

ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ

ΣΧΟΛΗ « ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ »

ΤΜΗΜΑ « ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ »

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ : ΚΟΥΤΡΟΥΛΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ



ΘΕΜΑ : « Παρουσίαση και ανάλυση των μορφών και των προβλημάτων χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων ενόψει κοινού ευρωπαϊκού νομίσματος »

Επιμέλεια εργασίας :

Ζίζηλα Ακριβή

Μανώλη Ευαγγελία

ΠΑΤΡΑ 2003

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΟΓΗΣ	6280
----------------------	------

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 (ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ)	
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	1
ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	2
ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	2
ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	3
ΣΗΜΕΙΑ ΘΕΤΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΣΥΜΒΟΛΗΣ ΤΗΣ Μ.Μ.Ε.....	4
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	5
ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....	6
ΣΥΝΘΕΣΗ ΤΗΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	7
ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΤΗΣ Μ.Μ.Ε.....	7
Η ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΤΗΣ Μ.Μ.Ε. ΚΑΤΑ ΤΟΝ ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ.....	12
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 (ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΗΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ)	
ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΗΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	15
ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	17
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....	17
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ.....	18
Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΕΣΑ ΣΤΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ.....	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 (ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΜΙΑΣ Μ.Μ.Ε.)	
ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΡΙΝΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΜΙΑΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	21
ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΝΕΟΪΔΡΥΟΜΕΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	24
ΚΡΙΣΙΜΑ ΣΗΜΕΙΑ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΙ Η ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΣΤΟ ΣΤΑΔΙΟ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ.....	27
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4(ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ Μ.Μ.Ε.)	
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ.....	30
ΚΛΑΣΙΚΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΑΠΟ ΤΡΑΠΕΖΕΣ.....	31
ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ.....	32
ΔΑΝΕΙΑ ΓΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΚΙΝΗΣΗΣ.....	33
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΓΙΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ – ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ.....	34
ΔΑΝΕΙΑ ΑΝΟΙΚΤΟΥ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ.....	35
ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΔΑΝΕΙΩΝ ΜΕ ΕΝΕΧΥΡΙΑΣΗ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ.....	35
ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΔΑΝΕΙΩΝ ΜΕ ΕΝΕΧΥΡΟ ΕΠΙΤΑΓΕΣ.....	36
ΕΝΥΠΟΘΗΚΑ ΔΑΝΕΙΑ.....	36
ΕΓΓΥΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΟΛΕΣ.....	36
ΕΓΓΥΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΟΛΕΣ ΣΕ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑ.....	38
ΠΡΟΕΞΟΦΛΗΣΕΙΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΩΝ.....	38
ΕΝΕΧΥΡΙΑΣΗ ΦΟΡΤΩΤΙΚΩΝ ΕΓΓΡΑΦΩΝ.....	38
ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ.....	39

ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΟΜΟΛΟΓΑ.....	40
ΔΑΝΕΙΑ ΓΙΑ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟ.....	40
ΔΑΝΕΙΑ ΓΙΑ ΚΤΙΡΙΑΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ.....	41
ΕΝΥΠΟΘΗΚΑ ΔΑΝΕΙΑ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ.....	41
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ – ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ & ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ.....	42
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5(ΤΟ LEASING)	
Το Leasing (Η Χρηματοδοτική μίσθωση).....	43
1. Η έννοια της χρηματοδοτικής μίσθωσης.....	43
2. Ο σκοπός της χρηματοδοτικής μίσθωσης.....	44
3. Οι κατηγορίες της χρηματοδοτικής μίσθωσης.....	44
4. Τα μέρη του leasing.....	45
5. Οι συμβατικές σχέσεις των τριών μερών.....	47
6. Σχέσεις εκμισθωτή, μισθωτή και κατασκευαστή σχετικά με την παράδοση του εξοπλισμού και τις εγγυήσεις που τον συνοδεύουν.....	48
7. Η συντήρηση του εξοπλισμού.....	48
8. Ασφάλειες χρηματοδότησης.....	49
9. Ασφάλειες έναντι διαφόρων κινδύνων.....	49
10. Μορφές χρηματοδοτικής μίσθωσης.....	49
11. Πηγές χρηματοδότησης των εταιριών.....	51
12. Ο νόμος 1665/1986 περί « ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ ».....	52
13. Κριτήρια αξιολόγησης των μισθωτών.....	57
14. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της χρηματοδοτικής μίσθωσης.....	57
17. Η χρησιμότητα της χρηματοδοτικής μίσθωσης.....	59
ΚΕΦΑΛΙΟ 6 (ΤΟ FACTORING)	
FACTORING (ΣΥΜΒΑΣΗ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ)	61
1. ΣΚΟΠΟΣ.....	62
2. ΟΙ ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥ FACTORING.....	63
3. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΘΕΣΜΟΥ FACTORING.....	67
4. ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ FACTOR – ΕΚΧΩΡΗΤΗ.....	68
5. Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ FACTORING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	70
6. Ο ΝΟΜΟΣ 1905/1990 (Φ.Ε.Κ. Α 147) “ Για τη σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών αιτήσεων και άλλες διατάξεις ”.....	70
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7(FORFAITING)	
FORFAITING.....	75
Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ FORFAITING.....	75
Η ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ FORFAITING.....	76
ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FORFAITING.....	77
ΤΟ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ FORFAITING.....	78
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8 (VENTURE CAPITAL)	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΥΨΗΛΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ (VENTURE CAPITAL)	79

1. ΣΤΑΔΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΩΝ.....	80
2. ΑΠΟΦΥΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ VENTURE CAPITAL.....	82
3. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ VENTURE CAPITAL ΣΕ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ.....	82
4. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ.....	83
5. ΟΙ ΕΤΑΙΡΙΕΣ VENTURE CAPITAL.....	83
6. Ο ΝΟΜΟΣ 1775/1988 ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ (VENTURE CAPITAL).....	84
7. Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ VENTURE CAPITAL ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	87
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9 (FRANCHISING)	
Ο ΘΕΣΜΟΣ ΤΟΥ FRANCHISING.....	89
ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ FRANCHISING.....	89
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FRANCHISING.....	90
ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FRANCHISING.....	90
ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΟΝ ΕΝΤΟΛΕΑ ΚΑΙ ΤΟΝ ΕΝΤΟΛΟΔΟΧΟ.....	91
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ FRANCHISING.....	91
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10 (ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ)	
ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	93
ΟΙ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ.....	94
ΤΟ ΕΥΡΩ ΚΑΙ ΟΙ ΑΛΛΑΓΕΣ ΠΟΥ ΕΠΕΦΕΡΕ.....	95
ΕΤΣΙ ΘΑ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΓΙΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΤΟΥ Γ' ΚΙΣ ΜΕΣΩ ΤΡΑΠΕΖΩΝ.....	98
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	100
Οι προτεραιότητες πολιτικής για την επίτευξη των ειδικών στόχων του ΕΠΛΑΝ.....	102
ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ - ΔΗΜΟΣΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ.....	105
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11 (Η ΕΡΕΥΝΑ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ)	
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	106
ΕΡΕΥΝΑ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΑΧΑΪΑΣ.....	110
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12 (ΕΠΙΛΟΓΟΣ)	
ΚΡΙΣΙΜΑ ΣΗΜΕΙΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	114

ΚΕΦΑΛΑΙΟ

1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στη σύγχρονη κοινωνία που, στόχος του σημερινού ανθρώπου είναι η όσο το δυνατό πληρέστερη κάλυψη των αναγκών του, σπουδαία θέση κατέχει η μικρομεσαία επιχείρηση μιας και αυτή παράγει τα περισσότερα αγαθά με τα οποία ικανοποιεί και τις ανάγκες του.

Συνεπώς η έννοια της μικρομεσαίας επιχείρησης είναι μια πολυσυζητημένη έννοια και μάλιστα από κάθε σκοπιά, όπως την οικονομική, την κοινωνική κ.ά.

Οι κατηγορίες των μικρομεσαίων περιλαμβάνουν φορείς που καλύπτουν σχεδόν όλους τους κλάδους των οικονομικών αγαθών αλλά και των υπηρεσιών. Συγκεκριμένος τύπος μικρομεσαίας δεν υπάρχει, τα πάντα εξαρτώνται από τον ιδιοκτήτη – επιχειρηματία της. Επίσης οι επιχειρήσεις αυτές δεν έχουν κάποια συγκεκριμένη νομική μορφή. Στις περισσότερες περιπτώσεις βέβαια πρόκειται για προσωπικές επιχειρήσεις αλλά και για επιχειρήσεις που αποχτούν απρόσωπη νομική μορφή όπως για παράδειγμα Α.Ε., Ο.Ε., ή Ε.Π.Ε. Χαρακτηριστικό της μικρομεσαίας επιχείρησης είναι ότι τα κεφάλαιά της, ιδιαίτερα κατά τα πρώτα στάδια της ζωής της, ανήκουν συνήθως σε άτομα της ίδιας οικογένειας ή σε άτομα που τα συνδέουν άμεσοι κοινωνικοί δεσμοί.

Το σημείο όμως εκείνο που είναι άξιο προσοχής στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι το μεγάλο πλήθος αυτών σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας (πρωτογενής, δευτερογενής, τριτογενής παραγωγή). Ωστόσο σήμερα, σε αντίθεση με το περελθόν μπορούμε να πούμε ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν είναι χαρακτηριστικό των υπό - ανάπτυξη ή αναπτυσσόμενων οικονομιών, μιας και αποτελούν συνδετικό κρίκο στην λειτουργία ολόκληρου του οικονομικού συστήματος. Η αναλογία του αριθμού των μικρομεσαίων στο σύνολο των επιχειρήσεων, διαφέρει βέβαια ανάλογα με τον τομέα δραστηριότητας.

Είναι πάντως γεγονός ότι οι επιχειρήσεις αυτές εκπροσωπούνται, σε μεγάλο βαθμό, σε όλους τους κλάδους της οικονομίας. Η παρουσία τους είναι σχετικά εντονότερη σε χώρους οι οποίοι χαρακτηρίζονται από ένταση εργασίας και εκεί όπου, για τεχνολογικούς λόγους, μεγάλες επιχειρήσεις, με δεσπόζουσα θέση στην αγορά, είναι σπάνιες ή και ανύπαρκτες, στοιχείο το οποίο χαρακτηρίζει ιδιαίτερα την ελληνική οικονομία. Ειδικότερα θα μπορούσε να αναφερθεί ότι οι επιχειρήσεις αυτές ασχολούνται με την ικανοποίηση του τελικού καταναλωτή μιας και έχουν την δυνατότητα της προσαρμογής της παραγωγής της, ανάλογα πάντα με τις ανάγκες του καταναλωτή.

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Τα κριτήρια χαρακτηρισμού μιας επιχείρησης σε μικρή, μεσαία, ή μεγάλη δεν είναι δυνατό να προσδιοριστούν με σαφήνεια, μιας και σημαντικό ρόλο σε αυτή την κατηγοριοποίηση κατέχει κατά μεγάλο βαθμό ο κλάδος στον οποίο ανήκει η εν λόγω επιχείρηση. Ωστόσο ισχύουν ποσοτικά και ποιοτικά κριτήρια.

Τα ποσοτικά κριτήρια έχουν να κάνουν με τον αριθμό των απασχολούμενων στην εν λόγω επιχείρηση, τον κύκλο εργασιών της καθώς και τα κεφάλαια που έχει στην διάθεσή της.

Ενώ τα ποιοτικά κριτήρια ένταξης μιας επιχείρησης στις μικρομεσαίες έχουν να κάνουν με τον τρόπο διοίκησής τους, την σύνθετη ή απλή οργάνωσή τους, τον τρόπο χρηματοδότησης τους καθώς και από την θέση που κατέχουν στην αγορά.

ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΓΝΩΡΙΣΜΑΤΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Ο κύριος σκοπός των Μ.Μ.Ε. είναι με σωστές επιχειρηματικές αποφάσεις να αναπτυχθούν και γιατί όχι, να εξελιχθούν σε μεγάλες.

Για το λόγο αυτό θα δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στις επιχειρήσεις που έχουν σαν στόχο, όχι το πως θα παραμείνουν στον επιχειρηματικό χώρο στον οποίο βρίσκονται για πολύ καιρό, αλλά και σ' αυτές που έχουν σαν στόχο να αναπτυχθούν και να εδραιωθούν σε μια συγκεκριμένη αγορά αυξάνοντας το μερίδιο αγοράς τους. Ωστόσο τα κύρια χαρακτηριστικά της είναι :

- ➔ Ο κεφαλαιούχος – επιχειρηματίας της Μ.Μ.Ε. « διδάσκεται » επιλύοντας κάθε φορά τα επιμέρους προβλήματα της επιχείρησης του, τα οποία αντιμετωπίζει για πρώτη φορά.
- ➔ Το οργανωτικό σύστημα διοίκησης της μικρομεσαίας είναι υπό ανάπτυξη.
- ➔ Οι περιορισμένες εμπορικές πράξεις δεν δίνουν την δυνατότητα επενδύσεων σε καθημερινά θέματα της διοίκησης. Αποτέλεσμα αυτού του γεγονότος είναι να μην μπορεί η μικρομεσαία να εκμεταλλευτεί τα οικονομικά πλεονεκτήματα της οργανωτικής και διοικητικής επιστήμης.

- Οι μικρομεσαίες στερούνται της δυνατότητας τυποποιημένων επιχειρηματικών αποφάσεων που είναι απαραίτητες για την λύση πρακτικών καθημερινών προβλημάτων.
- Οι επιχειρηματικές αποφάσεις λαμβάνονται μέσω των προσωπικών σχέσεων και όχι μέσω της οργανωτικής δομής της επιχείρησης.
- Οι περιορισμένες διοικητικές δυνατότητες συχνά ενσωματώνονται στην απολυταρχία του διευθυντή – ιδιοκτήτη της Μ.Μ.Ε.
- Το μέγεθος της επιχείρησης, συχνά διαδραματίζει καθοριστικό ρόλο στο να μην μπορεί να προσλάβει η επιχείρηση ικανά διοικητικά στελέχη, λόγω των περιορισμένων οικονομικών δυνατοτήτων της.
- Η ιδιοκτησία και η διοίκηση της επιχείρησης συμπίπτουν συχνά στο ίδιο πρόσωπο, με συνέπεια οι επιχειρηματικοί στόχοι να μην παρουσιάζονται διάφανοι στους εργαζομένους, οι οποίοι με την σειρά τους δεν γνωρίζουν γιατί εργάζονται. Αποτέλεσμα αυτού είναι η εργασιακή συμπεριφορά του επιχειρηματία, βραχυχρόνια, να συγχέεται με τους σκοπούς της επιχείρησης.
- Η ζήτηση των προϊόντων της επιχείρησης εξαρτάται πολλές φορές από την δραστηριοποίηση του ιδιοκτήτη – επιχειρηματία και όχι απ' αυτό το ίδιο το προϊόν, επειδή δεν κατάφερε η Μ.Μ.Ε. να δημιουργήσει το προϊόν δική του «προσωπικότητα» ώστε να διαθέτει «επώνυμη» ζήτηση. Αποτέλεσμα της αδυναμίας αυτής είναι πολλές Μ.Μ.Ε. να διαλύονται με το φυσικό θάνατο του επιχειρηματία και κατά συνέπεια ιδρυτού της.

ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Ωστόσο, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, παρά τα προβλήματα που κατά κανόνα αντιμετωπίζουν, αποτελούν τον ακρογωνιαίο λίθο της ελληνικής οικονομίας, αλλά και κάθε οικονομίας δεδομένου ότι αποτελούν το πλήθος των επιχειρήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο. Συγκεκριμένα το πλήθος τους, η ευέλικτη μορφή τους, η ποικιλία τους, οι νέες εφευρέσεις και καινοτομίες που προέρχονται από αυτές αποτελούν το κύριο χαρακτηριστικό του ρόλου αλλά και της προσφοράς τους στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της χώρας.

Επίσης οι μικρομεσαίες αυτές επιχειρήσεις λειτουργούν κάτω από ιδιωτική πρωτοβουλία και είναι γενικά παραδεκτό ότι ο κοινωνικός ανταγωνισμός είναι λιγότερο έντονος και αυτό λόγω της στενής προσωπικής συνεργασίας μεταξύ του ιδιοκτήτη και του προσωπικού της.

Συγκεκριμένα η χρησιμότητα των Μ.Μ.Ε. μπορεί να συνοψιστεί στα εξής σημεία :

- ➔ Ότι μπορούν να αντλήσουν πόρους (πέρα από τις οικογενειακές αποταμιεύσεις και τα επενδυμένα κεφάλαια) οι οποίοι ουδέποτε δεν θα λάμβαναν την μορφή παραγωγικού κεφαλαίου παρά μόνο μέσω της επιχείρησης.
- ➔ Συμβάλουν στη μείωση της ανεργίας κατά μεγάλο ποσοστό.
- ➔ Οι μικρές βιομηχανίες, μπορούν να παράγουν ποσότητες οι οποίες απαιτούνται από μία μικρή αγορά και σε κάποιο λογικό κόστος εάν έχουν την δυνατότητα να πάρουν κάποιες τεχνικές και διοικητικές οδηγίες για την αποδοτικότερη λειτουργία της.
- ➔ Τέλος σημαντικό ρόλο μπορεί να παίξουν στην περιφερειακή ανάπτυξη. Αυτό γίνεται με την παραγωγή και σε επαρχιακές πόλεις.

ΣΗΜΕΙΑ ΘΕΤΙΚΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΣΥΜΒΟΛΗΣ ΤΗΣ Μ.Μ.Ε.

Μερικά από τα θέματα στα οποία οι Μ.Μ.Ε. συμβάλουν θετικά στην κοινωνία είναι τα ακόλουθα :

- ➔ Εφοδιασμός του πληθυσμού : η παραγωγή αγαθών και η παροχή υπηρεσιών που επιτυγχάνεται από πολυάριθμες Μ.Μ.Ε. οι οποίες είναι διασκορπισμένες σε όλη την επικράτεια , βεβαιώνουν ότι τα αναγκαία αγαθά και οι υπηρεσίες θα φτάσουν και στις πιο απομακρυσμένες περιοχές. Έτσι πολλά είδη τα οποία δεν είναι κατάλληλα για μαζική παραγωγή και χρειάζονται εξειδικευμένο προσωπικό για την παραγωγή και διανομή τους, φτάνουν στον προορισμό τους. Λόγω των ικανοτήτων τους αυτών οι Μ.Μ.Ε. συμβάλλουν στην αποκέντρωση της παραγωγής και τον ικανοποιητικότερο εφοδιασμό του πληθυσμού.
- ➔ Σπουδαιότητα νέων θέσεων εργασίας : Αν δεν υπήρχαν οι Μ.Μ.Ε. η αποκεντροποιημένη και πολλές φορές σε απομακρυσμένες περιοχές παροχή εργασίας, θα έμενε ανεκμετάλλευτη και το διαθέσιμο εργατικό δυναμικό θα ήταν αναγκασμένο να μετακίσει για να βρει εργασία. Με αυτό τον τρόπο οι Μ.Μ.Ε. βοηθούν στην ομαλή λειτουργία του εργατικού δυναμικού και ιδιαίτερα στις περιοχές εκείνες που υποφέρουν από ανεργία.
- ➔ Οι Μ.Μ.Ε. συμβάλλουν θετικά στην κοινωνία με την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Οι περισσότερες από τις νέες θέσεις εργασίας έχει αποδειχτεί ότι δεν προέρχονται από τις μεγάλες επιχειρήσεις, αλλά αντίθετα από τις μικρές. Ο λόγος φαίνεται να είναι ότι οι

μικρομεσαίες, δυναμικές και ευέλικτες οικονομικές μονάδες όπου κυριαρχεί η ιδιωτική πρωτοβουλία, αναζητούν πιο δραστήρια τις νέες ευκαιρίες, απ' ό,τι οι πολύ μεγαλύτερες σχετικά, και απρόσωπες βραδυκίνητες επιχειρήσεις.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Ένα από τα κυριότερα πλεονεκτήματα των Μ.Μ.Ε. και το βασικότερο όπλο τους είναι η ποιότητα των προϊόντων. Η μικρομεσαία σε αντίθεση με την μεγάλη επιχείρηση έχει την δυνατότητα να δημιουργεί εξειδικευμένα προϊόντα που αφορούν εξειδικευμένες ανάγκες, ενώ ταυτόχρονα μπορεί να βελτιώνει την ποιότητα των προϊόντων της με μεγαλύτερη ευελιξία και ταχύτητα εξασφαλίζοντας μία καλύτερη ποιοτική στάθμη κατανάλωσης.

Σημαντικό επίσης πλεονέκτημα είναι οι προσωπικές σχέσεις των εργαζομένων μέσα στην επιχείρηση, όπου με καλή θέληση και συνεργασία συμβάλλουν στο να λειτουργεί καλύτερα η επιχείρηση. Ωστόσο η μικρομεσαία επιχείρηση έχει σαφώς στενότερες σχέσεις με το πελατειακό της κοινό και καταφέρνει μέσω αυτών να έχει μία σαφή και τεκμηριωμένη άποψη του εξωτερικού περιβάλλοντος και των εξελίξεων αυτού, αλλά και να εξυπηρετεί καλύτερα τις ιδιαίτερες ανάγκες των πελατών της.

Αξιοσημείωτο είναι, ότι οι Μ.Μ.Ε. καταφέρνουν λόγω του μικρού μεγέθους τους να προσαρμόζονται σχετικά εύκολα στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς και ταυτόχρονα επιβαρύνονται με σχετικά μικρά γενικά έξοδα.

Επίσης πολλοί πιστεύουν ότι οι Μ.Μ.Ε. αποδίδουν λιγότερο από τις μεγάλες, εντούτοις σε αρκετές χώρες και περιόδους συμβαίνει το αντίθετο. Σαν λόγοι καλύτερων επιδόσεων των μικρομεσαίων μπορούν να αναφερθούν η ευελιξία τους εφόσον ανταποκρίνονται ταχύτερα και με μικρότερο κόστος στις γρήγορες αλλαγές προϊόντων και υπηρεσιών καθώς και των μεθόδων παραγωγής όπως και αγορών – στόχων.

Αξίζει να επισημάνουμε ότι σε αρκετές περιπτώσεις οι Μ.Μ.Ε. υπερτερούν στον κατευθείαν ανταγωνισμό με τις μεγάλες επιχειρήσεις επειδή μπορούν, να πωλούν πιο φτηνά κυρίως αγαθά και υπηρεσίες, όπου υπάρχει ανάγκη στενής συνεργασίας με τον πελάτη και όπου χρειάζεται προσαρμογή σε εξατομικευμένες προδιαγραφές των πελατών.

Επί προσθέτως και στον τεχνολογικό τομέα η συμβολή τους είναι σημαντική. Νεωτερισμοί και εφευρέσεις εφαρμόζονται καταρχάς στις Μ.Μ.Ε., οι οποίες με την συμπαράσταση του "επιχειρηματικού

δαμονίου” του επιχειρηματία – ιδιοκτήτη κατορθώνουν να δώσουν νέα πνοή στην επιχειρηματική μονάδα. Θα μπορούσε μάλιστα να ειπωθεί ότι εξασφαλίζουν ένα διαρκές σφρίγος και μία νεανικότητα στον βιομηχανικό τομέα αν και είναι γεγονός ότι στην κατηγορία αυτή των επιχειρήσεων παρατηρείται πολύ μεγάλη θνησιμότητα.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΪΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Το κυριότερο μειονέκτημα της μικρομεσαίας επιχείρησης είναι η μεγάλη νηπιακή θνησιμότητα. Ο κυριότερος λόγος της τόσο μεγάλης νηπιακής θνησιμότητας είναι η μεγάλη « ευκολία εισόδου » (πολλοί υποστηρίζουν πάνω σε αυτό ότι μερικές φορές είναι πιο εύκολο να ανοίξεις μια επιχείρηση παρά να βρεις εργασία.) και το γεγονός ότι δεν υπάρχουν προϋποθέσεις απαγορευτικές για την ίδρυση μιας μικρής επιχείρησης. Στην προκειμένη περίπτωση δηλαδή αποδεικνύεται ότι η ελευθερία εισόδου στον τομέα αυτό δεν σημαίνει μόνο ελευθερία επιτυχίας αλλά και αποτυχίας. Κύριος υπαίτιος των τόσων αποτυχιών είναι η κακή διοίκηση, με ποιά συχνές αιτίες τα υψηλά λειτουργικά έξοδα, τους κακοπληρωτές πελάτες, την κακή επιλογή τοποθεσίας, διάφορες ανταγωνιστικές αδυναμίες, δυσκολίες και προβλήματα με τα αποθέματα και υπερβολικά μεγάλο ποσοστό πάγιων ενεργητικών.

Σημαντικό επίσης πρόβλημα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι να αναπτυχθεί και να παρουσιαστεί ένα προϊόν. Στις περισσότερες περιπτώσεις δεν διαθέτουν δικά τους εργαστήρια ανάπτυξης νέων προϊόντων αλλά παράγουν μιμήσεις άλλων, ιδιαίτερα μεγάλων επιχειρήσεων.

Στο να γίνει ένα προϊόν, το οποίο παράγεται από Μ.Μ.Ε., αποδεκτό από την αγορά στην οποία η επιχείρηση αναφέρεται π.χ. ανάπτυξη νέων « οδών » πωλήσεων, διανομών ή ακόμα και από τους χονδροπωλητές – λιανοπωλητές οι οποίοι στην αρχή το βλέπουν με καχυποψία αλλά τέλος και από τους ίδιους τους καταναλωτές ιδιαίτερα αν βρίσκεται στο χώρο βιομηχανικών προϊόντων μεγάλης διάρκειας ζωής π.χ. ηλεκτρικά είδη.

Ένα άλλο πρόβλημα είναι το να βρει διέξοδο η Μ.Μ.Ε. να αναπτυχθεί παραμένοντας ανεξάρτητη μονάδα και όχι απορροφώμενη από μια μεγάλη, πράγμα που μπορεί να συμβεί αν τα προϊόντα της αρχίσουν να γίνονται ανταγωνιστικά μιας μεγάλης οικονομικής μονάδας.

Άλλα εξίσου σημαντικά προβλήματα της μικρομεσαίας επιχείρησης είναι οι προμήθειες των πρώτων υλών και κυρίως σε μικρές ποσότητες αφού αυτές έχουν υψηλό κόστος και όχι πάντα την καλύτερη

δυνατή ποιότητα. Αυτό συμβαίνει γιατί η Μ.Μ.Ε. δεν διαθέτει πάντα τους αποθηκευτικούς χώρους αλλά και έχει μικρή παραγωγική ικανότητα λόγω του μεγέθους της.

Η Μ.Μ.Ε. για να λειτουργήσει χρειάζεται κάποιες πάγιες εγκαταστάσεις αλλά επειδή είναι μικρή συνήθως τις υποαπασχολεί, με αποτέλεσμα να αυξάνεται το κατά μονάδα κόστος της.

Ακόμα πρέπει να τονιστεί ότι η υποτυπώδη εμπορική οργάνωση καθώς και η αδυναμία έρευνας της αγοράς και των προθέσεων του καταναλωτή προσθέτει ένα ακόμα ρίσκο στο μέλλον της επιχείρησης.

Τέλος η έλλειψη επαρκών κεφαλαίων ωθεί την επιχείρηση στην στασιμότητα και την περιορίζει στο να μην μπορεί να προσλάβει ο ιδιοκτήτης ικανά στελέχη που θα μπορούσαν να προτείνουν λύσεις για κάθε είδους παρουσιαζόμενο πρόβλημα (π.χ. προϊόν, διοίκηση, marketing, χρηματοδότηση).

ΣΥΝΘΕΣΗ ΤΗΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η μικρομεσαία επιχείρηση έχει πολλά θετικά όσον αφορά την προσφορά της στην οικονομική δραστηριότητα, ωστόσο δεν πρέπει να παραβλέπουμε το γεγονός ότι αυτή η συγκεκριμένη μορφή επιχειρήσεων αντιμετωπίζει πάμπολλα προβλήματα. Προκειμένου λοιπόν να παρακολουθήσουμε την εξέλιξη της μικρομεσαίας μέσα στον χρόνο θα πρέπει πρώτα να παρακολουθήσουμε τον κύκλο ζωής της επιχειρηματικής μονάδας, δεδομένου ότι είναι σύνηθες φαινόμενο η «νηπιακή θνησιμότητα» των μικρομεσαίων.

ΚΥΚΛΟΣ ΖΩΗΣ ΤΗΣ Μ.Μ.Ε.

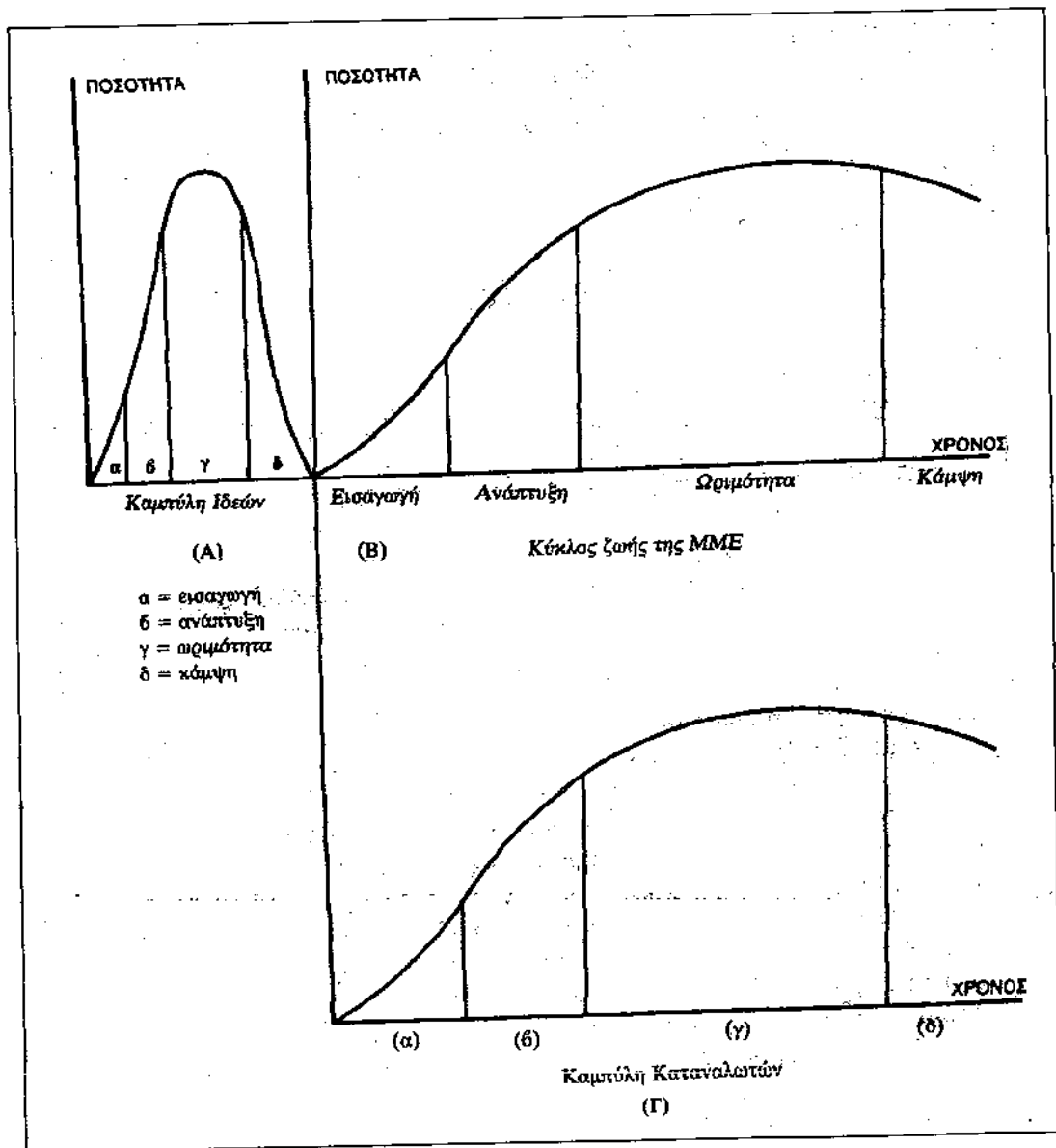
Όπως φαίνεται από το παρακάτω σχήμα ο κύκλος ζωής της μικρομεσαίας απεικονίζεται σε τρεις διαφορετικές διαστάσεις :

- A. Την καμπύλη των ιδεών
- B. Τον κύκλο ζωής της μικρομεσαίας
- Γ. Την καμπύλη των καταναλωτών

A. Η καμπύλη των ιδεών, είναι το σύνολο των διεργασιών που λαμβάνουν χώρα πριν δημιουργηθεί η επιχείρηση. Στην φάση αυτή ο επιχειρηματίας κεφαλαιούχος προβληματίζεται με το τι ακριβώς θα ασχοληθεί. Πιο συγκεκριμένα στο στάδιο αυτό της εισαγωγής ο επιχειρηματίας σκέφτεται για το αν θα δημιουργήσει μία επιχείρηση ή όχι, εξετάζοντας τις γενικότερες οικονομικές συγκυρίες. Στη συνέχεια

στο στάδιο της ανάπτυξης, προβληματίζεται για το τι θα παράγει σκεφτόμενος μια μεγάλη γκάμα προϊόντων, εξετάζοντας της δυνατότητες κάθε μιας ξεχωριστά, από πλευράς παραγωγής, τεχνολογίας, διάθεσης, αγοράς κ.λ.π.

Στο τρίτο στάδιο της ωρίμανσης, ο κεφαλαιούχος επιχειρηματίας εξετάζει διεξοδικά ένα προϊόν στο οποίο έχει καταλήξει, με έρευνα της αγοράς για το συγκεκριμένο είδος. Τέλος στο στάδιο της κάμψης ο επιχειρηματίας έχει απορρίψει σωρεία ιδεών και ασχολείται με ένα και μόνο προϊόν, προμηθεύεται τον κατάλληλο μηχανολογικό εξοπλισμό, βρίσκει τον κατάλληλο χώρο που θα στεγάσει την επιχείρησή του, προσλαμβάνει το απαραίτητο προσωπικό και αγοράζει και τις πρώτες ύλες. Στο σημείο αυτό βρισκόμαστε στην αρχή του κύκλου ζωής της επιχείρησης.



Β. Στον κύκλο ζωής της επιχείρησης, παρατηρούμε τέσσερα στάδια στην καμπύλη.

Στο πρώτο στάδιο της εισαγωγής, παρουσιάζεται η επιχείρηση στον επιχειρησιακό χώρο αναζητώντας συνεργασία με προμηθευτές για προμήθεια πρώτων υλών, υλικά συσκευασίας κ.λ.π. Επίσης, η επιχείρηση αναζητά συνεργασία με πελάτες καθώς και με χονδρεμπόρους και λιανοπωλητές. Αυτό είναι και το σημείο που αντιμετωπίζει ιδιαίτερα προβλήματα λόγω του μεγέθους της. Αυτό συμβαίνει λόγω έλλειψης εμπιστοσύνης τόσο εκ μέρους των προμηθευτών όσο και εκ μέρους των πελατών για το αν θα μπορέσει η επιχείρηση να αντεπεξέλθει στις υποχρεώσεις της μακροχρόνια ή όχι. Τα δε προϊόντα της τα αποδέχονται οι καταναλωτές με επιφύλαξη.

Κάτι ανάλογο όμως συμβαίνει και με το πιστωτικό σύστημα, όπου οι τράπεζες διατηρούν μια επιφύλαξη ως προς το άνοιγμα πιστώσεων με μια νέα οικονομική μονάδα. Με δεδομένο το περιορισμένο κεφάλαιο και τα αυξημένα έξοδα που αντιμετωπίζουν οι νέες μικρομεσαίες, η κατάσταση που δημιουργείται χρειάζεται μεγάλη προσοχή, ιδιαίτερα για το πως θα διοικηθεί.

Στο δεύτερο στάδιο, της ανάπτυξης, η μικρομεσαία οφείλει να καθορίσει με μεγάλη διαύγεια τους επιχειρηματικούς της στόχους και να εκμεταλλευτεί τόσο τα τεχνολογικά πλεονεκτήματα που μπορεί να διαθέτει ή να αποκτήσει, όσο και τις ανθρώπινες αξίες των συνεργατών της, για να μπορέσει να επιβιώσει στο συγκεκριμένο οικονομικό χώρο. Είναι η περίοδος όπου η μικρομεσαία θα δώσει εξετάσεις καλής συμπεριφοράς, τόσο προς τους προμηθευτές της και τα πιστωτικά ιδρύματα με τα οποία συνεργάζεται, όσο και προς τους πελάτες – καταναλωτές της. Ιδιαίτερα όμως προς τους ανταγωνιστές της και μάλιστα τις μεγάλες επιχειρήσεις. Ο θεμιτός ανταγωνισμός μέσα στον οποίο θα πρέπει να κινείται είναι ένας από τους βασικότερους παράγοντες του επιχειρηματικού παιχνιδιού. Στην φάση αυτή πολλές επιχειρήσεις εγκαταλείπουν τον αγώνα ύπαρξης τους είτε λόγω έλλειψης στόχων είτε λόγω ανωριμότητας.

Το τρίτο στάδιο του κύκλου ζωής της μικρομεσαίας, χαρακτηρίζεται σαν το στάδιο της ωριμότητας. Είναι το στάδιο ή επιχείρηση πραγματοποιεί κέρδη και έχει εδραιωθεί στην αγορά.

Οι ενέργειές της είναι σεβαστές από τους συνεργάτες της και η φερεγγυότητα της βρίσκεται σε υψηλό βαθμό. Οι προμηθευτές της είναι πρόθυμοι να ανοίξουν πιστωτικούς λογαριασμούς με την επιχείρηση και οι τράπεζες χρηματοδοτούν τις προσπάθειες της οικονομικής μονάδας. Στο στάδιο αυτό τα προϊόντα της επιχείρησης αποχτούν επώνυμη ζήτηση από τους καταναλωτές και η τριτογενής παραγωγή (χονδρέμποροι – λιανέμποροι) επιζητά την συνεργασία με την εν λόγω επιχείρηση.

Η οργάνωση της επιχείρησης έχει ξεπεράσει το στάδιο του λειτουργικού ή ακόμη και του μεικτού συστήματος και έχει προχωρήσει στην τμηματοποίηση. Πλην όμως σε αυτό το στάδιο κρύβεται μια απειλή, η απειλή του μέλλοντος και το του τι θα συμβεί στο μέλλον. Αν η επιχείρηση θα συνεχίσει να αυξάνεται και θα μετατραπεί σε μεγάλη ή αν θα πέσει στο στάδιο της κάμψης.

Αυτό όμως που παρατηρείται στην πράξη είναι ότι το πλήθος των επιχειρήσεων σε αυτό το σημείο αντιμετωπίζουν το στάδιο της κάμψης και αυτό γιατί μπορεί ο επιχειρηματίας να μην έχει εμπιστοσύνη στα στελέχη του, γιατί μπορεί η πιθανή απότομη αύξηση του μεγέθους της επιχείρησης και η απώλεια του ελέγχου σε συνδυασμό με την διαδικασία διαδοχής της διοίκησης σε επερχόμενες γενιές καθώς και εξωγενείς παράγοντες όπως μη ανανέωση του τεχνολογικού εξοπλισμού ή εμπλουτισμό με νέα προϊόντα οδηγούν την Μ.Μ.Ε. στο στάδιο της κάμψης.

Στο στάδιο της κάμψης, η επιχείρηση αρχίζει να αντιμετωπίζει πτώση των πωλήσεων της, προβλήματα ταμειακής ρευστότητας καθώς και την επιφυλακτικότητα τόσο των προμηθευτών της όσο και των πιστωτικών ιδρυμάτων, η τεχνολογία της συνήθως είναι παλαιά και το κόστος της αρχίζει να αυξάνεται. Τα διοικητικά στελέχη αρχίζουν να απομακρύνονται από την επιχείρηση και οι καταναλωτές επιζητούν νέα υποκατάστατα προϊόντα για να θεραπεύσουν τις ανάγκες τους. Το στάδιο αυτό είναι το τελευταίο όπου η επιχείρηση ή θα προσπαθήσει να εμφανίσει ένα νέο πρόσωπο διατηρώντας τα ιστορικά της πλεονεκτήματα ή θα αναζητήσει τον πλέον ανώδuno τρόπο παύσης των εργασιών της.

Γ. Στην καμπύλη με το στοιχείο Γ παρουσιάζεται η συμπεριφορά των καταναλωτών απέναντι στην μικρομεσαία. Στο στάδιο α, της εισαγωγής παρουσιάζονται οι πρώτοι καταναλωτές της επιχείρησης. Στην συνέχεια παρουσιάζεται μία νέα αγοραστική δύναμη και ιδιαίτερα στο δεύτερο στάδιο της ανάπτυξης στην καμπύλη καταναλωτών, όπου οι καταναλωτές αρχίζουν να αποδέχονται την ύπαρξη του προϊόντος. Οι καταναλωτές αυτοί, διαχωρίζουν τις ανάγκες τους σε φυσιολογικές, κοινωνικές και ψυχολογικές με μία ιεράρχηση αυτών. Οι καταναλωτές αυτοί είναι θετικοί δέκτες σε υπάρχοντα προϊόντα τα οποία έχουν ήδη δημιουργήσει κάποια ιστορία.

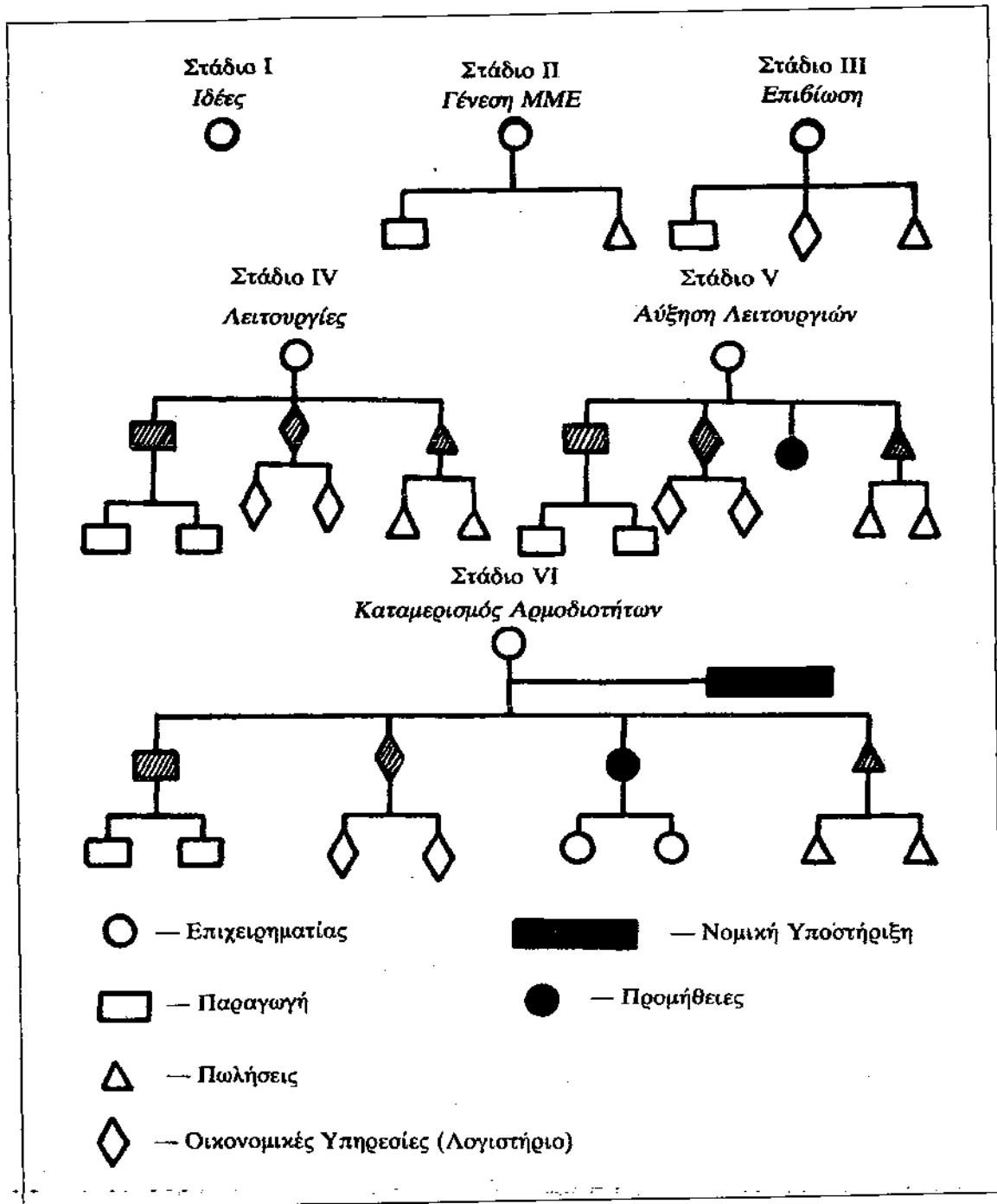
Στο στάδιο της ανάπτυξης συμμετέχουν και οι καταναλωτές, οι οποίοι καθορίζουν την σημαντικότητα της τιμής. Η επιχείρηση στο τέλος του σταδίου της ανάπτυξης της και στην αρχή της ωριμότητας της έχει λύση πολλά προβλήματα κόστος παραγωγής και δημιουργεί μία τιμολογιακή πολιτική από τους καταναλωτές.

Τέλος στο στάδιο της ωριμότητας παρατηρούμε μία νέα δύναμη καταναλωτών που συμμετέχει στην συνολική διαδρομή της επιχείρησης.

Οι καταναλωτές αυτοί σταθεροί στις ιδέες τους και στην καταναλωτική συμπεριφορά τους αποδέχονται μόνο δοκιμασμένα προϊόντα τα οποία έχουν επιδείξει κάποια ιστορία στην συγκεκριμένη αγορά. Θα μπορούσε ωστόσο να ειπωθεί ότι είναι οι πλέον συντηρητικοί τόσο στις απόψεις τους όσο και στις όσο και στις αγοραστικές τους συνήθειες πλην όμως, οι πλέον σταθεροί καταναλωτές σε συγκεκριμένα προϊόντα με επώνυμη ζήτηση.

Στο τέταρτο στάδιο της κάμψης αρχίζουν οι καταναλωτές να εγκαταλείπουν τα προϊόντα της επιχείρησης με πρώτους αυτούς του πρώτου σταδίου και τελευταίους αυτούς του τρίτου σταδίου.

Η ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΗ ΔΟΜΗ ΤΗΣ Μ.Μ.Ε. ΚΑΤΑ ΤΟΝ ΚΥΚΛΟ ΖΩΗΣ



Στον κύκλο ζωής της μικρομεσαίας η οργανωτική δομή αλλάζει με την πάροδο του χρόνου, την αύξηση των παραγόμενων προϊόντων αλλά και τον κύκλο εργασιών της. Στο παραπάνω διάγραμμα παρουσιάζεται η εξελικτική πορεία της μικρομεσαίας.

Κατά το στάδιο I ο επιχειρηματίας βρίσκεται στην καμπύλη των ιδεών. Δεν έχει σαφή άποψη για το τι θα κάνει και η οργανωτική δομή του είναι ανύπαρκτη.

Στο στάδιο II η μικρομεσαία αρχίζει την παραγωγική της διαδικασία και το οργανωτικό της σχήμα παρουσιάζεται σαν ελάχιστο ή σχεδόν ανύπαρκτο αφού αποτελείται από την παραγωγή και έναν πωλητή.

Στο τρίτο στάδιο της επιβίωσης το οργανωτικό σχήμα της παρουσιάζεται με τρεις υποτυπώδες λειτουργίες. Της παραγωγής όπου έχουν δημιουργηθεί και μερικές απαραίτητες θέσεις εργασίας, των πωλήσεων με αύξηση των θέσεων εργασίας λόγω γεωγραφικής εξάπλωσης των πωλήσεων και τέλος έχει δημιουργηθεί τμήμα λογιστηρίου. Δεδομένου ότι μέχρι το στάδιο III η εργασία αυτή γινόταν από τον ίδιο τον επιχειρηματία ή έναν λογιστή μερικής απασχόλησης.

Στο τέταρτο στάδιο οι οικονομικές υπηρεσίες έχουν αναπτυχθεί από οργανωτικής πλευράς θα μπορούσαμε να το χαρακτηρίσουμε σαν το βασικό λειτουργικό σύστημα με την ανάπτυξη των τελείως βασικών λειτουργιών παραγωγής.

Στο στάδιο V, της αύξησης των λειτουργιών της μικρομεσαίας πέρα από την πλήρη ανάπτυξη των παραπάνω λειτουργιών παρουσιάζεται και για πρώτη φορά η διεύθυνση προμηθειών με ένα στέλεχος πλήρους απασχόλησης.

Στο τελευταίο στάδιο VI της « ωρίμανσης » η μικρομεσαία μπορεί να εμφανιστεί με την μορφή του καταμερισμού των λειτουργιών της, οι οποίες πέρα από την πλήρη ανάπτυξη τους παρουσιάζονται και με την νομική υποστήριξη του αντίστοιχου τμήματος το οποίο βρίσκεται σε επιτελική σύνδεση με τον επιχειρηματία.

Όσοσο οποιαδήποτε επιχείρηση, οπουδήποτε μεγέθους ή αντικειμένου δραστηριότητας, αποτελείται από τον συνδυασμό των συντελεστών παραγωγής με μια ομάδα ανθρώπων. Εργασία του επιχειρηματία είναι να συνδέσει με επιτυχία τους ανθρώπους με την εργασία τους, να αποφασίσει τι θα παράγει, πως θα επιτευχθεί αυτό, πως θα συγκεντρώσει τα απαραίτητα χρηματικά διαθέσιμα και πως αργότερα θα κάνει απόσβεση των κεφαλαίων του. Αυτά είναι μερικά από τα προβλήματα που κάθε επιχειρηματίας καλείται να αντιμετωπίσει σε κάθε στάδιο λειτουργίας της επιχείρησης. Τα συγκεκριμένα όμως προβλήματα είναι πιο έντονα κατά το αρχικό στάδιο της λειτουργίας μιας επιχείρησης, δεδομένου ότι ο επιχειρηματίας για αυτή την φάση δεν έχει προηγούμενη εμπειρία για κανένα από τα παραπάνω θέματα.

Ο επιχειρηματίας είναι υποχρεωμένος να κάνει εκτιμήσεις ως προς την μελλοντική ζήτηση που πρέπει να ικανοποιήσει και ως προς τα μελλοντικά αποτελέσματα των ενεργειών που πρέπει να κάνει ώστε να ικανοποιήσει αυτή την ζήτηση. Πιο συγκεκριμένα ο επιχειρηματίας κατά

το αρχικό στάδιο της λειτουργίας της επιχείρησης πρέπει να πάρει αποφάσεις με ελλιπή γνώση του παρόντος και του μέλλοντος ως προς τα εξής θέματα που αποτελούν βασικά σημεία για την ίδρυση και λειτουργία της επιχείρησης :

■ Πρέπει να βρει τους απαραίτητους συντελεστές της παραγωγής και να εκτιμήσει την παραγωγική τους συνεισφορά και αμοιβή σύμφωνα με την αρχή της οριακής αποδοτικότητας. Με άλλα λόγια, ο επιχειρηματίας ανταγωνιζόμενος την αγορά για την χρησιμοποίηση παραγωγικών συντελεστών στο μέλλον, είναι υποχρεωμένος να αποτιμήσει τις τιμές των συντελεστών της παραγωγής σύμφωνα με την προβλεπόμενη αξία του προϊόντος που θα παράγει. Η απόδοση όμως των παραγωγικών συντελεστών μπορεί να είναι διαφορετική από αυτή που έχει υπολογίσει ο επιχειρηματίας και βάσει της οποίας έχει πληρώσει τους παραγωγικούς συντελεστές.

■ Πρέπει να γνωρίζει επακριβώς τον βαθμό που μπορούν να συνδυαστούν και να συνλειτουργήσουν οι διάφοροι παραγωγικοί συντελεστές, λαμβανόμενου υπόψιν, του στοιχείου της μη τέλειαις διαιρετότητας τους. Αυτό μπορεί να συμβεί όχι μόνο έχοντας σαν δεδομένο την τεχνολογική συνάρτηση παραγωγής αλλά ταυτόχρονα θα πρέπει να απαντά στο ποια θα είναι η πλέον ορθή και επικερδή σχέση μεταξύ εισροών – εκροών μέσα στην παραγωγική διαδικασία καθώς και για τις μεθόδους παραγωγής που θα είναι εφικτές στο μέλλον.

■ Πρέπει ακόμα να πάρει αποφάσεις για την τιμή πώλησης του αγαθού ή την τιμή αγοράς των εισροών, όταν καμία από τις δύο ή και τουλάχιστο μία από τις δύο δεν έχει καθορισμένη τιμή στην αγορά. Δηλαδή οι επιχειρηματίες προβαίνουν σε οικονομικές πράξεις σήμερα με σκοπό να παράγουν κάτι που θα πάρει μια μελλοντική τιμή. Η μελλοντική αυτή τιμή φυσικό είναι να μην μπορεί να προβλεφτεί. Συνεπώς το χρονικό διάστημα μεταξύ των πληρωμών και των εισπράξεων του θα φέρει επιδράσεις που δεν μπορούν να προβλεφθούν εκ των προτέρων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ

2

ΤΟ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΤΗΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Κάθε επιχείρηση για να επιτύχει τους στόχους της, οι οποίοι εκ των προτέρων πρέπει να είναι προκαθορισμένοι με σαφήνεια, ρεαλισμό και συνέπεια, πρέπει να έχει σαφή και πλήρη γνώση του περιβάλλοντος και του κλάδου μέσα στον οποίο κινείται. Το περιβάλλον σαν έννοια περιέχει το οικονομικό, το τεχνολογικό, το πολιτικό και νομικό καθώς και το κοινωνικό περιβάλλον.

Ένα από τα εργαλεία που μια επιχείρηση χρησιμοποιεί για να πετύχει τους στόχους της είναι και το μάρκετινγκ. Η διαδικασία του μάρκετινγκ αρχίζει πολύ πριν παραχθεί το προϊόν και πολλές φορές πριν ακόμα ιδρυθεί και η ίδια η επιχείρηση. Ερευνά και εντοπίζει την ανάγκη που υπάρχει σε μια συγκεκριμένη αγορά και στη συνέχεια αναπτύσσει το κατάλληλο προϊόν ή υπηρεσία για την ικανοποίηση αυτής της ανάγκης. Η οικονομική μονάδα υπάρχει για να εξυπηρετήσει τους καταναλωτές, οι δε καταναλωτές είναι ο ακρογωνιαίος λίθος στήριξης της οικονομικής μονάδας.

Η έννοια « αυτό το είδος παράγω αυτό πουλώ », είναι μία ξεπερασμένη έννοια που μόνο προβλήματα συσσωρεύει στην οικονομική μονάδα. Η έννοια αυτή έχει πλέον ξεπεραστεί και έχει δώσει τη θέση της στην έννοια του τι ζητάει ο καταναλωτής και τι μπορώ να του προσφέρω σε σχέση με την παραγωγική μου δυνατότητα.

Στην πρώτη περίπτωση, η επιχείρηση παράγοντας ένα προϊόν προσπαθούσε να το προωθήσει στην αγορά για να πετύχει το επιθυμητό κέρδος μέσω του όγκου των πωλήσεων.

Στη δεύτερη περίπτωση η επιχείρηση προσπαθεί να προσδιορίσει τις ανάγκες των καταναλωτών και να επιτύχει κέρδη μέσω της ικανοποίησης των καταναλωτών πράγμα που σημαίνει ότι η επιχείρηση θα έχει σταθερούς πελάτες οι οποίοι θα επαναλαμβάνουν τις αγορές τους από την συγκεκριμένη επιχείρηση αφού θα ικανοποιούν τις ανάγκες τους και δεν θα υπάρχει λόγος να στραφούν σε ανταγωνιστικά προϊόντα.

Το ερώτημα που τίθεται από τους επιχειρηματίες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι αν μπορεί μία μικρομεσαία να εργαστεί κάτω από την φιλοσοφία του μάρκετινγκ ή είναι αποκλειστικό προνόμιο των μεγάλων ανταγωνιστικών επιχειρήσεων. Η αλήθεια είναι ότι λόγω της δομής της μικρομεσαίας, η μικρομεσαία μπορεί ευκολότερα να πετύχει την ικανοποίηση των καταναλωτών της διαμορφώνοντας την παραγωγική της διαδικασία στις εκάστοτε συνθήκες αγοράς από ότι μία μεγάλη επιχείρηση η οποία βρίσκεται στη μαζική παραγωγή και δεν μπορεί εύκολα να προσαρμόζεται κάθε φορά στις ζητούμενες συνθήκες.

Ο επιχειρηματίας που θέλει να έχει επιτυχία, πριν ιδρύσει μια επιχείρηση ή κατασκευάσει ένα καινούργιο προϊόν πρέπει να κάνει σε πρώτο στάδιο μια έρευνα αγοράς για το αν το εγχείρημα του θα έχει θετική ανταπόκριση από το καταναλωτικό κοινό.

Οι λόγοι που θα οδηγήσουν στην επιτυχία ή την αποτυχία μίας επιχείρησης απορρέουν από την αδυσώπητη πραγματικότητα και αποτελούν αντικείμενο προβληματισμού του επιχειρησιακού κόσμου, αφού ο αριθμός των επιχειρηματιών που εγκαταλείπει το στίβο της επιχειρηματικής δραστηριότητας αυξάνει καθημερινά. Η διαφορά μεταξύ επιτυχημένων και αποτυχημένων επιχειρήσεων οφείλεται σε αυτό που ονομάζεται ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Η ιδέα του ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος αποτελεί το επίκεντρο της στρατηγικής του μάρκετινγκ. Το ανταγωνιστικό αυτό πλεονέκτημα το επιτυγχάνει η επιχείρηση εφόσον προσφέρει στην αγορά διαφοροποιημένα προϊόντα ή υπηρεσίες.

Ο τελικός στόχος της επιχείρησης πρέπει να είναι η επίτευξη και η διατήρηση της μεγαλύτερης δυνατής θετικής διαφοροποίησης του προϊόντος ή της υπηρεσίας στα μάτια των καταναλωτών, έναντι των ανταγωνιστών της. Κάθε επιχείρηση που ενδιαφέρεται να διαφοροποιηθεί πρέπει να γνωρίζει ότι ο πιθανός καταναλωτής ενδιαφέρεται κυρίως για τα οφέλη που θα έχει και όχι για τα χαρακτηριστικά γνωρίσματα του προϊόντος.

Με τον όρο όφελος εννοούμε το ευνοϊκό αποτέλεσμα που δέχεται ο καταναλωτής από ένα προϊόν ή υπηρεσία, επειδή το συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία έχει την ικανότητα να ικανοποιεί μία ειδική ανάγκη του καταναλωτή. Η προσφορά που κάνει η επιχείρηση στον καταναλωτή θα πρέπει να είναι ολοκληρωμένη. Να δείχνει με σαφήνεια ποια θα είναι τα οφέλη του πιθανού αγοραστή και ποια λύση δίνει στο πρόβλημα του σε σχέση με μία πιθανή ανταγωνιστική πρόταση. Για να είναι επιτυχημένη η προσφορά της επιχείρησης θα πρέπει, μέσα από την έρευνα, την μελέτη και ανάλυση της συμπεριφοράς του καταναλωτή, να εντοπίσει την συγκεκριμένη ανάγκη.

Πολλοί Έλληνες επιχειρηματίες αμφισβητούν την σπουδαιότητα του μάρκετινγκ και υποστηρίζουν ότι υπάρχουν επιχειρήσεις οι οποίες, ενώ έχουν σε πλήρη ανάπτυξη την διεύθυνση μάρκετινγκ στο οργανόγραμμά τους, αποτυγχάνουν. Ενώ υπάρχουν άλλες οι οποίες, δεν έχουν οργανωμένο μάρκετινγκ και επιτυγχάνουν. Οι υποστηρικτές της άποψης αυτής έχουν δίκιο γιατί η επιτυχία μιας επιχείρησης δεν εξασφαλίζεται με μία απλή δόμηση των λειτουργιών μάρκετινγκ σε ένα οργανόγραμμα, αλλά με την αποδοχή της φιλοσοφίας του μάρκετινγκ από ολόκληρη την επιχείρηση.

Η αποδοχή της φιλοσοφίας του μάρκετινγκ πρέπει να ξεκινά από την κορυφή της διοικητικής πυραμίδας και να συνεχίζεται σε όλα τα υπόλοιπα επίπεδα της διοικητικής ιεραρχίας κάθετα και οριζόντια, μέχρι

και τον εργαζόμενο της τελευταίας βαθμίδας. Η επιχείρηση που δεν θέτει ως βασική αποστολή της την ικανοποίηση των αναγκών του καταναλωτή, είναι καταδικασμένη σε αποτυχία.

Το μάρκετινγκ είναι αναγκαίο και η αναγκαιότητα του αυτή γίνεται όλο και περισσότερο συνειδητή στο Έλληνα επιχειρηματία, γιατί η ελληνική επιχείρηση μπορεί και πρέπει να επιζήσει στην πρόκληση της Ενωμένης Ευρώπης.

ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Το κόστος του μάρκετινγκ είναι υψηλό και συμμετέχει κατά ένα μεγάλο ποσοστό στην τιμή, την οποία πληρώνει, ο τελικός καταναλωτής. Αυτό έχει οδηγήσει πολλούς ανθρώπους στο να κατηγορήσουν το μάρκετινγκ ότι δημιουργεί ανάγκες για άχρηστα προϊόντα και κατά συνέπεια δημιουργεί σύγχυση στον καταναλωτή με το να του υποδεικνύει μία σειρά από μη αναγκαία προϊόντα και υπηρεσίες και με αυτό τον τρόπο να δημιουργεί κακές προτιμήσεις και λανθασμένες αξίες.

Ωστόσο, ο αντικειμενικός σκοπός των προσπαθειών της επιχείρησης είναι να διαφοροποιήσει τα προϊόντα της από εκείνα των ανταγωνιστών της. Είναι πολύ σημαντικό για την επιχείρηση να αντιληφθούν οι καταναλωτές της ότι ένα προϊόν είναι διαφορετικό από ένα άλλο, ακόμα και αν η διαφορά είναι υποκειμενική. Σε αυτή την περίπτωση η επιχείρηση μπορεί να αναπτύξει την δική της τιμολογιακή πολιτική και αυτό σημαίνει ότι ζητάει από τον καταναλωτή να πληρώσει κάτι παραπάνω για το διαφοροποιημένο προϊόν που απολαμβάνει.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Η χρησιμοποίηση της λέξης στρατηγικής σε σχέση με την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης έχει γίνει ευρύτατα δεκτή κατά τις τελευταίες δεκαετίες, τόσο στην πράξη, όσο και στην επιστήμη. Η στρατηγική του μάρκετινγκ και γενικά της επιχείρησης, αποβλέπει σε μία συντονισμένη προσπάθεια για την επίτευξη μακροχρόνιων στόχων.

Η επιτυχία μίας στρατηγικής θα εξαρτηθεί από το κατά πόσο αυτή μπορεί να υλοποιηθεί. Για να υλοποιηθεί μία στρατηγική, θα πρέπει να πληρεί τρεις όρους :

- Να υπάρχει συντονισμός μεταξύ των διαφόρων διευθύνσεων και μεταξύ των τμημάτων, έτσι ώστε όλοι να δουλεύουν προς την ίδια

κοινή κατεύθυνση. Τα στελέχη μίας επιχείρησης έχουν διαφορετικές αντιλήψεις και επιθυμίες, και έτσι θα δώσουν διαφορετικές απαντήσεις όταν τους ζητηθεί να απαντήσουν στο ερώτημα πως μπορούμε να επιτύχουμε τους στόχους της επιχείρησης.

- Ο καταμερισμός των μέσων που διαθέτει διεύθυνση μάρκετινγκ πρέπει να είναι ορθολογικός και ξεκάθαρος. Με τον όρο μέσα εννοούμε τα υλικά, τα χρηματικά καθώς και το χρόνο που έχει στη διάθεση του το προσωπικό της διεύθυνσης μάρκετινγκ.
- Η στρατηγική θα πρέπει να περιγράφει με σαφήνεια τον τρόπο για την επίτευξη των στόχων του μάρκετινγκ. Δεν αρκεί όμως μόνο αυτό, ένα στέλεχος μάρκετινγκ θα πρέπει να γνωρίζει τις δυνάμεις της επιχείρησης του. Έτσι σε μία ανταγωνιστική οικονομία η στρατηγική μάρκετινγκ, καθώς και η γενική στρατηγική της επιχείρησης, θα εξαρτηθεί από την στρατηγική των ανταγωνιστών της.

ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ

Σύμφωνα με το μάρκετινγκ υπάρχουν τρεις γενικοί τύποι στρατηγικών για την απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και αυτοί είναι :

- Η στρατηγική κόστους / τιμών : ο στόχος με αυτόν τον τύπο στρατηγικής της επιχείρησης είναι να μειώσει το κόστος παραγωγής και διάθεσης των προϊόντων της σε τέτοιο βαθμό που να πωλεί τα προϊόντα της σε χαμηλότερες τιμές από τους ανταγωνιστές της και έτσι να αυξήσει το μερίδιο αγοράς της. Η στρατηγική αυτή είναι κατάλληλη για τυποποιημένα προϊόντα, με τα οποία μπορούν να επιτευχθούν οικονομίες μεγέθους. Ωστόσο, υπάρχουν δυο κίνδυνοι. Να αλλάξουν οι προτιμήσεις των καταναλωτών και έτσι προϊόντα που παράχθηκαν σε μεγάλες ποσότητες να μείνουν αζήτητα αλλά και οι ανταγωνιστές με την σειρά τους να μειώσουν το κόστος παραγωγής και διάθεσης τους, οπότε το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα εξαφανίζεται.
- Η στρατηγική της διαφοροποίησης : με τη στρατηγική αυτή τα στελέχη μάρκετινγκ της επιχείρησης εστιάζουν την προσοχή τους στο να προσφέρουν στην αγορά ένα διαφορετικό προϊόν ή υπηρεσία σε σχέση με τους ανταγωνιστές τους. Αυτό του επιτρέπει

να πετύχουν μια υψηλότερη τιμή από εκείνη που θα μπορούσαν να πετύχουν κάτω από τέλειες συνθήκες ανταγωνισμού. Έτσι η στρατηγική διαφοροποίησης έχει ως στόχο να δημιουργήσει μια πρόσθετη αξία για το προϊόν / υπηρεσία στα μάτια των καταναλωτών, ώστε η προσοχή τους να εστιάζεται περισσότερο στα οφέλη του προϊόντος παρά στην τιμή του.

- Η στρατηγική της εστίασης : με τη στρατηγική αυτή η επιχείρηση εστιάζει την προσοχή της σε ένα ή περισσότερα τμήματα της αγοράς, αντί να προσπαθήσει να κατακτήσει ολόκληρη την αγορά. Με τη στρατηγική εστίασης μια επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιήσει ταυτόχρονα και τις παραπάνω στρατηγικές.

Ποια στρατηγική τελικά θα χρησιμοποιήσει η επιχείρηση, αυτό θα εξαρτηθεί από το είδος και τους στόχους της. Μία πλήρης στρατηγική μάρκετινγκ αποτελείται από τα εξής μέρη :

- Τους στόχους που καλείται να υλοποιήσει η διεύθυνση μάρκετινγκ
- Την επιλογή της αγοράς στόχου
- Την επιλογή των εναλλακτικών στρατηγικών
- Την ανάπτυξη της γενικής στρατηγικής
- Την ανάπτυξη των ειδικών στρατηγικών για τα στοιχεία του μείγματος μάρκετινγκ

Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΜΕΣΑ ΣΤΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

Το μάρκετινγκ αρχίζει να υφίσταται από την στιγμή που ο μελλοντικός επιχειρηματίας θα σκεφτεί να ιδρύσει μια επιχείρηση. Σε αυτό το στάδιο μια έρευνα μάρκετινγκ κρίνεται απαραίτητη για να εντοπιστούν οι ανάγκες των καταναλωτών και ο μελλοντικός επιχειρηματίας να πάρει μια ιδέα για το τι επιχείρηση θα κάνει και τι προϊόν στη συνέχεια θα αποφασίσει να παράγει.

Κατά την εισαγωγή του προϊόντος στην αγορά, ο επιχειρηματίας συνοδεύει το προϊόν του με υψηλές επενδύσεις καθώς και με την ανάλογη προβολή και με λεπτομερώς ελεγμένα προγράμματα εφαρμοσμένα στις στρατηγικές του μάρκετινγκ. Το στάδιο αυτό χαρακτηρίζεται από υψηλό κόστος παραγωγής, από χαμηλό ύψος πωλήσεων, περιορισμένη διανομή και έλλειψη άμεσου ανταγωνισμού.

Η νεοιδρυθείσα επιχείρηση κατά την έναρξη της παραγωγής της αντιμετωπίζει εκτός από το μεγάλο κόστος, και την δυσπιστία του

καταναλωτικού κοινού, δεδομένου ότι οι καταναλωτές δεν γνωρίζουν το προϊόν της αλλά ούτε και την επιχείρηση που το παράγει.

Γεγονός είναι πως σε αυτό το στάδιο το προϊόν δεν έχει την απαιτούμενη ζήτηση για να καλύψει το κόστος λειτουργίας της επιχείρησης και αυτός είναι ένας επιπλέον λόγος που κάνει το μάρκετινγκ επιτακτική ανάγκη.

Παρόλα αυτά επειδή το μάρκετινγκ είναι απαραίτητο για την επιβίωση μιας επιχείρησης αξίζει να αναφέρουμε ότι όταν η επιχείρηση δεν έχει την οικονομική πολυτέλεια να στελεχώσει τμήμα μάρκετινγκ μέσα στην επιχείρηση έχει την δυνατότητα να απευθυνθεί σε εταιρείες παροχής υπηρεσιών μάρκετινγκ. Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν πολύ συχνά ειδικούς ή ενδιάμεσες επιχειρήσεις μάρκετινγκ, οι οποίες τις βοηθούν να εκτελέσουν τις διάφορες υπηρεσίες του μάρκετινγκ. Όσο πιο μικρή είναι μία επιχείρηση τόσο περισσότερο χρησιμοποιεί τη βοήθεια των εταιρειών παροχής υπηρεσιών μάρκετινγκ. Ωστόσο, επειδή η πλειοψηφία των επιχειρήσεων είναι μικρές και μικρομεσαίες ο θεσμός των εταιρειών παροχής υπηρεσιών γίνεται ακόμα πιο απαραίτητος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ

3

ΒΑΣΙΚΟΙ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΠΟΥ ΚΡΙΝΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΜΙΑΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Κατά το αρχικό στάδιο της επιχείρησης, η επιχείρηση και κατά επέκταση και ο επιχειρηματίας καλείται να προβλέψει και να μεριμνήσει για πολλά πράγματα. Αυτά είναι και τα προβλήματα τα οποία θα αντιμετωπίσει στο αρχικό της στάδιο. Δηλαδή προβλήματα που έχουν να κάνουν με το που θα εγκατασταθεί η επιχείρηση, τι προϊόν ή προϊόντα που θα παράγει, πως θα τα παράγει, ποιος είναι ο καλύτερος τρόπος διοίκησης της, αν θα ακολουθήσει κάποια στρατηγική μάρκετινγκ και ποια, αλλά και προβλήματα που έχουν να κάνουν με την χρηματοδότηση της επιχείρησης.

Η επιλογή του τόπου εγκατάστασης της επιχείρησης έχει σημαντικές επιπτώσεις πάνω στο κόστος παραγωγής και διανομής του προϊόντος. Αυτό συμβαίνει γιατί όταν η επιχείρηση βρίσκεται κοντά στις πρώτες ύλες αλλά και τους καταναλωτές της επιτυγχάνει την μείωση των μεταφορικών της εξόδων και κάνει το προϊόν της πιο ανταγωνιστικό. Η απόφαση αυτή είναι σημαντική γιατί συνεπάγεται την επένδυση και, συνεπώς μακροπρόθεσμη δέσμευση τεράστιων χρηματικών ποσών, η οποία αποτελεί μόνιμο περιοριστικό παράγοντα και δεν επιτρέπει στη διοίκηση της επιχείρησης να μεταβάλει μια τέτοια απόφαση.

Ο επιχειρηματίας πρέπει να προβληματιστεί ακόμα για το τι τελικά θα παράγει. Είναι μια εξίσου κρίσιμη απόφαση και αυτό γιατί αν αποτύχει σε αυτή, αποτυγχάνει και η όλη του προσπάθεια. Το προϊόν πρέπει να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις λειτουργικότητας, να παράγεται οικονομικότερα και να είναι αποδεκτό από τον καταναλωτή.

Οι δύο πρώτες προϋποθέσεις αναφέρονται στην ποιότητα και κόστος κατασκευής του προϊόντος, οι οποίες μπορούν να διατυπωθούν ποσοτικά. Η τρίτη προϋπόθεση αναφέρεται στην αισθητική του εμφάνιση, ευχέρεια και κόστος χρησιμοποίησης του προϊόντος. Η τελευταία, αν και βασίζεται περισσότερο σε υποκειμενικά πρότυπα, (συσκευασία προϊόντος, ετικέτα προϊόντος, εικόνα του προϊόντος, ποιότητα του προϊόντος και υπηρεσίες που προσφέρονται μαζί με το προϊόν) είναι μεγάλης σημασίας. Η ανάγκη αυτή έχει αναγνωρισθεί από τις διοικήσεις των επιχειρήσεων ώστε να θεωρούν απαραίτητη την απασχόληση συμβούλων ή ειδικευμένου προσωπικού σχεδίασης.

Ειδικότερα όταν κατά το στάδιο σχεδίασης του προϊόντος εξετάζεται η λειτουργικότητα του θα πρέπει πρώτα να καθορίζεται τι απαιτείται από αυτό να εκτελεί και τι σκοπό θα εξυπηρετεί η κατανάλωση του. Θα πρέπει δε το προϊόν να σχεδιάζεται έτσι ώστε να

λειτουργεί ικανοποιητικά σε όλο το προγραμματισμένο χρονικό διάστημα της ζωής του. Όσον αφορά την οικονομική άποψη δεν υπάρχει αμφιβολία ότι, δεδομένης της λειτουργικότητας του προϊόντος, θα πρέπει κατά την σχεδίαση του να λαμβάνεται υπόψιν η κατά τον οικονομικότερο τρόπο παραγωγή του προϊόντος. Γιατί χαμηλότερο κόστος παραγωγής θα επιτρέψει χαμηλότερη τιμή διάθεσης του προϊόντος στον καταναλωτή.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι από τους αναλυόμενους κυριότερους παράγοντες επιδιώκεται, κατόπιν σειράς ερευνών και δοκιμών, να επιτυγχάνεται ο καλύτερος συνδυασμός αυτών και μέσα στο πλαίσιο των προϋποθέσεων που διατυπώθηκαν πιο πάνω.

Σημαντικό πρόβλημα που θα αντιμετωπίσει ο επιχειρηματίας είναι πως τελικά θα καταφέρει να οργανώσει και να διοικήσει την ίδια του την επιχείρηση κατανέμοντας έτσι τις αρμοδιότητες στους υπαλλήλους του ώστε να πετύχει ένα πνεύμα συνεργασίας και σύμπνοιας μέσα στην επιχείρηση. Θα πρέπει να έχει την ικανότητα να πείσει τους εργαζομένους σε αυτή, ότι η άποψη τους και οι προτάσεις τους έχουν σημασία για την επιχείρηση και μόνο πως αν λειτουργούν ομαδικά θα πετύχουν το επιθυμητό αποτέλεσμα. Στην αρχή λειτουργίας μιας επιχείρησης ο αριθμός των εργαζομένων είναι περιορισμένος και οι αρμοδιότητες τους αυξημένες. Καθώς όμως η επιχείρηση θα μεγαλώνει τότε απαιτείται αύξηση του προσωπικού της και σαφώς εξειδικευμένα άτομα σε κάθε ξεχωριστό τομέα της διοίκησης.

Στο αρχικό στάδιο μιας επιχείρησης ο επιχειρηματίας θα πρέπει να αποφασίσει αν θα χρησιμοποιήσει οργανωμένο μάρκετινγκ ή όχι και αυτό διότι κατά το αρχικό στάδιο το μάρκετινγκ σαν διαδικασία κοστίζει. Όμως είναι δυνατόν να φέρει πολύ επιθυμητά αποτελέσματα. Ο βασικός αντικειμενικός σκοπός του μάρκετινγκ είναι ακριβώς η διερεύνηση και εκτίμηση του είδους και του μεγέθους των αναγκών, δηλαδή των προτιμήσεων των αναγκών, και η σχετική ενημέρωση των υπόλοιπων συστημάτων της επιχείρησης, αλλά ειδικότερα του συστήματος παραγωγής που θα φροντίσει για την προσφορά των προϊόντων. Οι ειδικές λειτουργίες του μάρκετινγκ είναι:

- ⊕ Έρευνα και προσδιορισμός της συγκεκριμένης αγοράς που έχει σαν αποτέλεσμα την εκτίμηση και πρόβλεψη της μελλοντικής ζήτησης των προϊόντων
- ⊕ Σχεδίαση και κατάρτιση των διαφημιστικών προγραμμάτων για την προώθηση των πωλήσεων
- ⊕ Διαδικασία και μέθοδοι διάθεσης των προϊόντων
- ⊕ Εξυπηρέτηση των πελατών όσον αφορά την χρήση των προϊόντων

Παρόλα αυτά η απόφαση για χρησιμοποίηση ή όχι του μάρκετινγκ, αντικειμενικό σκοπό έχει η επιχείρηση να πουλήσει τελικά το προϊόν της στους καταναλωτές. Η ενασχόληση του επιχειρηματία για το τελικό

κόστος του προϊόντος και για το αν αυτό θα πετύχει να ικανοποιήσει τις ανάγκες των καταναλωτών θα του ήταν αδιάφορες αν οι καταναλωτές αγόραζαν ανεξέλεγκτα οτιδήποτε παρήγαγαν. Επειδή όμως οι καταναλωτές δεν είναι άβουλα όντα, οι επιχειρηματίες για να πετύχουν να πουλούν και κατά συνέπεια να κερδίσουν, αναγκάζονται εκ των πραγμάτων να ασχοληθούν με τον καταναλωτή, τις ανάγκες του και αν τελικά αυτά τα προϊόντα θα τις ικανοποιήσουν.

Συνεπώς, προκειμένου μια μικρομεσαία μεταποιητική επιχείρηση να πετύχει τους στόχους που έχει θέσει διαχρονικά μπορεί να χρησιμοποιήσει διαφορετικές στρατηγικές σε συνάρτηση με δύο μεταβλητές, το προϊόν και την αγορά.

Στο αρχικό στάδιο λειτουργίας μιας επιχείρησης αντιμετωπίζονται προβλήματα και αρκετά οξυμένα σε σχέση με την χρηματοδότηση. Η επιχείρηση κατά την ίδρυση της έχει ανάγκη από δύο βασικές μορφές κεφαλαίου, το κεφάλαιο κίνησης και το πάγιο κεφάλαιο που περιλαμβάνει τα κτίρια που πρέπει να χτιστούν αλλά και το μηχανολογικό εξοπλισμό που πρέπει να προμηθευτεί. Με την πρώτη κατηγορία καλύπτονται δαπάνες για πρώτες ύλες, και αμοιβές εργατικού δυναμικού ενώ από την δεύτερη κατηγορία εξασφαλίζονται ο μηχανολογικός εξοπλισμός του συστήματος παραγωγής που τελικά θα παράγει το προϊόν. Η επιχείρηση στο αρχικό στάδιο καλείται να καθορίσει τις ανάγκες της σε κεφάλαια και στη συνέχεια να προσδιορίσει τους τρόπους με τους οποίους τελικά θα χρηματοδοτηθεί. Σε αυτό το στάδιο τα περισσότερα κεφάλαια προέρχονται από τον ίδιο τον επιχειρηματία και την προσωπική του περιουσία ενώ οι τράπεζες σε αυτό το στάδιο είναι διστακτικές στο να χρηματοδοτήσουν μία νεοϊδρυόμενη επιχείρηση.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΝΕΟΪΔΡΥΟΜΕΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Πιο συγκεκριμένα, έστω ότι ο Χ επιχειρηματίας αποφασίζει να ιδρύσει μία επιχείρηση. Οι επιχειρηματικές ιδέες είναι απαραίτητες τόσο για το ξεκίνημα μίας επιχείρησης, όσο και για την ανάπτυξη μίας ήδη υπάρχουσας. Οι επιχειρηματικές ιδέες μπορεί να προέρχονται από τεκμηριωμένες έρευνες ή μπορεί απλώς να αποτελούν προαισθήσεις, να πηγάζουν δηλαδή, από το επιχειρηματικό δαιμόνιο του Χ επιχειρηματία. Θα πρέπει όμως να ερευνηθεί εάν ικανοποιούν τις ανάγκες των καταναλωτών. Η διερεύνηση των αναγκών του καταναλωτή θα γίνει μέσω του Μάρκετινγκ. Η αναγκαιότητα του μάρκετινγκ γίνεται όλο και περισσότερη συνειδητή στο έλληνα επιχειρηματία. Η ελληνική επιχείρηση μπορεί και πρέπει να επιζήσει στην πρόκληση της Ενωμένης Ευρώπης, στην οποία ανήκει η χώρα μας. Η επιχειρησιακή φιλοσοφία δηλώνει ότι το κλειδί της επιτυχίας έγκειται στη μεγαλύτερη δυνατή προσπάθεια να προμηθεύει τον καταναλωτή ότι ακριβώς αυτός επιθυμεί. Για να δημιουργήσει κέρδος μία επιχείρηση, πρέπει να ικανοποιήσει τον καταναλωτή, αλλά πριν προσπαθήσει να τον ικανοποιήσει, πρέπει να τον κατανοήσει. Η άγνοια του μάρκετινγκ από τις χιλιάδες μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι δικαιολογημένη διότι ιδρύθηκαν από ανθρώπους που συνδυάζουν τις ιδιότητες του ιδιοκτήτη και του διευθυντή.

Έπειτα αφού η ιδέα φαίνεται καλή ο επιχειρηματίας θα πρέπει να βρει τα κεφάλια με τα οποία θα μπορέσει να ιδρύσει και να δημιουργήσει την επιχείρησή του. Το αρχικό κεφάλαιο της επιχείρησης προέρχεται από την προσωπική περιουσία του επιχειρηματία ή συγγενικών του προσώπων. Κατά κανόνα όμως τα κεφάλαια αυτά είναι περιορισμένα και ο επιχειρηματίας στρέφει την ματιά του προς τα πιστωτικά ιδρύματα, τα οποία όμως τον αντιμετωπίζουν με δυσπιστία και ζητούν πολλές εγγυήσεις.

Αφού ο επιχειρηματίας μετά από πολλές δυσκολίες θα καταφέρει να εξασφαλίσει τα αναγκαία κεφάλαια για την ίδρυση της επιχείρησης του πρέπει να αποφασίσει που θα εγκαταστήσει την επιχείρησή του, έτσι ώστε να βρίσκεται κοντά στους προμηθευτές του αλλά και στο καταναλωτικό κοινό. Πρέπει να μελετήσει από που θα προμηθευτεί τις πρώτες ύλες και στην συνέχεια τι τεχνολογία θα χρησιμοποιήσει για να παράγει το προϊόν του σε χαμηλή και ταυτόχρονα ανταγωνιστική τιμή.

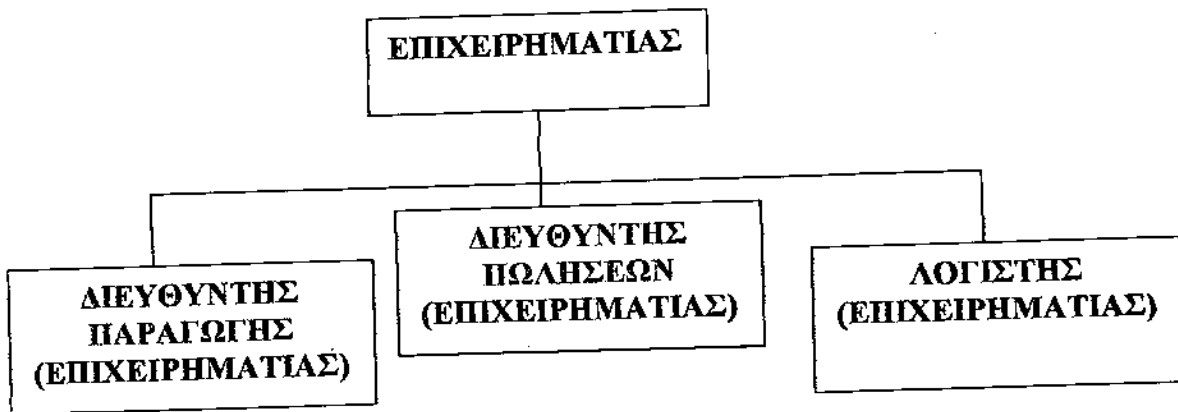
Το γεγονός ότι οι νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις είναι συνήθως οικογενειακές ή ατομικές αυτό επιφορτίζει τον επιχειρηματία με πολλές

αρμοδιότητες. Αλλά και όταν η επιχείρηση απαρτίζεται από περισσότερα άτομα ορισμένες φορές δεν είναι δυνατή η λήψη μίας σωστής απόφασης.

Ο ιδιοκτήτης - επιχειρηματίας είναι αυτός που θα πρέπει να πάρει αποφάσεις για τη διοίκηση της επιχείρησης. Οι δραστηριότητες της διοίκησης έχουν εφαρμογή και είναι απαραίτητες για όλες τις μορφές των επιχειρήσεων, είτε είναι μικρές είτε είναι μεγάλες. Επίσης, όλα τα στελέχη όλων των επιπέδων της διοικητικής ιεραρχίας πρέπει να εφαρμόζουν τις ίδιες θεμελιώδεις δραστηριότητες. Είναι δυνατόν μία μικρή επιχείρηση να μην έχει πολλά επίπεδα διοικητικής ιεραρχίας, ανεξάρτητα όμως από τον αριθμό των διοικητικών επιπέδων, όλα τα στελέχη πρέπει να εφαρμόζουν τις δραστηριότητες της διοίκησης. Ακόμη και ο πιο μικρός επιχειρηματίας πρέπει να ασκεί τις δραστηριότητες της διοίκησης, εάν θέλει να πετύχει τους στόχους του.

Ο επιχειρηματίας πρέπει ακόμα να αποφασίσει για την οργάνωση της επιχείρησης αλλά και για οποιοδήποτε άλλο πρόβλημα που μπορεί να προκύψει μέσα σ' αυτή.

Συνήθως το οργανόγραμμα μιας μικρομεσαίας επιχείρησης στο αρχικό στάδιο είναι :



Σύμφωνα με το παραπάνω οργανόγραμμα είναι εμφανές ότι ο επιχειρηματίας έχει να πάρει τόσες πολλές αποφάσεις που λογικό και επόμενο είναι να μη μπορεί να αποδώσει εξίσου καλά σε όλες. Ο επιχειρηματίας πρέπει να παίρνει τις αποφάσεις για την παραγωγή (πώς θα προμηθευτεί τις πρώτες ύλες, πώς θα παράγει και πώς θα επιτύχει ταυτόχρονα ένα χαμηλό κόστος).

Πρέπει ακόμα να αποφασίζει για το πώς τελικά θα πουλήσει το προϊόν του (τι τιμολογιακή πολιτική θα ακολουθήσει με βάση τους

ανταγωνιστές του, πώς θα το διαφημίσει και πώς θα το παρουσιάσει). Για παράδειγμα ο Χ επιχειρηματίας δεδομένου ότι το προϊόν του δεν είναι γνωστό ούτε και η επιχείρησή του, κρίνεται σκόπιμο να χρησιμοποιήσει διαφημιστικά prospectus αλλά πρώτα από όλα τις προσωπικές του γνωριμίες. Δεδομένου ότι μια οργανωμένη στρατηγική μάρκετινγκ θα του κοστίσει αρκετά και ειδικά στην αρχή δεν θα καλύψει το κόστος του. Ο επιχειρηματίας επίσης θα μπορούσε να παρουσιάσει το προϊόν του σε διάφορες εκθέσεις και να κάνει μια μικρή διαφημιστική καμπάνια σε ραδιοφωνικούς σταθμούς αρχικά, λόγω χαμηλού κόστους.

Τέλος, θα αναγκαστεί να διαχειριστεί και τα οικονομικά της επιχείρησης μόνος του ή με τη βοήθεια ενός λογιστή έξω από την επιχείρηση. Από αυτά είναι προφανές ότι μια μικρή επιχείρηση ιδιαίτερα κατά το αρχικό στάδιο της λειτουργίας της είναι πολύ δύσκολο να επιτύχει και για αυτό είναι και πολύ συχνή η θνησιμότητα των επιχειρήσεων σε αυτό το στάδιο.

ΚΡΙΣΙΜΑ ΣΗΜΕΙΑ ΠΟΥ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΙ Η ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΣΤΟ ΣΤΑΔΙΟ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η πρώτη κρίσιμη περίοδος μιας επιχείρησης είναι κατά την έναρξη των λειτουργιών της. Στο πρώτο της στάδιο αντιμετωπίζει την δυσπιστία όσον αφορά το προϊόν της, και τις υπηρεσίες της, δυσπιστία από την πλευρά των τραπεζών, των πελατών, των προμηθευτών αλλά και των χονδρεμπόρων. Πολλοί επιχειρηματίες μπορεί να ξεκίνησαν την επιχείρησή τους με λίγα χρήματα, δεδομένου ότι τα πιστωτικά ιδρύματα δεν είναι πρόθυμα να χρηματοδοτήσουν μια νεοϊδρυόμενη επιχείρηση αφού ο κίνδυνος να μην πάρουν τα κεφάλαια τους είναι μεγάλος, αλλά όταν ξεκίνησε η μεγέθυνση της επιχείρησής τους, η ανάγκη κεφαλαίων έγινε επείγουσα.

Η επόμενη κρίσιμη περίοδος της επιχείρησης μετά το πρώτο της στάδιο είναι όταν η επιχείρηση θα κλιθεί εκ των πραγμάτων να αναπτυχθεί δεδομένου ότι αν η επιχείρηση δεν αναπτυχθεί θα κλείσει γιατί δεν κατάφερε να προβλέψει το μέλλον και δεν προετοιμάστηκε ανάλογα. Η μικρομεσαία θα πρέπει να προβεί σε επανασχεδιασμό των λειτουργιών της και να πάρει κρίσιμες αποφάσεις για το μέλλον.

■ Μια από αυτές τις αποφάσεις είναι και η εισαγωγή ενός νέου προϊόντος. Η εισαγωγή νέων προϊόντων στην αγορά συνεπάγεται τεράστιες δαπάνες οι οποίες εγκλείουν σημαντικό κινδύνους. Ο αριθμός των επιτυχημένων προϊόντων παρουσιάζει μικρό ποσοστό επί του συνόλου των εισαγομένων νέων προϊόντων στην αγορά. Εν τούτοις, οι επιχειρηματικές μονάδες προσπαθούν να περιλάβουν στην οργανωτική δομή τους ειδικές υπηρεσίες έρευνας και ανάπτυξης για την δημιουργία νέων προϊόντων γνωρίζοντας ότι θα δαπανήσουν αλλά πιστεύοντας ότι θα έχουν θετικά αποτελέσματα στο μέλλον.

Ο βαθμός καινοτομίας, ο οποίος επιτυγχάνεται, θα εξαρτηθεί από το βαθμό, την έκταση και ποιότητα της προσπάθειας έρευνας, από την μεριά, του συστήματος μάρκετινγκ όσον αφορά την ακριβή και έγκαιρη διάγνωση και πρόβλεψη μελλοντικών αναγκών και από την άλλη, τις υπηρεσίες έρευνας και ανάπτυξης νέων προϊόντων. Η επιλογή του κατάλληλου χρόνου εισαγωγής του νέου βελτιωμένου προϊόντος στην αγορά αποτελεί ίσως το σημαντικότερο παράγοντα επιτυχίας ή αποτυχίας του.

■ Άλλη απόφαση που μπορεί να πάρει μια επιχείρηση είναι να μειώσει το κόστος παραγωγής και λειτουργίας της, προσδοκώντας με καλύτερες τιμές στα προϊόντα της να καταφέρει να προσέλκυση πάλι τους καταναλωτές της. Ωστόσο, η μείωση των λειτουργικών εξόδων και του κόστους παραγωγής δεν είναι πάντα εφικτή λύση.

- Μπορεί ακόμα να χρησιμοποιήσει τη διαφήμιση αυτή τη φορά όχι για να κάνει γνωστό το προϊόν της αλλά για να προσπαθήσει να του δώσει μια επώνυμη ζήτηση και να πείσει τους καταναλωτές της ότι το προϊόν της διαφέρει από τα άλλα και ότι θα τους ικανοποιήσει τις ανάγκες τους.
- Μια καλή πρόταση που όμως από την φύση της χρειάζεται πολύ καλό σχεδιασμό, είναι η επιχείρηση να προσπαθήσει να επεκτείνει τις δραστηριότητες της και συνεπώς και τις πωλήσεις της σε άλλες αγορές. Πιο συγκεκριμένα αν δραστηριοποιείται σε τοπική αγορά να επεκταθεί και σε άλλες αγορές ή αν δραστηριοποιείται στην εγχώρια αγορά να επεκταθεί σε αγορές του εξωτερικού. Στόχος της επιχείρησης πρέπει να είναι η διαφοροποίηση του μίγματος προϊόντων και η διεύρυνση του μεριδίου της στην εσωτερική και διεθνή αγορά μέσω της ανάπτυξης νέων προϊόντων και υπηρεσιών ή της ουσιαστικής βελτίωσης των ήδη υπάρχοντων. Επίσης, στόχος της πρέπει να είναι η βελτίωση της παραγωγικότητας και της ανταγωνιστικής θέσης της μέσω της ανάπτυξης νέων ή τη βελτίωση χρησιμοποιούμενων μεθόδων παραγωγής.
- Οι επιχειρήσεις πρέπει να βελτιώσουν τη δυνατότητά τους να ανταποκρίνονται επιτυχώς σε μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς, να αναζητούν την επιχειρηματική αριστεία, να εστιάζουν στις κεντρικές δεξιότητες που διαθέτουν, να ενισχύουν δίκτυα συνεργασίας, να επενδύουν σε έρευνα και ανάπτυξη και να επιχειρούν την έξοδό τους στη διεθνή αγορά. Προκειμένου να επιτευχθούν τέτοιοι στόχοι με σταθερότητα, οι συνεργασίες των επιχειρήσεων έχουν καθοριστική σημασία, καθώς και η καλλιέργεια κουλτούρας συνεργασίας.
- Η βελτίωση των δεξιοτήτων και επαγγελματικών δυνατοτήτων είναι αναγκαία ώστε να ικανοποιηθεί η ανάγκη αύξησης του αριθμού απασχολούμενων υψηλών προσόντων στις επιχειρήσεις. Απαιτείται προσαρμογή στις διαπιστωμένες ανάγκες της αγοράς αλλά και έμφαση σε νέα τεχνολογικά επαγγέλματα για τα οποία η αγορά δεν έχει ακόμα εκδηλώσει επαρκή ζήτηση. Τέλος, δεδομένης της δομής του παραγωγικού συστήματος και αναγνωρίζοντας ότι διαφορετικού μεγέθους επιχειρήσεις συνεισφέρουν με διαφορετικό τρόπο στην απασχόληση αλλά αντιμετωπίζουν και προβλήματα διαφορετικής έντασης, δημιουργείται σαφής προτεραιότητα να αντιμετωπιστούν οι ιδιαίτερες ανάγκες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων με τα κατάλληλα εργαλεία πολιτικής σε κάθε τομέα στοχευμένης παρέμβασης.
- Η επιχείρηση που θέλει να αναπτυχθεί, εκτός από το κατάλληλο προϊόν στη κατάλληλη τιμή, δεν ικανοποιεί τον καταναλωτή αν αυτό το προϊόν δεν βρίσκεται στο κατάλληλο τόπο και χρόνο εκεί που θα το ζητήσει ο καταναλωτής. Στόχος του συστήματος διανομής το οποίο πρέπει να αναπτυχθεί, είναι ο καταναλωτής να μπορεί να αποκτήσει

όσο το δυνατόν ευκολότερα το προϊόν. Ο επιχειρηματίας που έχει ένα αναπτυγμένο δίκτυο διανομής πετυχαίνει και μεγαλύτερη κατανάλωση των προϊόντων του αφού αυτά βρίσκονται σε πολλές αγορές.

Για όλα τα παραπάνω είναι φανερό, ότι η επιχείρηση εκτός από το να πάρει μία απόφαση για να υλοποιήσει κάτι από αυτά, το βασικότερο πρόβλημα της είναι να βρει το χρηματικό κεφάλαιο για να επιτύχει τους στόχους της. Γεγονός είναι ότι οι επιχειρήσεις διαθέτουν περιορισμένο κεφάλαιο και όσο καλά και να έχει πάει η επιχείρηση, σίγουρα θα χρειαστεί και χρηματοδότηση από ένα πιστωτικό οργανισμό ή τράπεζα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ

4

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις λόγω του μεγέθους τους και της μορφής τους, συχνά αντιμετωπίζουν προβλήματα στη χρηματοδότηση και ιδιαίτερα κατά το αρχικό στάδιο λειτουργίας τους δεδομένου ότι οι ανάγκες για την ίδρυση και εδραίωση μιας επιχείρησης στην αγορά είναι αυξημένες. Συνεπώς η μικρομεσαία πρέπει από κάπου να αντλήσει κεφάλαια για να ανταποκριθεί στις ανάγκες της αλλά και στις απαιτήσεις της αγοράς

Συνήθως κατά τα πρώτα στάδια της λειτουργίας μιας επιχείρησης υπάρχει μια δυσπιστία για το αν η επιχείρηση θα αντέξει στην αγορά και για αυτό το λόγο τα κεφάλαια της προέρχονται από συγγενείς, φίλους και από τις προσωπικές αποταμιεύσεις του επιχειρηματία με σκοπό να καλυφθούν οι ανάγκες, έως ότου φθάσει ο επιχειρηματίας στο σημείο που θα έχει την δυνατότητα να στραφεί προς άλλες πηγές χρηματοδότησης.

Το χρηματοδοτικό πρόβλημα στις μικρομεσαίες παρουσιάζει σοβαρές ιδιομορφίες και δυσχέρειες και μπορούμε να πούμε ότι προσδιορίζεται από τους εξής παράγοντες :

1. Έλλειψη επαρκών κεφαλαίων
2. Έλλειψη οικονομικού προγράμματος
3. Δυσχέρειες προσφυγής στις πηγές χρηματοδότησης

Συνήθως η μικρή μονάδα ξεκινάει με περιορισμένα κεφάλαια που είναι αποτέλεσμα προσωπικών και οικογενειακών οικονομιών. Η επέκταση της μονάδας γίνεται χωρίς οικονομικό πρόγραμμα και πολλές φορές τα κέρδη δεν φτάνουν να καλύψουν τις επενδύσεις. Οι μικρομεσαίες κατά κανόνα δεν επενδύουν συνεχώς και συνεπώς αλλά η επενδυτική συμπεριφορά τους χαρακτηρίζεται από την εμφάνιση μεγάλων επενδύσεων σε άταχτα χρονικά διαστήματα με αποτέλεσμα να εκτίθενται σε σοβαρούς κινδύνους αλλά κυρίως να υποφέρουν από χρόνια έλλειψη κεφαλαίων κίνησης.

Είναι συνηθισμένο φαινόμενο να προβαίνουν σε αγορές μηχανικού εξοπλισμού με δικά τους διαθέσιμα ή βραχυπρόθεσμες πιστώσεις εξαντλώντας έτσι τα κεφάλαια κίνησης με αποτέλεσμα αργότερα να καταφεύγουν στις τράπεζες για κεφάλαιο κίνησης όταν έχουν είδη αρχίσει να πιέζουν οι διάφορες ληξιπρόθεσμες υποχρεώσεις.

Η έλλειψη σωστής ενημέρωσης και πληροφόρησης των βιοτεχνών για τις πηγές, τους όρους και τις διαδικασίες χρηματοδότησης και η έλλειψη ειδικευμένων στη χρηματοδότηση μικρομεσαίων τραπεζικών στελεχών και η έλλειψη ειδικευμένου φορέα στην χρηματοδότηση μικρομεσαίων που θα έπρεπε να παίζει και το ρόλο του συμβούλου

χρηματοδότησης αποτελούν τους βασικούς ανασταλτικούς παράγοντες, που μέχρι σήμερα εξουδετερώνουν σε μεγάλο βαθμό τα ευνοϊκά μέτρα χρηματοδότησης, που έχουν θεσπιστεί.

Μέσα σε αυτές τις συνθήκες διάφοροι οργανισμοί καλούνται να παίξουν το ρόλο του καταλύτη, που από τη μία θα διευκολύνει τις μικρές επιχειρήσεις στην πρόσβαση τους στην χρηματοδότηση και από την άλλη, συνδυάζοντας τη χρηματοδότηση με την παροχή τεχνικής βοήθειας θα συμβάλλει στην καλύτερη αξιοποίηση των χορηγούμενων δανείων.

Η χρηματοδότη είναι απαραίτητο να συνδυάζεται με την παροχή τεχνικής βοήθειας. Η τράπεζα δεν πρέπει να είναι μόνο ο κριτής, αλλά ο σύμβουλος, ο συνεργάτης, ο πραγματικός συμπαραστάτης του επιχειρηματία. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι ο αρμόδιος υπάλληλος της τράπεζας δεν αρκείται να εξετάσει τα τυπικά στοιχεία μίας αίτησης για δάνειο, αλλά να συζητήσει με τον επιχειρηματία, να τον συμβουλευτεί, να τον καθοδηγήσει, να δει και να εξετάσει τα προβλήματα του σαν σύμβουλος και πέρα από τα πλαίσια της τυπικής διαδικασίας χρηματοδότησης. Για να μπορέσει όμως να παίξει ο ρόλο αυτό η τράπεζα ή οποιοσδήποτε χρηματοδοτικός οργανισμός χρειάζεται ειδικευμένα και έμπειρα στελέχη που θα διαθέτουν τις γνώσεις αλλά και το χρόνο να βοηθήσουν ουσιαστικά την χρηματοδότης της μικρομεσαίας επιχείρησης.

ΚΛΑΣΙΚΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΑΠΟ ΤΡΑΠΕΖΕΣ

Οι εμπορικές τράπεζες δανείζουν κεφάλαια ή είναι θεματοφύλακες αποταμιεύσεων που έχουν την μορφή λογαριασμών όψεων και προθεσμιακών καταθέσεων. Αυτές οι καταθέσεις αποτελούν υποχρεώσεις των τραπεζών αλλά χρησιμοποιούνται για την χρηματοδότηση επιχειρήσεων. Στις μέρες μας τα ανταγωνιστικά κεφάλαια της χρηματαγοράς εξυπηρετούν μία παρόμοια λειτουργία που διευκολύνει την χρηματοδότηση από εταιρίες.

Η βραχυπρόθεσμη τραπεζική πίστωση αναφέρεται και ως δάνειο χωρίς ασφάλειες, επειδή τα χρήματα δανείζονται σε πελάτες χωρίς την ανάγκη να συμπεριληφθεί κάποια ρήτρα πρόσθετης ασφάλειας ή κατάσχεσης περιουσιακών στοιχείων. Η διαπραγμάτευση αυτών των δανείων γίνεται ανάμεσα στις τράπεζες και τους επιχειρηματίες. Οι όροι ποικίλουν, ανάλογα με την πιστοληπτική κατάσταση και την χρηματοοικονομική ασφάλεια του δανειοδοτούμενου. Σε πολλές περιπτώσεις όταν υπάρχουν μακροχρόνιες σχέσεις ανάμεσα στις τράπεζες και τις επιχειρήσεις τα δάνεια αυτά ανανεώνονται αυτόματα. Συνήθως, οι τράπεζες δανείζουν για ένα μικρό χρονικό διάστημα και η επιχείρηση όταν δημιουργήσει αρκετό κεφάλαιο εξοφλεί το δάνειο. Οι

δανειακές συμβάσεις ολοκληρώνονται με την υπογραφή ενός γραμματίου που δεσμεύει το δανειοδοτούμενο να εξοφλήσει το δάνειο σε μία καθορισμένη ημερομηνία.

Οι επιχειρήσεις διατηρούν σχέσεις με τις τράπεζες γιατί οι τράπεζες αποτελούν ταχείς και άμεσες πηγές κεφαλαίων. Για να διευκολυνθεί η διαδικασία δανειοδότησης και να μειωθεί η γραφειοκρατία οι τράπεζες διαθέτουν κάποια πιστωτικά όρια που έχουν σχεδιαστεί με τέτοιο τρόπο ώστε να κατατίθεται ένα συγκεκριμένο χρηματικό ποσό έναντι του οποίου θα μπορεί να πάρει δάνειο μία επιχείρηση.

Προφανώς, οι τράπεζες χρεώνουν κάποια αμοιβή για την διάθεση πίστωσης στις επιχειρήσεις. Συνήθως, ο τόκος με τον οποίο χρεώνουν τους καλύτερους πελάτες τους είναι το βασικό επιτόκιο κατά μία ή δύο μονάδες υψηλότερο από το επιτόκιο που επιφέρουν τα γραμμάτια του δημοσίου. Το επιτόκιο ενός δανείου εξαρτάται από τον κίνδυνο που έχει ο πελάτης, από την ικανότητα του να εξοφλήσει το δάνειο και από την ανάλυση των δεικτών που προκύπτουν από τις οικονομικές εκθέσεις της δανειοδοτούμενης επιχείρησης. Οι παρεχόμενες χρηματοδοτήσεις με βάση το κριτήριο της διάρκειας τους διακρίνονται σε βραχυπρόθεσμες, μεσοπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες.

ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Ένας από τους λόγους τους οποίους οι επιχειρήσεις καταφεύγουν στην βραχυπρόθεσμη χρηματοδότηση είναι για να καλύψουν την έλλειψη κεφαλαίων όταν οι ταμειακές εισροές τους δεν επαρκούν για να καλύψουν ένα ξαφνικό κύμα εξόδων. Σκοπό έχουν να δανειστούν προσωρινά, προσδοκώντας ότι κάποια στιγμή στο μέλλον θα υπάρξει ταμειακή εισροή που θα επιτρέψει στην επιχείρηση να εξοφλήσει το δάνειο.

Πολλές επιχειρήσεις έχουν ακανόνιστες πωλήσεις εξαιτίας της εποχικότητας των εργασιών τους, όταν οι πωλήσεις τους συγκεντρώνονται σε συγκεκριμένες περιόδους του χρόνου. Για παράδειγμα το καλοκαίρι οι κατασκευαστές κλιματιστικών μηχανημάτων θα πρέπει να κάνουν απογραφή πριν αυξηθούν οι πωλήσεις τους. Αυτές οι επιχειρήσεις πρέπει να δανειστούν για να κατασκευάσουν εκ των προτέρων προϊόντα, έτσι ώστε να μπορούν να ανταποκριθούν σε αυτήν την εποχιακή ζήτηση. Μετά από αυτό το εποχιακό κύμα πωλήσεων τα δάνεια εξοφλούνται.

Στόχος της βραχυπρόθεσμης χρηματοδότησης είναι να αποφευχθεί η μακροπρόθεσμη χρηματοδότηση, η οποία μπορεί να αποφέρει αποτελέσματα που δεν μπορούν να προβλεφθούν. Η βραχυπρόθεσμη

χρηματοδότηση συμπληρώνει ένα προσωρινό κενό που παρουσιάζεται στις χρηματοδοτικές ανάγκες μίας επιχείρησης.

Υπάρχουν δύο τρόποι βραχυπρόθεσμου δανεισμού:

1. η επιχείρηση μπορεί να καταφύγει στο βραχυπρόθεσμο δανεισμό εκδίδοντας δικά της βραχυπρόθεσμα αξιόγραφα.
2. η επιχείρηση μπορεί να αντλήσει εξωτερικά κεφάλαια μέσω χρηματοοικονομικών μεσαζόντων.

Το μεγαλύτερο μέρος του βραχυπρόθεσμου δανεισμού γίνεται με την βοήθεια χρηματοοικονομικών μεσαζόντων όπως οι τράπεζες και οι χρηματοδοτικές εταιρείες, και με την άντληση κεφαλαίων από χρηματαγορές. Με άλλα λόγια έχει διαπιστωθεί ότι το χρηματοοικονομικό σύστημα της δανειοδότησης και δανειοληψίας λειτουργεί πιο αποτελεσματικά με μεσάζοντες που ονομάζονται χρηματοοικονομική μεσάζοντες ή ενδιάμεσοι. Αυτοί οι χρηματοοικονομικοί οργανισμοί είναι κατάλληλα εξοπλισμένοι ώστε να συγκεντρώνουν αποταμιεύσεις καταθετών και να δανείζουν αυτά τα χρήματα σε δανειζόμενους ή επιχειρήσεις, εκτελώντας πολύ αποτελεσματικά την λειτουργία του δανεισμού και το συνδυασμό των κεφαλαίων των αποταμιευτών με τους δανειζόμενους.

ΔΑΝΕΙΑ ΓΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΚΙΝΗΣΗΣ

Τα δάνεια αυτά χορηγούνται σε επιχειρήσεις που από το είδος της δραστηριότητας τους, το κύκλο εργασιών τους και την διάρθρωση των περιουσιακών τους στοιχείων έχουν αποδεδειγμένα ανάγκη σε κεφάλαιο κίνησης για το σκοπό δημιουργίας εύλογων αποθεμάτων σε πρώτες ύλες και έτοιμα προϊόντα. Σε κάθε όμως περίπτωση ευνόητο είναι ότι δεν επιτρέπεται η υπεραποθεματοποίηση.

Ειδικότερα σε αυτά τα δάνεια οι τράπεζες ελέγχουν:

- Αν για τον προσδιορισμό του ύψους των χρηματοδοτήσεων για κεφάλαιο κίνησης έχουν ληφθεί υπόψη τα εκάστοτε προβλεπόμενα στοιχεία από την δραστηριότητα της επιχείρησης.
- Αν το ύψος της χρηματοδότησης δεν υπερβαίνει το εκάστοτε ισχύον ποσοστό του πραγματοποιηθέντος τζίρου κατά το προηγούμενο έτος.
- Αν η λήξη των δανείων της κατηγορίας αυτής δεν υπερβαίνει την προβλεπόμενη διάρκεια και η εξόφλησή τους πραγματοποιείται με ίσες δόσεις.
- Την δανειστική σύμβαση κάθε επιχείρησης και την υποχρεώνει να προσκομίζει ανά τακτά χρονικά διαστήματα τιμολόγια αγοράς πρώτων υλών τοις μετρητοίς.
- Αν τα προσκομισθέντα τιμολόγια είναι εξοφλημένα τοις μετρητοίς και καλύπτουν το προβλεπόμενο ύψος κατά περίπτωση, από την οικία

έγκριση και έχουν εκδοθεί εντός διμήνου από την εκταμίευση του δανείου.

- Αν τα προσκομισθέντα επί πιστώσει τιμολόγια αγοράς πρώτων υλών θα έχουν εκδοθεί εντός της προβλεπόμενης προθεσμίας και έχουν εξοφληθεί με έγκυρες εξοφλητικές αποδείξεις.

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΓΙΑ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ - ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

Τα δάνεια για την εκτέλεση παραγγελιών αφορούν την προμήθεια πρώτων υλών, καθώς και των υπόλοιπων δαπανών για τη προετοιμασία των παραγγελιών εσωτερικού και εξωτερικού.

Ειδικότερα οι τράπεζες ελέγχουν:

- Αν για τα δάνεια της κατηγορίας αυτής έχουν προσκομιστεί οι σχετικές συμβάσεις οριστικού κλεισίματος της παραγγελίας.
- Αν το ύψος των εν λόγω δανείων δεν υπερβαίνει το προβλεπόμενο ποσοστό τη υπό εκτέλεσης παραγγελίας και η προθεσμία εξόφλησης του δεν υπερβαίνει την προβλεπόμενη προθεσμία ανάλογα με τους όρους της σύμβασης και του παραγωγικοσυναλλακτικού κυκλώματος της κάθε επιχείρησης.
- Αν ο χρηματοδοτούμενος έχει αναλάβει από την δανειστική σύμβαση, την υποχρέωση προσκόμισης αποδεικτών στοιχείων πραγματοποίησης της παραγγελίας.
- Αν προκείμενου περί χρηματοδότησης για την αγορά πρώτων υλών έχουν προσκομιστεί εντός καθορισμένου χρόνου εξοφλημένα τα σχετικά τιμολόγια.

ΔΑΝΕΙΑ ΑΝΟΙΚΤΟΥ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ

Οι τράπεζες έχουν την δυνατότητα να χορηγούν δάνεια στους πελάτες τους ανοικτού λογαριασμού. Αυτά χορηγούνται κατόπιν αιτήσεως από τις επιχειρήσεις και οι τράπεζες αφού ελέγξουν τα οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης ορίζουν ένα πλαφόν.

Το δάνειο αυτό χορηγείται από την τράπεζα σε ένα πελάτη της βάσει μίας σύμβασης. Με τη σύμβαση αυτή η τράπεζα ορίζει ένα ανώτατο όριο πίστωσης (πλαφόν) μέσα στο οποίο ο πελάτης μπορεί να κάνει ανάληψη ολόκληρου του ποσού εφάπαξ ή τμηματικά και αναλαμβάνει να αποδώσει το ποσό του δανείου, οποιαδήποτε στιγμή συνολικά ή τμηματικά.

Ο πελάτης αποσύρει και καταθέτει χρηματικά ποσά με αντίστοιχη χρέωση και πίστωση του λογαριασμού του, γι' αυτό το λόγο ο λογαριασμός καλείται και ανοιχτός λογαριασμός.

Οι καταθέσεις στο λογαριασμό γίνονται συνήθως με μετρητά και μεταβίβαση στη τράπεζα συναλλαγματικών, γραμματίων σε διαταγή καθώς και άλλων αξιών με τα αντίστοιχα αυτά ποσά πιστώνεται ο λογαριασμός του πελάτη. Οι αναλήψεις γίνονται με επιταγές που εκδίδει ο πελάτης από το στέλεχος των επιταγών που του δίνει η τράπεζα και με τα ποσά αυτά χρεώνεται ο λογαριασμός του.

Η τράπεζα παρακολουθεί τη κίνηση του λογαριασμού κάθε πελάτη και φροντίζει το υπόλοιπο του λογαριασμού να μην ξεπερνά το ανώτατο όριο του πλαφόν που έχει συμφωνηθεί.

Το ανώτατο όριο της πίστωσης που μπορεί ο πελάτης να αντλήσει μέσω του ανοιχτού λογαριασμού καθορίζεται ανάλογα με την φερεγγυότητα του, το ύψος των πωλήσεων και των κερδών που πραγματοποιούνται.

Η τράπεζα κάθε φορά επωφελείται από το επιτόκιο το οποίο εισπράττει. Οι χρηματοδοτήσεις όμως με σύμβαση ανοιχτού λογαριασμού διευκολύνει τις επιχειρήσεις, διότι έχουν πάντοτε στη διάθεσή τους ένα χρηματικό ποσό για την αντιμετώπιση κυρίως έκτακτων αναγκών τους.

ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΔΑΝΕΙΩΝ ΜΕ ΕΝΕΧΥΡΙΑΣΗ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΩΝ

Οι τράπεζες χορηγούν δάνεια στις επιχειρήσεις με ενέχυρο εμπορευμάτων και αυτό γιατί οι χορηγήσεις αυτές (με ενέχυρο πρώτων υλών ή εμπορευμάτων παραγωγής ή εμπορίας της επιχείρησης) θεωρούνται επιθυμητές διότι, υπό ορισμένες προϋποθέσεις, συνδυάζουν ασφάλεια και ρευστότητα λόγω του ενυπάρχοντος εμπράγματος καλύμματος.

Η τράπεζα με το ενέχυρο εξασφαλίζει την αποπληρωμή του δανείου και μέχρι αυτή να πραγματοποιηθεί τα εμπορεύματα της ανήκουν. Για αυτό το λόγο η τράπεζα έχει την δυνατότητα είτε να ορίσει ένα δικό της φύλακα, είτε να τα μεταφέρει σε δικές της αποθήκες, ορίζοντας δικό της έμπιστο ενεχυροφύλακα ή σε αποθήκη τρίτου (ενεχυροφύλακα). Στην περίπτωση που ο ενεχυροφύλακας οριστεί να είναι η επιχείρηση και διαπιστωθούν ελλείμματα, ο ενεχυροφύλακας διώκεται ποινικά και συνεπώς και η επιχείρηση.

ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΔΑΝΕΙΩΝ ΜΕ ΕΝΕΧΥΡΟ ΕΠΙΤΑΓΕΣ

Η τράπεζα επίσης έχει την δυνατότητα να χορηγήσει δάνεια με ενέχυρο επιταγές. Ο επιχειρηματίας που έχει πάρει από πελάτες του επιταγές που λήγουν μετά από κάποιο χρονικό διάστημα αλλά έχει ανάγκη από ρευστά μπορεί να τις οπισθογραφήσει να τις εκχωρήσει στην τράπεζα ως ενέχυρο για τη χορήγηση κάποιου δανείου.

Όταν αυτές θα λήξουν, η τράπεζα εισπράττει τα χρήματα από τον πελάτη της επιχείρησης, ενώ αν αυτός δεν τα δώσει στρέφεται κατά της επιχείρησης η οποία πρέπει να επιστρέψει τα χρήματα που δανείστηκε.

ΕΝΥΠΟΘΗΚΑ ΔΑΝΕΙΑ

Υπάρχει ακόμα η δυνατότητα από τις τράπεζες σαν εγγύηση από τις επιχειρήσεις, να ζητήσουν να βάλουν κάποιο από τα περιουσιακά τους στοιχεία σε υποθήκη. Με αυτό τον τρόπο η τράπεζα εξασφαλίζεται ότι σε περίπτωση μη πληρωμής του δανείου, και από τη στιγμή που υπάρχει μια υποθήκη η τράπεζα θα προχωρήσει σε πλειστηριασμό.

ΕΓΓΥΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΟΛΕΣ

Οι εγγυητικές επιστολές είναι ένας θεσμός που χρονολογείται στη Ελλάδα από τη λήξη του β' παγκοσμίου πολέμου και οφείλεται στη δυναμική ανάπτυξη των συναλλαγών, που επηρέασε προοδευτικά την λειτουργία της πίστωσης.

Ο θεσμός αυτός αποτελεί έναν από τους πιο αποδοτικούς τομείς των τραπεζικών εργασιών, αφού οι τράπεζες, χωρίς να απασχολούν κεφάλαια παρέχουν (πουλάνε) την πίστη τους, εισπράττοντας σημαντικές προμήθειες. Εξάλλου στις περισσότερες περιπτώσεις, το κέρδος τους δεν περιορίζεται εκεί, αλλά έχουν και σημαντικά έσοδα από το πλέγμα των εργασιών με τις οποίες είναι συνυφασμένες οι παρεχόμενες εγγυήσεις και οι οποίες κατά κανόνα διεκπεραιώνονται μέσω των τραπεζών που τις παρέχουν. Οι εγγυητικές επιστολές δεν εξομοιώνονται πλήρως με τις χορηγήσεις, παρά ταύτα έχουν ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά γνωρίσματα μεταξύ τους, από τα οποία το σπουδαιότερο είναι η ανάληψη πιστωτικών κινδύνων.

Για τους λόγους αυτούς, οι τράπεζες δίνουν μεγάλη σημασία στον τομέα των εγγυοδοσιών, προσπαθώντας να απορροφήσουν όσο το δυνατό μεγαλύτερο κομμάτι της αγοράς, προσφέροντας παράλληλα ελκυστικούς όρους στους υποψήφιους πελάτες τους, φροντίζοντας

ταυτόχρονα για την συνεχή αναβάθμιση και τον εκσυγχρονισμό των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Στην ουσία οι εγγυοδοσίες δεν είναι τίποτα περισσότερο από την μεσολάβηση μίας οι περισσότερων τραπεζών μεταξύ δύο τουλάχιστον συναλλασσόμενων μερών, με σκοπό την εξασφάλιση της ομαλής και απρόσκοπτης εξέλιξης της εγγυώμενης συναλλαγής.

Το εύρος των συναλλαγών για τις οποίες οι τράπεζες παρέχουν τις εγγυήσεις τους είναι ουσιαστικά απεριόριστο με την μοναδική προϋπόθεση να μην πρόκειται για παράνομη συναλλαγή. Εξάλλου και από την πλευρά των νομισματικών και πιστωτικών διατάξεων, οι εγγυοδοσίες έχουν απελευθερωθεί σε μεγάλο βαθμό με την έννοια ότι είναι πλέον δυνατόν να καλύπτονται με εγγυοδοσίες τέτοιου είδους συναλλαγές, για τις οποίες μέχρι πρότινος απαγορεύονταν η έκδοση εγγυητικών επιστολών.

Μία εγγυητική επιστολή για να είναι έγκυρη βάση των αποφάσεων των Νομισματικών Αρχών επικεντρώνεται :

- στον σαφή προσδιορισμό του ποσού και του αντικειμένου των εγγυητικών επιστολών
- στην διαπίστωση ότι δεν εκδόθηκαν εγγυητικές επιστολές που απαγορεύεται η από τον νόμο έκδοσή τους
- στην κανονική τήρηση του Μητρώου εγγυητικών επιστολών προς το Δημόσιο και τα νομικά πρόσωπα δημοσίου δικαίου
- την τήρηση αρχείου από αντίγραφα των εγγυητικών επιστολών κατά μητρώο
- την τήρηση των πλήρων και επαρκών δικαιολογητικών κατά εγγυητική επιστολή
- μήπως έχουν εκδοθεί εγγυητικές επιστολές για πελάτες που έχουν οφειλές και
- την εμπορικότητα και στην διάρκεια των υπέγγυων συναλλαγματικών σε εξασφάλιση εγγυητικών επιστολών.

ΕΓΓΥΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΣΤΟΛΕΣ ΣΕ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑ

Με την απόφαση 452/90 η επιτροπή πιστωτικών θεμάτων επιτρέπει στις τράπεζες που λειτουργούν στη Ελλάδα να εκδίδουν εγγυητικές επιστολές σε συνάλλαγμα υπέρ ελληνικών μεταποιητικών μονάδων για κάλυψη του ανοίγματος σε μεταγενέστερο χρόνο ανεκλήτων ενέγγυων πιστώσεων προς πληρωμή της αξίας του εισαγόμενου μηχανολογικού εξοπλισμού. Το ύψος των εγγυητικών επιστολών σε συνάλλαγμα δεν θα υπερβαίνει το 30% της συνολικής αξίας της ενέγγυας πίστωσης.

ΠΡΟΕΞΟΦΛΗΣΕΙΣ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΩΝ

Ο βιοτέχνης ή ο έμπορος που έχουν πωλήσει προϊόντα και εμπορεύματα με συναλλαγματικές και έχουν ανάγκη χρήματα μπορούν να μεταβιβάσουν τις συναλλαγματικές που κρατούν σε διαταγή της τράπεζας με οπισθογράφηση, εισπράττοντας ρευστό.

Η τράπεζα κάνει δεκτές τις συναλλαγματικές και αφού αφαιρέσει από την συνολική αξία των συναλλαγματικών που κατατέθηκαν το προεξόφλημα, την προμήθεια της και τα έξοδα είσπραξης καταβάλλει το υπόλοιπο στον κομιστή έμπορο ή βιοτέχνη.

Για να γίνει μία συναλλαγματική δεκτή για προεξόφληση από μία τράπεζα πρέπει να φέρει τουλάχιστον δύο υπογραφές, από τις οποίες, η μία να ανήκει στον πελάτη της, να έχει χρόνο λήξης μεγαλύτερο των τριών μηνών και η προεξόφληση να γίνει τουλάχιστον 15 ημέρες πριν την λήξη τους.

Αν μία συναλλαγματική που δέχτηκε και προεξόφλησε η τράπεζα, δεν εξοφληθεί έγκαιρα από τον οφειλέτη, η τράπεζα προχωρά σε διαμαρτύρηση της, ώστε να διατηρεί τα δικαιώματα της προς όσους οπισθογράφησαν την συναλλαγματική και ιδιαίτερα προς τον τελευταίο, εκείνον δηλαδή που την πρόσφερε στην τράπεζα και ζήτησε την εξόφληση της.

ΕΝΕΧΥΡΙΑΣΗ ΦΟΡΤΩΤΙΚΩΝ ΕΓΓΡΑΦΩΝ

Στην διαδικασία λαμβάνουν μέρος εκτός από την τράπεζα ο πωλητής έμπορος ή βιοτέχνης, ο ανταποκριτής της τράπεζας στον τόπο προορισμού του εμπορεύματος και ο παραλήπτης.

Η διαδικασία γίνεται με τον ακόλουθο τρόπο: Όταν ο πωλητής λάβει εντολή από την μεσολαβούσα τράπεζα να στείλει τα πωληθέντα εμπορεύματα στον αγοραστή, προχωράει στην φόρτωση τους. Στην συνέχεια συγκεντρώνει όλα τα φορτωτικά έγγραφα και τα μεταβιβάζει με οπισθογράφηση σε διαταγή της τράπεζας. Η τράπεζα καταβάλλει στον πωλητή μία προκαταβολή έναντι των φορτωτικών αυτών εγγράφων, η οποία ανέρχεται στο 60% έως 80% της αξίας των εμπορευμάτων και αποστέλλει τα φορτωτικά έγγραφα στο υποκατάστημα της τράπεζας του τόπου προορισμού των εμπορευμάτων ή σε άλλη ανταποκρίτρια τράπεζα που συνεργάζεται για την διεκπεραίωση της συναλλαγής.

Όταν η ανταποκρίτρια τράπεζα λάβει τα φορτωτικά έγγραφα ειδοποιεί τον παραλήπτη, ο οποίος με την σειρά του παραλαμβάνει την άδεια εκτελωνισμού καταβάλλοντας το υπόλοιπο της οφειλής του καθώς

και τις προμήθειες και έξοδα της τράπεζας για την διεκπεραίωση της διαδικασίας.

Τέλος η τράπεζα καλεί τον πωλητή και αφού αφαιρέσει την προκαταβολή του, τις προμήθειες και έξοδα της από όσα εισέπραξε κατά τη παράδοση των φορτωτικών, του καταβάλλει το υπόλοιπο της αξίας των εμπορευμάτων.

ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ

Ένα δάνειο ονομάζεται μακροπρόθεσμο όταν η λήξη του τοποθετείται μετά από χρονικό διάστημα μεγαλύτερο του έτους. Τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται για τον μακροπρόθεσμο δανεισμό πρέπει να αποτελούν επέκταση των ίδιων αρχών που χρησιμοποιούνται για τις βραχυπρόθεσμες χορηγήσεις. Δηλαδή, βαθιά γνώση της επιχειρήσεως σε συνδυασμό με μια προσεκτική χρηματοοικονομική ανάλυση. Ερευνώντας τις ανάγκες του υποψήφιου πελάτη, ο τραπεζικός θα πρέπει να υιοθετήσει το ρόλο του οικονομικού συμβούλου. Η ευθύνη του συνίσταται στο να χρησιμοποιήσει σε όφελος του πελάτη του την πείρα που διαθέτει και μια εμπειριστατωμένη γνώση του χρηματοδοτικού πλέγματος.

Σαν σημείο αναφοράς στην ενέργεια του αυτή πρέπει να έχει την ταύτιση των μακροπρόθεσμων συμφερόντων του πελάτη του με τα δικά του. Αυτό σημαίνει ότι θα πρέπει να αναλύσει, ανεξάρτητα το ένα από το άλλο, τη μορφή και το μέγεθος του προβλήματος (της εξωτερικής ανάγκης για δανεισμό) και μετά να καθορίσει τις λύσεις που απαιτούνται.

Για να παίξει κανείς το ρόλο του οικονομικού συμβούλου, θα πρέπει να δώσει απάντηση στα παρακάτω τέσσερα ερωτήματα : Σε τι αποβλέπει η ανάγκη, το χρονικό σημείο που θα εκδηλωθεί αυτή, ποσά χρήματα χρειάζονται και για πόσο και χρειάζονται. Μόνο όταν δοθούν πλήρεις και αντικειμενικές απαντήσεις στα ερωτήματα αυτά μπορεί κανείς να εισηγηθεί την αποδοχή της αιτουμένης χρηματοδοτήσεως και να την διαμορφώσει σε τρόπο που να καλύπτει το διπλό στόχο του πελάτη δηλαδή το ελάχιστο δυνατό κόστος και τη μεγαλύτερη οικονομική ευελιξία.

ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΟΜΟΛΟΓΑ

Τα εμπορικά ομόλογα είναι εργαλεία τη χρηματαγοράς, βραχυπρόθεσμης διάρκειας και χρησιμοποιούνται για βραχυπρόθεσμα χρέη / οφειλές και για την απόχτηση κεφαλαίου για να δημιουργήσουν

μια βιομηχανική μονάδα ή για να αποκτήσουν εξοπλισμό αξιόπιστες συνήθως επιχειρήσεις. Τα εν λόγω χρεόγραφα εκδίδονται και χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις χωρίς διασφαλίσεις και εγγυήσεις και αφορούν μεγάλα χρηματικά ποσά. Η χρονική περίοδος ωρίμανσης ορίζεται μεταξύ ενός έως δύο μηνών, αλλά πολλές φορές για πολύ μικρότερα χρονικά διαστήματα, μιας ή δύο ημερών αλλά και μέχρι εννέα μήνες.

ΔΑΝΕΙΑ ΓΙΑ ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟ

Οι τράπεζες χορηγούν δάνεια για μηχανολογικό εξοπλισμό. Τα δάνεια αυτά χορηγούνται για την αγορά τοις μετρητοίς καινούριων μηχανημάτων και εργαλείων, τα οποία κρίνονται αναγκαία για την παραγωγική διαδικασία των επιχειρήσεων αξίζει να σημειωθεί ότι σε αυτά τα δάνεια συμπεριλαμβάνονται και οι δαπάνες μεταφοράς και εγκατάστασης του μηχανολογικού εξοπλισμού. Η καταβολή του δανείου αυτού γίνεται με δίγραμμη επιταγή σε διαταγή του πωλητή και με την υποχρέωση του δανειολήπτη να προσκομίσει το εξοφλημένο τιμολόγιο. Τα δάνεια αυτής της κατηγορίας εξοφλούνται συνήθως μέσα σε 7 χρόνια.

Ειδικότερα σε αυτά τα δάνεια οι τράπεζες ελέγχουν :

- Αν έχουν υποβληθεί μαζί με την αίτηση χρηματοδότησης και τα προβλεπόμενα στοιχεία, όπως για παράδειγμα περιγραφικό σημείωμα του ίση υπάρχοντος και του αγοραζόμενου μηχανολογικού εξοπλισμού καθώς και προσφορά ή προτιμολόγιο των προμηθευτών.
- Ελέγχει ακόμα αν το ύψος κάθε δανείου δεν υπερβαίνει εκάστοτε ισχύον ποσοστό της αξίας των χρηματοδοτούμενων μηχανημάτων, ανάλογα πάντα με την μορφή της επιχείρησης και την περιοχή εγκατάστασής της.
- Αν η λήξη κάθε δανείου δεν υπερβαίνει την εκάστοτε ισχύουσα διάρκεια και η εξόφληση του γίνεται με ισόποσες δόσεις.
- Αν η επιχείρηση, για την αγορά του μηχανολογικού εξοπλισμού έχει καταβάλλει την προβλεπόμενη συμμετοχή της από τα ίδια διαθέσιμα της.
- Αν έχουν προσκομισθεί τα κατά περίπτωση, σχετικά τιμολόγια αγοράς των μηχανημάτων-εξοφλημένα τοις μετρητοίς και αναφέρονται σε αυτά τα προβλεπόμενα στοιχεία.

ΔΑΝΕΙΑ ΓΙΑ ΚΤΙΡΙΑΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

Οι τράπεζες έχουν ακόμη την δυνατότητα να χορηγούν και δάνεια στις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις για κτιριακές εγκαταστάσεις. Δάνεια για κτιριακές εγκαταστάσεις χορηγούνται σε βιοτεχνικές επιχειρήσεις για την :

- Ανέγερση σε ιδιόκτητο οικόπεδο νέων κτιρίων
- Αγορά έτοιμου εργαστηρίου

Η ενδιαφερόμενη επιχείρηση μπορεί να πάρει δάνειο για αγορά έτοιμου εργαστηρίου σε πάγιο ή καινούργιο κτίσμα. Μπορεί να δανειοδοτηθεί μέχρι το 70% της αξίας του με ανώτατο όριο 23.500 € και 35.220 € αν το ακίνητο βρίσκεται εντός βιομηχανικής ζώνης. Το υπόλοιπο 30% της αξίας ή το ποσό πάνω από 23.500 € και 35.220 € βαραίνει την ίδια την επιχείρηση.

Το ποσοστό της δανειοδότησης εξαρτάται κάθε φορά από την περιοχή που βρίσκεται η επιχείρηση. Τα δάνεια αυτά εξοφλούνται συνήθως σε 15 χρόνια και σε ισόποσες κατά ανώτατο όριο ετήσιες δόσεις.

ΕΝΥΠΟΘΗΚΑ ΔΑΝΕΙΑ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

Στον κλασικό δανεισμό εντάσσεται επίσης και η χορήγηση ενυπόθηκων δανείων. Στην περίπτωση αυτή ο επιχειρηματίας που θέλει να πάρει ένα μεγάλο δάνειο και δεν έχει κάτι για ασφάλεια έχει την δυνατότητα να βάλει υποθήκη κάποιο από τα περιουσιακά του στοιχεία. Στην περίπτωση που δεν καταφέρει να εξοφλήσει το δάνειο η τράπεζα θα προβεί σε κατάσχεση του εν λόγω περιουσιακού στοιχείου και σε πλειστηριασμό.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ – ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ & ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΕΝΩΣΗ

Σε αυτό το σημείο κρίνεται σκόπιμο να αναφέρουμε ότι μετά την καθιέρωση του ενιαίου νομίσματος από την πλειοψηφία ευρωπαϊκών χωρών, το οικονομικό περιβάλλον άλλαξε κατά πολύ. Πιο συγκεκριμένα οι επιχειρηματίες είχαν θετικά αποτελέσματα από την καθιέρωση του ευρώ (€). Απαλλάχθηκαν από το άγχος των μεταβολών των ισοτιμιών και γνωρίζουν ότι αυτό που είχαν κανονίσει να πληρώσουν θα παραμείνει σταθερό και δεν θα βρεθούν προ εκπλήξεων. Συνεπώς δεν ανησυχούν

πλέον για τις συναλλαγματικές ισοτιμίες, αφού αυτές είναι σταθερές και προκαθορισμένες.

Από την άλλη πλευρά οι επιχειρηματίες απόκτησαν καλύτερη πρόσβαση στις τράπεζες του εξωτερικού, λόγω του ελευθέρου ανταγωνισμού. Τους δίνεται συνεπώς η δυνατότητα πριν προχωρήσουν στη σύναψη ενός δανείου με κάποιο πιστωτικό ίδρυμα να ψάξουν και να συνεργαστούν με την τράπεζα που τους προσφέρει τους καλύτερους όρους.

Τέλος ο δανεισμός και οι συναλλαγές σε ενιαίο νόμισμα διευκόλυναν κατά πολύ τους συναλλασσόμενους επιχειρηματίες αλλά και τις σχέσεις μεταξύ τραπεζών και επιχειρηματιών αφού το ενιαίο νόμισμα έκανε τα πράγματα πιο ξεκάθαρα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ

5

LEASING (Η Χρηματοδοτική Μίσθωση)

Ο θεσμός του leasing, ή αλλιώς η χρηματοδοτική μίσθωση, όπως καλείται στην χώρα μας είναι ένας τρόπος μεσοπρόθεσμης χρηματοδότησης. Το leasing έχει καθιερωθεί διεθνώς τις τελευταίες δεκαετίες και ένα αξιόλογο ποσοστό των πραγματοποιούμενων επενδύσεων πραγματοποιείται μέσω αυτού. Στην χώρα μας η χρηματοδοτική μίσθωση καθιερώθηκε το 1986 με τον νόμο 1665/1986. Προωθείται κυρίως από ειδικούς χρηματοδοτικούς οργανισμούς και εταιρίες χρηματοδοτικής μίσθωσης.

Στην Ελλάδα οι περισσότερες εταιρίες χρηματοδοτικής μίσθωσης που έχουν ιδρυθεί είναι θυγατρικές εταιρίες τραπεζών. Ορισμένες από τις εταιρίες χρηματοδότησης είναι : η ALFA leasing A.E της τράπεζας Πίστεως, η ETBA leasing, της ETBA, η CITY leasing A.E της CITY BANK, η Εμπορική leasing, η Ergo leasing, η Εθνική leasing, η Ιονική leasing, η ATE leasing, η Πειραιώς leasing, η OTE leasing, η Κύπρου leasing και η ABN AMBRO leasing.

Η κεντρική ιδέα του leasing είναι η απόκτηση της χρήσης κεφαλαιουχικών αγαθών, κινητών ή ακίνητων με ολική χρηματοδότηση της αξίας τους χωρίς ανάγκη καμίας άμεσης εκταμίευσης από την πλευρά του επενδυτή.

1. Η έννοια της χρηματοδοτικής μίσθωσης

Πρόκειται για τη σύμβαση που πραγματοποιείται από μια ειδική εταιρία, που ονομάζεται εκμισθωτής και μια επιχείρηση ή έναν επαγγελματία που καλείται μισθωτής. Ο εκμισθωτής παραχωρεί για ορισμένο χρόνο και έναντι μισθώματος στον μισθωτή την χρήση επιχειρησιακού ή επαγγελματικού εξοπλισμού (όπως για παράδειγμα βιομηχανικά μηχανήματα, μηχανές γραφείου, μεταφορικά μέσα, ηλεκτρονικούς υπολογιστές κλπ.), παρέχοντας του συγχρόνως το δικαίωμα να αγοράσει το μίσθωμα μετά την πάροδο ορισμένου χρόνου είτε να ανανεώσει την μίσθωση για ορισμένο χρόνο.

2. Ο σκοπός της χρηματοδοτικής μίσθωσης

Η χρηματοδοτική μίσθωση ως μια εναλλακτική και συμπληρωματική μορφή χρηματοδότησης, έχει αναπτυξιακό και εκσυγχρονιστικό χαρακτήρα. Ο αναπτυξιακός της σκοπός φαίνεται στο ότι προσφέρει στον εκμισθωτή μια ακόμη μορφή χρηματοδότησης. Του προσφέρει δηλαδή μια εναλλακτική επιλογή χωρίς φυσικά να υποκαθιστά τον παραδοσιακό δανεισμό. Ενώ ο εκσυγχρονιστικός χαρακτήρας της εντοπίζεται στο ότι δίνει την δυνατότητα στον μισθωτή να προμηθεύεται και να μισθώνει σύγχρονο, διαρκώς ανανεωμένο και από μια μεγάλη γκάμα τεχνολογικό εξοπλισμό.

Η ανάπτυξη του θεσμού της χρηματοδοτικής μίσθωσης οφείλεται κυρίως σε επενδυτικές δραστηριότητες. Βασίστηκε στην προώθηση των επενδύσεων σε συνδυασμό με αναπτυξιακά κίνητρα για την επέκταση και τον εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων με σκοπό την αύξηση της παραγωγής και της παραγωγικότητας.

3. Οι κατηγορίες της χρηματοδοτικής μίσθωσης

Υπάρχουν δύο βασικές κατηγορίες Leasing σε διάφορες παραλλαγές με κύρια χαρακτηριστικά την κυριότητα του μισθώματος, τη μίσθωση και την χρηματοδότηση.

- A) Η διαχειριστική ή λειτουργική μίσθωση (Operating Leasing)
- B) Η χρηματοδοτική μίσθωση (Financial Leasing)

A) Η διαχειριστική μίσθωση είναι η απλή μορφή μίσθωσης, για συντομότερη συνήθως χρονική περίοδο απ' ό,τι η χρηματοδοτική μίσθωση και οπωσδήποτε για λιγότερο του 75% της εκτιμώμενης οικονομικής ζωής του περιουσιακού στοιχείου. Εδώ ο μισθωτής, μισθώνει από τον εκμισθωτή τον εξοπλισμό και του πληρώνει ενοίκιο. Τα χαρακτηριστικά της διαχειριστικής μίσθωσης είναι :

1. Ο εκμισθωτής προβαίνει σε εκμίσθωση του μηχανολογικού εξοπλισμού ορισμένης χρονικής διάρκειας και στην συνέχεια έχει την δυνατότητα να τον μισθώσει σε άλλον πελάτη.
2. Ο εκμισθωτής μετά το χρόνο της διαχειριστικής μίσθωσης του μηχανολογικού εξοπλισμού στον μισθωτή δεν θα έχει ανακτήσει την καθαρή δαπάνη στην οποία είχε υποβληθεί.
3. Ο εκμισθωτής διατηρεί τους συνήθεις κινδύνους και οφέλη τα οποία προκύπτουν από την διατήρηση της ιδιοκτησίας του περιουσιακού στοιχείου ενώ ο μισθωτής έχει την χρήση του.

4. Ο εκμισθωτής παρέχει υπηρεσίες συντήρησης και ασφάλειας του παγίου στοιχείου.

5. Η μίσθωση μπορεί να διακοπεί με μια απλή προειδοποίηση του μισθωτή πριν τη λήξη της ημερομηνίας της συμφωνημένης χρονικής περιόδου.

6. Το ύψος των μισθωμάτων που πρέπει να πληρώσει ο μισθωτής δεν είναι απαραίτητο να καλύπτει όλο το κόστος του μισθού.

7. Ο εκμισθωτής μπορεί να πουλήσει το περιουσιακό στοιχείο στο τέλος κάθε επιμέρους χρονικής περιόδου μίσθωσης.

8. Οι περίοδοι μίσθωσης μπορούν να παραταθούν ή να ανανεωθούν κατόπιν διαπραγμάτευσης κάθε φορά.

B) Η χρηματοδοτική μίσθωση σε αντίθεση με την διαχειριστική μίσθωση, είναι μια μορφή χρηματοδότησης που συνδυάζει τον τραπεζικό δανεισμό και τη μίσθωση κεφαλαιουχικού εξοπλισμού. Τα χαρακτηριστικά της χρηματοδοτικής μίσθωσης είναι :

1. Ο εκμισθωτής στην χρηματοδοτική μίσθωση αποβλέπει να αποσβεσθεί όλο το κόστος του μηχανολογικού εξοπλισμού σε μία μακρόχρονη συμφωνία με έναν μόνο μισθωτή.

2. Η μίσθωση δεν διακόπτεται από τον μισθωτή πριν την λήξη της ημερομηνίας που έχει συμφωνηθεί στην σύμβαση.

3. Ο εκμισθωτής μπορεί να παρέχει υπηρεσίες συντήρησης, μπορεί και όχι.

4. Το ποσό της μίσθωσης που πρέπει να πληρώσει ο μισθωτής καλύπτει όλο το κόστος του μισθίου.

5. Το συνολικό κόστος των μισθωμάτων υπερβαίνει την αξία του μισθίου.

6. Ο μισθωτής βαρύνεται από όλους τους κινδύνους και τα σχετικά έξοδα λειτουργίας, ασφάλισης, φθοράς, συντήρησης και επισκευής του μισθίου.

4. Τα μέρη του leasing

Το leasing είναι ένα σύστημα μίσθωσης στο οποίο συμμετέχουν τρία μέρη:

- ο εκμισθωτής (leasor)
- ο μισθωτής (lessee)
- παραγωγός – κατασκευαστής ενός αγαθού

Η εταιρία leasing και ο παραγωγός συνδέονται με ένα συμβόλαιο πώλησης, ενώ η εταιρία leasing και ο μισθωτής με ένα συμβόλαιο μίσθωσης.

Τα τρία αυτά μέρη καταρτίζουν μία χρηματοδοτική συμφωνία κατά την οποία ο εκμισθωτής, εταιρία leasing, αγοράζει αγαθά από τον

παραγωγό και τα μισθώνει στον μισθωτή έναντι προσυμφωνημένου μισθώματος που καταβάλλεται σε καθορισμένα χρονικά όρια. Η μίσθωση πραγματοποιείται για την συγκεκριμένη χρονική περίοδο, μετά την λήξη της οποίας ο μισθωτής έχει την δυνατότητα :

- ή να επιστρέψει τα αγαθά
- ή να επαναλάβει την μίσθωση
- ή να αγοράσει τα αγαθά σε συμβολική τιμή που να είναι προκαθορισμένη στο συμβόλαιο.

Στην έννοια του «αγαθού» συμπεριλαμβάνονται όλα τα κινητά ή ακίνητα κεφαλαιουχικά αγαθά. Πρέπει όμως να τονιστεί ότι η έννοια του αγαθού που προσφέρεται για μίσθωση, συνήθως καθορίζεται από την νομοθεσία της χώρας στην οποία πραγματοποιείται η σύμβασης μίσθωσης είτε άμεσα είτε έμμεσα.

Η σύμβαση leasing χαρακτηρίζεται από δύο βασικές αρχές. Πρώτο, το leasing δεν μεταβιβάζει την ιδιοκτησία του οικονομικού αγαθού, αλλά αποκλειστικά και μόνο την δυνατότητα εκμετάλλευσης του για να δημιουργηθεί κέρδος. Δεύτερο, το leasing είναι μία εξαιρετικά ευέλικτη μορφή μίσθωσης, επειδή επιτρέπει να ικανοποιούνται οι πολυάριθμες και πολυποίκιλες ανάγκες του μισθωτή, τόσο σε ότι αφορά τα χαρακτηριστικά του μισθωμένου αγαθού, όσο και τους όρους αγοράς τους, αφού ο μισθωτής σε κατευθείαν επαφή με τον κατασκευαστή - παραγωγό επιλέγει το κεφαλαιουχικό αγαθό που θα εντάξει στην παραγωγική του διαδικασία.

Τα τρία μέρη μίας σύμβασης leasing έχουν σαν βασική επιδίωξη την παραγωγική χρήση και τη καλύτερη δυνατή εκμετάλλευση του κεφαλαιουχικού αγαθού. Πιο συγκεκριμένα :

- εκμισθωτής: Τοποθετεί με ασφάλεια τα ίδια ή δανειακά του κεφάλαια.

Ωφελείται από προμήθειες, υπολειμματικές αξίες, αποσβέσεις, εκπτώσεις μαζικών αγορών και άλλα. Εκμεταλλεύεται τα διεθνή κίνητρα παραγωγής και διάθεσης κεφαλαιουχικών αγαθών, πριμοδοτήσεις επιτοκίων, επιστροφής Φ.Π.Α. και άλλα.

- Ο μισθωτής: Παράγει και διαθέτει καλύτερα και περισσότερα προϊόντα.

Επιλέγει τον κεφαλαιουχικό εξοπλισμό που θεωρεί ότι είναι ο καταλληλότερος.

Εκμεταλλεύεται παραγωγικά το νέο εξοπλισμό χωρίς να μειώνει την ρευστότητα του.

Πληρώνει τα συμφωνηθέντα μισθώματα και παράλληλα παράγει και αναπτύσσει τις εργασίες του.

- Ο παραγωγός : Προωθεί τις πωλήσεις του «τοις μετρητοίς». Αναπτύσσει μαζικά τις πωλήσεις του. Διαδίδει την τεχνολογία του Ωφελείται από την τεχνική συντήρηση του του εξοπλισμού που πούλησε σαν after sale Service.

Συνεπώς μπορούμε να παρατηρήσουμε ότι μια σύμβαση leasing, ωφελεί με διαφορετικό τρόπο και τα τρία συμβαλλόμενα μέρη.

5. Οι συμβατικές σχέσεις των τριών μερών

α) Η ιδιοκτησία του εκμισθωτή

Παρά το ότι η οικονομική ιδιοκτησία με την έννοια της χρήσης εκμετάλλευσης του πράγματος ανήκει στον μισθωτή, ο εκμισθωτής παραμένει νομικά ο ιδιοκτήτης του εξοπλισμού μέχρι την λήξη της σύμβασης. Μια σημαντική συνέπεια αυτού του στοιχείου είναι ότι ο εκμισθωτής (η εταιρεία leasing) μπορεί αν ο μισθωτής πτωχεύσει, να επανακτήσει τον εκμισθωμένο εξοπλισμό από τον μισθωτή. Η ιδιότητα όμως αυτή του εκμισθωτή, που ισχύει για όλη την διάρκεια της χρηματοδοτικής μίσθωσης, καθιστά περιττή την οποιαδήποτε άλλη από μέρους του αξίωση για την παροχή από τον μισθωτή άλλης ασφάλειας.

β) Η προστασία των τριών μερών.

Οι εταιρίες leasing είναι υποχρεωμένες να τοποθετούν στον εκμισθωμένο εξοπλισμό τους ενδεικτική πινακίδα που θα γνωστοποιεί στους τρίτους ότι, τα εμπράγματα δικαιώματα τους για τον εν λόγω εξοπλισμό. Τα ίδια αυτά δικαιώματα εκφράζονται και στην σύμβαση leasing με τη μορφή του όρου σχετικά με την δυνατότητα αγοράς – purchase option – του εξοπλισμού από τον μισθωτή μετά την λήξη της σύμβασης.

6. Σχέσεις εκμισθωτή, μισθωτή και κατασκευαστή σχετικά με την παράδοση του εξοπλισμού και τις εγγυήσεις που τον συνοδεύουν.

Στις περιπτώσεις μίσθωσης leasing, ο εκμισθωτής αγοράζει τον μισθούμενο εξοπλισμό και μεταβιβάζει στον εκμισθωτή τις σχετικές εγγυήσεις όπως καλής λειτουργίας και συντήρησης.

Η σύμβαση leasing είναι μια καθαρά χρηματοδοτική εργασία για την εκμισθώτρια εταιρία leasing. Στην πραγματικότητα ο εξοπλισμός που αγοράζεται δεν περιέχεται καθόλου στην κατοχή του εκμισθωτή. Ο κατασκευαστής του εξοπλισμού είναι ο υπεύθυνος για την διακίνηση, αποθήκευση και την έγκαιρη παράδοση του. Ο εκμισθωτής στην σύμβαση του με τον μισθωτή απαλλάσσεται κάθε ευθύνης για τις τυχόν καθυστερήσεις πληρωμής παράδοσης, τους κινδύνους μεταφοράς, και εγκατάστασης. Ο μισθωτής υπογράφοντας την σύμβαση με τον εκμισθωτή δεν μπορεί να έχει απαιτήσεις του είδους αυτού, ούτε μπορεί να τεκμηριώσει δικαίωμα καθυστέρησης πληρωμής ενοικίων ή μείωσης των είδη συμφωνηθέντων ποσών λόγω ασυνέπειας τρίτου. π.χ. του κατασκευαστή. Επίσης συμφωνείται ότι οι πληρωμές των μισθωμάτων αρχίζουν από την παράδοση, εγκατάσταση και καλή λειτουργία του εξοπλισμού για την οποία ο μισθωτής δεν μπορεί να στραφεί κατά του εκμισθωτού, ο οποίος δεν δίνει και δεν μπορεί να δώσει τέτοιες εγγυήσεις. Η εταιρία όμως leasing, παραιτείται υπέρ του μισθωτή από κάθε δικαίωμα της ως ιδιοκτήτριας του εξοπλισμού σχετικά με τις υποχρεώσεις του προμηθευτή, όπως είναι οι ρήτρες έγκαιρης παράδοσης, οι εγγυήσεις ποιότητας και άλλα. Έτσι ο εκμισθωτής υποκαθιστά πλήρως τον ιδιοκτήτη όσον αφορά τις υποχρεώσεις και τις εγγυήσεις του κατασκευαστή.

7. Η συντήρηση του εξοπλισμού

Με την σύμβαση leasing προβλέπεται ότι η τεχνική συντήρησης καθώς και οι δαπάνες επισκευών του μισθωμένου εξοπλισμού, βαρύνουν τον μισθωτή. Παρόλα αυτά, ο εκμισθωτής διατηρεί το δικαίωμα ελέγχου σχετικά με την καλή συντήρηση και χρήση του εξοπλισμού, όταν κρίνει ότι αυτό είναι απαραίτητο.

8. Ασφάλειες χρηματοδότησης

Στα προκαταρκτικά στάδια πριν την υπογραφή της σύμβασης ο εκμισθωτής ζητά από τον υποψήφιο μισθωτή να δώσει αναλυτικά οικονομικά στοιχεία της επιχείρησής του, όπως πρόσφατους ισολογισμούς, αναλύσεις στοιχείων ενεργητικού και παθητικού, στοιχεία εκμετάλλευσης και αποτελεσμάτων χρήσης καθώς και γενικές πληροφορίες που θα συντελέσουν στην σωστή διάγνωση της οικονομικής της κατάστασης.

9. Ασφάλειες έναντι διαφόρων κινδύνων

Ο μισθωτής ασφαρίζει τον μισθωμένο εξοπλισμό καθόλη την διάρκεια της σύμβασης έναντι κινδύνων όπως φωτιά, κλοπή, και άλλες ζημιές σε ασφαλιστική εταιρία της έγκρισης του εκμισθωτή. Μερικές φορές η εταιρία leasing ασφαρίζει η ίδια ορισμένους κινδύνους ζημιών, ενώ το σχετικό κόστος το συμπεριλαμβάνει στα μισθώματα. Επίσης ο μισθωτής καλύπτει την ασφάλιση έναντι κινδύνων αστικής ευθύνης όπως για παράδειγμα για βλάβες προσώπων ή αγαθών που ενδέχεται να προκύψουν.

10. Μορφές χρηματοδοτικής μίσθωσης

α) Άμεση μίσθωση (Direct Leasing)

Στην άμεση χρηματοδοτική μίσθωση υπάρχει διμερής σχέση. Έχουμε δηλαδή τον εκμισθωτή – κατασκευαστή του παγίου στοιχείου και τον μισθωτή. Μπορεί όμως πολλές φορές η σχέση να είναι τριμερής. Να περιλαμβάνει δηλαδή τον κατασκευαστή του παγίου στοιχείου, την εταιρία χρηματοδοτικής μίσθωσης που είναι ανεξάρτητη από τον κατασκευαστή και τον μισθωτή. Η εταιρία leasing σε αυτή την περίπτωση είναι θυγατρική του κατασκευαστή, δηλαδή μιας μεγάλης Βιομηχανικής Επιχείρησης που χρησιμοποιεί το leasing σαν μέσο marketing προσφέροντας στην πελατεία της μία πρόσθετη δυνατότητα απόκτησης των προϊόντων της.

Ο εκμισθωτής αναλαμβάνει εκτός από την παραχώρηση της χρήσης του αγαθού και την συντήρηση του. Σε άλλα πάγια στοιχεία, όπως αυτοκίνητα και αγροτικά μηχανήματα που δεν θεωρούνται ειδικής τεχνολογίας, την υποχρέωση για την συντήρηση έχει ο μισθωτής. Γνωστή εταιρία που κάνει άμεση μίσθωση είναι η IBM στον τομέα των ηλεκτρονικών υπολογιστών.

β) Πώληση – Μίσθωση (Sale and Leaseback)

Με την πώληση – μίσθωση ο ιδιοκτήτης ενός μηχανήματος προκειμένου να καλύψει κάποιες βραχυπρόθεσμες ανάγκες ρευστότητας μπορεί να πουλήσει το μηχάνημα του στον εκμισθωτή, την εταιρία leasing και στην συνέχεια να το μισθώσει. Με αυτό τον τρόπο συνεχίζει ο μισθωτής την οικονομική εκμετάλλευση του μηχανήματος με το να πληρώνει τα ρυθμιζόμενα μισθώματα ενώ η κυριότητα του μηχανήματος έχει πλέον περάσει στον εκμισθωτή.

Ένα πρόβλημα για την εφαρμογή του SALE AND LEASEBACK είναι να βρεθεί μία κοινά αποδεκτή βάση για την εκτίμηση της τρέχουσας αξίας του εξοπλισμού. Η δυσχέρεια αυτή παρακάμπτεται από την λειτουργία μιας αποτελεσματικής αγοράς μεταχειρισμένων ειδών της κατηγορίας στην οποία ανήκει το μίσθιο, στα πλαίσια της οποίας διαμορφώνεται αντιπροσωπευτική τιμή με βάση τον νόμο της προσφοράς και της ζήτησης. Όμως πέρα από αυτό η συμφωνούμενη τιμή του αντικειμένου πώλησης και επανεκμίσθωσης πρέπει να βρίσκεται μέσα στα όρια της πιστοληπτικής ικανότητας του μισθωτή.

Το sale and lease back έχει ιδιαίτερο ενδιαφέρον για πολλές ελληνικές επιχειρήσεις των οποίων η χρηματοοικονομική κατάσταση σε μεγάλο βαθμό πάσχει επειδή έχουν χρηματοδοτήσει την αγορά παγίων στοιχείων με βραχυπρόθεσμα και όχι με μεσοπρόθεσμα δάνεια, όπως επιβάλλεται από χρηματοοικονομική άποψη.

γ) Συμμετοχική χρηματοδοτική μίσθωση ή «εξισορροπητική εκμίσθωση» (Leverage Leasing)

Η συμμετοχική χρηματοδοτική μίσθωση χρησιμοποιείται κυρίως όταν πρόκειται για μεγάλης αξίας πράγματα όπως πλοία, αεροπλάνα και τρένα. Η συμμετοχική μίσθωση περιλαμβάνει τέσσερα μέρη :

I) τον κατασκευαστή ή προμηθευτή του μισθωτή,

II) τον εκμισθωτή,

III) τον μισθωτή και

IV) τον χρηματοδότη (χρηματοδοτικό οργανισμό ή τράπεζα)

που χρηματοδοτεί τον εκμισθωτή με εγγύηση στο σύνολο των μισθωμάτων που θα λάβει από τον μισθωτή. Τα τέσσερα αυτά μέρη, που μπορεί να είναι και περισσότερα συμμετέχουν αναλογικά.

δ) Πώληση – Μίσθωση υπό όρους (Conditional Sale Lease)

Με την πώληση – μίσθωση υπό όρους επιτυγχάνεται η πώληση μέσω μίσθωσης. Ενώ τυπικά η διαδικασία και ο όρος της μίσθωσης στην ουσία καταλήγει σε πώληση και εμμέσως αναγνωρίζονται οι όροι πώλησης. Αυτή η μορφή πώλησης μίσθωσης υπό όρους προωθείται γιατί ο εκμισθωτής και ο μισθωτής επωφελούνται των πλεονεκτημάτων της

χρηματοδοτικής μίσθωσης, όπως φορολογικές απαλλαγές, επιδοτήσεις, επιχορηγήσεις, διεθνείς εκπτώσεις κ.λ.π.

ε) Μίσθωση κατά παραγγελία (Custom Lease)

Η μίσθωση κατά παραγγελία προβλέπει ειδικές περιπτώσεις και ειδικές ανάγκες του μισθωτή. Για παράδειγμα μπορεί να ρυθμίσει πληρωμές των μισθωμάτων του μισθωτή σύμφωνα με τις ικανότητες του. Μπορεί επίσης να προβλέψει τις εποχιακές ανάγκες του μισθωτή όταν ασχολείται με την οικονομική εκμετάλλευση ενός εποχιακού αγαθού π.χ. παγωτό.

στ) Ειδική μορφή μίσθωσης (Master Lease Line)

Σε αυτή την μορφή leasing επιτρέπεται στον μισθωτή να αποκτήσει τον εξοπλισμό σταδιακά, χωρίς να είναι υποχρεωμένος να διαπραγματεύεται νέο συμβόλαιο για κάθε στάδιο ή είδος εξοπλισμού. Έτσι ο μισθωτής συμφωνεί τους όρους και τις προϋποθέσεις που προβλέπονται για όλη την σειρά των μηχανημάτων του εξοπλισμού για όλη την χρονική περίοδο της σύμβασης.

ζ) Πρόγραμμα Μίσθωσης – Πώλησης (Vendor Lease Program)

Το πρόγραμμα μίσθωσης – πώλησης χρησιμοποιείται ως μέσο προώθησης των πωλήσεων από τους κατασκευαστές ή προμηθευτές και αντιπροσώπους εξοπλισμού και τους επιτρέπει να προσφέρουν χρηματοδότηση με την μορφή της άμεσης μίσθωσης (direct leasing) ή της μίσθωσης – πώλησης υπό όρους (conditional and sale). Με αυτά τα προγράμματα των κατασκευαστών – προμηθευτών εγκρίνεται η πίστωση του μισθωτή και του παραδίδεται ο εξοπλισμός για εκμετάλλευση με τους προβλεπόμενους όρους. Ο εκμισθωτής από την πλευρά του πληρώνει τον κατασκευαστή – προμηθευτή – πωλητή και υποχρεώνεται να εισπράξει τα μισθώματα από τον μισθωτή. Ακόμα η εταιρία μπορεί να παρέχει στον πωλητή υπηρεσίες σε θέματα μάρκετινγκ, προώθησης, διαφήμισης και άλλα.

11. Πηγές χρηματοδότησης των εταιριών

Στις δραστηριότητες της χρηματοδοτικής μίσθωσης απαιτούνται υψηλά ποσά κεφαλαίων, κάτι που αποκλείει στη πράξη τις μικρές επιχειρήσεις ή να δημιουργηθούν εταιρίες χρηματοδοτικής μίσθωσης, συνεπώς αναμένεται οι χρηματοδότες να είναι τράπεζες, μεγάλες βιομηχανίες ή άλλοι χρηματοδοτικοί οργανισμοί.

Οι χρηματοδοτικοί οργανισμοί συνήθως προωθούν την χρηματοδοτική μίσθωση μακροπρόθεσμα. Έτσι επιτυγχάνουν μια ασφαλή μορφή χρηματοδότησης και τις περισσότερες φορές ιδρύουν θυγατρικές εταιρίες leasing ή απλά χρηματοδοτούν άλλες επιχειρήσεις.

Οι βιομηχανικές επιχειρήσεις παραγωγής διαφόρων ειδών εξοπλισμού, δημιουργούν θυγατρικές εταιρίες leasing, μέσω των οποίων προωθούν τα προϊόντα τους. Έτσι μισθώνοντας τα προϊόντα τους, επιδιώκουν καλούς όρους μίσθωσης και στη συνέχεια προσπαθούν να επιτύχουν την πώληση.

12. Ο νόμος 1665/1986 περί « ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ »

Άρθρο 1

Έννοια

1. Με την σύμβαση της χρηματοδοτικής μίσθωσης ή κατά το άρθρο 2 η εταιρία υποχρεούται να παραχωρεί έναντι μισθώματος την χρήση κινητού πράγματος που προορίζεται για την επιχείρηση ή το επάγγελμα του αντισυμβαλλόμενου της, παρέχοντας του συγχρόνως το δικαίωμα είτε να αγοράσει το πράγμα είτε να ανανεώσει τη μίσθωση για ορισμένο χρόνο. Οι συμβαλλόμενοι έχουν την ευχέρεια να ορίσουν ότι το δικαίωμα αγοράς μπορεί να ασκηθεί και πριν από την λήξη του χρόνου της μίσθωσης.

Άρθρο 2

Εταιρίες χρηματοδοτικής μίσθωσης

1. Συμβάσεις χρηματοδοτικής μίσθωσης μπορούν να συνάπτουν ως εκμισθωτές μόνο ανώνυμες εταιρίες με αποκλειστικό σκοπό τη διενέργεια εργασιών του άρθρου 1 του νόμου αυτού. Για την σύσταση των εταιριών αυτών απαιτείται, και άδεια της Τράπεζας της Ελλάδας, που δημοσιεύεται στο οικείο τεύχος της Εφημερίδος της Κυβερνήσεως. Όμοια άδεια απαιτείται επίσης;

α) για τη μετατροπή υφιστάμενης ανώνυμης εταιρίας σε ανώνυμη εταιρία με αποκλειστικό σκοπό τη σύναψη συμβάσεων χρηματοδοτικής μίσθωσης και

β) για την εγκατάσταση και λειτουργία στην Ελλάδα αλλοδαπών εταιριών χρηματοδοτικής μίσθωσης.

2. Με την επιφύλαξη της επόμενης παραγράφου το καταβεβλημένο μετοχικό κεφάλαιο των ανώνυμων εταιριών χρηματοδοτικής

μίσθωσης, δεν μπορεί να είναι μικρότερο από το ελάχιστο μετοχικό κεφάλαιο που αποκτιέται για τη σύσταση ανώνυμων τραπεζικών εταιριών. Αντίστοιχη υποχρέωση καταβολής κεφαλαίου ίσου προς το κατά το προηγούμενο εδάφιο ελάχιστο μετοχικό κεφάλαιο αποκτιέται και για τη χορήγηση άδειας εγκατάστασης και λειτουργίας στην Ελλάδα αλλοδαπών εταιριών χρηματοδοτικής μίσθωσης.

3. Το καταβεβλημένο μετοχικό κεφάλαιο ανώνυμης εταιρίας χρηματοδοτικής μίσθωσης αρκεί κατ'εξάιρεση να είναι ίσο τουλάχιστον προς το μισό του κατά την προηγούμενη παράγραφο ορίου, όταν ανήκει κατ' απόλυτη πλειοψηφία σε μια ή περισσότερες ελληνικές τράπεζες ή τράπεζες νόμιμα εγκαταστημένες στην Ελλάδα.
4. Το κατά τις παραγράφους 2 και 3 ελάχιστο μετοχικό κεφάλαιο πρέπει να είναι ολόκληρο καταβεβλημένο σε μετρητά ή και σε είδος. Για την καταβολή αυτή εφαρμόζονται αναλόγως οι σχετικές διατάξεις για τις ανώνυμες εταιρίες.
5. Οι μετοχές των ανωνύμων εταιριών χρηματοδοτικής μίσθωσης πρέπει να είναι ονομαστικές.
6. Εκλεκτές των ανώνυμων εταιριών χρηματοδοτικής μίσθωσης ορίζονται μέλη του Σώματος Ορκωτών Λογιστών.
7. Η τράπεζα της Ελλάδας ασκεί εποπτεία και έλεγχο στις εταιρίες του άρθρου αυτού και μπορεί να ζητά από αυτές οποιαδήποτε σχετικά στοιχεία. Σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων αυτού του νόμου η Τράπεζα της Ελλάδας μπορεί να επιβάλει όλα τα προβλεπόμενα για τις ανώνυμες τραπεζικές εταιρίες μέτρα.

Άρθρο 3

Διάρκεια χρηματοδοτικής μίσθωσης

Μεταβίβαση δικαιωμάτων και υποχρεώσεων

1. Η διάρκεια της χρηματοδοτικής μίσθωσης είναι πάντοτε ορισμένη και δεν μπορεί να συμφωνηθεί μικρότερη από τρία έτη. Αν συμφωνηθεί μικρότερη, ισχύει για τρία έτη.
2. Αν λυθεί η σύμβαση χρηματοδοτικής μίσθωσης πριν την λήξη της και συναφθεί νέα σύμβαση για το ίδιο πράγμα μεταξύ των ίδιων συμβαλλόμενων ο χρόνος που πέρασε με την λύση της αρχικής σύμβασης συνυπολογίζεται στον απαιτούμενο κατά την προηγούμενη παράγραφο ελάχιστο χρόνο για την νέα σύμβαση.
3. Σε περίπτωση αγοράς μίσθιου πριν από την πάροδο της διετίας από την έναρξη της μίσθωσης, ο μισθωτής έχει υποχρέωση να καταβάλει τα ποσά για φορολογικές και λοιπές επιβαρύνσεις υπέρ του Δημοσίου ή τρίτων που θα όφειλε να τις καταβάλει αν κατά τον χρόνο σύναψης της χρηματοδοτικής μίσθωσης είχε αγοράσει το μίσθιο.

4. Ο μισθωτής μπορεί να μεταβιβάσει τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις του από την σύμβαση χρηματοδοτικής μίσθωσης σε τρίτο με έγγραφη συναίνεση της εκμισθώτριας εταιρίας.

Άρθρο 4

Τύπος – Δημοσιότητα. Ενέργεια έναντι τρίτων

1. Η σύμβαση χρηματοδοτικής μίσθωσης καταρτίζεται εγγράφως.
2. Οι δικαιοπραξίες της παρ. 1 καταχωρούνται στο βιβλίο του άρθρου 5 του ν.δ.1038/1949 (ΦΕΚ 179) του πρωτοδικείου Αθηνών. Από την καταχώρηση αυτή τα δικαιώματα του μισθωτή από την χρηματοδοτική μίσθωση αντιτάσσονται κατά παντός τρίτου και τρίτοι δεν μπορούν έως την λήξη της χρηματοδοτικής μίσθωσης να ασκήσουν με οποιοδήποτε τρόπο κυριότητα ή άλλο εμπράγματο δικαίωμα πάνω στο πράγμα. Οι διατάξεις για την καλόπιστη χρήση της κυριότητας ή άλλου εμπράγματος δικαιώματος από μη κύριο, για το τεκμήριο κυριότητας κατά το άρθρο 1110 του αστικού κώδικα και για την τακτική χρησικτησία, καθώς επίσης οι διατάξεις των άρθρων 1057 και 1058 του αστικού κώδικα και του άρθρου 1 παρ. 2 του νόμου 4112/1929 δεν εφαρμόζεται.
3. Αν ο μισθωτής πτωχεύσει, λύεται η σύμβαση χρηματοδοτικής μίσθωσης και η εταιρία του άρθρου 2 έχει δικαίωμα, χωρίς κανένα περιορισμό, να αναλάβει το πράγμα.

Άρθρο 5

Ασφαλιστικές ρήτρες - Ασφάλιση

1. Για τον καθορισμό του μισθώματος και του τιμήματος αγοράς του πράγματος από τον μισθωτή επιτρέπεται η συναρμολόγηση ρητρών επιτοκίου ή είδους ή αξίας συναλλάγματος επιτρέπεται μόνο αν η εταιρία χρηματοδοτικής μίσθωσης έχει αναλάβει για τα κινητά που αποτελούν αντικείμενο της συγκεκριμένης σύμβασης της χρηματοδοτικής μίσθωσης υποχρέωση σε συνάλλαγμα.
2. Ο μισθωτής οφείλει να διατηρεί ασφαλισμένο το πράγμα κατά τον κίνδυνο τυχαίας καταστροφής ή χειροτέρευσης του σε όλη την διάρκεια της σύμβασης χρηματοδοτικής μίσθωσης. Η σύμβαση ασφάλισης μπορεί να συνομολογηθεί με ρήτρα συναλλάγματος όταν η σύμβαση χρηματοδοτικής μίσθωσης περιέχει τέτοια ρήτρα σύμφωνα με την παράγραφο 1 του άρθρου τούτου.

Άρθρο 6

Φορολογικές απαλλαγές και συναφείς ρυθμίσεις

1. Εκτός από τον φόρο εισοδήματος και τον φόρο προστιθέμενης αξίας, απαλλάσσονται από οποιουδήποτε φόρους, τέλη, εισφορές, δικαιώματα υπέρ του δημόσιου, νομικών προσώπων δημοσίου δικαίου και γενικώς

τρίτων είτε αυτά επιβάλλονται κατά στην εισαγωγή στην Ελλάδα είτε μεταγενέστερα.

Α) Οι συμβάσεις με τις οποίες περιέχονται στις κατά το άρθρο 2 εταιρίες, είτε κατά κυριότητα, είτε κατά κατοχή, κινητά που πρόκειται να αποτελέσουν αντικείμενο χρηματοδοτικής μίσθωσης με εξαίρεση τα κάθε είδους μεταφορικά μέσα. Η εισαγωγή των κινητών τα οποία αφορά το εδάφιο αυτό υπάγεται στο Κοινό εξωτερικό Δασμολόγιο των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων.

Β) Οι συμβάσεις χρηματοδοτικής μίσθωσης που καταρτίζουν οι κατά το άρθρο 2 εταιρίες.

Γ) Οι συμβάσεις εκχώρησης δικαιωμάτων ή αναδοχής υποχρεώσεων από συμβάσεις χρηματοδοτικής μίσθωσης.

Δ) Τα μισθώματα από συμβάσεις χρηματοδοτικής μίσθωσης που καταβάλλονται στις κατά το άρθρο 2 εταιρίες και τα παραστατικά είσπραξης τους.

Ε) Το τίμημα της πώλησης του πράγματος από την εταιρία χρηματοδοτικής μίσθωσης στον μισθωτή.

2. Τα δικαιώματα των συμβολαιογράφων ενώπιον των οποίων καταρτίζονται οι συμβάσεις που προβλέπονται στις παραγράφους 1 και 3 περιορίζονται στα κατώτατα όρια των δικαιωμάτων τους που ισχύουν για τις συμβάσεις δανείων ή πιστώσεων από τράπεζες επενδύσεων για παραγωγικές επενδύσεις.

3. Σε περίπτωση εγγραφής προσημείωσης ή σύστασης υποθήκης ή ενέχυρου για την εξασφάλιση των απαιτήσεων των εταιριών αυτού του νόμου από συμβάσεις χρηματοδοτικής μίσθωσης και από συμβάσεις της παραγράφου 6, καθώς επίσης και εξάλειψης των βαρών αυτών εφαρμόζεται η διάταξη του εδαφίου γ' της παραγράφου 1 του άρθρου 7 του νόμου 4171/1961 (ΦΕΚ 93). Η εκχώρηση απαιτήσεων των εταιριών αυτού του νόμου για την εξασφάλιση απαιτήσεων από δάνεια ή πιστώσεις που τους παρέχονται απαλλάσσεται από κάθε τέλος ή άλλη επιβάρυνση.

4. Τα μισθώματα που καταβάλλει ο μισθωτής στις εταιρίες αυτού του νόμου για την εκπλήρωση υποχρεώσεων του από συμβάσεις χρηματοδοτικής μίσθωσης θεωρούνται λειτουργικές δαπάνες του και εκπίπτουν από τα ακαθάριστα έσοδα του.

5. Η εταιρία χρηματοδοτικής μίσθωσης έχει δικαίωμα να ενεργεί αποσβέσεις στα μίσθια ίσες με το σύνολο των αποσβέσεων που θα είχε δικαίωμα να ενεργήσει ο μισθωτής και είχε προβεί στην αγορά τους.

6. Οι συμβάσεις δανείων ή πιστώσεων προς εταιρίες αυτού του νόμου από ανώνυμες τραπεζικές εταιρίες ή πιστωτικά ιδρύματα στην Ελλάδα ή στο εξωτερικό ή από ξένους προμηθευτές, καθώς και οι συμβάσεις χρηματοδοτικής μίσθωσης μεταξύ των τελευταίων και των εταιριών αυτού του νόμου, τα παρεπόμενα σύμφωνα, η εξόφληση των δανείων ή

πιστώσεων και των σχετικών τόκων, προμηθειών και λοιπών επιβαρύνσεων, όπως και η καταβολή των μισθωμάτων απαλλάσσονται από κάθε φόρο, τέλος, εισφορά, κράτηση, δικαίωμα ή γενικότερα επιβάρυνση υπέρ του Δημοσίου, νομικού προσώπου δημοσίου δικαίου και τρίτων, ανεξάρτητα αν οι συμβάσεις αυτές συνάπτονται στην Ελλάδα ή στο Εξωτερικό.

7. Για τις υποχρεώσεις από δάνεια ή πιστώσεις της παραγράφου 6, καθώς και για τα μισθώματα που οφείλουν σε συνάλλαγμα οι κατά το άρθρο 2 εταιρίες από συμβάσεις και τις οποίες αυτές μίσθωσαν από το εξωτερικό κινητά πράγματα για χρηματοδοτική υπεκμίσθωση στην Ελλάδα εφαρμόζονταν ανάλογα οι διατάξεις του άρθρου 1 του νόμου 4494/1966 (ΦΕΚ 9).

8. Για τον υπολογισμό των καθαρών εσόδων των εταιριών αυτού του νόμου επιτρέπεται να συνεργείται για την κάλυψη επισφαλών απαιτήσεων τους εκπτώσεως έως 2%, του ύψους των μισθωμάτων (ληξιπρόθεσμων ή όχι) από όλες τις συμβάσεις στις 31 Δεκεμβρίου κάθε έτους. Η έκπτωση αυτή φέρεται σε ειδικό αποθεματικό πρόβλεψης.

9. Οι εταιρίες χρηματοδοτικής μίσθωσης έχουν δικαίωμα να ενεργούν αφορολόγητες εκπτώσεις σύμφωνα με τις διατάξεις των άρθρων 12, 13, 14 του νόμου 1262/1982 (ΦΕΚ 70), εφόσον ο μισθωτής θα είχε αυτό το δικαίωμα αν είχε αγοράσει το πράγμα και είχε αποκτήσει κυριότητα.

10. Σε περιπτώσεις επενδύσεων που υπάγονται νόμο 1262/1982 η δαπάνη για την απόκτηση των κινητών πραγμάτων του άρθρου 1 συνυπολογίζεται στο συνολικό κόστος της κατά το άρθρο 1 του νόμου 1261/1982 παραγωγικής επένδυσης για να καθοριστεί το ύψος της επιχορήγησης κατά το άρθρο 7 του ίδιου νόμου. Η επιχορήγηση από το δημόσιο επενδύσεων των οποίων η δαπάνη καλύπτεται μερικά με χρηματοδοτική μίσθωση, εκταμιεύεται κατά το άρθρο 5 παρ. 8 του νόμου 1262/1982, εφόσον έχει εγκατασταθεί μισθωμένος εξοπλισμός αξίας ίσης προς το ποσό που θα έχει χρηματοδοτήσει με τραπεζικό δάνειο.

Άρθρο 7

Προεδρικά διατάγματα

Με προεδρικά διατάγματα, που εκδίδονται ύστερα από πρόταση του Υπουργού Εθνικής Οικονομίας, ρυθμίζεται κάθε λεπτομέρεια τεχνικού χαρακτήρα αναγκαία για την εφαρμογή του άρθρου 2 παράγραφοι 2 και 7 και των άρθρων 4 έως 6 του νόμου αυτού.

Με όμοια προεδρικά διατάγματα μπορεί να ρυθμίζεται η υποχρέωση των μισθωτών που εμφανίζουν στις δημοσιευμένες λογιστικές καταστάσεις στοιχεία σχετικά προς τις χρηματοδοτικές μισθώσεις.

Άρθρο 8

Έναρξη ισχύος

Η ισχύς αυτού του νόμου αρχίζει από την δημοσίευση του στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Αθήνα, 19 Νοεμβρίου 1986

13. Κριτήρια αξιολόγησης των μισθωτών

Ο μισθωτής πριν αποφασίσει να μισθώσει ένα πράγμα του σε κάποιο επιχειρηματία ή επαγγελματία εξετάζει πρώτα την οικονομική του κατάσταση. Πιο συγκεκριμένα την ρευστότητα του μισθωτή, την συνέπεια του στις υποχρεώσεις του, το δείκτη δανειακής του επιβάρυνσης, την απόδοση του μηχανολογικού εξοπλισμού, την φερεγγυότητα και αξιοπιστία του μισθωτή, την εικόνα της επιχείρησης καθώς και τον ανταγωνισμό που υφίσταται στον κλάδο της συγκεκριμένης επιχείρησης.

14. Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της χρηματοδοτικής μίσθωσης.

Πλεονεκτήματα για τον μισθωτή

1. Χρηματοδότηση 100%, πετυχαίνει δηλαδή εξοικονόμηση των ιδίων κεφαλαίων του τα οποία θα έπρεπε να δεσμεύσει σε πάγια στοιχεία.
2. Είναι πρόσθετη πηγή χρηματοδότησης μιας και μπορεί να χρησιμοποιηθεί παράλληλα με τον τραπεζικό δανεισμό.
3. Ο μισθωτής προστατεύεται από τον πληθωρισμό αφού τα μισθώματα καθορίζονται στην αρχή της περιόδου και παραμένουν σταθερά.
4. Προστασία έναντι απαξιώσεως, και αυτό γιατί αν αγοράζε τον εξοπλισμό, αυτός με το πέρασμα του χρόνου χάνει την αξία του ενώ με το leasing μπορεί να κάνει νέα σύμβαση για πιο σύγχρονο εξοπλισμό.
5. Βελτιώνει την ρευστότητα του
6. Καλύτερος χρηματοοικονομικός έλεγχος, αφού γνωρίζει από πριν τα έξοδα του.
7. Δυνατότητα καθορισμού μισθωμάτων ανάλογα με τις οικονομικές του δυνατότητες.
8. Μείωση χρηματοδοτικού κινδύνου, αφού σε περίπτωση πτώχευσης, μέρος του κινδύνου επιβαρύνεται και η εταιρία leasing.

9. Φορολογικά πλεονεκτήματα, δεδομένου ότι τα καταβαλλόμενα μισθώματα θεωρούνται λειτουργικά έξοδα και εκπίπτουν ως και 100% από την φορολογητέα ύλη.
10. Χρήση προηγμένης τεχνολογίας, μιας και δίνει την δυνατότητα συνεχούς ανανέωσης του εξοπλισμού μιας επιχείρησης.

Μειονεκτήματα για τον μισθωτή

1. Σχετικά υψηλό ονομαστικό κόστος που μερικές φορές ξεπερνάει το 1,5 με 2 % και σε σύγκριση με τον τραπεζικό δανεισμό φαίνεται μεγαλύτερο.
2. Ο έλεγχος, που ασκεί η εταιρία leasing με δεδομένο ότι διατηρεί την κυριότητα.
3. Η απώλεια της υπολειμματικής αξίας, γιατί όταν ο μισθωτής επιστρέφει τον εξοπλισμό μετά το τέλος της σύμβασης χάνει την υπολειμματική του αξία.
4. Η έλλειψη νομικής κυριότητας. Όταν μια επιχείρηση παίρνει την απόφαση για χρηματοδοτική μίσθωση, δίνει κατά κάποιον τρόπο την εντύπωση ότι δεν διαθέτει οικονομική επιφάνεια επειδή δεν κατέχει και την κυριότητα.
5. Έχουν υψηλό κόστος για τις συμβάσεις μικρής χρονικής διάρκειας.
6. Μειώνεται η δανειοληπτική ικανότητα της επιχείρησης διότι όταν η επιχείρηση έχει ένα μεγάλο μέρος του εξοπλισμού της με την μορφή της χρηματοδοτικής μίσθωσης, μειώνεται στις τράπεζες και στους άλλους πιστωτικούς οργανισμούς η δανειοληπτική ικανότητα και αυτό γιατί δεν μπορεί να χρησιμοποιήσει τον μηχανολογικό εξοπλισμό σαν εμπράγματο ασφάλεια.

Πλεονεκτήματα για τον εκμισθωτή

1. Μείωση του κινδύνου. Η εκμισθώτρια εταιρία διατηρεί μετά την σύμβαση τη νομική κυριότητα του εξοπλισμού. Όταν συντρέχουν λόγοι έκτακτης καταγγελίας της σύμβασης, η εταιρία μπορεί να επανακτήσει τον μισθωμένο εξοπλισμό της με γρήγορες και απλές διαδικασίες σε σχέση με τον τραπεζικό δανεισμό και με χαμηλό κόστος.
2. Αύξηση της χρηματοδοτικής δραστηριότητας. Το leasing δίνει την ευκαιρία στους χρηματοδοτικούς οργανισμούς να διευρύνουν τον κύκλο δραστηριοτήτων τους και να αυξήσουν την πελατεία τους μέσα από την αύξηση των παρεχόμενων υπηρεσιών.
3. Απλότητα των διαδικασιών. Οι συμβάσεις χρηματοδοτικής μίσθωσης δεν είναι χρονοβόρες.
4. Καλύτεροι όροι συνεργασίας μεταξύ εταιριών leasing και προμηθευτών εξοπλισμού

Πλεονεκτήματα για τον πωλητή του πράγματος

1. Η συνεργασία με εταιρία leasing, επειδή οι εταιρίες αυτές κατά κανόνα είναι συνεπείς, φερέγγυες και συνήθως πληρώνουν μετρητοίς.
2. Η αύξηση των πωλήσεων που επέρχεται λόγω του μεγάλου αριθμού των κομματιών που αγοράζει η εταιρία leasing.

17. Η χρησιμότητα της χρηματοδοτικής μίσθωσης.

Η χρηματοδοτική μίσθωση, της οποίας ο προορισμός είναι όχι η υποκατάσταση, αλλά η συμπλήρωση των άλλων χρηματοδοτικών μηχανισμών, παρουσιάζει σημαντικά πλεονεκτήματα που δικαιολογούν την ευρεία διάδοσή της διεθνώς αλλά και την καθιέρωσή της στην χώρα μας με τον νόμο 1665/1986. Τα σπουδαιότερα πλεονεκτήματα της είναι :

- Επιτρέπει στην επιχείρηση να ανανεώνει, εκσυγχρονίζει και να επεκτείνει τις παραγωγικές της εγκαταστάσεις χωρίς να απαιτείται η διάθεση δικών της κεφαλαίων ή προσφυγή σε δανεισμό.
- Με την χρηματοδοτική μίσθωση η επιχείρηση εξοικονομεί δικά της κεφάλαια, τα οποία μπορεί να επενδύσει αλλού με μεγαλύτερη απόδοση, πληρώνοντας το μίσθωμα από τις εισπράξεις της τρέχουσας παραγωγής.
- Ενώ άλλοι τρόποι χρηματοδότησης, για παράδειγμα ο δανεισμός καλύπτουν συνήθως μέχρι το 65% τη επένδυσης, πράγμα που σημαίνει ότι η επιχείρηση πρέπει να διαθέσει και δικά της κεφάλαια, η χρηματοδοτική μίσθωση καλύπτει το 100% της αξίας του πάγιου περιουσιακού στοιχείου που χρειάζεται η επιχείρηση.
- Τα φορολογικά πλεονεκτήματα της χρηματοδοτικής μίσθωσης και η δυνατότητα πληρωμής του μισθώματος από την εκμετάλλευση του πράγματος επιτρέπουν στην επιχείρηση να αντεπεξέλθει πολύ καλύτερα στις υποχρεώσεις της, παρά αν επέλεγε διαφορετικό δανεισμό.
- Η χρηματοδοτική μίσθωση παρουσιάζει μικρότερο κίνδυνο για τον εκμισθωτή σε σχέση με τον κίνδυνο που αναλαμβάνει ο ενυπόθηκος δανειστής για αντίστοιχο ποσό. Αυτό συμβαίνει γιατί ο εκμισθωτής σε περίπτωση οικονομικών δυσχερειών του μισθωτή, μπορεί να αναλάβει το πράγμα συντομότερα, σε σύγκριση με τον χρόνο που απαιτείται για την ικανοποίησή του δανειστή.
- Η χρηματοδοτική μίσθωση αποτελεί πρόσθετη πηγή κεφαλαίων για την επιχείρηση, πέρα από τις συνηθισμένες πηγές άντλησης δανειακών κεφαλαίων και είναι πολύ χρήσιμη ιδιαίτερα στις

επιχειρήσεις που έχουν υψηλή δανειακή επιβάρυνση και περιορισμένη πιστοληπτική ικανότητα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ

6

FACTORING (ΣΥΜΒΑΣΗ ΠΡΑΚΤΟΡΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ)

Το factoring είναι μια μορφή εμπορικής χρηματοδότησης και αποτελείται από μία δέσμη υπηρεσιών που βασίζεται στην εκχώρηση από τους προμηθευτές-παραγωγούς προς αυτόν που εκτελεί την πράξη του factoring – factor – των απαιτήσεων έναντι των πελατών τους. Αντί συμφωνημένης αμοιβής, ο factor αναλαμβάνει την είσπραξη των ποσών αυτών καθώς επίσης τον έλεγχο της φερεγγυότητας του πελάτη και την λογιστική παρακολούθηση των πελατών.

Το factoring περιλαμβάνει ένα τρίπτυχο υπηρεσιών που καλύπτει την αξιολόγηση της φερεγγυότητας, την διαχείριση και την χρηματοδότηση εμπορικών απαιτήσεων.

Ο factor, ως εκδοχέας, των απαιτήσεων ουσιαστικά αγοράζει της απαιτήσεις αυτές, οι οποίες αποτελούν πλέον δικά του περιουσιακά στοιχεία. Το ποσό που ο factor πληρώνει στον προμηθευτή αποτελεί το τίμημα της αγοράς αυτής.

Ο προμηθευτής που εκχωρεί την απαίτηση εγγυάται ότι η απαίτηση αυτή είναι υπαρκτή, έγκαιρη και έννομη. Ο factor αποδεχόμενος την εκχώρηση αναλαμβάνει και τον κίνδυνο της αφερεγγυότητας του πελάτη. Αν ο πελάτης αποδεχθεί αφερέγγυος και δεν πληρώσει, θα υποστεί ζημιά. Με την εκχώρηση της απαίτησης, ο προμηθευτής απαλλάσσεται από τον πιστωτικό κίνδυνο, δηλαδή μπορεί να πωλεί επί πιστώσει χωρίς να ερευνά την φερεγγυότητα του πελάτη. Ο factor θα υποστεί ζημιά μόνο αν υπάρξει αδυναμία είσπραξης της απαίτησης, όπως για παράδειγμα στην περίπτωση της πτώχευσης του πελάτη και όχι περίπτωση εμπορικών διαφορών ή αμφισβητήσεων μεταξύ προμηθευτή και πελάτη όπως σε ακατάλληλο εμπόρευμα, λανθασμένη ποσότητα, μη έγκαιρη παράδοση.

Η εκχώρηση της απαίτησης στον factor ως συνέπεια την απαλλαγή του προμηθευτή από την λογιστική παρακολούθηση της εμπορικής πράξης. Την εργασία αυτή επωμίζεται ο factor που έτσι του επιβάλλεται η ανάγκη ανάπτυξης προηγούμενων λογιστικών συστημάτων και αποτελεσματικών μεθόδων αξιολόγησης της φερεγγυότητας πελατών και είσπραξης των απαιτήσεων που συνήθως είναι υψηλότερης ποιότητας από αυτές που θα μπορούσε διοικητικά και οικονομικά να αναπτύξει κάθε μεμονωμένος προμηθευτής. Έτσι ο factor είναι σε θέση να υποστηρίξει την πώληση με πίστωση σε πελάτες όπου ο προμηθευτής θα δίσταζε να διατρέξει τον κίνδυνο ή θα εύρισκε ασύμφορες τις δυσκολίες είσπραξης της απαίτησης.

Το αναπτυγμένο επίπεδο οργάνωσης του factor να επιτύχει μείωση τόσο της χρονικής περιόδου της παρεχόμενης πίστωσης, εξασφαλίζοντας αυστηρότερη τήρηση από τον πελάτη των όρων της πίστωσης, όσο και του κόστους της είσπραξης, της απαιτήσης και αποστολής χρημάτων.

Από το τρίπτυχο της διαδικασίας του factoring αναλύσαμε την αξιολόγηση της φερεγγυότητας – κάλυψης πιστωτικών κινδύνων και την διαχείριση – λογιστική παρακολούθηση και είσπραξη των απαιτήσεων. Η τρίτη πτυχή της διαδικασίας factoring είναι η χρηματοδότηση των απαιτήσεων. Στην εξελεγκτική πορεία του ο θεσμός του factoring πήρε την μορφή της βραχυπρόθεσμης 90 έως 180 ημέρες, χρηματοδότησης των παραγωγών – προμηθευτών με κεφάλαιο κίνησης ως παρεπόμενη δραστηριότητα της κύριας εργασίας του factor, που ήταν η αγορά, διαχείριση και είσπραξη εμπορικών απαιτήσεων και η αξιολόγηση του κινδύνου των εμπορικών πιστώσεων.

Το factoring ως χρηματοδοτικός θεσμός συνίσταται στην κάλυψη των χρηματοδοτικών αναγκών της οικονομικής μονάδας πέρα από αυτές που μπορεί να καλύψει η τραπεζική επιχείρηση. Η τράπεζα δανείζει με βάση εμπράγματα ασφάλειες ενώ αντίθετα ο factor μπορεί να προχωρήσει σε ένα περισσότερο αναπτυγμένο σύστημα χρηματοδότησης με βάση τις αναμενόμενες ταμειακές ροές του προμηθευτή. Κατά τον τρόπο αυτό οι οικονομικές μονάδες μπορούν να επιτύχουν ικανοποίηση των χρηματοδοτικών αναγκών τους

ΣΚΟΠΟΣ

Το Factoring σκοπό έχει την εξυπηρέτηση ορισμένων αναγκών των συμβαλλόμενων, οι οποίες είναι βέβαια και ανάγκες της οικονομίας.

Οι ανάγκες αυτές είναι :

1. Η εξεύρεση βραχυπρόθεσμων και μεσοπρόθεσμων μέσων χρηματοδότησης των προμηθευτών. Η μεταβίβαση των απαιτήσεων ικανοποιεί αυτή την ανάγκη στο βαθμό που εξασφαλίζει στον προμηθευτή ρευστότητα και ευχέρεια οικονομικής κίνησης. Οι απαιτήσεις ανήκουν στο κεφάλαιο του προμηθευτή και μάλιστα στο δεσμευμένο κατά κάποιο τρόπο, αφού μόνο όταν αυτές καταστούν ληξιπρόθεσμες και εισπραχθούν μπορεί ο προμηθευτής να χρησιμοποιήσει το ρευστό για άλλους σκοπούς. Με τη σύμβαση factoring επιδιώκεται ακριβώς αυτή η έγκυρη ρευστοποίηση του εν λόγω κεφαλαίου.
2. Η απελευθέρωση του προμηθευτή από όλες τις εργασίες, την οργάνωση, το χρόνο και τα έξοδα που απαιτεί η διαχείριση, η λογιστική παρακολούθηση, η όχληση και η είσπραξη των απαιτήσεων. Έτσι ο προμηθευτής μπορεί να συγκεντρωθεί απερίσπαστος στη διεύρυνση των δραστηριοτήτων του. Ιδίως όταν η σύμβαση factoring προϋπάρχει, ο προμηθευτής απλώς αφενός τη

σύναψη συμβάσεων με πελάτες, από τις οποίες θα προκύπτουν οι εκχωρούμενες απαιτήσεις, και αφετέρου την εκπλήρωση της δικής του παροχής προς αυτούς.

3. Η απαλλαγή του προμηθευτή από τον κίνδυνο μη φερεγγυότητας των πελατών του. Η σύμβαση factoring συνάπτεται και λειτουργεί στην πράξη ως εξής : ο ενδιαφερόμενος προμηθευτής, συνήθως επιχείρηση που πωλεί ή μεταπωλεί προϊόντα ή παρέχει υπηρεσίες έρχεται σε επαφή με τον πράκτορα. Ο πράκτορας εξετάζει ξεχωριστά κάθε περίπτωση προμηθευτή, με τον οποίο πρόκειται να συμβληθεί. Με την οργάνωση και την εμπειρία της αγοράς που διαθέτει, εξετάζει και εκτιμά την οικονομική κατάσταση του μελλοντικού πελάτη του, τον κύκλο των οφειλετών του το είδος των συναλλαγών και του εμπορίου που ασκεί, τους δανειστές και γενικότερα όλα εκείνα τα στοιχεία που τον βοηθούν να αποφασίσει, αν η σύναψη σύμβασης factoring με τον συγκεκριμένο πελάτη είναι συμφέρουσα και (αν ναι) ποια μορφή πρέπει αυτή να έχει.

ΟΙ ΚΥΡΙΟΤΕΡΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥ FACTORING

A. ΕΓΧΩΡΙΟ (DOMESTIC) FACTORING

Το εγχώριο factoring, δραστηριοποιείται στην εσωτερική αγορά. Δηλαδή στην ανάληψη της ευθύνης της είσπραξης των τιμολογίων που αφορούν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που διακινούνται στο εσωτερικό της χώρας. Το εγχώριο factoring εφαρμόζεται σε όλες τις επιχειρήσεις αλλά κυρίως στις μικρομεσαίες αλλά και σε όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες. Αυτές οι επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν συνήθως προβλήματα διαχείρισης, χρηματοδότησης και πιστωτικού κινδύνου. Το Factoring μπορεί να ενισχύσει αυτές τις επιχειρήσεις με χρηματοδότηση, με την ανάληψη της λογιστικής διαχείρισης και παρακολούθησης των πωλήσεων – τιμολογίων, με την μηχανογράφηση των εργασιών, με την κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου, με την ασφάλιση των απαιτήσεων και ακόμα με την καλύτερη αξιολόγηση της φερεγγυότητας των πελατών τους, μέσω του δικτύου πληροφόρησης που διαθέτουν οι Factors.

Το σύστημα του εγχώριου factoring χρησιμοποιεί τρεις βασικούς παράγοντες, τον προμηθευτή – εκχωρητή, τον factor και τον πελάτη και συμβάλει στην βελτίωση προβλημάτων που αντιμετωπίζουν κυρίως οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις όπως :

- Της ρευστότητας
- Του πιστωτικού κινδύνου
- Της λογιστικής παρακολούθησης των πωλήσεων
- Του κόστους των εισπράξεων των τιμολογίων
- Της χρηματοδότηση

B. ΔΙΕΘΝΕΣ (INTERNATIONAL) FACTORING

Το διεθνές factoring, εξειδικεύεται κυρίως στον τομέα των εξαγωγών, δηλαδή στην ανάληψη της ευθύνης της είσπραξης των τιμολογίων που αφορούν τα εξαγόμενα προϊόντα και αντίστοιχα στις δραστηριότητες που αφορούν τα εισαγόμενα προϊόντα. Συνεπώς έχουμε το εξαγωγικό και το εισαγωγικό factoring.

Γ. FACTORING ΜΕ Ή ΧΩΡΙΣ ΑΝΑΓΩΓΗ

- Η περίπτωση με δικαίωμα αναγωγής είναι ότι ο factor έχει το δικαίωμα να επιστρέφει τα απλήρωτα τιμολόγια στον προμηθευτή – εκχωρητή έναντι καταβολής του αντίστοιχου ποσού. Ο προμηθευτής αναλαμβάνει τον ρίσκο των απλήρωτων τιμολογίων. Αυτή την μορφή του factoring αφορά, κυρίως τις επιχειρήσεις που επιθυμούν την μείωση του κόστους είσπραξης μέρους ή του συνόλου των τιμολογίων μέσω του factor και δεν τις ενδιαφέρουν άλλες δραστηριότητες του factoring.
- Η περίπτωση χωρίς το δικαίωμα της αναγωγής είναι ότι ο factor δεν έχει δικαίωμα να επιστρέφει τα απλήρωτα τιμολόγια στον προμηθευτή – εκχωρητή αναλαμβάνει το ρίσκο αυτών. Σε αυτήν την περίπτωση υπάρχει η έννοια της υποκατάστασης του δικαιούχου της οφειλής προμηθευτή από τον factor. Υπάρχουν όμως και οι περιπτώσεις που ο factor αναλαμβάνει την ευθύνη της είσπραξης των τιμολογίων μέχρι ενός ορίου που καθορίζει ο ίδιος κατά οφειλέτη χωρίς αναγωγή και πέραν αυτού του ορίου μπορεί να εισπράττει τιμολόγια με αναγωγή.

Η φιλοσοφία του δικαιώματος της αναγωγής ή όχι, βασίζεται στο ποιος θα πάρει το ρίσκο των απλήρωτων τιμολογίων. Συνήθως όμως το factoring ξεκινά με το δικαίωμα της αναγωγής και αργότερα όταν ο factor έχει οργανώσει ικανοποιητικό δίκτυο πληροφόρησης εφαρμόζεται το factoring χωρίς το δικαίωμα της αναγωγής.

Δ. FACTORING ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΟ ΚΑΙ ΜΗ ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΟ

- Στο εμπιστευτικό factoring, η συμφωνία γίνεται μεταξύ του factor και του προμηθευτή και διατηρείται μυστική. Δεν ανακοινώνεται στον πελάτη (του προμηθευτή) παρά μόνο όταν αθετήσει τις υποχρεώσεις του στον factor και στον προμηθευτή. Η συμφωνία γίνεται συνήθως για να προστατευθεί ο factor από πελάτες που έχουν υψηλό ρίσκο. Ο factor έχει δικαίωμα να επιλέγει τους πελάτες του και να αναλαμβάνει μέρος των απαιτήσεων τους.
- Μη εμπιστευτικό factoring έχουμε όταν ο πελάτης γνωρίζει την συμφωνία που έχει γίνει μεταξύ του προμηθευτή και του factor. Οι δύο συμβαλλόμενοι ενημερώνουν με διάφορους τρόπους τον πελάτη τους.

E. FACTORING ΧΩΡΙΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ (Maturity Factoring)

Το maturity factoring χρησιμοποιείται κυρίως από μικρές επιχειρήσεις, σαν μια εναλλακτική επιλογή της ασφάλισης του πιστωτικού κινδύνου της απαίτησης. Καλύπτει όλες τις διοικητικές δραστηριότητες των πωλήσεων, την λογιστική παρακολούθηση, την είσπραξη των τιμολογίων και την ασφάλιση του πιστωτικού κινδύνου. Ο διακανονισμός που γίνεται είναι αυτός της πλήρους εξυπηρέτησης, αλλά χωρίς την προκαταβολή ή προπληρωμή του προμηθευτή από τον factor και επιπλέον χωρίς την αύξηση του χρηματοδοτικού κόστους.

ΣΤ. FACTORING ΜΕΣΩ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΙΟΥ-ΠΡΑΚΤΟΡΑ (Agency factoring)

Το factoring με την μορφή της πρακτόρευσης, μέσω εταιρειών ή γραφείων, αποτελεί μια μέθοδο με την οποία μπορεί να υπάρξει εμπιστευτική χρηματοδότηση έναντι πιστωτικού κινδύνου (bad debts). Χωρίς όμως άλλες διοικητικές υπηρεσίες. Υπάρχουν πολλοί διακανονισμοί με τους οποίους οι απαιτήσεις αναλαμβάνονται από μία εταιρεία για λογαριασμό του πελάτη και η εταιρεία λειτουργεί ως μεσάζων για τον factor. Η εταιρεία ανήκει συνήθως στην ιδιοκτησία του factor. Η εταιρεία agency, στην οποία ο οφειλέτης είναι υποχρεωμένος να πληρώνει, διοικείται ή ελέγχεται από τον factor ή από τον προμηθευτή. Εξαρτάται από τον πελάτη αν επιθυμεί να του παρέχονται και διοικητικές ή άλλες υπηρεσίες από τον factor.

Z. FACTORING ΜΟΝΟ ΓΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ (Bulk factoring)

Αυτή η μορφή του factoring συνίσταται στην χρηματοδότηση του ύψους των εισπρακτέων λογαριασμών του προμηθευτή – εκχωρητή χωρίς την εγγύηση της ρευστοποίησης ή της εξασφάλισης της είσπραξης των τιμολογίων. Τα τιμολόγια λειτουργούν σαν εγγύηση, σαν είδος εμπράγματης ασφάλειας. Είναι μια μορφή χρηματοδότησης με ενέχυρο των εκχωρηθέντων για είσπραξη λογαριασμών. Οι εισπρακτέοι λογαριασμοί χρησιμοποιούνται ως εγγύηση για την κάλυψη ενός τραπεζικού δανείου κ.λ.π.

H. FACTORING ΤΡΙΜΕΡΟΥΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ

Στην τριμερή συνεργασία factoring που συμμετέχουν factor – προμηθευτής – τράπεζα, ο factor αναλαμβάνει να παρέχει όλες τις υπηρεσίες που προβλέπονται, ενώ οι τράπεζες από την πλευρά τους χρηματοδοτούν απ' ευθείας τον προμηθευτή, σύμφωνα με τις απαιτήσεις που έχουν εκχωρηθεί στον factor. Σε αυτήν την περίπτωση ο factor, είτε είναι ανεξάρτητη εταιρεία, είτε είναι διεύθυνση μέσα στην τράπεζα οπότε και ελέγχεται πλήρως από την τράπεζα.

Θ. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΡΑΠΕΖΑ

Πολλές φορές οι εργασίες του factoring διακανονίζονται μεταξύ του factor, του πελάτη και μιας τράπεζας. Από την πλευρά της τράπεζας προβλέπονται οι χρηματοδοτικές ευκολίες οι οποίες παίρνουν την μορφή της προκαταβολής ή προπληρωμής. Σ' αυτή την συνεργασία των τριών μερών, η τράπεζα δεν αναλαμβάνει το βάρος των εργασιών του factoring είτε μέσα από τις υπηρεσίες της, είτε υπό την μορφή του ξεχωριστού φορέα. (π.χ. θυγατρική εταιρία) Η τράπεζα απλώς συμμετέχει σε μια τριμερή συνεργασία με σκοπό κυρίως την εξυπηρέτηση των πελατών της και όχι προωθώντας το factoring, ως μία από τις εμπορικές και κερδοφόρες τραπεζικές δραστηριότητες.

Ι. ΠΛΗΡΕΣ FACTORING – ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΟ ΜΕ Ή ΧΩΡΙΣ ΑΝΑΓΩΓΗ

Στο factoring αυτό, ο προμηθευτής δε θέλει να προχωρήσει σε ένα ανοιχτό διακανονισμό – ενώ χρειάζεται την πλήρη εξυπηρέτηση με μια σειρά υπηρεσιών από τον factor. Αυτή η περίπτωση του εμπιστευτικού factoring μπορεί να ξεπεραστεί με τη δημιουργία μιας άλλης εταιρίας.

Μια τυπική διαδικασία είναι είτε να δημιουργηθεί μια εταιρία από τον factor που να αναλαμβάνει τα προς είσπραξη και διαχείριση τιμολόγια από τον προμηθευτή. Η εταιρία θα είναι στην ιδιοκτησία και υπό την διοίκηση του factor. Ο factor και ο προμηθευτής συμφωνούν για την ανάληψη της ευθύνης της είσπραξης και της διαχείρισης των τιμολογίων από την τρίτη εταιρία. Έτσι αυτή η εταιρία πωλήσεων μπορεί να αγοράσει τιμολόγια για λογαριασμό της, να διατηρεί λογιστικά βιβλία και να παρέχει κάλυψη πιστωτικού κινδύνου όπως γίνεται στο πλήρες factoring.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΘΕΣΜΟΥ FACTORING

Πλεονεκτήματα για το πωλητή

- Πληρέστερη κάλυψη των αναγκών του σε ρευστότητα
- Με απλά λόγια αυτό σημαίνει πως σε αντίθεση από τις τράπεζες οι εταιρείες Factoring αξιολογούν με διαφορετικά, πιο ευέλικτα από τα τραπεζικά την πιστοληπτική ικανότητα των ενεχομένων (πελάτη και αγοραστή) καθορίζοντας αντίστοιχα όρια σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα.
- Προστασία από τον κίνδυνο λόγω επισφαλών απαιτήσεων

- Αφοσίωση του επιχειρηματία στα κύρια καθήκοντα του
- Αξιοποίηση εκπτώσεων (μέσω της αποφυγής κόστους που αντιπροσωπεύει μια ενδεχόμενη παροχή έκπτωσης στους αγοραστές για να εξοφλήσουν τα μετρητοίς τα τιμολόγια τους).
- Δυνατότητα προγραμματισμού χρηματικών εισροών
- Η προεξόφληση των τιμολογίων σε συγκεκριμένες ημερομηνίες και ο καθορισμός συγκεκριμένων χρονικών σημείων για την καταβολή του αντίτιμου των τιμολογίων που δεν θα εξοφληθούν από τους οφειλέτες, εξασφαλίζει μια βασική προϋπόθεση για την κατάρτιση ενός ταμιακού προγράμματος με ελαχιστοποιημένες αποκλίσεις από τα πραγματικά στοιχεία

Μειονεκτήματα για τον πελάτη

- Υποχώρηση εκχώρησης του συνόλου των απαιτήσεων του προμηθευτή στον πράκτορα
- Υψηλό κόστος
- Παρέμβαση τρίτου (πράκτορα) στις σχέσεις μεταξύ προμηθευτή και πράκτορα

Συνοψίζοντας τα παραπάνω , μπορούμε να πούμε ότι ο θεσμός Factoring με τις πολυσχιδείς υπηρεσίες που προσφέρει στον πελάτη συντελεί αποφασιστικά στην προώθηση των στόχων μιας επιχείρησης, εφόσον, βέβαια αυτή διαθέτει τις βασικές προϋποθέσεις για μια επιτυχημένη επιχειρηματική δραστηριότητα δηλαδή ικανή και δυναμική διοίκηση από την μία μεριά και ανταγωνιστικό προϊόν από την άλλη.

Στην ανάλυση που προηγήθηκε έγινε προσπάθεια να υπογραμμιστεί ο δυναμικός - αναπτυξιακός χαρακτήρας του Factoring , η συνθετότητα των αναγκών που καλύπτει αλλά και ο ενεργός - συμβουλευτικός και όχι παθητικός ρόλος του πράκτορα

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ FACTOR - ΕΚΧΩΡΗΤΗ

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ FACTOR - ΕΚΧΩΡΗΤΗ

Η συνεργασία του factor και του εκχωρητή θα πρέπει να βασίζεται σε ένα κοινό αποδεκτό πλαίσιο. Τόσο για τον factor και για τον εκχωρητή θα πρέπει να υπάρχουν ορισμένες προϋποθέσεις :

1. Αξιοπιστία εκχωρητή

Η διεθνείς εμπειρία έχει δείξει, ότι πολλές φορές οι ζημιές που υφίσταται ο factor, οφείλονται στην αναξιοπιστία του εκχωρητή και όχι

στην αδυναμία των πελατών να πληρώσουν τις οφειλές τους. Ο εκχωρητής μπορεί να εξαπατήσει τον factor με τους εξής τρόπους :

- Να του εκχωρήσει πλαστά τιμολόγια που δεν έχουν αντίκρισμα σε προϊόντα ή υπηρεσίες που πούλησαν
- Να εκδώσει τιμολόγια πριν από την παράδοση των εμπορευμάτων
- Να αποκρύψει την είσπραξη τιμολογίου που τους έστειλε απευθείας ο πελάτης

2. Η ρευστότητα του εκχωρητή

Οι εταιρείες factoring συνήθως αποφεύγουν τους κινδύνους που προέρχονται από τις εκχωρούμενες απαιτήσεις. Ένας τέτοιος κίνδυνος είναι ο χαμηλός δείκτης ρευστότητας του εκχωρητή. Ακόμη και αν ο factor εφαρμόζει την μέθοδο με αναγωγή δεν καλύπτεται από τον κίνδυνο αυτό. Έτσι ο factor σ' αυτές τις περιπτώσεις, λαμβάνει μέτρα, όπως είναι η σταδιακή μείωση της ανάληψης ευθύνης για προεξόφληση τέτοιων τιμολογίων.

3. Κύκλος εργασιών

Ο factor ενδιαφέρεται να έχει ο προμηθευτής ένα τέτοιο κύκλο εργασιών, ώστε να έχει μια σαφή εικόνα των κινδύνων που ενδεχόμενα διατρέχει. Ο προμηθευτής πρέπει να έχει έναν ευρύ κύκλο εργασιών και να μην εξαρτάται από κάποιον πελάτη ο οποίος απορροφά και το μεγαλύτερο μέρος των δραστηριοτήτων του.

4. Τιμολόγια που αναλαμβάνουν οι Factors

Ο Factor να χρηματοδοτήσει τα τιμολόγια, και επομένως έχει το δικαίωμα, να επιλέγει εκείνα που είναι πιο ασφαλή και να απορρίπτει ορισμένων εκχωρητών που δεν έχουν αντίκρισμα σε εμπορεύματα ή υπηρεσίες ή είναι αμφισβητούμενα όπως :

- Τιμολόγια που δεν είναι δεσμευμένα από προηγούμενες οφειλές
- Τιμολόγια που έχουν πολύ μικρή αξία
- Τιμολόγια που είναι πολλά σε αριθμό και γίνεται διασπορά κινδύνου

5. Επιχείρηση

Η οικονομική επιφάνεια, η οργάνωση και η διαχείριση της επιχείρησης ενδιαφέρουν ιδιαίτερα τον factor. Επίσης η έκθεση του φορολογικού ελέγχου και η αναφορά σε ότι αφορά την ενημέρωση των λογιστικών βιβλίων καθώς και οι ισολογισμοί είναι από τα στοιχεία που ενδιαφέρουν τον Factor.

6. Προϊόντα

Ο Factor δίνει ακόμα μεγάλη σημασία στο είδος των προϊόντων, στην ποιότητα και στις ανάγκες που καλύπτουν. Τους Factors δεν τους ενδιαφέρει τόσο η επιχείρηση, ο εκχωρητής αυτός κάθε αυτός, όσο τα προϊόντα και οι ανάγκες που καλύπτουν και την ικανοποίηση που δίνουν στους πελάτες του εκχωρητή.

7. Χώρες συναλλαγών με Factoring

Το διεθνές Factoring μπορεί να εφαρμοσθεί και να αναπτύσσει συναλλαγές σε χώρες που αποδέχονται τις αρχές και τους κανόνες του ελεύθερου εμπορίου και των συναλλαγών, χωρίς συναλλαγματικούς περιορισμούς και πολιτικό ρίσκο.

Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ FACTORING ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Το factoring εφαρμόζεται στην Ελλάδα από το 1990, βάση του νόμου 1905/1990 και της ΠΔ/ΤΕ 2168/8.1.1993. Πριν από τον πιο πάνω νόμο και της ΠΔ/ΤΕ είχαν προηγηθεί για τη προσαρμογή του θεσμού στα ελληνικά δεδομένα οι ΠΔ/ΤΕ 959/10.3.1987, 1117/30.7.1987, 355/15.5.1987 και 399/30.8.1988.

Ο ΝΟΜΟΣ 1905/1990 (Φ.Ε.Κ. Α 147)

“ Για τη σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών αιτήσεων και άλλες διατάξεις ”

Άρθρο 1

1. Η σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων καταρτίζεται εγγράφως μεταξύ ενός κατά κύριο επάγγελμα προμηθευτή αγαθών ή υπηρεσιών και ενός πράκτορα επιχειρηματικών απαιτήσεων, ο οποίος αναλαμβάνει να παρέχει στον προμηθευτή, για το διάστημα που συμφωνείται, έναντι αμοιβής, υπηρεσίες σχετικές με την παρακολούθηση και είσπραξη μιας ή μέρους ή του συνόλου των απαιτήσεων του προμηθευτή., ιδίως από συμβάσεις πώλησης αγαθών, παροχής υπηρεσιών σε τρίτους ή εκτέλεση έργων. Περιεχόμενο της πρακτορείας, αποτελεί ιδίως η εκχώρηση απαιτήσεων στον πράκτορα με ή χωρίς δικαίωμα αναγωγής, η εξουσιοδότηση για την είσπραξη τους, η χρηματοδότηση του προμηθευτή με προεξόφληση των απαιτήσεων, η λογιστική ή νομική παρακολούθηση των απαιτήσεων, η διαχείριση τους, η ολική ή μερική κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου του προμηθευτή.

2. Η σύμβαση πρακτορείας είναι δυνατό να αφορά και σε μη γεννημένες κατά το χρόνο σύναψης της σύμβασης απαιτήσεις, όπως επίσης και στον καθορισμό, με μορφή ειδικού ανοικτού λογαριασμού, του ύψους του πιστωτικού κινδύνου, που ο πράκτορας αναλαμβάνει κάθε φορά να καλύψει.
3. Αντικείμενο της σύμβασης του άρθρου αυτού μπορεί να είναι και απαιτήσεις, έναντι των πελατών στο εξωτερικό, από εξαγωγική δραστηριότητα, όπως επίσης και απαιτήσεις οίκων του εξωτερικού έναντι πελατών στην Ελλάδα από εισαγωγική δραστηριότητα.
4. Αντικείμενο των διατάξεων του παρόντος νόμου, είναι και οι συμβάσεις που συνάπτονται μεταξύ πρακτόρων επιχειρηματικών απαιτήσεων, για την εκτέλεση των συμβάσεων των προηγούμενων παραγράφων του παρόντος άρθρου και την άσκηση εξ' αυτών δικαιωμάτων.
5. Η νομική παρακολούθηση ή επιδίωξη είσπραξης των απαιτήσεων, όπως περιγράφονται στο άρθρο αυτό, θα διενεργούνται δικαστικώς ή εξωδίκως, σύμφωνα με τις διατάξεις Κώδικα Πολιτικής Δικονομίας και του Κώδικα περί Δικηγόρων.

Άρθρο 2

1. Η κατά το προηγούμενο άρθρο πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων αναγγέλλεται εγγράφως από τον πράκτορα ή τον προμηθευτή στον οφειλέτη. Με την αγγελία πρέπει να προσδιορίζονται επαρκώς οι απαιτήσεις, στις οποίες η πρακτορεία αφορά και η ταυτότητα του πράκτορα.
2. Αναγγελία θεωρείται και η έγγραφη γνωστοποίηση στον οφειλέτη της ύπαρξης της σύμβασης, μεταξύ του πράκτορα και του προμηθευτή, καθώς και η αναγραφή στα προς εξόφληση παραστατικά της ταυτότητας του πράκτορα.
3. Η αναγγελία του άρθρου αυτού μπορεί, επίσης, να γίνει με οποιονδήποτε πρόσφορο, κατά τις συναλλαγές, έγγραφο τρόπο, αρκεί να αποδεικνύεται παραχρήμα.
4. Ο πράκτορας δεν αποκτά τα συμφωνηθέντα δικαιώματα απέναντι στον οφειλέτη και τους τρίτους πριν από την, κατά την παράγραφο 2 του παρόντος άρθρου, αναγγελία. Παροχή του οφειλέτη προς τον πράκτορα πριν από την αναγγελία ελευθερώνει τον οφειλέτη έναντι του προμηθευτή.
5. Οι συμβάσεις του άρθρου 1 του νόμου αυτού κατισχύουν των τυχόν συμφωνιών μεταξύ προμηθευτή και οφειλέτη περί ανεκχωρήτου των μεταξύ τους απαιτήσεων.

Άρθρο 3

1. Ο προμηθευτής ευθύνεται απέναντι στον πράκτορα για την ύπαρξη και το ύψος των απαιτήσεων, που αποτελούν αντικείμενο της σύμβασης του άρθρου 1 του παρόντος νόμου
2. Ο προμηθευτής έχει την υποχρέωση να θέσει στη διάθεση του πράκτορα τις σχετικές με τις απαιτήσεις, που αποτελούν αντικείμενο της μεταξύ τους σύμβασης, πληροφορίες και τα παραστατικά, κατά το άρθρο 456 Α.Κ. το αργότερο μέχρι το χρόνο, κατά τον οποίο ο πράκτορας δικαιούται να ασκήσει τα δικαιώματά του από τη σύμβαση.
3. Δεν επιτρέπεται η σύναψη συμβάσεων του άρθρου 1, του παρόντος νόμου, με περισσότερους του ενός πράκτορες του επιχειρηματικών απαιτήσεων για την ίδια απαίτηση. Η εκ δόλου παράβαση της διάταξης αυτής τιμωρείται με τις περί απάτης διατάξεις του Ποινικού Κώδικα. Ο άδικος χαρακτήρας της πράξης δεν υφίσταται, εάν οι, κατά τα παραπάνω, πράκτορες συναίνεσαν στη σύναψη των συμβάσεων αυτών.

Άρθρο 4

1. Η δραστηριότητα της πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων τρίτων, όπως περιγράφεται στο άρθρο 1 του νόμου αυτού, μπορεί να ασκηθεί μόνο από :
 - A) Τράπεζες που έχουν εγκατασταθεί και λειτουργούν νόμιμα στην Ελλάδα και
 - B) Ανώνυμες εταιρίες με αποκλειστικό σκοπό την άσκηση της δραστηριότητας αυτής.
2. Για τη σύσταση των ανωνύμων Εταιριών, του εδαφίου β της προηγούμενης παραγράφου, του παρόντος άρθρου, απαιτείται ειδική άδεια της Τράπεζας της Ελλάδος, η οποία δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως. Όμοια άδεια απαιτείται και για την μετατροπή υφιστάμενης Εταιρία σε Ανώνυμη Εταιρία, αποκλειστικό σκοπό την πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων τρίτων, όπως και για την κατάσταση και λειτουργία στην Ελλάδα αλλοδαπών εταιριών του αυτού σκοπού αυτού.

Με πράξεις του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος, καθορίζονται τα κριτήρια και οι προϋποθέσεις για την παροχή της άδειας της διάταξης αυτής.

3. Το καταβεβλημένο μετοχικό κεφάλαιο των ανωνύμων εταιριών του εδαφίου β, της παραγράφου 1, του άρθρου αυτού, δεν μπορεί να είναι μικρότερο από το ήμισυ του ελαχίστου μετοχικού κεφαλαίου που απαιτείται για τη σύσταση ανωνύμων τραπεζικών εταιριών. Η καταβολή του παραπάνω κεφαλαίου απαιτείται και για

την χορήγηση άδειας εγκαταστάσεις και λειτουργίας στη Ελλάδα αλλοδαπών επιχειρηματικών απαιτήσεων τρίτων.

4. Το κατά την προηγούμενη παράγραφο ελάχιστο μετοχικό κεφάλαιο, πρέπει να είναι ολόκληρο καταβεβλημένο σε μετρητά. Κατ' εξαίρεση επιτρέπεται η κάλυψη μέχρι του ημίσεως του μετοχικού κεφαλαίου με εισφορά σε είδος, εφόσον αυτό θα χρησιμοποιηθεί από την ίδια την εταιρία για την κάλυψη των αναγκών της.
5. Οι μετοχές των ανωνύμων εταιριών του εδαφίου β της παραγράφου 1, του παρόντος άρθρου είναι ονομαστικές. Η μεταβίβαση τους για οποιαδήποτε νομική αιτία, με εξαίρεση την κληρονομική διαδοχή και τη γονική παροχή, χωρίς προηγούμενη άδεια της Τράπεζας της Ελλάδος είναι άκυρη, εάν με τη μεταβίβαση ο αποκτών συγκεντρώνει μετοχές που αντιπροσωπεύουν ποσοστό μεγαλύτερο του 10% του καταβεβλημένου μετοχικού κεφαλαίου. Ο έλεγχος των εταιριών αυτών διεξάγεται από μέλη του Σώματος Ορκωτών Λογιστών.

Άρθρο 5

1. Η τράπεζα της Τράπεζας της Ελλάδος ασκεί και έλεγχο στις εταιρίες του εδαφίου β, της παραγράφου 1, του προηγούμενου άρθρου 4 και μπορεί να ζητεί από αυτές οποιαδήποτε σχετικά στοιχεία.
2. Με πράξεις του Διοικητή της Τράπεζας της Ελλάδος, καθορίζονται συντελεστής ρευστότητας και συγκέντρωσης κινδύνων, που είναι υποχρεωτικοί για τις εταιρίες του άρθρου 4 παρόντος νόμου.
3. Σε περίπτωση παράβασης των διατάξεων του νόμου αυτού, η Τράπεζα της Ελλάδος μπορεί να επιβάλλει όλα τα προβλεπόμενα για τις ανώνυμες εταιρίες μέτρα, εφαρμοζόμενων αναλόγως και των σχετικών διατάξεων του νόμου για τον έλεγχο και την εποπτεία των τραπεζών.

Άρθρο 6

1. Το αντικείμενο των συμβάσεων του άρθρου 1 του νόμου αυτού, καθώς και των παρεπόμενων αυτών συμφώνων, ασκούμενο από εταιρίες της παραγράφου 1, του άρθρου 4, του παρόντος νόμου, υπάγεται στις διατάξεις του Ν. 1642/1986 για την επιβολή του φόρου προστιθέμενης αξίας.
2. Ως φορολογητέα αξία για τον υπολογισμό του φόρου της προηγούμενης παραγράφου λαμβάνονται υπόψη τα πάσης φύσεως ακαθάριστα έσοδα των φορέων της παραγράφου 1 του άρθρου 4, του νόμου αυτού που προκύπτουν από την δραστηριότητα του

άρθρου 1 του ιδίου νόμου, χωρίς καμία έκπτωση με εξαίρεση το φόρο του παρόντος άρθρου τα οποία υπόκεινται στον εκάστοτε σε ισχύ συντελεστή του πίνακα Β του παραρτήματος 2 του άρθρου 67, του Ν. 1642/1986.

3. Για τον προσδιορισμό του καθαρού εισοδήματος κερδών των φορέων του άρθρου 4 του νόμου αυτού, επιτρέπεται να ενεργείται έκπτωση έως 3% επί του συνόλου των ετήσιων ακαθάριστων εσόδων του, που προέρχονται από τη δραστηριότητα του άρθρου 1 του νόμου αυτού, για την κάλυψη του κινδύνου από τη δραστηριότητα αυτή.

Η έκπτωση αυτή φέρεται σε ειδικό αφορολόγητο αποθεματικό, το ύψους του οποίου δεν μπορεί να υπερβαίνει το ήμισυ του καταβεβλημένου μετοχικού κεφαλαίου των φορέων του εδαφίου β της παραγράφου 1 του άρθρου 4 του νόμου αυτού ή το τέταρτο του καταβεβλημένου μετοχικού κεφαλαίου φορέων του εδαφίου Α της ίδιας παραγράφου.

Άρθρο 7

Λεπτομέρειες της εφαρμογής του παρόντος νόμου ρυθμίζονται με κοινές αποφάσεις των Υπουργών Εθνικής Οικονομίας, Οικονομικών και Εμπορίου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ

7

FORFAITING

Τα τελευταία χρόνια οι παραδοσιακές μέθοδοι εμπορίου και χρηματοδότησης εκσυγχρονίζονται, βελτιώνονται, διαφοροποιούνται ή εγκαταλείπονται. Οι εμπορικές και οι πολιτικές συνθήκες και προϋπόθεσης σε κάθε χώρα συνεχώς αλλάζουν.

Το Forfaiting όπως και το Factoring είναι μια εναλλακτική και συμπληρωματική μορφή Χρηματοδότησης που διαφοροποιείτε ως προς τον παραδοσιακό δανεισμό στον τρόπο χρησιμοποίησης και εφαρμογής του.

Το Forfaiting είναι η εκχώρηση των συναλλαγματικών ή άλλων εμπορικών πιστωτικών εγγράφων, τα οποία είναι εγγυημένα και πλήρως διαπραγματεύσιμα. Η εγγύηση αυτή γίνεται συνήθως αποδεκτή στην περίπτωση του forfaiter, ο οποίος αναλαμβάνει το εμπορικό ή πολιτικό "ρίσκο".

Σε όλες τις χώρες όπου εφαρμόζεται το Forfaiting αποτελεί μια Τραπεζική εργασία που αποσκοπεί κυρίως στην προεξόφληση ή αγορά τίτλων - αξιόγραφων του εξαγωγέα από τον forfaiter.

Η αγορά - προεξόφληση των τίτλων αυτών γίνεται πάντα χωρίς το δικαίωμα της αναγωγής στον προμηθευτή - εισαγωγέα και αφορά την προμήθεια αγαθών.

Η ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ FORFAITING

Η φιλοσοφία του forfeiting βασίζεται στη μεταφορά του επιχειρηματικού κινδύνου (εξόφληση τίτλων - συναλλαγματική διαφορά κ.λ.π.) από τον εξαγωγέα στον forfaiter.

Ο Forfaiter λειτουργεί σαν ανεξάρτητος και αυτόνομος χρηματοδοτικός οργανισμός - εταιρία που αγοράζει τίτλους για λογαριασμό του και αποβλέπει σε οφέλη του από τους τίτλους οπότε δεν ασφαλίζει ή καλύπτει απλώς κινδύνους.

Ο Forfaiter από την πλευρά του μειώνει τον κίνδυνο με την εγγύηση τρίτων, συνήθως τραπεζών ή δημοσίων οργανισμών με τη διατήρηση σταθερού επιτόκιου. Το προεξοφλητικό επιτόκιο (που είναι και η προμήθεια του Forfaiter) είναι σταθερό και υπολογίζεται με βάση το τρέχον επιτόκιο και υπό εκτίμηση κίνδυνο. Ακόμη δεν υπάρχει προθυμία από πλευράς Forfaiting να χρηματοδοτεί (εξοφλεί) όλους τους διαθέσιμους τίτλους, αλλά μόνο τις περιπτώσεις που εξασφαλίζουν χαμηλό επιτόκιο.

Το Forfaiting σαν ένα σύστημα συναλλαγών λειτουργεί ως εξής :

1. Αναλαμβάνει οφειλές σε τίτλους ή αξιόγραφα με προθεσμίες από 6 μήνες και πάνω μέχρι και 10 χρόνια αλλά κυρίως 5 – 7 χρόνια.
2. Χρησιμοποιεί όλα τα νομίσματα (οι πληρωμές είναι μετατρέψιμες σε όλα τα νομίσματα) αλλά περισσότερο προτιμούν τα δολάρια Η.Π.Α. τα Ελβετικά φράγκα και τα Euro αφού πλέον δεν υπάρχει το Γερμανικό Μάρκο έπειτα από την νομισματική ένωση της Ευρώπης.
3. Υπογράφεται συμφωνία οι πληρωμές να γίνονται έτσι ώστε να αποτελούν μια σειρά εξαμηνιαίων δόσεων.
4. Εγγυάται την οφειλή όπως προαναφέρθηκε άνευ όρων μέσω τράπεζας ή κρατικού οργανισμού ή πολυεθνικής εταιρίας αμετάκλητα. Ο εγγυητής επιλέγεται και είναι στην θέση του Forfaiter.

Η ΧΡΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΟΥ FORFAITING

Όταν ένας εξαγωγέας χρειάζεται να επεκτείνει τα πιστωτικά του όρια στους πελάτες – αγοραστές του, μπορεί να χρησιμοποιήσει και το forfaiting. Η πιστωτική πολιτική μέσω του Forfaiting μπορεί να επεκταθεί για κάθε χρονική περίοδο από έξι μήνες μέχρι επτά έτη. Για κάθε πιστωτική επέκταση πέραν του έτους, οι αποπληρωμές κλιμακώνονται σε έξι μηνιαίες πληρωμές.

Οι διακανονισμοί των πιστωτικών ορίων και των αποπληρωμών, είναι φυσικά στη διάθεση του πελάτη – αγοραστή που μπορεί να προβλέπει και τη δυνατότητα τρίτων να εγγυώνται γι' αυτό το χρέος.

Ο τριτεγγυητής γενικά μπορεί να είναι μια τράπεζα που να είναι αποδεκτή από τον Forfaiter. Αλλά σε πολλές χώρες συνηθίζεται να εγγυάται αυτές τις πιστώσεις το Υπουργείο Οικονομικών, κάποιος κρατικός οργανισμός ή κάποια εύρωστη οικονομική επιχείρηση.

Η εγγύηση που είναι αποδεκτή από τον forfaiter είναι είτε μια άνευ άλλων όρων ή ανέκκλητη εγγύηση Τράπεζας ή κρατικού οργανισμού, είτε άλλης μορφής εγγύησης, γνωστής ως AVAL. Οι Forfaiters πάντως προτιμούν τις τράπεζες, γιατί είναι διεθνείς οργανισμοί και έχουν τη δυνατότητα να παρέχουν πληροφορίες για οφειλέτες γιατί τους ενδιαφέρει να γνωρίζουν την πιστοληπτική ικανότητα.

Συνήθως η εγγύηση μπορεί να πάρει δύο μορφές, είτε να είναι AVAL, είτε μια ξεχωριστή εγγυητική επιστολή. Η AVAL είναι μια χωρίς όρους εγγύηση, είναι απλώς μια οπισθογραφημένη συναλλαγματική ή υποσχετική επιστολή. Η ξεχωριστή εγγυητική επιστολή πρέπει να είναι χωρίς όρους, ακάλυπτη και μετατρέψιμη.

Όταν ο εξαγωγέας διαπραγματεύεται ή συμμετέχει στη διαδικασία σύναψης μιας σύμβασης θα πρέπει να προσεγγίζει τον forfaiter ως ένα χρηματοδότη και να γνωρίζει το κόστος και το πλαίσιο λειτουργίας του Forfaiting.

ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FORFAITING

Το Forfaiting όσο και το Factoring, είναι μια έμμεση χρηματοδότηση του εξαγωγικού εμπορίου χωρίς χρονοβόρες διαδικασίες που απαιτούνται συνήθως στον τραπεζικό χώρο.

Έτσι το Forfaiting που εφαρμόζεται κυρίως στο εξαγωγικό εμπόριο και αφορά άμεσα τον εξαγωγέα έχει τα ακόλουθα πλεονεκτήματα :

1. Το Forfaiting γίνεται χωρίς το δικαίωμα της ανάγωγης στον εξαγωγέα.
2. Το επιτόκιο, βάση του οποίου ο εξαγωγέας υπολογίζει το κόστος της χρηματοδότησης, το κόστος του συμβολαίου και την μετατροπή του ξένου συναλλάγματος στο δικό του νόμισμα διατηρείται σταθερό.
3. Η συμβουλή στη ρευστότητα του εξαγωγέα, αφού πληρώνεται αμέσως μόλις παραδώσει τα εμπορεύματα του ή τις υπηρεσίες του. Έτσι μειώνει τον Τραπεζικό δανεισμό και του απελευθερώνει τα ίδια κεφάλαια για άλλες επενδύσεις ή άλλες δραστηριότητες όπως μάρκετινγκ των προϊόντων κ.α.
4. Ο Forfaiter επωμίζεται, και όχι ο εξαγωγέας τους κινδύνους από τους νομισματικούς κραδασμούς από πολιτικές αβεβαιότητες ή πτωχεύσεις του εγγυητή.
5. Ο εξαγωγέας με την εκχώρηση του χρέους, δεν αφιερώνει χρόνο ή χρήμα για την διαχείριση ή την είσπραξη αυτού.
6. Η διαπραγμάτευση για τη χρηματοδότηση μέσω Forfaiting, κάθε εμπορική συναλλαγή του εξαγωγέα γίνεται χωριστά. Ο εξαγωγέας δεν δεσμεύεται για όλες τις συναλλαγές του.
7. Η εκχώρηση της οφειλής γίνεται έναντι ειλικρινών εγγράφων, όπως είναι οι συναλλαγματικές, τα εισπρακτέα γραμμάτια κ.α.
8. Η συναλλαγή είναι εμπιστευτική και δεν παίρνει δημοσιότητα. Ο εξαγωγέας μπορεί να απαιτήσει τήρηση μυστικότητας σε ότι αφορά τη χρηματοδότηση του.
9. Οι διαπραγματεύσεις μεταξύ των συναλασσομένων είναι εμπιστευτικές.
10. Το ρίσκο σε ξένο συνάλλαγμα είναι ανύπαρκτο.
11. Η προεξόφληση του συνόλου της απαίτησης γίνεται σε μετρητά.

ΤΟ ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΚΑΙ Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ FORFAITING

Το forfaiting, μπορεί να εφαρμοστεί στην Ελλάδα, σύμφωνα με τον νόμο 1905/1990 και τις ΠΔ/ΤΕ 959/10.3.1987, 1117/30.7.1987, 355/15.5.1987 και 399/30.8.1988.

Ωστόσο, θα πρέπει ο επιχειρηματικός κόσμος να ενημερωθεί για την εφαρμογή του forfaiting όπως και για όλους τους σύγχρονους θεσμούς χρηματοδότησης.

Οι εταιρίες factoring τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό εφαρμόζουν και το forfaiting. Έτσι συνήθως μιλάμε για το factoring και το forfaiting μαζί. Το forfaiting θα μπορούσε να θεωρηθεί ως μία εργασία μόνο χρηματοδοτική του factoring.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ

8

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΥΨΗΛΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΚΙΝΔΥΝΟΥ (VENTURE CAPITAL)

Το Venture Capital, είναι επενδύσεις κεφαλαίων υψηλού επιχειρηματικού κινδύνου. Αυτές οι επενδύσεις έχουν πλέον καθιερωθεί ως ένας χρηματοδοτικός θεσμός ή μια άλλη μορφή χρηματοδότησης επενδυτικών προγραμμάτων υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας.

Τα κεφάλαια αυτά επενδύονται από ειδικές εταιρίες, τις γνωστές και ως εταιρίες Venture Capital και η απόδοση τους φτάνει μέχρι και 70% λόγω του ότι έχουν υψηλό "ρίσκο".

Ο όρος του Venture Capital χρησιμοποιείται συνήθως με δύο διαφορετικές έννοιες και παίρνει δύο διαφορετικές διαστάσεις από πλευράς επενδυτικών δραστηριοτήτων.

A. Η πρώτη έννοια αφορά τα κεφάλαια που διατίθενται σε επενδύσεις με υψηλό κίνδυνο και ως εκ τούτου έχουν και μεγάλα προσδοκώμενα κέρδη. Τα κεφάλαια αυτά προέρχονται κυρίως από ομίλους επενδυτών, από μεγάλες βιομηχανίες, από χρηματοδοτικούς οργανισμούς και τράπεζες.

B. Η δεύτερη έννοια του Venture Capital παίρνει μικρότερες διαστάσεις, γιατί έχει περιορισμένες επενδυτικές δραστηριότητες. Τα κεφάλαια διατίθενται υπό την μορφή μετοχών, συνήθως σε μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες αναπτύσσουν νέες ιδέες, νέα τεχνολογία, κυρίως προϊόντα και καινοτομίες σε κάποιους τομείς. Σε αυτή την περίπτωση δε διατίθενται μόνο κεφάλαια, αλλά παρέχεται και η τεχνογνωσία (know how) που απαιτείται για τη δημιουργία, τόσο της επιχείρησης όσο και τη δημιουργία, σχεδιασμό, ανάπτυξη και προώθηση των προϊόντων.

Ωστόσο και στις δύο περιπτώσεις, αλλά κυρίως στη δεύτερη, απαιτείται η σωστή οργάνωση και λειτουργία του χρηματιστηρίου και της παράλληλης αγοράς. Ο θεσμός του Venture Capital, ενώ έχει αναπτυχθεί πάρα πολύ τις τελευταίες τρεις δεκαετίες τόσο στη Βόρεια Αμερική, όσο και στη Δ.Ευρώπη, στην Ελλάδα έγινε νόμος του κράτους το 1988 και έχει αρχίσει να εφαρμόζεται. Οι εταιρίες Venture Capital δραστηριοποιούνται συνεισφέροντας στη χρηματοδοτική μεσολάβηση. Διαθέτουν σε άλλες επιχειρήσεις μικρές ή μεγάλες που βρίσκονται ήδη σε λειτουργία κεφάλαια για τη δημιουργία και ανάπτυξη νέων προϊόντων. Επενδύουν όμως και κεφάλαια για την ίδρυση και δημιουργία νέων επιχειρήσεων για να υλοποιήσουν νέες ιδέες, να αναπτύξουν νέα προϊόντα και καινοτομίες, κυρίως στο χώρο της υψηλής τεχνολογίας.

1. ΣΤΑΔΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΩΝ

Η ανάπτυξη των μορφών επενδύσεων οφείλεται κυρίως στην ταχεία τεχνολογική εξέλιξη που δημιουργεί πολλά προϊόντα και πολλές ευκαιρίες σε νέες αγορές που κατά συνέπεια απαιτούν αυξημένες χρηματοδοτήσεις.

Οι επενδύσεις κεφαλαίων υψηλού επιχειρηματικού κινδύνου, γίνονται κυρίως σε εξειδικευμένους τομείς, όπως στις βιομηχανίες πληροφορικής, επικοινωνίας κ.α.

Ανεξάρτητα όμως από τον τομέα στον οποίο γίνεται η επένδυση υψηλού επιχειρηματικού κινδύνου, μπορούμε να προσδιορίσουμε τέσσερις μορφές χρηματοδότησης, οι οποίες ανταποκρίνονται σε τέσσερα διαδοχικά στάδια ανάπτυξης μίας νέας επιχείρησης.

A. Χρηματοδότηση της 'ιδέας' – Seed Capital

Η χρηματοδότηση αυτή γίνεται πριν ακόμη δημιουργηθεί το προϊόν και πριν ιδρυθεί η εταιρία. Η επένδυση σε αυτή τη φάση αφορά τη δημιουργία, το σχεδιασμό και τη ανάπτυξη του προϊόντος, κάτω από συγκεκριμένες προδιαγραφές.

Ανάλογα με το είδος, τη μορφή και τις προοπτικές του υπό-ανάπτυξη προϊόντος εξαρτάται και το ύψος της επένδυσης. Αυτή η φάση του Venture Capital, που διαρκεί μέχρι και ένα έτος, είναι η πιο ριψοκίνδυνη, γιατί μπορεί το υπό-ανάπτυξη προϊόν, να μην είναι το επιδιωκόμενο και να μην γίνει αποδεκτό από την αγορά.

Σύμφωνα με εκτιμήσεις στην αγορά των Η.Π.Α, το 70% περίπου των επενδυτικών δραστηριοτήτων για την δημιουργία και ανάπτυξη νέων προϊόντων ή υπηρεσιών εγκαταλείπονται στο τέλος αυτής της φάσης.

B. Χρηματοδότηση της «ιδρύσης – ξεκίνημα εταιρίας» - Start up capital

Αυτή η φάση είναι η συνηθέστερη που παρεμβαίνει ο επενδυτής του Venture Capital, γιατί κατ'αυτήν δημιουργείται η επιχείρηση που θα κατασκευάσει το νέο προϊόν ή θα παράσχει νέες υπηρεσίες. Στη φάση αυτή, έχουν γίνει πλέον γνωστές οι προοπτικές και οι δυνατότητες του προϊόντος και ο επενδυτής μπορεί να κάνει κάποιο μακροπρόθεσμο προγραμματισμό. Μπορεί να συμμετάσχει στην οργάνωση της επιχείρησης, στην ανάπτυξη του στελεχιακού δυναμικού της και γενικά να συμβάλλει στο επιτυχές ξεκίνημα της επιχείρησης.

Η φάση αυτή διαρκεί περίπου ένα έτος. Ο κίνδυνος σε αυτή την φάση είναι ακόμα υψηλότερος από την προηγούμενη, γιατί στην περίπτωση αυτή η επένδυση είναι μεγαλύτερη. Υπολογίζεται ότι το ύψος της επένδυσης στη δεύτερη φάση είναι τριπλάσιο εκείνου της πρώτης φάσης.

Γ. Χρηματοδότηση της «εισαγωγής των προϊόντων στην αγορά» - Introduction Early Stage Financing

Σε αυτή τη φάση η χρηματοδότηση αφορά την τοποθέτηση του προϊόντος στην αγορά. Δραστηριότητες, όπως έρευνα αγοράς, προσδιορισμός του ανταγωνισμού, αναζήτηση της συγκεκριμένης πελατείας και δημιουργία εμπορικού ονόματος κ.α. απαιτούν σημαντικά κεφάλαια. Η φάση αυτή συνήθως διαρκεί πάνω από ένα έτος και τα κεφάλαια που πρέπει να επενδυθούν είναι πολλαπλάσια των δύο προηγούμενων φάσεων.

Οι επιχειρήσεις που συμμετέχουν σε αυτή τη φάση έχουν τη δυνατότητα να αξιολογήσουν την πρόοδο των δραστηριοτήτων, τόσο της επιχείρησης, όσο και των προϊόντων και για αυτό αντιμετωπίζουν χαμηλότερο κίνδυνο. Οι επενδύσεις που πραγματοποιούνται με βάση τις αρχές του θεσμού του Venture Capital είναι απαραίτητες, γιατί η νέα επιχείρηση δεν έχει πρόσβαση σε άλλες πηγές χρηματοδότησης και τούτο γιατί το ενεργητικό της επιχείρησης δεν κρίνεται ακόμα ικανοποιητικό για να μπορέσει η επιχείρηση να χρηματοδοτηθεί από τράπεζες, ούτε οι μετοχές αυτής μπορούν να εισαχθούν στο χρηματιστήριο, αλλά και ακόμη επειδή δεν έχουν καθιερωθεί τα προϊόντα της επιχείρησης στην αγορά, ενώ τέλος οι διοικητικές ικανότητες των στελεχών της δεν έχουν ακόμη επιβεβαιωθεί.

Δ. Χρηματοδότηση της «ανάπτυξης – καθιέρωσης» - Establishment

Η φάση αυτή παίζει καθοριστικό ρόλο για την καθιέρωση της επιχείρησης και των προϊόντων / υπηρεσιών της στην αγορά. Είναι η τελευταία φάση μίας ολόκληρης διαδικασίας όπως είδαμε παραπάνω. Με τη φάση αυτή επιχειρείται να διερευνηθεί η αγορά του προϊόντος και αν μαζικοποιηθεί η παραγωγή και η προώθηση του προϊόντος. Η καθιέρωση του προϊόντος στην αγορά, απαιτεί σαφώς τη βελτίωση των διαδικασιών της επιχείρησης στους τομείς παραγωγής, διανομής και προώθησης. Συνήθως η φάση αυτή, συνδέεται με την εισαγωγή των μετοχών της επιχείρησης στο χρηματιστήριο ή στην παράλληλη χρηματιστηριακή αγορά. Με την εισαγωγή των μετοχών της εταιρίας στο χρηματιστήριο και την εξασφαλισμένη διείσδυση του προϊόντος της εταιρίας στην

αγορά, οι εταιρίες αρχίζουν να ρευστοποιούν τα επενδεδυμένα κεφάλαια τους, εξασφαλίζοντας έτσι υψηλή απόδοση του κεφαλαίου τους.

Ε. Χρηματοδότηση της « αύξησης του μετοχικού κεφαλαίου » Stock Market

Στη φάση αυτή η εταιρία Venture Capital αποφασίζει να αυξήσει το μετοχικό της κεφάλαιο και να εκδόσει μετοχές, οι οποίες θα εισαχθούν στο χρηματιστήριο. Η δυνατότητα της αύξησης του μετοχικού της κεφαλαίου, της δίνει τη δυνατότητα να επεκταθεί στα επενδυτικά προγράμματα και να διαμορφώσει χαρτοφυλάκια. Επιπλέον με την επέκταση σε νέες επενδυτικές δραστηριότητες επιτυγχάνεται και η διασπορά του κινδύνου ή επιτυγχάνεται η καλύτερη διαχείριση.

2. ΑΠΟΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ VENTURE CAPITAL

Το Venture Capital μπορεί να κριθεί και να αξιολογηθεί από διαφορετικές πλευρές ανάλογα με το ενδιαφερόμενο μέρος που συμμετέχει στη διαδικασία των επενδύσεων.

Έτσι μπορεί να αξιολογηθεί :

- ✦ Από την πλευρά των επιχειρήσεων Venture Capital που έχουν και τον κύριο λόγο στις εν λόγω επιχειρήσεις.
- ✦ Από την πλευρά των χρηματοδοτούμενων μερών που έχουν και το καινοτομικό προϊόν για ανάπτυξη.
- ✦ Από την πλευρά των τραπεζών που χρηματοδοτούν άμεσα τις εταιρίες Venture Capital και έχουν άμεσο ενδιαφέρον για την πορεία, ανάπτυξη και εξέλιξη των εταιριών Venture Capital.
- ✦ Από την πλευρά του μάνατζμεντ, και κυρίως των συμβούλων που διαχειρίζονται όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων του Venture Capital, τόσο από την πλευρά των χρηματοδοτικών όσο και των χρηματοδοτούμενων εταιριών.

3. ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΤΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ VENTURE CAPITAL ΣΕ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ

Οι εταιρίες Venture Capital συμμετέχουν στις εν λόγω χρηματοδοτήσεις ή καινοτομικά αναπτυξιακά προγράμματα :

- ✦ Με την αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου της επιχείρησης, εφ' όσον δημιουργηθούν τα καινοτομικά προϊόντα και αναλαμβάνοντας τον επιχειρηματικό κίνδυνο.
 - ✦ Με πακέτο μετοχών το οποίο και στηρίζει παρέχοντας και τις ειδικές συμβουλές διαχείρισης του.
 - ✦ Με την άμεση χρηματοδότηση των εν λόγω εταιριών κ.α.
- Η έμφαση δίνεται κυρίως στη συμμετοχή του μετοχικού κεφαλαίου αποβλέποντας, κυρίως στην υπεραξία των συμμετοχών τους και στη μετέπειτα ρευστοποίηση τους.

4. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ

- Τα κριτήρια τα οποία χρησιμοποιούνται για την επιλογή της καλύτερης επενδυτικής δραστηριότητας μέσω του Venture Capital είναι :
- A) Οι προοπτικές της επένδυσης και κυρίως του καινοτομικού προϊόντος.
 - B) Οι διαδικασίες εφαρμογής των χρηματοδοτικών μεθόδων και πρακτικών.
 - Γ) Το μάντζμεντ και οι ικανότητες των στελεχών στη διαχείριση των επενδυτικών δραστηριοτήτων και του έλεγχου του κινδύνου.
 - Δ) Η μεγιστοποίηση της απόδοσης των καινοτομικών επενδύσεων.

5. ΟΙ ΕΤΑΙΡΙΕΣ VENTURE CAPITAL

Οι εταιρίες Venture Capital σύμφωνα με τον νόμο 1775/88 μπορούν να ιδρυθούν είτε από τράπεζες σαν θυγατρικές τους εταιρίες είτε από ιδιώτες, επιχειρηματίες. Το ελάχιστο ποσό μετοχικού κεφαλαίου καθορίστηκε από το νόμο σε 1500000 € ενώ η νομική μορφή από την οποία υποχρεωτικά διέπεται η σύσταση και η λειτουργία των εταιριών Venture Capital είναι αυτή των ανωνύμων εταιριών. Οι εταιρίες αυτές μπορούν να αντλούν δανειακά κεφάλαια μέχρι του ύψους του ποσοστού των ιδίων κεφαλαίων τους. Αλλά έχουν και την δυνατότητα να εκδίδουν ομολογιακά δάνεια μετατρέψιμα ή μη σε μετοχές.

Κύριο αντικείμενό των εταιριών Venture Capital, είναι η συμμετοχή αυτών στο μετοχικό κεφάλαιο άλλων επιχειρήσεων και ειδικότερα εκείνων που αναλαμβάνουν επενδυτικές δραστηριότητες σε τομείς υψηλής τεχνολογίας. Για την συμμετοχή τους σε αυτές τις επενδύσεις επιχορηγούνται με ποσοστό 30%, επειδή θεωρείται ότι συμβάλλουν γενικότερα στην αναδιάρθρωση των επενδυτικών δραστηριοτήτων της χώρας.

Οι εταιρίες Venture Capital μπορούν ακόμη :

- ✦ Να ιδρύουν νέες εταιρίες που αναπτύσσουν επενδυτικές δραστηριότητες υψηλής τεχνολογίας.
- ✦ Να συμμετέχουν στο μετοχικό κεφάλαιο άλλων θυγατρικών επιχειρήσεων.
- ✦ Να εγγυώνται τη χορήγηση δανείων στις παραπάνω επιχειρήσεις.

6. Ο ΝΟΜΟΣ 1775/1988 ΕΤΑΙΡΙΕΣ ΠΑΡΟΧΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ (VENTURE CAPITAL)

Άρθρο 1

1. Οι εταιρίες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου είναι ανώνυμες εταιρίες με κύριο σκοπό την προώθηση και υλοποίηση επενδύσεων υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας.

Οι εταιρίες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου, μπορούν ιδίως :

- α. Να ιδρύουν νέες επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν επενδύσεις υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας.
- β. Να συμμετέχουν στο κεφάλαιο υφιστάμενων επιχειρήσεων, σε περίπτωση αύξησης του κεφαλαίου τους για την ανάληψη επενδύσεων υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας.
- γ. Να παρέχουν εγγυήσεις για την χορήγηση δανείων, στις παραπάνω επιχειρήσεις και πιστώσεις.
- δ. Να παρέχουν τις υπηρεσίες τους προς τις παραπάνω επιχειρήσεις για την έρευνα αγοράς, την ανάλυση επενδυτικών προγραμμάτων, την οργάνωση τους και γενικά κάθε άλλη υπηρεσία πρόσφορη για την πραγματοποίηση των σκοπών τους.

2. Για την εκπλήρωση του σκοπού τους, οι εταιρίες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου μπορούν να εκδίδουν ομολογιακά δάνεια, μετατρέψιμα ή μη σε μετοχές.

3. Οι εταιρίες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου διέπονται από τις διατάξεις αυτού του νόμου και συμπληρωματικά, από τις διατάξεις που ισχύουν για τις ανώνυμες εταιρίες.

4. Για την εφαρμογή αυτού του νόμου, οι επιχειρήσεις που αναφέρονται στις περιπτώσεις α' και β' του δεύτερου εδαφίου της παρ. 1, πρέπει να έχουν νομική μορφή της ανώνυμης εταιρίας ή της εταιρίας περιορισμένης ευθύνης.

Άρθρο 2

1. Το ελάχιστο μετοχικό κεφάλαιο των εταιριών παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου ορίζεται σε πεντακόσια εκατομμύρια

δραχμές και καταβάλλεται μόνο σε μετρητά. Με απόφαση των υπουργών εθνικής οικονομίας και εμπορίου που δημοσιεύεται στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, είναι δυνατή η αύξηση του ελάχιστου εταιρικού κεφαλαίου. Σε περίπτωση τμηματικής καταβολής, το κατά σύσταση καταβλητέο κεφάλαιο, πρέπει να είναι τουλάχιστο ίσο με το κατώτατο όριο που ορίζεται στο προηγούμενο εδάφιο.

2. Οι μετοχές των εταιριών παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου είναι ονομαστικές και μπορούν να εισάγονται σε χρηματιστήριο αξιών, σύμφωνα με τις διατάξεις του Π.Δ. 350/1985 (ΦΕΚ 126).

3. Δεν επιτρέπεται χορήγηση δανείων εκ μέρους των εταιριών παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου στις οποίες μετέχουν σύμφωνα με τις περιπτώσεις α' και β' του δευτέρου εδαφίου της παραγράφου 1, του άρθρου 1, του νόμου αυτού.

4. Δεν επιτρέπεται η συμμετοχή εταιρίας παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου σε επιχείρηση, να υπερβαίνει το 20% των ιδίων κεφαλαίων της εταιρίας παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου, όπως αυτά ορίζονται στο πρώτο εδάφιο της επόμενης παραγράφου. Το ίδιο ανώτατο όριο ισχύει σε περίπτωση παροχής εγγυήσεων εκ μέρους της σε επιχείρησης, όσον αφορά το άθροισμα της συμμετοχής της και των παρεχόμενων εγγυήσεων στην επιχείρηση αυτή.

5. Δεν επιτρέπεται υπέρβαση των υποχρεώσεων της εταιρίας παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου, έναντι των ιδίων κεφαλαίων της. Ως "ίδια κεφάλαια" και "υποχρεώσεις" της εταιρίας θεωρούνται αντίστοιχα οι κατηγορίες Α' και Γ' του υποδείγματος της παραγράφου 4.1.103 του άρθρου 1 του Π.Δ. 1123/1980. "Περί ορισμού του περιεχομένου και του χρόνου ενάρξεως της προαιρετικής εφαρμογής του Γενικού Λογιστικού Σχεδίου". Στην περίπτωση αυτή συνυπολογίζεται στις "υποχρεώσεις" ποσοστό 50% του συνόλου των εγγυήσεων που έχουν χορηγηθεί από τις εταιρίες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου, για δάνεια των επιχειρήσεων των περιπτώσεων α' και β', του δεύτερου εδαφίου, της παρ. 1, του νόμου αυτού.

Αν οι υποχρεώσεις υπερβούν τα ίδια κεφάλαια, οι εταιρίες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου μέσα στους έξι πρώτους μήνες της επόμενης διαχειριστικής χρήσης, υποχρεούνται να αποκαταστήσουν με αύξηση ντου μετοχικού τους κεφαλαίου, τη σχέση ιδίων κεφαλαίων προς τις υποχρεώσεις. Για επενδύσεις που αναλαμβάνονται μετά την πάροδο του εξαμήνου και μέχρι την αποκατάσταση της σχέσης ιδίων κεφαλαίων προς υποχρεώσεις, οι εταιρίες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου παύουν ν' απολαμβάνουν των πλεονεκτημάτων των διατάξεων του άρθρου 3, παρ. 1.

Άρθρο 3

1. Για την συμμετοχή τους σε επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν επενδύσεις υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίες, οι εταιρίες παροχής

επιχειρηματικού κεφαλαίου επιχορηγούνται με ποσοστό 30% στο ποσό της συμμετοχής αυτής.

2.Ως συμμετοχή κατά την έννοια αυτού του άρθρου, θεωρείται η καταβολή μετοχικής ή εταιρικής εισφοράς στις περιπτώσεις α' και β', του εδαφίου 2, της παραγράφου 1, του άρθρου 1.

3.Η επιχορήγηση παρέχεται με απόφαση του υπουργού εθνικής οικονομίας, ύστερα από γνώμοδοτηση της κατά το άρθρο 8, παρ. 1 του Ν. 1262/1982 Κεντρικής Γνωμοδοτικής Επιτροπής. Σχετική εισήγηση μπορεί να υποβάλει στην επιτροπή το υπουργείο βιομηχανίας, ενέργειας και τεχνολογίας.

Με κοινή απόφαση των υπουργών εθνικής οικονομίας και βιομηχανίας, ενέργειας και τεχνολογίας, που δημοσιεύεται στην εφημερίδα της κυβερνήσεως, καθορίζονται τα χρηματοοικονομικά και άλλα απαραίτητα στοιχεία, για το χαρακτηρισμό των επενδύσεων ως υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας, τα απαιτούμενα δικαιολογητικά που θα συνοδεύσουν την αίτηση για χορήγηση προς το υπουργείο εθνικής οικονομίας, οι προθεσμίες υποβολής της και η διαδικασία καταβολής της επιχορήγησης, καθώς και κάθε άλλη σχετική λεπτομέρεια.

Άρθρο 4

1. Για τον προσδιορισμό των φορολογητέων κερδών τους, οι εταιρίες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου έχουν το δικαίωμα να εκπίπτουν ποσοστό 3% του ποσού του υπόλοιπου στο τέλος κάθε εταιρικής χρήσης των συμμετοχών σε επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν επενδύσεις υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας και των εγγυήσεων που παρέχονται από αυτές.

2. Η έκπτωση της προηγούμενης παραγράφου, φέρεται σε ειδικό αποθεματικό πρόβλεψης.

Άρθρο 5

1. Τα κέρδη που πραγματοποιούν οι εταιρίες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου από μερική ή ολική μετοχών ή εταιρικών μεριδίων τους, που προέρχονται από συμμετοχή τους σε επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν επενδύσεις υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας, απαλλάσσονται από το σχετικό φόρο εισοδήματος και εμφανίζονται σε λογαριασμό ειδικού αποθεματικού για την κάλυψη μελλοντικών ζημιών από την πώληση χρεογράφων.

2.Οι κάτοχοι ομολογιών των εταιριών παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου δεν φορολογούνται για το εισόδημα που προέρχεται από τόκους των αντίστοιχων ομολογιών.

3. Κάθε τρίτος που συμμετέχει από κοινού με την εταιρία παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου στην πραγματοποίηση επενδύσεων από επιχειρήσεις, σύμφωνα με το άρθρο 1, εδάφιο δεύτερο, περίπτωση α',

δικαιούται να εκπέσει από τα εισοδήματα του το 50% της συμμετοχής του. Η έκπτωση αυτή δεν επιτρέπεται να υπερβαίνει κατ' έτος το 25% της συμμετοχής και το 50% των ετήσιων συνολικών εισοδημάτων.

Σε περίπτωση συμμετοχής με εισφορά σε είδος ή εισφορά άυλων αγαθών, η έκπτωση είναι δυνατή μόνο εφόσον ο τρίτος τα απέκτησε από επαχθή αιτία. Στην περίπτωση αυτή εκπίπτει το ποσό του τμήματος, έναντι του οποίου απέκτησαν τον τρίτο.

4. επιτρέπεται η σύναψη συμφωνίας μεταξύ εταιρίας παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου και προσώπων που προσφέρουν τι υπηρεσίες τους σ' αυτή, με την οποία θα καθορίζονται προτιμησιακοί όροι διανομής μετοχών της εταιρίας υπέρ των προσώπων αυτών, σε περίπτωση εφαρμογής του άρθρου 16, παρ. 2, του κωδ. Ν 2190/1920 όπως τροποποιήθηκε από το άρθρο 25 του Ν.1682/87 (ΦΕΚ 14).

5. Σε περίπτωση μη συμμόρφωσης των εταιριών παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου στις διατάξεις του παρόντος νόμου και τους όρους της εγκριτικής απόφασης του άρθρου 3, παρ. 3 το υπουργείο εθνικής οικονομίας μπορεί να ανακαλέσει την απόφαση αυτή. Στην περίπτωση αυτή καταβάλλονται αναδρομικά και οι φορολογικές επιπτώσεις, από τις οποίες προβλέπονται παρεκκλίσεις, σύμφωνα με το νόμο αυτό.

Άρθρο 6

Επιτρέπεται στις τράπεζες που λειτουργούν στην Ελλάδα, να ιδρύουν ή να συμμετέχουν σε εταιρίες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου, χωρίς προηγούμενη άδεια της τράπεζας της Ελλάδος, μέχρι ποσοστού 20% του ίδιου μετοχικού τους κεφαλαίου. εταιρίες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου.

7. Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ VENTURE CAPITAL ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στην Ελλάδα επιδιώκεται να εφαρμοστεί το Venture Capital σε εταιρίες που θα δραστηριοποιούνται κυρίως σε επενδύσεις υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας. Η υψηλή τεχνολογία και η καινοτομία είναι ένας πολύ δύσκολος τομέας με υψηλό κίνδυνο αλλά και με μεγάλη πρόκληση για υψηλά ποσοστά απόδοσης κεφαλαίου αν τελικά η επένδυση πάει καλά. Το Venture Capital είναι σε θέση να εφαρμοστεί σε αυτές τις μορφές επενδύσεων αφού όμως πρώτα εξεταστούν οι πραγματικές ανάγκες που θα καλύψουν καθώς και η εξέλιξη της κεφαλαιαγοράς αλλά και η επιχειρηματική δραστηριότητα στην οποία θα πρέπει να προχωρήσει με ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια. Πάντως το

ενδιαφέρων των εταιριών θα πρέπει να στραφεί σε τομείς που πράγματι θεωρούνται ή χαρακτηρίζονται υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας όπως : βιομηχανία, βιοτεχνία, πληροφορική, μικροηλεκτρονική, αγροτοβιομηχανία, κατασκευαστικό τομέα κ.α.

Παρόλα αυτά, μέχρι σήμερα δεν μπορούμε να μιλάμε για ελληνική αγορά Venture Capital στην Ελλάδα, γιατί αυτή όχι μόνο δεν έχει διαμορφωθεί, αλλά ούτε καν έχει προσδιορισθεί. Ωστόσο έχουν ιδρυθεί και λειτουργούν εταιρίες Venture Capital που όμως τα οικονομικά μεγέθη τους δεν είναι μεγάλα. Το προϊόν του Venture Capital είναι "εισαγόμενο" και συνεπώς θα χρειαστεί αρκετός χρόνος προσαρμογής, εφαρμογής και ανάπτυξης του θεσμού.

Αξίζει όμως να αναφέρουμε και την δυσπιστία των επιχειρηματιών που φαίνεται να ανησυχούν για την απώλεια του ελέγχου της επιχείρησής τους, την διάθεση του μεριδίου στον επενδυτή καθώς και τις περίπλοκες διαδικασίες που απαιτούνται για την κατάρτιση μίας σύμβασης Venture Capital.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ

9

Ο ΘΕΣΜΟΣ ΤΟΥ FRANCHISING

Το franchising, είναι ένα σύστημα συνεργασίας μεταξύ δύο επιχειρήσεων οι οποίες συμφωνούν πως η μία από αυτές θα δώσει στην άλλη, έναντι μίας πάγιας αμοιβής και ποσοστών, το δικαίωμα να εκμεταλλεύονται με βάση καθορισμένους όρους, το εμπορικό σήμα ή όνομα.

Στη σύμβαση καθορίζεται επίσης η παρεχόμενη βοήθεια ή και άλλες υπηρεσίες για την διευκόλυνση της διεξαγωγής των εργασιών. Τα μέρη του franchising είναι ο εντολέας και ο εντολοδόχος. Ο εντολέας κατά κανόνα είναι μεγάλη επιχείρηση, με καλό όνομα, κύρος και ευρεία τεχνολογία, η οποία επιθυμεί να διευρύνει το μερίδιό της στην αγορά χωρίς να προβεί σε μεγάλες δαπάνες επενδύσεων. Ο εντολοδόχος είναι το φυσικό ή νομικό πρόσωπο με κάποια ευχέρεια διαθέσιμου κεφαλαίου, το οποίο επιθυμεί να διοικεί την επιχείρηση του και να διεξάγει τις εργασίες υπ' ευθύνη του αλλά με την συνδρομή του εντολέα. Ο εντολοδόχος για την ένταξη του στο όμιλο των συνεργαζόμενων επιχειρήσεων πληρώνει μία πάγια αμοιβή την οποία είναι υποχρεωμένος να καταβάλλει στον εντολέα ανά τακτά χρονικά διαστήματα για την εκμετάλλευση των εμπορικών σημάτων του ομίλου.

ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ FRANCHISING

Το franchising διακρίνεται:

- με βάση τα προϊόντα και τις υπηρεσίες ως εξής :
 - α. Διανομή προϊόντων, πώληση του προϊόντος του εντολέα στις τοπικές αγορές εντολοδόχων χωρίς επιπλέον επεξεργασία
 - β. Διανομή υπηρεσιών
- με βάση το είδος των αποκλειστικών δικαιωμάτων :
 - α. Franchising κατά γεωγραφική περιοχή, ο εντολέας παρέχει αποκλειστικά δικαιώματα franchising για μία ορισμένη γεωγραφική περιοχή στον εντολοδόχο. Ο εντολοδόχος εδώ έχει την ευχέρεια να αναθέσει δικαιώματα και σε άλλους υπό – εντολοδόχους για τους οποίους λειτουργεί ως εντολέας.
 - β. Franchising λειτουργικό, παρόμοιο με το franchising κατά γεωγραφική περιοχή είναι και το λειτουργικό franchising με την διαφορά ότι δεν υπάρχει η ευχέρεια διορισμού υπό – εντολοδόχων.
 - γ. Franchising κινητό, το franchising κινητό παρέχει αποκλειστικά δικαιώματα για ορισμένα προϊόντα ή υπηρεσίες που πωλούνται από όχημα το οποί ενοικιάζεται από τον εντολοδόχο.

δ. Franchising ατομικό, περιορίζεται σε ένα φυσικό ή νομικό πρόσωπο. Η επιμελής εφαρμογή και επιτυχία του οφείλονται στην κοινή ιδιοκτησία εντολέα / εντολοδόχου, στην κοινή διοίκηση και μίσθωση αφού ο εντολέας μισθώνει τους χώρους και εμπιστεύεται τον εντολοδόχο για την διοίκηση.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FRANCHISING

Τα πλεονεκτήματα του franchising είναι :

- δημιουργία αλυσίδας διανομής με περιορισμένο κόστος
- δυνατότητα για ουσιαστική και γρήγορη αύξηση του κύκλου εργασιών
- βελτίωση σημαντική στη απόδοση των ιδίων κεφαλαίων
- δημιουργία ισχυρής οικονομικής θέσης έναντι του εντολοδόχου λόγω οικονομικής υπεροχής

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FRANCHISING

Τα μειονεκτήματα του franchising είναι :

- η δυσκολία για τον εντολέα να ελέγχει τους εντολοδόχους
- ο εντολέας περιορίζεται στην παροχή οδηγιών προς τους εντολοδόχους χωρίς να μπορεί να επιβάλλει ή να ελέγξει για την εφαρμογή τους
- μία ανωμαλία στην εξέλιξη μίας ή περισσότερων επιχειρήσεων που ανήκουν στην αλυσίδα του franchising του εντολέα, υπονομεύουν και το κύρος του εντολέα .

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΟΝ ΕΝΤΟΛΕΑ ΚΑΙ ΤΟΝ ΕΝΤΟΛΟΔΟΧΟ

Τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα επεκτείνονται και στους εντολοδόχους ως εξής :

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- ο εντολοδόχος εξακολουθεί να έχει την ιδιοκτησία και διοίκηση της επιχείρησής του
- δυνατότητα περιορισμού του αναγκαίου κεφαλαίου κίνησής τους
- βοήθεια ειδικών για τις πωλήσεις και την ανάπτυξη των εργασιών του
- αξιοποιεί τα εμπορικά σήματα του ομίλου, για προσέλκυση πελατείας
- αγοράζει τα εμπορεύματα του σε καλύτερες τιμές μέσω των μαζικών αγορών του εντολέα
- εξασφαλίζει πιστώσεις ευκολότερα με την συμμετοχή του στον όμιλο επιχειρήσεων

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ

- εξάρτηση από τον εντολέα για την τεχνογνωσία, το κύρος και το όνομα του στην αγορά
- δεν έχει δικαιώματα αποκλειστικότητας στην περιοχή του για τα πωλούμενα προϊόντα του ομίλου
- υποχρεωμένος να συμμορφώνεται με τους όρους του εντολέα
- έχει νομική ανεξαρτησία αλλά αυτή δεν πρέπει να συγχέεται με την οικονομική ανεξαρτησία
- οι συμβάσεις γίνονται συνήθως με προσανατολισμό προστασίας του εντολέα

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΤΟΥ FRANCHISING

Το franchising, αποτελεί μια ευφυή μορφή επιχειρηματικής συνεργασίας, με πλεονεκτήματα για του αμφοτέρους συμβαλλόμενους.

Οι ιδιαιτερότητες της ελληνικής αγοράς θα υποστηρίξαμε ότι επιβάλλουν την ανάπτυξη του, γιατί το franchising είναι πραγματικά ο πιο αποτελεσματικός, ποιοτικά και αποδοτικά τρόπος, για να αναπτυχθεί μια δραστηριότητα. Ντόπιες και ξένες μελέτες, καθώς και η εφαρμογή του από τις ελληνικές επιχειρήσεις, δείχνουν την πολύ καλή προοπτική ανάπτυξης του, γενικότερα στο χώρο του λιανικού εμπορίου ή ειδικότερα στο χώρο παροχής υπηρεσιών.

Η ελληνική αγορά θα χαρακτηρίζεται από έντονη κινητικότητα γύρω από την πρακτική του franchising, καθώς ολοένα οι περισσότερες επιχειρήσεις θα αντιλαμβάνονται τα πλεονεκτήματα της, προβλέποντας σε αυτή για ανάπτυξη ή επιτυχή αντιμετώπιση του ανταγωνισμού την ενιαίας ευρωπαϊκής αγοράς. Αποτέλεσμα της κινητικότητας αυτής μπορεί να αποτελέσει, η επίδραση στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα, το οποίο δεν έχει αντιμετωπίσει ακόμη σε οργανωμένη βάση την χρηματοδοτική υποστήριξη του franchising, σε αντίθεση με την ευρωπαϊκή τραπεζική πρακτική που έχει περιβάλλει τον θεσμό με έντονο ενδιαφέρον και έντονη προσοχή.

Αυτό μπορεί να οδηγήσει στην ανάπτυξη μιας πιο συγκροτημένης και οργανωμένης προσπάθειας που αργότερα να οδηγήσει και στην θέσπιση ενός συγκεκριμένου νομοθετικού πλαισίου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ

10

ΕΥΡΩΠΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Τα τελευταία χρόνια, στην Ευρώπη συνέβησαν σημαντικά γεγονότα. Η κατάρρευση της Σοβιετικής Ένωσης και, κατά συνέπεια, το τέλος του ψυχρού πολέμου είχαν ως αποτέλεσμα να αλλάξει αισθητά η παλιά γεωπολιτική τάξη πραγμάτων και να τεθεί τέρμα στα παλιά μοντέλα διεθνούς ισορροπίας. Η διαδικασία της ευρωπαϊκής ολοκλήρωσης προχώρησε επίσης με γοργό ρυθμό.

Από την 1^η Ιανουαρίου 1999 η Ευρώπη διαθέτει ένα νέο νόμισμα, το ευρώ. Την ημέρα εκείνη το ευρώ αντικατέστησε τα εθνικά νομίσματα 11 χωρών : του Βελγίου, της Γερμανίας, της Ισπανίας, της Γαλλίας, της Ιρλανδίας, της Ιταλίας, των Κάτω Χωρών, της Αυστρίας, της Πορτογαλίας και της Φιλανδίας. Την 1^η Ιανουαρίου 2001 αντικατέστησε επίσης την ελληνική δραχμή. Αυτές οι 12 χώρες είναι γνωστές στο σύνολο τους ως ζώνη του ευρώ. Τρία από τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης δεν έχουν ακόμα υιοθετήσει το ευρώ : η Δανία, η Σουηδία και η Αγγλία.

Όμως, η ευρωζώνη δεν αριθμεί 12 αλλά 33 χώρες δεδομένου πως υπάρχει ένα μικρό κράτος σφηνωμένο στα Πυρηναία μεταξύ Γαλλίας και Ισπανίας, η Ανδόρα, όπου τα επίσημα νομίσματα είναι η ισπανική πεσέτα και το γαλλικό φράγκο καθώς διοικείται από το βασιλιά της Ισπανίας αλλά και το πρόεδρο της Γαλλίας. Αυτοδικαίως λοιπόν εντάσσεται στη ζώνη του ευρώ. Το ίδιο συμβαίνει και με το Μονακό του πρίγκιπα Ρενιέ, όπου το γαλλικό φράγκο ήταν το επίσημο νόμισμα. Στην Ιταλία επίσης, το Σαν Μαρίνο και το Βατικανό που εγκατέλειψαν και αυτά τη χρήση της ιταλικής λιρέτας. Από την άλλη μεριά στα Βαλκάνια έχουμε την επαρχία του Κοσσυφοπεδίου όπου οι πάντες χρησιμοποιούσαν το γερμανικό μάρκο αλλά, και η Ομόσπονδη Δημοκρατία του Μαυροβουνίου, όπου είχε εγκαταλείψει με το έτσι θέλω το δηνάριο και χρησιμοποιούσε το μάρκο. Με την ένταξη της Γαλλίας εντάχθηκαν επίσης και οι αποικίες της το Μπενέν, Μπουρκίνα- Φάσο, η Ακτή του Ελεφαντοστού, η Γουινέα - Μπισάου, το Μαλί, ο Νίγηρας, η Σενεγάλη, το Τογκό, το Καμερούν, τη Δημοκρατία της Κεντρικής Αφρικής, το Τσάντ, το Κονγκό, τη Γουινέα - Ισημερινού και τη Γκαμπόν. Τέλος υπάρχουν οι γαλλικές Κομόρες που εξαρτιόντουσαν από την Γαλλία αλλά και η Δημοκρατία του Πράσινου Ακρωτηρίου που χρησιμοποιούσε το εσκούνδο το επίσημο νόμισμα της Ισπανίας μία και είναι χώρα εξαρτημένη από την Ισπανία.

ΟΙ ΧΩΡΕΣ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΕΝΩΣΗΣ

Οι χώρες που ανήκουν στην Ευρωπαϊκή Ένωση είναι το Βέλγιο, η Γερμανία, η Ελλάδα, η Ισπανία, η Γαλλία, η Ιρλανδία, η Ιταλία, το Λουξεμβούργο, η Ολλανδία, η Αυστρία, η Πορτογαλία, η Φιλανδία, η Δανία, η Σουηδία, και η Αγγλία. Η Δανία, η Σουηδία και η Αγγλία είναι μέλη της ΕΕ, αλλά προς το παρόν δεν συμμετέχουν στο κοινό νόμισμα. Η Δανία είναι μέλος του Μηχανισμού Συναλλαγματικών Ισοτιμιών II, πράγμα που σημαίνει ότι παρόλο που η συναλλαγματική της ισοτιμία δεν είναι αμετάκλητα καθορισμένη, η κορώνα της Δανίας είναι συνδεδεμένη με το ευρώ.

Ωστόσο το θέμα της διεύρυνσης θα αποτελέσει το κυρίαρχο θέμα της ευρωπαϊκής πολιτικής κατά τα προσεχή έτη. Οι υποψήφιοι για προσχώρηση χώρες ήταν η Βουλγαρία, η Κύπρος, η Εσθονία, η Ουγγαρία, η Λετονία, η Λιθουανία, η Μάλτα, η Πολωνία, η Τσεχία, η Ρουμανία, η Σλοβακία, η Σλοβενία και η Τουρκία. Όμως στις 12 Δεκεμβρίου 2002 οι πρωθυπουργοί και αρχηγοί κρατών των 15 σημερινών μελών της ΕΕ άνοιξαν τις πύλες της Ένωσης για να υποδεχτούν 10 ακόμα χώρες : την Κύπρο, την Τσεχία, την Εσθονία, την Λετονία, την Λιθουανία, την Μάλτα, την Πολωνία, την Σλοβακία και την Σλοβενία. Στο Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Κοπεγχάγη κήρυξαν της διαπραγματεύσεις με τις χώρες αυτές ώστε να υπογράψουν στην επόμενη τους σύνοδο, τον Απρίλιο στην Αθήνα, την συνθήκη της ένταξης τους.

Η συνθήκη αυτή θα πρέπει τους επόμενους 15 μήνες να κυρωθεί από όλα τα ενδιαφερόμενα κράτη, τα 15 παλιά και τα 10 νέα, ώστε από το 2004 να μετέχουν όλα πλήρως και ισότιμα με κάποιες μεταβατικές περιόδους σε οικονομικές συναλλαγές και ρυθμίσεις. Εφόσον δεν προκύψουν εμπόδια στη διαδικασία της κύρωσης, θα συμμετάσχουν στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο τον Ιούνιο του 2004 και θα εκλέξουν ευρωβουλευτές 25 χώρες. Ο πληθυσμός της ΕΕ θα αυξηθεί κατά 75 εκατομμύρια πολίτες.

Με την δρομολόγηση της ένταξης των 10, δεν κλείνει η διεύρυνση. Δύο ακόμα υποψήφιοι χώρες η Βουλγαρία και η Ρουμανία έχουν ξεκινήσει διαπραγματεύσεις με την ΕΕ για την ένταξη τους από τις αρχές του 2000 ενώ οι άλλες έξι που εντάχθηκαν είχαν ξεκινήσει από το 1998. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο έχουν εκτιμήσει ότι έχει συντελεστεί σημαντική πρόοδος και ότι η Βουλγαρία και η ρουμανία θα μπορούν να ενταχθούν το 2007.

« Δυνητικές υποψήφιοι » χώρες έχουν τέλος χαρακτηριστεί από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Φέιρα το 2000 οι χώρες των δυτικών Βαλκανίων : Κροατία, Αλβανία, Γιουγκοσλαβία, Βοσνία, οι οποίες όμως

αντιμετωπίζουν τεράστια εσωτερικά πολιτικά και οικονομικά προβλήματα και βρίσκονται πολύ μακριά από την εκπλήρωση των κριτηρίων της Κοπεγχάγη. Έχουν υπαχθεί στη λεγόμενη « Διαδικασία Σταθεροποίησης και Σύνδεσης » η οποία αποσκοπεί στη προσέγγιση προς την Ευρώπη και στο τέλος της βρίσκεται η επίσημη υποψηφιότητα.

ΤΟ ΕΥΡΩ ΚΑΙ ΟΙ ΑΛΛΑΓΕΣ ΠΟΥ ΕΠΕΦΕΡΕ

Η εισαγωγή του ενιαίου νομίσματος για 300 εκατομμύρια περίπου Ευρωπαίους πολίτες προσφέρει τεράστια οφέλη στους καταναλωτές αλλά και στις επιχειρήσεις. Διευκολύνει τις συναλλαγές αγαθών και υπηρεσιών μεταξύ των συμμετεχουσών χωρών, εδραιώνοντας με τον τρόπο αυτό την Ενιαία Αγορά στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Για τις εξαγωγικές και εισαγωγικές εταιρίες, οι κίνδυνοι, που υπήρχαν από τις διακυμάνσεις των συναλλαγματικών ισοτιμιών περιορίστηκαν.

Πιο συγκεκριμένα οι επιχειρηματίες που προμηθεύονται πρώτες ύλες ή εξάγουν τα προϊόντα τους σε ξένες χώρες, σήμερα με την καθιέρωση του ενιαίου νομίσματος δεν ανησυχούν όπως παλιότερα για το αν θα μεταβληθούν οι συναλλαγματικές ισοτιμίες και βρεθούν να πρέπει να πληρώσουν περισσότερα από ότι υπολόγιζαν. Πιο συγκεκριμένα ο διακανονισμός των διεθνών πληρωμών που προκύπτουν από τη διακίνηση αγαθών και υπηρεσιών, μπορεί να γίνει με διάφορα μέσα που ονομάζονται συνάλλαγμα. Τα νομίσματα με τα οποία διενεργούνται οι διεθνείς συναλλαγές είναι αυτά εκτός του εθνικού νομίσματος. Π.χ. δολάριο, μάρκο, γιέν κ.λ.π. Τα νομίσματα συνδέονται με σχέσεις που ονομάζονται συναλλαγματικές ισοτιμίες. Οι συναλλαγματικές ισοτιμίες προσδιορίζονται με δύο τρόπους είτε με το σύστημα κυμαινόμενων συναλλαγματικών ισοτιμιών, όπου η τιμή του νομίσματος προσδιορίζεται ελεύθερα από τη ζήτηση και την αγορά συναλλάγματος. Είτε με το σύστημα των σταθερών συναλλαγματικών ισοτιμιών. Σήμερα με την ένταξη της Ελλάδας στην ζώνη του ευρώ οι έλληνες επιχειρηματίες αλλά και οι ευρωπαίοι δεν χρειάζονται ένα από τα νομίσματα που μέχρι πρότινος ήταν αποδεκτά ως μέσα συναλλαγής αφού πλέον διαθέτουν το δικό τους ισχυρό και αποδεκτό νόμισμα συναλλαγής, δηλαδή το ευρώ.

Ταυτόχρονα με την καθιέρωση του ενιαίου νομίσματος καθιερώθηκε και ο ελεύθερος ανταγωνισμός, πράγμα που σημαίνει ότι οι τράπεζες επηρεάζονται από αυτόν και ανταγωνίζονται για το ποια θα προσελκύσει περισσότερους πελάτες. Αυτό κάνει και τα δάνεια πιο ανταγωνιστικά και ως αποτέλεσμα οι ευρωπαϊκές επιχειρήσεις έχουν την

δυνατότητα να παίρνουν δάνεια και από τράπεζες του εξωτερικού αν είναι πιο συμφέροντα.

Η Ελλάδα και οι ελληνικές επιχειρήσεις καλούνται σήμερα εκτός από τα προβλήματα που ήδη αντιμετωπίζουν να προσαρμοστούν αλλά και να συμβαδίσουν και με τις απαιτήσεις της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Σήμερα περισσότερο από ποτέ η ευημερία μίας χώρας δημιουργείται συστηματικά παρά κληρονομείται. Η ανταγωνιστικότητα της χώρας μας εξαρτάται από την δυνατότητα που παρουσιάζουν η διάφοροι κλάδοι της οικονομίας και των επιχειρήσεων που τους εκπροσωπούν. Οι επιχειρήσεις πρέπει να αναβαθμίζονται συνεχώς, να επιχειρούν εκεί που εμφανίζονται μακροχρόνιες ευκαιρίες και να υιοθετούν καινοτομίες σε όλα τα επίπεδα.

Η βάση του ανταγωνισμού είναι η δημιουργία, η αφοσίωση, αλλά και η εκμετάλλευση της γνώσης. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα δημιουργείται και επιτυγχάνεται μέσω μίας συνεχούς διαδικασίας η οποία ποτέ δεν πρέπει να θεωρείται σαν κάτι δεδομένο. Διαφορές σε νοοτροπίες, εθνικές αξίες, πολιτισμικές αρχές, οικονομικές δομές και πρωτοβουλίες συνεισφέρουν στην ανταγωνιστική επιτυχία μίας χώρας.

Σήμερα τα κράτη επιτυγχάνουν στη διεθνή αγορά γιατί κυρίως βασίζονται σε ένα δυναμικό εσωτερικό περιβάλλον. Όπως όμως συμβαίνει στα κράτη έτσι και οι επιχειρήσεις οι οποίες έχουν κατακτήσει μία διεθνή πρωτοπορία, υιοθετούν στρατηγικές που διαφέρουν σημαντικά από εταιρία σε εταιρία. Το μόνο κοινό σημείο που βρίσκεται στην απόκτηση του επιθυμητού συγκριτικού πλεονεκτήματος, είναι η καινοτομία.

Η καινοτομία δεν περιορίζεται μόνο στην υιοθέτηση νέων τεχνολογιών, αλλά και στην υιοθέτηση νέων τρόπων ποικίλων εφαρμογών. Οι ανταγωνιστές θα ξεπεράσουν οποιαδήποτε επιχείρηση η οποία θα σταματήσει τη διαδικασία βελτίωσης και διαφοροποίησης της. Ο λόγος ύπαρξης και επιβίωσης της επιχείρησης δεν είναι άλλος από το να ανταποκρίνεται στον πελάτη καλύτερα από τον ανταγωνιστή της σε όλα τα επίπεδα και σε όλους τους τομείς.

Τα τελευταία χρόνια ορισμένοι ιδιωτικοί οργανισμοί παρουσιάζουν ουσιαστικές υπηρεσίες και προτάσεις για την ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών προϊόντων. Οι προτάσεις αυτές για να υλοποιηθούν απαιτείται μακροχρόνια προσπάθεια των επιχειρήσεων αλλά και των φορέων της πολιτείας.

Ο επιχειρηματίας επιδιώκει κέρδος, δηλαδή γρήγορο εντοπισμό ευκαιριών, μειωμένο κόστος, μειωμένο ρίσκο, αύξηση των πωλήσεων του διεθνώς, και συνεχή βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του. Αυτά που χρειάζεται κάθε Έλληνας επιχειρηματίας στην ανάπτυξη των διεθνών του επιχειρηματικών δραστηριοτήτων αποτελούν μία σειρά συστηματικά

οργανωμένων υπηρεσιών οι οποίες θα του προσφέρουν ουσιαστική στήριξη στην προσπάθεια βελτίωσης της ανταγωνιστικότητας του.

Βασικός παράγοντας επιτυχίας είναι η καινοτομία σε προϊόντα και υπηρεσίες, η πελατειακή υποστήριξη και η όσο το δυνατό καλύτερη αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού κάθε επιχείρησης. Υποστηρίζεται όμως ότι από τους βασικότερους παράγοντες στο μέλλον θα είναι η πελατοκεντρική πολιτική αφού με αυτό τον τρόπο η επιχείρηση θα στηριχτεί στους πελάτες της για να αντέξει τον μελλοντικό ανταγωνισμό.

Ωστόσο πάγιο αίτημα των επιχειρήσεων κατά το παρελθόν αλλά και σήμερα που καλούνται να αντιμετωπίσουν την ζήτηση και τις ανάγκες μιας Ενωμένης Ευρώπης είναι η χρηματοδότηση τους μιας και είναι το κλειδί για να καταφέρουν να επιτύχουν τους στόχους τους.

Πριν την ένταξη της Ελλάδας στην Ευρωπαϊκή Ένωση, οι επιχειρήσεις προστατεύονταν από τον εξωτερικό ανταγωνισμό. Στα εισαγόμενα προϊόντα επιβάλλονταν δασμοί για να είναι πιο ακριβά και τα ελληνικά να αντέχουν στον ανταγωνισμό. Ενώ για τα ελληνικά προϊόντα που εξάγονταν στο εξωτερικό οι επιχειρηματίες επιδοτούνταν για να κάνουν εξαγωγές. Παράλληλα η Ελλάδα έδινε κίνητρα σε επιχειρηματίες για ίδρυση νέων επιχειρήσεων σε περιοχές που ήθελε να αναπτύξει παρέχοντας τους δάνεια με μεγάλη περίοδο χάριτος. Σκοπός της ήταν να δώσει ώθηση στην οικονομία της και να επεκτείνει τις παραγωγικές της δυνατότητες και σε άλλους κλάδους. Αυτό όμως το πετύχαινε με την κατάλληλη χρηματοδότηση, (όπως παροχή μεγάλων χρηματικών ποσών σε νεοιδρυόμενες επιχειρήσεις, παροχή χρηματοδότησης για κεφάλαιο κίνησης αλλά και χορηγήσεις δανείων για επέκταση εγκαταστάσεων ή αγορά καινούργιου μηχανολογικού εξοπλισμού).

Όμως από την στιγμή του η Ελλάδα εντάχτηκε στην Ευρωπαϊκή Ένωση ο προστατευτισμός που μπορούσε να παρέχει στις επιχειρήσεις της απαγορεύτηκε δεδομένου ότι αποτελεί πλέον αθέμιτο ανταγωνισμό. Δεν μπορεί ένα κράτος της ευρωζώνης να επιχορηγεί τις επιχειρήσεις του και να τις κάνει πιο ανταγωνιστικές από τις άλλες των άλλων κρατών. Οι επιχειρήσεις συνεπώς καλούνται να αντιμετωπίσουν μόνες τους τον ανταγωνισμό με τις δικές τους δυνάμεις. Όμως η ΕΕ δεν είναι αδιάφορη για τις ΜΜΕ.

Η πολιτική της ΕΕ υπέρ των ΜΜΕ χρονολογείται από το πρώτο πρόγραμμα κοινοτικής δράσης που είχε σχεδιαστεί ειδικά για αυτές, και είχε εγκριθεί το 1983 κατά το πέρας του Ευρωπαϊκού Έτους των ΜΜΕ και της βιοτεχνίας. Ένα δεύτερο παρόμοιο πρόγραμμα εγκαινιάστηκε το 1987. Το 1994, η Επιτροπή άρχισε να εργάζεται, αποσκοπώντας στην επίτευξη των στόχων με την έγκριση ενός ολοκληρωμένου προγράμματος υπέρ των ΜΜΕ και τις βιοτεχνίες. Το τρίτο πολυετές πρόγραμμα για τις ΜΜΕ (1997-2000) περιλάμβανε χρήσιμες

πρωτοβουλίες και στηριζόταν στο πλαίσιο της πρωτοβουλίας της συνθήκης του Άμστερνταμ.

Το Δεκέμβρη του 2000, το Συμβούλιο ενέκρινε το νέο πολυετές πρόγραμμα για την περίοδο 2000 – 2005 για τις επιχειρήσεις και το επιχειρηματικό πνεύμα και, όλως ιδιαιτέρως, για τις μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις. Το επιχειρησιακό του πεδίο (χρηματικοί πόροι και εφαρμογή) είναι ευρύτερο σε σχέση με τα προηγούμενα προγράμματα, δεδομένου ότι προβλέπει δράσεις σε πλέον των 30 χωρών, συμπεριλαμβανομένου του Ευρωπαϊκού Οικονομικού Χώρου και των υποψηφίων υπό ένταξη χωρών.

Πιο συγκεκριμένα σύμφωνα με άρθρο που δημοσιεύτηκε στο περιοδικό «Δημιουργία» του Επιμελητηρίου Αχαΐας επιβεβαιώνεται για άλλη μία φορά ότι το κεντρικό σύνθημα που προωθεί η Ευρωπαϊκή Επιτροπή είναι « Πρώτα οι μικροί ». Με αυτό το μήνυμα είναι σαφές πώς η ΕΕ σε όλα τα επίπεδα λήψης αποφάσεων, τοποθετεί τις ανάγκες των μικρών επιχειρήσεων στην καρδιά της οικονομικής δραστηριότητας. Η πολιτική αυτή θεμελιώνεται σε μία πραγματικότητα που φαίνεται από τη συμμετοχή των μικρών επιχειρήσεων στην οικονομία της ΕΕ. Το 99% όλων των επιχειρήσεων είναι μικρές με λιγότερο από 50 εργαζομένους και απασχολούν το 53% των εργαζομένων.

Στη χώρα μας αντίστοιχα το 99% των επιχειρήσεων είναι μικρές, απασχολούν όμως το 74% των εργαζομένων. Αυτή η διαφορά δείχνει τη σημαντική συμμετοχή και συμβολή των μικρών επιχειρήσεων στην απασχόληση της χώρας μας. Η συνεισφορά των επιχειρήσεων αυτών στην ανάπτυξη μίας ανταγωνιστικής οικονομίας όπως καταγράφηκε 2 χρόνια πριν στη συνάντηση κορυφής της Λισσαβόνας υποχρεώνει την ΕΕ να υποστηρίζει τις ανάγκες τους με συγκεκριμένες δράσεις που αναφέρονται ρητώς στον Ευρωπαϊκό καταστατικό χάρτη για τις μικρές επιχειρήσεις.

Σε πρόσφατη έκθεση σημειώνεται η πρόοδος όσον αφορά την εφαρμογή στην πράξη των συστάσεων του καταστατικού χάρτη, ειδικότερα στα θέματα : επιχειρηματικότητα – εκπαίδευση και χρηματοοικονομικά θέματα. Η ουσιαστική όμως υποστήριξη αναφέρεται και στις προτεραιότητες της Ελληνικής προεδρίας σε ότι αφορά την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ που θα επιδιωχθεί.

ΕΤΣΙ ΘΑ ΓΙΝΕΤΑΙ Η ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΓΙΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΤΟΥ Γ' ΚΠΣ ΜΕΣΩ ΤΡΑΠΕΖΩΝ

Τα κριτήρια για να συμμετάσχουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στα προγράμματα αυτά είναι για τις υφιστάμενες το μέγεθος τους με βάση τον αριθμό των απασχολούμενων και τον κύκλο εργασιών τους

καθώς και την ανεξαρτησίας τους, ενώ για τις νέες υπό ίδρυση επιχειρήσεις η ανεξαρτησία, όπως εφαρμόζεται για την συγκεκριμένη κατηγορία επιχειρήσεων. Η ίδια συμμετοχή του δυνητικού δικαιούχου της ενίσχυσης πρέπει να ανέρχεται σε ποσοστό 30% επί του συνόλου του επιλέξιμου κόστους της υποβαλλόμενης επενδυτικής πρότασης. Καθορίζονται ακόμη τα όρια του επιχορηγούμενου προϋπολογισμού των δικαιούχων της ενίσχυσης. Ωστόσο τελικός δικαιούχος για την χορήγηση των ενισχύσεων προς τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στο πλαίσιο των 13 Περιφερειακών Προγραμμάτων του Γ' ΚΠΣ ορίστηκε η Γενική Γραμματεία της Περιφέρειας μέσω της Διεύθυνσης Σχεδιασμού και Ανάπτυξης.

Τα επενδυτικά προγράμματα του Γ' ΚΠΣ συνολικού ύψους 630 εκατ. ευρώ για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις διαχειρίζονται από τις αρχές του φθινοπώρου οι εμπορικές τράπεζες. Οι τράπεζες προσκλήθηκαν να υπογράψουν σχετική σύμβαση με το ελληνικό δημόσιο, βάσει της οποίας οι τράπεζες θα παίζουν το ρόλο του διαφημιστή των κοινοτικών προγραμμάτων, του διεκπεραιωτή των φακέλων, του ελεγκτή της πορείας των επενδύσεων, ενώ θα εκταμιεύουν οι ίδιοι τη δημόσια δαπάνη.

Σύμφωνα με τον σχεδιασμό του υπουργείου, οι τράπεζες θα αναλάβουν την διεκπεραίωση δράσεων στα περιφερειακά επιχειρησιακά προγράμματα σε δύο τομείς : την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και καινοτομίας στις ΜΜΕ και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των τουριστικών ΜΜΕ. Ο συνολικός προϋπολογισμός των δύο ενοτήτων είναι 630 εκατ. ευρώ εκ των οποίων τα 252 εκατ. ευρώ θα είναι δημόσια δαπάνη (κοινοτική ενίσχυση και προϋπολογισμός) και τα 378 εκατ. ευρώ η δαπάνη της επιχείρησης.

Οι τράπεζες που ανέλαβαν το ρόλο του φορέα υποστήριξης και στις οποίες μπορούν να απευθύνονται οι επιχειρήσεις είναι : ALPHA BANK, ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ, ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ, EFG EUROBANK, ERGASIAS, ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ, ΤΡΑΠΕΖΑ ΠΕΙΡΑΙΩΣ, ΕΤΒΑ, ΓΕΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ, ΤΡΑΠΕΖΑ ΑΤΤΙΚΗΣ, NOVA BANK, ΤΡΑΠΕΖΑ ΚΥΠΡΟΥ, CITY BANK, PROBANK. Οι ενδιαφερόμενοι επιχειρηματίες μπορούν να υποβάλλουν τις προτάσεις τους για συμμετοχή στο πρόγραμμα μέχρι της 17 Ιανουαρίου 2003.

Στο πλαίσιο των υποχρεώσεων τους, οι τράπεζες ως φορείς υποστήριξης της εφαρμογής των δράσεων κρατικών ενισχύσεων για τις ΜΜΕ αναλαμβάνουν μέσω των υποκαταστημάτων τους την παροχή των παρακάτω υπηρεσιών :

Διαδικασία ενημέρωσης και υποστήριξης των ενδιαφερόμενων επιχειρήσεων για την υποβολή των προτάσεών τους, καθώς και την παραλαβή των προτάσεων αυτών. Τη διαδικασία αξιολόγησης των δικαιούχων των ενισχύσεων και των προτάσεών τους, από κοινού με τις

Περιφέρειες. Τη διαδικασία παρακολούθησης, ελέγχου και πιστοποίησης των υπαγόμενων επενδύσεων των ενισχυόμενων επιχειρήσεων και των επιλέξιμων δαπανών τους, καθώς και της παρακολούθησης, ελέγχου και πιστοποίησης της ολοκλήρωσης των επενδύσεων. Την καταβολή στους δικαιούχους των ενισχύσεων της επιχορήγησης που δικαιούνται σύμφωνα με τους προβλεπόμενους όρους και διαδικασίες. Την ενημέρωση των αρμοδίων αρχών.

Η διαδικασία αξιολόγησης των προτάσεων των δικαιούχων από τη στιγμή της λήξης της προθεσμίας της υποβολής, έως και την έκδοση των αποφάσεων υπαγωγής των επενδύσεων, προβλέπεται ότι θα ολοκληρώνεται το αργότερο εντός 3 μηνών. Σημειώνεται ότι οι τράπεζες καταβάλλουν τα ποσά της δημόσιας επιχορήγησης προς τους δικαιούχους των ενισχύσεων, το αργότερο εντός 5 ημερών, εφόσον πληρούν τις απαραίτητες προϋποθέσεις.

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Μέσα στα πλαίσια του Γ' ΚΠΣ εντάσσεται το ΕΠ.ΑΝ. (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητας). Το ΕΠ.ΑΝ. είναι μία ολοκληρωμένη παρέμβαση στο πλαίσιο του Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης στους τομείς της μεταποίησης των υπηρεσιών, του εμπορίου, της τεχνολογίας, της ενέργειας και του τουρισμού με στόχο την 4ενίσχυση της ποιοτικά προσανατολισμένης επιχειρηματικότητας, με περίοδο εφαρμογής τα έτη 2000 – 2006. το ΕΠ.ΑΝ. συνχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση στο πλαίσιο των παρεμβάσεων των διαρθρωτικών ταμείων για την κοινωνική και οικονομική της συνοχή και στοχεύει στην ενίσχυση της ποιοτικά προσανατολισμένης ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας.

Ο στόχος του προγράμματος είναι να δώσει πιστοποιήσεις ποιότητας στις επιχειρήσεις. Το ποσοστό των επιχειρήσεων που έχουν πιστοποιήσει Σύστημα Διαχείρισης της Ποιότητας, σύμφωνα με τα πρότυπα της σειράς ISO 9000 (στη χώρα μας έχουν γίνει 2000 πιστοποιήσεις) διαφέρει σημαντικά στα διάφορα κράτη μέλη της ΕΕ. Το γεγονός αυτό οφείλεται εν μέρει στην ύπαρξη και λειτουργία διαφορετικών ή παράλληλων παλαιότερων μηχανισμών και συστημάτων πιστοποίησης και εν μέρει στη διαφορά αντιμετώπισης από το κοινό μίας τέτοιας πιστοποίησης.

Γενικά όμως τα προσόντα τείνουν να αυξάνονται και ο μέσος πελάτης όλο και περισσότερο θεωρεί ότι ένα προϊόν ή υπηρεσία που παράγεται από επιχείρηση που εφαρμόζει πιστοποιημένο σύστημα

ποιότητας είναι γενικά «καλύτερης ποιότητας». Επιπρόσθετα σε μερικές περιπτώσεις η πιστοποίηση σύμφωνα με κάποιο Σύστημα Διαχείρισης π.χ. ΕΛΟΤ EN ISO 9001 τίθεται ως προϋπόθεση για την διακίνηση ορισμένων προϊόντων ή την παροχή συγκεκριμένων υπηρεσιών. Οι πιστοποιήσεις κατά τα πρότυπα ΕΛΟΤ 1416 (HACCP) και ΕΛΟΤ 1801 (Υγεία και Ασφάλεια) των επιχειρήσεων είναι ελάχιστες και παρά την σοβαρότητα τους τόσο στην παραγωγή και διακίνηση τροφίμων (HACCP), όσο και στις συνθήκες ασφάλειας και υγιεινής στους χώρους εργασίας, δεν παρατηρείται προθυμία υιοθέτησης τους από τις επιχειρήσεις.

Η πιστοποίηση κατά ένα ή περισσότερα Συστήματα Διαχείρισης όπως και με το πρότυπο ΕΛΟΤ EN ISO 9001 ή ΕΛΟΤ 1416 ή ΕΛΟΤ 1801 έχει ήδη αρχίσει να διαδίδεται και στις ελληνικές επιχειρήσεις, ιδιαίτερα τις μεγάλες. Αποδεικνύεται ότι μπορεί να αποτελέσει μοχλό για τον εκσυγχρονισμό και τον εξορθολογισμό της παραγωγικής διαδικασίας, για την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών σταθερής ποιότητας, με ταυτόχρονη μέριμνα για τον εργαζόμενο και το περιβάλλον.

Η πιστοποίηση κατά οποιοδήποτε Σύστημα Διαχείρισης απαιτεί την θέληση της επιχείρησης να αλλάξει την συνήθεια παραδοσιακή νοοτροπία της, όσον αφορά την παραγωγή προϊόντων ή την παροχή υπηρεσιών και υποβοηθείται με την συνδρομή ενός κατάλληλου συμβούλου πιστοποίησης, ο οποίος αφού αναλύσει διεξοδικά την υπάρχουσα κατάσταση προτείνει, επεξεργάζεται και στηρίζει την καθιέρωση του συστήματος διαχείρισης της επιχείρησης. Μόνο μετά από τις απαραίτητες διορθώσεις και προσαρμογές μπορεί η επιχείρηση να ζητήσει την πιστοποίηση της, η ισχύ της οποίας ελέγχεται πλέον σε τακτά χρονικά διαστήματα από τον φορέα πιστοποίησης που την παρέχει.

Δικαίωμα συμμετοχής στο πρόγραμμα έχουν μεταποιητικές, εμπορικές, παροχής υπηρεσιών και τουριστικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες απασχολούν έως 250 άτομα, λειτουργούν τουλάχιστον δύο έτη και με μέσο όρο κύκλο εργασιών της διετίας έως 35.220.000 €. Επίσης πρέπει να πληρούν το κριτήριο της ανεξαρτησίας. Ανεξάρτητες επιχειρήσεις είναι εκείνες που δεν ανήκουν κατά ποσοστό 25% ή περισσότερο του κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου, σε μία επιχείρηση ή, από κοινού, σε περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες δεν ανταποκρίνονται στους ορισμούς της ΜΜΕ. Υπέρβαση αυτού του ορίου επιτρέπεται στις εξής περιπτώσεις :

- Αν η κυριότητα της επιχείρησης ανήκει σε δημόσιες εταιρίες συμμετοχών, σε εταιρίες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου ή θεσμικού επενδυτές, και υπό τον όρο ότι δεν ασκείται έλεγχος ούτε ατομικά ούτε από κοινού.
- Αν το κεφάλαιο είναι διεσπαρμένο κατά τέτοιο τρόπο ώστε να μην είναι δυνατόν να καθοριστεί ποιος το κατέχει και αν η επιχείρηση

δηλώνει ότι μπορεί εύλογα να υποθέσει ότι δεν ανήκει, κατά ποσοστό 25% ή περισσότερο, σε μια επιχείρηση ή, από κοινού, σε περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες δεν ανταποκρίνονται στους ορισμούς της ΜΜΕ.

- Κατά τον υπολογισμό των ορίων που αναφέρονται παραπάνω είναι σκόπιμο να αθροίζονται τα σχετικά στοιχεία που αφορούν τη δικαιούχο επιχείρηση και όλες τις επιχειρήσεις που ελέγχονται άμεσα ή έμμεσα από αυτήν μέσω κατοχής ποσοστού τουλάχιστον 25% του κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου.

Δεδομένων των περιορισμών που τίθενται από Κοινοτικούς κανόνες, εξαιρούνται και δεν δικαιούνται συμμετοχής στο πρόγραμμα :

- Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στους τομείς άνθρακα και χάλυβα, των ναυπηγιών, της αυτοκινητοβιομηχανίας.
- Τα εργαστήρια και οι φορείς ελέγχου ή πιστοποίησης, των οποίων η οργάνωση και η τεχνική επάρκεια μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο διαπίστευσης σύμφωνα με τα πρότυπα της σειράς EN 45000.
- Οι επιχειρήσεις που έχουν ήδη πιστοποιηθεί σύμφωνα με τα πρότυπα της σειράς ISO 9001: 2000, ΕΛΟΤ 1416 ή ΕΛΟΤ 1801.

Οι προτεραιότητες πολιτικής για την επίτευξη των ειδικών στόχων του ΕΠ.ΑΝ.

Τομέας Μεταποίησης και Υπηρεσιών

Στον τομέα αυτό η παραγωγική ανασυγκρότηση και τεχνολογική αναβάθμιση εξυπηρετείται από τις εξής προτεραιότητες πολιτικής :

1. Μέτρα απλοποίησης και αναβάθμισης του επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Η ενδυνάμωση της ανταγωνιστικότητας απαιτεί σοβαρές προσπάθειες για την απλοποίηση και τον εξορθολογισμό του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Με την εξάλειψη βασικών εμποδίων στην επιχειρηματική λειτουργία, την απλοποίηση των κανόνων και διαδικασιών σε κάθε στάδιο της επιχειρηματικής δραστηριότητας και την οργανωμένη χωροθέτηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας με παροχή σύγχρονων υποδομών, μπορεί να προωθηθεί μεγαλύτερη διαφάνεια και αποτελεσματικότητα, ταχύτερη αξιοποίηση των νέων επενδυτικών ευκαιριών, καθώς και να διευκολυνθούν οι ξένες άμεσες επενδύσεις.

2. Αξιοποίηση της τεχνολογίας στην επιχειρηματική δραστηριότητα.

Η απορρόφηση νέων τεχνολογιών θα συνεισφέρει στη δημιουργία επιχειρήσεων έντασης τεχνολογίας, αξιοποιώντας το υψηλό επιπέδου επιστημονικό δυναμικό με την κινητοποίηση των αναγκαίων κεφαλαίων και την κατάλληλη χρήση σύγχρονων χρηματοδοτικών μηχανισμών. Αυτό θα διευκολύνει να αναδυθούν στην Ελλάδα δραστηριότητες της «νέας οικονομίας», ενισχύοντας τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων, κλάδων και δραστηριοτήτων (ιδίως για τις ΜΜΕ).

3. Ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας.

Ο εκσυγχρονισμός και προσαρμογή του παραγωγικού συστήματος, απαιτεί αλλαγή στην επιχειρηματική συμπεριφορά με τρόπο που να συνεισφέρει στην αναβάθμιση του τεχνολογικού και του ανθρώπινου παράγοντα μέσα στην επιχείρηση. Η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας αποτελεί βασικό στόχο, ιδιαίτερα όταν αυτή συνδέεται με ομάδες πληθυσμού που έχουν περιορισμένες ευκαιρίες στην άσκησή της (π.χ. νέοι, γυναίκες κ.λ.π.). Επιδιώκεται η σημαντική αύξηση του ρυθμού δημιουργίας νέων επιχειρήσεων μέχρι το 2006. Αυτό απαιτεί μεγάλης κλίμακας χρήση κεφαλαίου κινδύνου και επιχειρηματικών συμμετοχών (venture and risk capital), ιδίως για την έναρξη επιχειρήσεων.

4. Προώθηση επιχειρηματικών συνεργασιών.

Οι επιχειρήσεις πρέπει να βελτιώσουν τη δυνατότητά τους να ανταποκρίνονται επιτυχώς σε μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς, να αναζητούν την επιχειρηματική αριστεία, να εστιάζουν στις κεντρικές δεξιότητες που διαθέτουν, να ενισχύουν δίκτυα συνεργασίας, να στοχεύουν σε νησίδες της αγοράς, να επενδύουν σε έρευνα και ανάπτυξη και να επιχειρούν την έξοδό τους στη διεθνή αγορά. Προκειμένου να επιτευχθούν τέτοιοι στόχοι με σταθερότητα, οι συνεργασίες των επιχειρήσεων έχουν καθοριστική σημασία, καθώς και η καλλιέργεια κουλτούρας συνεργασίας.

5. Οικολογικός αναπροσανατολισμός της επιχειρηματικής δραστηριότητας

Η ενσωμάτωση της περιβαλλοντικής διάστασης στη λειτουργία των επιχειρήσεων αποτελεί ισχυρό μέσο βελτίωσης της ανταγωνιστικότητάς τους, ενώ η ενίσχυση της βιομηχανίας του "περιβάλλοντος" αποτελεί προνομιακό πεδίο διεύρυνσης της επιχειρηματικής δραστηριότητας και της απασχόλησης. Ο οικολογικός αναπροσανατολισμός της επιχειρηματικής δραστηριότητας μέσα από τις μετατοπίσεις και τις αλλαγές που προϋποθέτει στην επιχειρηματική κουλτούρα οδηγεί σε μείωση του ελλείμματος κοινωνικής αποδοχής για τη βιομηχανική

δραστηριότητα και συμβάλει ουσιαστικά στη προσπάθεια για βιώσιμη ανάπτυξη.

6. Αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού των επιχειρήσεων.

Η βελτίωση των δεξιοτήτων και επαγγελματικών δυνατοτήτων είναι αναγκαία ώστε να ικανοποιηθεί η ανάγκη αύξησης του αριθμού απασχολούμενων υψηλών προσόντων στις επιχειρήσεις. Απαιτείται προσαρμογή στις διαπιστωμένες ανάγκες της αγοράς (σε συνεργασία με το Υπουργείο Εργασίας) αλλά και έμφαση σε νέα τεχνολογικά επαγγέλματα για τα οποία η αγορά δεν έχει ακόμα εκδηλώσει επαρκή ζήτηση.

Δεδομένης της δομής του παραγωγικού συστήματος και αναγνωρίζοντας ότι διαφορετικού μεγέθους επιχειρήσεις συνεισφέρουν με διαφορετικό τρόπο στην απασχόληση αλλά αντιμετωπίζουν και προβλήματα διαφορετικής έντασης, δημιουργείται σαφής προτεραιότητα να αντιμετωπιστούν οι ιδιαίτερες ανάγκες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων με τα κατάλληλα εργαλεία πολιτικής σε κάθε τομέα στοχευμένης παρέμβασης.

Συγκεκριμένα μέρος του επιχειρησιακού προγράμματος ανταγωνιστικότητας (Ε.Π.ΑΝ) είναι και η ενίσχυση ολοκληρωμένων επιχειρηματικών σχεδίων πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων. Η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων θα ενθαρρυνθεί μέσω της χρηματοδότησης ολοκληρωμένων επιχειρηματικών σχεδίων. Τα σχέδια αυτά έχουν τα εξής χαρακτηριστικά :

- ◆ Η διάρκεια τους θα είναι διετής
- ◆ Η δομή τους είναι σχετικά απλή ώστε να μπορούν να συμπληρωθούν από τον ίδιο τον επιχειρηματία
- ◆ Η επιτυχής υλοποίηση τους συνίσταται από μετρήσιμους στόχους όπως αύξηση της απασχόλησης, αύξηση των οικονομικών μεγεθών (κύκλος εργασιών – κερδοφορία), αύξηση των εξαγωγών
- ◆ Περιέχουν επενδύσεις εξοπλισμού αλλά και άυλες επενδύσεις που δεν μπορούν όμως να ξεπεράσουν το 30% του συνολικού προϋπολογισμού του επιχειρηματικού σχεδίου
- ◆ Η επιχορήγηση μπορεί να ανέλθει στο 40%
- ◆ Τα προαναφερθέντα επιχειρηματικά σχέδια θα υποβληθούν στον αρμόδιο Ενδιάμεσο Φορέα Διαχείρισης, (ΕΦΔ) όπου και θα γίνει έλεγχος τυπικών προϋποθέσεων συμμετοχής. Κάθε επιχείρηση έχει δικαίωμα να υποβάλει μία μόνο πρόταση. Στη συνέχεια θα αξιολογηθούν από ειδικές προς τούτο επιτροπές και θα καταταγούν κατά φθίνουσα βαθμολογική σειρά. Θα ενταχτούν προτάσεις ανάλογες με τον παραπάνω προϋπολογισμό. Μεταξύ ΕΦΔ και των φορέων των προτάσεων που θα επιλεγούν θα υπογραφεί η σύμβαση.

ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ – ΔΗΜΟΣΙΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

- ◆ Ο κατώτατος προϋπολογισμός των επιχειρηματικών σχεδίων ορίζεται στις € 60.000 ενώ ο ανώτατος συνχρηματοδοτούμενος προϋπολογισμός κάθε επιχειρηματικού σχεδίου μπορεί να ανέλθει στα € 45.000.
- ◆ Ο ανώτατος επιλέξιμος προϋπολογισμός κάθε Επιχειρηματικού σχεδίου υπόκειται στους εξής πρόσθετους περιορισμούς :
 - ♦ Για τις επιχειρήσεις που απασχολούν 1 – 10 άτομα δε μπορεί να υπερβαίνει το 80% του μέσου κύκλου εργασιών της τελευταίας τριετίας
 - ♦ Για τις επιχειρήσεις που απασχολούν 11 – 50 άτομα δε μπορεί να υπερβαίνει το 60% του μέσου κύκλου εργασιών της τελευταίας τριετίας
- ◆ Το ποσοστό Δημόσιας Χρηματοδότησης μπορεί να ανέλθει μέχρι το 40% του επιλέξιμου προϋπολογισμού, εφόσον η επιχείρηση πετύχει τους στόχους του Επιχειρηματικού της σχεδίου, όπως αυτοί ορίζονται παρακάτω. Το ποσοστό αυτό είναι δυνατό να μειωθεί εφόσον διαπιστωθεί ότι η χρηματοδοτούμενη επιχείρηση δεν πέτυχε απόλυτα τους στόχους της.
- ◆ Το χρηματοδοτικό σχήμα του κάθε Επιχειρηματικού σχεδίου θα πρέπει να συμβαδίζει με τα εξής δεδομένα :
 - ♦ Ίδια συμμετοχή τουλάχιστον 40%
 - ♦ Τραπεζική συμμετοχή το πολύ 20%
 - ♦ Δημόσια χρηματοδότηση το πολύ 40%

* Επιμελητήριο Αχαΐας – Οδηγός προγράμματος – « Ενίσχυση ανταγωνιστικότητας ΜΜΕ και ΠΜΕ »

ΚΕΦΑΛΑΙΟ

11

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Κάνοντας μια έρευνα σε έντεκα (11) μικρομεσαίες επιχειρήσεις θελήσαμε να μελετήσουμε τα χρηματοδοτικά προγράμματα που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις και πώς τελικά τα επενδύουν.

Η συλλογή των στοιχείων έγινε με χρήση ερωτηματολογίων επισκέπτοντας κατόπιν ραντεβού τις επιχειρήσεις που θέλαμε να συμμετάσχουν στο δείγμα και διέθεταν χρόνο για να μας δεκτούν. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε κατά το χρονικό διάστημα από το Νοέμβριο 2002 μέχρι τον Ιανουάριο 2003.

Οι επιχειρήσεις που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο αποτελούν μόνο ένα μικρό δείγμα του συνόλου των επιχειρήσεων και δεν είναι αντιπροσωπευτικό του συνόλου.

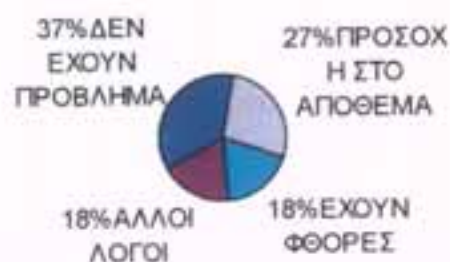
Από την έρευνα διαπιστώσαμε τα εξής σε σχέση με την λειτουργία τους και τα διάφορα προβλήματα τα οποία αντιμετωπίζουν :

Ο μέσος όρος ηλικίας των επιχειρήσεων που επισκεφθήκαμε είναι τα είκοσι (20) χρόνια. Ενώ τα αντικείμενα δραστηριότητας τους είναι κατασκευή αντρίκων παπουτσιών, εμπόριο χημικών προϊόντων, χωματοουργικές εργασίες και πώληση υλικών οικοδομής, εμπορία φαρμάκων και ιατρικών ειδών, πρατήριο υγρών καυσίμων, καφεζαχαροπλαστείο, βιομηχανία πλαστικών, εργαστήρια μαρμάρων, δακτυλογραφήσεις και φωτοαντίγραφα, βιοτεχνία γυναικείων εσωρούχων, καθώς και ένα ξενοδοχείο.

Ο μέσος όρος του αριθμού του προσωπικού που χρησιμοποιούν είναι στα 14 άτομα.

Στην ερώτηση αν η επιχείρηση αντιμετωπίζει προβλήματα σε σχέση με το προϊόν οι επιχειρηματίες μας απάντησαν ότι ένα ποσοστό 36,36% δεν αντιμετωπίζει πρόβλημα σε σχέση με το προϊόν. Ένα 27,27% μας απάντησε ότι για να μην έχει πρόβλημα πρέπει να φροντίζει να διατηρεί απόθεμα στις αποθήκες του. Επίσης ένα 18,18% των ερωτηθέντων είπε ότι το προϊόν τους είναι ευπαθές ή απλά έχει φθορές. Τέλος ένα 18,18% μας είπε ότι αντιμετωπίζουν προβλήματα για διάφορους λόγους.

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ



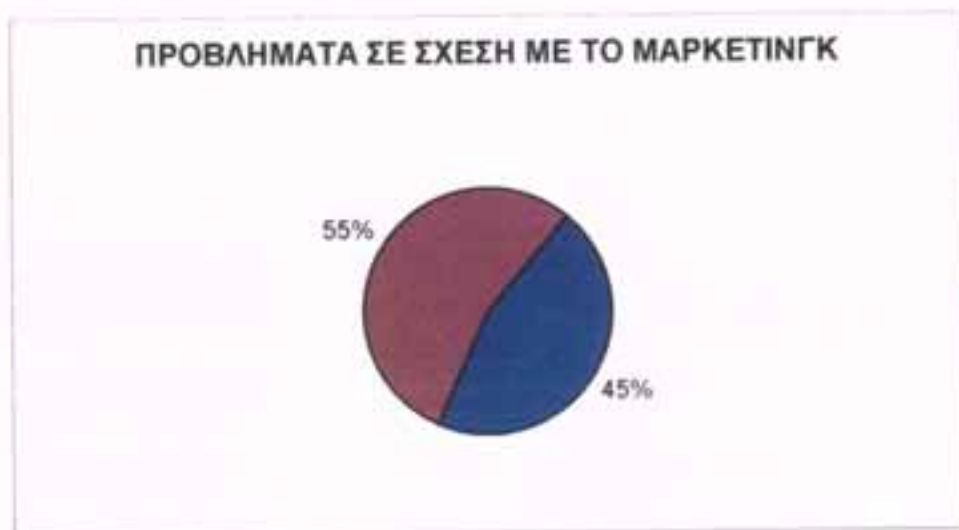
Στην επόμενη ερώτηση αν αντιμετωπίζουν πρόβλημα σε σχέση με τη διοίκηση της επιχείρησής τους οι ερωτηθέντες μας απάντησαν ότι ένα 81,81% δεν αντιμετωπίζει πρόβλημα σε σχέση με τη διοίκηση αφού στις περισσότερες περιπτώσεις πρόκειται για οικογενειακές επιχειρήσεις. Ένα 18,19% μας είπε ότι έχει προβλήματα λόγω ασυμφωνίας απόψεων στη λήψη των αποφάσεων.

ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ



Στο επόμενο ερώτημα που είχε να κάνει με το αν αντιμετωπίζουν πρόβλημα στο μάρκετινγκ. Διαπιστώσαμε πως σε καμία από τις επιχειρήσεις δεν υφίσταται ξεχωριστό τμήμα μάρκετινγκ. Ωστόσο οι 5 από τις 11 Μ.Μ.Ε. δηλαδή ένα ποσοστό 45,45% έχουν γνώσεις των αρχών του μάρκετινγκ και προσπαθούν να τις εφαρμόσουν με τα ελάχιστα μέσα που διαθέτουν. Κάνοντας διαφημίσεις στα τοπικά μέσα μαζικής ενημέρωσης, προσφέροντας διαφημιστικά δώρα, τυπώνοντας κάρτες με την επωνυμία της επιχείρησής και διάφορα άλλα. Οι υπόλοιπες

6 επιχειρήσεις ένα ποσοστό 54,54% απλά μας είπαν ότι για αυτούς μάρκετινγκ δηλαδή διαφήμιση τους είναι οι ικανοποιημένοι πελάτες.



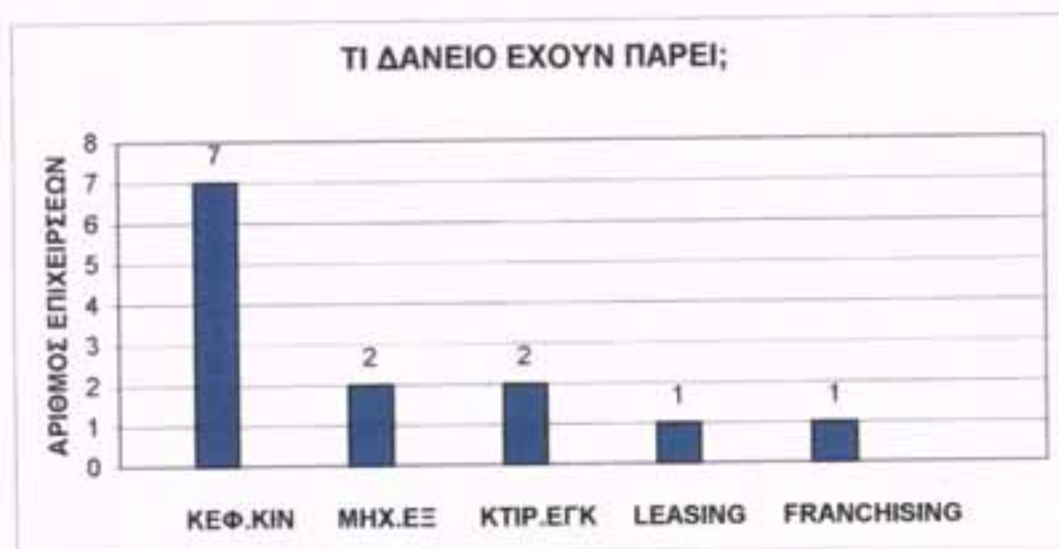
Στη συνέχεια στην ερώτηση αν αντιμετωπίζουν προβλήματα σε σχέση με τα οικονομικά τους όλοι μας είπαν ότι δεν αντιμετωπίζουν κανένα πρόβλημα. Στο σημείο αυτό μπορούμε να υποθέσουμε είτε ότι δεν ήθελαν να μας το πούνε, είτε ότι αυτά τα προβλήματα είναι μικρά και εύκολα αντιμετωπίζονται. Συνεπώς για αυτούς να είναι αμελητέα.

Στην ερώτηση αν έχουν λάβει δάνειο οι ερωτηθέντες μας απάντησαν ότι ένα 90,9% έχει λάβει δάνειο είτε από πιστωτικό ίδρυμα, είτε leasing και franchising. Το υπόλοιπο 9,09% δεν ζήτησε ποτέ χρηματοδότηση από ξένο και στηρίχτηκε στα ίδια κεφάλαια του.



Πιο συγκεκριμένα 7 από τις επιχειρήσεις έχουν λάβει δάνειο για κεφάλαιο κίνησης για να καλύψουν τρέχουσες ανάγκες, 4 ΜΜΕ έχουν λάβει μακροχρόνιο δάνειο οι 2 για κτιριακές εγκαταστάσεις και οι άλλες

2 για μηχανολογικό εξοπλισμό. Τέλος, 2 από τις επιχειρήσεις χρησιμοποίησε άλλες μεθόδους. Η μία χρησιμοποίησε leasing για την αγορά μηχανολογικού εξοπλισμού και η άλλη λειτουργεί με franchising.



Τέλος, το σύνολο των επιχειρήσεων μας είπε ότι έμεινε ικανοποιημένο από τη χρηματοδότηση που χρησιμοποίησε. Τη χρησιμοποίησε αποδοτικά και πέτυχαν τους προσδοκώμενους σκοπούς τους. Ωστόσο, ορισμένες επιχειρήσεις μας ανέφεραν ότι αντιμετώπισαν δυσκολία μέχρι να πάρουν το δάνειο δεδομένου ότι οι τράπεζες ζήτησαν να τους προσκομίσουν πολλά δικαιολογητικά και εγγυήσεις. Οι εγγυήσεις τους δημιούργησαν ένα πρόσθετο άγχος το οποίο όμως είχε θετικά αποτελέσματα στην καλύτερη αξιοποίηση του δανείου.

Όσον αφορά το τελευταίο ερώτημα οι επιχειρήσεις βλέπουν το μέλλον τους ευνοϊκό, ορισμένες σκέπτονται να επεκταθούν μέσα στη εγχώρια αγορά, να αυξήσουν την πελατεία τους, να πετύχουν την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών τους και γενικότερα να προσπαθήσουν να γίνουν όσο μπορούν περισσότερο ανταγωνιστικές.

ΕΡΕΥΝΑ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΑΧΑΪΑΣ

Εκτός από την παραπάνω έρευνα βρήκαμε από το επιμελητήριο Αχαΐας μία έρευνα που είχε κάνει το επιμελητήριο σχετικά την ταυτότητα του εργατικού δυναμικού της περιοχής, των εργασιακών προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις στο τόπο δραστηριότητας τους κ.λ.π. Η διεξαγωγή της έρευνας και η ανάλυση των στοιχείων έγινε από την εταιρεία μελετών και έρευνας αγοράς DATA R.C. Η συλλογή των στοιχείων έγινε με χρήση αυτοσυμπληρούμενου ερωτηματολογίου με ταχυδρομική αποστολή στον τόπο εγκατάστασης των επιχειρήσεων κατά το χρονικό διάστημα Απριλίου – Μαΐου 2001. Ο υπό διερεύνηση πληθυσμός ήταν το σύνολο των εγγεγραμμένων μελών του Επιμελητηρίου Αχαΐας. Η συλλογή των δεδομένων έγινε με την τεχνική του ταχυδρομικού ερωτηματολογίου που απεστάλη σε 800 επιχειρήσεις αλλά τελικά μόνο 150 το συμπλήρωσαν και το επέστρεψαν.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΠΤΙΚΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΣΤΑ ΜΕΛΗ ΤΟΥ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟΥ ΑΧΑΪΑΣ

Πιο συγκεκριμένα, στην ερώτηση «Ποιος είναι ο αριθμός των απασχολούμενων στην επιχείρησή τους» απάντησαν :

	ΜΟΝΙΜΟΙ ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ	ΕΠΟΧΙΑΚΟΙ ΥΠΑΛΛΗΛΟΙ
ΜΕΓΙΣΤΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ	330	100
ΕΛΑΧΙΣΤΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ	1	1
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	26	14
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	46,86	24,38

Όπως είναι λογικό, το πρώτο συμπέρασμα που βγάζουμε από τα αποτελέσματα για το σύνολο των επιχειρήσεων του δείγματος είναι ότι ο μέσος αριθμός του μόνιμου προσωπικού είναι μεγαλύτερος από το μέσο αριθμό του εποχιακού προσωπικού. Αυτό μπορούμε να το επιβεβαιώσουμε από το μέγιστο αριθμό αλλά και από την τυπική απόκλιση που δηλώνει ότι υπάρχει ακόμα μεγαλύτερη διαφορά από ότι μας δείχνει ο μέσος όρος εφόσον είναι πολύ μεγαλύτερη για το μόνιμο προσωπικό.

Στην ερώτηση «Αν τον τελευταίο χρόνο ο αριθμός των μονίμων απασχολούμενων στην επιχείρησή τους αυξήθηκε ή μειώθηκε» απάντησαν :

	%
Αυξήθηκε	30,3
Δεν μεταβλήθηκε	57,2
Μειώθηκε	12,4
Σύνολο	100

Στην πλειονότητα των επιχειρήσεων του δείγματος φαίνεται ότι τον τελευταίο χρόνο ο αριθμός των απασχολούμενων παρέμεινε σταθερός. Ένα συμπέρασμα που προκύπτει είναι ότι το ποσοστό των επιχειρήσεων που αύξησαν το προσωπικό τους είναι μεγαλύτερο από αυτές που το μείωσαν. Βέβαια αυτό το αποτέλεσμα δεν μπορεί να μας οδηγήσει στο συμπέρασμα ότι αυξήθηκε η απασχόληση αφού πρέπει να ληφθεί υπόψη το μέγεθος των επιχειρήσεων αλλά και ο αριθμός του προσλαμβανόμενου και απολυόμενου προσωπικού που δεν φαίνονται στον παραπάνω πίνακα.

Στην ερώτηση «Πόσος είναι ο αριθμός των ανδρών και των γυναικών στην επιχείρησή τους» φαίνονται τα εξής :

	Άνδρες	Γυναίκες
ΜΕΓΙΣΤΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ	384	140
ΕΛΑΧΙΣΤΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ	1	1
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ	20	11
ΤΥΠΙΚΗ ΑΠΟΚΛΙΣΗ	44,68	21,12

Το πρώτο συμπέρασμα που βγάζουμε είναι ότι το σύνολο των επιχειρήσεων του δείγματος απασχολεί κατά μέσο όρο περισσότερους άνδρες. Μάλιστα η διαφορά είναι ακόμη μεγαλύτερη από ότι δείχνει ο μέσος όρος αφού η απαντήσεις των επιχειρήσεων για τον αριθμό γυναικών είναι περισσότερο συγκεντρωμένες γύρω από το μέσο όρο (των γυναικών) από ότι οι απαντήσεις για τον αριθμό των ανδρών γύρω από το μέσο όρο (των ανδρών).

Στην ερώτηση «Τι είδους προσωπικό απασχολούνε» απάντησαν τα εξής :

	%
Εργατικό προσωπικό	5,5
Υπαλληλικό προσωπικό	41,8
Εργατικό και υπαλληλικό προσωπικό	52,7
Σύνολο	100

Όπως φαίνεται η πλειοψηφία των επιχειρήσεων απασχολεί και εργατικό και υπαλληλικό προσωπικό. Εργατικό προσωπικό απασχολεί ένα πολύ μικρό ποσοστό και αυτό εξηγείται κατά ένα μέρος από την αρνητική χρεία που μπορεί να έχει η λέξη «εργάτης» για τους απαντώντες.

Στην ερώτηση «Αν η επιχείρηση τους έχει κάνει χρήση των προγραμμάτων χρηματοδότησης για την απασχόληση τα τρία τελευταία χρόνια» είπαν :

	%
ΝΑΙ	53,5
ΟΧΙ	46,5
ΣΥΝΟΛΟ	100

Οι επιχειρήσεις χρησιμοποίησαν κάποιο πρόγραμμα χρηματοδότησης για την απασχόληση, γεγονός που δείχνει την θετική σημασία που έχει η ύπαρξη και η σωστή λειτουργία αυτών των προγραμμάτων για τις επιχειρήσεις.

Στην ερώτηση «Πως βλέπουν το επιχειρηματικό κλίμα στο Νομό Αχαΐας» είπαν :

	%
ΚΑΛΟ	5,4
ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΟΧΗ	28,6
ΔΥΣΜΕΝΕΣ	66
ΣΥΝΟΛΟ	100

Η πλειονότητα των επιχειρήσεων του δείγματος θεωρεί ότι το επιχειρηματικό κλίμα είναι δυσμενές. Αρκετά σημαντικό όμως είναι και το ποσοστό των επιχειρηματιών που θεωρεί ότι το κλίμα είναι ικανοποιητικό για την εποχή. Στην πλειοψηφία το δείγμα αποτελείται από επιχειρήσεις που λειτουργούν πολλά χρόνια και έχουν αναπτυχθεί υπό συνθήκες μικρότερου ανταγωνισμού και μεγαλύτερης σταθερότητας. Η αρνητική του θέση δεν συνοδεύεται πάντα από επιχειρήματα.

Στην τελευταία ερώτηση για το «Τι υπηρεσίες θα επιθυμούσαν να προσφέρει το Επιμελητήριο στην επιχείρησή τους» απάντησαν :

	%
ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ	65,1
ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΛΥΣΗ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ	10,4
ΠΡΟΒΟΛΗ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	10,3
ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ	4,6
ΆΛΛΟ	9,6
ΣΥΝΟΛΟ	100

Από τον παραπάνω πίνακα φαίνεται ότι οι επιχειρήσεις επιθυμούν από το Επιμελητήριο να τους παρέχει ενημέρωση σχετικά με όλα τα ζητήματα που μπορεί να βοηθήσουν μια επιχείρηση να λειτουργήσει πιο αποτελεσματικά. Περισσότερο θα επιθυμούσαν ενημέρωση για τα προγράμματα χρηματοδότησης, για τα κλαδικά στοιχεία και για προγράμματα κατάρτισης εργαζομένων. Αξιόλογα είναι και τα ποσοστά των επιχειρήσεων που θα επιθυμούσαν από το Επιμελητήριο να έχει ενεργεί συμμετοχή στην επίλυση των προβλημάτων τους και να συμβάλλει αποτελεσματικά στην προώθηση και προβολή τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ

12

ΚΡΙΣΙΜΑ ΣΗΜΕΙΑ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ – ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Στην πτυχιακή εργασία μας ξεκινήσαμε μελετώντας τα ιδιαίτερα γνωρίσματα των ΜΜΕ, την σπουδαιότητα μαζί με τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματά της, αλλά και την σύνθεση καθώς και την οργανωτική δομή της. Στη συνέχεια μελετήσαμε πως η ΜΜΕ χρησιμοποιεί το μάρκετινγκ αλλά και τα πλεονεκτήματά του. Στη συνέχεια μελετήσαμε τα προβλήματα που αντιμετωπίζει στο στάδιο της ανάπτυξης και μετά είδαμε πως μία επιχείρηση μπορεί να δανειστεί κεφάλαια από τις τράπεζες. Ενώ μελετήσαμε και άλλες μορφές χρηματοδότησης όπως το leasing, το factoring, το forfeiting, το venture capital και το franchising. Αργότερα μελετήσαμε το πως μία επιχείρηση θα μπορέσει να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις της Ευρώπης και πως θα μπορέσει να χρηματοδοτηθεί και να αντεπεξέλθει στις απαιτήσεις. Στο τελευταίο μέρος της εργασίας μας διεξάγαμε μία έρευνα σε 11 επιχειρήσεις κυρίως για την χρηματοδότησή τους και παρουσιάσαμε τα αποτελέσματά της μαζί με άλλη μία έρευνα του Επιμελητηρίου Αχαΐας.

Συνοπτικά, μετά την ένταξη στην ΟΝΕ, ο στρατηγικός στόχος της ελληνικής οικονομίας είναι η σύγκλιση της ανταγωνιστικότητας με τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες. Με δεδομένες τις σημαντικές οικονομικές και τεχνολογικές εξελίξεις και στο πλαίσιο ενός απόλυτα ανοικτού οικονομικού περιβάλλοντος, η ελληνική οικονομία χρειάζεται να ενισχύσει τις παραγωγικές της ικανότητες και να στηρίξει την ανταγωνιστικότητά της, σε τρεις τομείς :

- την καινοτομία / τεχνολογική αναβάθμιση,
- την επιχειρηματικότητα και
- την απασχόληση.

Η επιθυμητή ανταγωνιστικότητα είναι εκείνη που στηρίζεται κατά κύριο λόγο στην ποιοτική διάσταση του παραγωγικού συστήματος. Η Ελληνική Οικονομία είναι ακόμα κυρίως προσανατολισμένη προς δραστηριότητες χαμηλής προστιθέμενης αξίας, όπου η ποιότητα, ο σχεδιασμός, η καινοτομία και ο βαθμός εξειδίκευσης των προϊόντων αγαθών και υπηρεσιών είναι χαμηλή. Στην πραγματικότητα, η συνολική εικόνα του ελληνικού παραγωγικού συστήματος είναι σε μεγάλο βαθμό εικόνα «δυϊσμού». Ένας αριθμός επιχειρήσεων έχει σοβαρά προβλήματα στην προσπάθεια να αντιμετωπιστούν οι νέες δυσκολίες και προκλήσεις.

Ενώ μια άλλη ομάδα επιχειρήσεων, δείχνει υψηλό βαθμό προσαρμοστικότητας και σαφή σημάδια δυναμικών επιδόσεων στις αναδυόμενες συνθήκες της νέας αγοράς. Η μεγάλη πρόκληση στα προσεχή χρόνια είναι η ενδυνάμωση του δυναμικού τμήματος του

παραγωγικού συστήματος μέσω του εμπλουτισμού του με νεοεισερχόμενους σε αυτή την κατηγορία.

Η σταδιακή απελευθέρωση των αγορών έχει δημιουργήσει νέο πλαίσιο σκληρού διεθνούς ανταγωνισμού για τις ελληνικές επιχειρήσεις. Υπό αυτό το πρίσμα, η ανταγωνιστικότητα της χώρας μας εξαρτάται από την δυνατότητα των κλάδων της οικονομίας και των επιχειρήσεων που τις εκπροσωπούν να αναβαθμίζονται συνεχώς και να επιχειρούν όπου εμφανίζονται ευκαιρίες. Η παραδοσιακή προώθηση των εξαγωγών αντικαθίσταται από την διεθνοποίηση των επιχειρήσεων, την επέκταση τους σε νέες αγορές μέσω εξαγορών και συνεργασιών και την υιοθέτηση καινοτομιών σε όλα τα επίπεδα. Υπάρχει, επομένως, η αναγκαιότητα να γίνει εθνική προτεραιότητα η επιχειρηματική εξωστρέφεια, πριν η Ελλάδα χάσει δια παντός το τρένο της ανταγωνιστικότητας.

Ο Έλληνας επιχειρηματίας έχοντας ως δεδομένο το περιβάλλον μέσα στο οποίο βρίσκεται, πρέπει συνέχειά να ενημερώνεται για τις εξελίξεις και πρέπει να έχει σαφή και τεκμηριωμένη άποψη του τι δυνατότητες έχει και τι θέλει να πετύχει. Η πρώτη και σημαντικότερη είναι η επένδυση στον άνθρωπο η εξέλιξη των στελεχών, η εκπαίδευση των ανθρώπων στις νέες τεχνολογίες και όχι μόνο. Ακόμη και σε θέματα μάνατζμεντ, στρατηγικής, διαπραγμάτευσης, μάρκετινγκ κ.λ.π.

Ένας άλλος χώρος που οι επιχειρήσεις πρέπει να επενδύσουν είναι η έρευνα και η τεχνολογία. Θα πρέπει συγχρόνως οι επιχειρήσεις να εκμεταλλευτούν τα πανεπιστημιακά και ερευνητικά ιδρύματα του τόπου και να επιδιώξουν συνεργασίες για την εξέλιξη των προϊόντων και των υπηρεσιών που παρέχουν.

Πρέπει να δώσουν έμφαση στο κοινωνικό προφίλ τους, ο κοινωνικός ρόλος τους είναι ανάγκη να αλλάξει. Η εικόνα που έχει δημιουργηθεί στη Ελλάδα για τον επιχειρηματία και την επιχείρηση πρέπει να μπορέσει να είναι πιο αποδεκτή σε μέτρα που θα βοηθήσουν την ανταγωνιστικότητα. Άρα πρέπει να προσέξουν τον τρόπο που αντιμετωπίζουν το περιβάλλον, να έχουν σαφή περιβαντολλογική πολιτική, να προσέξουν την συνεισφορά τους στην κοινωνία και να επενδύσουν στο προφίλ τους.

Σήμερα στη Ελλάδα η επιχειρησιακή φιλοσοφία δηλώνει ότι το κλειδί της επιτυχίας έγκειται στη μεγαλύτερη δυνατή προσπάθεια να προμηθεύει τον καταναλωτή ότι ακριβώς αυτός επιθυμεί. Για να δημιουργήσει κέρδος μία επιχείρηση, πρέπει να ικανοποιήσει τον καταναλωτή, αλλά πριν προσπαθήσει να το ικανοποιήσει, πρέπει να τον κατανοήσει.

Τέλος η ανταγωνιστικότητά τους και η επιβίωσή τους εξαρτάται από τη συνεχή ροή γνώσεων και πληροφοριών και την ενσωμάτωσή τους στις διαδικασίες λειτουργίας και τα προϊόντα. Με δεδομένη τη διαπίστωση ότι οι νέες επιχειρήσεις συμβάλλουν εντονότερα στην

αύξηση της απασχόλησης, η υποστήριξή τους έχει μεγάλη προτεραιότητα. Εξάλλου, η δράση αυτή αυξάνει και την επιχειρηματικότητα των νέων με υψηλή κατάρτιση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Διοίκηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων και επιχειρηματικότητα – Χαράλαμπος Κ. Κανελλόπουλος ΑΘΗΝΑ 1994
- Σύγχρονες μορφές διοίκησης μικρομεσαίων επιχειρήσεων – Παν. Κυριαζόπουλος
- Σύγχρονες χρηματοοικονομικές αγορές & προϊόντα ΑΘΗΝΑ 1997-Γιάννης Θ.Μητσιόπουλος
- “Leasing Factoring Forfaiting Venture Capital” Βασίλειος Π. Γαλάνης Αθήνα – Πειραιάς 1994
- Χρηματοδοτική εκδόσεις κλειδάριθμος
- Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ Η ελληνική προσέγγιση – Τζωρτζάκης
- Χρηματιστήριο αξιών και χρηματιστήριο παραγώγων – Ε.Βούλγαρη – Παπαγεωργίου Αθήνα 1999
- Τραπεζικό Δίκαιο – Σπύρου Δ. Ψυχομάνη
- Εισαγωγή στο μάνατζμεντ των χορηγήσεων- Βασίλης Δημ. Χασιώτης
- LEASING θεωρία και πρακτική της χρηματοδοτικής μισθώσεως – Παύλου Χατζηπαύλου.
- Στοιχεία από την Εμπορική Τράπεζα.
- Περιοδικά Αγορά, Οικονομική Βιομηχανική Επιθεώρηση, Επιχείρηση
- Οικονομική και Επιχειρηματική εφημερίδα Ναυτεμπορική
- Επιμελητήριο Αχαΐας – Περιοδικό Δημιουργία
- Internet

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Επωνυμία επιχείρησης : ΑΦΟΙ ΣΙΖΗΛΑ Ο.Ε

2. Έτος ιδρύσεως : 1992

3. Αντικείμενο δραστηριότητας της επιχείρησης :
ΧΟΡΜΑΤΟΥΡΓΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ
ΥΠΟΔΟΜΩΝ

4. Έδρα επιχείρησης : ΑΓΡΑΤΑ - ΑΧΛΙΑΣ

5. Αριθμός προσωπικού : 5

6. Τι προβλήματα αντιμετωπίζει η επιχείρησή σας :

A) σε σχέση με το προϊόν : ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΥΠΑΡΧΕΙ
ΕΛΑΦΙΣΤΕΣ ΑΠΟΣΕΜΑ

B) σε σχέση με την διοίκηση της επιχείρησης : ΚΑΝΕΝΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑ

Γ) σε σχέση με το Marketing : ΚΑΝΕΝΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑ

Δ) σε σχέση με τα οικονομικά (χρηματοδότηση)

ΤΟ ΓΕΓΟΝΟΣ ΟΤΙ ΔΟΥΛΕΥΕΙ ΜΕ ΠΙΣΤΩΣΗ
ΧΡΗΜΙΟΥΡΓΕΙΤΕ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΧΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΙΑΔΕΣΙΜΩΝ

7. Έχετε λάβει δάνειο τα τελευταία χρόνια ; αν ναι τι είδους δάνειο πήρατε και από πού ; (τραπεζικό δανεισμό, leasing, factoring, venture capital).

LEASING
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ

8. Πού χρησιμοποίησατε τη χρηματοδότηση ;

ΑΓΟΡΑ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΩΝ

9. Είχατε ικανοποιητικά αποτελέσματα από τη χρηματοδότηση που επιλέξατε;

ΝΑΙ

10. Πώς βλέπετε το μέλλον της επιχείρησής σας και τι σχέδια έχετε για αυτή;

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΑ ΔΙΟΤΙ ΥΠΑΡΧΕΙ ΣΥΝΕΧΗΣ
ΑΥΞΗΣΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ

ΑΚ.
ΑΦΜ Ο.

1751
ΑΤΑΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Επωνυμία επιχείρησης : ..Τ.α.σουραμάνης... Εμφυλιακή... ζία Ε.Ε
2. Έτος ιδρύσεως :1967.....
3. Αντικείμενο δραστηριότητας της επιχείρησης : ...Ξενοδοχείο.....
.....
.....
4. Έδρα επιχείρησης : ...Αθ...Ν.Κολάου...18.....
5. Αριθμός προσωπικού :16.....
6. Τι προβλήματα αντιμετωπίζει η επιχείρησή σας ;
Α) σε σχέση με το προϊόν ; ..φθορές..δωματίων.....
.....
.....
Β) σε σχέση με την διοίκηση της επιχείρησης; ...ΚΑΥ.Ε.ΧΑ.....
.....
.....
Γ) σε σχέση με το Marketing; ..Το..μαρκετινγκ...μας...είναι.....
...ο...καλόγερο...εξυπηρέτηση...των...πελατών...μας...
...που...θα...αποελέσει...και...είναι...διαφήμιση...μας...
Δ) σε σχέση με τα οικονομικά; (χρηματοδότηση)
.....Α.Υ.Ε.Π.Α.Ρ.Κ.Ε.Σ.....Κ.Ε.Φ.Α.Λ.Α.Ι.Α.....Φ.Ι.Α.....Α.Υ.Χ.Ε.Π.Ρ.Ο.Σ.Π.,.....
.....Κ.Α.Δ.Η.Φ.Θ.Α.Κ.Ε.....Μ.Ε.....Τ.Ρ.Α.Π.Ε.Σ.Ι.Κ.Ο.....Δ.Α.Υ.Ε.Ι.Σ.Μ.Α.....
.....
.....
7. Έχετε λάβει δάνειο τα τελευταία χρόνια ; αν ναι τι είδους δάνειο πήρατε και από πού ; (τραπεζικό δανεισμό, leasing, factoring, venture capital).....Δ.Α.Χ.Ε.Ι.Ω.....ΑΠΟ.....Τ.Ρ.Α.Π.Ε.Σ.Ι.Κ.Ο.....Ι.Δ.Ρ.Υ.Μ.Α.,...Μ.Α.Κ.Ρ.Ο.Π.Ρ.Α.:
...Θ.Ε.Σ.Μ.Ο.Υ...Χ.Α.Ρ.Α.Κ.Α.Ϊ.Ρ.Α...Φ.Ι.Α.....Α.Υ.Α.Κ.Α.Ι.Υ.Ι.Σ.Π...Ε.Π.Ι.Σ.Κ.Ε.Υ.Η.....
...Σ.Α.Υ...Κ.Α.Ι.Ρ.Ι.Α.Χ.Ω.Υ...Ε.Κ.Α.Σ.Α.Σ.Ε.Α.Σ.Ε.Ω.Υ.....
.....
.....
8. Πού χρησιμοποίησατε τη χρηματοδότηση ;
.....Γ.Ι.Α...Α.Υ.Α.Κ.Α.Ι.Χ.Ι.Σ.Π...Ω.Υ...Ε.Σ.Ω.Σ.Ε.Ρ.Ι.Κ.Ω.Υ...Χ.Ω.Ρ.Ω.Υ.....
.....Κ.Α.Ι...Φ.Ι.Α...Ε.Π.Ι.Σ.Κ.Ε.Υ.Η...Φ.Θ.Ρ.Ω.Υ...Π.Ο.Υ...Α.Π.Ϊ.Ρ.Χ.Ω.Υ.....
.....Α.Σ.Α...Δ.Ω.Μ.Α.Σ.Ι.Α.....
.....
.....

9. Είχατε ικανοποιητικά αποτελέσματα από τη χρηματοδότηση που
επιλέξατε;.. Ικανοποιητικά.....αποτελέσματα.....που.....
.....αποδεικνύεται.....από.....σ.π.χ.....πρωτόλεγαο.....α.μ.χ.....
.....πελάων.....

10. Πώς βλέπετε το μέλλον της επιχείρησής σας και τι σχέδια έχετε για
αυτή; Η.....επιχείρησή.....μας.....πάει.....καλά....., αλλά.....για.....από.....
.....μέλλον.....θα.....προσπαθήσουμε.....σ.π.χ.....δ.π.μ.σ.ρ.φ.ε.ί.α.....
.....ε.γ.δ.ς.....γ.έ.ο.υ.....ξ.ε.κ.α.δ.α.χ.ε.ί.ο.υ.....κα.θ.ώ.ς.....κα.ι.....θ.έ.σ.ε.ω.ν.....Porking.....
.....
.....

ΜΜ. ΤΣΟΥΡΑΜΑΝΗΣ & ΣΙΑ Ε.Ε.
ΚΕΝΟΔΟΧΕΙΟ MEDITERRANÉE
ΑΓΙΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ 18 - ΠΑΤΡΑ
Τ. 279602-279624-279646 FAX:223327
Φ.Μ. 009730810 Α' Λ.ΟΥ ΠΑΤΡΩΝ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Επωνυμία επιχείρησης : ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ
2. Έτος ιδρύσεως : 01-01-1984
3. Αντικείμενο δραστηριότητας της επιχείρησης :
ΕΜΠΟΡΙΟ ΧΗΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ << ΟΙΝΟΛΟΓΙΚΑ ΟΙΝΟΙ
ΔΕΡΟΥΧΑ ΠΡΟΪΑ, ΟΞΙΚΟ ΟΞΥ, ΚΙΤΡΙΚΟ ΟΞΥ, ΜΕΤΑΔΙΘΙΟΔΕΣ
ΝΑΤΡΙΟ,
4. Έδρα επιχείρησης : ΑΓ. ΑΝΔΡΕΑΣ 84 ΠΑΤΡΑ
5. Αριθμός προσωπικού : 3 ΑΤΟΜΑ
6. Τι προβλήματα αντιμετωπίζει η επιχείρησή σας ;
- Α) σε σχέση με το προϊόν ; ΤΟ ΠΡΟΪΟΝ ΕΡΧΕΤΑΙ ΑΠΟ
ΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΝΤΑΓΟΝΙΣΤΗΣ ΣΤΗΝ ΑΧΑΪΑ
ΚΑΙ ΓΙΑ ΑΥΤΟ ΤΟ ΛΟΓΟ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΕΧΕΙ ΣΥΝΧΕΤΑ ΑΝΘΡΩΠΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ
ΤΟΥ.
- Β) σε σχέση με την διοίκηση της επιχείρησης ;
ΔΕΝ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΖΕΙ ΚΑΝΕΝΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑ
- Γ) σε σχέση με το Marketing ; Η ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ
ΤΟΥ ΕΙΝΑΙ Η ΓΡΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ ΤΟΥ.
- Δ) σε σχέση με τα οικονομικά ; (χρηματοδότηση)
ΕΧΕΙ ΑΡΧΕΤΑ ΓΡΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΑ ΚΕΡΔΗ.
7. Έχετε λάβει δάνειο τα τελευταία χρόνια ; αν ναι τι είδους δάνειο
πήρατε και από πού ; (τραπεζικό δανεισμό, leasing, factoring, venture
capital)
ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΜΟΝΟΣ
ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΠΟΥ ΖΗΤΑΕΙ ΚΑΤΑ ΚΑΡΟΥΣ
ΑΠΟ ΤΙΣ ΤΡΑΠΕΖΕΣ
8. Πού χρησιμοποίησατε τη χρηματοδότηση ;
ΣΤΗΝ ΠΛΗΡΩΜΗ ΤΩΝ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΤΟΥ

9. Είχατε ικανοποιητικά αποτελέσματα από τη χρηματοδότηση που
επιλέξατε: ΝΑΙ

10. Πώς βλέπετε το μέλλον της επιχείρησής σας και τι σχέδια έχετε για
αυτή:

ΣΚΟΠΕΙ ΝΑ ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΙ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΤΟΥ
ΑΝΟΙΓΟΝΤΑΣ ΝΕΟ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΓΙΑ ΝΑ ΜΠΟΡΕΙ
ΝΑ ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ ΠΙΟ ΚΟΙΝΑ ΣΕ ΟΡΙΣΜΕΝΟΥΣ
ΠΕΛΑΤΕΣ ΤΟΥ.

~~ΙΩΑΝΝΗΣ ΒΑΣΙΛ ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ~~
~~ΧΗΜΙΚΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ~~
~~ΑΓΙΟΥ ΑΝΔΡΕΟΥ ΠΑΤΡΑ - Τ.Κ.: 262 21~~
~~Α.Φ.Μ.: 007830080 - Β' Δ.Ο.Υ. ΠΑΤΡΩΝ~~
~~ΤΗΛ.: (061) 274.669 - FAX.: (061) 278.539~~

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Επωνυμία επιχείρησης : ... Αήμητρα Ξίδερη
2. Έτος ίδρύσεως : ... 1983
3. Αντικείμενο δραστηριότητας της επιχείρησης : Πραζήρια... γαριών
...καυδίκων... - Πλυτζήρια... - Λιπαντήρια...
.....
.....
4. Έδρα επιχείρησης : Ροδοδάφνη Δήκου Συμφορικής
5. Αριθμός προσωπικού : ... 4 άτομα
6. Τι προβλήματα αντιμετωπίζει η επιχείρησή σας ;
Α) σε σχέση με το προϊόν ; 1) Προμήθεια
2) Αντιβιοβίωμα προϊόντος και δυσβίωση
.....
.....
Β) σε σχέση με την διοίκηση της επιχείρησης ; κανένα (οικονομική
αυτή επιχείρηση)
-
.....
Γ) σε σχέση με το Marketing ; Δυσκολία... βζη... βυζιτήρηδη
...καθηρών... ζιρών... λόγω ανταγωνισμού
.....
.....
Δ) σε σχέση με τα οικονομικά ; (χρηματοδότηση) Δυσκολία... υγιέως
του βυζιτηρίου κεφαλαίου για την απόκτηση
αδειας... λειτουργίας... και μηχανολογικού εξοπλισμού
.....
.....
7. Έχετε λάβει δάνειο τα τελευταία χρόνια ; αν ναι τι είδους δάνειο
πήρατε και από πού ; (τραπεζικό δανεισμό, leasing, factoring, venture
capital) Δάνειο... κινήσεως από τη... συνέργαζόμενη
...εταρεία... βγα προϊόντα... Ερευνητική
...διεύθυνση
.....
.....
.....
8. Πού χρησιμοποίησατε τη χρηματοδότηση ;
Αναμειγμένα... εξωτερικών χώρων, αγορά επιπέδων
...υγιεινών... υλοδομή, παροχή νέων υπηρεσιών,
.....
.....

9. Είχατε ικανοποιητικά αποτελέσματα από τη χρηματοδότηση που επιλέξατε; Ναι, διότι είχε δυνατότητα χαραμίζιρα και ευμετακίνητους όρους και τόχους.

10. Πώς βλέπετε το μέλλον της επιχείρησής σας και τι σχέδια έχετε για αυτή; Ικανοποιητικά λόγω αύξησης κινήσεων εργασιών η οποία επήλθε βραδύαυα. Επίσης λόγω της θετικής ανταπόκρισης του ματαναλωτικού κοινού στις προφερόμενες υπηρεσίες.

.....Σχέδια: i) Περεταίρω αύξηση σε κύμα εργασιών
ii) Πρόβλημα προβωπικού
iii) Επέκταση των ήδη υπάρχοντων χώρων
iv) Επέκταση των προφερομένων παροχών - υπηρεσιών.

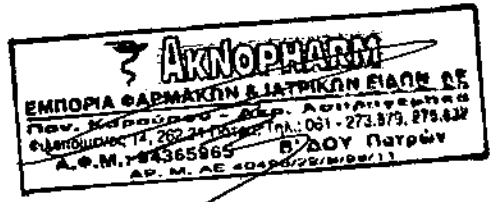
ΔΗΜΗΤΡΑ ΒΑΣ. ΣΙΔΕΡΗ
ΠΡΑΤΗΡΙΟ ΥΓΡΩΝ ΚΑΥΣΙΜΩΝ ΡΕΒΟΙΑ:
ΛΙΠΑΝΤΙΚΑ - ΑΞΕΣΟΥΑΡ
ΠΛΥΜΗΡΑ ΛΙΠΑΝΤΗΡΙΟ
ΡΟΔΟΔΑΦΝΗ ΔΗΜΟΥ ΣΥΜΠΟΛΙΤΕΙΑΣ
06940 71234
ΑΦΜ 046526826 ΔΟΥ ΑΙΓΙΟΥ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Επωνυμία επιχείρησης : *Α.κ.α.γαρμ... Α.Ε.*
2. Έτος ιδρύσεως : *1998*
3. Αντικείμενο δραστηριότητας της επιχείρησης :
Εμπόριο... φαρμάκων... και... ιατρικών... ειδών
4. Έδρα επιχείρησης : *Πατρα, Φιλοποίμενος Ι.Η.*
5. Αριθμός προσωπικού : *10*
6. Τι προβλήματα αντιμετωπίζει η επιχείρησή σας ;
 - A) σε σχέση με το προϊόν ; *Το... προϊόν... είναι... ευπαθές... και... θέλει... προσοχή... στην... αποθήκευση*
 - B) σε σχέση με την διοίκηση της επιχείρησης ;
Δεν... αντιμετωπίζει... πρόβλημα
 - Γ) σε σχέση με το Marketing ;
Δεν... αντιμετωπίζει... πρόβλημα, χρησιμοποιεί... ανειπρωσώπους... για... την... προώθηση... των... προϊόντων της
 - Δ) σε σχέση με τα οικονομικά; (χρηματοδότηση)
7. Έχετε λάβει δάνειο τα τελευταία χρόνια ; αν ναι τι είδους δάνειο πήρατε και από πού ; (τραπεζικό δανεισμό, leasing, factoring, venture capital) *Τραπεζικό... δανεισμό*
8. Πού χρησιμοποίησατε τη χρηματοδότηση ;
Για... κεφάλαιο... κύκλου...

9. Είχατε ικανοποιητικά αποτελέσματα από τη χρηματοδότηση που επιλέξατε;..... Ναι.....

10. Πώς βλέπετε το μέλλον της επιχείρησής σας και τι σχέδια έχετε για αυτή;..... Επέκτασή, εξαγωγή μεθυστικών ποτών, σκευής.
... Το 3% ... οξυγόνο ... σας ... πωλήσεις ... το 2002 ... κατά
... επιχειρητικό ... εργ. ... ανάγκη ... εργ. ... επέκτασης.....



ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Επωνυμία επιχείρησης : ΔΕΝΑΖΗ- ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ Ο.Ε.
2. Έτος ιδρύσεως : 1972
3. Αντικείμενο δραστηριότητας της επιχείρησης : ΒΙΟΤΕΧΝΙΑ
ΣΥΝΘΑΚΜΙΩΝ ΕΣΥΡΟΤΥΧΩΝ
4. Έδρα επιχείρησης : Μ.Η. ΤΡΟΠΟΛΙΤΟΥ ΧΡΥΣΟΕΤΟΜΟΥ 3
5. Αριθμός προσωπικού : 23
6. Τι προβλήματα αντιμετωπίζει η επιχείρησή σας ;
- A) σε σχέση με το προϊόν ; ΚΑΘΥΣΤΕΡΗΣΗ
- B) σε σχέση με την διοίκηση της επιχείρησης ; ΑΣΥΜΦΩΝΙΑ
ΑΠΟΣΤΕΛΩΝ
- Γ) σε σχέση με το Marketing ; ΔΟΥΧΗ ΚΑΜΗΤΕ ΠΡΟΘΗΜΕΣ
(ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ, Τ.Υ. ΡΑΔΙΟ, ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ) - Η.Η. ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ
ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ
- Δ) σε σχέση με τα οικονομικά; (χρηματοδότηση) ΚΑΝΟΝΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑ
7. Έχετε λάβει δάνειο τα τελευταία χρόνια ; αν ναι τι είδους δάνειο πήρατε και από πού ; (τραπεζικό δανεισμό, leasing, factoring, venture capital).
- ΔΑΝΕΙΟ ΑΠΟ ΤΡΑΠΕΖΑ
8. Πού χρησιμοποιήσατε τη χρηματοδότηση ;
- ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΙΝΗΣΗΣ

9. Είχατε ικανοποιητικά αποτελέσματα από τη χρηματοδότηση που επιλέξατε;..... ΝΑΙ.....

10. Πώς βλέπετε το μέλλον της επιχείρησής σας και τι σχέδια έχετε για αυτή;.....

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΑΣ. ΕΧΩ ΣΙΝΕΜΑ ΕΡΕΚΤΑΡΕΑ ΚΑΙ
ΑΝΑΜΕΝΩΝΤΑ ΤΑ ΠΡΟΤΕΚΕΜΕΝΑ.

ΔΕΝΑΖΗ - ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ Ο.Ε.
ΓΥΝΑΙΚΕΙΑ ΕΙΣΡΟΥΧΑ - REGI
ΕΔΡΑ: ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΤΟΥ ΧΡΥΣΟΣΤΟΜΟΥ 3 - ΠΑΤΡΑ
ΔΕΥΤΕΡΕΥΟΥΣΑ ΕΙΣΡΟΥΧΗ: ΦΩΛΙΑΣ 4 - ΠΑΤΡΑ
ΤΗΛ. 332.630 - 331.752 - 342.877, FAX: 342.878
Α.Φ.Μ. 091739166 - Δ.Ο.Υ. Γ. ΠΑΤΡΩΝ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Επωνυμία επιχείρησης : ΑΧΑΪΚΑ ΠΛΑΣΤΙΚΑ Α.Β.Ε.....
2. Έτος ιδρύσεως : 1980.....
3. Αντικείμενο δραστηριότητας της επιχείρησης : ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΛΑΣΤΙΚΩΝ.....

4. Έδρα επιχείρησης : ΦΤΕΡΗ 2 Η - ΑΙΓΙΟ.....

5. Αριθμός προσωπικού : 64.....

6. Τι προβλήματα αντιμετωπίζει η επιχείρησή σας ;

A) σε σχέση με το προϊόν ;

B) σε σχέση με την διοίκηση της επιχείρησης; O X /

Γ) σε σχέση με το Marketing; O X /

Δ) σε σχέση με τα οικονομικά, (χρηματοδότηση) O X /

7. Έχετε λάβει δάνειο τα τελευταία χρόνια ; αν ναι τι είδους δάνειο πήρατε και από πού ; (τραπεζικό δανεισμό, leasing, factoring, venture capital)

~~Κ.Φ. ΚΙΝ~~ , Τραπεζικό
ΜΑΡΟΝ, Βραχυπρόσθετο Μακροπρόσθετο
Σ Ε.Τ.Ε - ΑΙΦΑ - ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΕΤΒΑ


8. Πού χρησιμοποίησατε τη χρηματοδότηση ;

→ Αγορά Ν. Μηχ. Εξ

→ Τροχαύρες ανελκυσ

9. Είχατε ικανοποιητικά αποτελέσματα από τη χρηματοδότηση που επιλέξατε; ΝΑΙ

10. Πώς βλέπετε το μέλλον της επιχείρησής σας και τι σχέδια έχετε για αυτή; Άγνωστο


ΑΧΑΪΚΑ ΠΛΑΣΤΙΚΑ Α.Ε.Β.Ε.
ΑΦΟΙ ΦΑΝΑΣΟΥΛΙΑ
ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΠΛΑΣΤΙΚΩΝ
ΦΛΕΒ. 42^η ΜΗΤΡΩΝ
Α.Φ.Μ. 094099660
ΤΗΛ.: 28287, 28236

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Επωνυμία επιχείρησης : ... *Flocafe* ... *Κορυθαλλού*
2. Έτος ιδρύσεως : ... *1999*
3. Αντικείμενο δραστηριότητας της επιχείρησης : ... *καφεζοχαροπλάσιο*

4. Έδρα επιχείρησης : ... *Πλατεία Ελευθερίας* ... *Κορυθαλλούς*

5. Αριθμός προσωπικού : ... *18*

6. Τι προβλήματα αντιμετωπίζει η επιχείρησή σας ;

A) σε σχέση με το προϊόν ; ... *Το προϊόν ε.π.σ. είναι ενκλιαίο με όλα τα υπόλοιπα κατεσκευασμένα ε.π.σ. αλυσίδας*

B) σε σχέση με την διοίκηση της επιχείρησης ;

Γ) σε σχέση με το Marketing ; ... *Το μαρκετινγκ ανταλλάσσεται από ε.π.σ. μικρικής εταιρίας*

Δ) σε σχέση με τα οικονομικά ; (χρηματοδότηση)

7. Έχετε λάβει δάνειο τα τελευταία χρόνια ; αν ναι τι είδους δάνειο πήρατε και από πού ; (τραπεζικό δανεισμό, leasing, factoring, venture capital) ... *Τραπεζικό δανεισμό και χρησιμοποίησα και ενοχλήσει*

8. Πού χρησιμοποίησατε τη χρηματοδότηση ;
... *Η χρηματοδότηση χρησιμοποιείται για επενδυτικούς σκοπούς και κυρίως για άνοιγμα νέων κατασκευών*

9. Είχατε ικανοποιητικά αποτελέσματα από τη χρηματοδότηση που
επιλέξατε;... Τα... καταστροφικά... πάρε... καλά... και...
... φίλες... σ' έκανε... ο... απάθεια... σου...

10. Πώς βλέπετε το μέλλον της επιχείρησής σας και τι σχέδια έχετε για
αυτή;... Θετικό... και... σ' κοπεύουν... να... επεκταθούν...
... ανοίγοντας... και άλλα καταστροφικά...

ΚΑΦΕΖΑΧ/ΣΤΕΙΟ ΚΟΡΥΔΑΛΛΟΥ Α. Ε.
ΠΛΑΤ. ΕΛΕΥΘΕΡΙΑΣ 6 ΚΟΡΥΔΑΛΛΟΣ 181 20
ΑΦΜ: 094485140 - ΔΟΥ: ΦΑΕΕ ΑΘΗΝΩΝ
ΑΡ. Μ.Α.Ε. 34883 / 02 / 8 / 95 / 249

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Επωνυμία επιχείρησης: ΒΙΟΤΕΧΝΙΑ ΥΠΟΔΗΜΑΤΩΝ ΑΔΑΜ
2. Έτος ιδρύσεως: 1975
3. Αντικείμενο δραστηριότητας της επιχείρησης:
ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΑΝΤΡΙΚΩΝ ΠΑΡΟΥΤΣΙΩΝ ΑΠΟ
ΛΑΙΑΒΡΟΧΟ CAL ΟΧΙ ΑΠΟ ΤΗΝΣΙΟ ΔΕΡΜΑ
4. Έδρα επιχείρησης: ΠΑΤΡΑ ΟΔΟΣ: ΟΥΤΙΣ Κ' ΠΕΝΤΑΔΑΧΤΥΛΟΥ
5. Αριθμός προσωπικού: 1 ΑΤΟΜΟ
6. Τι προβλήματα αντιμετωπίζει η επιχείρησή σας;
Α) σε σχέση με το προϊόν; ΔΥΣΚΟΛΙΑ ΣΤΗΝ ΠΛΗΡΟΜΗ
Α' ΥΛΩΝ.
Β) σε σχέση με την διοίκηση της επιχείρησης; ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ
ΚΑΤΑΛΗΛΟ ΑΤΟΜΟ ΝΑ ΤΟΝ ΔΙΑΔΕΧΤΕΙ ΣΤΗΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ.
Γ) σε σχέση με το Marketing; ΔΕΝ ΕΧΕΙ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ
ΕΝΕΡΓΕΙΑ ΝΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΕΙ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΤΟΥ. Η ΔΙΑ-
ΦΗΜΙΣΗ ΤΟΥ ΕΙΝΑΙ Η ΚΑΘΗ ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ.
Δ) σε σχέση με τα οικονομικά; (χρηματοδότηση)
ΕΧΕΙ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΤΙΚΑ ΣΕΡΑ
7. Έχετε λάβει δάνειο τα τελευταία χρόνια; αν ναι τι είδους δάνειο πήρατε και από πού; (τραπεζικό δανεισμό, leasing, factoring, venture capital).
ΔΑΝΕΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ (ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠ) ΥΠΟ
ΜΟΡΦΗ ΕΠΙΤΑΓΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΛΗΡΟΜΗ ΤΩΝ
ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΤΟΥ.
8. Πού χρησιμοποιήσατε τη χρηματοδότηση;
ΤΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΕ ΓΙΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΑ
Α' ΥΛΩΝ ΚΑΙ ΥΛΙΚΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

9. Είχατε ικανοποιητικά αποτελέσματα από τη χρηματοδότηση που επιλέξατε;

ΝΑΙ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΘΗΚΕ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΑ

10. Πώς βλέπετε το μέλλον της επιχείρησής σας και τι σχέδια έχετε για αυτή;

Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΠΑΡΑ ΤΟ ΓΕΓΟΝΟΣ ΟΤΙ ΠΑΕΙ ΚΑΛΑ ΔΕΙ ΕΧΕΙ ΜΕΛΛΟΝ ΔΙΟΤΙ ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ ΕΠΙΘΥΜΙΑ ΑΠΟ ΤΟ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ ΝΑ ΜΑΛΑΚΩΝ ΤΗΝ ΤΕΧΝΗ

ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ «Α Δ Α Μ»
ΚΟΝΙΝ Τ. ΟΡΕΙΑΚΗΣ
ΒΙΟΤΕΧ ΚΕΝΤΡΟΝ ΤΩΝ
ΠΑΤΡΩΝ ΠΛ. ΠΑΚΥΔΔΟΥ 7
☎: 332084 Α.Φ.Μ: 16383885
ΔΟΥ Γ' ΠΑΤΡΩΝ

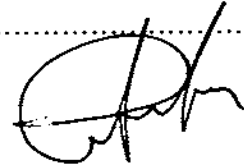
ΥΠΟΔΗΜΑΤΑ «Α Δ Α Μ»
ΚΟΝΙΝ Τ. ΟΡΕΙΑΚΗΣ
ΒΙΟΤΕΧ ΚΕΝΤΡΟΝ ΤΩΝ
ΠΑΤΡΩΝ ΠΛ. ΠΑΚΥΔΔΟΥ 7
☎: 332084 Α.Φ.Μ: 16383885
ΔΟΥ Γ' ΠΑΤΡΩΝ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Επωνυμία επιχείρησης : ..Κοσμά .. Α.Ι.Κα.σερ.ι.γ.π.....
2. Έτος ιδρύσεως :1983.....
3. Αντικείμενο δραστηριότητας της επιχείρησης : ..Δακτυλογραφησεις -
...Φωτοαντιγραφα .. κλπ.....
4. Έδρα επιχείρησης :Πειραιάς.....
5. Αριθμός προσωπικού :3..... Ασαμα.....
6. Τι προβλήματα αντιμετωπίζει η επιχείρησή σας ;
Α) σε σχέση με το προϊόν ; ..ξέ... σχέση... με... σα... προϊόν...
...η... επικήρση... δεν... αντιμετωπίζει... πρόβλημα.....
Β) σε σχέση με την διοίκηση της επιχείρησης ;
.....
Γ) σε σχέση με το Marketing ; ..Το... marketing... σας... επικήρση...
...θα... σεις... σχέσεις... με... τους... πελάτες.....
Δ) σε σχέση με τα οικονομικά ; (χρηματοδότηση) ..κακή... πρόβλημα.....
7. Έχετε λάβει δάνειο τα τελευταία χρόνια ; αν ναι τι είδους δάνειο
πήρατε και από πού ; (τραπεζικό δανεισμό, leasing, factoring, venture
capital).....
...Δεν... έχει... λάβει... δανειο... αλλά... έχει... χρησιμοποίησει
...σα... ίδια... κεφάλαια... της.....
8. Πού χρησιμοποίησατε τη χρηματοδότηση ;
...έχει... χρησιμοποίησει... σα... ίδια... κεφάλαια... της...
...για... αν... αγορά... μεθόδους... και... π.π...
...συστημάτων... φωτοαντιγραφικά.....

9. Είχατε ικανοποιητικά αποτελέσματα από τη χρηματοδότηση που
επιλέξατε;... Το..... μηχανήμα..... αυτό..... έκανε..... απόσβεση..... σε.....
...ελάχιστο..... χρόνο.....

10. Πώς βλέπετε το μέλλον της επιχείρησής σας και τι σχέδια έχετε για
αυτή;... Το..... μέλλον..... της..... επιχείρησής..... είναι..... απρόβλεπτο,
...δυσί..... αι..... επιχειρήσεις..... έχουν..... αρχίσει..... και.....
...προμηθεύονται..... μηχανοκίνητα.....



ΚΟΣΤΑΣ ΚΑΤΣΑΡΙΝΗΣ

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Επωνυμία επιχείρησης : *Ιεσφ...Ιωσ... Αρμακόλα...κ...ο.ιοι...Ο.Ε*
2. Έτος ιδρύσεως : *1947*
3. Αντικείμενο δραστηριότητας της επιχείρησης :
Εργαστήρια... μαρμάρων... αποθεματίσες... μαρμάρων
σε... ποδοκατασκευές, πλάκα κατασκευές, κατασκευές
σάλων... και... εκκλισίων
4. Έδρα επιχείρησης : *Λασιθρίου... 67... Πασρά*
5. Αριθμός προσωπικού : *7... άτομα*
6. Τι προβλήματα αντιμετωπίζει η επιχείρησή σας ;
Α) σε σχέση με το προϊόν ; *Το... προϊόν... βρίσκεται*
εγκοδό... και... μεσαγρέσαι... από... από... Αθήνα
Β) σε σχέση με την διοίκηση της επιχείρησης ;
Γ) σε σχέση με το Marketing ; *Η... Διαφήμιση... ο.π.σ*
επιχειρήσεως... είναι... η... δουλειά... μας
Δ) σε σχέση με τα οικονομικά; (χρηματοδότηση)
7. Έχετε λάβει δάνειο τα τελευταία χρόνια ; αν ναι τι είδους δάνειο
πήρατε και από πού ; (τραπεζικό δανεισμό, leasing, factoring, venture
capital)
Εκεί... λάβει... τραπεζικό... δανεισμό
- κεφάλαιο... κίνησης
- κερφακές... εκκαταστάσεις
- μη παραγωγικό... εξοπλισμό
8. Πού χρησιμοποίησατε τη χρηματοδότηση ;
- Για... προμήθεια... και... π.ρ.α.σ.κ.ν... εδών
- κατασκευές... εργαστηρίου... στον... Αθίο... Βασιλίου

