμβάνουν Επιχειρησιακά Προγράμματα (ΕΠ) με σκοπό την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, της ανταγωνιστικότητας και της καινοτομίας.

Τα προγράμματα των δυο τελευταίων Προγραμματικών Περιόδων που αφορούν και την περίοδο ενδιαφέροντος της συγκεκριμένης εργασίας, και στοχεύουν στην ενίσχυση των ΜΜΕ είναι τα εξής:

ΕΣΠΑ 2007-2013

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητα – Ανταγωνιστικότητα ΕΠΑΝ II

Πρόκειται για Επιχειρησιακό Πρόγραμμα του ΕΣΠΑ 2007-2013 με κεντρικό αναπτυξιακό στόχο τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων και του παραγωγικού συστήματος της χώρας, με έμφαση στην καινοτομία. Η συγχρηματοδοτούμενη δημόσια δαπάνη του ΕΠΑΝ II, ανέρχεται στο ποσό των 1.712.941.177€ από τα οποία 1.456.000.000 € προέρχονται από πόρους του Ευρωπαϊκού Ταμείου Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και 256.941.177 € από πόρους του Ελληνικού Δημοσίου. Η ιδιωτική συμμετοχή ανέρχεται προσεγγιστικά σε 1.522.000.000 € (Υπουργείο Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας και Τουρισμού).

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ψηφιακή Σύγκλιση

Εστίαζε στον στρατηγικό στόχο «Ψηφιακό Άλμα στην παραγωγικότητα, Ψηφιακό Άλμα στην ποιότητα ζωής» και έτσι οι σχετικές παρεμβάσεις στόχευαν στην προώθηση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών σε επιχειρήσεις και την προώθηση της επιχειρηματικότητας σε τομείς που χρησιμοποιούν τις Τεχνολογίες Πληροφορικής και Επικοινωνιών (Ρεπούσης 2007).

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανάπτυξης Ανθρώπινου Δυναμικού

Η συμβολή του τομεακού προγράμματος που αφορά στην ενίσχυση των ΜΜΕ, είναι ο στόχος για την ενίσχυση της προσαρμοστικότητας των επιχειρήσεων και του ανθρώπινου δυναμικού στις μεταβαλλόμενες συνθήκες του διεθνούς ανταγωνισμού και των τεχνολογικών και παραγωγικών εξελίξεων. Το ΕΠ χρηματοδοτεί την προώθηση σύγχρονων τεχνικών δια βίου μάθησης στις επιχειρήσεις.

Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα

Τα ΠΕΠ συνδυαστικά με τα τομεακά ΕΠ βοηθούν στην υλοποίηση του αναπτυξιακού σχεδιασμού της χώρας με παρεμβάσεις που αφορούν σε:

- § Κοινωνικές υποδομές
- § Υγεία και κοινωνική αλληλεγγύη
- § Πολιτισμός
- § Έργα προσπελασιμότητας
- § Πολιτικές βιώσιμης αστικής ανάπτυξης
- § Πολιτικές ενίσχυσης ορεινών, μειονεκτικών, νησιωτικών περιοχών.

Οι επιμέρους δράσεις που εντάσσονται στα προγράμματα που αναφέρθηκαν, τόσο τα τομεακά όσο και τα περιφερειακά, και αφορούν στην ενίσχυση των ΜΜΕ είναι:

- § «Ενίσχυση Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στους τομείς Μεταποίησης – Τουρισμού- Εμπορίου- Υπηρεσιών»
- § «Εγγύηση και Επιδότηση Επιτοκίου Δανείων Κεφαλαίου Κίνησης Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων»
- § «Υποστήριξη Ομάδων Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων για Δραστηριότητες Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης»
- § «Ένδυση και Υπόδηση- Νέες Προοπτικές»
- § «Εγγύηση Χαμηλότοκων Δανείων για την κάλυψη δαπανών αγοράς πρώτων υλών, εμπορευμάτων και υπηρεσιών» και «Εγγύηση χαμηλότοκων δανείων για την κάλυψη φορολογικών και ασφαλιστικών υποχρεώσεων μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων»
- § «Εργαλείο Επιμερισμού ρίσκου και συγχρηματοδότησης για Μικροδάνεια» της πρωτοβουλίας Jeremie
- § «Μεταποίηση στις νέες συνθήκες»
- § «Εθνικό Παρατηρητήριο ΜΜΕ»
- § «Κουπόνια καινοτομίας για Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις» και «Κουπόνια καινοτομίας για Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις της Περιφέρειας»
- § «Σύνταξη των κλαδικών Σχεδίων Διαρθρωτικής Προσαρμογής μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων εντός της οικονομικής κρίσης»
- § «Διαρθρωτική προσαρμογή εργαζομένων μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων που απασχολούν 1-49 άτομα εντός της οικονομικής κρίσης» και « Διαρθρωτική προσαρμογή εργαζομένων μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων που απασχολούν 20-49 άτομα εντός της οικονομικής κρίσης»
- § « Εξωστρέφεια- Ανταγωνιστικότητα»
- § «Επιχορήγηση ελληνικών φορέων στο πλαίσιο της δεύτερης Προκήρυξης της Ευρωπαϊκής Κοινής Πρωτοβουλίας ENIAC JU»

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία» ΕΠΑνΕΚ

Αποτελεί το όχημα για την επίτευξη των στόχων του ΕΣΠΑ 2014-2020, που βασικό σκοπό έχει την στροφή προς την κατεύθυνση της υποστήριξης της επιχειρηματικότητας για την επανεκκίνηση της ελληνικής οικονομίας. Ο αρμόδιος φορέας είναι το Υπουργείο Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας. Στόχος του προγράμματος είναι «η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων, της μετάβασης στην ποιοτική επιχειρηματικότητα με αιχμή την καινοτομία και την αύξηση της εγχώριας προστιθέμενης αξίας» (Ευρωπαϊκή Ένωση 2014). Οι άξονες προτεραιότητας του προγράμματος είναι:

- § **ΑΠ1:** Ανάπτυξη επιχειρηματικότητας με τομεακές προτεραιότητες
- § **ΑΠ2:** Προσαρμογή εργαζομένων επιχειρήσεων και επιχειρηματικού περιβάλλοντος στις νέες αναπτυξιακές απαιτήσεις
- § **ΑΠ3:** Ανάπτυξη μηχανισμών στήριξης της επιχειρηματικότητας

Το πρόγραμμα διαμορφώνεται με βάση τις συστάσεις της Ε.Ε. για την Ελλάδα και έτσι στοχεύει στα εξής:

- § Ενίσχυση συνδέσεων Ε&Κ με επιχειρήσεις για προώθηση καινοτομίας και επιχειρηματικότητας
- § Στήριξη στοχευομένων τομέων με θετικές αναπτυξιακές προοπτικές
- § Διευκόλυνση πρόσβασης στη χρηματοδότηση και παροχή προηγμένων υπηρεσιών σε ΜΜΕ
- § Μείωση διοικητικής επιβάρυνσης για τις επιχειρήσεις, καταπολέμηση γραφειοκρατίας και απλούστευση του διοικητικού και νομικού πλαισίου
- § Στήριξη ανάπτυξης δομών ΤΠΕ και προώθηση της χρήσης τους
- § Εφαρμογή οργανωτικής καινοτομίας στη λειτουργία των επιχειρήσεων
- § Βελτίωση ποιότητας και συνάφειας της εκπαίδευσης/ κατάρτιση με την αγορά
- § Βελτίωση υποδομών σύγχρονων συστημάτων διαχείρισης αποβλήτων και λυμάτων

§ Μετάβαση σε μια ενεργειακά αποδοτική οικονομία με χαμηλές εκπομπές άνθρακα και προώθηση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.

Στα πλαίσια των προτεραιοτήτων του προγράμματος είναι και η προώθηση της επιχειρηματικότητας, ιδίως με την διευκόλυνση της οικονομικής εκμετάλλευσης νέων ιδεών και τη στήριξη της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων. Η χρηματοδοτική ενίσχυση των επιχειρηματικών επενδύσεων θα πραγματοποιηθεί είτε μέσω επιχορηγήσεων είτε μέσω χρηματοδοτικών εργαλείων, όπως π.χ. venture capital, business angels, investment funds, seed capital, early stage VC κτλ. Τα χρηματοδοτικά εργαλεία που προβλέπονται από το πρόγραμμα είναι επίσης (Ευρωπαϊκή Ένωση 2014) :

§ Δάνεια με χαμηλές εξασφαλίσεις για επενδύσεις και κεφάλαιο κίνησης: τα δάνεια επιμερισμού ρίσκου επιτρέπουν σε τελικούς δικαιούχους να αποκτήσουν πρόσβαση σε τραπεζικό δανεισμό με καλύτερους όρους σε ότι αφορά το κόστος (χαμηλά επιτόκια). Συνήθως, η κρατική ή κοινοτική ενίσχυση επιμερίζεται το ποσό του δανείου με τον ενδιάμεσο φορέα (τράπεζα) ώστε να δοθεί κίνητρο για την χρηματοδότηση δικαιούχων που αλλιώς δεν θα πληρούσαν τα τραπεζικά κριτήρια

§ Εγγυήσεις: επιτρέπουν επίσης, την πρόσβαση δικαιούχων σε τραπεζικά προϊόντα με καλύτερους όρους, κυρίως, σε ότι αφορά τις απαιτούμενες εξασφαλίσεις. Οι εγγυήσεις αποτελούν εργαλεία υψηλής μόχλευσης και έχουν εφαρμογή σε όλους τους τομείς και σε όλα τα τραπεζικά προϊόντα. Μπορούν να υλοποιούνται με την άμεση εγγύηση όλων των δανείων (Loan to loan) που παρέχει ο χρηματοδοτικός οργανισμός ή ως εγγύησης μέρους ενός χαρτοφυλακίου (first loss portfolio guarantee)

§ Τα κεφάλαια συν-επένδυσης (Equity financing): επιτρέπουν την δημιουργία επενδυτικών ταμείων που με την σειρά τους ενισχύουν την κεφαλαιακή βάση επιχειρήσεων στην οποία και συμμετέχουν ως εταίροι.

Για την ενίσχυση της αυτοαπασχόλησης, επιχειρηματικότητας των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, θα χρησιμοποιηθούν κυρίως, ως χρηματοδοτικό εργαλείο τα μικροδάνεια. Τα μικροδάνεια είναι εργαλεία κοινωνικού χαρακτήρα και συνδυάζουν μικρά ποσά (0 έως 25.000€) και εκπαίδευση επιχειρηματιών. Στόχευσή τους είναι κυρίως, τα άτομα που απειλούνται από την φτώχεια και την

ανεργία και επιθυμούν να δημιουργήσουν την δική τους επιχείρηση. Τα μικροδάνεια παρέχονται συνήθως, από μη- τραπεζικούς εξειδικευμένους οργανισμούς και η αξιολόγηση των δικαιούχων δεν στηρίζεται σε τραπεζικά κριτήρια (Ευρωπαϊκή Ένωση 2014).

Για να υλοποιηθεί ένας από τους στόχους του Προγράμματος, που είναι η προσαρμογή των επιχειρήσεων στις αλλαγές θα χρησιμοποιηθούν τα εξής εργαλεία:

- § Παροχή στρατηγικής πληροφόρησης
- § Υποστήριξη της καινοτομικής και τεχνολογικής επιχειρηματικότητας
- § Υποστήριξη της παραγωγικότητας των επιχειρήσεων
- § Στήριξη των επιχειρήσεων για επαγγέλματα και δεξιότητες

Η Κοινοτική συνδρομή του προγράμματος υπολογίζεται σε 3,6 δις. € ενώ η εκτίμηση της δημόσιας δαπάνης είναι 4,5 δις. €

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης

Αποτελεί ΕΠ του ΕΣΠΑ 2014-2020. Ο προϋπολογισμός του προγράμματος εκτιμάται σε 4,2 δις. € εκ των οποίων 1,2 δις. € μέσω ΠΕΠ. Οι δράσεις του προγράμματος μπορούν να συνοψισθούν ως εξής:

- § Επενδύσεις για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας και παραγωγικότητας του αγροδιατροφικού συστήματος και βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των γεωργικών εκμεταλλεύσεων
- § Στήριξη των παραγωγών προϊόντων με συγκριτικό πλεονέκτημα και εξαγωγικό χαρακτήρα
- § Στήριξη επιχειρήσεων μεταποίησης και εμπορία αγροτικών προϊόντων
- § Στήριξη των νέων γεωργών για τη δημιουργία βιώσιμων γεωργικών εκμεταλλεύσεων
- § Διαφοροποίηση των οικονομικών δραστηριοτήτων στην ύπαιθρο
- § Υποστήριξη πιλοτικών προγραμμάτων για την ανάπτυξη νέων προϊόντων και τεχνολογιών στον τομέα της γεωργίας και των τροφίμων.

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Αλιείας και Θάλασσας

Αποτελεί ΕΠ του ΕΣΠΑ 2014-2020. Ο προϋπολογισμός του προγράμματος εκτιμάται σε 250 εκ. € Οι δράσεις συνοψίζονται ως εξής:

- § Επενδύσεις για την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων στο σύνολο των κλάδων του τομέα (αλιεία, υδατοκαλλιέργειες, εμπόριο και μεταποίηση).
- § Ενίσχυση των υδατοκαλλιεργειών για την παραγωγή ειδών με εμπορική αξία
- § Προώθηση της καινοτομίας σε όλη την αλυσίδα αξίας του τομέα της αλιείας
- § Βελτίωση της οργάνωσης των αγορών προϊόντων αλιείας και υδατοκαλλιέργειας.

Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα

Στα πλαίσια του ΕΣΠΑ 2014-2020 υπάρχουν 13 Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα. Ο προϋπολογισμός των Προγραμμάτων είναι 5,2 δις. € ενώ υπάρχει και αύξηση του ποσοστού συμμετοχής των ΠΕΠ στο συνολικό πρόγραμμα στο 35% από 22%. Θα δοθεί έμφαση σε αναπτυξιακά προγράμματα αλλά και στην επιχειρηματικότητα και τις κοινωνικές δράσεις.

Δράσεις ΕΣΠΑ 2014-2020

Το ΕΣΠΑ 2014-2020 στα πλαίσια των τομεακών και περιφερειακών προγραμμάτων που αναφέρθηκαν παραπάνω περιλαμβάνει 18 δράσεις για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ 283 εκατ. €

Άλλες παρεμβάσεις- Πηγές Χρηματοδότησης

Ένας άλλος τρόπος χρηματοδότησης είναι οι επιχειρηματικοί άγγελοι (business angles), ωστόσο στην Ελλάδα αυτή η μορφή, όπως και το venture capital, δεν είναι και τόσο ευρέως χρησιμοποιούμενα ως πηγές χρηματοδότησης από τις ΜΜΕ. Μια από τις πρωτοβουλίες για αυτή την δράση υπάρχει από τον EOMMEX σε συνεργασία με τα Κέντρα Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης Αττικής (ΚΕΤΑ) (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ 2009).

5.2. ΚΟΙΝΟΤΙΚΕΣ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ ΕΝΙΣΧΥΣΗΣ ΜΜΕ

5.2.1. Ευρωπαϊκές Πολιτικές & Κατευθύνσεις

Ανανεωμένη Στρατηγική της Λισαβόνας για Ανάπτυξη και Απασχόληση

Από το 2005, αναγνωρίστηκε η σημασία των ΜΜΕ στην ευρωπαϊκή οικονομία, και προτάθηκαν πολιτικές και γενικές κατευθυντήριες γραμμές για την ενίσχυση της θέσης τους. Πιο συγκεκριμένα, τα μέτρα αφορούσαν (ICAP 2013):

- § Την προώθηση της επιχειρηματικότητας και των δεξιοτήτων
- § Τη βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ στις αγορές
- § Την εξάλειψη της γραφειοκρατίας
- § Τη βελτίωση του αναπτυξιακού δυναμικού των ΜΜΕ
- § Την ενίσχυση του διαλόγου και των διαβουλεύσεων με τις ΜΜΕ και τους φορείς

Ευρώπη 2020

Η πρωτοβουλία «Ευρώπη 2020» αποτελεί την νέα ευρωπαϊκή στρατηγική ανάπτυξης για το 2020 που αντικαθιστά την Στρατηγική της Λισαβόνας, καθιερώνοντας τρεις βασικές προτεραιότητες (ICAP 2013):

- § Έξυπνη ανάπτυξη
- § Βιώσιμη ανάπτυξη

§ Ανάπτυξη χωρίς περιορισμούς

Πρωτοβουλία Small Business ACT for Europe (SBA)

Αποτελεί την μεγαλύτερη ευρωπαϊκή πρωτοβουλία για την στήριξη των ΜΜΕ. Η Ευρωπαϊκή πολιτική προτείνει στα πλαίσια της πρωτοβουλίας SBA 10 κατευθυντήριες γραμμές ενίσχυσης ΜΜΕ:

- § Ενίσχυση επιχειρηματιών και προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος
- § Χορήγηση δεύτερης ευκαιρίας σε περίπτωση αποτυχίας μιας επιχείρησης
- § Μείωση της γραφειοκρατίας για τις ΜΜΕ
- § Ηλεκτρονική διακυβέρνηση και ενιαία σημεία πρόσβασης (one-stop shops) για τις ΜΜΕ
- § Απλοποίηση πρόσβασης σε χρηματοδότηση
- § Μέτρα για να επωφεληθούν οι ΜΜΕ από τις ευκαιρίες της Ενιαίας Αγοράς
- § Αναβάθμιση των ικανοτήτων και της καινοτομίας στις ΜΜΕ
- § Υποστήριξη των ΜΜΕ ώστε να μετατρέψουν τις περιβαλλοντικές προκλήσεις σε ευκαιρίες
- § Ενθάρρυνση των ΜΜΕ να αξιοποιήσουν τις ευκαιρίες ανάπτυξης της αγοράς τρίτων χωρών

Πιο συγκεκριμένα, η αναθεωρημένη πρωτοβουλία περιλαμβάνει νομοθετικές πρωτοβουλίες όπως (ICAP 2013):

- § Οδηγία περί ηλεκτρονικής τιμολόγησης (e-invoicing)
- § Προαιρετική υιοθέτηση ενός λογιστικού συστήματος για το ΦΠΑ για τις μικρές επιχειρήσεις των κρατών μελών
- § Οδηγία περί καθυστερήσεων πληρωμών
- § Χρήση ενός Τεστ ΜΜΕ για την εκτίμηση των επιπτώσεων της νομοθεσίας στις ΜΜΕ

Προωθείται η δημιουργία της λεγόμενης «Ευρωπαϊκής ιδιωτικής επιχείρησης», που θα επιτρέψει στους επιχειρηματίες να εξοικονομούν χρόνο και χρήμα όσον αφορά στην λήψη νομικών συμβουλών, τη διαχείριση και τη διοίκηση. Ένα από τα βασικά κίνητρα που προτείνονται είναι η μείωση του ΦΠΑ, ενώ αναφορικά με

το διοικητικό φόρτο, ένα κίνητρο είναι ότι ο χρόνος που απαιτείται για την σύσταση μιας νέας εταιρίας δεν θα ξεπερνά την μια εβδομάδα ενώ το μέγιστο χρονικό διάστημα για την έκδοση της άδειας επιχείρησης δεν θα υπερβαίνει τον έναν μήνα.

Προωθείται επίσης, από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή μέσω της συγκεκριμένης πρωτοβουλίας, οι ανταγωνιστικοί συνεργατικοί σχηματισμοί (clusters). Έχει εφαρμοστεί, επίσης, η ευρωπαϊκή πλατφόρμα «Ευρωπαϊκή Εβδομάδα για τις ΜΜΕ» με πάνω από 1.500 εκδηλώσεις καθώς, επίσης, και το πρόγραμμα Erasmus «Νεαροί Επιχειρηματίες» που προσφέρει εκπαίδευση σε εκκολαπτόμενους και νέους επιχειρηματίες (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2011).

Μείωση Κανονιστικών Επιβαρύνσεων για τις ΜΜΕ

Η συμμόρφωση στις Κανονιστικές ρυθμίσεις απαιτεί πολύ χρόνο, κόπο και κόστος. Συνεπώς, προτείνονται νομοθετικές πράξεις στην Ε.Ε. στα πλαίσια της συζήτησης της έκθεσης «Ελαχιστοποίηση του κανονιστικού φόρτου για τις ΜΜΕ- Προσαρμογή της νομοθεσίας της ΕΕ. στις ανάγκες των πολύ μικρών επιχειρήσεων» για την μείωση της γραφειοκρατίας και την ελαχιστοποίηση της επιβάρυνσης.

Παροχή Δεύτερης Ευκαιρίας

Λόγω της οικονομικής κρίσης και του δυσμενούς επιχειρηματικού περιβάλλοντος που έχει διαμορφωθεί, αποφασίστηκε η αναθεώρηση του κανονισμού ΕΚ 1346/2000 περί αφερεγγυότητας με σκοπό την διευκόλυνση της αναδιάρθρωσης των επιχειρήσεων που αντιμετωπίζουν δυσκολίες και την παροχή δεύτερης ευκαιρίας.

Κανονισμός για τα Ευρωπαϊκά Πρότυπα

Ο κανονισμός 1025/2012 έχει στόχο τον εκσυγχρονισμό και την βελτίωση των ευρωπαϊκών προτύπων. Τίθενται κανόνες για τις ΜΜΕ αναφορικά με την πρόσβασή τους στα ευρωπαϊκά πρότυπα, καθορίζοντας ότι οι εθνικοί φορείς

τυποποίησης πρέπει να ενθαρρύνουν και να διευκολύνουν την πρόσβαση των ΜΜΕ σε πρότυπα και διαδικασίες ανάπτυξης προτύπων προκειμένου να επιτύχουν υψηλότερο επίπεδο συμμετοχής στο σύστημα τυποποίησης (ICAP 2013).

Κανονισμός Κοινών Διατάξεων

Το 2011, θεσπίστηκε ο κανονισμός Κοινών Διατάξεων με βάση τον οποίον θεσπίζονται κοινοί κανόνες για τα ταμεία επιμερισμένης διαχείρισης με κύριο στόχο την απλοποίηση της πολιτικής. Οι διατάξεις του Κανονισμού αφορούν κάποιες γενικές αρχές όπως η εταιρική σχέση, η πολυεπίπεδη διακυβέρνηση, η ισότητα μεταξύ ανδρών και γυναικών, η αειφορία και η συμμόρφωση στην ισχύουσα νομοθεσία της Ε.Ε. και την εθνική νομοθεσία (ICAP 2013).

5.2.2. Ευρωπαϊκοί Φορείς & Ταμεία

Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων

Με διάφορες πρωτοβουλίες ενισχύει την δράση των ΜΜΕ. Ενδεικτικά αναφέρεται η πρωτοβουλία χρηματοδότησης με 500 εκ. € του εξωτερικού εμπορίου της Ελλάδος, το 2012, και η συνεισφορά ύψους 900 εκ. € προς την Ελληνική Οικονομία από την οποία ωφελήθηκαν επενδύσεις στους τομείς ενέργειας, μεταφορών και εκπαίδευσης αλλά και στις ΜΜΕ. Πιο αναλυτικά, η δράση της ΕΤΕπ στην Ελλάδα, απεικονίζεται στο παρακάτω διάγραμμα για την περίοδο 2010-2014.

Διάγραμμα 28: Δράση της ΕΤΕπ στην Ελλάδα 2010-2014



Για επενδύσεις μεγάλης κλίμακας οι επιχειρήσεις επικοινωνούν άμεσα με την ΕΤΕπ, αλλά για επενδύσεις μέχρι και 25. εκατ. € οι επιχειρήσεις απευθύνονται στους εταίρους της ΕΤΕπ στην Ελλάδα που είναι: Eurobank, Piraeus Bank, Εθνική Τράπεζα, Alpha Bank & Παγκρήτια Συνεταιριστική Τράπεζα.

Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων

Είναι κλάδος του ομίλου ΕΤΕπ και ειδικεύεται στα επιχειρηματικά κεφάλαια. Δημιουργήθηκε για την προώθηση των ΜΜΕ. Επενδύει επιχειρηματικά κεφάλαια έχοντας ως στόχο τη στήριξη των επιχειρήσεων οι οποίες αναπτύσσονται ταχέως ή οι οποίες δραστηριοποιούνται σε νέους τεχνολογικούς τομείς.

Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης

Αποτελεί ένα από τα Ευρωπαϊκά Διαρθρωτικά και Επενδυτικά Ταμεία (ΕΔΕΤ). Σκοπός του ΕΤΠΑ είναι η ενίσχυση της οικονομικής και κοινωνικής συνοχής στην Ε.Ε. διορθώνοντας ανισοροπίες μεταξύ των περιφερειών. Οι τομείς προτεραιότητας είναι:

- § Έρευνα και καινοτομία
- § Ψηφιακό Θεματολόγιο
- § Στήριξη ΜΜΕ
- § Οικονομία με μειωμένη χρήση άνθρακα

Ευρωπαϊκό Ταμείο Στρατηγικών Επενδύσεων

Εν μέσω κρίσης, η Ευρώπη αντιμετωπίζει σημαντικό πρόβλημα στις επενδύσεις, κυρίως των ΜΜΕ. Για το λόγο αυτό και σε μια προσπάθεια ενίσχυσης των επενδύσεων προχώρησε στην πρωτοβουλία του επενδυτικού σχεδίου για την Ευρώπη, το 2015. Στα πλαίσια αυτού του σχεδίου μέσα στο 2015 συστήνεται το Ευρωπαϊκό Ταμείο Στρατηγικών Επενδύσεων (ΕΤΣΕ), που θα αναλαμβάνει μέρος των κινδύνων που βαραίνουν την ΕΤΕπ. Το ΕΤΣΕ θα επικεντρωθεί στις επενδύσεις σε ευρύ φάσμα τομέων, όπως οι υποδομές, η ενέργεια, η έρευνα και καινοτομία, οι ευρυζωνικές υπηρεσίες και η εκπαίδευση. Το ταμείο θα στηρίζει επίσης, και τις ΜΜΕ (Ευρωπαϊκό Συμβούλιο 2015) .

5.2.3. Ευρωπαϊκά Προγράμματα

Πρόγραμμα Jasmine

Πρόκειται για δράση στήριξης πιστωτικών ιδρυμάτων που πραγματοποιούν μικρό-πιστώσεις. Η Jasmine (Joint Action Micro- Finance Institutions in Europe) αποτελεί προσπάθεια της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας ώστε να προωθήσουν τις καλές πρακτικές στο πεδίο της μικρο-χρηματοδότησης (μέχρι 25.000 €) και να διευρύνουν τις μικρό- πιστώσεις από μη τραπεζικούς πιστωτικούς οργανισμούς. Επειδή το ύψος των κεφαλαίων ήταν περιορισμένο, ο ρόλος της Jasmine εστιάζει στην προσφορά τεχνογνωσίας σε μη τραπεζικούς πιστωτικούς οργανισμούς που παρέχουν μικρο- πιστώσεις. Πόροι για τη χορήγηση μικρό- χρηματοδοτήσεων διατίθενται από την πρωτοβουλία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, το μηχανισμό Μικρο- Χρηματοδότησης για την Ευρωπαϊκή Πρόοδο (European Progress Micro-Finance Facility) (Βασιλειάδης & Τσακανίκα 2011).

Πρόγραμμα Jeremie

Πρόκειται για μια κοινοτική πρωτοβουλία με προγράμματα που χορηγούν δάνεια σε ΜΜΕ με ευνοϊκούς όρους και επιδοτούμενο επιτόκιο. Στα πλαίσια, αυτής της πρωτοβουλίας συστάθηκε ταμείο επιχειρηματικού κινδύνου (Venture capital) μέσω του οποίου χρηματοδοτούνται από πόρους του ΕΣΠΑ, επιχειρήσεις στους τομείς Πληροφορικής και Επικοινωνιών. Τα προγράμματα που ενεργοποιήθηκαν είναι:

- § Πρόγραμμα Early Stage (κεφάλαια επιχειρηματικού ρίσκου πρώιμου σταδίου)
- § Πρόγραμμα Seed Capital (κεφάλαια σποράς) με σκοπό τη χρηματοδότηση νέο-ιδρυόμενων εταιριών που δραστηριοποιούνται στο τομέα των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών

Μηχανισμός Εγγυήσεων προς ΜΜΕ

Εντάσσεται στο πρόγραμμα –πλαίσιο Ανταγωνιστικότητα και καινοτομία της ΕΕ (2007-2013). Δραστηριοποιείται σε τέσσερα πεδία:

- § Εγγυήσεις δανείων
- § Μίκρο- εγγυήσεις
- § Εγγυήσεις ιδίων κεφαλαίων
- § Εγγυήσεις κεφαλαιοποίησης

Πρόγραμμα Πλαίσιο «Ορίζοντας 2020»

Πρόκειται για Πρόγραμμα- Πλαίσιο της Ε.Ε. για την Έρευνα και την Καινοτομία. Περίπου 80 δις. € θα διατεθούν με την μορφή χρηματοδότησης για την περίοδο 2014-2020. Οι ΜΜΕ, μια βασική πηγή θέσεων εργασίας και καινοτομίας απολαμβάνουν ιδιαίτερης προσοχής στο πρόγραμμα. Μπορούν να συνεργαστούν σε έργα στο πλαίσιο μιας κοινοπραξίας και λάβουν στήριξη μέσω ενός αποκλειστικού χρηματοδοτικού εργαλείου ειδικά σχεδιασμένου για μικρότερες εταιρίας υψηλής καινοτομίας. Το πρόγραμμα θα αυξήσει τη συμμετοχή των ΜΜΕ στο 20% (8,65 δις. €) των συνολικών συνδυασμένων προϋπολογισμών των θεματικών ενοτήτων «υπεροχή στις τεχνολογίες γενικής εφαρμογής και στις βιομηχανικές τεχνολογίες» και «Κοινωνικές προκλήσεις». Το χρηματοδοτικό

εργαλείο για τις ΜΜΕ είναι ζωτικής σημασίας για τον στόχο στήριξης μεμονωμένων ΜΜΕ ή κοινοπραξιών ΜΜΕ. Η χρηματοδότηση αφορά σε 3 δις. € που θα διατεθούν στο χρηματοδοτικό εργαλείο για τις ΜΜΕ (Ευρωπαϊκή Επιτροπή 2014).

Πρόγραμμα COSME

Πρόκειται για πρόγραμμα της Ε.Ε. για την ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ για την περίοδο 2014-2020, με προγραμματισμένο προϋπολογισμό ύψους 2,3 δις. € και αποτέλεσμα μόχλευσης που μπορεί να παράσχει έως και 25 δις. € Το COSME στηρίζει τις ΜΜΕ στους ακόλουθους τομείς: καλύτερη πρόσβαση των ΜΜΕ στην χρηματοδότηση, πρόσβαση στις αγορές και προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος (European Commission 2014).

Equal

Η κοινοτική αυτή πρωτοβουλία πρόκειται για μια διεθνή συνεργασία για την προώθηση νέων πρακτικών καταπολέμησης πάσης φύσεως διακρίσεων και των ανισοτήτων στην πρόσβαση στην αγορά εργασίας (Eommex 2009).

Leader

Η κοινοτική πρωτοβουλία Leader αφορά στην ανάπτυξη της υπαίθρου μέσω ολοκληρωμένων αναπτυξιακών προγραμμάτων και συνεργασίας ομάδων τοπικής δράσης.

Interreg

Πρόκειται για μια διασυνοριακή, διεθνική και διαπεριφερειακή συνεργασία που αποβλέπει στην τόνωση της ανάπτυξης και σε ισόρροπη και αρμονική διευθέτηση του ευρωπαϊκού εδάφους (Eommex 2009).

Urban

Αφορά στην οικονομική και κοινωνική ανασυγκρότηση των πόλεων και των συνοικιών που αντιμετωπίζουν κρίση ώστε να προωθηθεί η βιώσιμη αστική ανάπτυξη (Eommex 2009).

5.2.4. Δίκτυα για Επιχειρηματική Πληροφόρηση

Σε ευρωπαϊκό επίπεδο έχουν αναπτυχθεί αρκετά δίκτυα επιχειρηματικής πληροφόρησης με σκοπό την διευκόλυνση της πρόσβασης των ΜΜΕ στις διεθνείς αγορές, προωθώντας έτσι τις δραστηριότητές τους. Τα σημαντικότερα από αυτά τα δίκτυα είναι τα εξής (ICAP, 2013):

- § Λειτουργία δύο κέντρων παροχής υπηρεσιών επιχειρηματικής υποστήριξης, τα οποία παρέχουν πληροφόρηση σε επιχειρήσεις που θέλουν να πραγματοποιήσουν επέκταση των δραστηριοτήτων τους στην Ινδική και Κινεζική αγορά.
- § Δημιουργία στην Κίνα γραφείου υποστήριξης σε θέματα δικαιωμάτων διανοητικής ιδιοκτησίας για τις ΜΜΕ.
- § Enterprise Europe Network (Ευρωπαϊκό Δίκτυο Επιχειρήσεων). Το δίκτυο αυτό αποτελεί μια υπηρεσία ενιαίας εξυπηρέτησης για την ικανοποίηση των ΜΜΕ στην Ε.Ε., με 600 τοπικούς συνδέσμους επικοινωνίας σε 49 χώρες, μεταξύ των οποίων και η Ελλάδα, στην οποία υπάρχουν σημεία επαφής σε εννέα πόλεις.
- § Ευρωπαϊκή πύλη για τις ΜΜΕ, η οποία παρέχει υπηρεσίες πληροφόρησης σχετικά με τις πολιτικές, τα προγράμματα, τα έργα, τα εργαλεία και τις υπηρεσίες της Ε.Ε.
- § Businessseurope: Πρόκειται για ένα δίκτυο το οποίο εκπροσωπεί πάνω από 20 εκατομμύρια ΜΜΕ διαμέσου των μελών του, 41 ηγετικές εθνικές ενώσεις επιχειρήσεων σε 35 χώρες. Η αποστολή του δικτύου είναι να διασφαλίσει ότι εκπροσωπούνται τα συμφέροντα των εταιρειών έναντι των ευρωπαϊκών θεσμικών οργάνων, με σκοπό την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων

- § Ευρωπαϊκή Ένωση Βιοτεχνικών και Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (UEAPME): εκφράζει τα συμφέροντα των ευρωπαϊών βιοτεχνών, εμπόρων και μικρομεσαίων επιχειρηματιών ενώπιον των θεσμικών οργάνων της Ε.Ε.
- § Δίκτυο Solvit: Βοηθά τις επιχειρήσεις να επιλύουν συγκεκριμένα διασυνοριακά προβλήματα που προκύπτουν λόγω κακής εφαρμογής των κανόνων της Ε.Ε. από τις δημόσιες αρχές.
- § Επιχειρηματική ηλεκτρονική πύλη «Your Europe»: παρέχει στις επιχειρήσεις που αναπτύσσουν ή σχεδιάζουν διασυνοριακές δραστηριότητες, πληροφορίες που τους βοηθούν να επεκτείνουν τις επιχειρήσεις τους στο εξωτερικό
- § Ευρωπαϊκός Διαμεσολαβητής: παρέχει πληροφορίες προς επιχειρήσεις οι οποίες επιθυμούν να υποβάλλουν καταγγελίες για περιπτώσεις κακοδιοίκησης από την πλευρά θεσμικών οργάνων και φορέων της Ε.Ε.
- § Δοκιμαστική Ομάδα Ευρωπαϊκών Επιχειρήσεων: παρέχει σε μεμονωμένες επιχειρήσεις την δυνατότητα να διατυπώσουν απευθείας τις παρατηρήσεις τους σχετικά με προτεινόμενες νομοθεσίες και πολιτικές της Ε.Ε..

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σύμφωνα με την παρούσα εργασία, οι ΜΜΕ που αποτελούν τον πυρήνα της ελληνικής οικονομίας παρουσιάζουν σημαντικά προβλήματα με αποτέλεσμα να εμφανίζουν αδυναμίες έναντι του διεθνούς ανταγωνισμού και αδυναμίες επιβίωσης. Τα προβλήματα εντάθηκαν λόγω της παρατεταμένης οικονομικής κρίσης που βιώνει η ελληνική οικονομία από το 2008.

Οι δείκτες επιχειρηματικότητας έχουν επιδεινωθεί ενώ προβλήματα υπάρχουν με την γυναικεία επιχειρηματικότητα και την νεανική επιχειρηματικότητα. Ο φόβος αποτυχίας είναι μεγάλος και κατά την διάρκεια της κρίσης μεγάλωνε συνεχώς. Το μεγαλύτερο πρόβλημα που φαίνεται να αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ είναι η πρόσβαση στην χρηματοδότηση.

Παρόλο αυτά, μέσα στην κρίση φαίνεται η επιχειρηματικότητα να βρίσκει λύσεις και αδιεξόδους, παίρνοντας βέβαια περισσότερο έναν προσανατολισμό κυρίως στην επιχειρηματικότητα ανάγκης και όχι ευκαιρίας για την επιβίωση και μόνον.

Λόγω της μεγάλης σημασίας που έχουν οι ΜΜΕ τόσο σε ελληνικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο, εν μέσω οικονομικής κρίσης και δεδομένων των μεγάλων προβλημάτων που αντιμετωπίζει η επιχειρηματικότητα, έχουν αναπτυχθεί και έχουν τεθεί σε εφαρμογή πολλά προγράμματα και δράσεις, εθνικά και ευρωπαϊκά, που στόχο έχουν την ενίσχυση των ΜΜΕ όχι μόνο αναφορικά με την πρόσβαση στην χρηματοδότηση αλλά και αναφορικά με άλλους τομείς της λειτουργίας τους όπως είναι η επαγγελματική κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού αλλά και αφομοίωση και αποτελεσματική εφαρμογή των νέων τεχνολογικών κυρίως της ψηφιακής τεχνολογίας, στους οποίους τομείς, οι ελληνικές ΜΜΕ φαίνεται να έχουν σημαντικές υστερήσεις.

Όπως φαίνεται και από την παρούσα μελέτη, έχει αναπτυχθεί ένα ευρύ δίκτυο ενίσχυσης των ΜΜΕ, με ευρωπαϊκά προγράμματα και με τα εθνικά προγράμματα στρατηγικής με συγχρηματοδοτήσεις των εθνικών και ευρωπαϊκών ταμείων. Εν μέσω κρίσης, έχουν εφαρμοστεί τα ΕΣΠΑ 2007-2013 και ΕΣΠΑ 2014-2020 το οποίο είναι ένα τρέχον πρόγραμμα σε εφαρμογή. Οι εθνικές αυτές στρατηγικές με

τα Επιχειρησιακά Προγράμματα και τα Τομεακά προγράμματα τους σε συνεργασία ενισχύουν με διάφορους τρόπους τις ΜΜΕ.

Επίσης, το κράτος έχει θεσπίσει διάφορες νομοθετικές διατάξεις και ρυθμίσεις διαμορφώνοντας ένα θεσμικό πλαίσιο πιο φιλικό προς την επιχειρηματικότητα με φορολογικές ελαφρύνσεις, ευκολίες στις διαδικασίες σύστασης και λειτουργίας των επιχειρήσεων και στην πρόσβαση στην χρηματοδότηση.

Η ενίσχυση στην χρηματοδότηση πραγματοποιείται είτε με ευνοϊκότερα δάνεια είτε με παροχή εγγυήσεων από τους αντίστοιχους φορείς και ταμεία που δίνουν μια λύση στο πρόβλημα της αφερεγγυότητας που μαστίζει τον επιχειρηματικό κύκλο σε σχέση με την χρηματοδοτική ικανότητα. Οι τρόποι χρηματοδότησης είναι πολλοί είτε με μικροδάνεια, είτε με τους επιχειρηματικούς αγγέλους, είτε με venture capital και άλλους τρόπους.

Σημαντικό είναι να διαμορφωθεί ένα κλίμα στην Ελλάδα, σωστής εφαρμογής και αξιοποίησης των κοινοτικών πόρων που εισρέουν στην χώρα ώστε να υπάρξει ουσιαστική λύση στο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές ΜΜΕ εν μέσω κρίσης. Οι κατάλληλες εθνικές πολιτικές και η καταπολέμηση της διαφθοράς θα δώσουν διέξοδο σε χρόνια προβλήματα της ελληνικής οικονομίας.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Bi of Attica, (2014), *Υποστήριξη Καινοτομίας και Εξωστρέφειας Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων*.
- Butler D., (2001), *Στρατηγικά Σχέδια Ανάπτυξης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων*, Εκδόσεις Γκιούρδας Μ.
- Deakins D. & Freel M., (2007), *Επιχειρηματικότητα*, Εκδόσεις Κριτική.
- EOMMEX, (2009), *Καινοτόμος Επιχειρηματικότητα*, Εθνικό Παρατηρητήριο για τις ΜΜΕ.
- European Commission, (2009), *Economic and Financial Affairs: Economic crisis in Europe: Causes, consequences and responses*, European Economy, Brussels, pp. 1-87.
- European Commission, (2014), *A partial and Fragile Recovery*, Annual Report on European SMEs 2013/2014, Final Report, July.
- European Commission, (2014), *European SMEs, Infographics from Annual Report on European SMEs 2013-2014*. Διαθέσιμο από: http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/performance-review/files/annual-report/infographics_en.pdf
- European Commission, (2014), *Επιχειρήσεις και Βιομηχανία*, Ενημερωτικό Δελτίο SBA 2014.
- ICAP, (2012), *Ετήσια Έκθεση 2011 με θέμα «η κατάσταση και οι προοπτικές των ΜΜΕ στην Ελλάδα»*, Σύνοψη Ετήσιας Έκθεσης 2011.
- ICAP, (2013), *Η Κατάσταση και οι Προοπτικές των ΜΜΕ στην Ελλάδα*, Ετήσια Έκθεση 2012.
- Longenecker J., Moore C.& Petty W., (2005), *Μάνατζμεντ Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων*, 2^η Έκδοση, Εκδόσεις Έλλην.
- Nelson R. M., Belkin P. & Mix D.E., (2011), *Greece Debt Crisis: Overview, Policy, Responses and Implications*, Congressional Research Service.
- Porter M., (1980), *Competitive Strategy Creating and Sustaining Superior Performance*, The Free Press, New York.

Rue L. & Holland P., (1986), *Strategic Management Concepts and experiences*, Inc. New York.

Thompson & Strickland A., (1984), *Strategic Management*, Business Publications Inc.

Toporowski J., (2011), *Η χρηματοοικονομική ιδιαιτερότητα της Ελλάδας: πως η θεωρία των χρηματοοικονομικών κρίσεων αποτελεί κακό οδηγό για τις χρηματοοικονομικές κρίσεις και γιατί η πολιτική οικονομία μπορεί να το καταφέρει καλύτερα.*, Από «Οικονομική κρίση και Ελλάδα», Επιστημονική Εταιρεία Πολιτικής Οικονομίας, Εκδόσεις Gutenberg.

World Bank Group, (2014), *Doing Business 2015 Greece*.

Αργεΐτης Γ., (2011), *Η δημοσιονομική κρίση της ελληνικής οικονομίας: αποτυχία της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης*, Από «Οικονομική κρίση και Ελλάδα», Επιστημονική Εταιρεία Πολιτικής Οικονομίας, Εκδόσεις Gutenberg.

Βασιλειάδης Μ. & Τσακανίκας Α., (2011), *Τελική έκθεση αξιολόγησης των δράσεων ενίσχυσης Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων και Ελεύθερων Επαγγελματιών που υλοποιούνται στο πλαίσιο των ΠΕΠ του ΕΣΠΑ 2007-2013*, IOBE.

ΓΣΕΒΕΕ (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*, Κείμενο Πολιτικής.

Δημητροπούλου Δ., Κουτσομανώλη- Φιλιππάκη Α., Χαραλαμπίκης Ε., & Αγγέλης Γ., (2014), *Η χρηματοδότηση των ελληνικών επιχειρήσεων προ και κατά τη διάρκεια της κρίσης*, από Οικονομικό Δελτίο Τράπεζας της Ελλάδος, Τεύχος 39, Ιούλιος 2014.

Δρεττάκης Μ., (2011), *Οι Δημοσιονομικές Διαστάσεις της κρίσης στην Ελλάδα*, Από «Οικονομική κρίση και Ελλάδα», Επιστημονική Εταιρεία Πολιτικής Οικονομίας, Εκδόσεις Gutenberg.

Δρουκόπουλος Β., (2011), *Η οικονομική κρίση: Αίτια και ανίχνευση των προοπτικών*. Από «Οικονομική κρίση και Ελλάδα», Επιστημονική Εταιρεία Πολιτικής Οικονομίας, Εκδόσεις Gutenberg.

Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών, (2014), *Τριμηνιαίο Ενημερωτικό Δελτίο Επαγγελματικής Δραστηριότητας*, Μάρτιος . Διαθέσιμο από:

http://www.eea.gr/system/uploads/asset/data/4644/TRIMHNETIAIO_DELTIO_MA_RTIOS_2014.pdf

- Ευρωπαϊκή Ένωση, (2014), *Επιχειρησιακό Πρόγραμμα βάσει του στόχου «επενδύσεις για την ανάπτυξη και την απασχόληση», Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία.*
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2011), *Ανασκόπηση της πρωτοβουλίας Small Business Act για την Ευρώπη*, Ανακοίνωση της Επιτροπής προς το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο, το Συμβούλιο, την Ευρωπαϊκή Οικονομική και Κοινωνική Επιτροπή και την Επιτροπή των Περιφερειών.
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, (2014), *Horizon 2020: εν συντομία- Το πρόγραμμα Πλαίσιο της Ε.Ε. για την Έρευνα και την Καινοτομία*, Γενική Διεύθυνση Έρευνας και Τεχνολογίας.
- Ζοπουνίδης Κ. & Μπακατσάκη- Μανουδάκη Μ., (2002), *Το Venture Capital στην Ελλάδα: πρώτα αποτελέσματα πανελλαδικής έρευνας*, Τραπεζικά θέματα, Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, 87.
- ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ (2009), *Χρηματοδότηση Μικρών και Πολύ μικρών Επιχειρήσεων*, Μελέτη.
- ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ (2013), *Εναλλακτικές Πηγές Χρηματοδότησης και Μικρές Επιχειρήσεις*, Μελέτη, Αύγουστος.
- ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, (2015), *Τάσεις Οικονομικού Κλίματος*, Έρευνα, Marc A.E.
- ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, *Χρηματοδότηση Μικρών Επιχειρήσεων*, Διαθέσιμο από: http://www.imegsevee.gr/attachments/article/173/xrimatodotisi_mirkwn_epixeiris_ewn_b.pdf
- ΙΟΒΕ, (2015), *Η Ελληνική Οικονομία*, Τριμηνιαία Έκθεση, Αρ. Τεύχους 79, Απρίλιος.
- Ιωαννίδης Σ. & Γιωτόπουλος Ι., (2014), *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012-2013: Ενδείξεις ανάκαμψης της μικρής επιχειρηματικότητας*, ΙΟΒΕ-GEM.
- Ιωαννίδης Σ. & Γιωτόπουλος Ι., (2015), *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2013-2014: η δυναμική της νεανικής επιχειρηματικότητας*, ΙΟΒΕ- GEM.
- Ιωαννίδης Σ. & Χατζηχρήστου Σ., (2012), *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-2011: η «μικρή» επιχειρηματικότητα σε περίοδο κρίσης*, GEM-ΙΟΒΕ
- Ιωαννίδης Σ., (2013), *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-2012: Η εξέλιξη των δεικτών της επιχειρηματικότητας στην διάρκεια της κρίσης*, ΙΟΒΕ- GEM

- Ιωαννίδης Σ., Τσακανίκα Α. & Χατζηχρήστου Σ., (2010), *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009-2010: αναζητώντας διέξοδο από την κρίση*, IOBE, Δελτίο Τύπου.
- Λιούκας Σ., (2010), *Οι ελληνικές επιχειρήσεις μετά την κρίση: Προοπτικές και στρατηγικές για διεθνή ανταγωνιστικότητα*, Τράπεζα της Ελλάδος, Δεκέμβριος. Διαθέσιμο από: http://www.bankofgreece.gr/BoGDocuments/20-5_lioukas.pdf
- Μαριολής Θ. & Παπουλής Κ., (2010), *Δυναμική του Χρέους, Δίδυμα Ελλείμματα και Διεθνής Ανταγωνιστικότητα της Ελληνικής Οικονομίας*.
- Μηλιός Γ. & Σωτηρόπουλος Δ., (2011), *Η Ελληνική Οικονομική κρίση και η κρίση της στρατηγικής του ευρώ*, Από «Οικονομική κρίση και Ελλάδα», Επιστημονική Εταιρεία Πολιτικής Οικονομίας, Εκδόσεις Gutenberg.
- Μονάδα Καινοτομίας & Επιχειρηματικότητας, *Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις & Καινοτομία, Διαφάνειες Μαθήματος. Διαθέσιμο από: http://www.tuc.gr/fileadmin/users_data/dasta/innovation/%CE%94%CE%99%CE%91%CE%A6%CE%91%CE%9D%CE%95%CE%99%CE%95%CE%A3_%CE%9C%CE%91%CE%98%CE%97%CE%9C%CE%91%CE%A4%CE%9F%CE%A3/1_SMEs_and_Innovation.pdf*
- Μυλωνάς Π. & Αθανασόπουλος Α., (2012), *Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις: Έρευνα Συγκυρίας*, Εθνική Τράπεζα.
- Παπαδημητρίου Δ., (2011), *Η διεθνής οικονομική κρίση: οι ΗΠΑ και οι διεθνείς ανταγωνιστές τους*, Από «Οικονομική κρίση και Ελλάδα», Επιστημονική Εταιρεία Πολιτικής Οικονομίας, Εκδόσεις Gutenberg.
- Ρεπούσης Σ., (2007), *Επενδύσεις μέσω Δ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης*, Εκδόσεις Σακκούλα.
- ΣΕΣΜΑ, (2014), *Χρηματοδότηση μέσω καινοτόμων χρηματοδοτικών εργαλείων στη νέα προγραμματική περίοδο 2014-2020*.
- Σκουλάς Ν., (2002), *Το εγχειρίδιο του Μικρού και του Μεσαίου Επιχειρηματία: Πρακτικός Οδηγός για μια κερδοφόρα μικρή και μεσαία επιχείρηση*, Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα.
- Σύσταση της Επιτροπής, (2003), 2003/361/EK, Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Διαθέσιμο από: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EL/TXT/PDF/?uri=CELEX:32003H0361&from=EN>

Χριστόδουλος Α., (2008), *Υποέργο 3: «Προγράμματα επιμόρφωσης στελεχών διοίκησης της εκπαίδευσης» της πράξης «Επιμόρφωση στελεχών διοίκησης της Εκπαίδευσης» του μέτρου 2.1 του ΕΠΕΑΕΚ II, που συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο και Εθνικούς πόρους*. Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων.

Κωνσταντινίδης Π., (2015), *Χρηματοδότηση Επιχειρηματικότητας*, Restart Greece, Ίδρυμα Νεολαίας και Δια Βίου Μάθησης.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Eommex, www.eommex.gr

European Commission, (2014), *Πρόγραμμα COSME: Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και η Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων υπογράφουν συμφωνία που θα αυξήσει τις δυνατότητες χρηματοδότησης των ΜΜΕ*, Διαθέσιμο από: http://europa.eu/rapid/press-release_IP-14-851_el.htm

European Investment Bank, *ΕΛΤΕπ ΜΜΕ*, Διαθέσιμο από: <http://www.eib.org/products/blending/guarantee-funds-smes/greece.htm?lang=-el>

OECON, *Αναπτυξιακός Νόμος 4146/2013*, Ιστοσελίδα. Διαθέσιμο από: <http://www.oecon.gr/gr/programs/active-programs/nan-4146-2013.html>

ETEAN A.E., Διαθέσιμο από: <http://www.etean.com.gr/PublicPages/Program1.aspx>

Ευρωπαϊκή Επιτροπή, *What is an SME?*, Ιστοσελίδα. Διαθέσιμο από: http://ec.europa.eu/growth/smes/business-friendly-environment/sme-definition/index_en.htm

Ευρωπαϊκό Συμβούλιο, (2015), *Επενδυτικό Σχέδιο για την Ευρώπη*, Διαθέσιμο από: <http://www.consilium.europa.eu/el/policies/investment-plan/>

Μαυραγάνης Κ., (2015), *Οι 8 δείκτες της κρίσης: Η ελληνική οικονομία από τον Κώστα Καραμανλή έως τον Αντώνη Σαμαρά*, The Huffington Post. Διαθέσιμο από: http://www.huffingtonpost.gr/2015/01/22/deiktes-krishs_n_6518818.html

ΟΑΕΠ, Διαθέσιμο από: <http://oaep.gr/index.php/el/>

Υπουργείο Οικονομίας, Υποδομών, Ναυτιλίας και Τουρισμού, *ΕΠΑΝ II*, Διαθέσιμο από: <http://www.antonistikitita.gr/greek/>

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

Αναπτυξιακός Νόμος 4146/2013

1)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι: ΕΠΙΛΕΞΙΜΟΙ ΤΟΜΕΙΣ ΚΑΙ ΚΛΑΔΟΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΤΟΥΣ Κ.Α.Δ. 2008

Κ.Α.Δ. 2008	ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΕΠΙΛΕΞΙΜΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ
01	Φυτική και ζωική παραγωγή και συναφείς δραστηριότητες (Αναμένεται σχετική υπουργική απόφαση επεξηγηματικού χαρακτήρα ως προς τα είδη και τις λεπτομέρειες των επενδυτικών σχεδίων του συγκεκριμένου τομέα)
02	Δασοκομία και υλοτομία (Αναμένεται σχετική υπουργική απόφαση επεξηγηματικού χαρακτήρα ως προς τα είδη και τις λεπτομέρειες των επενδυτικών σχεδίων του συγκεκριμένου τομέα)
03	Αλιεία και υδατοκαλλιέργεια (Αναμένεται σχετική υπουργική απόφαση επεξηγηματικού χαρακτήρα ως προς τα είδη και τις λεπτομέρειες των επενδυτικών σχεδίων του συγκεκριμένου τομέα)
06 ΕΩΣ 09	Ορυχεία και Λατομεία
10 ΕΩΣ 33	Μεταποιητικές δραστηριότητες με τις ισχύουσες εξαιρέσεις και λεπτομέρειες
35	Παροχή Ηλεκτρικού Ρεύματος, Φυσικού Αερίου, Ατμού και Κλιματισμού (Εξαιρείται ο Κ.Α.Δ. 35.11.10.09 – Παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας από φωτοβολταϊκά συστήματα)
36 ΕΩΣ 39	Παροχή Νερού, Επεξεργασία λυμάτων, Διαχείριση Αποβλήτων και Δραστηριότητες Εξυγίανσης
42	Από τα έργα Πολιτικού Μηχανικού εντάσσονται μόνο: Κατασκευή παράκτιων και λιμενικών έργων και οι κατασκευαστικές εργασίες για παράκτιες και λιμενικές κατασκευές καθώς και έργα κατασκευής ενεργειακών εγκαταστάσεων και υποδομών, όπως επενδύσεις παραγωγής ή συμπαραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας από Α.Π.Ε.
49 ΕΩΣ 53	Μεταφορά και Αποθήκευση
55	Καταλύματα με τις σχετικές δεσμεύσεις και περιορισμούς που ορίζει ο Αναπτυξιακός Νόμος 4146/2013
58	Εκδοτικές δραστηριότητες
59	Παραγωγή κινηματογραφικών ταινιών, ηχογραφήσεις και μουσικές εκδόσεις
61	Τηλεπικοινωνίες
62	Δραστηριότητες προγραμματισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών, παροχής συμβουλών και συναφείς δραστηριότητες
63	Δραστηριότητες υπηρεσιών πληροφορίας
72	Επιστημονική Έρευνα και ανάπτυξης
74	Άλλες επαγγελματικές, επιστημονικές και τεχνικές δραστηριότητες
82	Διοικητικές δραστηριότητες γραφείου, γραμματειακή υποστήριξη και άλλες δραστηριότητες παροχής υποστήριξης προς τις επιχειρήσεις
86	Κέντρα αποκατάστασης και ολοκληρωμένα σύνθετα επενδυτικά σχέδια Τουρισμού

	Υγείας (Αναμένεται σχετική υπουργική απόφαση επεξηγηματικού χαρακτήρα ως προς τα είδη και τις λεπτομέρειες των επενδυτικών σχεδίων του συγκεκριμένου τομέα)
87	Δραστηριότητες βοήθειας με παροχή καταλύματος (γηροκομεία)
91	Δραστηριότητες βιβλιοθηκών, αρχειοφυλακείων, μουσείων και λοιπές πολιτιστικές δραστηριότητες
95	Επισκευή ηλεκτρονικών υπολογιστών και ειδών ατομικής ή οικιακής χρήσης

2)

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΝΟΜΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΑ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ ΑΝΑ ΜΕΓΕΘΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ
ΑΤΤΙΚΗΣ	Αττικής	Μεγάλη Επιχείρηση: 15%, Μεσαία Επιχείρηση: 20%, Μικρή και Πολύ Μικρή Επιχείρηση: 25%
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	Κιλκίς	Μεγάλη Επιχείρηση: 30%. Μεσαία Επιχείρηση: 40%. Μικρή και Πολύ Μικρή Επιχείρηση: 50%
	Πέλλας	Μεγάλη Επιχείρηση: 30%. Μεσαία Επιχείρηση: 40%. Μικρή και Πολύ Μικρή Επιχείρηση: 50%
	Ημαθίας	Μεγάλη Επιχείρηση: 30%. Μεσαία Επιχείρηση: 40%. Μικρή και Πολύ Μικρή Επιχείρηση: 50%
	Θεσσαλονίκης	Μεγάλη Επιχείρηση: 30%. Μεσαία Επιχείρηση: 35%. Μικρή και Πολύ Μικρή Επιχείρηση: 40%
	Χαλκιδικής	Μεγάλη Επιχείρηση: 30%. Μεσαία Επιχείρηση: 35%. Μικρή και Πολύ Μικρή Επιχείρηση: 40%
	Πιερίας	Μεγάλη Επιχείρηση: 30%. Μεσαία Επιχείρηση: 40%. Μικρή και Πολύ Μικρή Επιχείρηση: 50%
	Σερρών	Μεγάλη Επιχείρηση: 30%. Μεσαία Επιχείρηση: 40%. Μικρή και Πολύ Μικρή Επιχείρηση: 50%
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	Γρεβενών	Μεγάλη Επιχείρηση: 30%, Μεσαία Επιχείρηση: 40%, Μικρή και Πολύ Μικρή Επιχείρηση: 50%
	Κοζάνης	Μεγάλη Επιχείρηση: 30%, Μεσαία Επιχείρηση: 35%, Μικρή και Πολύ Μικρή Επιχείρηση: 40%
	Φλώρινας	Μεγάλη Επιχείρηση: 30%, Μεσαία Επιχείρηση: 40%, Μικρή και Πολύ Μικρή Επιχείρηση: 50%
	Καστοριάς	Μεγάλη Επιχείρηση: 30%, Μεσαία Επιχείρηση: 40%, Μικρή και Πολύ Μικρή Επιχείρηση: 50%

Σημείωση: Στα επενδυτικά σχέδια επιχειρήσεων που εγκαθίστανται σε Βιομηχανικές Επιχειρηματικές Περιοχές (Β.Ε.Π.Ε.) παρέχεται ποσοστό αποκλειστικά ίσο με το ανώτατο όριο του Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων ανεξάρτητα από το εάν ο προηγούμενος πίνακας δίνει υψηλότερα ή χαμηλότερα ποσοστά ενίσχυσης.

3)

ΟΡΙΑ ΕΓΚΕΚΡΙΜΕΝΟΥ ΧΑΡΤΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΠΟΣΟΣΤΑ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ ΑΝΑ ΜΕΓΕΘΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ
Περιλαμβάνει τους Νομούς της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου και τους Νομούς Φθιώτιδας, Εύβοιας και Βοιωτίας	Μεγάλη Επιχείρηση: 15%, Μεσαία Επιχείρηση: 25%, Μικρή και Πολύ Μικρή Επιχείρηση: 35%
Περιλαμβάνει τους Νομούς Αττικής, Φωκίδος και Ευρυτανίας	Μεγάλη Επιχείρηση: 20%, Μεσαία Επιχείρηση: 30%, Μικρή και Πολύ Μικρή Επιχείρηση: 40%
Περιλαμβάνει τους Νομούς των Περιφερειών:	Μεγάλη Επιχείρηση: 30%, Μεσαία

Θεσσαλίας, Ιονίων Νήσων, Κρήτης, Κεντρικής Μακεδονίας, Δυτικής Μακεδονίας, Βορείου Αιγαίου και Πελοποννήσου	Επιχείρηση: 40%, Μικρή και Πολύ Μικρή Επιχείρηση: 50%
Περιλαμβάνει τους Νομούς των Περιφερειών: Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, Ηλείου και Δυτικής Ελλάδας	Μεγάλη Επιχείρηση: 40%, Μεσαία Επιχείρηση: 50%, Μικρή και Πολύ Μικρή Επιχείρηση: 60%

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

Χρηματοδοτικά Εργαλεία την Προγραμματική Περίοδο 2007-2013

Πηγή: ΣΕΣΜΑ (2014)

Ταμείο	Πηγή Χρηματοδότησης	Πρόγραμμα	Χρηματοδοτικό εργαλείο	Είδος ενίσχυσης τελικού δικαιούχου	Ενδιάμεσος φορέας	Θετικά στοιχεία	Αρνητικά στοιχεία	Στόχος	Αριθμός ενισχυμένων επιχειρήσεων	Περίοδος	
1	TEMIME	ΕΣΠΑ	Εγγύηση και επιδότηση επιτοκίου για δάνεια κεφαλαίου κίνησης/2009-2011	Εγγυήσεις	Εγγυημένα Δάνεια κεφαλαίου κίνησης σε συνδυασμό με επιδότηση επιτοκίου	Εμπορικές Τράπεζες	<ul style="list-style-type: none"> Επιδότηση επιτοκίου και ο συνδυασμός με την εγγύηση Προκαθορισμένο επιτόκιο από το TEMIME Καμία επιπλέον εξασφάλιση πέρα της εγγύησης 	Απόλυτη ευχέρεια των τραπεζών να επιλέγουν τις επιχειρήσεις	ΜμΕ	60.000	2008-2010
2	ETEAN	ΕΣΠΑ	Επενδυτικά Δάνεια «Γενική Επιχειρηματικότητα»	Δάνεια επιμερισμού ρίσκου	Επενδυτικά δάνεια	Alpha Bank		ΜμΕ		2012-2013	
3	ETEAN	ΕΣΠΑ	Επενδυτικά Δάνεια «Επιχειρηματικότητα νέων»	Δάνεια επιμερισμού ρίσκου	Επενδυτικά δάνεια	Εθνική Τράπεζα		Νέοι Επιχειρηματίες		2012-2013	
4	ETEAN	ΕΣΠΑ	Επενδυτικά Δάνεια «Θεματικός τουρισμός-ΑΠΕ»	Δάνεια επιμερισμού ρίσκου	Επενδυτικά δάνεια	Εθνική Τράπεζα	<ul style="list-style-type: none"> Επιδότηση επιτοκίου 50% που επιτυγχάνεται εμμέσως με τη μίσθωση χωρίς επιπλέον πόρους από το κράτος 	<ul style="list-style-type: none"> Δυνατότητα των τραπεζών να ζητούν μεγάλες εξασφαλίσεις έως 130% του δανείου Καθορισμός επιτοκίου από την τράπεζα που πολλές φορές ακιρώνει την επιδότηση επιτοκίου 	ΜμΕ στον τουρισμό και την ενέργεια		2012-2013
5	ETEAN	ΕΣΠΑ	Επενδυτικά Δάνεια «Εξωστρέφεια»	Δάνεια επιμερισμού ρίσκου	Επενδυτικά δάνεια	Eurobank	<ul style="list-style-type: none"> Υψηλή μίσθωση καθώς οι τράπεζες συν-επενδύουν 100% των πόρων 	<ul style="list-style-type: none"> Υψηλή γραφειοκρατία με πολλά δικαιολογητικά Θεματικός κατακερματισμός 	Εξωστρεφείς ΜμΕ		2012-2013
6	ETEAN	ΕΣΠΑ	Εγγύηση χαμηλότοκων δανείων για την κάλυψη φορολογικών και ασφαλιστικών υποχρεώσεων	Εγγυήσεις	Αποπληρωμή οφειλών σε ασφαλιστικά και το δημόσιο μέσω δανείου	Εμπορικές τράπεζες		ΜμΕ χωρίς ασφαλιστική και φορολογική ενημερότητα		2012	

7	ETEAN	ΕΣΠΑ	Εγγύηση χαμηλότοκων δανείων για την κάλυψη δαπανών αγοράς πρώτων υλών, εμπορευμάτων και υπηρεσιών	Εγγυήσεις	Εγγυημένα δάνεια κεφαλαίου κίνησης	Εμπορικές Τράπεζες		ΜμΕ		2012
8	ETEAN	ΕΣΠΑ	Εγγύηση Εγγυητικών επιστολών	Εγγυήσεις	Τραπεζικές εγγυητικές επιστολές	Εμπορικές Τράπεζες		ΜμΕ		2012
9	JEREMIE	ΕΣΠΑ	Επιχειρηματικά δάνεια για μικρές επιχειρήσεις	Δάνεια επιμερισμού ρίσκου	Δάνεια επενδυτικά και κεφαλαίου κίνησης	Alpha Bank, Εθνική		ΜμΕ	1.300	2012-σήμερα
10	JEREMIE	ΕΣΠΑ	Επιχειρηματικά δάνεια ICT	Δάνεια επιμερισμού ρίσκου	Δάνεια επενδυτικά και κεφαλαίου κίνησης	Alpha, Εμπορική, Εθνική	Προγράμματα ακόμη σε εξέλιξη.	ΜμΕ σε τομείς ΤΠΕ	33	2012-σήμερα
11	JEREMIE	ΕΣΠΑ	Μικρό-δάνεια	Δάνεια επιμερισμού ρίσκου	Μικρό-δάνεια	Alpha Bank	Τα προγράμματα είναι στοχευμένα περισσότερο προς επιχειρήσεις καινοτόμες και υπό δημιουργία	ΜμΕ	167	2012-σήμερα
12	JEREMIE	ΕΣΠΑ	Επιχειρηματικά δάνεια για έναρξη επιχειρηματικότητας	Δάνεια επιμερισμού ρίσκου	Δάνεια επενδυτικά και κεφαλαίου κίνησης	Εθνική, Eurobank	Σε κάποιες περιπτώσεις τα εργαλεία ανταγωνίζονται τα αντίστοιχα εργαλεία του ETEAN	Νέες επιχειρήσεις	142	2012-σήμερα
13	JEREMIE	ΕΣΠΑ	Συμμετοχικές Επενδύσεις	Επενδυτικά κεφάλαια	Επενδυτικά κεφάλαια	4 επενδυτικά ταμεία		Νέες καινοτόμες επιχειρήσεις	8	2012-σήμερα
14	Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων	Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων	Progress	Δάνεια προς χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς	Μικρό-δάνεια	Παγκρήτια Τράπεζα		Άνεργοι νέοι		2013-σήμερα
15	Ευρωπαϊκή τράπεζα Επενδύσεων	Ευρωπαϊκή τράπεζα Επενδύσεων	EIB Global loans	Δάνεια προς χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς	Επιχειρηματικά δάνεια	Εμπορικές τράπεζες	Σε εξέλιξη	ΜμΕ		2012-σήμερα
16	Ελληνικό Ταμείο Εγγυήσεων υπό την διαχείριση της ΕτΕπ	ΕΣΠΑ/ΕτΕπ		Εγγυημένα δάνεια προς χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς	Επιχειρηματικά δάνεια	Εμπορικές τράπεζες		ΜμΕ		2013-σήμερα
17	Ευρωπαϊκή τράπεζα Επενδύσεων	ΕΣΠΑ/ΕτΕπ	EIB trade facility	Εγγυήσεις προς χρηματοπιστωτικούς οργανισμούς	Εγγυητικές επιστολές	3 ελληνικές και 3 ξένες τράπεζες		Εμπορικές επιχειρήσεις		2013-σήμερα

Πηγές: EIF, EIB, PwC, ETEAN