

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ:

**«Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΣΤΟ
ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΜΙΑΣ ΠΑΡΑΤΕΤΑΜΕΝΗΣ ΚΡΙΣΗΣ
ΧΡΕΟΥΣ» - “THE GREEK SMEs IN AN
ENVIRONMENT OF A PROLONGED DEBT
CRISIS”**



Πτυχιική εργασία των: Αναστασάκου Ηλία
Νικολακόπουλου Πέτρου

Επιβλέπων: Βασιλείου Κωνσταντίνος

ΠΑΤΡΑ, ΙΟΥΝΙΟΣ 2015

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Είναι γνωστό ότι στις μέρες μας οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις διανύουν την πιο δύσκολη φάση τους. Η αγορά είναι παρηκμασμένη, οι καταναλωτές δεν αγοράζουν. Ο σκοπός της εργασίας αυτής είναι να αναδείξουμε τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Να δούμε τι πιστεύουν οι επιχειρήσεις και τα άτομα που δουλεύουν σε αυτές πως ευθύνεται για την κατάστασή που βρίσκονται αυτή τη στιγμή. Επιπρόσθετα, να προσδιορίσουμε το ρόλο του κράτους και της Ευρωπαϊκής Ένωσης, καθώς και το πως βοηθούν την κρίσιμη αυτή στιγμή τις επιχειρήσεις.

Αρχικά αναλύσαμε τον ορισμό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, ανατρέξαμε στον νέο αναπτυξιακό νόμο, είδαμε την αγορά σήμερα και στο παρελθόν. Για την επίτευξη του σκοπού μας πραγματοποιήθηκε έρευνα με τη χρήση ερωτηματολογίων τα οποία διενεμήθηκαν σε 60 άτομα. Τα μισά από αυτά στο κλάδο των τροφίμων και ποτών και τα άλλα μισά στο κλάδο της ένδυσης. Τα δεδομένα που συλλέχθηκαν αναλύθηκαν μέσω του στατιστικού προγράμματος SPSS μέσω της ανάλυσης συχνοτήτων ενώ εφαρμόστηκαν ορισμένοι παραμετρικοί έλεγχοι όπως το Friedman test “k Related samples”, το Mann-Whitney test.

Στη συνέχεια εξάγαμε τα αποτελέσματα από την έρευνα και διαπιστώσαμε ότι οι επιχειρήσεις προβλέπουν να δυσκολεύει η κατάσταση για αυτούς ακόμα περισσότερο στο μέλλον. Υπάρχει παντού μια απογοήτευση και με δυσκολία πλέον οι επιχειρήσεις μένουν ανοιχτές.

Επίσης νιώθουν ότι το κράτος και η Ευρωπαϊκή Ένωση δεν προσπαθούν αρκετά, καθώς και ότι δεν κάνουν ότι μπορούν για να τους βοηθήσουν να βγουν από αυτή τη δύσκολη κατάσταση. Με τον ανταγωνισμό να αυξάνεται, τις πωλήσεις συνεχώς να πέφτουν κατακόρυφα και το συνολικό τζίρο να μειώνεται αρκετά.

Τέλος, ύστερα από τις αναλύσεις και τα αποτελέσματα που εξήχθησαν καταλήξαμε σε ορισμένα συμπεράσματα που αφορούν τους στόχους που είχαμε θέσει. Οι επιχειρηματίες στο διάστημα αυτό της οικονομικής κρίσης δεν μπόρεσαν να πραγματοποιήσουν τα σχέδια που είχαν για τις επιχειρήσεις τους και σαν να μην έφτανε αυτό αναγκάστηκαν να προχωρήσουν σε αλλαγές για όσο το δυνατόν περισσότερη μείωση των λειτουργικών τους εξόδων προσπαθώντας όμως να μην αλλάξουν ως προς το χειρότερο την ποιότητα των προϊόντων τους.

Για το λόγο αυτό δίνουμε ορισμένες προτάσεις για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις πάνω στα ευρήματα της έρευνάς μας. Η μείωση των περιττών εξόδων για μια επιχείρηση είναι μια καλή αρχή και σε συνδιασμό με επιδοτούμενα προγράμματα μπορούν να κάνουν τις αλλαγές που πάντα ήθελαν με σκοπό να γίνουν πιο ανταγωνιστικοί και πιο προσιτοί στο αγοραστικό κοινό.

SUMMARY

It is known that nowadays the Greek SMEs are going through the most difficult phase of their time. The market is falling down, consumers are not buying. The purpose of this project is to highlight the problems faced by SMEs. To understand what businesses and people who work for them think that is responsible for their condition currently located. And as well as to see the role of the state and the European Union how they help business this critical time.

Firstly we analyzed the definition of SMEs, refer to the new development law, and we analyzed the market today and in the past. To achieve our purpose a survey was conducted using questionnaires which had been forwarded to 60 people. Half of those in the industry of food and beverage and the other half in the industry of clothing. The collected data were analyzed by the statistical program SPSS through analysis frequencies while some applied parametric tests such as Friedman test "k Related samples", the Mann-Whitney test. Then we extracted the results from research and found that enterprises are anticipating difficult the situation for them even more in the future. There is everywhere disappointment and barely most businesses stay open. They also feel that the state and the European Union are not trying enough, to do whatever they can to help them get out of this difficult situation. With competition continually rising, sales falling sharply and the total turnover reducing considerably. Finally after the analyzes and results. we obtained, we took a number of conclusions concerning the objectives we had set. Entrepreneurs in this time of economic crisis were unable to make plans for their businesses. and as this was not enough they were forced to make changes to the maximum possible reduction of their operating costs trying not to change for the worse the quality of their products. For this reason we give some suggestions for SMEs on the findings of our research. Reducing unnecessary expenses for a business is a good start. and in combination with subsidized programs can make the changes they always wanted in order to become more competitive and more accessible to the buying public.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Στο σημείο αυτό, θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή της πτυχιακής εργασίας μας κ. Κωνσταντίνο Βασιλείου, για τον επιτυχή συμβουλευτικό του ρόλο στην ανάθεση της συγκεκριμένης εργασίας. Τον ευχαριστούμε ιδιαίτερα για την επιστημονική του καθοδήγηση, την αμέριστη συμπαράσταση και την πολύτιμη βοήθειά του καθ' όλη τη διάρκεια της έρευνάς μας και της ενασχόλησής μας στο θέμα της πτυχιακής εργασίας.

Τέλος θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τους γονείς μας για την ψυχολογική υποστήριξη που μας προσέφεραν καθ' όλη τη διάρκεια της πτυχιακής εργασίας.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	2
ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	7
1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	7
1.2 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ.....	8
1.3 ΔΟΜΗ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	10
2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	10
2.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΑΥΤΕΣ Η ΚΡΙΣΗ ΧΡΕΟΥΣ.....	11
2.3 Η ΠΡΟΣΦΑΤΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ-Ο ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΝΟΜΟΣ 3908/2011	13
2.4 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΣΤΗΝ Ε.Ε.....	15
2.5 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	21
2.6 Η ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ (ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ) ΠΡΙΝ 1 ΧΡΟΝΟ, ΠΡΙΝ 3 ΧΡΟΝΙΑ ΚΑΙ ΠΡΙΝ 5 ΧΡΟΝΙΑ.....	23
2.6.1 Η ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ	26
2.7. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΡΙΝ (ΜΕ ΔΡΑΧΜΕΣ) ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΤΟ ΕΥΡΩ.....	30
2.7.1 ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΖΩΝΗΣ ΜΕ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	31
2.8 ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	34
ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	34
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	34
3.2 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	34
3.3 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.....	35
3.4 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ	37
3.5 ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ	37
3.6 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	37
3.7 ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	38
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	39
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	39
4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	39

4.2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΑ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ.....	39
4.3 ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΠΟΥ ΕΙΧΑΝ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ.....	45
4.4 ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΕΒΗΣΑΝ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ.....	48
4.5 ΠΩΣ ΕΧΕΙ ΕΠΗΡΕΑΣΕΙ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	51
4.6 ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΘΕΣΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΜΗ ΦΟΡΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ.....	60
4.7 ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ.....	64
4.8 ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟΥΣ (ΤΖΙΡΟΣ - ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΙ).....	65
4.9 ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	75
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5.....	76
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	76
5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	76
5.2 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	76
5.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ & ΣΥΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	77
5.3.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΛΛΑΓΕΣ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΚΑΝΕΙ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ΣΤΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ.....	78
5.3.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΥΝ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΣ.....	78
5.3.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΠΟΨΕΙΣ, ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΚΑΙ ΤΙΣ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ.....	78
5.4 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	79
5.4.1 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΜΕ.....	79
5.4.2 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ.....	80
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	81
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ.....	83

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Ελλάδα είναι ένα κράτος-μέλος από τα 28 της Ευρωπαϊκής Ένωσης και ένα από τα 19 μέλη της Ευρωζώνης. Ως κράτος λοιπόν μιας οικονομικής ένωσης ακολουθεί κάποιους κανόνες και υπέστη μια τεράστια αλλαγή, την αλλαγή νομίσματος, από τη δραχμή στο κοινό πλέον νόμισμα το Ευρώ. Οι επιχειρήσεις της και οι πολίτες της ως εκ τούτου έχουν από το 2002, που το Ευρώ έγινε το μοναδικό νόμισμα της χώρας, μάθει να ζουν και να συναλλάσσονται μεταξύ τους και με τους υπόλοιπους ευρωπαίους χωρίς δασμούς και περιορισμούς. Η Ελλάδα βίωσε μια δεκαετία περίπου ένα πρωταφανές κλίμα και μια πρωτοφανή κατάσταση για τα δεδομένα της ευμάρειας με πολύ ταχείς και υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης. Όλα αυτά είχαν ένα κόστος, αφού δανειζόταν και μάλιστα υψηλά, με ένα δυνατό τραπεζικό σύστημα και ένα μεγάλο δημόσιο τομέα, που προσέφερε αυξήσεις σε μισθούς, μέχρι όμως το 2008 όπου ξέσπασε η χρηματοπιστωτική κρίση στις ΗΠΑ και επεκτάθηκε σε όλον τον κόσμο και την Ε.Ε. και την Ελλάδα. Η χώρα μας βρέθηκε απροετοίμαστη με πολύ βαθιά προβλήματα και οι συνέπειες από τη δίνη της κρίσης στην οποία βρίσκεται είναι ολέθριες για τη χώρα, τους πολίτες, την αγορά και κατ' επέκταση τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις όλων των κλάδων αποτελούν τα 2/3 της ελληνικής οικονομίας και απασχολούν το 99,6% των εργαζομένων στην εγχώρια αγορά. Έχουν πληγεί περισσότερο από οποιονδήποτε, ο ρυθμός απολύσεων από αυτές και ο ρυθμός κλεισίματος επιχειρήσεων είναι ολοένα αυξανόμενος όσο βαθαίνει η ύφεση της ελληνικής οικονομίας. Παρόλο που η αγορά βρίσκεται σε κακή κατάσταση οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις εξακολουθούν με όλες τις δυσκολίες τους να είναι ο βασικός πυλώνας της οικονομίας και εκείνες είναι που χρειάζονται μέτρα τόνωσης και βοήθειας αντί για συνεχή υπερφορολόγηση που οδηγεί τελικά σε χρεοκοπία.

Την κατάσταση στην οποία βρίσκονται οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις και τα προβλήματά τους τώρα επιχειρεί να αναλύσει αυτή η εργασία με τη χρήση ερωτηματολογίων σε μικρομεσαίους επιχειρηματίες.

1.2 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ

Σκοπός της πτυχιακής εργασίας αυτής είναι να διερευνήσουμε τους παράγοντες που επηρεάζουν τα προβλήματα αυτά που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Να δούμε τι πιστεύουν οι επιχειρήσεις και άτομα που δουλεύουν σε αυτές, ότι ευθύνεται για την κατάστασή τους που βρίσκονται αυτή τη στιγμή. Καθώς βέβαια να δούμε και το ρόλο του κράτους και της Ευρωπαϊκής Ένωσης, πως βοηθούν την κρίσιμη αυτή στιγμή για τις επιχειρήσεις.

Συγκεκριμένα οι στόχοι της έρευνας είναι οι εξής, να ανακαλύψουμε:

- Ø Τα σχέδια που είχα οι επιχειρήσεις πριν τη κρίση και αν αυτά υλοποιήθηκαν.
- Ø Τις ενέργειες που προέβησαν οι επιχειρήσεις για την αντιμετώπιση της κρίσης
- Ø Πως έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση τις επιχειρήσεις.
- Ø Πόσο πιστεύουν οι επιχειρήσεις ότι έχουν συνεισφέρει οι διάφοροι φορείς (πχ: Κράτος, Ε.Ε, ΜΜΕ)
- Ø Τις εκτιμήσεις τους για την μελλοντική οικονομική κατάσταση της χώρας
- Ø Τις εκτιμήσεις τους για τις επιχειρήσεις (τζίρος- αριθμός απασχολούμενων)

1.3 ΔΟΜΗ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ

Αρχικά στο δεύτερο κεφάλαιο προσπαθούμε να αναλύσουμε τα χαρακτηριστικά και τις ιδιότητες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα αναφέρουμε τον ορισμό και τα χαρακτηριστικά των μικρομεσαίων επιχειρήσεων καθώς αυτές είναι και το μεγαλύτερο μακράν ποσοστό είδος των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα με 90% περίπου. Έπειτα κάνουμε μια εκτενή αναφορά στη πρόσφατη νομοθεσία για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις-τον αναπτυξιακό νόμο 3908/2011. Ο σκοπός του παρόντος νόμου, είναι η προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας με τη διαμόρφωση καθεστώτων ενίσχυσης των επενδύσεων, με τα οποία βελτιώνεται η επιχειρηματικότητα, η τεχνολογική ανάπτυξη, η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων και η περιφερειακή συνοχή και προωθούνται η πράσινη οικονομία, η αποτελεσματική λειτουργία των διαθέσιμων υποδομών και η αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού της χώρας. Μετά συγκρίνουμε την λειτουργία των Μικρομεσαίων επιχειρήσεων της Ελλάδας και της Ε.Ε ώστε να έχουμε μια εικόνα σχετικά με τις δυσμενείς συνθήκες που λειτουργεί η μικρομεσαία επιχειρηματικότητα στη χώρα μας. Στην συνέχεια αναλύονται οι επιπτώσεις της κρίσης στις Επιχειρήσεις καθώς και τα προβλήματα της Ευρωζώνης με αντίκτυπο στη Ελλάδα. Πώς η Ελλάδα και άλλες χώρες του Νότου ήταν καταδικασμένες από την αρχή. Εν συνέχεια αναφέρουμε το δρόμο προς τη κρίση τα τελευταία έτη από την Δραχμή και το Ευρώ έως τα μνημόνια.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρατίθεται η μεθοδολογία και ο σχεδιασμός της έρευνας με βάση τους στόχους και τους σκοπούς της έρευνας. Παραθέτουμε πως επιλέξαμε και διατυπώσαμε τις ερωτήσεις και το ερωτηματολόγιο γενικά, την επιλογή του δείγματος τη έρευνας για τις επιχειρήσεις των κλάδων που επιλέξαμε. Στη συνέχεια αναφέρουμε τον τρόπο που θα αναλύσουμε τα δεδομένα του δείγματος με τη χρήση προγράμματος στατιστικών αναλύσεων και αναφέρουμε τους περιορισμούς που συναντήσαμε στο σχεδιασμό της έρευνας.

Στο τέταρτο κεφάλαιο γίνεται η ανάλυση των επιλεγμένων απαντήσεων των ερωτηματολογίων. Για την ανάλυση αυτή χρησιμοποιήσαμε το πρόγραμμα στατιστικών αναλύσεων IBM SPSS Statistics 21 για την ασφαλή εξαγωγή συμπερασμάτων και αναλύονται με χρήση μη παραμετρικού τεστ οι επιδράσεις θεσμικών παραγόντων σε σχέση με την εκτίμηση των μικρομεσαίων επιχειρηματιών για αλλαγή της κατάστασης.

Στο πέμπτο κεφάλαιο γίνεται μια υπενθύμιση των στόχων και σκοπών της εργασίας και παρατίθενται τα συμπεράσματα από την πρωτογενή έρευνα που διενεργήθηκε, όσον αφορά την κατάσταση που βρίσκονται οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις σήμερα. Τέλος γίνονται κάποιες προτάσεις για τις ΜΜΕ και για το κράτος που μπορούν να συμβάλλουν στη βελτίωση των συνθηκών που επικρατούν σήμερα στην αγορά.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

2.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Αρχικά στην ενότητα 2.2 δίνεται ο ορισμός και τα χαρακτηριστικά της μικρομεσαίας επιχείρησης. Επίσης βλέπουμε την επιχείρηση να χωρίζεται σε δυο μορφές, την νομική που είναι ατομική και την εταιρική που διαφοροποιείται ανάλογα με τη σύστασή της.

Στην ενότητα 2.3 αναπτύσσουμε την πρόσφατη νομοθεσία για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις-τον αναπτυξιακό νόμο 3908/2011. Είναι ο τρέχων νόμος για τις κρατικές ενισχύσεις των επενδυτικών σχεδίων σε ολόκληρη την Ελλάδα. Βλέπουμε το σκοπό αυτού του νόμου και πως οι επιχειρήσεις μπορούν να επωφεληθούν από αυτόν.

Στην ενότητα 2.4 μελετάμε τα στοιχεία μιας πρόσφατης έρευνας στην Ελλάδα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στα πλαίσια του small business act που με βάση αυτής βλέπουμε τα μεγαλύτερα προβλήματα του ελληνικού κράτους. Όπου αυτά τα προβλήματα μαζί με την συνεχιζόμενη πολιτική της λιτότητας έχουν αρνητικά αποτελέσματα στην οικονομία και τις επιχειρήσεις.

Στην ενότητα 2.5 αναλύουμε τις επιπτώσεις της κρίσης στις επιχειρήσεις, με αποτέλεσμα οι επενδύσεις να ακολουθούν μια πτωτική πορεία και οι επενδυτές να επηρεάζονται αρνητικά από τις πληροφορίες που λαμβάνουν από τις αγορές. Η πτώση των αγορών είναι γενική αλλά στην Ελλάδα ήταν πιο ισχυρή.

Στην ενότητα 2.6 παρατίθενται στοιχεία για την κρίση και την Ελληνική αγορά (οικονομία) τα τελευταία έτη. Βλέπουμε το δρόμο που ακολούθησε το κράτος την πορεία του έως τώρα και ύστερα στο πως να ξεφύγει από τον κίνδυνο χρεοκοπίας και το πως καταφεύγει στο (IMF) Διεθνές Νομισματικό Ταμείο. Και τέλος από τα πακέτα οικονομικών μέτρων έως το μνημόνιο.

Εν κατά κλείδι στην ενότητα 2.7 εξετάζουμε πως ήταν η Ελληνική οικονομία και οι επιχειρήσεις πριν (με Δραχμές) και μετά το Ευρώ. Κάνουμε μια ιστορική αναδρομή για την Δραχμή πως ήταν η ισοτιμία της απέναντι σε άλλα νομίσμα και ύστερα την υποτίμηση της. Το λόγο που μπήκαμε στο Ευρώ και το όφελος που είχαμε. Και τέλος αποφασίσαμε να παραθέσουμε τα προβλήματα της Ευρωζώνης με αντίκτυπο στην Ελλάδα, τα προβλήματα που εμφάνισε το ευρώ, προβλήματα τα οποία δεν φάνηκαν από την αρχή και πλήγουν τις χώρες του νότου όπως την Ελλάδα, Ισπανία και Ιταλία που υπερχρεώθηκαν και οι βιομηχανίες τους αποδυναμώθηκαν.

2.2 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΚΑΙ ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΠΩΣ ΕΠΗΡΕΑΖΕΙ ΑΥΤΕΣ Η ΚΡΙΣΗ ΧΡΕΟΥΣ

Ο ορισμός και τα χαρακτηριστικά της μικρομεσαίας επιχείρησης

Η μικρομεσαία επιχείρηση και η επιχείρηση σε μια γενικότερη μορφή , για να μπορέσουμε να χρησιμοποιήσουμε έναν ευρύτερα αποδεκτό όρο, είναι η ποριστική οικονομική μονάδα που αποτελεί αυτοτελή και υπεύθυνη οργάνωση παραγωγικών συντελεστών και διαχείρισης συναλλαγών με επιδίωξη το μέγιστο δυνατό κέρδος. Αυτός ο ορισμός είναι "συγγενής" με τον **ορισμό της οικονομικής αρχής**. Το κέρδος για να είναι εφικτό και πραγματικό, θα πρέπει να είναι πάντα μεγαλύτερο της αντίστοιχης συνήθους αμοιβής της διοικητικής ή εκτελεστικής εργασίας που επιτελείται στην επιχείρηση. Η επιχείρηση έχει νομική μορφή που είναι η ατομική, η οποία είναι η απλούστερη μορφή επιχειρήσης, και η εταιρική που διαφοροποιείται ανάλογα με τη σύστασή της σε: **i.** Ο.Ε. (Ομόρρυθμη Εταιρία), **ii.** Ε.Ε. (Ετερόρρυθμη Εταιρία), **iii.** Ε.Π.Ε. (Εταιρία Περιορισμένης Ευθύνης), **iv.** Α.Ε. (Ανώνυμη Εταιρία) **v.** Α.Ν.Ε. (Ανώνυμη Ναυτιλιακή Εταιρία), Συναιτερισμός, Συμπλοιοκτησία. Η επιχείρηση εκτός από τη νομική της μορφή διακρίνεται και από το μέγεθός της σε: **i.** Μικρή, **ii.** Μεσαία, **iii.** Μεγάλη και επιχείρηση κολοσσός. Οι μικρομεσαία επιχείρηση (ΜΜΕ) αναφέρεται όχι ως μια εδιάμεση κατηγορία των δύο πρώτων, αλλά ως ένα "αθροιστικό σύνολο" των κατηγοριών αυτών για λόγους ανάπτυξης και ένταξής τους σε προγράμματα επιχορηγήσεων.¹ Σύμφωνα με τη Σύσταση 2003/361 της Ευρωπαϊκής Επιτροπής η μικρομεσαία επιχείρηση περιλαμβάνει ομάδες επιχειρησέων ανάλογα με το μέγεθός τους και συγκεκριμένα τα παρακάτω είδη:

- ✓ Πολύ μικρή επιχείρηση
- ✓ Μικρή επιχείρηση
- ✓ Μεσαία επιχείρηση (www.europa.eu)

Τα χαρακτηριστικά του κάθε είδους σύμφωνα με τη Σύσταση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής είναι τα εξής:

Η πολύ μικρή επιχείρηση αποτελείται από τα εξής χαρακτηριστικά:

- ✓ Ο αριθμός των εργαζομένων είναι μικρότερος από 10 άτομα.
- ✓ Ο κύκλος εργασιών είναι μικρότερος ή ίσος των 2εκ.€ ή ο συνολικός ισολογισμός μικρότερος ή ίσος των 2εκ.€

Η μικρή επιχείρηση αποτελείται από τα εξής χαρακτηριστικά:

- ✓ Ο αριθμός των εργαζομένων είναι μικρότερος των 50 ατόμων.
- ✓ Ο κύκλος εργασιών είναι μικρότερος ή ίσος των 10εκ.€ ή ο συνολικός ισολογισμός μικρότερος ή ίσος των 10εκ.€

Η μεσαία επιχείρηση έχει τα παρακάτω χαρακτηριστικά:

- ✓ Ο αριθμός των εργαζομένων είναι μικρότερος των 250 ατόμων.
- ✓ Κύκλος εργασιών μικρότερος ή ίσος με 50εκ.€ ή συνολικός ισολογισμός μικρότερος ή ίσος με 50εκ.€ (www.europa.eu)

Οι επιχειρήσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της χώρας μας ως κράτος μέλος κατ'επέκταση εμπίπτουν στον ορισμό αυτό των επιχειρήσεων και τους συστήνεται χωρίς δέσμευση η εφαρμογή του ορισμού και η συμμετοχή τους σε κοινοτικά προγράμματα και κοινοτικές πρωτοβουλίες (www.eurpora.eu)

Σε σχέση με την Ελλάδα ο ορισμός της Ευρωπαϊκής Επιτροπής εφαρμόζεται κατά κόρον για διάφορους λόγους. Η Ελλάδα, όπως και κάθε άλλη ευρωπαϊκή χώρα, είναι χώρα που ως επί το πλείστον δραστηριοποιούνται μικρομεσαίες επιχειρήσεις οποιασδήποτε νομικής μορφής (ατομική, ΟΕ, ΕΕ, ΑΕ, ΕΠΕ).

Σύμφωνα με τα πρόσφατα διαθέσιμα στοιχεία της Ελληνικής Στατιστικής Υπηρεσίας (ΕΛΣΤΑΤ 2013) ο τομέας του εμπορίου στη χώρα μας απαρτιζόταν συνολικά από 305.724 επιχειρήσεις όλων των νομικών μορφών, οι οποίες αντιστοιχούσαν στο 35,4% του συνόλου των ελληνικών επιχειρήσεων. Ο μεγαλύτερος κλάδος ύπαρξης μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα είναι το εμπόριο και συγκεκριμένα το λιανικό εμπόριο. Αξίζει να τονίσουμε ότι το πλήθος των πολύ μικρών επιχειρήσεων αντιστοιχεί στο 96% του συνόλου των εμπορικών επιχειρήσεων και στο 80% του συνόλου των απασχολούμενων στο εμπόριο. Η Ελλάδα, που ταλανίζεται από την οικονομική κρίση, έχει πληγεί σημαντικά στον συγκεκριμένο τομέα. Το διαθέσιμο εισόδημα έχει υφίσταται μειώσεις κάθε χρόνο, η πιστωτική επέκταση επιβραδύνεται, η ανεργία έχει αυξηθεί σημαντικά τοποθετώντας τη χώρα μας στην πρώτη πεντάδα των χωρών της ευρωζώνης και η συγκράτηση των καταναλωτών, επηρεάζει τον κλάδο οδηγώντας σε μείωση της ιδιωτικής κατανάλωσης.³

2.3 Η ΠΡΟΣΦΑΤΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ-Ο ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΝΟΜΟΣ 3908/2011

Αναπτυξιακός νόμος 3908/2011

Ο νόμος του ελληνικού κράτους 3908/2011 (ΦΕΚ Α' 8/01-02-2011) «Ενίσχυση ιδιωτικών επενδύσεων για την οικονομική ανάπτυξη, την επιχειρηματικότητα και την περιφερειακή συνοχή», είναι ο τρέχων νόμος για τις κρατικές ενισχύσεις των επενδυτικών σχεδίων σε ολόκληρη την Ελλάδα, λόγος που συχνά αναφέρεται και ως ο νέος αναπτυξιακός νόμος. Πρόκειται για τον πιο πρόσφατο νόμο και οι νόμοι που προηγήθηκαν είναι οι: 2601/98, 1892/90, 1262/82 και 3299/04.

Παρατηρούμε ότι από την ένταξη της χώρας μας στην (τότε) Ε.Ο.Κ., 'έχουν εκδοθεί πέντε αναπτυξιακοί νόμοι, ενώ στο μεσοδιάστημα μεταξύ των εκδόσεων νέων αναπτυξιακών νόμων ψηφίστηκαν τροποποιητικοί νόμοι, όπως για παράδειγμα ο Ν. 3522/06, τροποποιητικός του 3299/04.

Σκοπός του παρόντος νόμου είναι η προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης της χώρας με τη διαμόρφωση καθεστώτων ενίσχυσης των επενδύσεων, με τα οποία βελτιώνεται η επιχειρηματικότητα, η τεχνολογική ανάπτυξη, η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων και η περιφερειακή συνοχή και προωθούνται η πράσινη οικονομία, η αποτελεσματική λειτουργία των διαθέσιμων υποδομών και η αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού της χώρας

Σύμφωνα με το νέο αναπτυξιακό νόμο, η χώρα χωρίζεται σε 3 ζώνες και οι επιχειρήσεις διακρίνονται σε 4 κατηγορίες ανάλογα με το μέγεθός τους. Το ποσοστό ενίσχυσης κάθε επενδυτικού σχεδίου εξαρτάται από το μέγεθος της επιχείρησης και τον τόπο υλοποίησής του. Ανάλογα με την περίπτωση δύναται να φτάνει το 50% του συνολικού προϋπολογισμού του επενδυτικού σχεδίου. Ο νόμος περιλαμβάνει τέσσερα είδη ενισχύσεων.

Πίνακας 2.1: Ποσά και ποσοστά συγχρηματοδότησης *

ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΥΠΟΒΟΛΗΣ	1-30 ΑΠΡΙΛΙΟΥ & 1-31 ΟΚΤΩΜΒΡΙΟΥ ΚΑΘΕ ΕΤΟΥΣ	
ΕΛΑΧΙΣΤΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΑΝΑ ΜΕΓΕΘΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	ΠΟΛΥ ΜΙΚΡΕΣ	200.000€
	ΜΙΚΡΕΣ	300.000€
	ΜΕΣΑΙΕΣ	500.000€
	ΜΕΓΑΛΕΣ	1.000.000€
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΟ ΣΧΗΜΑ	ΙΔΙΩΤΙΚΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ	25%

ΕΡΓΟΥ	ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΔΑΝΕΙΟ	25%-60%
	ΔΗΜΟΣΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ	15%-50%

Πηγή: www.taxprofit.gr

Μορφή της επιχείρησης

Επιλέξιμες μορφές επιχειρήσεων θεωρούνται οι συνεταιρισμοί και οι εμπορικής μορφής επιχειρήσεις (Α.Ε., ΕΠΕ, ΟΕ,ΕΕ). Οι προσωπικές επιχειρήσεις (ατομικές) θεωρούνται επιλέξιμες όταν τα επενδυτικά τους σχέδια είναι ύψους κάτω των 300.000€

Προϋπολογισμός κάθε πρότασης

Ο ελάχιστος προϋπολογισμός ανά υποβαλλόμενο επενδυτικό σχέδιο εξαρτάται από το μέγεθος της επιχείρησης:

*Για μεγάλες επιχειρήσεις στο ποσό του 1.000.000€

*Για μεσαίες επιχειρήσεις στο ποσό των 500.000€

*Για μικρές επιχειρήσεις στο ποσό των 300.000€

*Για πολύ μικρές επιχειρήσεις στο ποσό των 200.000€

Ειδικά για την κατηγορία των επενδυτικών σχεδίων γενικής επιχειρηματικότητας το ελάχιστο ύψος επένδυσης ορίζεται στο ήμισυ των προαναφερόμενων κατά περίπτωση ποσών.

Ποσοστά ενισχύσεων

Τα μέγιστα ποσοστά εξαρτώνται από το είδος της επιχείρησης και τον τόπο υλοποίησης. Πιο συγκεκριμένα εξαρτώνται από τα όρια του εγκεκριμένου Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων (Χ.Π.Ε.) σε συνδυασμό με:

1. Τη ζώνη
2. Το νομό
3. Το μέγεθος της επιχείρησης

Αξιολόγηση

Αναγκαίες προϋποθέσεις αξιολόγησης κάθε επενδυτικού σχεδίου είναι η συμφωνία της αίτησης υπαγωγής και του επενδυτικού σχεδίου με τους όρους του παρόντος νόμου και του κανονιστικού πλαισίου, η φερεγγυότητα του επενδυτικού φορέα και η δυνατότητα του επενδυτικού φορέα διάθεσης των ιδίων κεφαλαίων για την κάλυψη της ίδιας συμμετοχής του στην επένδυση.

2.4 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΤΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΣΤΗΝ Ε.Ε.

Η επίκαιρη έρευνα της Ε.Ε. για τις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ) στην Ελλάδα 2003-2010 Small and Medium sized performance review στα πλαίσια του Small Business Act δείχνει ξεκάθαρα τις δυσμενείς συνθήκες που λειτουργεί η μικρομεσαία επιχειρηματικότητα στη χώρα μας.

Με βάση τα στοιχεία της έρευνας τα μεγαλύτερα προβλήματα του ελληνικού κράτους είναι η γραφειοκρατία, η έλλειψη χρηματοδότησης, το πολύπλοκο και δαιδαλώδες θεσμικό και κανονιστικό πλαίσιο και οι μεγάλες καθυστερήσεις που καταγράφονται στις πληρωμές από το δημόσιο αλλά και από τις επιχειρήσεις μεταξύ τους. Το μεγάλο δημοσιονομικό πρόβλημα της χώρας σε συνδυασμό με την ύφεση δεν γίνεται να σταματήσουν αν δεν γίνει επανεκκίνηση της οικονομικής και επενδυτικής δραστηριότητας των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, που αποτελούν τη ραχοκοκκαλιά της πραγματικής οικονομίας στην Ελλάδα και στην Ευρώπη. Στην Ελλάδα με τη συνεχιζόμενη πολιτική λιτότητας που ακολουθείται, δηλαδή την υπερφορολόγηση, έχει ως αποτέλεσμα την αποψίλωση και συρρίκνωση των εισοδημάτων, που συνεπάγεται την μείωση της κατανάλωσης. Αυτό σε συνδυασμό με τα παραπάνω προβλήματα του κράτους καθιστά εξαιρετικά αμφίβολη την προοπτική της επενδυτικής δραστηριότητας και πρωτοβουλίας τόσο από το εξωτερικό, όσο και από το εσωτερικό με τις μεσαίες επιχειρήσεις να αδυνατούν να κινηθούν, όπως επιβεβαιώνεται και από την πολύ μικρή απορρόφηση των επενδυτικών προγραμμάτων του ΕΣΠΑ. (www.europa.eu) Η σημαντικότερη διαφορά που προκύπτει από την έρευνα είναι ότι στην χώρα μας σε αντίθεση με την Ε.Ε., οι ΜΜΕ όχι μόνο δεν χαίρουν εκτίμησης, αλλά τείνουν να στοχοποιούνται από την κυβέρνηση ως αποκλειστικά υπεύθυνες για την φοροδιαφυγή, τη διαφθορά των κρατικών ελεγκτικών μηχανισμών ακόμα και για τις συνέπειες της κρίσης χρέους. Με το κλίμα λοιπόν εις βάρος τους οι Έλληνες μικρομεσαίοι επιχειρηματίες νοιώθουν αβοήθητοι στη δίνη της κρίσης χρέους. Η δραματική επιδείνωση της οικονομικής ζωής των Ελλήνων θα διαρκούσε όπως αρχικά είχε προβλεφθεί τουλάχιστον μια τετραετία με εξαιρετικά επώδυνες συνέπειες, όμως τα μέτρα της Τρόικα θα συνεχίζουν να δημιουργούν μέχρι το 2015 βαθιά ύφεση, λουκέτα και απώλειες θέσεων εργασίας που οδηγούν σε αύξηση της ανεργίας. Η αγωνία όλων των Μικρομεσαίων επιχειρήσεων σήμερα είναι καταρχήν πως θα αποφύγουν το λουκέτο, αλλά και εάν ακόμα επιβιώσουν είναι αμφίβολο εάν θα μπορέσουν τελικά να ανακάμψουν με τη σκληρή φορολόγηση και την συνέχιση της πολιτικής της κυβέρνησης σχετικά με εργασιακά ζητήματα.

1. Στοιχεία για πλήθος επιχειρήσεων και την απασχόληση σε αυτές

- Η απασχόληση στις ελληνικές επιχειρήσεις είναι λίγο χαμηλότερα από το 110 σε Ελλάδα και Ε.Ε., ενώ οι ΜΜΕ απασχολούν πάνω από το 85% του εργατικού δυναμικού (πολύ παραπάνω από το Μ.Ο. της Ε.Ε.)
- Ο αριθμός των ΜΜΕ στην Ελλάδα με βάση το 100 ανέρχεται στο 93 έναντι 112 στην Ε.Ε., ενώ η προστιθέμενη αξία της μικρομεσαίας επιχείρησης στην Ελλάδα υποχωρεί συνεχώς όσο μειώνεται ο αριθμός των ΜΜΕ και έχει πέσει στο 110 έναντι 120 στην Ε.Ε.
- Η συμμετοχή του κλάδου των ΜΜΕ στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας ανέρχεται στο 35,3% σε σχέση με το 21,8% των λοιπών χωρών της Ε.Ε. Συγκρίνοντας το 2003 με το 2010 οι είναι λιγότερες κατά 30.000 με απώλεια 135.000 θέσεων εργασίας, συγκρίνοντας το 2010 με το 2011 έχουμε 68.000 λιγότερες ΜΜΕ, ενώ συγκρίνοντας το 2011 με το 2013 53.000 ΜΜΕ χάθηκαν. Το 2013 ο αριθμός των ΜΜΕ ήταν 654.000 έχοντας χαθεί πάνω από 200.000 μέσα σε βάθος δεκαετίας και οι εργαζόμενοι στις ΜΜΕ ήταν 1.170.000, έχοντας χαθεί 800.000 θέσεις εργασίας.
- Το εννιάμηνο του 2011 χάθηκαν 67.000 θέσεις εργασίας, ενώ οι απολύσεις έφτασαν τις 27.000 εμφανίζοντας αύξηση κατά 55%.
- Το 2013 έβαλαν «λουκέτο» 15.000 μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και χάθηκαν 42.000 θέσεις εργασίας.
- Το 2012 πάνω από 450.000 άτομα που αντιστοιχούν στο 6,5% του ενεργού πληθυσμού (ηλικίες 18-64 ετών) βρισκόταν σε φάση εκκίνησης επιχειρηματικής δραστηριότητας. Το ποσοστό αυτό είναι σημαντικά χαμηλότερο από το 8% που είχε καταγραφεί το 2011 για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων.
- Οι μεγάλες επιχειρήσεις δημιουργούν μόλις το 14% των θέσεων απασχόλησης στην Ελλάδα, ενώ ο αντίστοιχος Μ.Ο. της Ε.Ε. είναι 33%.
- Οι ελληνικές Μμε απασχολούν κατά μέσο 2,9 άτομα αριθμός αισθητά μικρότερος σε σχέση με τον Μ.Ο. της Ε.Ε., ο οποίος είναι 4,2 άτομα ανά επιχείρηση.
- Οι Μμε παροχής υπηρεσιών στην Ελλάδα σε όρους πλήθους επιχειρήσεων, είναι σαφώς μικρότερες από τον Μ.Ο. της Ε.Ε. (34% έναντι 44%). Τα ίδια περίπου δεδομένα με τα παραπάνω ισχύουν, αναφορικά με την απασχόληση και την προστιθέμενη αξία και στον τομέα των υπηρεσιών. Από την άλλη πλευρά οι ελληνικές ΜΜΕ που δραστηριοποιούνται στον τομέα του εμπορίου είναι αναλογικά περισσότερες από τον Μ.Ο. της Ε.Ε. (42% έναντι 31%).(www.europa.eu)

2. Φορολογικά στοιχεία

Τα στοιχεία φορολόγησης των ΜΜΕ στην Ελλάδα δείχνουν ότι αθροιστικά από άμεσους και έμμεσους τακτικούς ετήσιους φόρους αλλά και από αναδρομικές και έκτακτες εισφορές προκύπτει μία επιβάρυνση που κυμαίνεται από 48% έως 53%, ενώ στην Ε.Ε. η φορολογία δεν ξεπερνά στο 33%. Εδώ καλό είναι να αναφερθεί ότι σε περίπτωση οφειλής του κράτους σε μια επιχείρηση δεν υπάρχει δυνατότητα συμψηφισμού μεταξύ φορολογικών αξιώσεων του δημοσίου και των επιχειρήσεων για ποσά άνω των 30.000€(www.europa.eu)

3. Επιχειρηματικότητα

- Ενώ ο ρυθμός δημιουργίας των Μμε στην Ελλάδα είναι σχεδόν παρεμφερής με αυτόν του Μ.Ο. της Ε.Ε. (14% σε Ελλάδα και 12% σε Ε.Ε.), το μερίδιο των επιχειρηματιών που εκμεταλεύτηκαν τις κατάλληλες ευκαιρίες για να ανοίξουν μία επιχείρηση είναι σαφώς υποδεέστερο από εκείνο του Μ.Ο. των χωρών της Ε.Ε. (39% σε σχέση με το 55%). Αυτό το στοιχείο υπονοεί πως ένα πολύ μεγάλο ποσοστό των ελλήνων επιχειρηματιών έχουν οδηγηθεί στο άνοιγμα της επιχείρησής τους λόγω ανάγκης και έλλειψης άλλων εναλλακτικών – προοπτικών.
- Η προώθηση – διαφήμιση της επιχειρηματικότητας από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης είναι περιορισμένη στην Ελλάδα (34,5%) σε σχέση με τις λοιπές χώρες της Ε.Ε. (51,35%).

4. Προτεραιότητα στη Μικρή και Μεσαία επιχείρηση

Παρόλο που το σύστημα έκδοσης αδειών και αδειοδοτήσεων στην Ελλάδα προσεγγίζει εκείνο του Μ.Ο. των χωρών της Ε.Ε. η επιβάρυνση από τις ισχύουσες κυβερνητικές ρυθμίσεις μαζί με την ανεπαρκή έως ανύπαρκτη πρόοδο στην απλοποίηση των κανόνων και των διαδικασιών τοποθετούν την Ελλάδα σε δυσχερή θέση σε σχέση με άλλες χώρες της Ε.Ε. (www.europa.eu)

5. Κρατική – Διοικητική ανταπόκριση

- Οι ημέρες που απαιτούνται για να λειτουργήσει μια ελληνική επιχείρηση είναι 19 έναντι 14 στην Ε.Ε. και σε αυτό έχει βοηθήσει τον τελευταίο χρόνο η ενεργοποίηση του one stop shop στα επιμελητήρια.
- Το κόστος που είναι απαραίτητο ώστε να δημιουργηθεί ένα εταιρικό σχήμα φτάνει το 21% (ως προς το κατά κεφαλήν εισόδημα) έναντι 5,5% στην Ε.Ε.
- Η απαιτούμενη καταβολή ελάχιστου κεφαλαίου στην Ελλάδα είναι στο 22,3% (ως προς το κατά κεφαλήν εισόδημα) έναντι 18,76% στον Μ.Ο. των χωρών της Ε.Ε.
- Το απαιτούμενο κόστος μεταβίβασης περιουσίας (% ως προς την περιουσιακή αξία) είναι 12,7% στην Ελλάδα σε αντίθεση με την Ε.Ε. όπου κυμαίνεται στο 4,68%.
- Για να κλείσει οριστικά μια επιχείρηση στην Ελλάδα χρειάζεται 2 χρόνια με κόστος περίπου 9% και είναι τα μόνα στοιχεία που ταυτίζονται με τον Μ.Ο. της Ε.Ε., με την προϋπόθεση ότι στην Ευρώπη ακολουθούν συγκεκριμένη πτωχευτική διαδικασία, ενώ στην Ελλάδα απλώς κατεβάζουν ρολά και συνεχίζουν να οφείλουν εισφορές με πρόστιμα και προσαυξήσεις επίχριστο.
- Η διαθεσιμότητα των 8 βασικών κρατικών υπηρεσιών οι οποίες παρέχουν βοήθεια στις ελληνικές επιχειρήσεις μέσω της χρήσης του διαδικτύου (ηλεκτρονική εξυπηρέτηση των ελληνικών επιχειρήσεων), είναι αρκετά περιορισμένη στην πατρίδα μας σε σχέση με τις λοιπές χώρες της Ε.Ε. (62,5 έναντι 89,35). Σε αυτόν τον τομέα η Ελλάδα καταγράφει τη χειρότερη επίδοση επί του συνόλου των χωρών της Ε.Ε. εξαιτίας κυρίως του υψηλού κόστους τόσο της έναρξης της λειτουργίας των επιχειρήσεων όσο και της μεταβίβασης των περουσιακών στοιχείων, παρόλο που οι λοιποί δείκτες κυμαίνονται στο ίδιο επίπεδο με αυτό του Μ.Ο. των χωρών της Ε.Ε. (www.europa.eu)

6. Κρατική ενίσχυση και κρατικές προμήθειες

- Ο μέσος όρος πληρωμής των επιχειρήσεων από το δημόσιο είναι 65 ημέρες έναντι 25 ημερών στην Ε.Ε.
 - Αναφορικά με την οικονομική σχέση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και του δημοσίου το μερίδιο των μικρομεσαίων στη συνολική αξία των κρατικών συμβολαίων είναι 31% στην Ελλάδα και 38% στην Ευρωπαϊκή Ένωση, ενώ η ηλεκτρονική διαθεσιμότητα των προκηρύξεων κρατικών προμηθειών στην Ελλάδα προσεγγίζει μόλις το 43%, ενώ στην Ε.Ε. το 73%. Τέλος με βάση τα στοιχεία της έρευνας προκύπτει πως η κρατική βοήθεια προς τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα είναι οριακά υψηλότερη (7,6%) από την Ε.Ε. (6,9%).
- Πρόσβαση σε χρηματοδότηση**

- Το ποσοστό μη επιτυχών αιτήσεων από τις ΜΜΕ για παροχή τραπεζικών δανείων ανέρχεται στο 36% στην Ελλάδα, ενώ αντίθετα στις άλλες χώρες της Ε.Ε. το ποσοστό αυτό υπολογίζεται στο 23%.
- Ο μ.ο. εξόφλησης συναλλαγών μεταξύ επιχειρήσεων στην Ελλάδα είναι περίπου 107 ημέρες έναντι 54 ημερών στην Ε.Ε.
- Οι επενδύσεις υψηλού επιχειρηματικού ρίσκου είναι ιδιαίτερα περιορισμένες στη χώρα μας (0,002%) σε σχέση με τις υπόλοιπες χώρες (0,014%), ενώ τα πιστωτικά ιδρύματα διακατέχονται από μια έντονη επιφύλαξη στη χορήγηση δανείων προς τις ΜΜΕ (38% έναντι 30% στην Ε.Ε.). Το ποσοστό αξιοποίησης ευρωπαϊκών κονδυλίων για τη δημιουργία και ενίσχυση των ΜΜΕ είναι στην Ελλάδα μόλις 6% έναντι 22% στην Ευρωπαϊκή Ένωση. (www.europa.eu)

7. Ενιαία αγορά

- Η Ελλάδα είναι η πρώτη από τις χώρες της Ε.Ε., η οποία παρουσιάζει τόσο μεγάλη καθυστέρηση στην ενσωμάτωση στο εθνικό δίκαιο των οδηγιών που ισχύουν στην Ε.Ε. Η ενσωμάτωση των Κοινοτικών οδηγιών στην ελληνική νομοθεσία αργεί 5 φορές παραπάνω περίπου απ' ό,τι στο μ.ο. των χωρών της Ε.Ε., ενώ πολλές φορές αρκετές από αυτές τις κοινοτικές οδηγίες δεν ενσωματώνονται απόλυτα ή ακόμα χειρότερα καθόλου στην ελληνική νομοθεσία, γεγονός που το πληρώνει η χώρα μας με πολλών εκατομμυρίων ευρώ πρόστιμα.

8. Δεξιότητες και Καινοτομία

Αν και η γενική εικόνα της Ελλάδας στο συγκεκριμένο τομέα συμβαδίζει με αυτήν των υπολοίπων χωρών, υπάρχουν έντονες διακυμάνσεις και αποκλίσεις σε βασικούς δείκτες. Υπάρχει όμως και μια εικόνα που λέει ότι:

- Οι ελληνικές επιχειρήσεις είναι αρκετά δεκτικές στην προώθηση νέων μεθόδων marketing και στην εφαρμογή νέων καινοτόμων πρακτικών (51,29% επί του συνόλου των ΜΜΕ έναντι 39,09% στην Ε.Ε.) καθώς επίσης και στη βελτίωση των εσόδων από τις πωλήσεις τους μέσω υιοθέτησης νέων μεθόδων (26,65% έναντι 13,26%). Παρ' όλα αυτά σημαντική υστέρηση παρατηρείται σε εκείνους τους δείκτες που μετρώνε το επίπεδο των δεξιοτήτων – ικανοτήτων καθώς οι ελληνικές επιχειρήσεις: δε συμμετέχουν σε χρηματοδοτούμενες από την Ε.Ε. έρευνες (9,7% έναντι 20,95% σε πλήθος 100.000 επιχειρήσεων), δεν χρησιμοποιούν ευρέως το διαδίκτυο για την προώθηση των προϊόντων τους (8% έναντι 13%) και δεν πραγματοποιούν αγορές μέσω του διαδικτύου (10% των επιχειρήσεων έναντι 28% στην Ε.Ε.).

- Μεγάλη απόκλιση παρουσιάζεται και στην εκπαίδευση των εταιριών και των υπαλλήλων τους (21% έναντι 58,48% ως προς το σύνολό τους), ενώ και ο ρυθμός συμμετοχής των εργαζομένων σε εκπαιδευτικά προγράμματα απόκτησης νέων δεξιοτήτων είναι εμφανώς χαμηλότερος από αυτόν των υπολοίπων χωρών της Ε.Ε. και της Ευρωζώνης (4,7% σε σχέση με 12,62%).(www.europa.eu)

9. Διεθνοποίηση

- Το μέσο κόστος που απαιτείται για εξαγωγή προϊόντων από τη χώρα μας διαμορφώνεται στα 1.153 δολάρια έναντι 1.043 στην Ε.Ε., ενώ ο απαιτούμενος χρόνος διεκπεραίωσης της διαδικασίας εκτιμάται σε 20 ημέρες έναντι 11,71 ημερών στην Ε.Ε. με αριθμό συνοδευτικών εγγράφων 5 έναντι 4.
- Για τις εισαγωγές προϊόντων το κόστος είναι 1.265 δολάρια έναντι 1.097,64 στις υπόλοιπες ευρωπαϊκές με απαιτούμενο χρόνο 25 ημερών έναντι 12,35 και με απαραίτητα έγγραφα 6 έναντι 5,35.
- Και σε αυτόν τον τομέα η Ελλάδα βρίσκεται πίσω σε σχέση με την Ε.Ε. και κρίνεται επιβεβλημένη η διεθνοποίηση της δραστηριότητας των ΜΜΕ και η ενίσχυση των διεθνών εταιρικών συνεργασιών.

Πίνακας 2.2: Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα

	Αριθμός επιχειρήσεων			Αριθμός εργαζομένων			Προστιθέμενη αξία		
	Ελλάδα		Ε.Ε.-28	Ελλάδα		Ε.Ε.-28	Ελλάδα		Ε.Ε.-28
	Αριθμός	Μερίδιο	Μερίδιο	Αριθμός	Μερίδιο	Μερίδιο	Δις €	Μερίδιο	Μερίδιο
Πολύ μικρές	629.811	96,2%	92,4%	1.130.794	55,2%	29,1%	16	33,1%	21,6%
Μικρές	21.669	3,3%	6,4%	398.503	19,5%	20,6%	11	22,5%	18,2%
Μεσαίες	2.464	0,4%	1,0%	227.832	11,1%	17,2%	8	16,5%	18,3%
ΜΜΕ	653.944	99,9%	99,8%	1.757.129	85,8%	66,9%	34	72,1%	58,1%
Μεγάλες	423	0,1%	0,2%	290.547	14,2%	33,1%	13	27,9%	41,9%
Σύνολο	654.367	100,0%	100,0%	2.047.676	100,0%	100,0%	48	100,0%	100,0%

Πηγή: Ιστότοπος Ευρωπαϊκής Ένωσης (www.europa.eu)

2.5 ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Οι επιπτώσεις της παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης έχουν αφήσει αίσθηση στην πραγματική οικονομία της χώρας μας με απρόβλεπτες εξελίξεις για τη μείωση της ρευστότητας των επιχειρήσεων και ιδιαίτερα των μικρομεσαίων και των νοικοκυριών, την αυξανόμενη ανεργία και την εξαθλίωση των ευπαθών κοινωνικών ομάδων. Όπως ήταν αναμενόμενο, οι επενδύσεις ακολούθησαν μια πτωτική τάση από τα τέλη του 2007. Ως γνωστόν οι επενδυτές επηρεάζονται αρνητικά από τις όποιες πληροφορίες διοχετεύονται στις αγορές, αυτό περνάει στις τάσεις των χρηματιστηρίων και η αντίδρασή τους στις τότε φημολογίες για οικονομική κρίση ήταν άμεση. (Amess K.Girma S, 2009)

Διεθνώς τα χρηματιστήρια σημείωναν μεγάλη κάμψη (από 50-70%) από τη Μόσχα μέχρι τη Βραζιλία. Οι ελληνικές τράπεζες δεν είχαν τα «τοξικά» προβλήματα των μεγάλων ξένων τραπεζών. Και δεν είχαν οι καταθέτες λόγο να ανησυχούν. Χρειάστηκε όμως να ενισχυθεί η κεφαλαιουχική τους επάρκεια και η ρευστότητά τους, ώστε να μπορούν να συνεχίσουν να χορηγούν νέα δάνεια. Αναμφίβολα το 2008 ήταν μια δύσκολη χρονιά για την παγκόσμια οικονομία που διανύει μια από τις δυσκολότερες περιόδους της. Η πτώση στις διεθνείς αγορές κυμαινόταν μεταξύ 35%-65% ενώ μέσα σε 12 μήνες τα διεθνή χρηματιστήρια έχασαν 30 τρισεκατομμύρια δολάρια. Σύμφωνα με στοιχεία της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας ο ετήσιος πληθωρισμός της ζώνης του ευρώ ήταν 0,9% το Φεβρουάριο του 2011 σύμφωνα με προκαταρκτική εκτίμηση της Eurostat έναντι 1,0% τον Ιανουάριο. (www.ecb.int)

Μετά από όλα τα προαναφερθέντα γεγονότα είναι λογικό πως το σύνολο των ελληνικών επιχειρήσεων αντιμετωπίζει πλέον πολλαπλά προβλήματα ένεκα του γενικού αρνητικού οικονομικού περιβάλλοντος. Ο κατασκευαστικός/οικοδομικός τομέας ήδη ασφυκτιά από την κεφαλαιακή στενότητα και την αδυναμία δανεισμού και προσθέτει στις ήδη υπάρχουσες στρατιές ανέργων.

Η ναυτιλία είναι ήδη βυθισμένη σε βαθιά κρίση και η καταβάρθρωση των ναύλων, λόγω συρρίκνωσης της παγκόσμιας ζήτησης, οδηγεί σε παροπλισμό πολλών μεγάλων σκαφών.

Ο τουρισμός βασικός πυλώνας της ελληνικής οικονομίας, με τα προϋπάρχοντα προβλήματα τα οποία είναι χρόνια και τον ελάχιστο βαθμό ανταγωνιστικότητας, έχει δεχτεί ισχυρό πλήγμα από την παγκόσμια και την εγχώρια ύφεση. (www.nsa.gr) Όπως προέκυψε από την έρευνα του IOBE το ποσοστό απώλειας εσόδων των δωδεκαμήνων 2009-2010, 2010-2011, 2011-2012 εξαιτίας της κρίσης εκτιμήθηκε ότι προσέγγισε το 5,5% για τις ελληνικές επιχειρήσεις.

Περισσότερο αρνητική εικόνα παρουσιάζουν επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη βιομηχανία και το εμπόριο (80% των επιχειρήσεων), ενώ δυσμενέστερες εκτιμήσεις διατυπώνουν οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην εμπορία και επισκευή αυτοκινήτων – πώληση καυσίμων (92% των επιχειρήσεων). Αντίθετα, ανθεκτικότερες στην κρίση εμφανίζονταν μέχρι το 2012 οι επιχειρήσεις στους κλάδους της ιδιωτικής υγείας και ιδιωτικής εκπαίδευσης.

2.6 Η ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ (ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ) ΠΡΙΝ 1 ΧΡΟΝΟ, ΠΡΙΝ 3 ΧΡΟΝΙΑ ΚΑΙ ΠΡΙΝ 5 ΧΡΟΝΙΑ

Στα μέσα του 2010 και μετά τις αποκαλύψεις ότι το δημοσιονομικό έλλειμμα της Ελλάδας έκλεισε για το 2009 σε επίπεδα πολύ πάνω από αυτά που θα καθιστούσαν το χρέος βιώσιμο, η ελληνική κυβέρνηση αδυνατούσε να δανειστεί με λογικά επιτόκια από τις αγορές για τη χρηματοδότηση του χρέους. Αποτέλεσμα ήταν ο άμεσος κίνδυνος χρεοκοπίας και στάσης πληρωμών του ελληνικού δημοσίου. Η προσπάθεια της κυβέρνησης να ανακτήσει την αξιοπιστία της χώρας στις διεθνείς αγορές και να πετύχει μείωση των επιτοκίων οδήγησε σε λήψη μέτρων μείωσης των δαπανών, τα οποία δεν κατάφεραν να ανατρέψουν το αρνητικό κλίμα. Κατόπιν αυτού η Ελλάδα κατέφυγε στη βοήθεια του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου (IMF), της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, που συγκρότησαν από κοινού μηχανισμό βοήθειας για την Ελλάδα. Η ανακοίνωση της προσφυγής στο μηχανισμό στήριξης έγινε στις 23 Απριλίου 2010 από τον πρωθυπουργό ο οποίος βρισκόταν εκείνη τη μέρα στο Καστελόριζο. Η χρηματοδότηση από το μηχανισμό στήριξης έγινε υπό τους όρους ότι η Ελλάδα θα λάβει μέτρα δημοσιονομικής προσαρμογής και ειδικότερα, υπό τους όρους ότι θα λάβει μέτρα δημοσιονομικής εξυγίανσης. Με τη χρηματοδότηση από το μηχανισμό αποφεύχθηκε ο άμεσος κίνδυνος χρεοκοπίας της Ελλάδας, που θα είχε πιθανές ανεξέλεγκτες συνέπειες και για όλη τη ζώνη του ευρώ. Τα πρώτα μέτρα ανακοινώθηκαν από τον πρωθυπουργό την Κυριακή 2 Μαΐου 2010. Η ελληνική οικονομία συνέχισε να βρίσκεται σε κατάσταση δημοσιονομικής ανισορροπίας και το επόμενο διάστημα με αποτέλεσμα ένα χρόνο μετά, τον Ιούνιο του 2011, η κυβέρνηση να καταφύγει στην ψήφιση του μεσοπρόθεσμου προγράμματος, που περιελάμβανε νέα μέτρα λιτότητας και περικοπές. Επίσης τέθηκε θέμα αξιοποίησης της δημόσιας περουσίας και αναδιάρθρωσης ή «κουρέματος» του χρέους με σκοπό τη μακροπρόθεσμη μείωση του χρέους σε βιώσιμα επίπεδα.

Στις 3 Μαΐου 2010 η Ελλάδα αιτήθηκε 80δισ€ από τις υπόλοιπες 16 χώρες του Ευρώ και 30δισ€ από το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (ΔΝΤ). Την αίτηση συνόδευσαν 3 συνημμένα μνημόνια:

1. «Μνημόνιο Οικονομικής και Χρηματοπιστωτικής Πολιτικής» (ΜΟΧΠ)
2. «Τεχνικό Μνημόνιο Συνεννόησης» (ΤΜΣ) και
3. «Μνημόνιο Συνεννόησης στις Συγκεκριμένες Προϋποθέσεις Οικονομικής Πολιτικής» (ΣΠΟΠ).

Υπογράφοντες για την ελληνική πλευρά ήταν ο Υπουργός Οικονομικών Γιώργος Παπακωνσταντίνου και ο Πρόεδρος της Τράπεζας της Ελλάδος Γεώργιος Προβόπουλος. Στις 8 Μαΐου 2010 εγκρίθηκε «Σύμβαση Δανειακής Διευκόλυνσης» (Loan Facility Agreement) με τις χώρες του Ευρώ και «Διακανονισμός Χρηματοδότησης Αμέσου Ετοιμότητας» (Stand-by Agreement) με το ΔΝΤ. Το σύνολο αυτών των συμφωνιών ονομάζεται συχνά για συμφωνία «Μνημόνιο».

Στη συνέχεια σχηματίστηκε ομάδα εκπροσώπων της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (ΕΕ), της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας (ΕΚΤ) και του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου (ΔΝΤ),

γνωστή και ως "Τρόϊκα", η οποία ανά τρίμηνο αξιολογεί την πρόοδο του προγράμματος εφαρμογής των όρων του «Μνημονίου» (ΜΟΧΠ και ΣΠΟΠ) και αποφασίζει για την εκταμίευση της αντίστοιχης δόσης του δανείου.

Πρώτο πακέτο οικονομικών μέτρων

Στα τέλη Ιανουαρίου του 2010 ο πρωθυπουργός της χώρας βρισκόταν στο Νταβός της Ελβετίας για το ετήσιο Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ. Στη διάρκειά του δέχτηκε έντονες πιέσεις από ξένους ηγέτες για άμεση λήψη μέτρων. (www.news.kathimerini.gr) Λίγο μετά την επιστροφή του από το Νταβός στις 9 Φεβρουαρίου η κυβέρνηση ανακοίνωσε μέτρα για το δημόσιο τομέα που περιελάμβαναν πάγωμα μισθών, περικοπές επιδομάτων 10%, περικοπές υπερωριών και οδοιπορικών.

Δεύτερο πακέτο οικονομικών μέτρων

Στο επόμενο διάστημα άρχισε να αναφέρεται έντονα το ενδεχόμενο της χρεοκοπίας. Για την αποφυγή του ενδεχομένου η κυβέρνηση έλαβε στις 3 Μαρτίου νέα σκληρα μέτρα. Τα οικονομικά μέτρα που λήφθηκαν ήταν:

- Μείωση 30% στα δώρα Χριστουγέννων, Πάσχα, αδειάς
- Μείωση 12% σε όλα τα επιδόματα του Δημοσίου
- Μείωση 7% στις αποδοχές υπαλλήλων ΔΕΚΟ, ΟΤΑ, ΝΠΙΔ
- Αύξηση ΦΠΑ από 4,5% στο 5%, από 9 στο 10%, από 19 στο 21%
- Αύξηση 15% στο φόρο της βενζίνης
- Επιβολή επιπλέον 10% έως 30% στους (ήδη υπάρχοντες) φόρους εισαγωγής επί της αξίας των περισσότερων εισαγόμενων αυτοκινήτων.
- Επαναφορά τεκμηρίων διαβίωσης σε όλα ανεξαιρέτως τα αυτοκίνητα (είχαν καταργηθεί το Σεπτέμβριο του 2003), ακόμα και στα μικρότερου κυβισμού.
- Επέκταση των τεκμηρίων διαβίωσης σε όλα ανεξαιρέτως τα ακίνητα ακόμα και στα μικρότερα.

Μνημόνιο και τρίτο πακέτο οικονομικών μέτρων

Η Ελλάδα δεν κατάφερε να βελτιώσει τη θέση της στις διεθνείς αγορές παρά τη λήψη των μέτρων, με αποτέλεσμα ενάμιση μήνα μετά να προσφύγει στη βοήθεια του Διεθνούς Νομισματικού Ταμείου, της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας, που συγκρότησαν από κοινού μηχανισμό στήριξης για την Ελλάδα. Η Ελλάδα προχώρησε σε υπογραφή μνημονίου με το ΔΝΤ και την Ε.Ε., για τα μέτρα που πρέπει να ληφθούν, προκειμένου να ενεργοποιηθεί ο μηχανισμός στήριξης. Τα μέτρα που ανακοινώθηκαν προέβλεπαν:

- Αντικατάσταση του 13^{ου} και 14^{ου} μισθού των δημοσίων υπαλλήλων με επίδομα 500€ σε όλους όσους έχουν αποδοχές μέχρι 3.000€ και πλήρης κατάργηση των δύο μισθών για μεγαλύτερες αποδοχές.
- Αντικατάσταση 13^{ης} και 14^{ης} σύνταξης με επίδομα 800€ για συντάξεις έως 2.500€
- Περαιτέρω περικοπή επιδομάτων 8% στα επιδόματα των δημοσίων υπαλλήλων και 3% στους υπαλλήλους των ΔΕΚΟ όπου δεν υπάρχουν επιδόματα.

- Αύξηση του υψηλού συντελεστή ΦΠΑ από 21% σε 23% του μεσαίου από 10% σε 11% (από 1^η Ιουλίου 2010) και αντίστοιχα του χαμηλού στο 6,5% (από 1^η Ιανουαρίου 2011).
- Αύξηση στο ειδικό φόρο κατανάλωσης σε καύσιμα, τσιγάρα και ποτά κατά 10%
- Αύξηση στις αντικειμενικές τιμές ακινήτων
- Πρόσθεση ενός επιπλέον 10% στους φόρους εισαγωγής επί της αξίας των περισσότερων εισαγόμενων αυτοκινήτων.

Ακόμα το νομοσχέδιο προέβλεπε αλλαγές στα εργασιακά με αύξηση του ορίου απολύσεων και μείωση του κατώτατου μισθού. Επιπλέον στο ασφαλιστικό προέβλεπε αύξηση στα όρια ηλικίας συνταξιοδότησης των γυναικών στο δημόσιο τομέα στα 65 χρόνια με έναρξη το 2011(www.istorikathemata.com).

Επαναδιαπραγμάτευση το Μάρτιο του 2011

Στις 12 Μαρτίου 2011 υπήρξε συμφωνία για μείωση του ποσοστού δανεισμού κατά 1 ποσοστιαία μονάδα και επιμήκυνση του χρόνου απόσβεσης στα 7,5 χρόνια.

Το Ευρώ είναι ένα νόμισμα σταθερών συναλλαγματικών ισοτιμιών για τις χώρες που συμμετέχουν σε αυτό. Η δραχμή λειτουργούσε σε ένα σύστημα κυμαινόμενων συναλλαγματικών ισοτιμιών. Η συναλλαγματική ισοτιμία κινείται ελεύθερα βάσει του νόμου της προσφοράς και της ζήτησης του ξένου συναλλάγματος. Η διακύμανση αυτή μπορούσε να γίνει με δύο τρόπους.

1. Ελεύθερη διακύμανση. Οι κεντρικές τράπεζες αφήνουν την τιμή της δραχμής να διολισθαίνει έναντι των άλλων νομισμάτων μέσα στα διεθνή χρηματιστήρια.
2. Διοικητικός καθορισμός. Η ελληνική κυβέρνηση μέσω της Τράπεζας της Ελλάδος μπορούσε να υποτιμήσει την αξία της δραχμής και να καθορίσει μια μικρότερη τιμή σε σχέση με τα άλλα νομίσματα. Αυτό γινόταν σαν ένα μέσο άμυνας, ώστε να γίνεται εξισορρόπηση των ελλειμματικών εμπορικών ισοζυγίων της χώρας όταν οι εισαγωγές υπερέβαιναν τις εξαγωγές. Με τον τρόπο αυτό μπορούσε η χώρα να αμύνεται στην εισβολή ξένων προϊόντων εξαιτίας της προβληματικής ανταγωνιστικότητάς της. Αν τα αγαθά που παράγονται στην Ελλάδα ήταν πολύ ακριβά σχετικά με την ποιότητα τους έναντι των εισαγομένων, με μια υποτίμηση τα προϊόντα αυτά μπορούσαν να γίνουν ελκυστικότερα στα ράφια των καταστημάτων. Με τον τρόπο αυτό επιτυγχάνεται η μείωση της ζήτησης των ξένων προϊόντων με αποτέλεσμα ο όγκος των εισαγωγών να γίνει μικρότερος και να διορθώνονται οι εμπορικές ανισοροπίες. Στο εξωτερικό τα ελληνικά προϊόντα γίνονταν πολύ φθηνότερα και μπορούσαν να εξάγονται ευκολότερα με αποτέλεσμα τη βελτίωση του εμπορικού ισοζυγίου της χώρας.

2.6.1 Η ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Η Ελλάδα βρέθηκε από τη μια μέρα στην άλλη να έχει το ισχυρότερο νόμισμα του κόσμου που έμελε να γίνεται ολοένα και πιο ισχυρό. Για τη διασφάλιση της σταθερότητας των τιμών, το ευρώ έπρεπε να είναι ένα αντιπληθωριστικό, «σκληρό» νόμισμα που περισσότερο θα ανατιμάται παρά θα υποτιμάται. Από τη δραχμή και την πολιτική της διαρκούς ολίσθησης οι Έλληνες κρατούσαν στα χέρια τους ένα νόμισμα που έπρεπε να εδραιωθεί διεθνώς ως ισχυρό νόμισμα. Τα έσοδα που αντλούσε το κράτος από την έκδοση του χρήματος δεν υπάρχουν πια. Ένα ασθενές νόμισμα θα μείωνε την αξία των καταθέσεων, που είναι το ενεργητικό κεφάλαιο των τραπεζών. Με το κεφάλαιο αυτό δίνονται τα δάνεια που μοιράζουν οι τράπεζες. Έτσι επέρχεται μείωση των επενδύσεων και χωρίς επενδύσεις δεν υπάρχει ανάπτυξη. Αυτό είναι αντίθετο από το όραμα της Ευρώπης και ιδίως της Γερμανίας που θέλει ένα περιβάλλον με υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης.

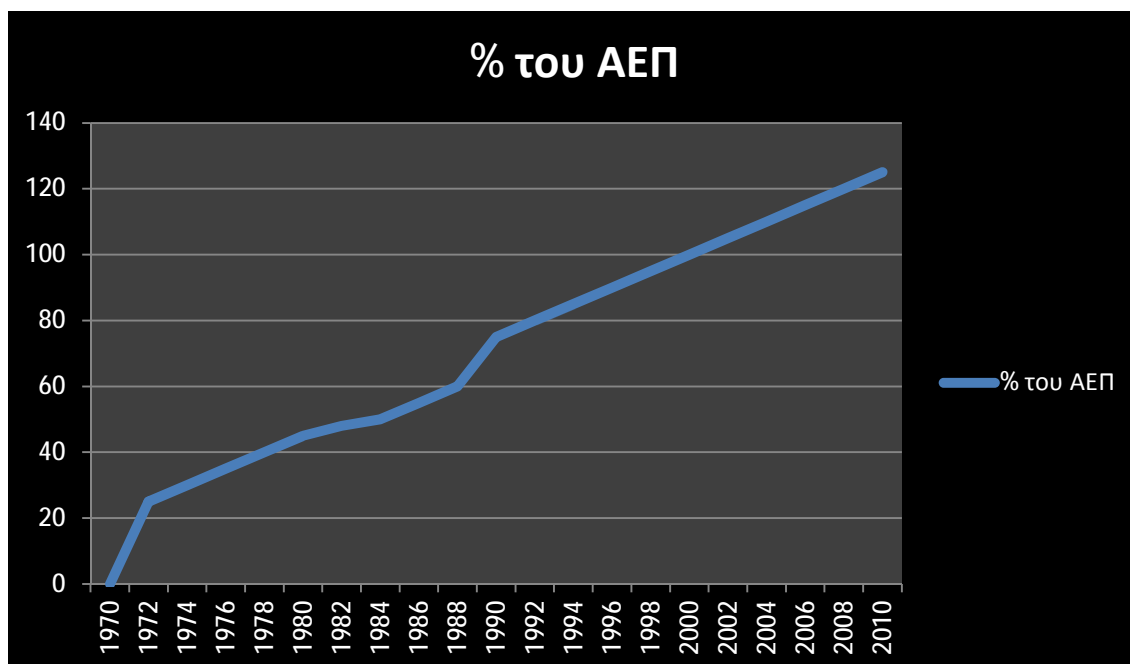
Το ευρώ έπρεπε να αποδείξει ότι αντέχει στο διεθνές περιβάλλον, να εδραιωθεί ως διεθνές ισχυρό νόμισμα και να εκτοπίσει, αν είναι δυνατόν, το δολάριο. Η Ελλάδα λοιπόν γινόταν μια ακριβή χώρα και ταυτόχρονα λιγότερο ανταγωνιστική. Το ευρώ σαν δυνατό και αξιόπιστο νόμισμα είχε ως αποτέλεσμα να δημιουργήσει αρχικά χαμηλά επιτόκια δανεισμού. Οι χώρες που δεν είχαν ισχυρά νομίσματα όπως ήταν οι χώρες του ευρωπαϊκού νότου και ειδικότερα η Ελλάδα, μπορούσαν να δανείζονται πού φθηνότερα απ' ότι πριν. Ο φθηνός δανεισμός είναι ένα οικονομικό ευεργέτημα, αλλά στην περίπτωση της Ελλάδας λειτούργησε αρνητικά. Οι κυβερνήσεις παρασύρθηκαν σε μια κατάσταση υπερδανεισμού με ολέθριες συνέπειες. Η υπερχρεωμένη Ελλάδα οδηγήθηκε σε μια δημοσιονομική κρίση και μια κρίση χρέους. Η αιτία ήταν η μακρόχρονη πορεία ελλειμμάτων στον προϋπολογισμό του κράτους. Η Ελλάδα δεν δημιούργησε ποτέ πλεονάσματα λόγω του ότι χρησιμοποιούσε το μοντέλο του ελλειμματικού προϋπολογισμού με αποτέλεσμα οι προϋπολογισμοί της ήταν πάντα ελλειμματικοί. Το χρέος του ελληνικού κράτους ιστορικά άρχισε από τη σύστασή του.

Οι χρηματοπιστωτικοί οίκοι του Λονδίνου εκχώρησαν το 1824 και 1825 τα περιβόητα «δάνεια της ανεξαρτησίας» με επαχθείς όρους για τους επαναστατημένους Έλληνες. Από το 1923 ως το 1932 τα συνεχή δάνεια από το εξωτερικό αυξάνουν το ανυπέβλητο δημόσιο χρέος ενώ το ισοζύγιο πληρωμών παρά τις όποιες προσπάθειες παραμένει αρνητικό. Την πρωτομαγιά του 1932 ο Ε. Βενιζέλος ανακοινώνει στη βουλή την πτώχευση της Ελλάδας και τη στάση πληρωμών του εξωτερικού χρέους.

Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ τη δεκαετία του '60 η Ελλάδα είχε αρνητικό δημόσιο έλλειμμα - 0,6% του ΑΕΠ και τη δεκαετία του '70 θετικό 1,2% του ΑΕΠ. Οι κυβερνήσεις την περίοδο αυτή παρουσίαζαν προϋπολογισμούς που είχαν σχεδόν ισοσκελισμένες τις δαπάνες με τα έσοδα του κράτους. Το έλλειμμα άρχισε να αυξάνεται κατά τη δεκαετία του 1980 όπου είχε μια μεγάλη αύξηση σε ποσοστό 8,1% του ΑΕΠ επί πρωθυπουργίας Ανδρέα Παπανδρέου. Το έλλειμμα παρέμεινε ψηλό και στην επόμενη δεκαετία με 8,4% του ΑΕΠ ενώ τη δεκαετία του 2000 το δημόσιο έλλειμμα έπεσε στο 5,9% του ΑΕΠ.

Αν οι δαπάνες υπερβούν τα έσοδα τότε τα κράτη πρέπει να προχωρήσουν σε δανεισμό. Τα ψηλά ελλείμματα της δεκαετίας του 1980 οδήγησαν αναπόφευκτα σε μεγάλη αύξηση του δημοσίου χρέους που ανέβηκε στο 26% του ΑΕΠ. Το χρέος συνέχισε να ανεβαίνει και τη δεκαετία του 1990 έφθασε στο 71% τη δεκαετία του 2000 στο 101% και στο 2009 έφθασε στο 115% του ΑΕΠ.

Πίνακας 2.3: Το δημόσιο χρέος



Πηγή: <http://aftercrisisblog.blogspot.gr/2013/02/1960-2011.html>

Η παγκόσμια κρίση που ξέσπασε το 2007 άργησε να φτάσει στην Ελλάδα. Ακόμη και προς το τέλος του 2008 λίγοι ήταν αυτοί που είχαν κατανοήσει τι πραγματικά συνέβαινε στην παγκόσμια οικονομία. Κατά τη διάρκεια του 2009 άρχισε να γίνεται αντιληπτό ότι η πορεία της ελληνικής οικονομίας ήταν ανησυχητική. Αλλά μόνο προς το τέλος του χρόνου έγινε φανερό πόσο κοντά στην καταστροφή βρισκόταν η ελληνική οικονομία. Και από το σημείο που η Ελλάδα παρουσιαζόταν ως ισχυρό μέλος του ευρώ, κατάντησε ο αδύναμος κρίκος της ευρωζώνης και της ευρωπαϊκής ένωσης.

Η κρίση δημοσίου χρέους που ξέσπασε στην Ελλάδα στα τέλη του 2009 οφείλεται κατά βάση στην επισφαλή ενσωμάτωση των περιφερειακών χωρών στην Ευρωζώνη. Οι άμεσες αιτίες της, ωστόσο, βρίσκονται στην κρίση του 2007-2009. Η κερδοσκοπία στον ενυπόθηκο στεγαστικό δανεισμό από αμερικανικά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα και η εμπορία από διάφορες διεθνείς τράπεζες των παράγωγων αξιών που έτσι προέκυψαν, δημιούργησαν μια τεράστια φούσκα κατά την περίοδο 2001-2007 οδηγώντας σε κρίση και ύφεση.

Η κρατική παροχή ρευστότητας και κεφαλαίου την περίοδο 2008-2009 διέσωσε τις τράπεζες, ενώ κρατική δαπάνη εμπόδισε τη χειροτέρευση της ύφεσης. Το αποτέλεσμα όμως στην Ευρωζώνη ήταν η κρίση δημοσίου χρέους που διογκώθηκε από τις δομικές αδυναμίες της νομισματικής ένωσης. Η Ευρωπαϊκή Ένωση αποτελείται από τις χώρες του πυρήνα, όπως είναι η Γερμανία, η Γαλλία, το Βέλγιο και από τις χώρες της περιφέρειας που είναι η Ελλάδα,

η Ισπανία, η Πορτογαλία, η Ιρλανδία. Όταν οι χώρες του πυρήνα ενσωματώθηκαν στην ευρωζώνη με υψηλές ισοτιμίες, αυτό δημιούργησε εξαρχής έλλειμμα ανταγωνιστικότητας στις χώρες της περιφέρειας. Τα πιο αδύναμα κράτη-μέλη δεν μπορούσαν να ανταγωνιστούν τα ήδη δυνατά κι ανεπτυγμένα κράτη του πυρήνα και σιγά σιγά οδηγήθηκαν στο δίπολο ισχυρού βορρά και αδύναμου νότου. Η Ευρωπαϊκή νομισματική ένωση στηρίζεται σε πλήθος συνθηκών και διμερών συμφωνιών, όπως η Συνθήκη του Μάαστριχτ, το Σύμφωνο Σταθερότητας και Ανάπτυξης και η Συνθήκη της Λισσαβόνας. Επίσης στηρίζεται στην Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα η οποία είναι υπεύθυνη για τη νομισματική πολιτική σε ολόκληρη την ευρωζώνη.

Ο συνδυασμός αυτών των θεσμών έχει δημιουργήσει ένα μίγμα νομισματικών και δημοσιονομικών πολιτικών με κοινωνικές επιπτώσεις. Η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα στηρίχθηκε κυρίως στις χώρες του πυρήνα για τη σταθεροποίηση του ευρώ, παρά στις χώρες της περιφέρειας. Έτσι παρόλη τη δημοσιονομική πειθαρχία που επιδιώχθηκε για την αποδοχή του ευρώ ως ενιαίου νομίσματος, επειδή η Ευρωζώνη δε διαθέτει ολοκληρωμένο φορολογικό σύστημα, ούτε μηχανισμούς δημοσιονομικής μεταβίβασης πόρων μεταξύ των περιοχών της, οι δημοσιονομικοί κανόνες δεν εφαρμόστηκαν αυστηρά σε όλα τα κράτη-μέλη.

Όταν η κρίση του 2007-2009 χτύπησε την ευρωζώνη οι διαρθρωτικές αδυναμίες της νομισματικής ένωσης εμφανίστηκαν παίρνοντας τη μορφή κρίσης δημοσίου χρέους, τόσο για την Ελλάδα, όσο και για άλλες περιφερειακές χώρες. Οι δομικές αδυναμίες της ευρωζώνης βγήκαν στο προσκήνιο, γιατί οι θεμελιακές συνθήκες και το Σύμφωνο Σταθερότητας δεν προέβλεπαν μηχανισμούς για διορθωτικές και υποστηρικτικές κινήσεις για τα πιο αδύναμα κράτη – μέλη σε μια περίοδο κρίσης. Παρόλο που η χώρα τέθηκε σε επιτήρηση τα έτη 2006-2007, εξήλθε αυτής με νέο μένος δημοσιονομικής σπατάλης, με αποκορύφωμα τα έτη 2008 και 2009. Υπό το βάρος αυτών των συσσωρευμένων χρεών ήταν νομοτελειακή η χρεοκοπία της χώρας. Η συμμετοχή μας στην ΟΝΕ όχι μόνον δεν οδήγησε στο μονοπάτι της δημοσιονομικής σταθερότητας, αλλά επέτρεψε το χειρότερο αποτέλεσμα. Αντί να υπάρξει δημοσιονομική σταθερότητα και ανάπτυξη, σήμερα υπάρχει ο κίνδυνος εξόδου μας από το ευρώ και επιστροφής στη δραχμή. Αυτό μπορεί να θεωρηθεί το χειρότερο αποτέλεσμα εάν αναλογιστεί κανείς τις προοπτικές και τις φοιδοξίες που υπήρχαν με την είσοδο της Ελλάδας στην ΟΝΕ.

Το κύριο πρόβλημα της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα δεν είναι τόσο ποσοτικό, όσο ποιοτικό. Η κρίση δεν έχει αφήσει κανέναν κλάδο αλώβητο. Όλοι οι τομείς της οικονομίας επηρεάστηκαν, από τον πρωτογενή μέχρι τις μεγάλες βιομηχανίες, άλλοι λιγότερο και άλλοι περισσότερο. Ίσως οι επιχειρήσεις οι οποίες επηρεάστηκαν λιγότερο από την οικονομική κρίση σήμερα, είναι οι πολύ καινοτόμες με έντονα εξαγωγικό χαρακτήρα και προσανατολισμό και την έντονη χρήση της τεχνολογίας.

Οι βασικές επιπτώσεις της κρίσης στην επιχειρηματικότητα το 2010 σε σχέση με το 2009 αφορούν το βαθμό δυσκολίας σχετικά με την ίδρυση και την ανάπτυξη μιας επιχείρησης, τον αριθμό των επιχειρηματικών ευκαιριών και την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης. Είναι σαφής η επιδείνωση του κλίματος για τη δημιουργία μιας νέας επιχείρησης, οι γυναίκες είναι πιο αισιόδοξες από τους άνδρες και οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων έχουν μειωθεί σε σχέση με το 2009. Τα παραπάνω αφορούν στη δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Ότι αφορά την ανάπτυξη των ήδη υφιστάμενων επιχειρήσεων τα 3/5 αντιμετωπίζουν εντονότερες δυσκολίες το 2010 σε σχέση με το 2009. Οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες είναι πιο συγκρατημένοι κι η απαισιοδοξία έχει αυξηθεί. Σε αυτή την περίπτωση οι γυναίκες επιχειρηματίες καταγράφουν εντονότερη απαισιοδοξία από τους άνδρες.

2.7. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΡΙΝ (ΜΕ ΔΡΑΧΜΕΣ) ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΤΟ ΕΥΡΩ

Ιστορικά η δραχμή λειτουργούσε σε ένα διεθνές νομισματικό περιβάλλον σαν φθινό νόμισμα, που μάλιστα συνεχώς έχανε την αξία της. Στην διάρκεια του β' παγκοσμίου πολέμου η δραχμή είχε χάσει τελείως την αξία της. Έκτοτε η ισοτιμία της δραχμής καθορίζεται με βάση το αμερικάνικο δολάριο. Το 1946 ορίστηκε στις 5000 δραχμές, το 1951 η ισοτιμία ορίστηκε στις 15.000 και το 1953 πήγε στις 30.000 δραχμές το ένα δολάριο. Τον Μάιο του 1954 θεσπίστηκε η περικοπή τριών μηδενικών από την τιμή της δραχμής και έτσι η ισοτιμία καθορίζεται στις 30 δραχμές το 1 δολάριο. Την περίοδο 1953-1971 η ισοτιμία της δραχμής διατηρήθηκε αμετάβλητη. Μετά την περίοδο αυτή το διεθνές νομισματικό σύστημα έπαυσε να στηρίζεται στην αρχή των σταθερών ισοτιμιών με συνέπεια την αποδέσμευση όχι μόνο της δραχμής αλλά και πολλών άλλων ευρωπαϊκών νομισμάτων από το δολάριο. Έκτοτε η δραχμή διολισθαίνει έναντι του δολαρίου λόγω της πολιτικής της συνεχούς βαθμιαίας υποτίμησης και έτσι το δολάριο εφθασε στις 88 δραχμές το 1983. Η υποτίμηση όμως αυτή δεν κρίθηκε αρκετή και υποτιμήθηκε από την κεντρική διοίκηση κατά 15,5% τον Ιανουάριο του 1983 και κατά 15% το 1985 με σκοπό την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της εγχώριας παραγωγής στην διεθνή αγορά. Αντιθέτως ένα κοινό νόμισμα καταργεί τις δαπάνες συναλλαγής που οφείλονται στη μετατροπή νομισμάτων. Επίσης διευκολύνεται η σύγκριση των τιμών και των μισθών από τους καταναλωτές των χωρών της Ένωσης. Το κύριο κόστος από την εισαγωγή ενός κοινού νομίσματος που αντιμετωπίζει μια χώρα όταν εισέρχεται σε μια νομισματική ένωση, είναι απώλεια της ανεξαρτησίας της σε θέματα νομισματικής και συναλλαγματικής πολιτικής. Το 2002 το ευρώ έγινε το ελληνικό νόμισμα, και η ελληνική οικονομία απέκτησε το ισχυρότερο νόμισμα του κόσμου. Η ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα έχει το αποκλειστικό δικαίωμα να επιτρέπει την έκδοση τραπεζογραμματίων σε ευρώ. Τα κράτη μέλη μπορούν να εκδίδουν κέρματα σε ευρώ. Η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα και οι εθνικές κεντρικές τράπεζες συγκροτούν το Ευρωπαϊκό Σύστημα Κεντρικών Τραπεζών (ΕΣΚΤ). Η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα και οι Εθνικές κεντρικές τράπεζες των κρατών μελών με νόμισμα το ευρώ συγκροτούν το ευρωσύστημα και ασκούν τη νομισματική πολιτική της Ένωσης.

2.7.1 ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΖΩΝΗΣ ΜΕ ΑΝΤΙΚΤΥΠΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Το ευρώ εμφάνισε πολύ σοβαρά συστημικά προβλήματα που δεν φάνηκαν από την αρχή. Έτσι οι χώρες του νότου όπως η Ελλάδα, η Ιταλία, η Ισπανία είναι σήμερα υπερχρεωμένες με τις βιομηχανίες τους αποδυναμωμένες ή κατεστραμμένες λόγω αύξησης των εισαγωγών. Η ελληνική βιομηχανική παραγωγή μειώθηκε περισσότερο από 30% τα τελευταία 10 χρόνια. Είναι γεγονός ότι με την πολιτική της ευρωζώνης παράγονται ελλείματα στην περιφέρεια και πλεονάσματα στο κέντρο που ευνοούν ουσιαστικά μια και μόνο χώρα που επιθυμεί τη συνέχιση αυτής της οικονομικής πολιτικής.

Πολλοί είναι εκείνοι που πιστεύουν ότι τα δομικά λάθη του ευρώ έγιναν εσκεμμένα με στόχο την κυριαρχία της Γερμανίας στην οικονομία της Ευρώπης. Η Γερμανία σταδιακά άρχισε να μειώνει το κόστος παραγωγής της, μειώνοντας τις αμοιβές των εργαζομένων κατά 25%-30% σε διάστημα 10 ετών. Έτσι η βιομηχανία της έγινε πολύ ανταγωνιστική και η Γερμανία είναι σήμερα η πρώτη εξαγωγική δύναμη. Το χρήμα που εξοικονομήθηκε δόθηκε ως δάνεια μέσω χαμηλών επιτοκίων στα κράτη του νότου για την αγορά καταναλωτικών προϊόντων.

Η νομισματική ένωση δεν αντιμετώπισε καμία σοβαρή κρίση στα πρώτα χρόνια της εφαρμογής της. Τα προβλήματα άρχισαν με την οικονομική κρίση του 2007 που ήταν μια αμερικάνικη κρίση, όπως έγραψε ο Μπορ Άιχενγκριν καθηγητής της Οικονομικής και Πολιτικής Επιστήμης, «Το φαινόμενο που άρχισε με την μορφή κρίσης των επισφαλών δανείων του 2007 και μετατράπηκε σε παγκόσμια πιστωτική κρίση το 2008, μετεξελίχθηκε σε κρίση του Ευρώ το 2009». Η Ελλάδα υπέστη μαζική επίθεση από τους Οίκους Αξιολόγησης και τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης από το 2009 και μετά, τα οποία επηρέασαν τις αγορές και είχαν ως αποτέλεσμα να αυξηθούν τα επιτόκια δανεισμού σε απαγορευτικό επίπεδο και υποχρέωσαν την Ελλάδα να ζητήσει την βοήθεια της Ευρώπης.

Η Ελλάδα χωρίς ικανά στελέχη στα οικονομικά επιτελεία χωρίς ικανότητα χάραξης οικονομικής πολιτικής, και με την εφαρμογή μιας λανθασμένης, άγνωστο αν ήταν και ηθελημένης, οικονομικής πολιτικής παραδόθηκε ανυπεράσπιτη και έπεσε θύμα της παραπάνω περιγραφόμενης στρατηγικής. Επιβλήθηκε με το μνημόνιο ένα πρόγραμμα λιτότητας με αναπτυξιακά μέτρα που ουδέποτε κανείς ασχολήθηκε και ακολούθησε μια φοβερή ύφεση. Η Ελλάδα, εφόσον δεν υπάρχει δυνατότητα εξόδου από το ευρώ πρέπει να έρθει στο σημείο να αναγκαστεί για έξοδο. Στην συνέχεια οι αμφιβολίες των αγορών για τους άλλους αδύναμους κρίκους, Πορτογαλία, Ισπανία, Ιταλία είναι δυνατόν να προκαλέσουν την κατάρρευση των κρατών του Ευρωπαϊκού νότου. Η κρίση στην Αμερική κατέδειξε ότι η οικονομία είναι ντόμινο.

Με άλλα λόγια η οικονομική κατάρρευση της Ελλάδας μπορεί να επηρεάσει σε χρόνο στιγμαίο όλες τις οικονομίες της ευρωζώνης. Αυτό θα σημάνει και το τέλος του ευρώ που μπορεί να συμβεί μόνο αν φτάσει στο σημείο η Γαλλία να μην συμφέρει να μείνει μέσα στο ευρώ. Τα κράτη της Ευρώπης για παράδειγμα δεν μπορούν να δανείζονται με ένα ενιαίο και αδιαίρετο επιτόκιο. Η εισαγωγή ενός κοινού Ευρωπαϊκού ομολογίου που πρότειναν, η κυβέρνηση και η φιλική προς την Ευρώπη αριστερά, θα έλυne ίσως το πρόβλημα αυτό. Αλλά το ευρώ φτιάχτηκε από τους ισχυρούς της Ευρώπης και αυτοί δεν έχουν κανένα τέτοιο πρόβλημα δανεισμού.

Η βασική αιτία είναι το γεγονός ότι ενώ οι χώρες της Ευρωζώνης μοιράζονται την ίδια νομισματική πολιτική που την καθορίζει η Ευρωπαϊκή κεντρική τράπεζα, όμως έχουν πολλές οικονομικές πολιτικές που τις διαμορφώνουν οι ανεξάρτητες κυβερνήσεις τους. Τα κράτη της Ευρώπης για παράδειγμα δεν μπορούν να δανείζονται με ένα ενιαίο και αδιαίρετο επιτόκιο. Σχετικά με τη κρίση στην Ελλάδα το ερώτημα είναι αν εκτός από το προβληματικό ευρώ είναι προβληματική και η ελληνική οικονομία. Η απάντηση είναι ότι και τα δύο έχουν το δικό τους μερίδιο ευθύνης για το πρόβλημα.

2.8 ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην βιβλιογραφική ανασκόπηση που έγινε αρχικά δίνεται ο ορισμός και τα χαρακτηριστικά της μικρομεσαίας επιχείρησης. Επίσης βλέπουμε την επιχείρηση να χωρίζεται σε δυο μορφές, την νομική που είναι ατομική και την εταιρική που διαφοροποιείται ανάλογα με τη σύστασή της. Στην συνέχεια αναπτύσσουμε τον ισχύοντα αναπτυξιακό νόμο ο οποίος μας δείχνει τα επενδυτικά σχέδια τις κρατικές ενυσχήσεις που θα βοηθήσουν τις εταιρίες να ορθοποδήσουν.

Ύστερα ακολουθεί η μελέτη των στοιχείων μιας πρόσφατης έρευνας στην Ελλάδα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στα πλαίσια του small business act που με βάση αυτής βλέπουμε τα μεγαλύτερα προβλήματα του ελληνικού κράτους. Όπου αυτά τα προβλήματα μαζί με την συνεχιζόμενη πολιτική της λιτότητας έχουν αρνητικά αποτελέσματα στην οικονομία και τις επιχειρήσεις.

Τέλος αναφερθήκαμε στην πορεία της Ελλάδας με την Δραχμή πως μπήκε στο ευρώ. Την κρίση την οποία αντιμετώπισε λίγο μετά το Ευρώ, την είσοδο στο ΔΝΤ, τα πακέτα στήριξης και το μνημόνιο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται ο τρόπος προσέγγισης για τη διερεύνηση των παραγόντων που επηρεάζουν τη λειτουργία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, ώστε να γίνει εξαγωγή συμπερασμάτων και μια διατύπωση προτάσεων για τη βελτίωση της θέσης των επιχειρήσεων στην αγορά. Στην ενότητα 3.2 είναι ο τρόπος που σχεδιάστηκε η έρευνα με το σκοπό και τη μέθοδο της έρευνας που χρησιμοποιήθηκε. Στην ενότητα 3.3 περιγράφεται ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου, ώστε να πάρει την τελική μορφή του, δηλαδή ο τύπος των ερωτήσεων, το περιεχόμενο και η σειρά. Συνεχίζοντας στην ενότητα 3.4 βρίσκεται η επιλογή του δείγματος, προσδιορίζεται το δείγμα της έρευνας και στην ενότητα 3.5 αναφέρουμε τις μεθόδους που χρησιμοποιήσαμε για να αναλύσουμε τα δεδομένα που συλλέξαμε. Τέλος στην ενότητα 3.6 αναφέρουμε κάποιους περιορισμούς που προέκυψαν κατά τη διάρκεια της έρευνας.

Για αυτή την εργασία επιλέχθηκαν και ερωτήθηκαν 60 άτομα, 30 από κάθε κλάδο. Τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν μέσω της προσωπικής μεθόδου στους ερωτώμενους. Οι ερωτηθέντες ήταν ως επί το πλείστον οι ιδιοκτήτες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων αφού στις επιχειρήσεις αυτές δεν υπάρχει προσωπικό ή ο αριθμός τους είναι πάρα πολύ μικρός.

3.2 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Ø Αρχίζοντας τον σχεδιασμό της έρευνας προσδιορίσαμε τον σκοπό της πτυχιακής εργασίας ο οποίος είναι να ερευνήσουμε πως επηρεάζει η οικονομία τις επιχειρήσεις και να δούμε τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν. Έπειτα καθορίστηκαν οι επιμέρους στόχοι της έρευνας που αποσκοπούσαν στα προβλήματα των επιχειρήσεων και κατά πόσο μπόρεσαν να ανταπεξέλθουν σε αυτά.

Ø Στην συνέχεια έγινε η απαραίτητη βιβλιογραφική ανασκόπηση η οποία μας οδήγησε στο να γίνει η προκαταρκτική έρευνα για το ποιοί παράγοντες επηρεάζουν άμεσα την λειτουργία των επιχειρήσεων και πως αυτά επηρεάζουν την ζήτηση από τους καταναλωτές. Άλλες έρευνες που έχουν διεξαχθεί σχετικά με αυτούς τους παράγοντες μας βοήθησαν στο να συλλέξουμε δευτερογενή δεδομένα καθώς και να αποφασίσουμε ποια μεθοδολογία θα ακολουθήσουμε ώστε να διεξάγουμε την έρευνα των ερωτηματολογίων.

Ø Η χρήση του ερωτηματολογίου είναι ένας από τους τρόπους που μπορεί να διεξαχθεί η ποσοτική έρευνα η οποία είναι κυρίως περιγραφική. Θεωρείται η πιο συνηθισμένη προσέγγιση για την συλλογή πληροφοριών σχετικά με τη συμπεριφορά, τη στάση, τη γνώμη και τα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων καθώς οι ερωτήσεις σε μια ποσοτική έρευνα συνήθως γίνονται με έμμεσο τρόπο.

Ø Το ερωτηματολόγιο είναι ένα έντυπο που περιλαμβάνει συνήθως τυποποιημένες ερωτήσεις για τη συλλογή στοιχείων. Αποτελεί την περισσότερο χρησιμοποιούμενη μέθοδο συλλογής πρωτογενών στοιχείων.

Έχει τρεις βασικούς στόχους

Ø Τη μετατροπή των απαιτούμενων πληροφοριών σε συγκεκριμένες ερωτήσεις τις οποίες μπορούν να απαντήσουν οι ερωτώμενοι

Ø Να ενθαρρύνει και να παρακινήσει τους ερωτώμενους να απαντήσουν στις ερωτήσεις

Ø Να έχουμε όσο το δυνατόν τα λιγότερα σφάλματα ως προς το αποτέλεσμα. Το ερωτηματολόγιο μας εξασφαλίζει ανωνυμία και εμπιστευτικότητα για τη συλλογή στοιχείων. Λόγω της εμπιστευτικότητας μας εξασφαλίζει τις ειλικρινείς απαντήσεις ειδικά όταν στις ερωτήσεις περιλαμβάνονται ευαίσθητα στοιχεία για την προσωπική συμπεριφορά των ερωτηθέντων.

Στην συγκεκριμένη έρευνα η μέθοδος που επιλέχθηκε για την διανομή του ερωτηματολογίου ήταν η προσωπική μέθοδος διανομής. Ο χρόνος που χρειάστηκαν τελικά οι ερωτώμενοι υπολογίστηκε σε περίπου 10 λεπτά.

Τέλος, τα αποτελέσματα τις έρευνα μόλις συγκεντρωθούν πρέπει να ικανοποιούν πλήρως τους στόχους της έρευνας.

3.3 ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Ø Ο σχεδιασμός του ερωτηματολογίου ακολουθεί μια διαδικασία που περνά από κάποια στάδια. Το πρώτο στάδιο είναι ο καθορισμός των πληροφοριών που θέλουμε να αντλήσουμε από τη διαδικασία της πρωτογενούς έρευνας, λαμβάνοντας υπόψιν του στόχους, οι οποίοι καθορίζουν τις πληροφορίες που θα αντληθούν από το ερωτηματολόγιο, τα χαρακτηριστικά των ερωτώμενων και τα ευρήματα. Το ερωτηματολόγιο ήταν κοινό για τις επιχειρήσεις των κλάδων ένδυσης και τροφίμων και ποτών.

Ø Το δεύτερο στάδιο είναι η επιλογή των ερωτήσεων. Ερωτήσεις σε ένα ερωτηματολόγιο υπάρχουν δύο ειδών, οι ερωτήσεις ανοικτού τύπου και οι ερωτήσεις κλειστού τύπου. Οι ερωτήσεις ανοικτού τύπου δίνουν την ευχέρια στους ερωτώμενους να απαντήσουν όπως θεωρούν χωρίς περιορισμό που προκύπτει από επιλογή συγκεκριμένων ερωτήσεων, όμως απαιτούν περισσότερο χρόνο για να απαντηθούν και παρουσιάζουν δυσκολία στην ανάλυση λόγω των ποικίλων απαντήσεων που δίνονται. Οι ερωτήσεις κλειστού τύπου δίνουν την επιλογή στον ερωτώμενο να επιλέξει από μια σειρά προκαθορισμένων απαντήσεων που έχει συμπεριλάβει ο ερευνητής δημιουργώντας το ερωτηματολόγιο και είναι καλύτερα διαχειρίσιμες για ανάλυση, ειδικά όταν το δείγμα είναι μεγάλο.

Ø Στο τρίτο στάδιο έχουμε τη διατύπωση των ερωτήσεων. Για τις ερωτήσεις λάβαμε υπόψιν τις επιχειρήσεις στις οποίες απευθυνθήκαμε, δηλαδή τα χαρακτηριστικά τους και τους ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων, τους ανθρώπους δηλαδή οι οποίοι το απάντησαν. Οι ερωτήσεις ήταν απλές χωρίς εξειδικευμένες ορολογίες, με περιορισμούς ώστε να λαμβάνονται σαφείς απαντήσεις από τους καταστηματάρχες σχετικά με τις προβλέψεις τους για το μέλλον και τις εκτιμήσεις τους για το παρόν της αγοράς.

Ø Το τέταρτο στάδιο είναι ο καθορισμός της σειράς των ερωτήσεων. Στην αρχή του ερωτηματολογίου γίνεται μια εισαγωγή που περιγράφει το σκοπό της χρήσης του ερωτηματολογίου. Οι πρώτες δύο ερωτήσεις έχουν να κάνουν με σχέδια που πιθανόν να είχαν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις για την ανάπτυξή τους που δεν κατάφεραν να πραγματοποιήσουν εξαιτίας της οικονομικής κρίσης, Στη συνέχεια ερωτώνται για αλλαγές που έχουν κάνει στις επιχειρήσεις τους, ώστε να μειωθούν τα έξοδα που έχουν και παράλληλα αν αγοράζουν ελληνικά προϊόντα. Έπειτα απαντάνε σε κάποιες ερωτήσεις που έχουν συμπεκνωμένα τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις σήμερα και ερωτώνται για τις εκτιμήσεις τους για το μέλλον της ελληνικής οικονομίας. Τέλος υπάρχουν ερωτήσεις δημογραφικού τύπου όπως το φύλο, η ηλικία, η θέση στην επιχείρηση κλπ.

Ø Το πέμπτο στάδιο είναι η μορφολογία και η εμφάνιση του ερωτηματολογίου, που σημαίνει ότι κατά το σχεδιασμό του ερωτηματολογίου έπρεπε να ληφθεί υπόψιν ότι οι καταστηματάρχες θα απαντούσαν αναλώνοντας κάποιο χρόνο, οπότε έπρεπε να το συμπληρώσουν σε μικρό χρονικό διάστημα.

Ø Το έκτο και τελευταίο στάδιο είναι η διεξαγωγή της έρευνας που πήρε μέρος σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις της Πάτρας. Τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν από εμάς και συμπληρώθηκαν στην πλειοψηφία τους παρουσία μας, γεγονός που βοήθησε στη συμμετοχή των ερωτηθέντων.

3.4 ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ

Η επιλογή του δείγματος είναι μια διαδικασία επιλογής και εντοπισμού μιας ομάδας ατόμων ως αντιπροσωπευτικό δείγμα από έναν πληθυσμό. Πληθυσμός είναι μια ομάδα που ορίζεται από τους στόχους μιας έρευνας και αποτελείται από τους ερωτώμενους που θεωρούνται κατάλληλοι για να συμμετάσχουν στην έρευνα.

Ø Στη συγκεκριμένη έρευνα ο πληθυσμός είναι οι ιδιοκτήτες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι οποίοι γνωρίζουν τα προβλήματα και τις δυνατότητες των επιχειρήσεών τους και της αγοράς. Η επιλογή έγινε σε επιχειρήσεις της Πάτρας κυρίως στην περιοχή του κέντρου, όπου βρίσκονται οι περισσότερες και για τους δύο κλάδους. Επιλέχθηκαν να ερωτηθούν 60 άτομα, 30 για κάθε κλάδο. Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε μέσω της προσωπικής μεθόδου στους ερωτώμενους και η έρευνα διήρκησε περίπου 10 μέρες από 21-9-14 έως 31-9-14

3.5 ΜΕΘΟΔΟΙ ΑΝΑΛΥΣΗΣ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ

Για τη σωστή και έγκυρη ανάλυση και διεξαγωγή συμπερασμάτων χρησιμοποιήθηκε το πιο γνωστό, διαδεδομένο και εύκολο στη χρήση πρόγραμμα στατιστικών αναλύσεων το IBM SPSS Statistics 21. Σκοπός ήταν να αναλύσουμε τις απαντήσεις που δόθηκαν στα ερωτηματολόγια και σύμφωνα με τους στόχους της έρευνας να δούμε μέσα από τις απαντήσεις τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Εφαρμόσαμε τη μέθοδο ανάλυσης συχνοτήτων (Frequencies) για να εμνηύσουμε τις απαντήσεις που έδωσαν οι ερωτηθέντες σχετικά με τα σχέδια που ματαιώθηκαν, τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν στην καθημερινότητά τους, τις εκτιμήσεις τους για αλλαγή στην κατάσταση της αγοράς και της ελληνικής οικονομίας γενικότερα και για να αναλύσουμε επίσης τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων. Έπειτα χρησιμοποιήσαμε το μη παραμετρικό τεστ Mann-Whitney για να συγκρίνουμε δύο ανεξάρτητα δείγματα μεταξύ τους και να δούμε αν προκύπτει απόκλιση μεταξύ τους.

3.6 ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Εξαιτίας της μεθοδολογίας που χρησιμοποιήθηκε και του δείγματος που επιλέχθηκε υπήρξαν ορισμένοι περιορισμοί στη διεξαγωγή της έρευνας. Το δείγμα ήταν 60 επιχειρήσεις 30 από τον κλάδο τροφίμων και 30 από τον κλάδο τροφίμων και ποτών, γεγονός που το καθιστά σχετικά μικρό για πραγματοποίηση περισσότερων αναλύσεων και χρήση παραμετρικών τεστ. Οι ερωτήσεις προσπαθήσαμε να περιοριστούν όσο το δυνατόν περισσότερο σε βαθμό που να εξυπηρετούν το σκοπό και τους στόχους της έρευνας και να είναι εύκολα αντιληπτές και επιλέξιμες από τους καταστηματάρχες. Επίσης ο χρόνος που απαιτούταν για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου δεν έπρεπε να ξεπερνάει τα 9-10 λεπτά μπορεί κάποιος λόγω βιασύνης να παρέλειψαν να απαντήσουν σε κάποια ερώτηση. Ακόμα κάποιος ερωτηθέντες σε ερωτήσεις για το τζίρο τους είτε το 2008 (προ κρίσης στην ελληνική οικονομία) είτε στο παρόν απέφυγαν να απαντήσουν για δικούς τους λόγους.

3.7 ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάστηκε η διαδικασία του σχεδιασμού της πρωτογενούς έρευνας που αποτελείται από τη διατύπωση των σκοπών και στόχων της έρευνας, το σχεδιασμό του ερωτηματολογίου και τα στάδια από την επιλογή τύπου ερωτήσεων και διατύπωση ως τη σειρά τους. Έπειτα αναφέραμε στοιχεία επιλογής του δείγματος που είναι 60 μικρομεσαίες επιχειρήσεις και δραστηριοποιούνται στην πόλη της Πάτρας και τέλος αναφερθήκαμε στη διαδικασία ανάλυσης των δεδομένων που αντλήθηκαν από τα ερωτηματολόγια και τους περιορισμούς που τεθήκαν κατά το σχεδιασμό της έρευνας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

4.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται και αναλύονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από τη διεξαγωγή της έρευνας που πήρε μέρος στην πόλη της Πάτρας και απευθυνθήκαμε στις μικρές κυρίως και μεσαίες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται εκεί. Οι επιχειρήσεις που απάντησαν στα ερωτηματολόγια, είναι επιχειρήσεις δύο κλάδων: της ένδυσης, δηλαδή καταστήματα με ρούχα και αξεσουάρ και των τροφίμων και ποτών. Το δείγμα ήταν 60 επιχειρήσεις 30 από κάθε κλάδο.

4.2 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΑ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ

Στην έρευνα μας συμμετείχαν 60 άτομα. Και τα 60 ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν κατά την επίσκεψή μας στο χώρο των επιχειρήσεων. Το δείγμα των ερωτηθέντων ήταν από την Πάτρα και το χρονικό διάστημα που διήρκησε η έρευνα ήταν περίπου 10 μέρες από 21-9-14 έως 31-9-14 και διανεμήθηκε μέσω της προσωπικής μεθόδου.

Ø Φύλο:

Στην έρευνά μας συμμετείχαν 60 άτομα. Στα ερωτηματολόγια τα 32 άτομα που απάντησαν ήταν άνδρες και τα 28 άτομα ήταν γυναίκες. Αυτό συμβαίνει σύμφωνα με τους ερωτηθέντες επειδή πλέον οι περισσότερες μικρομεσαίες επιχειρήσεις δουλεύουν οικογενειακά.

Πίνακας 4.1: Δείγμα ερωτηθέντων σύμφωνα με το φύλο

		Συχνότητα	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Γυναίκα	28	46,7
	Ανδρας	32	53,3
	Σύνολο	60	100

Ø Ηλικία:

Από την έρευνα που πραγματοποιήσαμε σχετικά με τους ερωτηθέντες βρέθηκε ότι τα 4 άτομα που απάντησαν είχαν ηλικία 18-25, τα 10 άτομα ήταν από 26-35 χρονών, τα 20 είχαν ηλικία από 36 έως 45, τα 21 άτομα ήταν 46-55 ετών ενώ τα 5 άτομα ήταν 56-65 χρονών. Παρατηρούμε από τα αποτελέσματα ότι οι περισσότεροι που απάντησαν είχαν ηλικία από 36-55. Αυτό πιθανόν συνέβη επειδή το 55,6% των ερωτηθέντων είχαν τη θέση του διευθυντή (ή του ιδιοκτήτη) στην επιχείρηση. Αυτό πιθανόν μπορεί να συνέβη διότι τη θέση αυτή δεν θα

μπορούσαν να την έχουν πολύ νεαρά άτομα σε ηλικία λόγω απειρίας ή ηλικιωμένοι λόγω κόπωσης.

Πίνακας 4.2: Δείγμα ερωτηθέντων σύμφωνα με την ηλικία

		Συχνότητα	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	18-25	4	6,7
	26-35	10	16,7
	36-45	20	33,3
	46-55	21	35
	56-65	5	8,3
	Σύνολο	60	100

Ø Μόρφωση:

Από το δείγμα των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα, παρατηρήθηκε ότι το 3,3% ήταν απόφοιτοι δημοτικού, το 50% ήταν απόφοιτοι γυμνασίου/λυκείου, το 10% ήταν απόφοιτοι μεταδευτεροβάθμιας εκπαίδευσης, το 28% ήταν απόφοιτοι κάποιας ανώτατης σχολής (Α.Τ.Ε.Ι, Α.Ε.Ι.), το 6,7% είχαν κάνει κάποιο μεταπτυχιακό και τέλος το 1,7% είχε κάνει κάποιο Διδακτορικό.

Παρατηρούμε ότι το μορφωτικό επίπεδο του δείγματός μας συγκεκριμένα το 50% , οι μισοί ερωτηθέντες δηλαδή, έχουν ολοκληρώσει τις σπουδές τους έως τη δευτεροβάθμια εκπαίδευση.

Πίνακας 4.3: Δείγμα ερωτηθέντων σύμφωνα με τη μόρφωση

		Συχνότητα	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Δημοτικό	2	3,3
	Γυμνάσιο/Λύκειο	30	50
	Μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση (ΙΕΚ)	6	10
	Ανώτατη εκπαίδευση	17	28,3
	Μεταπτυχιακό	4	6,7
	Διδακτορικό	1	1,7
	Σύνολο	60	100

Ø Θέση μέσα στην επιχείρηση:

Οι ερωτηθέντες όπως παρατηρούμε στην πλειοψηφία τους απαντάνε πως είναι διευθυντές, όμως απευθυνόμαστε σε μικρές κυρίως επιχειρήσεις που σημαίνει ότι είναι ατομικές και ο ιδιοκτήτης είναι διεθυντής και υπάλληλος μαζί.

Πίνακας 4.4: Δείγμα των ερωτηθέντων σύμφωνα με τη θέση μέσα στην επιχείρηση

		Συχνότητα	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Υπάλληλος	14	25,9
	Προϊστάμενος	10	18,5
	Διευθυντής	30	55,6
	Σύνολο	54	100
Χωρίς απάντηση		6	
Γενικό Σύνολο		60	

Ø Έτος ίδρυσης εταιρίας:

Οι περισσότερες επιχειρήσεις του δείγματος ιδρύθηκαν τη δεκαετία του 2000-2010 όπου η ελληνική οικονομία παρουσίαζε στις αρχές υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης και το έδαφος ήταν πρόσφορο για δημιουργία νέων επιχειρήσεων έως όπου "χτυπήθηκε" από την παγκόσμια οικονομική κρίση στα τέλη της. Αυτό φαίνεται άλλωστε και από τα αποτελέσματα του 2010 έως σήμερα. Από το 2010 και μετά είναι πολύ περιορισμένο το άνοιγμα νέων επιχειρήσεων αφού οι συνθήκες δεν είναι ευνοϊκές.

Πίνακας 4.5: Δείγμα των ερωτηθέντων σύμφωνα με έτος ίδρυσης της εταιρίας (κλάδος ένδυσης)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρα	1970-1980	3	10	12,5
	1980-1990	7	23,3	29,2
	1990-2000	4	13,3	16,7
	2000-2010	9	30	37,5
	2010-	1	3,3	4,2
	Σύνολο	24	80	100
Χωρίς απάντηση		6	20	
Γενικό σύνολο		30	100	

Πίνακας 4.5.1: Δείγμα των ερωτηθέντων σύμφωνα με το έτος ίδρυσης της εταιρίας (κλάδος τροφίμων και ποτών)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρα	1970-1980	3	10	10,7
	1980-1990	3	10	10,7
	1990-2000	7	23,3	25
	2000-2010	12	40	42,9
	2010-	3	10	10,7
	Σύνολο	28	93,3	100
Χωρίς απάντηση		2	6,7	
Γενικό σύνολο		30	100	

Ø Κατηγορία εταιριών:

Το δείγμα μας από την πόλη της Πάτρας είναι μικρές επιχειρήσεις ως επί το πλείστον και είναι ατομικές.

Πίνακας 4.6: Δείγμα των ερωτηθέντων για την κατηγορία της εταιρίας (κλάδος ένδυσης)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Ατομική επιχείρηση	25	83,3	83,3
	Ομόρρυθμη εταιρία	1	3,3	3,3
	Ετερόρρυθμη εταιρία	3	10	10
	Ε.Π.Ε.	1	3,3	3,3
	Σύνολο	30	100	100

Πίνακας 4.6.1: Δείγμα των ερωτηθέντων για την κατηγορία της εταιρίας (κλάδος τροφίμων και ποτών)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Ατομική επιχείρηση	15	50	51,7
	Ομόρρυθμη εταιρία	7	23,3	24,1
	Ετερόρρυθμη εταιρία	3	10	10
	Ανώνυμη εταιρία	4	13,3	13,8
	Σύνολο	30	100	100
Χωρίς απάντηση		1	3,3	
Γενικό σύνολο		30	100	

Εργατικό δυναμικό επιχειρήσεων το έτος 2008

Οι επιχειρήσεις του δείγματος ως μικρές κυρίως και μεσαίες στη πλειοψηφία τους είχαν λιγότερα από 9 άτομα, καθώς πρόκειται για μικρά σε έκταση χώρου μαγαζιά.

Πίνακας 4.7: Δείγμα των ερωτηθέντων σύμφωνα με το εργατικό δυναμικό το έτος 2008 στην επιχείρηση (κλάδος ένδυσης)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	0-9	26	86,7	92,9
	10-49	2	6,7	7,1
	Σύνολο	28	93,3	100
Χωρίς απάντηση		2	6,7	
Σύνολο		30	100	

Πίνακας 4.7.1: Δείγμα των ερωτηθέντων σύμφωνα με το εργατικό δυναμικό το έτος 2008 στην επιχείρηση (κλάδος τροφίμων και ποτών)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	0-9	17	56,7	70,8
	10-49	6	20	25
	50-249	1	3,3	4,2
	Σύνολο	24	80	100
Χωρίς απάντηση		6	20	
Γενικό σύνολο		30	100	

4.3 ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΠΟΥ ΕΙΧΑΝ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΠΡΙΝ ΤΗΝ ΚΡΙΣΗ

Στην αρχική ερώτηση για τα σχέδια που είχαν ή έχουν υπόψιν τους οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες, απαντήσανε στην πλειοψηφία τους "Ναι", δηλαδή οι 7 στους 10 (με ποσοστό 71,2%), πως πράγματι είχαν σχέδια τα οποία δεν μπόρεσαν να τα πραγματοποιήσουν. Ένα αρκετά μεγάλο ποσοστό όπως αυτό καταδεικνύει ότι υπάρχει η τάση στην αγορά για ανάπτυξη των επιχειρήσεων, άρα την ενδυνάμωσή τους στο περιβάλλον ανταγωνισμού. Η βλέψη όμως αυτή δεν κατέστη δυνατή στην περίοδο της οικονομικής κρίσης. Οι υπόλοιποι του δείγματος το 28,8% δηλαδή, επέλεξαν "Όχι" κάτι που μπορούμε να ερμηνεύσουμε ως μία παθητική στάση, είτε λόγω του ότι είναι ικανοποιημένοι από την κατάσταση της επιχειρήσης, είτε λόγω της αδυναμίας να καλύψουν τις απαιτήσεις τους που έχει ως αποτέλεσμα να μην κάνουν περαιτέρω σχέδια για ανάπτυξη.

Πίνακας 4.8: Δείγμα των ερωτηθέντων για σχέδια της επιχειρήσεις που δεν πραγματοποιήθηκαν (κλάδος ένδυσης)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Ναι	19	63,3	65,5
	Όχι	10	33,3	34,5
	Σύνολο	29	96,7	100
Χωρίς απάντηση		1	3,3	
Γενικό σύνολο		30	1	

Πίνακας 4.8.1: Δείγμα των ερωτηθέντων για σχέδια της επιχειρήσεις που δεν πραγματοποιήθηκαν (κλάδος τροφίμων και ποτών)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Ναι	23	76,7	76,7
	Όχι	7	23,3	23,3
	Σύνολο	30	100	100

Παρατηρούμε στη δεύτερη ερώτηση που είναι η συνέχεια της πρώτης ως προς τα σχέδια των μικρομεσαίων επιχειρήσεων την τάση που υπάρχει για το τι σημαίνουν "σχέδια για την επιχείρηση". Το 40,0% των ερωτηθέντων του κλάδου τροφίμων και το 38,1% των τροφίμων και ποτών απάντησε πως σχεδίο τους για την επιχείρηση είναι η επέκταση, δηλαδή το άνοιγμα ενός ή περισσότερων μαγαζιών σε σημεία της πόλης της Πάτρας που κατά τους επιχειρηματίες εξυπηρετούν τους σκοπούς τους, ενώ μόλις το 13,3% από τα τρόφιμα απάντησε πως θα ήθελαν να ανακαινήσουν τα υπάρχοντα κατάστημά τους με σκοπό να αναβαθμιστούν εμφανισιακά, ώστε να προσελκύσουν το αγοραστικό κοινό, σε αντίθεση με το 47,6% των καταστηματάρχων τροφίμων και ποτών που δείχνουν μια περισσότερη επιθυμία για ανακαίνιση.

Παρατηρούμε όμως ότι το 14,3% των καταστηματαρχών του κλάδου τροφίμων και ποτών απάντησε πως επιθυμούσε να πραγματοποιήσει και ανακαίνιση και επέκταση, σχέδια μεγάλοπνοα που δεν μπόρεσαν να πραγματοποιηθούν στην κατάσταση στην οποία βρίσκονται σήμερα η αγορά και οι επιχειρηματίες.

Πίνακας 4.9: Δείγμα των ερωτηθέντων για το ποια ήταν τα σχέδια (κλάδος ένδυσης)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Επέκταση	12	40,0	75,0
	Ανακαίνιση	4	13,3	100
	Σύνολο	16	53,3	
Χωρίς απάντηση		14	46,7	
Γενικό σύνολο		30	100	

Πίνακας 4.9.1: Δείγμα των ερωτηθέντων για το ποια ήταν τα σχέδια (κλάδος τροφίμων και ποτών)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Επέκταση	8	26,7	38,1
	Επέκταση/Ανακαίνιση	3	10,0	14,3
	Ανακαίνιση	10	33,3	47,6
	Σύνολο	21	70,0	100
Χωρίς απάντηση		9	30,0	
Γενικό σύνολο		30	100	

4.4 ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΟΥ ΠΡΟΕΒΗΣΑΝ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Στην ερώτηση για το αν οι επιχειρήσεις έχουν προβεί σε αλλαγή προμηθευτή για τη μείωση των εξόδων αγοράς των εμπορευμάτων τους, το 66,7% απάντησε καταφατικά, κάτι που σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους για επιβίωση στις αντίξοες συνθήκες ανταγωνισμού και όχι μόνο ψάχνουν τρόπους ελάφρυνσης κόστους και θεωρούν ότι αυτή η αλλαγή είναι προς το συμφέρον τους. Από την άλλη το 33,3% των ερωτηθέντων δεν προέβησαν σε αλλαγή προμηθευτή, επειδή είτε είναι ικανοποιημένοι από τη συνεργασία με τους προμηθευτές τους όσον αφορά τις αγορές τους, είτε δεν είναι σίγουροι εάν είναι συμφέρουσα μια τέτοια κίνηση για λόγους ποιότητας κυρίως των φθηνότερων προϊόντων και αναζητούν άλλες λύσεις. Ίδιες περίπου απαντήσεις λαμβάνουμε και από τους καταστηματάρχες του κλάδου τροφίμων και ποτών που επίσης προχώρησαν σε αλλαγή συνεργασίας με προμηθευτές, αφού θετικά απάντησε το 63,3%.

Πίνακας 4.10: Αλλαγή προμηθευτή για τη μείωση των εξόδων (κλάδος ένδυσης)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Ναι	20	66,7	66,7
	Όχι	10	33,3	33,3
Σύνολο		30	100	100

Πίνακας 4.10.1: Αλλαγή προμηθευτή για τη μείωση των εξόδων (κλάδος τροφίμων και ποτών)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Ναι	19	63,3	63,3
	Όχι	11	36,7	36,7
Σύνολο		30	100	100

Η επόμενη ερώτηση έχει παρόμοιο χαρακτήρα με την προηγούμενη ως προς τους τρόπους μείωσης των εξόδων των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και συγκεκριμένα αναφέρεται σε μία τακτική τη μεταφορά σε άλλο μέρος. Η απάντηση "Όχι" με 76,7% σε σχέση με το μόλις 23,3% που παίρνει το "Ναι" καθιστά προφανές το συμπέρασμα ότι η μεταφορά θέσης της επιχείρησης δεν αποτελεί λύση στο πρόβλημα που αντιμετωπίζει. Η μη καταβολή ενοικίου για καιρό άλλωστε για μία επιχείρηση με πρόβλημα ρευστότητας είναι συνηθισμένη στην περίοδο της ύφεσης, καθώς ο επιχειρηματίας έχει προτεραιότητα να καλύψει άλλες υποχρεώσεις, δηλαδή αυτές προς το δημόσιο. Παρόμοια εικόνα στον κλάδο τροφίμων και ποτών με 86,7% να έχει απαντήσει "Όχι" και μόλις το 13,3% θετικά.

Πίνακας 4.11: Μεταφορά επιχείρησης για μείωση των εξόδων (κλάδος ένδυσης)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Ναι	7	23,3	23,3
	Όχι	23	76,7	76,7
Σύνολο		30	100	100

Πίνακας 4.11.1: Μεταφορά επιχείρησης για μείωση των εξόδων (κλάδος τροφίμων και ποτών)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Ναι	4	13,3	13,3
	Όχι	26	86,7	86,7
Σύνολο		30	100	100

Η παρακάτω ερώτηση αντικατοπτρίζει τη μεταβολή, αν υπάρχει στα προϊόντα στην ποικιλία τους δηλαδή, προσπαθώντας να την ποσοτικοποιήσει. Π.χ. ένα κατάστημα ρούχων εμπλουτίζεται με accessories και faux bijoux . Όπως παρατηρούμε στον πίνακα η μεταβολή είναι από λίγη έως αρκετή με τα αντίστοιχα ποσοστά να είναι 33,3% & 37,9% κάτι που σημαίνει ότι οι καταστηματάρχες μεταβάλλουν την ποικιλία των προϊόντων τους έτσι ώστε να προσελκύσουν τους καταναλωτές, κάτι που είναι εμφανέστερο στον κλάδο της ένδυσης. Το 26,7% απαντάει καθόλου συνεπώς θεωρούν ότι τα προϊόντα που διαθέτουν είναι αυτά ακριβώς που χρειάζονται για να εξασφαλίσουν σταθερή πορεία στον κύκλο εργασιών τους. Από 6,7% συγκεντρώνουν οι απαντήσεις "Πολύ" και "Πάρα Πολύ" οπότε συμπεραίνουμε ότι λίγες επιχειρήσεις μεταβάλλουν σε μεγάλο βαθμό την ποικιλία των προϊόντων τους.

Πίνακας 4.12: Μεταβολή στη ποικιλία των προϊόντων (κλάδος ένδυσης)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Καθόλου	8	26,7	26,7
	Λίγη	10	33,3	33,3
	Αρκετή	8	26,7	26,7
	Πολύ	2	6,7	6,7
	Πάρα Πολύ	2	6,7	6,7
Σύνολο		30	100	100

Πίνακας 4.12.1: Μεταβολή στη ποικιλία των προϊόντων (κλάδος τροφίμων και ποτών)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Καθόλου	2	6,7	6,9
	Λίγη	10	33,3	34,5
	Αρκετή	11	36,7	37,9
	Πολύ	3	10,0	10,3
	Πάρα Πολύ	3	10,0	10,3
Χωρίς απάντηση		1	3,3	
Σύνολο		30	100	100

Παρατηρούμε ότι στην ερώτηση για την αλλαγή συνεργατών στο διάστημα της οικονομικής κρίσης και συγκεκριμένα στον κλάδο της ένδυσης το 70% έχει προχωρήσει σε αλλαγή. Αυτό δηλώνει ότι οι επιχειρήσεις ψάχνουν να βρουν νέους συνεργάτες π.χ. για την προώθηση των προϊόντων τους χρησιμοποιώντας εξωτερικούς συνεργάτες. Το υπόλοιπο 30% του δείγματος απάντησε πως δεν έχει κάνει αλλαγή συνεργατών θεωρώντας ότι η υφιστάμενη συνεργασία είναι ικανοποιητική.

Περίπου ίδια είναι τα αποτελέσματα και στον κλάδο των τροφίμων και ποτών όπου το 65,5% απάντησε ότι έχει αλλάξει συνεργάτες στο διάστημα της οικονομικής κρίσης, ενώ το 34,5% του δείγματος απάντησε ότι δεν προχώρησε σε αλλαγή συνεργατών.

Πίνακας 4.13: Αλλαγή συνεργατών (κλάδος ένδυσης)

Κλάδος ένδυσης		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Ναι	21	70,0	70,0
	Όχι	9	30,0	30,0
Σύνολο		30	100	100

Πίνακας 4.13.1: Αλλαγή συνεργατών (κλάδος τροφίμων και ποτών)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Ναι	19	63,3	65,5
	Όχι	10	33,3	34,5
Σύνολο		29	96,7	100
Χωρίς απάντηση		1	3,3	
Γενικο Σύνολο		30	100	

4.5 ΠΩΣ ΕΧΕΙ ΕΠΗΡΕΑΣΕΙ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Σε αυτήν την αρκετά σημαντική ερώτηση για τον αντίκτυπο της οικονομικής κρίσης στον κόσμο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων παρατηρούμε μεγάλα ποσοστά στις απαντήσεις "Πολύ" και "Πάρα Πολύ" και στους δύο κλάδους.

Παρατηρούμε ότι το 56,7% των ερωτηθέντων του κλάδου της ένδυσης απάντησε ότι έχει επηρεαστεί πάρα πολύ από την οικονομική κρίση δείγμα του πόσο έχει πληγεί η ένδυση στην Ελλάδα, αφού δεν αποτελεί την πρώτη επιλογή κάλυψης της ανάγκης αυτής στις προτιμήσεις των ελλήνων καταναλωτών. Στον κλάδο των τροφίμων και ποτών από την άλλη υπάρχει μικρή διαφορά στις απαντήσεις Αρκετά με 33,3% και Πολύ με 36,7% το οποίο φανερώνει με τη ζήμια που έχουν υποστεί οι επιχειρήσεις λόγω της κρίσης, συγκριτικά όμως με τις επιχειρήσεις της ένδυσης το χτύπημα είναι μικρότερης εμβέλειας, αφού η ανάγκη για τροφή είναι βασική και οι καταναλωτές την καλύπτουν έστω και περιορισμένα στις αγορές τους.

Πίνακας 4.14: Πόσο έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση (κλάδος ένδυσης)

		Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Λίγο	2	6,7
	Αρκετά	4	13,3
	Πολύ	7	23,3
	Πάρα πολύ	17	56,7
Σύνολο		30	100

Πίνακας 4.14.1: Πόσο έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση (κλάδος τροφίμων και ποτών)

		Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Λίγο	2	6,7
	Αρκετά	4	13,3
	Πολύ	7	23,3
	Πάρα πολύ	17	56,7
Σύνολο		30	100

Θέλοντας να εμβαθύνουμε πιο πολύ στο πρόβλημα ρωτήσαμε να μάθουμε πόσο επηρεαστηκαν συγκεκριμένα ο κάθε κλάδος ξεχωριστά. Τα αποτελέσματα που πήραμε ήταν ότι και στους δύο κλάδους υπάρχει επηρεασμός από την κρίση, περισσότερο βέβαια στο κλάδο ένδυσης μιας και τα τρόφιμα είναι είδος πρώτης ανάγκης.

Στον κλάδο της ένδυσης παρατηρούμε ότι η ένδυση έχει πληγεί σε πάρα πολύ μεγάλο βαθμό όπως φαίνεται και από το ποσοστό που συγκεντρώνει η απάντηση Πάρα Πολύ με 69% , επειδή οι καταναλωτές επιλέγουν να μην ψωνίζουν ρούχα αφού δεν τους το επιτρέπει το προς κατανάλωση εισόδημά τους όπως αντικατοπτρίζεται από το ποσοστό.

Μοιρασμένα εμφανίζονται τα αποτελέσματα στον κλαδο τροφίμων και ποτών με το 26,7% να απαντά Αρκετά, 40% να απαντά Πολύ και το 30% να απαντά Πάρα Πολύ. Από αυτό συμπεραίνουμε ότι οι επιχειρήσεις έχουν επηρεαστεί, άλλες σε σχετικά μικρό βαθμό και άλλες σε μεγαλύτερο.

Πίνακας 4.15: Συγκεκριμένα τον κλάδο ένδυση

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Λίγο	1	3,3	3,4
	Αρκετά	2	6,7	6,9
	Πολύ	6	20,0	20,7
	Πάρα πολύ	20	66,7	69,0
	Σύνολο	29	96,7	100
Χωρίς απάντηση		1	3,3	
Γενικό σύνολο		30	100	

Πίνακας 4.15.1: Συγκεκριμένα τον κλάδο τροφίμων και ποτών

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Λίγο	1	3,3	3,3
	Αρκετά	8	26,7	26,7
	Πολύ	12	40	40
	Πάρα πολύ	9	30	30
Σύνολο		30	100	100

Παρακάτω παραθέτουμε μια σειρά από προβλήματα που ταλανίζουν όλες τις επιχειρήσεις στην ελληνική οικονομία.

Παρατηρούμε στους πίνακες για τους κλάδους της ένδυσης και των τροφίμων και ποτών για το πόσο σημαντικά είναι τα προβλήματα της παραπάνω ερώτησης τα μεγαλύτερα ποσοστά παρατηρούνται στις απαντήσεις "Πάρα Πολύ" και "Αρκετά". Πιο συγκεκριμένα στον κλάδο της ένδυσης το ποσοστό 33,3% συναντάται στις απαντήσεις "Πολύ" και "Πάρα Πολύ" το οποίο αν αθροιστεί μας δείχνει ότι πάνω από τις μισές επιχειρήσεις του δείγματος θεωρούν ότι η εύρεση πελατών είναι σημαντικό πρόβλημα σε μεγάλο βαθμό. Πιο ξεκάθαρα φαίνεται το μέγεθος του προβλήματος για τους επιχειρηματίες του κλάδου τροφίμων και ποτών, αφού το 50% θεωρεί ότι είναι πάρα πολύ μεγάλο και πολύ δύσκολη η προσέλκυση των καταναλωτών. Αρκετά είναι αυξημένος ο ανταγωνισμός των επιχειρήσεων στον κλάδο της ένδυσης όπως απάντησε το 43,3% των ερωτηθέντων και πάρα πολύ μεγάλος είναι ο ανταγωνισμός στον κλάδο τροφίμων και ποτών όπως απάντησε το 35,7%, συμπέρασμα που μας δείχνει ότι αυξάνεται συνεχώς, αλλά ο ανταγωνισμός υπήρχε και πριν την κρίση, οπότε

είναι διαρκές πρόβλημα για τις επιχειρήσεις. Ένα αρκετά σημαντικό πρόβλημα για τις επιχειρήσεις του κλάδου της ένδυσης είναι η μείωση του ύψους των πωλήσεών τους με ποσοστό 41,4% το οποίο παρουσιάζει φθίνουσα πορεία κάθε χρόνο, όπως παραδέχονται και οι ίδιοι οι καταστηματάρχες. Από την άλλη μεριά στον κλάδο τροφίμων και ποτών το 55,2% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι είναι μείζον πρόβλημα η μείωση του ύψους των πωλήσεων, αφού οι επιχειρήσεις δεν έχουν εισροές, άρα στενεύεται η ρευστότητά τους. Συνεπώς αυτό δημιουργεί πολύ μεγάλο πρόβλημα στις επιχειρήσεις και των δύο κλάδων που αδυνατούν να ανταπεξέλθουν στις υποχρεώσεις τους λόγω πολύ μειωμένης ρευστότητας, το οποίο φαίνεται από το ποσοστό που συγκεντρώνει 40% και 44,8% αντίστοιχα η απάντηση "Πάρα Πολύ".

Η αδυναμία είσπραξης οφειλών είναι κοινό πρόβλημα και για τους δύο κλάδους με ποσοστό 31 % και 37,9 % αντίστοιχα. Αυτό φανερώνει ότι εφόσον οι επιχειρήσεις δεν μπορούν να εισπράξουν τις οφειλές από τρίτους, αυτό προστίθεται σαν ένας ακόμα παράγοντας στην δυσκολία ρευστότητας την οποία αντιμετωπίζουν. Όσον αφορά τη χρηματοδότηση από τις τράπεζες βλέπουμε το εξής παράδοξο. Στον κλάδο της ένδυσης το 34,5% απάντησε καθόλου, επίσης το 34,5% απάντησε πάρα πολύ. Το ίδιο συμβαίνει και στο κλάδο ποτών και τροφίμων με ποσοστό 39,3% αντίστοιχα. Από αυτό συμπεραίνουμε ότι συγκριτικά, και με τα υπόλοιπα δεδομένα, σχεδόν το 50% έχει αυτή τη στιγμή Χρηματοδότηση από Τράπεζες ενώ το υπόλοιπο 50% όχι. Όπως παρατηρούμε το κόστος προσωπικού είναι σημαντικό πρόβλημα και για τους δυο κλάδους όπως βλέπουμε στο παραπάνω πίνακα με ποσοστά 31% και 35,7% να απαντάνε "Αρκετά". Από τα μεγαλύτερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι η γραφειοκρατία του κράτους με ίδια ποσοστά 53,6% διότι πολλές διαδικασίες που ακολουθούν π.χ. συναλλαγές με την εφορία είναι χρονοβόρες ή πολλές φορές παρακολλούνται.

Πίνακας 4.16: Σημαντικά προβλήματα για τη λειτουργία της επιχείρησής σας (κλάδος ένδυσης)

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Εύρεση πελατων	3,3%	10%	20%	33,3%	33,3%
Αυξημένος ανταγωνισμος	0%	3,3%	43,3%	16,7%	36,7%
Μείωση ύψους πωλήσεων	0%	0%	41,4%	27,6%	31%
Ρευστότητα	0%	3,3%	23,3%	33,3%	40%
Αδυναμία είσπραξης οφειλών	10,3%	27,6%	20,7%	10,3%	31%
Χρηματοδότηση από τράπεζες	34,5%	10,3%	10,3%	10,3%	34,5%
Κόστος προσωπικού	13,8%	24,1%	31%	20,7%	10,3%
Γραφειοκρατία κράτους	10,7%	7,1%	3,6%	25%	53,6%

Πίνακας 4.16.1: Σημαντικά προβλήματα για τη λειτουργία της επιχείρησής σας (κλάδος τροφίμων και ποτών)

	Καθόλου	Λίγο	Αρκετά	Πολύ	Πάρα πολύ
Εύρεση πελατών	3,3%	10%	20%	33,3%	33,3%
Αυξημένος ανταγωνισμός	0%	3,3%	43,3%	16,7%	36,7%
Μείωση ύψους πωλήσεων	0%	0%	41,4%	27,6%	31%
Ρευστότητα	0%	3,3%	23,3%	33,3%	40%
Αδυναμία είσπραξης οφειλών	10,3%	27,6%	20,7%	10,3%	31%
Χρηματοδότηση από τράπεζες	34,5%	10,3%	10,3%	10,3%	34,5%
Κόστος προσωπικού	13,8%	24,1%	31%	20,7%	10,3%
Γραφειοκρατία κράτους	10,7%	7,1%	3,6%	25%	53,6%

Η επόμενη ερώτηση που απάντησαν οι ερωτηθέντες στοχεύει σε βασικά μεγέθη της ύπαρξης των επιχειρήσεων και με την κλίμακα αύξηση-μείωση επιδιώκει να κατευθύνει την έρευνά μας σχετικά με την κατάσταση που επικρατεί στους δύο εξεταζόμενους κλάδους.

Στην ερώτηση για το πόσο άλλαξαν το τελευταίο χρόνο οι παρακάτω οικονομικοί παράγοντες στις επιχειρήσεις, βλέπουμε στους παραπάνω πίνακες τη μεταβολή των μεγεθών που αναφέρονται και πόση αυτή είναι, δηλαδή αν αυξήθηκαν ή μειώθηκαν οι επιδράσεις των παραγόντων αυτών σε διάρκεια ενός έτους.

Ο πρώτος παράγοντας που παρουσιάζει μεταβολή και συγκεκριμένα μείωση σε μεγάλο βαθμό και στους δύο κλάδους είναι το ύψος των πωλήσεων, όπως είδαμε και σε προηγούμενη ερώτηση. Συγκεκριμένα στον κλάδο της ένδυσης υπάρχει πολύ μεγάλη μείωση με 33,3% και στον κλάδο τροφίμων και ποτών το 37% απάντησε ότι το ύψος των πωλήσεων του έχει υποστεί αρκετά μεγάλη μείωση. Ο δεύτερος παράγοντας που εξετάζεται είναι η κερδοφορία, όπου παρατηρείται ένα κοινό χαρακτηριστικό και στους δύο κλάδους το οποίο είναι η πολύ μεγάλη μείωση της κερδοφορίας, καθώς είναι η απάντηση που συγκέντρωσε τα μεγαλύτερα ποσοστά 31% και 29,6%. Το περιθώριο κέρδους και των δύο κλάδων είναι αρκετά μειωμένο, πιο συγκεκριμένα το 35,7% στο κλάδο της ένδυσης απάντησε πολύ μεγάλη

μείωση, ενώ το 37% του κλάδου ποτών και τροφίμων απάντησε αρκετά μεγάλη μείωση. Όσο για το κόστος του εργατικού δυναμικού ακόμα και εκεί παρατηρούμε μείωση, αποτέλεσμα και αυτό της κρίσης που περνούν οι επιχειρήσεις. Πιο αναλυτικά και στους δύο κλάδους οι ερωτηθέντες είπαν "Αρκετή μείωση" με ποσοστό 30,4% και 26,9% αντίστοιχα.

Το κόστος αγορών για τις επιχειρήσεις το τελευταίο χρόνο όπως μας δείχνουν τα αποτελέσματα της έρευνας είναι "Αρκετά μειωμένα" με ποσοστό 18,5% και 20%. Στη ερώτηση για το κόστος χρηματοδότησης η απάντηση με το μεγαλύτερο ποσοστό και στους δύο κλάδους είναι "καμία μεταβολή" με ποσοστό 34,8% και 20%. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο ότι α) οι τράπεζες δεν χρηματοδοτούν τις επιχειρήσεις, β) οι επιχειρήσεις είχαν ήδη χρηματοδότηση, γ) οι επιχειρήσεις δεν χρειάζονταν ή δεν ήθελαν χρηματοδότηση. Πολύ μεγάλο πρόβλημα παρατηρείται στην αδυναμία πληρωμών από πελάτες/τρίτους στο κλάδο τροφίμων και ποτών με ποσοστό 27,8%. Ένω στο κλάδο ένδυσης το 24% απάντησε ότι δεν υπάρχει μεταβολή στο συγκεκριμένο παράγοντα.

Πίνακας 4.17: Μεταβολή των οικονομικών παραγόντων στην επιχείρησή (κλάδος ένδυσης)

	Ύψος πωλήσεων	Κερδοφορία	Περιθώριο κέρδους	Κόστος εργατικού δυναμικού	Κόστος αγορών	Κόστος χρηματοδότησης	Αδυναμία πληρωμών από πελάτες/τρίτους
Πάρα πολύ μεγάλη μείωση	16,7%	27,6%	21,4%	17,4%	11,1%	21,7%	20,0%
Πολύ μεγάλη μείωση	33,3%	31,0%	35,7%	8,7%	7,4%	13,0%	16,0%
Αρκετά μεγάλη μείωση	26,7%	17,2%	21,4%	30,4%	18,5%	8,7%	8,0%
Μικρή μείωση	16,7%	13,8%	10,7%	13,0%	3,7%	13,0%	8,0%
Καμία μεταβολή	0,0%	0,0%	7,1%	21,7%	11,1%	34,8%	24,0%
Μικρή αύξηση	3,3%	6,9%	3,6%	4,3%	14,8%	0,0%	0,0%
Αρκετά μεγάλη αύξηση	3,3%	3,4%	0,0%	0,0%	14,8%	4,3%	8,0%
Πολύ μεγάλη αύξηση	0,0%	0,0%	0,0%	4,3%	18,5%	4,3%	4,0%
Πάρα πολύ μεγάλη αύξηση	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	12,0%

Πίνακας 4.17.1: Μεταβολή των οικονομικών παραγόντων στην επιχείρησή (κλάδος τροφίμων και ποτών)

	Ύψος πωλήσεων	Κερδοφορία	Περιθώριο κέρδους	Κόστος εργατικού δυναμικού	Κόστος αγορών	Κόστος χρηματοδότησης	Αδυναμία πληρωμών από πελάτες/τρίτους
Πάρα πολύ μεγάλη μείωση	14,8%	11,1%	29,6%	3,8%	4,0%	10,0%	5,6%
Πολύ μεγάλη μείωση	14,8%	29,6%	7,4%	11,5%	12,0%	10,0%	0,0%
Αρκετά μεγάλη μείωση	37,0%	29,6%	37,0%	26,9%	20,0%	15,0%	5,6%
Μικρή μείωση	22,2%	14,8%	11,1%	19,2%	12,0%	5,0%	5,6%
Καμία μεταβολή	0,0%	3,7%	7,4%	3,8%	4,0%	20,0%	22,2%
Μικρή αύξηση	7,4%	3,7%	3,7%	11,5%	8,0%	10,0%	11,1%
Αρκετά μεγάλη αύξηση	3,7%	3,7%	3,7%	3,8%	16,0%	10,0%	5,6%
Πολύ μεγάλη αύξηση	0,0%	3,7%	0,0%	11,5%	16,0%	15,0%	27,8%
Πάρα πολύ μεγάλη αύξηση	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%	8,0%	5,0%	16,7%

Στην ερώτηση για την αλλαγή συμπεριφοράς των Ελλήνων καταναλωτών ως προς τα προϊόντα η απάντηση (Ναι) που συγκεντρώνει το υψηλότερο ποσοστό 93,3% είναι χαρακτηριστική και για τους δύο κλάδους, φανερώνοντάς μας ότι υπάρχει μία αλλαγή στις αγορές τους, όπως η στροφή των καταναλωτών προς τα ελληνικά προϊόντα αλλά και ως προς τα φθηνά προϊόντα. Έτσι δείχνουν οι καταναλωτές πως σκέφτονται το συμφέρον της πατρίδας τους αλλά και την οικονομική τους υγεία.

Πίνακας 4.18: Δείγμα ερωτηθέντων για αλλαγή στην αγορά προϊόντων (κλάδος ένδυσης)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Ναι	28	93,3	93,3
	Όχι	2	6,7	6,7
Σύνολο		30	100	100

Πίνακας 4.18.1: Δείγμα ερωτηθέντων για αλλαγή στην αγορά προϊόντων (κλάδος τροφίμων και ποτών)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Ναι	28	93,3	93,3
	Όχι	2	6,7	6,7
Σύνολο		30	100	100

4.6 ΣΥΝΕΙΣΦΟΡΑ ΘΕΣΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΜΗ ΦΟΡΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Σύμφωνα με τις απαντήσεις του δείγματος, εντοπίζουμε στο κλάδο της ένδυσης για τη συμβολή των παραπάνω το 50% των ερωτηθέντων απάντησε ότι οι κυβερνήσεις είναι εκείνες που θα συμβάλλουν στην αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης σε πάρα πολύ μεγάλο βαθμό, ένα αποτέλεσμα που φανερώνει την πεποίθηση των επιχειρηματιών για τις ενέργειες των κυβερνήσεων και τι αυτές θα επιτύχουν. Παρατηρούμε από την άλλη στον κλάδο τροφίμων και ποτών ότι υπάρχει μια διχογνωμία για την αποτελεσματικότητα των κυβερνήσεων με βάση τα αποτελέσματα όπου έχει ένα ισχυρό προβάδισμα η απάντηση "Καθόλου" με 30% έναντι των απαντήσεων "Πολύ" και "Πάρα Πολύ" που έχουν αμφοτέρως 23,3%. Βάση αυτών καταλήγουμε ότι οι επιχειρήσεις ίσως έχουν να περιμένουν κάτι από τις

κυβερνητικές πολιτικές. Στην πεποίθηση ότι η ευρωπαϊκή ένωση μπορεί να συμβάλει σε πάρα πολύ μεγάλο βαθμό για την αντιμετώπιση της κρίσης καταλήγουν οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες, γεγονός που αντικατοπτρίζεται από τα ποσοστά 33,3% και 30% που συγκεντρώνει η συγκεκριμένη απάντηση. Αυτό σημαίνει ότι ελπίζουν στην Ε.Ε. που είναι ο ισχυρότερος φορέας ο οποίος μπορεί να αντιδράσει, όμως υπάρχει και ο αντίλογος όπως διαμορφώνεται από το 26,7% που έλαβε η απάντηση “Καθόλου” στον κλάδο της ένδυσης και 23,3% στα τρόφιμα και ποτά. Οι έλληνες επιχειρηματίες εκφράζουν έτσι την καχυποψία τους για τις κινήσεις της Ε.Ε, αφού όπως έχει γίνει πλέον αντιληπτό από τους πολίτες της, η ηγετική θέση που κατέχει η Γερμανία και η γερμανική οικονομία της δίνουν τη δυνατότητα να επηράζει σημαντικά τις αποφάσεις για την τύχη της ευρωζώνης και κατ’ επέκταση τις οικονομίες των χωρών εντός της. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις της ένδυσης περιμένουν λίγο (37%) να αντιμετωπίσουν οι ίδιες οι επιχειρήσεις την οικονομική κρίση, πράγμα που είναι λογικό βλέποντας την εγνωσμένη αδυναμία τους για να ελιχθούν στο αντίξωο οικονομικό περιβάλλον. Οι επιχειρήσεις τροφίμων και ποτών όμως περιμένουν αρκετά (33,3%) από τις ίδιες τις επιχειρήσεις, γνωρίζοντας ότι ο κλάδος τους είναι ο μεγαλύτερος και τα προϊόντα τους τα βασικότερα για τους καταναλωτές, οπότε πιστεύουν πως μπορούν να πάρουν μέτρα τόνωσης για την πεσμένη αγορά τους. Π.χ. ένας συνεταιρισμός από mini markets ώστε να προστατευτούν από τις μεγάλες αλυσίδες super markets. Πολλά περιμένουν οι επιχειρήσεις από τις τράπεζες από τους δύο κλάδους του δείγματος με τα ποσοστά που συγκέντρωσε η απάντηση “Πάρα Πολύ” να είναι 39,3% και 36,7% αντίστοιχα, καθώς γνωρίζουν ότι οι τράπεζες κρατούν το κλειδί για την τόνωση της αγοράς με τις λεγόμενες «ενέσεις ρευστότητας» μέσω των ανακεφαλαιοποιήσεων που έχουν λάβει από τις κυβερνήσεις τα τελευταία 5 χρόνια της ύφεσης. Αποκαρδιωτικά είναι τα αποτελέσματα όσον αφορά τις πεποιθήσεις των μικρομεσαίων επιχειρήσεων των δύο εξεταζόμενων κλάδων για αντιμετώπιση της κρίσης από τις συνδικαλιστικές οργανώσεις, αφού τις θεωρούν εξίσου υπαίτιες τόσο για την αρχή της κρίσης στην Ελλάδα όσο και την εξέλιξή της (η απάντηση “Καθόλου” έχει λάβει 63% και 46,7% αντίστοιχα).

Πίνακας 4.19: Συνεισφορά στην αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης (κλάδος ένδυσης)

	Κυβερνήσεις	Ευρωπαϊκή Ένωση	Επιχειρήσεις	Χρηματοπιστωτικά ιδρύματα	Ανώτατες συνδικαλιστικές οργανώσεις
Καθόλου	30%	26,7%	22,2%	28,6%	63%
Λίγο	6,7%	16,7%	37%	14,3%	18,5%
Αρκετά	3,3%	0%	14,8%	7,1%	11,1%
Πολύ	10%	23,3%	18,5%	10,7%	3,7%
Πάρα πολύ	50%	33,3%	7,4%	39,3%	3,7%

Πίνακας 4.19.1: Συνεισφορά στην αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης (κλάδος τροφίμων και ποτών)

	Κυβερνήσεις	Ευρωπαϊκή Ένωση	Επιχειρήσεις	Χρηματοπιστωτικά ιδρύματα	Ανώτατες συνδικαλιστικές οργανώσεις
Καθόλου	30%	23,3%	20%	30%	46,7%
Λίγο	10%	23,3%	13,3%	6,7%	23,3%
Αρκετά	13,3%	13,3%	33,3%	3,3%	13,3%
Πολύ	23,3%	10%	16,7%	23,3%	10%
Πάρα πολύ	23,3%	30%	16,7%	36,7%	6,7%

Τα μέσα μαζικής ενημέρωσης παίζουν κυρίαρχο ρόλο στις σύγχρονες κοινωνίες και μπορούν από το να ενημερώνουν τον κόσμο έως και να διαμορφώνουν απόψεις. Οι επιχειρηματίες πιστεύουν ότι το θέμα της κρίσης υποβαθμίζεται σε μεγάλο βαθμό από τα ΜΜΕ, τόσο που ορισμένοι ερωτηθέντες δήλωσαν ότι το κύρος των ΜΜΕ φθίνει και χάνουν την εμπιστοσύνη τους σε ότι ακούν πλέον. Στην ερώτηση για το πως παρουσιάζουν την κρίση στη χώρα μας το ένα από τα δύο μέρη του δείγματός μας, δηλαδή οι επιχειρήσεις που ανήκουν στον κλάδο της ένδυσης διατυπώνουν την άποψη στην πλειοψηφία τους ότι τα ΜΜΕ υποβαθμίζουν το μέγεθός της, αφού έλαβε 67,9% και μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι ο κλάδος τους έχει

πληγεί σε τεράστιο βαθμό και εκφράζουν την απαισιοδοξία τους θεωρώντας ότι έχει γίνει μεγάλη ζημιά την οποία αλλοιώνουν τα ΜΜΕ. Οι επιχειρήσεις του κλάδου τροφίμων και ποτών επίσης στην πλειοψηφία τους (46,7%) εκφράζουν την ίδια άποψη, αλλά παρατηρούμε ότι το 36,7% των ερωτηθέντων θεωρεί ότι τα ΜΜΕ παρουσιάζουν σε υπερβολικό βαθμό το μέγεθος της κρίσης με σκοπό να δημιουργούν κλίμα αναστάτωσης στους πολίτες για πολιτικούς λόγους.

Πίνακας 4.20: Τα ΜΜΕ στη χώρα μας παρουσιάζουν την κρίση (κλάδος ένδυσης)

		Συχνότητα	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Υπερβολικό βαθμό	6	21,4
	Πραγματικές διαστάσεις	3	10,7
	Υποβαθμίζουν το μέγεθος	19	67,9
	Σύνολο	28	100
Χωρίς απάντηση		2	
Γενικό σύνολο		30	

Πίνακας 4.20.1: Τα ΜΜΕ στη χώρα μας παρουσιάζουν την κρίση (κλάδος τροφίμων και ποτών)

		Συχνότητα	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Υπερβολικό βαθμό	11	36,7
	Πραγματικές διαστάσεις	5	16,7
	Υποβαθμίζουν το μέγεθος	14	46,7
	Σύνολο	30	100
Γενικό σύνολο		30	100

4.7 ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ

Πολύ σημαντική ερώτηση για τις ψυχολογικές επιπτώσεις της κρίσης και τις εκτιμήσεις για το επόμενο διάστημα. Παρατηρώντας τις απαντήσεις του κλάδου της ένδυσης υπάρχει απόλυτη ισοψηφία ως προς την αρνητική τροπή της κατάστασης στη διάρκεια του επόμενου έτους. Κοινό στοιχείο των δυό εξεταζόμενων κλάδων είναι η απαισιοδοξία για το άμεσο μέλλον, καθώς όπως έχουν δηλώσει οι ίδιοι οι καταστηματάρχες με τα στοιχεία που έρχονται στο φως για τα μεγέθη της χώρας και τη συνεχή υποβάθμιση της ελληνικής οικονομίας, η οποία έχει αντίκτυπο στη αγορά, περιμένουν ένα χειρότερο οικονομικό έτος για τους ίδιους και για τη χώρα κατ' επέκταση. Αυτό φαίνεται από το ποσοστό που συγκεντρώνει η ατίστοιχη ερώτηση και στους δυο κλάδους

Πιο αναλυτικά πιστεύουν η κατάσταση θα είναι χειρότερη ή πολύ χειρότερη με ποσοστό 33,3% σε κάθε περίπτωση, ενώ 33,3% πιστεύει ότι δεν θα υπάρξει καμία αλλαγή. Στο δεύτερο μέρος του δείγματος, δηλαδή οι επιχειρήσεις τροφίμων και ποτών, το 43,3 % πιστεύει ότι η κατάσταση θα είναι χειρότερη και το 30% πιστεύει ότι δεν θα γίνει καμία αλλαγή.

Πίνακας 4.21: Εκτίμηση για την οικονομική κατάσταση της χώρας το επόμενο έτος (κλάδος ένδυσης)

		Συχνότητα	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Πολύ χειρότερη	10	33,3
	Χειρότερη	10	33,3
	Καμία (ή πολύ μικρή)	10	33,3
	Καλύτερη	-	-
Σύνολο		30	100

Πίνακας 4.21.1: Εκτίμηση για την οικονομική κατάσταση της χώρας το επόμενο έτος (κλάδος τροφίμων και ποτών)

		Συχνότητα	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Πολύ χειρότερη	6	20
	Χειρότερη	13	43,3
	Καμία (ή πολύ μικρή)	9	30
	Καλύτερη	2	6,7
Σύνολο		30	100

4.8 ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟΥΣ (ΤΖΙΡΟΣ - ΑΠΑΣΧΟΛΟΥΜΕΝΟΙ)

Επέκταση της προηγούμενης ερώτησης που αφορά τις εκτιμήσεις των μικρομεσαίων επιχειρηματιών για το επόμενο δωδεκάμηνο είναι η συγκεκριμένη που καταπιάνεται με ορισμένα μεγέθη ενδεικτικά για το περιβάλλον της παρατεταμένης κρίσης χρέους. Ο συνολικός τζίρος των κλάδων αναμένουν να μειωθεί αρκετά οι επιχειρήσεις και των δύο κλάδων, όπως φαίνεται από τα ποσοστά που έλαβε η αντίστοιχη απάντηση 43,3% και 51,7%, απόρροια της κακής ψυχολογίας που επικρατεί στην αγορά. Όσον αφορά τα υπόλοιπα μεγέθη παρατηρούμε ότι επικρατεί η άποψη ότι δεν θα υπάρξει αλλαγή ή θα είναι ανεπαίσθητη. Αυτό είναι κοινό χαρακτηριστικό και των δύο κλάδων που αναμενουν στην καλύτερη των περιπτώσεων μία χρονιά ίδια με την περασμένη, επειδή δεν περιμένουν άμεσα να καλυτερεύσουν οι συνθήκες της αγοράς και αυτό αποτυπώνεται στα ποσοστά των απαντήσεων.

Πίνακας 4.22: Εκτίμηση για τη μεταβολή των παρακάτω μεγεθών το επόμενο 12μηνο (κλάδος ένδυσης)

	Συνολικός τζίρος του κλάδου	Ένταση του ανταγωνισμού στο κλάδο σας	Πωλήσεις της εταιρίας σας	Περιθώριο κέρδους της εταιρίας σας
Μεγάλη μείωση	20%	3,6%	11,1%	24,1%
Αρκετή μείωση	43,3%	21,4%	33,3%	31%
Καμία ή μικρή αλλαγή	36,7%	46,4%	55,6%	44,8%
Αρκετή αύξηση	0%	14,3%	0%	0%
Μεγάλη αύξηση	0%	14,3%	0%	0%

Πίνακας 4.22.1: Εκτίμηση για τη μεταβολή των παρακάτω μεγεθών το επόμενο 12μηνο (κλάδος τροφίμων και ποτών)

	Συνολικός τζίρος του κλάδου	Ένταση του ανταγωνισμού στο κλάδο σας	Πωλήσεις της εταιρίας σας	Περιθώριο κέρδους της εταιρίας σας
Μεγάλη μείωση	13,8%	0%	6,9%	30%
Αρκετή μείωση	51,7%	27,6%	37,9%	16,7%
Καμία ή μικρή αλλαγή	27,6%	37,9%	44,8%	43,3%
Αρκετή αύξηση	6,9%	24,1%	10,3%	6,7%
Μεγάλη αύξηση	0%	10,3%	0%	3,3%

Στην ερώτηση για το ύψος των πωλήσεων παραπάνω από το 50% απαντάει ότι ο τζίρος του το 2008 που ξεκίνησε η κρίση στην ελληνική αγορά ήταν μέχρι τις 100.000€

Πίνακας 4.23: Ύψος πωλήσεων (τζίρος) το 2008 (κλάδος ένδυσης)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Έως 100.000€	14	46,7	63,6
	100.000-500.000€	8	26,7	36,4
	Σύνολο	22	73,3	100
Χωρίς απάντηση		8	26,7	
Γενικό σύνολο		30	100	

Πίνακας 4.23.1: Ύψος πωλήσεων (τζίρος) το 2008 (κλάδος τροφίμων και ποτών)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Έως 100.000€	16	53,3	72,7
	100.000-500.000€	5	16,7	22,7
	Σύνολο	22	73,3	100
Χωρίς απάντηση		8	26,7	
Γενικό σύνολο		30	100	

Τα τελευταία 5 έτη έχουν συμβεί πολλές αλλαγές στην εργασία (π.χ. φορολογικά, εργασιακά, ασφαλιστικά). Το δείγμα στο κλάδο της ένδυσης στην πλειοψηφία του μας δείχνει ότι δεν έγινε καμία μεταβολή γιατί τα καταστήματα αυτά συνήθως οι απασχολούμενοι είναι οι ιδιοκτήτες. Ενώ στο κλάδο ποτών και τροφίμων υπάρχει μεταβολή δηλαδή μείωση του προσωπικού καθώς έπρεπε να γίνουν περικοπές για να αντέξει η επιχείρηση.

Πίνακας 4.24: Μεταβολή στον αριθμό των απασχολουμένων της επιχείρησης τα τελευταία 5 έτη (κλάδος ένδυσης)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρα	Καμία μεταβολή	12	40	41,4
	Λίγη μείωση	5	16,7	17,2
	Αρκετά μεγάλη μείωση	4	13,3	13,3
	Πολύ μεγάλη μείωση	3	10	10,3
	Πάρα πολύ μεγάλη μείωση	5	16,7	17,2
	Σύνολο	29	96,7	100
Χωρίς απάντηση		1	3,3	
Γενικό σύνολο		30	100	

Πίνακας 4.24.1: Μεταβολή στον αριθμό των απασχολουμένων της επιχείρησης τα τελευταία 5 έτη (κλάδος τροφίμων και ποτών)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο Ποσοστό
Έγκυρα	Καμία μεταβολή	5	16,7	20
	Λίγη μείωση	5	16,7	20
	Αρκετά μεγάλη μείωση	7	23,3	28
	Πολύ μεγάλη μείωση	3	10	12
	Πάρα πολύ μεγάλη μείωση	1	3,3	4
	Λίγη αύξηση	1	3,3	4
	Αρκετά μεγάλη αύξηση	2	6,7	8
	Πολύ μεγάλη αύξηση	1	3,3	4
	Σύνολο	25	83,3	100
Χωρίς απάντηση		5	16,7	
Γενικό σύνολο		30	100	

Η συντριπτική πλειοψηφία του δείγματος απάντησε ότι οι πωλήσεις του προηγούμενου οικονομικού έτους δεν ξεπέρασαν τις 100.000€ και μάλιστα όπως δήλωσαν οι ίδιοι οι καταστηματάρχες οι πωλήσεις ήταν ολοένα και χαμηλότερες από τα προηγούμενα έτη σε σημείο να παρουσιάζουν ζημίες.

Πίνακας 4.25: Ύψος πωλήσεων (τζίρος) το προηγούμενο οικονομικό έτος (κλάδος ένδυσης)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Έως 100.000€	21	70	87,5
	100.000-500.000€	3	10	12,5
	Σύνολο	24	80	100
Χωρίς απάντηση		6	20	
Γενικό σύνολο		30	100	

Πίνακας 4.25.1: Ύψος πωλήσεων (τζίρος) το προηγούμενο οικονομικό έτος (κλάδος τροφίμων και ποτών)

		Συχνότητα	Ποσοστό	Έγκυρο ποσοστό
Έγκυρα	Έως 100.000€	20	66,7	76,9
	100.000-500.000€	5	16,7	19,2
	500.000-1.000.000€	1	3,3	3,8
	Σύνολο	26	86,7	100
Χωρίς απάντηση		4	13,3	
Γενικό σύνολο		30	100	

Χρήση μη παραμετρικού τεστ για διεξαγωγή συμπερασμάτων.

Χρησιμοποιήσαμε το μη παραμετρικό test Mann-Whitney για να ερευνήσουμε εάν υπάρχουν στατιστικώς σημαντικές διαφορές στις απόψεις των ερωτηθέντων για τις μεταβλητές που αναφέρονται στα αποτελέσματα των παραγόντων ανάλογα με τις απόψεις των καταστηματάρχων στην αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης.

Τα δεδομένα του παρακάτω πίνακα όσον αφορά τους δύο κλάδους μας προτρέπουν στο να πούμε πως οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες θεωρούν αδύναμους για να αναστρέψουν την κατάσταση, οι παράγοντες του παρακάτω πίνακα και εκφράζεται έτσι και μια απαισιοδοξία για μια λύση και βελτίωση της κατάστασης στη χώρα. Έτσι προκύπτει πως δεν υπάρχουν σημαντικές στατιστικές διαφορές μεταξύ του δείγματος (Asymp. Sig. >0.05)

Ranks

	Κλάδος	N	Mean Rank	Sumof Ranks
Κυβερνήσεις	Ένδυση	30	33,22	996,50
	Τρόφιμα και ποτά	30	27,78	833,50
	Σύνολο	60		
Ευρωπαϊκή Ένωση	Ένδυση	30	31,23	937,00
	Τρόφιμα και ποτά	30	29,77	893,00
	Σύνολο	60		
Επιχειρήσεις	Ένδυση	27	26,06	703,50
	Τρόφιμα και ποτά	30	31,65	949,50
	Σύνολο	57		
Χρηματοπιστωτικά Ιδρύματα	Ένδυση	28	29,32	821,00
	Τρόφιμα και ποτά	30	29,67	890,00
	Σύνολο	58		
Ανώτατες Συνδικαλιστικές Οργανώσεις	Ένδυση	27	26,26	709,00
	Τρόφιμα και ποτά	30	31,47	944,00
	Σύνολο	57		

Test Statistics^a

	Κυβερνήσεις	Ευρωπαϊκή Ένωση	Επιχειρήσεις	Χρημ/τικά Ιδρύματα	Ανώτατες Συνδικαλιστικές Οργανώσεις
Mann-Whitney U	368,500	428,000	325,500	415,000	331,000
Wilcoxon W	833,500	893,000	703,500	821,000	709,000
Z	-1,257	-,335	-1,301	-,081	-1,300
Asymp. Sig.	,209	,737	,193	,935	,194

Χρησιμοποιώντας το μη παραμετρικό τεστ Mann Whitney για τις πενταβάθμιας κλίμακας Likert ερωτήσεις παρατηρούμε ότι οι απόψεις του δείγματος των δύο κλάδων παρουσιάζουν μικρή απόκλιση στα ακόλουθα ερωτήματα που είναι η μεταβολή στην ποικιλία των προϊόντων, με απαντήσεις από «Καθόλου» έως «Πάρα πολύ», πόσο πιστεύουν οι επιχειρηματίες ότι επηρεάστηκαν από την κρίση και συγκεκριμένα ο κλάδος όπου ανήκει ο καθένας.

Από το πλήθος των απαντήσεων προκύπτει ότι υπάρχει μια μικρή μεταβολή στα προϊόντα των επιχειρήσεων, που ακολουθούν οι επιχειρήσεις και των δύο κλάδων, επειδή οι επιχειρήσεις πρέπει να προσαρμόζονται στα νέα δεδομένα που έχουν να κάνουν, εφόσον εξετάζουμε το λιανεμπόριο, με την αγοραστική δύναμη των καταναλωτών που αναζητούν φθηνότερα με προϊόντα χωρίς μεγάλη μείωση της ποιότητας των προϊόντων.

Στην άποψη των καταστηματάρχων για το πόσο έχουν επηρεαστεί από την κρίση έχοντας απαντήσει επιχειρήσεις και των δύο κλάδων με μεγάλα ποσοστά πάρα πολύ είναι λογικό να παρατηρούμε ότι δεν υπάρχει απόκλιση μεταξύ των δειγμάτων, αφού έχουν χτυπηθεί εξίσου «άγρια» από τις επιπτώσεις της κρίσης στην ελληνική αγορά. (Asymptotic Significance 0,074)

Ranks

	Κλάδος	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Υπάρχει μεταβολή στην ποικιλία των προϊόντων και πόση	Ένδυση	29	33,90	983,00
	Τρόφιμα και ποτά	30	26,23	787,00
	Σύνολο	59		
Πόσο πιστεύετε ότι σας έχει επηρεάσει γενικά η οικονομική κρίση	Ένδυση	30	34,92	1047,50
	Τρόφιμα και ποτά	30	26,08	782,50
	Σύνολο	60		
Συγκεκριμένα τον κλάδο	Ένδυση	29	36,05	1045,50
	Τρόφιμα και ποτά	30	24,15	724,50
	Σύνολο	59		

Test Statistics^a

	Υπάρχει μεταβολή στην ποικιλία των προϊόντων και πόση	Πόσο πιστεύετε ότι σας έχει επηρεάσει γενικά η οικονομική κρίση	Συγκεκριμένα τον κλάδο
Mann-Whitney U	322,000	317,500	259,500
Wilcoxon W	787,000	782,500	724,500
Z	-1,784	-2,079	-2,889
Asymp. Sig. (2-tailed)	,074	,038	,004

Οι απαντήσεις της ερώτησης ποια είναι η εκτίμηση των καταστηματάρχων για τη μεταβολή των παρακάτω μεγεθών το επόμενο 12μηνο συγκεντρώνουν σχεδόν τα ίδια ποσοστά, αφού εκτιμούν ότι θα επέλθει μια μικρή μείωση στον τζίρο των κλάδων αμοτέρων

και ότι ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων θα παραμείνει περίπου ίδιος. Οι πωλήσεις των επιχειρήσεων θα παραμείνουν περίπου ίδιες και το περιθώριο κέρδους θα παραμείνει και αυτό περίπου ίδιο με πτωτικές τάσεις μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι καταστηματάρχες του κλάδου ένδυσης και του κλάδου τροφίμων και ποτών έχουν τις ίδιες εκτιμήσεις για την πορεία του επόμενου χρόνου για την αγορά, όπου σίγουρα δεν περιμένουν ανάκαμψη, απλώς ευελπιστούν σε μια σταθερή όσο το δυνατόν πορεία για να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν και τον επόμενο χρόνο. (Asymptotic Significance 0,737)

Ranks

	Κλάδος	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Συνολικός τζίρος του κλάδου (μέγεθος αγοράς)	Ένδυση	30	29,32	879,50
	Τρόφιμα και ποτά	29	30,71	890,50
	Σύνολο	59		
Ένταση του ανταγωνισμού στον κλάδο σας	Ένδυση	28	28,77	805,50
	Τρόφιμα και ποτά	29	29,22	847,50
	Σύνολο	57		
Πωλήσεις της εταιρίας σας	Ένδυση	27	27,44	741,00
	Τρόφιμα και ποτά	29	29,48	855,00
	Σύνολο	56		
Περιθώριο κέρδους της εταιρίας σας	Ένδυση	29	28,84	836,50
	Τρόφιμα και ποτά	30	31,12	933,50
	Total	59		

Test Statistics^a

	Συνολικός τζίρος του κλάδου (μέγεθος αγοράς)	Ένταση του ανταγωνισμού στον κλάδο σας	Πωλήσεις της εταιρίας σας	Περιθώριο κέρδους της εταιρίας σας
Mann-Whitney U	414,500	399,500	363,000	401,500
Wilcoxon W	879,500	805,500	741,000	836,500
Z	-,336	-,109	-,513	-,541
Asymp. Sig. (2-tailed)	,737	,913	,608	

Χρησιμοποιώντας το τεστ Mann Whitney για το πόση είναι η μεταβολή στον αριθμό των εργαζομένων την τελευταία πενταετία στις επιχειρήσεις από το 0,14 του Asymptotic Significance συμπαιρένουμε ότι λίγο έχει μεταβληθεί ο αριθμός απασχολούμενων στις επιχειρήσεις των κλάδων ένδυσης και τροφίμων και ποτών μέσα στην πενταετία της οικονομικής κρίσης. Οι καταστηματάρχες απάντησαν λίγο ως καθόλου και είναι φυσιολογικό, αφού το δείγμα μας είναι μαγαζιά της Πάτρας που απασχολούν λίγα άτομα, στηρίζονται στην οικογενειακή εργασία, είτε πρόκειται για μαγαζιά με ρούχα, είτε πρόκειται για μίνι μάρκετς, κρεοπωλία κ.ά.

Ranks

	Κλάδος	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Πόση είναι μεταβολή στον αριθμό των απασχολούμενων της επιχείρησης τα τελευταία 5 έτη	Ένδυση	29	24,64	714,50
	Τρόφιμα και ποτά	25	30,82	770,50
	Total	54		

Test Statistics^a

	Κλάδος	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Πόση είναι μεταβολή στον αριθμό των απασχολούμενων της επιχείρησης τα τελευταία 5 έτη	Ένδυση	29	24,64	714,50
	Τρόφιμα και ποτά	25	30,82	770,50
	Total	54		

4.9 ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στο κεφάλαιο αυτό είδαμε αναλυτικά τις απαντήσεις που έδωσαν οι ερωτηθέντες μικρομεσαίοι επιχειρηματίες των κλάδων ένδυσης και τροφίμων και ποτών, με τη χρήση του προγράμματος στατιστικών αναλύσεων IBM SPSS Statistics 21 και τη χρήση της μεθόδου ανάλυσης συχνοτήτων (frequencies). Δημογραφικά η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που εξετάσαμε ήταν μικρές ατομικές επιχειρήσεις με 1-4 άτομα περίπου προσωπικό κατά βάση οικογενειακές επιχειρήσεις. Παρατηρήσαμε ότι οι περισσότεροι επιχειρηματίες και των δύο κλάδων με ποσοστά άνω του 60% και 70% αντίστοιχα είχαν σχεδιάσει να επεκτείνουν τις επιχειρήσεις τους με σκοπό να τις αναπτύξουν, όμως το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης τους κράτησε πίσω, παρατηρήσαμε ότι δεν έκαναν πολλές αλλαγές για τη μείωση των εξόδων τους και θεωρούν ότι έχουν πληγεί πολύ από την οικονομική κρίση. Είδαμε ότι το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις και στους δύο εξεταζόμενους κλάδους είναι η ρευστότητα που αποτελεί αγκάθι για την ελληνική οικονομία και τη λεγόμενη "πραγματική" αγορά. Ακόμα είδαμε πως οι επιχειρηματίες δεν περιμένουν πως οι θεσμικοί παράγοντες Ελλάδας και Ευρώπης μπορούν να αλλάξουν κάτι στην καταδυναστευμένη ελληνική αγορά και εκφράζουν την απαισιοδοξία τους πως τα πράγματα θα χειροτερέψουν με την πάροδο του επόμενου χρόνου βυθίζοντας στην ύφεση ακόμη περισσότερο την οικονομία της χώρας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΡΩΤΟΓΕΝΟΥΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις βρίσκονται μέσα στη δίνη της κρίσης που μαστίζει την ευρωζώνη και την Ευρώπη γενικότερα. Στην εγχώρια αγορά οι μεγάλες επιχειρήσεις είναι ηγέτιδες και φτιάχνουν εκείνες τους όρους του παιχνιδιού του λιανικού εμπορίου. Αυτό που προβλέπεται από τον κόσμο της αγοράς, είναι ότι όσο περνάει ο χρόνος η ύφεση θα βαθαιίνει και αρκετές μικρομεσαίες επιχειρήσεις ακόμα μπορεί να βάλουν "λουκέτο", καθώς είναι τρομακτικά δύσκολο για τις επιχειρήσεις να ανταπεξέρχονται στις πάγιες μηνιαίες υποχρεώσεις τους. Όσον αφορά τους εξεταζόμενους κλάδους οι προοπτικές ανάπτυξης είναι μάλλον ελάχιστες, καθότι αυτοί οι κλάδοι είναι κορεσμένοι. Ωστόσο για την ανάπτυξη της οικονομίας και των δύο αυτών κλάδων θα πρέπει να δοθεί έμφαση στην ανάκαμψη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, με βοήθεια από τις εκάστοτε κυβερνήσεις, που αποτελούν πυλώνα της ελληνικής οικονομίας.

5.2 ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Σκοπός της πτυχιακής εργασίας είναι μέσω της έρευνας να αναδείξουμε τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα της ύφεσης, ώστε στη συνέχεια να είναι δυνατή η διεξαγωγή συμπερασμάτων και η διατύπωση προτάσεων για αξιοποίηση των δυνατοτήτων των κλάδων (ένδυσης, τροφίμων και ποτών).

Στόχοι της έρευνας:

- Ø Τα σχέδια που είχα οι επιχειρήσεις πριν τη κρίση και αν αυτά υλοποιήθηκαν.
- Ø Τις ενέργειες που προεβησαν οι επιχειρήσεις για την αντιμετώπιση της κρίσης
- Ø Πως έχει επηρεάσει η οικονομική κρίση τις επιχειρήσεις.
- Ø Πόσο πιστεύουν οι επιχειρήσεις ότι έχουν συνεισφέρει οι διάφοροι φορείς (πχ: Κράτος, Ε.Ε, ΜΜΕ)
- Ø Τις εκτιμήσεις τους για την μελλοντική οικονομική κατάσταση της χώρας
- Ø Τις εκτιμήσεις τους για τις επιχειρήσεις (τζίρος- αριθμός απασχολούμενων)

Μέσω της έρευνας με αναζήτηση πληροφοριών και χρήση ερωτηματολογίων αναζητήσαμε μια εικόνα του όρου "μικρομεσαία επιχείρηση", τι συμβαίνει στην Ελλάδα και στην Ευρώπη με τις αντιστοίχες επιχειρήσεις, κάναμε μια ιστορική αναδρομή για το πότε ξεκίνησε η κρίση στην Ελλάδα και πως έφτασε μέσω πολιτικών που εφαρμόστηκαν στις δυσχερείς συνθήκες που επικρατούν στην ελληνική οικονομία καθώς και τα σημαντικά λειτουργικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις. Μέσω της χρήσης ερωτηματολογίων που απευθύνονταν σε επιχειρήσεις δύο μεγάλων κλάδων της ελληνικής οικονομίας (κλάδος ένδυσης, κλάδος τροφίμων και ποτών) και εδρεύουν στην πόλη της Πάτρας, στοχεύσαμε στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις από το 2012, όπου είχαν ήδη τεθεί σε εφαρμογή τα μέτρα δημοσιονομικής προσαρμογής, τα οποία επέφεραν αλλαγές σε όλους τους τομείς της οικονομίας και στη σχέση καταστηματαρχη-καταναλωτή, και τι αντίκτυπο έχουν στις

επιχειρήσεις μέχρι να φτάσουμε στο σήμερα. Στη συνέχεια χρησιμοποιήσαμε το μη παραμετρικό τεστ Mann-Whitney για να διαπιστώσουμε τη διαφορά απόψεων των δύο εξεταζόμενων κλάδων για τη συμβολή των θεσμικών οργάνων στην αντιμετώπιση της κρίσης.

Το δείγμα μας ήταν 60 άτομα (30 από κάθε κλάδο). Πάνω από το 50% του δείγματος που ερωτήθηκαν ήταν καταστηματάρχες πράγμα το οποίο είναι πολύ φυσιολογικό μιας και οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στη χώρα μας δεν έχουν καθόλου προσωπικό ή έχουν πάρα πολύ λίγο. Συνεπώς έχουμε ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα του πληθυσμού σε πολύ μεγάλο βαθμό.

5.3 ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ & ΣΥΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σ' αυτό το σημείο θα παρατεθούν ομαδοποιημένα τα κυριότερα συμπεράσματα που προκύπτουν από την ανάλυση των αποτελεσμάτων, που προηγήθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο. Πιο συγκεκριμένα, τα συμπεράσματα ομαδοποιούνται σύμφωνα με τους στόχους που έχουμε θέσει στην έρευνα. Πρώτα αναφέρονται τα συμπεράσματα για τα αποτελέσματα των κυριότερων μεγεθών που επηρεάζουν τη λειτουργία των καταστημάτων των επιχειρηματιών και εργαζομένων της Πάτρας. Στη συνέχεια, εξάγουμε συμπεράσματα για τη γνώμη των επιχειρηματιών σχετικά με προβλέψεις για το μέλλον της αγοράς και την πεποίθησή τους αν μπορεί να αλλάξει προς το καλύτερο η εις βάρος τους κατάσταση από τους αρμόδιους π.χ. κυβέρνηση, τράπεζες κ.ά.

5.3.1 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΛΛΑΓΕΣ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΚΑΝΕΙ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ ΣΤΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Στις απαντήσεις που λάβαμε από τα ερωτηματολόγια των δύο κλάδων, παρατηρήσαμε ότι η κρίση «φρενάρισε» τα σχέδια των επιχειρηματιών για επέκταση των καταστημάτων τους αφενός και αφετέρου αναγκάστηκαν να προχωρήσουν σε αλλαγές για όσο το δυνατόν περισσότερη μείωση των λειτουργικών εξόδων τους, χωρίς παράλληλα να αλλάξουν προς το χειρότερο την ποιότητα των προϊόντων τους.

5.3.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΟΥΝ ΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥΣ

Σε μια σειρά ερωτήσεων κοινών για τους δύο κλάδους προκύπτει ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν επηρεαστεί σφοδρά από την οικονομική κρίση. Κύριο πρόβλημα είναι η αδυναμία των καταναλωτών να πραγματοποιήσουν αγορές είτε αφορούν τη διατροφή τους που είναι η πλεον βασική ανάγκη, είτε αφορούν την ενδυμασία που είναι ίσως δευτερευούσης σημασίας, αφού το προς διάθεση για κατανάλωση εισόδημα μειώνεται διαρκώς σε αντίθεση με τις υποχρεώσεις τους που έχουν ανοδική τάση. Εφόσον δεν προσελκύνονται οι καταναλωτές, δεν πραγματοποιούνται πωλήσεις άρα μειώνεται το ύψος πωλήσεων, με συνέπεια το ταμείο των επιχειρήσεων να είναι ελλειμματικό και ξεκινούν να υφίστανται κωλύματα στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις των επιχειρήσεων. Σε ερώτηση μάλιστα για την αλλαγή οικονομικών παραγόντων οι οποίοι είναι το ύψος πωλήσεων, η κερδοφορία, το περιθώριο κέρδους, για το τελευταίο έτος, οι επιχειρηματίες απαντήσανε ότι έχουν μειωθεί δραστικά εκφράζοντας την απόγνωσή τους για την κατάσταση στην αγορά.

5.3.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΑΠΟΨΕΙΣ, ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΚΑΙ ΤΙΣ ΠΡΟΣΔΟΚΙΕΣ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΓΙΑ ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ ΔΙΑΣΤΗΜΑ

Στο ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήσαμε για την έρευνά μας έχουμε ορισμένες ερωτήσεις για την άποψη των καταστηματάρχων των κλάδων της ένδυσης και των τροφίμων και ποτών σχετικά με την προσπάθεια που γίνεται από τους θεσμικούς παράγοντες της χώρας για αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης και τη ζημία που έχει προκαλέσει στην αγορά. Οι ερωτήσεις 12,13,14,15 έχουν ως περιεχόμενο αυτό. Παρατηρείται το εξής φαινόμενο: ενώ οι επιχειρηματίες των δύο κλάδων συγκλίνουν στην πεποίθηση ότι κανένας από τους παράγοντες δεν είναι αρκετά ικανός για μια αντιστροφή της κατάστασης, οι επιχειρήσεις του κλάδου ένδυσης θεωρούν ότι η ελληνική κυβέρνηση είναι εκείνη που έχει τον τρόπο να βοηθήσει παίρνοντας μέτρα για την ανάκαμψη της αγοράς, αφού βρίσκεται σε ανοιχτή γραμμή επικοινωνίας με τους εταίρους που εξυπηρετούν το χρέος της χώρας, αλλά και με τις τράπεζες που είναι οι άμεσοι χρηματοδότες της εγχώριας αγοράς. Ακόμα είναι κοινή θεώρηση ότι τα μέσα μαζικής ενημέρωσης υποβαθμίζουν τον αντίκτυπο της κρίσης στην αγορά, επειδή οι καθημερινές αλληλεπιδράσεις τους με τους καταναλωτές και με τους κρατικούς φορείς (ΔΟΥ, ασφαλιστικοί φορείς, ΔΕΗ) καταδεικνύουν ότι η ύφεση είναι πολύ βαθιά, κάτι που δε φαίνεται με μια απλή ανάγνωση αριθμών που παρουσιάζονται στον τύπο.

Το κλίμα που επικρατεί στην αγορά του λιανικού εμπορίου είναι απαισιόδοξο για τους κλάδους αμφοτέρως. Θεωρούν ότι στο άμεσο διάστημα δεν θα υπάρξει βελτίωση στην αγορά, αντιθέτως οι πωλήσεις θα συνεχίσουν να καταγράφουν σοβαρές μειώσεις, συνεπώς μείωση της ήδη πολύ περιορισμένης κερδοφορίας. Κοινό σημείο αναφοράς είναι πως οι επιχειρήσεις των δύο κλάδων θεωρούν ότι ο ανταγωνισμός στους κλάδους τους δεν αναμένεται να ενταθεί, αφού συρρικνώνονται σιγά σιγά με ολοένα και περισσότερες επιχειρήσεις να κλείνουν κάθε έτος που περνά.

5.4 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

5.4.1 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΜΜΕ

Προτάσεις για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Όσο αφορά τους επιχειρηματίες θα θέλαμε να τονίσουμε πόσο σημαντικό είναι να προσέξουν τους καλύτερους πελάτες τους, να δούνε πώς μπορούν να τους βοηθήσουν στα προβλήματα που βιώνουν την περίοδο αυτή. Η κρίση αποτελεί πρόβλημα αλλά πρέπει να αποτελέσει ευκαιρία.

Η μείωση των περιττών εξόδων στα απολύτως απαραίτητα.

Μπορούν να επωφεληθούν από τα επιδοτούμενα προγράμματα που είναι σε ισχύ αυτήν την περίοδο. Να ξεκινήσουν συνεργασίες με άλλες επιχειρήσεις ώστε να προσφέρουν περισσότερες και πιο ολοκληρωμένες λύσεις στους πελάτες.

Να κλείσουν ανοιχτούς λογαριασμούς - ανεξόφλητα υπόλοιπα με τη μορφή διακανονισμού δόσεων.

Μια φθηνή προώθηση της επιχείρησης είναι οι δυνατότητες που προσφέρει το internet με τις πολυάριθμες εφαρμογές του όπως το facebook, κ.λ.π. Πρέπει σιγά σιγά οι μικρές επιχειρήσεις να εξοικιωθούν με τις νέες τεχνολογίες και να γίνουν πιο εξωστρεφείς.

Επιχειρήσεις με εξωτερικό δανεισμό πρέπει να διακανονίσουν τα χρέη τους με τις τράπεζες άμεσα. Μπορούν να μεταφέρουν όλες τις υποχρεώσεις τους σε μια τράπεζα, αφού παρέχεται αυτή η δυνατότητα, κι έτσι διαχειρίζονται αποτελεσματικότερα το χρέος τους.

Οι επιχειρήσεις του κλάδου της ένδυσης μπορούν να έχουν πιο συχνές περιόδους εκπτώσεων μέσα στη διάρκεια του έτους, πέραν των επισήμων για την προσέλκυση των καταναλωτών και να διαθέτουν stock παλαιότερων σαιζον σε τιμές κόστους, ώστε να μειώσουν τη ζημία.

Οι επιχειρήσεις του κλάδου τροφίμων και ποτών που ανταγωνίζονται γίγαντες ομίλους super market, να αναζητήσουν αμιγώς ελληνικά προϊόντα σε χαμηλές τιμές από ντόπιους παραγωγούς και να επιμείνουν στο ότι προσφέρουν μόνο ελληνικά προϊόντα μοναδικά και εξαιρετικής ποιότητας. Αυτό έχει αντίκτυπο στους καταναλωτές που στρέφονται και στηρίζουν προϊόντα της εγχώριας παραγωγής, από το να επιλέγουν προϊόντα μεγάλων πολυεθνικών εταιριών του εξωτερικού.

5.4.2 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΡΟΣ ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ

Προτάσεις για την ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων προς το κράτος.

Το ελληνικό κράτος οφείλει να σταθεί αρωγός στην προσπάθεια των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για ανάπτυξη και να διαμορφώσει ένα ασφαλές περιβάλλον εύρυθμης λειτουργίας για τις επιχειρήσεις.

Κάθε επιχείρηση μικρή ή μεσαία, ανεξαρτήτως νομικής υπόστασης υποχρεούται να καταβάλει εισφορές σε ασφαλιστικούς φορείς, για παράδειγμα οι επιχειρήσεις των κλάδων της έρευνας υπάγονται στον Οργανισμό Ασφάλισης Ελευθέρων Επαγγελματιών και έχουν υποχρεώσεις στο Ίδρυμα Κοινωνικών Ασφαλίσεων για κάθε έναν εργαζόμενο που απασχολούν. Οι εισφορές αυτές είναι δυσβάσταχτες αυτήν την περίοδο για τις επιχειρήσεις με αποτέλεσμα να περνούν μήνες και συσσωρεύονται χρέη στους φορείς αυτούς με βαριές κυρώσεις. Επειδή είναι υψηλές λοιπόν παρατηρείται να εργάζονται άτομα χωρίς ασφάλεια και έχουμε το φαινόμενο της «μαύρης εργασίας». Το κράτος μέσω των αρμόδιων υπουργείων του οφείλει να επανεξετάσει τα ύψη των εισφορών, γιατί με χαμηλότερες εισφορές δίνεται μια ελάφρυνση στις επιχειρήσεις στα υψηλά έξοδα που έχουν.

Η φορολογία είναι μεγάλο βάρος που σηκώνουν οι επιχειρήσεις. Η άμεση φορολογία Φ.Π.Α. αναγκάζει τις επιχειρήσεις να διατηρούν υψηλές τιμές στα προϊόντα τους. Οι ζώνες του Φ.Π.Α. είναι: ο κανονικός **23%**, ο μειωμένος **13%** και ο υπερμειωμένος **6,5%**, όπως ισχύουν από τον Κώδικα Φ.Π.Α. βάσει του Ν.3986/2011.

Τα προϊόντα των κλάδων της έρευνας είναι στον κανονικό Φ.Π.Α. αλλά αυτό επιβαρύνει το κόστος αγορών και αυτό φτάνει τελικά στον καταναλωτή. Αλλαγή του Φ.Π.Α. στο μειωμένο θα επέφερε και μείωση στην τελική τιμή, με αποτέλεσμα την ώθηση των πωλήσεων αλλά και αποτελεσματικότερη απόδοσή του από τις ίδιες τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική βιβλιογραφία

1. Δημητράς, Α., Ζοπουνίδης, Κ., Le Rudulier, L. (1996), Πολυκριτήρια Εκτίμηση της Βιωσιμότητας Μικρομεσαίων Βιομηχανικών Επιχειρήσεων, Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης.

Διεθνής βιβλιογραφία

1. El-Namaki, M.S. (1990), “Small business: the myths and the reality”, Long Range Planning, Vol.23 No.4

2. El-Namaki, M.S. (1990), “Small business: the myths and the reality”, Long Range Planning, Vol.23 No.4

3. Amess K. & Girma S., (2009), Do stock markets have value efficiency? Scottish Journal of Political Economy, 56, (3)

Διαδίκτυο

1. www.europa.eu
2. www.tax-profit.gr
3. www.aftercrisisblog.blogspot.gr
4. www.ecb.int (Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, Μάρτιος 2010, Μηνιαίο Δελτίο.)
5. www.istorikathemata.com (Πώς δημιουργήθηκε το ελληνικό δημόσιο χρέος, Του Περικλή Γκόγκα)
6. www.news.kathimerini.gr (Η επέτειος του Νταβός, Του Γιώργου Μαντελα)
7. www.nsa.gr (Σκούλας Ν., (2008), Οι επιπτώσεις της διεθνούς οικονομικής κρίσης στον τουρισμό, Ομιλία στο 1ο Ευρωπαϊκό Συνέδριο Τουρισμού που συνδιοργανώθηκε από τη HELEXPO και τη EUROPRESS MEDIA στο πλαίσιο της Έκθεσης Philoxenia. Διαθέσιμο στο δικτυακό τόπο)

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

Το παρόν ερωτηματολόγιο διανέμεται στα πλαίσια της εκπόνησης της πτυχιακής μας εργασίας με θέμα: «Η ελληνική μικρομεσαία επιχείρηση στο περιβάλλον μιας παρατεταμένης κρίσης γρέους» και αποτελεί βοήθημα στην έρευνά μας. Απευθύνεται σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις στον κλάδο της ένδυσης . Οι ερωτήσεις του ερωτηματολογίου αφορούν την οικονομική κατάσταση πριν την οικονομική και κρίση και μετά. Οι απαντήσεις σας θα μας βοηθήσουν πολύ στη διεξαγωγή συμπερασμάτων για τη σημερινή κατάσταση που επικρατεί. Σας ευχαριστούμε πολύ για τη συμμετοχή σας!

Ενότητα Α'

1. Είχατε κάποια σχέδια για την επιχείρησή σας που εν τέλει δεν πραγματοποιήσατε λόγω της οικονομικής κρίσης;

- Ναι
- Όχι

2. Εάν ναι ποια ήταν αυτά;

.....
.....

Ενότητα Β'

Μετά το έτος 2012 και μετά τι έχει αλλάξει στην επιχείρησή σας;

3. Έχετε αλλάξει προμηθευτή εμπορευμάτων για την μείωση των εξόδων σας;

- Ναι
- Όχι

4. Έχετε μεταφέρει (μετακομίσει) την επιχείρησή σας σε άλλο μέρος για μείωση των εξόδων (π.χ ενοίκιο);

- Ναι

•Όχι

5. Υπάρχει μεταβολή και πόση είναι αυτή στην ποικιλία των προϊόντων σας;

<u>Καθόλου</u>	<u>Λίγη</u>	<u>Αρκετή</u>	<u>Πολύ</u>	<u>Πάρα Πολύ</u>
----------------	-------------	---------------	-------------	------------------

6. Έχετε αλλάξει συνεργάτες στο διάστημα της οικονομικής κρίσης;

•Ναι

•Όχι

7. Πόσο πιστεύετε ότι ως μικρομεσαία επιχείρηση γενικότερα η οικονομική κρίση σας έχει επηρεάσει;

<u>Καθόλου</u>	<u>Λίγο</u>	<u>Αρκετά</u>	<u>Πολύ</u>	<u>Πάρα Πολύ</u>
----------------	-------------	---------------	-------------	------------------

8. Συγκεκριμένα τονκλάδο σας;

<u>Καθόλου</u>	<u>Λίγο</u>	<u>Αρκετά</u>	<u>Πολύ</u>	<u>Πάρα Πολύ</u>
----------------	-------------	---------------	-------------	------------------

9. Βαθμολογήστε από το 1 (Καθόλου) έως 5 (Πάρα Πολύ) πόσο σημαντικά είναι τα παρακάτω προβλήματα για τη λειτουργία της επιχείρησής σας σήμερα.

	<u>Καθόλου</u>	<u>Λίγο</u>	<u>Αρκετά</u>	<u>Πολύ</u>	<u>Πάρα Πολύ</u>
Εύρεση πελατών					
Αυξημένος ανταγωνισμός					
Μείωση ύψους πωλήσεων					
Ρευστότητα					
Αδυναμία είσπραξης οφειλών					
Χρηματοδότηση από τις τράπεζες					
Κόστος προσωπικού					
Γραφειοκρατία κράτους					

10. Πόσο άλλαξαν τον τελευταίο χρόνο (12 μήνες) οι παρακάτω οικονομικοί παράγοντες στην επιχείρησή σας; (Επιλέξτε πρώτα Αύξηση/Μείωση)

	<u>Καθόλου</u>	<u>Λίγο</u>	<u>Αρκετά</u>	<u>Πολύ</u>	<u>Πάρα</u>	<u>Αύξηση</u>	<u>Μείωση</u>
Ύψος πωλήσεων							
Κερδοφορία							
Περιθώριο κέρδους							
Κόστος εργατικού							
Κόστος αγορών							
Κόστος							
Αδυναμία Πληρωμών από							

11. Έχετε παρατηρήσει αλλαγή στις αγορές των Ελλήνων καταναλωτών για τα προϊόντα;

- Ναι
- Όχι

12. Βαθμολογήστε από το 1 (Καθόλου) έως το 5 (Πάρα Πολύ) πόσο πιστεύετε ότι οι παρακάτω θα συμβάλλουν στην αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης.

	<u>Καθόλου</u>	<u>Λίγο</u>	<u>Αρκετά</u>	<u>Πολύ</u>	<u>Πάρα Πολύ</u>
Κυβερνήσεις					
Ευρωπαϊκή Ένωση					
Οι επιχειρήσεις					
Χρηματοπιστωτικά ιδρύματα (τράπεζες)					
Ανώτατες συνδικαλιστικές οργανώσεις					

13. Θεωρείτε ότι τα ΜΜΕ στη χώρα μας παρουσιάζουν την κρίση σε:

Υπερβολικό βαθμό	Πραγματικές διαστάσεις	Υποβαθμίζουν το μέγεθος

Ενότητα Γ'

14. Ποια είναι η εκτίμησή σας για την αλλαγή στην οικονομική κατάσταση της χώρας κατά την διάρκεια του επόμενου δωδεκαμήνου;

<u>Πολύ Χειρότερη</u>	<u>Χειρότερη</u>	<u>Καμία (ή πολύ μικρή)</u>	<u>Καλύτερη</u>	<u>Πολύ Καλύτερη</u>

15. Ποια είναι η εκτίμησή σας για τη μεταβολή των παρακάτω μεγεθών το επόμενο δωδεκάμηνο:

	<u>Μεγάλη μείωση</u>	<u>Αρκετή μείωση</u>	<u>Καμία ή μικρή αλλαγή</u>	<u>Αρκετή Αύξηση</u>	<u>Μεγάλη Αύξηση</u>
Συνολικός τζίρος του κλάδου σας (μέγεθος αγοράς)	1	2	3	4	5
Ένταση του ανταγωνισμού στον κλάδο σας	1	2	3	4	5
Πωλήσεις της εταιρίας σας	1	2	3	4	5
Περιθώριο κέρδους της εταιρίας σας	1	2	3	4	5

16. Ποια είναι η θέση σας μέσα στην επιχείρηση;

- Υπάλληλος
- Προϊστάμενος
- Διευθυντής

17. Το φύλο σας

<u>Γυναίκα</u>	
<u>Ανδρας</u>	

18. Ηλικία:

<u>18-25</u>	
<u>26-35</u>	
<u>36-45</u>	
<u>46-55</u>	
<u>56-65</u>	
<u>Άνω των 65</u>	

19. Είστε απόφοιτος/η:

- Δημοτικό
- Γυμνάσιο/Λύκειο
- Μεταδευτεροβάθμια εκπαίδευση (ΙΕΚ)
- Ανώτατη εκπαίδευση
- Μεταπτυχιακό
- Διδακτορικό

Ενότητα Δ'

20. Ποιο έτος ιδρύθηκε η εταιρία σας;

- Έτος:

21. Η εταιρία σας ανήκει στην κατηγορία;

- Ατομική επιχείρηση
- Ομόρρυθμη εταιρεία
- Ετερόρρυθμη εταιρεία
- Αφανής ή συμμετοχική
- Ε.Π.Ε.
- Ανώνυμη εταιρεία
- Άλλο.....

22. Το έτος 2008 περίπου πόσα άτομα εργαζόταν στην επιχείρησή σας;

- 0 – 9
- 10 – 49
- 50 – 249
- 250 και άνω

23. Ποιο ήταν το ύψος των πωλήσεών σας (τζίρος) το 2008;

- έως 100.000 ευρώ
- 100.000 – 500.000 ευρώ
- 500.000 – 1.000.000 ευρώ
- περισσότερα από 1.000.000 ευρώ

24. Πόση είναι η μεταβολή στον αριθμό των απασχολουμένων της επιχείρησής σας τα τελευταία 5 έτη (*Επιλέξτε πρώτα Αύξηση/Μείωση*);

<u>Καθόλου</u>	<u>Λίγο</u>	<u>Αρκετά</u>	<u>Πολύ</u>	<u>Πάρα</u>	<u>Αύξηση</u>	<u>Μείωση</u>

25. Ποιο ήταν το ύψος των πωλήσεών σας (τζίρος) το προηγούμενο οικονομικό έτος;

- έως 100.000 ευρώ
- 100.000 – 500.000 ευρώ
- 500.000 – 1.000.000 ευρώ
- περισσότερα από 1.000.000 ευρώ

Ευχαριστούμε για το χρόνο σας!