



**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ  
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ  
ΙΔΡΥΜΑ  
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ)**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**«ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΟΝ  
ΚΛΑΔΟ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΑ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΟΤΕΡΑ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ  
ΤΟΥ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟΥ. ΠΩΣ ΗΤΑΝ ΤΑ ΠΡΑΓΜΑΤΑ ΠΡΙΝ , ΠΩΣ ΕΙΝΑΙ ΤΩΡΑ  
ΚΑΙ ΠΩΣ ΠΡΟΒΛΕΠΕΤΑΙ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΜΕΤΑ»**

**ΓΕΩΡΓΑΚΟΠΟΥΛΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ**

**ΑΜ: 14246**

**ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΘΕΟΦΑΝΗΣ ΜΑΥΡΙΔΑΚΗΣ**

**ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 2019**



## **Περιεχόμενα**

<b>1.0 Εισαγωγή.....</b>	<b>4</b>
<b>1.1 Ο ορισμός της οικονομικής κρίσης:.....</b>	<b>5</b>
<b>1.2 Πώς να αντιμετωπιστεί το πρόβλημα της οικονομικής κρίσης:.....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Η ΛΥΣΗ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ: .....</b>	<b>101</b>
<b>1.4 ΕΝΑ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΟ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ: .....</b>	<b>112</b>
<b>2 Η οικονομική κρίση και μικρομεσαίες επιχειρήσεις.....</b>	<b>13</b>
<b>3 Η οικονομική κρίση και οι επιπτώσεις της στην αγορά του αυτοκινήτου....</b>	<b>22</b>
<b>4. Η Οικονομική κρίση και οι επιπτώσεις στις μεγάλες αλυσίδες εταιρειών :</b>	<b>48</b>
<b>5. Οικονομική κρίση και τυχερά παιχνίδια .....</b>	<b>53</b>
<b>6. Η οικονομική κρίση και η επιρροή της στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ):.....</b>	<b>55</b>
<b>7. Έρευνα -Ερωτηματολόγιο.....</b>	<b>56</b>
<b>8. Βιβλιογραφία.....</b>	<b>74</b>

## **Εισαγωγή**

Οι βασικοί παράγοντες-τομείς για την ομαλή και σωστή λειτουργία μιας χώρας είναι πάρα πολλοί. Ο βασικότερος όλων όμως είναι αυτός της οικονομίας. Πάνω σε αυτόν τον τομέας βασίζονται ολόκληρες χώρες και κοινωνίες. Είναι ένας τομέας ο οποίος πρέπει όχι απλά να μην μένει μόνο στάσιμος, αλλά συνεχώς να αναπτύσσεται διότι πλέον έτσι όπως έχουν διαμορφωθεί τα πράγματα και οι καταστάσεις όσο πιο πολύ είναι ανεπτυγμένη η οικονομία μιας χώρας τόσο καλύτερο γίνεται το βιοτικό επίπεδο της και ταυτόχρονα τόσο πιο ισχυρή γίνεται και η ίδια σαν χώρα. Η ευμάρεια μιας χώρας βασίζεται κατά κύριο λόγο στην καλή οικονομία, στους νόμους της, στις πολιτικές-νοοτροπίες οι οποίες εφαρμόζονται σε αυτήν καθώς επίσης και σε άλλους μικρότερους παράγοντες οι οποίοι είναι οι καιρικές συνθήκες κλπ. Οι μεγαλύτερες οικονομίες ανά την γη και ανά ήπειρο είναι οι ΗΠΑ στην Αμερική, η Γερμανία στην Ευρώπη, Η Κίνα στην Ασία, η Νιγηρία στην Αφρική και η Αυστραλία στην Ωκεανία. (Ewan Economic Power in a Changing International System - Page 25, W. Anderson, Ivars Gutmanis, Liam D. Anderson – 2000, OECD Reviews of Regulatory Reform, 2004, p 92, «The economist», China and the World Economy, Yih-chyi Chuang, Simona Thomas – 2010, Field listing - GDP (PPP exchange rate), CIA World Factbook)

Το φαινόμενο αυτό της διεθνούς οικονομικής κρίσης αρχικά ξεκίνησε από τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής (ΗΠΑ) λόγω του ότι οι τράπεζες έδιναν δάνεια στους πολίτες συνεχώς χωρίς, μεγάλη μερίδα αυτών, να μπορεί να τα αποπληρώσει πράγμα το οποίο με ραγδαίους ρυθμούς εξαπλώθηκε σε διεθνές επίπεδο. Όλο αυτό λοιπόν είχε σαν αποτέλεσμα οι επιπτώσεις να είναι τραγικές για το τραπεζικό σύστημα σε διεθνές επίπεδο αλλά και στις επιχειρήσεις.

Σε αυτή λοιπόν την οικονομική κρίση τα αντανεκλαστικά των χωρών ήταν άμεσα και σε πολλές εκ των περιπτώσεων αποτελεσματικά κυρίως όσον αφορά την λήψη μέτρων τα οποία θα βοηθούσαν στην άμεση αντιμετώπιση της. Μέτρα τα οποία ήταν διαφορετικά για κάθε χώρα και είχαν η έχουν έναν και μοναδικό σκοπό ο οποίος δεν είναι άλλος από την ευρύτερη «αναζωογόνηση» των οικονομιών των χωρών αυτών

καθώς και την δημιουργία επενδύσεων σε αυτές. Το Δ. Ν. Τ. (Διεθνές Νομισματικό Ταμείο) έδωσε στην δημοσιότητα κάποια στοιχεία σύμφωνα με τα οποία « η οικονομική κρίση μεταφέρεται με σφοδρότητα στην πραγματική οικονομία, με αποτέλεσμα την πτώση και την ύφεση της απασχόλησης» (Birdsall N., (2009), «How to unlock the \$1 trillion that developing countries urgently need to cope with the crisis». Center for Global development).

Όλες αυτές οι χώρες λοιπόν δημιούργησαν ένα σχέδιο το οποίο περιλάμβανε κάποιες στρατηγικές οι οποίες ήταν κοινές μεταξύ των σωρών και όλο αυτό σε συνδυασμό με την προώθηση κάποιων μακροπρόθεσμων στόχων που αφορούσαν και αφορούν την ευρωπαϊκή ένωση αποτελούσαν και αποτελούν τον βασικό «κορμό» του σχεδίου αυτού το οποίο μάλιστα και κατατέθηκε τον Δεκέμβριο του 2008 για την αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης.

Βασικά χαρακτηριστικά για την αντιμετώπιση της κρίσης αυτής είναι η εισαγωγή ρευστότητας στην οικονομία της κάθε χώρας προκειμένου να δημιουργηθούν επενδύσεις σε αυτήν (εφόσον δεν υπάρχουν) ή ακόμα καλύτερα να τις αυξήσουν και να τις προωθήσουν με κύριο και ταυτόχρονα μακροπρόθεσμο σκοπό την αύξηση της ανταγωνιστικότητας της ευρωπαϊκής ένωσης έχοντας πάντα υπόψιν όμως τους όρους του συμφώνου σταθερότητας. (European Commission, (2009), «Economic and Financial Affairs: Economic crisis in Europe: Causes, consequences and responses». European Economy, Brussels. Pp.1-87,)

## 1.1 Ο ορισμός της οικονομικής κρίσης:

Ως οικονομική κρίση ορίζουμε ένα φαινόμενο κατά το οποίο η οικονομία μια χώρας υφίσταται σοβαρούς «κλυδωνισμούς» και κατά κύριο λόγο σημαντική μείωση της οικονομικής της δραστηριότητας για άγνωστο χρονικό διάστημα σε όλα τα μακροοικονομικά μεγέθη της οικονομίας όπως είναι η απασχόληση , το εθνικό προϊόν, οι τιμές των προϊόντων , οι επενδύσεις, οι μειώσεις των αγορών λόγω αύξησης των τιμών τους, οι μειώσεις των εξαγωγών λόγω μη παραγωγής προϊόντων, υψηλό χρέος, υψηλός πληθωρισμός κλπ. (Γεώργιος Κουφάρης,(2010), «Η παγκόσμια οικονομική κρίση και οι χρηματιστηριακές αγορές»).

Την τελευταία 10ετία η Ελλάδα έχει μπει στο πιο κρίσιμο «σταυροδρόμι» της σύγχρονης ιστορίας της καθώς η τροπή που έχουν πάρει τα πράγματα έπειτα από την εφαρμογή κάποιων οικονομικών πολιτικών είναι καταστροφική και είχε σαν αποτέλεσμα να έχει οδηγηθεί η χώρα σε μια κατάσταση οριακή της χρεωκοπίας. Η οικονομική αυτή κρίση έχει επηρεάσει είτε λίγο είτε πολύ το ευρύτερο φάσμα της ελληνικής κοινωνίας. Οι συνέπειες αυτής όπως αναφέραμε και προηγουμένως είναι ολέθριες. Μια από αυτές και ταυτοχρόνως από τις πιο σημαντικές συνέπειες αυτής της οικονομικής κρίσης είναι η ανεργία. Το φαινόμενο αυτό , ειδικότερα από τις αρχές τους 2010 μαστίζει και ταυτόχρονα καταστρέφει ένα πολύ σημαντικό ποσοστό του ελληνικού πληθυσμού και κατά κύριο λόγο τις νεαρότερες ηλικίες όπου εκεί το ποσοστό της ανεργίας έχει φτάσει σε 2ψήφιο νούμερο και ακόμα πιο συγκεκριμένα το τρομακτικό 25% και με τις ενδείξεις οι οποίες καθημερινά βλέπουν το φως τις επικαιρότητας να μην είναι καθόλου ενθαρρυντικές και να δημιουργούν ακόμα μεγαλύτερη αμφιβολία για το τι μέλλει γενέσθαι σχετικά με το θέμα αυτό καθώς από ότι αποδεικνύεται η ελληνική οικονομία δεν δείχνει σημάδια τα οποία να αποδεικνύουν ότι μπορεί να δημιουργήσει θέσεις εργασίας. Έτσι λοιπόν το μέλλον γίνεται ακόμα πιο αβέβαιο. Κατά κύριο λόγο για όλη

αυτή την κατάσταση ευθύνεται κυρίως η λανθασμένη διαχείριση των οικονομικών, της ελληνικής δημοσιονομικής πολιτικής και του ασφαλιστικού αλλά και η παγκόσμια οικονομική κρίση. Την ίδια στιγμή γίνεται πολύς «ντόρος» για την πορεία που ακολούθησαν τα πακέτα στήριξης του κράτους προς τις τράπεζες, τα οποία θεωρήθηκαν περιορισμένα σε αριθμό και σε μέγεθος. Όλοι αντιλαμβάνονται πλέον ότι τα πράγματα δεν πραγματοποιήθηκαν έτσι όπως θα έπρεπε ακολουθώντας μια λανθασμένη «πορεία» που έχει να κάνει με τα πακέτα στήριξης τα οποία δόθηκαν από το κράτος προς τις τράπεζες και τα οποία θεωρήθηκαν και περιορισμένα σε αριθμό αλλά και σε ποσότητα. Εκτός αυτών, σύμφωνα με στοιχεία της Στατιστικής Υπηρεσίας (Στατιστική Υπηρεσία, Βιομηχανία, Δείκτης Βιομηχανικής Παραγωγής, 2012), σχετικά με την πορεία της ελληνικής βιομηχανίας, δεν είναι μόνο η μείωση του τζίρου κατά 26,8% που προκαλεί έντονη ανησυχία, αλλά και ο πρόδρομος δείκτης των νέων παραγγελιών. Ο δείκτης αυτός σημείωσε πτώση κατά 36% και ο οποίος προοιωνίζει τον βαθμό απασχόλησης του παραγωγικού δυναμικού για τους επόμενους μήνες και ο οποίος με τη σειρά του μας δίνει μια γεύση για ποια χειρότερα πρόκειται να δούμε στην αγορά εργασίας. Ένα άλλο «φαινόμενο»-πλήγμα και ταυτόχρονα συνέπεια της οικονομικής κρίσης είναι αυτό της μαύρης εργασίας, το οποίο και είναι καλό να αναφέρουμε σε αυτό το σημείο, καθώς επηρεάζει κατά πολύ μεγάλο ποσοστό την ελληνική οικονομία με διάφορους τρόπους οι οποίοι προκαλούν μια σειρά συνεπειών καταστροφικών τόσο για την κοινωνία όσο και για την οικονομία της χώρας μας είναι αυτό της μαύρης εργασίας. Το φαινόμενο αυτό είναι η μαύρη εργασία η οποία παρουσιάζει ραγδαία άνοδο την τελευταία δεκαετία κυρίως σε επιχειρήσεις των οποίων οι ιδιοκτήτες σπεύδουν με όλους τους τρόπους να εκμεταλλευτούν την ανάγκη (κυρίως οικονομική) που έχουν κάποιοι άνθρωποι προκειμένου να ανταπεξέλθουν στην δύσκολη οικονομική πραγματικότητα που βιώνει σήμερα η χώρα.

Σύμφωνα με στοιχεία τα οποία ανακοινώθηκαν από το υπουργείο εργασίας έγιναν έλεγχοι σε όλους τους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας και σε κλάδους όπου φαίνονται να έχουν υψηλή παραβατικότητα κυρίως όσον αφορά τους «δεύτερους» το ποσοστό αδήλωτης εργασίας αγγίζει το 12,4% το οποίο είναι μειωμένο σε σχέση με αυτό του 2016 όπου ήταν στο 13,58%, του 2015 όπου

ήταν 16,48% και του 2014 που ήταν 19,17% (Σ.ΕΠ.Ε.(Σώμα Επιθεώρησης Εργασίας) [asfalisinet.gr](http://asfalisinet.gr))

(<https://www.asfalisinet.gr/e/%CE%B2%CF%81%CE%B5%CE%BE%CE%B5-%CF%80%CF%81%CF%8C%CF%83%CF%84%CE%B9%CE%BC%CE%B1-88-%CE%B5%CE%BA%CE%B1%CF%84-%CE%B5%CF%85%CF%81%CF%8E-%CE%B3%CE%B9%CE%B1-%CE%B1%CE%BD%CE%B1%CF%83/>)

Οι συνέπειες της μαύρης εργασίας είναι αρκετές με τις σημαντικότερες αυτών να είναι:

- Δεν παίρνει ένσημα ο εργαζόμενος με αποτέλεσμα να μην μπορεί να μαζέψει τον απαραίτητο αριθμό ενσήμων έτσι ώστε να μπορέσει να πάρει την σύνταξη την οποία δικαιούται και ταυτόχρονα να διακινδυνεύει να την χάσει.( HOBE, 2012 )

Παρ' όλο που δουλεύει ο εργαζόμενος συνεχίζει να παραμένει ανασφάλιστος και αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να μην έχει δωρεάν παροχή υπηρεσιών στον βασικότερο τομέα από όλους στον οποίο δικαιούται ο καθένας από εμάς να έχει πρόσβαση. Φυσικά αναφερόμαστε στον τομέα της υγείας όπου βλέπουμε πλέον ότι λόγω αυτής της οδυνηρής κατάστασης στην οποία έχει εισέλθει ( και ) ο τομέας της υγείας , οι περισσότεροι στην προσπάθεια τους να έχουν όσο τον δυνατόν λιγότερα έξοδα η και να έχουν πρόσβαση δωρεάν όσον αφορά τον τομέα αυτό πολλές φορές παρανομούν γνωρίζοντας και ταυτόχρονα αφηφώντας το τι συνέπειες προβλέπει ο νόμος σε τέτοιες περιπτώσεις.( Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ, Καψάλης και Κρητικίδης, 2016 Taxheaven <https://www.taxheaven.gr/news/news/view/id/32044>):

- Το κράτος χάνει έσοδα. Όλον αυτό τον καιρό ακούμε από πολλούς φορείς (κοινωνικούς, πολιτικούς, οικονομικούς κλπ.) για το έλλειμα το οποίο έχουν υποστεί τα δημοσιονομικά ταμεία από τον καιρό όπου ξέσπασε η οικονομική κρίση και μετά. Αυτό λοιπόν οφείλεται κυρίως στο ότι πλέον πολλοί εργοδότες



δεν πληρώνουν τις προβλεπόμενες ασφαλιστικές εισφορές και αυτό έχει ως συνέπεια το κράτος να χάνει καθημερινά πολλές χιλιάδες ευρώ από έσοδα καθημερινά. (Πηγή : <https://www.taxheaven.gr/news/news/view/id/32044>)

## **1.2 Χρηματοπιστωτική παγκοσμιοποίηση και τρόποι αντιμετώπισης της οικονομικής κρίσης:**

Ας ξεκινήσουμε από κάτι βασικό καθώς ακούμε όλοι μας είτε από συζητήσεις είτε ακόμα και από επίσημα «χειλή» πως ένας είναι ο κύριος λόγος που έφτασε η χώρα μας σε αυτήν την τραγική οικονομική κατάσταση. Σύμφωνα λοιπόν με την άποψη πολλών ο λόγος αυτός είναι το ότι η ελληνική αγορά και οικονομία «αυτορυθμίζεται» με την κρατική παρέμβαση να είναι από ελάχιστη έως μηδαμινή. Ναι μεν αυτός ήταν ένας από τους λόγους οι οποίοι μας έφεραν αυτή την κρίση – ύφεση στην χώρα μας αλλά δεν ήταν ο μοναδικός. Η κατάσταση αυτή οφείλεται σε ένα σύνολο παραγόντων – αιτιών. Αυτό δεν συμβαίνει μόνο στην Ελλάδα αλλά και σε πολλές ακόμα χώρες οι οποίες έχουν πέσει θύματα της διεθνούς χρηματοπιστωτικής κρίσης. Σε αυτό το σημείο θα ήταν σημαντικό να δούμε τι σημαίνει χρηματοπιστωτική παγκοσμιοποίηση όπου σύμφωνα με το είναι «η ανάδυση παγκόσμιων χρηματοπιστωτικών αγορών και η πιο εύκολη πρόσβαση σε εξωτερικές χρηματοδοτήσεις και εταιρικούς και κρατικούς δανειζόμενους». Στην χρηματοπιστωτική παγκοσμιοποίηση λοιπόν οφείλονται και πολλά αρνητικά αποτελέσματα τα οποία με τις με τις οικονομικές κρίσεις μεταδόθηκαν αστραπιαία σε πολλές χώρες εξαιτίας των αλληλεξαρτήσεων που δημιουργήθηκαν μεταξύ χωρών και κρατών. Έτσι λοιπόν προκλήθηκε πανικός από την απόσυρση των καταθέσεων σε εναλλακτικές επενδύσεις και μετρητά ενώ σταμάτησε η διατραπεζική αγορά χρήματος και κεφαλαίου. Όλο αυτό έχει σαν αποτέλεσμα τα τραπεζικά ιδρύματα προκειμένου να αντιμετωπίσουν την όλο και αυξανόμενη κρίση ρευστότητας να προβούν σε κάθετη μείωση των χρηματοδοτήσεων της οικονομίας ενώ οι επιχειρήσεις προχώρησαν σε μείωση του κόστους παραγωγής και απολύσεις. Τώρα όμως όσον αφορά το ζήτημα της Ελληνικής οικονομίας και της οικονομικής κρίσης , τις συνέπειες της οποίας βιώνουμε, δεν φέρει ευθύνη μόνο η κρίση που ήρθε από «έξω» φταίει και ο τρόπος που την

διαχειριστήκαμε εμείς οι ίδιοι και κυρίως οι κυβερνήσεις μας. Κυβερνήσεις οι οποίες συνεχώς ρίχνουν την ευθύνη η μία στην άλλη, ακόμα και σε πολιτικούς άλλων χωρών, για την σημερινή τραγική κατάσταση της Ελληνικής οικονομίας και κοινωνίας. Τα σφάλματα όμως συσσωρεύτηκαν στα τέλη της δεκαετίας του '40 όπου μετά το πέρας των πολέμων που βίωσε η Ελλάδα έγινε το λεγόμενο «ελληνικό θαύμα» κατά το οποίο η Ελλάδα κατάφερε να έχει διψήφιους αριθμούς στους ρυθμούς ανάπτυξης (10-11%) και ήταν δεύτερη σε ρυθμούς ανάπτυξης στον κόσμο. Το να αντιμετωπιστεί όμως η οικονομική κρίση είναι μια είναι κάτι το οποίο δεν είναι και τόσο εύκολο καθώς θα πρέπει να ληφθούν κάποια μέτρα τα οποία θα κριθούν για τα αποτελέσματα τα οποία θα φέρουν και που πολύ πιθανόν να διδάσκονται και σε σχολεία, πανεπιστήμια κλπ. Ανάλογα με την αποτελεσματικότητα την οποία θα έχουν. Μέτρα τα οποία μάλιστα θα πρέπει να είναι έτσι «δομημένα» ώστε να αποτελούν ένα «μείγμα» δημοσιονομικής και οικονομικής πολιτικής που να είναι βασισμένο σε διεθνές επίπεδο να στηρίξουν η μια την άλλη. Από ένα σημείο και μετά και ύστερα από τις άκαρπες παρεμβάσεις των νομισματικών-πιστωτικών αρχών κρίθηκε κάτι παραπάνω από απαραίτητη η παρέμβαση των κυβερνητικών μέσων δημοσιονομικής πολιτικής . Σε μια τέτοια και τόσο κρίσιμη κατάσταση έχει περιέλθει και η Ελλάδα καθώς μετά από όλες αυτές τις οικονομικές πολιτικές που εφαρμόστηκαν εδώ και δεκαετίες ολόκληρες η Ελλάδα έχει φτάσει στα όρια της χρεωκοπίας ενώ ταυτόχρονα βρίσκεται στο πιο κρίσιμο για αυτή «σταυροδρόμι» της οικονομικής ιστορίας της. ( Μητσόπουλος Μ., Πελαγίδης Θ., (2012). Κατανοώντας την κρίση στην Ελλάδα. Αθήνα, Εκδόσεις Ψυχογιός Α.Ε , [www.hufightonpost.gr](http://www.hufightonpost.gr))

---

### **1.3 Η ΛΥΣΗ ΓΙΑ ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ:**

Η Μείωση του ελλείματος έχει ως αποτέλεσμα την μείωση του χρέους («το μέρος του ελλείματος του χρέους»). Στην Ελλάδα βάση στοιχείων η αποπληρωμή του χρέους είναι αδύνατη και η λύση σε αυτό είναι να μην δημιουργείται καινούριο χρέος

κάθε χρόνο. Το πρωτογενές πλεόνασμα που πρέπει να δημιουργείται η κυβέρνηση παίζει κύριο ρόλο σε αυτό μην ξεχνάμε άλλωστε ότι το χρέος μειώνεται αν το πρωτογενές πλεόνασμα υπερβεί τις πληρωμές των τόκων του χρέους και το χρέος θα μηδενιστεί αν το πρωτογενές πλεόνασμα ισούται με τις πληρωμές των τόκων(Ματσαγγάνης, 2010). Το ΑΕΠ της Ελλάδος θα αντιμετώπιζε και θα έλυσε το πρόβλημα ( του χρέους) σε περίπτωση που διπλασιαζόταν. Για να επιτευχθεί αυτό αναγκαία είναι η αύξηση του ανταγωνισμού της οικονομίας της λόγω του εξωτερικού της χρέους. Η Ελλάδα θα ήταν ιδανικό να είχε περισσότερες εξαγωγές( αύξηση κερδών – μείωση χρέους) δυστυχώς όμως η Ελλάδα την δεδομένη στιγμή έχει πολύ περισσότερες εισαγωγές(Cabral, 2010) . Για να ξεφύγει αυτή η χώρα από αυτήν την κατάσταση η απόψεις διίστανται για το τι πρέπει να γίνει. Ο καθένας πιστεύει κάτι διαφορετικό ακόμα πιο συγκεκριμένα λύση θεωρούν να μονιμοποιήσουν την θέση τους στο δημόσιο, άλλοι να μην πληρώνουν φόρους και άλλοι να σταματήσει η ψυχολογική διαφθορά. Τα ΜΜΕ δεν βοηθούν τον πολίτη διότι δεν τον ενημερώνουν σωστά, είτε διότι υπερασπίζονται την κυβέρνηση, είτε διότι αρέσκονται να παραπλανούν και να υπεραπλουστεύουν την παρούσα , την υπάρχουσα κατάσταση. (Ματσαγγάνης, 2010) Λόγο των μεγάλων επιτοκίων που μας δανείζει η τρόικα το ελληνικό κράτος δεν θα καταφέρει να αποπληρώσει πάνω από το 50% του χρέους ενώ η Ευρωπαϊκή ένωση και η Γερμανία στόχο έχουν να μην χάσουν άλλα χρήματα (Βαγιανός, Βέττας & Μεγήρ, 2010) (Cabral, 2010) (Ματσαγγάνης, 2010)

---

#### **1.4 ΕΝΑ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΟ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ:**

Η Ελλάδα σύμφωνα με τις οικονομικές πολιτικές των τελευταίων δεκαετιών είναι φανερό ' το έχει φτάσει στα όρια της χρεωκοπίας και αυτό οφείλεται και στο γεγονός ότι δεν ακολουθεί τις αλλαγές – μεταρρυθμίσεις όπου οδηγούν στην πρόοδο – εξέλιξη. Επακόλουθο αυτού είναι η Ελλάδα να έχει μείνει πολύ πίσω στον δημόσιο

τομέα ( μη παραγωγικός), οι φόροι δεν διευκολύνουν τους πολίτες οι οποίοι με τους μισθούς και τις συντάξεις τους αδυνατούν να ανταπεξέλθουν στις ανάγκες του καθημερινού βίου και να ζήσουν ικανοποιητικά. Συμπέρασμα όλων αυτών είναι η οικονομία της χώρας να μειώνεται και να μην είναι ανταγωνιστική (αναποτελεσματικότητα στον τομέα της οικονομίας σε σχέση με άλλες χώρες ). Οι ελλείψεις στον τομέα των μεταρρυθμίσεων πλήττουν την νέα γενιά. Η παιδεία πέφτει σε σχέση με τα εκπαιδευτικά συστήματα άλλων χωρών. Οι νέοι τελειώνουν τις σπουδές τους χωρίς να μπορούν να κάνουν αξιοποίηση αυτών που σπούδασαν με αποτέλεσμα να μένουν άνεργοι και χωρίς να έχουν περιθώρια για επενδύσεις με αποτέλεσμα να φεύγουν κατά χιλιάδες στο εξωτερικό. Σε περίπτωση και πάλι όμως που βρουν δουλειά οι φόροι που τους επιβάλουν οι κυβερνήσεις προκειμένου οι ίδιες να ξεχρεώσουν είναι δυσβάστακτοι. Αισιόδοξα στοιχεία για την Ελλάδα προκειμένου να αλλάξει η κατάσταση αυτή είναι ότι υπάρχουν κάποιες μεταρρυθμίσεις. Η Ελλάδα είναι απαραίτητο να υπακούει και να τηρεί τις υποσχέσεις που έχει προς τους δανειστές της . Όσον αφορά τώρα τον τομέα της υγείας, η οικονομική κρίση, έχει οδηγήσει τους ανθρώπους να σκέφτονται δημιουργικά, αποτελεσματικά και να κάνουν αλλαγές για την ανασυγκρότηση της ασφαλιστικής υγείας. Η κρίση αυτή απειλεί όλες τις χώρες ,όμως, επιβάλλεται να ενδυναμωθεί η κάθε χώρα, να λύσει όσο πιο αποτελεσματικά γίνεται τα όποια προβλήματα της έχουν προκύψει να ξεφεύγει από κάθε απειλή η οποία να γίνεται κίνητρο για πρόοδο και να οδηγείται στην ανάπτυξη

Δυστυχώς η συνεχιζόμενη οικονομική ύφεση την οποία υφίσταται η χώρα μας και «σκληραίνει» κάθε μέρα όλο και περισσότερο την οικονομική πραγματικότητα που βιώνει η ελληνική κοινωνία και οικονομία. Μια ακόμα από τις πολλές αρνητικές επιπτώσεις της οικονομικής αυτής ύφεσης είναι η καθημερινή μείωση του «Επιχειρησιακού δυναμικού» τόσο σε επίπεδο οικονομικό όσο και επίπεδο πληθυσμιακό.

Καθημερινά πλέον βλέπουμε πολλές επιχειρήσεις από όλες τις κατηγορίες να οδηγούνται , αν όχι σε κλείσιμο, στην καλύτερη περίπτωση σε συγχώνευση

προκειμένου να αποφύγουν κάποιο μεγάλο μέρος των εξόδων τους κυρίως λειτουργικών και την ελληνική επιχειρηματικότητα όχι μόνο να μην αναπτύσσεται σε πολλούς τομείς της αλλά να συρρικνώνεται διαρκώς με ραγδαίους ρυθμούς κάνοντας ταυτόχρονα το επενδυτικό μέλλον για την Ελλάδα όλο και πιο δυσοίωνο.

(Βαγιανός, Βέττας & Μεγήρ, 2010) (Cabral, 2010) (Ματσαγγάνης, 2010)

## 2 Η οικονομική κρίση και μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Η οικονομική κρίση η οποία και πλήττει την τελευταία δεκαετία την ελληνική οικονομία έχει επηρεάσει μεταξύ άλλων , όπως είναι λογικό , κατά κύριο λόγο τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Έτσι λοιπόν κατά συνέπεια αυτό έχει μια σειρά άλλων επιπτώσεων οι οποίες έχουν δημιουργήσει κάποια καίρια πλήγματα στην οικονομία της χώρας μας και γενικότερα στην κοινωνία μας. Μερικά από αυτά είναι τα εξής :

- Αρνητική επιρροή στον τρόπο λειτουργίας μιας επιχείρησης: Η οποιαδήποτε επιχείρηση ανεξαρτήτως από το σε ποια κατηγορία ανήκει ( μικρή , μικρομεσαία , μεσαία, μεγάλη , πολυεθνική)προτού λειτουργήσει γενικότερα ή εφαρμόσει μια συγκεκριμένη πολιτική στον τρόπο λειτουργίας της πάντα έχει προσχεδιάσει ένα συγκεκριμένο σχέδιο , με συγκεκριμένη στρατηγική βασισμένη πάντα στις οικονομικές , κοινωνικές και τοπικές ανάγκες και στο κοινό στο οποίο απευθύνεται. Κάθε μια λοιπόν από αυτές τις επιχειρήσεις έχει και έναν στόχο ο οποίος συνήθως έχει χρονοδιαγράμματα και ανάλογα με το αν πραγματοποιηθεί ο στόχος αυτός μέσα στο χρονοδιάγραμμα αυτό δρομολογούνται και οι ανάλογες εξελίξεις όσον αφορά τον σχεδιασμό λειτουργίας ή και πολλές φορές την ίδια την λειτουργία μιας επιχείρησης. Δυστυχώς όμως οι αρνητικές εξελίξεις οι οποίες διαδραματίζονται την τελευταία δεκαετία στην ελληνική οικονομία μόνο αρνητικές εξελίξεις έχουν φέρει έως τώρα όσον αφορά τον τρόπο λειτουργίας των σημερινών εμπορικών επιχειρήσεων.(<https://e-espa.gr/vca/item/110-to-periballon-ton-ellhnikon-epixeirhseon-mesa-sthn-krish>)

- Μείωση του προϋπολογισμού μιας επιχείρησης : Η συνεχής μείωση της καταναλωτικής κίνησης σε συνδυασμό με την συνεχόμενη και πλέον ανεξέλεγκτη αύξηση των τιμών και με την συνεχή μείωση των μισθών και συντάξεων, έχουν ως συνέπεια πλέον το καταναλωτικό κοινό να είναι πολύ πιο σκεπτικό , προσεκτικό και συγκεκριμένο ως προς το αν αγοράσει κάτι και τι θα αγοράσει. Αυτό λοιπόν έχει ως «αλυσίδα» την επιρροή μιας επιχείρησης όσον αφορά τα έσοδα τα οποία θα έχει. Δυστυχώς πλέον όμως πλέον ως προς αυτό το ζήτημα οι περισσότερες επιχειρήσεις έχουν επηρεαστεί αρνητικά. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την μειωμένη είσπραξη εσόδων η οποία επηρεάζει και εκείνη με την σειρά της αρνητικά την ανάπτυξη μιας επιχείρησης. Αντιθέτως την αναγκάζει να προβεί σε περικοπές σε διάφορες κατηγορίες αυτής. ( <https://e-espa.gr/vea/item/110-το-περιβάλλον-των-ελληνικών-επιχειρήσεων-μέσα-στην-κρίση>)
- Σημαντική μείωση παραγόμενου προϊόντος:

Ένας ακόμα τομέας και ίσως ο βασικότερος για μια επιχείρηση είναι αυτός της παραγωγής του προϊόντος το οποίο παράγει και πουλάει μια επιχείρηση και κυρίως η ποιότητα αυτού καθώς κατά τους περισσότερους εκείνο είναι που κάνει τον καταναλωτή στο να καταλήξει ποιο προϊόν θα προτιμήσει. Το καταναλωτικό κοινό που πλέον ξέρει τι θέλει ξέρει τι να προτιμήσει και ξέρει να ξεχωρίζει ποιο προϊόν είναι κατώτερης ποιότητας ή όχι και έχοντας ήδη θέσει τα δικά του στάνταρ προκειμένου να καταλήξει σε ένα συγκεκριμένο προϊόν. Δυστυχώς όμως πλέον στην σκληρή ελληνική οικονομική πραγματικότητα που βιώνουμε τα πράγματα έχουν αλλάξει δραματικά και σε αυτό. Πλέον στον τομέα των επιχειρήσεων βλέπουμε να έχει γίνει και ένας ακόμα διαχωρισμός:

  - Αυτές οι οποίες έχουν πλέον μειωμένη απόδοση όσον αφορά το παραγόμενο από αυτές προϊόν παραμένουν στάσιμες όσον αφορά το θέμα αυτό λόγω χαμηλών ( και πολλές φορές καθόλου πλέον) εσόδων στα ταμεία τους αντί

να προσπαθήσουν να το αναπτύξουν και να επαναφέρουν έσοδα στο ταμείο τους.( <http://www.kathimerini.gr/784770/article/oikonomia/epixeirhseis/h-krish-8elei-tis-dikes-ths-de3iothtes>)

- Αυτές οι οποίες αν και έχουν και εκείνες μειωμένη απόδοση όσον αφορά το παραγόμενο από αυτές προϊόν όχι απλά δεν παραμένουν στάσιμες αλλά κοιτούν να αυξήσουν την ποιότητα των προϊόντων τους με συνέπεια πολλές φορές τα έξοδα τους να είναι διπλάσια και ίσως παραπάνω από διπλάσια των εσόδων τους ρισκάροντας έτσι την «επιτυχία» ή την «αποτυχία» του εγχειρήματος τους με ότι συνέπειες , θετικές η αρνητικές, θα έχει αυτό ως προς την επιχείρηση. Βέβαια το αποτέλεσμα αυτό δεν εξαρτάται μόνο από το αν θα προτιμήσει το κοινό το συγκεκριμένο προϊόν αλλά κυρίως από το πώς θα το διαχειριστεί και η ίδια η επιχείρηση.([www.iefimerida.gr/news/175642/icap/αυτές-είναι-οι-πιο-κερδοφόρες-επιχειρήσεις-στην-ελλάδα-μέσα-στο-2013](http://www.iefimerida.gr/news/175642/icap/αυτές-είναι-οι-πιο-κερδοφόρες-επιχειρήσεις-στην-ελλάδα-μέσα-στο-2013))

- Απασχόληση προσωπικού μιας επιχείρησης:

Δυστυχώς πλέον στους καιρούς και τις καταστάσεις που ζούμε η κάθε επιχείρηση κοιτάζει πλέον και σχεδιάζει την λειτουργία της με όσο το δυνατόν λιγότερα λειτουργικά έξοδα γίνεται για εκείνη. Τις παλαιότερες εποχές βλέπαμε τις περισσότερες επιχειρήσεις να απασχολούν αριθμητικά όσους εργαζόμενους χρειαζόταν προκειμένου να καλύψει πλήρως της ανάγκες της και να μην μένει κανένας τομέας της «κενός» . Αντί αυτού πλέον βλέπουμε ότι οι επιχειρήσεις πλέον χρησιμοποιούν από ελάχιστο έως και καθόλου εργατικό προσωπικό και αυτό διότι πλέον δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν ούτε όσον αφορά τις υποχρεώσεις τους ως προς τους εργαζόμενους αλλά ούτε ως προς τις υποχρεώσεις που έχουν προς το δημόσιο.

(<http://www.kathimerini.gr/441711/article/oikonomia/epixeirhseis/apoyh--h-epixeirhsh-sthn-oikonomikh-krish>)

- Χαμηλοί μισθοί : Βλέπουμε καθημερινά πλέον ότι λόγω του ότι ο κόσμος έχει μέγιστη ανάγκη για δουλεία υπάρχουν οι επιχειρήσεις οι οποίες λόγω του ότι δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν στην σκληρή οικονομική πραγματικότητα πλέον

απασχολούν εργαζόμενους είτε με ολιγόωρη απασχόληση είτε με κανονική απασχόληση δίνοντας τους όμως ελάχιστα χρήματα. Υπάρχουν βέβαια και οι επιχειρήσεις οι οποίες βασιζόμενες πάνω στην σκληρή οικονομική και κοινωνική πραγματικότητα αν και έχουν την οικονομική αντοχή να δίνουν τους μισθούς που πρέπει να δίνουν, πληρώνουν τους εργαζόμενους τους με όσο το δυνατόν λιγότερα χρήματα γίνεται καταπατώντας τα εργασιακά δικαιώματα του καθενός και πατώντας ταυτόχρονα στην ανάγκη που έχει πλέον ο περισσότερος κόσμος να βρει δουλειά.(<https://www.sofokleousin.gr/mikroteri-anergia-xamiloι-misthoι-perissoteri-ftoxeia>)

- Κλείσιμο επιχειρήσεων & ανεργία : Όπως βλέπουμε όλοι πλέον δυστυχώς η ελληνική οικονομία και κοινωνία βιώνει μια ακόμα επιπλέον σκληρή επίπτωση της οικονομικής κρίσης η οποία πλέον είναι και η πιο σκληρή. Επί καθημερινής βάσεως πλέον βλέπουμε έναν μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων είτε να κηρύττουν πτώχευση και να ζητούν την ένταξη τους στο άρθρο 99 του πτωχευτικού κώδικα είτε να κλείνουν οριστικά αφήνοντας ανεξόφλητα μεγάλα χρέη προς το δημόσιο και να μένουν πλέον στον δρόμο εκατοντάδες άνθρωποι αυξάνοντας έτσι με ραγδαίους ρυθμούς τα ποσοστά ανεργίας στην Ελλάδα η οποία ανεργία ειδικότερα στους νέους ανθρώπους κινείται σε ποσοστά κοντά στο 43%.(<http://www.kathimerini.gr/972720/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/eurostat-h-ellada-paramenei-prwth-sthn-anergia-twn-newn>)

Όπως είναι κατανοητό με τα σημερινά δεδομένα των συνθηκών της οικονομικής κρίσης οι συνθήκες «επιβίωσης» και αντιμετώπισης της όπως και οι συνέπειες της διαφέρουν μεταξύ των νέων και των παλαιότερων επιχειρήσεων άσχετα με το τι κατηγορία αντιπροσωπεύει η κάθε μια από αυτές. Όλες οι επιχειρήσεις έχουν υποστεί έχουν υποστεί τις συνέπειες της οικονομικής κρίσης άλλες σε μεγαλύτερο βαθμό και άλλες σε μικρότερο για τον λόγο αυτό κάθε μια από αυτές θα πρέπει να αναπτύξει και να υλοποιήσει κάποιο είδος στρατηγικού σχεδιασμού. Οι συνήθειες αλλά κυρίως η συμπεριφορά των καταναλωτών έχουν αλλάξει



δραστικά όλον αυτό τον καιρό σε σύγκριση με τα χρόνια προ κρίσης. Για αυτόν τον λόγο λοιπόν θα πρέπει το σύνολο των επιχειρήσεων να προσαρμοστούν στα δεδομένα της σημερινής οικονομικής κρίσης εφαρμόζοντας στρατηγικές οι οποίες να δείχνουν μια ευελιξία στην προσαρμογή των δεδομένων της οικονομικής κρίσης, βελτιώνοντας τις εσωτερικές τους επιχειρησιακές διαδικασίες. Ειδικότερα δε οι νέες επιχειρήσεις μπορούν να εκμεταλλευτούν τις ευκαιρίες που τους δίνονται από την «αποχώρηση» από την αγορά κάποιων εκ των ανταγωνιστών τους για ενίσχυση της θέσης τους στην αγορά. Το να διατηρήσει πλέον μια επιχείρηση την θέση της στην αγορά αποτελεί πλέον το μεγαλύτερο «ρίσκο» στις εποχές που ζούμε διότι αυτό για την επιχείρηση , εφόσον «της βγει σε καλό» πάει να πει ότι έχει εξασφαλίσει πελάτες και πωλήσεις. Ταυτόχρονα η σιγουριά της χρηματοδότησης και η προσαρμογή των οργανωτικών δομών της στις συνθήκες της οικονομικής κρίσης αποτελούν τις σημαντικότερες παραμέτρους. Όσον αφορά τις παλιές επιχειρήσεις , η εναρμόνιση με τις νέες πλέον συνήθειες των καταναλωτών, η μείωση κόστους και η υποκίνηση στελεχών αποτελούν κάποιους από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που τάσσονται στα θετικά για την ομαλή πορεία μιας επιχείρησης. Τώρα όσον αφορά και πάλι τις νέες επιχειρήσεις πολύ σημαντικοί παράγοντες είναι οι πρωτοπόρες προσεγγίσεις της αγοράς και οι συνεργασίες με άλλες (ομοειδούς και μη) επιχειρήσεις για την επίτευξη μεγαλύτερου κέρδους και μεγαλύτερης ρευστότητας για να γίνει όλο και πιο ομαλή η αντιμετώπιση αυτής της πρωτοφανούς οικονομικής κρίσης. Η ρευστότητα και η συνεχής επεξεργασία της αγοράς σε συνδυασμό με την παραγωγή και ανάπτυξη νέων καινοτόμων προϊόντων είναι επίσης από τους κυριότερους παράγοντες προκειμένου να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν οι επιχειρήσεις στις συνθήκες που βιώνουμε σήμερα και όλα αυτά φυσικά με την προσαρμογή της εκάστοτε επιχείρησης στο αντίστοιχο επιχειρησιακό μοντέλο που της αναλογεί. Ταυτόχρονα η επέκταση σε νέους επιχειρηματικούς τομείς, η συνεχής βελτίωση των σχέσεων με τους καταναλωτές καθώς επίσης η εξασφάλιση και ακόμα καλύτερα η αύξηση της ποιότητας των προϊόντων διατηρώντας ταυτόχρονα τις χαμηλές τιμές και η αύξηση των ιδίων κεφαλαίων

αποτελούν πολύ σημαντικές παραμέτρους. Για όλα αυτά παίζει ρόλο όμως ο στρατηγικός σχεδιασμός πάνω από όλα.  
(<http://www.kathimerini.gr/962661/article/oikonomia/epixeirhseis/h-krish-tis-gennhse-h-krish-tis-e3afanise>)

### **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ:**

Με λίγα λόγια αυτό που συμπεραίνουμε είναι ότι, όπως είναι φυσιολογικό , οι συνθήκες διαφέρουν μεταξύ των νέων και παλιών επιχειρήσεων ενώ ταυτόχρονα όλες οι κατηγορίες επιχειρήσεων υφίστανται τις συνέπειες της οικονομικής κρίσης. Όλες οι επιχειρήσεις πρέπει να βελτιστοποιούνται σε όλους τους τομείς και ειδικότερα οι νέες οι οποίες μπορούν να επωφεληθούν για καλό τους με την έξοδο κάποιων εκ των ανταγωνιστών τους από την αγορά . Ότι η χρηματοδότηση , η δημιουργία και η προσαρμογή των οργανωτικών δομών τους στα σημερινά δεδομένα θα συμβάλουν στην εξασφάλιση των πελατών τους.

Οι παλιές επιχειρήσεις θα πρέπει να προσαρμοστούν και αυτές στις νέες συνθήκες , στα κίνητρα και ανάγκες των καταναλωτών (οικονομικές και όχι μόνο) και οι νέες επιχειρήσεις να κάνουν καινοτόμες προσεγγίσεις και συνεργασίες προκειμένου να μπορούν να αναπτύξουν το είδος το οποίο προωθούν και το κυριότερο να έχουν ρευστότητα. Η νομοθεσία θα πρέπει σε κάθε περίπτωση να στηρίζει όλες αυτές τις επιχειρηματικές προσπάθειες. Ότι για όλα αυτά βασικό ρόλο παίζει βασικό ρόλο ο σχεδιασμός αν και σε πολλές περιπτώσεις αυτό δεν γίνεται για αυτό και τα αποτελέσματα έλλειψης σχεδιασμού είναι τραγικά. Επίσης για να γίνουν όλα αυτά θα πρέπει να υπάρχουν:

1) Πόροι: Προκειμένου να μπορέσει να ανοίξει και να λειτουργήσει μια επιχείρηση σωστά μια επιχείρηση είναι οι πόροι. Οι πόροι αυτοί είναι κατά κύριο λόγο χρήματα που θα χρειαστούν προκειμένου να μπορέσει να λειτουργήσει μια επιχείρηση και να μπορέσει να πορευθεί στην αγορά, να ανταπεξέλθει στις ανάγκες της εποχής και των πελατών της και να μπορέσει να ανταπεξέλθει στις υποχρεώσεις της.

(<http://www.kathimerini.gr/962661/article/oikonomia/epixeirhseis/h-krish-tis-gennhse-h-krish-tis-e3afanise>)

2) Κίνητρα: Προκειμένου να ανοίξει μια επιχείρηση και να συνεχίσει την λειτουργία της μια ήδη υπάρχουσα θα πρέπει να υπάρχουν διαφόρων ειδών κίνητρα ανάλογα με τις ανάγκες τις κάθε περιοχής και του πληθυσμού της περιοχής στην οποία και θα ανήκει η εκάστοτε επιχείρηση.

(<http://www.kathimerini.gr/962661/article/oikonomia/epixeirhseis/h-krish-tis-gennhse-h-krish-tis-e3afanise>)

3) Προσωπικό: Η κάθε επιχείρηση θα πρέπει για να μπορέσει να καλύψει πλήρως όλες τις ανάγκες και τα σπάνια που έχουν θέσει οι καταναλωτές ως προς αυτήν θα πρέπει να διαθέτει τον ανάλογο αριθμό εργατικού δυναμικού έτσι ώστε να καλύπτονται πλήρως όλες οι ανάγκες των καταναλωτών και να μην μένει καμία θέση της επιχείρησης κενή καλύπτοντας έτσι πλήρως όλες τις ανάγκες των πελατών της και ταυτόχρονα εξασφαλίζοντας έτσι την πελατεία της και εν τέλει την ρευστότητα της. Στις περισσότερες των περιπτώσεων αυτών όμως γίνεται το ακριβώς αντίθετο. Προκειμένου η ιδιοκτησία της επιχείρησης να αποφύγει την δαπάνη κάποιων παραπάνω εξόδων είτε αφήνει θέσεις κενές είτε βάζει κάποιον εκ των ήδη υπάρχοντων υπαλλήλων να καλύψουν την θέση αυτή. Αποτέλεσμα της «πολιτικής» αυτής είναι η μη ομαλή λειτουργία της επιχείρησης σε κάποιους εκ των τομέων της.

(<http://www.kathimerini.gr/962661/article/oikonomia/epixeirhseis/h-krish-tis-gennhse-h-krish-tis-e3afanise>)

4) Σχεδιασμός – Στρατηγική : Ειδικότερα ο σχεδιασμός είναι κατά κύριο λόγο το πιο βασικό σκέλος – κατηγορία για την λειτουργία της οποιασδήποτε επιχείρησης διότι πολύ απλά άμα δεν υπάρχει ο σχεδιασμός δεν μπορεί να λειτουργήσει μια επιχείρηση. Ο σχεδιασμός είναι κάτι το οποίο και πρέπει να αλλάζει αρκετές φορές σε μια επιχείρηση και κατά κύριο λόγο να την αλλάζει για να την βελτιστοποιεί. Το ακόμα καλύτερο για τον σχεδιασμό και την στρατηγική μιας επιχείρησης είναι να μπορεί η διοίκηση και η ιδιοκτησία της επιχείρησης αυτής να μπορεί να αντιλαμβάνεται γρήγορα τα λάθη και τις απώλειες στην εφαρμογή ενός

σχεδιασμού και να τα αλλάζουν σε σύντομο χρονικό διάστημα για να έχει όσον το δυνατόν λιγότερες απώλειες σε περίπτωση που ο σχεδιασμός είναι ζημιογόνος για εκείνη. Το ακριβώς αντίθετο ισχύει όμως στην περίπτωση που ένας σχεδιασμός αποφέρει τα σωστά αποτελέσματα. Στην περίπτωση αυτή και πάλι οι επιχειρήσεις κοιτούν τα θετικά του αποτελέσματα καθώς επίσης και το τι πρέπει να κάνουν για να μπορέσουν να τον βελτιστοποιήσουν ακόμα περισσότερο. (<http://www.kathimerini.gr/962661/article/oikonomia/epixeirhseis/h-krish-tis-gennhse-h-krish-tis-e3afanise>)

Υπάρχουν πολλές επιχειρήσεις οι οποίες και άνοιξαν εν καιρώ κρίσης, άνοιξαν από κάποιους οι οποίοι το έκαναν αυτό από ανάγκη καθαρά για οικονομικούς λόγους χωρίς καμία στρατηγική ή σχεδιασμό. Οι περισσότερες από τις επιχειρήσεις που άνοιξαν και συνεχίζουν να ανοίγουν είναι καφετέριες, εστιατόρια και ταχυφαγία με κάποιες από αυτές να σημειώνουν αρκετά θετική πορεία . Το μεγαλύτερο ποσοστό όμως από τις επιχειρήσεις που άνοιξαν εν καιρώ κρίσης και δυστυχώς δεν είχαν καθόλου καλή πορεία μέσα στην 5ετία 2012 – 2017 ήταν αυτές της εύκολης λύσης δηλαδή του λιανεμπορίου.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων που δυστυχώς έκλεισαν εν καιρώ κρίσης ήταν αυτής της κατηγορίας με τις περισσότερες εξ αυτών να δηλώνουν ότι έκλεισαν λόγο έλλειψης κερδών και ένα μικρό ποσοστό από αυτές να δηλώνουν ότι έκλεισαν λόγο έλλειψης ρευστότητας. Οι ανάγκες που μας έχουν επιφέρει οι κακές οικονομικές πολιτικές των τελευταίων ετών δυστυχώς μας έχουν καταστήσει να κάνουμε πράγματα γρήγορα πρόχειρα και βιαστικά προκειμένου να καλύψουμε τις άμεσες ( τουλάχιστον) οικονομικές μας ανάγκες Αυτό όμως ταυτόχρονα θα πρέπει ειδικότερα όσους σκέφτονται να κάνουν κάτι επιχειρηματικά να αλλάξουν λίγο τον τρόπο σκέψης τους και να μην κάνουν κάτι βιαστικά αλλά σε βάθος χρόνου, με σχεδιασμό , προοπτική και στρατηγική προκειμένου να αποφύγουν και οι ίδιοι μια ακόμα χαμένη οικονομική δαπάνη αλλά και η χώρα μας ακόμα μια ακόμα οικονομική απώλεια.

(<http://www.kathimerini.gr/962661/article/oikonomia/epixeirhseis/h-krish-tis-gennhse-h-krish-tis-e3afanise>)

Το Γ. Ε. ΜΗ. ( Γενικό Εμπορικό Μητρώο) έδωσε κάποια στοιχεία στην δημοσιότητα τα οποία μας λένε ότι από το 2011 μέχρι και το 2017 από το Γενικό Εμπορικό Μητρώο αποχώρησαν- διεγράφησαν 299.842 επιχειρήσεις ενώ ταυτόχρονα ο αριθμός των επιχειρήσεων οι οποίες συστάθηκαν ήταν μόλις 236.265 με το αρνητικό ισοζύγιο να φτάνει τις 63.477 επιχειρήσεις. Σύμφωνα με την ανακοίνωση του υπουργείου οικονομίας από τον Γενάρη του 2015 μέχρι και τον Αύγουστο του 2017 οι συστάσεις ήταν 80.745 έναντι 79.956 όπου ήταν οι διαγραφές με το θετικό ισοζύγιο να είναι 1149 νέων επιχειρήσεων. Για την τριετία 2011 – 2013 είχαμε 185.827 διαγραφές επιχειρήσεων ενώ ταυτόχρονα οι συστάσεις ήταν 121.109. Την περίοδο 2011 – 2014 οι διαγραφές ήταν 222.435 έναντι 175.132 συστάσεων με το αρνητικό ισοζύγιο να είναι 64.113 επιχειρήσεις. Σύμφωνα με τα στοιχεία τα οποία έδωσε στην δημοσιότητα το Γενικό Εμπορικό Μητρώο προκύπτει ότι το ισοζύγιο συστάσεων – διαγραφών επιχειρήσεων έχει αποκτήσει θετικό ισοζύγιο ενώ τείνει προς το να εξισορροπηθεί. Αυτό όπως θα δείτε και εσείς φαινόταν και από τα θετικά στοιχεία τα οποία είχαν προκύψει για το τέλος του 2017.

Γ.Ε.ΜΗ. Συνολικές Συστάσεις & διαγραφές Επιχειρήσεων (2011- Αυγ.2017		
ΕΤΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ ΣΥΣΤΑΣΕΩΝ	ΣΥΝΟΛΟ ΔΙΑΓΡΑΦΩΝ
2011	37880	106.286

2012	41506	40.802
2013	41723	38.739
2014	36023	36.608
2015	29719	26.716
2016	28705	33.883
2017	20809	16.808
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	236365	299842

(Πηγή: <https://www.iefimerida.gr/news/363760/300000-epiheiriseis-katevasan-rola-sta-hronia-tis-krisis>)

### 3 Η οικονομική κρίση και οι επιπτώσεις της στην αγορά του αυτοκινήτου

Είναι πλέον αδιαμφισβήτητο ότι ένας από τους κλάδους του εμπορίου στην Ελλάδα που έχει δεχτεί σοβαρότατα χτυπήματα από την οικονομική κρίση είναι αυτός του εμπορίου αυτοκινήτων. Το αυτοκίνητο είναι ίσως το μοναδικό πλέον μέσω μεταφοράς το οποίο έχει καταλήξει να είναι πλέον «περιζήτητο» για τον άνθρωπο προκειμένου να μπορέσει να καλύψει το 90% των καθημερινών του αναγκών και ιδίως όσον αφορά την μεταφορά του και την κάλυψη μεγάλων αποστάσεων. Το αυτοκίνητο παίζει πλέον καταλυτικό ρόλο στην καθημερινότητα μας και αυτό διότι μας απαλλάσσει από διάφορων ειδών περιττές, άσκοπες και (κατά πολλούς ) κουραστικές συνήθειες όπως είναι για παράδειγμα η

κάλυψη μεγάλων αποστάσεων με τα πόδια ή η μεταφορά βαρειών αντικειμένων με τα πόδια και κατά συνέπεια την κούραση του ανθρώπου. Ειδικότερα στα χρόνια πριν από την κρίση η αγορά του αυτοκινήτου στην Ελλάδα παρουσίαζε συνεχή ανθοφορία με όλο και περισσότερους Έλληνες όλων των ηλικιών και ομάδων να μαζεύουν χρήματα και να κάνουν οικονομία προκειμένου να αγοράσουν ένα αυτοκίνητο κατά κύριο λόγο καινούριο και κατά δεύτερο λόγο μεταχειρισμένο. Σε αυτό το σημείο ας δούμε κάποιες από τις επιπτώσεις, θετικές και αρνητικές, που έχει η «έλευση» του αυτοκινήτου στην ζωή του ανθρώπου.

- Τον απαλλάσσει όπως προαναφέραμε από την κάλυψη μεγάλων (και μη ) αποστάσεων και εξοικονόμηση χρόνου :

Ο άνθρωπος πλέον έχει πλέον κατά πολύ μεγάλο ποσοστό συνδυάσει την καθημερινότητα του με το αυτοκίνητο προκειμένου να καλύψει όλες του τις ανάγκες και προκειμένου να καλύψει ένα μεγάλο ποσοστό ( αν όχι το σύνολο ) των καθημερινών του αναγκών καθώς και ένα πολύ μεγάλο μέρος των καθημερινών του αποστάσεων και ταυτόχρονα τον βοηθάει στην εξοικονόμηση χρόνου , δηλαδή μια απόσταση όπου με τα πόδια μπορεί να καλυφθεί μπορεί ν κατά προσέγγιση μέσα σε μια ώρα μπορεί με το αυτοκίνητο υπό φυσιολογικές συνθήκες να καλυφθεί μέσα σε περίπου 7 με 10 λεπτά. Αυτό σε συνδυασμό με το ότι τον απαλλάσσει και από την κούραση την οποία θα είχε σίγουρα ο οποιοδήποτε άνθρωπος και η οποία διαφέρει από άνθρωπο σε άνθρωπο ανάλογα με το σε τι φυσική κατάσταση βρίσκεται ο καθένας κάνει την χρήση του αυτοκινήτου όλο και πιο ελκυστική.( <https://coolweb.gr/podilato-vs-autokinito/> )

- Τον απαλλάσσει από την έκθεση του στις καιρικές συνθήκες

Το αυτοκίνητο έχει άλλον ένα λόγο που το κάνει όλο και πιο ελκυστικό όσον αφορά την χρήση του ακόμα και για την κάλυψη έστω και πολύ μικρών αποστάσεων. Ο λόγος αυτός δεν είναι άλλος από το ότι τον προστατεύει από την έκθεση σε επικίνδυνες , για



αυτόν , καιρικές συνθήκες στις οποίες και θα ήταν εκτεθειμένος σε περίπτωση που θα κάλυπτε την οποιαδήποτε απόσταση με αντίξοες, για τον άνθρωπο, καιρικές συνθήκες .  
(<https://coolweb.gr/podilato-vs-autokinito/> )

Αυτές λοιπόν ήταν κάποιες από τις θετικές συνέπειες της χρήσης του αυτοκινήτου για τον άνθρωπο που το κάνουν όλο και πιο ελκυστικό για τον άνθρωπο. Πάμε όμως σε αυτό το σημείο να δούμε και κάποιες από τις συνέπειες τις αρνητικές που έχει για τον άνθρωπο η χρήση του αυτοκινήτου για τον άνθρωπο στις οποίες κιόλας εθελοτυφλούμε και τις περισσότερες φορές παραβλέπουμε αρκεί να κάνουμε την ζωή μας καλύτερη χωρίς όμως να υπολογίζουμε τις αρνητικές συνέπειες οι οποίες και αυτές με την σειρά τους παίζουν καταλυτικό ρόλο στην ζωή μας με την αρνητική έννοια όμως.

- Η όλο και αυξανόμενη ρύπανση του περιβάλλοντος :

Η χρήση του αυτοκινήτου και ειδικότερα η συχνή χρήση του έχει δυσάρεστες – αρνητικές συνέπειες όσον αφορά το περιβάλλον. Η όλο και αυξανόμενη απελευθέρωση ρύπων από τα αυτοκίνητα έχει σαν αποτέλεσμα την όλο και αυξανόμενη ρύπανση του περιβάλλοντος και ειδικότερα όσον αφορά το διοξείδιο του άνθρακα. Μια κατάσταση για την οποία πολλές φορές οι αρμόδιοι επιστήμονες έχουν «χτυπήσει το καμπανάκι του κινδύνου» χωρίς όμως να έχει αλλάξει κάτι ως προς αυτή την κατάσταση παρά μόνο ελάχιστα.

(<http://www.hellenic-college.gr/works/helcolpedia/projects/transportations/land/cars-tagarakis-2013.pdf> )

- Η αρνητική επίπτωση στην φυσική κατάσταση του ανθρώπου :

Βλέπουμε ότι επί καθημερινής βάσεως όλο και περισσότεροι άνθρωποι χρησιμοποιούν τα αυτοκίνητα τους ακόμα και για την κάλυψη ακόμα και πολύ μικρών αποστάσεων με αποτέλεσμα την αποφυγή κάποιων συνηθειών που είναι κουραστικές , για πολλούς , αλλά ταυτόχρονα άκρως θετικές και αναζωογονητικές για τον ανθρώπινο οργανισμό

όπως είναι το περπάτημα ή το τρέξιμο. Συνήθειες τις οποίες παραβλέπουμε εντελώς προκειμένου να εξυπηρετήσουμε τις ανάγκες μας όσο πιο ανώδυνα και ακούραστα γίνεται. Με λίγα λόγια η συχνή χρήση του αυτοκινήτου μας επηρεάζει είτε λίγο είτε πολύ και στην φυσική μας κατάσταση. (<https://coolweb.gr/podilato-vs-autokinito/> )

Όπως προαναφέραμε όμως η αγορά του αυτοκινήτου παρουσίαζε πλήρη ανθοφορία σε περιόδους προ κρίσεως. Σύμφωνα με μια συνέντευξη όπου μου παραχώρησε ο κύριος Γεωργακόπουλος Άγγελος ο οποίος και είναι αντιπρόσωπος αυτοκινήτων και ακόμα πιο συγκεκριμένα της εταιρείας Ford για τον νομό Λακωνίας (Εταιρεία με την επωνυμία «Κ. Γεωργακόπουλος ΑΕ) και των αντιπροσωπειών BMW και VOLVO για τον νομό Μεσσηνίας μας ανέφερε, σύμφωνα με τα στοιχεία που συγκέντρωσε ο ίδιος από τις πωλήσεις των αυτοκινήτων που έχει στα χέρια του και σε σύγκριση με τα στοιχεία που έχει στα χέρια του σχετικά με το τι πωλήσεις γίνονταν εν καιρώ πριν την κρίση παρουσιάζεται πτώση της τάξεως του 70% από το 2010 μέχρι και σήμερα όσον αφορά την αγορά καινούριων αυτοκινήτων, πτώση της τάξεως του 60% από το 2010 μέχρι και σήμερα όσον αφορά την αγορά μεταχειρισμένων αυτοκινήτων καθώς επίσης πτώση της τάξης του 50% όσων αφορά το συνεργείο του από το 2010 μέχρι και σήμερα.

Παρακάτω θα δούμε λίγο περισσότερο και θα εστιάσουμε πιο πολύ στην οικονομική κρίση που πλήττει τα τελευταία χρόνια την αγορά και το εμπόριο του αυτοκινήτου στην Ελλάδα και θα δώσουμε έμφαση στο πως κινήθηκε η αγορά στο παρελθόν και στο πως κινείται στις μέρες μας , τόσο σε πανελλαδικό όσο και σε διεθνές επίπεδο πάντα βασιζόμενοι σε στοιχεία τα οποία καθημερινά βλέπουν το φως της δημοσιότητας

Το αυτοκίνητο είναι αδιαμφισβήτητα το πιο πολυχρησιμοποιημένο ,σύνηθες και σε πάρα πολλές περιπτώσεις περιζήτητο αγαθό του οποίου η ζήτηση επηρεάζεται από την ψυχολογική και κυρίως την οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκεται ο καταναλωτής. Το γεγονός ότι η αγοραστική δύναμη των καταναλωτών έχει συρρικνωθεί «για τα

καλά», σε συνδυασμό με την κακή ψυχολογική κατάσταση που επικρατεί στο ευρύτερο πεδίο της ελληνικής πραγματικότητας δηλαδή τον κοινωνικό, τον οικονομικό και τον πολιτικό χώρο έχουν την αντίστοιχη επιρροή τους και στον τομέα της αγοράς- εμπορίου αυτοκινήτου. (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agora-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr) )

Το αυτοκίνητο λοιπόν το οποίο ακόμα και την τελευταία και την τελευταία δεκαετία που οι πωλήσεις του βρίσκονται σε εξαιρετικά χαμηλά επίπεδα παίζει καταλυτικό ρόλο στα δημοσιονομικά έσοδα και αυτό γίνεται διότι κάθε χρόνο το κράτος μόνο από την αγορά νέων αυτοκινήτων έχει έσοδα που φτάνουν τα 320 εκατομμύρια ευρώ και τα 1,25 δισεκατομμύρια ευρώ τα οποία προέρχονται από τα τέλη κυκλοφορίας και τον φόρο πολυτελούς διαβίωσης (Για 2000cc και άνω) χωρίς βέβαια μέσα σε αυτά να έχουν υπολογιστεί τα έσοδα που προέρχονται από τους φόρους των ασφαλειών, τα καύσιμα, την συντήρηση των αυτοκινήτων και διάφορα άλλα. (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agora-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr) )

Από τα στοιχεία τα οποία καθημερινά βλέπουν το φως της δημοσιότητας είναι πλέον αδιαμφησβήτητο το γεγονός ότι η οικονομική κρίση που βιώνουμε έχει επηρεάσει κατά πάρα πολύ μεγάλο βαθμό τον κλάδο του αυτοκινήτου με μια πρωτοφανή για τα ελληνικά (κυρίως) δεδομένα ύφεση η οποία μάλιστα έχει επηρεάσει και κλάδους – επιχειρήσεις οι οποίες σχετίζονται με τον κλάδο του αυτοκινήτου δηλαδή για παράδειγμα οι επιχειρήσεις οι οποίες ασχολούνται με τα αξεσουάρ και την συντήρηση του αυτοκινήτου. (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agora-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr))

### **-Πάμε στο σημείο αυτό να δούμε πως έκλεισε η αγορά αυτ/ου το 2016:**

Το 2016 συνολικά είχαμε 78.873 ταξινομήσεις νέων αυτοκινήτων, δηλαδή, πωλήθηκαν από αντιπροσωπείες συνολικά 78.873 καινούρια αυτοκίνητα όπου συγκριτικά με το 2016 είναι αυξημένες κατά 4%. Συγκριτικά όμως αξίζει να αναφέρουμε ότι το 2004 οι

ταξινομήσεις άγγιζαν το «αστρονομικό» , για τις εποχές που βιώνουμε, αριθμό των 289.753 ταξινομήσεων νέων αυτοκινήτων ενώ το 2012 είχαμε μόλις 58.482 ταξινομήσεις νέων αυτοκινήτων. Μιλάμε δηλαδή για μια μείωση της τάξης του 80%όπου από το 2012 και μετά η Ελληνική κοινωνία, η Ελληνική οικονομία και η αγορά αυτοκινήτου στην Ελλάδα συμβιβάστηκαν με τα σκληρά νέα οικονομικά δεδομένα της οικονομικής κρίσης. Το 2014 παρατηρήθηκε αύξηση της τάξης του 21,3% ενώ το 2015 και το 2016 η αύξηση ήταν σε μονοψήφια ποσοστά δηλαδή της τάξης του 6,4% για το 2015 και 4% για το 2016.(<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agora-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr))

Λαμβάνοντας λοιπόν υπόψιν ότι είναι η τέταρτη συνεχόμενη χρονιά αύξησης αλλά και το ότι υπάρχει μικρή πρόοδος βλέπουμε ότι η αγορά αυτοκινήτου παρουσιάζει μια πτώση της τάξης του 70% μειωμένη ως προς τον μέσο όρο μεταξύ του 200 και 2009. (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agora-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr))

Πρώτες μάρκες σε πωλήσεις το 2016

<b><u>ΕΤΟΣ</u></b>	<b><u>ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΕΙΣ</u></b>
1998	179220
1999	261717
2000	290225
2001	280295
2002	268489

2003	257293
2004	289753
2005	269733
2006	267706
2007	279794
2008	267242
2009	220548
2010	141499
2011	97682
2012	58482
2013	58694
2014	71218
2015	75805
2016	78873

Πρώτη λοιπόν έκοψε «το νήμα των πωλήσεων» η TOYOTA με μερίδιο αγοράς το 12% το οποίο μεταφράζεται σε 9.496 πωλήσεις. Την 2<sup>η</sup> θέση της σειράς κατάταξης κατέλαβε η NISSAN με μερίδιο αγοράς 9,2% το οποίο μεταφράζεται σε 7.289 ταξινομήσεις. Την 3<sup>η</sup> θέση κατέλαβε η OPEL με μερίδιο αγοράς 8,9% το οποίο μεταφράζεται σε 7.054 νέες ταξινομήσεις. Στην 4<sup>η</sup> θέση βρέθηκε η VOLKSWAGEN με μερίδιο αγοράς 8,1% το οποίο μεταφράζεται σε 6.430 πωλήσεις. Στην 5<sup>η</sup> και 6<sup>η</sup> θέση αντίστοιχα βρέθηκαν οι PEUGEOT και η FIAT αντίστοιχα με μερίδιο αγοράς και πωλήσεις 7,1% και 5.582 αντίστοιχα για την 5<sup>η</sup> και 4886 πωλήσεις αντίστοιχα για την 6<sup>η</sup>. Στην 7<sup>η</sup> θέση κατάφερε να σκαρφαλώσει η MERCEDES σε πωλήσεις με 4.432 ταξινομήσεις με την SUZUKI να είναι 8<sup>η</sup> και την BMW να είναι 9<sup>η</sup> με 4,9% μερίδιο αγοράς και 3.843 ταξινομήσεις ενώ στην 10<sup>η</sup> θέση βρέθηκε η CITROEN. (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agora-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr))

Πίνακας 2. Top 10 εταιρειών σε ταξινομήσεις στην Ελληνική Αγορά για το 2016:

<b>ΜΑΡΚΑ</b>	<b>ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΕΙΣ</b>	<b>ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ</b>
NISSAN	7289	9,24%
OPEL	7054	8,94%
VOLKSWAGEN	6430	8,15%
PEUGEOT	5582	7,08%
TOYOTA	9496	12,04%
FIAT	4886	6,19%

MERCEDES	4432	5,62%
SUZUKI	4137	5,25%
BMW	3843	4,87%
CITROEN	3781	4,79%

**ΠΗΓΗ:WWW.SEAA.GR**

Μεταξύ του 2012 και του 2016 βλέπουμε την τάση που έχουν κάποιες εταιρείες αυτοκινήτων να συνεχίζουν να βρίσκονται στις δέκα καλύτερες σε προτιμήσεις όσον αφορά την Ελλάδα. Συνεχόμενη παρουσία στο top 10 τα τελευταία 5 χρόνια έχουν μόνο 6 εταιρείες: η Toyota (1η το 2016-1η το 2015-1η το 2014-1η το 2013-3η το 2012), η Opel (3η-4η-3η-3η-1η), η Nissan (2η-3η-4η-6η-6η), η VW (4η-2η-2η-2η-2η), η Fiat(6η-8η-5η-5η-5η) και η Citroen (10η-7η-8η-7η-4η).

Σε ορίζοντα 5ετίας, 1η είναι η Toyota με συνολικές πωλήσεις 38.655 αυτοκίνητα και 11.27% μερίδιο αγοράς. 2η είναι η VW με 32.452 πωλήσεις και μερίδιο αγοράς 9,46%, 3η είναι η Opel με 32.205 πωλήσεις και 9,39% μερίδιο. Η Nissan βρίσκεται στην 4η θέση (26.270 – 7.66%), στην 5η θέση η Fiat (19.452-5.67%) και ακολουθούν η Citroen (18.619-5.43%), η Ford (16.820-4.90%) και η Peugeot (16.349-4.77%). Το top-10 συμπληρώνεται με τη Suzuki στην 9η θέση (16.018-4.67%) και στην 10η θέση βρίσκεται η Hyundai με 14.666 πωλήσεις και 4,27 % μερίδιο αγοράς. (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agera-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr))

Πίνακας 4. Top 10 εταιρειών σε σύνολο ταξινομήσεων την τελευταία πενταετία (2012-2016) στην Ελληνική Αγορά :

<b>ΜΑΡΚΑ</b>	<b>ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΕΙΣ 5ΕΤΙΑΣ</b>	<b>ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ 5ΕΤΙΑΣ</b>
TOYOTA	38655	11,27%
VOLKSWAGEN	32452	9,46%
OPEL	32205	9,39%
NISSAN	26270	7,66%
FIAT	19452	5,67%
CITROEN	18619	5,43%
FORD	16820	4,90%
PEUGEOT	16349	4,77%
SUZUKI	16018	4,67%
HYUNDAI	14666	4,27%

**ΠΗΓΗ :WWW.SEAA.GR**

Σε αυτό το σημείο πάμε να δούμε το τι γίνεται το στην αγορά αυτοκινήτου το 2017 όπου σύμφωνα με τα στοιχεία τα οποία και έχουν προκύψει κατά τους δύο πρώτους μήνες του 2017 παρουσιάζεται αύξηση στις πωλήσεις, μια αύξηση που αγγίζει το 29,3%



συγκριτικά με την αντίστοιχη περίοδο του 2016 δηλαδή τους πρώτους δύο μήνες του 2016 είχαμε 9.010 ταξινομήσεις εν αντιθέσει με το πρώτο δίμηνο του 2017 όπου είχαμε 11.652 ταξινομήσεις. Η αύξηση αυτή ναί μεν είναι εντυπωσιακή και ταυτόχρονα πολύ θετική κατά πολλούς όμως είναι ψεύτικη και αυτό διότι το 2016 υπήρχε μια στασιμότητα στην αγορά αυτοκινήτου και αυτό δεν ήξερε κανείς τι θα γίνει με το θέμα της απόσυρσης αυτοκινήτων. (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agma-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr) )

Πίνακας 5. Top 10 εταιρειών σε σύνολο ταξινομήσεων, Ιανουάριος-Φεβρουάριος 2017

<b>ΜΑΡΚΑ</b>	<b>ΙΑΝ-ΦΕΒΡ 2017</b>	<b>ΜΕΡΙΔΙΟ ΑΓΟΡΑΣ</b>
TOYOTA	1629	14,0%
VOLKSWAGEN	1151	9.9%
OPEL	917	7.9%
PEUGEOT	845	7.3%
NISSAN	816	7,0%
SUZUKI	785	6,7%
FIAT	670	5,8%
FORD	604	5,2%

MERCEDES	537	4,6%
AUDI		4,6%

**ΠΗΓΗ : WWW.SEAA.GR**

Πάμε τώρα να ρίξουμε μια ματιά στα στοιχεία που προκύπτουν από την διεθνή και ευρωπαϊκή αγορά αυτοκινήτων όπου το 2016 ήταν μια από τις καλύτερες χρονιές στα χρονικά της αγοράς αυτοκινήτου για την ευρωπαϊκή αγορά αυτοκινήτου καθώς σύμφωνα και με τα επίσημα στοιχεία στην Ευρώπη οι ταξινομήσεις για το 2016 ήταν 14,6 εκατομμύρια οχήματα τα οποία πωλήθηκαν στην Ευρώπη δηλαδή 6,8% περισσότερα σε σύγκριση με το 2015 φτάνοντας έτσι τις δεύτερες υψηλότερες ταξινομήσεις μετά φυσικά από εκείνες του 2017 όπου ήταν πάνω από 16 εκατομμύρια. Οι μεγαλύτερες των αγορών αυτών είναι και πάλι η Γερμανία (3.3 εκ.), το Ην. Βασίλειο (2.7 εκ.) και η Γαλλία (2 εκ.). Από κοντά και η Ιταλία (1.8 εκ.) και η Ισπανία (1.1 εκ.), ενώ η μικρότερη αγορά ήταν αυτή της Κύπρου (11.054). (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agora-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr) )

Τώρα λοιπόν πάμε να δούμε και κάποια στοιχεία τα οποία αφορούν τους κατασκευαστές:

το 2016 βγήκε πρώτη η Volkswagen με 1,65 εκ. πωλήσεις, δεύτερη ήταν η Renault (1.1 εκ.) και 3η η Ford (1 εκ.). Την πρώτη δεκάδα συμπληρώνουν η Opel (4η – 976 χιλ.), η Peugeot (5η -849 χιλ.), η Mercedes (6η – 807 χιλ.), η Audi (7η - 803 χιλ.), η BMW (8η – 784 χιλ.), η Fiat (9η – 737 χιλ.) και η SKODA (10η – 633 χιλ.). (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agora-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr) )

Σε διεθνές επίπεδο τώρα πωλήθηκαν 93,5 εκατομμύρια αυτοκίνητα ενώ οι πωλήσεις αυτοκινήτων αυξήθηκαν κατά 4,4% συγκριτικά με το 2015 ενώ οι μεγαλύτερες αγορές ήταν η Κίνα, και οι ΗΠΑ αντίστοιχα με 27,8 εκατομμύρια μονάδες η πρώτη και 17,5 εκατομμύρια μονάδες η δεύτερη. Την πρώτη δεκάδα συμπληρώνουν η Ιαπωνία, η Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ινδία, η Βραζιλία, η Ρωσία, η Ιταλία και ο Καναδάς. (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agera-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-roio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr) )

Όσον αφορά τους κατασκευαστές τώρα η VOLKSWAGEN κατάφερε να ξεπεράσει τις αρνητικές επιπτώσεις που είχε για εκείνη το ξέσπασμα στου σκανδάλου με το diesel gate στην Αμερική και έτσι λοιπόν κατάφερε να γίνει και πάλι η πρώτη επιλογή των καταναλωτών ανά τον κόσμο και η νούμερο ένα αυτοκινητοβιομηχανία στον κόσμο με περίπου 10,1 εκατομμύρια πωλήσεις αυτοκινήτων ενώ στην δεύτερη και Τρίτη θέση ακολουθούν η TOYOTA και η FORD αντίστοιχα. (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agera-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-roio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr) )

Πίνακας 6. Top 10 εταιρειών σε σύνολο ταξινομήσεων στην παγκόσμια αγορά το 2016

Κατασκευαστής	Πωλήσεις
VW Group	10.102.036
TOYOTA	9.947.416
RENAULT-NISSAN	8.513.053
HYUNDAI-KIA	8.175.871

GM GROUP	7.972.401
FORD	6.295.636
HONDA	4.906.685
FCA GROUP	4.864.390
PSA GROUP	3.248.108
SUZUKI	2.855.573

ΠΗΓΗ: WWW.FOCUS2MOVE.COM

Αυτό πάντως που αξίζει να αναφέρουμε σε αυτό το σημείο είναι ότι κυριαρχούν οι εταιρικές πωλήσεις στους καιρούς που ζούμε και μάλιστα με αρκετά υψηλό ποσοστό πωλήσεων που φτάνει το 60% οι οποίες πωλήσεις συγκεκριμένα γίνονται σε Ελληνικές αλλά και διεθνείς εταιρίες μακροχρόνιων και βραχυχρόνιων μισθώσεων ενώ το υπόλοιπο 40% γίνεται σε λιανικές πωλήσεις. Σε πολλές περιπτώσεις δε αξίζει να σημειωθεί ότι σε κάποιες εταιρίες μπορεί να φτάσει και το 80% του συνόλου των πωλήσεων τους. (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agera-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-roio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr) )

Στην Ελλάδα αυτή την στιγμή οι κυριότεροι πελάτες για τις εισαγωγικές εταιρίες (LTR&RAC) είναι η Autohellas Hertz , η Avis και η Leasplan και σε μικρότερο βαθμό οι άλλες εταιρίες της αγοράς . Αυτές λοιπόν οι εταιρίες παίρνουν μεγάλο αριθμό αυτοκινήτων για να μπορέσουν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των πελατών αλλά και τις δικές τους. Οι εταιρίες αυτές έχουν 2.300 επιχειρήσεις με 30.000 εργαζόμενους 150.000 αυτοκίνητα εκ των οποίων τα 60.000 είναι με μίσθωση βραχυπρόθεσμη ενώ τα

υπόλοιπα 90.000 είναι με μακροπρόθεσμη μίσθωση διάρκειας από 3 έως και 5 χρόνια. (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agera-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr) ).

Η χαμηλή δυναμική του Έλληνα καταναλωτή όπως επίσης και των τραπεζών προκειμένου να δώσουν δάνειο καταναλωτικό στον κόσμο προκειμένου να τον ωθήσουν στο να αγοράσει αυτοκίνητο φαίνεται και από το ότι οι εταιρικές πωλήσεις αυτοκινήτων έχουν ξεπεράσει κατά πάρα πολύ μεγάλο βαθμό τις πωλήσεις λιανικής. Ωστόσο πλέον ο κόσμος έχει στρέψει το ενδιαφέρον του προς τα χαμηλότερου κυβισμού αυτοκίνητα τα οποία να διαθέτουν diesel (πετρέλαιο) κινητήρα. Μάλιστα το 216 οι πωλήσεις πετρελαιοκίνητων αυτοκινήτων ξεπέρασαν τις πωλήσεις των βενζινοκίνητων φτάνοντας το ποσοστό του 54,80% για τα πετρελαιοκίνητα έναντι του 43% για τα βενζινοκίνητα αντίστοιχα. (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agera-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr) )

Η αγορά του μεταχειρισμένου

Την περίοδο προ κρίσης λοιπόν όπου στην Ελλάδα η αγορά αυτοκινήτου κάλυπτε η αναλογία μεταξύ καινούριων αυτοκινήτων και μεταχειρισμένων ήταν 1 προς 4 ενώ αυτό άλλαξε κατά την διάρκεια της κρίσης και έγινε 1 στα 2 ή 1 στα 3. Μετά την κατάργηση των τεκμηρίων διαβίωσης αυξήθηκε και η αγορά εισαγόμενων αυτοκινήτων στην Ελλάδα. (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agera-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr) )

Όπως αναφέραμε και πριν ο κόσμος πλέον έχει στραφεί πλέον σε χαμηλού κυβισμού αυτοκίνητα με φθηνά τέλη κυκλοφορίας και συντήρησης. Αυτό συμβαίνει και με τα εισαγόμενα μεταχειρισμένα. Το ποσοστό των εισαγόμενων μεταχειρισμένων ήταν σε

πολύ χαμηλά ποσοστά (8-9%) ενώ από το 2014 λόγω μη προσαρμογής φορολογικού πλαισίου υπήρξε πολύ ευνοϊκή φορολόγηση των εισαγόμενων μεταχειρισμένων σε σύγκριση με αυτή των εγχώριων μεταχειρισμένων. (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agera-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr) )

Πλέον σχεδόν όλοι οι Έλληνες καταναλωτές ζητούν και θέλουν μοντέλα με λίγα χιλιόμετρα και μεταχειρισμένα. Η αγορά πλέον έχει συνειδητοποιήσει τα δεδομένα τις οικονομικές καταστάσεις και συνθήκες και έτσι λοιπόν σε αυτήν την τόσο ταλαιπωρημένη και συρρικνωμένη αγορά επιβιώνουν οι εμπορίες οι οποίες έχουν πείσμα, θέληση, όραμα για αυτό που κάνουν με μειωμένο κόστος λειτουργίας ακολουθώντας την πρακτική «αγοράζω φτηνά για να πουλήσω φτηνά». (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agera-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr) )

Και όμως υπάρχουν αρκετές εταιρίες και αρκετά άτομα οι οποίες παρόλο που ξέρουν τις συνθήκες της αγοράς και την κρίση που την μαστίζει συνεχίζουν να έχουν τις ίδιες τιμές με αυτές που είχαν προ κρίσης και να μπορεί να είναι κρίμα να χάνει κανείς χρήματα από το αυτοκίνητο του αλλά δυστυχώς ή ευτυχώς πρέπει να βαδίσει με τα δεδομένα της κρίσης και της αγοράς η οποία ορίζει τις τιμές. Ευρύτερα όμως στον χώρο του μεταχειρισμένου αυτοκινήτου θα πρέπει να γίνουν περεταίρω μειώσεις αντιλαμβανόμενοι και λαμβάνοντας υπόψιν το μέγεθος της οικονομικής κρίσης την κατάσταση της οικονομίας , το ποσοστό απαξίωσης των μεταχειρισμένων αυτοκινήτων χρόνο με τον χρόνο καθώς επίσης και την ζήτηση των μεταχειρισμένων αυτοκινήτων χρόνο με τον χρόνο. (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agera-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr)).

Η κρίση που περνάει τώρα ο χώρος του καινούριου αυτοκινήτου σε συνδυασμό με τις χαμηλές πωλήσεις θα ευνοήσουν τις μεταπωλήσεις μεταχειρισμένων αυτοκινήτων κυρίως αυτών που είναι μικρού κυβισμού . Στην Ελλάδα τα οχήματα όλων των κατηγοριών που κυκλοφορούν αγγίζουν σε αριθμό τον πληθυσμό της χώρας μας Πιο

συγκεκριμένα το 2014 σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛ.ΣΤΑΤ ( Ελληνική Στατιστική Αρχή)τα οχήματα που κυκλοφορούσαν ήταν 8.038.597 ενώ οι μόνιμοι κάτοικοι της Ελλάδος είναι 9.904.286. (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agma-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr) )

«Τα 5,1 εκ. είναι επιβατικά αυτοκίνητα, τα 1,58 εκ. μοτοσικλέτες, τα 1,32 εκ. φορτηγά και τα υπόλοιπα λεωφορεία. Συγκριτικά με το 2004, ο συνολικός στόλος ανερχόταν στα 6.258.379 οχήματα, που μεταφράζεται σε αύξηση της τάξεως του σχεδόν 28%. Η άνοδος αυτή προήλθε κυρίως από τα σχεδόν ένα εκατομμύριο επιβατικά και τις 500.000 μοτοσικλέτες που προστέθηκαν στον στόλο. Μεταξύ των 8.038.597 οχημάτων του 2014, τα 2.139.854 επιβατικά, 485.325 μοτοσικλέτες, 260.073 φορτηγά και 12.551 λεωφορεία κυκλοφορούν στην Αττική (σύνολο 2,9 εκατομμύρια).

Αποτέλεσμα αυτού, είναι ο υπέργηρος στόλος κυκλοφορόντων αυτοκινήτων που ήδη έχει μέση ηλικία πλέον των 14 ετών (τον μεγαλύτερο στην ΕΕ). Βέβαια, το φαινόμενο της υπεργήρανσης του στόλου ανέδειξε μια καινούργια εκκολαπτόμενη αγορά, αυτή των κλασικών αυτοκινήτων. Από το 2011/2012 και μετά αρκετοί οίκοι του εξωτερικού αλλά και έμποροι που δραστηριοποιούνται στις πωλήσεις και δημοπρασίες κλασικών αυτοκινήτων, έκαναν την εμφάνισή τους στην Ελλάδα και αρκετά κλασικά αυτοκίνητα πουλήθηκαν σε συλλέκτες ή ιδιώτες του εξωτερικού. Ως Παλαιό (Ιστορικό) Όχημα κατά την FIVA ορίζεται εκείνο που έχει ηλικία τριάντα (30+) ετών, διατηρεί τα αρχικά του χαρακτηριστικά και είναι άριστα συντηρημένο. Μικρό ενδιαφέρον παρουσιάζουν και τα αυτοκίνητα (Young timers) ηλικίας 20-25 ετών (όχι όλα, αλλά αυτά που είναι κυρίως ακριβά και ανήκουν στις κατηγορίες σπορ/επιδόσεων/πολυτελείας), τα οποία βέβαια θα πρέπει να είναι σε άριστη κατάσταση με σωστή χρήση και συντήρηση.» (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agma-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr) )

Τώρα όσον αφορά το μέλλον της αγοράς αυτοκινήτου στην Ελλάδα όπως προαναφέραμε τα γούστα των καταναλωτών έχουν επηρεαστεί χαρακτηριστικά καθώς η κρίση έχει επηρεάσει χαρακτηριστικά τις στάσεις και τις αξίες των Ελλήνων καταναλωτών. Προσδοκία όλων των επιχειρήσεων που σχετίζονται με το αυτοκίνητο είναι η ανάκαμψη στις πωλήσεις αυτού και η σταθεροποίηση μέσα στην επόμενη πενταετία των πωλήσεων στις 100.000 με 120.000 πωλήσεις νέων αυτοκινήτων τον χρόνο. (<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agma-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr) )

Η προσαρμογή της αυτοκινητοβιομηχανίας στα νέα οικονομικά δεδομένα έχει ξεκινήσει και τα αποτελέσματα είναι εμφανή σε όλα τα νέα μοντέλα που βγαίνουν. Βλέπουμε λοιπόν πως η οικονομική ύφεση που υφίσταται η χώρα μας θα συνεχίσει αυτή την πίεση περαιτέρω γύρω από την αγορά του αυτοκινήτου. Πέραν από την απόσυρση όλων των ειδών οχημάτων θα πρέπει να ληφθούν και πολλά άλλα μέτρα σχετικά με τα δημοσιονομικά έσοδα των επιχειρήσεων που σχετίζονται με την αγορά του αυτοκινήτου προκειμένου να μπορέσουν να διατηρηθούν χιλιάδες μικρομεσαίες επιχειρήσεις και οι θέσεις εργασίας στον κλάδο της αγοράς αυτοκινήτου. Όλος λοιπόν ο παραγωγικός κλάδος του αυτοκινήτου στην Ελλάδα επιθυμεί την πιο ορθολογιστική αντιμετώπιση του κλάδου από το κράτος που μόνο με ουσιαστικό διάλογο και θέληση εκ μέρους όλων των εμπλεκόμενων θα μπορούμε να ελπίζουμε ότι θα δούμε καλύτερες ημέρες στον κλάδο της αγοράς αυτοκινήτου.

Πλέον όπως είναι και απολύτως φυσιολογικό έπειτα από την τροπή την οποία έχουν πάρει τα πράγματα με τις επιπτώσεις από την εφαρμογή των σκληρών οικονομικών πολιτικών που εφαρμόζονται ο κόσμος έχει καταλήξει να είναι πολύ σκεπτικός και προσεκτικός όχι τόσο ως προς την ποιότητα του οποιουδήποτε προϊόντος, σε οποιαδήποτε κατηγορία και αν κατατάσσετε, αλλά με βασικό κριτήριο την τιμή του. Αυτό πολλές φορές μας κάνει λοιπόν να «βολευόμαστε» και να χρησιμοποιούμε προϊόντα τα οποία να μην έχουν την ποιότητα την οποία ζητούμε και που πολλές φορές



απαιτείται να έχουν τα προϊόντα γενικώς αλλά να χρησιμοποιούμε προϊόντα τα οποία απλά καλύπτουν τυπικά και μόνο ένα μέρος των αναγκών μας».

Τα πρωτόγνωρα για τον ελληνικό λαό νέα σκληρά οικονομικά δεδομένα τον έχουν κάνει να σκέφτεται πλέον στο οτιδήποτε την πιο καλή οικονομική λύση και ταυτόχρονα φθηνή λύση με αποτέλεσμα να έχει αλλάξει ριζικά ακόμα και τις πιο απλές καθημερινές του συνήθειες και αυτό αποδεικνύεται με κάθε τρόπο ακόμα και στις έρευνες που γίνονται σχεδόν καθημερινά και που προσπαθούν στους καιρούς που ζούμε να αναδείξουν την σκληρή οικονομική καθημερινότητα των Ελλήνων.

Όπως έχουμε ήδη προαναφέρει η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει κατά πολύ μεγάλο βαθμό και την αγορά αυτοκινήτου στην Ελλάδα. Σε αυτό το σημείο θα έχει μεγάλο ενδιαφέρον να δούμε κάποια στοιχεία τα οποία προέκυψαν από μια έρευνα που πραγματοποιήθηκε τηλεφωνικά σε πανελλαδικό επίπεδο, με δείγμα τυχαίο σε 907 άτομα και των δύο φύλων και ηλικίας από 18 ετών και άνω, ώστε να μπορέσουμε να βγάλουμε και εμείς τα δικά μας συμπεράσματα.

(<https://www.zougla.gr/automoto/reportaz/article/apotelesmata-dimoskopisis-gia-to-aftokinito-stin-elada-tis-krisis>, ραδιοφωνική εκπομπή «επίτροχών», <http://epitrohon.gr/>)

**-Στο ερώτημα εάν θα αγόραζαν καινούριο η μεταχειρισμένο αυτοκίνητο:** Οι μισοί από αυτούς απάντησαν ότι εγκρίνουν πιο πολύ την αγορά μεταχειρισμένου αυτοκινήτου ενώ ταυτόχρονα ο ένας στους τρεις ερωτηθέντες έχει το ίδιο αυτοκίνητο εδώ και πολλά χρόνια γεγονός το οποίο μας δείχνει ότι ακόμα και για την μετακίνηση του ο κόσμος πλέον στρέφεται σε πιο οικονομικές λύσεις. (<https://www.zougla.gr/automoto/reportaz/article/apotelesmata-dimoskopisis-gia-to-aftokinito-stin-elada-tis-krisis>, ραδιοφωνική εκπομπή «επίτροχών», <http://epitrohon.gr/>)

**Στο ερώτημα αν προτιμούν αυτοκίνητο η ΜΜΜ( Μέσο Μαζικής Μεταφοράς):**

Οι περισσότεροι από τους ερωτώμενους απάντησαν ότι για τις κοντινές διαδρομές δηλαδή εντός πόλης προτιμούν τα Μέσα Μαζικής Μεταφοράς ακόμα και τα πιο απλά και ωφέλιμα για τον άνθρωπο (Για παράδειγμα τα ποδήλατα). Την πρωτιά όμως συνεχίζει να κρατά το αυτοκίνητο όσον αφορά την κάλυψη μεγάλων αποστάσεων καθώς δείχνουν να το προτιμούν 8 στους 10 εκ των ερωτηθέντων.

(<https://www.zougla.gr/automoto/reportaz/article/apotelesmata-dimoskopisis-gia-to-aftokineto-stin-elada-tis-krisis,ραδιοφωνικήεκπομπή«επίτροχών»>, <http://epitrohon.gr/>)

**-Στο ερώτημα αν προτιμούν service σε συνεργείο ή σε αντιπροσωπεία :**

Οι σημερινές οικονομικές συνθήκες σε σύγκριση με αυτές προ κρίσης έχουν κάνει τον κόσμο να έχει περιορίσει κατά πολύ μεγάλο βαθμό την χρήση του αυτοκινήτου. Ακόμα και για την συντήρηση του αυτοκινήτου τους προτιμούν ανεξάρτητα συνεργεία σαν πιο φθηνή λύση ενώ όσοι έχουν αυτοκίνητα ηλικίας μικρότερης των 5 ετών και δικαιούνται ακόμα το δωρεάν service προτιμούν τα εξουσιοδοτημένα συνεργεία ή τις αντιπροσωπείες.

(<https://www.zougla.gr/automoto/reportaz/article/apotelesmata-dimoskopisis-gia-to-aftokineto-stin-elada-tis-krisis,ραδιοφωνικήεκπομπή«επίτροχών»>, <http://epitrohon.gr/>)

**-Στο ερώτημα αν ο Έλληνας οδηγός θα αγόραζε αυτοκίνητο από κάποιο πολυκατάστημα:**

Ο ένας στους τρεις απάντησαν θετικά γεγονός το οποίο μας δείχνει ότι λόγω της μεγάλης ζήτησης που υπάρχει όσον αφορά τις πιο οικονομικές λύσεις, η αγορά

αυτοκινήτου στην Ελλάδα θα μπορούσε να βασιστεί στα πρότυπα του εξωτερικού (μαζική αγορά αυτοκινήτου από πολυκατάστημα) όπου από τα πολυκαταστήματα ψωνίζουν κυρίως άνδρες μέσης ηλικίας που διαθέτουν υψηλό εισόδημα. (<https://www.zougla.gr/automoto/reportaz/article/apotelesmata-dimoskopisis-gia-to-aftokinito-stin-elada-tis-krisis>, ραδιοφωνική εκπομπή «επίτροχών», <http://epitrohon.gr/>)

**-Πάμε τώρα να δούμε τα κίνητρα τα οποία ορίζονται από τον καθένα ξεχωριστά προκειμένου να αγοράσει ένα αυτοκίνητο την σημερινή δύσκολη εποχή:**

Τα κίνητρα αυτά είναι ένα οικονομικό αυτοκίνητο με απαλλαγή από φόρους και με την ελπίδα και προοπτική να καλυτερεύσει. Οι οκτώ στους απάντησαν ότι δεν σκοπεύουν να πάρουν αυτοκίνητο ( εν έτη 2014 που διεξήχθη η έρευνα) ενώ σε περίπτωση που αγόραζαν αυτοκίνητο θα προτιμούσαν το αυτοκίνητο αυτό σαν καύσιμο να χρησιμοποιεί το πετρέλαιο σαν πιο οικονομική λύση. (<https://www.zougla.gr/automoto/reportaz/article/apotelesmata-dimoskopisis-gia-to-aftokinito-stin-elada-tis-krisis>, ραδιοφωνική εκπομπή «επίτροχών», <http://epitrohon.gr/>)

Δυστυχώς μια ακόμα συνέπεια τις οικονομικής κρίσης και στον τομέα του αυτοκινήτου είναι αυτή του καθημερινού κλεισίματος αντιπροσωπειών αυτοκινήτων καθώς και καταστημάτων τα οποία σχετίζονταν είτε άμεσα είτε έμμεσα με την αγορά-εμπόριο αυτοκινήτων καθώς επίσης και καταστημάτων πώλησης προϊόντων τα οποία έχουν άμεση σχέση και αφορούν το αυτοκίνητο. Αυτό έχει σαν συνέπεια και πάλι άνθρωποι να μένουν στο δρόμο και η αβεβαιότητα για την πορεία του κλάδου στην Ελλάδα να είναι αβέβαιη και ταυτόχρονα δραματική.

Σε αυτό το σημείο θα έχει μεγάλο ενδιαφέρον να δούμε κάποια στοιχεία που αφορούν την αγορά αυτοκινήτων γενικότερα και ειδικότερα τις εταιρείες εισαγωγών και τις αντιπροσωπείες τους εδώ στην Ελλάδα. Δεκάδες αντιπροσωπείες και καταστήματα εμπορίας αυτοκινήτων και προϊόντων αυτοκινήτου έχουν κλείσει τα τελευταία χρόνια στην Ελλάδα με τις περισσότερες από αυτές τις αντιπροσωπείες να σταματούν τις συμβάσεις – συνεργασίες με τους με τις μεγάλες ξένες αυτοκινητοβιομηχανίες με αποτέλεσμα οι αντιπροσωπείες αυτές είτε να σταματούν εντελώς, όπως προαναφέραμε, τις συνεργασίες τους με τις αυτοκινητοβιομηχανίες αυτές είτε να συνεχίζουν με την προώθηση – πώληση των προϊόντων των ξένων αυτοκινητοβιομηχανιών (π.χ. ανταλλακτικά) και την επισκευή αυτοκινήτων τους ( μέσω των εξουσιοδοτημένων επισκευαστών ). Στον κλάδο του αυτοκινήτου όμως σύμφωνα και με επίσημα στοιχεία του Ιδρύματος Οικονομικών Βιομηχανικών Ερευνών (Ι. Ο. Β. Ε.) η κατάσταση είναι ιδιαίτερα δύσκολη καθώς σύμφωνα με τα στοιχεία αυτά η μείωση των θέσεων εργασίας στις αντιπροσωπείες αγγίζει το 57% . Ειδικότερα αν αναλογιστεί κανείς πως από 2.519 καταστήματα και 20954 εργαζομένους που είχε ο κλάδος το 2008 το 2016 έκλεισε με μόλις 1352 καταστήματα και 9.904 εργαζομένους μπορεί να καταλάβει ο οποιοσδήποτε το τι οδυνηρές περικοπές έχουν γίνει και σε αυτόν τον κλάδο, το πόσο τεταμένη είναι η κατάσταση και στον κλάδο του αυτοκινήτου και επίσης το πόσο αβέβαιο είναι και σε αυτόν τον κλάδο το μέλλον. Πάμε τώρα να αναφερθούμε σε κάποιες από αυτές της εταιρείες εισαγωγών αυτοκινήτων οι οποίες υπό την επιρροή της κρίσης έχασαν ή άλλαξαν τις συνεργασίες τους με τις αυτοκινητοβιομηχανίες με τις οποίες συνεργάζονταν ή έβαλαν οριστικό «λουκέτο»:

-Λαϊνόπουλος : Συνεργαζόταν με την Mercedes Benz αλλά η συνεργασία τους σταμάτησε

-Renault Μανιατόπουλος η οποία έκλεισε

-Mazda του ομίλου Κορτέση η οποία έκλεισε

- Hyundai & KIA της Π&P Δάβαρη οι οποίες σώθηκαν την τελευταία στιγμή.

Όπως έχουμε αναφέρει και προηγουμένως η αγορά καινούριων αυτοκινήτων παραμένει μειωμένη κατά 70% από αυτή του 2007. Προς το παρόν αρκεί να βγει

κάνεις μια βόλτα έξω για να καταλάβει και να δει πως ο κόσμος κυκλοφορεί με παλαιότερα και πιο κακοσυντηρημένα αυτοκίνητα με τα περισσότερα εξ αυτών να είναι 15ετίας και πάνω. Όπως συμπεραίνουμε λοιπόν θα πρέπει και στην αγορά αυτοκινήτου να γίνουν κάποιες τονωτικές ενέσεις ρευστότητας προκειμένου να αποφευχθούν τυχόν πιο δυσάρεστες καταστάσεις από αυτές που ήδη βιώνουμε σήμερα.

(<http://www.kathimerini.gr/895921/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/avevaiothta-kai-krish-syne8liyan-kai-thn-ellhnikh-agera-aytokinhtoy>)

Πάμε τώρα στο σημείο αυτό να δώσουμε λίγη περισσότερη έμφαση σε κάποια επίσημα στοιχεία τα οποία μας δίνουν μια πιο γενική και συγκριτική ματιά όσον αφορά την αγορά καινούριων αυτοκινήτων το πώς είναι σήμερα και το πώς ήταν πριν από μια δεκαετία δηλαδή πριν ξεσπάσει η οικονομική κρίση στην Ελλάδα. Τα στοιχεία αυτά έχουν δημοσιευθεί με δελτίο τύπου στην ηλεκτρονική ιστοσελίδα του Συνδέσμου Εισαγωγέων Αντιπροσώπων Αυτοκινήτων και Δίκυκλων Ελλάδος (Σ.Ε.Α.Α [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr))

Σύμφωνα λοιπόν με τα επίσημα και πρωτογενή στοιχεία που δόθηκαν από την Ελληνική Στατιστική υπηρεσία (ΕΛ.ΣΤΑΤ) και έπειτα από την επεξεργασία του Συνδέσμου Εισαγωγέων Αντιπροσώπων Αυτοκινήτων και Δίκυκλων Ελλάδος ( Σ. Ε. Α. Α.) οι ταξινομήσεις τον Ιούλιο του 2018 παρουσίασαν αύξηση κατά 8,3% συγκριτικά με τον Ιούλιο του 2017. (Γραφείο τύπου , Πληροφορίες Κυρία Μ. Χαρικιοπούλου, Σ.Ε.Α.Α [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr))

Αύξηση κατά 21,5% παρουσίασαν οι ταξινομήσεις των καινούριων επιβατικών κατά το διάστημα του επτάμηνου μεταξύ Ιανουαρίου – Ιουλίου 2018 συγκριτικά με το αντίστοιχο περσινό διάστημα του 2017. (Γραφείο τύπου , Πληροφορίες Κυρία Μ. Χαρικιοπούλου, Σ.Ε.Α.Α [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr))

Αξίζει βέβαια σε αυτό το σημείο να αναφερθεί καθώς είναι πολύ σημαντικό το γεγονός ότι κατά το χρονικό διάστημα του πρώτου επτάμηγου του 2017 η αγορά αυτοκινήτου στην Ελλάδα παρουσίασε πτώση της τάξης του 60,4 % ως προς τον μέσο όρο που υπήρχε προ κρίσης κατά το χρονικό διάστημα μεταξύ 2000 – 2009. (Γραφείο τύπου , Πληροφορίες Κυρία Μ. Χαρικιοπούλου, Σ.Ε.Α.Α [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr))

Τώρα λοιπόν όσον αφορά τα καινούρια επιβατικά φορτηγά παρουσίασαν μια μικρή αύξηση της τάξης του 1,8% από τις αρχές του 2018 συγκριτικά με την ίδια αντίστοιχη περίοδο πέρυσι και στα καινούρια δίκυκλα άνω των 50cc οι ταξινομήσεις παρουσίασαν αύξηση της τάξης του 22,1% για το έτος 2017. (Γραφείο τύπου , Πληροφορίες Κυρία Μ. Χαρικιοπούλου, Σ.Ε.Α.Α [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr))

	Ιούλιος 2018	Ιούλιος 2017	Μεταβολή
Καινούρια επιβατικά	9124	8421	+8,3%
Καινούρια φορτηγά (ελαφρά και βαρέα)	667	624	+6,9%
Καινούρια Λεωφορεία	22	16	+37,25%
Καινούρια δίκυκλα (+50cc)	4629	3681	+27,8%

	Ιαν.-Ιουλ. 2018	Ιαν.-Ιουλ. 2018	Μεταβολή
Καινούρια επιβατικά	71.436	58.777	+21,5%
Καινούρια φορτηγά (Ελαφρά και βαρέα)	4.414	4.335	+1,8%
Καινούρια Λεωφορεία	162	115	+40,9%
Καινούρια δίκυκλα (άνω των 50 cc)	22034	18.045	+22,1%

(Γραφείο τύπου , Πληροφορίες Κυρία Μ. Χαρικοπούλου)

Πάμε τώρα στο σημείο αυτό να δούμε μια συνέντευξη που έδωσε ο πρόεδρος του συνδέσμου εισαγωγέων και αντιπροσώπων αυτοκινήτων και δίκυκλων κύριος Γιώργος Βασιλάκης στην εφημερίδα καθημερινή και τον Κύριο Άρη Γαλανόπουλο καθώς επίσης και το τι στοιχεία μπορούμε να βγάλουμε μέσα από αυτήν του την συνέντευξη.

- Για την αγορά του αυτοκινήτου και τις προοπτικές,

«Η αγορά θα συνεχίσει να ανεβαίνει και αυτό είναι θετικό! Θα πρέπει όμως να υπενθυμίσουμε ότι παρά την αύξηση των πωλήσεων, περίπου 11,7% το 2017 σε σχέση με το 2016, παραμένει σε χαμηλά επίπεδα και έχει απολέσει το 70% της δυναμικής προ

κρίσης. Για το 2018 αναμένουμε αύξηση των πωλήσεων και πιστεύουμε ότι θα ξεπεράσουμε το φράγμα των 100.000 μονάδων. Αισιόδοξους μας κάνει το γεγονός ότι οι λιανικές πωλήσεις έχουν αυξηθεί σε σχέση με τις εταιρικές».

- Για τα μεταχειρισμένα εισαγωγής και τι πρέπει να κάνει η πολιτεία.

«Σε ό,τι αφορά τα εισαγόμενα μεταχειρισμένα που φέτος έφτασαν τις 42.000 αυτοκίνητα, εδώ υπάρχει πρόβλημα. Το 2011 επετράπη η πετρελαιοκίνηση σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, όμως τα αυτοκίνητα που εισάγονται είναι Euro 4 και παλαιότερα, τα οποία απαγορεύονται να κυκλοφορούν γιατί ρυπαίνουν. Βρισκόμαστε στο Euro 6 και πλέον έχουμε αυτοκίνητα αντιρρυπαντικής τεχνολογίας. Και τα πετρελαιοκίνητα που μπορούν να κυκλοφορούν ελεύθερα είναι Euro 5 και Euro 6. Θα πρέπει λοιπόν να προσέχει όποιος θέλει να αγοράσει μεταχειρισμένο εισαγωγής –πέρα από το πρόβλημα αλλαγής χιλιομέτρων– και να συμβουλευτεί την εισαγωγική εταιρεία για πληρέστερο έλεγχο. Το κράτος έχει συνειδητοποιήσει το πρόβλημα και έχει καταρτίσει νομοσχέδιο που ακόμα δεν έχει ψηφιστεί, ενώ πρόκειται να δώσει λύση. Επισημαίνω πως τα μεταχειρισμένα αυτοκίνητα που εισήχθησαν στη χώρα μας, στην πλειονότητά τους δεν θα πρέπει να κυκλοφορούν. Γίνονται κάποιοι έλεγχοι, όμως αν υπήρχε σφραγίδα στην άδεια κυκλοφορίας ή ακόμα η πινακίδα που παίρνει από το υπουργείο είχε χαρακτηριστικό σήμα Euro 4 κ.λπ. οι έλεγχοι θα ήταν πιο εύκολοι για την Τροχαία».

- Βενζίνη ή πετρέλαιο;

«Σχετικά με τον προβληματισμό αυτόν, υπάρχει μια λανθασμένη εντύπωση στον καταναλωτή, ότι δηλαδή θα απαγορευθούν τα πετρελαιοκίνητα. Αυτό σε καμία



περίπτωση δεν θα ισχύσει, αλλά θα απαγορευθούν τα παλιάς τεχνολογίας diesel που είναι πολύ ρυπογόνα».

- Τα ηλεκτρικά αυτοκίνητα έχουν μέλλον αλλά χρειάζονται υποδομές και κίνητρα που δεν υπάρχουν.

«Η ηλεκτροκίνηση έχει μέλλον, γιατί έχει άμεση σχέση και με το περιβάλλον. Λόγω της οικονομικής κρίσης που περνάει η χώρα μας, η πολιτεία δεν ασχολείται με το θέμα περιβάλλον και μεταφορές. Παλιώνει ο στόλος των κυκλοφορούντων αυτοκινήτων, οι έλεγχοι είναι ανεπαρκείς και τα προβλήματα πολλαπλασιάζονται. Η ηλεκτροκίνηση έχει μέλλον, αφού πρόκειται για αυτοκίνητα με μηδενικούς ρύπους, μηδενικούς θορύβους και η ζωή μιας μεγαλούπολης θα αναβαθμιστεί. Στο εξωτερικό υπάρχουν υποδομές φόρτισης σε δημόσιους χώρους, χώρους πάρκινγκ, αλυσίδες καταστημάτων κ.λπ. Όμως, το πιο σημαντικό είναι ότι δίνονται κίνητρα από το κράτος και φορολογικές ελαφρύνσεις προκειμένου να αγοράσει κάποιος ένα ηλεκτρικό αυτοκίνητο. Έχει μέλλον το ηλεκτρικό αυτοκίνητο υπό ορισμένες προϋποθέσεις».

(<http://www.kathimerini.gr/946799/gallery/aytokinhsh/aytokinhsh-epikairothta/8a-3eperasoyme-tis-100000-pwlhseis-to-2018-dhlwse-sthn-k-o-proedros-toy-seaa>)

## 4. Η Οικονομική κρίση και οι επιπτώσεις στις μεγάλες αλυσίδες εταιρειών :

Η ελληνική οικονομία σε καιρούς προ κρίσης σε όλους σχεδόν τους εμπορικούς τομείς τις είχε στο ενεργητικό της τουλάχιστον από μια εταιρεία η οποία να έχει δικά της καταστήματα σε όλη την Ελλάδα απασχολώντας έτσι και ένα πολύ μεγάλο μέρος του εργατικού δυναμικού της χώρας συνεισφέροντας και ενισχύοντας ταυτόχρονα στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας και όχι μόνο. Εταιρείες οι οποίες και μπήκαν για τα καλά στην ζωή μας και την καθημερινότητα μας που με τα προϊόντα τους είχαν γίνει καθημερινές μας συνήθειες σε πολλές των περιπτώσεων και μας έκαναν την «ζωή καλύτερη». Εταιρείες οι οποίες με την επωνυμία τους αλλά και με τα σλόγκαν τα οποία χρησιμοποιούσαν κυρίως για διαφημιστικούς ρόλους έπαιζαν με το μυαλό μας και ειδικότερα τις προηγούμενες δεκαετίες κυρίως μέσω των μέσων μαζικής ενημέρωσης. Η σημερινή κατάσταση όμως που επικρατεί στην ελληνική οικονομία δυστυχώς πολλές από αυτές τις οδήγησε στο να βάλουμε οριστικό λουκέτο είτε λόγο χαμηλών εσόδων είτε λόγο κακής οικονομικής διαχείρισης που με την «βοήθεια» της οικονομικής κρίσης έφερε σε αυτές το αποτέλεσμα του οριστικού κλεισίματος ή της μεταφοράς της έδρας στους εξωτερικό με ότι αρνητικό – ζημιογόνο μπορεί να συνεπάγεται η μεταφορά της έδρας μιας εταιρείας στο εξωτερικό . Οι συνέπειες αυτών των κλεισιμάτων είχαν καταστροφικές επιπτώσεις για την ελληνική κοινωνία και οικονομία. Χιλιάδες εργαζόμενοι στο δρόμο, μείωση των παραγόμενων προϊόντων με ελληνική προέλευση , μείωση ενίσχυσης της ελληνικής οικονομίας, αύξηση ανεργίας κ.α.

Πάμε στο σημείο αυτό όμως να δούμε κάποιες από τις μεγαλύτερες και πιο «εμβληματικές» εταιρίες της Ελλάδας οι οποίες και έκλεισαν κατά τα χρόνια της οικονομικής κρίσης :

Οι επιχειρήσεις που κατέρρευσαν στη διάρκεια των δέκα χρόνων της κρίσης, είναι πάρα πολλές χιλιάδες

Επιχειρήσεις οι οποίες είχαν καταφέρει για τους περισσότερους καταναλωτές μέσω των παραγόμενων προϊόντων τους να γίνουν «ένα» με τις καθημερινές μας συνήθειες. Ο τρόπος με τον οποίο μπήκαν στην ζωή μας ήταν δραστικός. Πολλές από αυτές μάλιστα ανήκαν και στην κατηγορία των παλαιών επιχειρήσεων που είχαν ξεκινήσει την λειτουργία τους πολλά χρόνια πρώτου ξεσπάσει η οικονομική κρίση στην χώρα μας. Πλέον οι «εμβληματικές» τους μορφές έχουν μείνει στο μυαλό πολλών ως μια ανάμνηση η οποία πολλές φορές βλέποντας την υπάρχουσα κατάσταση και συγκρίνοντας την με τις εποχές προ της κρίσης προκαλεί σε όλους μας έναν εύλογο προβληματισμό για το τι μέλλει γενέσθαι.

#### Ηλεκτρονική Αθηνών

Η Ηλεκτρονική Αθηνών πρόκειται για μια από τις μεγαλύτερες αλυσίδες πώλησης ηλεκτρικών συσκευών. Η εταιρεία αυτή μετρούσε 60 χρόνια λειτουργίας και συνεισφοράς στην ελληνική κοινωνία και οικονομία. Δυστυχώς όμως και έπειτα από 60 χρόνια λειτουργίας εξαιτίας των τεράστιων χρεών που είχε η εταιρεία προς τις τράπεζες και τους προμηθευτές η διοίκηση της εταιρείας αναγκάστηκε να καταθέσει αίτηση πτώχευσης τον Μάρτιο του 2016 η οποία τελικά έγινε δεκτή με αποτέλεσμα η εταιρεία με τα 47 καταστήματα (44 στην Ελλάδα και 3 στην Κύπρο) να οδηγηθούν σε οριστικό «λουκέτο» και 450 εργαζόμενοι να μείνουν στον δρόμο.

#### Softex - Αθηναϊκή Χαρτοποιία

Και ποιος δεν θυμάται το λουκέτο που μπήκε σε αυτή την ιστορική βιομηχανία. Η Softex-Αθηναϊκή χαρτοποιία ήταν η μεγαλύτερη βιομηχανία χαρτιού στην Ελλάδα. Όλος ο κόσμος στην ελληνική αγορά ξαφνιάστηκε όταν εντελώς απρόσμενα και με αφορμή το γεγονός ότι ξέσπασε πυρκαγιά σε εργοστάσιο της εταιρείας στον Βοτανικό Αττικής με αποτέλεσμα να προκληθεί πολύ σοβαρό πρόβλημα στην παραγωγή. Αυτό λοιπόν το γεγονός σε συνδυασμό με το ότι η εταιρεία έλαβε πολύ χαμηλή αποζημίωση έκαναν τον

Ιταλικό όμιλο εταιρειών BOLTON να λάβει την απόφαση να βάλει οριστικό λουκέτο στην εταιρεία και να αφήσει στον δρόμο 200 εργαζόμενους.

#### Sprider Stores

Τα Sprider Stores ήταν μια από τις πιο «εμβληματικές» εταιρείες και ταυτόχρονα η μεγαλύτερη ελληνική εταιρεία- αλυσίδα οικονομικών ρούχων και μόδας. Ειδικότερα όσοι είναι γεννημένοι από την δεκαετία του 90 και πριν σίγουρα την θυμούνται καθώς είναι από τις ελάχιστες εταιρείες που είχε καταστήματα σχεδόν σε όλες τις πόλεις της Ελλάδας. Τα οικονομικά προβλήματα όμως της εταιρείας είχαν ξεκινήσει να φαίνονται εδώ και πάρα πολύ καιρό κάτι το οποίο επρόκειτο να συνέβαινε. Παρ' όλα τα μέτρα τα οποία και είχε λάβει η εταιρεία αλλά και την προστασία της από τους πιστωτές το 2013 η εταιρεία η οποία ιδρύθηκε από τα αδέρφια Χατζηιωάννου αναγκάστηκε να βάλει λουκέτο και να κλείσει και τα 44 (που της είχαν απομείνει λόγω του ότι κάποια από τα καταστήματα της είχαν κλείσει νωρίτερα εξαιτίας των μέτρων που είχε λάβει η εταιρεία με την «ελπίδα» ότι θα σωθεί) και αφήνοντας στον δρόμο 800 εργαζόμενους.

#### Ατλάντικ Σούπερ Μάρκετ

Η αλυσίδα σούπερ μάρκετ «Ατλάντικ» ήταν μια από τις πέντε μεγαλύτερες αλυσίδες σούπερ μάρκετ στην Ελλάδα ενώ ταυτόχρονα αναπτυσσόταν με ραγδαίους και γρήγορους ρυθμούς ενώ κατά την διάρκεια που η εταιρεία πήγαινε πολύ καλά από πλευράς πωλήσεων και οικονομικών εργάζονταν σε αυτήν 3.500 εργαζόμενοι ενώ είχε αναπτύξει συνεργασίες με 2000 προμηθευτές. Ιδιοκτήτες της εταιρείας ήταν οι οικογένειες Αποστόλου και Λαουντάρη. Το οριστικό λουκέτο για την εταιρεία ήρθε το 2001 όταν με απόφαση του πολυμελούς πρωτοδικείου Αθηνών έγινε αποδεκτή η αίτηση πτώχευσης που είχε καταθέσει η εταιρεία καθώς δεν μπορούσε να καλύψει τα χρέη της ενώ τεράστιο ρόλο σε αυτό το κλείσιμο έπαιξε η μεγάλη κόντρα που υπήρξε μεταξύ των δύο μετόχων της εταιρείας η οποία έφτασε σε σημείο να συζητηθεί ακόμα και στην Ελληνική βουλή.

### Nutriart (πρώην Κατσέλης)

Το κλείσιμο της εταιρείας Nutriart έπεσε σαν «κεραυνός» στην ελληνική αγορά καθώς θεωρούνταν από τις εταιρείες- «ηγέτες» στην ελληνική οικονομία και είχε ως ιδρυτές – μετόχους τους επιχειρηματίες Δαυίδ και Λεβέντη οι οποίοι παρόλο που έκαναν μια πολύ μεγάλη προσπάθεια σε συνεργασία με τις τράπεζες προκριμένου να καταφέρουν να αποφευχθεί το κλείσιμο η προσπάθεια τους έπεσε «στο κενό» με αποτέλεσμα το 2013 η εταιρεία να καταθέσει στο πολυμελές πρωτοδικείο Αθηνών αίτηση πτώχευσης με αποτέλεσμα να μπει έτσι το οριστικό «λουκέτο» σταματώντας ταυτόχρονα μια ιστορική και πολύχρονη πορεία αφήνοντας στον δρόμο 500 εργαζόμενους.

### Fokas

Επρόκειτο για μια μεγάλη αλυσίδα καταστημάτων ένδυσης και υπόδησης της οποίας η ιδιοκτήτες λόγω του ότι δεν μπόρεσαν να αποπληρώσουν τις υποχρεώσεις τους προς τους προμηθευτές και τους πιστωτές τους με αποτέλεσμα να κηρυχθεί πτώχευση στην εταιρεία και να μείνουν στον δρόμο 1200 εργαζόμενοι

### Diana

Η εταιρεία Diana ή αλλιώς «Χαρτοποιία Θράκης» ανήκε στον επιχειρηματία Π. Ζερίτη και ενώ λειτουργούσε ασταμάτητα εδώ και 32 χρόνια δεν μπόρεσε να σηκώσει το βάρος των υποχρεώσεων της και να βρει νέα κεφάλαια για να μην σταματήσει η λειτουργία της. Το κλείσιμο της προκάλεσε «σάλο». Ιδρύθηκε το 1980 και είχε εγκαταστάσεις στην Ξάνθη ενώ διέθετε ακίνητα στην Αθήνα, στην Θεσσαλονίκη, στα Ιωάννινα, στην Κοζάνη, στην Πάτρα και στο Ηράκλειο της Κρήτης.

### Καπνοβιομηχανία «Γεωργιάδης»

Η Καπνοβιομηχανία «Γεωργιάδης» ήταν μια από τις πιο γνωστές καπνοβιομηχανίες η οποία αναγκάστηκε να σταματήσει την λειτουργία της καθώς δεν μπόρεσε να ανταπεξέλθει στις οικονομικές της δυσκολίες και στον ανταγωνισμό μεταξύ των

πολυεθνικών. Η εταιρεία είχε πολλές σειρές καπνικών προϊόντων οι οποίες είχαν χιλιάδες φανατικούς «λάτρεις»

Neoset : Αν και ήταν μια βιομηχανία «ηγέτης» και ταυτόχρονα ίσως και η πιο πετυχημένη στον χώρο της που ήταν η κατασκευή επίπλου δυστυχώς το 2014 κήρυξε πτώχευση με αποτέλεσμα να οδηγηθεί στο κλείσιμο σημειώνοντας ζημιές της τάξης των 53,1 εκατομμυρίων ευρώ ενώ ταυτόχρονα της είχε κατασχεθεί το οικόπεδο εργοστασίου που διέθετε στην Εύβοια.

Αγνό : Για την γαλακτοβιομηχανία αυτή τα προβλήματα είχαν αρχίσει πολλά χρόνια πριν από το 2003 όπου άλλαξε ιδιοκτησία και τότε η εταιρεία άρχισε να παίρνει δάνεια τα οποία από ένα σημείο και μετά σταμάτησε να αποπληρώνει με αποτέλεσμα η ΑΓΝΟ που ήταν μια από τις πιο γνωστές ελληνικές γαλακτοβιομηχανίες να οδηγηθεί σε οριστικό λουκέτο το 2014 αφήνοντας στο δρόμο 370 εργαζόμενους.

[www.kontranews.gr\(https://www.kontranews.gr/oikonomia/203046-oi-istorikes-etaireies-poy-katerreysan-ten-periodo-ton-mnemonion\)](http://www.kontranews.gr(https://www.kontranews.gr/oikonomia/203046-oi-istorikes-etaireies-poy-katerreysan-ten-periodo-ton-mnemonion))

[www.menshouse.gr\(https://menshouse.gr/ellada/28376/10-pio-gnostes-ellinikes-epichirisis-pou-eklisan-mesa-stin-krisi\)](http://www.menshouse.gr(https://menshouse.gr/ellada/28376/10-pio-gnostes-ellinikes-epichirisis-pou-eklisan-mesa-stin-krisi))

## 5. Οικονομική κρίση και τυχερά παιχνίδια

Μια ακόμα από τις πολλές και ταυτόχρονα ολέθριες συνέπειες της οικονομικής κρίσης είναι και αυτή της «στροφής» στα τυχερά παιχνίδια. Θα ήθελα σε αυτό το σημείο να κάνουμε μια μικρή αναφορά για την επιρροή που ασκούν οι εταιρείες τυχερών παιχνιδιών και στοιχημάτων στο εμπόριο γενικότερα και στην κοινωνία ειδικότερα . Πλέον βλέπουμε όλο ένα και περισσότερους ανθρώπους να στρέφουν τις ελπίδες για την οικονομική τους ανάκαμψη στα τυχερά παιχνίδια. Αυτή η αρνητική «συνήθεια» βρίσκει

όλο ένα και περισσότερους φανατικούς «θαυμαστές» μόνο και μόνο στην ιδέα ότι μέσα σε μια στιγμή μπορεί να αλλάξει η ζωή τους από λίγο έως πολύ και με την θετική και με την αρνητική έννοια. Μέσα σε αυτό το πλήθος των «θαυμαστών του τζόγου» υπάρχουν και πάρα πολλοί οι οποίοι είναι έμποροι και ιδιοκτήτες επιχειρήσεων οι οποίοι βλέποντας τα καθημερινά έσοδα – κέρδη των εταιρειών τους να μειώνονται όλο ένα και πιο πολύ και να είναι έτοιμη , αν σε δεν έχουν ήδη φτάσει στο σημείο αυτό, να μην μπορούν να κάνουν κάτι για να αυξήσουν τα έσοδα τους στρέφουν τις ελπίδες τους στα τυχερά παιχνίδια. Ειδικότερα κατά την περίοδο της οικονομικής κρίσης οι εταιρείες στοιχηματισμού και τυχερών παιχνιδιών παρουσιάζουν αύξηση των κερδών τους σε αρκετά μεγάλο βαθμό και με το κράτος αντί να κάνει μέσω των νόμων περιορισμό σε αυτά τα τυχερά παιχνίδια να τα κάνει όλο και πιο νόμιμα άρα και πιο προσβάσιμα και ελεύθερα για τον κόσμο παρόλο που η διεξαγωγή αυτών επιτρέπεται μόνο σε συγκεκριμένους χώρους ειδικά διαμορφωμένους. Το μόνο περιοριστικό μέτρο που υπάρχει στην ουσία είναι αυτό της απαγόρευσης εισόδου σε άτομα κάτω των 18 ετών και αυτό της παρότρυνσης του να παίζει ο κόσμος παιχνίδια αλλά προσεκτικά και με «ρέγουλο»

Σε χαλεπούς καιρούς αναζητούνται πρόσκαιρες λύσεις και όπως έχει παρατηρηθεί σε πολλά κράτη που βιώνουν κατά καιρούς οικονομική ύφεση, κατακόρυφη ήταν η στροφή στα τυχερά παιχνίδια.

Σύμφωνα λοιπόν με μια δημοσκόπηση της εταιρείας ALCO εν καιρώ κρίσης 4 στους 10 άνδρες ασχολούνται με τα τυχερά παιχνίδια κυρίως του ΟΠΑΠ σε ποσοστό της τάξης του 43% και 32% στις γυναίκες , ένα ποσοστό το οποίο έχει τάσεις συνεχούς αύξησης και με τα κέρδη να είναι δραματικά λιγότερα από τις απώλειες. Το φαινόμενο αυτό εμφανίζεται κυρίως σε κράτη τα οποία είναι αντιμέτωπα με την οικονομική ύφεση. Η ραγδαία αυτή αύξηση οφείλεται όπως έχουμε αναφέρει και πιο προηγουμένως στην τόσο άσχημη και αβέβαιη οικονομική κατάσταση στην οποία έχουμε περιέλθει σαν κοινωνία και σαν οικονομία. Σε σύγκριση με τα παλαιότερα χρόνια ναι μεν υπήρχε ο

κόσμος ασχολούνταν με τα τυχερά παιχνίδια αλλά όχι σε τόσο μεγάλο ποσοστό διότι γνώριζε τις ελάχιστες πιθανότητες που έχει για να κερδίσει και έτσι αυτό τον απωθούσε από την ενασχόληση του με τα τυχερά παιχνίδια. Τώρα όμως συμβαίνει το ακριβώς αντίθετο. Ο κόσμος με την ελπίδα του κέρδους διαθέτει από το πιο μικρό αντίτιμο μέχρι και σε πολλές περιπτώσεις αρκετά μεγάλο αντίτιμο. Σε συνδυασμό ταυτόχρονα με την ραγδαία ανάπτυξη - εξέλιξη της τεχνολογίας η οποία ευνοεί την δημιουργία ψηφιακών πλατφορμών και εφαρμογών (παράνομων και μη) με τυχερά παιχνίδια, πράγμα το οποίο μας κάνει ακόμα πιο εύκολη και άμεση την πρόσβαση στα τυχερά παιχνίδια και τον τζόγο τα πράγματα γίνονται ακόμα χειρότερα. Εκεί λοιπόν εναποθέτει της ελπίδες του μια μεγάλη μερίδα του κόσμου για οικονομική ευημερία. Σε αυτό το σημείο να αναφέρουμε ότι ο ΟΠΑΠ όπου είναι η μεγαλύτερη εταιρία στοιχηματισμού και τυχερών παιγνίων «το 2017 είχε ενοποιημένα έσοδα 4,2 δις ευρώ αυξημένα κατά 4,6% σε σύγκριση με το 2016».

Για να ξεπεραστούν τα προβλήματα με τα τυχερά παιχνίδια καλό θα ήταν όσοι είναι εθισμένοι να ζητάνε την βοήθεια κάποιου συγγενή η κάποιου ειδικού γιατρού που θα μπορέσει να τους συμβουλέψει

(<http://newpost.gr/ellada/11329/i-oikonomiki-krisi-odigei-toys-ellines-ston-tzogo>)

## 6. Η οικονομική κρίση και η επιρροή της στα Μέσα

### Μαζικής Ενημέρωσης (ΜΜΕ):

Ένας ακόμα κλάδος που έχει πληγεί άμεσα από την οικονομική κρίση κυρίως όσον αφορά τον εμπορικό του τομέα είναι αυτός των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Υπάρχουν διάφορα είδη κατηγοριών Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και αυτά είναι τα έντυπα(εφημερίδες) τα ιντερνετικά (ιστοσελίδες) , τα ραδιοφωνικά και τα τηλεοπτικά τα οποία συνήθως έχουν εμβέλεια είτε περιφερειακή, δηλαδή εκπέμπουν σε ένα συγκεκριμένο τμήμα της χώρας, είτε εθνική δηλαδή να εκπέμπουν σε ολόκληρη την



χώρα. Το θέμα της εμβέλειας το θέτω διότι όπως όλοι καταλαβαίνουμε άλλων ειδών επιχειρήσεις και άλλου είδους επιρροή – εισροή εσόδων έχουν και διαφημίζουν τα μεγάλα μέσα εθνικής εμβέλειας και άλλου είδους επιχειρήσεις και επιρροή – εισροή εσόδων έχουν τα πιο μικρά ΜΜΕ. Οι επιχειρήσεις και οι εταιρείες έχουν ως κύριο μέσο «επικοινωνίας», προώθησης και διοχέτευσης των προϊόντων τους προς τον κόσμο τα ΜΜΕ. Για να διαφημιστεί βέβαια στα ΜΜΕ μια οποιαδήποτε εταιρεία- επιχείρηση θα πρέπει να διαθέτει και έναν προϋπολογισμό και ανάλογα με το τι προϋπολογισμό διαθέτει τότε θα διαφημιστεί και στο ανάλογο μέσο ενημέρωσης. Για παράδειγμα μια μικρή τοπική εταιρεία- επιχείρηση μιας μικρής επαρχιακής πόλης η οποία έχει χαμηλό προϋπολογισμό δεν μπορεί να διαφημιστεί σε ένα ΜΜΕ εθνικής εμβέλειας λόγω του υψηλού κόστους άρα για να διαφημιστεί θα πρέπει να απευθυνθεί είτε σε κάποιο ΜΜΕ διαδικτυακό είτε σε κάποιο ΜΜΕ περιφερειακής εμβέλειας. Δυστυχώς όμως και ο κλάδος των ΜΜΕ όσων αφορά τον εμπορικό τους τομέα από την αρχή της κρίσης έχει υποστεί ένα αρκετά μεγάλο πλήγμα όπως θα δούμε και σε έρευνες τις οποίες θα παρουσιάσουμε παρακάτω. Κάποτε εν καιρώ προ κρίσης βλέπαμε ακόμα και τις πολύ μεγάλες εταιρείες να κάνουν τα πάντα προκειμένου να μπορέσουν και να «κυνηγούν» να μπουν στις διαφημίσεις κυρίως των μεγάλων μέσων ενημέρωσης. Τώρα πλέον οι ρόλοι έχουν αντιστραφεί ριζικά και ολοκληρωτικά. Πλέον βλέπουμε ότι ο προϋπολογισμός των διαφημιζόμενων εταιρειών όλο και να μειώνεται, με αποτέλεσμα κάποιες από αυτές να σταματούν εντελώς την προβολή των διαφημίσεω τους, άλλες από αυτές να προσπαθούν να κρατήσουν με «νύχια και με δόντια» τις διαφημίσεις τους στα ΜΜΕ και τους ραδιοτηλεοπτικούς σταθμούς να κάνουν τα πάντα και πολλές φορές να «κυνηγούν» διαφημιστές προκειμένου να μπορούν να έχουν καινούριες διαφημίσεις, να διατηρήσουν τις ήδη υπάρχουσες διαφημίσεις και έτσι να καταφέρουν να εξασφαλίσουν κάποια έσοδα προκειμένου να μπορέσουν να συντηρηθούν και να επιβιώσουν στις δύσκολες εποχές που ζούμε. Αυτό το πρόβλημα το αντιμετωπίζουν κυρίως τα περιφερειακά ΜΜΕ . Εν καιρώ κρίσης πολλά από τα ΜΜΕ όλων των κατηγοριών έχουν επηρεαστεί ριζικά καθώς επίσης πολλά από αυτά έχουν κλείσει. Αποτέλεσμα αυτών των κλεισιμάτων είναι και τα χρέη των ΜΜΕ αυτών τα οποία και μένουν ανεξόφλητα αφήνοντας μια τεράστια τρύπα στα δημόσια ταμεία και το δεύτερο και βασικότερο

αποτέλεσμα είναι ότι αφήνουν δεκάδες και σε πολλές περιπτώσεις εκατοντάδες εργαζόμενους άνεργους.

(<https://www.cnn.gr/oikonomia/insights/story/77458/h-diafimisi-sta-xronia-tis-krisis> , <http://www.elliniki-gnomi.eu/pies-prooptikes-gia-ton-periferiako-kladiko-tipo/> )

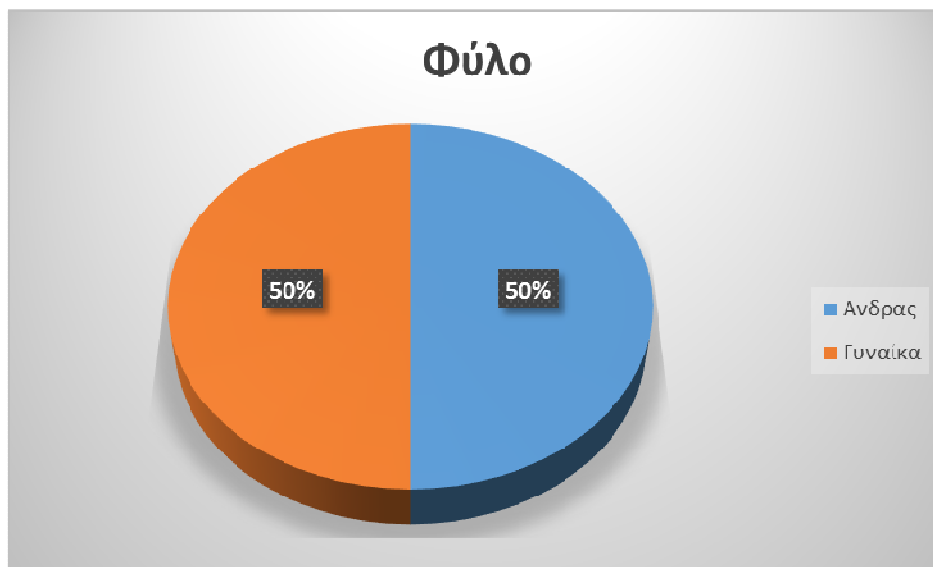
## **7. ΕΡΕΥΝΑ ΜΕ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ :**

Η έρευνα για αυτήν την πτυχιακή πραγματοποιήθηκε για την ολοκλήρωση αυτής της πτυχιακής εργασίας, για μη κερδοσκοπικούς σκοπούς και δόθηκαν ερωτηματολόγια σε μαγαζιά και εμπόρους στην πόλη της Σπάρτης. Σκοπός της έρευνας είναι να δούμε το αν και κατά πόσο έχει επηρεάσει το εμπόριο η οικονομική κρίση. Το δείγμα της έρευνας είναι 10 επιχειρήσεις της Σπάρτης και περιλαμβάνει 19 ερωτήσεις κλειστού τύπου ( δηλαδή ΝΑΙ ή ΟΧΙ ) και κλίμακας Likert. Πήρα την άδεια των συμμετεχόντων, ενημερώθηκαν για την διατήρηση της ανωνυμίας και ότι τα στοιχεία που δίνουν θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά και μόνο για χρήση στην πτυχιακή εργασία. Χρησιμοποιήθηκε η απλή τυχαία δειγματοληψία η οποία οδηγεί σε αντιπροσωπευτικό δείγμα του πληθυσμού της έρευνας και συνεπώς τα δεδομένα είναι γενικεύσιμα προς τον πληθυσμό.

Αποτελέσματα έρευνας:

Η έρευνα αφορά 10 επιχειρήσεις της Σπάρτης (2 καφετέριες, 6 εμπορίου( ρούχα, έπιπλα, ηλεκτρονικές συσκευές, 2 αντιπροσωπείες αυτοκινήτων)

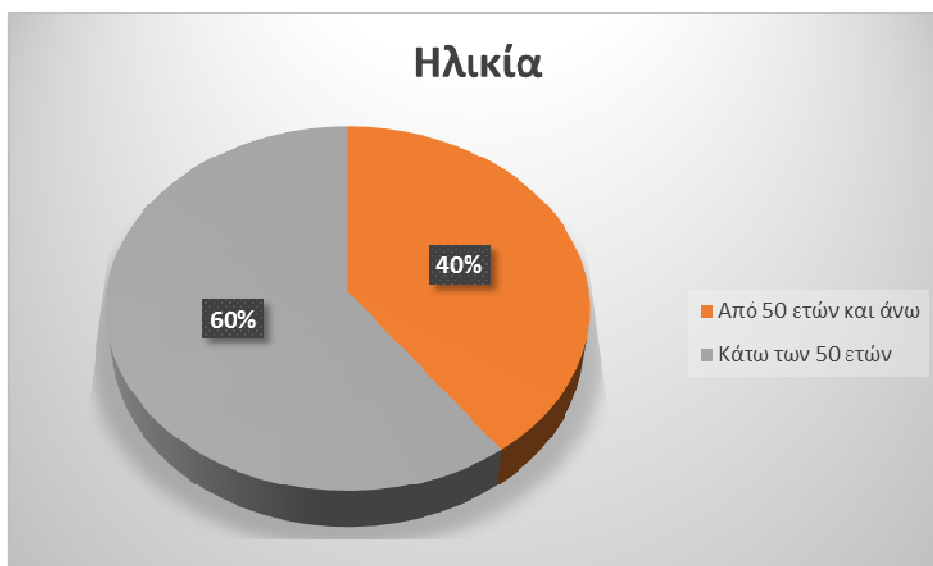
### **1) ΦΥΛΛΟ : Α) ΓΥΝΑΙΚΑ Β) ΑΝΤΡΑΣ**



Εδώ βλέπουμε ότι αν και τυχαία η δειγματοληψία το 50% των συμμετεχόντων στην έρευνα είναι άντρες και το 50% γυναίκες

## 2) ΗΛΙΚΙΑ

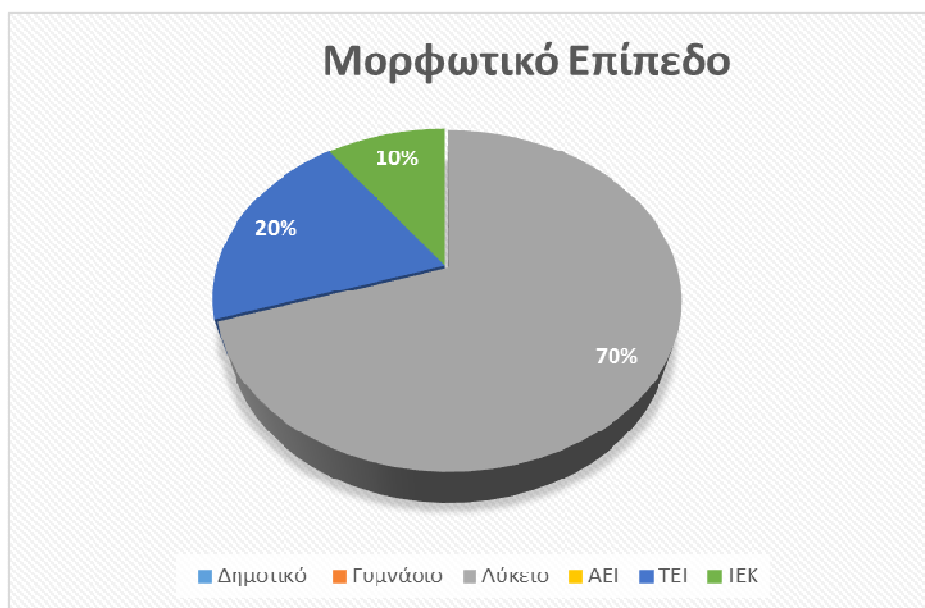
### Α) ΑΠΟ 50 ΕΤΩΝ ΚΑΙ ΑΝΩ Β) ΚΑΤΩ ΑΠΟ 50 ΕΤΩΝ



Εδώ βλέπουμε ότι το 40% των ερωτηθέντων είναι από 50 ετών και άνω ενώ το 60% είναι κάτω των 50 ετών.

### 3) ΜΟΡΦΟΤΙΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ

#### Α) ΔΗΜΟΤΙΚΟ Β) ΓΥΜΝΑΣΙΟ Γ) ΛΥΚΕΙΟ Δ) ΑΕΙ Ε) ΤΕΙ ΣΤ) ΙΕΚ



Εδώ βλέπουμε ότι το 70% των ερωτηθέντων είναι απόφοιτοι λυκείου , το 20% είναι απόφοιτοι ΤΕΙ, το 10% είναι απόφοιτοι ΙΕΚ ενώ κανείς δεν είναι μόνο απόφοιτος δημοτικού ή γυμνασίου.

### 4) ΕΙΣΤΕ ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ Η ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

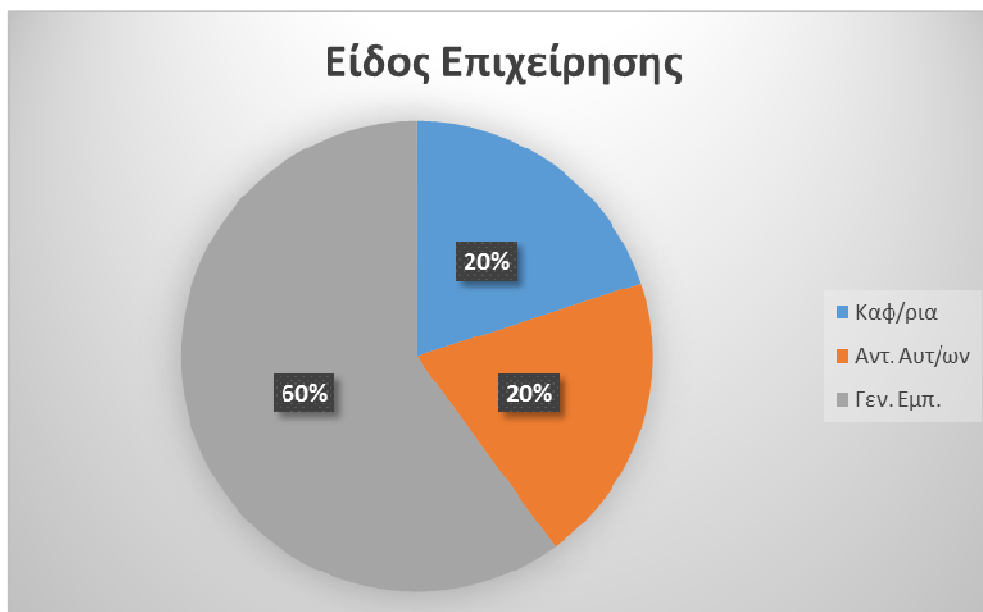
#### Α) ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ Β) ΥΠΑΛΛΗΛΟΣ

Εδώ βλέπουμε ότι το 80% των ερωτηθέντων είναι ιδιοκτήτες και μόλις το 20% αυτών υπάλληλοι.



## 5) ΕΙΔΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

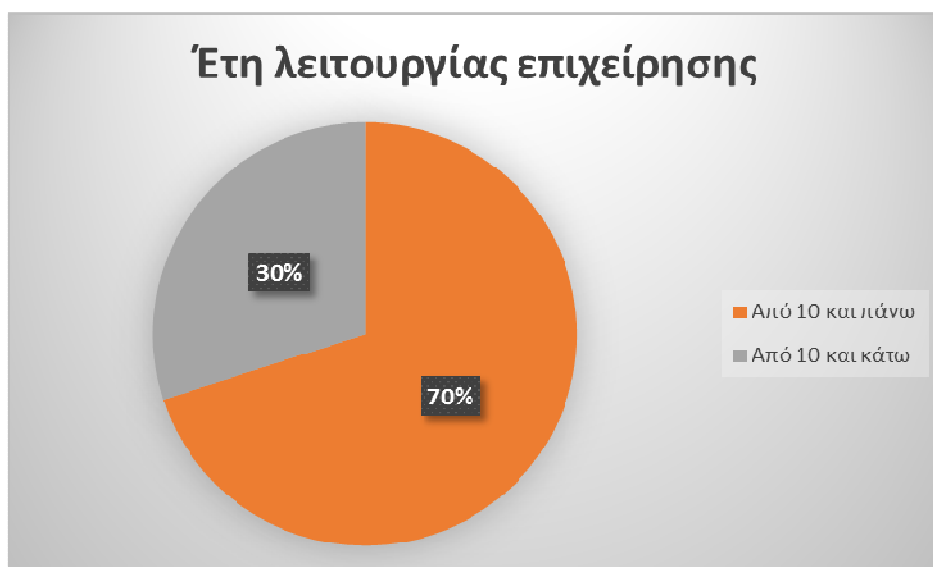
Α) Καφ/ρια Β) Αντ. Αυτ/ων Γ) Γεν. Εμπ.



Εδώ λοιπόν βλέπουμε το 60 % των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα είναι γενικού εμπορίου ενώ το άλλο 20% είναι καφετέριες και το άλλο 20% είναι αντιπροσωπείες αυτοκινήτων.

## 6) ΈΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΕΠΙΧΕΪΡΗΣΗΣ

### Α) ΑΠΟ 10 ΚΑΙ ΠΑΝΩ Β) ΑΠΟ 10 ΚΑΙ ΚΑΤΩ



Εδώ λοιπόν βλέπουμε ότι το 70% των επιχειρήσεων της έρευνας μας λειτουργούν παραπάνω από μια δεκαετία άρα δηλαδή υπήρχαν και εν καιρώ προ κρίσης και αυτό συνέβαλε αποτελεσματικά για την πιο ουσιαστική και αποτελεσματική αποτύπωση των

συνεπειών της οικονομικής κρίσης στο εμπόριο της Ελλάδος που είναι και ο γενικός σκοπός της πτυχιακής εργασίας.

## 7) ΕΡΓΑΣΙΑΚΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ :

**A) ΝΑΙ B) ΟΧΙ**



Εδώ λοιπόν βλέπουμε ότι το 90% των ερωτηθέντων στο ερώτημα αν έχουν κάποια γενικότερη εργασιακή εμπειρία και από προηγούμενες τους δουλειές απάντησαν πως έχουν ενώ μόλις το 10% απάντησε όχι.

**8) ΕΧΕΙ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ Η ΕΠΙΧΕΪΡΗΣΗ;**

**A) ΝΑΙ Β) ΟΧΙ**

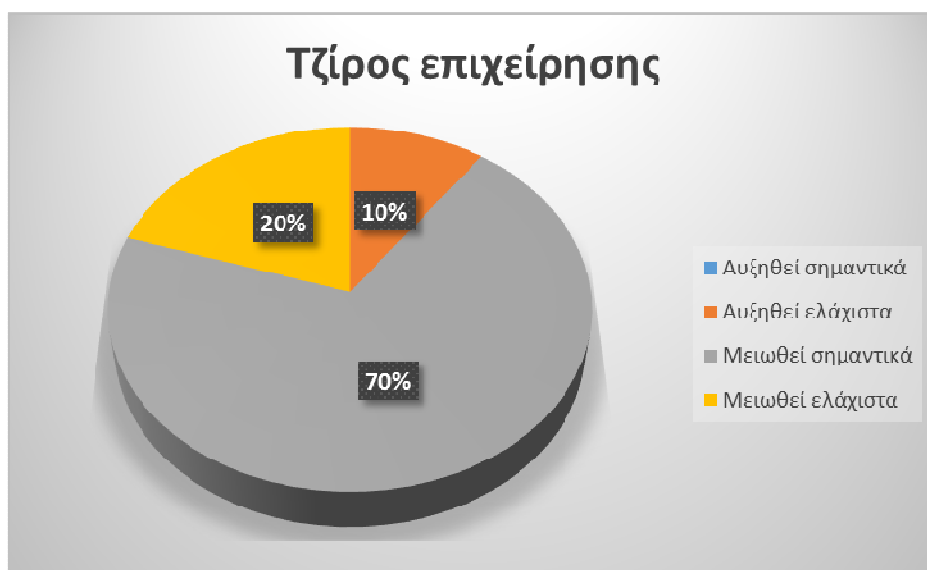


Εδώ βλέπουμε ότι το 60% των επιχειρήσεων όπου μετείχαν στην έρευνα δήλωσαν πως διαθέτουν προσωπικό ενώ το 40% δήλωσαν πως δεν έχουν προσωπικό.



**9) Ο ΤΖΙΡΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟ 2010 ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΕΧΕΙ :**

**Α) ΑΥΞΗΘΕΙ ΕΛΑΧΙΣΤΑ Β) ΑΥΞΗΘΕΙ ΣΥΜΑΝΤΙΚΑ Γ) ΜΕΙΩΘΕΙ ΕΛΑΧΙΣΤΑ  
Δ) ΜΕΙΩΘΕΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ**



Εδώ λοιπόν βλέπουμε πως το 70% θεωρεί ότι ο τζίρος της επιχείρησης του έχει μειωθεί σημαντικά ένα 20% θεωρεί πως ο τζίρος της επιχείρησης του έχει μειωθεί ελάχιστα ενώ το 10% ότι ο τζίρος έχει αυξηθεί ελάχιστα.

**10) ΘΕΩΡΕΙΤΕ ΟΤΙ Η ΚΡΙΣΗ ΕΧΕΙ ΕΠΗΡΕΑΣΕΙ ΤΗΝ ΠΟΡΕΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ;**

**A) ΝΑΙ B) ΟΧΙ**



Εδώ λοιπόν βλέπουμε πως το 90% των ερωτηθέντων θεωρούν πως η επιχείρηση τους έχει επηρεαστεί από την οικονομική κρίση ενώ μόλις το 10% θεωρεί ότι δεν έχει επηρεαστεί η επιχείρηση του από την οικονομική κρίση

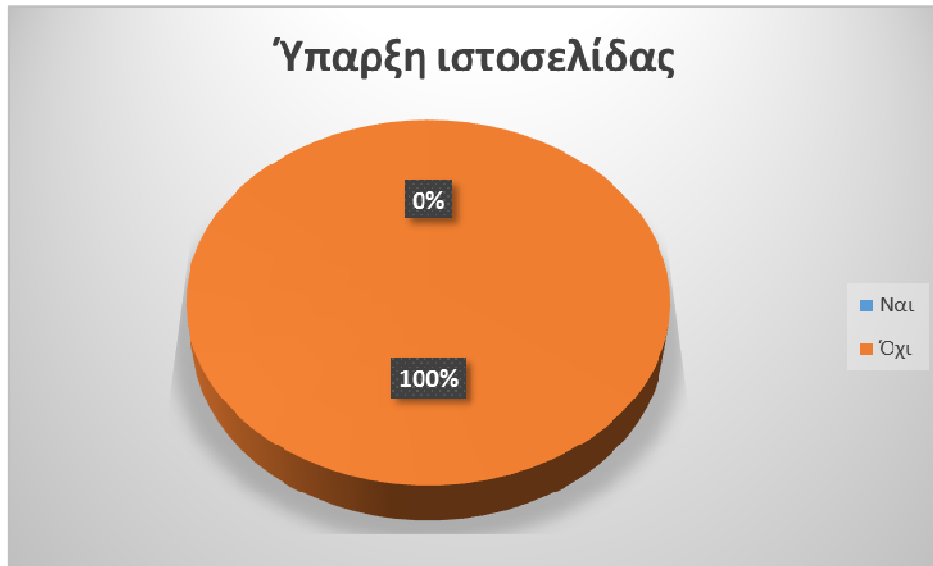
**11) ΤΑ ΚΕΡΔΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΑΠΟ ΤΟ 2010 ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΈΧΟΥΝ :Α) ΑΥΞΗΘΕΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ Β) ΑΥΞΗΘΕΙ ΕΛΑΧΙΣΤΑ Γ) ΜΕΙΩΘΕΙ ΣΗΜΑΝΤΙΚΑ Δ)ΜΕΙΩΘΕΙ ΕΛΑΧΙΣΤΑ**



Εδώ λοιπόν βλέπουμε ότι το 70% των ερωτηθέντων θεωρεί πως τα της επιχείρησης του έχουν μειωθεί σημαντικά από το 2010 μέχρι και σήμερα ενώ ένα 20% εξ αυτών θεωρεί ότι έχουν μειωθεί σημαντικά και μόλις το 10% θεωρεί πως έχουν αυξηθεί ελάχιστα

**12) ΤΟ ΜΑΓΑΖΙ ΣΑΣ ΔΙΑΘΕΤΕΙ ΠΡΟΣΩΠΙΚΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ;**

**A) ΝΑΙ Β) ΟΧΙ**



Το σύνολο των ερωτηθέντων απάντησε πως δεν διαθέτει προσωπική ιστοσελίδα το μαγαζί τους.

**13) ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΣΑΣ ΕΧΟΥΝ ΕΠΗΡΕΑΣΤΕΙ ΛΟΓΟ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ;;**

**A) ΝΑΙ Β) ΟΧΙ**



Εδώ βλέπουμε ότι το 90% των ερωτηθέντων απάντησε πως ναι έχουν επηρεαστεί και σε αρκετές περιπτώσεις πολύ οι τιμές των προϊόντων τους λόγω της κρίσης ενώ μόλις το 10% απάντησε πως όχι.

#### 14) ΣΤΙΣ ΕΚΠΤΩΣΕΙΣ ΑΥΞΑΝΕΤΑΙ Η ΠΕΛΑΤΙΑ ΣΑΣ;

A) ΝΑΙ Β) ΟΧΙ



Εδώ βλέπουμε πως το σύνολο των ερωτηθέντων απάντησε πως ναι η πελατεία τους αυξάνεται κατά την διάρκεια των εκπτώσεων και αυτό είναι ένα ακόμα δείγμα, όπως μας τόνισαν και οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες, του ότι ο κόσμος έχει ανάγκη από φθηνό, καλό και ταυτόχρονα ποιοτικό προϊόν.

**15) ΕΧΕΤΕ ΑΥΞΗΣΕΙ ΤΟ ΠΟΣΟΣΤΟ ΤΩΝ ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ;**

**A) ΝΑΙ Β) ΟΧΙ**

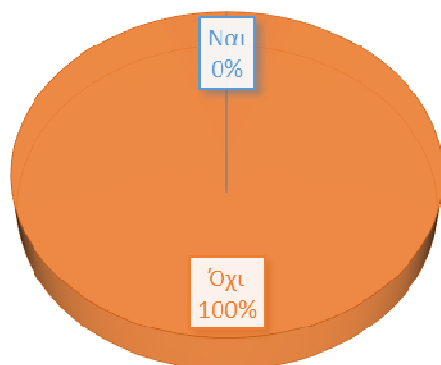


Εδώ βλέπουμε ότι το 70% των ερωτηθέντων απάντησε πως ναι έχει αυξήσει το ποσοστό των εκπτώσεων στα προϊόντα που πουλούν μέσω της επιχείρησής τους και το 30% απάντησε πως όχι δεν έχει αυξήσει το ποσοστό των εκπτώσεων του. Αυτό είναι ακόμα ένα δείγμα που αποδεικνύει ότι πλέον ο κόσμος ακόμα και στις εκπτώσεις ψωνίζει με δυσκολία.

**16) ΟΙ ΠΕΛΑΤΕΣ ΣΑΣ ΑΠΟ ΤΟ 2010 ΚΑΙ ΜΕΤΕΠΕΙΤΑ ΑΓΟΡΑΖΟΥΝ ΜΕ ΤΗΝ ΙΔΙΑ ΕΥΚΟΛΙΑ;**

**A) ΝΑΙ Β) ΟΧΙ**

## ΕΥΧΕΡΕΙΑ ΑΓΟΡΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ ΜΕΤΑ ΤΟ 2010

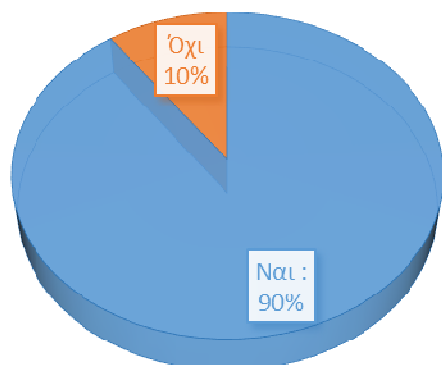


Όπως αποδεικνύει και το παραπάνω γράφημα το σύνολο των ερωτηθέντων απάντησε ότι ο κόσμος δεν ψωνίζει με την ίδια ευκολία από το 2010 και μετά και αυτό αποδεικνύει για μια ακόμα φορά το πόσο δύσκολα πλέον ψωνίζει ο κόσμος ακόμα και είδη πρώτης ανάγκης.

### 17) ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΤΕ ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΣΤΟ ΝΑ ΠΛΗΡΩΣΕΤΕ ΤΟΥΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΕΣ ΣΑΣ;

**A)ΝΑΙ Β)ΟΧΙ**

## ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΕΞΟΦΛΗΣΗΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ

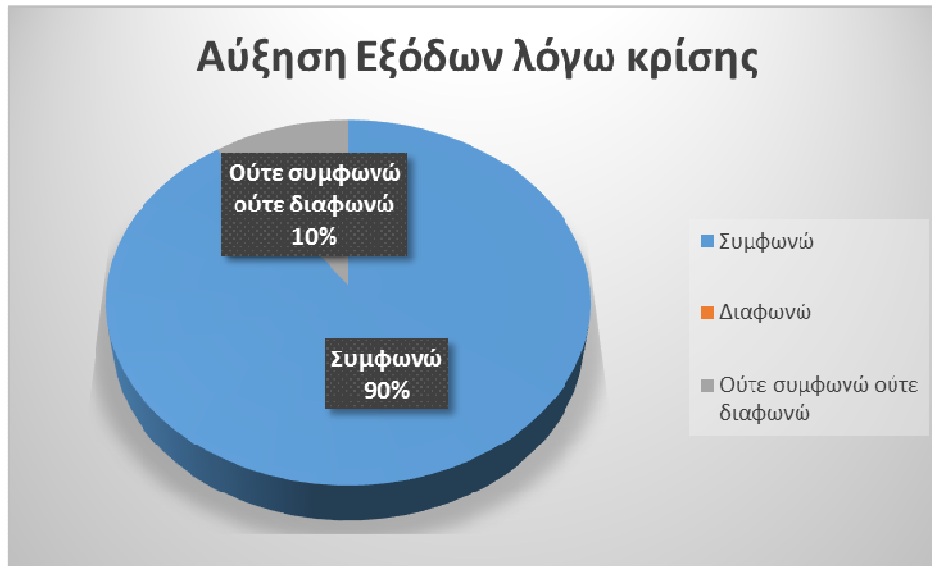




Όπως βλέπουμε και στο παραπάνω γράφημα το 90% των ερωτηθέντων απάντησαν πως ναι αντιμετωπίζουν πρόβλημα πληρωμής των προμηθευτών τους, σε πολλές περιπτώσεις μάλιστα μας τόνισαν ότι αντιμετωπίζουν μεγάλη κιάλας δυσκολία στις πληρωμές των προμηθευτών τους, με αποτέλεσμα πολλές «συνεργασίες» να διακόπτονται και πολλά μαγαζιά να «ξεμένουν» από προϊόντα ή να αναγκάζονται σε πολλές περιπτώσεις να φέρουν άλλα προϊόντα υποδεέστερης ποιότητας απλά για να αντικαταστήσουν το «κενό» που άφησαν προϊόντα προμηθευτών με τους οποίους και σταμάτησαν την συνεργασία τους

**18) ΕΧΟΥΝ ΑΥΞΗΘΕΙ ΤΑ ΕΞΟΔΑ (ΦΟΡΟΙ, ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ ΚΛΠ) ΩΣ ΑΠΟΡΡΟΙΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ;**

**A) ΣΥΜΦΩΝΩ B) ΔΙΑΦΩΝΩ Γ) ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ**

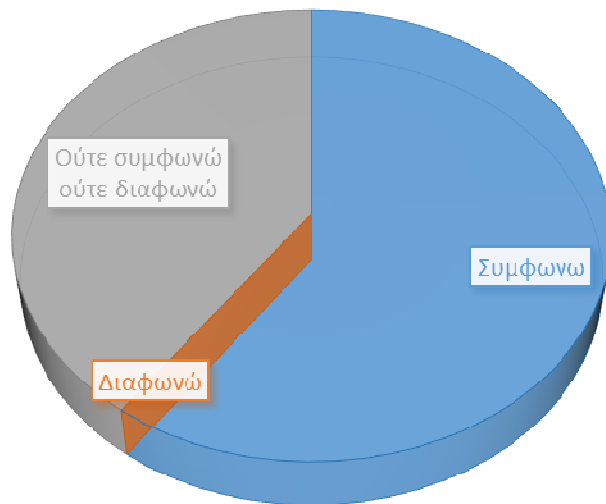


Εδώ όπως βλέπουμε και στο παραπάνω γράφημα το 90% των ερωτηθέντων απάντησε πως ναι έχουν αυξηθεί τα έξοδα κατά την διάρκεια και ως απόρροια της οικονομικής κρίσης ενώ το 10% θεωρεί πως είναι μια «ουδέτερη κατάσταση». Σύμφωνα όμως με τους περισσότερους ερωτηθέντες η αύξηση των μέτρων και των φόρων για την αντιμετώπιση της κρίσης αυτής και η συνεχής μείωση μισθών και συντάξεων είναι ο πιο ζημιογόνος «συνδυασμός» για το εμπόριο.

**19) ΣΥΝΗΘΩΣ ΔΙΑΛΕΓΩ ΤΑ ΦΤΗΝΟΤΕΡΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΓΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ , ΩΣ ΑΠΟΡΡΟΙΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ:**

**A) ΣΥΜΦΩΝΩ B) ΔΙΑΦΩΝΩ Γ) ΟΥΤΕ ΣΥΜΦΩΝΩ ΟΥΤΕ ΔΙΑΦΩΝΩ**

## ΕΠΙΛΟΓΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΤΕΡΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ



Όπως βλέπουμε και στο παραπάνω γράφημα το 60% των ερωτηθέντων απάντησε πως συμφωνεί σε αυτό όπως αναφέραμε και προηγουμένως με στόχο είτε το να μπορέσουν να καλύψουν κάποια κενά που τους αφήνουν κάποιες διακοπές συνεργασιών με διάφορους προμηθευτές είτε το να μπορέσουν να προωθήσουν κάποια συγκεκριμένη κατηγορία προϊόντων με όσο το δυνατόν λιγότερο κόστος για αυτούς. Το 30% αυτών ούτε συμφωνεί αλλά ούτε και διαφωνεί αυτού του είδους την λογική ενώ μόλις το 10% αυτών διαφωνεί με αυτή την λογική.

## **8. ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ:**

Economic Power in a Changing International System - Page 25, W. Anderson, Ivars Gutmanis

Liam D. Anderson – 2000

OECD Reviews of Regulatory Reform, 2004, p 92

«The economist», China and the World Economy, Yih-chyi Chuang

Simona Thomas – 2010

Field listing - GDP (PPP exchange rate)

CIA World Factbook

Γεώργιος Κουφάρης,(2010), «Η παγκόσμια οικονομική κρίση και οι χρηματιστηριακές αγορές»

Ford K. Γεωργακόπουλος Α.Ε.

(Βαγιανός, Βέπτας & Μεγήρ, 2010) (Cabral, 2010) (Ματσαγγάνης, 2010)

Μητσόπουλος Μ., Πελαγίδης Θ., (2012). Κατανοώντας την κρίση στην Ελλάδα. Αθήνα, Εκδόσεις Ψυχογιός Α.Ε

<https://www.cnn.gr/oikonomia/insights/story/77458/h-diafimisi-sta-xronia-tis-krisis> ,

<http://www.elliniki-gnomi.eu/pies-prooptikes-gia-ton-periferiako-kladiko-tipo/>

<http://newpost.gr/ellada/11329/i-oikonomiki-krisi-odigei-toys-ellines-ston-tzogo>

[www.kontranews.gr\(https://www.kontranews.gr/oikonomia/203046-oi-istorikes-etaireies-poy-katerreysan-ten-periodo-ton-mnemonion\)](http://www.kontranews.gr(https://www.kontranews.gr/oikonomia/203046-oi-istorikes-etaireies-poy-katerreysan-ten-periodo-ton-mnemonion))

[www.menshouse.gr\(https://menshouse.gr/ellada/28376/10-pio-gnostes-ellinikes-epichirisis-pou-eklisan-mesa-stin-krisi\)](http://www.menshouse.gr(https://menshouse.gr/ellada/28376/10-pio-gnostes-ellinikes-epichirisis-pou-eklisan-mesa-stin-krisi))

<http://www.kathimerini.gr/946799/gallery/aytokinhsh/aytokinhsh-epikairothta/8a-3eperasoy-me-tis-100000-pwlhseis-to-2018-dhlwse-sthn-k-o-proedros-toy-seaa>

Γραφείο τύπου , Πληροφορίες Κυρία Μ. Χαρικιοπούλου, Σ.Ε.Α.Α [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr)

<http://www.kathimerini.gr/895921/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/avevaiothta-kai-krish-syne8liyan-kai-thn-ellhnikh-agera-aytokinhtoy>

<https://www.zougla.gr/automoto/reportaz/article/apotelesmata-dimoskopisis-gia-to-aftokinito-stin-elada-tis-krisis>, ραδιοφωνική εκπομπή «επιτροχών», <http://epitrohon.gr>

<http://www.economy365.gr/article/32287/i-agera-toy-aytokinitoy-stin-ellada-tis-krisis-poiio-einai-mellon-tis>, [www.seaa.gr](http://www.seaa.gr)

<https://coolweb.gr/podilato-vs-autokinito>

<http://www.hellenic-college.gr/works/helcolpedia/projects/transportations/land/cars-tagarakis-2013.pdf>

<http://www.kathimerini.gr/962661/article/oikonomia/epixeirhseis/h-krish-tis-gennhse-h-krish-tis-e3afanise>

<http://www.kathimerini.gr/972720/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/eurostat-h-ellada-paramenei-prwth-sthn-anageria-twn-newn>

<https://www.sofokleousin.gr/mikroteri-anageria-xamiloi-misthoi-perissoteri-ftoxeia>

[www.iefimerida.gr/news/175642/icap/αυτές-είναι-οι-πιο-κερδοφόρες-επιχειρήσεις-στην-ελλάδα-μέσα-στο-2013](http://www.iefimerida.gr/news/175642/icap/αυτές-είναι-οι-πιο-κερδοφόρες-επιχειρήσεις-στην-ελλάδα-μέσα-στο-2013)

<http://www.kathimerini.gr/784770/article/oikonomia/epixeirhseis/h-krish-8elei-tis-dikes-ths-de3iothtes>

<https://e-espa.gr/ναα/item/110-το-περιβάλλον-των-ελληνικών-επιχειρήσεων-μέσα-στην-κρίση>

<https://www.taxheaven.gr/news/news/view/id/32044>

ΕΛΣΤΑΤ, Καψάλης και Κρητικίδης, 2016

ΗΟΒΕ, 2012

Σ.ΕΠ.Ε.(Σώμα Επιθεώρησης Εργασίας) [asfalisinet.gr](http://asfalisinet.gr)