

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Τίτλος Εργασίας:

**«Μορφές χρηματοδότησης των ελληνικών μικρομεσαίων
επιχειρήσεων»**

Title:

“Forms of fundings of Greek SMEs companies”

Κρεούζη Ανθή

Kreouzi Anthi

Γιαννιώτης Ιωάννης

Gianniotis Ioannis

Επιβλέπων Καθηγητής: Ηγουμενάκης Γεώργιος

Supervisor: Igoumenakis George

Πάτρα 2016

Περιεχόμενα

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	4
ABSTRACT.....	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο – Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΗΜΕΡΑ	6
1.1. ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	6
1.2. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	9
1.3. ΒΑΣΙΚΕΣ ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	12
1.3.1. Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ.....	12
1.3.2. ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	12
1.3.3. ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	14
1.4. ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	16
1.5. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΚΑΙ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ.....	18
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ^ο - ΔΟΜΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	21
2.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	21
2.2. ΤΥΠΟΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	23
2.3. ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΤΗΣ ΜΜΕ.....	24
2.4. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΜΜΕ.....	26
2.5. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΜΜΕ.....	26
2.6. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ	28
2.7. ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	29
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο – ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	32
3.1. Ο ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	32
3.1.1. ΔΑΝΕΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ.....	32
3.1.2. ΔΑΝΕΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ ΜΟΝΙΜΟΤΕΡΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ.....	33
3.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΔΑΝΕΙΣΜΟΥ.....	35
3.3. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΔΑΝΕΙΣΜΟΥ	36
3.4. Ο ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΕ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ.....	37
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ^ο - ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ (VENTURE CAPITAL).....	41
4.1. Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ VENTURE CAPITAL.....	41
4.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ VENTURE CAPITAL	42
4.3. ΤΟ VENTURE CAPITAL ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	43
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 ^ο – ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ (LEASING)	46
5.1. ΤΟ LEASING ΩΣ ΜΟΡΦΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ	46
5.2. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥ LEASING	46

5.3. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ LEASING	49
5.4. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ.....	50
5.5. Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥ LEASING ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 ^ο – ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ (FACTORING)	
.....	53
6.1. ΟΡΙΣΜΟΣ	53
6.2. ΕΙΔΗ FACTORING.....	53
6.3. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	55
6.4. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ	56
6.5. ΤΟ FACTORING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΑ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΧΡΟΝΙΑ	56
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7 ^ο – ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ (FRANCHISING)	58
7.1. ΟΡΙΣΜΟΣ	58
7.2. ΕΙΔΗ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΗΣ	59
7.3. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ	61
7.4. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FRANCHISE	63
7.5. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FRANCHISE	64
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 ^ο – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	66
8.1. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	66
8.2. ΠΟΣΟΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ	66
8.3. ΟΙ ΠΟΙΟΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ	67
8.3.1. ΟΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	68
8.3.2. ΜΕΘΟΔΟΙ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ	68
8.3.3. Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	68
8.3.3.1. Η ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ	68
8.3.3.2. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ	69
8.3.3.3. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΕΝΟΣ ΣΩΣΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.	70
8.3.3.4. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ	70
8.4. ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ.	71
ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	73
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	116
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	121
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	122

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Βασικός στόχος στην παρούσα πτυχιακή εργασία είναι η μελέτη των βασικότερων μορφών χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα σήμερα.

Το πρώτο κεφάλαιο της εργασίας αφορά γενικά την επιχειρηματικότητα, αναλύοντας τις σύγχρονες τάσεις της, τα είδη και τις βασικές της συνιστώσες.

Στο δεύτερο κεφάλαιο έγινε λόγος για τη δομή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Πιο αναλυτικά, παρουσιάστηκαν εν συντομία οι τύποι των επιχειρήσεων αυτών, ο κύκλος ζωής τους, το αντικείμενο δραστηριότητάς τους, τα χαρακτηριστικά τους, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά τους, αλλά και η παρουσία τους μέχρι σήμερα στη χώρα μας.

Στα επόμενα κεφάλαια που ακολουθούν, από το τρίτο μέχρι το έβδομο αναλύονται οι σημαντικότερες μορφές χρηματοδότησης των ελληνικών επιχειρήσεων σήμερα με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα που παρουσιάζουν, καθώς και το κατά πόσο εφαρμόζονται από τις ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Οι σημαντικότερες μορφές χρηματοδότησης είναι ο Τραπεζικός Δανεισμός, τα Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών (Venture Capitals), η Χρηματοδοτική Μίσθωση (Leasing), τα Πρακτορεία Επιχειρηματικών Απαιτήσεων (Factoring) και η Δικαιοχρησία (Franchise).

Το όγδοο κεφάλαιο αφορά στη μεθοδολογία της έρευνας που ακολουθήθηκε για την εκπόνηση των ερωτηματολογίων, τη συμπλήρωσή τους από ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, καθώς και τα συμπεράσματα που προέκυψαν από αυτά.

ABSTRACT

The main objective in this thesis is the study of the main types of SME financing in Greece today.

The first chapter is about entrepreneurship in general, analyzing the latest trends and its basic components.

In the second chapter reference was made to the structure of SMEs. Specifically, briefly we presented the types of these businesses, their life cycle, their activity, their characteristics, advantages and disadvantages, and also their presence to date in our country.

In the following chapters, from the third until the seventh, we analyzed the most important forms of financing Greek business today with their advantages and disadvantages, and whether applied by Greek SMEs. The most important forms of financing is Bank Lending, the Venture Capital, the Leasing, the Agencies Factoring and Franchising.

The eighth chapter concerns the research methodology that has been followed for the preparation of questionnaires, complete them by Greek SMEs, and the conclusions that we drawn from them.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο – Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΗΜΕΡΑ

1.1. ΣΥΓΧΡΟΝΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

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

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

Στη σύγχρονη βιβλιογραφία η επιχειρηματικότητα σχετίζεται με:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

1.2. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

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

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

Έχουν αναπτυχθεί διάφορες μορφές επιχειρηματικότητας, η ύπαρξη και το πλήθος των οποίων έχει την εξήγησή του στις πολλαπλές διαστάσεις που έχει λάβει ο επιχειρηματικό τομέας, αλλά και στη σύγχυση που υπάρχει αναφορικά με τα διακριτικά γνωρίσματα και την ανάγκη ύπαρξης των μορφών αυτών επιχειρηματικότητας. Οι λόγοι που οδηγούν στο διαχωρισμό της επιχειρηματικότητας

είναι πολλοί και συνήθως έχουν τις ρίζες τους στους λόγους ευκολίας θεωρητικής ανάλυσης ή ερμηνείας του φαινομένου.

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

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

A) Η αμιγής επιχειρηματικότητα εξασκείται χωρίς ο επιχειρηματίας να διαθέτει άλλα παραγωγικά μέσα (π.χ. μηχανήματα), αλλά μόνο από την προσωπική του συμβολή. Κεντρικό ρόλο παίζει η προσωπικότητα του με όλα τα χαρακτηριστικά της, τα οποία εκφράζονται με τη σύλληψη για αξιοποίηση μιας νέας παραγωγικής ιδέας. Η αμιγής επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει εκείνες τις δραστηριότητες που δεν μπορούν εξίσου με τον επιχειρηματία να πραγματοποιηθούν από μισθωτούς εργαζομένους ή άλλους φορείς (π.χ. δημόσιες υπηρεσίες). Ωστόσο η επιχειρηματικότητα με αυτή τη μορφή δεν συναντάται συχνά στην πραγματική οικονομική ζωή. Όταν ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει δράση, τις περισσότερες φορές, είναι υποχρεωμένος για διάφορους λόγους να αναλάβει δραστηριότητες που θα μπορούσαν να αναληφθούν από άλλα άτομα χωρίς να μειωθεί το αποτέλεσμα της επιχειρηματικότητας του. Έτσι στην πράξη ο ρόλος του επιχειρηματία εκπληρώνεται με μία από τις μορφές της μικτής επιχειρηματικότητας.

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

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

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

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

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

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

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

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

1.3. ΒΑΣΙΚΕΣ ΣΥΝΙΣΤΩΣΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

1.3.1. Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

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

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

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

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

1.3.2. ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Αναφορικά με τη διάκριση των επιχειρήσεων και τον τρόπο διαχωρισμού τους, έχουν προταθεί κάποια κριτήρια. Από την κατηγορία και το είδος της

επιχείρησης θα εξαρτηθεί η μορφή οργάνωσης και ο τύπος της διοίκησης που θα εφαρμοσθεί. Η κατηγοριοποίηση των επιχειρήσεων που βασίζονται σε διάφορα κριτήρια, όπως, οικονομικά, νομικά οργανωτικά κτλ. συνοψίζεται όπως παρακάτω:

Ανάλογα με το μέγεθός τους, οι επιχειρήσεις διακρίνονται σε :

- § Μικρές
- § Μεσαίες
- § Μεγάλες

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

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

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

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

Το χαρακτηριστικό των ατομικών και προσωπικών επιχειρήσεων είναι η απεριόριστη ευθύνη των φυσικών προσώπων που τις αποτελούν. Δηλαδή σε περίπτωση δυσμενών καταστάσεων όπως πτώχευση δεσμεύεται εκτός από την περιουσία της επιχείρησης και η προσωπική περιουσία των ιδιοκτητών. Ενώ στις επιχειρήσεις κεφαλαίου όπως είναι η ανώνυμη εταιρία η ευθύνη περιορίζεται στην εταιρική περιουσία. Απαραίτητη προϋπόθεση για τη σύσταση οποιασδήποτε μορφής

εταιρείας είναι η σύνταξη καταστατικού και για συγκεκριμένους τύπους επιχειρήσεων είναι απαραίτητη και η παρουσία συμβολαιογράφου ενώ για άλλους πάλι αρκεί μόνο ένα ιδιωτικό έγγραφο. Ο βασικός στόχος όλων των τύπων επιχειρήσεων είναι η μεγιστοποίηση της αξία τους δηλαδή η δημιουργία πλούτου, η αύξηση και ο πολλαπλασιασμός του αρχικού κεφαλαίου. (Τζωρτζάκη Κ., Α. Τζωρτζάκη, 1992: 79-80)

1.3.3. ΜΟΡΦΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

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

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

β) Εταιρεία: Εταιρεία προκύπτει όταν δύο ή περισσότερα πρόσωπα, φυσικά ή νομικά, αναλαμβάνουν με σύμβαση αμοιβαία υποχρέωση να επιδιώξουν με κοινές εισφορές κοινό σκοπό. Οι εταιρείες χαρακτηρίζονται από εμπορικότητα και αποτελούν νομικές προσωπικότητες, δηλαδή:

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

- Έχουν επωνυμία, έδρα, ιθαγένεια και περιουσία.

Οι πιο συνηθισμένες μορφές εταιρειών είναι:

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

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

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

β2) Ετερόρρυθμη Εταιρεία (Ε.Ε.): Αυτός ο τύπος εταιρείας προτιμάται όταν μεταξύ των εταίρων περιλαμβάνονται πρόσωπα που δεν επιθυμούν να ευθύνονται αλληλέγγυα και απεριόριστα, δηλαδή με ολόκληρη την προσωπική τους περιουσία. Τα μέλη της ετερόρρυθμης εταιρείας ευθύνονται για τις δραστηριότητες και τα χρέη μόνο μέχρι του ποσού της εισφοράς τους. Η ετερόρρυθμη εταιρεία έχει εμπορική επωνυμία. Ένας ή περισσότεροι εταίροι (ετερόρρυθμοι) έχουν περιορισμένη ευθύνη και συμβάλλουν με χρήματα ή καθετί που έχει περιουσιακή αξία, κάτι που αποτυπώνεται και στο καταστατικό. Ένας ή περισσότεροι εταίροι (ομόρρυθμοι) έχουν απεριόριστη και εξ ολοκλήρου ευθύνη και μπορούν να χαρακτηριστούν ως απλοί χρηματοδότες. (Γεωργιάδης, Π., 2008: 11-13)

β3) Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.): Η εταιρεία περιορισμένης ευθύνης επιλέγεται όταν κανένας εταίρος δεν επιθυμεί να διακινδυνεύσει την προσωπική του περιουσία. Πρόκειται για εταιρεία κεφαλαιουχικού τύπου και το κεφάλαιό της διαιρείται σε «μερίδια συμμετοχής ή εταιρικά μερίδια». Οι εταίροι έχουν περιορισμένη ευθύνη και οι αποφάσεις λαμβάνονται κατά πλειοψηφία (από τους

εταίρους που εκπροσωπούν πλέον του μισού του συνολικού εταιρικού κεφαλαίου). Υπάρχουν συγκεκριμένοι όροι δημοσιότητας τόσο κατά την ίδρυσή της, όσο και καθ' όλη τη διάρκεια ζωής της. (Γεωργιάδης, Π., 2008: 11-13)

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

1.4. ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΚΑΙ ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

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

- Διοικητικές δυσκολίες και γραφειοκρατία κατά την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας ή/και κατά τη λειτουργία της επιχείρησης.
- Δυσκολία συγκέντρωσης τουλάχιστον του αρχικού κεφαλαίου.
- Δυσκολίες που προέρχονται από το ύψος της φορολογίας και τις κοινωνικές – ασφαλιστικές επιβαρύνσεις για τους αυτοαπασχολούμενους (ή τους δυνάμει αυτοαπασχολούμενους).
- Δυσκολίες αντιμετώπισης του ανταγωνισμού εντός της Ε.Ε., αλλά και διεθνώς.
- Προβλήματα που δημιουργούνται από τον σχετικό αποκλεισμό ομάδων πληθυσμού από την ανάπτυξη επιχειρηματικότητας. Τέτοιες ομάδες είναι οι εθνοτικές μειονότητες, οι γυναίκες, τα νεαρά άτομα κ.ά.
- Προβλήματα γεωγραφικού αποκλεισμού.

- Ελλείψεις σε γενικότερη γνώση και αντίληψη περί επιχειρηματικότητας και εναλλακτικών λύσεων, καθώς και εμπόδια που έχουν να κάνουν με τις ανάγκες σε εξειδικευμένη γνώση, εκπαίδευση – κατάρτιση και δεξιότητες.
- Κίνδυνοι (οικονομική ανασφάλεια, κοινωνική κατακραυγή) και αποθάρρυνση που προέρχονται από την προοπτική μιας επιχειρηματικής αποτυχίας, σε σχέση με τις πιθανότητες και το μέγεθος της αναμενόμενης ανταμοιβής από μια επιτυχή επιχειρηματική δραστηριοποίηση.
- Προτίμηση για το καθεστώς του μισθωτού αντί για αυτό του αυτοαπασχολούμενου. (Γεωργιάδης, Π., 2008:19)

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

§ κίνδυνος από μεταβολές των τιμών της αγοράς (market risk)

§ κίνδυνος πιστοδότησης (credit risk)

§ λειτουργικός κίνδυνος (operational risk)

§ κίνδυνος παραβατικότητας (legal risk)

§ κίνδυνος ρευστότητας (liquidity risk) κ.λπ.

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

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

i) ενδογενείς ως προς την επιχείρηση (δηλ. κίνδυνοι που σχετίζονται άμεσα με την λειτουργία της επιχείρησης) και **ii) εξωγενείς** ως προς την επιχείρηση (δεν σχετίζονται με την λειτουργία της επιχείρησης και προέρχονται από το εξωτερικό οικονομικό περιβάλλον της επιχείρησης) . (Webb., P., Webb., S., 2004: 43)

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

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

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

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

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

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

1.5. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ ΚΑΙ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ

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

Κάποιοι άλλοι παράγοντες είναι αυστηρά προσωπικοί, με την έννοια ότι αφορούν τον τρόπο με τον οποίο κάθε συγκεκριμένος άνθρωπος κρίνει την δική του προσωπική επιχειρηματική δραστηριοποίηση. Εδώ ιδιαίτερη σημασία έχουν παράγοντες όπως η αξιολόγηση των ικανοτήτων και της εμπειρίας του από τον ίδιο

τον επίδοξο/νέο επιχειρηματία, αλλά και το «θάρρος» του για την είσοδο σε μια νέα δραστηριότητα, τα αποτελέσματα της οποίας δεν μπορεί παρά να ενέχουν μεγάλη αβεβαιότητα. Πρόκειται, με άλλα λόγια, για παράγοντες οι οποίοι αφορούν αποκλειστικά το άτομο και την επιλογή επιχειρηματικής δραστηριοποίησης για την οποία είτε προβληματίζεται, είτε έχει ήδη αποφασίσει να ακολουθήσει.

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

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

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

α) **Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας**, που αναφέρεται στην επιχειρηματικότητα που έχει ως κίνητρο κυρίως την αξιοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας που εντοπίζεται από το άτομο και αξιολογείται στο πλαίσιο του οικονομικού περιβάλλοντός του και προκρίνεται ικανή είτε να οδηγήσει σε αύξηση του εισοδήματός του, είτε να προσφέρει εργασιακή ανεξαρτησία. Για τον Schumpeter (1934), η αναγνώριση της ευκαιρίας οφείλεται στην εξαιρετική ικανότητα του επιχειρηματία (entrepreneur) να μετασχηματίζει την αγορά (Schumpeter, J., 1934),

για τον Rotter (1966), στην ανάγκη του επιχειρηματία να βρίσκεται στο κέντρο της εξουσίας και για άλλους στη διαρκή επιδίωξη του κέρδους. (Rotter, J.B., 1966: 80) οι Shaver & Scott (1991), εμβάθυναν περισσότερο στα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία, την κλίση και την τάση του να μετασχηματίζει με πρακτικές μεθόδους μια ευκαιρία σε επιχείρηση. (Shaver, K. G., Scott, L. R., 1991:23-45)

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

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

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο - ΔΟΜΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

2.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

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

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

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

Σε γενική έννοια επιχείρηση θεωρείται κάθε μονάδα, ανεξαρτήτως της νομικής της μορφής (κατασκευής -του οργανωτικού κριτηρίου δηλαδή), η οποία ως

οικονομική μονάδα στα πλαίσια της λειτουργικότητάς της (του λειτουργικού κριτηρίου δηλαδή), ασκεί οικονομική δραστηριότητα.

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

Ειδικότερα :

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

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

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

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

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

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

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

2.2. ΤΥΠΟΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Αυτόνομη επιχείρηση

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

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

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

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

Συνεργαζόμενη επιχείρηση

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

- κατέχει συμμετοχή μεταξύ 25% και κάτω του 50% σε αυτήν,
- αυτή η άλλη επιχείρηση έχει συμμετοχή μεταξύ 25% και κάτω του 50% στην αιτούσα επιχείρηση,
- η αιτούσα επιχείρηση δεν καταρτίζει παγιωμένους λογαριασμούς στους οποίους να περιλαμβάνεται η εν λόγω άλλη επιχείρηση και δεν περιλαμβάνεται μέσω παγίωσης στους λογαριασμούς εκείνης ή μιας επιχείρησης που συνδέονται με αυτή την τελευταία.

Συνδεδεμένη επιχείρηση

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

2.3. ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΤΗΣ ΜΜΕ

Ο κύκλος ζωής της επιχείρησης αποτελείται από τέσσερα επιμέρους στάδια. **Το πρώτο στάδιο είναι αυτό της εισαγωγής.** Σε αυτό το στάδιο η επιχείρηση εμφανίζεται για πρώτη φορά στο επιχειρηματικό προσκήνιο αναζητώντας τους κατάλληλους προμηθευτές από τους οποίους θα προμηθευτεί τις αναγκαίες πρώτες

ύλες, τα υλικά συσκευασίας κ.λπ. Ακόμη, η επιχείρηση αναζητά συνεργασία με πελάτες, είτε χονδρέμπορους είτε λιανοπωλητές. Το στάδιο της εισαγωγής είναι το σημείο στο οποίο η επιχείρηση αντιμετωπίζει ιδιαίτερα προβλήματα κυρίως λόγω του μεγέθους της. Αυτό οφείλεται στο γεγονός της έλλειψης εμπιστοσύνης, τόσο από την πλευρά των προμηθευτών όσο και από την πλευρά των πελατών, για το αν θα είναι η επιχείρηση σε θέση να αντεπεξέλθει στις μακροχρόνιες υποχρεώσεις της. Τα δε προϊόντα της τα υποδέχονται οι καταναλωτές με κάποια επιφύλαξη. (Πετράκης, Π., 1996: 45-49)

Περνώντας στο **δεύτερο στάδιο, αυτό της ανάπτυξης**, η μικρομεσαία επιχείρηση οφείλει να καθορίσει τους επιχειρηματικούς της στόχους και να εκμεταλλευτεί τόσο τα τεχνολογικά πλεονεκτήματα που είναι σε θέση να διαθέτει ή να αποκτήσει, όσο και το ανθρώπινο δυναμικό της, προκειμένου να μπορέσει να επιβιώσει στον ισχύοντα οικονομικό χώρο. Είναι η περίοδος όπου η ΜΜΕ θα πρέπει να πείσει τόσο τους προμηθευτές και τα πιστωτικά ιδρύματα με τα οποία συνεργάζεται, όσο και τους πελάτες – καταναλωτές της για τις ικανότητες και τις δυνάμεις τις οποίες διαθέτει. Ιδιαίτερη προσπάθεια ωστόσο, θα πρέπει να καταβάλλει απέναντι στους ανταγωνιστές της και κυρίως απέναντι στις μεγάλες επιχειρήσεις. Ο θεμιτός ανταγωνισμός μέσα στον οποίο θα πρέπει να κινείται είναι ένας από τους βασικούς παράγοντες του «επιχειρηματικού παιχνιδιού» στο οποίο θα πρέπει πάντα να επιδιώκει τη διάκριση. Στο στάδιο της ανάπτυξης πολλές επιχειρήσεις εγκαταλείπουν τον αγώνα επιβίωσής τους λόγω έλλειψης στόχων και κυρίως λόγω ανωριμότητας.

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

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

2.4. ΑΝΤΙΚΕΙΜΕΝΟ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ ΜΜΕ

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

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

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

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

2.5. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΜΜΕ

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

- 1) Ο κεφαλαιούχος – επιχειρηματίας της ΜΜΕ «διδάσκεται» συνεχώς επιλύοντας κάθε φορά τα επιμέρους προβλήματα που προκύπτουν στην επιχείρηση του, τα περισσότερα από τα οποία αντιμετωπίζει για πρώτη φορά.
- 2) Το οργανωτικό σύστημα διοίκησης της ΜΜΕ βρίσκεται ακόμη στο στάδιο ανάπτυξης. (Ζαπουνίδης, Κ., Ψιμάρνη-Βούλγαρη, Φ., 2000: 84-90)

- 3) Οι περιορισμένες εμπορικές πράξεις που διενεργούνται από την επιχείρηση δεν δίνουν την δυνατότητα πραγματοποίησης επενδύσεων σε θέματα «ρουτίνας» της διοίκησης. Έτσι η ΜΜΕ είναι ανίκανη να εκμεταλλευτεί τα οικονομικά πλεονάσματα της οργανωτικής και διοικητικής επιστήμης.
- 4) Οι ΜΜΕ δεν έχουν την δυνατότητα να χρησιμοποιήσουν «τυποποιημένες» επιχειρηματικές αποφάσεις προκειμένου να παρθούν λύσεις για πρακτικά καθημερινά προβλήματα.
- 5) Οι επιχειρηματικές αποφάσεις λαμβάνονται μέσω των προσωπικών σχέσεων και όχι μέσω της οργανωτικής δομής της επιχείρησης.
- 6) Στον διευθυντή – ιδιοκτήτη της ΜΜΕ ενσωματώνονται οι περιορισμένες δυνατότητες της διοίκησης.
- 7) Το μέγεθος της επιχείρησης αποτελεί έναν από τους βασικότερους παράγοντες μη πρόσληψης ικανών διοικητικών στελεχών για την ομαλή στελέχωσή της, κυρίως λόγω ανεπάρκειας οικονομικών πόρων. (Ζαπουνίδης, Κ., Ψιμάρνη-Βούλγαρη, Φ., 2000: 84-90)
- 8) Συχνά η ιδιοκτησία και η διοίκηση της επιχείρησης ενσωματώνονται στο ίδιο πρόσωπο (επιχειρηματίας – κεφαλαιούχος), με άμεσο αποτέλεσμα οι επιχειρηματικοί στόχοι να μην παρουσιάζονται ξεκάθαρα στους εργαζόμενους της. Άμεσο αποτέλεσμα αυτού του γεγονότος είναι, η συμπεριφορά του επιχειρηματία στον εργασιακό χώρο να συγχέεται με τους σκοπούς της επιχείρησης.
- 9) Η ζήτηση των προϊόντων της επιχείρησης εξαρτάται πολλές φορές από τη δραστηριοποίηση του ιδιοκτήτη – επιχειρηματία και όχι απ' το ίδιο το προϊόν, κι αυτό διότι δεν κατέστην δυνατόν από την ΜΜΕ να δημιουργήσει το προϊόν δική του «προσωπικότητα» ώστε να είναι σε θέση να διαθέτει «επώνυμη» ζήτηση. Άμεση συνέπεια αυτής της αδυναμίας είναι πολλές ΜΜΕ να διαλύονται με το φυσιολογικό θάνατο του επιχειρηματία – ιδρυτή τους.
- 10) Ιστορικά, ένα από τα αμετάβλητα χαρακτηριστικά των ΜΜΕ είναι το γεγονός ότι οι ΜΜΕ για να αποφύγουν τον άμεσο ανταγωνισμό με τις μεγαλύτερες εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον ίδιο τομέα έχουν επικεντρώσει τις παραγωγικές δραστηριότητες τους στις ανάγκες μικρών αγορών με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και απαιτήσεις, με συνήθως τοπικό χαρακτήρα και προσωπική επαφή με τους πελάτες.

2.6. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

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

1. Αξιοποίηση επιχειρηματικών ταλέντων: Κατά κανένα τρόπο δεν πρέπει να θεωρείται ως δεδομένο ότι καθένας που αποφασίζει να αναπτύξει επιχειρηματική δραστηριότητα είναι και ταλέντο, ή ότι η ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι ο μόνος τρόπος για την αξιοποίηση ατόμων ταλαντούχων.
2. Συμβολή στην πληρέστερη απασχόληση των συντελεστών της παραγωγής και κυρίως των φυσικών πόρων και του εργατικού δυναμικού. Η συμβολή αυτή παίρνει ιδιαίτερη οικονομική και κοινωνική σημασία σε περιπτώσεις όπου οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις εγκαθίστανται σε περιοχές γεωγραφικά απομακρυσμένες και αποκομμένες από τα μεγάλα κέντρα οικονομικής δραστηριότητάς, οι οποίες σπανίζουν στον Ελληνικό χώρο.
3. Πληρέστερη εξυπηρέτηση καταναλωτικού κοινού: Η μικρομεσαία επιχείρηση διαθέτει ευελιξία στην επιλογή αλλά και στην αλλαγή του τόπου εγκατάστασης και δύναται ως εκ τούτου να βρίσκεται πάντα δίπλα στο καταναλωτικό της κοινό, προς το οποίο παρέχει άμεση εξυπηρέτηση. Ο επιχειρηματίας έρχεται σε προσωπική επαφή με τον πελάτη. Έχει την ευκαιρία να διαγνώσει τις ιδιαίτερες προτιμήσεις του, να αναπτύξει δημόσιες σχέσεις με άμεση διαφήμιση των προϊόντων του.
4. Μέση εποπτεία προσωπικού: Λόγω του μικρού αριθμού των απασχολούμενων ατόμων στην μικρομεσαία επιχείρηση, ο επιχειρηματίας έχει την δυνατότητα άσκησης προσωπικής επίβλεψης και άμεσης παροχής οδηγιών, κατά τρόπο ώστε να αποφεύγονται τα σφάλματα και η σπατάλη χρόνου και υλικών. Επίσης παρέχεται η δυνατότητα ανάπτυξης σχέσεων αμοιβαίας εκτίμησης και εμπιστοσύνης μεταξύ επιχειρηματία και προσωπικού, γεγονός το οποίο συντελεί στη διατήρηση ευνοϊκού κλίματος για ειρηνική συνεργασία και αύξηση της απόδοσης. Ο ιδιοκτήτης της μεγάλης επιχείρησης στερείται κατά κανόνα, της δυνατότητας για άμεση επικοινωνία με τους πελάτες ή το προσωπικό.
5. Καινοτομίες: Ο διαχρονικός ρόλος της μικρομεσαίας επιχείρησης και του ιδιοκτήτη της στον τομέα των καινοτομιών, είναι κυριολεκτικά ουσιαστικός.
6. Δημιουργία θέσεων εργασίας: Η συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων είναι μικρομεσαίες. Εκτός από την περίπτωση των προβληματικών

περιοχών στον οποίον την ανάπτυξη συμβάλει η εγκατάσταση μικρομεσαίων επιχειρήσεων και για την οποία κάνουμε νύξη παραπάνω.

7. Διευκόλυνση των μεγάλων επιχειρήσεων: Σε πληθώρα περιπτώσεων, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις εξειδικεύονται στην παραγωγή αγαθών ή την παροχή υπηρεσιών απαραίτητων για την διεξαγωγή της παραγωγικής διαδικασίας των μεγάλων επιχειρήσεων. (Σμυρνής, Ν., 2008, <http://www.hrma.gr/article.asp?view=358&ref=343>, Η μικρή επιχείρηση στην Ελλάδα)

Από την άλλη οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν τα ακόλουθα μειονεκτήματα:

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

2.7. ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Βαρύ πλήγμα υπέστη η μικρομεσαία επιχειρηματικότητα στα χρόνια της κρίσης, καθώς μέσα σε μια επταετία, την περίοδο 2008-2014, εξαφανίστηκαν από τον επιχειρηματικό χάρτη της χώρας περίπου 229.000 μικρομεσαίες επιχειρήσεις και απωλέσθησαν περί τις 700.000 θέσεις εργασίας. Οι αιτίες, σύμφωνα με μελέτη που δημοσιεύεται στην τελευταία μηνιαία έκδοση του ΚΕΠΕ (Κέντρο Προγραμματισμού Οικονομικών Ερευνών), δεν σχετίζονται μόνο με τις δυσκολίες που προκάλεσε η οικονομική κρίση και κυρίως η περιορισμένη δυνατότητα πρόσβασης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην τραπεζική χρηματοδότηση. Η οικονομική κρίση ήταν μάλλον αυτή που ανέδειξε τα δομικά προβλήματα της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα και δη τον μεγάλο βαθμό εξάρτησής της από την

εγχώρια ζήτηση και την υποεπένδυση στην παραγωγή διεθνώς εμπορεύσιμων αγαθών και υπηρεσιών. (Μανιφάβα, Δ., 2015, <http://www.kathimerini.gr/824685/article/oikonomia/epixeirhseis/se-mia-eptaetia-ekleisan-229000-mikres-kai-mesaies-epixeirhseis-sthn-ellada>, Σε μια επταετία έκλεισαν 229.000 μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα)

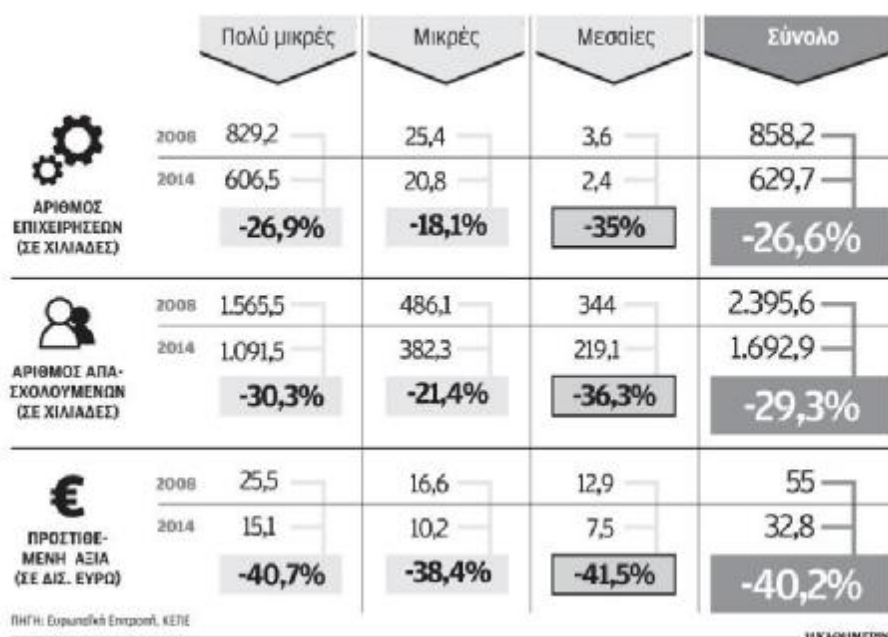
Το 2014, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Κομισιόν, ο αριθμός των ΜμΕ ήταν μειωμένος κατά 26,6% σε σύγκριση με το 2008, προκαλώντας παράλληλα μείωση προστιθέμενης αξίας κατά 40,2% (από 55 δις. ευρώ το 2008 σε 32,8 δις. ευρώ το 2014) και της απασχόλησης κατά 29,3%. Το πλήγμα ήταν βαρύτερο για την κατηγορία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

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

Τα παραπάνω υποδηλώνουν τις σοβαρές ανισοροπίες του αναπτυξιακού μοντέλου της ελληνικής οικονομίας και δη την υπερκατανάλωση και τον συνεπαγόμενο υπερδανεισμό δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, την υπερεπένδυση στην κατοικία, τη στροφή του παραγωγικού προσανατολισμού περισσότερο προς την ικανοποίηση εσωτερικών αναγκών και λιγότερο προς τη διεκδίκηση μεριδίων στις

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

Η συρρίκνωση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο – ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

3.1. Ο ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Ο πιο συνηθισμένος τρόπος χρηματοδότησης στον οποίο καταφεύγουν οι επιχειρήσεις σήμερα είναι ο **Τραπεζικός Δανεισμός**. Οι τράπεζες προσφέρουν δύο μεγάλες κατηγορίες δανείων προς τις επιχειρήσεις: Τα δάνεια Κεφαλαίου Κίνησης και τα Μακροπρόθεσμα δάνεια.

Τα δάνεια Κεφαλαίου Κίνησης έχουν ως στόχο τη βελτίωση της ρευστότητας της επιχείρησης και είναι από τη φύση τους μικρής διάρκειας.

Αντίθετα τα Μακροπρόθεσμα δάνεια είναι μακράς διάρκειας και περιλαμβάνουν τα δάνεια εγκατάστασης και τα δάνεια επαγγελματικού εξοπλισμού.

Το επιτόκιο των Μακροπρόθεσμων δανείων είναι συνήθως χαμηλότερο από το αντίστοιχο επιτόκιο των δανείων Κεφαλαίου Κίνησης λόγω ακριβώς της μεγαλύτερης διάρκειας αποπληρωμής του.
(http://ikaros.teipir.gr/ske/tropoi_xrimatodotisis.htm, 2014, Τρόποι χρηματοδότησης)

3.1.1. ΔΑΝΕΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ

Τα πιστωτικά ιδρύματα προσφέρουν σήμερα ολοκληρωμένα πακέτα για την κάλυψη των αναγκών ρευστότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και των ελεύθερων επαγγελματιών. Τέτοια προϊόντα είναι τα ανοιχτά ή ανακυκλούμενα δάνεια και οι αλληλόχρεοι λογαριασμοί. Στα ανοιχτά δάνεια οι τράπεζες δίνουν ένα πιστωτικό όριο στον πελάτη τους μέχρι το οποίο μπορεί να δανείζεται. Ο δανειολήπτης μπορεί αν θέλει να εξοφλήσει μέρος ή το σύνολο της οφειλής του, ενώ μπορεί να επαναδανείζεται όταν έχει ανάγκη ως το όριο που του έχει χορηγηθεί, χωρίς να απαιτείται να επιστρέφει σε συγκεκριμένο διάστημα το κεφάλαιο που χρησιμοποίησε. (http://ikaros.teipir.gr/ske/tropoi_xrimatodotisis.htm, 2014, Τρόποι χρηματοδότησης)

Υπάρχουν τράπεζες που χρηματοδοτούν για κεφάλαιο κίνησης ποσοστό ως και το 100% του τζίρου της επιχείρησης και άλλες όπου το ποσοστό αυτό δεν ξεπερνά το 50% του τζίρου.

Το ποσοστό κάλυψης αυτών των δανείων εξαρτάται από το μέγεθος, την αποδοτικότητα και τις προοπτικές της επιχείρησης. Το επιτόκιο επίσης δεν είναι δεδομένο. Με σημείο αναφοράς το βασικό επιτόκιο (σήμερα κυμαίνεται περίπου στο 8%) κάθε τράπεζας υπάρχει μια προσαύξηση από 0 μέχρι 4 μονάδες, ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες του πελάτη αλλά και με βάση υποκειμενικά και αντικειμενικά κριτήρια, όπως η φερεγγυότητά του, τα οικονομικά στοιχεία και η εξέλιξη της επιχείρησης καθώς ακόμη και οι προοπτικές της. Τα δάνεια αυτά χορηγούνται προκειμένου να ενισχυθεί η ρευστότητα μιας επιχείρησης, να πραγματοποιηθούν εισαγωγές ή εξαγωγές, να αντιμετωπιστούν άμεσες ανάγκες ή για την αγορά εταιρικών τοκομεριδίων. Αν μια επιχείρηση βρίσκεται στο στάδιο έναρξης της δραστηριότητάς της τα κεφάλαια κίνησης μπορούν να πάρουν πιο μόνιμο χαρακτήρα και να επεκταθεί η διάρκεια αποπληρωμής τους από μερικούς μήνες μέχρι και μερικά χρόνια, εφόσον η βιωσιμότητα και οι προοπτικές της επιχείρησης το δικαιολογούν και το επιτρέπουν. (Ξανθάκης, Ε., Θωμαδάκης, Σ., 2011: 92)

3.1.2. ΔΑΝΕΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΟΥ ΚΙΝΗΣΗΣ ΜΟΝΙΜΟΤΕΡΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

Η διάρκεια των πιστοδοτήσεων για Κεφάλαιο Κίνησης μονιμότερου χαρακτήρα φτάνει συνήθως τα 3 με 5 έτη. Μέσω αυτής της μορφής χρηματοδότησης καλύπτεται συνήθως μια μόνιμη ανάγκη ρευστότητας της εταιρείας, η οποία μπορεί να οφείλεται σε υποχρεώσεις που υπερβαίνουν το οικονομικό έτος, σε επισφαλείς απαιτήσεις ή απαιτήσεις ανεπίδεκτες εισπράξεως, κλπ. Επίσης, σε περιπτώσεις χαμηλών ρυθμών ανάπτυξης μιας εταιρείας, ένα τέτοιο δάνειο μπορεί να καλύψει την ανάγκη διατήρησης ενός ποσού σταθερά επενδυμένου στην επιχείρηση, υπό μορφή αποθέματος προκειμένου να εξυπηρετεί τις ανάγκες μιας επένδυσης. (Παπακωνσταντίνου, Ε., Μαρκοπούλου, Δ., 2015: 155-156)

· Μακροπρόθεσμα Δάνεια

Μακροπρόθεσμα είναι τα δάνεια που η διάρκειά τους ξεπερνά το ένα έτος και χρησιμοποιούνται για την αγορά ή κατασκευή παγίων περιουσιακών στοιχείων, κτιρίων και μηχανολογικού εξοπλισμού από τις επιχειρήσεις. Τα δάνεια αυτά χορηγούνται με την κατάρτιση σύμβασης δανείου η οποία έχει συγκεκριμένη λήξη και είναι ορισμένου χρόνου. Το δάνειο είναι για ορισμένο ποσό και η σύμβαση δεν αυξομειώνεται. Στη σύμβαση δανείου δεν είναι δυνατή η επαναχορήγηση ποσού ή ποσών που έχουν πληρωθεί από τον οφειλέτη. Με την εξόφληση του δανείου παύουν

να ισχύουν και οι τυχόν υφιστάμενες ασφάλειες που είναι συνδεδεμένες με τη σύμβαση. (http://ikaros.teipir.gr/ske/tropoi_xrimatodotisis.htm, 2014, Τρόποι χρηματοδότησης)

· Τρόπος εξόφλησης:

Τα δάνεια εξοφλούνται με τοκοχρεολυτικές δόσεις, σε τακτές ημερομηνίες ή με ισόποσες χρεολυτικές δόσεις ή εφάπαξ. Στις περιπτώσεις των δανείων με πληρωμή χρεολυσίου ο εκτοκισμός των δανείων γίνεται ανάλογα με την συμφωνία του οφειλέτη με τη Τράπεζα και μπορεί να είναι μηνιαίος, τρίμηνος, εξάμηνος ή και ετήσιος.

Όπως ήδη αναφέραμε, τα μακροπρόθεσμα δάνεια είναι άμεσα δάνεια προς τις επιχειρήσεις με λήξη από ένα έως και δέκα έτη. Η αποπληρωμή τους διενεργείται συνήθως σε ισόποσες τοκοχρεολυτικές δόσεις συμφωνημένες εκ των προτέρων. Κατά τη διάρκεια ενός μακροπρόθεσμου δανείου, υπάρχει μεγάλη πιθανότητα να συμβούν αλλαγές στην οικονομία και στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Έτσι, ο δανειστής αντιμετωπίζει το ρίσκο, που αυξάνει ανάλογα με την αβεβαιότητα και το μάκρος της διάρκειας που δεσμεύονται τα κεφάλαια, ζητώντας εγγυήσεις, επιβάλλοντας όρους και κάνοντας πιστωτική πολιτική. Οι εμπορικές τράπεζες λοιπόν, απαιτούν εξασφαλίσεις για το 90% του αριθμού των δανείων αυτού του είδους, που χορηγούν.

Οι εξασφαλίσεις αυτές αφορούν κυρίως σε ομολογίες, μετοχές, μηχανήματα και εξοπλισμό. Το είδος της εγγύησης αναγράφεται στη σύμβαση του δανείου που υπογράφεται μεταξύ τράπεζας και δανειζόμενου. (Love, I., Zaidi, R., 2010: 56)

Όσον αφορά τους όρους, προσδιορίζεται ένα ορισμένο επίπεδο στο οποίο πρέπει να βρίσκεται η σχέση του κυκλοφορούντος με τις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις, ώστε η επιχείρηση να έχει την απαραίτητη ρευστότητα για την επιστροφή του κεφαλαίου.

Υπάρχουν και όροι ρουτίνας που μερικοί αναφέρονται στις υποχρεώσεις του δανειζόμενου να εφοδιάσει την τράπεζα με ισολογισμούς, στη μη πώληση σημαντικού ύψους ενεργητικών, στη μη υποθήκευση ή ενεχυρίαση, στη μίσθωση ενεργητικών.

Στην Ελλάδα τα δάνεια που χορηγούν οι επενδυτικές τράπεζες για πάγια δεν έχουν διάρκεια μεγαλύτερη των 10 χρόνων, ενώ αυτά που χορηγούν οι αναπτυξιακές για κεφάλαιο κίνησης είναι πενταετούς διάρκειας. (http://ikaros.teipir.gr/ske/tropoi_xrimatodotisis.htm, 2014, Τρόποι χρηματοδότησης)

3.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΔΑΝΕΙΣΜΟΥ

Τα βασικά πλεονεκτήματα που απορρέουν από τη δανειοδότηση μιας εταιρείας από μία τράπεζα συνοψίζονται στα παρακάτω:

1. Μέσο Άντλησης Κεφαλαίων: Η λήψη δανείου – που είναι και η πλέον συμβατική – εξασφαλίζει στις ενδιαφερόμενες εταιρείες / επιχειρήσεις την άντληση του αναγκαίου κεφαλαίου που θα χρηματοδοτήσει τις δραστηριότητές της.

2. Χαμηλό επιτόκιο δανεισμού: Ακριβώς επειδή το ρίσκο που αναλαμβάνει η τράπεζα στην περίπτωση χορήγησης δανείου σε μια οποιαδήποτε επιχείρηση είναι πολύ μικρότερο από το αντίστοιχο ρίσκο της πώλησης και επαναμίσθωσης των παγίων στοιχείων, το επιτόκιο δανεισμού είναι σημαντικά χαμηλότερο. Εδώ αξίζει να επισημάνουμε ότι το επιτόκιο δανεισμού καθορίζεται από δύο παράγοντες:

– Τη διατραπεζική αγορά (όπως είναι για παράδειγμα το LIBOR, η αγορά του Λονδίνου) από την οποία και δανείζονται οι τράπεζες προκειμένου να χρηματοδοτήσουν τον πελάτη και την τιμή στη οποία κλείνει ημερησίως.

– Την εταιρεία αυτή καθαυτή (το χαρτοφυλάκιο της, το μέγεθός της, τις εγγυήσεις που παρέχει, το είδος και το ύψος του δανείου που επιθυμεί, τη σχέση της με την τράπεζα κτλ). Βάσει αυτού καθορίζεται και από την τράπεζα το περιθώριο (margin) το οποίο μαζί με την τιμή του LIBOR συνιστά το επιτόκιο δανεισμού. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι το ύψος του επιτοκίου δανεισμού σήμερα κυμαίνεται από 6 έως 10% (με το margin να παίρνει τιμές από 0,7 έως 2%, ανάλογα με τον πελάτη). (Ξανθάκης, Ε., Θωμαδάκης, Σ., 2011: 86-87)

3. Ευελιξία στην αποπληρωμή του δανείου: Η αποπληρωμή των δανείων ορισμένης διάρκειας μπορεί να πραγματοποιηθεί με πολλούς διαφορετικούς τρόπους, προσαρμοζόμενη στις ανάγκες και επιθυμίες της εκάστοτε επιχείρησης ` γεγονός που καθιστά αυτόν τον τρόπο χρηματοδότησης ιδιαίτερα ευέλικτο και προσιτό. Συγκεκριμένα, υπάρχει η δυνατότητα αποπληρωμής των δανείων με σταθερές δόσεις, η περίοδος χάριτος, η πληρωμή balloon (balloon payment), η πληρωμή bullet (bullet payment) η πληρωμή back end / front end, κάθε μία εκ των οποίων διαφοροποιείται και ανάλογα με την επιχείρηση που δανείζεται και τα επιμέρους χαρακτηριστικά της.

4. Η εταιρεία διατηρεί την ευελιξία της κυριότητας: Η επιχείρηση που λαμβάνει το δάνειο, σε αντίθεση με την περίπτωση των μοντέλων χρηματοδότησης sale and lease back αλλά και με το χρηματιστήριο, διατηρεί την άμεση κυριότητα όλων των παγίων στοιχείων της και, κατ' επέκταση, το δικαίωμα να καθορίσει επακριβώς τον

τρόπο χρήσης και οικονομική εκμετάλλευσής τους, χωρίς συνάμα να υπόκειται σε οποιασδήποτε μορφής έλεγχο.

5. Η τράπεζα δεν επεμβαίνει στην επένδυση: Ακριβώς επειδή ο δανειστής – δηλαδή η τράπεζα – δεν έχει περαιτέρω οικονομική ανάμειξη στην επένδυση (πέραν της λήψης των χρηματικών δόσεων σε προκαθορισμένα χρονικά διαστήματα), δεν επεμβαίνει, ούτε και ελέγχει την επιχείρηση για το εάν και κατά πόσο η επένδυση που πραγματοποίησε ήταν επικερδής. (Ξανθάκης, Ε., Θωμαδάκης, Σ., 2011: 86-87)

3.3. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΔΑΝΕΙΣΜΟΥ

Τα βασικά μειονεκτήματα του τραπεζικού δανεισμού, σε ό,τι αφορά στο δανειζόμενο, συνοψίζονται στα παρακάτω:

1. Ανάγκη εξασφάλισης δανεισμού και παροχής εγγυήσεων: Για να προβεί μια τράπεζα σε χρηματοδότηση μιας επιχείρησης θα πρέπει να έχει εξασφαλίσει προηγουμένως το ότι η επιχείρηση αυτή θα είναι σε θέση να αποπληρώσει το δάνειο καθ' όλη τη προσυμφωνημένη διάρκεια αποπληρωμής και όχι μόνο στο εγγύς μέλλον. Παρουσιάζεται λοιπόν η ανάγκη, να παρέχει η εταιρεία που είναι υποψήφια για τη λήψη δανείου τις ανάλογες εγγυήσεις, όπως είναι για παράδειγμα υποθήκη επί του πλοίου, προσημειώσεις, εκχώρηση εσόδων και ασφαλειών, ενέχυρο επί μετοχών, προσωπικές ή και εταιρικές εγγυήσεις κτλ, γεγονός ιδιαίτερα δεσμευτικό και που καθιστά το δανεισμό ιδιαίτερα δύσκολο στην περίπτωση που δεν δοθούν τα αντίστοιχα εγγύγια. (Μπαλωμένου, Χ., 2003: 231-5)

2. Ταχύτητα διαδικασίας: Η διαδικασία από τη στιγμή της αίτησης για τη λήψη ενός δανείου έως και την έγκριση και παροχή του ζητούμενου χρηματικού ποσού είναι ιδιαίτερα χρονοβόρα –ακριβώς λόγω της ανάγκης παροχής πληθώρας εγγυήσεων από τη μεριά του οφειλέτη καθώς και άλλων συνοδευτικών εγγράφων – γεγονός που αφαιρεί την ευελιξία στην περίπτωση επιθυμίας άμεσης υλοποίησης της επένδυσης.

3. Μη παροχή φορολογικών ελαφρύνσεων: Ένα πολύ σημαντικό μειονέκτημα αυτού του τρόπου χρηματοδότησης είναι ότι δεν είναι σε θέση να εξασφαλίσει φορολογικές ελαφρύνσεις ή απαλλαγές στον οφειλέτη, όπως για παράδειγμα η χρηματοδοτική μίσθωση.

4. Χρηματοδότηση μέρους και όχι ολόκληρης της επένδυσης: Σε αντίθεση με τα υπόλοιπα μοντέλα χρηματοδότησης, η δανειακή χρηματοδότηση καλύπτει μονάχα ένα ποσοστό της τάξεως του 80-90% της συνολικής αξίας της επένδυσης, είτε

πρόκειται για την αγορά πλοίου, κτιρίου, έκτασης κτλ, είτε για την επέκταση της επιχείρησης με την πραγματοποίηση μιας οποιασδήποτε μορφής επένδυσης. Αυτό αναπόφευκτα σημαίνει, ότι η ενδιαφερόμενη εταιρεία θα πρέπει (στην περίπτωση που δεν διαθέτει η ίδια το υπόλοιπο απαιτούμενο κεφάλαιο) να αναζητήσει άλλους τρόπους χρηματοδότησής της δραστηριότητάς της.

6. Η τράπεζα δεν επεμβαίνει στην επένδυση: Το γεγονός ότι η τράπεζα δεν έχει άμεση οικονομική ανάμειξη με την επένδυση και δε συμμετέχει σ' αυτή καθόλου και με οποιονδήποτε τρόπο από τη στιγμή της δανειοδότησης του επενδυτή, μπορεί σε ορισμένες περιπτώσεις να θεωρηθεί και αρνητικό, καθώς – στην αντίθετη περίπτωση – η επιχείρηση ίσως και να επωφελούνταν από την παροχή συμβουλών σε θέματα τεχνικά, οργανωτικά, εμπορικά και χρηματοδοτικά.

7. Κίνδυνος δυσκολίας αποπληρωμής δανείου: Όσο αυξάνεται το ποσοστό του δανείου σε σχέση με το απαιτούμενο αρχικό κεφάλαιο τόσο και η απόδοση του μειούμενου ιδίου κεφαλαίου τείνει στο άπειρο και η Καθαρή Παρούσα Αξία (Κ.Π.Α.) δίνει θετικά αποτελέσματα. Αυτό που συμφέρει την επιχείρηση είναι να λάβει όσο το δυνατό μεγαλύτερο δάνειο που να καλύπτει όσο το δυνατόν μεγαλύτερο τμήμα του κόστους απόκτησης ενός παγίου στοιχείου ή δραστηριότητάς. Πράγματι, αυτή είναι και η πάγια τακτική δανειοδότησης που ακολουθείται συνήθως από τις περισσότερες επιχειρήσεις. Αυτή όμως η πολιτική συχνά κρύβει και κινδύνους, καθώς σε περιόδους οικονομικής ύφεσης, η αποπληρωμή δανείων μπορεί να αποδειχθεί ιδιαίτερα δύσκολη και να αναγκάσει τον πλοιοκτήτη σε ρευστοποίηση του κεφαλαίου του προκειμένου να ανταπεξέλθει στους όρους της συμφωνίας. (Μπαλωμένου, Χ., 2003: 231-5)

3.4. Ο ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΕ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Τον αδύναμο κρίκο της Ευρωζώνης αποτελούν οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ), οι οποίες καλούνται να λειτουργήσουν εν μέσω της συνεχιζόμενης επιδείνωσης των οικονομικών συνθηκών, τη στιγμή που οι υπόλοιπες οικονομίες εμφανίζουν σταθερά σημάδια βελτίωσης ή σταθεροποίησης. Αυτό προκύπτει από τα στοιχεία της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας για τη χρηματοδότηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ευρωζώνη, με βάση τα οποία τόσο η πρόσβαση στον τραπεζικό δανεισμό όσο και η πορεία της κερδοφορίας και

του τζίρου επιδεινώθηκαν περαιτέρω το διάστημα Οκτώβριος 2014 - Μάρτιος 2015, τη στιγμή που στην υπόλοιπη Ευρωζώνη οι συνθήκες βελτιώθηκαν.

Συγκεκριμένα, οι ελληνικές ΜμΕ καταγράφουν τη μεγαλύτερη μείωση του τζίρου τους, που φθάνει το -18%, ενώ η πτώση της κερδοφορίας φθάνει το -46%. Οι ελληνικές μικρομεσαίες αναφέρουν σε ποσοστό 34% την πρόσβαση στην τραπεζική χρηματοδότηση ως ένα από τα βασικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν, δίνοντας βαθμολογία 7 στην κλίμακα από το 1 μέχρι το 10. Είναι μάλιστα ενδεικτικό ότι στις υπόλοιπες χώρες της Ευρωζώνης η πρόσβαση στη χρηματοδότηση δεν συνιστά ουσιαστικό πρόβλημα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, καθώς αναφέρεται μόνο από το 11% των ερωτηθέντων, με πρωτική μάλιστα τάση από την προηγούμενη έρευνα. (Τζώρτζη, Ε., 2015, <http://www.kathimerini.gr/817704/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/dyskoloteros--o-daneismos--gia-tis-ellhnikes-mikromesaies>, Δυσκολότερος ο δανεισμός για τις ελληνικές μικρομεσαίες)

Η Ελλάδα καταγράφει στην ίδια έρευνα την υψηλότερη αύξηση στη ζήτηση για τραπεζικά δάνεια από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που φθάνει το 28%, όταν στην υπόλοιπη Ευρωζώνη η ζήτηση για τραπεζικά δάνεια αυξήθηκε μόλις κατά 3%. Είναι μάλιστα χαρακτηριστικό ότι οι γερμανικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν μειώσει τη ζήτηση για τραπεζικά δάνεια κατά 10%, καθώς καταφεύγουν σε άλλες πηγές χρηματοδότησης (π.χ. επενδύσεις σταθερού εισοδήματος), ενώ μείωση της ζήτησης παρουσιάζεται και σε άλλες χώρες του σκληρού πυρήνα της Ευρωζώνης, όπως η Ολλανδία και η Αυστρία.

Η μείωση της ζήτησης από την πλευρά των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων δεν έχει να κάνει με τις ανάγκες για χρηματοδότηση. Συνδέεται με τη μειωμένη δυνατότητα πρόσβασης, που αυξήθηκε κατά 28% στη χώρα μας - έναντι 21% που είχε καταγραφεί στην προηγούμενη έρευνα. Αντίστοιχα με την επιδείνωση της δυνατότητας πρόσβασης στον τραπεζικό δανεισμό, έχει αυξηθεί και το κενό χρηματοδότησης. Πρόκειται για τον δείκτη που καταγράφει τις δυνατότητες χρηματοδότησης από άλλες πιθανές πηγές, όπως οι πιστώσεις, οι υπερεναλήψεις, οι τιτλοποιήσεις κ.λπ. και ο οποίος επιδεινώθηκε στο 28% στη χώρα μας έναντι 24% στην προηγούμενη μέτρηση.

Πίσω από την επιδείνωση των επιμέρους δεικτών για τις ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, κρύβεται κυρίως η επιδείνωση του γενικότερου οικονομικού περιβάλλοντος, που σε ποσοστό 67% -από 39% στην προηγούμενη

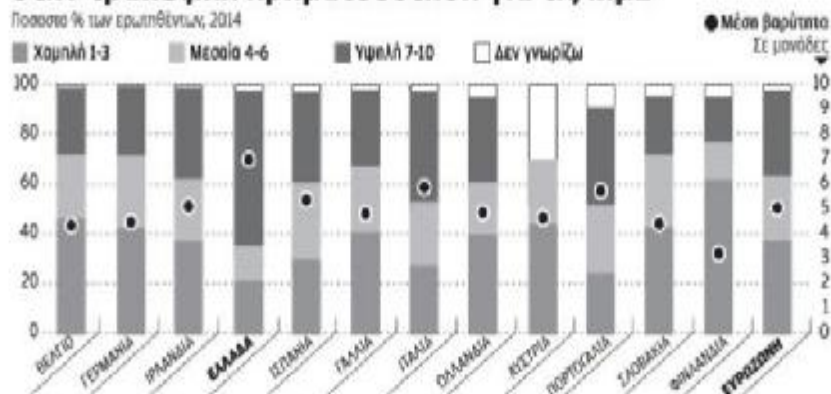
έρευνα- καθιστά δυσχερέστερη τη χρηματοδότηση. Σύμφωνα με τις ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα της ΕΚΤ, οι τράπεζες έχουν μειώσει τη διάθεση για χρηματοδότηση (-30% από 22% στην προηγούμενη έρευνα), ενώ μειωμένη είναι και η πρόσβαση σε χρηματοδοτικά εργαλεία που προσφέρονται από την πλευρά του Δημοσίου (51% από 36%). Έτσι η Ελλάδα -μαζί με τη Σλοβακία- καταγράφει το μικρότερο ποσοστό (25%) μικρομεσαίων επιχειρήσεων, που αναφέρουν ότι διαθέτουν επαρκή χρηματοδότηση. Η διαπίστωση αυτή συμβαδίζει με το γεγονός ότι οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν ένα από τα υψηλότερα ποσοστά καθολικής απόρριψης των αιτημάτων τους για χρηματοδότηση από τις τράπεζες, που φθάνει το 21%. Το υψηλότερο καταγράφεται στην Ολλανδία, ενώ το χαμηλότερο καταγράφεται στη Γερμανία και τη Σλοβακία (4% και 3% αντίστοιχα). Ακόμη και σε όρους μερικής ωστόσο αποδοχής του αιτήματος για χρηματοδότηση, η Ελλάδα εμφανίζει το υψηλότερο ποσοστό που φθάνει το 39%.(Τζώρτζη, Ε., 2015, <http://www.kathimerini.gr/817704/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/dyskoloteros--o-daneismos--gia-tis-ellhnikes-mikromesaies>, Δυσκολότερος ο δανεισμός για τις ελληνικές μικρομεσαίες)

Σε ό,τι αφορά τους όρους του τραπεζικού δανεισμού, που εν μέσω της πτωτικής πορείας των επιτοκίων στην Ευρώπη θα περίμενε κανείς να έχουν βελτιωθεί, οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, σε αντίθεση με την πλειονότητα των χωρών της Ευρωζώνης, δηλώνουν ότι είναι δυσχερέστεροι. Το κόστος χρήματος έχει αυξηθεί σε ποσοστό 20%, το μέσο δάνειο έχει μειωθεί σε ποσοστό 24%, ενώ η αξία των εγγυήσεων έχει μειωθεί, καθιστώντας εντέλει ακόμη πιο δύσκολη την πρόσβαση στη χρηματοδότηση.

(Τζώρτζη, Ε., 2015, <http://www.kathimerini.gr/817704/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/dyskoloteros--o-daneismos--gia-tis-ellhnikes-mikromesaies>, Δυσκολότερος ο δανεισμός για τις ελληνικές μικρομεσαίες)

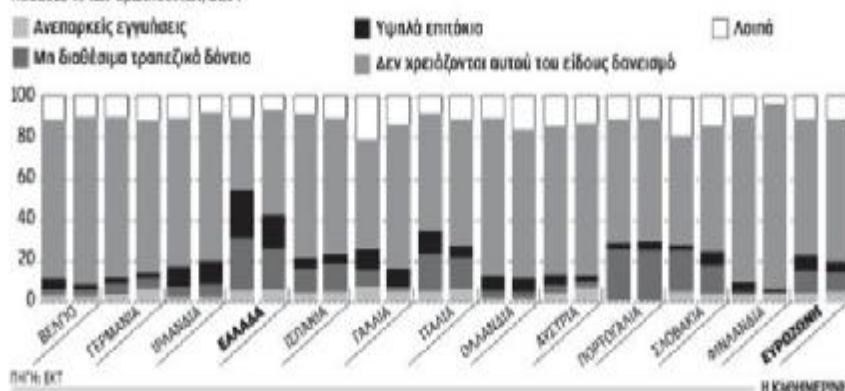
Πόσο σημαντική είναι η πρόσβαση στην τραπεζική χρηματοδότηση για τις ΜμΕ

Ποσοστό % των εργαζομένων, 2014



Γιατί ο τραπεζικός δανεισμός δεν είναι κύρια πηγή χρηματοδότησης για τις ευρωπαϊκές ΜμΕ

Ποσοστό % των εργαζομένων, 2014



ΠΗΓΗ: ΕΚΤ

Η ΚΩΔΙΚΟΠΟΙΗΣΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο - ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ (VENTURE CAPITAL)

4.1. Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ VENTURE CAPITAL

Ένας εναλλακτικός τρόπος χρηματοδότησης που πρόσφατα ξεκίνησε και στην Ελλάδα, είναι μέσω των Κεφαλαίων Επιχειρηματικών Συμμετοχών που είναι ευρύτερα γνωστά με την διεθνή τους ονομασία, δηλαδή Venture Capital. (Αποστολόπουλος, Ι., 2012: 331-335)

Σύμφωνα με την Ένωση Ελληνικών Εταιρειών Επιχειρηματικών Κεφαλαίων (www.hvca.gr), η κεφαλαιακή ενίσχυση μιας εταιρείας είναι δυνατή τόσο σε αρχικό στάδιο (σποράς ή εκκίνησης) όσο και σε μεταγενέστερο (ανάπτυξης ή εξαγοράς). Οι αποδόσεις στις οποίες αποβλέπουν οι εταιρείες venture capital είναι ανάλογες του επιχειρηματικού κινδύνου που αναλαμβάνουν. Επιπλέον, το venture capital χρησιμοποιείται συχνά και στην περίπτωση μεταβίβασης της εταιρικής ιδιοκτησίας είτε σε μετόχους μειοψηφίας είτε σε ομάδες στελεχών των εταιρειών (management buy-outs), προσφέροντας την απαιτούμενη χρηματοδότηση για την επίτευξη των επιχειρηματικών τους στόχων.

Η χρηματοδότηση venture capital πραγματοποιείται συνήθως μέσω αύξησης μετοχικού κεφαλαίου, κατά την οποία συμμετέχουν οι υφιστάμενοι μέτοχοι προκειμένου να συμμετάσχει η εταιρεία επιχειρηματικών κεφαλαίων. Οι εταιρείες venture capital χρησιμοποιούν και διάφορα άλλα εργαλεία για να πραγματοποιήσουν τις επενδύσεις τους, όπως προνομιούχες μετοχές ή μετατρέψιμα ομολογιακά δάνεια. Ως επί το πλείστον, ο κύριος μέτοχος εξακολουθεί να διατηρεί τον έλεγχο της εταιρείας.

Η χρηματοδότηση μέσω του θεσμού του venture capital έχει οδηγήσει σε εντυπωσιακή ανάπτυξη πολλές από τις επιχειρήσεις που την αξιοποίησαν. Παραδείγματα χρηματοδότησης με κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών για ανάπτυξη επιχειρήσεων στην Ελλάδα αποτελούν οι εταιρείες Goody's, Γερμανός και Chipita, ενώ στο εξωτερικό οι Microsoft, Amazon.com και Yahoo. Ο θεσμός αναπτύσσεται με υψηλούς ρυθμούς παγκοσμίως ενώ, σύμφωνα με αποτελέσματα ερευνών, οι εταιρείες που χρησιμοποιούν αυτή τη μορφή χρηματοδότησης αναπτύσσονται ταχύτερα από τους ανταγωνιστές τους. (Γαλάνης, Β., 2000: 155)

4.2. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ VENTURE CAPITAL

Τα επιχειρηματικά κεφάλαια έχουν συγκεκριμένα πλεονεκτήματα έναντι των άλλων μορφών χρηματοδότησης:

- Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων παρέχουν μεσο-μακροπρόθεσμη χρηματοδότηση δημιουργώντας μια ισχυρή κεφαλαιακή βάση για τη μελλοντική ανάπτυξη της επιχείρησης. Παράλληλα έχουν τη δυνατότητα να καλύψουν τις μελλοντικές ανάγκες χρηματοδότησης και σε συνεργασία και με άλλους επενδυτές, εφόσον αυτό απαιτείται για την περαιτέρω ανάπτυξη.
- Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων γίνονται συνέταιροι στην επιχείρηση, αφού μοιράζονται τόσο τους κινδύνους όσο και τις επιτυχίες.
- Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων παρέχουν συμβουλές σε θέματα στρατηγικής, οργάνωσης και χρηματοοικονομικής διοίκησης των επιχειρήσεων με βάση την εμπειρία που διαθέτουν από ομοειδείς επιχειρήσεις.
- Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων έχουν εκτεταμένα δίκτυα επαφών σε διάφορους κλάδους, γεγονός ιδιαίτερα χρήσιμο για μια επιχείρηση σε θέματα προσέλκυσης πελατών, πρόσληψης στελεχών, καθώς και αναζήτησης στρατηγικών συμμάχων και επενδυτών. (Κιόχος, Π., κ.ά., 2002: 527-529)
- Η συμμετοχή μιας εταιρείας επιχειρηματικών κεφαλαίων προσδίδει κύρος σε μια επιχείρηση και διευκολύνει την πρόσβαση σε παραδοσιακές μορφές χρηματοδότησης όπως π.χ. στον τραπεζικό δανεισμό.
- Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων διαθέτουν εμπειρία στην προετοιμασία μιας επιχείρησης για εισαγωγή στο χρηματιστήριο καθώς και σε θέματα εξαγορών και συγχωνεύσεων.

Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων (VC) είναι επενδυτές, οι οποίοι αναλαμβάνουν σημαντικούς κινδύνους προσδοκώντας υψηλές αποδόσεις από τις επενδύσεις τους. Τη σχέση κινδύνου/απόδοσης τη διαχειρίζονται επενδύοντας μόνο σε επιχειρήσεις που πληρούν τα επενδυτικά τους κριτήρια και εφόσον έχουν πραγματοποιήσει ενδελεχή έλεγχο, οπότε συνήθως αναζητούν:

- Καινοτόμες, δυναμικές επιχειρήσεις: με καινοτόμο δράση, ισχυρή στρατηγική θέση και προηγμένα προϊόντα ή υπηρεσίες, οι οποίες στοχεύουν σε γρήγορα αναπτυσσόμενες και μη κορεσμένες αγορές. Εναλλακτικά, στις περιπτώσεις MBO,

αναζητούν επιχειρήσεις με μεγάλη δανειοληπτική ικανότητα, με σταθερότητα κερδών και με δυνατότητα γρήγορης αποπληρωμής των χρεών.

- **Ικανή διοίκηση:** Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων πρέπει να βεβαιωθούν ότι η διοίκηση της επιχείρησης είναι ικανή για να επιτευχθούν οι στόχοι που έχουν τεθεί. Συνήθως δεν επιζητούν τον έλεγχο της διοίκησης. Προτιμούν να προσθέσουν αξία στην επένδυση με την ιδιαίτερη εμπειρία τους στην εξεύρεση κεφαλαίων, στις εξαγορές και συγχωνεύσεις, το διεθνές μάρκετινγκ και τα παγκόσμια δίκτυα.
- **Εταιρική διακυβέρνηση και δομή:** Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων θέλουν να εξασφαλίσουν ότι οι επιχειρήσεις στις οποίες επενδύουν έχουν τη διάθεση να υιοθετήσουν σύγχρονα πρότυπα εταιρικής διακυβέρνησης, Συνήθως ζητούν την ύπαρξη και μη εκτελεστικών μελών στο διοικητικό συμβούλιο, συμπεριλαμβανομένου και ενός εκπροσώπου της εταιρείας επιχειρηματικών κεφαλαίων. Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων αποφεύγουν τις σύνθετες και αδιαφανείς εταιρικές δομές. (Κιόχος, Π., κ.ά., 2002: 527-529)
- **Κατάλληλη δομή επένδυσης:** Η σύμβαση που θα συναφθεί μεταξύ της εταιρείας επιχειρηματικών κεφαλαίων και της επιχείρησης θα πρέπει να περιλαμβάνει όρους προστασίας της μειοψηφίας του μετοχικού κεφαλαίου.
- **Προοπτικές ρευστοποίησης:** Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων διερευνούν τις προοπτικές ρευστοποίησης από τις επενδύσεις τους, όπως δημόσια εγγραφή ή η εξαγορά από τον επιχειρηματία ή από τρίτο μέρος.

4.3. TO VENTURE CAPITAL ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Περισσότερες από 100 επενδύσεις σε ελληνικές επιχειρήσεις έχουν πραγματοποιήσει από τις αρχές της δεκαετίας του 1990, οπότε και ξεκίνησε η συγκεκριμένη αγορά στην Ελλάδα, οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων "venture capital" και "private equity" διοχετεύοντας ποσά που αθροιστικά ξεπερνούν το 1 δισ. Ευρώ.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα τέτοιων εταιριών είναι η Goody's, η Jumbo, ο Γερμανός, η Chipita, και πιο πρόσφατα η Ανδρομέδα Ιχθυοκαλλιέργειες, η ICAP, τα mastihashop, η Foodlink, η Ευρωκλινική, η Performance Technologies, η Micrel, ο Κρόκος Κοζάνης, η CBL, η Unismack, η Mobile Technologies, η voiceweb, η Doppler, η taxibeat. Όλες εταιρίες που στηρίχθηκαν με κεφάλαια και τεχνογνωσία από ελληνικές εταιρίες VC και PE. Αρκετές μάλιστα από αυτές είναι σήμερα

εισηγμένες στο ΧΑ. Παρά, δε, την ιδιαίτερα δύσκολη κατάσταση της ελληνικής οικονομίας και των αντιξοοτήτων που αντιμετωπίζει η ελληνική επιχειρηματικότητα στην κρίσιμη αυτή συγκυρία, υπάρχουν παραδείγματα εταιρειών στις οποίες έχουν επενδύσει ελληνικά VC και PE funds, που προσέλκυσαν το 2012 και το 2013 ξένους θεσμικούς επενδυτές, όπως η Eurodrip, η Upstream, η Antcor και η Advent, η inaccess, και η Helic, ενώ έγιναν και σημαντικές κινήσεις εξαγορών από πολυεθνικές εταιρείες ελληνικών start up όπως η nanoradio από την Samsung και η bytemobile από την citrix, παραδείγματα που δείχνουν τις θετικές προοπτικές των ελληνικών επιχειρήσεων που διακρίνονται από εξωστρέφεια, καινοτομία και αποτελεσματική διοίκηση. (<http://www.capital.gr/story/1976361>, 2014, Γ. Παπαδόπουλος: Οι ελληνικές εταιρείες venture capital επενδύουν κύρια στην ανάπτυξη)

Οι ελληνικές εταιρείες venture capital επενδύουν κύρια στην ανάπτυξη και μεγέθυνση μικρομεσαίων επιχειρήσεων ενώ σταδιακά αναπτύσσεται το κομμάτι των επενδύσεων σε νεοσύστατες επιχειρήσεις που φαντάζει ιδιαίτερα δυναμικό στην παρούσα συγκυρία. Παράλληλα, σημαντική είναι και η δραστηριότητα που υπάρχει για επενδύσεις σε private equity που αφορούν κύρια την εξαγορά επιχειρήσεων.

Υπάρχει σημαντικό επενδυτικό ενδιαφέρον σε πολλούς τομείς. Καταρχήν στην αγορά τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών υπάρχει έντονη επενδυτική δραστηριότητα σε επίπεδο δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, ενώ έγιναν και σημαντικές κινήσεις εξαγορών από πολυεθνικές εταιρείες, ελληνικών εταιρειών. Το μέγεθος της αγοράς αλλά και η μέχρι σήμερα τάση στην αγορά των εταιρειών venture capital στην Ελλάδα είναι η πραγματοποίηση επενδύσεων κύρια σε καλές επιχειρήσεις και δευτερευόντως σε κλάδους.

Βασική στόχευση σε επίπεδο αγορών πάντως είναι σε εκείνες που περιγράφονται στο νέο ΕΣΠΑ, όπως οι τομείς αγροδιατροφή, ενέργεια, Logistics, πληροφορική, τηλεπικοινωνίες, τουρισμός, βιοτεχνολογία κλπ.. Συμπερασματικά οι ελληνικές εταιρείες venture capital επενδύουν κύρια στην ανάπτυξη και μεγέθυνση μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Σταδιακά, όμως αναπτύσσεται το κομμάτι των επενδύσεων σε νεοσύστατες επιχειρήσεις ενώ σημαντική είναι και η δραστηριότητα που υπάρχει για επενδύσεις σε private equity που αφορούν κύρια την εξαγορά επιχειρήσεων. (<http://www.capital.gr/story/1976361>, 2014, Γ. Παπαδόπουλος: Οι ελληνικές εταιρείες venture capital επενδύουν κύρια στην ανάπτυξη)

Τα Venture Capital Funds επενδύουν, με σκοπό κεφαλαιακές αποδόσεις, σε δυναμικές επιχειρήσεις στις οποίες δεν έχουν δοκιμαστεί επιχειρηματικά μοντέλα

ανάπτυξης και υπάρχουν υψηλά επίπεδα αβεβαιότητας για τις προοπτικές τους. Ιδιαίτερα σήμερα, οι επιχειρήσεις αυτές αδυνατούν να έχουν πρόσβαση σε άλλες παραδοσιακές πηγές χρηματοδότησης. Ακόμη η συμβολή τους, στην επέκταση, αναδιάρθρωση, συγχώνευση ή εξαγορά επιχειρήσεων, μπορεί να είναι σημαντική, στο υφιστάμενο χρηματοοικονομικό περιβάλλον της Ελληνικής αγοράς. Τα επιχειρηματικά κεφάλαια βοηθούν ώστε να προωθηθεί η καινοτομία, η οικονομική ανάπτυξη και η δημιουργία θέσεων εργασίας υψηλής ποιότητας με τη χρηματοδότηση και τη στήριξη δυναμικών καινοτόμων επιχειρήσεων. Επιπλέον τα Venture Capital Funds προσφέρουν βοήθεια στις εταιρείες που συμμετέχουν σε θέματα εταιρικής διακυβέρνησης, οργάνωσης, αναπτυξιακής στρατηγικής, δικτύωσης, εταιρικών μετασχηματισμών, συγχωνεύσεων, εξαγορών. Για το σκοπό αυτό και η Ένωση μας έχει προτείνει την δέσμευση κεφαλαίων από το νέο ΕΣΠΑ 2014-2020 προκειμένου να υπάρξει σημαντική αύξηση στην στήριξη των ελληνικών ΜμΕ με όρους ανταγωνιστικούς και όχι επιδοματικούς. Και για ένα πρόσθετο λόγο. Παρά την όποια επενδυτική δραστηριότητα η Ελλάδα είναι τελευταία ανάμεσα στις 28 χώρες της ΕΕ σε επενδύσεις VC, γεγονός που δείχνει το σημαντικό ρόλο των κρατικών πολιτικών που θα εφαρμοστούν τα επόμενα χρόνια για να αλλάξει αυτή η εικόνα. Η εξήγηση είναι απλή αν λάβει κανείς υπόψη το γεγονός ότι μέσα από το ΕΣΠΑ σε 14 χρόνια (2000-2014) διοχετεύτηκαν λιγότερα από 100 εκατ. ευρώ σε προγράμματα για VC σε σύνολο περισσότερων από 40 δισ. ευρώ ευρωπαϊκών προγραμμάτων, δηλαδή μόλις το 0,25%. (<http://www.capital.gr/story/1976361>, 2014, Γ. Παπαδόπουλος: Οι ελληνικές εταιρείες venture capital επενδύουν κύρια στην ανάπτυξη)

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο – ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ (LEASING)

5.1. ΤΟ LEASING ΩΣ ΜΟΡΦΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

Το leasing σε σύγκριση με τον τραπεζικό δανεισμό προσφέρει ανταγωνιστική τιμολόγηση και σε ορισμένες περιπτώσεις έχει χαμηλότερο επιτόκιο από το αντίστοιχο δάνειο. Μεταξύ των φορολογικών πλεονεκτημάτων είναι και η επιτάχυνση των αποσβέσεων που έχει ο μισθωτής κάνοντας χρήση leasing.

Ειδικά για την περίπτωση των ακινήτων, ο μισθωτής δεν επιβαρύνεται με τα έξοδα προσημείωσης, με τον «αέρα» του ακινήτου (αν υπάρχει), ενώ σε σχέση με το ενοίκιο η διαφορά είναι μικρή. Επιπλέον, τα ενοίκια είναι λειτουργική δαπάνη, όπως και το μίσθωμα leasing, το οποίο όμως φοροεκπίπτει και δίνει στον μισθωτή το δικαίωμα κτήσης του ακινήτου με το πέρας της σύμβασης, δεδομένου ότι έχει αποπληρώσει όλα τα μισθώματα.

Επισημαίνεται ότι τα τελευταία χρόνια, ο θεσμός της χρηματοδοτικής μίσθωσης έχει παύσει να είναι ένα «ακριβό» χρηματοδοτικό εργαλείο, αφού πλέον το leasing μπορεί να προσφερθεί με το ίδιο περιθώριο επιτοκίου με αυτό του τραπεζικού δανεισμού. Επιπλέον, δεν απαιτείται ίδια συμμετοχή στην επένδυση ή η ανάγκη παροχής εμπράγματων εξασφαλίσεων. Μετά μια πορεία 19 χρόνων στην ελληνική αγορά, ο θεσμός της χρηματοδοτικής μίσθωσης προτιμάται από τον επιχειρηματικό κόσμο και σε πολλές περιπτώσεις επιλέγεται μεταξύ άλλων μορφών χρηματοδότησης (π.χ. δάνειο, ίδια κεφάλαια κ.λπ.). (Αγγελόπουλος, Π., 2013: 655)

Για τον εξοπλισμό η διάρκεια μίσθωσης είναι από 3 έως 6 έτη (ανάλογα με το πάγιο), ενώ για τα ακίνητα από 10 έτη (κατ' ελάχιστο) μέχρι συνήθως 15. Τα μισθώματα είναι μηνιαία ή τριμηνιαία, προκαταβλητέα ή ληξιπρόθεσμα.

5.2. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΟΥ LEASING

Τα προϊόντα του leasing εντάσσονται σε 3 γενικές κατηγορίες:

1. **Direct leasing:** Είναι η απλούστερη μορφή χρηματοδοτικής μίσθωσης, όπου ο πελάτης επιλέγει τον επαγγελματικό εξοπλισμό (ή το ακίνητο) της αρεσκείας του και εν συνεχεία η εταιρεία leasing αγοράζει τον εξοπλισμό προκειμένου να τον εκμισθώσει στον πελάτη. (Αγγελόπουλος, Π., 2013: 656-658)

2. **Sale & Lease back** (πώληση και επανεκμίσθωση): Η εταιρεία leasing αγοράζει τον εξοπλισμό (ή το ακίνητο) από τον πελάτη και το μισθώνει στον ίδιο. Το βασικό πλεονέκτημα του προϊόντος είναι ότι επιτυγχάνεται η απελευθέρωση κεφαλαίων, τα οποία έχουν δεσμευθεί σε πάγια στοιχεία. Εξυπηρετεί καλύτερα εταιρείες με υψηλό δείκτη κεφαλαιοποίησης, υψηλά κέρδη και ανάγκη αναδιάρθρωσης του ισολογισμού.

3. **Vendor leasing**: Πρόκειται για τη μορφή του leasing που δημιουργείται σε συνεργασία με τους προμηθευτές.

Ο συνεργαζόμενος προμηθευτής συστήνει στην εταιρεία leasing πελάτες του που επιθυμούν να αγοράσουν εξοπλισμό από αυτόν. Το πρόσθετο όφελος για τον πελάτη είναι η έτοιμη λύση χρηματοδότησης που του παρέχεται με την επαφή του με τον προμηθευτή, ενώ απολαμβάνει και τα υπόλοιπα πλεονεκτήματα του leasing. Ο προμηθευτής έχει το βασικό πλεονέκτημα ότι επιτυγχάνει πωλήσεις τοις μετρητοίς και το ανταγωνιστικό του πλεονέκτημα για αύξηση του μεριδίου του στην αγορά που δραστηριοποιείται, ενώ απαλλάσσεται του κόστους χρηματοδότησης των πελατών του. (Αγγελόπουλος, Π., 2013: 656-658)

4. **Lease brokers**: Πρόκειται για τη μορφή leasing που γίνεται σε συνεργασία της εταιρείας leasing με μεσίτες. Συνιστάται, πάντως, η αποφυγή μεσιτών, εκτός εάν πρόκειται για πιστωτικά ή χρηματοδοτικά ιδρύματα που δεν έχουν θυγατρική εταιρεία leasing ή διεύθυνση χρηματοδοτικών μισθώσεων.

5. **Tailor-made leasing**: Η μοναδικότητα της φορολογιστικής, ανταγωνιστικής και χρηματοδοτικής δομής της επιχείρησης, οροθετεί τα χαρακτηριστικά αυτού του προϊόντος leasing.

Το leasing μπορεί να σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο, είτε για να λύσει διαρθρωτικά προβλήματα ισολογισμών και cash flow είτε για να προσφέρει δομικές χρηματοοικονομικές ευκαιρίες για εκμετάλλευση. Μπορεί, επίσης, να αποτελέσει το εργαλείο της πρόληψης της τεχνολογικής απαξίωσης εξοπλισμών, συνδυάζοντας τη χρηματοδότηση με υπηρεσίες ανανέωσής τους, μέσω συνεργειών του leasing με προμηθευτές.

(Λιακοπούλου, Θ., 2007.

<http://www.kathimerini.gr/293571/article/oikonomia/epixeirhseis/poia-einai-ta-proionta-toy-leasing>,

Ποια είναι τα προϊόντα του Leasing)

6. **Διασυνοριακό leasing (Cross-border leasing)**: Αυτή η μορφή χρηματοδοτικής μίσθωσης προσφέρεται σε κάθε περίπτωση που τα συμβαλλόμενα μέρη (εκμισθωτής, μισθωτής) έχουν έδρα επιχειρηματικής δράσης σε διαφορετικές χώρες.

Το βασικό πλεονέκτημα αυτού του προϊόντος είναι ότι ο μισθωτής απολαμβάνει τις φορολογικές ελαφρύνσεις και των δύο χωρών. Τα κυριότερα μειονεκτήματα είναι αφ' ενός ο συναλλαγματικός κίνδυνος και αφ' ετέρου οι κίνδυνοι που χαρακτηρίζουν κάθε χώρα (οικονομικός, πολιτικός, πιστωτικός).

7. Συμμετοχική μίσθωση (Leveraged leasing): Πρόκειται για μια μορφή leasing που εφαρμόζεται σε αντικείμενα μεγάλης αξίας (π.χ. αεροπλάνα). Σε αυτές τις συμβάσεις, η εταιρεία χρηματοδοτικής μίσθωσης έχει μικρή συμμετοχή, ενώ το μεγαλύτερο ποσοστό χρηματοδότησης αναλαμβάνει μία τράπεζα ή ένας χρηματοδοτικός όμιλος (π.χ. ασφαλιστικές εταιρείες). Το θετικό χαρακτηριστικό αυτής της σύμβασης είναι ότι η εταιρεία leasing παρά το γεγονός της μικρής της συμμετοχής στην κυριότητα του εξοπλισμού, ωστόσο αναλαμβάνει τις αποσβέσεις όλου του εξοπλισμού. (Αγγελόπουλος, Π., 2013: 656-658)

8. Μίσθωση με παροχή υπηρεσιών (Service leasing): Η εκμίσθωση που συνδυάζεται με παροχή υπηρεσιών, όπως η συντήρηση του εξοπλισμού, η εκπαίδευση του προσωπικού κ.λπ.

9. Μίσθωση κατά παραγγελία (Custom lease): Οι όροι της μίσθωσης προσαρμόζονται στις ειδικές ανάγκες του μισθωτή. Παραδείγματος χάριν: Τα μισθώματα καθορίζονται με τις δυνατότητες και τις εποχιακές ανάγκες του μισθωτή και μπορεί να είναι φθίνοντα ή αύξοντα.

10. Ειδική μορφή μίσθωσης (Master lease line): Αυτή η μορφή χρηματοδοτικής μίσθωσης προσφέρει τη δυνατότητα στον μισθωτή να μισθώνει σταδιακά τον εξοπλισμό που χρειάζεται, με βάση τους όρους της ίδιας σύμβασης, χωρίς να είναι υποχρεωμένος να διαπραγματεύεται νέο συμβόλαιο για κάθε στάδιο ή είδος εξοπλισμού. (Λιακοπούλου, Θ., 2007.

<http://www.kathimerini.gr/293571/article/oikonomia/epixeirhseis/poia-einai-ta-proionta-toy-leasing>,

Ποια είναι τα προϊόντα του Leasing)

11. Πώληση - μίσθωση υπό όρους (Conditional sale lease): Με αυτή τη μορφή επιτυγχάνεται η πώληση μέσω μίσθωσης, ακολουθείται η διαδικασία. Παρά το γεγονός ότι τυπικά ακολουθείται η διαδικασία και οι όροι της μίσθωσης, στην ουσία καταλήγει σε πώληση και εμμέσως αναγνωρίζονται οι όροι της πώλησης. Είναι ένα προϊόν που προωθείται, αφού τόσο ο μισθωτής (αγοραστής) όσο και ο εκμισθωτής (πωλητής) επωφελούνται των πλεονεκτημάτων της χρηματοδοτικής μίσθωσης, όπως φορολογικές απαλλαγές, επιδοτήσεις, επιχορηγήσεις, διεθνείς εκπτώσεις κ.λπ.

12. Κοινοπρακτική χρηματοδοτική μίσθωση: Πρόκειται για μια πράξη μεταξύ δύο ή περισσότερων εταιρειών leasing που κοινοπρακτούν προκειμένου να αναλάβουν και να χρηματοδοτήσουν μια σύμβαση μεγάλης αξίας. Συνηθίζεται αυτή η συνεργασία στις περιπτώσεις μεγάλων συμβάσεων ακινήτων. (Λιακοπούλου, Θ., 2007. <http://www.kathimerini.gr/293571/article/oikonomia/epixeirhseis/poia-einai-ta-proionta-toy-leasing>, Ποια είναι τα προϊόντα του Leasing)

5.3. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ LEASING

Το leasing παρουσιάζει αρκετά πλεονεκτήματα για τον εκμισθωτή, το μισθωτή αλλά και την Εθνική Οικονομία.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟ ΜΙΣΘΩΤΗ

- Χρηματοδότηση της συνολικής αξίας της επένδυσης εκ μέρους της εταιρείας leasing χωρίς να χρειάζεται καμία εκταμίευση και συμμετοχή του μισθωτή.
- Τα φορολογικά και τα λοιπά κίνητρα που έχει εξασφαλίσει ο επενδυτής μέσω των αναπτυξιακών νόμων δεν θίγονται από τη συμμετοχή του leasing στην επένδυση.
- Γρήγορες και απλές διαδικασίες.
- Συνήθως δεν απαιτούνται πρόσθετες εξασφαλίσεις όπως προσημειώσεις, υποθήκες κ.λ.π..
- Χρηματοοικονομικός έλεγχος και προγραμματισμός δεδομένου ότι τα ποσά των μισθωμάτων είναι συνήθως προκαθορισμένα για όλη την περίοδο της σύμβασης.
- Ευελιξία όσον αφορά το χρονοδιάγραμμα καταβολής των μισθωμάτων, γεγονός ιδιαίτερα σημαντικό για επιχειρήσεις των οποίων οι ταμειακές ροές παρουσιάζουν εποχικότητα. (Γαλάνης, Β., 2000: 52)
- Επίτευξη καλύτερων όρων πώλησης από τους προμηθευτές λόγω αγοράς τοις μετρητοίς.
- Φορολογική έκπτωση του συνόλου των μισθωμάτων που, στις περισσότερες περιπτώσεις, συνδυάζεται με τη μικρότερη διάρκεια της σύμβασης από την (φορολογικά) ωφέλιμη ζωή του εξοπλισμού.
- Αύξηση της ρευστότητας του μισθωτή δεδομένου ότι έχει τη δυνατότητα να πουλήσει στην εταιρεία leasing πάγια περιουσιακά στοιχεία και στη συνέχεια να τα μισθώσει (sale and lease-back). (Ενωση Ελληνικών Εταιρειών Χρηματοδοτικής Μίσθωσης, 2011,

http://www.aglc.gr/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=2&Itemid=3,
Πλεονεκτήματα του Leasing)

- Προστασία της επιχείρησης από την τεχνολογική απαξίωση του εξοπλισμού της (συμβάσεις με προμηθευτές για αντικατάσταση του εξοπλισμού, απόσβεση του εξοπλισμού κατά τη διάρκεια της σύμβασης κ.λ.π.)
- Πρόσθετη πηγή χρηματοδότησης. Ο μισθωτής μπορεί να αποκτήσει κεφαλαιουχικό εξοπλισμό χωρίς να επιβαρύνει το πιστωτικό του όριο στις τράπεζες και χωρίς να χρησιμοποιήσει ίδια κεφάλαια.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΚΜΙΣΘΩΤΗ (ΕΤΑΙΡΕΙΑ LEASING)

- Η Χρηματοδοτική Μίσθωση είναι ένα δάνειο τακτής λήξης (ΔΤΛ) με περισσότερες εξασφαλίσεις. Επομένως η μίσθωση φέρει μικρότερο κίνδυνο για το χρηματοδοτικό ίδρυμα (εκμισθωτής), απ' ότι ο τραπεζικός δανεισμός στο χρηματοπιστωτικό ίδρυμα (δανειστής), δεδομένου ότι ο εκμισθωτής έχει την κυριότητα του παγίου περιουσιακού στοιχείου, σε αντίθεση με το δανειστή ο οποίος, σε περίπτωση κινδύνου, θα έχει να αντιμετωπίσει εκτός των άλλων δαπάνες και καθυστερήσεις προκειμένου να ανακτήσει τα περιουσιακά στοιχεία που έχει χρηματοδοτήσει.
- Η εταιρεία leasing, με τη χρηματοδοτική μίσθωση αποκτά ασφάλεια εμπράγματης φύσης, για το λόγο ότι στηρίζεται στο δικαίωμα κυριότητας, που αποτελεί υψηλό μέσο προστασίας της αλλά και ταυτόχρονα και σημαντικό πλεονέκτημα σε σχέση με τα άλλα μέσα εμπράγματης ασφάλειας όπως υποθήκες ή προσημειώσεις για τα ακίνητα και σύσταση ενεχύρου για τα κινητά.
- Το leasing σαν νέο προϊόν διευρύνει τον κύκλο της πελατείας της τράπεζας και προσφέρει πρόσθετες ευκαιρίες επιχειρηματικής δραστηριότητας. (Ένωση Ελληνικών Εταιρειών Χρηματοδοτικής Μίσθωσης, 2011, http://www.aglc.gr/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=2&Itemid=3, Πλεονεκτήματα του Leasing)

5.4. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ

1. Το υψηλότερο ονομαστικό κόστος σε σχέση με την αγορά κεφαλαιουχικού εξοπλισμού με δανεισμό ή κάθε άλλη μορφή χρηματοδότησης. Και αυτό γιατί στο μίσθωμα συμπεριλαμβάνεται η αποπληρωμή του κεφαλαίου που επένδυσε η

εκμισθώτρια εταιρεία για την αγορά του εξοπλισμού, η αμοιβή αυτού του κεφαλαίου, τα διαχειριστικά έξοδα και το κέρδος του εκμισθωτή. Παρ' όλα αυτά, οι εταιρείες Χρηματοδοτικής Μίσθωσης τονίζουν ότι αν στο ονομαστικό επιτόκιο των άλλων μορφών χρηματοδότησης προστεθούν το κόστος της ασφάλειας, το κόστος των εγγυήσεων και οι προμήθειες που απαιτούνται, οι συμβάσεις Leasing είναι σε πλεονεκτική θέση.

2. Η χρηματοδοτική μίσθωση στην πραγματικότητα έχει υψηλό κόστος. Άρα, η μέθοδος είναι αποτελεσματική για μεσοπρόθεσμες ή μακροχρόνιες επενδύσεις. Και αυτό γιατί με το τέλος της σύμβασης ο μισθωτής υποχρεούται να επιστρέψει τον εξοπλισμό με αποτέλεσμα να χάνει την υπολειμματική του αξία ή να υποχρεούται να κάνει νέες διαπραγματεύσεις, συμφωνίες. Άρα, η χρηματοδοτική μίσθωση είναι κατάλληλη για μεγάλα χρονικά διαστήματα.

3. Η εκμισθωτές (οι Εταιρείες Leasing) έχοντας την νομική κυριότητα του πάγιου εξοπλισμού το παρακολουθούν και επεμβαίνουν σε θέματα οικονομικά και διαχείρισης. (Γαλάνης, Β., 2000: 81)

4. Ο μισθωτής δεν έχει το δικαίωμα να χρησιμοποιήσει το μίσθωμα ως εγγύηση για δανεισμό και αυτό γιατί στην πραγματικότητα δεν του ανήκει νομικά. Παράλληλα δεν μπορεί να το εμφανίσει στις οικονομικές του καταστάσεις με αποτέλεσμα να μειώνονται τα περιουσιακά του στοιχεία.

Στην πραγματικότητα το βασικότερο μειονέκτημα είναι ψυχολογικής φύσεως και έχει να κάνει με την ιδιοκτησία του εξοπλισμού και σαν φαινόμενο είναι εντονότερο τα πρώτα χρόνια της εφαρμογής του θεσμού σε μια χώρα. Το μίσθωμα δεν ανήκει στο μισθωτή και αυτό μειώνει το κύρος, την ισχύ και γενικά την αυτονομία του μισθωτή. Γενικά θα μπορούσαμε να πούμε ότι τα πλεονεκτήματα του Leasing αντισταθμίζονται από τα πλεονεκτήματα του σε επίπεδο επιχειρήσεων όχι όμως και εθνικής οικονομίας. Η χρηματοδοτική μίσθωση είναι εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης καλύπτοντας ανάγκες που δεν έχει την δυνατότητα ο παραδοσιακός δανεισμός. Η εφαρμογή του είναι δυνατή και στον ιδιωτικό αλλά και στον δημόσιο τομέα σε μικρές αλλά και μεγάλες επιχειρήσεις.

5.5. Η ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΟΥ LEASING ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η χρηματοδοτική μίσθωση δίνει την δυνατότητα της μίσθωσης παγίων στοιχείων σχετικά μικρής αξίας, σε αντίθεσή με το δάνειο που θεωρείται ασύμφορο. Οι τράπεζες δεν προβαίνουν στην χορήγηση μικρών και μακροπρόθεσμων δανείων για πάγιο εξοπλισμό και αυτό γιατί το κόστος ενός τέτοιου δανείου είναι σχετικά μεγάλο, ενώ χρονοβόρα είναι και η διαδικασία ελέγχου τίτλων, εγγραφής υποθήκης ή προσομοιώσεων και οδηγεί σε υψηλό πάγιο κόστος.

Γνωρίζοντας τα παραπάνω καταλήγουμε στο συμπέρασμα η μέθοδος του Leasing ταιριάζει απόλυτα στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που κατά σύντομα χρονικά διαστήματα παρουσιάζουν ανάγκες για εκσυγχρονισμό ή και για επέκταση των εγκαταστάσεων παρέχοντας:

- Ευελιξία και εύκολη προσαρμοστικότητα στις ιδιαιτερότητες CASH – FLOW κάθε εταιρείας.
- Ταχύτερη και απλούστερη διαδικασία έναντι άλλων μορφών χρηματοδοτήσεως.
- Τα οικονομικά και φορολογικά πλεονεκτήματα της χρηματοδοτικής μίσθωσης και η ευελιξία που χαρακτηρίζει τη μίσθωση αυτή όπως είναι: η δυνατότητα περιόδου χάριτος, το γεγονός ότι εκπίπτει ολόκληρο το μίσθωμα από τα αποτελέσματα και όχι μόνο ο τόκος όπως στην περίπτωση του δανεισμού, και τελικό κόστος για το μισθωτή χαμηλότερο συνήθως του κόστους του δανείου.
- Φορολογικά οφέλη λόγω της έκπτωσης των μισθωμάτων ως λειτουργικών δαπανών, από τα ακαθάριστα έσοδα των εταιρειών. (Γαλάνης, Β., 2000: 85)
- Βελτίωση της κεφαλαιακής διαμόρφωσης της εταιρείας.
- Μειωμένα δικαιώματα συμβολαιογράφων όταν αυτό χρειασθεί καθώς και μη απαίτηση πρόσθετων εξασφαλίσεων όπως προσομοιώσεις και υποθήκες.
- Τα φορολογικά και λοιπά κίνητρα που έχει εξασφαλίσει ο επενδυτής μέσω των αναπτυξιακών νόμων δεν θίγονται από τη συμμετοχή του Leasing στην επένδυση, με εξαίρεση την επιδότηση του επιτοκίου.
- Ύπαρξη χρηματοοικονομικού ελέγχου και προγραμματισμού δεδομένου ότι τα ποσά των μισθωμάτων είναι προκαθορισμένα για ολόκληρη την περίοδο της σύμβασης.
- Αύξηση της ρευστότητας των μισθωμάτων δεδομένου ότι έχει την δυνατότητα να πωλήσει στην εταιρεία Leasing κινητό εξοπλισμό και στην συνέχεια να τον μισθώσει (Sale And Leaseback).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο – ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ (FACTORING)

6.1. ΟΡΙΣΜΟΣ

Το Factoring (Πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων) ασκείται από Τράπεζες ή Ανώνυμες Εταιρείες αποκλειστικού σκοπού και αποτελεί δέσμη χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, οι οποίες καλύπτουν τις ανάγκες των επιχειρήσεων που πωλούν προϊόντα ή παρέχουν υπηρεσίες με βραχυπρόθεσμη πίστωση στους αγοραστές τους, με επαναληπτική αγοραστική συμπεριφορά.

Πρόκειται για συνεργασία μεταξύ ενός προμηθευτή και ενός εξειδικευμένου χρηματοοικονομικού ενδιάμεσου (Πράκτορας ή Factor), ο οποίος αναλαμβάνει τη λογιστική παρακολούθηση, διαχείριση και είσπραξη των επί πιστώσει απαιτήσεων του προμηθευτή από τους αγοραστές του. Επιπλέον, παρέχεται η δυνατότητα χορήγησης προκαταβολών επί της αξίας των απαιτήσεων και, υπό προϋποθέσεις, ο Πράκτορας αναλαμβάνει την κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου του προμηθευτή. (Πατατούκας, Κ., Μπατσινιάς, Ε., 2015: 1139)

6.2. ΕΙΔΗ FACTORING

Το factoring προσφέρει υπηρεσίες σε προμηθευτές που παράγουν και πωλούν αγαθά και υπηρεσίες στην ελληνική και διεθνή αγορά. Οι εταιρείες factoring προσφέρουν εξειδικευμένα προϊόντα factoring, δηλαδή εγχώριο, εξαγωγικό και εισαγωγικό, με επιμέρους διαφοροποιήσεις που μπορεί να περιλαμβάνουν χρηματοδότηση, ασφάλιση, διαχείριση και είσπραξη απαιτήσεων. (Πατατούκας, Κ., Μπατσινιάς, Ε., 2015: 1140)

Εγχώριο Επιχειρηματικό Factoring

Το εγχώριο factoring αφορά σε εγχώριες πιστώσεις όπου ο προμηθευτής και ο οφειλέτης μπορεί να είναι εταιρείες ή ατομικές επιχειρήσεις που ασχολούνται με χονδρεμπόριο ή λιανεμπόριο και χωρίζεται σε:

- Factoring με αναγωγή:

Χρηματοδότηση, διαχείριση και είσπραξη χωρίς ανάληψη του πιστωτικού κινδύνου από τον πράκτορα σε περίπτωση αδυναμίας πληρωμής από τους οφειλέτες. Ο πιστωτικός κίνδυνος παραμένει στον προμηθευτή, ενώ η εταιρεία χρηματοδοτεί με

προκαταβολές έναντι εκχωρημένων απαιτήσεων, τηρεί το καθολικό των πελατών της επιχείρησης των οποίων έχουν εκχωρηθεί οι απαιτήσεις, διαχειρίζεται τις εκχωρημένες απαιτήσεις και αξιολογεί τη φερεγγυότητα των πελατών της επιχείρησης. (Πατατούκας, Κ., Μπατσινιάς, Ε., 2015: 1140)

- Factoring χωρίς αναγωγή:

Χρηματοδότηση, διαχείριση και είσπραξη με ανάληψη του πιστωτικού κινδύνου από τον πράκτορα σε περίπτωση αδυναμίας πληρωμής από τους οφειλότες. Η εταιρεία καλύπτει τον πιστωτικό κίνδυνο, και επιπρόσθετα παρέχει όλες τις άλλες υπηρεσίες που αναφέρθηκαν παραπάνω.

- Προεξόφληση τιμολογίων:

Χρηματοδότηση χωρίς ανάληψη του πιστωτικού κινδύνου από τον πράκτορα και χωρίς διαχείριση των απαιτήσεων του προμηθευτή. Σε αυτή την περίπτωση ο προμηθευτής εξακολουθεί να εισπράττει τις εκχωρημένες απαιτήσεις του. Υποχρεούται όμως κάθε φορά να αποδίδει το εισπραγμένο ποσό κατά τον συμφωνημένο χρόνο και τρόπο

✚ Διεθνές Factoring

Το διεθνές factoring απευθύνεται σε επιχειρήσεις που συναλλάσσονται εμπορικά με το εξωτερικό και χωρίζεται σε:

- Εξαγωγικό Factoring:

Οι εταιρείες factoring συνεργάζονται με ξένες εταιρείες factoring στις περισσότερες χώρες του κόσμου και παρέχουν χρηματοδότηση έναντι εκχωρημένων εξαγωγικών απαιτήσεων. Συνήθως γίνεται με ανάληψη του πιστωτικού κινδύνου από τον πράκτορα (χωρίς αναγωγή). Λειτουργεί με τη συνεργασία δύο πρακτόρων, της εγχώριας εταιρείας factoring αφενός, και της αντίστοιχης εταιρείας που εδρεύει στην χώρα του εισαγωγέα αφετέρου. Την εγγύηση πληρωμής του εισαγωγέα - οφειλέτη αναλαμβάνει ο factor μέσω του αντίστοιχου πράκτορα του εξωτερικού.

Ανάλογα λειτουργεί και το **Εισαγωγικό Factoring**, που αφορά εταιρείες από το εξωτερικό που εξάγουν προς την Ελλάδα και ζητούν factoring από πράκτορα της χώρας τους. Με αυτή τη διαδικασία ο εισαγωγέας εξασφαλίζει ευνοϊκότερους όρους αγορών (μια και εξασφαλίζεται ο εξαγωγέας) και διαπραγμάτευση της αξίας των εισαγομένων αγαθών. (Πατατούκας, Κ., Μπατσινιάς, Ε., 2015: 1140)

- Καταναλωτικό Factoring

Το καταναλωτικό factoring αφορά εμπορικές επιχειρήσεις καταναλωτικών αγαθών ή παροχής υπηρεσιών σε ιδιώτες, που θέλουν να προσφέρουν ένα

διαφορετικό τρόπο μακροπρόθεσμης πίστωσης στους πελάτες τους, πέραν των καταναλωτικών δανείων, πιστωτικών καρτών ή συναλλαγματικών.

Είναι η χρηματοδότηση με τη μεγαλύτερη αύξηση στον τομέα του factoring στην Ελλάδα, αφού προσφέρει ευελιξία και χαμηλή επιβάρυνση χωρίς να αναγκάζει καταναλωτές και έμπορους να εμπλέκονται σε χρονοβόρες διαδικασίες έγκρισης & έκδοσης πιστωτικής κάρτας ή υλικής εξασφάλισης και εγγύησης σε περίπτωση δανεισμού. (Forman, M., Gilbert, J., 1976: 34)

6.3. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ

Η χρήση του factoring στην εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης, προσφέρει πολλαπλές ωφέλειες στην επιχείρηση οι οποίες είναι ιδιαίτερα σημαντικές για την παραγωγική και αποδοτική ανάπτυξή της. Γενικότερα οι υπηρεσίες factoring δίνουν τη δυνατότητα στην επιχείρηση να εκλογικεύσει την οργανωτική και λειτουργική δομή της, να περιορίσει το κόστος της, να βελτιώνει την ανταγωνιστικότητά της ενώ θα επικεντρώνει την προσοχή και δράση της στη συνεχή ανάπτυξή της.

Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα που προσφέρει σε μια επιχείρηση η χρήση της πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων είναι: (Αποστολόπουλος, I., 2012: 343-345)

- Παροχή κεφαλαιακής ρευστότητας προς την επιχείρηση αμέσως μετά την παράδοση του εμπορεύματος.
- Η μεγάλη βάση δεδομένων την οποία έχει στη διάθεσή του ο Factor, εξασφαλίζει τον προσεκτικό έλεγχο των στοιχείων του κάθε πελάτη, ούτως ώστε να μπορεί να προειδοποιηθεί έγκαιρα η συναλλασσόμενη εταιρεία.
- Μειώνει σημαντικά το ύψος των ανείσπρακτων απαιτήσεων των εταιρειών, ενώ ταυτόχρονα σημαντική είναι η συρρίκνωση του κινδύνου μη εξόφλησης των υποχρεώσεων.
- Συμβάλλει έμμεσα στην αύξηση του όγκου των πωλήσεων, μέσω της απελευθέρωσης ανθρώπινων πόρων.
- Βελτιώνει κατά πολύ την εικόνα του ισολογισμού μιας εταιρείας αφού μειώνονται οι δανειακές υποχρεώσεις και εμφανίζεται αυξημένη ρευστότητα.
- Μειώνεται το λειτουργικό κόστος της επιχείρησης αναφορικά με τη διαχείριση και τη λογιστική παρακολούθηση των εμπορικών απαιτήσεων.

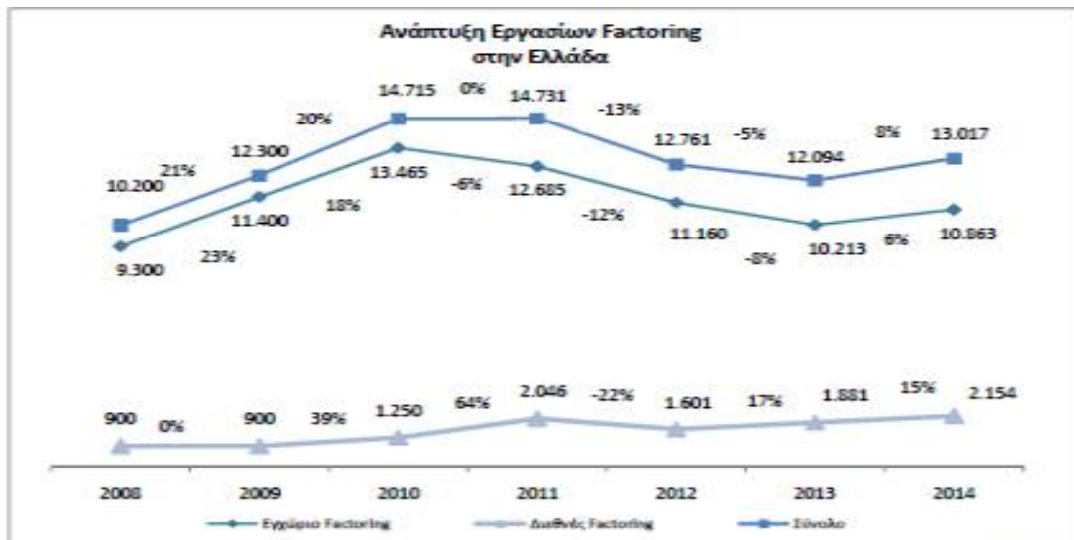
- Προσφέρεται η δυνατότητα παροχής ειδικών εκπτώσεων στις επιχειρήσεις που ασχολούνται με τις προμήθειες. (Καθημερινή, <http://www.kathimerini.gr/122777/article/oikonomia/epixeirhseis/epta-krisima-pleonekthmata-toy-factoring>, 2002, Επτά κρίσιμα πλεονεκτήματα του Factoring)

6.4. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ

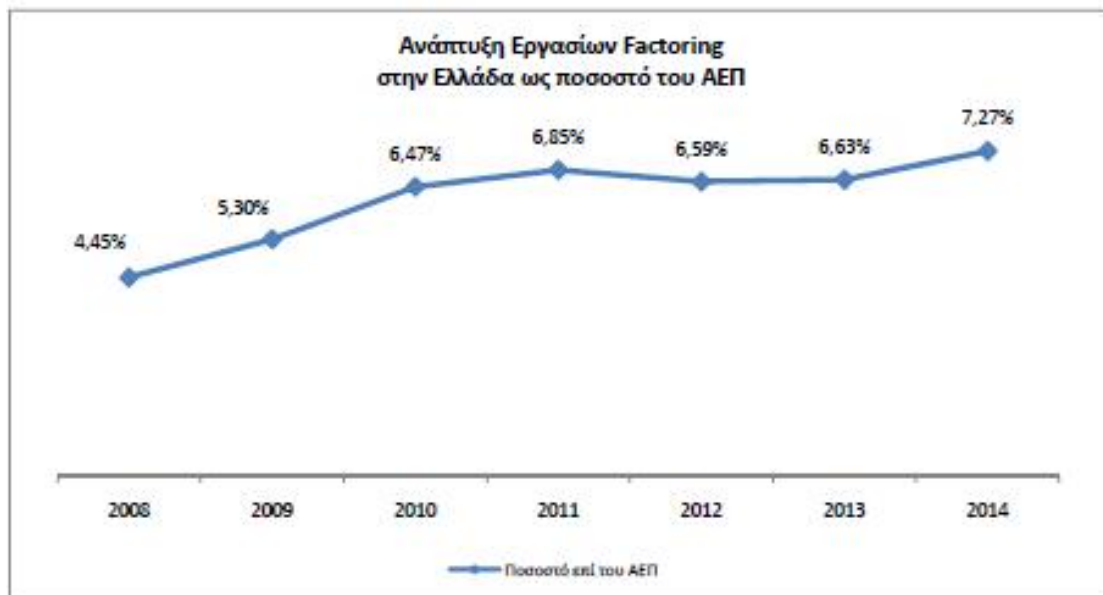
- Το βασικότερο μειονέκτημα της χρήσης factoring είναι το μεγάλο κόστος χρηματοδότησης σε περιπτώσεις πολλών, μικρής αξίας, τιμολογίων και το οποίο διαφέρει ανάλογα με το εύρος των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- Σε περίπτωση πώλησης των απαιτήσεων δεν εμφανίζονται στο κυκλοφορούν ενεργητικό του ισολογισμού της εταιρείας τα πιο ρευστά ενεργητικά της στοιχεία με πιθανή την αμφισβήτηση ή τη σύγχυση γύρω από τη χρηματοοικονομική υγεία της επιχείρησης.
- Δυσχεραίνονται συχνά οι σχέσεις μιας επιχείρησης με τους αγοραστές των προϊόντων της λόγω της επιθετικής πολιτικής εισπράξεων του factor, ειδικά αν ο τελευταίος συνδέεται μετοχικά με τράπεζα.
- Επιπλέον ο επιχειρηματίας περιορίζει τις άμεσες επαφές με τους πελάτες του ενώ ενδέχεται να προσκρούσει και σε επιλεκτική πολιτική φερέγγυων πελατών από την πλευρά του πράκτορα. (Αποστολόπουλος, Ι., 2012: 343-345)

6.5. ΤΟ FACTORING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΑ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΧΡΟΝΙΑ

Τα τελευταία έτη η αγορά Factoring αντιμετώπισε μεγάλες προκλήσεις, αλλά παρόλα αυτά παρουσίασε αξιοσημείωτη άνοδο. Αυτό συνέβη, κατά κύριο λόγο εξαιτίας της σταθεροποίησης της οικονομίας, γεγονός που επέτρεψε στα πιστωτικά ιδρύματα την περαιτέρω επέκτασή τους σε αυτό το σκέλος των υπηρεσιών, ενώ η χρήση του συνεχίστηκε από εγχώριες αλλά και ξένες επιχειρήσεις. Εκ του ανωτέρω συνόλου Ελληνικής αγοράς για το 2014, τα 10,8 δις ευρώ αφορούν εργασίες Εγχωρίου Factoring (10,2 για το 2013, αύξηση 6,3% για το 2014) ενώ τα 2,1 δις ευρώ αφορούν εργασίες Διεθνούς Factoring, έναντι 1,8 δις ευρώ για το 2013 (αύξηση 16,7 %). (Αποστολόπουλος, Ι., 2012: 346)



Πηγή F.C.I.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο – ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ (FRANCHISING)

7.1. ΟΡΙΣΜΟΣ

Franchising ή δικαιόχρηση ονομάζεται η τεχνική του να υιοθετείς και να χρησιμοποιείς το επιτυχημένο επιχειρηματικό μοντέλο και την επωνομασία κάποιου άλλου έναντι φυσικά ενός αντιτίμου. Το σύνολο των δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν εμπορικά σήματα και επωνυμίες, πινακίδες καταστημάτων, πρότυπα χρήσεως, σχέδια, δικαιώματα αντιγραφής τεχνογνωσίας ή διπλώματα ευρεσιτεχνίας προς εκμετάλλευση με σκοπό την μεταπώληση προϊόντων ή την παροχή υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες. Ιστορικά, το franchising ξεκίνησε στη Γερμανία, στα μέσα του 19ου αιώνα και συγκεκριμένα από τον κλάδο της ζυθοποιίας, αλλά η μεγάλη άνθηση έλαβε χώρα στις ΗΠΑ κυρίως μετά τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο, με γνωστή εταιρεία των fast food. Από εκείνη τη στιγμή και μετά, το franchising εξαπλώθηκε γρήγορα και στην Ευρώπη, και σήμερα αντιπροσωπεύει το 10% του λιανικού εμπορίου και έναντι 50% στις ΗΠΑ (Combs και Ketchen, D. 2003). Στην Ελλάδα το αντίστοιχο ποσοστό είναι περίπου 5%, αποτελούμενο κυρίως από αλυσίδες fast food. Ο συγκεκριμένος κλάδος αποτελεί από τους κυριότερους εκπροσώπους του franchising στην χώρα μας, όπου εδώ και χρόνια και κυρίως στα μέσα της δεκαετίας του 90' οι εταιρείες αυτές λειτουργούν με συγκεκριμένο σύστημα. (Γαλάνης, Β., 2000: 133-134)

Η άνθηση που παρατηρείται στο franchising οφείλεται κυρίως στον έντονο ανταγωνισμό που συναντάμε στις σύγχρονες αγορές, οι οποίες γεννάνε την ανάγκη για συνεχείς αλλαγές στον τρόπο προβολής και διάθεσης των προϊόντων.

Με τη δικαιόχρηση ο επιχειρηματίας επιτυγχάνει αποτελεσματικότερη διανομή των προϊόντων του (Michael, 1999), σε σχέση με την παραδοσιακή επιχείρηση, συγχρόνως όμως απολαμβάνει και την εμπορική φήμη και την τεχνογνωσία μιας μεγάλης επιχείρησης. Όταν τα καταστήματα λειτουργούν με οργανωμένα συστήματα δικαιόχρησης, επιβιώνουν περισσότερα χρόνια από τα υπόλοιπα ανεξάρτητα καταστήματα.

Στην Ελλάδα το franchise εφαρμόζεται κυρίως στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και έχει παρατηρηθεί δυναμικότερη διαρθρωτική αλλαγή στο λιανεμπόριο και στις υπηρεσίες αλλά επεκτείνεται με υψηλούς ρυθμούς με αποτέλεσμα τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Εκτός αυτού, ένα μεγάλο ποσοστό των συστημάτων

δικαιόχρησης είναι ελληνικής προέλευσης και ιδιοκτησίας ο franchising πραγματοποιείται τάση συγκέντρωσης των επιχειρήσεων σε μεγαλύτερες και δυναμικότερες αποκεντρωμένες ομάδες. Ιδρύει δυναμικά εμπορικά σήματα, απασχόληση, διαβιβάζει τεχνογνωσία, επιτυγχάνει οικονομίες κλίμακας και καθιερώνει στην αγορά υψηλά standards.

7.2. ΕΙΔΗ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΗΣ

Υπάρχουν πολλοί τύποι δικαιόχρησης με ποικίλες επενδυτικές ανάγκες και δικαιώματα. Κατά κανόνα, μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις, όπως εστιατόρια, σταθμοί ανανέωσης καυσίμων απαιτούν σημαντική χρηματική επένδυση και μεγάλη φροντίδα και προσοχή. Γενικά, οι διαθέσιμες κατηγορίες όπως αναφέρονται στο franchisekey.com/gr, είναι οι παρακάτω:

1. **ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΗ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ (INVESTMENT FRANCHISE):** Σε αυτή την περίπτωση ο franchisee διαθέτει ένα σημαντικό κεφάλαιο για να επενδύσει σε ένα υψηλού κόστους σύστημα Franchise. Παρά την πλήρη εξασφάλιση της στρατηγικής διοίκησης, σταθερά μισθώνει τρίτους στους οποίους αναθέτει εξ' ολοκλήρου τη διαχείριση των καταστημάτων του δικτύου, χωρίς ο ίδιος να εμπλέκεται καθόλου.
2. **ΑΜΕΣΗ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ (DIRECT FRANCHISE):** Είναι η περίπτωση κατά την οποία ο δικαιοπάροχος παρέχει στους επιμέρους δικαιοδόχους τη συμβατική δυνατότητα να λειτουργήσει το franchise από μία και συγκεκριμένη μονάδα εκμετάλλευσης που βρίσκεται σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή.
3. **ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ (MULTIUNIT FRANCHISING):** Ο franchisor δίνει στο franchisee το δικαίωμα εκμετάλλευσης του πακέτου με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή/και υπηρεσιών μέσα από τη δημιουργία περισσότερων της μίας μονάδας εκμετάλλευσης μέσα στην ίδια ή σε άλλη γεωγραφική περιοχή. (https://el.wikibooks.org/wiki/Το_Franchise_στην_ελληνική_αγορά, 2011, Το Franchise στην ελληνική αγορά)
4. **ΚΙΝΗΤΗ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ (MOBILE FRANCHISE):** Είναι μία μορφή Franchising, όπου ο δικαιοπάροχος παρέχει στο δικαιοδόχο το δικαίωμα εκμετάλλευσης του franchise, μέσω της παροχής συγκεκριμένων προϊόντων ή υπηρεσιών σε τελικούς καταναλωτές και εκτός του καταστήματός του, πάντα όμως με τα διακριτικά γνωρίσματα του δικαιοπάροχου.

5. ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ (MANAGEMENT FRANCHISE): Όπου ο franchisee αναλαμβάνει αποκλειστικά την διεύθυνση κάποιων περιοχών ή ακόμη και ολόκληρης περιφέρειας και συντονίζει μία ομάδα εργαζομένων.
6. ΔΙΕΥΘΥΝΤΙΚΗ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ (EXECUTIVE FRANCHISE): Όπου ο franchisee αναπτύσσει τη δική του προσωπική επιχείρηση, όπου εργάζεται αποκλειστικά ο ίδιος και που γενικά αφορά κλάδους όπως οικονομικές υπηρεσίες, υπηρεσίες προσωπικού, γραφεία συμβούλων ή project management (διοίκηση έργου). Τυπικά παραδείγματα αποτελούν λογιστικά γραφεία και γραφεία συμβούλων.
7. ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ ΓΙΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ (RETAIL SHOP FRANCHISE): Η περίπτωση κατά την οποία ο franchisee επενδύει σημαντικό κεφάλαιο τόσο για την ιδιοκτησία/μίσθωση του καταστήματος όσο και για τον εξοπλισμό. Αυτό μαζί με το προσωπικό που θα τον βοηθήσει να λειτουργήσει ένα δίκτυο υψηλής απόδοσης απαιτεί πιθανότατα το μεγαλύτερο μέρος της επένδυσης. Το δίκτυο αυτό μπορεί σε πολλές περιπτώσεις να διατεθεί προς πώληση, με το αντίστοιχο πάντα αντίκρισμα. Αντίθετα από το investment franchise, οι ιδιοκτήτες είναι αυτοί που εκτελούν τα διοικητικά καθήκοντα, κατά κανόνα.
8. ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ Ή ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ: Πρόκειται για μία σύμβαση με βάση την οποία ο franchisee κατασκευάζει ο ίδιος, σύμφωνα με τις υποδείξεις του franchisor, προϊόντα τα οποία πωλεί με το εμπορικό σήμα του franchisor.
9. SERVICES FRANCHISE (ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ): Είναι μία μορφή franchising όπου ο δικαιούχος παρέχει στο δικαιούχο την άδεια εκμετάλλευσης του πακέτου franchise μέσα από την παροχή συγκεκριμένων υπηρεσιών σε τελικούς καταναλωτές. (https://el.wikibooks.org/wiki/To_Franchise_στην_ελληνική_αγορά, 2011, Το Franchise στην ελληνική αγορά)
10. ΜΕΙΚΤΗ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ: Είναι μια συνηθισμένη εκδοχή του Franchising όπου συνδυάζονται αρμονικά μέσα στο ίδιο δίκτυο η διανομή προϊόντων και η παροχή υπηρεσιών. Συνήθως αυτό συμβαίνει συνήθως όταν η πώληση ενός προϊόντος συνδέεται άμεσα με την παροχή κάποιας υπηρεσίας.
11. ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ/ΠΩΛΗΣΕΩΝ (SALES/DISTRIBUTION FRANCHISE): Όπου ο franchisee λειτουργεί αποτελεσματικά υπό τη μορφή πλανόδιου πωλητή, πουλώντας ή διανέμοντας προϊόντα στην περιφέρειά του. Στην περίπτωση αυτή η πρόσληψη τρίτων για οδηγούς/διανομείς, οι οποίοι θα κάλυπταν και νέες περιοχές, καθώς βάσει των πελατών αναπτύσσεται περισσότερο.

12. **JOB FRANCHISE:** Όπου ο franchisee με μία επένδυση χαμηλού επιπέδου, αγοράζει το δικαίωμα να λειτουργεί, τυπικά, μία επιχείρηση η οποία θα διαθέτει έναν υπάλληλο, παρέχοντας εξυπηρέτηση/ εγκατάσταση / επιδιόρθωση κατ' οίκον (home based) με δικό του μέσο και έξοδα μετακίνησης.
13. **CORNER FRANCHISE (ΜΕΡΙΚΗ ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ):** Η μορφή αυτή του franchising συνίσταται στη χρησιμοποίηση από το δικαιοπάροχο (franchisor) ενός συγκεκριμένου καταστήματος κάποιου άλλου για τη διάθεση των προϊόντων της επιχείρησής του, σύμφωνα με τη δική του μέθοδο πωλήσεων. Το κατάστημα αυτό δεν πρέπει όμως να ανήκει σε άλλο δίκτυο franchising. Στο παραπάνω κατάστημα παραχωρούνται, μετά από συμφωνία του ιδιοκτήτη και του franchisor, ιδιαίτεροι χώροι, σε διάφορες επιχειρήσεις franchising για την πώληση των προϊόντων τους. Η τεχνική αυτή είναι ευρέως διαδεδομένη και καλείται τεχνική του "shop-in-shop".
14. **FRANCHISE ΜΕΤΑΤΡΟΠΗΣ (CONVERSION FRANCHISE):** Σε αυτή τη μορφή του franchise ο δικαιοδόχος (franchisee) λειτουργεί ήδη, πριν την ένταξή του στο δίκτυο τη δική του επιχείρηση της οποίας το αντικείμενο είναι ίδιο με αυτό της επιχείρησής του δικαιοπαρόχου (franchisor). (https://el.wikibooks.org/wiki/Το_Franchise_στην_ελληνική_αγορά, 2011, Το Franchise στην ελληνική αγορά)

7.3. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

Στην Ελληνική Αγορά αυτή τη στιγμή δραστηριοποιούνται πάνω από 400 επιχειρήσεις με το σύστημα franchise. Πολλές από αυτές τις επιχειρήσεις προέρχονται από το εξωτερικό και έχουν αναπτυχθεί παγκοσμίως με το σύστημα της Δικαιόχρησης. Δίνεται έτσι σε Έλληνες επενδυτές η δυνατότητα να αναπτύξουν το Ελληνικό δίκτυο της επιχείρησής του εξωτερικού μέσω μιας σύμβασης master franchise. Αν αναλογιστούμε ότι πριν περίπου 5 χρόνια οι franchised επιχειρήσεις δεν ξεπερνούσαν τις 300, ενώ πριν από 10 χρόνια δεν ξεπερνούσαν τις 120 (ενεργές και ανενεργές), 'είναι θαύμα' που σήμερα υπάρχουν πάνω από 3.000 franchised καταστήματα.

Οι περισσότερες έρευνες αγοράς, που έχουν πραγματοποιηθεί από σχεδόν όλους τους κλάδους του επιχειρηματικού φάσματος, δείχνουν ότι όλο και περισσότεροι καταναλωτές έχουν την τάση να αγοράζουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που επιθυμούν από επώνυμες αλυσίδες, θεωρώντας ότι εκεί θα βρουν και

καλές τιμές αλλά και την απαραίτητη εξειδίκευση. Αυτό άλλωστε δείχνει και η πανευρωπαϊκή έρευνα κατανάλωσης που διενεργήθηκε από Ευρωπαϊκή Εταιρεία Ερευνών σε 12 χώρες, ανάμεσα τους και η Ελλάδα. (Γαλάνης, Β., 2000: 147-150)

Παρά το ότι το franchising δείχνει μια ανοδική τάση με πολύ μεγάλο ρυθμό ανάπτυξης τα τελευταία 5 χρόνια, η χώρα μας είναι σε πολύ χαμηλά επίπεδα σε σχέση με την υπόλοιπη Ευρώπη. Για παράδειγμα στην Μ. Βρετανία ο τζίρος που πραγματοποιείται μέσω franchised καταστημάτων ξεπερνά το 30% επί του συνολικού τζίρου του λιανεμπορίου, ενώ στην Γερμανία ξεπερνά το 18%. Οι Έλληνες έχουν ήδη συνειδητοποιήσει την χρησιμότητα και τα οφέλη του θεσμού και ήδη ο θεσμός γνωρίζει πολύ μεγάλη αποδοχή τόσο από τους επιχειρηματίες όσο και από τους επενδυτές και τους καταναλωτές. Όμως η Ελλάδα, δεν είναι σε θέση αυτή τη στιγμή να ανταγωνιστεί το μέσο όρο των Ευρωπαϊκών χωρών, είναι όμως κυρίαρχος στην Βαλκανική Αγορά, αφού αρκετές ελληνικές επιχειρήσεις έχουν ήδη επεκταθεί σε διάφορες βαλκανικές χώρες με καλύτερα παραδείγματα τη Ρουμανία και τη Βουλγαρία. (Γαλάνης, Β., 2000: 147-150)

Στην Ελλάδα, οι επιχειρήσεις δαπανούν ετησίως το 0,04% του τζίρου τους για έρευνες όταν το αντίστοιχο ποσοστό στις ΗΠΑ είναι 21%, στην Αγγλία στο 19%, στην Γερμανία στο 16% και στην Ισπανία το 7%. Από την άλλη πλευρά, η Αγορά των Επιχειρηματικών ερευνών έχει ανοδική τάση στη χώρα μας τα τελευταία χρόνια αφού το αντίστοιχο ποσοστό κατά το έτος 1999 ήταν μόλις 0,02%.

Τα στοιχεία που έχουν συλλεχθεί από ανεξάρτητες κλαδικές έρευνες που έγιναν τα τελευταία χρόνια παρατηρούμε ότι υπάρχουν 2 κλάδοι που παραμένουν συνεχώς στις προτιμούνται από τους επιχειρηματίες. Πρώτος στις προτιμήσεις είναι ο κλάδος της εστίασης όπου τα υψηλά όμως κόστη που απαιτούνται για την δημιουργία τέτοιων κέντρων, ωθούν τους επενδυτές σε άλλους «φθηνότερους» κλάδους όπως είναι ο κλάδος της παροχής υπηρεσιών. Οι δυο αυτοί κλάδοι προτιμούνται περισσότερο από ηλικιακά νέους επενδυτές και από επενδυτές που έχουν υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Οι προτιμήσεις των επενδυτών προέρχονται ως επί το πλείστον από προσωπικές τους εμπειρίες και προτιμήσεις ως καταναλωτές. (https://el.wikibooks.org/wiki/To_Franchise_στην_ελληνική_αγορά, 2011, Το Franchise στην ελληνική αγορά)

7.4. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FRANCHISE

Το Franchise στην Ελλάδα, είναι ένα γρήγορα αυξανόμενο επιχειρησιακό σχήμα και αποτελεί σίγουρη μέθοδο επιτυχίας για τις επιχειρήσεις που επεκτείνονται τόσο σε τζίρο όσο και σε αριθμό. Το Franchise έχει γνωρίσει αξιοσημείωτη άνθηση και σε άλλες χώρες ανά τον κόσμο και ιδιαίτερα στην Μεσόγειο. Η Ευρωπαϊκή Ένωση αναγνωρίζει ότι το σύστημα του Franchise παίζει έναν σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων στην Ευρώπη. (Γαλάνης, Β., 2000: 142-143)

- Το Franchise επιτρέπει σε μία επιχείρηση να αυξήσει το κεφάλαιο της μέσω των franchisees της, των δικαιοδόχων της που επενδύουν στις επιχειρήσεις τους.
- Απαιτείται λιγότερο προσωπικό για να λειτουργήσει η έδρα και η ομάδα πωλήσεων σε σχέση με μια συμβατική επιχείρηση.
- Υπάρχει λιγότερη έκθεση στα προβλήματα που συνδέονται με τη συμβατική επιχείρηση, όπως η πρόσληψη και η διατήρηση του προσωπικού
- Υφίσταται διεθνής επέκταση και τα οφέλη σε μία χώρα του εξωτερικού μέσω ενός Franchise έχουν τεράστια δυνατότητα
- Αλλά κυρίως επωφελούνται οι άμεσα ενδιαφερόμενοι, δηλαδή ο franchisor (δικαιοπάροχος) που έχει γρήγορη διείσδυση σε νέες αγορές, επιτυγχάνει οικονομίες κλίμακος και μειώνει τα προς επένδυση κεφάλαια και τον επιχειρηματικό του κίνδυνο, και ο franchisee (δικαιοδόχος), που επωφελείται από το γνωστό και καθιερωμένο όνομα, τη συνολική τεχνογνωσία σε όλους τους τομείς, που του προσφέρει ο franchisor, τις οικονομίες κλίμακος της αλυσίδας, που του επιτρέπουν να αγοράζει σε χαμηλές τιμές, τη δυνατότητα άμεσης καθιέρωσης και γρήγορης ανάπτυξης και τη σταθερή ποιότητα και μεγάλη αξιοπιστία προϊόντων και υπηρεσιών. Έτσι, οι επιχειρηματικές αποτυχίες είναι πολύ λιγότερες. Ένα μεγάλο πλεονέκτημα του franchising είναι ότι μεταφέρει ολοκληρωμένα και μεθοδικά τη γνώση για την έναρξη και λειτουργία μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας. Έτσι, συμβάλλει στη λύση του οξύτατου προβλήματος σπουδών – ανεργίας.
- Η έννοια της διαφήμισης για το franchisee αφορά σε βασικό στοιχείο της φιλοσοφία του, καθώς ενισχύει τους δικαιοδόχους, όπως και το ίδιο το brand.
- Εξάλλου ο θεσμός του franchising προστατεύει πολύ περισσότερο τον τελικό καταναλωτή, ενώ σε μαθαίνει πως να λειτουργείς σαν επιχειρηματίας και δίνει λύση στο πρόβλημα αναξιοποίητων σπουδών και ανεργίας. Οι επιχειρήσεις που

αναπτύσσονται με την μέθοδο του franchising είναι υγιείς, οι επιχειρηματικές αποτυχίες είναι ελάχιστες (κάτω του 5%) η επιχειρηματική ισχύς κατανέμεται σε πολλούς και δεν συγκεντρώνεται σε έναν. (Γαλάνης, Β., 2000: 142-143)

7.5. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FRANCHISE

- Ο επιχειρηματίας δεν είναι ο ιδιοκτήτης των καταστημάτων Franchisee και ως εκ τούτου δεν κερδίζει, όπως μια επιχείρηση με ιδιωτική κύρια αλυσίδα.
- Επίσης, έχει λιγότερο άμεσο έλεγχο του δικτύου. Εντούτοις, είναι σε θέση να διακόψει μια σύμβαση με έναν δικαιοδόχο (franchisee) που δεν ακολουθεί τους όρους του συμβολαίου.
- Δίνεται σε άλλους το δικαίωμα να χρησιμοποιήσουν τα εμπορικά σήματα και το επιχειρησιακό σύστημα. Ο επιχειρηματίας θα πρέπει να είναι βέβαιος ότι έχει δικαίωμα προσφυγής εάν καταλάβει ότι απομακρύνονται από το δικό του προκαθορισμένο σύστημα. Για το λόγο αυτό είναι άκρως απαραίτητο η επιλογή των δικαιούχων να γίνει με μεγάλη προσοχή για να εξασφαλιστεί ότι αυτοί είναι ικανοί και προετοιμασμένοι να διευθύνουν την επιχείρησή και ότι το δίκτυο αναπτύσσεται με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.
- Ο Franchisor έχει την ηθική υποχρέωση να εξασφαλίσει στους δικαιοδόχους του, την επιτυχημένη πορεία του δικτύου Franchise.
- Οι περισσότεροι τύποι επιχειρήσεων είναι κατάλληλοι για Franchising. Αλλά, οι επιχειρήσεις με μικρά περιθώρια τζίρου καθιστούν συνήθως τους υποψηφίους franchisees, φτωχούς, οπότε συνιστάται τέτοιου είδους επιχειρήσεις να μην προτιμώνται για δίκτυο Franchise. (Γαλάνης, Β., 2000: 142-143)
- Πρέπει να ληφθεί σοβαρά υπόψη ότι η επιχείρηση που θα χρησιμοποιηθεί για το δίκτυο Franchise, πρέπει να είναι δομημένη έτσι, ώστε ο δικαιοπάροχος να είναι σε θέση να ελέγξει τις δραστηριότητες των δικαιοδόχων και του τρόπου που ενεργούν. Παράλληλα ο δικαιοπάροχος θα πρέπει να είναι σε θέση να ελέγξει τον κύκλο εργασιών και τα επίπεδα ακαθάριστων εσόδων της επιχείρησης προκειμένου να μπορεί να εξασφαλίσει την καταβολή των αμοιβών. Πρέπει όλοι αυτοί οι έλεγχοι να είναι επαρκείς και ενδεδειγμένοι να αποφευχθούν τυχόν προβλήματα στη συνεργασία του Franchisor με τον Franchisee.
- Γενικά λόγω της σοβαρής οικονομικής κρίσης, το franchise κερδίζει συνεχώς έδαφος σε σχέση με τις ανεξάρτητες επιχειρήσεις διότι το γνωστό brand name

μίας επιχείρησης παρέχει ασφάλεια στους επιχειρηματίες επιθυμούν να ρισκάρουν όσον το δυνατόν λιγότερο. (Γαλάνης, Β., 2000: 142-143)

- Οι επιχειρήσεις που έχουν τη μεγαλύτερη ζήτηση στο θεσμό της δικαιόχρησης, είναι, κυρίως, οι εταιρείες Everest, Goody's, Γρηγόρης, της ένδυσης οι Alexi Andriotti, Raxevsky, Premanan, των σουπερμάρκετ οι A-B Βασιλόπουλος, Carrefour, OK Markets, των παιδικών ρούχων Crocodilino, Lapin.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8^ο – ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

8.1. ΣΚΟΠΟΣ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Βασικός σκοπός μέσα από τη μελέτη που θα ακολουθήσει είναι η διερεύνηση της σημερινής κατάστασης σχετικά με τα μέσα και τους τρόπους χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη χώρα μας.

Οι επιμέρους στόχοι της έρευνας είναι:

1. Η καταγραφή της υπάρχουσας άποψης για τις σημερινές μικρομεσαίες επιχειρήσεις.
2. Η καταγραφή της άποψης για τα μέσα που χρησιμοποιούνται για τη χρηματοδότηση μιας επιχείρησης.
3. Οι τρόποι χρηματοδότησης των επιχειρήσεων.
4. Η καταγραφή των απόψεων σχετικά με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των σημαντικότερων μορφών χρηματοδότησης (τραπεζικός δανεισμός, leasing, factoring, κ.λπ.).

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

8.2. ΠΟΣΟΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΟΙΟΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ

Οι έρευνες αγοράς, ανάλογα με το μέγεθος του δείγματος και τη μεθοδολογία που διεξάγονται, διακρίνονται σε ποσοτικές και ποιοτικές

- Οι ποσοτικές έρευνες διενεργούνται σε σχετικά μεγάλο και αντιπροσωπευτικό δείγμα του πληθυσμού και στοχεύουν στον ποσοτικό προσδιορισμό των σχέσεων των μεταβλητών του υπό διερεύνηση προβλήματος. Πρόκειται, δηλαδή, για περιγραφικές έρευνες που έχουν ως σκοπό να προσδιορίσουν πόροι είναι αυτοί που αγοράζουν ένα συγκεκριμένο προϊόν ή κατηγορία προϊόντων, τι ποσότητες αγοράζουν, πόσο συχνά αγοράζουν.
- Οι ποιοτικές έρευνες είναι αυτές που διενεργούνται σε πολύ μικρές αντιπροσωπευτικές ομάδες του πληθυσμού και αποσκοπούν στον προσδιορισμό των

ποιοτικών σχέσεων μεταξύ των μεταβλητών του προβλήματος. Πρόκειται δηλαδή για έρευνες που αποσκοπούν κυρίως στην αποκάλυψη των βαθύτερων αιτιών που καθορίζουν τη συμπεριφορά των ατόμων, π.χ., γιατί τα άτομα προτιμούν το Α προϊόν αντί του Β. (Λελεδάκης, Γ., Ζιγκριρίδης, Ε., 2008: 132-142)

8.3. ΟΙ ΠΟΙΟΤΙΚΕΣ ΕΡΕΥΝΕΣ

Οι ποιοτικές έρευνες αποσκοπούν στην ερμηνεία της συμπεριφοράς των ατόμων μέσω της αποκάλυψης και της βαθύτερης διερεύνησης των στάσεων, των αξιών, των εικόνων ή των συναισθημάτων που δημιουργούνται από βιολογικούς, ψυχολογικούς ή κοινωνικούς παράγοντες. Οι ποιοτικές έρευνες χρησιμοποιούνται συνήθως για:

• Διερεύνηση σε βάθος

- S αντιλήψεων και απόψεων
- S στάσεων και συνηθειών
- S κινήτρων

• Αξιολόγηση

- S ψυχολογικών μεταβλητών και μορφών συμπεριφοράς
- S προϊόντων
- S ιδεών για νέα προϊόντα ή υπηρεσίες (concepts)
- S ονομάτων και σημάτων προϊόντων ή υπηρεσιών
- S συσκευασιών
- S γεύσεων / οσμών
- S διαφημίσεων

• Βοήθημα / συμπλήρωμα ποσοτικών ερευνών

- S δημιουργία «ερωτηματολογίων πιλότων» ποσοτικών ερευνών
- S οριοθέτηση περιοχών που στη συνέχεια θα διερευνηθούν με ποσοτικές μεθόδους
- S βαθύτερη διερεύνηση και ερμηνεία αποτελεσμάτων ποσοτικών ερευνών.

8.3.1. ΟΙ ΤΕΧΝΙΚΕΣ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Υπάρχει ένα πλήθος απλών ή σύνθετων τεχνικών που εφαρμόζεται στην ποιοτική έρευνα. Ωστόσο, όλες οι τεχνικές της ποιοτικής έρευνας στηρίζονται στο συνδυασμό συζητήσεων και την εφαρμογή ειδικών τεχνικών, γι' αυτό και η διεξαγωγή τους απαιτεί μεγάλη πείρα και μεγάλη εξειδίκευση του ερευνητή.

Οι πιο διαδεδομένες και απλές τεχνικές στην ποιοτική έρευνα, που εφαρμόζονται στο χώρο του μάρκετινγκ, είναι οι ομαδικές συζητήσεις (group discussions) και οι προσωπικές συνεντεύξεις βάθους (depth interviews). (Λελεδάκης, Γ., Ζιγκριρίδης, Ε., 2008: 132-142)

8.3.2. ΜΕΘΟΔΟΙ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Για την συλλογή των πρωτογενών στοιχείων (primary data) οι ερευνητές χρησιμοποιούν διάφορες μεθόδους που ποικίλουν ανάλογα με το σκοπό της έρευνας, τα διαθέσιμα κονδύλια για τη διεξαγωγή της έρευνας και το χρόνο που θέλει να έχει ο ενδιαφερόμενος τ' αποτελέσματα. Γενικά, οι μέθοδοι συλλογής στοιχείων διακρίνονται σε δύο μεγάλες ομάδες. Στην πρώτη ομάδα περιλαμβάνονται οι μέθοδοι συλλογής στοιχείων μέσω επικοινωνιακής διαδικασίας, ενώ στη δεύτερη ομάδα περιλαμβάνονται οι μέθοδοι συλλογής στοιχείων με παρατήρηση.

8.3.3. Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΚΑΙ Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Το ερωτηματολόγιο είναι ένα από τα κύρια «εργαλεία» συλλογής στοιχείων που χρησιμοποιούνται στην έρευνα αγοράς. Η σωστή προετοιμασία και η τελική διαμόρφωσή του συμβάλλουν αποφασιστικά στην επιτυχία μιας έρευνας. Ένα καλά σχεδιασμένο ερωτηματολόγιο μπορεί να δώσει στοιχεία με μεγάλο βαθμό αξιοπιστίας, ενώ ένα κακό ερωτηματολόγιο μπορεί να επηρεάσει αρνητικά, και σε μεγάλο βαθμό, την αξιοπιστία μιας έρευνας, έστω κι αν αυτή έχει σχεδιαστεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.

8.3.3.1. Η ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Το περιεχόμενο του ερωτηματολογίου διαμορφώνεται με βάση το αρχικό briefing, όπου προσδιορίζεται ο σκοπός της έρευνας. Ωστόσο, στη διαμόρφωση του τελικού ερωτηματολογίου υπάρχουν και περιορισμοί που έχουν να κάνουν με τον αριθμό των ερωτήσεων, τη διάρκεια, το κόστος και το χρόνο που απαιτείται για τη συμπλήρωσή του.

Η προετοιμασία του ερωτηματολογίου αρχίζει με λεπτομερή καταγραφή όλων των στοιχείων και των πληροφοριών, τα οποία επιθυμεί να αποκτήσει ο ερευνητής. Αυτή η διαδικασία βοηθάει στο αρχικό «φορμάρισμα» των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου, καθώς επίσης και στην «οργάνωση» του ερωτηματολογίου σε λογικές ενότητες.

Επίσης, δίνει μια πρώτη ένδειξη του μεγέθους του ερωτηματολογίου και του βαθμού λεπτομέρειας που θέλει να εξασφαλίσει ο ερευνητής. Φυσικά, όσο περισσότερη λεπτομέρεια επιδιώκει ο ερευνητής τόσο περισσότερο αυξάνει η πολυπλοκότητα και η έκταση του ερωτηματολογίου. (Λελεδάκης, Γ., Ζιγκριδής, Ε., 2008: 132-142)

8.3.3.2. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ

Τα κυριότερα είδη ερωτήσεων που μπορεί να περιέχει ένα ερωτηματολόγιο είναι τα εξής:

- Ανοικτές ερωτήσεις. Πρόκειται για ερωτήσεις, στις οποίες απαντάει ο ερωτώμενος και ο ερευνητής καταγράφει τις σχετικές απαντήσεις χρησιμοποιώντας τη φρασεολογία των ερωτώμενων.
- Κλειστές ερωτήσεις. Είναι αυτές που συνοδεύονται από μια σειρά κωδικοποιημένων απαντήσεων, μια ή περισσότερες από τις οποίες είναι πιθανόν να δώσει ο ερωτώμενος.
- Απογραφικές ερωτήσεις. Πρόκειται για ερωτήσεις με τις οποίες επιχειρείται η καταγραφή ορισμένων στοιχείων, όπως της κατοχής συσκευών.
- Ερωτήσεις ιεράρχησης. Με τις ερωτήσεις αυτού του είδους ζητείται από τον ερωτώμενο να ιεραρχήσει μια σειρά απαντήσεις.
- Ερωτήσεις με χρήση κλιμάκων. Πρόκειται για ερωτήσεις, των οποίων οι απαντήσεις διατυπώνονται με τη βοήθεια κλιμάκων.
- Ερωτήσεις με χρήση ημιτελών φράσεων. Πρόκειται για σειρά ημιτελών φράσεων, τις οποίες καλείται να συμπληρώσει αυθόρμητα ο ερωτώμενος.
- Ερωτήσεις ερμηνείας εικόνας. Σύμφωνα με την τεχνική αυτή, ο ερωτώμενος βλέπει μια εικόνα που είτε την ερμηνεύει είτε δίνει απάντηση με τη βοήθεια της εικόνας.

8.3.3.3. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑΣ ΕΝΟΣ ΣΩΣΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Ένα ερωτηματολόγιο, για να καταστεί πραγματικά αποτελεσματικό «εργαλείο» στα χέρια του ερευνητή, πρέπει να πληροί τις παρακάτω προϋποθέσεις:

- να διευκολύνει τη συνεργασία μεταξύ ερευνητή και ερωτώμενων
- κάθε ερώτηση του ερωτηματολογίου πρέπει να είναι σαφής και διατυπωμένη με τέτοιο τρόπο, ώστε να έχει το ίδιο νόημα για όλους τους ερωτώμενους
- ν' αποκλείει τη μεροληψία
- να περιέχει ερωτήσεις ελέγχου, ώστε να ελέγχεται η ειλικρίνεια των απαντήσεων που δίνει ο ερωτώμενος
- η έκταση του ερωτηματολογίου να είναι κατά το δυνατόν περιορισμένη, ώστε ο ερωτώμενος να μην αναγκάζεται λόγω κόπωσης να δίνει βιαστικές ή ανακριβείς απαντήσεις
- η καταγραφή των απαντήσεων από τον ερευνητή να διευκολύνει την επεξεργασία των στοιχείων. (Λελεδάκης, Γ., Ζιγκριρίδης, Ε., 2008: 132-142)

8.3.3.4. ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ

Τα ερωτηματολόγια που χρησιμοποιούνται στην έρευνα αγοράς διασαφηνίζονται στις παρακάτω κατηγορίες:

•Ερωτηματολόγια που συμπληρώνονται από τον ερευνητή. Τα ερωτηματολόγια του τύπου αυτού δεν παρουσιάζουν καμιά ιδιαιτερότητα, ούτε δυσκολίες στη συμπλήρωσή τους, γιατί την ευθύνη γι' αυτά έχει ο ερευνητής.

Η μέθοδος συλλογής στοιχείων μ' αυτόν τον τρόπο εξασφαλίζει υψηλό βαθμό ανταπόκρισης των ερωτώμενων και ελαχιστοποίηση των λαθών στη συμπλήρωση των ερωτηματολογίων, γιατί ο ερευνητής υποβάλλει ο ίδιος τις ερωτήσεις, δίνει τις απαραίτητες διευκρινήσεις, αν ζητηθούν από τον ερωτώμενο και καταγράφει τις απαντήσεις κατά κανόνα σωστά.

•Ερωτηματολόγια που συμπληρώνονται ατομικά. Πρόκειται για ερωτηματολόγια που συνήθως παρουσιάζονται στον ερωτώμενο από κάποιο αρμόδιο πρόσωπο, π.χ. τον υπεύθυνο της έρευνας. (Λελεδάκης, Γ., Ζιγκριρίδης, Ε., 2008: 132-142)

Στη διάρκεια της παρουσίασης αυτής, αναλύονται στον ερωτώμενο ο σκοπός της έρευνας και το περιεχόμενο του ερωτηματολογίου. Στη συνέχεια ο ερωτώμενος καλείται να συμπληρώσει μόνος του το ερωτηματολόγιο ακολουθώντας τις οδηγίες που του έχουν δοθεί.

• **Ερωτηματολόγια που συμπληρώνονται ομαδικά.** Τα ερωτηματολόγια αυτά μοιάζουν με τα προηγούμενα. Η διαφορά τους είναι στη διαδικασία συμπλήρωσής τους. Τα ερωτηματολόγια αυτής της κατηγορίας παρουσιάζονται από τον ερευνητή σε μια ομάδα ατόμων και, αφού ο ερευνητής αναλύσει το σκοπό της έρευνας και τον τρόπο συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου, καλεί τα άτομα της ομάδας να συμπληρώσουν μόνα τους το ερωτηματολόγιο. Η χρήση του ερωτηματολογίου αυτού του είδους συνιστάται μόνο σ' ορισμένες κατηγορίες ερευνών, π.χ. την έρευνα μεταξύ ενός οργανωμένου γκρουπ ταξιδιωτών.

Καθένα από τα είδη ερωτηματολογίων έχει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, γι' αυτό, αν πρόκειται να κάνετε κάποια έρευνα μόνοι σας, είναι σκόπιμο για την επιλογή και την προετοιμασία του κατάλληλου ερωτηματολογίου να ζητήσετε τη βοήθεια κάποιου ειδικού συμβούλου. (Λελεδάκης, Γ., Ζιγκριρίδης, Ε., 2008: 132-142)

8.4. ΕΠΙΛΟΓΗ ΤΟΥ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ ΚΑΙ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

Η ερευνητική μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε ήταν η μέθοδος της δειγματοληψίας μέσω ερωτηματολογίου με ερωτήσεις κλειστού τύπου.

Η έρευνά μας αποτελείται από ένα ερωτηματολόγιο των τριάντα ερωτήσεων (30), που απαντήθηκε συνολικά από ογδόντα (80) μικρομεσαίες επιχειρήσεις (τουριστικά καταλύματα, καταστήματα εστίασης, λιανικής πώλησης, κ.λπ.). Το ερωτηματολόγιο στάλθηκε και απαντήθηκε μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Ο αρχικός αριθμός των ερωτηματολογίων έφτανε τα εκατό (100) αλλά μόνο τα ογδόντα (80) από αυτά ήταν ολοκληρωμένα και μπόρεσαν να συμπεριληφθούν στην έρευνα.

Το ερωτηματολόγιο της έρευνας δομήθηκε με τέτοιο τρόπο έτσι ώστε οι πληροφορίες που θα συλλεγούν μέσω αυτού να είναι στατιστικά και ηλεκτρονικά επεξεργάσιμες και να οδηγούν σε ουσιαστικά αποτελέσματα. Το ερωτηματολόγιο θα πρέπει να είναι σύντομο καθώς μεγάλα ερωτηματολόγια αποθαρρύνουν τόσο τους ερευνητές όσο και τους ερωτώμενους. Τα μεγάλα μεγέθους ερωτηματολόγια

αυξάνουν το κόστος της έρευνας ενώ λόγω των αρνήσεων συμπλήρωσης τους, μειώνουν και την ποιότητά της. Παράλληλα, το ερωτηματολόγιο πρέπει να είναι εύκολο στην απάντηση και τα διάφορα ερωτήματα να έχουν μια λογική ακολουθία έτσι ώστε η συμπλήρωσή του να εξελίσσεται ομαλά.

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

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

Στην πλειονότητά τους οι ερωτήσεις ήταν κλειστές. Οι ερωτηθέντες έπρεπε να επιλέξουν μία ή ορισμένες φορές και πάνω από μια από τις απαντήσεις που τους δίνονταν στην εκάστοτε ερώτηση. Οι κλειστές ερωτήσεις προτιμήθηκαν κατά τη σύνταξη του τελικού ερωτηματολογίου, επειδή είναι πιο εύκολο να απαντηθούν από άποψη ταχύτητας, γεγονός που εξασφαλίζει περισσότερες απαντήσεις σε δεδομένο χρόνο. Παράλληλα γίνεται πιο εύκολα η στατιστική επεξεργασία. Επίσης ο ερευνητής εστιάζει την προσοχή του σε αυτό που θέλει να μάθει.

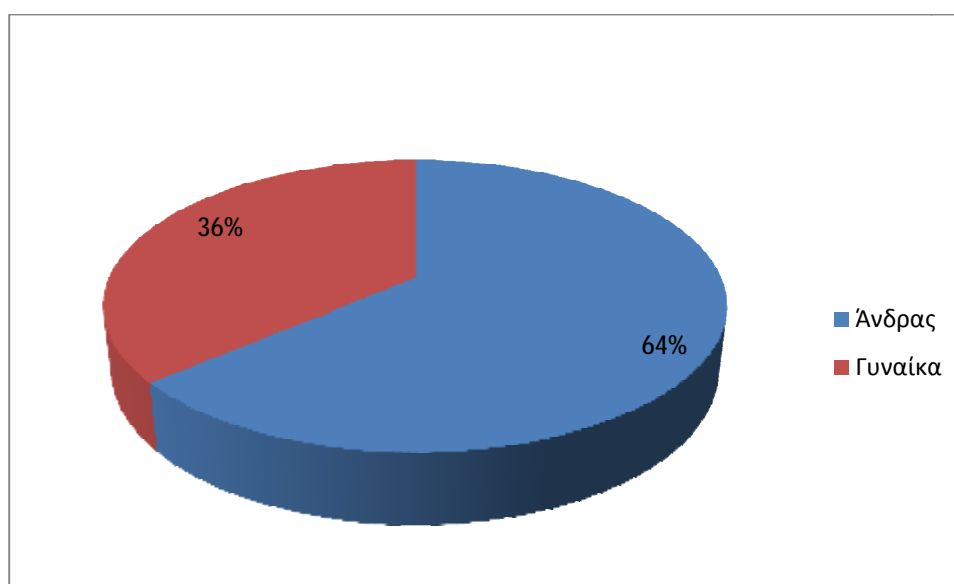
Η επεξεργασία διήρκεσε τρεις περίπου μήνες με την παρακάτω διαδικασία. Αρχικά τα ερωτηματολόγια ελέγχθηκαν και αριθμήθηκαν και το πρόγραμμα που χρησιμοποιήθηκε στην ανάλυση των δεδομένων, ήταν το Excel Windows.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Α. ΓΕΝΙΚΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1. Φύλο

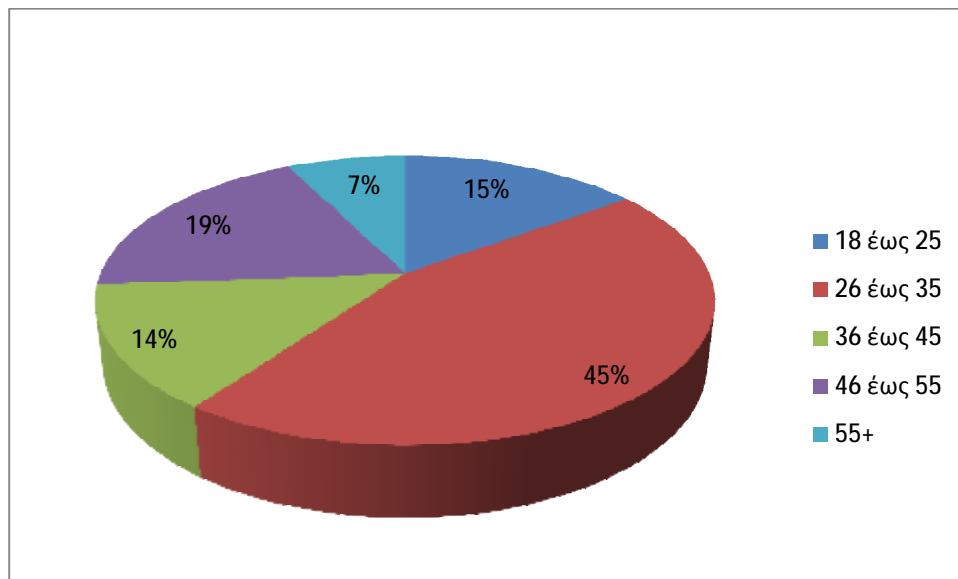
Ανδρας	64%
Γυναίκα	36%



Το δείγμα της παρούσας έρευνας αποτελείται από υπαλλήλους μικρομεσαίων επιχειρήσεων, εκ των οποίων το 64% είναι άντρες εργαζόμενοι και το 36% γυναίκες. Συνολικά απάντησαν στο ερωτηματολόγιο 80 άτομα.

2. Ηλικία

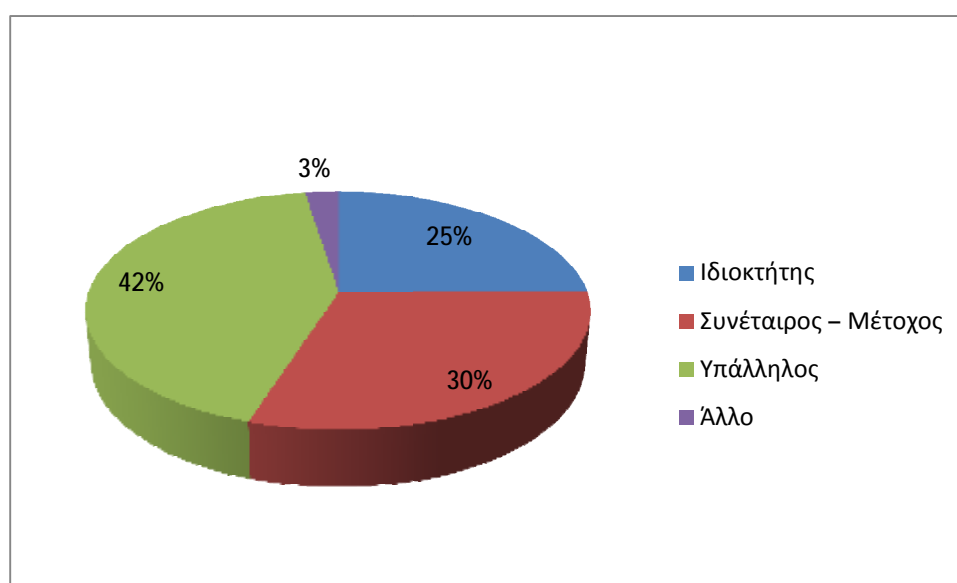
18-25	15%
26-35	45%
36-45	14%
46-55	19%
55+	7%



Η πλειοψηφία όσων συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο ήταν ηλικίας 26 έως 35 χρονών (45%). Ακολούθησαν όσοι ήταν από 46 έως 55 χρονών (19%), από 18 έως 25 (15%), από 36 έως 45 (14%) κι από 55 χρονών και πάνω (7%).

3. Τι θέση κατέχετε στην εταιρεία;

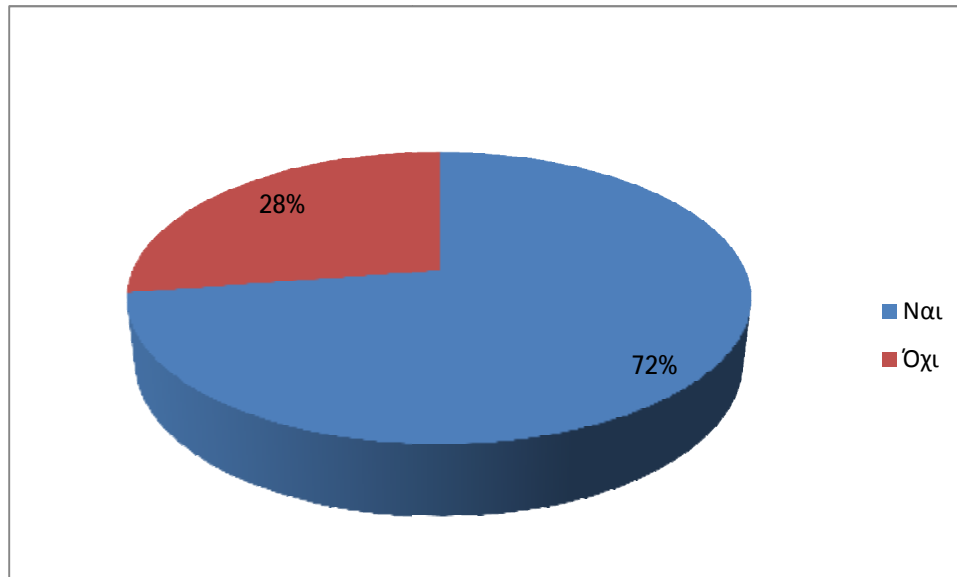
Ιδιοκτήτης	25%
Συνέταιρος – Μέτοχος	30%
Υπάλληλος	42%
Άλλο	3%



Η πλειοψηφία του δείγματος είναι υπάλληλοι στην επιχείρηση που απευθύναμε τα ερωτηματολόγια (42%). Ακολουθούν οι συνέταιροι-μέτοχοι (30%) και οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων (25%).

4. Το αντικείμενο που σπουδάσατε ταιριάζει με την φύση και ταυτότητα της επιχείρησής σας;

Ναι	72%
Όχι	28%

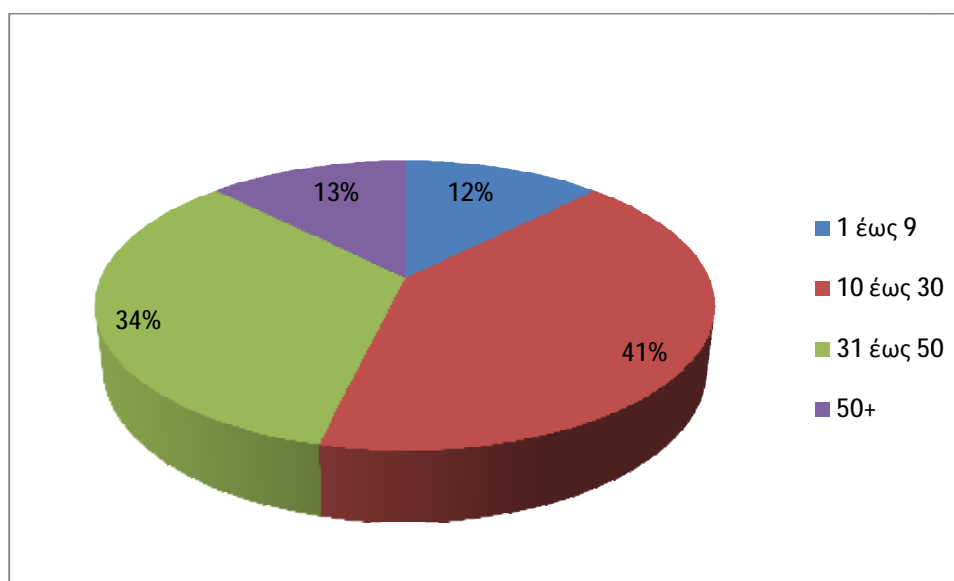


Σχεδόν όλοι όσοι απάντησαν στην έρευνα απάντησαν ότι το αντικείμενο που σπούδασαν ταιριάζει με τη φύση και την ταυτότητα της επιχείρησής (72%). Το 28% απάντησε αρνητικά.

Β. ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

1. Έτη λειτουργίας της επιχείρησης

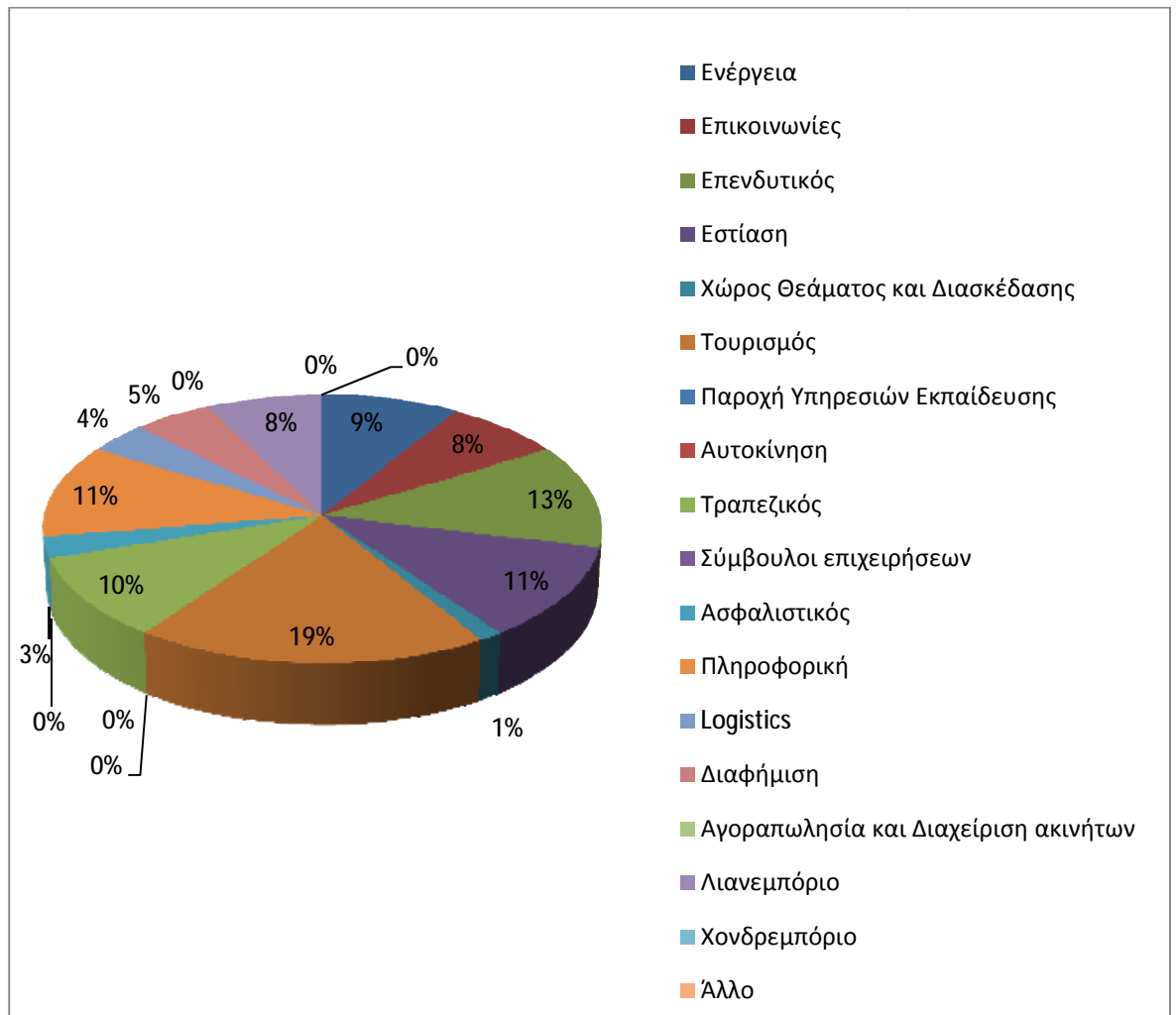
1-9	12%
10-30	41%
31-50	34%
50+	13%



Οι περισσότερες επιχειρήσεις που απάντησαν στην έρευνα λειτουργούν τα τελευταία 10 με 30 χρόνια (41%). Έπονται όσες ιδρύθηκαν τα τελευταία 31 με 50 χρόνια (34%), τα τελευταία 50 και άνω (13%) και τέλος τα τελευταία 9 έτη (12%).

2. Κλάδος δραστηριοποίησης

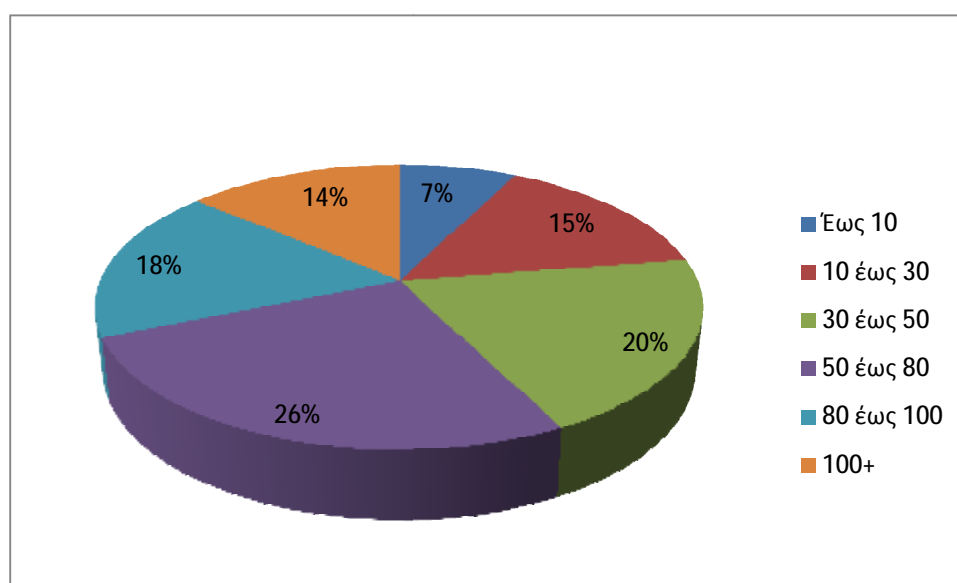
Ενέργεια	9%
Επικοινωνίες	8%
Επενδυτικός	13%
Εστίαση	11%
Χώρος Θεάματος και Διασκέδασης	1%
Τουρισμός	19%
Παροχή Υπηρεσιών Εκπαίδευσης	0%
Αυτοκίνηση	0%
Τραπεζικός	10%
Σύμβουλοι επιχειρήσεων	0%
Ασφαλιστικός	3%
Πληροφορική	11%
Logistics	4%
Διαφήμιση	5%
Αγοραπωλησία και Διαχείριση ακινήτων	0%
Λιανεμπόριο	8%
Χονδρεμπόριο	0%
Άλλο	0%



Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο ανήκει στον κλάδο του τουρισμού (19%), στον επενδυτικό τομέα (13%), στην εστίαση (11%) και την Πληροφορική (11%). Έπεται ο τραπεζικός τομέας (10%), ο χώρος της ενέργειας (9%), οι επικοινωνίες (8%), το λιανεμπόριο (8%), η διαφήμιση (5%), logistics (4%), ο ασφαλιστικός τομέας (3%), και τέλος ο χώρος θεάματος και διασκέδασης (1%).

3. Πόσα άτομα απασχολεί η επιχείρησή σας;

Έως 10	7%
10-30	15%
30-50	20%
50-80	26%
80-100	18%
100+	14%

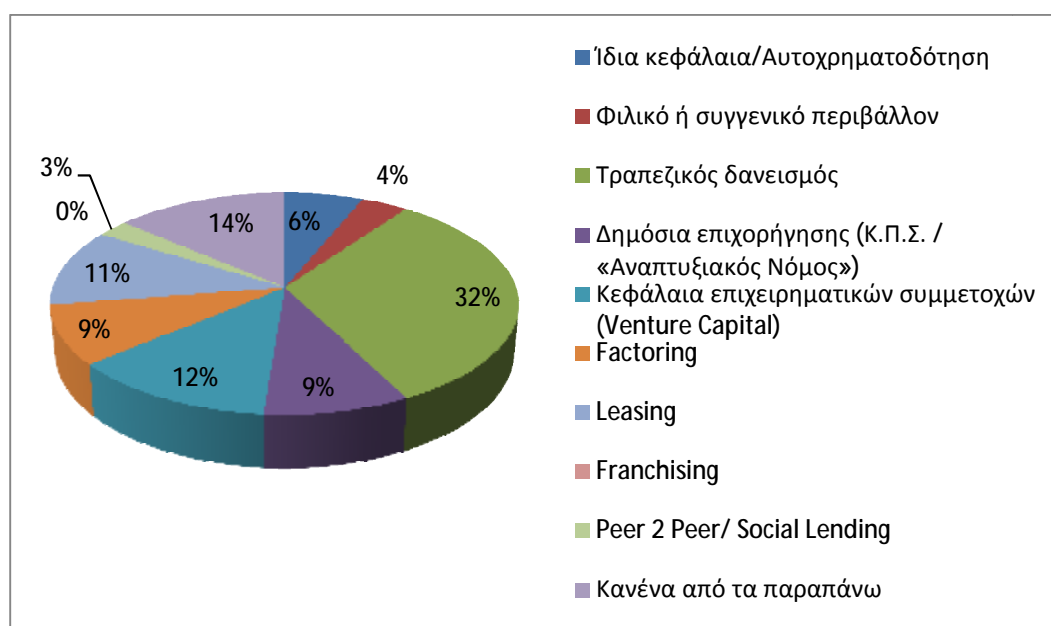


Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων απασχολεί από 50 έως 80 άτομα (26%). Έπονται οι επιχειρήσεις που απασχολούν από 30 έως 50 (20%), από 80 έως 100 (18%), από 10 έως 30 (15%), από 100 και πάνω (14%) και τέλος από 1 έως 10 άτομα (7%).

Γ. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

1. Από πού αντλήσατε τα απαιτούμενα κεφάλαια για τη χρηματοδότηση της επιχείρησής σας;

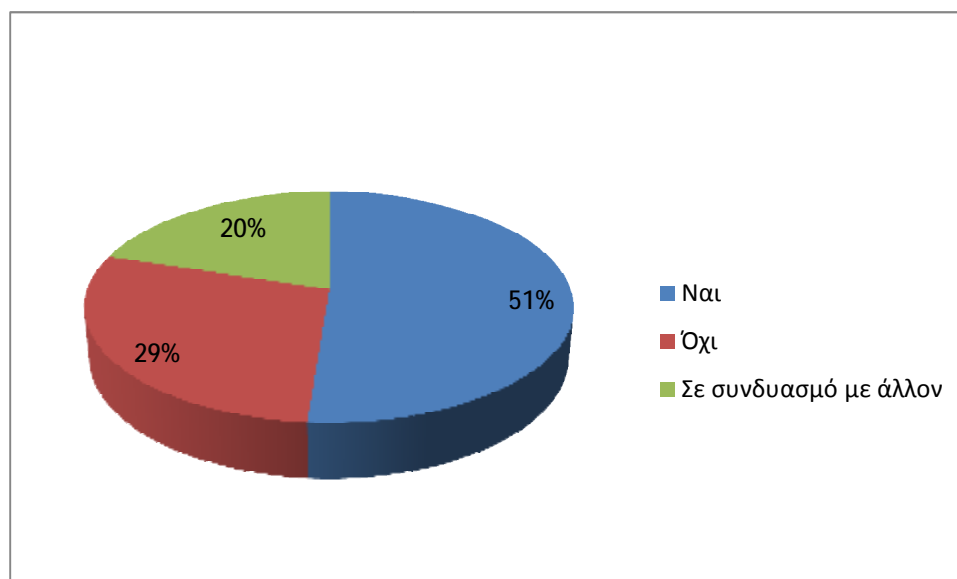
Ίδια κεφάλαια/Αυτοχρηματοδότηση	6%
Φιλικό ή συγγενικό περιβάλλον	4%
Τραπεζικός δανεισμός	32%
Δημόσια επιχορήγησης (Κ.Π.Σ. / «Αναπτυξιακός Νόμος»)	9%
Κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capital)	12%
Factoring	9%
Franchising	11%
Peer 2 Peer/ Social Lending	0%
Κανένα από τα παραπάνω	3%



Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων άντλησε τα απαιτούμενα κεφάλαια για τη χρηματοδότηση τους από τραπεζικό δανεισμό (32%). Έπονται τα Κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (12%), το Leasing (11%), η Δημόσια επιχορήγηση (9%), το Factoring (9%), από φιλικό ή συγγενικό περιβάλλον (4%), κι από Social Lending (3%).

2. Σε περίπτωση αναχρηματοδότησης της επιχείρησή σας, θα επιλέγατε τον ίδιο τρόπο χρηματοδότησης;

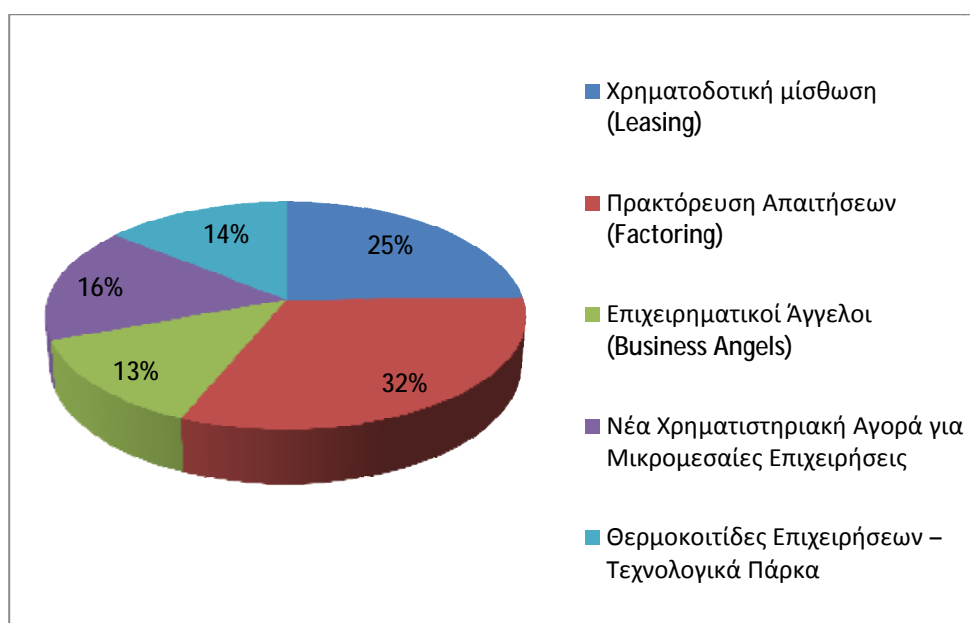
Ναι	51%
Όχι	29%
Σε συνδυασμό με άλλον	20%



Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων απάντησε θετικά στην ερώτηση για το αν θα ξανά επέλεγε τον ίδιο τρόπο χρηματοδότησης (51%). Το 29% απάντησε αρνητικά και το 20% απάντησε ότι θα τον επέλεγε αλλά σε συνδυασμό με άλλον.

3. Ποιες άλλες πηγές χρηματοδότησης γνωρίζετε; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

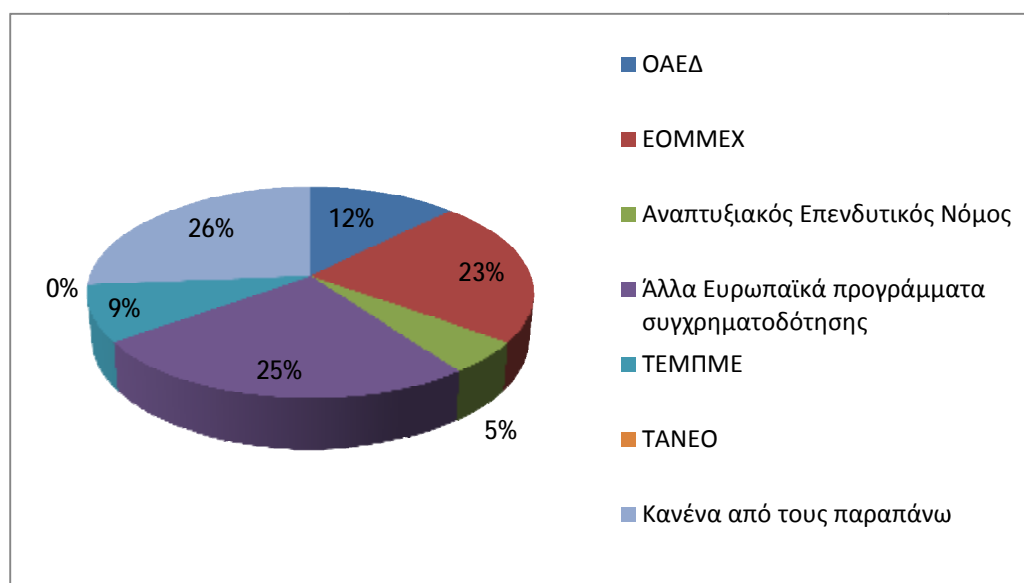
Χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing)	25%
Πρακτόρευση Απαιτήσεων (Factoring)	32%
Επιχειρηματικοί Άγγελοι (Business Angels)	13%
Νέα Χρηματιστηριακή Αγορά για Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις	16%
Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων – Τεχνολογικά Πάρκα	14%



Οι πιο γνωστές μορφές χρηματοδότησης φαίνεται να είναι η Πρακτόρευση Απαιτήσεων (32%) και η Χρηματοδοτική Μίσθωση (25%). Έπεται η Νέα Χρηματιστηριακή Αγορά για Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (16%), η Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων (14%) και οι Επιχειρηματικοί Άγγελοι (13%).

4. Ποιόν από τους παρακάτω φορείς κρατικής χρηματοδότησης χρησιμοποιήσατε ή θα χρησιμοποιούσατε αν χρειαζόταν;

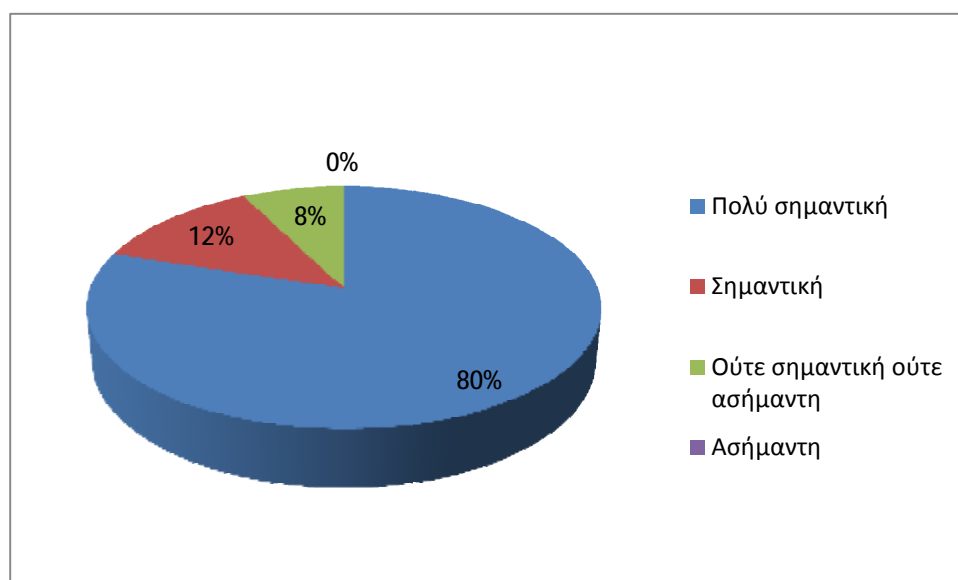
ΟΑΕΔ	12%
ΕΟΜΜΕΧ (Ελληνικός Οργανισμός Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων)	23%
Αναπτυξιακός Επενδυτικός Νόμος	5%
Άλλα Ευρωπαϊκά προγράμματα συγχρηματοδότησης	25%
ΤΕΜΠΜΕ (Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών Επιχειρήσεων)	9%
ΤΑΝΕΟ (Ταμείο Ανάπτυξης Νέας Οικονομίας)	0%
Κανένα από τους παραπάνω	26%



Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων απάντησε ότι δεν θα επέλεγε κανένα κρατικό φορέα χρηματοδότησης για την επιχείρησή τους (26%). Οι υπόλοιπες που απάντησαν θετικά επέλεξαν πρώτα τα Ευρωπαϊκά προγράμματα συγχρηματοδότησης (25%) και τον ΕΟΜΜΕΧ (23%). Ακολουθεί ο ΟΑΕΔ (12%), το ΤΕΜΠΜΕ (9%), και τέλος τον Αναπτυξιακό επενδυτικό νόμο (5%).

5. Πόσο σημαντική είναι η ευκολία απόκτησης χρηματοδότησης για τη ζωτικότητα της επιχείρησής σας ή την ανάπτυξη καινοτομικών δραστηριοτήτων;

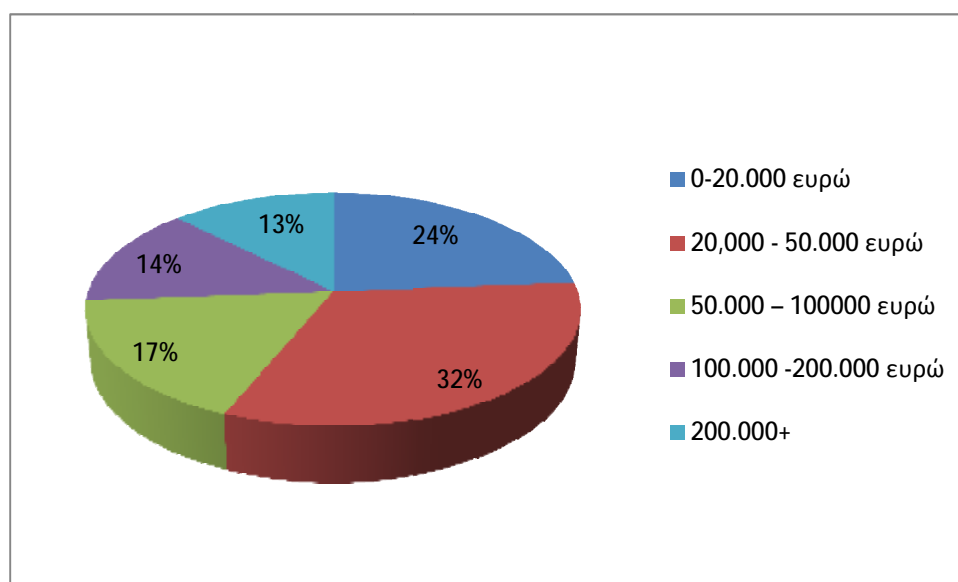
Πολύ σημαντική	80%
Σημαντική	12%
Ούτε σημαντική ούτε ασήμαντη	8%
Ασήμαντη	0%



Το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων απάντησε ότι είναι πολύ σημαντική η ευκολία απόκτησης χρηματοδότησης για τη ζωτικότητα της επιχείρησης ή την ανάπτυξη καινοτομικών δραστηριοτήτων. Το 12% απάντησε «σημαντική» και το 8^ο «ούτε σημαντική ούτε ασήμαντη».

6. Ποιο ήταν το συνολικό ποσό που λάβατε από την χρηματοδότηση ή χρησιμοποιήσατε από ίδια κεφαλαία για τη δημιουργία της επιχείρησης;

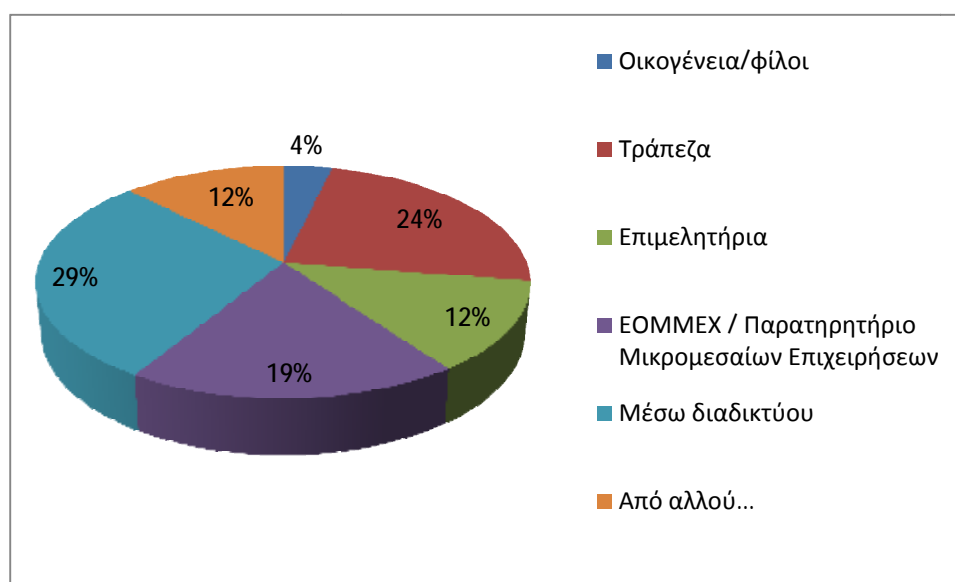
0-20.000 ευρώ	24%
20,000 - 50.000 ευρώ	32%
50.000 – 100000 ευρώ	17%
100.000 -200.000 ευρώ	14%
200.000+	13%



Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων έλαβε για τη χρηματοδότησή της 20.000 με 50.000 ευρώ (32%). Οι υπόλοιπες επιχειρήσεις χρηματοδοτήθηκαν με έως και 20.000 ευρώ (24%), το 17% από 50.000 έως 100.000 ευρώ, το 14% από 100.000 έως 200.000 ευρώ και το 13% από 200.000 και πάνω.

7. Από πού πήρατε πληροφορίες για τους τρόπους χρηματοδότησης της επιχειρηματικής σας δραστηριότητας; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

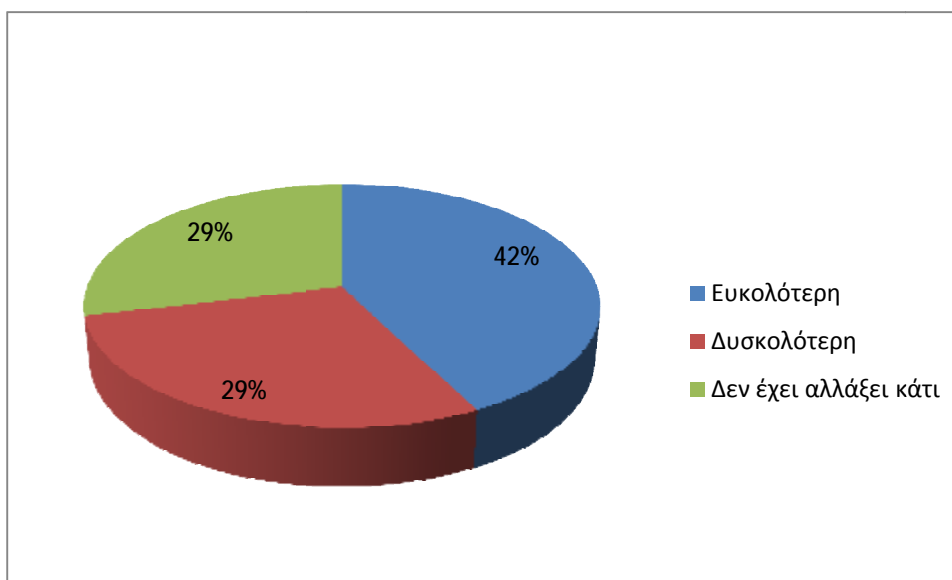
Οικογένεια/φίλοι	4%
Τράπεζα	24%
Επιμελητήρια	12%
ΕΟΜΜΕΧ / Παρατηρητήριο Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων	19%
Μέσω διαδικτύου	29%
Από αλλού...	12%



Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων πήρε πληροφορίες για τους τρόπους χρηματοδότησης κυρίως μέσω διαδικτύου (29%) και της Τράπεζας (24%). Επίσης, πληροφορήθηκαν για τη χρηματοδότηση από τον ΕΟΜΜΕΧ (19%), τα Επιμελητήρια (12%) και τέλος από την οικογένεια /φίλους (4%). Το 12% απάντησε από άλλες πηγές.

8. Θεωρείτε ότι η πρόσβαση στη χρηματοδότηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε σχέση με το παρελθόν είναι:

Ευκολότερη	42%
Δυσκολότερη	29%
Δεν έχει αλλάξει κάτι	29%

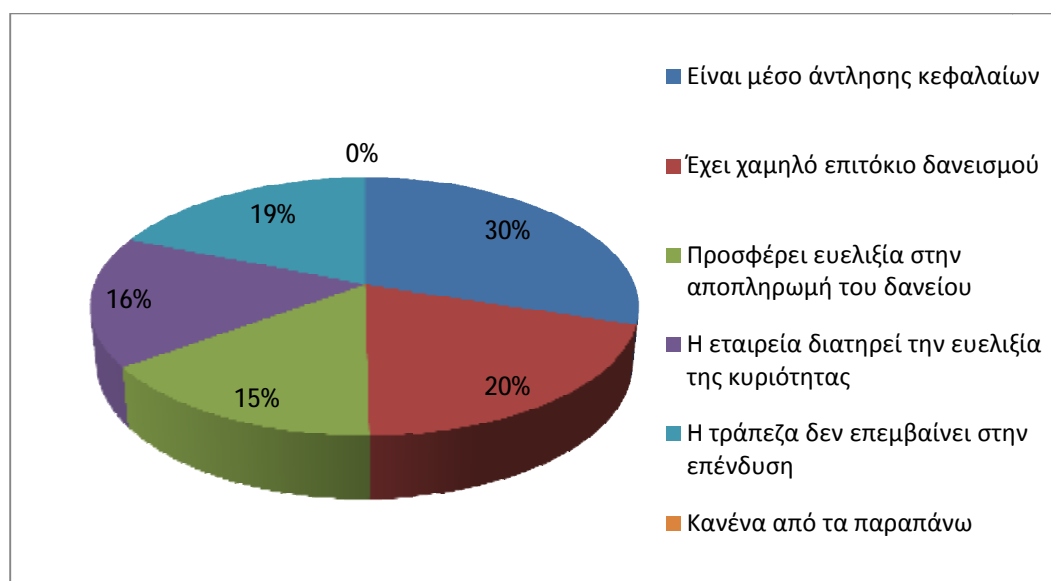


Οι περισσότερες από τις ελληνικές επιχειρήσεις του δείγματος θεωρούν ότι η πρόσβαση στη χρηματοδότηση είναι ευκολότερη σε σχέση με το παρελθόν (42%). Το 29% φαίνεται να διαφωνεί, ενώ το άλλο 29% απαντά ότι δεν έχει αλλάξει κάτι.

Δ. ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ

1. Ποιο από τα παρακάτω θεωρείτε το σημαντικότερο πλεονέκτημα του Τραπεζικού Δανεισμού;

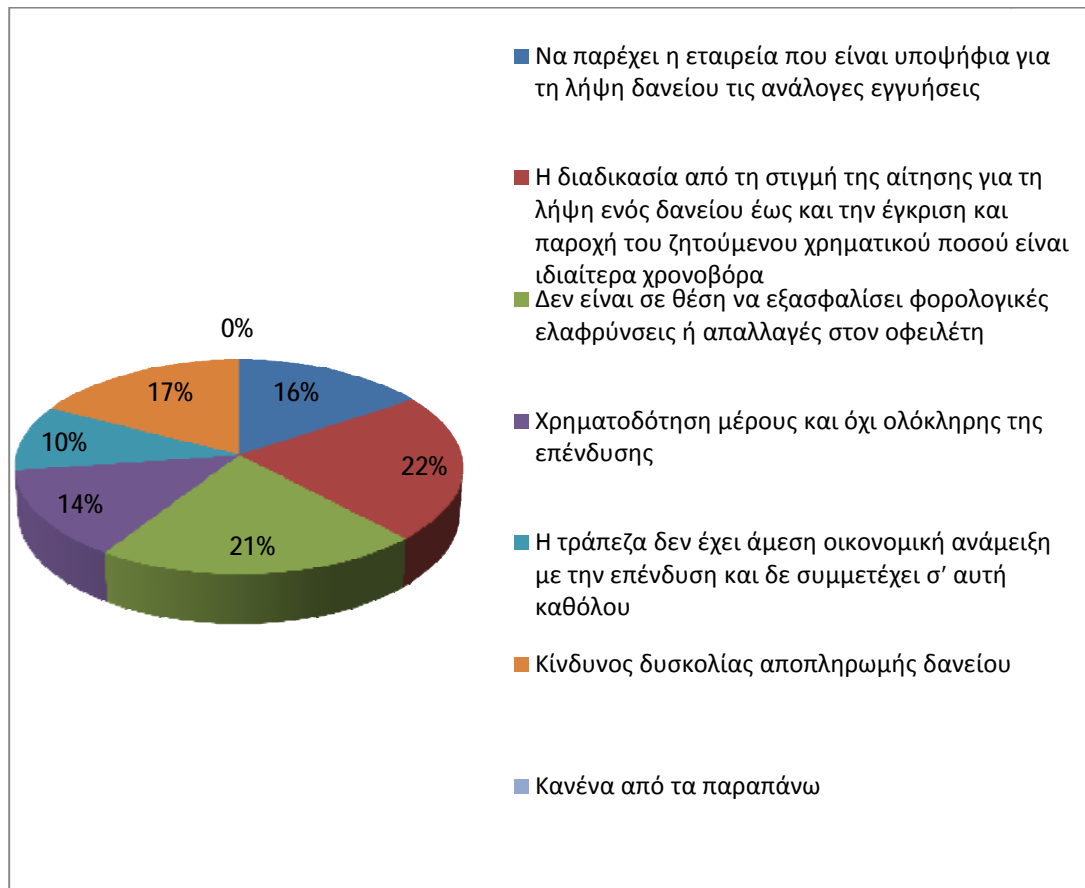
Είναι μέσο άντλησης κεφαλαίων	30%
Έχει χαμηλό επιτόκιο δανεισμού	20%
Προσφέρει ευελιξία στην αποπληρωμή του δανείου	15%
Η εταιρεία διατηρεί την ευελιξία της κυριότητας	16%
Η τράπεζα δεν επεμβαίνει στην επένδυση	19%
Κανένα από τα παραπάνω	0%



Ένα μεγάλο μέρος των ελληνικών επιχειρήσεων που συμπλήρωσαν το ερωτηματολόγιο θεωρούν ότι τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα του Τραπεζικού Δανεισμού είναι ότι θεωρείται μέσο άντλησης κεφαλαίων (30%), ότι έχει χαμηλό επιτόκιο δανεισμού (20%) και ότι η τράπεζα δεν επεμβαίνει στην επένδυση (19%). Επίσης, μέσω του τραπεζικού δανεισμού η εταιρεία διατηρεί την ευελιξία της κυριότητάς της (16%) και προσφέρει ευελιξία στην αποπληρωμή του δανείου (15%).

2. Ποιο θεωρείτε το βασικότερο μειονέκτημα στη χρηματοδότηση επιχειρήσεων μέσω τραπεζικού δανεισμού; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

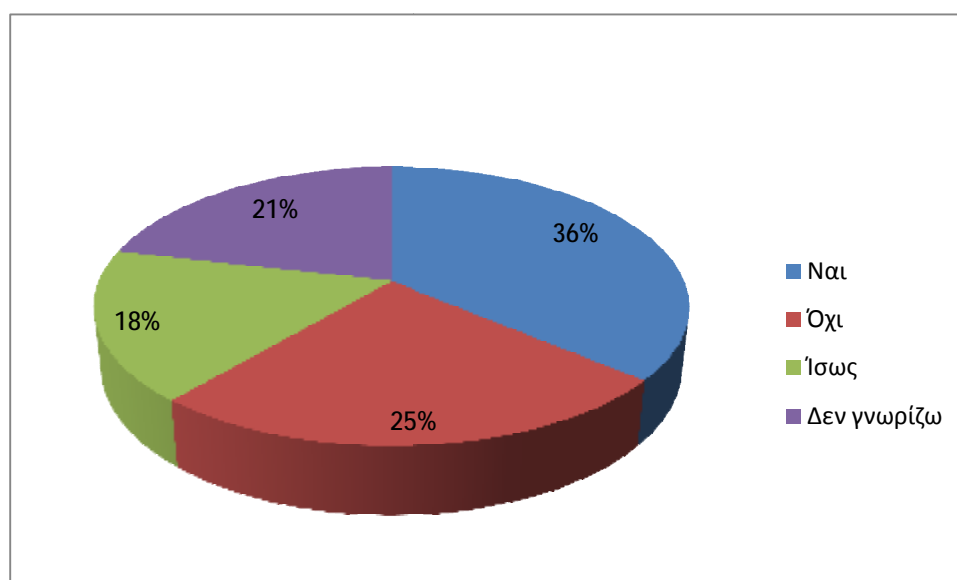
Να παρέχει η εταιρεία που είναι υποψήφια για τη λήψη δανείου τις ανάλογες εγγυήσεις	16%
Η διαδικασία από τη στιγμή της αίτησης για τη λήψη ενός δανείου έως και την έγκριση και παροχή του ζητούμενου χρηματικού ποσού είναι ιδιαίτερα χρονοβόρα	22%
Δεν είναι σε θέση να εξασφαλίσει φορολογικές ελαφρύνσεις ή απαλλαγές στον οφειλέτη	21%
Χρηματοδότηση μέρους και όχι ολόκληρης της επένδυσης	14%
Η τράπεζα δεν έχει άμεση οικονομική ανάμειξη με την επένδυση και δε συμμετέχει σ' αυτή καθόλου	10%
Κίνδυνος δυσκολίας αποπληρωμής δανείου	17%
Κανένα από τα παραπάνω	0%



Το βασικότερο μειονέκτημα στη χρηματοδότηση επιχειρήσεων μέσω τραπεζικού δανεισμού θεωρείται η διαδικασία από τη στιγμή της αίτησης για τη λήψη ενός δανείου έως και την έγκριση και παροχή του ζητούμενου χρηματικού ποσού η οποία είναι ιδιαίτερα χρονοβόρα (22%), καθώς και ότι δεν είναι σε θέση να εξασφαλίσει φορολογικές ελαφρύνσεις ή απαλλαγές στον οφειλέτη (21%). Εξίσου σημαντικός είναι ο κίνδυνος δυσκολίας αποπληρωμής δανείου (17%), να παρέχει η εταιρεία που είναι υποψήφια για τη λήψη δανείου τις ανάλογες εγγυήσεις (16%), η χρηματοδότηση μέρους και όχι ολόκληρης της επένδυσης (14%) αλλά και το γεγονός ότι η τράπεζα δεν έχει άμεση οικονομική ανάμειξη με την επένδυση και δε συμμετέχει σ' αυτή καθόλου (10%).

3. Εκτιμάτε ότι ο τραπεζικός δανεισμός είναι η κύρια πηγή χρηματοδότησης για τις ελληνικές ΜμΕ;

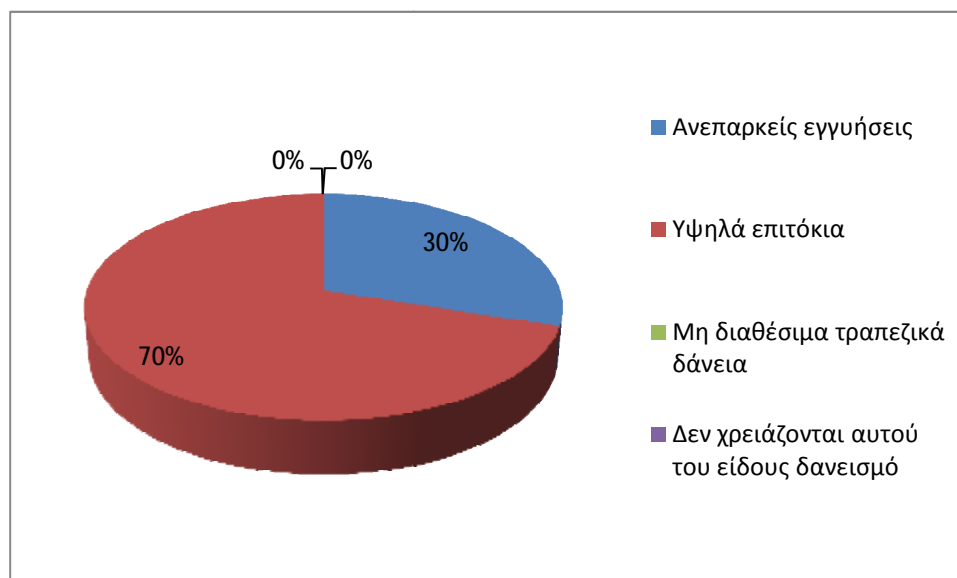
Ναι	36%
Όχι	25%
Ίσως	18%
Δεν γνωρίζω	21%



Οι περισσότερες ελληνικές επιχειρήσεις θεωρούν ότι ο τραπεζικός δανεισμός είναι η κύρια πηγή χρηματοδότησης για τις ελληνικές ΜμΕ σήμερα(36%). Αρνητικά απάντησε το 25%, δεν γνωρίζω απάντησε το 21% και ίσως απάντησε το 18%.

4. Αν όχι, ποιος πιστεύετε ότι είναι ο λόγος για τον οποίο οι ελληνικές επιχειρήσεις δεν επιλέγουν συχνά τον τραπεζικό δανεισμό ως πηγή χρηματοδότησής τους; (όσοι απάντησαν αρνητικά στην ερώτηση Δ3)

Ανεπαρκείς εγγυήσεις	30%
Υψηλά επιτόκια	70%
Μη διαθέσιμα τραπεζικά δάνεια	0%
Δεν χρειάζονται αυτού του είδους δανεισμό	0%

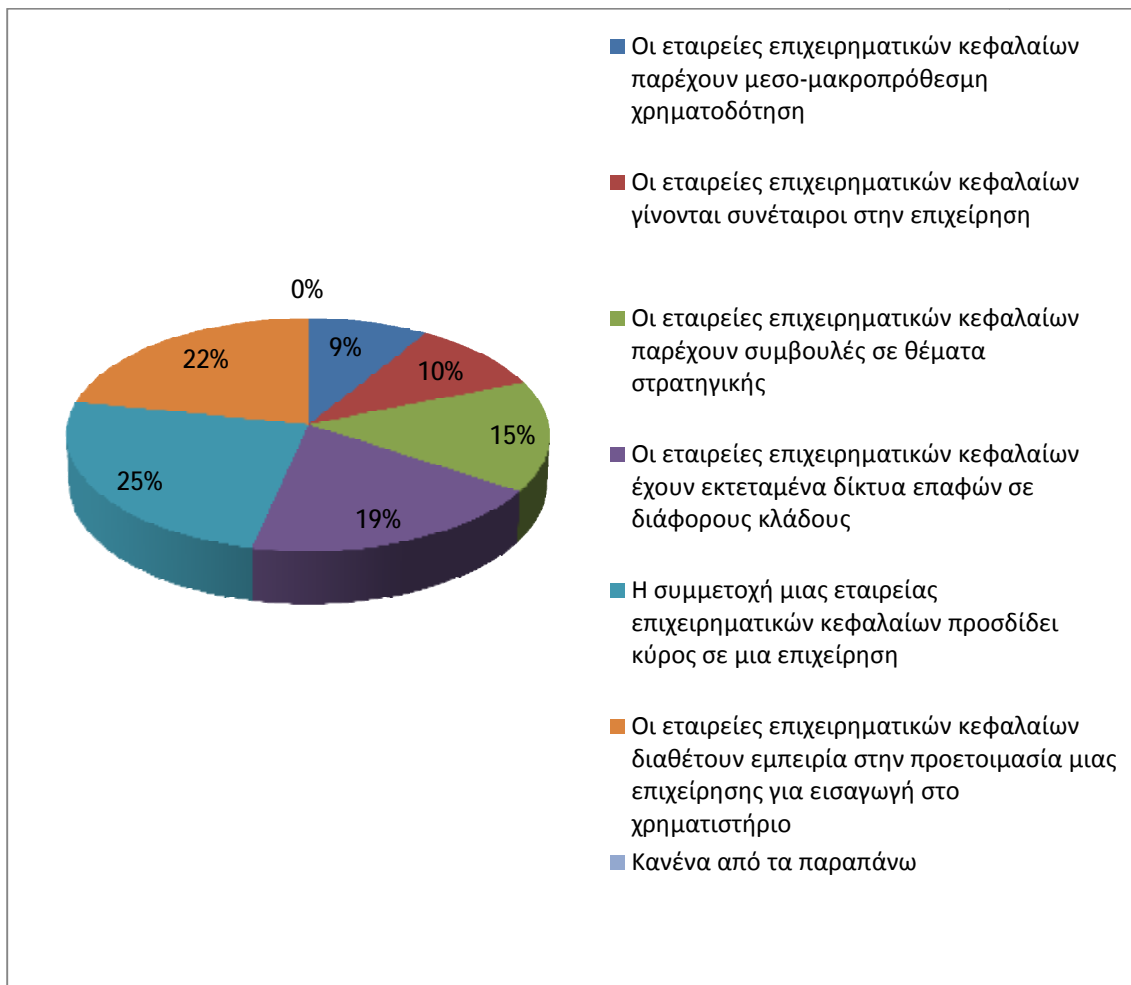


Σύμφωνα με την πλειοψηφία του δείγματος, ο λόγος για τον οποίο οι ελληνικές επιχειρήσεις δεν επέλεξαν συχνά τον τραπεζικό δανεισμό ως πηγή χρηματοδότησής τους είναι τα υψηλά επιτόκια (70%) και οι ανεπαρκείς εγγυήσεις (30%).

E. VENTURE CAPITAL

1. Ποια θεωρείτε τα βασικότερα πλεονεκτήματα του venture capital σε σχέση με τις άλλες μορφές χρηματοδότησης; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

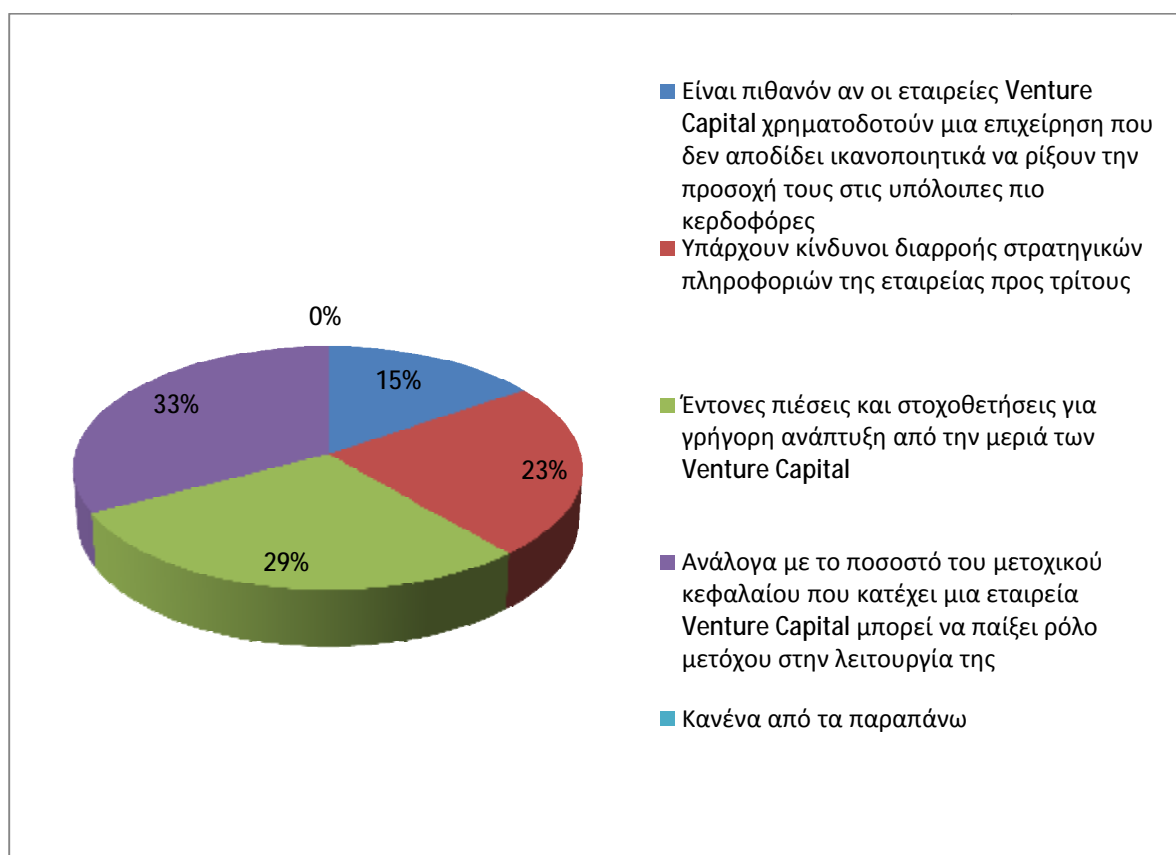
Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων παρέχουν μεσο-μακροπρόθεσμη χρηματοδότηση και έχουν τη δυνατότητα να καλύψουν τις μελλοντικές ανάγκες	9%
Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων γίνονται συνέταιροι στην επιχείρηση, αφού μοιράζονται τόσο τους κινδύνους όσο και τις επιτυχίες	10%
Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων παρέχουν συμβουλές σε θέματα στρατηγικής	15%
Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων έχουν εκτεταμένα δίκτυα επαφών σε διάφορους κλάδους	19%
Η συμμετοχή μιας εταιρείας επιχειρηματικών κεφαλαίων προσδίδει κύρος σε μια επιχείρηση	25%
Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων διαθέτουν εμπειρία στην προετοιμασία μιας επιχείρησης για εισαγωγή στο χρηματιστήριο	22%
Κανένα από τα παραπάνω	0%



Τα βασικότερα πλεονεκτήματα του venture capital είναι το γεγονός ότι η συμμετοχή μιας εταιρείας επιχειρηματικών κεφαλαίων προσδίδει κύρος σε μια επιχείρηση (25%) και το ότι οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων διαθέτουν εμπειρία στην προετοιμασία μιας επιχείρησης για εισαγωγή στο χρηματιστήριο (22%). Επίσης σημαντικό πλεονέκτημα κρίνεται το ότι οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων έχουν εκτεταμένα δίκτυα επαφών σε διάφορους κλάδους (19%), ότι παρέχουν συμβουλές σε θέματα στρατηγικής (15%), ότι γίνονται συνέταιροι στην επιχείρηση, αφού μοιράζονται τόσο τους κινδύνους όσο και τις επιτυχίες (10%) και τέλος παρέχουν μεσο-μακροπρόθεσμη χρηματοδότηση και έχουν τη δυνατότητα να καλύψουν τις μελλοντικές ανάγκες (9%).

2. Ποια θεωρείτε τα βασικότερα μειονεκτήματα στον τρόπο χρηματοδότησης μιας επιχείρησης μέσω των venture capitals; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

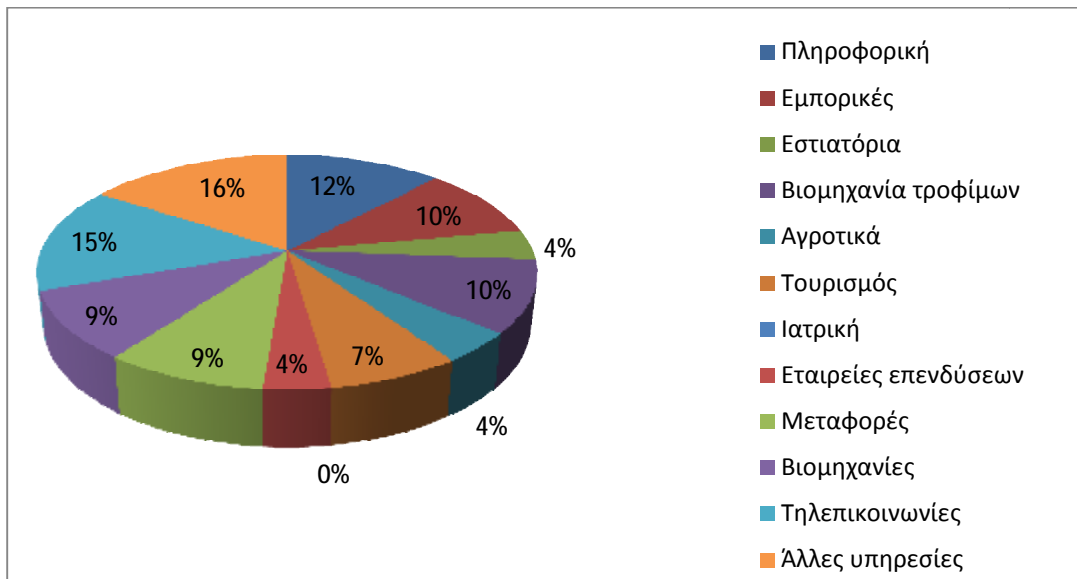
Είναι πιθανόν αν οι εταιρείες Venture Capital χρηματοδοτούν μια επιχείρηση που δεν αποδίδει ικανοποιητικά να ρίξουν την προσοχή τους στις υπόλοιπες πιο κερδοφόρες έτσι ώστε να παραμελήσουν την πιο αδύνατη	15%
Υπάρχουν κίνδυνοι διαρροής στρατηγικών πληροφοριών της εταιρείας προς τρίτους και ειδικά αν η χρηματοδότηση αφορά επιχειρηματική ιδέα προς υλοποίηση ή εταιρεία προς ίδρυση	23%
Έντονες πιέσεις και στοχοθετήσεις για γρήγορη ανάπτυξη από την μεριά των Venture Capital προς τους μετόχους και τα στελέχη της νέας επιχείρησης μπορεί να ξεπεράσει τις αντοχές τους και τον προϋπάρχοντα προγραμματισμό	29%
Ανάλογα με το ποσοστό του μετοχικού κεφαλαίου που κατέχει μια εταιρεία Venture Capital μπορεί να παίξει ρόλο μετόχου στην λειτουργία της	33%
Κανένα από τα παραπάνω	0%



Τα βασικότερα μειονεκτήματα στους τρόπους χρηματοδότησης μιας επιχείρησης μέσω των venture capitals είναι ότι ανάλογα με το ποσοστό του μετοχικού κεφαλαίου που κατέχει μια εταιρεία Venture Capital μπορεί να παίξει ρόλο μετόχου στην λειτουργία της (33%), επίσης οι έντονες πιέσεις και στοχοθετήσεις για γρήγορη ανάπτυξη από την μεριά των Venture Capital προς τους μετόχους και τα στελέχη της νέας επιχείρησης μπορεί να ξεπεράσει τις αντοχές τους και τον προϋπάρχοντα προγραμματισμό (29%), καθώς και το ότι υπάρχουν κίνδυνοι διαρροής στρατηγικών πληροφοριών της εταιρείας προς τρίτους και ειδικά αν η χρηματοδότηση αφορά επιχειρηματική ιδέα προς υλοποίηση ή εταιρεία προς ίδρυση (23%). Ακόμα είναι πιθανόν αν οι εταιρείες Venture Capital χρηματοδοτούν μια επιχείρηση που δεν αποδίδει ικανοποιητικά να ρίξουν την προσοχή τους στις υπόλοιπες πιο κερδοφόρες έτσι ώστε να παραμελήσουν την πιο αδύνατη (15%).

3. Ποιοι πιστεύετε ότι είναι οι κλάδοι στην Ελλάδα που απορροφούν τα περισσότερα κεφάλαια venture capital; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

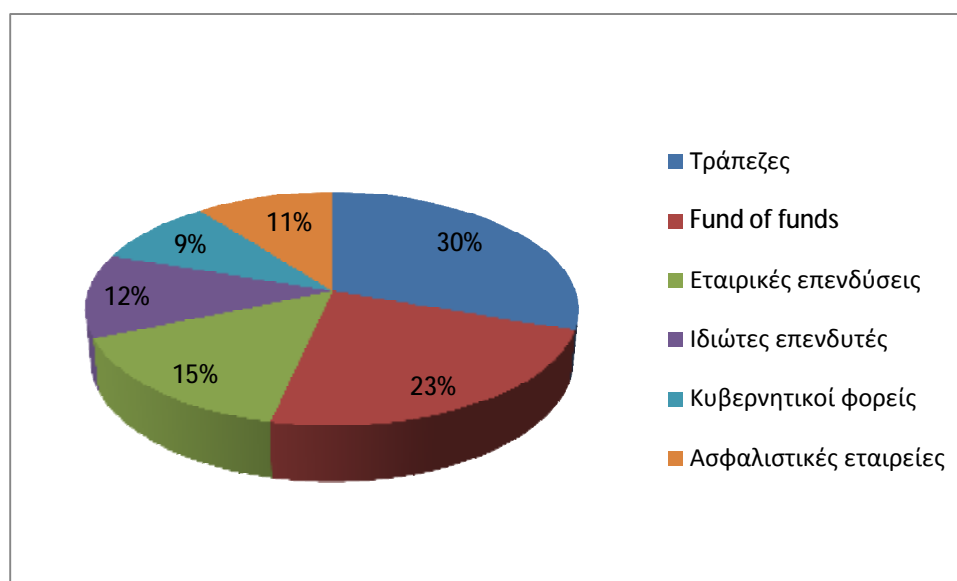
Πληροφορική	12%
Εμπορικές	10%
Εστιατόρια	4%
Βιομηχανία τροφίμων	10%
Αγροτικά	4%
Τουρισμός	7%
Ιατρική	0%
Εταιρείες επενδύσεων	4%
Μεταφορές	9%
Βιομηχανίες	9%
Τηλεπικοινωνίες	15%
Άλλες υπηρεσίες	16%



Οι ελληνικές επιχειρήσεις εκτιμούν ότι οι κλάδοι που απορροφούν τα περισσότερα κεφάλαια venture capital είναι οι τηλεπικοινωνίες (15%), η πληροφορική (12%), οι εμπορικές (10%) και η βιομηχανία τροφίμων (10%). Έπονται οι μεταφορές (9%), οι βιομηχανίες (9%), ο τουρισμός (7%), τα εστιατόρια (4%), τα αγροτικά (4%) και οι εταιρείες επενδύσεων (4%).

4. Ποιες θεωρείτε τις σημαντικότερες πηγές κεφαλαίων venture capital στην Ελλάδα;

Τράπεζες	30%
Fund of funds	23%
Εταιρικές επενδύσεις	15%
Ιδιώτες επενδυτές	12%
Κυβερνητικοί φορείς	9%
Ασφαλιστικές εταιρείες	11%



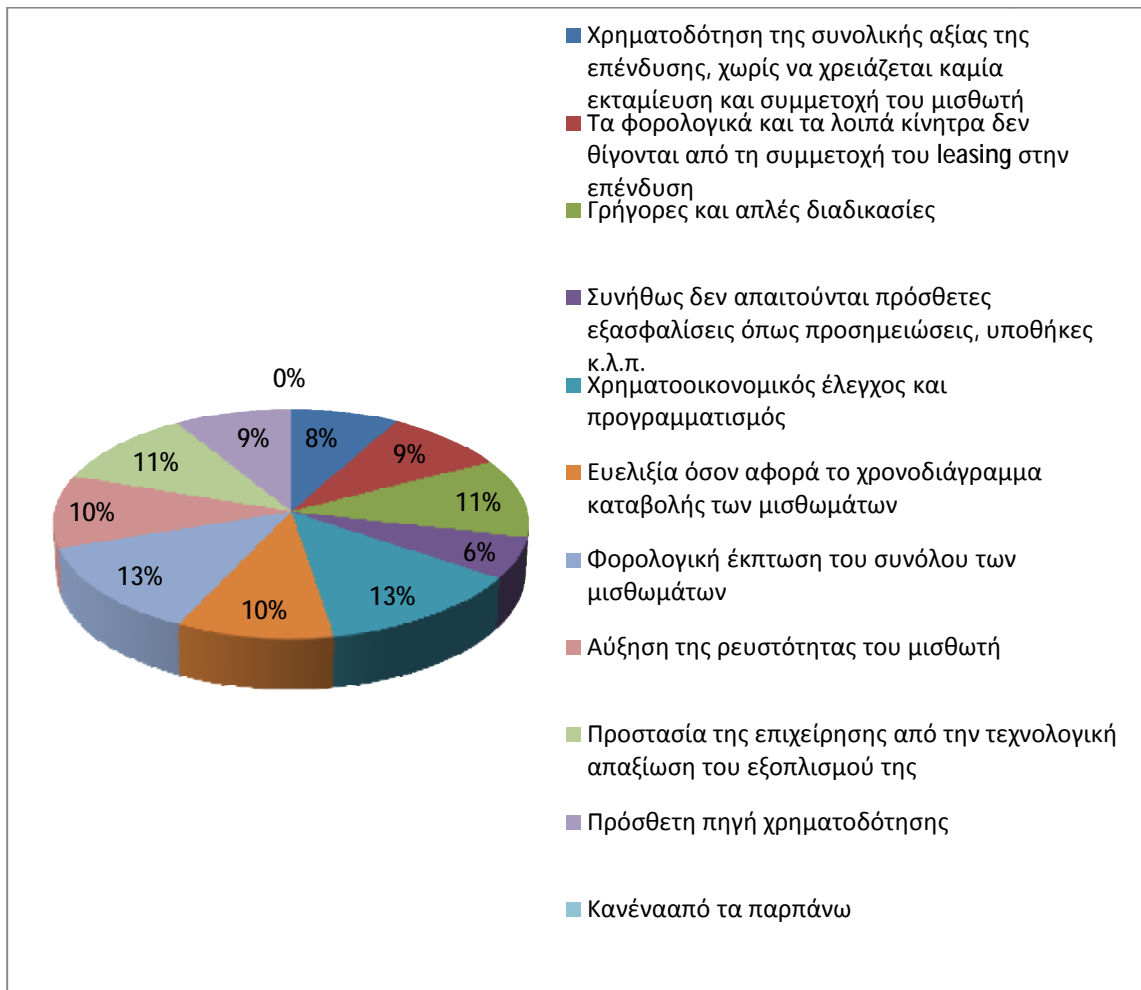
Οι σημαντικότερες πηγές κεφαλαίων, σύμφωνα με την πλειοψηφία των επιχειρήσεων, είναι οι τράπεζες (30%) και τα fund of funds (23%). Ακολουθούν οι εταιρικές επενδύσεις (15%), οι ιδιώτες επενδυτές (12%), οι ασφαλιστικές εταιρείες (11%) και τέλος οι κυβερνητικοί φορείς (11%).

ΣΤ. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ (LEASING)

1. Ποια θεωρείτε τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της χρηματοδοτικής μίσθωσης;

(μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

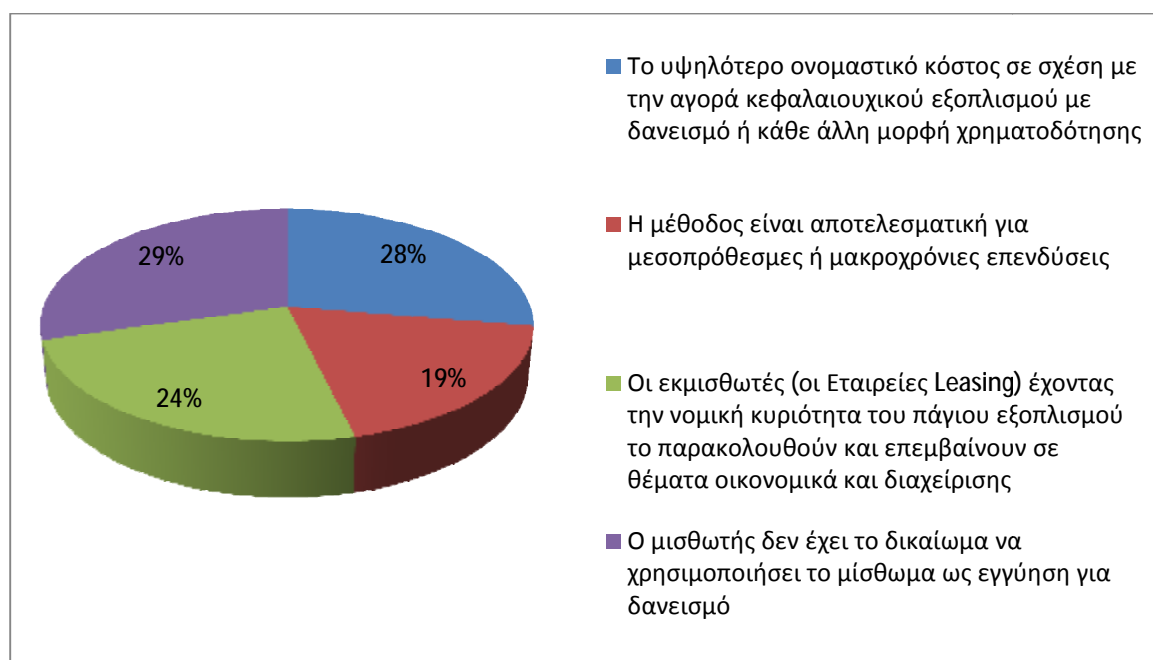
Χρηματοδότηση της συνολικής αξίας της επένδυσης, χωρίς να χρειάζεται καμία εκταμίευση και συμμετοχή του μισθωτή	8%
Τα φορολογικά και τα λοιπά κίνητρα δεν θίγονται από τη συμμετοχή του leasing στην επένδυση	9%
Γρήγορες και απλές διαδικασίες	11%
Συνήθως δεν απαιτούνται πρόσθετες εξασφαλίσεις όπως προσημειώσεις, υποθήκες κ.λ.π.	6%
Χρηματοοικονομικός έλεγχος και προγραμματισμός	13%
Ευελιξία όσον αφορά το χρονοδιάγραμμα καταβολής των μισθωμάτων	10%
Φορολογική έκπτωση του συνόλου των μισθωμάτων	13%
Αύξηση της ρευστότητας του μισθωτή	10%
Προστασία της επιχείρησης από την τεχνολογική απαξίωση του εξοπλισμού της	11%
Πρόσθετη πηγή χρηματοδότησης	9%
Κανένα από τα παραπάνω	0%



Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της χρηματοδοτικής μίσθωσης είναι οι γρήγορες και απλές διαδικασίες (13%), ο χρηματοοικονομικός έλεγχος και προγραμματισμός (13%), η προστασία της επιχείρησης από την τεχνολογική απαξίωση του εξοπλισμού της (11%) και η φορολογική έκπτωση του συνόλου των μισθωμάτων (11%). Ακολουθεί η ευελξία όσον αφορά το χρονοδιάγραμμα καταβολής των μισθωμάτων (10%), η αύξηση της ρευστότητας του μισθωτή (10%), τα φορολογικά και τα λοιπά κίνητρα δεν θίγονται από τη συμμετοχή του leasing στην επένδυση (9%), η πρόσθετη πηγή χρηματοδότησης (9%), η χρηματοδότηση της συνολικής αξίας της επένδυσης, χωρίς να χρειάζεται καμία εκταμίευση και συμμετοχή του μισθωτή (8%), και τέλος δεν απαιτούνται πρόσθετες εξασφαλίσεις όπως προσημειώσεις, υποθήκες κ.λ.π. (6%).

2. Τα βασικότερα μειονεκτήματα της χρηματοδοτικής μίσθωσης είναι: (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

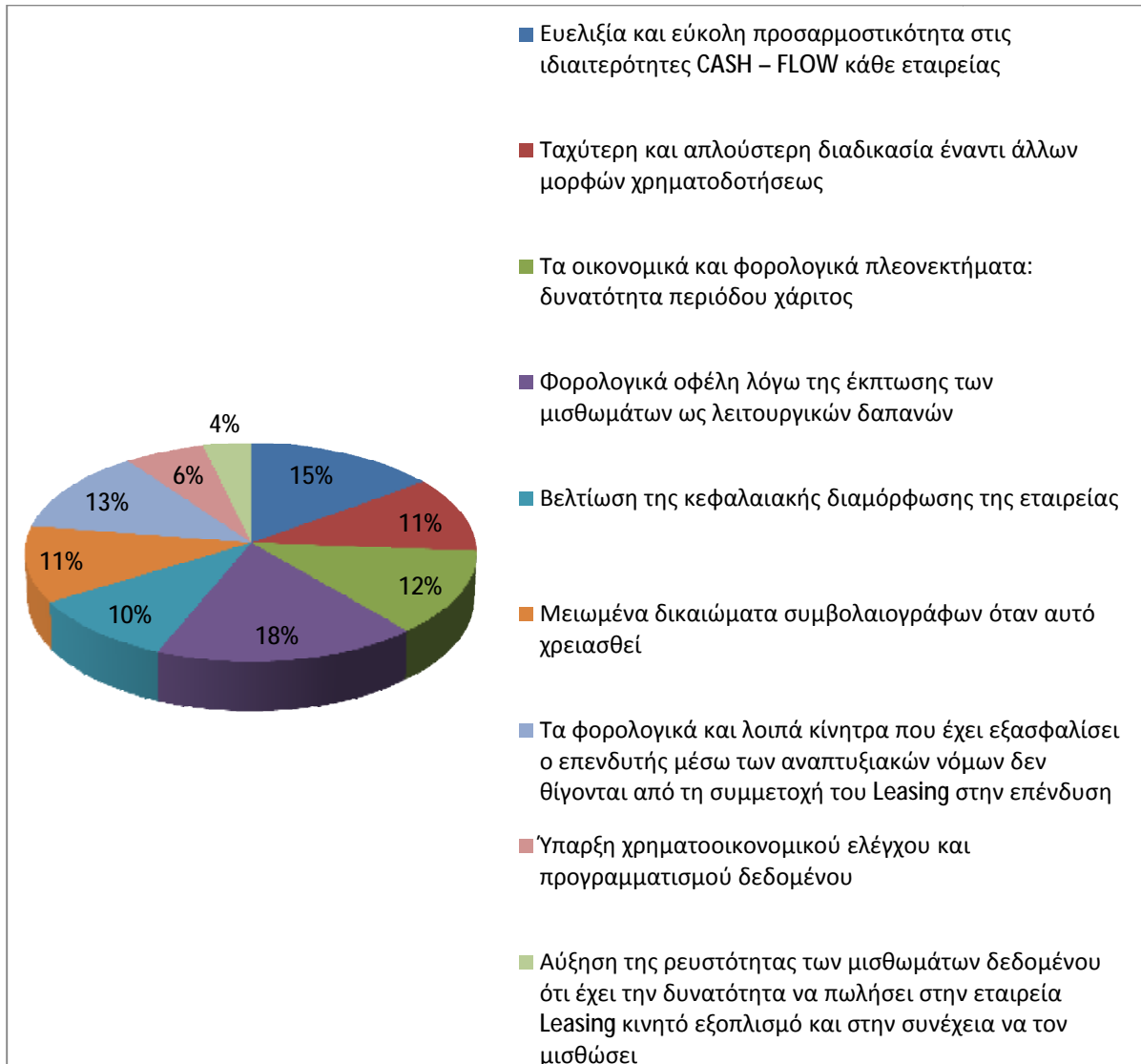
Το υψηλότερο ονομαστικό κόστος σε σχέση με την αγορά κεφαλαιουχικού εξοπλισμού με δανεισμό ή κάθε άλλη μορφή χρηματοδότησης	28%
Η μέθοδος είναι αποτελεσματική για μεσοπρόθεσμες ή μακροχρόνιες επενδύσεις	19%
Οι εκμισθωτές (οι Εταιρείες Leasing) έχοντας την νομική κυριότητα του πάγιου εξοπλισμού το παρακολουθούν και επεμβαίνουν σε θέματα οικονομικά και διαχείρισης	24%
Ο μισθωτής δεν έχει το δικαίωμα να χρησιμοποιήσει το μίσθωμα ως εγγύηση για δανεισμό και αυτό γιατί στην πραγματικότητα δεν του ανήκει νομικά	29%



Τα βασικότερα μειονεκτήματα της χρηματοδοτικής μίσθωσης φαίνεται να είναι το γεγονός ότι ο μισθωτής δεν έχει το δικαίωμα να χρησιμοποιήσει το μίσθωμα ως εγγύηση για δανεισμό και αυτό γιατί στην πραγματικότητα δεν του ανήκει νομικά (29%), αλλά και το ότι υπάρχει υψηλότερο ονομαστικό κόστος σε σχέση με την αγορά κεφαλαιουχικού εξοπλισμού με δανεισμό ή κάθε άλλη μορφή χρηματοδότησης (28%). Εξίσου σημαντικό είναι το ότι η μέθοδος είναι αποτελεσματική για μεσοπρόθεσμες ή μακροχρόνιες επενδύσεις (24%) και το ότι οι εκμισθωτές (οι Εταιρείες Leasing) έχοντας την νομική κυριότητα του πάγιου εξοπλισμού το παρακολουθούν και επεμβαίνουν σε θέματα οικονομικά και διαχείρισης (19%).

3. Κατά τη γνώμη σας, η χρηματοδότηση των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων μέσω Leasing προσφέρει:

Ευελιξία και εύκολη προσαρμοστικότητα στις ιδιαιτερότητες CASH – FLOW κάθε εταιρείας	15%
Ταχύτερη και απλούστερη διαδικασία έναντι άλλων μορφών χρηματοδοτήσεως	11%
Τα οικονομικά και φορολογικά πλεονεκτήματα: δυνατότητα περιόδου χάριτος, εκπίπτει ολόκληρο το μίσθωμα από τα αποτελέσματα και όχι μόνο ο τόκος όπως στην περίπτωση του δανεισμού, και τελικό κόστος για το μισθωτή χαμηλότερο συνήθως του κόστους του δανείου	12%
Φορολογικά οφέλη λόγω της έκπτωσης των μισθωμάτων ως λειτουργικών δαπανών, από τα ακαθάριστα έσοδα των εταιρειών	18%
Βελτίωση της κεφαλαιακής διαμόρφωσης της εταιρείας	10%
Μειωμένα δικαιώματα συμβολαιογράφων όταν αυτό χρειασθεί	11%
Τα φορολογικά και λοιπά κίνητρα που έχει εξασφαλίσει ο επενδυτής μέσω των αναπτυξιακών νόμων δεν θίγονται από τη συμμετοχή του Leasing στην επένδυση, με εξαίρεση την επιδότηση του επιτοκίου	13%
Ύπαρξη χρηματοοικονομικού ελέγχου και προγραμματισμού δεδομένου	6%
Αύξηση της ρευστότητας των μισθωμάτων δεδομένου ότι έχει την δυνατότητα να πωλήσει στην εταιρεία Leasing κινητό εξοπλισμό και στην συνέχεια να τον μισθώσει (Sale And Leaseback)	4%



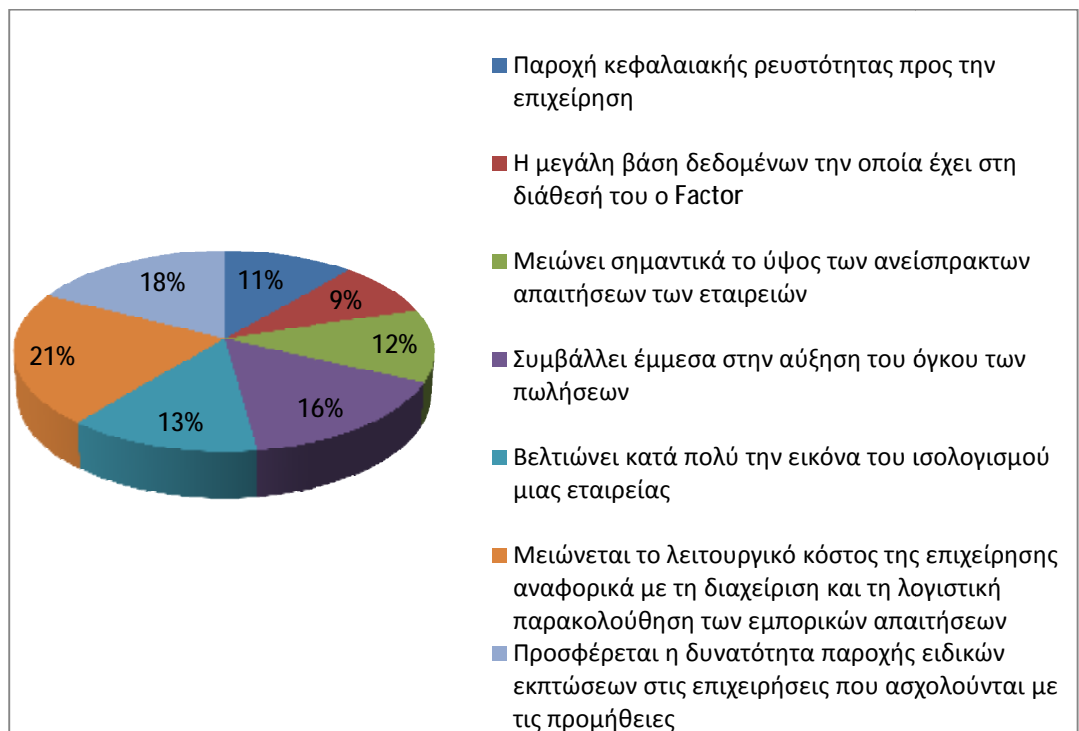
Σύμφωνα με την πλειοψηφία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων το Leasing προσφέρει φορολογικά οφέλη λόγω της έκπτωσης των μισθωμάτων ως λειτουργικών δαπανών, από τα ακαθάριστα έσοδα των εταιρειών (18%), ευελιξία και εύκολη προσαρμοστικότητα στις ιδιαιτερότητες CASH – FLOW κάθε εταιρείας (15%), τα φορολογικά και λοιπά κίνητρα που έχει εξασφαλίσει ο επενδυτής μέσω των αναπτυξιακών νόμων δεν θίγονται από τη συμμετοχή του Leasing στην επένδυση, με εξαίρεση την επιδότηση του επιτοκίου (13%), καθώς και το ότι υπάρχει η δυνατότητα περιόδου χάριτος, όπου εκπίπτει ολόκληρο το μίσθωμα από τα αποτελέσματα και όχι μόνο ο τόκος όπως στην περίπτωση του δανεισμού, και τελικό κόστος για το μισθωτή χαμηλότερο συνήθως του κόστους του δανείου (12%). Επίσης διαθέτει ταχύτερη και απλούστερη διαδικασία έναντι άλλων μορφών χρηματοδοτήσεως

(11%), μειωμένα δικαιώματα συμβολαιογράφων όταν αυτό χρειασθεί (11%), προσφέρει βελτίωση της κεφαλαιακής διαμόρφωσης της εταιρείας (10%), υπάρχει χρηματοοικονομικός έλεγχος και προγραμματισμός δεδομένου (6%) και τέλος υπάρχει η δυνατότητα αύξησης της ρευστότητας των μισθωμάτων δεδομένου ότι έχει την δυνατότητα να πωλήσει στην εταιρεία Leasing κινητό εξοπλισμό και στην συνέχεια να τον μισθώσει (Sale And Leaseback) (4%).

Z. ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ (FACTORING)

1. Ποια θεωρείτε τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

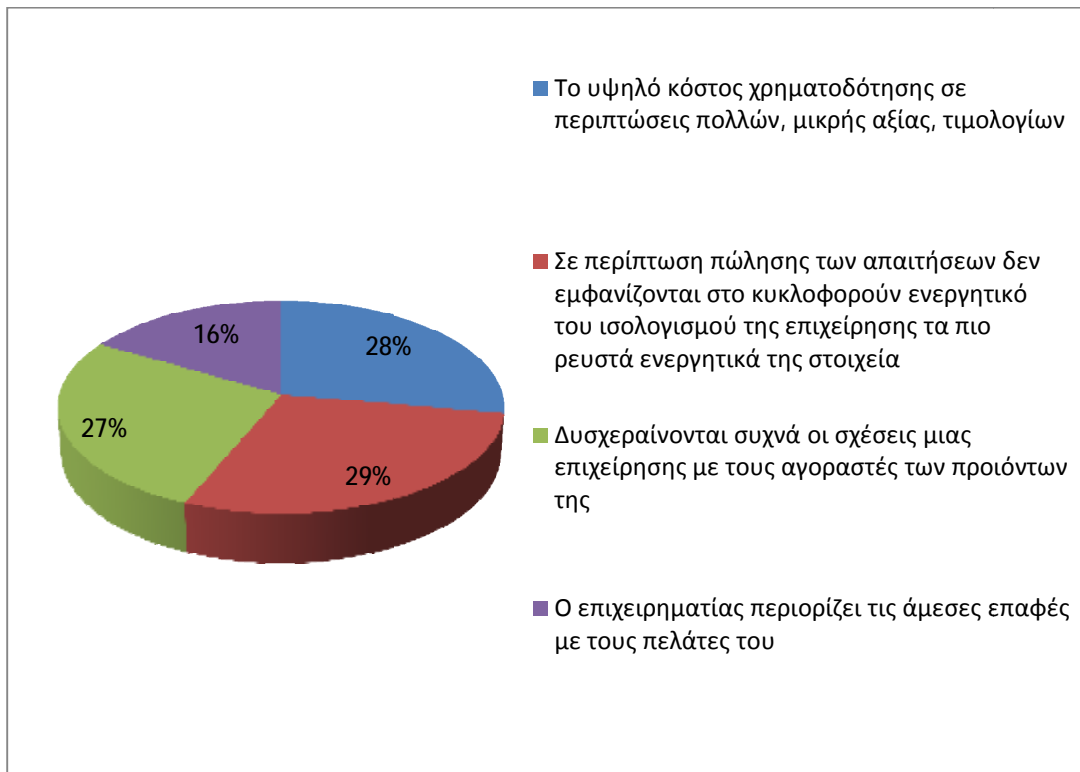
Παροχή κεφαλαιακής ρευστότητας προς την επιχείρηση αμέσως μετά την παράδοση του εμπορεύματος	11%
Η μεγάλη βάση δεδομένων την οποία έχει στη διάθεσή του ο Factor	9%
Μειώνει σημαντικά το ύψος των ανείσπρακτων απαιτήσεων των εταιρειών	12%
Συμβάλλει έμμεσα στην αύξηση του όγκου των πωλήσεων	16%
Βελτιώνει κατά πολύ την εικόνα του ισολογισμού μιας εταιρείας	13%
Μειώνεται το λειτουργικό κόστος της επιχείρησης αναφορικά με τη διαχείριση και τη λογιστική παρακολούθηση των εμπορικών απαιτήσεων	21%
Προσφέρεται η δυνατότητα παροχής ειδικών εκπτώσεων στις επιχειρήσεις που ασχολούνται με τις προμήθειες	18%



Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα του Factoring είναι το γεγονός ότι μειώνεται το λειτουργικό κόστος της επιχείρησης αναφορικά με τη διαχείριση και τη λογιστική παρακολούθηση των εμπορικών απαιτήσεων (21%), προσφέρεται η δυνατότητα παροχής ειδικών εκπτώσεων στις επιχειρήσεις που ασχολούνται με τις προμήθειες (18%), καθώς επίσης συμβάλλει έμμεσα στην αύξηση του όγκου των πωλήσεων (16%). Εξίσου σημαντικό είναι το ότι βελτιώνει κατά πολύ την εικόνα του ισολογισμού μιας εταιρείας (13%), μειώνει σημαντικά το ύψος των ανείσπρακτων απαιτήσεων των εταιρειών (12%), παρέχει κεφαλαιακή ρευστότητα προς την επιχείρηση αμέσως μετά την παράδοση του εμπορεύματος (11%) και διαθέτει μεγάλη βάση δεδομένων την οποία έχει στη διάθεσή του ο Factor (9%).

2. Κατά τη γνώμη σας ποια είναι τα σημαντικότερα μειονεκτήματα της χρηματοδότησης μέσω factoring; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

Το υψηλό κόστος χρηματοδότησης σε περιπτώσεις πολλών, μικρής αξίας, τιμολογίων	28%
Σε περίπτωση πώλησης των απαιτήσεων δεν εμφανίζονται στο κυκλοφορούν ενεργητικό του ισολογισμού της επιχείρησης τα πιο ρευστά ενεργητικά της στοιχεία	29%
Δυσχεραίνονται συχνά οι σχέσεις μιας επιχείρησης με τους αγοραστές των προϊόντων της λόγω της επιθετικής πολιτικής εισπράξεων του factor, ειδικά αν ο τελευταίος συνδέεται μετοχικά με τράπεζα	27%
Επιπλέον ο επιχειρηματίας περιορίζει τις άμεσες επαφές με τους πελάτες του ενώ ενδέχεται να προσκρούσει και σε επιλεκτική πολιτική φερέγγυων πελατών από την πλευρά του πράκτορα	16%

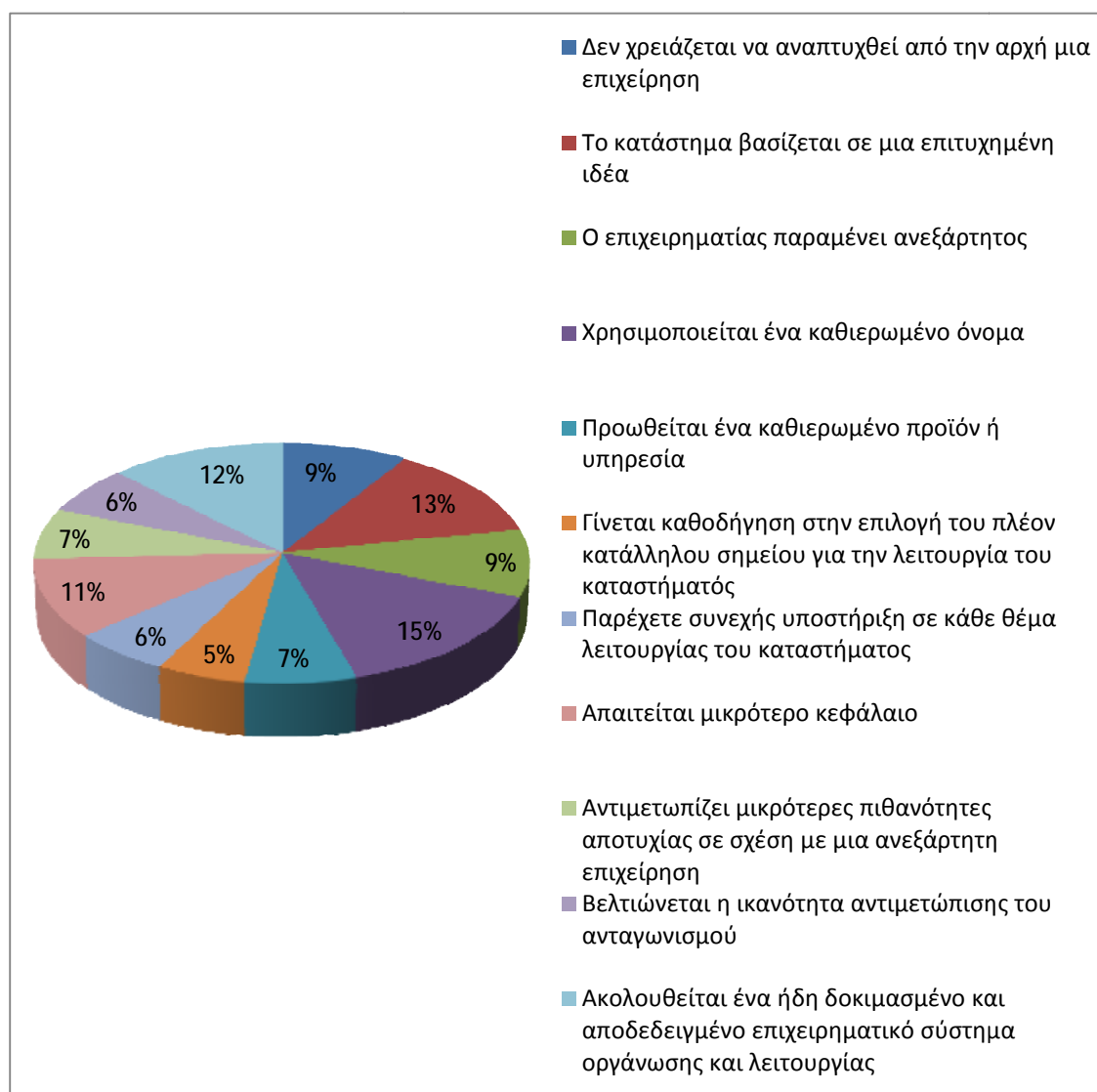


Τα σημαντικότερα μειονεκτήματα της χρηματοδότησης μέσω factoring είναι το ότι σε περίπτωση πώλησης των απαιτήσεων δεν εμφανίζονται στο κυκλοφορούν ενεργητικό του ισολογισμού της επιχείρησης τα πιο ρευστά ενεργητικά της στοιχεία (29%), το υψηλό κόστος χρηματοδότησης σε περιπτώσεις πολλών, μικρής αξίας, τιμολογίων (28%) και το ότι δυσχεραίνονται συχνά οι σχέσεις μιας επιχείρησης με τους αγοραστές των προϊόντων της λόγω της επιθετικής πολιτικής εισπράξεων του factor, ειδικά αν ο τελευταίος συνδέεται μετοχικά με τράπεζα (27%). Εξίσου σημαντικό μειονέκτημα είναι ότι ο επιχειρηματίας περιορίζει τις άμεσες επαφές με τους πελάτες του ενώ ενδέχεται να προσκρούσει και σε επιλεκτική πολιτική φερέγγυων πελατών από την πλευρά του πράκτορα(16%).

Η. ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ (FRANCHISING)

1. Ποια θεωρείτε τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα του Franchising; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

Δεν χρειάζεται να αναπτυχθεί από την αρχή μια επιχείρηση	9%
Το κατάστημα βασίζεται σε μια επιτυχημένη ιδέα	13%
Ο επιχειρηματίας παραμένει ανεξάρτητος	9%
Χρησιμοποιείται ένα καθιερωμένο όνομα, αναγνωρίσιμο στην αγορά που προσφέρει μερίδιο αγοράς από την αρχή και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα	15%
Προωθείται ένα καθιερωμένο προϊόν ή υπηρεσία	7%
Γίνεται καθοδήγηση στην επιλογή του πλέον κατάλληλου σημείου για την λειτουργία του καταστήματος	5%
Παρέχετε συνεχής υποστήριξη σε κάθε θέμα λειτουργίας του καταστήματος	6%
Απαιτείται μικρότερο κεφάλαιο	11%
Αντιμετωπίζει μικρότερες πιθανότητες αποτυχίας σε σχέση με μια ανεξάρτητη επιχείρηση	7%
Βελτιώνεται η ικανότητα αντιμετώπισης του ανταγωνισμού	6%
Ακολουθείται ένα ήδη δοκιμασμένο και αποδεδειγμένο επιχειρηματικό σύστημα οργάνωσης και λειτουργίας	12%

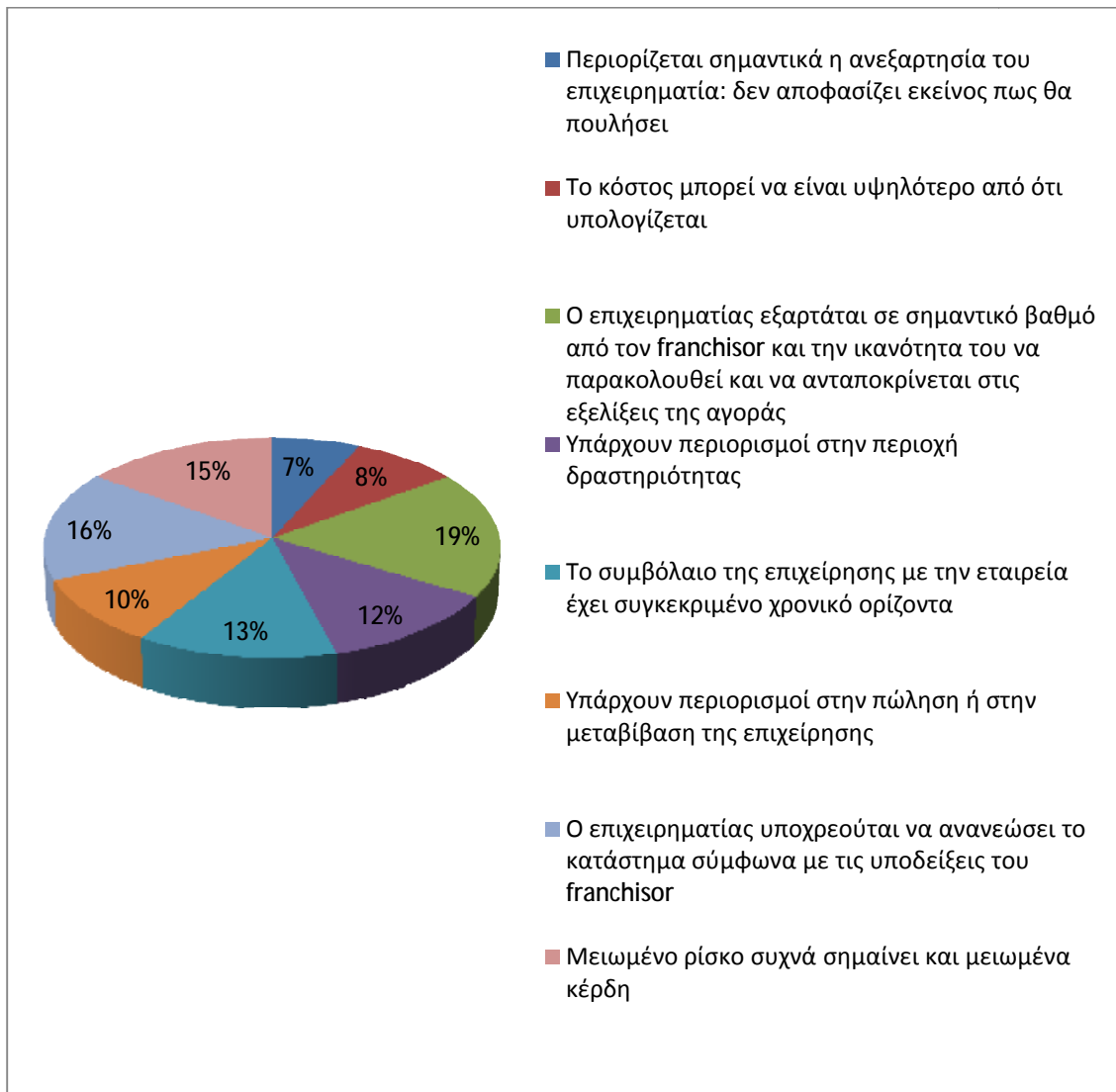


Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα του Franchising είναι το γεγονός ότι χρησιμοποιείται ένα καθιερωμένο όνομα, αναγνωρίσιμο στην αγορά που προσφέρει μερίδιο αγοράς από την αρχή και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα (15%), το ότι το κατάστημα βασίζεται σε μια επιτυχημένη ιδέα (13%), ακολουθείται ένα ήδη δοκιμασμένο και αποδεδειγμένο επιχειρηματικό σύστημα οργάνωσης και λειτουργίας (12%) και απαιτείται μικρότερο κεφάλαιο (11%). Επίσης δεν χρειάζεται να αναπτυχθεί από την αρχή μια επιχείρηση (9%), ο επιχειρηματίας παραμένει ανεξάρτητος (9%), προωθείται ένα καθιερωμένο προϊόν ή υπηρεσία (7%), αντιμετωπίζει μικρότερες πιθανότητες αποτυχίας σε σχέση με μια ανεξάρτητη επιχείρηση (7%), βελτιώνεται η ικανότητα αντιμετώπισης του ανταγωνισμού (6%),

παρέχετε συνεχής υποστήριξη σε κάθε θέμα λειτουργίας του καταστήματος (6%) και γίνεται καθοδήγηση στην επιλογή του πλέον κατάλληλου σημείου για την λειτουργία του καταστήματος (5%).

2. Ποια θεωρείται τα σημαντικότερα μειονεκτήματα του Franchising; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

Περιορίζεται σημαντικά η ανεξαρτησία του επιχειρηματία: δεν αποφασίζει εκείνος πως θα πουλήσει	7%
Το κόστος μπορεί να είναι υψηλότερο από ότι υπολογίζεται	8%
Ο επιχειρηματίας εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από τον franchisor και την ικανότητα του να παρακολουθεί και να ανταποκρίνεται στις εξελίξεις της αγοράς	19%
Υπάρχουν περιορισμοί στην περιοχή δραστηριότητας	12%
Το συμβόλαιο της επιχείρησης με την εταιρεία έχει συγκεκριμένο χρονικό ορίζοντα	13%
Υπάρχουν περιορισμοί στην πώληση ή στην μεταβίβαση της επιχείρησης	10%
Ο επιχειρηματίας υποχρεούται να ανανεώσει το κατάστημα σύμφωνα με τις υποδείξεις του franchisor	16%
Μειωμένο ρίσκο συχνά σημαίνει και μειωμένα κέρδη	15%



Τέλος, τα σημαντικότερα μειονεκτήματα του Franchising είναι ότι ο επιχειρηματίας εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από τον franchisor και την ικανότητα του να παρακολουθεί και να ανταποκρίνεται στις εξελίξεις της αγοράς (19%), ο επιχειρηματίας υποχρεούται να ανανεώσει το κατάστημα σύμφωνα με τις υποδείξεις του franchisor (16%), καθώς και το μειωμένο ρίσκο συχνά σημαίνει και μειωμένα κέρδη (15%). Επίσης σημαντικό μειονέκτημα είναι το ότι το συμβόλαιο της επιχείρησης με την εταιρεία έχει συγκεκριμένο χρονικό ορίζοντα (13%), το ότι υπάρχουν περιορισμοί στην περιοχή δραστηριότητας (12%), υπάρχουν περιορισμοί στην πώληση ή στην μεταβίβαση της επιχείρησης (10%), περιορίζεται σημαντικά η ανεξαρτησία του επιχειρηματία: δεν αποφασίζει εκείνος πως θα πουλήσει (7%) και τέλος το κόστος μπορεί να είναι υψηλότερο από ότι υπολογίζεται (8%).

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η χρηματοδότηση μιας νέας επιχείρησης αποτελεί ίσως τη σημαντικότερη παράμετρο για την επιτυχημένη λειτουργία της. Άλλωστε, η μεγάλη ανάπτυξη της τεχνολογίας και η απελευθέρωση των αγορών τα τελευταία χρόνια επέτρεψαν την ανάπτυξη ενός μεγάλου αριθμού εναλλακτικών εργαλείων και χρηματοοικονομικών λύσεων. Η γνώση των εργαλείων αυτών αποτελεί για τον υποψήφιο επιχειρηματία ένα σημαντικό πλεονέκτημα. Η παρουσίαση των εργαλείων αυτών στον παρόντα οδηγό είναι περιληπτική και δεν μπορεί να καλύψει όλο το φάσμα των χρηματοδοτικών λύσεων. Επιπλέον, ο νέος επιχειρηματίας πρέπει να μελετήσει πολύ καλά όλες τις υφιστάμενες δυνατότητες, επειδή οι συνθήκες και ο ανταγωνισμός μεταβάλλουν τις δυνατότητες εύρεσης της ιδανικής λύσης ανάλογα με τη χρονική περίοδο.

Πριν από κάθε ενέργεια διερεύνησης μιας επαρκούς χρηματοδότησης, ακόμα και πριν από την ίδρυση της επιχείρησης, ο επιχειρηματίας πρέπει να ορίσει υπεύθυνα πόσα κεφάλαια προτίθεται να ξοδέψει για επενδύσεις και άυλες αξίες. Οι προτεινόμενες επενδύσεις που σκοπεύει να κάνει η επιχείρηση στο διάστημα που καλύπτει το επιχειρηματικό σχέδιο θα πρέπει:

- Να είναι ξεκάθαρες όσον αφορά τα τεχνικά και τα οικονομικά χαρακτηριστικά τους. Αν υπάρχουν κτιριακές εγκαταστάσεις προτείνεται να γίνεται αναλυτική κοστολόγηση από μηχανικό, αν είναι δυνατόν. Επίσης, για τα μηχανήματα καλό είναι να υπάρχουν προσφορές από προμηθευτές.
- Το κόστος τους να είναι ρεαλιστικό σε σχέση με τα οικονομικά δεδομένα της επιχείρησης και να υπάρχει πρόβλεψη από πού θα αντληθούν τα απαιτούμενα κεφάλαια για την υλοποίησή τους.
- Να περιγράφεται με τεχνικούς και οικονομικούς όρους η ωφέλεια που θα δώσει στην επιχείρηση η συγκεκριμένη επένδυση.

Πιο συγκεκριμένα, θα πρέπει να μελετώνται, να υπολογίζονται και να αναλύονται τα παρακάτω έξοδα:

- Ο εξοπλισμός που είναι απαραίτητο να αγοράσει η επιχείρηση για τις ανάγκες λειτουργίας της.*
- Τα έξοδα ίδρυσης της Επιχείρησης.* Εδώ πρέπει να συμπεριληφθούν ιδρυτικές και προλειτουργικές δαπάνες όπως εγγραφή σε Επιμελητήριο, έναρξη στην Εφορία κ.α.

- *Άλλα έξοδα της Επιχείρησης.* Τέτοια έξοδα μπορεί να είναι δαπάνες τηλεφωνικής σύνδεσης, σύνδεσης με την ΔΕΗ, δημιουργία λογότυπου και διαφημιστικού τρίπτυχου κ.α.
- *Απρόβλεπτα έξοδα Επιχείρησης.* Πρέπει να γίνει πρόβλεψη για έκτακτα έξοδα που θα προκύψουν κατά την ίδρυση της επιχείρησης. Αυτό το ποσό αποτελεί περίπου το 5% των συνολικών δαπανών παγίων στοιχείων.
- *Αποσβέσεις.* Αναλυτική παρουσίαση των αποσβέσεων των παγίων στοιχείων κατά τον πρώτο χρόνο λειτουργίας της επιχείρησης.

Εκτός όμως από τη στρατηγική που θα ακολουθήσει η επιχείρηση σημαντικά είναι και τα μέσα που θα χρησιμοποιήσει για τη χρηματοδότηση των επενδύσεών της. Πρώτον, η επιλογή ενός ομολογιακού δανείου ως μέσο χρηματοδότησης προϋποθέτει την υποθήκευση ενός συγκεκριμένου περιουσιακού στοιχείου από τον υποψήφιο επενδυτή-επιχείρηση, γεγονός που θα έλεγε κανείς ότι δεν χρήζει ιδιαίτερης προτίμησης. Δεύτερον, η επιλογή ως μέσου χρηματοδότησης της χρηματοδοτικής μίσθωσης (leasing) προτιμάτε από εκείνους που ενδιαφέρονται για την απόκτηση ενός παγίου ή εξοπλισμού. Τρίτον, η πρακτόρευση απαιτήσεων (factoring) είναι το καταλληλότερο μέσο χρηματοδότησης, καθώς προσφέρει τη δυνατότητα χρηματοδότησης σε επιχειρήσεις που αδυνατούν να χρηματοδοτήσουν οι τράπεζες όπως επίσης και σε επιχειρήσεις που έχουν εξαντλήσει όλα τα περιθώρια των παραδοσιακών χρηματοδοτήσεων από τις τράπεζες. Τέταρτον, η παραχώρηση ή αλλιώς δικαιοχρησία (franchising), αποτελεί το καταλληλότερο μέσο χρηματοδότησης όταν πραγματοποιείται η συνεργασία μεταξύ επιχειρήσεων, εκ των οποίων η μία παραχωρεί στην άλλη το “δικαίωμα franchising”, δηλαδή ένα σύνολο δικαιωμάτων βιομηχανικής ή και πνευματικής ιδιοκτησίας που μπορεί να αφορά εμπορικά σήματα, επωνυμίες, διακριτικά γνωρίσματα (πινακίδες καταστημάτων) και ούτω καθεξής.

Παρακάτω παρουσιάζονται όλα τα συμπεράσματα που προέκυψαν από τη συλλογή, μελέτη και ανάλυση των ερωτηματολογίων της έρευνας. Έτσι λοιπόν, θα λέγαμε ότι η πλειοψηφία των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων:

- Άντλησε τα απαιτούμενα κεφάλαια για τη χρηματοδότηση τους από τραπεζικό δανεισμό.
- Απάντησε θετικά στην ερώτηση για το αν θα ξανά επέλεγε τον ίδιο τρόπο χρηματοδότησης.

- Θεωρούν ότι οι πιο γνωστές μορφές χρηματοδότησης είναι η Πρακτόρευση Απαιτήσεων και η Χρηματοδοτική Μίσθωση.
- Απάντησε ότι δεν θα επέλεγε κανένα κρατικό φορέα χρηματοδότησης για την επιχείρησή τους.
- Απάντησε ότι είναι πολύ σημαντική η ευκολία απόκτησης χρηματοδότησης για τη ζωτικότητα της επιχείρησης ή την ανάπτυξη καινοτομικών δραστηριοτήτων.
- Έλαβε για τη χρηματοδότησή της 20.000 με 50.000 ευρώ.
- Πήρε πληροφορίες για τους τρόπους χρηματοδότησης κυρίως μέσω διαδικτύου και της Τράπεζας.
- Θεωρεί ότι η πρόσβαση στη χρηματοδότηση είναι ευκολότερη σε σχέση με το παρελθόν.
- Εκτιμά ότι τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα του Τραπεζικού Δανεισμού είναι ότι θεωρείται μέσο άντλησης κεφαλαίων, ότι έχει χαμηλό επιτόκιο δανεισμού και ότι η τράπεζα δεν επεμβαίνει στην επένδυση.
- Πιστεύει ότι το βασικότερο μειονέκτημα στη χρηματοδότηση επιχειρήσεων μέσω τραπεζικού δανεισμού είναι η διαδικασία από τη στιγμή της αίτησης για τη λήψη ενός δανείου έως και την έγκριση και παροχή του ζητούμενου χρηματικού ποσού η οποία είναι ιδιαίτερα χρονοβόρα, καθώς και ότι δεν είναι σε θέση να εξασφαλίσει φορολογικές ελαφρύνσεις ή απαλλαγές στον οφειλέτη.
- Θεωρεί ότι ο τραπεζικός δανεισμός είναι η κύρια πηγή χρηματοδότησης για τις ελληνικές ΜμΕ σήμερα.
- Πιστεύει ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις δεν επιλέγουν συχνά τον τραπεζικό δανεισμό ως πηγή χρηματοδότησής τους επειδή τα επιτόκια είναι ψηλά (70%) και οι εγγυήσεις ανεπαρκείς.
- Θεωρεί ότι τα βασικότερα πλεονεκτήματα του venture capital είναι το γεγονός ότι η συμμετοχή μιας εταιρείας επιχειρηματικών κεφαλαίων προσδίδει κύρος σε μια επιχείρηση και το ότι οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων διαθέτουν εμπειρία στην προετοιμασία μιας επιχείρησης για εισαγωγή στο χρηματιστήριο.
- Εκτιμά ότι τα βασικότερα μειονεκτήματα στους τρόπους χρηματοδότησης μιας επιχείρησης μέσω των venture capitals είναι ότι ανάλογα με το ποσοστό του μετοχικού κεφαλαίου που κατέχει μια εταιρεία Venture Capital μπορεί να παίζει ρόλο μετόχου στην λειτουργία της, οι έντονες πιέσεις και στοχοθετήσεις για γρήγορη ανάπτυξη από την μεριά των Venture Capital προς τους μετόχους και τα

στελέχη της νέας επιχείρησης μπορεί να ξεπεράσει τις αντοχές τους και τον προϋπάρχοντα προγραμματισμό, καθώς και το ότι υπάρχουν κίνδυνοι διαρροής στρατηγικών πληροφοριών της εταιρείας προς τρίτους και ειδικά αν η χρηματοδότηση αφορά επιχειρηματική ιδέα προς υλοποίηση ή εταιρεία προς ίδρυση.

- Εκτιμά ότι οι κλάδοι που απορροφούν τα περισσότερα κεφάλαια venture capital είναι οι τηλεπικοινωνίες, η πληροφορική, οι εμπορικές και η βιομηχανία τροφίμων.
- Συμφωνεί ότι οι σημαντικότερες πηγές κεφαλαίων είναι οι τράπεζες και τα fund of funds.
- Υποστηρίζει ότι τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της χρηματοδοτικής μίσθωσης είναι οι γρήγορες και απλές διαδικασίες, ο χρηματοοικονομικός έλεγχος και προγραμματισμός, η προστασία της επιχείρησης από την τεχνολογική απαξίωση του εξοπλισμού της και η φορολογική έκπτωση του συνόλου των μισθωμάτων.
- Θεωρεί ότι τα βασικότερα μειονεκτήματα της χρηματοδοτικής μίσθωσης είναι το γεγονός ότι ο μισθωτής δεν έχει το δικαίωμα να χρησιμοποιήσει το μίσθωμα ως εγγύηση για δανεισμό και αυτό γιατί στην πραγματικότητα δεν του ανήκει νομικά, αλλά και το ότι υπάρχει υψηλότερο ονομαστικό κόστος σε σχέση με την αγορά κεφαλαιουχικού εξοπλισμού με δανεισμό ή κάθε άλλη μορφή χρηματοδότησης.
- Εκτιμά ότι το Leasing προσφέρει φορολογικά οφέλη λόγω της έκπτωσης των μισθωμάτων ως λειτουργικών δαπανών, από τα ακαθάριστα έσοδα των εταιρειών, ευελιξία και εύκολη προσαρμοστικότητα στις ιδιαιτερότητες CASH – FLOW κάθε εταιρείας, τα φορολογικά και λοιπά κίνητρα που έχει εξασφαλίσει ο επενδυτής μέσω των αναπτυξιακών νόμων δεν θίγονται από τη συμμετοχή του Leasing στην επένδυση, με εξαίρεση την επιδότηση του επιτοκίου, καθώς και το ότι υπάρχει η δυνατότητα περιόδου χάριτος, όπου εκπίπτει ολόκληρο το μίσθωμα από τα αποτελέσματα και όχι μόνο ο τόκος όπως στην περίπτωση του δανεισμού, και τελικό κόστος για το μισθωτή χαμηλότερο συνήθως του κόστους του δανείου.
- Θεωρεί ότι τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα του Factoring είναι το γεγονός ότι μειώνεται το λειτουργικό κόστος της επιχείρησης αναφορικά με τη διαχείριση και τη λογιστική παρακολούθηση των εμπορικών απαιτήσεων, προσφέρεται η

δυνατότητα παροχής ειδικών εκπτώσεων στις επιχειρήσεις που ασχολούνται με τις προμήθειες, καθώς επίσης συμβάλλει έμμεσα στην αύξηση του όγκου των πωλήσεων.

- Πιστεύει ότι τα σημαντικότερα μειονεκτήματα της χρηματοδότησης μέσω factoring είναι το ότι σε περίπτωση πώλησης των απαιτήσεων δεν εμφανίζονται στο κυκλοφορούν ενεργητικό του ισολογισμού της επιχείρησης τα πιο ρευστά ενεργητικά της στοιχεία, το υψηλό κόστος χρηματοδότησης σε περιπτώσεις πολλών, μικρής αξίας, τιμολογίων και το ότι δυσχεραίνονται συχνά οι σχέσεις μιας επιχείρησης με τους αγοραστές των προϊόντων της λόγω της επιθετικής πολιτικής εισπράξεων του factor, ειδικά αν ο τελευταίος συνδέεται μετοχικά με τράπεζα.
- Υποστηρίζει ότι τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα του Franchising είναι το γεγονός ότι χρησιμοποιείται ένα καθιερωμένο όνομα, αναγνωρίσιμο στην αγορά που προσφέρει μερίδιο αγοράς από την αρχή και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, το ότι το κατάστημα βασίζεται σε μια επιτυχημένη ιδέα, ακολουθείται ένα ήδη δοκιμασμένο και αποδεδειγμένο επιχειρηματικό σύστημα οργάνωσης και λειτουργίας και απαιτείται μικρότερο κεφάλαιο.
- Τέλος, εκτιμά ότι τα σημαντικότερα μειονεκτήματα του Franchising είναι ότι ο επιχειρηματίας εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από τον franchisor και την ικανότητα του να παρακολουθεί και να ανταποκρίνεται στις εξελίξεις της αγοράς, ο επιχειρηματίας υποχρεούται να ανανεώσει το κατάστημα σύμφωνα με τις υποδείξεις του franchisor, καθώς και το μειωμένο ρίσκο συχνά σημαίνει και μειωμένα κέρδη.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Για να αποτελέσουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα αφετηρία της οικονομικής και κοινωνικής ανάκαμψης, θα πρέπει να ληφθούν οι σωστές πρωτοβουλίες σε συνδυασμό με ένα καινούργιο εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό αλλά και με τον υψηλό βαθμό προσαρμοστικότητας, ευελιξίας και δυναμισμού των Ελληνικών Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.

Συνοπτικά τα μέτρα που θα μπορούσαν να εφαρμοστούν είναι:

- Η υποχρέωση παροχής συγκεκριμένου σχεδίου χρηματοδότησης (και όχι αναηρηματοδότησης ή αναδιάρθρωσης υφιστάμενου δανεισμού) από τις Ελληνικές Τράπεζες στο πλαίσιο της σκοπούμενης ανακαινοποίησης τους από το Ταμείο Χρηματοπιστωτικής Σταθερότητας. Το σχέδιο αυτό πέραν από τα νέα κεφάλαια χρηματοδοτήσεων θα πρέπει να περιλαμβάνει συγκεκριμένους κλάδους δραστηριότητας που θα έχουν το μεγαλύτερο πολλαπλασιαστικό αποτέλεσμα για την οικονομία, διαθεσιμότητα χρηματοδότησης και ακάλυπτων κινδύνων (άνευ εξασφαλίσεων σε περιπτώσεις που δεν μπορούν να βρεθούν εξασφαλίσεις αλλά η επιχείρηση έχει πολύ καλό συναλλακτικό ιστορικό και αξιόπιστο επιχειρηματικό σχέδιο).
- Στήριξη των φορέων του Δημοσίου που παρέχουν εγγυήσεις για τη λήψη χρηματοδοτήσεων από Τράπεζες κυρίως για περιπτώσεις επιχειρήσεων που διαθέτουν αξιόπιστο επιχειρηματικό σχέδιο αλλά δεν διαθέτουν ικανοποιητικές καλύψεις για την παροχή εξασφαλίσεων στις Τράπεζες ώστε να αντλήσουν την απαιτούμενη ρευστότητα.
- Ενίσχυση των θερμοκοιτίδων επιχειρηματικότητας μέσω της συνεργασίας τους με Σχολές Διοίκησης Επιχειρήσεων Πανεπιστημιακών Ιδρυμάτων και επιμελητηριακές ενώσεις μικρομεσαίων επιχειρήσεων, ώστε οι τελευταίες να μπορούν να παρέχουν στα μέλη τους την απαραίτητη τεχνογνωσία και ενημέρωση για τους δυνατούς τρόπους αντιμετώπισης και διαχείρισης των χρηματοδοτικών και γενικότερα επιχειρηματικών τους προβλημάτων.

BIBΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική Βιβλιογραφία

- Αγγελόπουλος, Π., (2013), *Τράπεζες και Χρηματοπιστωτικό Σύστημα (Αγορές – Προϊόντα – Κίνδυνοι)*, Αθήνα: Σταμούλης
- Αποστολόπουλος, Ι., (2012), *Ειδικά θέματα χρηματοδοτικής διοικήσεως*, Αθήνα: Σταμούλης
- Γαλάνης, Β., (2000), *Leasing – Factoring – Forfaiting – Franchising – Venture Capital*, Αθήνα: Σταμούλης
- Γκαγκάτσιος, Ι., Λελεδάκης, Γ. (2008), *Καινοτομία – Επιχειρηματικότητα Επιχειρήσεις*, Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων
- Ιωαννίδης, Σ. (2013), *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011-12, Η εξέλιξη των δεικτών της επιχειρηματικότητας στη διάρκεια της κρίσης*, Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών
- Κιόχος, Π., Παπανικολάου, Γ., Θάνος, Γ., Κιόχος, Α., (2002), *Χρηματοοικονομική Διοίκηση & Πολιτική*, Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική
- Λιαρμακοπούλου, Ι. (2000), *Κριτική της μεγιστοποίησης του κέρδους σαν στόχου επιχειρηματικής συμπεριφοράς*, Αθήνα
- Μπαλωμένου, Χ., (2003), *Το ελληνικό τραπεζικό σύστημα και οι διαδικασίες αξιολόγησης και έγκρισης επενδυτικών σχεδίων*, Αθήνα: Παπαζήσης
- Ξανθάκης, Ε., Θωμαδάκης, Σ., (2011), *Αγορές Χρήματος & Κεφαλαίου*, Αθήνα: Σταμούλης
- Γεωργιάδης, Π. (2008), *Εγχειρίδιο Επιχειρηματικότητας – για υποψήφιους και νέους επιχειρηματίες*, Αθήνα: Εθνικό και Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών
- Παπακωνσταντίνου, Ε., Μαρκοπούλου, Δ., (2015), *Startups – Οδηγός επιβίωσης για νέους επιχειρηματίες*, Αθήνα: Σταμούλης
- Πατατούκας, Κ., Μπατσινιάς, Ε., (2015), *Σύγχρονη Λογιστική*, Αθήνα: Σταμούλης
- Πετράκης, Π. (1996), *Επενδυτικά Κίνητρα για τις ΜΜΕ*, Αθήνα: Παπαζήσης
- Τζωρτζάκη, Κ., Τζωρτζάκη, Α. (1992), *Οργάνωση και Διοίκηση*, Αθήνα: Rosili

Ξένη βιβλιογραφία

- Clamp, C., Alhamis, I. (2010), *Social Entrepreneurship in the Mondragon Co-operative Corporation and the Challenges of Successful Replication*, The Journal of Entrepreneurship
- Forman, M., Gilbert, J., (1976), *Factoring and Finance*, London: Cox & Wyman Ltd
- Love, I., Zaidi, R., (2010), *Trade Credit, Bank Credit and Financial Crisis*, International Review of Finance
- Rotter, J.B. (1966), *Generalized Expectancies for internal versus external control of reinforcement*, Psychological Monographs: General & Applied
- Schumpeter, J. (1934), *The Theory of Economic Development*, Cambridge, Mass: Harvard University Press
- Shaver, K. G., Scott, L. R. (1991), *Person, process, choice: The psychology of new venture creation*, Entrepreneurship: Theory and Practice, v. 16(2)
- Webb, P., Webb, S. (2004), *Βιωσιμότητα ΜμΕ: πρακτικός οδηγός για τη δημιουργία μιας υγιούς και ισχυρής οικονομικά επιχείρησης*, Αθήνα: Μ. Γκιούρδας

Διαδίκτυο

- http://ikaros.teipir.gr/ske/tropoi_xrimatodotisis.htm, 2014, Τρόποι χρηματοδότησης
- <http://www.capital.gr/story/1976361>, 2014, Γ. Παπαδόπουλος: Οι ελληνικές εταιρείες venture capital επενδύουν κύρια στην ανάπτυξη
- <http://www.wintowin.gr/blog/useful/item/52-orismos-mikromesaiwn-epixeirisewn-autonomi-aneksartiti-sundedemeni-epixeirisi>, 2010, Ορισμός Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων
- https://el.wikibooks.org/wiki/To_Franchise_στην_ελληνική_αγορά, 2011, Το Franchise στην ελληνική αγορά
- Ένωση Ελληνικών Εταιρειών Χρηματοδοτικής Μίσθωσης, 2011, http://www.aglc.gr/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=2&Itemid=3, Πλεονεκτήματα του Leasing

- Καθημερινή,
<http://www.kathimerini.gr/122777/article/oikonomia/epixeirhseis/epta-krisima-pleonekthmata-toy-factoring>, 2002, Επτά κρίσιμα πλεονεκτήματα του Factoring
- Λιακοπούλου, Θ., 2007.
<http://www.kathimerini.gr/293571/article/oikonomia/epixeirhseis/poia-einai-ta-proionta-toy-leasing>, Ποια είναι τα προϊόντα του Leasing
- Μανιφάβα, Δ., 2015,
<http://www.kathimerini.gr/824685/article/oikonomia/epixeirhseis/se-mia-eptaetia-ekleisan-229000-mikres-kai-mesaies-epixeirhseis-sthn-ellada>, Σε μια επταετία έκλεισαν 229.000 μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα
- Σμυρνής, Ν., 2008, <http://www.hrima.gr/article.asp?view=358&ref=343>, Η μικρή επιχείρηση στην Ελλάδα
- Τζώρτζη, Ε., 2015, <http://www.kathimerini.gr/817704/article/oikonomia/ellhnikh-oikonomia/dyskoloteros--o-daneismos--gia-tis-ellhnikes-mikromesaies>, Δυσκολότερος ο δανεισμός για τις ελληνικές μικρομεσαίες

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΠΡΟΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

Α. ΓΕΝΙΚΑ ΚΑΙ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

1. Φύλο

- Άνδρας
- Γυναίκα

2. Ηλικία

- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 55+

3. Τι θέση κατέχετε στην εταιρεία

- Ιδιοκτήτης
- Συνέταιρος – Μέτοχος
- Υπάλληλος
- Άλλο

4. Το αντικείμενο που σπουδάσατε ταιριάζει με την φύση και ταυτότητα της επιχείρησής σας;

- Ναι
- Όχι

B. ΠΡΟΦΙΛ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

1. Έτη λειτουργίας της επιχείρησης

- 1-9
- 10-30
- 31-50
- 50+

2. Κλάδος δραστηριοποίησης

- Ενέργεια
- Επικοινωνίες
- e-shop
- Επενδυτικός
- Εστίαση
- Χώρος Θεάματος και Διασκέδασης
- Τουρισμός
- Παροχή Υπηρεσιών Εκπαίδευσης
- Αυτοκίνηση
- Τραπεζικός
- Σύμβουλοι επιχειρήσεων
- Ασφαλιστικός
- Πληροφορική
- Logistics
- Διαφήμιση
- Αγοραπωλησία και Διαχείριση ακινήτων
- Λιανεμπόριο
- Χονδρεμπόριο

άλλο

3. Πόσα άτομα απασχολεί η επιχείρησή σας;

- Έως 10
- 10-30
- 30-50
- 50-80
- 80-100
- 100+

Γ. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

1. Από πού αντλήσατε τα απαιτούμενα κεφάλαια για τη χρηματοδότηση της επιχείρησής σας;

- Ίδια κεφάλαια/Αυτοχρηματοδότηση
- Φιλικό ή συγγενικό περιβάλλον
- Τραπεζικός δανεισμός
- Δημόσια επιχορήγησης (Κ.Π.Σ. / «Αναπτυξιακός Νόμος»)
- Κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (Venture Capital)
- Leasing / Factoring
- Επιχειρηματικούς Αγγέλους (Business Angels)
- Peer 2 Peer/ Social Lending
- Κανένα από τα παραπάνω

2. Σε περίπτωση που έχετε αναχρηματοδοτήσει την επιχείρησή σας, επιλέξατε τον ίδιο τρόπο χρηματοδότησης;

- Ναι
- Όχι
- Σε συνδυασμό με άλλον

3. Ποιες άλλες πηγές χρηματοδότησης γνωρίζετε; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

- Χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing)
- Πρακτόρευση Απαιτήσεων (Factoring)
- Επιχειρηματικοί Άγγελοι (Business Angels)
- Νέα Χρηματιστηριακή Αγορά για Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις
- Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων – Τεχνολογικά Πάρκα

4. Ποιόν από τους παρακάτω φορείς κρατικής χρηματοδότησης χρησιμοποιήσατε ή θα χρησιμοποιούσατε αν χρειαζόταν;

- ΟΑΕΔ
- ΕΟΜΜΕΧ (Ελληνικός Οργανισμός Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων)
- Αναπτυξιακός Επενδυτικός Νόμος
- Άλλα Ευρωπαϊκά προγράμματα συγχρηματοδότησης
- ΤΕΜΠΜΕ (Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών Επιχειρήσεων)
- ΤΑΝΕΟ (Ταμείο Ανάπτυξης Νέας Οικονομίας)

5. Πόσο σημαντική είναι η ευκολία απόκτησης χρηματοδότησης για την ζωτικότητα της επιχείρησής σας ή την ανάπτυξη καινοτομικών δραστηριοτήτων;

- Πολύ σημαντική
- Σημαντική
- Ούτε σημαντική ούτε ασήμαντη
- Ασήμαντη

6. Ποιο ήταν το συνολικό ποσό που λάβατε από την χρηματοδότηση ή χρησιμοποιήσατε από ίδια κεφαλαία για την δημιουργία της επιχείρησής;

- 0-20.000 ευρώ
- 20,000 - 50.000 ευρώ
- 50.000 – 100000 ευρώ
- 100.000 -200.000 ευρώ
- 200.000+

7. Από πού πήρατε πληροφορίες για τους τρόπους χρηματοδότησης της επιχειρηματικής σας δραστηριότητας; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

- Οικογένεια/φίλοι
- Τράπεζα
- Επιμελητήρια
- ΕΟΜΜΕΧ / Παρατηρητήριο Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων
- Μέσω διαδικτύου
- Από αλλού...

8. Θεωρείται ότι η πρόσβαση στη χρηματοδότηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων σε σχέση με το παρελθόν είναι:

- Ευκολότερη
- Δυσκολότερη
- Δεν έχει αλλάξει κάτι

Δ. ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ

1. Ποιο από τα παρακάτω θεωρείτε το σημαντικότερο πλεονέκτημα του Τραπεζικού Δανεισμού;

- Είναι μέσο άντλησης κεφαλαίων
- Έχει χαμηλό επιτόκιο δανεισμού
- Προσφέρει ευελιξία στην αποπληρωμή του δανείου
- Η εταιρεία διατηρεί την ευελιξία της κυριότητας
- Η τράπεζα δεν επεμβαίνει στην επένδυση
- Κανένα από τα παραπάνω

2. Ποιο θεωρείτε το βασικότερο μειονέκτημα στη χρηματοδότηση επιχειρήσεων μέσω τραπεζικού δανεισμού; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

- Να παρέχει η εταιρεία που είναι υποψήφια για τη λήψη δανείου τις ανάλογες εγγυήσεις
- Η διαδικασία από τη στιγμή της αίτησης για τη λήψη ενός δανείου έως και την έγκριση και παροχή του ζητούμενου χρηματικού ποσού είναι ιδιαίτερα χρονοβόρα
- Δεν είναι σε θέση να εξασφαλίσει φορολογικές ελαφρύνσεις ή απαλλαγές στον οφειλέτη
- Χρηματοδότηση μέρους και όχι ολόκληρης της επένδυσης
- Η τράπεζα δεν έχει άμεση οικονομική ανάμειξη με την επένδυση και δε συμμετέχει σ' αυτή καθόλου
- Κίνδυνος δυσκολίας αποπληρωμής δανείου
- Κανένα από τα παραπάνω

3. Εκτιμάτε ότι ο τραπεζικός δανεισμός είναι η κύρια πηγή χρηματοδότησης για τις ελληνικές ΜμΕ;

- Ναι
- Όχι
- Ίσως
- Δεν γνωρίζω

4. Αν όχι, ποιος πιστεύετε ότι είναι ο λόγος για τον οποίο οι ελληνικές επιχειρήσεις δεν επιλέγουν συχνά τον τραπεζικό δανεισμό ως πηγή χρηματοδότησής τους; (όσοι απάντησαν αρνητικά στην ερώτηση Δ3)

- Ανεπαρκείς εγγυήσεις
- Υψηλά επιτόκια
- Μη διαθέσιμα τραπεζικά δάνεια
- Δεν χρειάζονται αυτού του είδους δανεισμό

E. VENTURE CAPITAL

1. Ποια θεωρείτε τα βασικότερα πλεονεκτήματα του venture capital σε σχέση με τις άλλες μορφές χρηματοδότησης; *(μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)*

- Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων παρέχουν μεσο-μακροπρόθεσμη χρηματοδότηση και έχουν τη δυνατότητα να καλύψουν τις μελλοντικές ανάγκες
- Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων γίνονται συνέταιροι στην επιχείρηση, αφού μοιράζονται τόσο τους κινδύνους όσο και τις επιτυχίες
- Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων παρέχουν συμβουλές σε θέματα στρατηγικής
- Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων έχουν εκτεταμένα δίκτυα επαφών σε διάφορους κλάδους
- Η συμμετοχή μιας εταιρείας επιχειρηματικών κεφαλαίων προσδίδει κύρος σε μια επιχείρηση
- Οι εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων διαθέτουν εμπειρία στην προετοιμασία μιας επιχείρησης για εισαγωγή στο χρηματιστήριο
- Κανένα από τα παραπάνω

2. Ποια θεωρείτε τα βασικότερα μειονεκτήματα στον τρόπο χρηματοδότησης μιας επιχείρησης μέσω των venture capitals; *(μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)*

- Είναι πιθανόν αν οι εταιρείες Venture Capital χρηματοδοτούν μια επιχείρηση που δεν αποδίδει ικανοποιητικά να ρίξουν την προσοχή τους στις υπόλοιπες πιο κερδοφόρες έτσι ώστε να παραμελήσουν την πιο αδύνατη
- Υπάρχουν κίνδυνοι διαρροής στρατηγικών πληροφοριών της εταιρείας προς τρίτους και ειδικά αν η χρηματοδότηση αφορά επιχειρηματική ιδέα προς υλοποίηση ή εταιρεία προς ίδρυση
- Έντονες πιέσεις και στοχοθετήσεις για γρήγορη ανάπτυξη από την μεριά των Venture Capital προς τους μετόχους και τα στελέχη της νέας επιχείρησης μπορεί να ξεπεράσει τις αντοχές τους και τον προϋπάρχοντα προγραμματισμό

Ανάλογα με το ποσοστό του μετοχικού κεφαλαίου που κατέχει μια εταιρεία Venture Capital μπορεί να παίζει ρόλο μετόχου στην λειτουργία της

Κανένα από τα παραπάνω

3. Ποιοι πιστεύετε ότι είναι οι κλάδοι στην Ελλάδα που απορροφούν τα περισσότερα κεφάλαια venture capital; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

Πληροφορική

Εμπορικές

Εστιατόρια

Βιομηχανία τροφίμων

Αγροτικά

Τουρισμός

Ιατρική

Εταιρείες επενδύσεων

Μεταφορές

Βιομηχανίες

Τηλεπικοινωνίες

Άλλες υπηρεσίες

4. Ποιες θεωρείτε τις σημαντικότερες πηγές κεφαλαίων venture capital στην Ελλάδα;

Τράπεζες

Fund of funds

Εταιρικές επενδύσεις

Ιδιώτες επενδυτές

Κυβερνητικοί φορείς

Ασφαλιστικές εταιρείες

ΣΤ. ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ (LEASING)

1. Ποια θεωρείτε τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της χρηματοδοτικής μίσθωσης; *(μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)*

- Χρηματοδότηση της συνολικής αξίας της επένδυσης, χωρίς να χρειάζεται καμία εκταμίευση και συμμετοχή του μισθωτή
- Τα φορολογικά και τα λοιπά κίνητρα δεν θίγονται από τη συμμετοχή του leasing στην επένδυση
- Γρήγορες και απλές διαδικασίες
- Συνήθως δεν απαιτούνται πρόσθετες εξασφαλίσεις όπως προσημειώσεις, υποθήκες κ.λ.π.
- Χρηματοοικονομικός έλεγχος και προγραμματισμός
- Ευελιξία όσον αφορά το χρονοδιάγραμμα καταβολής των μισθωμάτων
- Φορολογική έκπτωση του συνόλου των μισθωμάτων
- Αύξηση της ρευστότητας του μισθωτή
- Προστασία της επιχείρησης από την τεχνολογική απαξίωση του εξοπλισμού της
- Πρόσθετη πηγή χρηματοδότησης
- Κανένα από τα παραπάνω

2. Τα βασικότερα μειονεκτήματα της χρηματοδοτικής μίσθωσης είναι: *(μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)*

- Το υψηλότερο ονομαστικό κόστος σε σχέση με την αγορά κεφαλαιουχικού εξοπλισμού με δανεισμό ή κάθε άλλη μορφή χρηματοδότησης
- Η μέθοδος είναι αποτελεσματική για μεσοπρόθεσμες ή μακροχρόνιες επενδύσεις
- Οι εκμισθωτές (οι Εταιρείες Leasing) έχοντας την νομική κυριότητα του πάγιου εξοπλισμού το παρακολουθούν και επεμβαίνουν σε θέματα οικονομικά και διαχείρισης

Ο μισθωτής δεν έχει το δικαίωμα να χρησιμοποιήσει το μίσθωμα ως εγγύηση για δανεισμό και αυτό γιατί στην πραγματικότητα δεν του ανήκει νομικά

3. Κατά τη γνώμη σας, η χρηματοδότηση των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων μέσω Leasing προσφέρει:

Ευελιξία και εύκολη προσαρμοστικότητα στις ιδιαιτερότητες CASH – FLOW κάθε εταιρείας

Ταχύτερη και απλούστερη διαδικασία έναντι άλλων μορφών χρηματοδότησεως

Τα οικονομικά και φορολογικά πλεονεκτήματα: δυνατότητα περιόδου χάριτος, εκπίπτει ολόκληρο το μίσθωμα από τα αποτελέσματα και όχι μόνο ο τόκος όπως στην περίπτωση του δανεισμού, και τελικό κόστος για το μισθωτή χαμηλότερο συνήθως του κόστους του δανείου

Βελτίωση της κεφαλαιακής διαμόρφωσης της εταιρείας

Φορολογικά οφέλη λόγω της έκπτωσης των μισθωμάτων ως λειτουργικών δαπανών, από τα ακαθάριστα έσοδα των εταιρειών

Μειωμένα δικαιώματα συμβολαιογράφων όταν αυτό χρειασθεί

Τα φορολογικά και λοιπά κίνητρα που έχει εξασφαλίσει ο επενδυτής μέσω των αναπτυξιακών νόμων δεν θίγονται από τη συμμετοχή του Leasing στην επένδυση, με εξαίρεση την επιδότηση του επιτοκίου

Ύπαρξη χρηματοοικονομικού ελέγχου και προγραμματισμού δεδομένου

Αύξηση της ρευστότητας των μισθωμάτων δεδομένου ότι έχει την δυνατότητα να πωλήσει στην εταιρεία Leasing κινητό εξοπλισμό και στην συνέχεια να τον μισθώσει (Sale And Leaseback)

Z. ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ (FACTORING)

1. Ποια θεωρείτε τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα της πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων; *(μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)*

- Παροχή κεφαλαιακής ρευστότητας προς την επιχείρηση αμέσως μετά την παράδοση του εμπορεύματος
- Η μεγάλη βάση δεδομένων την οποία έχει στη διάθεσή του ο Factor
- Μειώνει σημαντικά το ύψος των ανείσπρακτων απαιτήσεων των εταιρειών
- Συμβάλλει έμμεσα στην αύξηση του όγκου των πωλήσεων
- Βελτιώνει κατά πολύ την εικόνα του ισολογισμού μιας εταιρείας
- Μειώνεται το λειτουργικό κόστος της επιχείρησης αναφορικά με τη διαχείριση και τη λογιστική παρακολούθηση των εμπορικών απαιτήσεων
- Προσφέρεται η δυνατότητα παροχής ειδικών εκπτώσεων στις επιχειρήσεις που ασχολούνται με τις προμήθειες

2. Κατά τη γνώμη σας ποια είναι τα σημαντικότερα μειονεκτήματα της χρηματοδότησης μέσω factoring; *(μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)*

- Το υψηλό κόστος χρηματοδότησης σε περιπτώσεις πολλών, μικρής αξίας, τιμολογίων
- Σε περίπτωση πώλησης των απαιτήσεων δεν εμφανίζονται στο κυκλοφορούν ενεργητικό του ισολογισμού της επιχείρησης τα πιο ρευστά ενεργητικά της στοιχεία
- Δυσχεραίνονται συχνά οι σχέσεις μιας επιχείρησης με τους αγοραστές των προϊόντων της λόγω της επιθετικής πολιτικής εισπράξεων του factor, ειδικά αν ο τελευταίος συνδέεται μετοχικά με τράπεζα
- Επιπλέον ο επιχειρηματίας περιορίζει τις άμεσες επαφές με τους πελάτες του ενώ ενδέχεται να προσκρούσει και σε επιλεκτική πολιτική φερέγγυων πελατών από την πλευρά του πράκτορα

Η. ΔΙΚΑΙΟΧΡΗΣΙΑ (FRANCHISING)

1. Ποια θεωρείτε τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα του Franchising; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

- Δεν χρειάζεται να αναπτυχθεί από την αρχή μια επιχείρηση
- Το κατάστημα βασίζεται σε μια επιτυχημένη ιδέα
- Ο επιχειρηματίας παραμένει ανεξάρτητος
- Χρησιμοποιείται ένα καθιερωμένο όνομα, αναγνωρίσιμο στην αγορά που προσφέρει μερίδιο αγοράς από την αρχή και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
- Προωθείται ένα καθιερωμένο προϊόν ή υπηρεσία
- Γίνεται καθοδήγηση στην επιλογή του πλέον κατάλληλου σημείου για την λειτουργία του καταστήματος
- Παρέχετε συνεχής υποστήριξη σε κάθε θέμα λειτουργίας του καταστήματος
- Απαιτείται μικρότερο κεφάλαιο
- Αντιμετωπίζει μικρότερες πιθανότητες αποτυχίας σε σχέση με μια ανεξάρτητη επιχείρηση
- Βελτιώνεται η ικανότητα αντιμετώπισης του ανταγωνισμού
- Ακολουθείται ένα ήδη δοκιμασμένο και αποδεδειγμένο επιχειρηματικό σύστημα οργάνωσης και λειτουργίας

2. Ποια θεωρείται τα σημαντικότερα μειονεκτήματα του Franchising; (μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)

- Περιορίζεται σημαντικά η ανεξαρτησία του επιχειρηματία: δεν αποφασίζει εκείνος πως θα πουλήσει
- Το κόστος μπορεί να είναι υψηλότερο από ότι υπολογίζεται
- Ο επιχειρηματίας εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από τον franchisor και την ικανότητα του να παρακολουθεί και να ανταποκρίνεται στις εξελίξεις της αγοράς.
- Υπάρχουν περιορισμοί στην περιοχή δραστηριότητας

- Το συμβόλαιο της επιχείρησης με την εταιρεία έχει συγκεκριμένο χρονικό ορίζοντα
- Υπάρχουν περιορισμοί στην πώληση ή στην μεταβίβαση της επιχείρησης
- Ο επιχειρηματίας υποχρεούται να ανανεώσει το κατάστημα σύμφωνα με τις υποδείξεις του franchisor
- Μειωμένο ρίσκο συχνά σημαίνει και μειωμένα κέρδη