

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΤΙΤΛΟΣ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

**Οικονομική Κρίση στις Ελληνικές
Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις. Κλείσιμο –Αιτίες-
Αποτελέσματα**

ΠΑΠΑΛΑΜΠΡΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΣ
ΤΑΓΚΑΛΑΚΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΦΑΖΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΠΑΤΡΑ, 10/6/ 2011



ΤΕΙ ΠΑΤΡΩΝ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Ταγκαλάκης Δημήτριος :8072

Παπαλάμπρου Νίκος :7402

Πτυχιακή Εργασία

Υπεύθυνος Καθηγητής: Φαζάκης Γεώργιος

Περιεχόμενα

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο – Ορισμός της οικονομικής κρίσης, Ιστορική αναφορά, Η σημερινή κατάσταση	7
1.1 Ορισμός της κρίσης	7
1.2 Συνοπτική ανάλυση της οικονομικής κρίσης.....	7
1.3 Ιστορικές αναφορές σε προηγούμενες κρίσεις.....	8
1.4 Η σημερινή κρίση και η διαφορές της με τις προηγούμενες κρίσεις	10
1.5 Ο Χαρακτήρας της Διεθνούς Οικονομικής Κρίσης	11
1.6 Δημόσιο Χρέος.....	12
1.7 Αίτια και Επιπτώσεις.....	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο - Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα.....	21
2.1 Οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις	21
2.2 - Ο Ρόλος των Μικρομεσαίων επιχειρήσεων	27
2.3 - Ενέργειες Προβολής και Προώθησης.....	28
2.4 - Το Λιανικό Εμπόριο.....	30
2.5 – Τα Λάθη των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.....	33
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο – Αποτελέσματα οικονομικής κρίσης και επίδραση της στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.	36
3.1 Οικονομική Κρίση στην Ελλάδα και στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις.....	36
3.2 Οι επιχειρηματίες και οι απόψεις τους για το μέλλον των επιχειρήσεων τους	37
3.3 Καταναλωτική Συμπεριφορά	39
3.4 Κλείσιμο επιχειρήσεων.....	40
3.5 Απολύσεις.....	42
3.6 Μελέτες περιπτώσεων επιχειρήσεων ένδυσης	44
3.7 Όγκος Λιανικών Πωλήσεων.....	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο – Στατιστικά στοιχεία και αποτελέσματα στον Ελληνικό Χώρο.....	47
4.1 Οι Ιδιαίτερες Συνθήκες στην Ελλάδα.....	47
4.2. Στατιστικά για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις	48

4.3. Άμεσες και Έμμεσες Επιπτώσεις της Κρίσης	52
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο - Προτάσεις αντιμετώπισης.....	56
5.1 Προτάσεις – Προοπτικές	56
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	59
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	61

Εισαγωγή

Η παρούσα πτυχιακή εργασία στόχο έχει να αναλύσει την οικονομική κρίση στην χώρα μας και πως αυτή επηρεάζει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Χιλιάδες μικρομεσαίες επιχειρήσεις, αδυνατώντας να αντιμετωπίσουν τις συνέπειες της κρίσης, καθημερινά δίνουν τέλος στη λειτουργία τους. Οι εγγραφές και οι διαγραφές επιχειρήσεων στα κατά τόπους επιμελητήρια είναι ενδεικτικές του κλίματος και της κατάστασης που επικρατεί στην ελληνική αγορά. Ο αριθμός των επιχειρήσεων που κλείνουν είναι αρκετά μεγαλύτερος από τις προηγούμενες χρονιές και ταυτόχρονα ο αριθμός των επιχειρήσεων που ανοίγουν είναι πολύ μικρότερος. Επίσης οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δέχονται έντονες πιέσεις από τον ανταγωνισμό των μεγάλων επιχειρήσεων καθώς και από την έντονη φορολόγηση λόγω της δημοσιονομικής κρίσης γεγονός που τους οδηγεί σε έντονο περιορισμό τους και δυσκολία να ανταποκριθούν στις νέες ανάγκες.

Στην παρούσα πτυχιακή κάνουμε εκτενή ανάλυση όλων των δυσκολιών που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις και παραθέτουμε τις προτάσεις για ανάπτυξη τους που μέχρι τώρα έχουν διατυπωθεί.

Πιο συγκεκριμένα στο κεφάλαιο 1 αναφέρουμε τι ονομάζουμε οικονομική κρίση, ιστορική αναφορά σε άλλες περιόδους οικονομικής κρίσης, παρουσιάζουμε την σημερινή κατάσταση, τα αίτια που οδήγησαν στη σημερινή κρίση. Επίσης συγκρίνουμε παλιότερες περιόδους κρίσεων με την σημερινή κατάσταση και βρίσκουμε κοινά στοιχεία. Επίσης αναφέρεται ο τρόπος αντιμετώπισης των παλιότερων περιόδων κρίσης και συγκρίνεται με τους τρόπους αντιμετώπισης που έχουν αναφερθεί και εφαρμόζονται σήμερα. Η κρίση στην Ελλάδα. Σχέση της με την διεθνή κατάσταση.

Στο κεφάλαιο 2 ορίζουμε το τι είναι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις κάνοντας αναφορά στο ρόλο που παίζουν στην ελληνική οικονομία, τα είδη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, το λιανικό εμπόριο, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα τους καθώς και τα λάθη που γίνονται κατά την ανάπτυξη τους.

Στο κεφάλαιο 3 αναφέρουμε τα μέχρι τώρα αποτελέσματα της οικονομικής κρίσης, πως έχει επιδράσει στο παγκόσμιο αλλά και ελληνικό χώρο, πως επιδρά παγκόσμια αλλά και τοπικά (στην Ελλάδα) στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Επίσης αναφέρουμε για το πρόβλημα ρευστότητας και την επίδραση του στις επιχειρήσεις. Ακόμα γίνεται ανάλυση στα αποτελέσματα σε κοινωνικό επίπεδο (ανεργία, μετανάστευση, επίδραση στον κοινωνικό ιστό κ.α.) σχέση τους με την

επίδραση στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Επιπροσθέτως γίνεται εκτενέστερη αναφορά στην Ελληνική κρίση και η επίδρασή της στην οικονομία τόσο των τοπικών όσο και διεθνών αγορών.

Στο κεφάλαιο 4 γίνεται έρευνα σε στοιχεία που δίνουν επίσημες πηγές (υπουργείο οικονομίας, ανάπτυξης , εργασίας κ.α.) για την επίδραση της κρίσης. Τα στοιχεία αναφέρουν τον αριθμό των επιχειρήσεων που έκλεισαν στο διάστημα της κρίσης, πόσες επιχειρήσεις βρίσκονται σε κατάσταση χρεωκοπίας (έρευνα σε τραπεζικά στοιχεία), πόσες επιχειρήσεις έχουν προχωρήσει σε μειώσεις προσωπικού (απολύσεις), ωραρίου εργασίας , αποδοχών. Επίσης παραθέτουμε και στοιχεία και αποτελέσματα και προβλέψεις άλλων ερευνών και γίνεται σύγκριση με τα τωρινά στοιχεία.

Στο κεφάλαιο 5 παραθέτουμε τις μέχρι τώρα προτάσεις αντιμετώπισης καθώς και την τωρινή πολιτική αντιμετώπισης της κρίσης. Αναφερόμαστε επίσης σε παρεμβάσεις από το κράτος για αντιμετώπιση της κρίσης και τρόπος παρέμβασης στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, τις αντιδράσεις από τους επίσημους φορείς των κλάδων των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, τους τρόπους αντιμετώπισης που προτείνονται καθώς και τις εναλλακτικές προτάσεις αντιμετώπισης συγκρίνοντας με τις προηγούμενες προτάσεις. Κλείνοντας, γίνεται κριτική των αποτελεσμάτων της μέχρι τώρα αντιμετώπισης.



Κεφάλαιο 1 – Ορισμός της οικονομικής κρίσης, Ιστορική αναφορά, Η σημερινή κατάσταση

1.1 Ορισμός της κρίσης

Η έννοια της κρίσης, ως πολυδιάστατη, έχει αποδοθεί ποικιλοτρόπως, ακόμη και από απλούς ανθρώπους για να περιγράψουν με μια λέξη ότι αντιμετωπίζουν ένα δύσκολο πρόβλημα, ότι διανύουν μια περίοδο ανωμαλίας και αντικανονικότητας ή βρίσκονται σε κρίσιμη φάση.

Στην ελληνική γλώσσα, η λέξη κρίση προέρχεται από το ρήμα κρίνω θέλοντας να χαρακτηρίσει μια μη κανονική κατάσταση. Μια κατάσταση κρίσιμη, δύσκολη, επικίνδυνη. Συγκεκριμένα κρίση είναι μια εκτροπή από την κατάσταση της κανονικότητας και μπορεί να προσλάβει διαβαθμίσεις αντικανονικότητας από μια κατάσταση απλής διαταραχής μέχρι την κατάσταση μη ελεγχόμενων εκρηκτικών γεγονότων και την κατάσταση του χάους και του πανικού. Συνεπώς, μια κρίση εμπεριέχει μια απειλή σχετικά με τους πόρους και τους ανθρώπους, την απώλεια του ελέγχου και ορατές ή αόρατες συνέπειες στους ανθρώπους, τους πόρους και τους οργανισμούς. (Παηγγυράκης, 2001)

1.2 Συνοπτική ανάλυση της οικονομικής κρίσης

Για να οριστεί η οικονομική κρίση χρησιμοποιούνται συνήθως οι έννοιες από τη θεωρία των οικονομικών διακυμάνσεων. Σύμφωνα με τη θεωρία αυτή, οικονομικές διακυμάνσεις ή οικονομικοί κύκλοι είναι το φαινόμενο των επαναλαμβανόμενων διακυμάνσεων της γενικής οικονομικής δραστηριότητας, που παρατηρούνται για μια περίοδο ετών. Μία κρίση μπορεί να αποτελείται από τέσσερα διαφορετικά και διακριτά στάδια. Ο συνήθης κύκλος ζωής μιας κρίσης ακολουθεί τα παρακάτω στάδια:

1. Στάδιο Διαμόρφωσης της κατάστασης ή Πρόδρομων συμπτωμάτων (Prodromal crisis stage).
2. Στάδιο εκδήλωσης-κορύφωσης της κρίσης (acute crisis stage).
3. Στάδιο των επιπτώσεων (Chronic crisis stage).
4. Στάδιο επίλυσης- ομαλοποίησης (crisis resolution stage).

Ο επιθυμητός Κύκλος Ζωής μιας Κρίσης παρουσιάζεται στο παρακάτω σχήμα. Κατ' αυτόν, από την εμφάνιση των Προδόμων Συμπτωμάτων, με τις κατάλληλες ενέργειες και τακτικές οδηγούμαστε απ' ευθείας στο στάδιο επίλυσης. (Σφακιανάκης, 1998)



1.3 Ιστορικές αναφορές σε προηγούμενες κρίσεις

Η μεγάλη κρίση του 1929 είναι το κυριότερο σημείο αναφοράς. Οι αιτίες της ήταν:

1. Η ανισοροπία στην οικονομία των ΗΠΑ, η οποία προήλθε από:
 - α) τη σχετική υπερπαραγωγή πρώτων υλών γεωργικών προϊόντων που είχε ως αποτέλεσμα την πτώση των τιμών και μείωση της αγοραστικής δύναμης των αγροτών.
 - β) τις υπεραισιόδοξες βιομηχανικές επενδύσεις σε τομείς όπως η παραγωγή αυτοκινήτων και ηλεκτρικών συσκευών.
2. Η ευάλωτη διεθνής οικονομία, λόγω του γεγονότος ότι:
 - α) η διεθνής οικονομία ήταν ήδη εξασθενημένη από τον Παγκόσμιο πόλεμο
 - β) ο αμερικανικός προστατευτισμός και η εμμονή στη αποπληρωμή του συνόλου των δανείων που είχαν δοθεί στις ευρωπαϊκές χώρες επιδείνωνε ακόμη περισσότερο το πρόβλημα.

Η αλυσιδωτή κατάρρευση επιχειρήσεων και τραπεζών έφερε την παγκόσμια οικονομική ύφεση. Κατά την κρισιμότερη καμπή αυτής της κρίσης οι άνεργοι έφθασαν τα 30.000.000.

Μία ακόμη από τις σημαντικότερες κρίσεις είναι αυτή του πετρελαίου τη δεκαετία του 1970. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του '70 έκαναν την εμφάνισή τους δύο πετρελαϊκές κρίσεις. Αυτές έφεραν στο προσκήνιο το φαινόμενο του στασιμοπληθωρισμού, δηλαδή τη συνύπαρξη πληθωρισμού και αυξημένης ανεργίας. Η επίσημη ημερομηνία έναρξης της πρώτης κρίσης καταγράφεται η 17η Οκτωβρίου του 1973, όταν τα μέλη του ΟΑΡΕC (Οργανισμού Αραβικών Χωρών - Εξαγωγέων

Πετρελαίου Οργανισμού Αραβικών Πετρελαιοπαραγωγών Κρατών) ανακοίνωσαν ότι δεν θα προμήθευαν πλέον με πετρέλαιο τις χώρες που υποστήριζαν το Ισραήλ στη διαμάχη του με τη Συρία και την Αίγυπτο. Σε αυτές τις χώρες συμπεριλαμβάνονταν οι ΗΠΑ, οι σύμμαχοι τους στη Δυτική Ευρώπη και η Ιαπωνία. Παρόλα αυτά, οι στοχευόμενες χώρες ανταποκρίθηκαν βρίσκοντας νέες πρωτοβουλίες για να περιορίσουν την εξάρτησή τους από τις παραπάνω χώρες.

Έξι χρόνια μετά, το 1979, ακολούθησε η δεύτερη πετρελαϊκή κρίση. Έκανε την εμφάνισή της στις ΗΠΑ, στον απόηχο της ιρανικής επανάστασης. Οι χώρες του OPEC για να αντιμετωπίσουν την κατάσταση, αύξησαν την παραγωγή τους και η συνολική απώλεια έφτασε στο 4%. Ωστόσο, επικράτησε ένας διαδεδομένος πανικός που ανέβασε την τιμή πολύ περισσότερο από όσο θα αναμενόταν. Αυτό ήταν αποτέλεσμα της μειωμένης ζήτησης και της υπερβολικής παραγωγής, οδηγώντας τον OPEC στο να χάσει την ενότητα του. Εξαγωγείς πετρελαίου, όπως το Μεξικό, η Νιγηρία και η Βενεζουέλα επεκτάθηκαν σημαντικά, ενώ οι ΗΠΑ και η Ευρώπη πήραν περισσότερο πετρέλαιο από το Prudhoe Bay και τη Βόρειο Θάλασσα.

Στη συνέχεια, εξετάζοντας τη λεγόμενη “ασιατική” κρίση του 1998-1999, βλέπουμε ότι άγγιξε σε μεγάλο βαθμό το τραπεζικό σύστημα, ωθώντας πολλές ασιατικές τράπεζες στα πρόθυρα χρεοκοπίας. Πρόκειται εδώ για μία τοπική κρίση, γεωγραφικά περιορισμένη, κάτι που τη διαφοροποιεί πολύ από την κρίση του 1929, καθώς και από τη σημερινή.

Μία άλλη κρίση στη δεκαετία του 1990 είναι αυτή της ιαπωνικής οικονομίας, η οποία είχε αντιμετωπιστεί με μερική ή πλήρη εθνικοποίηση τραπεζών. Είχε μεγάλη διάρκεια και οδήγησε σε ύφεση, διότι η αντίδραση των ιαπωνικών αρχών έφτασε με μεγάλη καθυστέρηση. Η καθυστέρηση των παρεμβάσεων κάνει την κρίση αυτή να έχει αναλογίες με αυτήν του 1929. Εντούτοις και αυτή διαφοροποιείται τόσο από τη σημερινή όσο και από αυτήν του 1929 λόγω του τοπικού χαρακτήρα της.

Μία άλλη κρίση είναι αυτή του 2000-2001 με την έκρηξη της “φούσκας” του Internet, που προκάλεσε πτώσεις στις τιμές των μετοχών ανάλογες με εκείνες της κρίσης του 1929. Παρατηρούμε ότι η σημερινή κρίση είναι ακόμη πιο σοβαρή και πλησιέστερη σε αυτήν του 1929, καθώς αγγίζει τον πυρήνα του τραπεζικού συστήματος προκαλώντας πτωχεύσεις τραπεζών. Όντως η σημερινή κρίση δείχνει να έχει ομοιότητες με αυτήν του 1929. Σε μόλις τρεις εβδομάδες τα χρηματιστήρια έχασαν περίπου από 20% έως 25% της αξίας τους. Επίσης η κρίση του 1929 ήταν παγκόσμια, αγγίζοντας όλες τις χρηματοοικονομικές αγορές. Η σημερινή κρίση λόγω της παγκοσμιοποίησης φαίνεται να είναι ακόμη σοβαρότερη

από αυτήν του 1929. Η παγκοσμιοποίηση εντείνει τη δυναμικότητα μιας χρηματοπιστωτικής κρίσης και επηρεάζει πολύ πιο γρήγορα την παγκόσμια οικονομική δραστηριότητα. Πέραν όμως της παγκοσμιοποίησης, εάν πρέπει να αποκλείσουμε μία επανάληψη της κρίσης του 1929, είναι γιατί βρισκόμαστε σε ένα διαφορετικό περιβάλλον από εκείνο της δεκαετίας του 1930.

1.4 Η σημερινή κρίση και η διαφορές της με τις προηγούμενες κρίσεις

Το πρώτο στοιχείο που διαφοροποιεί τη σημερινή κρίση από αυτήν του 1929 είναι η οικονομική πολιτική που εφαρμόστηκε. Από τις αντιδράσεις των νομισματικών και δημοσιονομικών αρχών παγκοσμίως φαίνεται ότι το δίδαγμα της κρίσης του 1929 έγινε απόλυτα κατανοητό από το γεγονός ότι υπάρχει παγκοσμίως συντονισμένη αντίδραση των οικονομικών πολιτικών.

Το δεύτερο στοιχείο που υποδηλώνει τη μεγάλη διαφορά μεταξύ των δύο κρίσεων είναι ότι το μέγεθος των κρατών (δημόσιες δαπάνες και φόροι) είναι σήμερα πολύ μεγαλύτερο. Για παράδειγμα, το μέγεθος του αμερικανικού κράτους το 1929 ήταν 10%, ενώ σήμερα υπερβαίνει το 30%.

Το τρίτο στοιχείο το οποίο δείχνει τη διαφορά μεταξύ της σημερινής κρίσης και αυτής του 1929, καθώς και το κατά πόσο η σημερινή κρίση μάς επιβαρύνει με επιπλέον έναν κίνδυνο είναι η διείσδυση της χρηματοπιστωτικής δραστηριότητας στη καθημερινή ζωή των ανθρώπων. Το ποσοστό των νοικοκυριών που έχει σήμερα πρόσβαση σε πιστώσεις είναι πολύ μεγαλύτερο από αυτό της δεκαετίας του 1930.

Σχεδόν κάθε άτομο στις δυτικές κοινωνίες έχει μία πιστωτική κάρτα. Η σύμπλεξη της χρηματοπιστωτικής και της πραγματικής οικονομικής δραστηριότητας είναι σήμερα πολύ μεγαλύτερη. **(Πηγή: <http://www.makthes.gr>)**

Η Διεθνής Χρηματοπιστωτική Κρίση του 2007 είναι μια παγκόσμια κατάσταση απειλούμενης οικονομικής ύφεσης στον ευρύτερο χρηματοπιστωτικό και τραπεζικό τομέα με γενεσιουργό χώρα τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής. Η κρίση αυτή έρχεται 78 χρόνια μετά την τελευταία μεγάλη κρίση του 1929 αλλά και παλαιότερες πετρελαϊκές κρίσεις. Προέκυψε μετά το ξέσπασμα των προβλημάτων στην αγορά στεγαστικών δανείων χαμηλής εξασφάλισης και την αλόγιστη χρήση δομημένων επενδυτικών προϊόντων που εξαρτώνται άμεσα από τη δυνατότητα αποπληρωμής των δανείων από τα οποία παράγονταν. Πολλοί επιστήμονες υποστηρίζουν ότι είναι απαραίτητος ένας νέος κρατικός παρεμβατισμός, παράλληλα με την κατάρτιση σχεδίων

επίλυσης της κρίσης προτού επεκταθεί στην ευρύτερη οικονομία των κρατών που επλήγησαν.

1.5 Ο Χαρακτήρας της Διεθνούς Οικονομικής Κρίσης

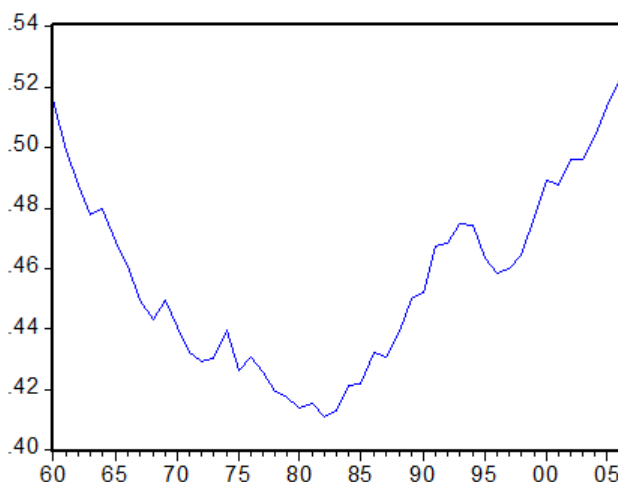
Μετά από την ανάδειξη της πραγματικής διάστασης της διεθνούς κρίσεως, η πλειοψηφία των αναλυτών αποδέχεται τις αρχικές διαπιστώσεις των ετερόδοξων οικονομολόγων: Η διεθνής κρίση σίγουρα δεν περιορίζεται στον χρηματοπιστωτικό τομέα, ούτε πρόκειται απλώς για την περιοδικά εμφανιζόμενη οικονομική ύφεση στο πλαίσιο των βραχυπρόθεσμα επαναλαμβανόμενων οικονομικών κύκλων. Αντίθετα, έχει έναν ξεκάθαρα συστηματικά βαθύτερο χαρακτήρα. Πρόκειται για τη στιγμή που το διεθνοποιημένο αστικό οικονομικό σύστημα, μοιραία, έρχεται αντιμέτωπο με τις συσσωρευμένες αντιφάσεις και ανισορροπίες του. Όταν μάλιστα συμπίπτει με περιφερειακά φαινόμενα πολιτικών κρίσεων θεσμών και διαρθρωτικών αδυναμιών, όπως στην περίπτωση της ελληνικής κοινωνίας και οικονομίας, οι επιπτώσεις είναι ακόμη βαθύτερες και πιο εκρηκτικές. Σταδιακά, ακόμη και οι πιο φανατικοί ευαγγελιστές του δόγματος της ελεύθερης – ασύδοτης – αγοράς αναγκάζονται να αποδεχτούν την αυταπόδεικτη πραγματικότητα, ενώ οι συνεχώς διαψευδόμενοι άγγελοι της «γρήγορης επιστροφής στην ανάπτυξη» γίνονται πιο απαισιόδοξοι, ή τουλάχιστον πιο προσεκτικοί.

Οι τρέχουσες διακυμάνσεις των χρηματιστηριακών δεικτών, η έλλειψη ρευστότητας των μεγάλων τραπεζών και ασφαλιστικών εταιριών, ακόμη και η απληστία των μεγαλοστελεχών είναι απόρροιας του φαινομένου και δεν αποτελούν αιτίες. Πως ξεκίνησε η ακολουθία του δανεισμού των νοικοκυριών, ο φαύλος κύκλος της κερδοσκοπίας πάνω σε εικονικές ονομαστικές αξίες και δημιουργήθηκαν οι τεράστιες πιστωτικές φούσκες. Το διεθνοποιημένο κοινωνικοοικονομικό σύστημα στο οποίο ζούμε περνά εδώ και σχεδόν τρεις δεκαετίες μια βαθιά και σταδιακά εντεινόμενη κρίση καταναλωτικής αδυναμίας και υπερσυσσώρευσης κεφαλαίων. Πρόκειται για την ιστορικά επαναλαμβανόμενη στιγμή που το σύγχρονο οικονομικό σύστημα καλείται να πληρώσει τα σπασμένα: η εγγενής απληστία του, εκφρασμένη μέσα από τη συνεχή προσπάθεια αύξησης των κερδών εις βάρος των μισθών και των εισοδημάτων, αργά ή γρήγορα, σωρευτικά, καταβαθαίνει την καταναλωτική δύναμη, δηλαδή την ίδια την κινητήρια δύναμή του – όσο και αν το ξεχνάμε συχνά, η πραγματοποίηση των κερδών περνά μέσα από την διάθεση των εμπορευμάτων.

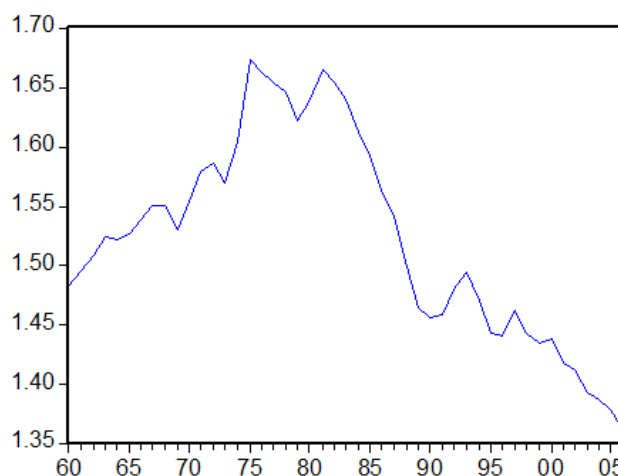
Ενδεικτικά, αξίζει να αναφέρουμε δύο σχετικές σημαντικότερες παρατηρήσεις για την εξέλιξη των ανισοτήτων στο εσωτερικό της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ώστε να καταλάβουμε τη σημασία των συσσωρευόμενων εισοδηματικών ανισορροπιών. Τα ακόλουθα δύο

διαγράμματα αναπαριστούν την εξέλιξη των διακρατικών και των ενδοκρατικών ανισοτήτων στην Ευρώπη των 15. Η ραγδαία επιδείνωση των ανισοτήτων και στις δύο διαστάσεις προκύπτει αβίαστα.

Διάγραμμα 1: Η εξέλιξη των διακρατικών ανισοτήτων στην Ευρώπη των 15



Διάγραμμα 2: Η εξέλιξη των ενδοκρατικών ανισοτήτων στην Ευρώπη των 15



Πηγή: Οι συγκεκριμένες αναφορές προκύπτουν από την εργασία «Convergence and Growth Perspectives in the European Union: A case study» των Γρηγόρη Ζαρωτιάδη και Αριστέα Γκάγκα, ECINEQ Buenos Aires, July 2009

1.6 Δημόσιο Χρέος

Ξεκίναμε με το να εξηγήσουμε πρώτα τη διαφορά μεταξύ χρέους και ελλείμματος. Κάθε χρόνο, η κυβέρνηση έχει έσοδα, τα οποία προέρχονται π.χ. από φόρους, και δαπάνες, όπως π.χ. την καταβολή μισθών στους δημοσίους λειτουργούς. Αν οι δαπάνες υπερβαίνουν τα

έσοδα, η κυβέρνηση σημειώνει έλλειμμα και πρέπει να προχωρήσει σε δανεισμό. Έτσι δημιουργείται χρέος. Επιπλέον, αν η κυβέρνηση έχει συσσωρεύσει χρέος από προηγούμενα έτη, κατά τα οποία λειτουργούσε σημειώνοντας έλλειμμα, το έλλειμμα κατά το τρέχον έτος αυξάνει περαιτέρω το χρέος. Πρέπει να τονίσουμε ότι η σχέση μεταξύ χρέους και ελλείμματος είναι αμφίδρομη. Το έλλειμμα σε ένα δεδομένο έτος αυξάνει το χρέος που έχει συσσωρευτεί από τα προηγούμενα έτη αλλά και το συσσωρευμένο χρέος των προηγούμενων ετών αυξάνει το έλλειμμα στο τρέχον έτος.

Αυτό συμβαίνει επειδή οι πληρωμές τόκων που αφορούν το χρέος, το οποίο έχει συσσωρευτεί από προηγούμενα έτη, αποτελούν δαπάνη κατά το τρέχον έτος και προστίθενται στο έλλειμμα αυτού του έτους. Ο παρακάτω πίνακας περιγράφει την ιστορική εξέλιξη του ελλείμματος. Σε κάθε δεκαετία αναφέρουμε το έλλειμμα, το οποίο εκφράζεται ως ποσοστό του μεγέθους της ελληνικής οικονομίας και υπολογίζεται κατά μέσο όρο στο διάστημα των δέκα ετών. Το μέγεθος της οικονομίας υπολογίζεται με βάση το ΑΕΠ, δηλαδή την συνολική αξία των αγαθών και υπηρεσιών που παράγονται στην Ελλάδα.

Πηγή: ΟΟΣΑ(Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης)-
Δημόσιο Έλλειμμα

Δεκαετία	1960-1969	1970-1979	1980-1989	1990-1999	2000-2009
Δημόσιο έλλειμμα ως % επί του ΑΕΠ	-0,6	1,2	8,1	8,4	5,9

Κατά τις δεκαετίες του 1960 και 1970, η κυβέρνηση ουσιαστικά ισοσκελίζε έσοδα και δαπάνες. Το έλλειμμα αυξήθηκε δραματικά κατά τη δεκαετία του 1980: οι δαπάνες υπερέβησαν τα έσοδα σε ποσοστό 8,1% του ΑΕΠ κατά μέσο όρο, κάθε χρόνο κατά τη διάρκεια της συγκεκριμένης δεκαετίας. Το έλλειμμα παρέμεινε σε υψηλά επίπεδα κατά τις επόμενες δύο δεκαετίες.

Η εξέλιξη του ελλείμματος αντικατοπτρίζεται σε αυτήν του δημοσίου χρέους. Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει το δημόσιο χρέος στο τέλος κάθε δεκαετίας, ως ποσοστό επί του ΑΕΠ.

Πηγή: ΟΟΣΑ(Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης)-
Δημόσιο Χρέος

Έτος	1980	1990	2000	2009
Δημόσιο χρέος ως % επί του ΑΕΠ	26	71	101,5	115,1

Τα υψηλά ελλείμματα στη δεκαετία του 1980 οδήγησαν σε δραματική αύξηση του χρέους: το χρέος αυξήθηκε από 26% επί του ΑΕΠ, το 1980, σε ποσοστό 71% επί του ΑΕΠ, το 1990. Το χρέος συνέχισε να αυξάνεται κατά τις επόμενες δύο δεκαετίες ως αποτέλεσμα των αυξημένων ελλειμμάτων, τα οποία βρίσκονταν σε υψηλά επίπεδα εν μέρει λόγω των πληρωμών τόκων επί του συσσωρευμένου χρέους.

Ο παρακάτω πίνακας παρουσιάζει κατά μέσο όρο την κατανάλωση και τις επενδύσεις ως ποσοστό επί του ΑΕΠ για κάθε δεκαετία.

Πηγή: ΟΟΣΑ(Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης)- Κατανάλωση και Επενδύσεις

Δεκαετία	1970-1979	1980-1989	1990-1999	2000-2009
Κατανάλωση ως % επί του ΑΕΠ	77,2	85,1	90,1	88,8
Επενδύσεις ως % επί του ΑΕΠ	30,7	23	20,6	22,6

Σε σύγκριση με τη δεκαετία του 1970, η κατανάλωση αυξήθηκε σημαντικά κατά τη δεκαετία του 1980 ενώ οι επενδύσεις μειώθηκαν κατά το ίδιο περίπου ποσοστό (8% επί του ΑΕΠ). Αυτό σημαίνει ότι οι Έλληνες πολίτες κατανάλωναν περισσότερο, ενώ μικρότερο ποσοστό δαπανούσαν για παραγωγικές επενδύσεις, όπως π.χ. την κατασκευή εργοστασίων και αυτοκινητοδρόμων. Και τα δύο αυτά φαινόμενα οφείλονται σε μεγάλο βαθμό στην δραματική αύξηση του δημοσίου χρέους κατά την δεκαετία του 1980 και στον τρόπο με τον οποίο δαπανήθηκαν από τις τότε κυβερνήσεις τα χρήματα που αντλήθηκαν από το δανεισμό. Πράγματι, το ποσοστό των χρημάτων που δαπανήθηκε σε παραγωγικές επενδύσεις, δηλ. δημόσια έργα υποδομής, δεν ξεπέρασε το 25% του συνόλου. Το μεγαλύτερο μέρος των χρημάτων δαπανήθηκε για την αύξηση της μισθοδοσίας στον δημόσιο τομέα, δηλ. περισσότεροι δημόσιοι υπάλληλοι και υψηλότεροι μισθοί, καθώς και για την αύξηση των συνταξιοδοτικών δαπανών, δηλ. περισσότεροι συνταξιούχοι και υψηλότερες συντάξεις. Η αύξηση της κατανάλωσης στον παρακάτω πίνακα οφείλεται στο γεγονός ότι οι παραλήπτες του κρατικού χρήματος αύξησαν την κατανάλωσή τους, λόγω των υψηλότερων εισοδημάτων τους. Οι επενδύσεις μειώθηκαν διότι υπήρχαν λιγότερα ιδιωτικά κεφάλαια για τη χρηματοδότησή τους. Πράγματι, η κυβέρνηση

δανειζόταν πουλώντας ομόλογα στους Έλληνες πολίτες, οι οποίοι ουσιαστικά διαμοίραζαν τις αποταμιεύσεις τους μεταξύ ομολόγων που εκδίδονταν από την κυβέρνηση και ομολόγων ιδιωτικών επιχειρήσεων. Ως εκ τούτου, σημειώθηκε μείωση των διαθέσιμων αποταμιεύσεων για τη χρηματοδότηση παραγωγικών επενδύσεων από ιδιωτικές επιχειρήσεις. Και δεδομένου ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των χρημάτων που αντλούσε η κυβέρνηση εκδίδοντας ομόλογα δεν δαπανούνταν σε δημόσια έργα υποδομής, το σύνολο των παραγωγικών επενδύσεων του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα μειώθηκε.

Το εξωτερικό χρέος της Ελλάδας, το οποίο ορίζεται ως το ποσό που χρωστάει η Ελλάδα στους ξένους, ανερχόταν το 2009 σε ποσοστό 82.5% επί του ΑΕΠ (Cabral 2010). Το ποσοστό αυτό είναι υψηλό: για παράδειγμα, είκοσι φορές μεγαλύτερο από τις ετήσιες δαπάνες της Ελλάδας στον τομέα της παιδείας. Μία χώρα συσσωρεύει εξωτερικό χρέος όταν η κυβέρνησή της ή ο ιδιωτικός τομέας (δηλ. επιχειρήσεις και πολίτες) δανείζονται από ξένους. Στην περίπτωση της Ισπανίας, της οποίας το εξωτερικό χρέος βρίσκεται σε παρόμοιο υψηλό επίπεδο με της Ελλάδας, για ένα μεγάλο μέρος του δανεισμού ευθύνεται ο ιδιωτικός τομέας: Οι ισπανικές τράπεζες δανείζονταν από τράπεζες του εξωτερικού προκειμένου να παρέχουν δάνεια σε Ισπανούς πολίτες, οι οποίοι έπειτα αγόραζαν σπίτια σε υπέρογκες, όπως αποδείχτηκε εκ των υστέρων, τιμές. Στην περίπτωση της Ελλάδας, ο ιδιωτικός τομέας δεν δανείστηκε από το εξωτερικό: οι αποταμιεύσεις των Ελλήνων επαρκούσαν για την κάλυψη των δανείων προς τον ιδιωτικό τομέα. Αντί για αυτό, ο εξωτερικός δανεισμός πραγματοποιούνταν από την κυβέρνηση. Πράγματι, το εξωτερικό δημόσιο χρέος της Ελλάδας, το οποίο ορίζεται ως το τμήμα του εξωτερικού χρέους που συσσωρεύεται από την κυβέρνηση, ανήλθε στο 89% επί του ΑΕΠ το 2009 (ή στο 79% επί του συνολικού δημοσίου χρέους). Ως εκ τούτου, το εξωτερικό χρέος της Ελλάδας ουσιαστικά ταυτίζεται με το εξωτερικό δημόσιο χρέος της.

Όταν μία χώρα δανείζεται από το εξωτερικό, καταναλώνει περισσότερο από ό,τι παράγει. Η επιπρόσθετη κατανάλωση προέρχεται από εισαγωγές, τις οποίες η χώρα μπορεί να αγοράσει από τους ξένους, χρησιμοποιώντας τα χρήματα με τα οποία δανείζεται από αυτούς. Στην Ελλάδα, λοιπόν, οι Έλληνες πολίτες κατανάλωναν εισηγμένα αγαθά με τα χρήματα που δανειζόταν η κυβέρνησή τους από το εξωτερικό. Τα χρήματα του δανεισμού διοχετεύονταν από την κυβέρνηση στους πολίτες με διάφορους τρόπους, π.χ. μέσω των μισθών των δημοσίων υπαλλήλων, των πληρωμών σε προμηθευτές του κράτους, των συντάξεων που καταβάλλονταν στους συνταξιούχους. Λόγω των υψηλότερων εισοδημάτων τους, οι πολίτες κατανάλωναν περισσότερο και στο σύνολό της η Ελλάδα κατανάλωνε περισσότερο από ό,τι παρήγαγε.

Για να έχουμε μία πιο πλήρη κατανόηση της εξέλιξης του εξωτερικού χρέους της Ελλάδας κατά τις δύο τελευταίες δεκαετίες, χρησιμοποιούμε τον παρακάτω πίνακα και συμπεριλαμβάνουμε και τις επενδύσεις και εξαγωγές, τις οποίες δεν αναφέραμε στην προηγούμενη παράγραφο.

Πηγή: ΟΟΣΑ(Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης)-Εμπορικό Ισοζύγιο και Εξωτερικός Δανεισμός

Δεκαετία	1990-1999	2000-2009
Εμπορικό ισοζύγιο (εξαγωγές μείον εισαγωγές) ως % επί του ΑΕΠ	-10,7	-11,4
Καθαρός δανεισμός ως % επί του ΑΕΠ	4,1	10,2
Καθαρές μεταβιβάσεις ως % επί του ΑΕΠ	5,9	2

Η πρώτη σειρά στον παραπάνω πίνακα αφορά το εμπορικό ισοζύγιο, το οποίο προκύπτει αφαιρώντας τις εισαγωγές από τις εξαγωγές. Κατά τις τελευταίες δύο δεκαετίες (και παλαιότερα, σε μικρότερη όμως κλίμακα), το εμπορικό ισοζύγιο ήταν αρνητικό, δηλαδή η Ελλάδα εισήγαγε περισσότερο από ότι εξήγαγε. Το αρνητικό εμπορικό ισοζύγιο σημαίνει επίσης ότι η Ελλάδα κατανάλωνε και επένδυε περισσότερο από ότι παρήγαγε. Πράγματι, η επιπλέον κατανάλωση και οι επενδύσεις προέρχονταν από εισαγωγές, οι οποίες ξεπερνούσαν τις εξαγωγές. (Γενικότερα, το άθροισμα της κατανάλωσης και των επενδύσεων μείον το ΑΕΠ ισούται με μείον το εμπορικό ισοζύγιο, όπως επιβεβαιώνουν οι παραπάνω Πίνακες).

Η Ελλάδα ήταν σε θέση να εισάγει περισσότερο από ότι εξήγαγε λόγω του εξωτερικού δανεισμού της. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1990, το ετήσιο ποσοστό δανεισμού ανερχόταν κατά μέσο όρο σε 4,1% επί του ΑΕΠ. Αν και αυτό το ποσοστό είναι υψηλό, αυξήθηκε ακόμη περισσότερο, προσεγγίζοντας το 10,2%, κατά τη δεκαετία του 2000. Και όπως ήταν αναμενόμενο, το εξωτερικό χρέος αυξήθηκε ραγδαία: ανήλθε από 42,7% επί του ΑΕΠ το 2000 σε ποσοστό 82,5% το 2009.

Ο τελευταίος πίνακας υποδεικνύει ότι ο εξωτερικός δανεισμός αυξήθηκε διότι η Ελλάδα πραγματοποιούσε εισαγωγές σε ακόμη μεγαλύτερο βαθμό σε σχέση με τις εξαγωγές της και διότι οι μεταβιβάσεις από το εξωτερικό μειώθηκαν. Δύο είναι οι κύριοι παράγοντες που οδήγησαν στη μείωση των μεταβιβάσεων. Πρώτον, οι εισροές από την Ευρωπαϊκή Ένωση μειώθηκαν, καθώς εντάχθηκαν σε αυτήν φτωχότερες χώρες από την Ελλάδα και οι πόροι από τα πακέτα συνοχής ανακατανεμήθηκαν αναλόγως. Δεύτερον, η Ελλάδα υποχρεώθηκε να πληρώνει μεγαλύτερους

τόκους στο αυξημένο εξωτερικό χρέος της. Εν ολίγοις, η Ελλάδα χρεώθηκε περαιτέρω στους ξένους κατά τη δεκαετία του 2000 διότι εισήγαγε ακόμη περισσότερο σε σύγκριση με τις εξαγωγές της, παρόλο που δεχόταν μικρότερες εισροές κεφαλαίου από την Ευρωπαϊκή Ένωση και παρόλο που ήταν ήδη χρεωμένη. Γιατί τόση ασωτία; Μέρος της απάντησης βρίσκεται στο γεγονός ότι οι επενδύσεις αυξήθηκαν κατά τη δεκαετία του 2000, όταν διοργανώθηκαν και οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Αλλά ο κύριος λόγος ήταν ότι οι Έλληνες πολίτες εξέφρασαν μικρότερη προθυμία αποταμίευσης κατά τη δεκαετία του 2000 καθώς τα επιτόκια ήταν χαμηλότερα και τα καταναλωτικά δάνεια των τραπεζών πιο άμεσα διαθέσιμα.

Παρά τις χαμηλές αποταμιεύσεις τους, οι Έλληνες πολίτες κατά τη δεκαετία του 2000 κατάφεραν να εξοικονομούν αρκετά χρήματα ώστε να χρηματοδοτούν δανειακά τους συμπολίτες τους και τις ιδιωτικές επιχειρήσεις. Το πρόβλημα έγκειται στο γεγονός ότι οι αποταμιεύσεις δεν επαρκούσαν για την αγορά ομολόγων που εκδίδονταν από την κυβέρνηση. Συνεπώς, η κυβέρνηση αναγκάστηκε να στραφεί στο εξωτερικό για την ικανοποίηση των οικονομικών της αναγκών. Υπό αυτήν την έννοια, η αύξηση του εξωτερικού χρέους της Ελλάδας κατά τη δεκαετία του 2000 προκλήθηκε από τις αυξημένες ανάγκες δανεισμού της κυβέρνησης, σε συνδυασμό με τις ανεπαρκείς αποταμιεύσεις των πολιτών της.

Ορισμένοι σχολιαστές διατείνονται ότι η Ελλάδα αδυνατεί να αποπληρώσει το χρέος της και θα πρέπει ως εκ τούτου να προβεί σε αναδιάρθρωση ή στάση πληρωμών. Ας μην μπούμε σ' αυτή τη συζήτηση και ας υποθέσουμε αντί αυτού ότι η Ελλάδα θα επιδιώξει να αποπληρώσει πλήρως το χρέος της.

Η αποπληρωμή του χρέους προϋποθέτει αρχικά τη μείωση του ελλείμματος. Θα πρέπει σε αυτό το σημείο να θυμηθούμε ότι το έλλειμμα υπολογίζεται αφαιρώντας τα έσοδα μιας κυβέρνησης από τις δαπάνες της και ότι μία πηγή δαπανών είναι οι τόκοι που καταβάλλεται για το χρέος. Το μέρος του ελλείμματος που δεν περιλαμβάνει τις πληρωμές των τόκων ονομάζεται πρωτογενές έλλειμμα. Μηδενικό πρωτογενές έλλειμμα σημαίνει ότι η κυβέρνηση δεν προσθέτει καινούργιο χρέος σ' αυτό που της κληρονόμησαν παλαιότερες κυβερνήσεις. Πρωτογενές έλλειμμα με θετικό πρόσημο σημαίνει ότι η κυβέρνηση δημιουργεί νέο χρέος.

Το 2009, το πρωτογενές έλλειμμα της Ελλάδας ανήλθε στο 8,5%. Είναι σαφές ότι με πρωτογενές έλλειμμα αυτού του μεγέθους η αποπληρωμή του χρέους είναι αδύνατη. Το χρέος μπορεί να αποπληρωθεί μόνο αν η κυβέρνηση παύσει να δημιουργεί πρωτογενές χρέος, δηλαδή δεν

δημιουργεί νέο χρέος κάθε χρόνο. Η κυβέρνηση πρέπει να δημιουργήσει πρωτογενές πλεόνασμα.

Αν το πρωτογενές πλεόνασμα υπερβεί τις πληρωμές των τόκων του χρέους, το (συνολικό) έλλειμμα θα έχει αρνητικό πρόσημο και το χρέος θα μειωθεί. Αν το πρωτογενές πλεόνασμα ισούται με τις πληρωμές των τόκων του χρέους, το έλλειμμα μηδενίζεται και το χρέος θα παραμένει σταθερό.

Παρόλο που για τη μείωση του χρέους απαιτείται αρνητικό έλλειμμα, επιθυμητά αποτελέσματα μπορούν να επιτευχθούν ακόμη και με μηδενικό ή ελάχιστα θετικό έλλειμμα. Αυτό συμβαίνει διότι το σημαντικό μέγεθος δεν είναι το χρέος καθαυτό, αλλά το χρέος που αναλογεί στο ΑΕΠ. Αν το ΑΕΠ της Ελλάδας διπλασιαζόταν ξαφνικά χωρίς καμία αλλαγή στο δημόσιο χρέος, η Ελλάδα θα αντιμετώπιζε πολύ μικρότερο πρόβλημα χρέους. Πράγματι, η αποπληρωμή του χρέους μέσω, π.χ. της αύξησης της φορολογίας θα ήταν πολύ ευκολότερη. Ως εκ τούτου, ένα αρνητικό ή ελάχιστα θετικό έλλειμμα μπορεί να επαρκεί για τη μείωση του χρέους, αρκεί η Ελλάδα να καταφέρει να αυξήσει ταχύτατα το ΑΕΠ της την επόμενη δεκαετία.

Η Ελλάδα μπορεί να επιτύχει και να διατηρήσει υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης του ΑΕΠ, εφόσον αυξήσει την ανταγωνιστικότητα της οικονομίας της. Η αύξηση της ανταγωνιστικότητας έχει ιδιαίτερα αυξημένη σημασία λόγω του μεγάλου εξωτερικού χρέους της Ελλάδας. Πράγματι, μία χώρα μπορεί να αποπληρώσει το εξωτερικό της χρέος πραγματοποιώντας περισσότερες εξαγωγές από εισαγωγές. Δεδομένου ότι η Ελλάδα εισάγει αυτή τη στιγμή σε μεγαλύτερο βαθμό από ότι εξάγει απαιτείται μεγάλη αύξηση της ανταγωνιστικότητας ώστε οι εξαγωγές να υπερκεράσουν τις εισαγωγές.

Το τρέχον πρόβλημα της Ελλάδας είναι ο συνδυασμός υψηλού χρέους, μεγάλου ελλείμματος και χαμηλής ανταγωνιστικότητας. Ο συνδυασμός αυτών των παραγόντων ευθύνεται για το γεγονός ότι η Ελλάδα μπορεί να δανειστεί μόνο με πολύ υψηλά επιτόκια στις χρηματοπιστωτικές αγορές. Οι αγορές δεν έχουν συνωμοτήσει κατά της Ελλάδας αλλά απλά αντανακλούν την οικονομική πραγματικότητα, προστατεύοντας παράλληλα και τα συμφέροντα όσων έχουν δανείσει τις αποταμιεύσεις τους στην Ελλάδα.

Για την αποπληρωμή του χρέους της, η Ελλάδα πρέπει να επιτύχει σε δύο μέτωπα. Πρώτον, τα δημόσια οικονομικά πρέπει να βελτιωθούν, και η κυβέρνηση να σημειώσει σημαντικό πρωτογενές πλεόνασμα. Δεύτερον, η οικονομία πρέπει να καταστεί περισσότερο ανταγωνιστική. Οι μεταρρυθμίσεις με στόχο τα δημόσια οικονομικά περιλαμβάνουν μέτρα

λιτότητας, όπως αύξηση της φορολογίας και περικοπές των συντάξεων και των μισθών των δημοσίων λειτουργών. Οι θυσίες, που τέτοια μέτρα λιτότητας συνεπάγονται, θα πιάσουν τόπο μόνο αν ακολουθήσουν πιο ριζικές μεταρρυθμίσεις με σκοπό την αύξηση της αποτελεσματικότητας του δημοσίου τομέα και την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της οικονομίας.

Στόχος των μεταρρυθμίσεων στις οποίες συμφώνησε η Ελλάδα με τους δανειστές της (ΕΕ/ΔΝΤ) είναι η αποπληρωμή του χρέους της. Ορισμένες μεταρρυθμίσεις συμβάλλουν σε αυτόν τον στόχο βελτιώνοντας τα δημόσια οικονομικά ενώ άλλες στοχεύουν στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας και την ανάπτυξη. Παράλληλα, έχει μεγάλη σημασία να διευρύνουμε τη συζήτηση περί μεταρρυθμίσεων και να εξετάσουμε γενικότερα τον τρόπο με τον οποίο μπορεί να επιτευχθεί μακροχρόνια ανάπτυξη στην Ελλάδα και στα εισοδήματα των πολιτών της. Οι μεταρρυθμίσεις στις οποίες συμφώνησε η Ελλάδα με τους δανειστές της έχουν ένα σχετικά άμεσο ορίζοντα (0-4 χρόνων) μέσα στον οποίο πρέπει να αποδώσουν αποτελέσματα, π.χ. καμία από αυτές δεν αφορά την παιδεία ή τη βασική έρευνα, δύο τομείς οι οποίοι επηρεάζουν σημαντικά την μακροχρόνια ανάπτυξη μιας χώρας αλλά όπου τα αποτελέσματα είναι σε ορίζοντα δεκαετιών. Αυτό βέβαια είναι φυσικό: η εκ βάθρων μακροχρόνια μεταρρύθμιση της ελληνικής οικονομίας δεν αποτελεί αρμοδιότητα της ΕΕ/ΔΝΤ αλλά των ίδιων των Ελλήνων.

1.7 Αίτια και Επιπτώσεις

Αίτια

Οι κυριότερες αιτίες που προκάλεσαν την εμφάνιση και ανάπτυξη της τρέχουσας οικονομικής κρίσης είναι οι εξής:

- Υπερβολική χρήση Δανειακών Κεφαλαίων (Leverage).
- Πλημμελής διαβάθμιση πιστοληπτικού κινδύνου (Bond Ratings).
- Αμοιβές στελεχών στον χρηματοπιστωτικό τομέα (Bonus).
- Κίνητρα για αλόγιστη χορήγηση στεγαστικών δανείων, ανεξάρτητα από τον πιστοληπτικό κίνδυνο των δανειοληπτών («Κεφάλαιο», Τεύχος 222, σελ. 54-60).
- Στεγαστικά δάνεια για αγορά κατοικίας χωρίς συμμετοχή δανειολήπτη.

Επιπτώσεις

Οι σημαντικότερες επιπτώσεις που είχε η εμφάνιση της οικονομικής κρίσης των ετών 2008-2009 είναι οι εξής:

- Κρίση ρευστότητας, καθώς μέσω της μη χορήγησης επαγγελματικών και καταναλωτικών δανείων, θα τεθεί πρόβλημα ρευστότητας στην αγορά και την κατανάλωση.
- Δυσκολία παροχής δανείων.
- Αύξηση επιτοκίων, βραχυπρόθεσμα μείωση επενδυτικής δραστηριότητας και περιορισμός καταναλωτικής πίστης.
- Μείωση παραγωγής /μείωση κατανάλωσης/μείωση εθνικού εισοδήματος.
- Μείωση του εμπορικού ισοζυγίου.
- Δραματική πτώση της τιμής του πετρελαίου και, συνεπώς, μείωση του κόστους παραγωγής.
- Πτώση του πληθωρισμού και, συνεπώς, σε επόμενη φάση δημιουργία ζήτησης.
- Πτώση των τιμών των πρώτων υλών και συνεπακόλουθη μείωση του κόστους και του πληθωρισμού. Πτώση στις τιμές των ακινήτων και άρα ευκαιρίες για αγορές.

Πηγή: («Επιστημονικό marketing», Τεύχος 56, σελ. 71-72)



Κεφάλαιο 2 - Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα

2.1 Οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

Η οικονομική θεωρία μέχρι και τα μέσα της δεκαετίας του 1970 τόνιζε τα πλεονεκτήματα των μεγάλων επιχειρήσεων θεωρώντας ότι η επιτυχία μιας επιχείρησης συμβαδίζει με την τάξη μεγέθους της.

Το μέγεθος της παραγωγής και οι οικονομίες κλίμακας θεωρούνταν καθοριστικά στοιχεία για την ανταγωνιστικότητα και την επιβίωση μιας επιχείρησης, προβλέποντας έτσι την επικράτηση των μεγάλων επιχειρήσεων και την εξαφάνιση των μικρομεσαίων. Τα εμπειρικά όμως στοιχεία διεθνώς δείχνουν ότι τα οικονομικά αποτελέσματα δεν συμβαδίζουν με το μέγεθος των επιχειρήσεων. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) εμφανίζονται να κατέχουν πάνω από 95% του συνόλου των επιχειρήσεων, αλλά και να απασχολούν το περισσότερο εργατικό δυναμικό. Επιπλέον, διεθνείς έρευνες έχουν καταδείξει τη συμβολή των ΜΜΕ ως βασικό παράγοντα αύξησης της απασχόλησης, βελτίωσης της παραγωγικότητας και προώθησης της επιχειρηματικής καινοτομίας.

Δεν υπάρχει ένας ενιαίος γενικά αποδεκτός ορισμός της μικρομεσαίας επιχείρησης, αλλά ορίζεται κάθε φορά σε σχέση με τις συγκεκριμένες οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες κάθε χώρας και τις εφαρμοζόμενες πολιτικές. Διαφορές στον ορισμό του μεγέθους μιας ΜΜΕ προκαλούνται επίσης από γεωγραφικές παραμέτρους και κυρίως από τις διαστάσεις των αγορών. Έτσι στις ΗΠΑ, μικρομεσαία θεωρείται η επιχείρηση που απασχολεί λιγότερους από 500 εργαζόμενους, στην Ιαπωνία λιγότερους από 300, στη Γερμανία, Γαλλία και Ιταλία λιγότερους από 200, και στην Αυστραλία λιγότερους από 50 εργαζόμενους. Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, τα περισσότερο χρησιμοποιούμενα ποσοτικά κριτήρια για τον ορισμό μιας επιχείρησης ως ΜΜΕ είναι πρωτίστως ο αριθμός των απασχολουμένων και κατά δεύτερον ο κύκλος εργασιών.

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Ε.Ε.), σύμφωνα με την Επίσημη Εφημερίδα των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων (αρ. L107/8, 30-4-96), ως ΜΜΕ ορίζεται εκείνη η επιχείρηση που κατέχει τις ακόλουθες ιδιότητες:

- Απασχολεί μέχρι 250 άτομα κατά ανώτατο όριο και:
 1. είτε έχει ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 40 εκατομμύρια ευρώ,
 2. είτε έχει σύνολο ισολογισμού που δεν υπερβαίνει τα 27 εκατομμύρια ευρώ.
- Στο κεφάλαιο δεν συμμετέχει με ποσοστό που υπερβαίνει το 25% μια ή περισσότερες επιχειρήσεις που δεν πληρούν τον ορισμό αυτό, πλην δημοσίων εταιρειών χαρτοφυλακίου, εταιρειών

επιχειρηματικού κεφαλαίου, ή, εφόσον δεν ασκείται έλεγχος, θεσμικών επενδυτών.

Η Ε.Ε. εφαρμόζει τον ορισμό αυτό στα Κοινοτικά Προγράμματα, συστήνει δε, χωρίς να δεσμεύει, προς τις χώρες-μέλη και την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων την υιοθέτηση του ίδιου ορισμού για τα προγράμματά τους.

Ο ορισμός του EOMMEX

Στην Ελλάδα, σύμφωνα με τον EOMMEX, θεωρούνται ως MME όσες επιχειρήσεις απασχολούν μέχρι 100 άτομα προσωπικό. Εάν λαμβάνονταν υπόψη ο ορισμός MME της Ε.Ε., θα περιλαμβανόταν σχεδόν όλες οι επιχειρήσεις, καθόσον το 99% των επιχειρήσεων απασχολεί το πολύ 50 άτομα. Η MME στην Ελλάδα είναι συνήθως μια οικογενειακή επιχείρηση της οποίας η διοίκηση ταυτίζεται με την κυριότητα και η καθημερινή διαχείριση εξασφαλίζεται συνήθως από τον επιχειρηματία. Η Τράπεζα της Ελλάδος για λόγους χρηματοδότησης από το ειδικό κεφάλαιο της Ν.Ε. 197/11/78 χαρακτηρίζει ως μεταποιητική MME την επιχείρηση αυτή που το ανώτατο ύψος του μέσου κύκλου εργασιών της τελευταίας τριετίας δεν υπερβαίνει τα 2.500.000 ευρώ.

Η Ελλάδα είναι κυριολεκτικά η χώρα των MME, αφού οι επιχειρήσεις με λιγότερα από 100 άτομα προσωπικό αποτελούν το 99,8% του συνόλου των επιχειρήσεων και απασχολούν περίπου 60% του εργατικού δυναμικού του δευτερογενή και τριτογενή τομέα. Σημαντικότερη είναι η θέση των «μικρών» επιχειρήσεων, οι οποίες απασχολούν μέχρι και 10 άτομα προσωπικό, καθόσον αποτελούν το 96,3% του συνόλου των επιχειρήσεων, σύμφωνα με πρόσφατα στοιχεία του EOMMEX. Η συμβολή των MME στην απασχόληση είναι σημαντική. Όπως προκύπτει από στοιχεία της ΕΣΥΕ, κατά την περίοδο 1978-88 η μέση ετήσια μεταβολή της απασχόλησης ήταν υψηλότερη στις MME (+2,0%) από την αντίστοιχη στις μεγάλες επιχειρήσεις (-1,0%). Από στοιχεία του ICAP προκύπτει ότι και κατά το χρονικό διάστημα 1988-96 υπάρχει αύξηση των MME σε βάρος των μεγάλων επιχειρήσεων και ως προς τον αριθμό των επιχειρήσεων και ως προς τον αριθμό των απασχολούμενων σε αυτές. Είναι αξιοσημείωτο ότι η μεγαλύτερη αύξηση της απασχόλησης προήλθε από την κατηγορία των μικρών επιχειρήσεων.

Πλεονεκτήματα και αδυναμίες:

Οι MME παρουσιάζουν πολλές αδυναμίες αλλά και πλεονεκτήματα. Υπάρχει σοβαρό πρόβλημα χαμηλής παραγωγικότητας που θα πρέπει να αποδοθεί μεταξύ των άλλων στο χαμηλό βαθμό χρησιμοποίησης σύγχρονης τεχνολογίας, στην ανεπαρκή οργάνωση παραγωγής και στη

μη εφαρμογή σύγχρονων μεθόδων διοίκησης, διαχείρισης και μάρκετινγκ.

Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα αλλά και διεθνώς έχουν δυσκολίες πρόσβασης στο τραπεζικό σύστημα λόγω του υψηλότερου κινδύνου που τις χαρακτηρίζει, έλλειψης επαρκών εγγυήσεων αλλά και λόγω του οικογενειακού τους χαρακτήρα. Περιορισμένη πρόσβαση έχουν επίσης και στις κεφαλαιαγορές. Το αποτέλεσμα είναι ότι οι ΜΜΕ καταλήγουν στο βραχυπρόθεσμο δανεισμό και στις πιστώσεις των προμηθευτών για να καλύψουν τις αυξημένες ανάγκες τους για κεφάλαιο κίνησης. Λίγες είναι οι ΜΜΕ που εφαρμόζουν τη χρηματοδοτική μίσθωση (leasing), τη σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring) και το επιχειρηματικό κεφάλαιο υψηλού κινδύνου (venture capital) ως εναλλακτικές λύσεις εξεύρεσης κεφαλαίων. Κατά συνέπεια, οι επιχειρήσεις αυτές έχουν μεγάλη δυσκολία στην ανάπτυξη επενδυτικών προγραμμάτων μεγάλης εμβέλειας.

Οι ΜΜΕ δεν χρησιμοποιούν στρατηγικό προγραμματισμό καθώς και άλλες τεχνικές σύγχρονης διοίκησης, όπως στρατηγικές συμμαχίες, ολική ποιότητα παραγωγής, ανταγωνιστική σύγκριση, μέτρηση ικανοποίησης πελατών κ.λπ. Υστερούν επίσης των μεγάλων επιχειρήσεων στο μάρκετινγκ, στην ανάπτυξη εξαγωγικής δραστηριότητας, σε έρευνα και ανάπτυξη, στην αποτελεσματική χρήση εξωτερικών πηγών πληροφόρησης, στην πρόσβαση στις πηγές παραγωγής πρώτων υλών και στις συνεργασίες. Έχουν υψηλά ποσοστά δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, αλλά και υψηλά ποσοστά θνησιμότητας (50%) ιδιαίτερα κατά τα πρώτα 3-5 έτη της ζωής τους.

Οι λόγοι ύπαρξης των ΜΜΕ αποτελούν και τα βασικά τους πλεονεκτήματα. Η ευελιξία στην παραγωγή, η γρήγορη και εύκολη αφομοίωση της νέας τεχνολογίας και καινοτομίας, η προσαρμοστικότητα στις συνθήκες της αγοράς, η ευκολότερη κάλυψη των αναγκών εξειδικευμένων αγορών, η ταχύτητα στη λήψη αποφάσεων, οι προσωπικές πελατειακές σχέσεις και η συμβολή τους στην ανάπτυξη και απασχόληση απομονωμένων περιοχών είναι μερικά από τα πλεονεκτήματα των ΜΜΕ έναντι των μεγάλων επιχειρήσεων.

Ευέλικτη τεχνολογία όπως οι υπολογιστές, το ηλεκτρονικό επιχειρείν, η εισαγωγή νέων υλικών και μηχανημάτων όπως ρομποτική και CAD, τείνουν να μειώσουν το ελάχιστο κατώτερο όριο στις κλίμακες παραγωγής. Έτσι, σύμφωνα με ερευνητές διεθνώς, το μέγεθος των επιχειρήσεων τείνει να γίνεται μικρότερο στις ΗΠΑ και στην Ευρώπη.

Η εκτίμηση της χρηματοοικονομικής συμπεριφοράς των ΜΜΕ ενδιαφέρει φορείς όπως τράπεζες, ασφαλιστικές εταιρείες, προμηθευτές,

εξαγοράστριες εταιρείες, επενδυτές και ακαδημαϊκά ιδρύματα. Βασική επιδίωξη όλων αυτών είναι ο προσδιορισμός της οικονομικά εύρωστης επιχείρησης ή αλλιώς της επιχείρησης που παρουσιάζει το μικρότερο πιστωτικό κίνδυνο. Αλλά και το σύνολο των αδυνάτων και προβληματικών ΜΜΕ θα μπορούσε να αποτελέσει αντικείμενο ενδιαφέροντος για την άσκηση κρατικής πολιτικής στήριξης των επιχειρήσεων αυτών. Έχουν αναπτυχθεί διάφορες διαδικασίες και συστήματα εκτίμησης του πιστωτικού κινδύνου επιχειρήσεων τα οποία ταξινομούν τις επιχειρήσεις σε προκαθορισμένες ομάδες πιστωτικού κινδύνου. Όμως, τα συστήματα αυτά δεν ενσωματώνουν ποιοτικές πληροφορίες που αφορούν την κάθε επιχείρηση, όπως την οργάνωση και τη διοίκησή της, τη τεχνογνωσία, τη θέση της στην αγορά, το επίπεδο έρευνας και ανάπτυξης, κ.ά.

Μέσα από πρόσφατη έρευνα που έγινε στο Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης του Πολυτεχνείου Κρήτης σε δείγμα ελληνικών μεταποιητικών ΜΜΕ και μεγάλων επιχειρήσεων διαπιστώθηκαν τα βασικά χαρακτηριστικά του χρηματοοικονομικού προφίλ των ελληνικών ΜΜΕ και οι διαφορές τους προς τις μεγάλες επιχειρήσεις. Αυτό έγινε μέσω ενός μεθοδολογικού πλαισίου το οποίο περιλαμβάνει τεχνικές από το χώρο της στατιστικής, της οικονομετρίας και της πολυκριτήριας ανάλυσης για την ανάπτυξη υποδειγμάτων εκτίμησης της χρηματοοικονομικής συμπεριφοράς των ΜΜΕ και την υποβοήθηση διαδικασιών λήψης αποφάσεων. Σύμφωνα με τα συμπεράσματα της ανάλυσης αυτής, το μεγαλύτερο ποσοστό των ΜΜΕ είναι δυναμικές επιχειρήσεις. Οι περισσότερες χαρακτηρίζονται από ικανοποιητική ρευστότητα η οποία στην πλειονότητα των επιχειρήσεων οφείλεται στον υψηλό χρόνο ανακύκλωσης των αποθεμάτων τους. Η κεφαλαιακή σύνθεση υποδηλώνει χαμηλό μακροπρόθεσμο δανεισμό και υψηλή επιβάρυνση με βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις (τραπεζικά δάνεια και πιστώσεις προμηθευτών) τα οποία όμως δίνουν ικανοποιητικό δείκτη χρέους (ο δείκτης ξένα κεφάλαια προς σύνολο ενεργητικού είναι μικρότερος από 66%). Το αποτέλεσμα αυτό συμφωνεί με τη συμπεριφορά των ΜΜΕ διεθνώς και οφείλεται:

- α) στη δυσκολία πρόσβασης των ΜΜΕ σε τραπεζικό δανεισμό
- β) στο απαγορευτικά υψηλό κόστος έκδοσης μετοχών μικρής κεφαλαιοποίησης και
- γ) στο ιδιοκτησιακό καθεστώς των ΜΜΕ. Οι χρηματοοικονομικά δυναμικές ΜΜΕ χαρακτηρίζονται επίσης από μικρό χρόνο ανακύκλωσης αποθεμάτων.

Τέλος, η αποδοτικότητα, μετρούμενη ως καθαρό περιθώριο κέρδους, απόδοση ιδίων κεφαλαίων και απόδοση συνολικών επενδυμένων κεφαλαίων, θεωρείται ικανοποιητική μόνο για τις δυναμικές ΜΜΕ.

Σε σύγκριση με τις μεγάλες επιχειρήσεις του μεταποιητικού τομέα στην Ελλάδα, οι ΜΜΕ εμφανίζουν χαμηλότερη ρευστότητα, χαμηλότερη αποδοτικότητα, χαμηλότερη δανειακή επιβάρυνση και χαμηλότερο μακροπρόθεσμο δανεισμό. Διαθέτουν όμως υψηλότερο βραχυπρόθεσμο δανεισμό έναντι των μεγάλων επιχειρήσεων, λόγω αδυναμίας πρόσβασης σε άλλες πηγές χρηματοδότησης αλλά και ελλειπούς εκπαίδευσης και ενημέρωσης σχετικά με εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης. Σύμφωνα με τη διεθνή βιβλιογραφία, η ίδια χρηματοοικονομική συμπεριφορά χαρακτηρίζει τις ΜΜΕ και άλλων χωρών, όπως Αγγλία, Γαλλία, ΗΠΑ, Αυστραλία, Ισραήλ κ.λπ.

Προοπτικές ανάπτυξης:

Το ειδικό βάρος των ΜΜΕ για την ελληνική οικονομία είναι ιδιαίτερα υψηλό και στην επιτυχία τους συμπεριφορά στηρίζεται η ανάπτυξη. Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα παρουσιάζουν προβλήματα αλλά και προοπτικές. Προκειμένου να γίνουν ανταγωνιστικές θα πρέπει να ακολουθήσουν κάποιες στρατηγικές επιλογές με ή χωρίς τη βοήθεια του ελληνικού δημοσίου. Θα πρέπει να δημιουργηθεί ένα πλαίσιο ανάπτυξης για τις ΜΜΕ, όπως υφίσταται σε πολλές χώρες της Ε.Ε. εδώ και δεκαετίες. Στο ειδικό αυτό πλαίσιο θα πρέπει να συγκεντρωθούν και να κωδικοποιηθούν όλα τα υφιστάμενα μέτρα υπέρ των ΜΜΕ, να εντοπισθούν οι ελλείψεις και να αναληφθούν νέες πρωτοβουλίες, όπως η δημιουργία νέου χρηματοδοτικού πλαισίου στήριξης, δημιουργία απαιτούμενων υποδομών, όπως εκθεσιακοί χώροι, κέντρα καινοτομίας και σχεδιασμού προϊόντων, υποστήριξης και πληροφόρησης των ΜΜΕ, στήριξη των παραγομένων προϊόντων με κατοχύρωση των προδιαγραφών ποιότητας και αποκλεισμού των προϊόντων που δεν πληρούν προϋποθέσεις υγιούς ανταγωνισμού, ενθάρρυνση δημιουργίας συνεργασιών των επιχειρήσεων, συνεργασίες με πανεπιστημιακά ιδρύματα και ερευνητικά κέντρα για προώθηση της έρευνας, τεχνογνωσίας και καινοτομίας, δημιουργία «θερμοκοιτίδων», για τη στήριξη των νέων επιχειρήσεων, προώθηση της δικτύωσής τους και του ηλεκτρονικού επιχειρείν στις ΜΜΕ κ.ά. Η εμπειρία και τα αποτελέσματα από την ένταξη της χώρας στην ΕΟΚ το 1980 έδειξαν ότι οι ελληνικές ΜΜΕ διαθέτουν υψηλό βαθμό προσαρμοστικότητας, δυναμισμού και ευελιξίας, στοιχεία που δικαιολογούν αισιόδοξες προβλέψεις για την αντιμετώπιση δυσχερειών και την εκμετάλλευση των ευκαιριών που προσφέρει η ενιαία ευρωπαϊκή και διεθνής αγορά.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα αποτελούν την συντριπτική πλειονότητα των επιχειρήσεων που λειτουργούν . Συνολικά αριθμούν περίπου τις 770.000 με κατά μέσο όρο 2 απασχολούμενους ανά επιχείρηση. Σύμφωνα με στοιχεία της “EUROSTAT”, η Ελλάδα είναι η χώρα με την μεγαλύτερη αναλογία επιχειρήσεων σε σχέση με τον πληθυσμό στην Ευρωπαϊκή Ένωση . Από αυτές οι περισσότερες κατατάσσονται στην κατηγορία πολύ μικρές επιχειρήσεις (δηλαδή έως 10 εργαζόμενους) και έχουν έντονα οικογενειακό χαρακτήρα. Ταυτόχρονα η Ελλάδα χαρακτηρίζεται από πολύ υψηλό ποσοστό αυτοαπασχολούμενων. Αναφορικά με την απασχόληση , για το έτος 2003 οι επιχειρήσεις που απασχολούν μέχρι 10 άτομα αποτελούν το 74% της απασχόλησης στον ιδιωτικό τομέα.

Σύμφωνα με στοιχεία το 20% των ΜΜΕ στην Ελλάδα κλείνει κατά το δεύτερο χρόνο λειτουργία τους ενώ το 50% κλείνει 5-7 χρόνια μετά από την ίδρυσή τους.

Παρόμοια με την Ελλάδα κατανομή , παρουσιάζουν η Ιταλία, Ισπανία Πορτογαλία.

Εκ των πραγμάτων επομένως η συζήτηση για τις αναπτυξιακές προοπτικές της ελληνικής Οικονομίας οφείλει να ενσωματώσει ως Βασική παράμετρο τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις .

	ΕΛΛΑΔΑ		Ε.Ε.(19)	
Μέγεθος Επιχείρησης	Απόλυτος αριθμός	Μέσος όρος	Απόλυτος αριθμός	Μέσος όρος
Πολύ μικρή (0<10)	752.000	97,66%	17.820.00	92,5%
Μικρή(9<50) εργαζόμενοι	16.000	2,08%	1.260.000	6,5%
Μεσαία(49<250) εργαζόμενοι	2.000	0,26%	180.000	1,0%
Σύνολο	770.000	100%	19.260.000	100%

2.2 - Ο Ρόλος των Μικρομεσαίων επιχειρήσεων

Η οικονομία των χωρών της ΕΕ όπως και της Ελλάδας στηρίζεται σε ένα ευρύ αναπτυξιακό οικονομικό μοντέλο από τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις . Και αυτό επειδή:

- Βοηθούν στη διαφοροποίηση της οικονομικής βάσης της χώρας και της παρέχουν τη δυνατότητα να ανταποκρίνεται σε ποικιλία συνθηκών της αγοράς.
- Βοηθούν στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης και στον περιορισμό της ανεργίας.
- Προσφέρουν ένα στοιχείο τοπικού ελέγχου και μπορούν να ανταποκρίνονται σε τοπικές ανάγκες.

Η υπερβολική εξάρτηση από μεγάλες επιχειρήσεις που στηρίζονται από διεθνείς χρηματοπιστωτικούς ομίλους στερεί από τις περιφερειακές οικονομίες την ανεξαρτησία τους.

Η παρουσία μικρών επιχειρήσεων στην οικονομία αποτελεί έκφραση της πολιτικής ανταγωνισμού (εκφράζει το αντιμονοπωλιακό σκέλος).

- Συνεισφέρουν στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΕΠ) της χώρας.
- Ενθαρρύνουν νέες χρήσεις της τεχνολογίας και απορροφούν τεχνολογικές καινοτομίες.
- Ενθαρρύνουν υψηλότερα επίπεδα παραγωγικότητας αποσπώντας μεγαλύτερη παραγωγή ανά μονάδα κεφαλαίου.
- Φροντίζουν για τις εξειδικευμένες αγορές και έτσι ενθαρρύνουν και ικανοποιούν την καινοτομία.
- Αποτελούν οδό για την αυτοανάπτυξη και την ατομική επιτυχία και έκφραση του επιχειρηματικού πνεύματος.

Το ερώτημα αν οι μικρές επιχειρήσεις δημιουργούν ή όχι ευκαιρίες απασχόλησης σε μεγάλη κλίμακα είναι αμφιλεγόμενο. Από ορισμένες αμερικανικές μελέτες προκύπτει ότι αυτό όντως ισχύει, αλλά τα ερευνητικά στοιχεία υπέρ της άποψης αυτής έχουν αμφισβητηθεί από άλλους ερευνητές που ισχυρίζονται ότι οι εγκάρσιες μελέτες από τις οποίες αντλήθηκαν τα συμπεράσματα ήταν υπερβολικά επιλεκτικά και με όχι ευρεία βάση. Ωστόσο, η επικρατούσα άποψη είναι ότι οι μικρές επιχειρήσεις πράγματι απορροφούν σε ένα βαθμό την ανεργία και πράγματι δημιουργούν θέσεις εργασίας. Το βρετανικό Υπουργείο Εμπορίου και Βιομηχανίας έχει ασφαλώς επενδύσει στην άποψη αυτή. Υπάρχει η πεποίθηση ότι οι μικρές επιχειρήσεις παρουσιάζουν μεγαλύτερη ένταση εργασίας και είναι πιθανότερο να δημιουργήσουν θέσεις εργασίας, ενώ οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις είναι πιθανότερο να

χρησιμοποιήσουν τη νέα τεχνολογία για επίτευξη αποδοτικότητας και οικονομιών κλίμακας, περικόπτοντας έτσι θέσεις εργασίας.

Επικρατεί επίσης η άποψη ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις είναι πιθανότερο να κάνουν “εξαγωγή” θέσεων εργασίας, μετεγκαθιστώντας το σύνολο ή μέρος της παραγωγικής διαδικασίας σε οποιαδήποτε χώρα διαθέτει τους ευνοϊκότερους παράγοντες παραγωγής.

Αμφιλεγόμενο ζήτημα είναι επίσης η ποιότητα και τα άλλα χαρακτηριστικά των θέσεων εργασίας που δημιουργούν οι μικρές επιχειρήσεις. Οι δημιουργημένες θέσεις μπορούν πράγματι να θεωρηθούν πλήρους απασχόλησης; Μπορούν οι επιχειρήσεις να προσφέρουν ασφαλείς συνθήκες εργασίας και αξιοπρεπείς μισθούς; Αυτά είναι μερικά από τα ερωτήματα που ανακύπτουν. Ποιες επιπτώσεις θα έχει, αν έχει, η χαλάρωση των ρυθμίσεων του εργατικού δικαίου σε σχέση με τον ορισμό και τη δομή της εργασίας στις μικρές επιχειρήσεις; Σε ποια βάση θα θεωρηθούν οι δημιουργημένες θέσεις εργασίας ως άξιες στατιστικού υπολογισμού; Εδώ, ο ίδιος ορισμός της θέσης εργασίας είναι θέμα άκρως προβληματικό. Όλες οι προηγμένες οικονομίες φαίνεται να επιθυμούν τα ίδια πράγματα για το εργατικό δυναμικό τους: ασφαλείς καλά αμειβόμενες καινοτόμες θέσεις εργασίας με υψηλή παραγωγικότητα. Οι οικονομίες αυτές δεν επιδιώκουν ενεργητικά τη δημιουργία ανασφαλών, χαμηλά αμειβόμενων θέσεων εργασίας που βασίζονται σε χαμηλές δεξιότητες και χαμηλή τεχνολογία (τη λεγόμενη ισοροπία χαμηλής αμοιβής και χαμηλών προσόντων). Το ερώτημα είναι: μπορεί η πλειοψηφία των μικρών επιχειρήσεων να προσφέρει στους εργαζόμενους ασφαλείς και καλοπληρωμένες θέσεις εργασίας; Το ερώτημα αυτό φαίνεται να ενεργοποιεί τις σημερινές ανησυχίες για την ανταγωνιστικότητα, τις εξαγωγές, και την ανάπτυξη.

Αυτός ο κατάλογος της συμβολής των μικρών επιχειρήσεων κάθε άλλο παρά εξαντλητικός είναι, απλώς αναφέρει ενδεικτικά τα διάφορα επιχειρήματα σχετικά με τα οφέλη που αποφέρουν στην οικονομία οι μικρές επιχειρήσεις.

2.3 - Ενέργειες Προβολής και Προώθησης

Οι ενέργειες προβολής και προώθησης στοχεύουν στο να δημιουργήσουν μια συγκεκριμένη εικόνα για την επιχείρηση και τα προϊόντα της στα μάτια του καταναλωτή, αλλά αρκετοί είναι εκείνοι οι επιχειρηματίες που πιστεύουν ότι η επιχείρησή τους προβάλλεται από μόνη της, έτσι δίνουν μικρή έως και καθόλου σημασία σε ενέργειες που θα έχουν σαν στόχο να κάνουν γνωστή την ύπαρξη της και σε τελική ανάλυση να πείσουν τους καταναλωτές να αγοράσουν.

Υπάρχει η άποψη, σε αρκετούς, ιδιαίτερα μικρούς επιχειρηματίες, ότι μια δαπάνη σε τέτοιες ενέργειες «είναι πεταμένα λεφτά», προτιμώντας έτσι να επενδύσουν κάπου αλλού, αλλά η πραγματικότητα είναι ότι η διαφήμιση και η προώθηση είναι το οξυγόνο που δίνει ζωή στην επιχείρηση.

Βέβαια η μικρή επιχείρηση δεν έχει την δυνατότητα να διαθέσει εκείνα τα τεράστια κονδύλια που μεγάλες επιχειρήσεις διαθέτουν σε προγράμματα προβολής, αλλά η ανάπτυξη ενός τέτοιου προγράμματος, που θα καλύπτει τις ανάγκες της, δεν είναι αναγκαστικά μια υπόθεση που θα κοστίσει τόσο, όσο από πρώτη άποψη ακούγεται, υπάρχουν αρκετοί τρόποι διαφήμισης, που με χαμηλό κόστος ή και καθόλου κόστος, έχουν αποτελέσματα που σίγουρα δικαιολογούν αυτή την επιλογή.

Για τον μικρό επιχειρηματία, η επιτυχία ή η αποτυχία, είναι προσωπική επιβράβευση ή τιμωρία, οι πελάτες ανταμείβουν ή απορρίπτουν τις ικανότητες και την προσωπικότητα του, και η διαφήμιση και προβολή έχουν σαν στόχο να τονίσουν ακριβώς αυτές τα χαρακτηριστικά, δεν υπάρχει όμως ποιο απογοητευτική κατάσταση για ένα υποψήφιο πελάτη όταν αντιλαμβάνεται ότι όλα αυτά δεν είναι τίποτα άλλα παρά ένα ωραίο περιτύλιγμα.

Έτσι το να απαντήσει ευγενικά κάποιος σε ένα περαστικό που μπήκε στο κατάστημα του, όχι για να αγοράσει κάτι, αλλά απλά για να ρωτήσει για έναν δρόμο, μπορεί να είναι κουραστικό, αλλά υπάρχουν αρκετές πιθανότητες αυτός να γίνει πελάτης του, η ευγένεια και το χαμόγελο δεν έδωξαν ποτέ πελάτες, κανένας όμως δεν θα σκεφτεί να αγοράσει από ένα μαγαζί που στην καλύτερη περίπτωση δεν τον πέταξαν έξω με τις κλωτσιές.

Μια καλοσχεδιασμένη κάρτα, που περιέχει το λογότυπο της επιχείρησης, είναι πάντα ευπρόσδεκτη από αρκετούς μελλοντικούς πελάτες ή συνεργάτες και αρκετοί επιχειρηματίες συνηθίζουν να την μοιράζουν όπου βρεθούν, ενώ σε πολλές περιπτώσεις η εκτύπωση και διανομή ενός τρίπτυχου ή μιας μπροσούρας είναι ένας τρόπος που εξασφαλίζει πλατιά προβολή.

Εξίσου αποδοτική είναι και η προβολή μέσω ειδικών καταλόγων, όπως ο Χρυσός Οδηγός, ή ειδικά κλαδικά έντυπα, ενώ μια προβολή μέσω του INTEPNET, που συνδυάζεται με μια e-mail διεύθυνση, την οποία διακριτικά φροντίζουμε να την προβάλουμε και που δεν στοιχίζει τόσο ακριβά, όσο αρκετοί φαντάζονται, δίνει ακόμα ένα αυξημένο κύρος και ανεβάζει την επιχείρηση μας στα μάτια των καταναλωτών.

2.4 - Το Λιανικό Εμπόριο

Ο τελευταίος αποδέκτης του προϊόντος πριν αυτό φτάσει στο τελικό καταναλωτή, είναι ο λιανοπωλητής. Ο λιανοπωλητής είναι ίσως το σημαντικότερο στοιχείο στο εμπορικό κύκλωμα και αποτελεί την κυρίαρχη «φιγούρα» στα εμπορικά κανάλια (κανάλια διανομής). Το λιανικό εμπόριο, αν και έχει τις ρίζες του στους αρχαίους χρόνους, μόλις κατά τον 19ο αιώνα άρχισε να δείχνει εξελικτικές τάσεις ακολουθώντας την τεχνολογική εξέλιξη.

Οι σύγχρονες επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου δεν προσφέρουν μόνο ποικιλία προϊόντων και διευκολύνσεις για αγορές, αλλά και την ικανοποίηση που αναμένει ο καταναλωτής. Η σύγχρονη αντίληψη για την πώληση στο λιανικό κατάστημα είναι ότι η πώληση σημαίνει εξυπηρέτηση του πελάτη. Κάθε πώληση έχει σαν τελικό σκοπό όχι την παραχώρηση ενός προϊόντος, αλλά την κάλυψη μιας ανάγκης ή μιας επιθυμίας του καταναλωτή. Οι επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου μπορούν να ταξινομηθούν με βάση το κριτήριο της εμπορικής στρατηγικής τους σε:

- Καταστήματα ευκολίας (convenience stores)
- Εξειδικευμένα καταστήματα (specialty stores)
- Καταστήματα ποικιλίας προϊόντων (variety stores)
- Σούπερ μάρκετ
- Πολυκαταστήματα (department stores)
- Γενικά εκπωτικά καταστήματα (discount stores)
- Εξειδικευμένα εκπωτικά καταστήματα (category killers)
- Καταστήματα-αποθήκες καταλόγου (catalogue showrooms).

Ο κλάδος του λιανικού εμπορίου αποκτά μία διαρκώς πιο παγκοσμιοποιημένη

και ανταγωνιστική διάσταση, καθώς μεγάλοι «παίκτες», διεθνώς, επωφελούνται από τα πλεονεκτήματα των διευρυμένων προμηθευτικών αλυσίδων και των οικονομιών κλίμακας, οι οποίες προκύπτουν από τη λειτουργία μεγάλων επιχειρησιακών μονάδων.

Οι προκλήσεις που δημιουργούνται από την παγκοσμιοποιημένη πλέον αγορά, μεταφράζονται σε αυξημένες απαιτήσεις για τους συμμετέχοντες σε αυτήν.

Προκειμένου να λειτουργήσουν επιτυχώς, οι συμμετέχοντες στην αγορά του παγκόσμιου λιανικού εμπορίου θα πρέπει να επιδείξουν δυνατότητα χειρισμού συναλλαγματικών διακυμάνσεων, αιφνίδιων πολιτικών αλλαγών, αυξήσεων στην τιμή του πετρελαίου και τροποποιήσεις στις κατά τόπους φορολογικές νομοθεσίες.

Συγκριτικό πλεονέκτημα εμφανίζουν εταιρείες που αφενός στηρίζονται στο μέγεθος και τις δυνατότητες που απορρέουν από αυτό (διαπραγματευτική ικανότητα έναντι προμηθευτών, ελεγχόμενα λειτουργικά κόστη σε σχέση με τον τζίρο), αφετέρου στην επικοινωνιακή πολιτική τους (έμφαση στην επωνυμία, στην παροχή πρόσθετων υπηρεσιών, στην ευέλικτη και άμεση ανταπόκριση στις εξελισσόμενες προτιμήσεις των καταναλωτών).

Επιπρόσθετα, ξεχωρίζουν όσοι, έχοντας αντίληψη των τοπικών χαρακτηριστικών, αναγκών και ανταγωνιστικών δυνάμεων, καταφέρνουν να ενεργούν επιλεκτικά και στην κατάλληλη περίοδο. Μία ακόμα, πρόσφατη, τάση περιλαμβάνει τη μέριμνα των εταιρειών για εφαρμογή πολιτικών κοινωνικής ευθύνης και προστασίας του περιβάλλοντος.

Παράλληλα το τοπίο αλλάζει χάρη στην προσαρμογή των διαφόρων κλάδων σε σύγχρονα λιανικά μοντέλα, στα οποία η τιμή δεν είναι παρά η δύναμη που θα προσελκύσει τους πελάτες στο κατάστημα. Στη συνέχεια, έμφαση δίνεται σε στοιχεία που θα προσελκύσουν τον καταναλωτή και θα διατηρήσουν την προσοχή του, όπως η ατμόσφαιρα των καταστημάτων, η κατανομή των προϊόντων, αλλά και η συνδυασμένη δυνατότητα αγορών και διασκέδασης.

Ακόμη, εντείνεται παγκοσμίως η επέκταση μέσω της χρήσης του franchising, κατευθυνόμενη από τη μεριά των κολοσσών του λιανικού εμπορίου κυρίως προς την περιοχή της Ανατολικής Ευρώπης και των Βαλκανίων. Επιπλέον, η διευρυμένη χρήση του E-commerce, μέσω της ταχείας εξάπλωσης του Internet, και η πολυκάναλη πια «παραδοσιακή» διανομή προϊόντων και υπηρεσιών έχουν αλλάξει ριζικά το τοπίο του ανταγωνισμού.

Τέλος μερικά νούμερα για το διεθνές εμπόριο είναι ότι ο όγκος του διεθνούς εμπορίου αγαθών και υπηρεσιών σε παγκόσμιο επίπεδο εκτιμάται ότι αυξήθηκε κατά 7,5 % το 2007 έναντι της αύξησης του κατά 8,9% το προηγούμενο έτος. Η μικρή υποχώρηση του ρυθμού ανόδου του διεθνούς εμπορίου υπήρξε επακόλουθο της επιβράδυνσης της παγκόσμιας οικονομίας και παρατηρήθηκε τόσο στις βιομηχανικές όσο και στις υπόλοιπες οικονομίες. Για το 2008 προβλέπεται πτώση των τιμών των αγροτικών προϊόντων και διατήρηση των βασικών μετάλλων σε υψηλό επίπεδο, λόγω κυρίως της έντονης ζήτησης από την Κίνα.

Στη χώρα μας, το λιανικό εμπόριο βρίσκεται πολύ πίσω σε σχέση με τα Ευρωπαϊκά κράτη και την Αμερική. Η είσοδος στο λιανικό εμπόριο είναι πολύ εύκολη, ευκολότερη από ότι ίσως θα έπρεπε. Αρκεί μόνο η εγγραφή στο Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο, στο Ταμείο Εμπόρων, ή στο ΤΕΒΕ και φυσικά τα απαραίτητα, μικρά σχετικά,

κεφάλαια. Οι πιθανότητες για αποτύχει κανείς στο λιανικό εμπόριο είναι μεγαλύτερες από κάθε άλλο τομέα εμπορίου, γιατί οι νεοεισερχόμενοι στερούνται, συνήθως της απαραίτητης εμπειρίας και της σχετικής επιμόρφωσης.

Κατά την τελευταία δεκαετία όμως έχει παρατηρηθεί μια εκπληκτική εξέλιξη κυρίως στο χώρο του λιανικό εμπορίου αλλά και του χονδρικού. Μεγάλες μονάδες καταστημάτων έχουν απλωθεί σε ολόκληρη την Ελλάδα. Γίγαντες του λιανικού και χονδρικού εμπορίου όπως Μαρινόπουλος, Βερόπουλος, Carrefour κ.α. προσφέρουν πλέον κάθε εξυπηρέτηση στους καταναλωτές. Έτσι η διαφορά με τις προηγούμενες χώρες έχει μειωθεί αισθητά. Θα πρέπει να τονίσουμε ότι η χώρα μας βρίσκεται αρκετά πίσω όσον αφορά την δημιουργία των «εμπορικών κέντρων» (Shopping Center). Έχουν γίνει αρκετές προσπάθειες, κυρίως σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, αλλά υστερούν πολύ των αντίστοιχων εμπορικών κέντρων στην Ευρώπη και Αμερική.

Τέλος, μία ακόμη δραστηριότητα που υστερεί στη χώρα μας είναι οι ταχυδρομικές πωλήσεις, οι οποίες μέχρι και σήμερα βρίσκονται σε νηπιακή κατάσταση.

Συνοπτικά το λιανικό εμπόριο έχει κάνει μεγάλα άλματα την τελευταία δεκαετία και αυτό οφείλεται κυρίως στην είσοδο μεγάλων πολυεθνικών μονάδων και τον κατ' ανάγκη εκσυγχρονισμό των ελληνικών επιχειρήσεων, για την αντιμετώπιση του έντονου ανταγωνισμού.

Επίσης πρέπει να επισημάνουμε ότι οι Έλληνες επιχειρηματίες εφάρμοσαν σύγχρονες μεθόδους marketing και merchandising και έτσι όχι μόνο δεν παρακολούθησαν απλώς τις ξένες εταιρίες με παθητικό τρόπο, αλλά άσκησαν «επιθετική πολιτική», αντιμετωπίζοντας τους έγκαιρα και με θετικό τρόπο, επεκτείνοντας μάλιστα τις δραστηριότητες τους και στο εξωτερικό, κυρίως στις πρώην ανατολικές χώρες όπως στη Βουλγαρία (πχ. Carrefour- Μαρινόπουλος).

Το λιανεμπόριο σήμερα αντιμετωπίζει νέες προκλήσεις και ευκαιρίες, καθώς ο αυξημένος ανταγωνισμός από τη μια πλευρά αλλά και η εξέλιξη τόσο των νέων τεχνολογιών όσο και των επιχειρηματικών μοντέλων, συμβάλλουν στη διαμόρφωση ενός νέου κλίματος. Στην άλλη όψη του ίδιου νομίσματος, οι καταναλωτές είναι σήμερα πιο εκπαιδευμένοι παρά ποτέ, πιο απαιτητικοί ως προς την κάλυψη των αναγκών τους, αλλά και γνωρίζουν περισσότερο για την αγορά και τα προϊόντα. Σε ένα έντονα μεταβαλλόμενο περιβάλλον, οι τιμές των προϊόντων και των υπηρεσιών δεν αρκούν πλέον για την δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Οι στρατηγικές κατευθύνσεις των επιχειρήσεων έχουν πλέον την προσέγγιση της συνεχούς δημιουργίας αξίας για τους τελικούς

καταναλωτές. Η δημιουργία προστιθέμενης αξίας τόσο για τις επιχειρήσεις όσο και για τους καταναλωτές “βγαίνει στο προσκήνιο” και γίνεται ένας βασικός στρατηγικός άξονας για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον χώρο του λιανεμπορίου. Η στρατηγική δημιουργίας αξίας υιοθετείται πλέον από αρκετές επιχειρήσεις του κλάδου ΑΕ στόχο την δημιουργία ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος και της κάλυψης ουσιαστικών αναγκών των καταναλωτών.

Τέλος, η καινοτομία, η διαφοροποίηση, η σωστή χαρτογράφηση της αγοράς και η ουσιαστική γνώση των αναγκών των καταναλωτών αποτελούν τους βασικούς άξονες δημιουργίας αξίας. Πριν οποιαδήποτε ενέργεια που έχει σαν στόχο την παροχή αξίας, οι επιχειρήσεις είναι απαραίτητο να γνωρίζουν σε βάθος την γνώμη των καταναλωτών.

2.5 – Τα Λάθη των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Οι μικρές εταιρίες στην ανάγκη τους να αναπτυχθούν αλλά και ταυτόχρονα στην μη γνώση του σωστού μάρκετινγκ κάνουν λάθη που επιβαρύνουν και οδηγούν σε πραγματικά προβλήματα αυτές τις επιχειρήσεις. Είναι πολύ επιβλαβή στις επιχειρήσεις σε οποιοδήποτε στάδιο, αλλά ιδιαίτερα επιβλαβή για τις νέες επιχειρήσεις είναι τα ακόλουθα:

1. Απουσία σχεδίου μάρκετινγκ.

Οι μελέτες δείχνουν ότι η κατοχή ενός σχεδίου μάρκετινγκ εξισώνει στη βελτίωση 24% έως 30% στις πωλήσεις πέρα από εκείνους χωρίς ένα σχέδιο μάρκετινγκ. Το γράψιμο ενός περιεκτικού σχεδίου μάρκετινγκ παίρνει το χρόνο, σκέψη, και βοηθά έναν ιδιοκτήτη επιχείρησης για να εστιάσει στα νέα προϊόντα και τις υπηρεσίες. Ένα σχέδιο μάρκετινγκ θα βοηθήσει κάποιον να καθορίσει εάν το προϊόν ή η υπηρεσία θα πάρει πάρα πολύ χρόνο, την ενέργεια ή τους πόρους, για να το κάνει μια κατάλληλη προσθήκη στην υπάρχουσα σειρά προϊόντων και υπηρεσιών.

2. Η εφαρμογή της διαφήμισης είναι αντίθετη στις ορθές τεχνικές μάρκετινγκ

Πολλοί επιχειρηματίες και μικροί ιδιοκτήτες επιχείρησης αγοράζουν τη διαφήμιση χωρίς εξερεύνηση εάν ο τύπος συναντήσεως είναι ή όχι κατάλληλος για αυτούς, ή εάν θα εμφανιστεί σε μια θέση ή έναν τρόπο στους οποίους οι πιθανοί πελάτες θα αποκριθούν ή ακόμα και θα δουν. Το μάρκετινγκ των χρημάτων που ξοδεύονται σωστά θα φέρνει τις πωλήσεις. Το μάρκετινγκ των χρημάτων που ξοδεύονται ανακριβώς όχι μόνο θα κοστίσει χρήματα, αλλά θα κοστίσει την εκτίμηση στην επιχείρηση.

Όλες οι ανάγκες μάρκετινγκ αφορούν μια τακτοποίηση ή μια γενική πρωτοβουλία. Πρέπει να μεταβιβάσουν ένα συνεπές μήνυμα. Η χρησιμοποίηση της διαφήμισης για την αναγνώριση ονόματος γίνεται αισθητή για να είναι μια καλή κίνηση από τους άπειρους επιχειρηματίες. Η εμπειρία υπαγορεύει ότι η επιτυχία είναι καλύτερη όταν αφορά την αναγνώριση του ονόματος που διαφημίζει ένα κοινό θέμα.

3. Αρνητική δικτύωση.

Η δικτύωση είναι ένα από τα πιο σημαντικά μέρη του μάρκετινγκ για το πρόσωπο των μικρών επιχειρήσεων. Πολλοί επιχειρηματίες κοιτάζουν ομάδες όπως το Επιμελητήριο του επιχειρησιακού δικτύου διεθνών, και του τοπικού επιχειρησιακού δικτύου για να χτίσουν την επιχείρηση μέσω της δικτύωσης. Παρευρίσκονται στις λειτουργίες δικτύωσης και φαίνονται να θεωρούν ότι όσες περισσότερες επαγγελματικές κάρτες δίνουν έξω, τόση περισσότερη επιχειρησιακή προβολή θα πάρουν. Είναι γενικά απογοητευμένοι και απορρίπτουν τη δικτύωση ως έναν ψεύτικο προφήτη. Η θετική δικτύωση υιοθετεί μια διαφορετική μέθοδο. Τα γεγονότα δικτύωσης είναι μια ευκαιρία να βρεθούν οι συμπράξεις πάνω στις οποίες οι σχέσεις θα χτιστούν. Η επιτυχής δικτύωση δεν φαίνεται από το πόσες επαγγελματικές κάρτες δίνονται, αλλά από το πόσες ποιοτικές επαγγελματικές κάρτες συλλέγονται.

4. Επιδιώκουν την κατάλληλη υποστήριξη.

Οι περισσότεροι επιχειρηματίες είναι άνθρωποι που έχουν αποφασίσει να αποχωρήσουν από την εταιρική πίεση και αναζητούν ένα καλύτερο τρόπο ζωής με λιγότερη πίεση. Βρίσκουν ένα μεγάλο προϊόν ή μια υπηρεσία και σκέφτονται ότι το έχουν πετύχει. Δυστυχώς δεν έχουν την εστίαση και το κίνητρο που πρέπει για να τα καταφέρουν. Στον εταιρικό κόσμο είχαν έναν προϊστάμενο που τους έθετε συνεχώς προθεσμίες και στόχους, για να τους κρατήσει σε εγρήγορση για την επίτευξη των προθεσμιών και των στόχων.

Στη μικρή επιχείρηση και τον επιχειρηματικό κόσμο, αυτή η σημαντική ανάγκη αγνοείται. Οι άνθρωποι χρειάζονται τους συνεργάτες ή και τους συμβούλους υπευθυνότητας για να τους κρατήσουν στη διαδρομή.

5. Ανικανότητα διάκρισης μεταξύ της ύπαρξης ταλέντου και της ύπαρξης επιχείρησης.

Πάρα πολλοί μικροί ιδιοκτήτες επιχείρησης και επιχειρηματίες θεωρούν ότι το ταλέντο είναι επαρκές για την επιτυχία. Θεωρούν ότι εάν είναι καλοί σε αυτό που κάνουν, η επιχείρησή τους θα διαφημιστεί από στόμα

σε στόμα και θα τους παρέχει ένα σταθερό ρεύμα πελατών. Το ταλέντο μπορεί να βοηθήσει να βρεθούν άριστες επενδύσεις, χρησιμοποιώντας το καλύτερο ποσοστό υποθηκών, επισκευάζοντας τη δυσκολότερη πρόκληση, ή οποιοδήποτε άλλο από τα πολυάριθμα πιθανά παραδείγματα. Εντούτοις χωρίς επιχείρηση καταλαβαίνουμε υπό μορφή συστήματος μάρκετινγκ, ότι το ατελείωτο ρεύμα των πελατών δεν θα υλοποιηθεί ποτέ. Πρέπει να βρεθεί ένα πρόγραμμα μάρκετινγκ γύρω από το οποίο θα δημιουργηθεί η γνωστοποίηση του ταλέντου και της καλής και υπεύθυνης εργασίας.



**KEYS TO
SUCCESS**

Κεφάλαιο 3 – Αποτελέσματα οικονομικής κρίσης και επίδραση της στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

3.1 Οικονομική Κρίση στην Ελλάδα και στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

Χιλιάδες μικρομεσαίες επιχειρήσεις, αδυνατώντας να αντιμετωπίσουν τις συνέπειες της κρίσης, καθημερινά «κατεβάζουν ρολά». Οι εγγραφές και οι διαγραφές επιχειρήσεων στα κατά τόπους επιμελητήρια είναι ενδεικτικές του κλίματος και της κατάστασης που επικρατεί στην ελληνική αγορά.

Έπειτα από έρευνα στα επιμελητήρια της χώρας, προκύπτουν αποκαλυπτικά στοιχεία για τις επιχειρήσεις που κλείνουν αλλά και για όσες λειτουργούν για πρώτη φορά. Σύμφωνα με αυτά τα στοιχεία, στα επιμελητήρια της Μακεδονίας και της Θράκης οι εγγραφές για το Α΄ πεντάμηνο του 2007 σημείωσαν μείωση κατά 8,7% σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2006, από 1.580 το 2006 σε 1.280 το 2007, ενώ οι διαγραφές επιχειρήσεων παρουσίασαν αύξηση 4,5%, από 1.337 το 2006 σε 1.443 το 2007 (**ICAP – Οδηγός Επιχειρήσεων – Έκδοση 2008, Στατιστικά και Οικονομικά Στοιχεία Επιχειρήσεων – Σχόλια και Παρατηρήσεις**).

Επίσης σε δέκα επιμελητήρια της χώρας, όπως το Επαγγελματικό Επιμελητήριο Πειραιώς, Καβάλας, Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Αθήνας, Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Πειραιώς, Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης, Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Ροδόπης, Κεφαλληνίας και Ιθάκης, Λακωνίας, Καρδίτσας και Έβρου, οι διαγραφές επιχειρήσεων από τα μητρώα των επιμελητηρίων ήταν περισσότερες από τις νέες εγγραφές το διάστημα Ιανουαρίου- Αυγούστου 2007.

Ωστόσο ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι σε 34 επιμελητήρια της χώρας στη διάρκεια του 2007, οι εγγραφές επιχειρήσεων ανέρχονταν σε 51.262 ενώ οι διαγραφές σε 32.216 με αποτέλεσμα να υπάρχει θετικό ισοζύγιο 19.046 εγγραφών. Εφέτος και το διάστημα Ιανουαρίου-Αυγούστου, οι εγγραφές ήταν 28.877, οι διαγραφές 19.518 και το καθαρό αποτέλεσμα 9.176 επιχειρήσεις. Εμφανίζεται, δηλαδή, μείωση 15,5% των εγγραφών. Ακόμη, μείωση των νέων εγγραφών παρατηρείται σε 25 από τα 34 επιμελητήρια, ενώ σε οκτώ από αυτά η μείωση ξεπερνά το 25% σε σχέση με το 2006 (**ICAP – Οδηγός Επιχειρήσεων – Έκδοση 2008, Στατιστικά και Οικονομικά Στοιχεία Επιχειρήσεων – Σχόλια και Παρατηρήσεις**).

3.2 Οι επιχειρηματίες και οι απόψεις τους για το μέλλον των επιχειρήσεων τους

Σε έρευνα του Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Θεσσαλονίκης φαίνεται ότι απαισιόδοξοι είναι οκτώ στους δέκα επιχειρηματίες για το μέλλον των επιχειρήσεων τους.

Για να αντιμετωπίσουν τη κρίση βλέπουν κυρίως απολύσεις και περιορισμό των εσόδων τους.

Δεν φαίνεται να βλέπουν, άμεσα, φως στο τούνελ της ύφεσης της ελληνικής οικονομίας, επτά στους δέκα μικρομεσαίους επιχειρηματίες της Θεσσαλονίκης, με την αισιοδοξία μάλιστα για το μέλλον των επιχειρήσεων τους βρίσκεται στο ναδίρ των τελευταίων ετών. Είναι χαρακτηριστικό ότι οκτώ στους δέκα (81,4%) δηλώνουν ότι είναι απαισιόδοξοι για το μέλλον των επιχειρήσεων τους όταν ένα χρόνο πριν το ποσοστό διαμορφωνόταν σε 63% και το 2008 σε 58%.

Η απαισιοδοξία τους κατά κύριο λόγο είναι απόρροια της μείωσης του τζίρου τους που μέσα σε ένα χρόνο διολίσθησε, κατά μέσο όρο 40%, ενώ για το επόμενο εξάμηνο οι εκτιμήσεις για τις πωλήσεις των επιχειρήσεων τους κάθε άλλο παρά ευοίωνες φαντάζουν. Είναι χαρακτηριστικό ότι οκτώ στους δέκα (81%) επιχειρηματίες εκτιμούν ότι τα έσοδα τους θα περιορισθούν, όταν ένα χρόνο πριν, το ποσοστό διαμορφωνόταν σε 68%.

Την ίδια ώρα στον αστερισμό των απολύσεων φαίνεται να ζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις και οι εργαζόμενοι σε αυτές καθώς τον τελευταίο χρόνο, όσες επιχειρήσεις δήλωσαν ότι περιόρισαν το προσωπικό τους, προχώρησαν, κατά μέσο όρο, σε απολύσεις τριών ατόμων.

Τα στοιχεία αυτά προκύπτουν από την έρευνα με θέμα «Δύο χρόνια μετά το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης-Οι προοπτικές για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις της Θεσσαλονίκης» που εκπόνησε για λογαριασμό του Βιοτεχνικού Επιμελητηρίου Θεσσαλονίκης (ΒΕΘ) η εταιρεία δημοσκοπήσεων «Interview».

Θα πρέπει να σημειωθεί ότι το ΒΕΘ πραγματοποιεί για τρίτη συνεχή χρονιά-κάθε Νοέμβριο-την εν λόγω έρευνα, η οποία καταδεικνύει τα προβλήματα αλλά και τις προοπτικές των ΜΜΕ της Θεσσαλονίκης όπως αυτές αποτυπώνονται μετά το ξέσπασμα της οικονομικής κρίσης.

Η έρευνα διενεργήθηκε σε δείγμα 700 επιχειρηματιών –μελών του ΒΕΘ, το διάστημα από τις 19 έως τις 23 Νοεμβρίου.

Οκτώ στους δέκα συμμετέχοντες (81%) στην έρευνα εκτιμούν ότι το επόμενο εξάμηνο θα εμφανίσουν μειωμένο τζίρο, ενώ το 16% πιστεύει ότι δεν θα δει καμία μεταβολή. Μόλις το 3% απάντησε ότι αναμένει αύξηση εσόδων.

Ένα χρόνο νωρίτερα στην αντίστοιχη ερώτηση το 68% των ερωτηθέντων έκανε λόγο για περιορισμό εσόδων, το 24% για στασιμότητα και το 8% για αύξηση.

Ενδεικτικό της κατάστασης στην οποία έχουν περιέλθει οι ΜΜΕ της Θεσσαλονίκης εξαιτίας της αρνητικής οικονομικής συγκυρίας είναι ότι το τελευταίο δωδεκάμηνο είδαν το τζίρο τους να συρρικνώνεται, κατά μέσο όρο 40%, με τις εταιρείες παροχής υπηρεσιών να παρουσιάζουν οριακά μεγαλύτερη μείωση, που μεταφράζεται σε 42,1%.

Στην ερώτηση πόσο αισιόδοξος είστε για το μέλλον της επιχείρησής σας; το 81,4% απάντησε λίγο/καθόλου με τις εταιρίες παροχής υπηρεσιών να εμφανίζονται περισσότερο απαισιόδοξες (85,3%), τις μεταποιητικές να ακολουθούν (79,8%) και τις μικτές να έπονται με 78,7%.

Μειωμένο είναι το ποσοστό των επιχειρηματιών, έναντι του περσινού Νοέμβρη, που δηλώνουν ότι το επόμενο διάστημα θα διατηρήσουν το υφιστάμενο προσωπικό τους. Συγκεκριμένα το 67,3% των ερωτηθέντων απαντά ότι θα διατηρήσει το προσωπικό του, ενώ ένα χρόνο πριν το εν λόγω ποσοστό άγγιζε το 78%. Έτοιμο να προχωρήσει σε απολύσεις το επόμενο διάστημα είναι το 28% των συμμετεχόντων επιχειρηματιών ενώ το αντίστοιχο περσινό διάστημα το ποσοστό ήταν στο 11,7%. Ιδιαίτερα μικρό είναι το ποσοστό εκείνων που προσανατολίζονται σε προσλήψεις, 4,7%, έναντι 10,3% πέρυσι. Στην ερώτηση «πόσα άτομα απολύθηκαν από την επιχείρησή σας τον τελευταίο χρόνο;», οι επιχειρηματίες που δήλωσαν ότι ακολούθησαν αυτή την τακτική, κατά μέσο όρο, απέλυσαν τρεις εργαζόμενους. Ο αριθμός των εργαζομένων που είδαν την πόρτα της εξόδου αυξάνεται οριακά στις μεταποιητικές (3,1) ενώ στις επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών διαμορφώνεται σε 2,8 και στις μικτές σε 2,9.

Έξι στους δέκα δεν κατόρθωσαν να δανειοδοτηθούν από τις τράπεζες.

Σταθερή σχέση με την κύρια τράπεζα, με την οποία συνεργάζονται, φαίνεται να έχουν οι συμμετέχοντες στην έρευνα. Το 56,9% δήλωσε ότι διατηρεί την ίδια σχέση που είχε στο παρελθόν με την τράπεζα που κυρίως συνεργάζεται, ενώ ένα χρόνο νωρίτερα το ποσοστό ήταν στο 54% και το Νοέμβριο του 2008 στο 58%. Καλύτερη σε σχέση με το παρελθόν απαντά ότι είναι μόλις το 0,7% ενώ τον περσινό Νοέμβριο το ποσοστό

ήταν σαφώς αυξημένο(6%) και ένα χρόνο νωρίτερα 11%. Χειρότερη σχέση με την κύρια τράπεζα του έχει πλέον το 31,9% των συμμετεχόντων. Τα ποσοστά διαμορφώνονταν το Νοέμβριο του 2009 και του 2008 σε 27% και 21% αντίστοιχα.

Υπό τη δαμόκλειο σπάθη των καθημερινών απαιτήσεων οκτώ στους δέκα επιχειρηματίες απευθύνθηκαν σε τράπεζες προκειμένου να δανειοδοτηθούν ωστόσο έξι στους δέκα, ήτοι 57%, δεν τα κατάφεραν. Την ίδια ώρα μόλις το 20% των συμμετεχόντων απευθύνθηκε στο Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΜΕ) προκειμένου να αξιοποιήσει τα δύο πιο πρόσφατα προγράμματα του Ταμείου. Συγκεκριμένα για το πρόγραμμα κάλυψης φορολογικών και ασφαλιστικών υποχρεώσεων απευθύνθηκε το 24% στο ΤΕΜΠΜΕ ενώ για την κάλυψη δαπανών αγοράς πρώτη υλών-εμπορευμάτων και υπηρεσιών το 76%. Από όσους απευθύνθηκαν στο Ταμείο το 55% δεν μπόρεσε να συμμετάσχει στα προγράμματα.

Άδικο επίσης θεωρεί το 76% των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων το μέτρο της περαίωσης ενώ αντίθετη άποψη έχει το 16%. Ωστόσο στην ερώτηση αν έχουν ενταχθεί ή σκοπεύουν να ενταχθούν στο μέτρο το 70% απάντησε θετικά. Κάθε άλλο παρά αναγκαίο χαρακτηρίζει το μνημόνιο το 52% των συμμετεχόντων. Σημαντικό είναι το ποσοστό (28%) που απάντησαν θετικά καθώς και εκείνων που απέφυγαν να απαντήσουν (20%).

Στην ερώτηση «πότε πιστεύετε ότι θα βγει η ελληνική οικονομία από την ύφεση;» μόλις το 0,9% εκτιμά την επόμενη χρονιά, το 2,8% το 2012, το 6,1% το 2013, το 21,9% μετά το 2014 ενώ το 68,3% αργότερα.

Ηχηρή απάντηση δίνουν οι συμμετέχοντες στην ερώτηση «ποιο εκτιμάτε ότι θα πρέπει να είναι το νέο οικονομικό μοντέλο ανάπτυξης της χώρας;». Έχοντας στη διάθεση τους δύο επιλογές, το 58,2% ζητά στήριξη των ΜΜΕ ενώ το 42,6% υπογραμμίζει ότι βαρύτητα πρέπει να δοθούν σε επενδύσεις στη βιομηχανία, την μεταποίηση και το εμπόριο, το 30,7% στην τουριστική βιομηχανία, το 14,9% στον αγροτικό/κτηνοτροφικό τομέα, το 12,3% στην προσέλκυση ξένων επενδύσεων, και το 7,8% σε επενδύσεις στην έρευνα και την τεχνολογία.

3.3 Καταναλωτική Συμπεριφορά

Η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει, όπως φαίνεται, πολλές από τις αγοραστικές συνήθειες των καταναλωτών. Συγκεκριμένα, στα «φθηνά» προϊόντα στρέφονται πλέον οι καταναλωτές ελέω κρίσης. Όπως λένε οι καταστηματάρχες, δεν είναι λίγοι οι καταναλωτές που δίνουν ένα μικρό ποσό ως προκαταβολή για ένα ρούχο, προκειμένου να τους τα κρατήσει ο έμπορος και υπόσχονται να τα πάρουν στις 15 ή την πρώτη του μηνός.

Όσο για τα προϊόντα με εξαιρετικά χαμηλή τιμή, όπως π.χ. μπλούζες με τρία ευρώ, ανεβαίνουν όλο και περισσότερο στην αγοραστική προτίμηση των καταναλωτών. Τα προϊόντα αυτά τραβούν την προσοχή των πελατών, οι οποίοι τα επιλέγουν όταν τα βρίσκουν τόσο ως «προσφορές» μέσα στα καταστήματα, όσο και σαν κανονικό εμπόρευμα στα μαγαζιά που πωλούν αποκλειστικά τα είδη τους σε τόσο χαμηλές τιμές.

Παράλληλα, οι έμποροι εκτιμούν ότι η αλλαγή του καιρού, όσο προχωράμε προς τον χειμώνα, καθώς και οι νέες τάσεις της μόδας, θα δώσουν μια μικρή ώθηση στην υποτονική αγοραστική κίνηση του πρόσφατου χρονικού διαστήματος

3.4 Κλείσιμο επιχειρήσεων

Μέσα στους πρώτους πέντε μήνες του 2010, συνολικά 466 επιχειρήσεις διαγράφηκαν από τα αρχεία των Επιμελητηρίων, ενώ πρώτες σε ποσοστά κλεισίματος είναι οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον κλάδο ένδυσης, υπόδησης και κλωστοϋφαντουργίας, με συνολικά 122 αιτήσεις διαγραφής. Η αιτιολογία που αναγράφεται δίπλα στη συντριπτική πλειονότητα των αιτήσεων διαγραφής από τα μητρώα του Βιοτεχνικού Επιμελητηρίου Θεσσαλονίκης είναι «Ασύμφορος». (Πηγή: <http://www.thermopilai.org>)

Μεγαλύτερο κίνδυνο διατρέχουν οι επιχειρήσεις που είναι υπερδανεισμένες, ενώ οι υγιείς αναμένεται να βγουν περισσότερο δυνατές. (Πηγή: <http://www.makthes.gr>)

Παρατηρείται γενικά τον τελευταίο καιρό και ειδικότερα μετά την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης το φαινόμενο του «λουκέτου» σε πολλές επιχειρήσεις, κυρίως λιανικού εμπορίου. Ενδεικτικά, αναφέρουμε ότι μόλις στους δύο πρώτους μήνες του 2009, 136 επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται κυρίως στους τομείς του ιματισμού, των υποδημάτων και του επίπλου κατέθεσαν αίτηση διαγραφής από το Βιοτεχνικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης, λόγω πτώχευσης, συνταξιοδότησης κλπ. Εξάλλου, μόνο την τελευταία τριετία, σύμφωνα με τα στοιχεία του Πρωτοδικείου Θεσσαλονίκης, κήρυξαν πτώχευση 1.119 επιχειρήσεις. Ακόμη, μέσα στη διετία 2007-2008, συνολικά 360 επιχειρήσεις της Θεσσαλονίκης κρίθηκαν οικονομικά ασύμφωρες και έκλεισαν. Αυτή η κατάσταση αποτελεί πλέον μία καθημερινότητα. Έχουμε επιχειρήσεις που βάζουν λουκέτα, αλλά έχουμε και αρκετές νέες εγγραφές. Φαίνεται πως, παρά την οικονομική κρίση, υπάρχουν ακόμη νέοι επαγγελματίες, οι οποίοι επιχειρούν καινούργια ανοίγματα. Για να διατηρηθούν όμως στην αγορά και να μην αναγκαστούν κι αυτοί να κατεβάσουν ρολλά, χρειάζονται αισιοδοξία και οικονομική ενίσχυση από την Πολιτεία.

Με αριθμούς έχουμε:

- 136 διαγραφές επιχειρήσεων από το ΒΕΘ τον Ιανουάριο και Φεβρουάριο του 2009
- 360 βιοτεχνίες κρίθηκαν οικονομικά ασύμφορες τη διετία 2007-2008
- 60% κάτω ο τζίρος στις βιοτεχνίες ετοιμών ενδυμάτων Θεσσαλονίκης το β' εξάμηνο του 2008
- 15%-20% κάτω οι εξαγωγές έτοιμου ενδύματος το τελευταίο τρίμηνο του 2008
- 10% των βιοτεχνιών υποδημάτων βάζουν λουκέτο κάθε χρόνο
- 40% μειωμένες οι νέες παραγγελίες υποδημάτων για την άνοιξη του 2009
- 70% έχει μειωθεί ο τζίρος των επιχειρήσεων υποδημάτων την τελευταία πενταετία
- 438 επιχειρήσεις πτώχευσαν το 2006
- 439 επιχειρήσεις πτώχευσαν το 2007
- 242 επιχειρήσεις κήρυξαν πτώχευση το 2008 (Πηγή: <http://www.agelioforos.gr>)

Παρακάτω παρουσιάζονται στοιχεία που αφορούν στο κλείσιμο επιχειρήσεων της Θεσσαλονίκης τους πρώτους επτά μήνες του 2009. Σύμφωνα με τα στοιχεία των τριών επιμελητηρίων της Θεσσαλονίκης (Επαγγελματικό, Βιοτεχνικό και Εμποροβιομηχανικό), η κατακόρυφη μείωση του τζίρου και οι πολλές ακάλυπτες επιταγές οδήγησαν περισσότερες από 4.000 επιχειρήσεις της πόλης στο να «κατεβάσουν ρολά» από τις αρχές του έτους. Παράλληλα, μειωμένη εμφανίζεται και η επιχειρηματική δραστηριότητα, καθώς ελάχιστοι είναι αυτοί που διακινδυνεύουν ένα νέο ξεκίνημα εν μέσω οικονομικής κρίσης και οι εγγραφές στα μητρώα των Επιμελητηρίων από τις αρχές του 2009 είναι μειωμένες κατά 10% σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό διάστημα.

Ιδιαίτερα απογοητευτικά είναι και τα στοιχεία του Εμποροβιομηχανικού Επιμελητηρίου Θεσσαλονίκης για τους πρώτους επτά μήνες του 2009, απ' όπου προκύπτει το συμπέρασμα πως ο αριθμός των διαγραφών είναι διπλάσιος από τις εγγραφές. Πιο συγκεκριμένα από τις αρχές του έτους έως και τα τέλη του Ιουλίου συνολικά 1.384 επιχειρήσεις υπέβαλαν αίτηση διαγραφής από τα μητρώα του Επιμελητηρίου, ενώ το ίδιο διάστημα μόλις 584 επιχειρήσεις εγγράφηκαν. Μάλιστα, αξίζει να σημειωθεί ότι τον προηγούμενο χρόνο υπήρχε ισορροπία διαγραφών και εγγραφών, καθώς είχαν καταγραφεί 635 εγγραφές και 635 διαγραφές. Στο Επαγγελματικό Επιμελητήριο από τις αρχές του έτους έχουν υποβληθεί συνολικά 2.190 αιτήσεις για διαγραφές η πλειοψηφία των

οποίων προέρχεται από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα του εμπορίου, που έχει δεχτεί το ισχυρότερο πλήγμα από την οικονομική κρίση. «Τα εμπορικά καταστήματα είναι αυτά τα οποία κατεβάζουν πρώτα ρολά, καθώς έχουν αυξημένο κόστος λειτουργίας λόγω του ενοικίου, των μισθών των υπαλλήλων, κ.λπ. Αντιθέτως οι επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών εμφανίζονται πιο σταθερές», εξήγησε ο διευθυντής της αναπτυξιακής εταιρίας του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου, οικονομολόγος Παύλος Καζαντζίδης. Όπως επισήμανε ο ίδιος, οι διαγραφές των επιχειρήσεων είναι αυξημένες κατά 10% σε σχέση με πέρυσι, ενώ μειωμένες κατά 10% είναι οι εγγραφές.

Οι προβλέψεις για το μέλλον της αγοράς δείχνουν πως το επόμενο έτος θα αποτελέσει ένα μεταβατικό στάδιο για την οικονομική κρίση και το 2011 η κατάσταση θα σταθεροποιηθεί για τις περισσότερες επιχειρήσεις. Ωστόσο η αγορά δε θα είναι ποτέ ξανά η ίδια, αφού η κρίση θα έχει αφήσει το στίγμα της τόσο στη συμπεριφορά των καταναλωτών όσο και σε αυτήν των εμπόρων.

3.5 Απολύσεις - Ανεργία

Αξίζει να σημειωθεί ότι ο κλάδος της ένδυσης, με μεγάλο ειδικό βάρος στην απασχόληση της Βόρειας Ελλάδας, πριν από μία δεκαπενταετία, στις περιόδους ανάπτυξης, απασχολούσε πλέον των 100.000 εργαζόμενων πανελλαδικά, ενώ σήμερα ο αριθμός αυτών έχει πέσει κάτω από τις 50.000, αποτυπώνοντας την έντονη πτωτική πορεία που ακολουθεί τα τελευταία χρόνια, με μία από τις βασικές αιτίες την είσοδο των Κινέζων στην αγορά. (Πηγή: <http://www.makthes.gr>)

Όλες οι πρόσφατες μετρήσεις και στατιστικές (eurostat-IOBE κ.λπ.), δείχνουν αύξηση του ποσοστού της ανεργίας στην χώρα και μείωσης της απασχόλησης.

Από τα στοιχεία μπορεί κανείς να αναγνώσει μεταξύ άλλων και τρία βασικά κατά τη γνώμη μας συμπεράσματα:

- Η αύξηση της ανεργίας στην χώρα δεν οφείλεται τόσον στην αύξηση του ρυθμού των απολύσεων, η οποία δεν διαφοροποιείται σημαντικά σε σχέση με το πριν την οικονομική κρίση διάστημα αλλά στην αποφυγή από τις επιχειρήσεις νέων προσλήψεων.
- Μεγάλο ποσοστό της ανεργίας (περίπου 43%) αφορά νεοεισερχόμενους στην αγορά εργασίας.
- Παρατηρείται μεγάλη ανεργία στα στρώματα με μέση και ανώτερη μόρφωση (Απόφοιτοι Λυκείου – Α.Ε.Ι.) ενώ εξαιρετικά χαμηλή είναι η ανεργία στους ανειδίκευτους και στους απόλυτα

εξειδικευμένους και υψηλής κατάρτισης εργαζόμενους (κατόχους μεταπτυχιακών διπλωμάτων).

Τα συμπεράσματα αυτά μας οδηγούν να σκεφτούμε ότι είναι ώρα να επανεξεταστεί το σύστημα αντιμετώπισης της ανεργίας και της κρίσης της απασχόλησης.

Οι προτάσεις που ακολουθούν μέσα σε συνθήκες οικονομικής κρίσης, μπορούν ίσως να βοηθήσουν στην αντιμετώπιση του προβλήματος.

1. Άρση του δισταγμού των επιχειρήσεων να προσλάβουν νέο προσωπικό με καθιέρωση επιδότησης όχι μόνο των ασφαλιστικών εισφορών αλλά και του συνόλου των αποδοχών και ποσοστού της αποζημίωσης απόλυσης, αν η επιχείρηση αναγκαστεί λόγω αποδεδειγμένης οικονομικής αδυναμίας, να απολύσει τον προσληφθέντα.
2. Εμμονή στην προστασία από την απόλυση όπως είναι ήδη καταγεγραμμένη στο ισχύον εργατικό δίκαιο.
3. Άμεση κατάργηση του λυκείου και επαναφορά του εξαταξίου Γυμνασίου με ειδίκευση στα δυο τελευταία έτη και ταυτόχρονο επαγγελματικό προσανατολισμό σε ειδικότητες και επαγγέλματα, εκτός παραδοσιακών σχολών και Α.Ε.Ι.
4. Άμεση κατάργηση σχολών Α.Ε.Ι. που παράγουν αποδεδειγμένα μεγάλο ποσοστό ανέργων ή δραστική μείωση του αριθμού των εισακτέων σε αυτές.
5. Επιδότηση και άλλα κίνητρα εκπαίδευσης και σπουδών σε κλάδους και ειδικότητες οι οποίες αποδεδειγμένα ζητούν εργαζόμενους.
6. Δραστική αναπροσαρμογή των επιδομάτων ανεργίας με βάση τα χρόνια ανεργίας και στοχευμένη αύξησή τους στους παλαιούς ανέργους και αυτούς που πράγματι αδυνατούν να επανεισέλθουν στην αγορά εργασίας.
7. Κατάργηση γραφειοκρατικών περιορισμών στα παραδοσιακά χειρονακτικά και εμπειρικά επαγγέλματα και ταυτόχρονη παροχή ουσιαστικών κινήτρων για αλλαγή επαγγελματικού προσανατολισμού σε κορεσμένα επαγγέλματα.
8. Καταπολέμηση του αναλφαβητισμού στην τεχνολογία και την πληροφορική.

Στα παραπάνω μπορεί να προσθέσει κανείς και την ανάγκη συζήτησης στην κοινωνία με την καθιέρωση τακτικών σεμιναρίων, για την πορεία της απασχόλησης στην χώρα, με πρωτοβουλία των υπουργείων και Ο.Τ.Α, προκειμένου να συμμετάσχουν οι πολίτες στην προσπάθεια ανατροπής των παραδοσιακών κατευθύνσεων εκπαίδευσης των νέων και την υιοθέτηση πιο παραγωγικών επιλογών εκπαίδευσης.

Γιατί η ανατροπή της εικόνας του δείκτη απασχόλησης, χρειάζεται την συμβολή του οικογενειακού περιβάλλοντος στην ανατροπή των μέχρι σήμερα συνηθειών της Ελληνικής Κοινωνίας, στα θέματα επαγγελματικού προσανατολισμού των νέων μας.

(Πηγή: www.capital.gr)

3.6 Μελέτες περιπτώσεων επιχειρήσεων ένδυσης

Παρακάτω, αναφέρονται σημαντικές επισημάνσεις για κάποιες από τις μεγαλύτερες εταιρείες του κλάδου ένδυσης σύμφωνα με την πανελλαδική έρευνα της Stat Bank, που έγινε στις 284 μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου. Στον εμπορικό τομέα τις πρώτες θέσεις από άποψη τζίρου κατέλαβαν οι επιχειρήσεις Notos Com, Zara, Sprider, Αττικά Πολυκαταστήματα, Λεμονής, Elmec Sport, Φωκάς, Adidas Hellas, Glou, Puma Hellas, Μπέρσκα, Φαννυ, Shop & Trade, Βάρδας, Καρούζος, Ridenco, Diesel Hellas, Παγώνη, Pull & Bear, Calin, Fashion Box Hellas (Replay), Louis Vuitton και Sarkk (Tommy Hilfiger).

1. Η BSB, που δραστηριοποιείται στο χώρο της μόδας από τις αρχές της δεκαετίας του 1980, διανύει τα τελευταία χρόνια μια εντυπωσιακή εξελισσόμενη και ανοδική πορεία. Σήμερα, η BSB διαθέτει ένα πολυπληθές δίκτυο καταστημάτων στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, ενώ παράλληλα έχει αναπτύξει έντονη εξαγωγική δραστηριότητα στη Γαλλία, τη Γερμανία, την Ολλανδία, την Ελβετία, την Ιρλανδία και το Βέλγιο. Η επιχείρηση αύξησε την κερδοφορία της κατά 17% από το 2007 στο 2008 για να προσεγγίσει τα 2,5 εκατομμύρια ευρώ.

2. Η Staff αποτελεί μια ταχύτατα αναπτυσσόμενη εταιρεία, η οποία διαθέτει σήμερα δίκτυο καταστημάτων σε 9 χώρες. Η επιχείρηση εμφανίζει κερδοφορία που προσεγγίζει τα 5,8 εκατ. ευρώ.

3. Η Elmec Sport εμφάνισε θεαματική αύξηση τζίρου προσεγγίζοντας τα 100 εκατομμύρια ευρώ. Η Elmec Sport, δραστηριοποιείται κυρίως στο χώρο του λιανεμπορίου και χονδρεμπορίου.

4. Ιδιαίτερα θετική εμφανίζεται η πορεία της εταιρίας Παγώνη που εκπροσωπεί σημαντικά ονόματα της διεθνούς μόδας. Η εταιρία αύξησε κατά 47% τα καθαρά της κέρδη φτάνοντας τα 4,5 εκατομμύρια ευρώ. Η επιχείρηση διαχειρίζεται έναν τζίρο που φτάνει τα 37,5 εκατ. ευρώ.

5. Ανοδικά κινήθηκαν και οι πωλήσεις της Fashion Box Hellas που μετά από αύξηση 9% προσέγγισαν τα 31 εκατομμύρια ευρώ. Η Fashion Box Hellas αντιπροσωπεύει την ιταλική εταιρεία Replay εμφανίζοντας τα τελευταία χρόνια συνεχή ανοδική πορεία.

6. Από τα πολυκαταστήματα, τα Notos Com εμφάνισαν υψηλές πωλήσεις της τάξεως των 310 εκατ. ευρώ που όμως συνοδεύτηκε από αισθητή μείωση κερδών. Από τα πολυκαταστήματα, τα Sprider εμφάνισαν κέρδη 18,4 εκατ. ευρώ, τα Notos 11 εκατ. ευρώ, τα Zara 7,8 εκατ. ευρώ και τα Αττικά Πολυκαταστήματα 5,9 εκατ. ευρώ. (Πηγή: <http://www.capital.gr>)

7. Η κρίση επηρέασε και τα μεγέθη της εταιρείας Βάρδας. Όπως αναφέρει ο κ. Βάρδας, επικεφαλής της ομώνυμης εταιρείας και πρόεδρος του ΣΕΛΠΕ, οι πωλήσεις στο α' εξάμηνο υποχώρησαν περίπου 6%, ενώ οι συνεχείς προσφορές και οι εκπτώσεις αλλοιώνουν την εικόνα των κερδών (τα μεικτά ανήλθαν σε 12,6 εκατ. ευρώ έναντι 14 εκατ. ευρώ πέρυσι, ενώ τα προ φόρων σε 0,7 εκατ. ευρώ από 2,2 εκατ. ευρώ αντίστοιχα).

8. Την ικανοποίησή του για τις πωλήσεις των καταστημάτων του Ομίλου F-Fokas εξέφρασε ο Ανδρέας Τσιρίκος, γενικός διευθυντής του ομίλου. Κατά το διάστημα των θερινών εκπτώσεων το δίκτυο λιανικής εμφάνισε αύξηση τζίρου κατά 5% σε σχέση με πέρυσι, ενώ ο συνολικός τζίρος για το διάστημα Ιανουαρίου – Ιουλίου κινήθηκε στα ίδια με τα περυσινά επίπεδα.

9. Ο Αλέξης Τσαντίλης, διευθύνων σύμβουλος της ομώνυμης εταιρείας Τσαντίλης Π. ΑΕΒΕ, δήλωσε ότι ο τζίρος κινήθηκε περίπου 10% υψηλότερα από τα περυσινά επίπεδα, με τον Ιούλιο να εμφανίζει κάμψη και τον Αύγουστο να σημειώνονται καλύτερες αποδόσεις. Σύμφωνα με τον κ. Τσαντίλη, η εταιρεία έκλεισε το 2008 με τζίρο 17,7 εκατ. ευρώ, με μικρή πτώση έναντι των 19,3 εκατ. ευρώ της προηγούμενης χρονιάς. (Πηγή: <http://www.hellenicbusiness.gr>)

Σύμφωνα με τα παραπάνω στοιχεία τα οποία είναι ενδεικτικά, φαίνεται ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις με επώνυμα προϊόντα δεν έχουν επηρεαστεί ιδιαίτερα από την τρέχουσα οικονομική κρίση. Παρατηρούμε ότι οι επιχειρήσεις που πλήττονται πολύ από την κρίση είναι τα μικρομεσαία καταστήματα, τα οποία εμφανίζουν μεγάλες διαφορές στις πωλήσεις και στον τζίρο τους.

3.7 Όγκος λιανικών πωλήσεων

Ο όγκος λιανικών πωλήσεων φαίνεται ότι παρουσιάζει συνεχώς πτωτικές τάσεις. Ενδεικτικά, βλέπουμε ότι ο δείκτης αυτός σημείωσε μείωση κατά 10,2% τον Ιούλιο του 2009 σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα του 2008, σύμφωνα με τα στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας. Κατά την αντίστοιχη σύγκριση των ετών 2008 προς 2007 είχε καταγραφεί υποχώρηση του δείκτη κατά 0,8%.

Παρατηρούμε λοιπόν ότι φέτος καταγράφεται πολύ σημαντική πτώση στις λιανικές πωλήσεις, που ίσως οφείλεται στην εμφάνιση της οικονομικής κρίσης.

Σύμφωνα με την έρευνα με θέμα «Οι συνέπειες της διεθνούς οικονομικής κρίσης για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις της Θεσσαλονίκης» που εκπόνησε για λογαριασμό του Βιοτεχνικού Επιμελητηρίου Θεσσαλονίκης (ΒΕΘ) η εταιρία δημοσκοπήσεων Interview, την περίοδο από 29 Ιανουαρίου έως 2 Φεβρουαρίου, σε δείγμα 500 μικρομεσαίων επιχειρήσεων - μελών του ΒΕΘ, τις αρνητικές επιπτώσεις της διεθνούς οικονομικής κρίσης βιώνει το 78,6% των συμμετεχόντων στην έρευνα ενώ το 20,2% απαντά ότι η χρηματοπιστωτική κρίση έχει επηρεάσει λίγο/ καθόλου το τζίρο της επιχείρησής του.

Αξίζει να σημειωθεί ότι τα αντίστοιχα ποσοστά στην έρευνα του Νοεμβρίου ήταν 69% (αυτοί που απάντησαν ότι ο τζίρος τους έχει επηρεαστεί) και 31% (αυτοί που απάντησαν λίγο/ καθόλου). Το 80% των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα απάντησαν ότι οι πωλήσεις τους έχουν περιορισθεί. Η μείωση στο τζίρο των επιχειρήσεων αγγίζει κατά μέσο όρο το 40% ενώ όπως αποκαλύπτει η έρευνα έγιναν αναφορές για περιορισμό πωλήσεων που φτάνει στο 90%.



Κεφάλαιο 4 – Στατιστικά στοιχεία και αποτελέσματα στον Ελληνικό Χώρο

4.1 Οι Ιδιαίτερες Συνθήκες στην Ελλάδα

Θυμάται κανείς το περιεχόμενο της δημόσιας συζήτησης στη χώρα μας πριν από περίπου ενάμιση χρόνο, όταν ξεσπούσε διεθνώς η μακροχρόνια κυφορούμενη οικονομική κρίση; Θα επηρεαστεί η ελληνική οικονομία; Μήπως μας προστατεύσει το γεγονός ότι οι ελληνικές τράπεζες έχουν κρατήσει αποστάσεις από τα «τοξικά» προϊόντα της διεθνούς χρηματαγοράς;

Πράγματι οι ελληνικές τράπεζες δεν χρειάστηκε να εμπλακούν σε μεγάλο βαθμό στο διεθνές χρηματοπιστωτικό παραλήρημα, αφού όμως διατήρησαν μια, είναι αλήθεια, προκλητικά αυξανόμενη κερδοφορία μέσω του διάφορου των επιτοκίων καταθέσεων και δανεισμού. Παρόλα αυτά, αποδείχθηκε εξαιρετικά επιπόλαιο να υποστηρίζει κανείς ότι δεν θα επηρεάζονταν η πραγματική οικονομία και το βιοτικό μας επίπεδο. Ανεξαρτήτως των δυσκολιών που αντιμετώπισαν και θα αντιμετωπίσουν οι ελληνικοί τραπεζικοί κύκλοι, οι τάσεις στην ελληνική οικονομία, ήδη πριν από το Σεπτέμβρη του 2008, ήταν ενδεικτικές:

- η βιομηχανική παραγωγή έκανε βουτιά κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού του 2008,
- οι παραγωγικές επενδύσεις δείχνανε για πολλούς μήνες μια ραγδαία πτωτική πορεία,
- η παρά ταύτα εκτίναξη του πληθωρισμού αναδείκνυε το λυσσαλέο ανταγωνισμό ολιγοπωλιακών κεφαλαίων για την μοιρασιά της συρρικνούμενης κοινωνικής υπεραξίας,
- το ποσοστό των πολιτών κάτω από το όριο της φτώχειας άγγιζε ήδη το 1/5 με 1/4,
- το έλλειμμα ξεπερνούσε ήδη τα όρια επιτήρησης.

Όσον αφορά δε τις πρόσφατες εξελίξεις, οι πτυχές τους είναι ακόμη νωπές:

- οι αρνητικές επιπτώσεις στις ελληνικές εξαγωγές είναι εμφανέστατες,
- η βιομηχανία παρουσίαζε πάνω από 25% μείωση της παραγωγικής της δραστηριότητας κατά το πρώτο τρίμηνο του 2009, ενώ πολλοί παραγωγικοί κλάδοι κλείνουν τη χρονιά με μείωση του κύκλου εργασιών που προσεγγίζει, ίσως και να ξεπερνά το 40%,
- οι πιέσεις στην αγορά στέγασης και στον κατασκευαστικό κλάδο είναι δεδομένες,

- και ο τουρισμός βίωσε, όπως ήταν αναμενόμενο, σημαντικές απώλειες.

Την ίδια όμως στιγμή, η ελληνική οικονομία, εκτός της πρόσθετης επιδείνωσης που προκαλείται από τη διεθνή ύφεση, ταλανίζεται από διαρθρωτικές αδυναμίες που έχουν διαμορφώσει το μόνιμα ελλειμματικό χαρακτήρα της. Ενδεικτικά, το Μάιο του 2009, οι εξαγωγές της χώρας ανήλθαν μόλις στο 40% των εισαγωγών, παρά τη σημαντική μείωση των τελευταίων λόγω της αποδυνάμωσης της εγχώριας κατανάλωσης (επίσημοι υπολογισμοί της ΕΣΥΕ, www.statistics.gr). Προφανώς, αυτό δεν οφείλεται απλά και μόνο σε ανακολουθίες της πρόσφατα ακολουθούμενης πολιτικής. Σχετίζεται με τον αντιπαραγωγικό, αναποτελεσματικό χαρακτήρα της κοινωνίας και της οικονομίας μας που προέκυψε συνολικά στην πάροδο των χρόνων, λόγω αντικειμενικών και μη αιτιών. Όμως, ακριβώς για αυτόν τον λόγο, δεν αρκούν οι σπασμωδικές φοροεπιδρομές. Τουναντίον, απαιτείται μια συνολική, μακρόπνοη, αναπτυξιακή στρατηγική, σεβόμενη τις αρχές της βιωσιμότητας, της κοινωνικής δικαιοσύνης και ισορροπίας.

4.2. Στατιστικά για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

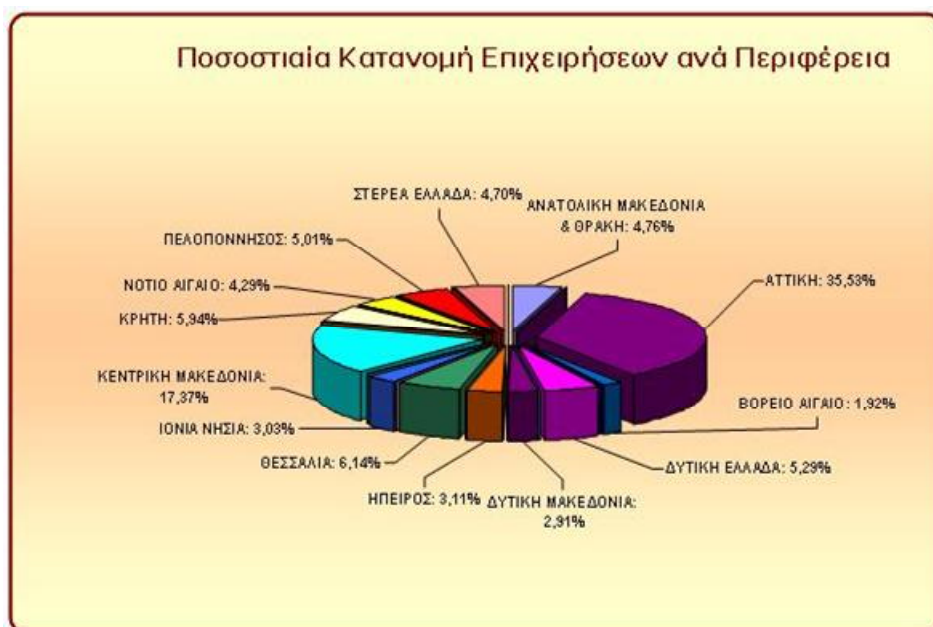
Οι μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις εξακολουθούν να συνθέτουν, κατ' εξοχήν, τον ελληνικό επιχειρηματικό χάρτη. Σύμφωνα με την επεξεργασία των προσφάτως δημοσιευμένων στατιστικών στοιχείων της ΕΣΥΕ, επί συνόλου 902.631 επιχειρήσεων, 875.706 απασχολούν από 0 έως 4 εργαζόμενους (ποσοστό 94,6%) και 25.331 από 5-9 εργαζόμενους (ποσοστό 2,8%). Βεβαίως αξίζει να σημειωθεί ότι τα τελευταία έτη παρατηρήθηκε μια μείωση του αριθμού των επιχειρήσεων που απασχολούν έως 4 εργαζόμενους και, αντίστοιχα, σημαντική αύξηση των επιχειρήσεων που απασχολούν από 5 έως 9 και από 10-19 εργαζόμενους.

Σχετικά με την ποσοστιαία κατανομή τομέων και κλάδων επιχειρηματικής δραστηριότητας, το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων (35%) κατατάσσεται στον εμπορικό τομέα (χονδρικό και λιανικό εμπόριο), το 10,6% δραστηριοποιείται στη Βιομηχανία, το 11,5% στον Τουρισμό, ενώ μόλις το 2,2% των επιχειρήσεων ασχολείται με τον Πρωτογενή Τομέα της οικονομίας (Γεωργία – Αλιεία). Τρεις επίσης σημαντικοί κλάδοι είναι οι «Διαχείριση ακίνητης περιουσίας, εκμισθώσεις και επιχειρηματικές δραστηριότητες», «Κατασκευές» και «Ξενοδοχεία και εστιατόρια», οι οποίοι καλύπτουν το 14,0%, 12,1% και 11,5% των επιχειρήσεων αντιστοίχως. Ως προς τον κύκλο εργασιών δε, το μεγαλύτερο ποσοστό πραγματοποιείται σε εμπορικές επιχειρήσεις και ακολουθούν οι κατασκευές, ο κλάδος των τροφίμων και ποτών, ο

τουρισμός και οι χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες. Η συγκεκριμένη κλαδική κατανομή έχει ιδιαίτερη σημασία για τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις της χώρας, καθώς η πλειοψηφία τους συγκεντρώνεται σε οικονομικές δραστηριότητες οι οποίες πλήγονται αναλογικά περισσότερο από την αδυναμία της ευρείας καταναλωτικής δύναμης.

Περνώντας στη γεωγραφική κατανομή, οι ελληνικές μικρομεσαίες εμφανίζονται άνισα χωροθετημένες στα μεγάλα αστικά κέντρα. Το 35% είναι εγκαταστημένες στην Αττική, όπου και πραγματοποιείται το 65,6% του συνολικού τζίρου. Αντίστοιχα, στην Κεντρική Μακεδονία είναι εγκατεστημένες το 17,4% του αριθμού των επιχειρήσεων και πραγματοποιούν το 11,5% του συνολικού τζίρου, γεγονός που αναδεικνύει και ένα μικρότερο μέσο μέγεθος σε όρους κύκλου εργασιών, συγκρίνοντάς τις με την άλλη μεγάλη συγκέντρωση στην Αττική. Συνολικά, η Κεντρική Μακεδονία με την Ανατολική Μακεδονία και τη Θράκη συγκεντρώνουν το 22% των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, ποσοστό διόλου ευκαταφρόνητο αν σχετισθεί και με τα πληθυσμιακά μεγέθη της περιοχής. Αντιθέτως, σε όρους κύκλου εργασιών στην περιοχή αντιστοιχεί μόλις το 14% του ετησίου τζίρου των ΜΜΕ.

Γεωγραφική κατανομή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα



(Πηγή: ΕΣΥΕ, Μητρώο Επιχειρήσεων 2004)

Προκειμένου να προσεγγισθούν καλύτερα οι επιπτώσεις της κρίσης αλλά και οι προτεινόμενες διέξοδοι, σε Μίκρο- και Μάκρο-διάσταση, αξίζει μια πιο εμπειρισταωμένη ματιά στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των μικρομεσαίων επιχειρήσεων της χώρας λίγο πριν το ξέσπασμα του φαινομένου. Στην Ετήσια Έκθεση για την Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα για το 2007-2008 που εκπονήθηκε από το IOBE σε συνεργασία με το GEM (Global Entrepreneurship Monitor) αποτυπώνονται μια σειρά ποιοτικών και ποσοτικών χαρακτηριστικών που διαμορφώνουν την συνολική εικόνα της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, τα σημαντικότερα των οποίων είναι:

- Υποχώρηση της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Κυμαίνεται σε χαμηλά επίπεδα (5,71% του πληθυσμού βρίσκεται στα αρχικά στάδια έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας) και η Ελλάδα καταλαμβάνει την 26η θέση σε σύνολο 42 χωρών και την 7η ευρωπαϊκή (σε 22 χώρες αντιστοίχως).
- Αύξηση της καθιερωμένης επιχειρηματικότητας. Κυμαίνεται σε υψηλά επίπεδα (13% του πληθυσμού) και η Ελλάδα καταλαμβάνει την 1η θέση στην Ευρώπη, γεγονός που ερμηνεύεται εν πολλοίς και από τα υψηλά ποσοστά αυτοαπασχόλησης.
- Επιχειρηματικότητα ανάγκης και Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας. Το 2007 καταγράφεται υποχώρηση της επιχειρηματικότητας ανάγκης έναντι της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας. Τα βασικότερα αίτια που οδήγησαν στην αξιοποίηση της επιχειρηματικής ευκαιρίας είναι η αύξηση του προσωπικού εισοδήματος παρά η επίτευξη μεγαλύτερης εργασιακής ανεξαρτησίας (σε αντίθεση με ότι ισχύει στις ευρωπαϊκές χώρες).
- Μείωση των «άτυπων» επενδυτών. Μειώνεται το ποσοστό του πληθυσμού (2,6%) που χαρακτηρίζεται ως «άτυποι» επενδυτές, δηλ. ιδιώτες που έχουν χρηματοδοτήσει με προσωπικά κεφάλαια την εκκίνηση ενός νέου εγχειρήματος που ξεκίνησε κάποιος άλλος.
- Διακοπή λειτουργίας επιχειρήσεων. Το 2,6% του πληθυσμού δηλώνει ότι έχει διακόψει τη λειτουργία ή έκλεισε μια επιχείρηση που κατείχε ή συμμετείχε στη διοίκηση ή σταμάτησε οποιαδήποτε μορφή αυτοαπασχόλησης. Όσον αφορά στα αίτια που οδήγησαν στη διακοπή / αναστολή της επιχειρηματικής δραστηριότητας, 4 στα 9 εγχειρήματα δεν απέδιδαν κέρδος. Ένα σημαντικό 10% όμως δηλώνει ότι παρουσιάστηκε μια καλή ευκαιρία να πουλήσει την επιχείρηση, ενώ ένα 9% ακόμα δηλώνει ότι βρήκε άλλη απασχόληση.
- Κλαδική διάσταση της επιχειρηματικότητας. Παρότι το 2007 μειώνεται το ποσοστό των νέων εγχειρημάτων που έχουν στόχο τον τελικό καταναλωτή, εξακολουθούν να υπερτερούν σημαντικά

σε σχέση με τον ευρωπαϊκό μέσο όρο. Το γεγονός αυτό εξακολουθεί να προσδίδει στην επιχειρηματικότητα της Ελλάδας χαρακτηριστικά «ρηχότητας»: η νέα επιχειρηματικότητα που καταγράφεται στη χώρα δεν εκδηλώνεται σε ολόκληρη την 'αλυσίδα αξίας' μέχρι το τελικό προϊόν, αλλά μόνο στον έσχατο κρίκο της αλυσίδας αυτής. Ο τομέας που πρωτοστατεί είναι οι υπηρεσίες προς επιχειρήσεις οι οποίες αποτελούν το 24% του συνόλου των εγχειρημάτων έναντι του 30% της Ευρώπης (κατά μέσο όρο).

- Νομική Μορφή και αποκλειστικότητα απασχόλησης του επιχειρηματία. Δύο στα τρία εγχειρήματα είναι προσωπικές ή ατομικές επιχειρήσεις, ενώ ένα 20% ομόρρυθμες εταιρείες. Μόλις το 12% των νέων εγχειρημάτων εντάσσονται στην κατηγορία των ΑΕ-ΕΠΕ. Επίσης, στην συντριπτική τους πλειοψηφία, (89%), τα εγχειρήματα των αρχικών σταδίων συνιστούν εργασία πλήρους απασχόλησης (αντίστοιχος ευρωπαϊκός μ.ο. κινείται μόλις στο 70%).
- Ποιοτικά Χαρακτηριστικά της Επιχειρηματικότητας. Μόλις το 5,4% των επιχειρηματικών αρχικών σταδίων δηλώνει ότι εισέρχεται σε μια πραγματικά νέα αγορά όπου δεν υπάρχει κανένας άλλος ανταγωνιστής, δημιουργώντας μια νέα νησίδα αγοράς. Στα αρνητικά των νέων εγχειρημάτων θα πρέπει να λογιστεί η σταθερή έμφασή τους στο εσωτερικό περιβάλλον και στην κάλυψη της εγχώριας ζήτησης. Επτά στα δέκα εγχειρήματα δεν προβλέπεται να έχουν κανένα πελάτη από το εξωτερικό και θα απευθύνονται αποκλειστικά στην εγχώρια πελατεία.

Τα παραπάνω συμπεράσματα, άλλα σε μικρότερο και άλλα σε μεγαλύτερο βαθμό, πιστοποιούνται και από την ποσοτική έρευνα που διενεργήθηκε στα πλαίσια της παρούσας Έκθεσης. Μόλις το 30% των επιχειρήσεων του δείγματος θεωρεί ότι απευθύνεται σε μια αγορά πλούσια σε επιχειρηματικές ευκαιρίες ενώ ποσοστό 50% θεωρεί ότι υπάρχει μεγάλη ζήτηση για τα κύρια προϊόντα της. Επίσης, το 70% των επιχειρήσεων θεωρεί ότι δραστηριοποιείται σε περιβάλλον έντονου ανταγωνισμού, η διάρθρωση του οποίου προέρχεται από ομοειδείς επιχειρήσεις (39%) και από μεγάλες επιχειρήσεις του κλάδου (35%). Τέλος, το 62% των επιχειρήσεων του δείγματος δηλώνουν ότι ερευνούν την εγχώρια 16 αγορά για νέες συνεργασίες, ενώ το 47% των επιχειρήσεων του δείγματος αναζητά συνεργασίες στο εξωτερικό, παράγοντα που θεωρεί ιδιαίτερα σημαντικό για την περαιτέρω ανάπτυξη τους.

Ως προς την ανάπτυξη τεχνολογίας και τεχνολογιών πληροφορικής, ο βαθμός ενσωμάτωσης της καινοτομίας αγγίζει το 12,8% της νέας επιχειρηματικότητας το 2007, ενώ μόλις το 12,8% των νέων εγχειρημάτων θεωρεί ότι τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που θα προσφέρουν είναι εντελώς νέα για όλους του πελάτες στους οποίους θα απευθύνονται. Η επίδοση αυτή φέρνει την Ελλάδα στην μέση της κατάταξης στην Ευρώπη. Η μεγάλη πλειονότητα (64%) των εγχειρημάτων δεν εκδηλώνουν κανέναν βαθμό «καινοτομίας». Ωστόσο, το ποσοστό αυτό περιορίζεται διαχρονικά στην Ελλάδα (από 70% το 2005).

Αντίθετα επιδείνωση καταγράφεται το 2007 στο κριτήριο της τεχνολογικής αναβάθμισης των εγχειρημάτων, καθώς πάνω από το 78% αυτών χρησιμοποιεί τεχνολογίες και διαδικασίες που είναι διαθέσιμες στην αγορά πάνω από 5 χρόνια. Πολύ νεότερες (που έχουν εμφανιστεί κατά τον τελευταίο μόλις χρόνο) τεχνολογίες και διαδικασίες για την παραγωγή-διάθεση προϊόντων και υπηρεσιών χρησιμοποιείται μόλις από το 8% των εγχειρημάτων.

4.3. Άμεσες και Έμμεσες Επιπτώσεις της Κρίσης

Στα πλαίσια της γενικευμένης οικονομικής κρίσης και της ακόμη πιο δύσκολης κατάστασης των ελληνικών δημοσιονομικών και της ελληνικής οικονομίας όπως έχει διαμορφωθεί σήμερα, οι ΜΜΕ τείνουν να είναι πιο ευάλωτες για τους παρακάτω λόγους:

- αυξημένο κόστος δανεισμού (βραχυπρόθεσμου και μέσο-μακροπρόθεσμου)
- έλλειψη ρευστότητας που ως χαρακτηριστικό γνώρισμα του εγχώριου και διεθνούς επιχειρηματικού περιβάλλοντος καθιστά δυσκολότερη την πρόσβαση των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων στη χρηματοδότηση, καθώς οι τράπεζες πλέον εφαρμόζουν αυστηρότερα κριτήρια χορηγήσεων.
- μείωση της συνολικής κατανάλωσης ως απόρροια της μείωσης του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών (συνέπεια της ανόδου του κόστους δανεισμού και της ανόδου των τιμών καθώς οι επιχειρήσεις μετακυλύουν, ολικά ή μερικά, το κόστος δανεισμού στις τελικές τιμές).
- μείωση της ζήτησης παροχής υπηρεσιών και πώλησης προϊόντων από το εξωτερικό (όπως εξαγωγές αγροτικών και βιομηχανικών προϊόντων, παροχή τεχνοοικονομικών υπηρεσιών, συμμετοχές σε αναπτυξιακά προγράμματα και δίκτυα συνεργασιών κ.τ.λ.), πτώση της εγχώριας οικοδομικής δραστηριότητας,

- καθυστέρηση υλοποίησης έργων και προγραμμάτων επιχορήγησης.

Σημαντικοί διαχειριστικοί κίνδυνοι ως απόρροια του διαμορφούμενου κλίματος είναι η σταδιακή μείωση του βαθμού πιστοληπτικής ικανότητας των ΜΜΕ (αδυναμία αποπληρωμής δανειακών υποχρεώσεων) και η εκδήλωση ενεργειών και πρωτοβουλιών που αποσκοπούν στη μείωση του κόστους λειτουργίας, κυρίως μέσω της μείωσης του απασχολούμενου προσωπικού. Η σημαντική υποχώρηση του δείκτη οικονομικού κλίματος, έως πάνω από 10 μονάδες κάτω από το μέσο όρο της Ε.Ε. και της Ευρωζώνης, καταγράφοντας ιστορικά χαμηλά (η συγκεκριμένη πτωτική τάση είχε ξεκινήσει το 2008 πριν επηρεάσει την ελληνική οικονομία η διεθνής κρίση), και η μείωση της καταναλωτικής εμπιστοσύνης, λόγω δυσμενών προβλέψεων για τη χρηματοοικονομική κατάσταση των νοικοκυριών, την ανεργία και τη χαμηλή πρόθεση για σημαντικές αγορές διαρκών αγαθών μεσοπρόθεσμα, αναμένεται να επηρεάσει ιδιαιτέρως σημαντικά τις επιδόσεις των ελληνικών επιχειρήσεων και, κατεξοχήν, των μικρών και πολύ μικρών.

Βεβαίως, από την άλλη υπήρξαν το προηγούμενο διάστημα πολιτικές πρωτοβουλίες από πλευράς των Βρυξελλών, και πρόσφατα προκύπτουν πολύ συγκεκριμένες ριζοσπαστικές διαρθρωτικές παρεμβάσεις από πλευράς της ελληνικής κυβέρνησης που μπορούν να προδιαγράψουν πιο ευοίωνες προοπτικές τόσο για την ελληνική οικονομία συνολικά, όσο και ειδικότερα για τις ελληνικές ΜΜΕ. Συνοπτικά, η ανάλυση της παρούσας ενότητας παρουσιάζεται στο πίνακα που ακολουθεί:

Το σύγχρονο περιβάλλον της ελληνικής μικρομεσαίας επιχείρησης

Πολιτικό Περιβάλλον	Οικονομικό Περιβάλλον	Τεχνολογικό Περιβάλλον	Κοινωνικό Περιβάλλον
Αναγνώριση του ρόλου και του βαθμού σημαντικότητας των ΜΜΕ στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας Ανάληψη πρωτοβουλιών της Πολιτείας	Αυξημένη ευπάθεια των ΜΜΕ στις συνέπειες της οικονομικής κρίσης Πτώση του δείκτη Οικονομικού Κλίματος Συγκριτικά μειωμένος	Χαμηλός βαθμός ενσωμάτωσης καινοτομίας στα παραγόμενα προϊόντα / υπηρεσίες Χαμηλό επενδυτικό ενδιαφέρον	Υπερχρέωση των νοικοκυριών Χαμηλή καταναλωτική εμπιστοσύνη Μειωμένη αγοραστική δύναμη καταναλωτών Εκτιμήσεις αύξησης της

<p>για τη διαμόρφωση ενός πλαισίου στήριξης της λειτουργίας των ΜΜΕ, αμέσως (π.χ. νομοθετικές πρωτοβουλίες για ληξιπρόθεσμες οφειλές) και εμμέσως.</p> <p>Αντιμετώπιση της διεθνούς οικονομικής κρίσης «εκ των ενόντων» στο πλαίσιο της ΕΕ-27</p> <p>Στήριξη των ΜΜΕ στο επίκεντρο της αναπτυξιακής στρατηγικής του ΕΣΠΑ 2007-2013</p> <p>Δυσχέρεια εφαρμογής συντονισμένων πολιτικών περιορισμού των διοικητικών επιβαρύνσεων στις ΜΜΕ (γραφειοκρατία, ρυθμιστικό περιβάλλον)</p>	<p>αντίκτυπος της διεθνούς χρηματοπιστωτικής κρίσης στην ελληνική οικονομία.</p> <p>Στέρεες βάσεις του εγχώριου τραπεζικού συστήματος</p> <p>Ασταθές μακρο-οικονομικό περιβάλλον</p> <p>Αυξημένος ανταγωνισμός μεταξύ των ΜΜΕ</p> <p>Χαμηλός βαθμός ανταγωνιστικότητας και εξωστρέφειας των ΜΜΕ</p> <p>«Ρηχός χαρακτήρας» επιχειρηματικότητας (προσανατολισμένη στην τελική κατανάλωση, ειδικότερα στην κάλυψη μαζικών, ανειδίκευτων αναγκών)</p>	<p>σε πρωτοβουλίες ανάπτυξης και ενσωμάτωσης της Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης των ΜΜΕ</p> <p>Υστέρηση στην ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών / διαδικασιών στις παραγωγικές διαδικασίες των ΜΜΕ</p> <p>Έλλειψη διασύνδεσης της Ε&ΤΑ με την αγορά</p>	<p>ανεργίας</p> <p>Μειωμένη συμβολή της επιχειρηματικότητας στην απασχόληση</p> <p>Εκρηκτικές, ταξικές, κλαδικές, γεωγραφικές και λοιπές κοινωνικές ανισότητες και συγκρούσεις</p>
--	---	--	--



Κεφάλαιο 5 – Προτάσεις αντιμετώπισης

5.1 Προτάσεις – Προοπτικές

Δύο κοινότητες εκφράσεις έχουν κυριαρχήσει στη σύγχρονη δημόσια συζήτηση: σύμφωνα με την πρώτη «η κρίση ήταν αναμενόμενη». Πράγματι οι θεωρητικές αναφορές μας συνδυαζόμενες με τα σχετικά εμπειρικά δεδομένα στην αρχή της παρούσας εισήγησης αναδεικνύουν ότι η ίδια η φύση της αστικής οικονομίας οδηγεί αναπόφευκτα σε περιοδικά επαναλαμβανόμενες κρίσεις υπερπαραγωγής και υπερσυσσώρευσης κεφαλαίων. Βεβαίως αυτό δε σημαίνει μια μοιρολατρική αντιμετώπιση του φαινομένου. Αντιθέτως, η κρίση μπορεί να ήταν αναμενόμενη, αλλά ταυτόχρονα προκαλεί σοβαρότατες δυσχέρειες στις πραγματικές συνθήκες διαβίωσης και εγκυμονεί κινδύνους σε ατομικό αλλά και κοινωνικό, διεθνικό επίπεδο.

Σύμφωνα με τη δεύτερη κοινοτυπία, «η κρίση αποτελεί ευκαιρία». Επιχειρηματολογώντας σε μικροεπίπεδο, ίσως, για κάποιες μονάδες παραγωγής και οικονομικά υποκείμενα, να αποτελεί πράγματι ευκαιρία πλήρους επικράτησης έναντι των αδύνατων ανταγωνιστών. Ίσως πάλι να είναι απαραίτητο, ειδικότερα για το «επιχειρείν», να αντιμετωπίζει κανείς με μια θετική διάθεση τα χτυπήματα της οικονομικής μοίρας, ως προκλήσεις και όχι ως δυσκολίες. Όμως, κανείς δεν θα πρέπει να εθελοτυφλεί και να μην αναγνωρίζει τις πραγματικές επιπτώσεις στη μακροοικονομική και μακροκοινωνική διάσταση, ειδικότερα δε όταν πρόκειται για μια περίπτωση με ιδιαίτερες αντιξοότητες και αδυναμίες όπως αυτή της Ελλάδας, πολύ μάλιστα δε της Βόρειας – Ανατολικής Ελλάδας.

Η οικονομική θεωρία έχει αναδείξει μια σειρά από πιθανές διεξόδους:

- Γεωγραφική (και κλαδική) επέκταση
- Πιστωτική επέκταση (κρατική ή ιδιωτική)
- Τεχνητή ή προκαλούμενη «καταστροφή» της παραγωγικής βάσης
- Τεχνολογική / κοινωνική επανάσταση

Βεβαίως, οι προηγούμενες εμπειρίες και ταυτόχρονα «αμαρτίες» του διεθνούς αστικού συστήματος δεν αφήνουν και πολλά περιθώρια, παρά την τέταρτη επιλογή:

- μιας πράσινης τεχνολογικής επανάστασης,
- της υποκατάστασης της «μαζικής» ποσοτικά διευρυνόμενης από την «ποιοτική», την ποιοτικά αναπτυσσόμενη παραγωγή,
- ενός απαραίτητου κοινωνικού ριζοσπαστισμού με ραγδαία μείωση των ανισοτήτων, σε εθνική και διεθνή διάσταση,
- με περισσότερη κοινωνική δράση και λιγότερη δουλειά,

- με διεύρυνση της κοινωνικοποίησης τομέων της οικονομίας,
- με βαθιές τομές στο πολιτικό σύστημα στην κατεύθυνση της μετάβασης από την αστική-αντιπροσωπευτική στην κοινωνική-συμμετοχική δημοκρατία.

Σε αυτές τις κατευθύνσεις εστιάζονται επίσης και οι προτάσεις για τη διέξοδο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Μέσα από την αναδιάρθρωση των δομών του κράτους και της πολιτείας, μέσα από την θεσμική ενίσχυση της τοπικής αυτοδιοίκησης περνά και η ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της κάθε περιοχής, η διάνοιξη νέων δρόμων δραστηριοποίησης για τις ΜΜΕ της ελληνικής περιφέρειας.

Η σημερινή εποχή αναδεικνύει για τη διεθνή, αλλά ακόμη περισσότερο για την ελληνική οικονομία, την ανάγκη μιας τολμηρής κοινωνικής και οικονομικής πολιτικής, ενός ριζοσπαστικού ρεαλισμού. Μιας πολιτικής που θα τολμά, μέσα από υλοποιήσιμες, συγκεκριμένες προτάσεις, την ανατροπή της νεοσυντηρητικής, οικονομίστικης λογικής:

- Απέναντι στην ξεπερασμένη θεωρία των «αντικειμενικών μηχανισμών αυτορρύθμισης», η ελληνική κοινωνία πρέπει να αντιτάξει της επιλογή της «πράσινης» ανάπτυξης που ανοίγει νέους ορίζοντες επενδυτικών δραστηριοτήτων – μεγάλης αλλά και μεσαίας / μικρής κλίμακας.
- Ειδικότερα στην περίπτωση της ελληνικής οικονομίας που λόγω αντικειμενικών χαρακτηριστικών της αδυνατεί να αναπτύξει οικονομίες κλίμακας, η έννοια της «μαζικής», αποκλειστικά και μόνο ποσοτικής ανάπτυξης μπορεί και πρέπει να υποκατασταθεί από την «ποιοτική», την ποιοτικά αναπτυσσόμενη παραγωγή. Πιστοποίηση και κατοχύρωση ονομασίας, ενίσχυση παραγωγικών δραστηριοτήτων που αυξάνουν την υπεραξία των προϊόντων της ελληνικής υπαίθρου και της ελληνικής μεταποίησης, προώθηση του εξειδικευμένου, θεματικά προσδιορισμένου, ποιοτικού τουρισμού, σε αντίθεση με τον παραλογισμό της μπετονοποίησης των παραλιών μας και την πλήρη απαξίωση του φυσικού και πολιτισμικού κεφαλαίου της χώρας.
- Ενίσχυση της αποτελεσματικότητας του «κοινωνικού κράτους» - οι νέες τεχνολογίες καθιστούν πλέον απολύτως εφικτή την αποτελεσματική διαχείριση των κοινωνικών αγαθών και το ξεπέρασμα των παθογενειών του ελληνικού δημοσίου. Ένα δίκαιο, απλούστερο και ταυτόχρονα πιο αποτελεσματικό φορολογικό σύστημα, όπως και μια εξυγίανση των δημοσιονομικών δαπανών προς αποφυγή των αναίτιων επικαλύψεων και της πρωτοφανούς κατασπατάλησης, πλέον, δεν είναι απλώς ευκαίριο, αλλά τεχνολογικά και μεθοδολογικά εφικτό – αρκεί η ειλικρινής

πολιτική βούληση. Άλλωστε, η επέκταση ενός αποτελεσματικού «κοινωνικού κράτους», εκτός του ότι συμβάλει άμεσα στην ποιότητα ζωής των πολιτών, ενισχύει σημαντικά την ανάπτυξη του ανθρωπίνου δυναμικού, με προφανείς θετικές συνέπειες στην ανταγωνιστικότητα και στην ανάπτυξη της οικονομίας μας.

Στο πλαίσιο της έξαρσης της συστημικής κρίσης του διεθνούς οικονομικού γίγνεσθαι, η ελληνική κοινωνία διψά για ένα ριζοσπαστικό, ρεαλιστικό όραμα. Η Ελλάδα του σήμερα, οι νεότερες γενιές, οι εργαζόμενοι και οι «παραγωγοί» της χώρας, βιώνουν την κορύφωση μιας κρίσης θεσμών και αξιών. Συγκροτούν μια πλατιά κοινωνική πλειοψηφία που αντιλαμβάνεται την ουσιαστική κοινωνική αλλαγή ως μονόδρομο. Η εφαρμογή μιας πολιτικής ίσων ευκαιριών και γενναίας μείωσης των ραγδαίως διευρυμένων ανισοτήτων, η προώθηση πρακτικών διατηρήσιμης ανάπτυξης και όχι αμετροεπούς μεγέθυνσης, η σταδιακή μετεξέλιξη από την αστική-αντιπροσωπευτική στην κοινωνική-συμμετοχική δημοκρατία δεν αποτελεί απλώς μια ρεαλιστική αντιπρόταση. Πολύ περισσότερο είναι κοινωνική απαίτηση.

Η διέξοδος λοιπόν από την κρίση αφορά μια συνολική προσπάθεια, επιχειρήσεων, κράτους και καταναλωτών που στόχο θα έχει την ανάπτυξη και τον υγιή ανταγωνισμό μέσα σε ένα καθεστώς που θα βλέπει τον άνθρωπο και όχι μόνο το κέρδος και την εφήμερη διεκπεραίωση των προβλημάτων που προκύπτουν. Στόχο θα έχει την επανατοποθέτηση του κράτους έναντι των επιχειρήσεων και ιδιαίτερα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων αφού αφορούν το κορμό της Ελληνικής Οικονομίας, καθώς και την χάραξη πολιτικής που θα βοηθά την ανάπτυξη και θα δίνει αέρα σε κάθε νέα επιχειρηματική πρόταση.

Συμπεράσματα

Η διεθνής οικονομική κρίση βρήκε την ελληνική οικονομία σε μια ιδιαίτερα δύσκολη περίοδο. Τα σοβαρά διαρθρωτικά προβλήματα της παραγωγικής μας βάσης, τα υψηλά ελλείμματα του δημόσιου τομέα, το αρνητικό ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, η γραφειοκρατία του δημόσιου τομέα κλπ. επιβάρυναν την σταδιακή της ελληνικής οικονομίας στην διεθνή κρίση. Το κράμα της κρίσης αυτής, έχει αρχίσει να πλήττει και τον εγχώριο παραγωγικό κορμό.

Οι επιχειρήσεις, μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα βρέθηκαν σε ένα νέο, αρνητικό περιβάλλον, με τα χαρακτηριστικά των αγορών να ανατρέπονται ριζικά, τις πιέσεις να εντείνονται και την αβεβαιότητα να κυριαρχεί. Εξαιρέση αποτελούν οι επιχειρήσεις εκείνες, που έχουν άμεση ή έμμεση σχέση με τον κατασκευαστικό κλάδο, οι οποίες βρέθηκαν σε καταστάσεις πίεσης της ζήτησής τους πριν και από το 2008.

Τα κυριότερα προβλήματα όπως έχουν αποτυπωθεί μέσα από τις μέχρι σήμερα επαφές μας είναι :

1- Κυρίαρχο πρόβλημα για όλες τις κατηγορίες των επιχειρήσεων είναι η μείωση της ζήτησης στην εσωτερική και διεθνή αγορά.

2- Σημαντικό επίσης πρόβλημα είναι η αύξηση των ακάλυπτων επιταγών, οι οποίες για τις επιχειρήσεις δεν περιορίζονται στο μέγεθος των επιταγών που σφραγίζονται και το οποίο είναι ούτως ή άλλως οδυνηρό, αλλά επεκτείνεται και στις επιταγές εκείνες που όταν διαπιστώνεται ότι είναι ακάλυπτες αντικαθίστανται με νέες, με την ελπίδα, ότι κάποια στιγμή θα καλυφθούν.

Το μέγεθος των αντικαθιστάμενων επιταγών εκτιμάται ότι προσεγγίζει το μέγεθος των καταγεγραμμένων ως οριστικά ακάλυπτων. Ειδικά αυτό το στοιχείο, πέραν των άμεσων προβλημάτων που προκαλεί στις επιχειρήσεις διαταράσσει σοβαρά την παράμετρο της εμπιστοσύνης στην αγορά και τις συναλλαγές και μεγαλώνει ακόμη περισσότερο το ήδη μεγάλο πρόβλημα του περιορισμού της εσωτερικής ζήτησης.

Αν μάλιστα στην εικόνα αυτή συνυπολογιστεί και το γεγονός ότι ένα ποσοστό των επιχειρήσεων διαπιστώνει αδυναμία των πελατών του να ανταποκριθεί στις υποχρεώσεις του τότε η κατάσταση μοιάζει να εξελίσσεται ως μη ελεγχόμενη.

3- Η μεγάλη αβεβαιότητα που υπάρχει επιτείνει ακόμη περισσότερο την αδυναμία των επιχειρήσεων να εξυπηρετήσουν τα προγράμματά τους λόγω προβλημάτων πρόσβασης σε ικανοποιητική χρηματοδότηση μέσω

του χρηματοπιστωτικού συστήματος. Η αιφνίδια περιστολή της χρηματοδότησης είναι πολύ μεγαλύτερο πρόβλημα – το οποίο οδηγεί σε καταστάσεις ασφυξίας – από το κόστος της χρηματοδότησης.

Ήδη, σε έναν μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων έχουν περιοριστεί οι χρηματοδοτήσεις τρεχουσών συμβάσεων και έχουν αναθεωρηθεί προς τα πάνω, ενώ οι δανειοδοτήσεις γίνονται με εξαιρετικά επιλεκτικό τρόπο.

Επίσης, για μία ομάδα επιχειρήσεων με εξαγωγική δραστηριότητα, η οποία μέχρι πρότινος θα μπορούσε να θεωρηθεί προνομιούχα εξ αιτίας της δυνατότητάς της να αξιοποιεί περισσότερες αγορές, σήμερα εισπράττει πιέσεις από τις αγορές αυτές.

Οι επιχειρήσεις σήμερα βιώνουν μία πρωτόγνωρη αβεβαιότητα λόγω της έλλειψης ζήτησης, ρευστότητας και εμπιστοσύνης.

Συμπερασματικά θα έλεγε κάνεις ότι :

-Βασικό στοιχείο της αγοράς σήμερα είναι πως η εμπιστοσύνη έχει αρχίσει να αλλοιώνεται σοβαρά, με δεδομένο ότι τόσο οι ακάλυπτες επιταγές όσο και η μη ανταπόκριση των πελατών των επιχειρήσεων στις υποχρεώσεις τους στρεβλώνουν το περιβάλλον και τους όρους των συναλλαγών. Η κατάσταση αυτή επιτείνει την αβεβαιότητα και περιορίζει ακόμη περισσότερο τις συναλλαγές.

- Η πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότησης έχει καταστεί ιδιαίτερα δύσκολη υπόθεση, αφού πλέον το πιστωτικό σύστημα περιορίζεται σε επιλεκτικές χρηματοδοτήσεις, δημιουργώντας συνθήκες, ακόμη και ασφυξίας στις επιχειρήσεις και στην αγορά.

- Η πλήρης απαισιοδοξία των επιχειρήσεων διατυπώνεται σε όλα τα επίπεδα σχετικά με την ένταση της κρίσης στο αμέσως επόμενο διάστημα, την οποία θεωρούν ότι θα ενταθεί ακόμη περισσότερο απ ότι είναι σήμερα.

Αξιοσημείωτο είναι ότι η πλειοψηφία των μεγάλων επιχειρήσεων δεν επιλέγουν λύσεις που αφορούν σε μείωση του προσωπικού τους. Αντίθετα, προκρίνουν λύσεις, οι οποίες, υποβοηθούν την διατήρηση των θέσεων απασχόλησης, μέσω της ελαστικοποίησης των εργασιακών σχέσεων. Η επιλογή τους αυτή, παρά τις δυσμενείς συνθήκες, που επικρατούν υπογραμμίζει το γεγονός ότι αντιμετωπίζουν τα γεγονότα με νηφαλιότητα και ψυχραιμία διαισθανόμενες παράλληλα την κοινωνική ευθύνη τους, έστω και αν ήδη έχουν αρχίσει να δοκιμάζονται σοβαρά οι αντοχές τους.

Βιβλιογραφία

1. Πανηγυράκης Γ., 2001, «Σύγχρονη ιοικητική ημοσίων Σχέσεων», Εκδόσεις Μπένου, Αθήνα
2. Σαρμανιώτης Χ., Μ.Β.Α., Ερ., 2006, «Εφαρμογές Μάρκετινγκ με ηλεκτρονικούς υπολογιστές», Θεσσαλονίκη
3. Σφακιανάκης Μ.Κ, 1998, «ιοικητική κρίσεων», Εκδόσεις Έλλην, Αθήνα
4. Σωσσίδου Ε.Ν. και Ψευτογιάννη Ε., 2007, «Μεθοδολογία Έρευνας & Στατιστική με τη χρήση του SPSS 13.0 for Windows», Θεσσαλονίκη
5. Τηλικίδου – Στογιάννη Ι., Ph.D, 2004 «Η έρευνα του μάρκετινγκ», Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα, Αθήνα
6. EUROBANK, «Διεθνής χρηματοοικονομική κρίση 2007-2008 & οικονομικές επιπτώσεις».
7. ING Investment Management Europe B.V
8. Γεώργιος Κουφάρης, «Η παγκόσμια οικονομική κρίση και οι χρηματιστηριακές αγορές ».
9. Γεώργιος Μπακατσιάκος, «Παγκόσμια οικονομική κρίση, ευρωπαϊκή ένωση και Ελλάδα».
10. Γεώργιος Προβόπουλος, «Οι δύο παγκόσμιες κρίσεις και η ελληνική οικονομία».
11. Γεώργιος Χ. Παπασωτηρίου, «Η κρίση».
12. Γεώργιος Χρηστίδης, «Οι οικονομικές κρίσεις που συγκλόνισαν τον κόσμο».
13. Ελληνικό Ίδρυμα Ευρωπαϊκής και Εξωτερικής, «Αντιμετωπίζοντας την οικονομική κρίση».
14. Θεόδωρος Σταματόπουλος – Ελευθέριος Θαλασσινός, «Διεθνή οικονομικά».
15. Κέντρο Προστασίας Καταναλωτή, «διεθνής οικονομική κρίση: Η άποψη των Καταναλωτών».
16. Κώστας Αγοραστός, «Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα».
17. NET, «Η κρίση χτυπάει και το Ντουμπάι».
18. Σεραφείμ Κωνσταντινίδης, «Οι επιπτώσεις της χρηματιστηριακής κρίσης».
19. Σωτήρης Θεοδωρόπουλος, «Εξελίξεις και προοπτικές της ευρωπαϊκής οικονομίας».
20. Υπουργείο Οικονομικών, «Οικονομικές εξελίξεις του 2009 και προοπτικές για το 2010».
21. Χρήστος Α. Ιωάννου, «Μαθήματα από την Ιρλανδία»