

# “Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ Η ΕΠΙΡΡΟΗ ΤΗΣ ΣΤΙΣ ΜΜΕ”

ΠΑΤΡΑ 2015



**ΡΑΔΗΣ ΑΡΗΣ**

**ΚΑΠΛΑΝΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ**

**ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:**

**ΑΔΑΜΟΠΟΥΛΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ**

## **ΠΕΡΙΛΗΨΗ**

Στη μελέτη αυτή, αποφασίσαμε να ασχοληθούμε με ένα θέμα το οποίο παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον: τη σημερινή κατάσταση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ).

Αρχικά, ξεκινάμε με την παρουσίαση βασικών εννοιών, όπως η έννοια της "επιχείρησης". Παράλληλα, γίνεται διάκριση των επιχειρήσεων με βάση τον κλάδο δραστηριότητά τους, τη νομική τους μορφή αλλά και το μέγεθός τους. Έχοντας διακρίνει τις επιχειρήσεις σε μεγάλες και μικρομεσαίες, προχωράμε στην ανάλυση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ), παραθέτοντας επίσης τους ανάλογους ορισμούς, τα πλεονεκτήματά τους, τα μειονεκτήματα, τον κύκλο ζωής τους, την οργάνωσή τους, το περιβάλλον τους. Τέλος, παρουσιάζεται η σημασία των ΜΜΕ για την ελληνική οικονομία. Παρατίθενται στατιστικά στοιχεία για τις ελληνικές ΜΜΕ, κίνητρα ανάπτυξης, επενδυτικά προγράμματα για αυτές αλλά και στοιχεία για τη φορολόγησή τους και την πορεία τους κατά τη διάρκεια της οικονομικής κρίσης.

Στη συνέχεια, παρουσιάζουμε μελέτη περίπτωσης για μια από τις σημαντικότερες και μεγαλύτερες ΜΜΕ που δραστηριοποιείται στο νομό Πρεβέζης, τη Βιομηχανία Κρέατος Ηλείας (ΒΙ.Κ.Η). Αναλύεται η φιλοσοφία της επιχείρησης, οι κτιριακές εγκαταστάσεις, το εργατικό της δυναμικό, τα προϊόντα παραγωγής και το δίκτυο διανομής, η πολιτική ποιότητας που ακολουθεί και τα οικονομικά της στοιχεία. Επίσης, γίνεται μια δεύτερη μελέτη περίπτωσης για την εταιρεία εν ονόματι "Όλυμπιακή ΑΒΕ Χελιού και Σολομού", θυγατρική εταιρεία της Ολλανδικής εταιρείας Forpen Paling en Zalm. Αντίστοιχα, παρουσιάζουμε την ιστορία της επιχείρησης, τα προϊόντα και το δίκτυο διανομής της, την πολιτική ποιότητας που ακολουθεί, στοιχεία για το εργατικό δυναμικό και οικονομικά δεδομένα για την πορεία της επιχείρησης.

## **ABSTRACT**

In this study, we decided to analyze a topic of great interest : the recent condition of the small and medium sized companies in the Greek rural country and especially in the prefecture of Preveza.

At first, we begin by defying basic terms, such us the term "Enterprise". Moreover, we define the types of an enterprise according to the branch of activity, the legal form and the size. Having held the distinction of firms according to their size in big, small and medium sized companies, we continue by analyzing in detail the small and medium sized companies. We present some useful definitions, the advantages and disadvantages of these types of companies, their circle of life, their organization strategy, their environment. Moreover, we analyze the importance of small and medium sized companies for the Greek economy and we present important statistics about them, motivations of growth, investment projects for them, the taxing laws and evidence about their course during the Crises.

Two Case Studies are being held in the next part of the study. We present the Case Study of the B.L.K.H factory. We outline the philosophy of the firm, the facilities of the factory, the working force, the products, the quality strategy and the financial data of the firm during the years. Furthermore, we describe the company named: "Olumpiakh A.B.E Xeliou kai Solomou", which is the affiliated company of the Dutch company Foppen Paling en Zalm. We present the company's history, the products, the distribution net, the quality strategy, the working force and financial data about the firm.

## **ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ**

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ</b> .....	6
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ</b> .....	7
1.1 Η έννοια της επιχείρησης .....	7
1.2 Διάκριση της επιχείρησης.....	8
1.2.1 Διάκριση με κριτήριο τον κλάδο δραστηριότητας της επιχείρησης.....	8
1.2.2 Διάκριση με βάση τη νομική μορφή της επιχείρησης.....	10
1.2.3 Διάκριση με βάση το μέγεθος της επιχείρησης.....	12
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 Η ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ (ΜΜΕ)</b>	
2.1 Η έννοια της ΜΜΕ .....	14
2.2 Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της ΜΜΕ .....	14
2.2.1 Πλεονεκτήματα των ΜΜΕ.....	16
2.2.2 Μειονεκτήματα των ΜΜΕ .....	18
2.3 Κύκλος ζωής της ΜΜΕ .....	20
2.4 Οργάνωση των ΜΜΕ .....	22
2.5 Το περιβάλλον των ΜΜΕ.....	25
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΑΙ ΟΙ ΜΜΕ</b>	
3.1 Οι δημοσιονομικές εξελίξεις στην Ελλάδα τη δεκαετία 2000-2010.....	30
3.1.1 Το ελληνικό χρέος .....	40
3.2 Οι ΜΜΕ στην ελληνική οικονομία .....	43
3.3 Κίνητρα και επενδυτικά προγράμματα για τις ελληνικές ΜΜΕ 2012-2013 .....	52

3.3.1 Ευρωπαϊκά προγράμματα χρηματοδότησης ΜΜΕ για περιβάλλον-ενέργεια-μεταφορές.....	53
3.3.2 Ευρωπαϊκά προγράμματα χρηματοδότησης ΜΜΕ για καινοτομία και έρευνα .....	53
3.3.3 Ευρωπαϊκά προγράμματα χρηματοδότησης ΜΜΕ τη δια βίου μάθηση.....	56
3.3.4 Ενίσχυση ΜΜΕ που δραστηριοποιούνται στους τομείς μεταποίησης-τουρισμού-εμπορίου και υπηρεσιών .....	56
3.3.5 Ενίσχυση των ΜΜΕ μέσω προγράμματος ΕΣΠΑ .....	57
3.3.6 Επενδυτικός νόμος .....	59
3.4 Η οικονομική κρίση και οι ΜΜΕ.....	62
3.5 Φορολόγηση των ΜΜΕ στην Ελλάδα .....	68
3.5.1 Ο νέος Φορολογικός Νόμος του 2013 για τις ΜΜΕ.....	70
3.5.2 Η φορολόγηση των ελληνικών ΜΜΕ εν μέσω κρίσης .....	74

#### **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΗΠΕΙΡΟ – ΒΙ.Κ.Η Α.Ε**

4.1 Γενικά .....	80
4.2 Η φιλοσοφία της επιχείρησης.....	81
4.3 Οι κτιριακές εγκαταστάσεις .....	82
4.4 Το εργατικό δυναμικό .....	83
4.5 Τα προϊόντα και το δίκτυο διανομής.....	86
4.6 Ο Όμιλος.....	88
4.7 Πολιτική ποιότητας .....	90
4.8 Οικονομικά στοιχεία ΒΙ.Κ.Η.....	92

**ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ «ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΑΒΕ ΧΕΛΙΟΥ ΚΑΙ ΣΟΛΟΜΟΥ»**

5.1 Γενικά-Ιστορική αναδρομή .....	96
5.2 Τα Προϊόντα και το δίκτυο διανομής .....	98
5.3 Πολιτική ποιότητας .....	101
5.4 Το εργατικό δυναμικό .....	102
5.5 Οικονομικά στοιχεία.....	104
5.6 Ανακεφαλαίωση- Συμπεράσματα Ολυμπιακής Α.Β.Ε Χελιού και Σολομού..	111
5.7 Συγκριτικά συμπεράσματα από τις Μελέτες Περιπτώσεων των επιχειρήσεων ΒΙ.Κ.Η – Ολυμπιακή Α.Β.Ε Χελιού και Σολομού .....	114
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	115
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	116

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Στα μέσα του προηγούμενου αιώνα, οι οικονομολόγοι προέβλεπαν την επικράτηση των μεγάλων επιχειρήσεων. Πράγματι, στη δεκαετία του 1960 και 1970, οι μεγάλες επιχειρήσεις κυριαρχούσαν στην οικονομία πανευρωπαϊκά. Από τότε και μετά, η κατάσταση αυτή άρχισε να αντιστρέφεται.

Στην ελληνική επικράτεια ιστορικά οι μικρές επιχειρήσεις πάντα κατείχαν το μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς. Οι ΜΜΕ αποτελούν το 90% των ελληνικών επιχειρήσεων και είναι ο κύριος μοχλός ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας.

Στη μελέτη μας, θα προσπαθήσουμε να παρουσιάσουμε τη θέση που κατέχουν οι μικρές και οι μεσαίες επιχειρήσεις στην ελληνική περιφέρεια. Στόχος μας αποτελεί η ανάλυση της κατάστασης στην οποία βρίσκονται όσον αφορά το εργατικό δυναμικό, τη φορολόγησή τους, τη βιωσιμότητά τους και ο προσδιορισμός των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν. Βέβαια, στη σημερινή ελληνική πραγματικότητα, όπου επικρατεί οικονομική κρίση με κύρια χαρακτηριστικά τη λιτότητα, την ανεργία και την οικονομική ύφεση, είναι δύσκολο να αναπτυχθούν νέες ΜΜΕ στην περιφέρεια. Ένας από τους σκοπούς της μελέτης είναι να προτείνουμε τρόπους ανάπτυξης των ΜΜΕ σε περίοδο οικονομική κρίσης.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

### 1.1 Η Έννοια της επιχείρησης

Με τον όρο επιχείρηση εκφράζουμε την οικονομική μονάδα στην οποία συνδυάζονται οι συντελεστές παραγωγής, δηλαδή το έδαφος, η εργασία και το κεφάλαιο με σκοπό την παραγωγή αγαθών αλλά και την παροχή υπηρεσιών. Ένας άλλος ορισμός αναφέρει ότι: *Επιχείρηση είναι μια ομάδα ανθρώπων, η οποία αξιοποιεί μια επιχειρηματική ευκαιρία, διαχειρίζεται μέσα πόρους και χρόνο, χρησιμοποιεί το management για να δημιουργήσει προϊόντα ή υπηρεσίες, για να ικανοποιήσει κάποια ή κάποιες ανάγκες και να επιτύχει ένα οικονομικό αποτέλεσμα<sup>1</sup>*. Με απλά λόγια, η επιχείρηση ικανοποιεί ανάγκες ανθρώπων, δηλαδή βρίσκει αποτελεσματικές λύσεις στα προβλήματά τους. Οι επιχειρήσεις δημιουργούνται είτε από έμπνευση, είτε από απόγνωση. Δημιουργούνται είτε επειδή κάποιος αντιλαμβάνεται μια επιχειρηματική ευκαιρία, είτε επειδή ευρισκόμενος σε δεινή θέση πρέπει οπωσδήποτε κάτι να κάνει για να επιζήσει.

Τα βασικά χαρακτηριστικά της επιχείρησης είναι τα παρακάτω:

- Ø **Η εφαρμογή της οικονομικής αρχής.** Η επιχείρηση ως οικονομικός οργανισμός επιδιώκει το μεγαλύτερο δυνατό αποτέλεσμα με την πραγματοποίηση της μικρότερης δυνατής θυσίας.
- Ø **Η μεγιστοποίηση του κέρδους.** Δεύτερο χαρακτηριστικό της επιχείρησης αποτελεί η προσπάθεια μεγιστοποίησης του κέρδους, δηλαδή το πλεόνασμα των επιτεύξεων που προέρχονται από την επιχειρηματική δραστηριότητα, έναντι των αντιστοίχων θυσιών.
- Ø **Ο επιχειρηματικός κίνδυνος.** Επιχειρηματικός κίνδυνος είναι η αβεβαιότητα για το αποτέλεσμα της επιχειρηματικής δράσης.
- Ø **Η περιουσιακή αυτοτέλεια.** Η επιχείρηση έχει στη διάθεσή της κα θέτει σε κίνηση για την πραγματοποίηση των στόχων της, ορισμένες ποσότητες περιουσιακών στοιχείων όπως χρημάτων, εξοπλισμού και διαφόρων υλικών.
- Ø **Η οργανωτική δομή.** Για την επίτευξη των σκοπών της επιχείρησης απαιτείται κατάστρωση και εφαρμογή κατάλληλου οργανωτικού σχεδίου κατανομής των υλικών και των χρηματικών μέσων.

---

<sup>1</sup> Carlson (1982), *Building Effective Decision Support Systems*. NJ: Prentice Hall.



## 1.2 Διάκριση επιχείρησης

### 1.2.1 Διάκριση με κριτήριο τον κλάδο δραστηριότητας της επιχείρησης

Με κριτήριο τον κλάδο δραστηριότητας μπορούμε να διακρίνουμε τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις ως εξής (Πίνακας 1.1):

- Ø **Επιχειρήσεις του πρωτογενούς τομέα παραγωγής.** Σε αυτές περιλαμβάνονται οι μεταλλευτικές, οι γεωργικές, οι αλιευτικές, οι κτηνοτροφικές επιχειρήσεις. Τα προϊόντα των επιχειρήσεων αυτών χρησιμοποιούνται είτε ως πρώτη ύλη από άλλες επιχειρήσεις ή καταναλώνονται όπως έχουν από τον άνθρωπο.
- Ø **Επιχειρήσεις του δευτερογενούς τομέα.** Σε αυτές ανήκουν οι επιχειρήσεις εκείνες, οι οποίες με την επεξεργασία και την κατεργασία πρώτων υλών, αποβλέπουν στην παραγωγή προϊόντων. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν οι βιομηχανικές, οι βιοτεχνικές, οι ενεργειακές και οι κατασκευαστικές επιχειρήσεις.
- Ø **Επιχειρήσεις του τριτογενούς τομέα.** Σε αυτόν τον τομέα ανήκουν οι εμπορικές επιχειρήσεις, οι τραπεζικές, οι ασφαλιστικές και οι μεταφορικές επιχειρήσεις, οι οποίες επιδιώκουν την κυκλοφορία των παραγόμενων αγαθών και διευκολύνουν την παροχή υπηρεσιών πάσης φύσης.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> [Χαράλαμπος Κ. Κανελλόπουλος](#), (2005), *Διοίκηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων και επιχειρηματικότητα*, εκδόσεις Σταμούλη.

ΤΟΜΕΑΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ	ΚΛΑΔΟΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ
Πρωτογενής Παραγωγή	Γεωργία, Κτηνοτροφία, Θήρα και Δασοκομία Αλιεία
Δευτερογενής Παραγωγή	Ορυχεία και Λατομεία Μεταποιητικές Βιομηχανίες Παροχή Ηλεκτρικού Ρεύματος Φυσικού Αερίου και Νερού Κατασκευές
Τριτογενής Παραγωγή	Εμπόριο και Επισκευές Ξενοδοχεία και Εστιατόρια Μεταφορές - Αποθήκευση και Επικοινωνίες Ενδιάμεσοι Χρηματοπιστωτικοί Οργανισμοί Διαχείριση Ακίνητης Περιουσίας, Εκμισθώσεις Πληροφορική και Έρευνα Δημόσια Διοίκηση και Άμυνα Εκπαίδευση Υγεία και Κοινωνική Μέριμνα Άλλες δραστηριότητες Παροχής Υπηρεσιών Νοικοκυριά που απασχολούν οικιακό προσωπικό Ετερόδοκοι Οργανισμοί και Όργανα

**Πίνακας 1.1:** τομείς παραγωγής επιχειρήσεων

## 1.2.2 Διάκριση με βάση τη νομική μορφή της επιχείρησης

Κάθε επιχείρηση είναι υποχρεωμένη να λάβει μια νομική μορφή, η οποία εκφράζει τα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις των ιδιοκτητών της. Υπάρχουν δύο μεγάλες κατηγορίες επιχειρήσεων. Οι **προσωπικές εταιρείες** και οι **κεφαλαιουχικές**. Οι κατηγορίες αυτές χωρίζονται σε υποκατηγορίες και έτσι φτάνουμε στις πέντε νομικές μορφές εταιρειών: η Ατομική επιχείρηση, η Ομόρρυθμη Εταιρεία (ΟΕ), η Ετερόρρυθμη Εταιρεία (ΕΕ), η Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ) και η Ανώνυμη Εταιρεία (ΑΕ).<sup>3</sup>

### 1. Προσωπικές Εταιρείες:

- Ø **Η Ατομική επιχείρηση** δεν περιλαμβάνει εταίρους, αλλά ανήκει σε ένα αποκλειστικά άτομο, το οποίο μπορεί να εργάζεται μόνο του, ή και να απασχολεί υπαλλήλους. Το κύριο πλεονέκτημα της Ατομικής Επιχείρησης είναι ότι αποτελεί μία εξαιρετικά ευέλικτη μορφή επιχειρηματικής δραστηριότητας, καθώς ο επιχειρηματίας είναι σε θέση να ελέγχει κάθε τομέα της επιχείρησής του, να παίρνει ανεμπόδιστα αποφάσεις για το μέλλον της και να δρα γρήγορα και αποτελεσματικά. Τα μειονεκτήματα της Ατομικής Επιχείρησης αρχίζουν να φαίνονται όταν οι δραστηριότητες της επιχείρησης διευρύνονται, και οι αρμοδιότητες του επιχειρηματία απαιτούν όλο και περισσότερο χρόνο.
  
- Ø **Η Ομόρρυθμη Εταιρεία** ανήκει σε δύο ή περισσότερους εταίρους καθένας από τους οποίους συνεισφέρει τμήμα του συνολικού κεφαλαίου της εταιρείας (μερίδιο). Τα μερίδια μπορεί να είναι ίσα ή άνισα μεταξύ τους. Όμως, όλοι οι εταίροι, ανεξαρτήτως μεριδίου, έχουν απεριόριστη ευθύνη για τις υποχρεώσεις της εταιρείας, ευθύνη που δεν περιορίζεται στο μερίδιο που έχουν συνεισφέρει, αλλά περιλαμβάνει και την ατομική περιουσία των εταίρων.
  
- Ø **Η Ετερόρρυθμη Εταιρεία** ανήκει σε ιδιοκτήτες με διαφορετικά δικαιώματα και ευθύνες. Ένας ή περισσότεροι εταίροι έχουν δικαίωμα διαχείρισης και εκπροσώπησης της Ετερόρρυθμης Εταιρείας και ταυτόχρονα, την πλήρη και απεριόριστη ευθύνη για τις υποχρεώσεις της εταιρείας (ομόρρυθμοι εταίροι). Υπάρχουν όμως και ένας ή

---

<sup>3</sup> Αρχές οικονομίας, σχολικό βιβλίο Α λυκείου, σελ. 12-14.

περισσότεροι εταίροι, οι οποίοι ευθύνονται μόνο για το μέγεθος της συνεισφοράς τους στην εταιρεία (ετερόρρυθμοι εταίροι). Οι ετερόρρυθμοι εταίροι δεν έχουν δικαίωμα εκπροσώπησης ή διαχείρισης της εταιρείας.

## **2. Κεφαλαιουχικές Εταιρείες:**

- Ø Η **Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης** ανήκει σε εταίρους καθέννας από τους οποίους ευθύνεται μόνο για το μερίδιο που έχει εισφέρει στην εταιρεία. Το συνολικό κεφάλαιο της εταιρείας αποτελείται από ίσα εταιρικά μερίδια, τα οποία μοιράζονται στους εταίρους κατ' αναλογία προς τη συνεισφορά καθενός. Τα εταιρικά μερίδια των εταιρειών περιορισμένης ευθύνης δε μετατρέπονται σε μετοχές, αλλά μπορούν να μεταβιβαστούν (να πουληθούν, να κληροδοτηθούν ή να δωριστούν) από τον έναν εταίρο προς άλλους εταίρους ή τρίτους. Για τη μεταβίβαση του μεριδίου ή μεριδίων συνήθως χρειάζεται η σύμφωνη γνώμη των λοιπών εταίρων.
- Ø Η **Ανώνυμη Εταιρεία** είναι η καθαρά κεφαλαιουχική εταιρία, ένα αυτοτελές νομικό πρόσωπο που δεν εξαρτάται από τη σύσταση και την κατάσταση των μετόχων της. Διοικείται από Διοικητικό Συμβούλιο, τα μέλη του οποίου δεν είναι απαραίτητως μέτοχοι της επιχείρησης. Και στην περίπτωση της ΑΕ, για τα χρέη της εταιρίας δεν ευθύνονται οι μέτοχοί της ως φυσικά πρόσωπα, αλλά η ίδια η εταιρία, με το μετοχικό της κεφάλαιο. Οι μέτοχοι ευθύνονται μόνο για το ποσοστό της εισφοράς τους, δηλαδή για τον αριθμό των μετοχών που έχει στην κατοχή του. Ο αριθμός των μετοχών του κάθε μετόχου είναι κι αυτός που καθορίζει τη σημασία της ψήφου του στη συνέλευση των μετόχων.

### 1.2.3 Διάκριση με βάση το μέγεθος της επιχείρησης.

Οι επιχειρήσεις με κριτήριο το μέγεθος κατατάσσονται σε δύο μεγάλες κατηγορίες: **μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις** (Πίνακας 1.2), ενώ στην καθημερινή πρακτική χρησιμοποιείται και μια τρίτη κατηγορία των μεσαίων επιχειρήσεων. Μια σαφής οριοθέτηση μεταξύ των κατηγοριών αυτών είναι δύσκολη δεδομένου ότι τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό του μεγέθους είναι συμβατικά και ποικίλουν ανά περίπτωση. Σύμφωνα με την ταξινόμηση της Ε.Ε το μέγεθος ορίζεται διαφορετικά σε κάθε κλάδο και προκύπτει από έναν συνδυασμό κριτηρίων. Τα κριτήρια αυτά είναι:

- Ο αριθμός των απασχολούμενων
- Το μέγεθος του απασχολούμενου κεφαλαίου
- Ο κύκλος εργασιών
- Το παραγωγικό δυναμικό
- Η έκταση του χρησιμοποιούμενου εδάφους
- Τεχνικής φύσεως κριτήρια (ιπποδύναμη μηχανημάτων, ηλεκτρική ενέργεια που καταναλώνεται)

Όσον αφορά τις επιχειρήσεις εκτός των μεγάλων, σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή καθορίζονται κάποιοι τύποι **Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων** και τα αντίστοιχα όριά τους ([σύσταση 2003/361 της ΕΕ](#)). Αναλυτικά οι Μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι οι:

- Ø **Επιχειρήσεις Μεσαίου Μεγέθους:** Οι επιχειρήσεις αυτές απασχολούν από 50 έως 250 εργαζόμενους πλήρους απασχόλησης, που εργάστηκαν διαρκώς επί ένα έτος, έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 50 εκατομμύρια ευρώ ή η αξία του συνολικού ενεργητικού δεν υπερβαίνει τα 43 εκατομμύρια ευρώ.
- Ø **Επιχειρήσεις Μικρού Μεγέθους:** Οι επιχειρήσεις αυτές είναι αυτές που απασχολούν λιγότερους από 50 εργαζόμενους και της οποίας ο ετήσιος κύκλος εργασιών ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 10 εκατομμύρια ευρώ.
- Ø **Επιχειρήσεις Πολύ Μικρού Μεγέθους:** Ως πολύ μικρή επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση που απασχολεί λιγότερους από 10 εργαζόμενους και της οποίας ο ετήσιος κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει τα 2 εκατομμύρια ευρώ.

Τύποι Επιχειρήσεων			
	Αριθμός εργαζόμενων	Ετήσιος κύκλος εργασιών	Ισολογισμός
<b>Επιχειρήσεις Μεγάλου Μεγέθους</b>	> 250	> 50.000.000 €	>43.000.000
<b>Επιχειρήσεις Μεσαίου Μεγέθους</b>	50-250	< 50.000.000 €	<43.000.000
<b>Επιχειρήσεις Μικρού Μεγέθους</b>	<b>ΜΜΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ</b>	< 50	< 10.000.000 €
<b>Επιχειρήσεις Πολύ Μικρού Μεγέθους</b>		< 10	< 2.000.000 €
			< 10.000.000

**Πίνακας 1.2:** τύποι επιχειρήσεων με κριτήριο το μέγεθος

Ο ορισμός των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων δεν είναι δεσμευτικός παρά μόνο όσο αφορά ορισμένους τομείς, όπως οι κρατικές ενισχύσεις, η χρηματοδότηση μέσω των διαρθρωτικών ταμείων ή τα κοινοτικά προγράμματα και ιδιαίτερα το πρόγραμμα-πλαίσιο για την έρευνα και την τεχνολογική ανάπτυξη. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενθαρρύνει ωστόσο τα Κράτη-Μέλη, την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων να κάνουν χρήση του ορισμού αυτού ως σημείο αναφοράς.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ

### 2.1 Η έννοια της Μικρομεσαίας επιχείρησης

Αρχικά κρίνεται απαραίτητο να παρατηρήσουμε ότι από εδώ και στο εξής ο όρος « Μικρομεσαία επιχείρηση » θα συναντάται με τη συντομογραφία του ως « ΜΜΕ ». Στο ερώτημα πως ορίζονται οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, η απάντηση είναι «εξαρτάται» από πολλούς παράγοντες. Οι πιο προφανείς από αυτούς είναι ο κλάδος και η αγορά όπου δραστηριοποιείται η εκάστοτε επιχείρηση καθώς επίσης και χρόνος. Έτσι, μία μικρομεσαία επιχείρηση στην αγορά των Ηνωμένων Πολιτειών, στον κλάδο της αρτοποιηχανίας, μπορεί να θεωρείται μεγάλη στο αντίστοιχο κλάδο της αγοράς της Γαλλίας. Επιπλέον, με την πάροδο του χρόνου διαμορφώνονται διαφορετικές αντιλήψεις σχετικά για το μικρό, το μεσαίο, το μεγάλο <sup>4</sup>.

Η πρώτη ουσιαστική προσπάθεια αντιμετώπισης του προβλήματος αυτού έγινε από την Επιτροπή του Bolton <sup>5</sup> θεσπίζοντας δυο ορισμούς για τις μικρομεσαίες, τον «οικονομικό» και τον «στατιστικό». Ο οικονομικός ορισμός θεωρεί μικρές τις επιχειρήσεις εκείνες που ικανοποιούν τα παρακάτω τρία κριτήρια:

- Ø Έχουν ένα σχετικά μικρό μερίδιο της αγοράς στην οποία δραστηριοποιούνται.
- Ø Η διοίκηση τους γίνεται από τους ιδιοκτήτες ή τους συνιδιοκτήτες τους και φυσικά
- Ø δεν υπάρχει διαμορφωμένη διοικητική δομή.
- Ø Είναι ανεξάρτητες με την έννοια ότι δεν αποτελούν κομμάτι μιας μεγάλης εταιρείας.

Δεδομένου του οικονομικού ορισμού, η επιτροπή του Bolton επινόησε και τον «στατιστικό» ορισμό, ο οποίος δημιουργήθηκε για τρεις κύριους σκοπούς. Ο πρώτος ήταν για να ορίσει την ποσότητα που προσφέρει η κάθε ΜΜΕ στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν (ΑΕΠ), στην εύρεση θέσεων εργασίας, στις εξαγωγές, στην καινοτομία κτλ., σε σχέση πάντα με το μέγεθός της. Ο δεύτερος σκοπός ήταν να συγκρίνει το βαθμό με τον οποίο ο κλάδος των ΜΜΕ έχει αλλάξει την οικονομική του συνεισφορά μέσα στο χρόνο. Τρίτον, ο στατιστικός

---

<sup>4</sup> Deakins and Freel (2007), *Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα*, Επιχειρηματικότητα, 1η έκδοση, Εκδόσεις Κριτική, σελ. 235-276.

<sup>5</sup> Bolton (1971), *Report of the Committee of Inquiry on Small Firms*. Cmnd. 4811. London: HMSO

ορισμός, κατά κανόνα έπρεπε να δώσει τη δυνατότητα να γίνει σύγκριση μεταξύ της συνεισφοράς των μικρών επιχειρήσεων σε μια χώρα σε σχέση με αυτό που συνεισφέρουν οι αντίστοιχες εταιρείες σε άλλες χώρες.

Όπως βλέπουμε ο κλάδος των ΜΜΕ ταλανίζεται από παλιότερα την ευρωπαϊκή αλλά και την παγκόσμια οικονομική και επιχειρηματική κοινωνία. Σήμερα μετά από 33 χρόνια από τότε που δόθηκαν αυτοί οι πρώτοι επίσημοι ορισμοί, έχουν αλλάξει ριζικά οι καταστάσεις και οι ανάγκες. Η Ευρωπαϊκή Κοινότητα αντιλήφθηκε την αδιαμφισβήτητη αξία των ΜΜΕ στην ευρωπαϊκή κοινωνική, οικονομική και επιχειρηματική ζωή και φιλοδοξώντας να επιτελέσει τον υποστηρικτικό της ρόλο στις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις και την ευρωπαϊκή οικονομία, αναπτύσσει μία πολύπλευρη προσαρμοσμένη στις σημερινές συνθήκες και τις πραγματικές ανάγκες των ΜΜΕ, εκσυγχρονίζοντας το προφίλ τους και συντελώντας στην αναβάθμιση του επιχειρείν στην Ευρώπη αλλά και σε κάθε κράτος-μέλος ξεχωριστά. Στην προσπάθεια αυτή της Ευρωπαϊκής Ένωσης, κύριο μέλημα αποτέλεσε η θέσπιση ενός άρτιου και παράλληλα λειτουργικού ορισμού που να εξηγεί με σαφήνεια τα κριτήρια εκείνα τα οποία ορίζουν ποιες επιχειρήσεις είναι μικρομεσαίες και πόσοι διαφορετικοί τύποι μικρομεσαίων επιχειρήσεων υπάρχουν. Παρακάτω παρουσιάζουμε τον **επίσημο ορισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης** για τις ΜΜΕ των κρατών-μελών της, ο οποίος αποφασίστηκε από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στις 6 Μαΐου 2003 και δημοσιεύτηκε στις 20 Μαΐου 2003 στην Επίσημη Εφημερίδα της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή: *Ως μικρομεσαία επιχείρηση ορίζεται εκείνη η επιχείρηση της οποίας ο αριθμός των μονίμων υπαλλήλων της είναι μικρότερος από 250 εργαζόμενους, ο ετήσιος κύκλος εργασιών της δεν υπερβαίνει τα 50.000.000 ευρώ και η αξία του ενεργητικού της δεν ξεπερνά τα 27.000.000 ευρώ.*<sup>6</sup>

Ένας άλλος ορισμός που δίδεται από την EOMMEX (Ελληνικός Οργανισμός Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας) και ανταποκρίνεται καλύτερα στην ελληνική πραγματικότητα αναφέρει ότι : *Μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι οι επιχειρήσεις οι οποίες απασχολούν μέχρι 100 άτομα προσωπικό.*

Σύμφωνα με το σύγγραμμα του Σ. Κρικέλη «Χρηματοδότηση Μικρομεσαίων επιχειρήσεων», ο αριθμός των απασχολούμενων αντιστοιχεί στον αριθμό των εργαζόμενων πλήρους απασχόλησης που εργάστηκαν στην επιχείρηση καθ όλη τη διάρκεια του

---

<sup>6</sup> [www.ec.europa.eu/enterprise](http://www.ec.europa.eu/enterprise)



εξεταζόμενου έτους. Οι μαθητευόμενοι και οι σπουδαστές δεν υπολογίζονται. Σε αυτούς συμπεριλαμβάνονται:

- Μισθωτοί
- Οι ιδιοκτήτες τη επιχείρησης
- Οι εταίροι που ασκούν τακτική δραστηριότητα

### **2.2.1 Πλεονεκτήματα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων**

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις διατηρούν μία σειρά από πλεονεκτήματα, τα οποία τις καθιστούν σημαντικό παράγοντα της οικονομικής ανάπτυξης (Πίνακας 2.1).

- Ø **Ευελιξία:** το μικρό τους μέγεθος, σε σχέση με τις μεγάλες εταιρείες (π.χ. πολυεθνικές) τις καθιστά περισσότερο ευέλικτες και ευπροσάρμοστες στις συνεχώς μεταβαλλόμενες οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες. Επιπλέον δεν χαρακτηρίζονται από τις μεγάλες δύσκαμπτες γραφειοκρατικές δομές των μεγάλων επιχειρήσεων και ως εκ' τούτου μπορούν να ανταποκριθούν με μεγαλύτερη ταχύτητα στις αλλαγές που συντελούνται.
- Ø **Ανάπτυξη Ενδοεπιχειρηματικότητας:** οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις συνήθως συνιστούν το προσφορότερο περιβάλλον για την ανάπτυξη καινοτόμων ιδεών από νέους ταλαντούχους που επιζητούν οικονομική ανεξαρτησία και επαγγελματική αποκατάσταση (Πετράκης, 2005).
- Ø **Γρηγορότερη υιοθέτηση των νέων τεχνολογιών:** η ανάδυση της νέας τεχνολογίας των υπολογιστών βελτιώνει την παραγωγικότητα της μικρής και μεσαίας κλίμακας παραγωγής, σε σύγκριση με τις μεθόδους της μαζικής παράγωγης (π.χ. φορντισμός και τείλορισμός) (Carlson, 1989).
- Ø **Προσαρμογή στις μεταβολές του περιβάλλοντος.** Οι μικρές επιχειρήσεις προσαρμόζονται με μεγαλύτερη ευκολία στις μεταβολές του περιβάλλοντος και κατά συνέπεια αποφεύγουν ευκολότερα τις δαπάνες αναπροσαρμογής όπως και τις ζημιές.
- Ø **Συμβολή στην πληρέστερη απασχόληση των συντελεστών της παραγωγής.** Η συμβολή αυτή παίρνει ιδιαίτερη οικονομική και κοινωνική σημασία σε περιπτώσεις όπου οι μικρές επιχειρήσεις εγκαθίστανται σε περιοχές γεωγραφικά απομακρυσμένες και αποκομμένες από τα μεγάλα κέντρα οικονομικής δραστηριότητας. Στις περιοχές αυτές, η μικρή επιχείρηση είτε ασχολείται με την πρωτογενή αξιοποίηση των φυσικών

πόρων, είτε με τη συγκέντρωση και την παραπέρα αξιοποίηση και διοχέτευση στις καταναλωτικές αγορές της παραγωγής των κατοίκων της περιοχής.

- Ø **Δημιουργία θέσεων εργασίας.** Η συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων είναι μικρές και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις. Εκτός από την περίπτωση των προβληματικών περιοχών στον οποίον την ανάπτυξη συμβάλλει η εγκατάσταση μικρών επιχειρήσεων και για την οποία κάνουμε αναφορά παραπάνω, πρέπει να επισημάνουμε ότι ο ρόλος των ΜΜΕ στην αξιοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού μιας χώρας είναι πάρα πολύ σημαντικός.
- Ø **Πληρέστερη εξυπηρέτηση του καταναλωτικού κοινού.** Η μικρή επιχείρηση διαθέτει ευελιξία στην επιλογή αλλά και στην αλλαγή του τύπου εγκατάστασης. Έτσι, έχει τη δυνατότητα να βρίσκεται πάντα κοντά στο καταναλωτικό κοινό της. Ο επιχειρηματίας έρχεται σε προσωπική επαφή με τον πελάτη και αποκτά φιλική σχέση, με αποτέλεσμα την καλύτερη εξυπηρέτησή του. Έχει την ευκαιρία να διαγνώσει τις ιδιαίτερες προτιμήσεις του, να αναπτύξει δημόσιες σχέσεις και να διαφημίζει το προϊόν του άμεσα.
- Ø **Αξιοποίηση επιχειρηματικών ταλέντων.** Βεβαίως κατά κανένα τρόπο δεν πρέπει να θεωρείται ως δεδομένο ότι καθένας που αποφασίζει να αναπτύξει επιχειρηματική δραστηριότητα είναι και ταλέντο ή ότι η ανάπτυξη επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι ο μόνος τρόπος για την αξιοποίηση ατόμων ταλαντούχων. Ούτε άλλωστε είναι βέβαιο ότι μια επιχείρηση θα επιτύχει επειδή ο επιχειρηματίας στερείται ταλέντου. Πρέπει εν τούτης να επισημάνουμε ότι για ορισμένα άτομα με ασυνήθιστο δυναμισμό, ασυνήθιστη πρωτοβουλία και έφεση για σκληρή εργασία, η ίδρυση και η ενεργός συμμετοχή σε μια επιχείρηση αποτελεί επωφελή τρόπο αξιοποίησης αυτών των χαρακτηριστικών.
- Ø **Διευκόλυνση των μεγάλων επιχειρήσεων.** Σε πολλές περιπτώσεις οι μικρές επιχειρήσεις εξειδικεύονται στην παραγωγή υπηρεσιών απαραίτητων για τη διεξαγωγή της παραγωγικής διαδικασίας των μεγάλων επιχειρήσεων. Γενικά, οι μεγάλες επιχειρήσεις προμηθεύονται το μεγαλύτερο μέρος των εισροών τους από μικρές και όχι από άλλες μεγάλες επιχειρήσεις. Η συνδρομή των μικρών επιχειρήσεων είναι επίσης πολύτιμη για τις μεγάλες και για το γεγονός ότι αναλαμβάνουν τη διοχέτευση των προϊόντων τους προς τις καταναλωτικές αγορές.

## 2.2.2 Μειονεκτήματα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων

Οι οικονομικές επιδόσεις και η καινοτομία, η ανταπόκριση στις ανάγκες και η δημιουργία θέσεων εργασίας αποτελούν τη φωτεινή πλευρά της εικόνας των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων. Υπάρχουν όμως και συγκεκριμένα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, τα όποια προέρχονται κυρίως από την ίδια τους τη φύση (Πίνακας 2.1). Μερικά από τα μειονεκτήματα παρατίθενται παρακάτω:

- Ø **Επικινδυνότητα:** στην εποχή της παγκοσμιοποίησης και του μονοπωλιακού καπιταλισμού, ο αδυσώπητος ανταγωνισμός μεταξύ των κεφαλαίων δημιουργεί τον κανόνα «το μεγάλο ψάρι τρώει το μικρό», με αποτέλεσμα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις να είναι οι πρώτες που αποτελούν το θήραμα των μεγάλων επιχειρήσεων για εξαγορές.<sup>7</sup>
- Ø **Περιορισμένοι πόροι:** εγγενές χαρακτηριστικό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι ότι έχουν περιορισμένους πόρους και αυτοί οι περιορισμοί μπορεί να αφορούν είτε τα ίδια κεφάλαια της επιχείρησης, είτε τη δυνατότητα που αυτές έχουν ώστε να χρηματοδοτηθούν από πιστωτικά ιδρύματα (τράπεζες). Αποτέλεσμα αυτών των περιορισμών είναι να έχουν μεγάλες δυσκολίες στο να ανταγωνιστούν σε ίση βάση τις παγκοσμιοποιημένες επιχειρήσεις, εφόσον οι τελευταίες έχουν τη δυνατότητα να δαπανήσουν μεγάλα ποσά για ανάπτυξη νέων προϊόντων, τεχνολογία και έρευνα αγοράς.
- Ø **Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικό:** χαρακτηριστικό, επίσης, των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι ότι έχουν έλλειψη από υψηλά εξειδικευμένο προσωπικό (specialist expertise) και αυτό οφείλεται είτε στους περιορισμένους χρηματικούς τους πόρους είτε στην ιδιοσυγκρασία του ιδιοκτήτη της μικρομεσαίας επιχείρησης ο οποίος στην πλειονότητα των περιπτώσεων ασκεί ένα συγκεντρωτικό (και αυταρχικό) μοντέλο διοίκησης.
- Ø **Τοπική λειτουργία:** τέλος, η μεγάλη πλειονότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων λειτουργούν τοπικά και έχουν περιορισμένες δυνατότητες αύξησης του μεγέθους τους, εν' αντιθέσει με τους μεγάλους ανταγωνιστές τους οι οποίοι έχουν πρόσβαση σε πολλές αγορές και ανευρίσκουν καινοτομικές ιδέες μέσω της επαφής τους με πελάτες διαφορετικών απαιτήσεων και πολιτισμικών χαρακτηριστικών.

---

<sup>7</sup> Foster, McChesney Jonna (2011). *The Internationalization of Monopoly Capital*, *Monthly Review*, Vol. 63, No. 2 (June), σελ. 1–24.

<b>ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ</b>
<b>Ευελιξία</b>
<b>Ανάπτυξη ενδοεπιχειρηματικότητας</b>
<b>Γρήγορη υιοθέτηση νέων τεχνολογιών</b>
<b>Προσαρμογή στις μεταβολές του περιβάλλοντος</b>
<b>Συμβολή στην πληρέστερη απασχόληση των συντελεστών παραγωγής</b>
<b>Δημιουργία θέσεων εργασίας</b>
<b>Πληρέστερη εξυπηρέτηση του καταναλωτικού κοινού</b>
<b>Αξιοποίηση των επιχειρηματικών μοντέλων</b>
<b>Διευκόλυνση των μεγάλων επιχειρήσεων</b>
<b>ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ</b>
<b>Επικινδυνότητα</b>
<b>Περιορισμένοι πόροι</b>
<b>Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού</b>
<b>Τοπική λειτουργία</b>

**Πίνακας 2.1:** πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα ΜΜΕ

## **2.3 Κύκλος ζωής των ΜΜΕ.**

Μία επιχείρηση είναι ένα ζωντανό σύστημα με μέσο όρο ζωής σημαντικά μικρότερο από αυτό του ανθρώπου, αφού πολύ λίγες επιχειρήσεις επιβιώνουν περισσότερα από 40 χρόνια. Η συνήθης επιχείρηση περνάει τέσσερις φάσεις. Ένα μμεγάλο ποσοστό δεν επιβιώνει καν την πρώτη φάση<sup>8</sup>. Οι 4 φάσεις στις οποίες αναφερθήκαμε και θα αναλυθούν ενδελεχώς είναι οι εξής (Εικόνα 2.1):

- Ø Στάδιο της εισαγωγής
- Ø Στάδιο της ανάπτυξης
- Ø Στάδιο της ωριμότητας
- Ø Στάδιο της κάμψης

Στο **στάδιο της εισαγωγής** πρωτοεμφανίζεται η επιχείρηση στο επιχειρηματικό προσκήνιο αναζητώντας συνεργασία με προμηθευτές για προμήθεια πρώτων υλών κτλ. Επίσης η επιχείρηση αναζητά συνεργασία με πελάτες, χονδρεμπόρους, λιανοπωλητές. Είναι το σημείο που η επιχείρηση αντιμετωπίζει ιδιαίτερα προβλήματα λόγω του μεγέθους της. Αυτό συμβαίνει λόγω της έλλειψης εμπιστοσύνης εκ μέρους των προμηθευτών αλλά και από την πλευρά των αγοραστών οι οποίοι υποδέχονται τα προϊόντα της εκάστοτε νέας επιχείρησης με επιφυλακτικότητα. Κάτι παρόμοιο συμβαίνει και με το πιστωτικό σύστημα, μιας και οι τράπεζες διατηρούν επιφύλαξη ως προς το άνοιγμα πιστώσεων σε μια νέα οικονομική μονάδα.

Στο δεύτερο στάδιο της επιχείρησης, **το στάδιο της ανάπτυξης**, η ΜΜΕ οφείλει να καθορίσει με σαφήνεια τους επιχειρηματικούς της στόχους και να εκμεταλλευτεί τόσο τα τεχνολογικά πλεονεκτήματα που μπορεί να διαθέτει ή να αποκτήσει ώστε να επιβιώσει στον επιχειρηματικό κόσμο. Είναι η περίοδος όπου η ΜΜΕ θα δώσει αποδείξει την αξία της στους προμηθευτές, στα πιστωτικά ιδρύματα, στους καταναλωτές αλλά και στους ανταγωνιστές της. Σημειώνεται βέβαια ότι ο θεμιτός ανταγωνισμός μέσα στον οποίο θα κινείται είναι ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες του « επιχειρηματικού παιχνιδιού ». Σε αυτό το στάδιο

---

<sup>8</sup> Κεφάλαιος Α. (2006), *Η διαδικασία μετάβασης ή διαδοχής*, σελ.5-6

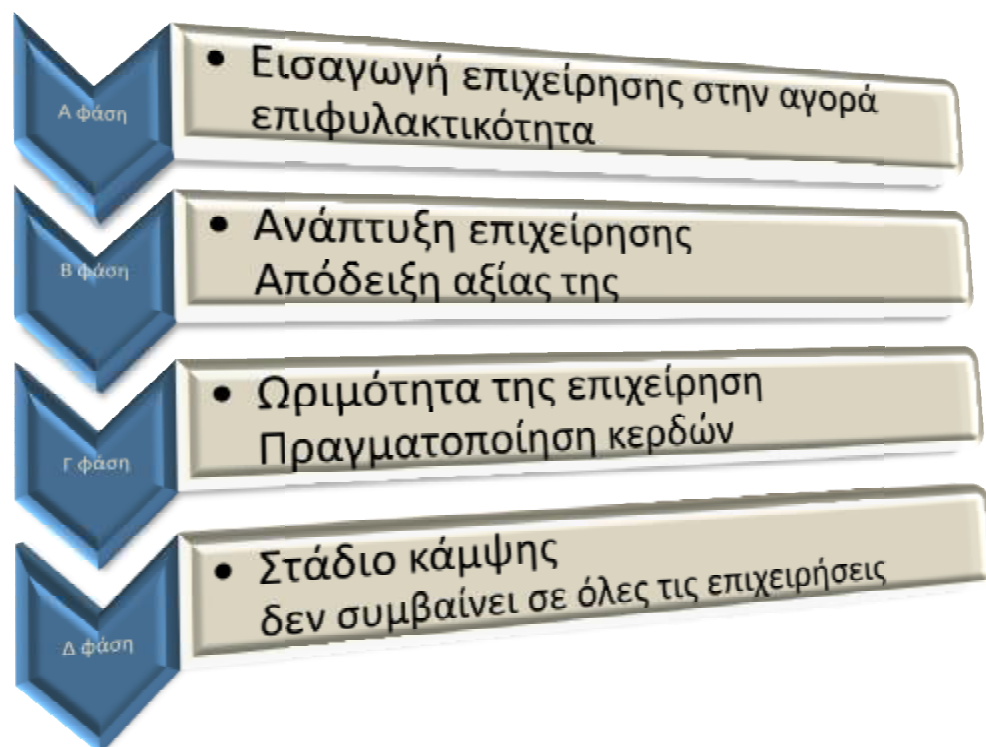
πολλές είναι οι επιχειρήσεις οι οποίες εγκαταλείπουν τον αγώνα επιβίωσης τους είτε λόγω έλλειψης στόχων είτε λόγω εξωτερικών παραγόντων.

Το τρίτο στάδιο του κύκλου ζωής της ΜΜΕ χαρακτηρίζεται ως **το στάδιο της ωριμότητας**. Είναι το στάδιο κατά το οποίο η επιχείρηση πραγματοποιεί κέρδη και έχει εδραιωθεί στην αγορά. Οι ενέργειές της γίνονται σεβαστές από τους συνεργάτες της και η φερεγγυότητάς της βρίσκεται σε υψηλό επίπεδο. Η οργάνωση της επιχείρησης έχει ξεπεράσει το στάδιο του λειτουργικού ή ακόμα και του μεικτού συστήματος τμηματοποίησης και έχει προχωρήσει στην τμηματοποίηση κατά αντικείμενα. Το στάδιο αυτό κρύβει βέβαια και μια απειλή. Την απειλή του μέλλοντος. Τι θα συμβεί στη συνέχεια; Η επιχείρηση θα συνεχίσει να μεγαθύνεται και θα μετατραπεί σε μεγάλη ή θα πέσει στο στάδιο κάμψης;

Στο **στάδιο της κάμψης** που δεν συμβαίνει απαραίτητα σε κάθε επιχείρηση, η επιχείρηση αρχίζει να αντιμετωπίζει πτώση πωλήσεων, προβλήματα ταμειακής ρευστότητας καθώς και την επιφυλακτικότητα τόσο των προμηθευτών της όσο και των πιστωτικών ιδρυμάτων. Η τεχνολογία της συνήθως στη φάση αυτή θεωρείται παλιά και το κόστος εργασίας υψηλό. Τα διοικητικά στελέχη αρχίζουν να απομακρύνονται από την επιχείρηση και οι καταναλωτές αναζητούν νέα υποκατάστατα προϊόντα για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους. Το στάδιο αυτό είναι και το τελευταίο. Η επιχείρηση ή θα παρουσιάσει ένα νέο πρόσωπο για να επανέλθει στο προσκήνιο ή θα αναζητήσει τον πλέον ανώδυνο τρόπο παύσης των εργασιών της κηρύσσοντας πτώχευση.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup> Φλώρος Χ. (2005), *Διοικητική των επιχειρήσεων*, εκδόσεις σύγχρονη εκδοτική.



Εικόνα 2.1: κύκλος ζωής των ΜΜΕ

## 2.4 Οργάνωση των ΜΜΕ

Η οργανωτική δομή της ΜΜΕ μεταβάλλεται και αυτή, όπως και η ίδια η επιχείρηση, με την πάροδο του χρόνου. Θα παρουσιάσουμε τα στάδια με την πάροδο του χρόνου. Για την καλύτερη κατανόησή τους παρουσιάζονται στο Σχεδιάγραμμα 2.1 .

Αρχικά κατά το **στάδιο I** ο επιχειρηματίας βρίσκεται στην καμπύλη ιδεών και η οργανωτική δομή είναι ανύπαρκτη.

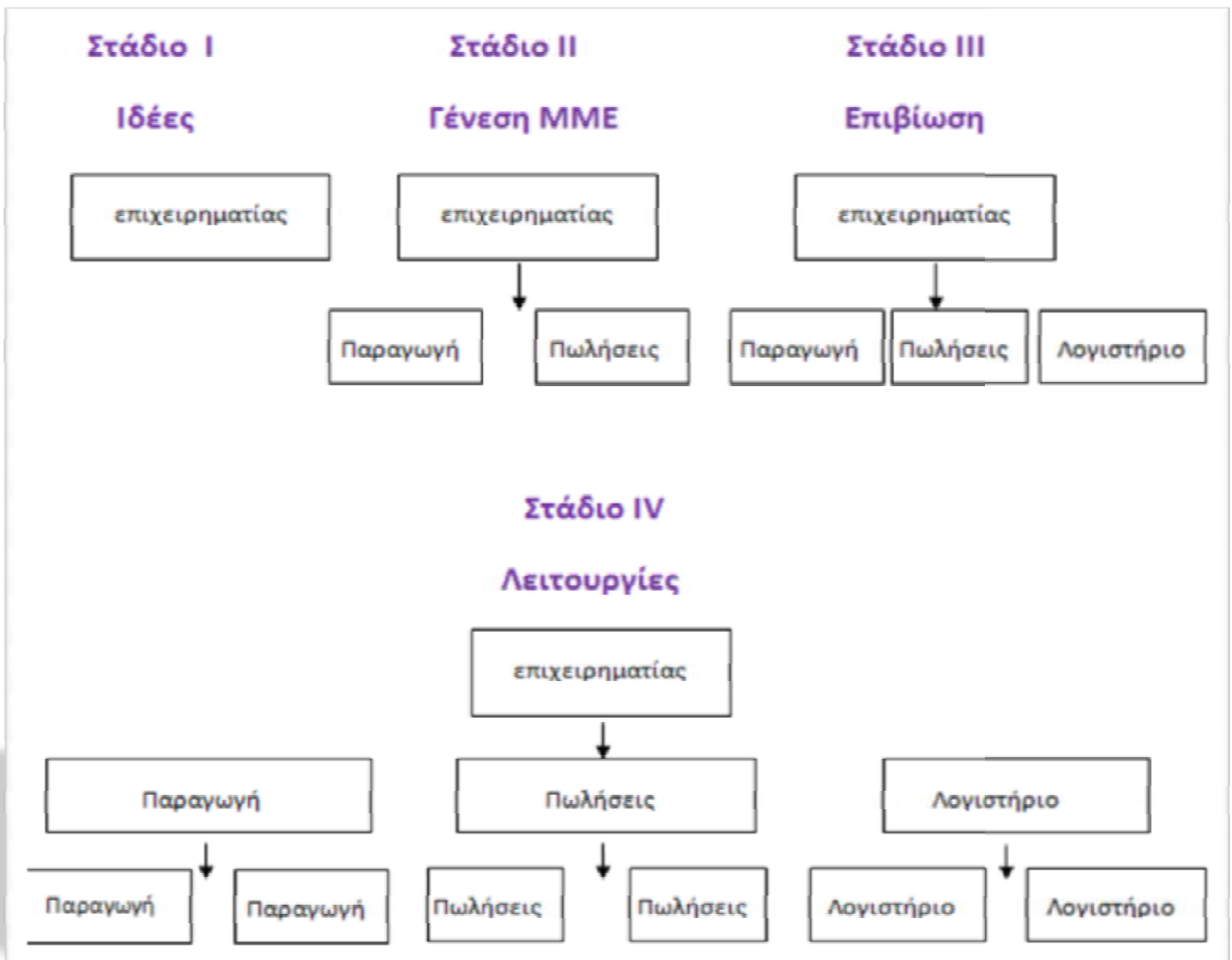
Εν συνεχεία, στο **στάδιο II** η ΜΜΕ αρχίζει την παραγωγική της διαδικασία και το οργανωτικό της σχήμα αποτελείται από την παραγωγή και έναν πωλητή.

Στο **στάδιο III** το οργανωτικό σχήμα έχει τρεις υποτυπώδεις λειτουργίες. Η πιο βασική λειτουργία είναι η λειτουργία της παραγωγής η οποία δημιουργεί την ανάγκη δημιουργίας θέσεων εργασίας. Μια άλλη λειτουργία είναι αυτή των πωλήσεων και τέλος η λειτουργία των οικονομικών υπηρεσιών (λογιστηρίου). Μέχρι αυτό το στάδιο η εργασία γίνεται από τον ίδιο τον επιχειρηματία ή από έναν λογιστή μερικής απασχόλησης.

Στο **στάδιο IV** έχουν αναπτυχθεί οι οικονομικές υπηρεσίες καθώς επίσης και η παραγωγή των προϊόντων. Από οργανωτική άποψη η δομή θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως βασικό λειτουργικό σύστημα με την ανάπτυξη των εντελώς απαραίτητων λειτουργιών της παραγωγής, των πωλήσεων και των οικονομικών υπηρεσιών.

Το επόμενο **στάδιο V** χαρακτηρίζεται ως στάδιο της αριθμητικής αύξησης των λειτουργιών της ΜΜΕ. Στο στάδιο αυτό πέρα από τη πλήρη ανάπτυξη των παραπάνω λειτουργιών και μάλιστα την εναλλαγή της διεύθυνσης πωλήσεων με τη διεύθυνση marketing, παρουσιάζεται για πρώτη φορά και η διεύθυνση προμηθειών με ένα στέλεχος πλήρους απασχόλησης.

Στο τελευταίο **στάδιο VI**, η ΜΜΕ μπορεί να εμφανιστεί με τη μορφή του καταμερισμού των λειτουργιών της, οι οποίες παρουσιάζονται και με τη νομική υποστήριξη του αντίστοιχου τμήματος, το οποίο βρίσκεται σε επιτελική σύνδεση με τον επιχειρηματία.





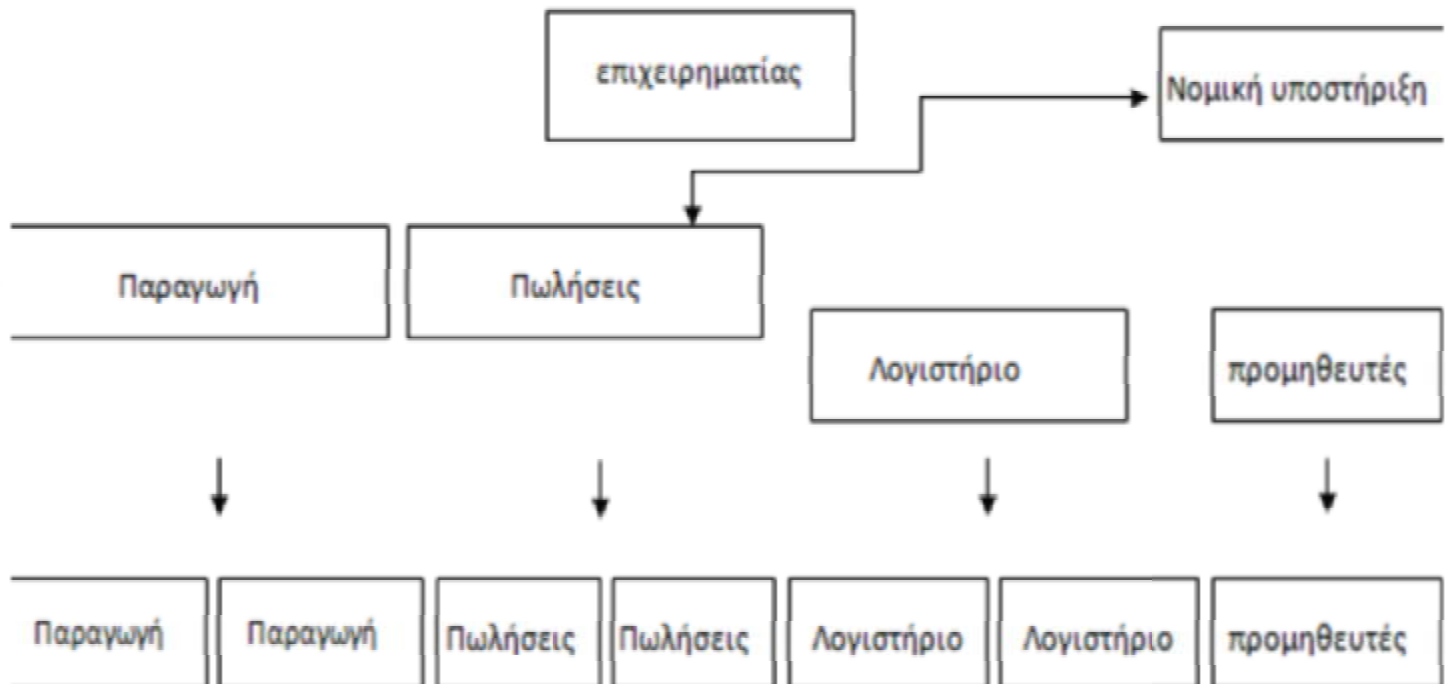
### Στάδιο V

#### Αύξηση λειτουργιών



### Στάδιο VI

#### Καταμερισμός εργασιών



Σχεδιάγραμμα 2.1: οργάνωση των ΜΜΕ

## 2.5 Το περιβάλλον των ΜΜΕ

Οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται μέσα σε ένα περιβάλλον μέσα στο οποίο είναι αναγκασμένες να προσαρμόζονται. Στην περίπτωση που δεν θα προσαρμοστούν είναι αναγκασμένες να εξαφανιστούν.

Η επιχείρηση, παρόλο που δεν έχει βιολογική υπόσταση, είναι ένας οργανισμός κοινωνικοοικονομικού χαρακτήρα. Ο στόχος της είναι η πραγματοποίηση των σκοπών της, έχοντας ως πρωταρχικό στόχο το κέρδος, στις οποιεσδήποτε συνθήκες του περιβάλλοντος. Οι παράγοντες που απαρτίζουν το περιεχόμενο του περιβάλλοντος και απεικονίζονται στο Σχεδιάγραμμα 2.2, είναι οι 7 παρακάτω:

- ∅ Το υπερεθνικό περιβάλλον μέσα στο οποίο εντάσσεται μια εθνική οικονομία.
- ∅ Το μακροοικονομικό περιβάλλον μιας χώρας.
- ∅ Το πολιτικό περιβάλλον.
- ∅ Το νομικό περιβάλλον.
- ∅ Το τεχνολογικό περιβάλλον.
- ∅ Το κοινωνικό περιβάλλον.
- ∅ Το περιβάλλον της αγοράς.



Σχεδιάγραμμα 2.2: το περιβάλλον των ΜΜΕ

**Το υπερεθνικό περιβάλλον** μέσα στο οποίο εντάσσεται η εθνική οικονομία δημιουργήθηκε από αντίδραση στο συναίσθημα του απομονωτισμού. Αποτελεί το πλαίσιο κανόνων και συμφωνιών με υπερεθνικούς οργανισμούς οι οποίοι δεσμεύουν την οικονομία με σημαντικότερη επίδραση στην ελληνική μικρομεσαία επιχείρηση πρέπει να αναφερθούν ο Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου (Π.Ο.Ε) ΚΑΙ Η Ευρωπαϊκή Ένωση. Στόχο της Ευρωπαϊκής πολιτικής αποτελεί η σύγκλιση των οικονομιών των χωρών μελών της Ε.Ε. Η συμφωνία σύνδεσης της χώρας με την Ευρωπαϊκή οικονομική κοινότητα ( ΕΟΚ) αποτελεί την απαρχή της προσπάθειας σύγκλισης της ελληνικής οικονομίας με τις οικονομίες των υπόλοιπων 14 χωρών της Ένωσης. Μέρος της προσπάθειας αυτής αποτέλεσε το Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης με τα αντίστοιχα προγράμματα στήριξης των ΜΜΕ, έτσι ώστε να προσαρμοστούν στο επίπεδο των ΜΜΕ των υπολοίπων χωρών-μελών.

Με την έννοια του **Μακροοικονομικού περιβάλλοντος** νοείται η οικονομική κατάσταση στην οποία βρίσκεται η υπό συζήτηση χώρα. Οι πληθωριστικές πιέσεις της αγοράς, ο ρυθμός της ανεργίας, ο μέσος όρος αμοιβών των συντελεστών παραγωγής, ο τιμάρθμος καταναλωτή, το εθνικό προϊόν σε συνάρτηση με το εθνικό εισόδημα και η διανομή του, αποτελούν μερικές μόνο μεταβλητές του όλου πλέγματος της οικονομίας τις οποίες καλείται να αντιμετωπίσει η ΜΜΕ. Άλλες μεταβλητές αποτελούν οι προσαρμογές στην παραγωγικότητα της εργασίας, η οικονομική ανάπτυξη και το κόστος προμήθειας πρώτων υλών. Είναι γεγονός ότι η ελληνική οικονομία εισάγει το μεγαλύτερο μέρος των πρώτων υλών που χρησιμοποιεί η βιομηχανία της. Το κόστος εισαγωγής προσδιορίζεται βασικά από τους δυο παραπάνω παράγοντες, δηλαδή την τιμή πώλησης των πρώτων υλών και την ισοτιμία ευρώ- δολαρίου ή άλλων ξένων νομισμάτων.

Ένας άλλος παράγοντας που αποτελεί μέρος του όλου οικονομικού περιβάλλοντος της ΜΜΕ είναι το **πολιτικό περιβάλλον**. Ο βαθμός της πολιτικής σταθερότητας που επικρατεί σε ένα τόπο, επηρεάζει ανάλογα και τη δραστηριότητα της επιχείρησης. Οι συχνές κυβερνητικές αλλαγές και ιδιαίτερα όταν αυτές συντελούν κάτω από ανώμαλες πολιτικές συνθήκες, δημιουργούν αντίστοιχες κοινωνικές και οικονομικές αναταραχές. Οι πολιτική αστάθεια και η αβεβαιότητα, παρεμβάλλει σοβαρά εμπόδια στη διαδικασία του επιχειρηματικού προγραμματισμού. Ο προγραμματισμός βασίζεται στη πρόβλεψη του μέλλοντος. Κάτω από

συνθήκες πολιτικής αβεβαιότητας όμως, κάθε πρόβλεψη γίνεται εξαιρετικά δύσκολη, αν όχι αδύνατη.<sup>10</sup>

Το **νομικό πλαίσιο** μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται η ΜΜΕ αποτελεί χαρακτηριστικό παράγοντα όχι μόνο εκσυγχρονισμού της δομής του περιβάλλοντος αλλά και αυτής της ίδιας της επιχείρησης. Η χρησιμότητα του νομικού πλαισίου έχει πολλαπλές προεκτάσεις στην προστασία τόσο των κοινωνικών ομάδων π.χ καταναλωτών, προμηθευτών όσο και της ίδιας της οικονομικής μονάδας.

Το **τεχνολογικό περιβάλλον** είναι άλλος ένας σημαντικός παράγοντας του περιβάλλοντος της ΜΜΕ. Η τεχνολογία είναι ένα ευρύτατο σύνολο γνώσεων, μεθόδων και τεχνικών, οι οποίες χρησιμοποιούνται στην παραγωγή και διακίνηση αγαθών. Η ταχύτατη πρόοδος της τεχνολογίας στη σύγχρονη εποχή πρέπει να αποτελεί αντικείμενο συνεχούς προσοχής και επαγρύπνησης, εκ μέρους των στελεχών της επιχείρησης. Οι νέες μέθοδοι και τεχνικές έχουν ως αποτέλεσμα τη βελτίωση από άποψη ποιότητας και κόστους των παραγόμενων αγαθών και τη δημιουργία νέων αγαθών. Η τεχνολογική εξέλιξη συνεπάγεται και αντίστοιχες αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών και τελικά συντελεί στη διαρκή αναδιάταξη των ανταγωνιστικών συσχετισμών στον επιχειρηματικό χώρο. Στη περίπτωση κατά την οποία η επιχείρηση θα δείξει αμέλεια προς την προσαρμογή στα νέα τεχνολογικά δεδομένα θα έχει να αντιμετωπίσει σοβαρές συνέπειες.

Σύμφωνα με το σχολικό βιβλίο "Αρχές Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων" το **κοινωνικό περιβάλλον** περιλαμβάνει την κοινωνική οργάνωση της χώρας, μέσα στην οποία είναι ενταγμένες όλες οι κοινωνικές ομάδες οι οποίες επιδρούν στη λειτουργία της και την εξέλιξή της. Το κοινωνικό περιβάλλον περιλαμβάνει μεταβλητές όπως η δημογραφική σύνθεση από άποψη ηλικίας, επαγγέλματος, γεωγραφική κατανομής, καθώς και αλλαγές που επέρχονται με τη πάροδο του χρόνου στον τρόπο ζωής και τη ψυχοσύνθεση των μελών μιας κοινωνίας. Η ύπαρξη της και η ανάπτυξη της επιχείρησης έχουν πολύ μεγάλη σημασία για το κοινωνικό σύνολο. Γι' αυτό η λειτουργία της και οι αποφάσεις της δεν πρέπει να έρχονται σε

---

<sup>10</sup> [Χαράλαμπος Κ. Κανελλόπουλος](#), (2005), *Διοίκηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων και επιχειρηματικότητα*, εκδόσεις Σταμούλη.

αντίθεση με το συμφέρον των μελών του. Προκύπτει έτσι μία νέα διάσταση του ρόλου της επιχείρησης, αυτή της ευθύνης της απέναντι στο κοινωνικό σύνολο. Οι ιδιοκτήτες, τα στελέχη και οι εργαζόμενοι οφείλουν να κατανοούν το βαθμό ευθύνης της απέναντι στην κοινωνία και να προσαρμόζουν τη συμπεριφορά τους. Είναι ανάγκη λοιπόν να υπάρχει επαρκής νομοθεσία και κυρίως ένας κώδικας εθιμικών κανόνων ή "Κώδικας Επιχειρησιακής Ηθικής", όπως αλλιώς ονομάζεται.

Το **περιβάλλον της αγοράς**, γνωστό και ως άμεσο περιβάλλον, αποτελεί τον σημαντικότερο παράγοντα που επηρεάζει την υπόσταση της ΜΜΕ. Αυτό γιατί η επιχείρηση έρχεται σε άμεση επαφή με το συγκεκριμένο περιβάλλον. Το περιβάλλον της αγοράς περιλαμβάνει παράγοντες όπως:

- Ø Προμηθευτές πρώτων υλών, υλικών συσκευασίας, μηχανολογικού εξοπλισμού, συμβούλων και γενικά πληροφοριών.
- Ø Πιστωτικούς φορείς όπως τράπεζες, χρηματιστήριο κ.α.
- Ø Μέσα ενημέρωσης όπως εφημερίδες, επαγγελματικά περιοδικά, τηλεόραση, ραδιόφωνο καθώς και άλλα μέσα ενημέρωσης που μπορούν να ενημερώνουν το καταναλωτικό κοινό για τις δραστηριότητες των επιχειρηματικών μονάδων. Η επίδραση των μέσων ενημέρωσης στη ΜΜΕ είναι προφανής και οι επιδράσεις τους στη δραστηριότητα των επιχειρήσεων μεγάλη.
- Ø Ανταγωνιστές είναι αυτοί που παράγουν ομοειδή προϊόντα αλλά συγχρόνως και αυτοί που παράγουν υποκατάστατα των βασικών προϊόντων. Η ΜΜΕ έχει να αντιμετωπίσει όχι μόνο ανταγωνιστικές επιχειρήσεις του μεγέθους της αλλά συγχρόνως και μεγάλες επιχειρήσεις οι οποίες διαθέτουν τόσο τη διοικητική όσο και την οικονομική υποδομή που τους επιτρέπει να καταλαμβάνουν ένα μεγάλο μέρος της αγοράς εξοστρακίζοντας τα προϊόντα της.
- Ø Οι καταναλωτές προς τους οποίους απευθύνεται με τα προϊόντα της η ΜΜΕ. Οι καταναλωτές μπορούν να χωριστούν σε ομάδες όπως: οι καταναλωτές οι οποίοι είναι τελικοί χρήστες του προϊόντος, τα διάφορα ιδρύματα, όπως ξενοδοχεία, νοσοκομεία, σχολεία, πανεπιστήμια, φυλακές. Τέλος η τοπική αυτοδιοίκηση και οι κρατικές υπηρεσίες οι οποίες χαρακτηρίζονται από το μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα τους και προμηθεύονται προϊόντα για λογαριασμό και χρήση από το κοινωνικό σύνολο.

Είναι γεγονός ότι είτε άμεσα είτε έμμεσα η ΜΜΕ τις επιδράσεις που δέχεται από το περιβάλλον της, τις μεταφέρει χωρίς χρονοτριβές στους καταναλωτές. Αυτό συμβαίνει γιατί η ΜΜΕ δεν έχει τη δυνατότητα που έχει η μεγάλη επιχείρηση για δημιουργία αποθέματος, όπως επίσης και οι πηγές της χρηματοδότησης της είναι περιορισμένες με αποτέλεσμα να εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την πολιτική των πιστωτικών ιδρυμάτων, μιας και πολύ δύσκολα μπορεί να δημιουργηθεί αποθεματικό κεφάλαιο όπως μια μεγάλη επιχείρηση.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΟΙ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥΣ**

### **3.1 Οι δημοσιονομικές εξελίξεις στην Ελλάδα τη δεκαετία 2000-2010.**

Το κυρίαρχο χαρακτηριστικό της οικονομικής πολιτικής σε αυτή τη δεκαετία, ήταν η ένταξη της Ελλάδας στην ΟΝΕ, που είχε επακόλουθο την κατάργηση του εθνικού νομίσματος που ήταν η δραχμή και την εισαγωγή του ευρώ ως επίσημο νόμισμα της χώρας. Αυτή η πράξη όμως σηματοδότησε μια νέα νομισματική πολιτική.

Ένας δεύτερος ουσιαστικός παράγοντας που χαρακτηρίζει τη δεκαετία του 2000 είναι η ανάληψη και διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας το 2004. Το κόστος όμως για την ολοκλήρωσή τους, αποδείχθηκε δυσβάστακτο για το ανάστημα της οικονομίας και συνέβαλλε καταλυτικά στη χειροτέρευσή της. Δίνω έμφαση σε αυτά τα δύο γεγονότα για να δείξω τις δυσκολίες της πολιτικής, στη τη δυσκολία για την επίτευξη των στόχων που επιχειρήθηκαν.

Στη συνέχεια, παρουσιάζονται κάποια στατιστικά στοιχεία για κάποια βασικά μεγέθη που δείχνουν την πορεία της ελληνικής οικονομίας. Τα μεγέθη αυτά είναι:

- Τα έσοδα της Ελλάδας αλλά και των χωρών μελών της ΕΕ.
- Οι δημόσιες δαπάνες της χώρας μας και των χωρών μελών της ΕΕ.
- Το δημοσιονομικό έλλειμμα και το δημόσιο χρέος.
- Οι δαπάνες του προϋπολογισμού.

Με τα μεγέθη αυτά θα προσπαθήσω να περιγράψω την κατάσταση της χώρας μας τη δεκαετία αυτή, αλλά και την κατάσταση των υπόλοιπων κρατών μελών της ΕΕ, για να παρουσιάσω, στη συνέχεια, τα πακέτα στήριξης που έλαβε η χώρα μας αλλά και τη συμβολή της ΕΚΤ στην πορεία της οικονομίας μας.

Στον πίνακα 3.1 που ακολουθεί, παρουσιάζεται η πορεία των εσόδων του Προϋπολογισμού της Ελλάδας και των κρατών μελών της Ε.Ε. Από τα δεδομένα αυτά, με τη βοήθεια του excel, δημιούργησα γράφημα που δείχνει την πορεία των εσόδων της Ελλάδας (Γράφημα 3.1).<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> Eurostat

<b>ΕΣΟΔΑ ΓΕΝΙΚΟΥ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΚΡΑΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΕΕ (2000-2010) - % ΤΟΥ ΑΕΠ πηγή: Eurostat</b>											
	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>Ε.Ε. 27</b>	45,3	44,7	44	44,1	43,9	44,4	44,8	44,8	44,7	44,1	44,1
<b>Ο.Ν.Ε. 17</b>	46,1	45,3	44,9	44,9	44,6	44,9	45,4	45,4	45	44,7	44,6
<b>Βέλγιο</b>	49	49,5	49,6	50,9	48,9	49,3	48,7	48	48,6	48	48,8
<b>Βουλγαρία</b>	40,7	41,7	38,4	38,7	40,4	38,3	36,2	40,9	40	36,3	34,9
<b>Τσεχία</b>	38	38,3	39,1	43,3	40,4	39,8	39,6	40,3	38,9	39,1	39,3
<b>Δανία</b>	55,8	55,4	54,8	55	56,4	57,8	56,6	55,6	55,2	55,6	55,7
<b>Γερμανία</b>	46,2	44,5	44,1	44,3	43,3	43,6	43,7	43,7	44	44,9	43,6
<b>Εσθονία</b>	35,9	34,7	36	36,5	35,6	35,2	36,1	36,4	36,5	43,2	40,9
<b>Ιρλανδία</b>	35,9	34	33,1	33,6	34,9	35,4	37,2	36,7	35,5	34,7	35,5
<b>Ελλάδα</b>	<b>43</b>	<b>40,9</b>	<b>40,3</b>	<b>39</b>	<b>38,1</b>	<b>39</b>	<b>39,2</b>	<b>40,8</b>	<b>40,7</b>	<b>38</b>	<b>39,5</b>
<b>Ισπανία</b>	38,2	38,1	38,7	38	38,8	39,7	40,7	41,1	37	35,1	36,3
<b>Γαλλία</b>	50,2	50	49,6	49,3	49,6	50,6	50,6	49,9	49,9	49,2	49,5
<b>Ιταλία</b>	45	44,5	44	44,4	44	43,4	45	46	45,9	46,3	45,8
<b>Κύπρος</b>	34,7	35,7	35,6	38	38,3	40,7	41,4	44,8	43,1	40,1	41
<b>Λετονία</b>	34,8	33	33,7	33,3	34,9	35,4	37,8	35,6	34,9	34,6	36,1
<b>Λιθουανία</b>	35,7	33,1	32,7	31,8	31,7	32,7	33	33,6	33,9	34,3	33,8
<b>Λουξεμβούργο</b>	43,6	44,2	43,6	42,2	41,5	41,5	39,9	39,9	40,1	42,1	41,4
<b>Ουγγαρία</b>	44,7	43,7	42,5	42,4	42,6	42,2	42,7	45,6	45,5	46,9	45,2
<b>Μάλτα</b>	34,5	36	36,7	37,5	40,5	41,7	41,5	40,3	39,4	39,6	39,3
<b>Ολλανδία</b>	46,1	45,1	44,1	43,9	44,3	44,5	46,1	45,4	46,7	46	46,2
<b>Αυστρία</b>	50,1	51,1	49,8	49,7	49,2	48,2	47,5	47,6	48,3	48,7	48,1
<b>Πολωνία</b>	38,1	38,5	39,3	38,5	37,2	39,4	40,2	40,3	39,5	37,2	37,5
<b>Πορτογαλί</b>	38,2	38,2	39,4	40,7	41,3	39,9	40,5	41,1	41,1	39,7	41,6



α											
<b>Ρουμάνια</b>	33,9	32,7	33	32	32,3	32,4	33,3	35,3	33,6	32,1	34
<b>Σλοβενία</b>	42,8	43,4	43,8	43,6	43,5	43,8	43,2	42,4	42,4	43,2	44,3
<b>Σλοβακία</b>	39,9	38	36,8	37,4	35,3	35,2	33,3	32,4	32,8	33,5	32,3
<b>Φιλανδία</b>	55,4	53,1	53,1	52,8	52,5	53	53,3	52,7	53,6	53,2	52,5
<b>Σουηδία</b>	58,7	56,1	54,1	54,4	54,6	55,8	54,9	54,5	53,9	54,1	52,8
<b>Αγγλία</b>	40,4	40,7	39	38,7	39,5	40,7	41,5	41,1	42,9	40,1	40,3
<b>Ισλανδία</b>	43,6	41,9	41,7	42,8	44	47,1	48	47,7	44,1	41	41,5
<b>Νορβηγία</b>	57,7	57,4	56,3	55,5	56,6	57,2	58,9	58,6	59,7	56,8	56,5
<b>Ελβετία</b>	35,2	34,7	35	34,6	34,2	34,6	34,3	34	34,7	35,1	34,8

Πίνακας 3.1 : Έσοδα γενικού Προϋπολογισμού κρατών μελών της ΕΕ.



Γράφημα 3.1 : Έσοδα γενικού Προϋπολογισμού Ελλάδας.

Παρατηρούμε ότι τα έσοδα των κρατών μελών στη διάρκεια της δεκαετίας αυτής παρουσιάζουν καθοδική πορεία. Παρατηρούμε επίσης ότι στην Ελλάδα, η μείωση των εσόδων είναι πολύ μεγαλύτερη των άλλων χωρών. Συγκεκριμένα στην Ελλάδα, μέχρι το 2004, παρουσιάζεται συνεχής μείωση. Στη συνέχεια, παρατηρούμε μια άνοδο μέχρι το 2007 και μετά απότομη πτώση των εσόδων του κράτους μέχρι το 2009. Το 2010, παρατηρήθηκε

πάλι άνοδος. Εάν το ύψος των δημοσίων εσόδων είχε διατηρηθεί, σε ποσοστά του 2000, οι δανειακές ανάγκες του δημοσίου, αλλά και το δημόσιο χρέος στο τέλος του 2010 θα ήταν αρκετά μειωμένα. Υπάρχουν βέβαια χώρες που έχουν πολύ χαμηλότερα έσοδα σε σχέση με την Ελλάδα. Για παράδειγμα, η Ισπανία με 36,3% του ΑΕΠ έσοδα το 2010 και η Λετονία με 36,1% του ΑΕΠ για το 2010<sup>12</sup>.

Από την άλλη, θα δούμε τις δημόσιες δαπάνες των κρατών μελών της ΕΕ για τη δεκαετία 2000-2010. Στον Πίνακα 3.2 παρουσιάζεται η εξέλιξη των δαπανών για τις χώρες της ΕΕ, σύμφωνα με στοιχεία από τους πίνακες της Eurostat<sup>13</sup>.

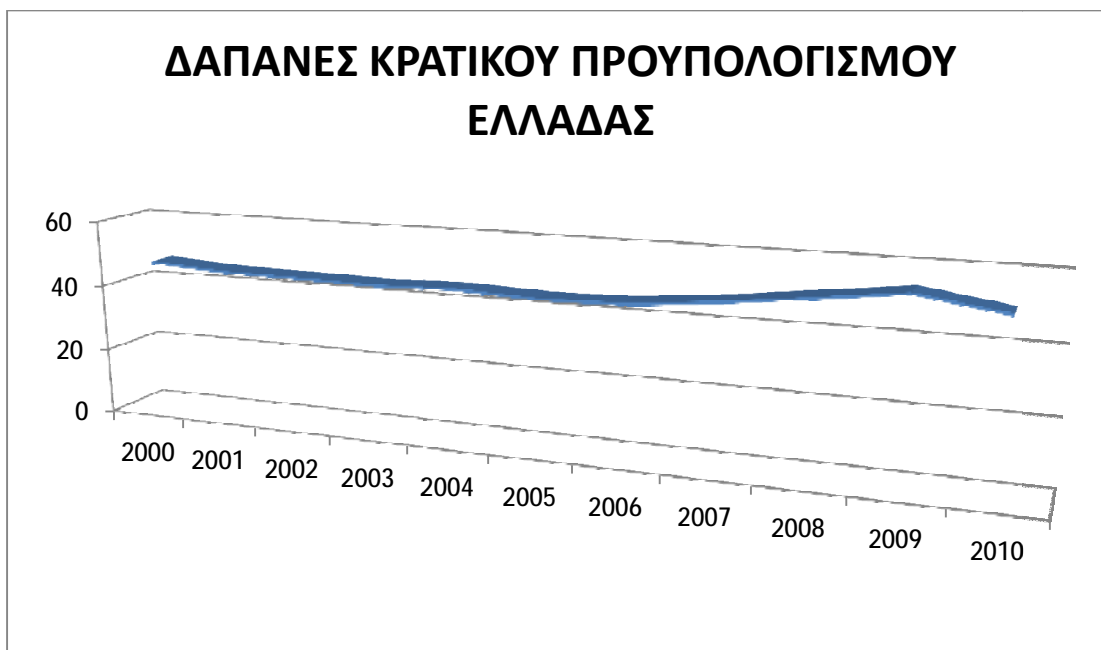
<b>ΔΑΠΑΝΕΣ ΚΡΑΤΙΚΟΥ ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΥ ΚΡΑΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΕΕ (2000-2010)</b>											
<b>% του ΑΕΠ πηγή: Eurostat</b>											
	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>Ε.Ε. 27</b>	44,8	46,2	46,6	47,3	46,8	46,9	46,3	45,7	47,1	51	50,6
<b>Ο.Ν.Ε. 17</b>	46,2	47,3	47,6	48,1	47,5	47,4	46,7	46,1	47,1	51,1	50,9
<b>Βελγιο</b>	49,1	49,1	49,8	51	49,3	52,1	48,6	48,3	49,9	53,8	52,9
<b>Βουλγ.</b>	41,3	40,6	39,6	39,1	38,6	37,3	34,4	39,8	38,3	40,7	38,1
<b>Τσεχια</b>	41,6	43,9	45,6	50	43,3	43	42	41	41,1	44,9	44,1
<b>Δανια</b>	53,7	54,2	54,6	55,1	54,6	52,8	51,6	50,8	51,9	58,4	58,5
<b>Γερμανια</b>	45,1	47,6	47,9	48,5	47,1	46,9	45,3	43,5	44	48,1	47,9
<b>Εσθονια</b>	36,1	34,8	35,8	34,8	34	33,6	33,6	34	39,5	45,2	40,6
<b>Ιρλανδια</b>	31,2	33	33,4	33,1	33,5	33,8	34,3	36,6	42,8	48,9	66,8
<b>Ελλαδα</b>	<b>46,7</b>	<b>45,3</b>	<b>45,1</b>	<b>44,7</b>	<b>45,5</b>	<b>44,6</b>	<b>45,2</b>	<b>47,6</b>	<b>50,6</b>	<b>53,8</b>	<b>50,2</b>
<b>Ισπανια</b>	39,2	38,7	38,9	38,4	38,9	38,4	38,4	39,2	41,5	46,3	45,6
<b>Γαλλια</b>	51,7	51,7	52,9	53,4	53,3	53,6	53	52,6	53,3	56,7	56,6
<b>Ιταλια</b>	45,9	47,7	47,1	48,1	47,5	47,9	48,5	47,6	48,6	51,6	50,3

<sup>12</sup> Εισηγητικές εκθέσεις προϋπολογισμών οικονομικών ετών 2001, 2004, 2005, 2007, 2009, 2010, 2012.

<sup>13</sup> <http://epp.eurostat.ec.europa.eu> Eurostat

*Η οικονομική κρίση και η επιρροή της στις ΜΜΕ.*

<b>Κυπρος</b>	37,1	38	40	44,6	42,4	43,1	42,6	41,3	42,1	46,2	46,4
<b>Λετονια</b>	37,6	35	36	34,9	35,9	35,8	38,3	35,9	39,1	44,2	44,4
<b>Λιθουαν.</b>	38,9	36,6	34,6	33	33,2	33,2	33,5	34,6	37,2	43,8	40,9
<b>Λουξεμβ.</b>	37,6	38,1	41,5	41,8	42,6	41,5	38,6	36,3	37,1	43	42,5
<b>Ουγγαρια</b>	47,8	47,8	51,5	49,7	49,1	50,1	52,1	50,6	49,2	51,4	49,5
<b>Μαλτα</b>	40,3	42,4	42,6	46,7	45,2	44,6	44,3	42,7	44	43,3	42,9
<b>Ολλανδια</b>	44,2	45,4	46,2	47,1	46,1	44,8	45,5	45,3	46,2	51,5	51,2
<b>Αυστρια</b>	51,9	51,3	50,7	51,3	53,8	50	49,1	48,6	49,3	52,9	52,5
<b>Πολωνια</b>	41,1	43,8	44,3	44,7	42,6	43,4	43,9	42,2	43,2	44,5	45,4
<b>Πορτογ.</b>	41,1	42,5	42,3	43,8	44,7	45,8	44,5	44,4	44,8	49,9	51,3
<b>Ρουμανια</b>	38,6	36,2	35	33,5	33,6	33,6	35,5	38,2	39,3	41,1	40,9
<b>Σλοβενια</b>	46,5	47,3	46,2	46,2	45,7	45,3	44,6	42,5	44,2	49,3	50,1
<b>Σλοβακια</b>	52,1	44,5	45,1	40,1	37,7	38	36,5	34,2	34,9	41,5	40
<b>Φιλανδια</b>	48,4	48	49	50,3	50,2	50,4	49,2	47,4	49,3	55,9	55,3
<b>Σουηδια</b>	55,1	54,5	55,6	55,7	54,2	53,9	52,7	51	51,7	55	52,9
<b>Αγγλια</b>	36,8	40,2	41,1	42,1	43	44,1	44,2	43,9	47,9	51,4	50,4
<b>Ισλανδια</b>	41,9	42,6	44,3	45,6	44	42,2	41,6	42,3	57,6	51	51,5
<b>Νορβηγια</b>	42,3	44,1	47,1	48,2	45,4	42,1	40,5	41,1	40,6	46,3	45,9
<b>Ελβετια</b>	35,1	34,8	36,2	36,4	35,9	35,3	33,5	32,3	32,4	34,1	34,2



Γράφημα 3.2 : Δαπάνες Κρατικού Προϋπολογισμού Ελλάδας.

Από τον πίνακα 4.2, φαίνεται ότι οι δαπάνες ως ποσοστό του ΑΕΠ, παρουσιάζουν αύξηση και ανοδική τάση στην διάρκεια του 2000 έως το 2010. Ωστόσο, η αύξηση αυτή είναι μικρότερη από αυτή των άλλων χωρών της Ευρωζώνης εκτός από την Ιρλανδία, η οποία κατείχε την πρώτη θέση με 66,8% του ΑΕΠ σε δημόσιες δαπάνες. Πολλοί πιστεύουν ότι η άσχημη οικονομική κατάσταση της Ελλάδας οφείλεται στις μεγάλες δημόσιες δαπάνες. Την άποψη αυτή τεκμηριώνει και το γράφημα 3.2, στο οποίο φαίνονται οι συνεχώς ανοδικές δαπάνες.

Εάν αφαιρεθούν οι δαπάνες από τα έσοδα, προκύπτει το έλλειμμα ή το πλεόνασμα της χώρας. Δηλαδή το οικονομικό αποτέλεσμα προκύπτει από την πράξη  $ΕΣΟΔΑ - ΔΑΠΑΝΕΣ = ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ/ΕΛΛΕΙΜΜΑ$ . Στον πίνακα 3.3 φαίνεται η πορεία των δημοσιονομικών ελλειμμάτων της Ελλάδας και των άλλων χωρών της Ε.Ε. Από τα στοιχεία του πίνακα φαίνεται ότι το δημοσιονομικό έλλειμμα της Ελλάδας, από τις αρχές της δεκαετίας του 2000 και αμέσως μετά την ένταξη της χώρας στην ΟΝΕ διαγράφει συνεχή αύξηση. Έτσι από 3,7% του ΑΕΠ το 2000 φτάσαμε στο 9,8% του ΑΕΠ το 2008, το 15,8% το 2009 για να υποχωρήσει στο 10,6% το 2010.

<b>ΕΛΛΕΙΜΜΑ/ΠΛΕΟΝΑΣΜΑ ΚΡΑΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΕΕ (2000-2010) % του ΑΕΠ</b>											
<b>πηγή: Eurostat</b>											
	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>Ε.Ε. 27</b>	0,6	-1,5	-2,6	-3,2	-2,9	-2,4	-1,5	-0,9	-2,4	-6,9	-6,6
<b>Ο.Ν.Ε.</b>	-0,1	-1,9	-2,6	-3,1	-2,9	-2,5	-1,3	-0,7	-2,1	-6,4	-6,2
<b>Βέλγιο</b>	0	0,4	-0,1	-0,1	-0,3	-2,7	0,1	-0,3	-1,3	-5,8	-4,1
<b>Βουλγ.</b>	-0,5	1,1	-1,2	-0,4	1,9	1	1,9	1,2	1,7	-4,3	-3,1
<b>Τσεχία</b>	-3,6	-5,6	-6,5	-6,7	-2,8	-3,2	-2,4	-0,7	-2,2	-5,8	-4,8
<b>Δανία</b>	2,3	1,5	0,4	0,1	2,1	5,2	5,2	4,8	3,2	-2,7	-2,6
<b>Γερμ.</b>	1,1	-3,1	-3,8	-4,2	-3,8	-3,3	-1,6	0,2	-0,1	-3,2	-4,3
<b>Εσθονία</b>	-0,2	-0,1	0,3	1,7	1,6	1,6	2,5	2,4	-2,9	-2	0,2
<b>Ιρλανδ.</b>	4,7	0,9	-0,4	0,4	1,4	1,7	2,9	0,1	-7,3	-14,2	-31,3
<b>Ελλάδα</b>	<b>-3,7</b>	<b>-4,5</b>	<b>-4,8</b>	<b>-5,6</b>	<b>-7,5</b>	<b>-5,2</b>	<b>-5,7</b>	<b>-6,5</b>	<b>-9,8</b>	<b>-15,8</b>	<b>-10,6</b>
<b>Ισπανία</b>	-0,9	-0,5	-0,2	-0,3	-0,1	1,3	2,4	1,9	-4,5	-11,2	-9,3
<b>Γαλλία</b>	-1,5	-1,5	-3,1	-4,1	-3,6	-2,9	-2,3	-2,7	-3,3	-7,5	-7,1
<b>Ιταλία</b>	-0,8	-3,1	-3,1	-3,6	-3,5	-4,4	-3,4	-1,6	-2,7	-5,4	-4,6
<b>Κυπρος</b>	-2,3	-2,2	-4,4	-6,6	-4,1	-2,4	-1,2	3,5	0,9	-6,1	-5,3
<b>Λετονία</b>	-2,8	-2	-2,3	-1,6	-1	-0,4	-0,5	-0,4	-4,2	-9,7	-8,3
<b>Λιθου.</b>	-3,2	-3,5	-1,9	-1,3	-1,5	-0,5	-0,4	-1	-3,3	-9,5	-7
<b>Λουξεμ.</b>	6	6,1	2,1	0,5	-1,1	0	1,4	3,7	3	-0,9	-1,1
<b>Ουγγαρ.</b>	-3	-4,1	-9	-7,3	-6,5	-7,9	-9,3	-5,1	-3,7	-4,6	-4,2
<b>Μαλτα</b>	-5,8	-6,4	-5,8	-9,2	-4,7	-2,9	-2,8	-2,4	-4,6	-3,7	-3,6
<b>Ολλανδ.</b>	2	-0,2	-2,1	-3,1	-1,7	-0,3	0,5	0,2	0,5	-5,6	-5,1

**Η οικονομική κρίση και η επιρροή της στις ΜΜΕ.**

<b>Αυστρια</b>	-1,7	0	-0,7	-1,5	-4,4	-1,7	-1,5	-0,9	-0,9	-4,1	-4,4
<b>Πολων.</b>	-3	-5,3	-5	-6,2	-5,4	-4,1	-3,6	-1,9	-3,7	-7,3	-7,8
<b>Πορτογ.</b>	-2,9	-4,3	-2,9	-3	-3,4	-5,9	-4,1	-3,1	-3,6	-10,1	-9,8
<b>Ρουμαν.</b>	-4,7	-3,5	-2	-1,5	-1,2	-1,2	-2,2	-2,9	-5,7	-9	-6,9
<b>Σλοβεν.</b>	-3,7	-4	-2,4	-2,7	-2,3	-1,5	-1,4	0	-1,9	-6,1	-5,8
<b>Σλοβακ.</b>	-12,3	-6,5	-8,2	-2,8	-2,4	-2,8	-3,2	-1,8	-2,1	-8	-7,7
<b>Φιλανδ.</b>	6,9	5,1	4,1	2,6	2,5	2,8	4,1	5,3	4,3	-2,5	-2,5
<b>Σουηδία</b>	3,6	1,5	-1,3	-1	0,6	2,2	2,3	3,6	2,2	-0,7	0,2
<b>Αγγλία</b>	3,6	0,5	-2,1	-3,4	-3,5	-3,4	-2,7	-2,7	-5	-11,5	-10,3
<b>Ισλανδ.</b>	:	:	:	:	:	4,9	6,3	5,4	-13,5	-10	-10,1
<b>Νορβηγ.</b>	:	13,5	9,3	7,3	11,1	15,1	18,5	17,5	19,1	10,5	10,6
<b>Κροατ.</b>	:	:	-4,1	-4,5	-4,3	-4	-3	-2,5	-1,4	-4,1	:
<b>Τουρκία</b>	:	-33	-12,9	-11,3	-4,5	-0,6	0,8	-1	-2,2	-6,7	:

<b>ΔΗΜΟΣΙΟ ΧΡΕΟΣ ΚΡΑΤΩΝ ΜΕΛΩΝ ΕΕ (2000-2010) % του ΑΕΠ</b>											
<b>πηγή: Eurostat</b>											
	<b>2000</b>	<b>2001</b>	<b>2002</b>	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>
<b>Ε.Ε. 27</b>	61,9	61	60,4	61,9	62,3	62,8	61,5	59	62,5	74,7	80,2
<b>Ο.Ν.Ε. 17</b>	69,2	68,1	67,9	69,1	69,5	70,1	68,5	66,3	70,1	79,8	85,4
<b>Βελγιο</b>	107,8	106,5	103,4	98,4	94	92	88	84,1	89,3	95,9	96,2
<b>Βουλγ.</b>	72,5	66	52,4	44,4	37	27,5	21,6	17,2	13,7	14,6	16,3
<b>Τσεχία</b>	17,8	23,9	27,1	28,6	28,9	28,4	28,3	27,9	28,7	34,4	37,6
<b>Δανία</b>	52,4	49,6	49,5	47,2	45,1	37,8	32,1	27,5	34,5	41,8	43,7
<b>Γερμανία</b>	60,2	59,1	60,7	64,4	66,3	68,6	68,1	65,2	66,7	74,4	83,2

*Η οικονομική κρίση και η επιρροή της στις ΜΜΕ.*

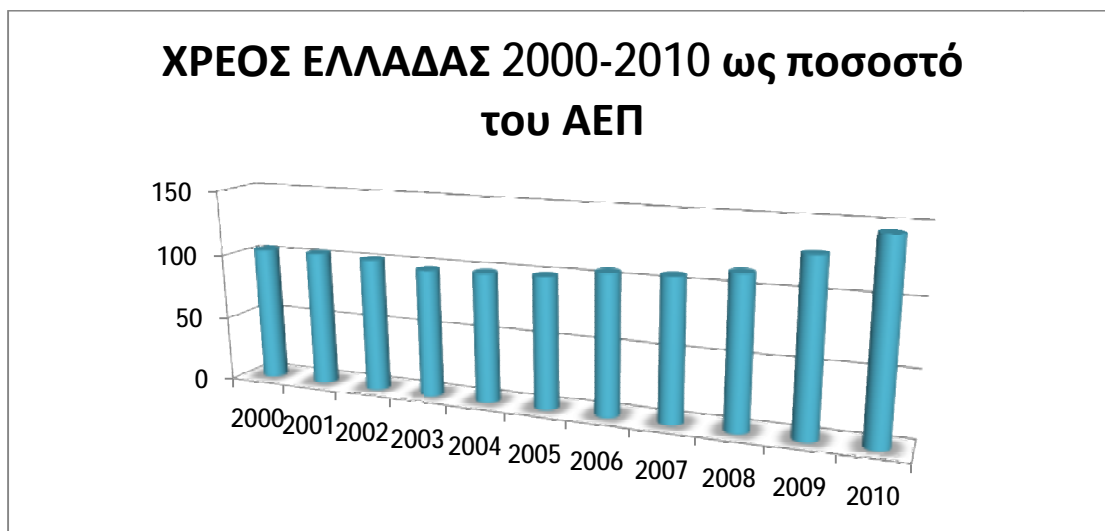
<b>Εσθονια</b>	5,1	4,8	5,7	5,6	5	4,6	4,4	3,7	4,5	7,2	6,7
<b>Ιρλανδία</b>	37,5	35,2	31,9	30,7	29,4	27,2	24,7	24,9	44,3	65,2	94,9
<b>Ελλάδα</b>	<b>103,4</b>	<b>103,7</b>	<b>101,7</b>	<b>97,4</b>	<b>98,6</b>	<b>100</b>	<b>106,1</b>	<b>107,4</b>	<b>113</b>	<b>129,3</b>	<b>144,9</b>
<b>Ισπανία</b>	59,4	55,6	52,6	48,8	46,3	43,1	39,6	36,2	40,1	53,8	61
<b>Γαλλία</b>	57,3	56,9	58,8	62,9	64,9	66,4	63,7	64,2	68,2	79	82,3
<b>Ιταλία</b>	108,5	108,2	105,1	103,9	103,4	105,4	106,1	103,1	105,8	115,5	118,4
<b>Κυπρος</b>	59,6	61,2	65,1	69,7	70,9	69,4	64,7	58,8	48,9	58,5	61,5
<b>Λετονία</b>	12,4	14,1	13,6	14,7	15	12,5	10,7	9	19,8	36,7	44,7
<b>Λιθουαν.</b>	23,6	23	22,2	21	19,3	18,3	17,9	16,8	15,5	29,4	38
<b>Λουξεμβ.</b>	6,2	6,3	6,3	6,1	6,3	6,1	6,7	6,7	13,7	14,8	19,1
<b>Ουγγαρία</b>	56,1	52,7	55,9	58,6	59,5	61,7	65,9	67	72,9	79,7	81,3
<b>Μαλτα</b>	54,9	60,9	59,1	67,6	71,7	69,7	64,1	62,1	62,2	67,8	69
<b>Ολλανδία</b>	53,8	50,7	50,5	52	52,4	51,8	47,4	45,3	58,5	60,8	62,9
<b>Αυστρία</b>	66,2	66,8	66,2	65,3	64,7	64,2	62,3	60,2	63,8	69,5	71,8
<b>Πολωνία</b>	36,8	37,6	42,2	47,1	45,7	47,1	47,7	45	47,1	50,9	54,9
<b>Πορτογ.</b>	48,5	51,2	53,8	55,9	57,6	62,8	63,9	68,3	71,6	83	93,3
<b>Ρουμανία</b>	22,5	25,7	24,9	21,5	18,7	15,8	12,4	12,8	13,4	23,6	31
<b>Σλοβενία</b>	:	26,5	27,8	27,2	27,3	26,7	26,4	23,1	21,9	35,3	38,8
<b>Σλοβακία</b>	50,3	48,9	43,4	42,4	41,5	34,2	30,5	29,6	27,8	35,5	41
<b>Φιλανδία</b>	43,8	42,5	41,5	44,5	44,4	41,7	39,6	35,2	33,9	43,3	48,3
<b>Σουηδία</b>	53,9	54,7	52,5	51,7	50,3	50,4	45	40,2	38,8	42,7	39,7
<b>Αγγλία</b>	41	37,7	37,5	39	40,9	42,5	43,4	44,4	54,8	69,6	79,9
<b>Ισλανδία</b>						26	27,9	28,5	70,3	87,9	92,9

<b>Νορβηγία</b>		29,2	36,1	44,3	45,6	44,5	55,4	51,5	49,1	43,1	44
<b>Κροατία</b>			40	40,9	43,2	43,7	35,5	32,9	28,9	35,3	
<b>Τουρκία</b>		104,4	93	85,1	59,2	52,3	46,1	39,4	39,5	45,4	

Η πορεία του δημόσιου χρέους τη δεκαετία του 2000(2000-2010) παρουσιάζεται στον πίνακα 3.3. Στον ίδιο πίνακα παραθέτονται και στοιχεία των άλλων χωρών μελών της Ε.Ε. Η αλήθεια είναι ότι πολλές χώρες διέθεταν μεγάλα χρέη αλλά από τα μεγαλύτερα κατείχε και κατέχει η Ελλάδα και η Ιταλία.

Με βάση τα στοιχεία του πίνακα το χρέος αυξήθηκε κατά 41,5% του ΑΕΠ, μέσα στην δεκαετία 2000-2010 και άγγιξε το 144,9% του ΑΕΠ, από 103,4% το 2000. Επισημαίνεται ότι με την εισηγητική έκθεση του προϋπολογισμού του 2012, το δημόσιο χρέος θα διαμορφωθεί στο αστρονομικό ύψος των 350,050 δις ευρώ, ενώ ως ποσοστό του ΑΕΠ θα ανέλθει στο 161,7%. Συγκεκριμένα, για την Ελλάδα, το χρέος παρουσιάζεται στο Γράφημα 3.3.

Πίνακας 3.3 : Έλλειμμα/Πλεόνασμα κρατών μελών της ΕΕ.



Γράφημα 3.3 : Χρέος Ελλάδας 2000-2010.

Μετά από αυτή την αλόγιστη οικονομική πορεία που είχε πάρει η χώρα, με το μεγάλο έλλειμμα και τα ακόμη μεγαλύτερα χρέη, δεν μπορούσε πλέον να αποφύγει τον εκτροχιασμό της από τις υπέρογκες δανειοδοτήσεις της και ως αποτέλεσμα είχε τον αποκλεισμό της από τις διεθνείς αγορές.



Έτσι η κρίση που ξέσπασε ήταν σαν τις προηγούμενες που οδήγησαν στις ιστορικές χρεοκοπίες. Η κρίση του 2008 δεν έχει όρια. Δεν περιορίστηκε σε κάποια γεωγραφική περιοχή, σε μια συγκεκριμένη κοινωνική κλάση ανθρώπων, σε έναν επιμέρους τομέα της οικονομίας. Η κρίση αυτή δεν είναι μόνο θέμα της Ελληνικής οικονομίας αλλά έχει Ευρωπαϊκές και Παγκόσμιες διαστάσεις.

### **3.1.1 Το ελληνικό χρέος.**

Είναι γεγονός αναμφισβήτητο ότι Το Ελληνικό Δημόσιο Χρέος αποτελεί την αχίλλειο πτέρνα και ένα μεγάλο πρόβλημα και μεγάλο πονοκέφαλο για τη χώρα μας και κατ'επέκταση και για εμάς τους πολίτες. Η εξέλιξή του εξαρτάται άμεσα από το προαναφερθέν Ευρωσύστημα.

Το χρέος ήταν αποτέλεσμα που απορρέει από την άτακτη πορεία που ακολούθησε η χώρα για να κατορθώσει να συμπλεύσει με τους ευρωπαϊκούς οικονομικούς και κοινωνικούς θεσμούς. Το αρχικό λάθος ήταν ότι ενώ δεν ήταν ακόμα έτοιμη συμμετείχε σε διεργασίες για να επιτύχει θεωρητικά την ομαλή ένταξή της στην ΟΝΕ.

Όμως ενώ η οικονομική πολιτική σε παγκόσμιο επίπεδο εξελισσόταν με ραγδαίους ρυθμούς και βασιζόμενη σε τρεις βασικές συνιστώσες:

I) την πλήρη απελευθέρωση της διακίνησης αγαθών και υπηρεσιών και φυσικά κεφαλαίων,

II) την κατάργηση των συνόρων μεταξύ των κρατών,

III) την επίτευξη της παγκόσμιας οικονομίας(παγκοσμιοποίηση).

Η Ελλάδα, λοιπόν, απεδείχθη ότι τις παραπάνω εξελίξεις δεν ήταν έτοιμη να τις διαχειριστεί ιδιαίτερα στους τομείς της δημοσιονομικής και οικονομικής πολιτικής. Η ένταξη της στην ΟΝΕ οδήγησε στην κατάργηση του Εθνικού Νομίσματος τη δραχμή και στην αντικατάστασή της από το ΕΥΡΩ. Έχασε έτσι το δικαίωμα η Τράπεζα της Ελλάδος να εκδίδει χρήμα, το οποίο παραχωρήθηκε στην ΕΚΤ. Η αδυναμία όμως άσκησης εθνικής νομισματικής πολιτικής κατέστησε την δημοσιονομική πολιτική πιο σοβαρή για την διατήρηση της οικονομικής σταθερότητας την ανάπτυξη της οικονομίας και μεσοπρόθεσμα την αύξηση της απασχόλησης και των εισοδημάτων.

Η Ελλάδα όμως δεν ακολούθησε κατάλληλη δημοσιονομική πολιτική και δεν προσαρμόστηκε όσο γρήγορα χρειαζόταν στις συνθήκες που επέβαλαν οι νέες παγκόσμιες και ευρωπαϊκές οικονομικές μεταβολές και αυτό είχε ως συνέπεια την δημιουργία υψηλών ελλειμμάτων. Άρχισε δηλαδή ένας φαύλος κύκλος ελλειμμάτων που ήταν η αιτία και που οδήγησε στην σημερινή κατάσταση της ελληνικής οικονομίας.

Το δημόσιο χρέος αυξήθηκε δραματικά τόσο σαν απόλυτο μέγεθος όσο και σαν ποσοστό του Α.Ε.Π..Οι κρατικοί προϋπολογισμοί ήταν ελλειμματικοί και είχαν σαν αφετηρία το έτος του 2000 και ένα ντόμινο οικονομικών εξελίξεων που είχε ως κατάληξη τον οικονομικό απολογισμό του 2010 με συσσωρευμένο δημόσιο χρέος **352.050.000.000** ευρώ και το ποσοστό του ΑΕΠ να φτάνει στη τάξη του 161,7% που αποτελεί ομολογουμένως το μεγαλύτερο της Ευρωζώνης και ένα από τα μεγαλύτερα του Ο.Ο.Σ.Α

Έτσι, η χώρα οδηγήθηκε εκτός χρηματικών αγορών το 2010 και προσέφυγε σε έναν προσωρινό μηχανισμό στήριξης της Ελληνικής Οικονομίας στον οποίο συμμετέχουν:

- η *Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ)*
- **Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα (ΕΚΤ)**
- το *Διεθνές Νομισματικό Ταμείο(ΔΝΤ)*

Στόχος της προσφυγής αυτής ήταν να μπορέσει να εξασφαλιστεί η ομαλή εξυπηρέτηση του δημόσιου χρέους με δάνεια από την Ε.Ε. και το Δ.Ν.Τ. και να υποβοηθηθεί η ρευστότητα της οικονομίας από την Ε.Κ.Τ. και τέλος να δημιουργηθεί τέτοια οικονομική πολιτική ώστε μεσοπρόθεσμα να υπάρξει δημοσιονομική σταθερότητα.

Πριν προχωρήσω στην ανάλυση του πως η ΕΚΤ επηρέασε την πορεία της Ελληνικής οικονομίας, θα πρέπει να ορίσω την έννοια του προϋπολογισμού. Σύμφωνα με τη Wikipedia<sup>14</sup>, *Προϋπολογισμός είναι ο νόμος με τον οποίο προσδιορίζονται τα δημόσια έξοδα και καθορίζονται τα όρια των εξόδων του κράτους(πιστώσεων) για κάθε οικονομικό έτος.*

Οικονομικό έτος είναι η περίοδος που περιλαμβάνει τις διοικητικές πράξεις και τα γεγονότα που σχετίζονται με την διαχείριση του δημοσίου χρήματος και την κίνηση της περιουσίας του κράτους. Αρχίζει την 1 Ιανουαρίου και λήγει 31 Δεκεμβρίου του ίδιου έτους, όπως ορίζει το άρθρο 4 του ίδιου νόμου. Ο κρατικός προϋπολογισμός είναι νόμος και ψηφίζεται από την Βουλή.

---

<sup>14</sup> [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

Η πρώτη επίσημη Ελληνική πτώχευση μας πηγαίνει πίσω στο **1827** πριν ακόμα αναγνωριστεί το λεγόμενο “Βασίλειον της Ελλάδος”. Όταν η Ελληνική Διοίκηση του Ανδρέα Ζαΐμη αδυνατεί να πληρώσει τα τοκοχρεολύσια των δανείων ανεξαρτησίας, έκτοτε το Ελληνικό Κράτος θα κηρύξει πτώχευση τρεις ακόμα φορές το

- **1843**
- **1893**
- **1932**

Την περίοδο 1821-1832, τα έσοδα της χώρας φτάνουν μόλις τα 12 εκατ. γρόσια τα οποία προέρχονται από τελωνειακούς δασμούς, εισφορές ντόπιων και φιλελλήνων, λείες, πολεμικά λάφυρα κτλ. Τα έξοδα όμως είναι πολλά και ανέρχονται σε 38 εκατ. γρόσια. Η κατάσταση αυτή οδηγούσε στην χρεοκοπία, όπου και υλοποιήθηκε το **1827** όπου η κυβέρνηση Ζαΐμη παρέλαβε ταμείο 16 γρόσια ούτε δηλαδή μια λίρα.

Κατά την περίοδο της βασιλείας του Όθωνα σύναψε δάνειο 60.000.000 γαλλικών φράγκων που εγγυήθηκαν οι τρεις μεγάλες δυνάμεις (Αγγλία, Γαλλία, Ρωσία) καρφώνοντας όμως η καθεμιά το 1/3. Η τρίτη δόση των 20.000.000 γαλλικών φράγκων ουδέποτε κατεβλήθη στην Ελλάδα. Το έτος 1835 στο δημόσιο ταμείο υπήρχαν 1.800.000 δραχμές και από αυτά τα χρήματα έπρεπε να καλυφθούν οι ελλειμματικοί προϋπολογισμοί των ετών 1833-1835 και η παράλληλη εξυπηρέτηση του δανείου που ήταν 2.700.000 δραχμές. Το έτος **1843** είχαμε την δεύτερη πτώχευση-χρεοκοπία.

Το 1880 έως το 1890 η χώρα δανείζεται αλόγιστα ενώ αναγκάζεται να εκχωρεί σε δάνεια το 40% με 50% των εσόδων του κράτους. Λογιστικά έναντι του αστρονομικού χρέους 30.000.000 χρυσών φράγκων προσπάθησε να μειώσει στο 1/3 τον δημόσιο τομέα, αλλά δυστυχώς οδηγηθήκαμε σε στάση πληρωμών. Το **1893** ο Χαρίλαος Τρικούπης αναφωνίζει στη βουλή το ιστορικό "Κύριοι, δυστυχώς, επτωχεύσαμεν". Μια ακόμα πτώχευση έχει σαν αποτέλεσμα την επιβολή Διεθνούς Οικονομικού Ελέγχου (ΔΟΕ).

Από το 1821 έως τι **1932** το σύνολο του εξωτερικού χρέους ανερχόταν σε 2.883.200.000 χρυσά φράγκα. Και το σύνολο του εσωτερικού χρέους ανερχόταν σε 12.946.400.000 δραχμές. Το χρέος αντιπροσώπευε το 150% του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος (ΑΕΙΠ). Μέχρι το 1932 είχαμε αποσβέσει 2.380.000.000 χρυσά φράγκα δηλαδή 183 δις παραπάνω από αυτά που είχαμε δανειστεί και πάλι χρωστούσαμε 2 δις χρυσά φράγκα.

Όπως όλοι γνωρίζουμε, για άλλη μια φορά η οικονομική πορεία της Ελλάδας, μετά τη δεκαετία του 1980 χαράζει μια φθίνουσα πορεία ακολουθώντας την καθοδική πορεία την διεθνούς οικονομίας μέχρι την τελική ύφεση του 2008 όπου η στρόφιγγα του χρήματος της Ευρωπαϊκής Ένωσης (Ε.Ε) άρχισε να κλείνει. Έτσι άλλαξε το οικονομικό τοπίο στην Ελλάδα και στην Ευρώπη.



Εικόνα 3.1 : 1893, Χαρίλαος Τρικούπης: "Κύριοι, δυστυχώς, επτωχεύσαμεν"

### **3.2 Οι ΜΜΕ στην ελληνική οικονομία.**

Ο τομέας των ΜΜΕ είναι πολύ σημαντικός τόσο για την Ελλάδα όσο και για την ΕΕ. Στην Ελλάδα υπάρχουν διάφοροι τύποι ΜΜΕ όπως:

- Ø Επιχειρήσεις **λιανικών πωλήσεων**, οι οποίες αγοράζουν προϊόντα από διάφορους προμηθευτές με σκοπό την μεταπώληση στο κοινό.
- Ø Επιχειρήσεις **χονδρικών πωλήσεων**, οι οποίες έχουν πελάτες λιανοπωλητές, βιομηχανικές, εμπορικές επιχειρήσεις.
- Ø Επιχειρήσεις **παροχής υπηρεσιών**. Οι επιχειρήσεις αυτές παρέχουν υπηρεσίες στο καταναλωτικό κοινό.
- Ø **Μεταποιητικές** επιχειρήσεις. Οι επιχειρήσεις αυτές αγοράζουν πρώτες ύλες από προμηθευτές, προκειμένου να κατασκευάσουν οι ίδιες τα προϊόντα που θα πουλήσουν στους πελάτες τους.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα στερούνται συνήθως το επιχειρησιακό μοντέλο των μεγάλων πολυεθνικών εταιριών. Βασίζονται σε μια πιστή και σταθερή πελατειακή βάση, παράγουν προϊόντα και υπηρεσίες δοκιμασμένα στο χρόνο, είναι κυρίως οικογενειακές και ως συνήθως βασίζονται στο κοινωνικό δίκτυο του ιδιοκτήτη. Το 90% των επιχειρήσεων δεν πραγματοποιούν εξαγωγές και ο μέσος κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει τα 37 εκατομμύρια ευρώ.

Θα πρέπει σε αυτό το σημείο να τονίσουμε ότι για την ελληνική οικονομία ο ορισμός της ΜΜΕ όπως ορίζεται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, δεν ανταποκρίνεται πλήρως στη πραγματικότητα. Σύμφωνα με το Εθνικό Παρατηρητήριο για τις ΜΜΕ οι μικρές επιχειρήσεις έχουν κατά μέσο όρο 10 εργαζόμενους και οι πολύ μικρές έχουν προσωπικό έως 2 άτομα.

Όσον αφορά στην Ελλάδα, υπάρχουν περίπου 800.000 επιχειρήσεις από τις οποίες το 90% ανήκει στις Μικρομεσαίες επιχειρήσεις και αποτελούν περίπου το 4% του συνόλου των Ευρωπαϊκών επιχειρήσεων. Πιο αναλυτικά, θα δούμε κάποια βασικά αριθμητικά στοιχεία για τις ελληνικές επιχειρήσεις της Ελλάδας στον Πίνακα 3.4. Στον πίνακα αυτόν παρουσιάζονται εκτιμήσεις για το 2011, με βάση τα αριθμητικά στοιχεία της περιόδου 2005-2009 από τη βάση δεδομένων για τη διάρθρωση των επιχειρήσεων (Eurostat).<sup>15</sup>

Οι εκτιμήσεις καταρτίστηκαν από την εταιρεία Cambridge Econometrics. Τα στοιχεία καλύπτουν την επιχειρηματική οικονομία που περιλαμβάνει τη βιομηχανία, τις κατασκευές, το εμπόριο και τις υπηρεσίες. Δεν καλύπτουν τις επιχειρήσεις στους κλάδους της γεωργίας, της δασοκομίας, της αλιείας ή των κατά κύριο λόγο μη εμπορικών υπηρεσιών όπως η εκπαίδευση και η υγεία.

Σύμφωνα με τον Πίνακα 3.1 ο ελληνικός τομέας των ΜΜΕ στην Ελλάδα απαρτίζεται από 728.282 επιχειρήσεις, από τις οποίες μόνο οι 399 είναι μεγάλες ενώ οι υπόλοιπες 727.883 είναι οι μικρομεσαίες. Το 99,9% των επιχειρήσεων στην Ελλάδα είναι ΜΜΕ. Οι επιχειρήσεις αυτές απασχολούν το 85,2% του απασχολούμενου εργατικού δυναμικού, 1.998.453 εργαζόμενους. Όσον αφορά τη προστιθέμενη αξία, η οποία από λογιστικής άποψης είναι το κέρδος της επιχείρησης μείον του κόστους του κεφαλαίου, είναι για τις ΜΜΕ 47 δις ευρώ ενώ για τις μεγάλες μόλις 20 δις ευρώ.

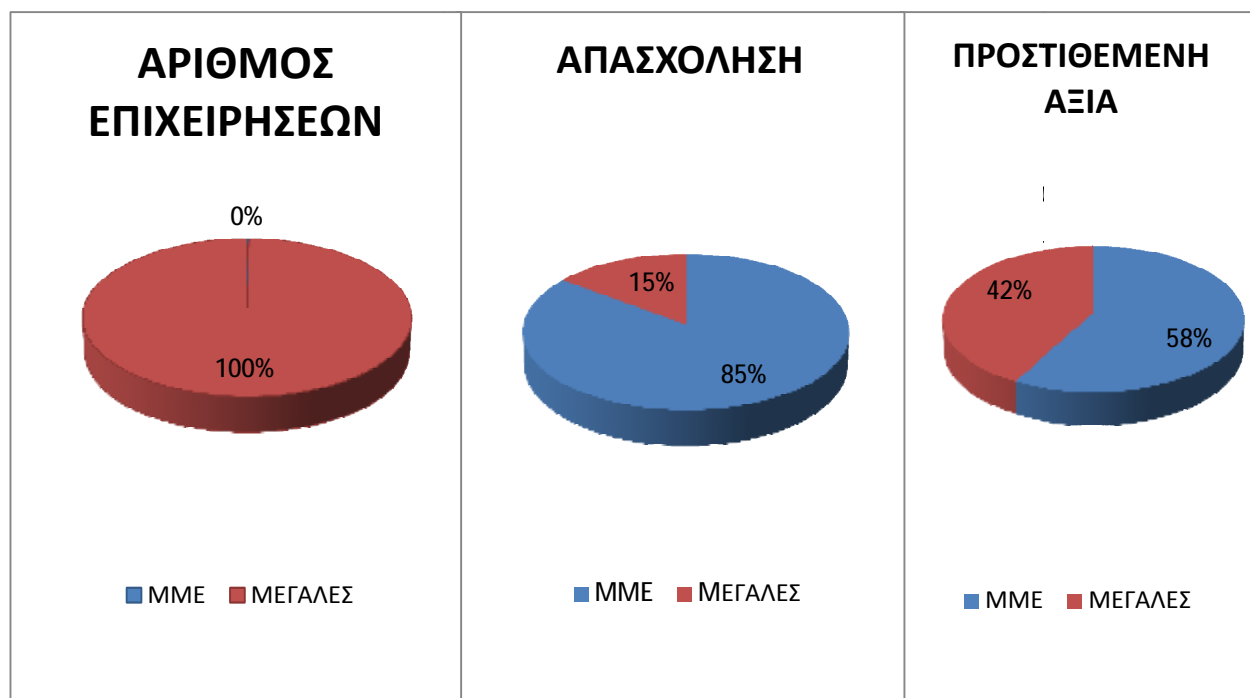
---

<sup>15</sup> <http://www.epiheirimatikotita.gr> Φόρουμ για την επιχειρηματικότητα

ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ			ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ		ΠΡΟΣΤΙΘΕΜΕΝΗ ΑΞΙΑ
		ποσοστό επί της συνολικής αγοράς	εργαζόμενοι	ποσοστό επί της συνολικής αγοράς	
<b>ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ</b>	727.883	99,9%	1.998.453	85,2%	47.000.000.000 €
<b>ΜΕΓΑΛΕΣ</b>	399	0,2%	346.200	14,8%	20.000.000.000 €
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	728.282	100%	2.344.653	100%	67.000.000.000 €

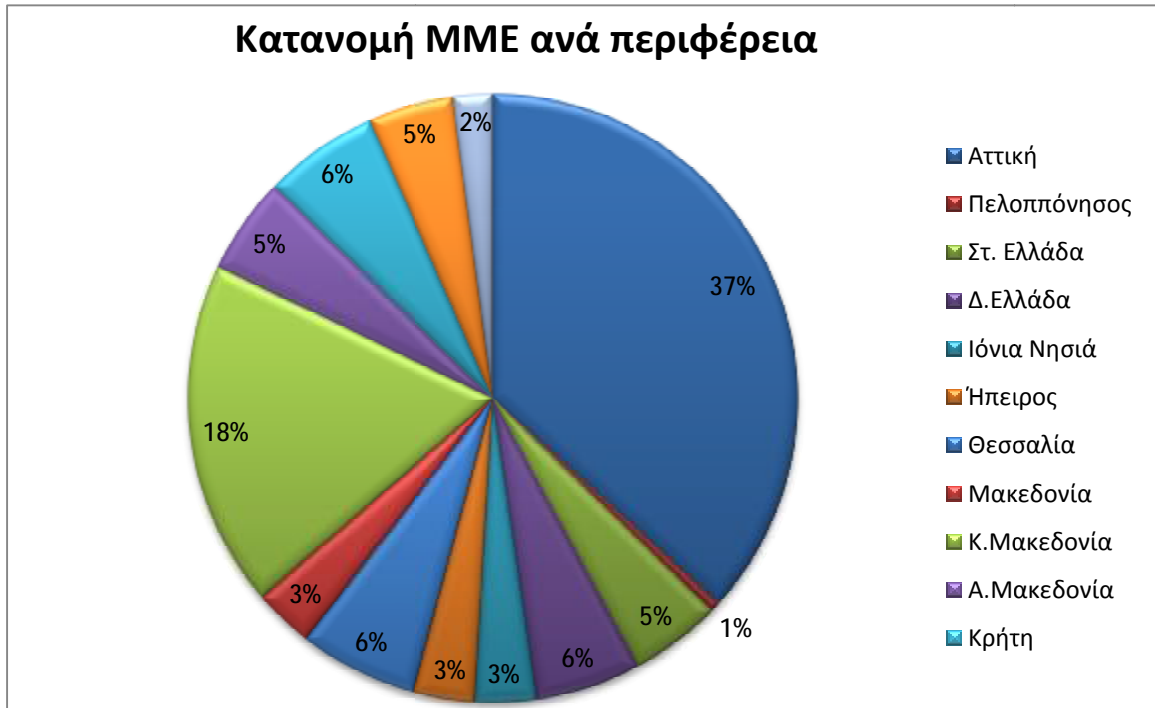
**Πίνακας 3.4 :** αριθμός ΜΜΕ στην Ελλάδα, απασχόληση και προστιθέμενη αξία ΜΜΕ.

Αναλυτικότερα, για την καλύτερη κατανόηση των αριθμητικών μεγεθών παρουσιάζονται τα παραπάνω δεδομένα σε μορφή πίτας (Γράφημα 3.4).



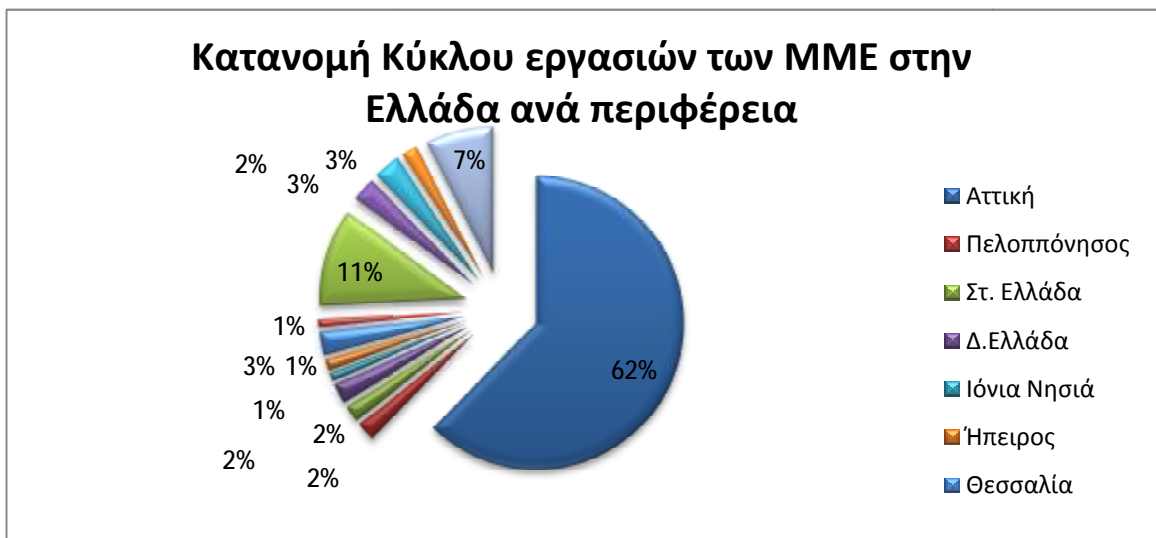
**Γράφημα 3.4 :** αριθμός ΜΜΕ πανελλαδικά, απασχόληση, προστιθέμενη αξία.

Όσον αφορά την κατανομή των ΜΜΕ στην Ελληνική περιφέρεια, φαίνεται να είναι εξαιρετικά άνιση. Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΛΣΤΑΤ για το έτος 2008, η περιφέρεια Αττικής συγκεντρώνει το 34% του συνόλου των ΜΜΕ και ακολουθεί δεύτερη και με μεγάλη διαφορά η περιφέρεια της Κεντρικής Μακεδονίας με 17,5%. Η σημαντικότερη αιτία για τη συγκέντρωση των ΜΜΕ σε αυτές τις περιοχές έγκειται στο γεγονός ότι σε αυτές τις 2 περιφέρειες περιλαμβάνονται η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη. Ακολουθούν με πολύ μικρότερα ποσοστά οι περιφέρειες Θεσσαλίας, Κρήτης και Δυτικής Ελλάδας με ποσοστά που κυμαίνονται από 5 έως 6%. Η μικρότερη συμμετοχή σε επίπεδο περιφέρειας σημειώνεται στη περιφέρεια Πελοποννήσου με ποσοστό 0,5% ( Γράφημα 3.5).



Γράφημα 3.5: κατανομή ΜΜΕ ανά περιφέρεια

Η ανισότητα μεταξύ των περιφερειών φαίνεται και στον κύκλο εργασιών των επιχειρήσεων (Γράφημα 3.6). Οι ΜΜΕ οι οποίες βρίσκονται στη περιφέρεια Αττικής συγκεντρώνουν σε ποσοστό το 66,5% του τζίρου όλων των ΜΜΕ επιχειρήσεων της Ελλάδας. Ακολουθεί η περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας με ποσοστό 11,5%. Ενδιαφέρον παρουσιάζει η περιφέρεια Βορείου Αιγαίου καθώς κατέχει το 8% του συνολικού κύκλου εργασιών αν και από άποψη αριθμού επιχειρήσεων καταλαμβάνει μόλις το 2% των Ελληνικών ΜΜΕ.



Γράφημα 3.6: Κατανομή κύκλου εργασιών ΜΜΕ στην Ελλάδα ανά περιφέρεια



Στη συνέχεια παραθέτουμε στοιχεία για τους λόγους που βρίσκονται πίσω από τη μείωση του αριθμού των ΜΜΕ. Αναλυτικότερα συμπεράσματα καταγράφονται στον Πίνακα 3.5 όπου παρουσιάζονται τα δεδομένα για την περίοδο 2008-2012 σύμφωνα με την έκθεση του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ) για το 2011-2012, η οποία δημοσιοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2013.

Το εντυπωσιακό εύρημα είναι η απότομη άνοδος της έλλειψης κερδοφορίας ως βασικού λόγου εγκατάλειψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας ανάμεσα στο 2009 και το 2010. Ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζει η εξέλιξη του ποσοστού εκείνων που δήλωναν τα προβλήματα χρηματοδότησης ως βασικό λόγο, η οποία είναι πτωτική. Αξίζει ακόμα να επισημανθεί η εξέλιξη δύο άλλων λόγων εγκατάλειψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας: της πώλησης της επιχείρησης και της εύρεσης άλλης εργασίας. Και για τα δύο, παρατηρείται κατάρρευση των σχετικών ποσοστών.

<b>% Διάρθρωση αιτιών αναστολής επιχειρηματικής δραστηριότητας</b>						
	<b>Ευκαιρία για πώληση</b>	<b>Μη κερδοφόρα επιχείρηση</b>	<b>Προβλήματα χρηματοδότησης</b>	<b>Εύρεση άλλης εργασίας</b>	<b>Πώληση επιχείρησης</b>	<b>Συνταξιοδότηση</b>
<b>2008</b>	10	45	12	9	5	4
<b>2009</b>	5,8	45,7	5,6	18,4	4,9	4,9
<b>2010</b>	0	71,9	5,2	2,5	0	5,1
<b>2011</b>	1,8	63,6	7,3	3,6	0	5,5
<b>2012</b>	1,9	65	8	4,2	0	5,6

**Πίνακας 3.5:** αιτίες αναστολής επιχειρηματικής δραστηριότητας

Σε αντίθεση όμως με τα στατιστικά στοιχεία και τα αποτελέσματα των ερευνών έρχεται το συμπέρασμα της ετήσιας έκθεσης του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ) για το 2011-2012. Σύμφωνα με την έκθεση αυτή, παρατηρείται ότι οι Έλληνες αντιδρούν στην οικονομική κρίση δημιουργώντας νέες επιχειρήσεις. *...Οι Έλληνες αντέδρασαν στην αβεβαιότητα που έφερε η κρίση κάνοντας αυτό που ήξεραν να κάνουν καλύτερα, ιδρύοντας δηλαδή μικρές επιχειρήσεις. Από την άλλη πλευρά βεβαίως, η ύφεση κάνει πολύ πιο δύσκολη την επιβίωση αυτών των επιχειρημάτων σε σύγκριση με το παρελθόν. Η επιχειρηματικότητα των Ελλήνων από 18-64 ετών το 2012 αυξήθηκε σε σχέση με τα προηγούμενα έτη της κρίσης, σύμφωνα με τον δείκτη επιχειρηματικότητας (Πίνακας 3.5).*

ΕΤΟΣ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΛΛΗΝΩΝ
2007	4,6
2008	5,3
2009	4,5
2010	2
2011	2,3
2012	<b>4,4</b>

**Πίνακας 3.6:** δείκτης επιχειρηματικότητας Ελλήνων

Συμπερασματικά, θα έλεγε κανείς ότι η πλήρης απαισιοδοξία των επιχειρήσεων διατυπώνεται σε όλα τα επίπεδα άσχετα με την ένταση της κρίσης. Τα δεδομένα είναι δυσοίωνα όσον αφορά τον αριθμό των επιχειρήσεων, τον αριθμό των εργαζομένων αλλά και τη προστιθέμενη αξία τους.

Από την άλλη, θα πρέπει να επισημάνουμε ότι τα προγράμματα στήριξης των ΜΜΕ είναι αρκετά και αξιόλογα. Αξίζει να σημειωθεί ότι το Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας τροποποίησε, τον Σεπτέμβριο 2011, τον νόμο περί πτωχεύσεων για να μπορούν οι εταιρείες να εξακολουθούν να λειτουργούν κατά τη διάρκεια των νομικών διαδικασιών και να αποτρέπεται το κλείσιμό τους. Στόχος της νέας αυτής προσέγγισης είναι η αποφυγή της πτώχευσης και η αποτροπή της διατάραξης της

παραγωγικής δραστηριότητας της εταιρείας, με την εξασφάλιση, παράλληλα, καλύτερων προοπτικών εξόφλησης για τους πιστωτές

Η αντοχή των ελληνικών επιχειρήσεων στην κρίση εξαρτάται από την ικανότητά τους να χτίσουν και να διατηρήσουν συγκριτικό πλεονέκτημα σε χαμηλότερα επίπεδα κόστους, να προσφέρουν ποιοτικά προϊόντα σε πιο προσιτές (όχι απαραίτητα φθηνότερες) τιμές. Σίγουρα πολλές δε θα τα καταφέρουν, αλλά θα υπάρξουν άλλες που θα αρθούν στο ύψος των περιστάσεων. Η κρίση θα είναι σε ένα βαθμό εξυγιαντική, αρκεί το ισοζύγιο «γεννήσεων θανάτων» στο τέλος να είναι θετικό.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) διαδραματίζουν σπουδαιότατο οικονομικό και κοινωνικό ρόλο επειδή έχουν σημαντική παρουσία στον οικονομικό ιστό και επειδή δημιουργούν απασχόληση. Η ανάπτυξη των ΜΜΕ μπορεί να συντελέσει στην αντιμετώπιση των πολλών προκλήσεων που συνδέονται με την οικονομική ανάπτυξη, τις ανισότητες, τα υψηλότερα ποσοστά ανεργίας, τις δημογραφικές εξελίξεις και την αναγκαιότητα διαρθρωτικών αλλαγών. Ειδικότερα, η ανάπτυξη των ΜΜΕ προσφέρει πολλές δυνατότητες απασχόλησης, γεγονός που μπορεί να συμβάλει στον περιορισμό των ποσοστών ανεργίας και στην αντιμετώπιση των δημογραφικών προκλήσεων που αντιμετωπίζουν πληθυσμοί σε πλήρη ανάπτυξη. Επιπλέον, η ανάπτυξη του κλάδου των ΜΜΕ μπορεί να βοηθήσει στην ενίσχυση του ανταγωνισμού και της παραγωγικότητας και επομένως, να τονώσει την αύξηση του συνολικού εισοδήματος και του κατά κεφαλήν εισοδήματος. Η ανάπτυξη αυτή θα αποτελέσει επίσης κίνητρο για διαρθρωτικές αλλαγές, καθώς ένας υγιής κλάδος ΜΜΕ συνδέεται με την καινοτομία και με τον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό. Επιπρόσθετα, η διαδικασία αυτή, με τη σειρά της, συμβάλλει στην τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη, καθώς και στην κοινωνική συνοχή, εφόσον μειώνει τις ανισότητες, μιας και η άνοδος των εισοδημάτων ενός μεγαλύτερου φάσματος πληθυσμού τείνει να δημιουργήσει ισχυρότερο αίτημα για καλύτερη διακυβέρνηση. Όλες αυτές οι θετικές εξελίξεις αναμένεται να δημιουργήσουν ευνοϊκότερες συνθήκες, τόσο σε οικονομικό όσο και σε πολιτικό επίπεδο. Ως εκ τούτου, δεν είναι υπερβολή να πούμε ότι οι ΜΜΕ έχουν τη δυνατότητα να δρουν ως κύριος παράγοντας ανάπτυξης.

Τέλος, θα πρέπει να αναφερθούμε στη δήλωση του ομότιμου καθηγητή Μάρκετινγκ του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών Νικόλαου Παπαβασιλείου, ο οποίος τονίζει ότι : *Σχετικά με τις παλιές επιχειρήσεις, η προσαρμογή στη νέα δομή κινήτρων των πελατών, η μείωση του κόστους και η υποκίνηση των στελεχών είναι σημαντικοί παράγοντες. Σε ό, τι αφορά τις νέες επιχειρήσεις, καθοριστικοί παράγοντες είναι οι καινοτόμες προσεγγίσεις της*

*αγοράς και οι συνεργασίες. Για όλες, τις επιχειρήσεις η εξασφάλιση της ρευστότητας και η εντατικοποίηση της επεξεργασίας της αγοράς με την ανάπτυξη νέων προϊόντων και προσφορών υπηρεσιών είναι σημαντικοί παράγοντες, κάτι που απαιτεί, όμως, λόγω της οικονομικής κρίσης, προσαρμογή του συνολικού επιχειρηματικού μοντέλου.*

Είναι πλέον γεγονός ότι οι προτεραιότητες άλλαξαν και ότι θα πρέπει να μάθουμε από τις εμπειρίες των άλλων, που είναι πιο καινοτόμοι στην Ευρώπη. Η καινοτομία είναι ο κανόνας και θα πρέπει πλέον να τη θεωρούμε ως κάτι δεδομένο. Η μεταφορά, όμως, της καινοτομίας στην αγορά είναι και το πιο δύσκολο βήμα στη «σκάλα της καινοτομίας». Τομείς όπως η έρευνα και η ανάπτυξη, η καινοτομία, η διάχυση της γνώσης, η επιχειρηματικότητα και η ηλεκτρονική οικονομία αναπτύχθηκαν για τη δημιουργία και το σχεδιασμό νέων προϊόντων. Η ανάταξη της ελληνικής οικονομίας και η αναδιάρθρωση της παραγωγικής της βάσης πρέπει να βασιστούν στην ανάδειξη και την αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της χώρας. Όλα αυτά θα γίνουν πραγματικότητα με προώθηση στοχευμένων επενδύσεων στους τομείς των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, των μεταφορών και των δικτύων, με αύξηση της χρηματοδότησης για την παιδεία, την έρευνα και την καινοτομία.

### 3.3 Κίνητρα και επενδυτικά προγράμματα για τις ελληνικές ΜΜΕ 2012-2013

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να γίνει αναφορά στα επενδυτικά προγράμματα και στα κίνητρα που δίδονται στις ΜΜΕ. Ο ΕΟΜΜΕΧ (Ελληνικός Οργανισμός Μικρών-Μεσaiών Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας), είναι ένα νομικό πρόσωπο νομικού δικαίου που υπάγεται στο υπουργείο Βιομηχανίας. Διαθέτει πολυετή εμπειρία και σημαντικό αριθμό ικανών και έμπειρων επιστημόνων, ειδική γνώση των προβλημάτων και αναγκών των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων και έχει αναπτύξει ισχυρό δίκτυο συνεργασιών σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο.

Η παρέμβαση του ΕΟΜΜΕΧ για την ανάπτυξη των ΜΜΕ έχει εμπλουτιστεί με κίνητρα που παρέχονται με μέτρα ενίσχυσης των ΜΜΕ όπως<sup>16</sup>:

- Ø Επιχορήγηση (80%) του κόστους σε οργανισμούς ή εταιρίες παροχής υπηρεσιών για μια τριετία.
- Ø Επιχορήγηση (55% των λειτουργικών δαπανών για 3 χρόνια) σε συνεταιρισμούς και κοινοπραξίες για τη δημιουργία ή ανάπτυξη κοινών υπηρεσιών στις ΜΜΕ, στους τομείς κυρίως της προώθησης των προϊόντων και προμήθειας πρώτων υλών.
- Ø Επιχορήγηση (κατά 70%) του κόστους μελέτης του σχεδιασμού προϊόντος, της κατασκευής του προτύπου και των καλουπιών για την ενθάρρυνση εφαρμογής σχεδιασμού από τις ΜΜΕ.
- Ø Οργάνωση εκδηλώσεων και εκθέσεων στο εξωτερικό και δημιουργία εκθεσιακών χώρων με στόχο της προώθησης των προϊόντων των ΜΜΕ.

Επιπρόσθετα, τα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης αναγνωρίζοντας όλο και περισσότερο τη σημασία των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στην οικονομία, έχουν θεσπίσει διάφορα συστήματα επενδυτικών κινήτρων για την ανάπτυξη της επενδυτικής τους δραστηριότητας. Η αλήθεια είναι ότι οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν σημαντικά προβλήματα στην εξεύρεση πηγών χρηματοδότησης. Επιπρόσθετα, αντιμετωπίζουν υψηλό κόστος προκειμένου να τηρήσουν τις κρατικές κανονιστικές ρυθμίσεις που αφορούν την υγεία, την ασφάλεια, την τήρηση των λογιστικών βιβλίων κλπ. Έτσι η Ευρωπαϊκή βοήθεια κρίνεται απαραίτητη.

---

<sup>16</sup> [www.eommex.gr](http://www.eommex.gr) ΕΟΜΜΕΧ

Τα Διαρθρωτικά Ταμεία (Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ) αποτελούν τα μεγαλύτερα κοινοτικά μέσα χρηματοδότησης των ΜΜΕ, μέσω των διαφόρων θεματικών προγραμμάτων και κοινοτικών πρωτοβουλιών που εφαρμόζονται στις περιφέρειες. Οι δικαιούχοι χρηματοδοτήσεων από τα Διαρθρωτικά Ταμεία λαμβάνουν άμεση συνεισφορά για τη χρηματοδότηση των σχεδίων τους. Σημειώνεται ότι η διαχείριση των προγραμμάτων και η επιλογή των έργων γίνεται σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο.

Στη συνέχεια παρουσιάζονται κάποια Ευρωπαϊκά προγράμματα χρηματοδότησης Μικρομεσαίων επιχειρήσεων με βάση τον διαδικτυακό τόπο της Ευρωπαϊκής πύλης για τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων (<http://ec.europa.eu/enterprise>) για τον Ιανουάριο του 2012.<sup>17</sup>

### **3.3.1 Ευρωπαϊκά προγράμματα χρηματοδότησης Μικρομεσαίων επιχειρήσεων για περιβάλλον – ενέργεια – μεταφορές**

Για το Περιβάλλον, την ενέργεια και τις μεταφορές υπάρχει το **πρόγραμμα LIFE** +. Το πρόγραμμα αυτό διαιρείται σε τρεις κλάδους:

- Ø Φύση και Βιοποικιλότητα
- Ø Περιβαλλοντική Πολιτική και Διακυβέρνηση
- Ø Ενημέρωση και Επικοινωνία

Ο προϋπολογισμός για το LIFE+ είναι €2,1 δισεκατομμύρια για την περίοδο 2007-2013. Οι ΜΜΕ μπορούν να έχουν πρόσβαση σε πόρους του LIFE+ τόσο από το μέρος που διαχειρίζεται κεντρικά η Ευρωπαϊκή Επιτροπή όσο και από το μέρος που διαχειρίζονται οι εθνικοί φορείς.

Ένα άλλο πρόγραμμα ονομάζεται **Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Ανταγωνιστικότητα και την Καινοτομία (ΠΠΑΚ)**. Το "Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Ανταγωνιστικότητα και την Καινοτομία" (ΠΠΑΚ) αποτελεί μια συναφή και ολοκληρωμένη ανταπόκριση στους στόχους της αναθεωρημένης στρατηγικής της Λισσαβόνας για την ανάπτυξη και την απασχόληση. Υλοποιείται από το 2007 έως το 2013 και έχει προϋπολογισμό ύψους €3,6 δις περίπου. Σε ότι αφορά το περιβάλλον και την ενέργεια, το ΠΠΑΚ περιλαμβάνει:

<sup>17</sup> [www.ec.europa.eu/enterprise](http://www.ec.europa.eu/enterprise) Ευρωπαϊκή Πύλη για τη χρηματοδότηση επιχειρήσεων.

- Ø Ένα Πρόγραμμα Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας (ΠΕΚ) με ένα τμήμα οικολογικής καινοτομίας, για το οποίο διατίθεται κονδύλιο ύψους €430 εκ. περίπου. Στόχος είναι η εκμετάλλευση όλων των δυνατοτήτων που προσφέρουν οι περιβαλλοντικές τεχνολογίες, συμβάλλοντας ταυτόχρονα στην ανταγωνιστικότητα και την οικονομική ανάπτυξη.
- Ø Το Πρόγραμμα "Ευφυής Ενέργεια - Ευρώπη" (ΕΕΕ) για το οποίο έχει διατεθεί κονδύλιο ύψους €727 εκ. περίπου. Το Πρόγραμμα "Ευφυής Ενέργεια - Ευρώπη" περιλαμβάνει δράσεις για την αύξηση της υιοθέτησης και ζήτησης για ενεργειακή αποτελεσματικότητα, την προώθηση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και της ενεργειακής διαφοροποίησης, και την παροχή κινήτρων για διαφοροποίηση των καυσίμων και της ενεργειακής αποτελεσματικότητας στις μεταφορές.
- Ø Το πρόγραμμα στήριξης της πολιτικής για τις τεχνολογίες των πληροφοριών και των επικοινωνιών, με προϋπολογισμό περίπου €730 εκατομμύρια. Χρηματοδοτούνται κυρίως πιλοτικές δράσεις που αφορούν δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς. Οι δράσεις πρέπει να προωθούν την καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα μέσω της μεγαλύτερης και καλύτερης χρήσης των ΤΕΠ καθώς επίσης και για ενεργειακή αποδοτικότητα και έξυπνη κινητικότητα

Επιπρόσθετα θα πρέπει να αναφερθούμε στο πρόγραμμα **Marco Polo II (2007-2013)**. Στόχος του Προγράμματος Marco Polo είναι να μειώσει τη συμφόρηση στους δρόμους, να βελτιώσει τις περιβαλλοντικές επιδόσεις του συστήματος μεταφοράς εμπορευμάτων εντός της Κοινότητας και να προωθήσει τα ολοκληρωμένα συστήματα μεταφοράς, συμβάλλοντας έτσι σε ένα αποτελεσματικό και αειφόρο σύστημα μεταφορών. Για την επίτευξη αυτού του στόχου, το Πρόγραμμα στηρίζει ενέργειες στους τομείς μεταφοράς εμπορευμάτων, οργάνωσης και άλλων αγορών, συμπεριλαμβανομένων και των αυτοκινητοδρόμων της θάλασσας και μέτρων αποφυγής της κίνησης. Ο προϋπολογισμός του προγράμματος ανέρχεται σε €400 εκατομμύρια για την περίοδο 2007-2013.

### 3.3.2 Ευρωπαϊκά προγράμματα χρηματοδότησης Μικρομεσαίων επιχειρήσεων για καινοτομία και Έρευνα

Για την Καινοτομία και την Έρευνα υπάρχει Το Έβδομο Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Έρευνα και την Τεχνολογική Ανάπτυξη (2007-2013). Το 7ο Πρόγραμμα Πλαίσιο για την έρευνα και την τεχνολογική ανάπτυξη (ΠΠ7) δίνει ιδιαίτερη προσοχή στις ΜΜΕ μέσω των διαφόρων προγραμμάτων του: "Συνεργασία" (περίπου €32,3 δις), "Ιδέες" (περίπου €7,5 δις), "Άνθρωποι" (περίπου €4,7 δις) και "Ικανότητες" (περίπου €4 δις).

Το "Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Ανταγωνιστικότητα και την Καινοτομία" (ΠΠΑΚ) αποτελεί μια συναφή και ολοκληρωμένη ανταπόκριση στους στόχους της αναθεωρημένης στρατηγικής της Λισσαβόνας για την ανάπτυξη και την απασχόληση. Υλοποιείται από το 2007 έως το 2013 και έχει προϋπολογισμό ύψους €3,6 δις περίπου.

Σε ότι αφορά την καινοτομία και τις τεχνολογίες πληροφόρησης, το ΠΑΚ περιλαμβάνει δύο κύριους κλάδους:

- Ø στόχος του Προγράμματος Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας (ΠΕΚ) είναι η βελτίωση των συνθηκών για καινοτομία, όπως είναι οι ανταλλαγές βέλτιστης πρακτικής μεταξύ κρατών μελών και οι δράσεις για τη βελτίωση, την ενθάρρυνση και την προώθηση της καινοτομίας στις επιχειρήσεις. Υποστηρίζει δράσεις που καλλιεργούν την καινοτομία, την ομαδοποίηση, τις συμπράξεις δημοσίου και ιδιωτικού τομέα και την εφαρμογή της διαχείρισης καινοτομίας σε συγκεκριμένο τομέα.
- Ø το Πρόγραμμα Υποστήριξης Πολιτικής ΤΠΕ για το οποίο έχει διατεθεί κονδύλιο ύψους €728 εκ. περίπου. Στόχος του προγράμματος ΤΠΕ είναι να δώσει κίνητρα για νέες συγκλίνουσες αγορές για ηλεκτρονικά δίκτυα και υπηρεσίες, περιεχόμενο πολυμέσων και ψηφιακές τεχνολογίες. Υποστηρίζει επίσης τον εκσυγχρονισμό των δημοσίων υπηρεσιών γεγονός που θα αυξήσει την παραγωγικότητα και θα βελτιώσει τις υπηρεσίες.

Επίσης το πρόγραμμα, **Eurostars** παρέχει χρηματοδότηση και υποστήριξη ειδικά σχεδιασμένη για μικρές επιχειρήσεις, προσαρμοσμένη στις ανάγκες των μικρών επιχειρήσεων, υποστηρίζοντας τη συμμετοχή τους σε διεθνή έργα στους τομείς της έρευνας και της καινοτομίας.



### **3.3.3 Ευρωπαϊκά προγράμματα χρηματοδότησης Μικρομεσαίων επιχειρήσεων για τη δια βίου μάθηση**

Το πρόγραμμα **Erasmus** για νέους επιχειρηματίες. Το πρόγραμμα αυτό είναι ένα πιλοτικό έργο που θέσπισε η Ε.Ε. το 2009. Παρέχει πρακτική και οικονομική βοήθεια σε νέους επιχειρηματίες που επιθυμούν να εργαστούν σε κάποια επιχείρηση σε άλλη χώρα της Ε.Ε. και έτσι να μάθουν από έμπειρους επιχειρηματίες. Στόχος είναι η ανταλλαγή ιδεών, εμπειρίας και πληροφοριών μεταξύ επιχειρηματιών, να ενισχυθεί η πρόσβαση σε αγορές και να εντοπιστούν δυνητικοί συνεργάτες για νέες επιχειρήσεις, σε άλλες χώρες της Ε.Ε. Το πρόγραμμα συγχρηματοδοτείται από την Ε.Ε., έχει συνολικό προϋπολογισμό 4,3 εκατ. € και καλύπτει τα οδοιπορικά και τα έξοδα διαμονής στη διάρκεια της παραμονής.

### **3.3.4 Ενίσχυση ΜΜΕ που δραστηριοποιούνται στους τομείς Μεταποίησης - Τουρισμού – Εμπορίου & Υπηρεσιών**

Το πρόγραμμα **Ενίσχυση Μ.Μ.Ε. που δραστηριοποιούνται στους τομείς Μεταποίησης - Τουρισμού – Εμπορίου & Υπηρεσιών** αποτελεί μια επιμέρους πρωτοβουλία του Υπουργείου Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων με στόχο την ενίσχυση υφιστάμενων, νέων και υπό σύσταση πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων που θα υλοποιήσουν επενδύσεις προσανατολισμένες στην καινοτομία, το περιβάλλον και τις τεχνολογίες πληροφορικής.

Ο προϋπολογισμός της παρούσας προκήρυξης ανέρχεται σε 456 εκ. ευρώ και αφορά σε επενδυτικά σχέδια που θα υλοποιηθούν στις 13 Περιφέρειες της χώρας, στους σχετικούς Άξονες των πέντε Περιφερειακών Επιχειρησιακών Προγραμμάτων (ΠΕΠ). Οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, που αποτελούν στυλοβάτη της ελληνικής οικονομίας, πλήττονται όλο και περισσότερο από την τρέχουσα οικονομική και χρηματοπιστωτική κρίση, καθώς συρρικνώνεται η ζήτηση, περιορίζονται οι επενδύσεις και μειώνεται η ρευστότητα.

Το Υπουργείο Οικονομίας Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας με το Εθνικό **Σχέδιο Στήριξης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Ε.Σ.Σ.ΜΜΕ) 2010-2013** τοποθετεί τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος λήψης πολιτικών αποφάσεων, ενισχύοντας τη δυναμική τους ως προς τη δημιουργία θέσεων εργασίας, προωθώντας την ανταγωνιστικότητά τους τόσο στην Ε.Ε., όσο και στις παγκόσμιες αγορές, και βελτιώνοντας το ρυθμιστικό τους πλαίσιο.

Το Εθνικό Σχέδιο Στήριξης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Ε.Σ.Σ.ΜΜΕ) 2010-2013 αναδεικνύει την αλλαγή νοοτροπίας πάνω σε τρεις βασικούς άξονες δράσης: την καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα, την εξωστρέφεια και τη στήριξη της ρευστότητας των ΜΜΕ. Η επικαιροποίηση του Εθνικού Σχεδίου Στήριξης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Ε.Σ.Σ.ΜΜΕ) 2010-2013 θα γίνεται ετησίως και με ορίζοντα τριετίας.

### **3.3.5 Ενίσχυση ΜΜΕ μέσω προγράμματος ΕΣΠΑ 2007-2013**

Μέσω του Ευρωπαϊκού προγράμματος ΕΣΠΑ παρέχονται ενισχύσεις που αφορούν την επιχειρηματικότητα και την ανταγωνιστικότητα. Οι θεματικές ενότητες που επωφελούνται είναι η "Μεταποίηση", ο "Τουρισμός" και το "Εμπόριο & Υπηρεσίες". Στο πρόγραμμα αυτό δεν εντάσσονται οι κλάδοι του λιανικού εμπορίου, της μεταποίησης αγροτικών προϊόντων και των υπηρεσιών εστίασης. Το πρόγραμμα αυτό αφορά :

- Ø Υφιστάμενες επιχειρήσεις (επιχειρήσεις οι οποίες έχουν τουλάχιστον δυο πλήρεις κλεισμένες διαχειριστικές χρήσεις).
- Ø Νέες επιχειρήσεις
- Ø Υπό σύσταση (οι επιχειρήσεις οι οποίες θα συσταθούν μετά την υποβολή της αίτησης για ένταξη στο πρόγραμμα.

Οι υποβολές των σχεδίων στο πρόγραμμα αυτό γίνονται μέχρι 10 Μαΐου 2013. Όσον αφορά τον προϋπολογισμό των επενδυτικών σχεδίων, κάθε πρόταση ενίσχυσης κυμαίνεται:

- Ø Από 30.000 ευρώ έως 300.000 ευρώ για τη Μεταποίηση
- Ø Από 20.000 ευρώ έως 300.000 ευρώ για τον Τουρισμό
- Ø Από 20.000 ευρώ έως 100.000 ευρώ για το Εμπόριο & τις Υπηρεσίες.

Το συνολικό ποσοστό επιδότησης καθορίζεται από το μέγεθος της επιχείρησης αλλά και από τον τόπο υλοποίησης της επένδυσης. Στον Πίνακα 3.5 παρουσιάζονται τα ποσοστά επιδότησης ανά περιφέρεια για τις ΜΜΕ. Οι επιδοτήσεις καλύπτουν το 40%-60% της επένδυσης. Το μεγαλύτερο ποσοστό της επιδότησης δίδεται στην Ανατολική Μακεδονία Θράκη, στην Ήπειρο και στη Δυτική Ελλάδα. Στις περιοχές αυτές η επιδότηση στις μεσαίες επιχειρήσεις είναι το 50% της επένδυσης, ενώ στις πολύ μικρές και τις μικρές επιχειρήσεις το 60%.<sup>18</sup>

<sup>18</sup> <http://www.espa.gr/el/Pages/Default.aspx>.

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	ΠΟΛΥ ΜΙΚΡΕΣ ΚΑΙ ΜΙΚΡΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
Αν. Μακεδονία-Θράκη	<b>50%</b>	<b>60%</b>
<b>Κ.Μακεδονία</b>	40%	50%
<b>Δ.Μακεδονία</b>	40%	50%
Ήπειρος	<b>50%</b>	<b>60%</b>
<b>Στερεά Ελλάδα</b>	40%	50%
<b>Θεσσαλία</b>	40%	50%
<b>Νησιά Ιονίου</b>	40%	50%
Δ. Ελλάδα	<b>50%</b>	<b>60%</b>
<b>Β.Αιγαίο</b>	40%	50%
<b>Ν.Αιγαίο</b>	40%	50%
<b>Κρήτη</b>	40%	50%
<b>Αττική</b>	40%	50%
<b>Πελοπόννησος</b>	40%	50%

Πίνακας 3.5: ποσοστά επιδότησης ΕΣΠΑ ανά Περιφέρεια

Η επιδότηση αφορά:

- Κτίρια, εγκαταστάσεις και περιβάλλοντα χώρο σε ποσοστό έως 80% του συνολικού προϋπολογισμού.
- Μηχανήματα και εξοπλισμό.
- Μεταφορικά μέσα επαγγελματικής χρήσης έως 15.000 ευρώ.
- Εξοπλισμός και εγκαταστάσεις προστασίας περιβάλλοντος και εξοικονόμησης ενέργειας.
- Δικαιώματα τεχνογνωσίας σε ποσοστό έως 20% του συνολικού προϋπολογισμού.
- Λογισμικό έως 30.000 ευρώ.
- Πιστοποίηση συστημάτων διασφάλισης ποιότητας έως 6.000 ευρώ.
- Προβολή-προώθηση έως 30.000 ευρώ.
- Αμοιβές συμβούλων έως 10.000 ευρώ.
- Λειτουργικές δαπάνες μόνο για νέες υπό σύσταση επιχειρήσεις σε ποσοστό έως 40% του συνολικού προϋπολογισμού.

### **3.3.6 Επενδυτικός νόμος**

Παράλληλα με τα προγράμματα ΕΣΠΑ του ΕΣΠΑ 2007-2013, υπάρχουν και αυτά που αφορούν επενδύσεις στον ευρύτερο πρωτογενή τομέα και χρηματοδοτούνται από το ΕΓΤΑΑ (Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης). Ο κύριος μοχλός αναπτυξιακής πολιτικής της ελληνικής οικονομίας στη διάθεση των επιχειρήσεων είναι ο επενδυτικός νόμος. Ο επενδυτικός νόμος (Ν.3908/11) που τέθηκε σε εφαρμογή από τις αρχές του 2011 τροποποιήθηκε σε ορισμένα άρθρα τον Απρίλη του 2012, προκειμένου να προσαρμοστεί στα δεδομένα της αγοράς και πριν από λίγες ημέρες με την ψήφιση και τη δημοσίευση στο ΦΕΚ του Ν.4146/13 δέχθηκε κάποιες επιπλέον σημαντικές βελτιώσεις-τροποποιήσεις.

Στις διατάξεις του νόμου, όπως πλέον ισχύει, μπορούν να υπαχθούν επενδύσεις που υλοποιούνται από υφιστάμενες ή και υπό σύστασης επιχειρήσεις που είναι εγκατεστημένες στην ελληνική επικράτεια και λειτουργούν με μια από τις παρακάτω μορφές:

- Ø Ατομική επιχείρηση (για ύψος προϋπολογισμού έως 500.00 ευρώ).
- Ø Εμπορικές εταιρείες ( Ε.Ε, Ο.Ε, ΕΠΕ, Α.Ε ΚΑΙ ΙΚΕ).
- Ø Συνεταιρισμούς.
- Ø Κοινωνικές συνεταιριστικές επιχειρήσεις του Ν.4019/2011, καθώς και ομάδες παραγωγών.
- Ø Αγροτικές εταιρικές συμπράξεις και οι συνεταιριστικές εταιρείες του Ν.4015/2011.

Με τις πρόσφατες αλλαγές, επιδιώκεται η ενίσχυση της ταμειακής ρευστότητας των επιχειρήσεων που επενδύουν, αλλά και η επιτάχυνση των διαδικασιών επιχορήγησης. Ταυτόχρονα όμως επιδιώκεται και η βελτίωση του θεσμικού πλαισίου, η διευκόλυνση της διαδικασίας υποβολής των αιτημάτων ενίσχυσης και απλούστευση των διαδικασιών. Πιο συγκεκριμένα, με την τροποποίηση του επενδυτικού νόμου:

- Ø Ενισχύεται η ρευστότητα των επενδυτών με τη δυνατότητα προκαταβολής έως και του 100% της επιδότησης.
- Ø Παρέχεται η δυνατότητα επιλογής είδους των ενισχύσεων του επενδυτικού νόμου για επενδύσεις έως 50 εκατομμύρια ευρώ, ώστε να ενισχυθεί η ευελιξία της χρηματοδότησης για μικρούς και μεσαίους επενδυτές, οι οποίοι πλέον μπορούν να επιλέξουν τη λήψη ενίσχυσης μόνο με τη μορφή επιχορήγησης.

- Ø Επιτρέπεται η εμπροσθοβαρής χρήση των φοροαπαλλαγών, ώστε να ενισχυθεί η ρευστότητα των επιχειρήσεων και η βιωσιμότητά τους.
- Ø Δίδεται η δυνατότητα στον επενδυτικό φορέα της διάθεσης των ίδιων κεφαλαίων για την κάλυψη της ίδιας συμμετοχής του στην επένδυση, όπως αυτή τεκμηριώνεται από την αξία των καταθέσεων του ή την αξία των κινητών του αξιών ή από τις τελευταίες διαθέσιμες λογιστικές του καταστάσεις ή από άμεσα ρευστοποιήσιμα στοιχεία, σύμφωνα με τη μέση αξία των τελευταίων τριών μηνών.
- Ø Καταργείται ο χρονικός περιορισμός υποβολής επενδυτικών σχεδίων (κάθε Απρίλιο και Οκτώβριο) και παρέχεται δυνατότητα υποβολής επενδυτικών σχεδίων καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Η αξιολόγησή τους θα γίνεται τον Μάιο και τον Νοέμβριο κάθε έτους. Ειδικά για το 2013, η πρώτη αξιολόγηση θα γίνει από την 1<sup>η</sup> Ιουλίου, για τα έργα που θα υποβληθούν έως την 28<sup>η</sup> Ιουνίου 2013.
- Ø Ενισχύονται τα επενδυτικά σχέδια που υλοποιούνται εντός βιομηχανικών και επιχειρηματικών περιοχών (ΒΕΠΕ), με το ποσοστό που αποτελεί το όριο του Χάρτη Περιφερειακών Ενισχύσεων για τη συγκεκριμένη περιφέρεια.
- Ø Παρέχεται η δυνατότητα λήψης ευνοϊκών δανείων χαμηλού κόστους μέσω του ΕΤΕΑΝ , αναφορικά με το ποσό που προβλέπεται να καλυφθεί με τραπεζικό δανεισμό, καθώς και εγγυητικών επιστολών για τη λήψη προκαταβολής για το 50% της εγκεκριμένης επιχορήγησης.

ΦΟΡΕΑΣ	ΕΠΙΧΟΡΗΓΗΣΕΙΣ
<b>ΕΟΜΜΕΧ</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>∅ Επιχορήγηση (80%) του κόστους</li> <li>∅ Επιχορήγηση (55% των λειτουργικών δαπανών για 3 χρόνια)</li> <li>∅ Επιχορήγηση (κατά 70%) του κόστους μελέτης του σχεδιασμού προϊόντος</li> <li>∅ Οργάνωση εκδηλώσεων και εκθέσεων</li> </ul>
<b>ΤΟΜΕΑΣ</b>	
<b>Περιβάλλον Ενέργεια Μεταφορές</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>∅ Έβδομο Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Έρευνα και την Τεχνολογική Ανάπτυξη (2007-2013).</li> <li>∅ Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Ανταγωνιστικότητα και την Καινοτομία (ΠΠΑΚ)</li> <li>∅ Πρόγραμμα Eurostars</li> </ul>
<b>Καινοτομία Έρευνα</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>∅ Πρόγραμμα LIFE +</li> <li>∅ Πρόγραμμα Πλαίσιο για την Ανταγωνιστικότητα και την Καινοτομία (ΠΠΑΚ)</li> <li>∅ Marco Polo II (2007-2013).</li> </ul>
<b>Δια βίου μάθηση</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>∅ Πρόγραμμα Erasmus για νέους επιχειρηματίες</li> </ul>
Μεταποίηση Τουρισμός Εμπόριο Υπηρεσίες	<ul style="list-style-type: none"> <li>∅ Πρόγραμμα Ενίσχυση Μ.Μ.Ε. που δραστηριοποιούνται στους τομείς Μεταποίησης - Τουρισμού – Εμπορίου &amp; Υπηρεσιών</li> <li>∅ Σχέδιο Στήριξης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Ε.Σ.Σ.ΜΜΕ) 2010-2013</li> </ul>
<b>Πρόγραμμα ΕΣΠΑ 2007-2013</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>∅ ενισχύσεις που αφορούν την επιχειρηματικότητα και την ανταγωνιστικότητα</li> </ul>
<b>Επενδυτικός Νόμος</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>∅ επενδύσεις στον ευρύτερο πρωτογενή τομέα και χρηματοδοτούνται από το ΕΓΤΑΑ (Ευρωπαϊκό Γεωργικό Ταμείο Αγροτικής Ανάπτυξης).</li> </ul>

Πίνακας 3.6: προγράμματα επιδότησης ΜΜΕ

### **3.4 Η οικονομική κρίση και οι ΜΜΕ.**

Η διεθνής οικονομική κρίση η οποία ξέσπασε τα έτη 2007-2008, 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 τη ελληνική οικονομία.

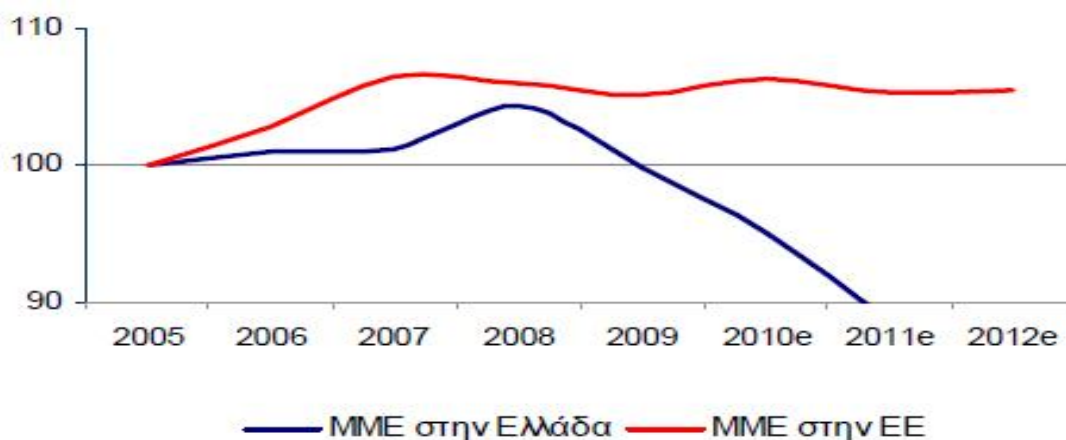
Το κράμα της κρίσης αυτής πλήττει και τον ελληνικό παραγωγικό κορμό. Οι επιχειρήσεις μέσα σε σύντομο χρονικό διάστημα βρέθηκαν σε ένα νέο, αρνητικό περιβάλλον, με τα χαρακτηριστικά των αγορών να ανατρέπονται ριζικά, τις πιέσεις να εντείνονται και την αβεβαιότητα να κυριαρχεί. Ιδιαίτερα οι επιχειρήσεις οι οποίες επλήγησαν από την οικονομική κρίση είναι οι ΜΜΕ, οι οποίες έχουν υποστεί δυσμενείς συνέπειες στον αριθμό, το προσωπικό και τη προστιθέμενη αξία τους. Δραματική είναι η συρρίκνωση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη χώρα από την αρχή της κρίσης σύμφωνα με έκθεση της Κομισιόν. Όπως αναφέρεται στην έκθεση, στο διάστημα 2008 – 2011 έκλεισαν περισσότερες από 90.000 ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Για του λόγου το αληθές παρουσιάζονται στη συνέχεια στατιστικά στοιχεία όπως δίδονται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή στο ετήσιο «Ενημερωτικό δελτίο για τις ΜΜΕ 2012». Συγκεκριμένα παρουσιάζεται η πορεία του αριθμού των ΜΜΕ κατά τα έτη 2005-2012 (Γράφημα 3.7), η πορεία των θέσεων εργασίας στις ΜΜΕ κατά τα έτη 2005-2012 (Γράφημα 3.8) και τέλος η πορεία της προστιθέμενης αξίας των ΜΜΕ κατά τα έτη 2005-2012 (Γράφημα 3.9).<sup>19</sup>

Αξίζει να σχολιάσουμε ότι με βάση τις πρόσφατες τάσεις και τα διαθέσιμα στοιχεία έως το τέλος του 2012, οι ελληνικές ΜΜΕ εκτιμάται ότι έχουν πληγεί έντονα από την κρίση όσον αφορά τον αριθμό των επιχειρήσεων, ο οποίος βρίσκεται σήμερα σε επίπεδα όχι μόνο κατώτερα από το 2008, αλλά και κατώτερα από το έτος βάσης 2005. Η εικόνα είναι λιγότερο απογοητευτική όσον αφορά την απασχόληση, η οποία έχει επίσης μειωθεί δραστικά αλλά είναι ακόμη σε υψηλότερο επίπεδο σε σύγκριση με τον αριθμό των επιχειρήσεων. Το ίδιο ισχύει και για τη πορεία της προστιθέμενης αξίας.

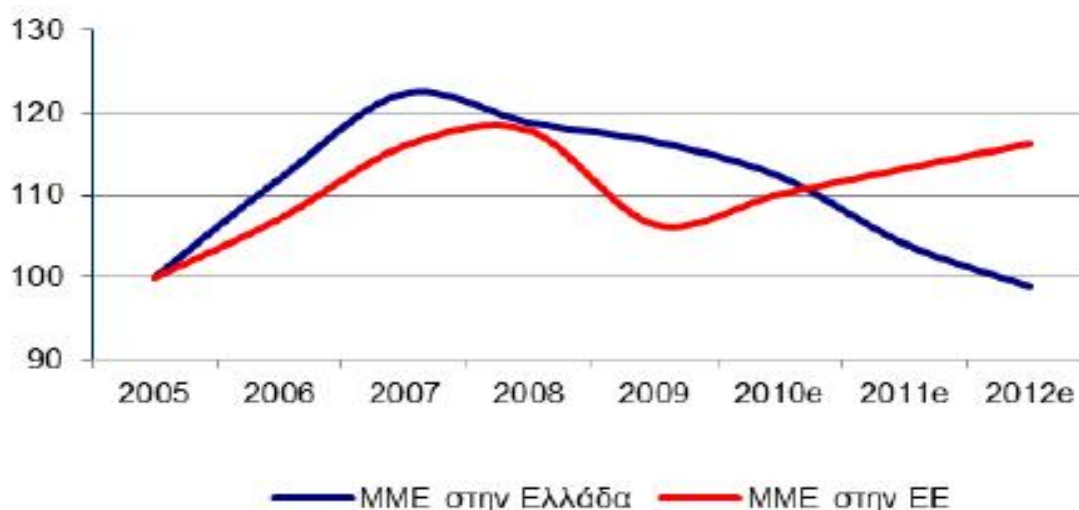
Σε σύγκριση με την πορεία των αντίστοιχων μεγεθών στην Ευρωπαϊκή Ένωση παρατηρούμε ότι τα μεγέθη δεν ακολουθούν την ίδια πορεία. Μάλιστα οι θέσεις εργασίας

<sup>19</sup> <http://www.startupgreece.gov.gr/el/content>.

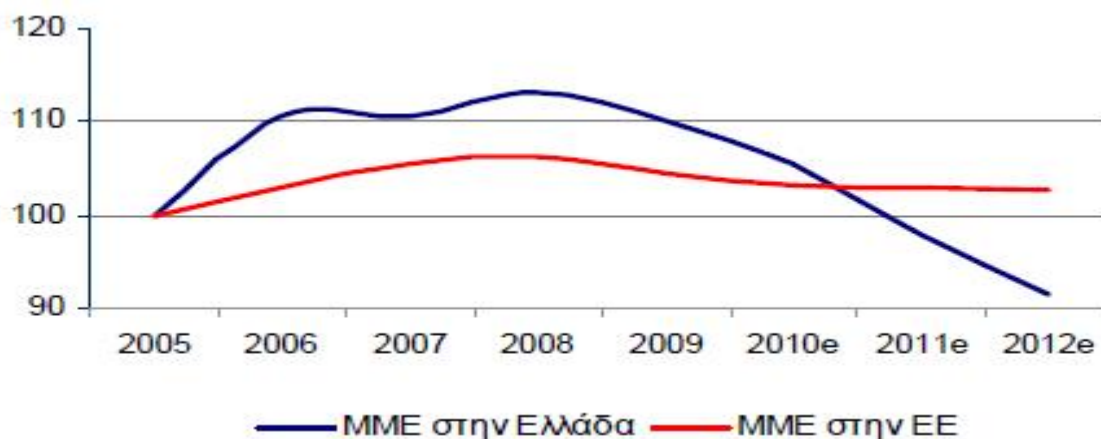
στις ευρωπαϊκές ΜΜΕ έχοντας σημειώσει μια πτώση την περίοδο 2008-2011, το έτος 2012 δείχνουν να ακολουθούν ανοδική πορεία.



Γράφημα 3.7: Πορεία αριθμού ΜΜΕ επιχειρήσεων κατά τα έτη 2005-2012



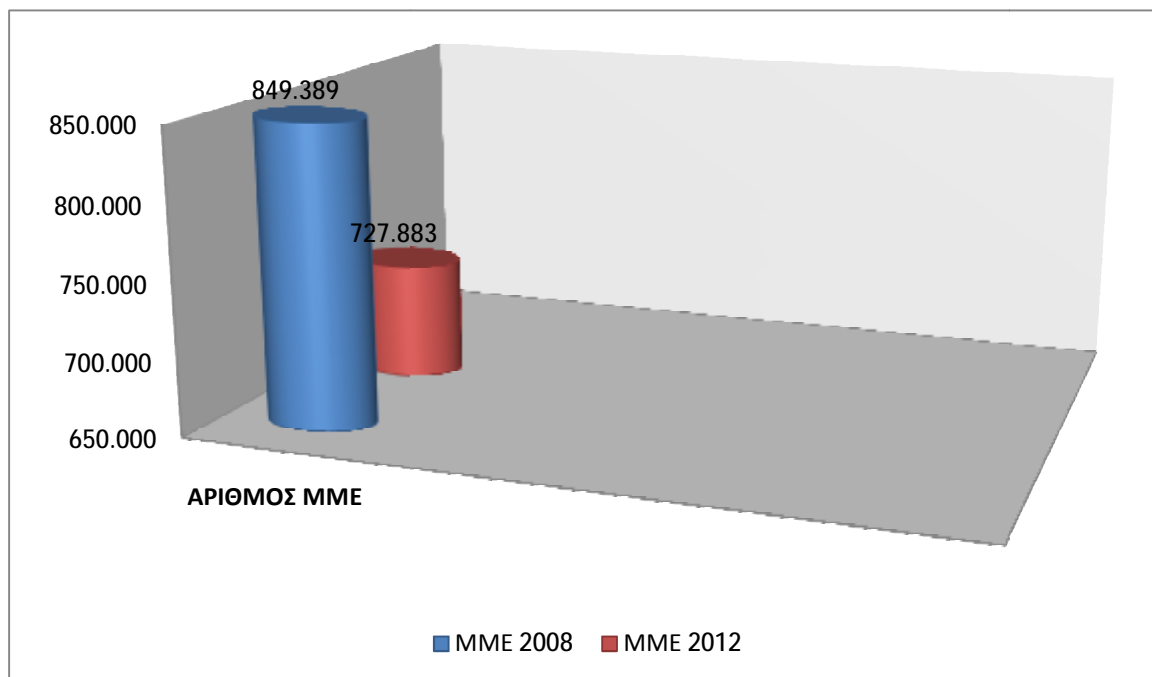
Γράφημα 3.8: Πορεία θέσεων εργασίας ΜΜΕ επιχειρήσεων κατά τα έτη 2005-2012





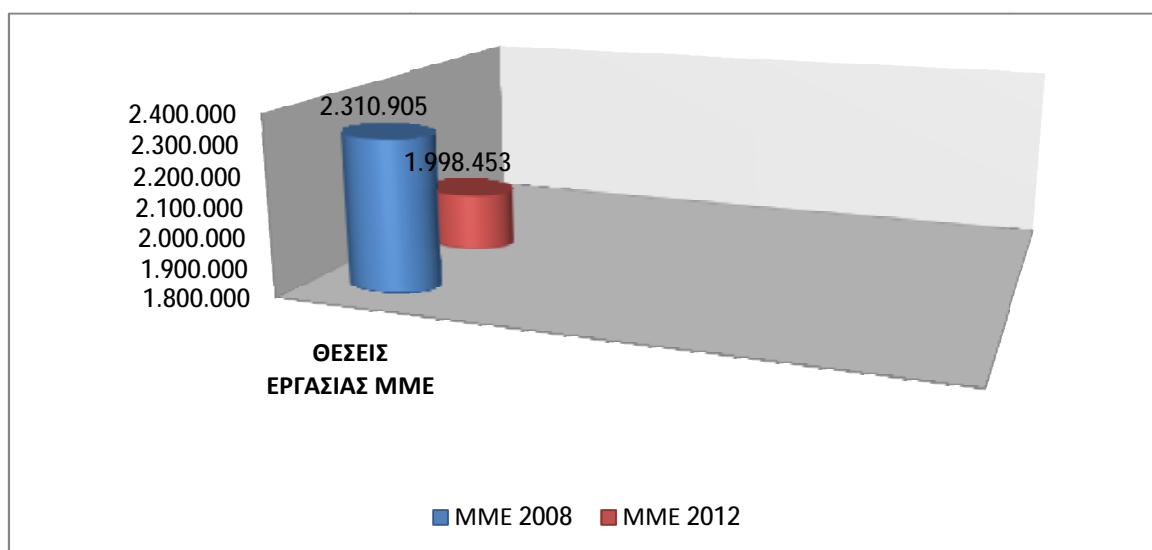
**Γράφημα 3.9:** Πορεία προστιθέμενης αξίας ΜΜΕ επιχειρήσεων κατά τα έτη 2005-2012

Για την καλύτερη κατανόηση του προβλήματος παρουσιάζουμε τον αριθμό των ΜΜΕ για το έτος 2008 που θεωρείται "αρχή της κρίσης" και για το έτος 2012. Παρατηρούμε ότι αριθμός των ΜΜΕ μειώθηκε από 849.389 στις 727.883 (Γράφημα 3.10).

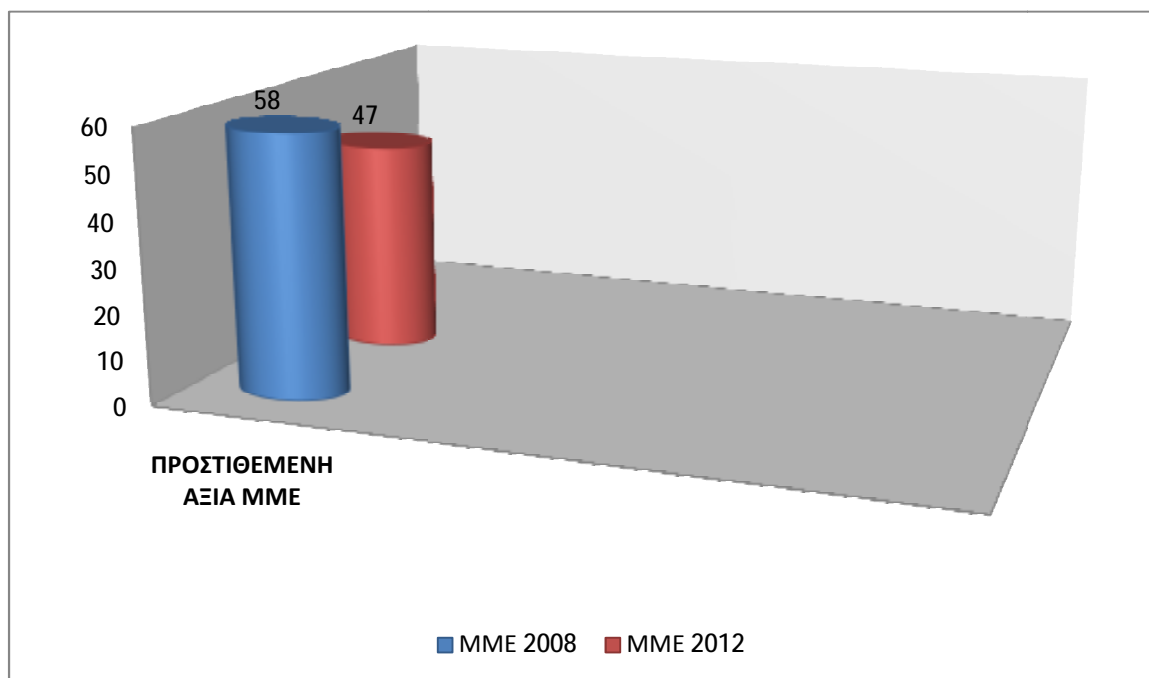


**Γράφημα 3.10:** αριθμός ΜΜΕ 2008 και 2012

Αντίστοιχα, οι θέσεις εργασίας μειώθηκαν κατά 312.452 μονάδες για τα έτη 2008 και 2012 (Γράφημα 3.11). Το ίδιο ισχύει και για τη προστιθέμενη αξία των ΜΜΕ οι οποία μειώθηκε στα 47 δις ευρώ το έτος 2012 ( Γράφημα 3.12).



**Γράφημα 3.11:** θέσεις εργασίας στις ΜΜΕ 2008 και 2012



Γράφημα 3.12: προστιθέμενη αξία ΜΜΕ 2008 και 2012

Στη συνέχεια παραθέτουμε στοιχεία για τους λόγους που βρίσκονται πίσω από τη μείωση του αριθμού των ΜΜΕ. Αναλυτικότερα συμπεράσματα καταγράφονται στον Πίνακα 3.7 όπου παρουσιάζονται τα δεδομένα για την περίοδο 2008-2012 σύμφωνα με την έκθεση του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ) για το 2011-2012, η οποία δημοσιοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2013.

Το εντυπωσιακό εύρημα είναι η απότομη άνοδος της έλλειψης κερδοφορίας ως βασικού λόγου εγκατάλειψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας ανάμεσα στο 2009 και το 2010. Ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζει η εξέλιξη του ποσοστού εκείνων που δήλωναν τα προβλήματα χρηματοδότησης ως βασικό λόγο, η οποία είναι πτωτική. Αξίζει ακόμα να επισημανθεί η εξέλιξη δύο άλλων λόγων εγκατάλειψης της επιχειρηματικής δραστηριότητας: της πώλησης της επιχείρησης και της εύρεσης άλλης εργασίας. Και για τα δύο, παρατηρείται κατάρρευση των σχετικών ποσοστών.

% Διάρθρωση αιτιών αναστολής επιχειρηματικής δραστηριότητας						
	Ευκαιρία για πώληση	Μη κερδοφόρα επιχείρηση	Προβλήματα χρηματοδότησης	Εύρεση άλλης εργασίας	Πώληση επιχείρησης	Συνταξιοδότηση
2008	10	45	12	9	5	4
2009	5,8	45,7	5,6	18,4	4,9	4,9
2010	0	71,9	5,2	2,5	0	5,1
2011	1,8	63,6	7,3	3,6	0	5,5
2012	1,9	65	8	4,2	0	5,6

Πίνακας 3.7: αιτίες αναστολής επιχειρηματικής δραστηριότητας

Σε αντίθεση όμως με τα στατιστικά στοιχεία και τα αποτελέσματα των ερευνών έρχεται το συμπέρασμα της ετήσιας έκθεσης του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) για το 2011-2012. Σύμφωνα με την έκθεση αυτή, παρατηρείται ότι οι Έλληνες αντιδρούν στην οικονομική κρίση δημιουργώντας νέες επιχειρήσεις. ...Οι Έλληνες αντέδρασαν στην αβεβαιότητα που έφερε η κρίση κάνοντας αυτό που ήξεραν να κάνουν καλύτερα, ιδρύοντας δηλαδή μικρές επιχειρήσεις. Από την άλλη πλευρά βεβαίως, η ύφεση κάνει πολύ πιο δύσκολη την επιβίωση αυτών των επιχειρημάτων σε σύγκριση με το παρελθόν. Η επιχειρηματικότητα των Ελλήνων από 18-64 ετών το 2012 αυξήθηκε σε σχέση με τα προηγούμενα έτη της κρίσης, σύμφωνα με τον δείκτη επιχειρηματικότητας (Πίνακας 3.8).

ΕΤΟΣ	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΛΛΗΝΩΝ
2007	4,6
2008	5,3
2009	4,5
2010	2
2011	2,3
2012	4,4

Πίνακας 3.8: δείκτης επιχειρηματικότητας Ελλήνων

Συμπερασματικά, θα έλεγε κανείς ότι η πλήρης απαισιοδοξία των επιχειρήσεων διατυπώνεται σε όλα τα επίπεδα άσχετα με την ένταση της κρίσης. Τα δεδομένα είναι δυσοίωνα όσον αφορά τον αριθμό των επιχειρήσεων, τον αριθμό των εργαζομένων αλλά και τη προστιθέμενη αξία τους.

Από την άλλη, θα πρέπει να επισημάνουμε ότι τα προγράμματα στήριξης των ΜΜΕ είναι αρκετά και αξιόλογα. Αξίζει να σημειωθεί ότι το Υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας τροποποίησε, τον Σεπτέμβριο 2011, τον νόμο περί πτωχεύσεων για να μπορούν οι εταιρείες να εξακολουθούν να λειτουργούν κατά τη διάρκεια των νομικών διαδικασιών και να αποτρέπεται το κλείσιμό τους. Στόχος της νέας αυτής προσέγγισης είναι η αποφυγή της πτώχευσης και η αποτροπή της διατάραξης της παραγωγικής δραστηριότητας της εταιρείας, με την εξασφάλιση, παράλληλα, καλύτερων προοπτικών εξόφλησης για τους πιστωτές

Η αντοχή των ελληνικών επιχειρήσεων στην κρίση εξαρτάται από την ικανότητά τους να χτίσουν και να διατηρήσουν συγκριτικό πλεονέκτημα σε χαμηλότερα επίπεδα κόστους, να προσφέρουν ποιοτικά προϊόντα σε πιο προσιτές (όχι απαραίτητα φθηνότερες) τιμές. Σίγουρα πολλές δε θα τα καταφέρουν, αλλά θα υπάρξουν άλλες που θα αρθούν στο ύψος των περιστάσεων. Η κρίση θα είναι σε ένα βαθμό εξυγιαντική, αρκεί το ισοζύγιο «γεννήσεων θανάτων» στο τέλος να είναι θετικό (Σπ. Λιούκας, 2011).

### **3.5 Φορολόγηση των ΜΜΕ στην Ελλάδα.**

Οι Ομόρρυθμες Εταιρείες (Ο.Ε.) και οι Ετερόρρυθμες Εταιρείες (ΕΕ) μέχρι την χρήση του 2012 (φορολογικό έτος 2013) φορολογούνταν με 20% επί των καθαρών κερδών, ενώ οι ΑΕ και ΕΠΕ με 25%.

Πιο αναλυτικά, σύμφωνα με την παράγραφο 1 του άρθρου 10 του Κώδικα Φορολογίας Εισοδήματος, για τη χρήση του 2012, οι **ομόρρυθμες εταιρείες**, στο τέλος κάθε διαχειριστικής χρήσης, φορολογούνται ως εξής ([www.e-boss.gr](http://www.e-boss.gr)):

Ειδικά, προκειμένου για τις ομόρρυθμες και ετερόρρυθμες εταιρίες και κοινωνίες κληρονομικού δικαίου, που ασκούν επιχείρηση ή επάγγελμα, στις οποίες μεταξύ των κοινωνών περιλαμβάνονται και ανήλικοι, τα κέρδη που αναλογούν στους ομόρρυθμους εταίρους φυσικά πρόσωπα και στους κοινωνούς φυσικά πρόσωπα, φορολογούνται στο όνομα της εταιρίας ή κοινωνίας με συντελεστή είκοσι τοις εκατό (20%), αφού αφαιρεθεί επιχειρηματική αμοιβή για μέχρι τρεις (3) ομόρρυθμους εταίρους φυσικά πρόσωπα ή μέχρι τρεις (3) κοινωνούς φυσικά πρόσωπα, με τα μεγαλύτερα ποσοστά συμμετοχής.

Σε περίπτωση περισσοτέρων με ίσα ποσοστά συμμετοχής, οι δικαιούχοι επιχειρηματικής αμοιβής καθορίζονται από την εταιρία ή κοινωνία και δηλώνονται με την οικεία αρχική ετήσια δήλωσή της. Τα ποσοστά αυτά δεν ισχύουν για τις εταιρίες του άρθρου 13 του ν. 718/1977 (ΦΕΚ 304 Α').

Η επιχειρηματική αμοιβή προσδιορίζεται με την εφαρμογή του ποσοστού συμμετοχής των εταίρων ή κοινωνών, στο πενήντα τοις εκατό (50%) των κερδών της εταιρίας ή κοινωνίας που δηλώθηκαν με την οικεία ετήσια δήλωσή της. Με την επιβολή αυτού του φόρου εξαντλείται η φορολογική υποχρέωση, επί των κερδών αυτών, των προσώπων που συμμετέχουν σε αυτούς τους υπόχρεους. Επίσης σύμφωνα με Άρθρο 52 Ν.2238/94 υπολογίζεται προκαταβολή φόρου εισοδήματος έναντι της επόμενης διαχειριστικής χρήσης ποσοστού 55%.

### **Παράδειγμα 1**

Έστω εταιρία Ο.Ε. με εταιρικό κεφάλαιο 10.000 ευρώ και 3 εταίρους . Ο εταίρος Α κατέχει το 40% ο εταίρος Β το 30% και ο εταίρος Γ το υπόλοιπο 30%. Κατά την τρέχουσα διαχειριστική χρήση πραγματοποίησε καθαρά κέρδη 20.000 ευρώ.

Αναλογούντα Κέρδη ανά Εταίρο :

$$\text{Εταίρος Α } 20.000 * 40\% = 8.000 \text{ ευρώ}$$

$$\text{Εταίρος Β } 20.000 * 30\% = 6.000 \text{ ευρώ}$$

$$\text{Εταίρος Γ } 20.000 * 30\% = 6.000 \text{ ευρώ}$$

$$\text{Σύνολο } 20.000 \text{ ευρώ}$$

Επιχειρηματικές Αμοιβές ανά Εταίρο :

$$\text{Εταίρος Α } 8.000 * 50\% = 4.000 \text{ ευρώ}$$

$$\text{Εταίρος Β } 6.000 * 50\% = 3.000 \text{ ευρώ}$$

$$\text{Εταίρος Γ } 6.000 * 50\% = 3.000 \text{ ευρώ}$$

Σύνολο Επιχειρηματικών Αμοιβών 10.000 ευρώ

Φορολογητέα Κέρδη :  $20.000 - 10.000 = 10.000$  ευρώ

Φόρος Εισοδήματος :  $10.000 * 20\% = 2.000$

Προκαταβολή Φόρου :  $2.000 * 55\% = 1.100$  ευρώ

Καταβλητέο Σύνολο :  $2.000 + 1.100 = 3.100$

### **3.5.1 Ο νέος φορολογικός νόμος του 2013 για τις ΜΜΕ**

Για την χρήση του 2013 και μετά έχει αλλάξει ο φορολογικός νόμος και για τις ΟΕ και ΕΕ που τηρούν διπλογραφικά βιβλία, το συνολικό καθαρό εισόδημα (πριν την αφαίρεση της επιχειρηματικής αμοιβής υποβάλλεται σε φόρο με συντελεστή 26%. Το ίδιο ισχύει για ΑΕ και ΕΠΕ.

Όταν η ΟΕ και ΕΕ τηρούν απλογραφικά βιβλία έχουν φόρο 25% επί του συνολικού καθαρού εισοδήματος μέχρι 50.000 ευρώ και 33% για το υπερβάλλον ποσό άνω των 50.000 ευρώ. Εάν οι εταιρίες που τηρούν διπλογραφικά βιβλία (ΑΕ , ΕΠΕ, ΟΕ, ΕΕ κλπ διανέμουν κέρδη, φορολογούνται επιπλέον 10% επί των κερδών που διανέμονται.

Πιο αναλυτικά :

Με τις διατάξεις του άρθρου 3 του νέου Φορολογικού Νόμου, όπως αυτός ψηφίστηκε στις 11/1/2013 από τη Βουλή των Ελλήνων (αναμένεται ο αριθμός του Νόμου και η δημοσίευσή του στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως), αλλάζει ριζικά ο τρόπος φορολόγησης των προσωπικών εταιρειών (ομόρρυθμες και οι ετερόρρυθμες εταιρείες, οι κοινωνίες αστικού δικαίου, που ασκούν επιχείρηση ή επάγγελμα, οι αστικές κερδοσκοπικές ή μη εταιρείες, οι συμμετοχικές ή αφανείς, καθώς και οι κοινοπραξίες) για τα εισοδήματα που θα αποκτήσουν οι εν λόγω υπόχρεοι τη χρήση 2013 (οικονομικό έτος 2014) και επόμενες. Συγκεκριμένα, τροποποιήθηκαν τα 5 πρώτα εδάφια της παραγράφου 1 του άρθρου 10 ως εξής:

Το συνολικό καθαρό εισόδημα των υπόχρεων που αναφέρονται στην παράγραφο 4 του άρθρου 2, όπως αυτό προσδιορίζεται με βάση τις διατάξεις αυτού του Κώδικα, μετά την αφαίρεση των κερδών τα οποία απαλλάσσονται από το φόρο ή φορολογούνται αυτοτελώς καθώς και των κερδών τα οποία προέρχονται από μερίσματα ημεδαπών ανωνύμων εταιριών ή συνεταιρισμών και των κερδών από μερίδια ημεδαπής εταιρίας περιορισμένης ευθύνης ή από τη συμμετοχή σε υπόχρεους που αναφέρονται στην παράγραφο 4 του άρθρου 2, φορολογείται ως εξής:

Προκειμένου για ομόρρυθμες εταιρείες (Ο.Ε.), ετερόρρυθμες εταιρείες (Ε.Ε.), κοινωνίες αστικού δικαίου που ασκούν επιχείρηση ή επάγγελμα, αστικές ή μη κερδοσκοπικές εταιρείες, συμμετοχικές ή αφανείς καθώς και κοινοπραξίες, με την ακόλουθη κλίμακα:

Κλιμάκιο εισοδήματος (ευρώ)	Φορολογικός συντελεστής %	Φόρος κλιμακίου (ευρώ)	Σύνολο Εισοδήματος (ευρώ)	Φόρου (ευρώ)
50.000	26%	13.000	50.000	13.000
Υπερβάλλον	33%			

Όταν οι παραπάνω υπόχρεοι τηρούν διπλογραφικά βιβλία το συνολικό καθαρό εισόδημά τους υποβάλλεται σε φόρο με συντελεστή είκοσι έξι τοις εκατό (26%).

Σε περίπτωση διανομής κερδών από τους τηρούντες διπλογραφικά βιβλία και εφόσον υπάρχει σχετική πρόβλεψη στο καταστατικό τους, εφαρμόζονται ανάλογα οι διατάξεις του άρθρου 55. Επίσης για τους υπόχρεους αυτούς εφαρμόζονται οι διατάξεις των άρθρων 98 και επόμενα.

## **Παράδειγμα 2**

Η ίδια εταιρεία του παραδείγματος 1 με βάση το νέο φορολογικό νομοσχέδιο (Ν. 4110 /2013) θα φορολογηθεί ως εξής :

Εαν τηρεί Β κατηγορίας Βιβλία :  $20.000 * 26\% = 5.200$

Εαν τηρεί Γ κατηγορίας Βιβλία :  $20.000 * 26\% = 5.200$  Εάν αποφασίσει να κάνει διανομή θα έχει επιπλέον 10% φορολόγηση επί της διανομής.

Δηλαδή :  $20.000 - 5200 = 14.800 * 10\% = 1.480$  . Έτσι έχουμε μια συνολική επιβάρυνση  $5.200 + 1,480 = 6.680$

Συμπερασματικά, παρατηρούμε ότι με τις διατάξεις του νέου φορολογικού προκύπτει μια κατακόρυφη άνοδος της φορολογικής επιβάρυνσης των Ομόρρυθμων και Ετερόρρυθμων Εταιρειών. Δεδομένου ότι η συντριπτική πλειονότητα των ΟΕ και ΕΕ είναι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, η περαιτέρω φορολογική επιβάρυνση αποτελεί ακόμα ένα χτύπημα στη ραχοκοκαλιά της ελληνικής οικονομίας. Η συγκεκριμένη εταιρική μορφή επιλεγόταν μέχρι



σήμερα έναντι των ΑΕ – ΕΠΕ διότι είχε ευνοϊκότερη φορολογική μεταχείριση, η οποία, πλέον, με το νέο νομοσχέδιο, αποτελεί παρελθόν.

Ουσιαστικά, με τις νέες διατάξεις πέραν της αύξησης των φορολογικών συντελεστών, καταργείται η έννοια της επιχειρηματικής αμοιβής και πλέον τα κέρδη που προκύπτουν φορολογούνται όλα στο όνομα της εταιρείας μετά την αφαίρεση τυχόν αφορολογήτων εσόδων, μερισμάτων που μπορεί να έλαβε η εταιρεία από τη συμμετοχή της σε ημεδαπές ανώνυμες εταιρίες ή συνεταιρισμούς και των κερδών από μερίδια ημεδαπής εταιρίας περιορισμένης ευθύνης ή από τη συμμετοχή σε υπόχρεους που αναφέρονται στην παράγραφο 4 του άρθρου 2 (σε άλλες δηλαδή προσωπικές εταιρείες, κοινοπραξίες κλπ). Τα κέρδη αυτά θα φορολογηθούν με έναν μεγαλύτερο φορολογικό συντελεστή ο οποίος ανέρχεται σε 26%, εφόσον πρόκειται για υπόχρεους που τηρούν απλογραφικά βιβλία και για ποσό κερδών μέχρι 50.000,00 ευρώ, καθώς και για τους υπόχρεους που τηρούν διπλογραφικά βιβλία για το σύνολο των κερδών τους. Στην περίπτωση των υπόχρεων που τηρούν απλογραφικά βιβλία, εάν το σύνολο των κερδών τους ανέρχεται σε ποσό μεγαλύτερο των 50.000,00 ευρώ, για το επιπλέον αυτό ποσό θα φορολογηθούν με συντελεστή 33%, όπως φαίνεται και από την ανωτέρω κλίμακα.

Επιπλέον όμως, προστίθεται νέα υποχρέωση για τους υπόχρεους που τηρούν διπλογραφικά βιβλία, να παρακρατήσουν, σε περίπτωση διανομής των κερδών τους μετά την αφαίρεση του φόρου εισοδήματος, ποσοστό φόρου 10% επί των διανεμομένων κερδών και το υπόλοιπο ποσό να το διανέμουν στους εταίρους ελεύθερο φόρου. Ουσιαστικά πρόκειται για μια εξομοίωση του χειρισμού των διανεμομένων κερδών όμοια με αυτή που ισχύει για τις Ανώνυμες Εταιρείες, τις Ε.Π.Ε. και τις λοιπές περιπτώσεις σύμφωνα με τα οριζόμενα στην περίπτωση δ' της παραγράφου 1 του άρθρου 55. Αντίθετα, η συγκεκριμένη υποχρέωση δεν ισχύει στις περιπτώσεις των υπόχρεων που τηρούν απλογραφικά βιβλία.

Για να γίνουν πλήρως αντιληπτά τα ανωτέρω παραθέτουμε ένα απλό παράδειγμα υπολογισμού του φόρου σε Ομόρρυθμη εταιρεία που τηρεί απλογραφικά βιβλία καθώς και μιας Ομόρρυθμης Εταιρείας που τηρεί διπλογραφικά βιβλία έχοντας και οι δύο το ίδιο ποσό καθαρών κερδών:

### Παράδειγμα 3

Έστω η Ομόρρυθμη εταιρεία Β. Βασιλείου Ο.Ε. η οποία κατά τη διαχειριστική χρήση 2013 έχει καθαρά κέρδη από την άσκηση της δραστηριότητάς της ύψους 150.000,00 ευρώ. Στην εταιρεία συμμετέχουν 2 ομόρρυθμοι εταίροι εκ των οποίων ο πρώτος με ποσοστό συμμετοχής 55% και ο δεύτερος με ποσοστό συμμετοχής 45%. Αν η επιχείρηση τηρούσε απλογραφικά τα βιβλία της, ο φόρος της θα προέκυπτε ως εξής:

Καθαρά κέρδη: 150.000,00

Για τις 50.000,00 X 26% = 13.000,00

Για τις 100.000,00 X 33%=33.000,00

**Σύνολο φόρου = 46.000,00**

Υπόλοιπο κερδών: 104.000,00 εκ των οποίων τα 57.200,00 θα λάβει ο πρώτος εταίρος ενώ τα υπόλοιπα 46.800,00 θα λάβει ο δεύτερος εταίρος. Και οι δύο θα συμπεριλάβουν τα ανωτέρω κέρδη στη δήλωση φορολογίας εισοδήματός τους ελεύθερα φόρου μιας και έχουν φορολογηθεί στο όνομα της εταιρείας με εξάντληση της φορολογικής τους υποχρέωσης.

Αν τώρα η ίδια επιχείρηση τηρούσε διπλογραφικά βιβλία ο φόρος της θα προέκυπτε ως εξής:

Καθαρά κέρδη: 150.000,00 X 26% = **39.000,00 συνολικός φόρος.**

Υπόλοιπο κερδών: 111.000,00.

Αν η εταιρεία προχωρήσει σε διανομή του υπολοίπου των κερδών, θα πρέπει να υπολογίσει και να αποδώσει παρακρατούμενο φόρο ίσο με το 10% επί του διανεμόμενου ποσού. Έτσι **θα παρακρατήσει και θα αποδώσει ποσό 11.100,00 ευρώ** (= 111.000,00 X 10%) και το υπόλοιπο ποσό θα διανεμηθεί ανάλογα με το ποσοστό συμμετοχής τους στον πρώτο εταίρο ποσό 54.945,00 ευρώ και στον δεύτερο εταίρο ποσό 44.955,00. Και οι δύο θα συμπεριλάβουν τα ανωτέρω κέρδη στη δήλωση φορολογίας εισοδήματός τους ελεύθερα φόρου μιας και έχουν φορολογηθεί στο όνομα της εταιρείας με εξάντληση της φορολογικής τους υποχρέωσης. **Η συνολική εκταμίευση φόρου εισοδήματος και παρακρατούμενου φόρου για αυτή την περίπτωση ανέρχεται σε 50.100,00 ευρώ.** Πέραν των ανωτέρω ψηφισθέντων διατάξεων, αναμένουμε τις σχετικές ερμηνευτικές εγκυκλίους για την περαιτέρω διευκρίνιση όλων των ανωτέρω μεταβολών.

### **3.5.2 Η φορολόγηση των Ελληνικών ΜΜΕ εν μέσω κρίσης.**

Το Μάρτιο του 2011 το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών ( Ε.Β.Ε.Α.) παρουσίασε πόρισμα σχετικά με την φορολόγηση των επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Το πόρισμα περιείχε δέσμη προτάσεων τόσο οικονομικού όσο και διοικητικού, πειθαρχικού και θεσμικού χαρακτήρα σχετικά με τη φορολόγηση των επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Οι προτάσεις εκείνες βασίζονταν στην διαπίστωση ότι το εχθρικό περιβάλλον εντός του οποίου καλούνταν να λειτουργήσουν οι επιχειρήσεις οφείλεται όχι μόνο στην αποπνικτική φορολόγηση αλλά και σε μια σειρά από άλλες παθογένειες του ελληνικού κράτους. Οι βασικότερες προτάσεις οικονομικού χαρακτήρα του πορίσματος του 2011 ήταν, εξ αιτίας της Κρίσης, η μείωση του βασικού συντελεστή εταιρικού φόρου στο 15% (και η διατήρησή του στο επίπεδο αυτό τουλάχιστον για μια πενταετία) ενώ (από θεσμικής πλευράς) προτείναμε την δια νόμου επιβολή της αυτο-πληροφόρησης του δημοσίου (ώστε να μειωθεί ριζικά η γραφειοκρατία).

Το Κε.Μ.Ε. – Ε.Β.Ε.Α. σε συνεργασία με τους κ.κ. Γιάννη Βαρουφάκη και Τάσο Πατώκο Καθηγητών του τμήματος Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου Αθηνών προέβει το 2012 στην επικαιροποίηση του προαναφερθέντος πορίσματος, καθώς οι συνθήκες άλλαξαν ριζικά ([www.acci.gr](http://www.acci.gr)). Από πέρσι, η μεγάλη αλλαγή, η εξέλιξη που έχει καταστήσει την επιχειρηματικότητα είδος υπό εξαφάνιση, είναι η πλήρης κατάρρευση (α) της τραπεζικής πίστης και (β) των άτυπων κυκλωμάτων πίστης στην αγορά την ίδια. Εκεί που έως το 2011 ο φαύλος κύκλος ενέπλεκε ένα εχθρικό κράτος και καχύποπτες επιχειρήσεις (με αποτέλεσμα την μείωση τόσο των τζίρων όσο και των φορολογικών εσόδων του κράτους), το τελευταίο έτος έχει προστεθεί κι άλλος ένας εκρηκτικός παράγοντας στον φαύλο κύκλο αυτόν: η αποκοπή των ελληνικών επιχειρήσεων τόσο από εγχώριες όσο και από ξένες πηγές πίστης και ρευστότητας. Τα αποτελέσματα τα γνωρίζει όποιος έχει την παραμικρή σχέση με την αγορά: απόλυτη καθίζηση και αρνητικές επενδύσεις.

Σύμφωνα με την έκθεση της Παγκόσμιας Τράπεζας το 2012 η Ελλάδα βρίσκεται περίπου στον μέσο όρο σε ό,τι αφορά τον συνολικό συντελεστή φορολογικής επιβάρυνσης. Ωστόσο, η Ελλάδα ξεχωρίζει σαφώς για άλλη μια χρονιά σε ό,τι αφορά το πόσο εχθρικό είναι το μακροοικονομικό περιβάλλον της για τις επιχειρήσεις. Συνδυάζοντας το γεγονός ότι η τελική κατάταξη της Ελλάδας δε διαφέρει παρά μόνο κατά μία θέση από την κατάταξη που έλαβε στην έκθεση της Παγκόσμιας Τράπεζας για το 2011, το συμπέρασμα παραμένει ότι **η εχθρότητα προς τις ελληνικές επιχειρήσεις σε σχέση με τις νέες χώρες της ΕΕ είναι δυσανάλογη των φορολογικών επιβαρύνσεων των επιχειρήσεων.** Αυτό σημαίνει ότι ο

**στόχος της βελτίωσης του επιχειρείν στην Ελλάδα δεν πρέπει να εστιάζει μόνο στους φορολογικούς συντελεστές.**

Σύμφωνα με την ίδια έκθεση η Ελλάδα εξακολουθεί να κατέχει το 2012 ( σε σχέση με το 2011) τη χειρότερη θέση από τις υπόλοιπες σε ό,τι αφορά τη φιλικότητα του μακροοικονομικού περιβάλλοντος για τις επιχειρήσεις. Αφετέρου, η συνολική φορολογική επιβάρυνση βρίσκεται περίπου στο μέσο όρο και είναι περίπου στα ίδια επίπεδα με χώρες όπως η Ρουμανία, η Σλοβακία ή η Γερμανία, οι οποίες όμως υπερέχουν κατά πολύ ως προς το επιχειρηματικό κλίμα.

Η μεγαλύτερη δυσκολία που έχουν να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα δεν είναι τόσο οι φορολογικές επιβαρύνσεις καθαυτές, όσο τα διάφορα εμπόδια στην επιχειρηματικότητα που συναντούν (π.χ. γραφειοκρατία, διαφθορά ή συνεχείς αλλαγές στους νόμους). Το γεγονός αυτό, και σε συνδυασμό με το ότι οι φορολογικοί συντελεστές σε τουλάχιστον δύο γειτονικές χώρες (Κύπρος και Βουλγαρία) είναι ιδιαίτερα χαμηλοί, ενισχύει το φαινόμενο της μετανάστευσης των επιχειρήσεων. Αυτός είναι και ο κύριος λόγος που το παρόν πόρισμα **εξακολουθεί να προτείνει τη μείωση του φορολογικού συντελεστή για τις επιχειρήσεις** όχι επειδή η φορολογία καθαυτή είναι υψηλή αλλά διότι η μείωσή του θα ενθάρρυνε την επιχειρηματικότητα.

Όπως είχε αναρτηθεί στην ιστοσελίδα του Υπουργείου Οικονομικών, τον Ιανουάριο του 2012 εκπρόσωποι των κομμάτων που συμμετείχαν στην κυβέρνηση συνεργασίας συναντήθηκαν με σκοπό την προετοιμασία του νομοσχεδίου που θα θεσπίζει τις βασικές αρχές του νέου Εθνικού Φορολογικού Συστήματος.

Δημοσιεύματα του Τύπου έκαναν λόγο μεταξύ άλλων ότι υπό συζήτηση βρίσκεται η θέσπιση ενιαίου φορολογικού συντελεστή 15% σε όλες τις επιχειρήσεις καθώς και μείωση του ΦΠΑ δίχως να υπάρξει επίσημη επιβεβαίωση από το Υπουργείο Οικονομικών. ( Παρ' όλα αυτά , όπως αναφέρθηκε στην προηγούμενη παράγραφο, με το Νέο Φορολογικό Νόμο τον Ιανουάριο του 2012 ο φορολογικός συντελεστής όχι μόνο δεν μειώθηκε αλλά αυξήθηκε στο 26%).

Η πρόταση του Υπουργείου που έγινε το 2012 για την μείωση του φορολογικού συντελεστή για τις επιχειρήσεις ήταν στην ίδια γραμμή με τις προτάσεις της Ε.Β.Α.Ε. το 2011.

Όμως το 2012 και παρά τα μέτρα λιτότητας, το μακροοικονομικό περιβάλλον της Ελλάδας έχει επιδεινωθεί περαιτέρω, κάνοντας ακόμα επιτακτικότερη την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και την εδραίωση ενός υγιούς επιχειρηματικού περιβάλλοντος.

Ο λόγος είναι προφανής: δίχως μέτρα που να υποστηρίζουν την επιχειρηματικότητα, το ΑΕΠ της Ελλάδας δεν προβλέπεται να βελτιωθεί σε τέτοιο βαθμό που να οδηγεί στα επιθυμητά πρωτογενή πλεονάσματα, τουλάχιστον όχι όσο συνεχίζουν να ισχύουν τα μέτρα λιτότητας. **Η μείωση του φορολογικού συντελεστή και γενικότερα οι φορολογικές διευκολύνσεις προς τις επιχειρήσεις δεν προτείνονται ως μέτρα μείωσης της συνεισφοράς του επιχειρηματικού κόσμου, αλλά για ακριβώς τον αντίθετο λόγο:** επειδή τέτοιες κινήσεις θα οδηγούσαν σε ανάκαμψη της επιχειρηματικότητας, κάτι που θα σήμαινε και μεγαλύτερα κρατικά έσοδα από τη φορολόγηση των επιχειρήσεων – εν αντιθέσει με τη σημερινή κατάσταση όπου εκατοντάδες επιχειρήσεις κάθε μήνα βάζουν λουκέτο η μία μετά την άλλη.

Θα πρέπει να επισημανθεί επίσης ότι υπάρχει μια σημαντική εξέλιξη για την οποία, δυστυχώς, δεν υπάρχουν στοιχεία επίσημα – παρά το γεγονός ότι δεν υπάρχει ένας ή μία επιχειρηματίας που να μην έχει πολλά πει επ' αυτής: την κατάρρευση των (τραπεζικών και άτυπων) κυκλωμάτων πίστης. Με τις τράπεζες σε μόνιμη πλέον απεργία χορηγήσεων δανείων, τις επιχειρήσεις να έχουν πάψει να εμπιστεύονται η μία την άλλη, και την απαίτηση των ξένων προμηθευτών για cash payments, η ελληνική επιχείρηση έχει πλέον βρεθεί στην δίνη μιας τριπλής κρίσης (χρέους, πίστης, ζήτησης) από την οποία είναι αδύνατον να ξεφύγει ιδίοις δυνάμεις.

Το επικαιροποιημένο πόρισμα του 2012 του Κε.Μ.Ε. – Ε.Β.Ε.Α. παρουσιάζει τις εξής προτάσεις για την φορολόγηση των επιχειρήσεων:

*« Με γνώμονες την διαπίστωση ότι το επιχειρηματικό κλίμα στην Ελλάδα έχει χειροτερεύσει δραστικά σε σχέση με πέρυσι λόγω της μειωμένης ζήτησης, ότι οι επιχειρήσεις έχουν χάσει την πρόσβαση στο χρηματοπιστωτικό σύστημα τόσο εντός όσο και εκτός της χώρας, και το γεγονός ότι η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας είναι sine qua non για την επιβίωση του κράτους και της κοινωνικής οικονομίας της Ελλάδας, προτείνονται τα εξής μέτρα οικονομικού χαρακτήρα ως το απόλυτο ελάχιστο που πρέπει να πράξει η νέα κυβέρνηση σήμερα:*

1. *Μείωση του βασικού συντελεστή εταιρικού φόρου στο 15% και διατήρησή του σε αυτό το επίπεδο για τουλάχιστον μία 5ετία.*
2. *Δέσμευση του κράτους να περιοριστεί ο συντελεστής φορολογίας επιχειρήσεων ως προς τον τζίρο τους σε επίπεδο που να μην ξεπερνάει το 40%, και αντιστρόφως ανάλογα με την αύξηση των συνολικών δημόσιων εσόδων από τη φορολόγηση των επιχειρήσεων.*

*Όπως αναφέρθηκε προηγουμένως η λογική των προτάσεων αυτών είναι διπλή:*

*(α) Η χαμηλότερη φορολογική επιβάρυνση δεν θα οδηγούσε σε μείωση των κρατικών εσόδων αλλά, σε πρώτο στάδιο, σε μείωση του ρυθμού κατάρρευσής τους και, ευελπιζόμεστε, σε θετικούς ρυθμούς μεσοπρόθεσμα.*

*(β) Τα μέτρα αυτά θα έπαιζαν αμυντικό ρόλο, μειώνοντας τον ρυθμό μετανάστευσης των επιχειρήσεων προς χώρες όπως η Βουλγαρία και η Κύπρος όπου οι συντελεστές βρίσκονται στο χαμηλό 10%.*

*Αξίζει να τονιστεί το δεύτερο σκέλος της πρώτης από τις παραπάνω προτάσεις: οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα λειτουργούν υπό καθεστώς αβεβαιότητας και συνεχών δυσμενών για την λειτουργία τους αλλαγών. Το ελάχιστο που πρέπει να πράξει το κράτος είναι να δεσμευτεί σε μια περίοδο σταθερότητας τουλάχιστον όσον αφορά το καθεστώς φορολόγησης. Το κράτος οφείλει να εγγυηθεί ότι το νέο Εθνικό Φορολογικό Σύστημα θα παραμείνει αμετάβλητο για τουλάχιστον μια 5ετία – εκτός ασφαλώς κι αν η Ευρωπαϊκή Ένωση αποφασίσει να εναρμονίσει τους συντελεστές στο πλαίσιο ενός Συμφώνου Ανταγωνιστικότητας.*

*Το ύψος της φορολογικής επιβάρυνσης δεν σχετίζεται ιδιαίτερα με την τελική κατάταξη ως προς το επιχειρείν γενικά. Η Γαλλία για παράδειγμα έχει έναν από τους υψηλότερους συντελεστές φορολογίας ως προς τον τζίρο στην ΕΕ, αλλά κατέχει καλύτερη συνολική κατάταξη από την Κύπρο, το Λουξεμβούργο ή τη Βουλγαρία που έχουν πολύ χαμηλότερους συντελεστές (βλ. Διάγραμμα 2). Αυτό σημαίνει ότι οι προαναφερθείσες προτάσεις οικονομικού χαρακτήρα πρέπει να συνοδευτούν και από **μέτρα διοικητικού και θεσμικού χαρακτήρα** με στόχο την άρση των εμποδίων στην επιχειρηματική δραστηριότητα που καλούνται να αντιμετωπίσουν οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα:*

1. Απλοποίηση γραφειοκρατικών διαδικασιών (π.χ. απλοποίηση των διαδικασιών αδειοδότησης και έναρξης επιχειρηματικής δράσης, απλοποίηση διαδικασιών έγκρισης επενδύσεων κλπ)
2. Εξασφάλιση της διαφάνειας των εφοριακών ελέγχων και κατάργηση των χρηματικών ορίων άρσης του απορρήτου ή δίωξης για μη απόδοση ΦΠΑ
3. Δημιουργία μηχανισμού που θα επιβάλλει στις επιχειρήσεις τον διαχωρισμό των εισπραχθέντων ποσών του ΦΠΑ από τα υπόλοιπα έσοδα των επιχειρήσεων και άμεση απόδοσή τους στο κράτος
4. Απρόσκοπτη εφαρμογή της οδηγίας για την καταπολέμηση των καθυστερήσεων πληρωμών στις εμπορικές συναλλαγές που προβλέπει την εντός 60 ημερών καταβολή των οφειλών του Δημοσίου στις επιχειρήσεις της.

Από τις παραπάνω προτάσεις διοικητικού και θεσμικού χαρακτήρα, η πρώτη είναι και η σημαντικότερη, και σχετίζεται με ένα χρόνιο πρόβλημα του ελληνικού επιχειρείν. Παρόλο που το πολυνομοσχέδιο σχετικά με τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος που συζητήθηκε πρόσφατα στη Βουλή περιέχει πράγματι ορισμένες προτάσεις που θα συμβάλλουν στην απλοποίηση των διαδικασιών έναρξης νέων επιχειρήσεων, **η μείωση της γραφειοκρατίας απαιτεί συνολικότερη αντιμετώπιση**: ένας αποτελεσματικός τρόπος θα ήταν με εφαρμογή της λεγόμενης **αυτο-πληροφόρησης του Δημοσίου** – δηλαδή, αντί η εκάστοτε επιχείρηση να πρέπει να ακολουθεί μια σειρά βημάτων από τη μία δημόσια υπηρεσία στην άλλη προκειμένου να ολοκληρώσει μια ενέργεια, τα βήματα αυτά να ελαττωθούν μέσω της συνεργασίας των υπηρεσιών του Δημοσίου μεταξύ τους. Η λογική είναι ότι το Δημόσιο (ή οι Τράπεζες) κατέχουν ήδη στοιχεία για τις επιχειρήσεις. Έτσι, όταν μια επιχείρηση καλείται να προσκομίσει έγγραφα της Πολεοδομίας, της Νομαρχίας ή της Εφορίας, στην ουσία καλείται να αναπαράγει πληροφορία που το Δημόσιο ήδη κατέχει (ή μπορεί να αποκτήσει). Ένα σύγχρονο σύστημα μηχανογράφησης με δυνατότητα ανταλλαγής πληροφοριών μεταξύ δημόσιων υπηρεσιών θα μπορούσε να συμβάλει σημαντικά στην απλοποίηση των διαδικασιών και στη μείωση της γραφειοκρατίας.

### **Συμπέρασμα**

Σε μια χώρα όπου οι μισθωτοί συνεισφέρουν το 74% των φόρων φυσικών προσώπων, και όπου το 99,5% των μικρομεσαίων επιχειρήσεων πληρώνουν κατά μέσο όρο φόρο €6.100, παρ' ότι φαίνεται λογικό προτάσεις μείωσης των φορολογικών συντελεστών να εγείρουν ενδεχομένως την καχυποψία ότι το κράτος είναι υπερβολικά «φιλικό» ως προς τις επιχειρήσεις. Όπως είχε επισημανθεί όμως και στο περσινό πόρισμα του ΕΒΕΑ, το αποτέλεσμα είναι ένας φαύλος κύκλος που χαρακτηρίζεται αφενός από τη χαμηλή συνεισφορά των επιχειρήσεων στα

δημόσια έσοδα και αφετέρου από τη δημιουργία ενός ιδιαίτερα εχθρικού περιβάλλοντος για τις επιχειρήσεις. Για να σπάσει αυτός ο κύκλος, ιδίως τώρα που η χώρα τελεί υπό κρίση, χρειάζονται γενναίες κινήσεις από τη νέα κυβέρνηση η οποία πρέπει άμεσα να κινηθεί με μειώσεις φορολογικών συντελεστών. Παράλληλα, και δεδομένου ότι η αποτελεσματικότητα της φορολογικής μεταρρύθμισης θα πάει χαμένη σε περιβάλλον μηδενικής τραπεζικής πίστης, η νέα κυβέρνηση πρέπει να συνδυάσει την φορολογική της πολιτική απέναντι στις επιχειρήσεις με ένα συγκροτημένο, άμεσα εφαρμόσιμο, πλάνο το οποίο θα συνδέει την επανακεφαλαιοποίηση των τραπεζών με την δέσμευση των τελευταίων για ένα ελάχιστο επίπεδο χορηγήσεων δανείων στις ελληνικές επιχειρήσεις. Τέλος, προτείνουμε την δια νόμου επιβολή της αυτο-πληροφόρησης του δημοσίου.

*Εν κατακλείδι, στο σημείο που έχει φτάσει ο μαρασμός της οικονομικής δραστηριότητας, η επιτυχία της νέας κυβέρνησης αποτελεί ένα εξαιρετικά δύσκολο έργο. Θεωρούμε όμως ότι αυτά τα τρία βήματα (μείωση συντελεστών, εξασφάλιση ελάχιστης παροχής τραπεζικής πίστης και ριζικής μείωσης της γραφειοκρατίας) είναι οι αναγκαίες συνθήκες ώστε η νέα κυβέρνηση να έχει έστω πιθανότητες επιτυχίας.»*



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΗΠΕΙΡΟ –

### ΒΙ.Κ.Η Α.Ε.

#### 4.1 Γενικά

Η εταιρεία ΒΙ.Κ.Η αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις του νομού Πρέβεζας αλλά και όλη της Ελλάδας. Παρά ταύτα θεωρείται Μικρομεσαία επιχείρηση μιας και οι εργαζόμενοί της και ο κύκλος εργασιών της την κατατάσσουν στις ΜΜΕ. Το όνομα ΒΙ.Κ.Η. αποτελεί σύντμηση της επωνυμίας της Βιομηχανίας Κρέατος Ηπείρου.

Η ιστορία της επιχείρησης αυτής ξεκίνησε το 1973 όταν φτιάχτηκαν οι πρώτες εγκαταστάσεις της χοιροτροφικής μονάδας ΒΙΚΗ ΦΑΡΜ. Το 1974 χρησιμοποιώντας αυτή τη χοιροτροφική μονάδα ως κύριο προμηθευτή χοιρινού κρέατος, επεκτάθηκε και με την επιστημονική και τεχνολογική συνδρομή επιστημόνων από τη Γερμανία και τη Δανία, έγινε μια από τις μεγαλύτερες μονάδες παραγωγής και επεξεργασίας κρέατος στην Ελλάδα.

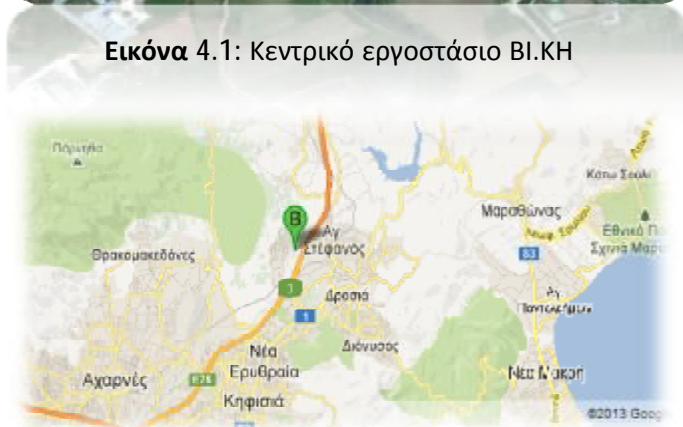
Αργότερα, στα πλαίσια της συνεχούς ανάπτυξης, επεκτάθηκε και στην αγορά των έτοιμων γευμάτων με το τμήμα των προψημένων-κατεψυγμένων αλλά και στην παρασκευή ζωοτροφών. Στην πορεία αυτή, η εταιρεία κέρδιζε διαρκώς μερίδιο στην αγορά και έκανε ταυτόχρονα τις απαραίτητες επεκτάσεις ώστε η παραγωγή να καλύπτει την αυξανόμενη ζήτηση. Σήμερα η εταιρεία διαθέτει :

- ∅ Το κεντρικό εργοστάσιο και εκθεσιακό-εμπορικό κέντρο, στο 12<sup>ο</sup> χιλιόμετρο της κεντρικής οδού Άρτας-Πρέβεζας ( Εικόνα 4.1).



Εικόνα 4.1: Κεντρικό εργοστάσιο ΒΙ.ΚΗ

- ∅ Το υποκατάστημα Αττικής, Ασκληπιού 11, στο Κρυονέρι Αττικής ( Εικόνα 4.2).



Εικόνα 4.2: Υποκατάστημα ΒΙ.ΚΗ

## 4.2 Η φιλοσοφία της επιχείρησης

Η φιλοσοφία της ΒΙ.Κ.Η. εκφράζεται από το τρίπτυχο:

- Ø σεβασμός στον καταναλωτή
- Ø σεβασμός στο συνεργάτη
- Ø σεβασμός στο περιβάλλον

**Ο σεβασμός στον καταναλωτή** αποδεικνύεται από την υψηλή ποιότητα των προϊόντων ΒΙ.Κ.Η.. Το φρέσκο χοιρινό κρέας, τα αγνά υλικά, η σωστή επεξεργασία, η αυστηρή τήρηση των κανόνων υγιεινής, η άριστη συντήρηση και διακίνηση, οι συνεχείς και αυστηροί ποιοτικοί έλεγχοι εξασφαλίζουν προϊόντα υψηλών ποιοτικών προδιαγραφών. Παράλληλα, το τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης της εταιρίας διερευνά συστηματικά τις σύγχρονες ανάγκες των καταναλωτών και τις καλύπτει με νέα προϊόντα.

**Ο σεβασμός στο συνεργάτη** εκδηλώνεται με τη διαρκή στήριξή του στο ανταγωνιστικό περιβάλλον της αγοράς και με την απόλυτη συνέπεια στα πλαίσια της συνεργασίας. Για το λόγο αυτό και έπειτα από μελέτη της κάθε αγοράς ξεχωριστά, δημιουργήθηκαν 35 κέντρα διανομής σε όλη την Ελλάδα που εξασφαλίζουν τον απρόσκοπτο και σωστό εφοδιασμό του συνόλου της Ελληνικής αγοράς.

**Ο σεβασμός στο περιβάλλον** γίνεται πράξη τόσο με τη χρήση «φιλικών προς το περιβάλλον» συσκευασιών, όσο και με τη συνεχή προσπάθεια μείωσης των βιομηχανικών αποβλήτων. Στο πλαίσιο της προσπάθειας αυτής οργανώθηκαν σύγχρονες μονάδες βιολογικού καθαρισμού σε όλες τις εργοστασιακές εγκαταστάσεις του Ομίλου. Για την ανακύκλωση των συσκευασιών της η εταιρία συμμετέχει στο Σύστημα Ανακύκλωσης Εναλλακτικής Διαχείρισης ΣΣΕΔ-ΑΝΑΚΥΚΛΩΣΗ της Ελληνικής Εταιρείας Αξιοποίησης-Ανακύκλωσης ΑΕ.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> <http://www.viki.gr> Ιστοσελίδα ΒΙ.Κ.Η

### 4.3 Οι κτιριακές εγκαταστάσεις

Οι κτιριακές εγκαταστάσεις της ΒΙ.Κ.Η. έχουν ανεγερθεί σε ιδιόκτητα οικόπεδα συνολικής έκτασης 46.000 τ.μ. και περιλαμβάνουν:

- Ø σύγχρονο σφαγείο δυναμικότητας 120 ζώων την ώρα
- Ø μονάδα αποστέωσης χοιρινού και βοδινού κρέατος
- Ø υπερσύγχρονη μονάδα παραγωγής αλλαντικών, κονσερβών κρέατος και έτοιμων γευμάτων
- Ø μονάδες συσκευασίας και τυποποίησης
- Ø αποθηκευτικούς – ψυκτικούς χώρους για την άριστη συντήρηση των παραγόμενων προϊόντων
- Ø άριστα εξοπλισμένα εργαστήρια ποιοτικού ελέγχου

Οι εγκαταστάσεις της ΒΙ.Κ.Η. δυναμικότητας 60 τόνων ανά οκτάωρο λειτουργούν με βάση τις πιο αυστηρές Ευρωπαϊκές προδιαγραφές, σύμφωνα με την Εθνική και την Κοινοτική νομοθεσία και είναι εγκεκριμένες και πιστοποιημένες από την Ευρωπαϊκή Ένωση με αριθμό έγκρισης IMP 21. Παράλληλα, σε όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας αλλά και της διακίνησης των προϊόντων εφαρμόζονται σύγχρονα συστήματα διασφάλισης ποιότητας με στόχο τη δημιουργία προϊόντων υψηλών προδιαγραφών. Ταυτόχρονα, για την διασφάλιση της υγιεινής του εργοστασιακού χώρου (κινητός και ακίνητος εξοπλισμός) το εργοστάσιο εξοπλίστηκε με σύγχρονα συστήματα καθαρισμού και απολύμανσης και ο χώρος παραγωγής οριοθετήθηκε με ζώνες μικροβιακών φραγμών.

Παλιότερα η ηλεκτρική ενέργεια και η ενέργεια από την καύση πετρελαίου ήταν οι μόνες πηγές ενέργειας. Το κόστος όμως αλλά και η επιβάρυνση του περιβάλλοντος ανάγκασε τις βιομηχανίες να στραφούν σε άλλες πηγές ενέργειας. Σε αυτό βοήθησε και η χρηματοδότηση των βιομηχανιών από ειδικά προγράμματα της ευρωπαϊκής ένωσης για συστήματα συμπαραγωγής ηλεκτρισμού και θερμότητας

χρησιμοποιώντας την αιολική ή την ηλιακή ενέργεια και για υποκατάσταση συμβατικών καυσίμων με υγραέριο ή φυσικό αέριο καθώς επίσης και για εφαρμογή ανανεώσιμων πηγών ενέργειας και εξοικονόμησης ενέργειας (Εικόνα 4.3).

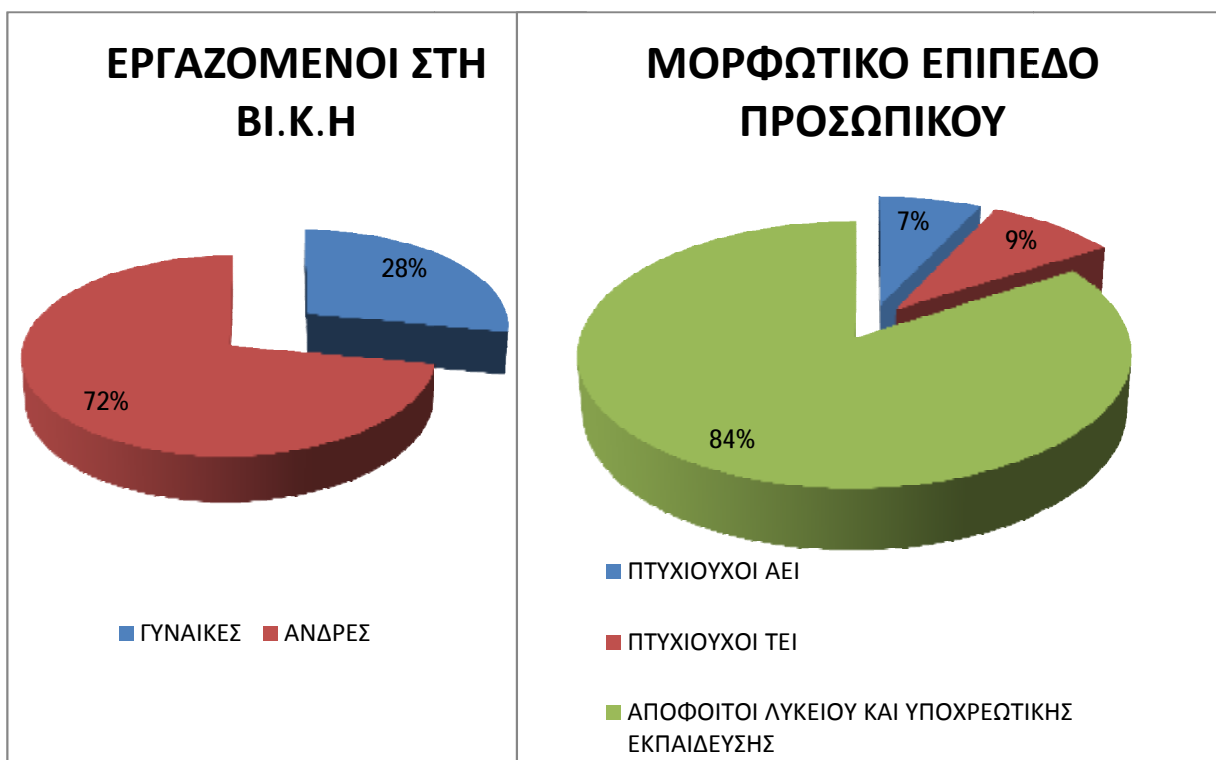


Εικόνα 4.3: φωτοβολταϊκά συστήματα ΒΙ.ΚΗ

#### 4.4 Το εργατικό δυναμικό

Η ΒΙ.Κ.Η. απασχολεί σήμερα περίπου 219 εργαζόμενους. Το 28% αυτών είναι γυναίκες. Το 7% είναι πτυχιούχοι Ανώτατων Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων, ενώ ένα 9% είναι πτυχιούχοι Τεχνολογικών Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων (Γράφημα 4.1). Η στελέχωση της εταιρείας είναι άρτια. Τόσο το επιστημονικό όσο και το υπαλληλικό και εργατοτεχνικό προσωπικό είναι άριστα εκπαιδευμένο, αφού η εταιρεία εφαρμόζει συνεχή προγράμματα ενημέρωσης και εκπαίδευσης του προσωπικού της, ενώ ταυτόχρονα προωθεί τη συμμετοχή σε σεμινάρια και ημερίδες. Η εκπαίδευση αποτελεί άλλωστε θεμέλιο για την παραγωγή ασφαλών και υγιεινών προϊόντων και για την άριστη παροχή υπηρεσιών.

Σκοπός του τμήματος Ανθρώπινων Πόρων είναι να πετύχει κατά τη διαδικασία της πρόσληψης τον ιδανικό συνδυασμό ανάμεσα στο προφίλ του υποψηφίου και την περιγραφή της θέσης εργασίας. Γι αυτό είτε η επιλογή γίνεται από το υπάρχον προσωπικό είτε από νέους υποψηφίους χρησιμοποιείται μια προσέγγιση αξιολόγησης ικανοτήτων, ώστε να βρεθεί το άτομο με τα απαιτούμενα προσόντα για τις θέσεις που είναι τυχόν διαθέσιμες στα διάφορα τμήματα της εταιρείας. Βέβαια, σύμφωνα με πληροφορίες του λογιστηρίου της εταιρείας, η κρίση επηρέασε τον αριθμό του εργατικού δυναμικού και η επιχείρηση προέβη κύμα απολύσεων.



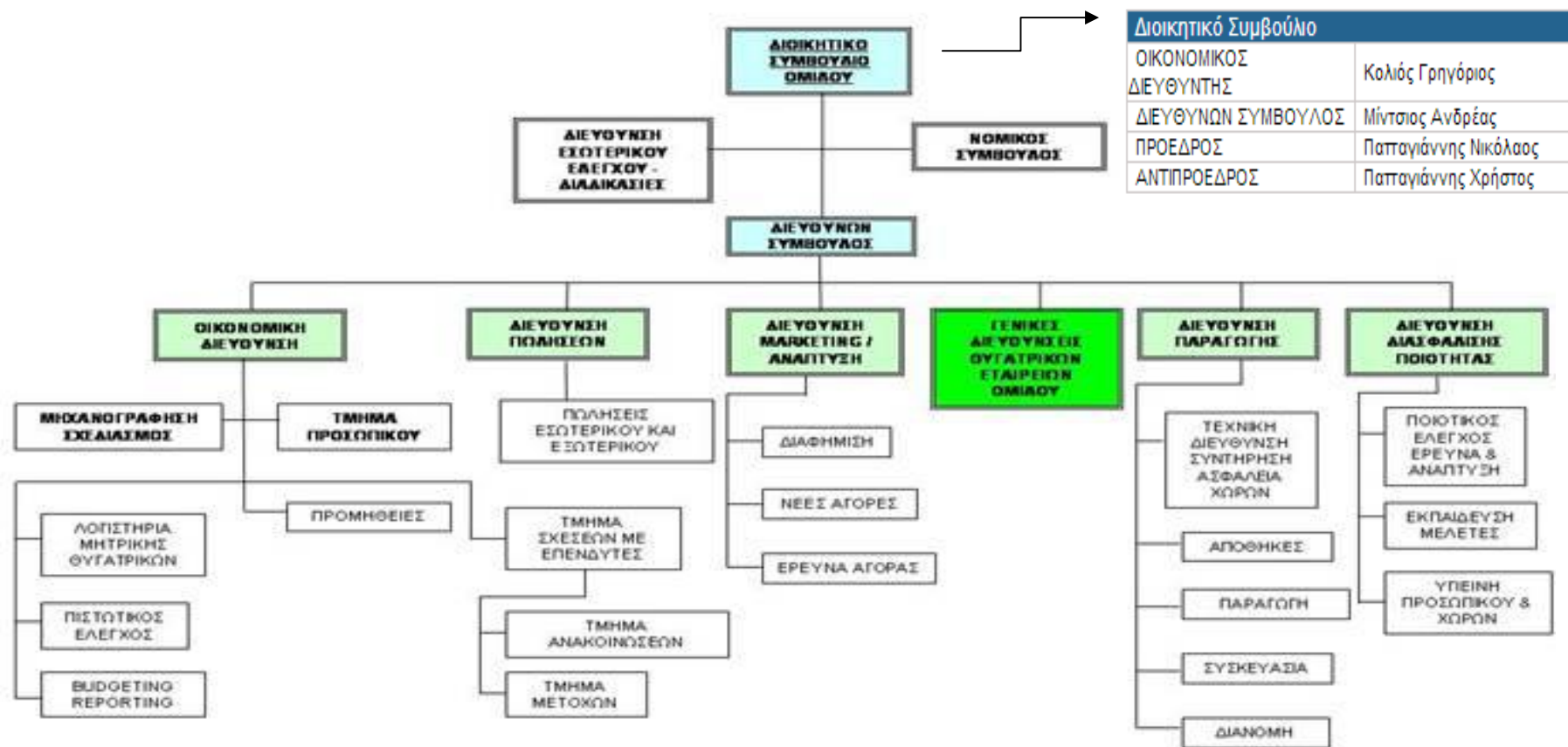
Γράφημα 4.1 : εργαζόμενοι ΒΙ.ΚΗ

Όσον αφορά τη διαρθρωτική δομή των εργαζόμενων, η εταιρεία ακολουθεί την πολιτική της πυραμίδας (Σχεδιάγραμμα 4.1). Στο ανώτερο στάδιο βρίσκεται το διοικητικό συμβούλιο το οποίο το απαρτίζουν οι:

- Ø Οικονομικός διευθυντής
- Ø Διευθύνων σύμβουλος
- Ø Πρόεδρος
- Ø Αντιπρόεδρος

Στο αμέσως κατώτερο επίπεδο βρίσκονται οι διευθυντές των τμημάτων της επιχείρησης. Ο κάθε διευθυντής έχει υπό τη διεύθυνσή του και την ευθύνη του υφιστάμενους που απαρτίζουν το κάθε τμήμα. Συγκεκριμένα υπάρχουν οι:

- Ø οικονομικός διευθυντής
- Ø διευθυντής πωλήσεων
- Ø διευθυντής marketing
- Ø διευθυντής του ομίλου
- Ø διευθυντής παραγωγής
- Ø διευθυντής διασφάλισης ποιότητας.



Σχεδιάγραμμα 4.1 : διαρθρωτική δομή εργαζόμενων ΒΙ.ΚΗ

#### 4.5 Τα προϊόντα και το δίκτυο διανομής

Η ΒΙ.Κ.Η διαθέτει πληθώρα προϊόντων προς πώληση. Τα βασικά προϊόντα είναι τα αλλαντικά όπως (Εικόνα 4.4):

- Ø ζαμπόν και ωμοπλάτες  
(6 κωδικοί προϊόντων)
- Ø πάριζα (6 κωδικοί προϊόντων)
- Ø μορταδέλες (7 κωδικοί προϊόντων)
- Ø καπνιστά κρέατα και μπέικον  
(6 κωδικοί προϊόντων)
- Ø σαλάμια αέρος (9 κωδικοί προϊόντων)
- Ø γαλοπούλες (4 κωδικοί προϊόντος)
- Ø λουκάνικα (5 κωδικοί προϊόντος)
- Ø κονσέρβες (4 κωδικοί προϊόντος)
- Ø προψημένες και πίτσες (6 κωδικοί προϊόντος)



Εικόνα 4.4: αλλαντικά ΒΙ.ΚΗ

Πάνω σε όλες τις συσκευασίες των προϊόντων ΒΙΚΗ επικολλάται η ετικέτα ζυγιστικής μηχανής όπου αναγράφονται τα εξής στοιχεία: Διατηρείται στο ψυγείο ή στην κατάψυξη Ελληνικής Παραγωγής

- Ø Σύσταση προϊόντος
- Ø Ημερομηνία Ανάλωσης (Ανάλωση κατά προτίμηση πριν από)
- Ø Τιμή κιλού
- Ø Βάρος

Τα προϊόντα διατηρούνται σε άριστη κατάσταση μέχρι την ημερομηνία λήξης, εφόσον έχουν συντηρηθεί στις συνθήκες που αναγράφονται πάνω στη συσκευασία του, σε ψύξη ( 0 - 4ο C) ή σε κατάψυξη (-18ο C). Είναι σημαντικό να διατηρείται η ψυκτική αλυσίδα για ένα προϊόν από τη στιγμή που παρασκευάζεται μέχρι τη στιγμή που καταναλώνεται. Η συντήρηση των προϊόντων μέσα στο εργοστάσιο γίνεται σε ψυκτικούς θαλάμους τροφίμων σε θερμοκρασίες 0-4οC για τα αλλαντικά και -18οC για τα κατεψυγμένα. Δεν επιτρέπεται η εκ νέου κατάψυξή τους μετά την απόψυξη. Τη στιγμή που το προϊόν φορτώνεται στο φορτηγό για να παραδοθεί στο σημείο πώλησης έχει ελεγχθεί μακροσκοπικά και θερμοκρασιακά. Οι ίδιες θερμοκρασίες πρέπει να επικρατούν και κατά τη μεταφορά του, γι' αυτό τα φορτηγά της εταιρείας ελέγχονται διαρκώς μέσω κατάλληλων οργάνων καταγραφής θερμοκρασιών. Οι



συνθήκες αυτές πρέπει να επικρατούν και στα ψυγεία όλων των σημείων πώλησης. Για την παραγωγή των προϊόντων η ΒΙ.Κ.Η έχει ως αρχή τη χρήση πρώτων υλών που προέρχονται αποκλειστικά και μόνο από μη γενετικά τροποποιημένους οργανισμούς. Για το λόγο αυτό απαιτεί από τους προμηθευτές, όπου αυτό κρίνεται αναγκαίο, την αποστολή των αντίστοιχων συνοδευτικών πιστοποιητικών προέλευσης μαζί με κάθε παρτίδα πρώτης ύλης. Επιπλέον, για να διασφαλίσει ότι τα κρέατα που χρησιμοποιεί στα προϊόντα προέρχονται από ζώα που δε διατρέφονται με γενετικά τροποποιημένους οργανισμούς, απαιτεί:

- Ø Κάθε παρτίδα τροφής για τα χοιρινά εκτροφής να συνοδεύεται με το αντίστοιχο πιστοποιητικό προέλευσης.
- Ø Οι χοιροτρόφοι – προμηθευτές να συνοδεύουν κάθε φορτίο ζώων προς σφαγή με πιστοποιητικό του αρμόδιου κτηνιάτρου τους ότι δεν χρησιμοποιούν για τη διατροφή αυτών γενετικά τροποποιημένους οργανισμούς.
- Ø Τα κρέατα εισαγωγής να προέρχονται από φάρμες που μπορούν να πιστοποιήσουν ότι δεν χρησιμοποιούν γενετικά τροποποιημένους οργανισμούς για τη διατροφή των ζώων τους.

Επιπλέον, η εταιρεία ΒΙ.Κ.Η έχει δηλώσει τα προϊόντα της στην Ελληνική Τράπεζα Πληροφοριών EFID (European Food Intolerance Databanks) ως κατάλληλα για άτομα με τροφικές αλλεργίες ή δυσανεξίες. Η Ελληνική Τράπεζα Πληροφοριών πιστοποιεί τρόφιμα ελεύθερα από συστατικά που μπορεί να προκαλέσουν αλλεργίες ή δυσανεξίες, όπως είναι το αυγό, το γάλα, η γλουτένη, η σόγια και τα παράγωγα αυτών καθώς και αζοχρωστικές. Έτσι αποτελεί ένα πολύτιμο εργαλείο και για τους ειδικούς (γιατρούς και διαιτολόγους) αλλά και για τους καταναλωτές. Η προσπάθεια αυτή έχει αναγνωρισθεί και από επιστημονικούς φορείς όπως η «Ελληνική Εταιρία Παρεντερικής και Εντερικής Διατροφής» η οποία την έχει θέσει υπό την αιγίδα της.

Τα παραχθέντα προϊόντα διατίθενται στο κεντρικό κατάστημα πώλησης αλλά διανέμονται και χονδρικά. Το δίκτυο διανομής Η ΒΙ.Κ.Η. διαθέτει ένα άρτια οργανωμένο δίκτυο εμπορίας με μεγάλο στόλο φορτηγών ψυγείων που εγγυάται την ασφαλή μεταφορά και την έγκαιρη παράδοση των προϊόντων. Δύο μεγάλα κέντρα διανομής σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, το εξειδικευμένο τμήμα πωλήσεων της εταιρείας και παράλληλα ένα δίκτυο αποκλειστικών – ειδικών συνεργατών στην υπόλοιπη Ελλάδα και το εξωτερικό εγγυώνται την άριστη εξυπηρέτηση της αγοράς.



Το δίκτυο διανομής της ΒΙ.Κ.Η έχει την ευελιξία να εξυπηρετεί τους πελάτες είτε με κεντρικές παραδόσεις στις αποθήκες τους είτε παραδίδοντας απευθείας στο σημείο πώλησης.

#### **4.6 Ο Όμιλος**

Στον όμιλο της ΒΙ.Κ.Η ανήκουν και άλλες τρεις εταιρείες. Η εταιρεία Thesauri, η εταιρεία Pets & People A.E και η εταιρεία Laky.



Η **Thesauri** είναι μία από τις ελάχιστες εταιρείες εκτροφής οξύρρυγχου και παραγωγής χαβιαριού στον κόσμο, και η πρώτη και μοναδική εταιρεία στη χώρα μας. Η ιστορία μας ξεκίνησε πριν από 20 χρόνια, με πηγή έμπνευσης τον Έλληνα Ιωάννη Βαρβάκη, ο οποίος το 19ο αιώνα δημιούργησε μια ειδική αεροστεγή συσκευασία για το χαβιάρι, κάνοντας έτσι εφικτή τη διεθνή διακίνησή του. Στη Thesauri, μετά από εκτεταμένες έρευνες σε πολλά είδη ψαριών, καταλήξαμε στο συμπέρασμα ότι ο οξύρρυγχος μπορεί να προσαρμοστεί ιδανικά στις ελληνικές συνθήκες. Αναζητώντας τις καλύτερες συνθήκες, επιλέξαμε τον Αμβρακικό Κόλπο, στις παρυφές του οποίου κατασκευάσαμε τις πιο σύγχρονες εγκαταστάσεις ιχθυοκαλλιέργειας στην Ελλάδα. Έτσι, από την πρώτη στιγμή, εξασφαλίσαμε άριστης ποιότητας νερό το οποίο προσφέρει τις ιδανικές συνθήκες υγιεινής και ασφάλειας. Με συνεχείς πρωτογενείς έρευνες, πάντα σε συνεργασία με κορυφαίους Ρώσους ειδικούς, γίναμε πρωτοπόροι στην καλλιέργεια οξύρρυγχου και στην παραγωγή χαβιαριού. Δέκα χρόνια αφότου φέραμε τα πρώτα αυγά οξύρρυγχου από το Αστραχάν, οι προσπάθειες μας επιβραβεύτηκαν με την παραγωγή ενός εξαιρετικού προϊόντος, που αναγνωρίζεται και πωλείται ακόμα και στη Ρωσία, την παγκόσμια πρωτεύουσα του οξύρρυγχου. Το όνομα Thesauri δεν το επιλέξαμε τυχαία. Είναι ένα όνομα που περιγράφει την αφοσίωσή μας στην δημιουργία ενός μοναδικού προϊόντος που είναι ήδη περιζήτητο διεθνώς –ενός πραγματικού Ελληνικού θησαυρού.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> <http://www.viki.gr> Ιστοσελίδα ΒΙ.Κ.Η

Η εταιρεία **Pets & People A.E** ιδρύθηκε τον Φεβρουάριο του 2006 από την εταιρεία **ΒΙ.Κ.Η. Α.Ε.**, προκειμένου να καλύψει την κατηγορία των **super premium** τροφών, σνακς και αξεσουάρ, τμήμα της αγοράς στο οποίο η **ΒΙ.Κ.Η.** προγραμματίζει από καιρό να δραστηριοποιηθεί. Η εταιρεία **Pets & People** έχει πανελλαδική κάλυψη με δικό της ξεχωριστό δίκτυο πωλήσεων, αποθήκευσης και διανομής και δραστηριοποίηση σε όλα τα επιμέρους τμήματα της αγοράς (αξεσουάρ, σνακς κλπ.) του εξειδικευμένου καναλιού και των κτηνιατρείων καθώς είναι αποκλειστικός αντιπρόσωπος στην Ελλάδα των εταιρειών: **Iams-Eukanuba, Farmina, Agras Delic, Karlie, Mark & Chappell, Foldhill, Dafico, Cardinal.** Η **Pets & People**, δεσμεύεται για την πλήρη αφοσίωση και το σεβασμό της στις ανάγκες των κατοικίδιων, για το σεβασμό απέναντι στους ανθρώπους – ιδιοκτήτες ζώων που την εμπιστεύονται καθώς και στους συνεργάτες της. Η πλήρης αφοσίωση ισοδυναμεί με δέσμευση της **Pets & People** για:



- Ø Υψηλή ποιότητα των προϊόντων της και των υπηρεσιών που παρέχει
- Ø Διαρκή ενημέρωση των συνεργατών για τις τάσεις της αγοράς
- Ø Κατανόηση των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών του εξειδικευμένου καναλιού

Τέλος, η εταιρεία **Laky** ιδρύθηκε το 1992 , με στόχο να ικανοποιήσει το απαιτητικό κοινό των **PET FOODS** , με μια πλήρη και ισορροπημένη διατροφή για ζώα συντροφιάς .Η τεχνογνωσία , η πείρα 20 ετών και η έμφαση στην υψηλή ποιότητα αποτελούν το μεγαλύτερο κεφάλαιό της. Παράλληλα, οι συνεργασίες με τα πιο εξειδικευμένα ινστιτούτα ερευνών της Ευρώπης και η συνεχής έρευνα, διασφαλίζουν την διαρκή βελτίωση των υφισταμένων προϊόντων , καθώς και την ανάπτυξη νέων, ώστε να ανταποκρίνεται στα πλέον απαιτητικά ποιοτικά κριτήρια .



Στα 20 χρόνια της πορείας της, η **Laky** έχει αναπτύξει μια μεγάλη γκάμα προϊόντων που καλύπτουν τις διατροφικές ανάγκες των ζώων συντροφιάς σε όλα τα στάδια της ζωής τους . Η συνέπεια και η αφοσίωση στο αντικείμενο της, την έφεραν σε θέση ηγέτη της Ελληνικής αγοράς ( **Volume market share** , με πολλά ιδιόκτητα σήματα ( **TOP Line , Prolife , Daily Care , Forte Nutrition , Cani menu , Meat Lovers**

, CroPet , κ.α) , καθώς και σε ειδικές συνεργασίες με Private Label brands . Παράλληλα έχει έντονη δραστηριότητα σε χώρες του εξωτερικού όπως η Βουλγαρία , Σερβία , Τουρκία , Αλβανία , Κύπρος ,Ρουμανία .Η εταιρεία Laky έχει ιδιόκτητες εγκαταστάσεις με έδρα και εργοστάσιο παραγωγής στην Άρτα, ιδιόκτητες εγκαταστάσεις στην Αθήνα και υποκατάστημα στην Θεσσαλονίκη. Έτσι, με εκτεταμένο δίκτυο πωλητών με πανελλαδική κάλυψη βρίσκεται δίπλα στον πελάτη και τις ανάγκες του και με έναν ιδιόκτητο στόλο φορτηγών εγγυάται για την καλή και γρήγορη εξυπηρέτησή του.

#### **4.7 Πολιτική ποιότητας**

Η ΒΙ.Κ.Η. Α.Ε. στα πλαίσια οργάνωσης της παραγωγής και των παρεχόμενων υπηρεσιών της, έχει θεσπίσει μία πολιτική ποιότητας όπως αυτή εκφράζεται από την επιθυμία του Διευθύνοντα Συμβούλου να εφαρμόσει η εταιρεία Σύστημα Διαχείρισης της Ποιότητας βασισμένη στο πρότυπο του ISO 9001:2000 καθώς και σύστημα ασφάλειας των τροφίμων HACCP. Μέσω αυτών των συστημάτων η εταιρία στοχεύει στην συνεχή βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρει στους πελάτες της. Για να το πετύχει, έχει θεσπίσει επιμέρους στόχους :

- Ø Τη συνεχή παρακολούθηση της ικανοποίησης των πελατών και την έγκαιρη και σωστή αντιμετώπιση τυχόν παραπόνων.
- Ø Τη συνεχή βελτίωση των προϊόντων της εταιρίας και των παραγωγικών διαδικασιών τους.
- Ø Τη διασφάλιση της υγιεινής των προϊόντων της.
- Ø Την τήρηση της κείμενης νομοθεσίας.

Για να διασφαλίσει την επίτευξη αυτών των επιμέρους στόχων, η εταιρία αναπτύσσει δραστηριότητες οι οποίες περιλαμβάνουν:

- Ø Διερεύνηση και σαφή καθορισμό των αναγκών του πελάτη.
- Ø Προληπτικές ενέργειες και ελέγχους προκειμένου να αποφευχθούν τυχόν παράπονα από τους πελάτες.
- Ø Συνεχή εκπαίδευση των εργαζομένων σε θέματα ποιότητας και υγιεινής.
- Ø Διαρκή έλεγχο, επισκόπηση και προσπάθεια για βελτίωση των διαδικασιών διαχείρισης της ποιότητας στην εταιρία.

Με την πολιτική ποιότητας της η ΒΙ.Κ.Η. Α.Ε., έχει δεσμευτεί να ανταποκρίνεται με συνέπεια στις προσδοκίες των πελατών της.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνει η εταιρία στην ποιότητα του κρέατος που μεταποιεί. Η χρήση φρέσκου χοιρινού κρέατος αποτελεί το ισχυρό συγκριτικό πλεονέκτημα της εταιρίας μας σε σχέση με τις αντίστοιχες βιομηχανίες κρέατος, καθιστώντας τη ΒΙ.Κ.Η. Α.Ε. ασυναγώνιστη στην ποιότητα των αλλαντικών και άλλων κρεατοσκευασμάτων. Κύριος προμηθευτής μας σε χοιρινά ζώα είναι η θυγατρική χοιροτροφική μονάδα ΒΙ.Κ.Η. ΦΑΡΜ. Επιπλέον, προμηθευτές σε χοιρινά προέρχονται αποκλειστικά από τοπικές χοιροτροφικές μονάδες. Κατάλληλα επιστημονικό και εκπαιδευμένο προσωπικό είναι υπεύθυνο για το μακροσκοπικό έλεγχο των ζώων τόσο κατά την παράδοση από τους προμηθευτές όσο και λίγο πριν την σφαγή, αλλά και για τους εργαστηριακούς ελέγχους των σφαγέντων ζώων. Αυστηρότατοι έλεγχοι διεξάγονται και κατά την παραλαβή εισαγόμενων κρεάτων προς τυποποίηση, όπως τα κρέατα πουλερικών και βοδινών, αλλά και άλλων πρώτων υλών, όπως μπαχαρικά και υλικά συσκευασίας. Επιπλέον, όπου κρίνεται αναγκαίο, οι πρώτες ύλες συνοδεύονται κατά παρτίδα από πιστοποιητικά προέλευσης από μη γενετικά τροποποιημένους οργανισμούς. Επιπρόσθετα, ο Τομέας Προμηθειών σε συνεργασία με τον Τομέα Ποιοτικού Ελέγχου είναι υπεύθυνοι για την αξιολόγηση των προμηθευτών σύμφωνα με τις προδιαγραφές ποιότητας της εταιρίας.

Καθημερινά κατά την διάρκεια της παραγωγής διενεργούνται έλεγχοι για τη διασφάλιση της υγιεινής του εργοστασίου αλλά και του εργατοτεχνικού προσωπικού, προκειμένου να πληρούνται οι όροι ποιότητας των παραγόμενων προϊόντων. Οι έλεγχοι αυτοί αφορούν:

- Ø τη ρύπανση του εσωτερικού ατμοσφαιρικού χώρου
- Ø τη μόλυνση του πόσιμου νερού
- Ø τη χλωρίωση του δικτύου νερού για καθαριότητες
- Ø την αποτελεσματικότητα των απολυμάνσεων σε κινητό και ακίνητο εξοπλισμό
- Ø την προσωπική υγιεινή του εργατοτεχνικού προσωπικού
- Ø την εφαρμογή εντομοκτονίας και μυοκτονία.

Επιπρόσθετοι έλεγχοι γίνονται στην ποιότητα των ενδιάμεσων υλικών για την παραγωγή των τελικών προϊόντων, την τήρηση, για κάθε προϊόν, του θεσπισμένου προγράμματος θερμικής επεξεργασίας και τη σωστή λειτουργία των μέσων παραγωγής και συντήρησης των προϊόντων.

Χαρακτηριστική είναι η ύπαρξη άριστα εξοπλισμένων και στελεχωμένων εργαστηρίων ποιοτικού ελέγχου. Σε καθημερινή βάση γίνονται δειγματοληπτικοί έλεγχοι στα τελικά προϊόντα σύμφωνα με τα οριζόμενα από τα Συστήματα Ποιότητας. Πιο συγκεκριμένα, ανά παρτίδα παραγόμενου προϊόντος γίνεται δειγματοληψία, η όποια στη συνέχεια υπόκειται σε σειρά εργαστηριακών αναλύσεων προκειμένου να διαπιστωθεί η πληρότητα ή μη των ποιοτικών προδιαγραφών κάθε προϊόντος. Οι εργαστηριακοί έλεγχοι στο τελικό προϊόν αφορούν διάφορες μικροβιολογικές αναλύσεις (Ολική Μεσόφιλη Χλωρίδα, *L. monocytogenes*, *Salmonella*, *Escherichia coli*, *Streptococci*) και χημικές αναλύσεις (λίπους, πρωτεΐνης, υγρασίας, αμύλου). Ταυτόχρονα ελέγχονται τα φυσικά χαρακτηριστικά του προϊόντος όπως το χρώμα, οι διαστάσεις, το “δέσιμο” των πρώτων υλών μετά την θερμική επεξεργασία και η εμφάνιση της διατομής μετά την κοπή στο slicer. Επιπλέον τα συσκευασμένα προϊόντα ελέγχονται για την αποτελεσματικότητα της συσκευασίας τους όπως είναι η πληρότητα του κενού, το ποσοστό τροποποιημένης ατμόσφαιρας, η συγκόλληση του φιλμ και η στεγανοποίηση των ραφών στα κουτιά κονσέρβας.

#### **4.8 Οικονομικά στοιχεία ΒΙ.Κ.Η**

Η ΒΙ.Κ.Η αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες εταιρείες αλλαντικών στην Ελλάδα. Στο κλάδο των αλλαντικών και της επεξεργασίας κρέατος δραστηριοποιούνται 15 εταιρείες εκ των οποίων οι μεγαλύτερες είναι:

- CRETA FARM
- ΘΡΑΚΗ
- ΥΦΑΝΤΗΣ
- HQF (Μιμίκος)

### Η οικονομική κρίση και η επιρροή της στις ΜΜΕ.

Οι 15 εταιρείες του κλάδου, εμφάνισαν το 2012 συνολικές πωλήσεις 511,01 εκατ. ευρώ (-2,56% σε σχέση με το 2011) και ζημίες προ φόρων 8,58 εκατ. ευρώ. Στην πρώτη θέση του κλάδου το 2012 βρέθηκε η ΚΡΕΤΑ ΦΑΡΜ ΑΒΕΕ με πωλήσεις 97,43 εκατ. ευρώ, στη δεύτερη θέση η ΥΦΑΝΤΗΣ Α. & Χ. ΑΒΕΕ με 72,08 εκατ. ευρώ και ακολουθούν οι ΝΙΚΑΣ Π. Γ. ΑΒΕΕ με 69,34 εκατ. ευρώ, ΒΙΚΗ ΑΕ με 33,09 εκατ. ευρώ και ΛΑΝΤΣΙΟΝ ΜΗΤ ΕΒΡΟΥ ΑΕ με 32,36 εκατ. ευρώ.

Η αλήθεια είναι ότι η οικονομική πορεία της ΒΙ.Κ.Η χαρακτηρίζεται πτωτική, καθώς έχει επηρεαστεί από την οικονομική κρίση αλλά και από τα διατροφικά σκάνδαλα που ξεσπούν κατά καιρούς, όπως δηλώνει η υπεύθυνη πωλήσεων κυρία Λάμπρου. Με βάση τον Πίνακα 4.1 παρατηρούμε τα καθαρά αποτελέσματα χρήσης της εταιρείας, δηλαδή το οικονομικό αποτέλεσμα (κέρδος ή ζημία) της επιχείρησης στο χρόνο που πέρασε. Τα δεδομένα αυτά αντλήθηκαν από τον ισολογισμό της επιχείρησης για το εκάστοτε έτος. Το έτος 2012, 2011, 2010 η επιχείρηση καταγράφει ζημία 2.498.665, 537.885 ευρώ αντίστοιχα. Το 2009 τα κέρδη της επιχείρησης ήταν 260.769.

	2011	2010	2009	2008	2007
<b>Σύνολο κυκλοφ.ενεργητικού</b>	0	21.859.298	22.171.527	22.030.267	24.122.123
<b>Σύνολο ιδίων κεφαλαίων</b>	0	4.236.540	5.006.347	4.444.121	4.864.667
<b>Σύνολο βραχ/ων υποχρεώσεων</b>	0	23.369.376	22.902.456	21.970.458	18.407.562
<b>Σύνολο μακρ/ων υποχρεώσεων</b>	0	8.506.137	9.170.255	11.100337	14.987.595
<b>Καθαρά αποτελέσματα χρήσης</b>	-2.498.665	-537.885	260.769	-1.098.943	-1.174.633

Πίνακας 4.1 : οικονομικά στοιχεία ΒΙ.ΚΗ 207-2011

Όσον αφορά τον κύκλο εργασιών της επιχείρησης, η πορεία από το 2007 έως το 2012 χαρακτηρίζεται ανοδική. Το 2007, ο κύκλος εργασιών έφτασε 28.231.898 ευρώ και μέχρι το 2010 η ανοδική πορεία έφτασε τον κύκλο εργασιών στα 35.232.928 ευρώ. Εν συνεχεία, το 2011 ο κύκλος εργασιών έπεσε στα 33.090.114 ευρώ Πίνακας 4.2.

	2011	2010	2009	2008	2007
Κύκλος εργασιών ΒΙ.Κ.Η	33.090.114	35.232.928	33.593.856	31.827.531	28.231.898

**Πίνακας 4.2 :** κύκλος εργασιών ΒΙ.ΚΗ 2007-2011





*Η οικονομική κρίση και η επιρροή της στις ΜΜΕ.*





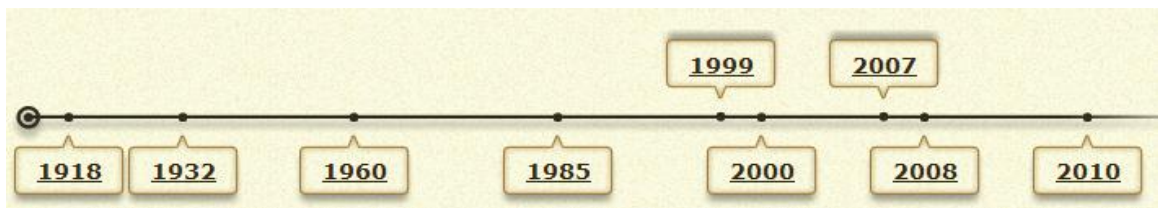
## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5



# ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ: ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΑΒΕ ΧΕΛΙΟΥ ΚΑΙ ΣΟΛΩΜΟΥ

## 5.1 Γενικά – Ιστορική αναδρομή

Η Ολυμπιακή ΑΒΕ Χελιού και Σολομού αποτελεί θυγατρική μονάδα της Ολλανδικής εταιρείας Forpen Paling en Zalm. Η μητέρα-εταιρεία ιδρύθηκε το 1918 και σήμερα διοικείται από την τρίτη γενιά των ιδιοκτητών εν ονόματι Forpen. Η εταιρεία διαθέτει 3 περιοχές παραγωγής, δύο στην Αδριατική και μια στην Ελλάδα. Επιπλέον, αποτελεί μια από τις εταιρείες ηγέτες στην παραγωγή και πώληση οστρακοειδών, σολομού και χελιών. Το πελατολόγιό της περιλαμβάνει μεγάλες βιομηχανικές μονάδες και εταιρείες εστίασης σε όλη την Ευρώπη, την Ασία και τις Η.Π.Α. Θα παρουσιάσουμε την πορεία της εταιρείας στη διάρκεια του χρόνου και θα φτάσουμε στο σημείο ίδρυσης της θυγατρικής ελληνικής εταιρείας (Εικόνα 5.1).



Η μητρική εταιρεία δημιουργήθηκε το **1918** από το Jan Forpen (παππούς του σημερινού ιδιοκτήτη), κέρδισε αναγνώριση και αδιοδοτήθηκε να εμπορεύεται ψάρια υπαίθρια. Το καπνιστό χέλι πωλούνταν υπαίθρια αλλά και από το καπνιστήριο στην Ολλανδική πόλη Harderwijk. Ως επακόλουθο ο γιός του Forpen, Jan Forpen και αυτός, ασχολήθηκε με την εταιρεία σε νεαρή ηλικία. Από την εποχή εκείνη η εταιρεία δημιούργησε τη βάση της ,στην οποία στηρίζεται μέχρι και σήμερα. Στη συνέχεια, το **1932**, ο αλιευτικός στόλος που είχε αποκτήσει μέχρι τότε η εταιρεία αποδεκατίστηκε.



Εικόνα 5.2 : καπνιστήριο χελιών

Όμως η αλίευση χελιού συνεχίστηκε αν και με δυσκολία από τα λιγοστά αλιευτικά που απέμειναν. Με στόχο τη συντήρηση του χελιού για μεγάλες χρονικούς περιόδους οι ψαράδες χρησιμοποιούσαν μια παραδοσιακή τεχνική: αλάτιζαν το χέλι και στη συνέχεια το κάπνιζαν με ξύλο οξιάς και δρυός ( Εικόνα 5.2).

Το **1960**, ανέλαβε τα ηνία ο γιος του μέχρι τότε και πρώτου ιδιοκτήτη σε μικρή ηλικία. Το υπάρχον εμπορικό δαιμόνιο του νέου ιδιοκτήτη επέκτεινε τις πωλήσεις πέρα από τα όρια της πόλης παραγωγής του Harderwijk και ξεκίνησε να εμπορεύεται εκτός από χέλι και σολομό επίσης.

Ο τρίτος και σημερινός ιδιοκτήτης ανέλαβε την εταιρεία το **1985**. Την εποχή εκείνη η Forpen εξακολουθούσε να είναι μια οικογενειακή επιχείρηση μέχρι το τέλος της δεκαετίας του '80, όταν δημιουργήθηκε νέα στρατηγική πωλήσεων. Η ευκαιρίες για πώληση σολομού κυρίως, ήταν σημαντικές και δημιούργησαν νέες προσδοκίες για το μέλλον της επιχείρησης.

Το **1999** η εταιρεία μεταφέρθηκε σε νέες, εκσυγχρονισμένες εγκαταστάσεις με νέο μηχανολογικό εξοπλισμό (Εικόνα 5.3). Έτσι, η παραγωγή αυξήθηκε για να καλύψει τη συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση, χωρίς



όμως να χαθεί η παραδοσιακή γεύση των προϊόντων της.

**Εικόνα 5.3 :** νέες εγκαταστάσεις Forpen Paling en Zalm στην Ολλανδία

Το **2000** ήταν η χρονιά της δημιουργίας της ελληνικής θυγατρικής εταιρείας στη Βιομηχανική περιοχή της πόλης της Πρέβεζας (Εικόνα 5.4) με το όνομα: Ολυμπιακή ΑΒΕ Χελιού και Σολομού. Στόχος της Forpen ήταν να καλύψει τη συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση αλλά και να μειώσει τα λειτουργικά της έξοδα όπως οι μισθοί του προσωπικού.

Το έτος **2008**, γεννήθηκε η Forpen αλιεία. Η επιχείρηση δημιούργησε ξεχωριστή αλιευτική μονάδα και ξεκίνησε την πώληση πέστροφας και οστρακοειδών. Το **2010**, οι εγκαταστάσεις στην Πρέβεζα εκσυγχρονίστηκαν και δημιουργήθηκε νέος χώρος παραγωγής 8.000 τετραγωνικών μέτρων. Η ευελιξία και η ανταγωνιστικότητα της εταιρείας συνέχιζε και συνεχίζει να αυξάνεται.



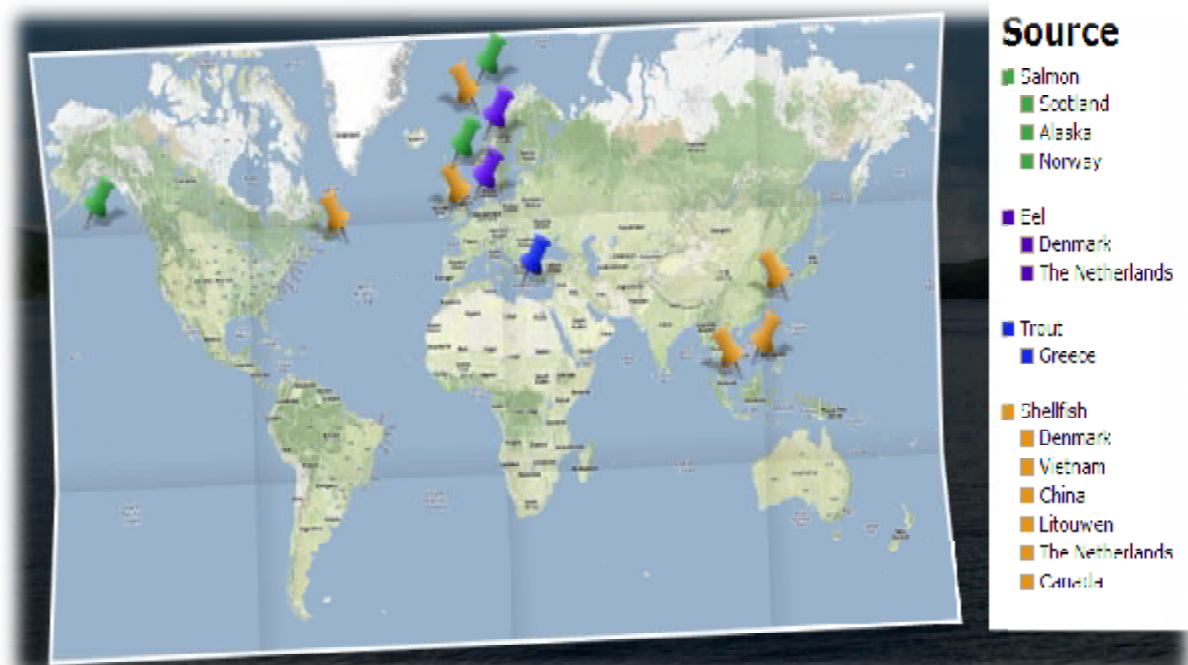
**Εικόνα 5.4:** εγκαταστάσεις Ολυμπιακής ΑΒΕ Χελιού και Σολομού στη ΒΙ.ΠΕ. Πρέβεζας

## 5.2 Τα προϊόντα και το δίκτυο διανομής

Σήμερα, η εταιρεία διαθέτει σημεία συσκευασίας των προϊόντων της στην Ολλανδία και στην Πρέβεζα και αλιεύει, με δικά της αλιευτικά, σε διάφορες περιοχές ανά την υφήλιο (Εικόνα 6.9). Ο σολομός ο οποίος επεξεργάζεται και στις εγκαταστάσεις της Πρέβεζας ψαρεύεται από τα ελεύθερα νερά : της Σκωτίας, της Αλάσκας και της Νορβηγίας. Τα χέλια αλιεύονται στη Δανία και την Ολλανδία. Η πέστροφα αλιεύεται από ιχθυοκαλλιέργειες στα ελληνικά νερά του Αιγαίου, την περίοδο που ζυγίζουν 2.5 με 5.5 ουγκιές. Στη συνέχεια καπνίζονται, συσκευάζονται και μεταφέρονται με φορτηγά στην Ολλανδία. Τα οστρακοειδή αλιεύονται από : τη Δανία, το Βιετνάμ, την Κίνα, τη Λιθουανία, την Ολλανδία και το Βιετνάμ (Εικόνα...). Η γκάμα των προϊόντων της διατίθεται σε μεγάλες αλυσίδες διατροφής όπως: Boni supermarket, MCD supermarket, COOP supermarket, DEEN, DEKA, SPAR κ.τ.λ. (Εικόνα 5.5).



Εικόνα 5.5: Λογότυπα εταιριών συνεργασίας.



Τα προϊόντα παραγωγής της θυγατρικής εταιρείας στη Βιομηχανική περιοχή της Πρέβεζας, όπως προαναφέρθηκε είναι ο σολομός, το χέλι και η πέστροφα και παρασκευάζονται με διάφορους τρόπους και συσκευάζονται σε ποικιλία μεγεθών.

Ο **σολομός** (Εικόνα 5.7) παρασκευάζεται σε διάφορες παραλλαγές όπως:

1. Καπνιστός φιλεταρισμένος σολομός Sockeye
2. Καπνιστός σολομός σε κύβους από τη Νορβηγία
3. Σολομός Gravadlax
4. Σολομός ποσέ
5. Ψημένο φιλέτο σολομού
6. Καπνιστές φέτες σολομού για σάντουιτς σολομού



**Εικόνα 5.7:** φιλέτο

Το **χέλι** (Εικόνα 7.8) παρασκευάζεται σε δύο παραλλαγές:

1. Καπνιστό φιλέτο χελιού
2. Καπνιστές φέτες χελιού



**Εικόνα 5.8 :** φιλέτο

χελιού

Η **πέστροφα** (Εικόνα 7.9) παρασκευάζεται υπό τη μορφή καπνιστού φιλέτου και μάλιστα θα πρέπει να σημειωθεί ότι παρασκευάζεται μόνο στις εγκαταστάσεις της εταιρείας στην Πρέβεζα, μιας και αλιεύεται μόνο στις ελληνικές θάλασσες. Εν συνεχεία εξάγεται στην Ολλανδία και από εκεί σε ολόκληρο τον κόσμο.



**Εικόνα 7.9:** φιλέτο

Πέστροφας

Η εταιρεία έχει εγκαταστήσει και λειτουργεί πληροφοριακό σύστημα διαχείρισης αποθηκών και διανομών Aberon της εταιρίας Optimum, με στόχο την βελτιστοποίηση του κυκλώματος της εφοδιαστικής αλυσίδας.

Το σύστημα Aberon εκδίδει ετικέτα η οποία επικολλάται σε κάθε παλέτα. Η ετικέτα αυτή φέρει και ένα επιπλέον barcode για εσωτερική χρήση της εταιρίας. Οι παλέτες εισάγονται στην αποθήκη με περονοφόρο, το οποίο είναι εφοδιασμένο με ασύρματο τερματικό. Ο χρήστης σκανάροντας το barcode της παλέτας ενεργοποιεί τον αλγόριθμο τακτοποίησης (put away algorithm) που προτείνει τη θέση αποθήκευσης της παλέτας. Όλες οι θέσεις αποθήκευσης είναι κωδικοποιημένες και έχουν σημειωθεί με barcode. Με αυτή τη διαδικασία το σύστημα γνωρίζει όλα τα χαρακτηριστικά των αποθηκευόμενων προϊόντων, τις θέσεις προϊόντων, τις ημερομηνίες λήξης.

Τα οφέλη από την εφαρμογή των συστημάτων της ABERON είναι τα ακόλουθα:

1. Βελτίωση του επιπέδου εξυπηρέτησης πελατών μέσω της ελαχιστοποίησης των σφαλμάτων συλλογής και εκτέλεσης παραγγελιών (τήρηση σωστών ημερομηνιών ζωής προϊόντων στους πελάτες, αποφυγή τοποθέτησης λάθος κωδικών σε παραγγελίες),
2. Μείωση χρόνου συλλογής και εκτέλεσης παραγγελιών και αύξηση παραγωγικότητας εργαζομένων,
3. Ακριβής, συνεχής, ταυτόχρονη παρακολούθηση όλων των αποθηκών και κέντρων διανομής της εταιρίας σε πραγματικό χρόνο,
4. Μείωση ελλείψεων καταστροφών αποθεμάτων και καταστροφών ληγμένων,
5. Βέλτιστη αξιοποίηση αποθηκευτικών εγκαταστάσεων,
6. Αυτοματοποίηση διαδικασίας απογραφών με σάρωση των barcode των κωδικοποιημένων θέσεων αποθήκευσης και των barcode των προϊόντων
7. Διαχείριση της εκτελεσθέντων παραγγελιών και του υφιστάμενου αποθέματος εντός των αποθηκών της εταιρίας.

Εν συνεχεία τα προϊόντα μεταφέρονται με φορτηγά στην μητρική εταιρεία και από εκεί εξάγονται σε όλο τον κόσμο. Κάποιο μικρό ποσοστό της παραγωγής απορροφάται από την ελληνική αγορά.



### 5.3 Πολιτική ποιότητας

Τα προϊόντα της Ολυμπιακής Χελιού και Σολομού είναι πιστοποιημένα σύμφωνα με τον φορέα πιστοποίησης IS,HACCP. Αυτό το πρότυπο διασφάλισης ποιότητας περιλαμβάνει ένα ευρύ φάσμα απαιτήσεων όσον αφορά την ασφάλεια των τροφίμων, την υγιεινή, το εργοστάσιο παραγωγής, τις διαδικασίες παραγωγής, το προσωπικό και τις απαιτήσεις των πελατών. Η επιχείρηση ελέγχεται ετησίως για το αν συνεχίζει να βρίσκεται στο ίδιο επίπεδο όσον αφορά τις απαιτήσεις. Βέβαια, στις εγκαταστάσεις του εργοστασίου διενεργούνται καθημερινά έλεγχοι ποιότητας των προϊόντων στα εξειδικευμένα χημικά εργαστήρια που διαθέτει η εταιρεία.

Η Ολυμπιακή Χελιού και Σολομού πιστοποιήθηκε επίσης το 2012 με το πιστοποιητικό ποιότητας SGS-ICS ,το οποίο επιβεβαιώνει ότι οι δραστηριότητες της επιχείρησης πληρούν τις προϋποθέσεις επεξεργασίας και συσκευασίας των προϊόντων σύμφωνα με τις απαιτήσεις του Διεθνούς Food Standard (IFS).

Η επιχείρηση διαθέτει επιπλέον πιστοποίηση Bio Certificat, πιστοποιητικό το οποίο εκδίδεται με βάση το άρθρο 29, παράγραφος 1, του κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 834/2007 και για την παρασκευή τροφίμων, το λιανικό και χονδρικό, τη μεταφορά και την αποθήκευσή τους. Σύμφωνα με την πιστοποίηση αυτή, τα αναφερόμενα προϊόντα και οι διαδικασίες παραγωγής πληρούν τις απαιτήσεις της βιολογικής παραγωγής.

Τέλος, σύμφωνα με την Global Gap, η εταιρεία αλιεύει σύμφωνα με τα διεθνή όρια αλίευσης. Έτσι έχει πιστοποιηθεί με το πιστοποιητικό Global Gap τον Φεβρουάριο του 2012. Συγκεκριμένα, η εταιρεία εκτιμάται ότι αλιεύει 1000 τόνους σολομού Ατλαντικού ετησίως και 350 τόνους γαρίδας.



**Εικόνα 5.10 :**  
Πιστοποιητικά  
ποιότητας Ολυμπιακής χελιού  
και σολομού

## **5.4 Το εργατικό δυναμικό**

Το προσωπικό της εταιρείας απαρτίζεται από 134 άτομα τα οποία εργάζονται υπό καθεστώς μόνιμης απασχόλησης. Το διοικητικό προσωπικό αποτελείται από 7 εργαζόμενους οι οποίοι κατέχουν τις θέσεις του:

1. Προέδρου της εταιρείας (ο οποίος είναι και ο ιδιοκτήτης της επιχείρησης)
2. Γενικού και οικονομικού διευθυντή Διευθυντής λογιστηρίου
3. Διευθυντή εσωτερικού ελέγχου
4. Διευθυντή παραγωγής
5. Διευθυντής τεχνικών υπηρεσιών
6. Διευθυντής δημοσίων σχέσεων και διαφήμισης
7. Διευθυντής πωλήσεων

Οι υπόλοιποι εργαζόμενοι είναι εργάτες στις εργοστασιακές εγκαταστάσεις και στα γραφεία της εταιρείας. Πρόσφατα προσελήφθησαν 5 άτομα για τη στελέχωση του χημικού εργαστηρίου της εταιρείας για την επιπρόσθετη πιστοποίηση της ποιότητας των προϊόντων. Γενικά τα περισσότερα άτομα μιας και εργάζονται σε θέση εργατών δεν κατέχουν τεχνολογική και πανεπιστημιακή μόρφωση, διαθέτουν όμως πολυετή πείρα και μεγάλη εξειδίκευση. Αναλυτικότερα, παρουσιάζεται το ανθρώπινο δυναμικό της επιχείρησης στον Πίνακα 6.3. Παρατηρούμε ότι η πλειονότητα των εργαζόμενων είναι απόφοιτοι λυκείου και δημοτικού. Επιπλέον, στην εταιρεία εργάζονται συνολικά 64 γυναίκες και 70 άνδρες.

Προσωπικό	Γυναίκες	Άνδρες
Απόφοιτοι ΑΕΙ	6	14
Απόφοιτοι ΤΕΙ	11	8
Απόφοιτοι λυκείου	24	30
Απόφοιτοι δημοτικού	23	18
Σύνολο	<b>64</b>	<b>70</b>
Σύνολο	134	

**Πίνακας 5.1 :** εργαζόμενοι Ολυμπιακής Χελιού και Σολομού

Η υπεύθυνη του λογιστηρίου της επιχείρησης μας ενημέρωσε ότι τον τελευταίο χρόνο η επιχείρηση οδηγήθηκε σε απόλυση εργατικού δυναμικού, κυρίως εργατών σε χαμηλόβαθμες θέσεις, για τη μείωση των λειτουργικών εξόδων της επιχείρησης. Μας επεσήμανε ότι η επιχείρηση δεν επλήγη τόσο από την οικονομική κρίση μιας και ο μεγαλύτερος όγκος της παραγωγής εξάγεται, όμως μεγάλο πλήγμα για την επιχείρηση αποτέλεσε το διατροφικό σκάνδαλο που προέκυψε και γίνεται αναφορά στη συνέχεια. Συγκεκριμένα η επιχείρηση οδηγήθηκε σε απόλυση 7 εργατών και ενός εργαζόμενου του λογιστηρίου την περίοδο 2012-2013. Παρόλα αυτά η Ολυμπιακή Χελιού και Σολομού έδωσε και δίνει πνοή στην νεκρή βιομηχανική περιοχή της Πρέβεζας και στην τοπική αγορά εργασίας.

Επιπρόσθετα, μιλώντας με εργαζόμενους της εταιρείας μας επεσήμαναν ότι οι συνθήκες εργασίας είναι δύσκολες μεν, μιας και οι εργάτες παραγωγής δουλεύουν 8 ώρες σε 16 βαθμούς κελσίου, όμως η αμοιβή είναι ικανοποιητική και τηρούνται όλα τα νόμιμα δικαιώματα των εργαζομένων όπως: πληρωμή των υπερωριών, δώρα εορτών, επιδόματα αδείας κτλ. ώστε να είναι ικανοποιημένοι οι εργαζόμενοι άρα και πιο παραγωγικοί.



## **5.5 Οικονομικά στοιχεία: Ολυμπιακή ΑΒΕ Χελιού και Σολομού.**

Η Ολυμπιακή ΑΒΕ Χελιού και Σολομού αποτελεί μια από τις μεγαλύτερες εταιρείες παραγωγής και τυποποίησης θαλασσινών στην Ελλάδα. Στον κλάδο της μεταποίησης αλίπαστων, καπνιστών και κονσερβοποίησης (οδηγία 91/493/ΕΟΚ), στον οποίο ανήκει η Ολυμπιακή Χελιού και Σολομού, δραστηριοποιούνται και άλλες 48 αντίστοιχες εταιρείες οι οποίες παρουσιάζονται στον Πίνακα 5.1. Μάλιστα, η συνεχής ανοδική πορεία της εταιρείας και η αδιάκοπη προσπάθειά της για αναβάθμιση της ποιότητας και της ποικιλίας των προϊόντων την κατατάσσουν στις περισσότερο αναπτυγμένες του κλάδου.

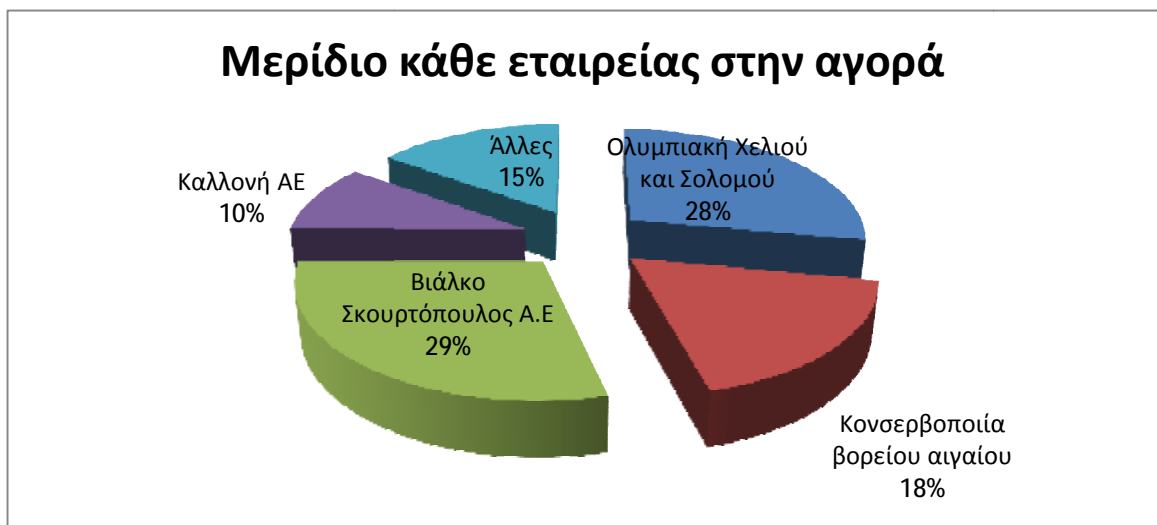
Όσον αφορά τη θέση της εταιρείας στον κλάδο στον οποίο ανήκει, διαθέτει ένα σεβαστό ποσοστό του μεριδίου αγοράς. Όπως φαίνεται στο Γράφημα 5.1, η Ολυμπιακή Χελιού και Σολομού το 2012 κάλυψε το 28% της παραγωγής του κλάδου.

Μια άλλη γνωστή κονσερβοποιία ιχθυερών είναι και η Κονσερβοποιία Βορείου Αιγαίου, η οποία παράγει κονσερβοποιημένα θαλασσινά με τα εμπορικά σήματα TRATA (όπως τόνο, τονοσαλάτες, σαρδέλες, γαύρο, χταπόδι, σουπιές, αντσούγιες, ρέγγα κ.ά) και FLOKOS (σαρδέλες, καλαμάρι, σκουμπρί) ενώ παράγει και για λογαριασμό super markets προϊόντα ιδιωτικής ετικέτας. Απασχολεί 260 εργαζόμενους στο εργοστάσιό της στη ΒΙΠΕ Κιλκίς (Σταυροχώρι), όπου έχει παραγωγική δυναμικότητα επεξεργασίας 40 τόνων αλιευμάτων-ψαριών ημερησίως. Είναι η μοναδική επιχείρηση στην Ελλάδα που παράγει κονσέρβες τόνου ενώ πρόσφατα εισήγαγε την καινοτομία παραγωγής κονσέρβας τόνου σε ελαιόλαδο.

Η ΒΙΑΛΚΟ ΣΚΟΥΡΤΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε δραστηριοποιείται στο χώρο των κονσερβοποιημένων ψαρικών στο Βόλο (κονσερβες ιχθυερων, αλιπαστα, φιλετα) από το 1928. Ξεκίνησε από τον Αντώνιο Σκουρτόπουλο στους Ωρεούς της Εύβοιας το 1928 και σήμερα διαθέτει μονάδα παραγωγής στη Β' ΒΙΠΕ Βόλου όπου παράγει κονσέρβες ψαριών (σαρδέλες, αντσούγιες), αλίπαστα και πάστα αντσούγιας με το εμπορικό σήμα Ambrosia.

Η ΚΑΛΛΟΝΗ ΑΕ Παράγει αλίπαστα, καπνιστά ψάρια, φιλέτα ψαριών και κονσέρβες ψαριών στο εργοστάσιό της (16000τμ) στην Ξάνθη με το εμπορικό σήμα ΚΑΛΛΟΝΗ. Απασχολεί περί τους 220 εργαζόμενους. Είναι πιστοποιημένη με ISO 9001 και 9002.

Επίσης αλίπαστα αλιεύματα παράγει η ΠΑΣΧΑΛΙΔΗΣ –ΒΙΟΤΕΧΝΙΑ ΚΑΠΝΙΣΤΩΝ-ΑΛΙΠΑΣΤΩΝ η οποία δραστηριοποιείται στην παράγωγη καπνιστών και αλίπαστων αλιευμάτων από το 1955 με εγκαταστάσεις στην Κομοτηνή. Παράγει αντσούγια, χταπόδι, χέλι καπνιστό, λακέρδα, παστουρμά, καβουροσαλάτα, σαρδέλα, σκουμπρί, τονολακέρδα, τσιροσαλάτα.



**Γράφημα 5.1 :** μερίδιο αγοράς επιχειρήσεων στον κλάδο της μεταποίησης αλίπαστων, καπνιστών και κονσερβοποίησης.

*Η οικονομική κρίση και η επιρροή της στις ΜΜΕ.*

1.	ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΠΑΠΑΖΟΓΛΟΥ Α.Ε.	ΚΟΝΤΩΝΗ 3 & ΜΟΣΧΟΝΗΣΙΩΝ
2.	HELLAS	ΠΕΔΙΟ ΑΡΕΩΣ ΒΟΛΟΥ
	ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΣ ΚΑΡΑΓΚΟΥΝΗΣ & ΥΙΟΙ ΟΕ	Β΄ΒΙΠΕ ΒΟΛΟΥ
3.	ΒΙΑΛΚΟ ΣΚΟΥΡΤΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	ΛΕΩΦΟΡΟΣ ΑΘΗΝΩΝ 5
4.	ΥΙΟΙ Ι. ΒΑΣΙΛΟΥΔΗ Ο.Ε.	ΤΕΡΜΑ ΣΤΑΔΙΟΥ - ΝΕΑ ΙΩΝΙΑ
5.	MARE BLUE Ε.Π.Ε.	ΑΣΠΡΟΓΙΕΣ ΔΙΜΗΝΙΟΥ
6.	ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΤΡΑΓΑΚΗΣ	ΝΕΟΣ ΜΑΡΜΑΡΑΣ
7.	Δ. ΜΕΣΙΤΙΔΗΣ - Δ. ΧΙΩΤΑΚΗΣ ΟΕ	ΝΗΛΕΩΣ 4
8.	ΧΡ. ΜΥΣΤΑΚΙΔΗΣ	ΤΕΡΜΑ ΣΥΛΕΩΣ
9.	COCCORAS - Π. ΤΡΥΦΩΝΙΔΗΣ & ΣΙΑ ΟΕ	Π.ΜΕΛΑ 10
10.	ΠΕΤΡΟΣ ΒΑΣΤΑΡΔΕΛΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.	ΦΑΝΑΡΙ
11.	ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΣΤΥΛ. ΠΑΣΧΑΛΙΔΗΣ	7χλμ.ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ-ΙΑΣΜΟΥ
12.	ΑΦΟΙ ΦΡΑΝΤΖΗ & ΣΙΑ Α.Ε.	ΑΝΔΡΙΑΝΟΥΠΟΛΕΩΣ ΤΕΡΜΑ ΚΟΜΟΤΗΝΗ
13.	ΚΑΛΜΟΝΗ Α.Ε.	ΚΙΜΕΡΙΑ
14.	ΠΕΛΕΚΑΝ	ΑΝΔΡΕΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ 19
15.	Θ. ΤΕΚΤΙΡΙΔΗΣ - ΑΦΟΙ ΤΖΙΚΑ Ο.Ε.	
16.	ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΦΙΛΑΡΕΤΟΣ	ΑΣΜΗΝΙΟ ΙΣΤΙΑΙΑΣ
17.	ΔΗΜΟΥ ΠΕΤΡΟΥ	ΟΡΧΟΜΕΝΟΣ
18.	Δ. ΔΗΜΟΥ	ΟΡΧΟΜΕΝΟΣ
19.	ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΑΣΣΗΣ ΠΕΚΑΜ Α.Ε.	ΑΓΓΙΣΤΡΟ

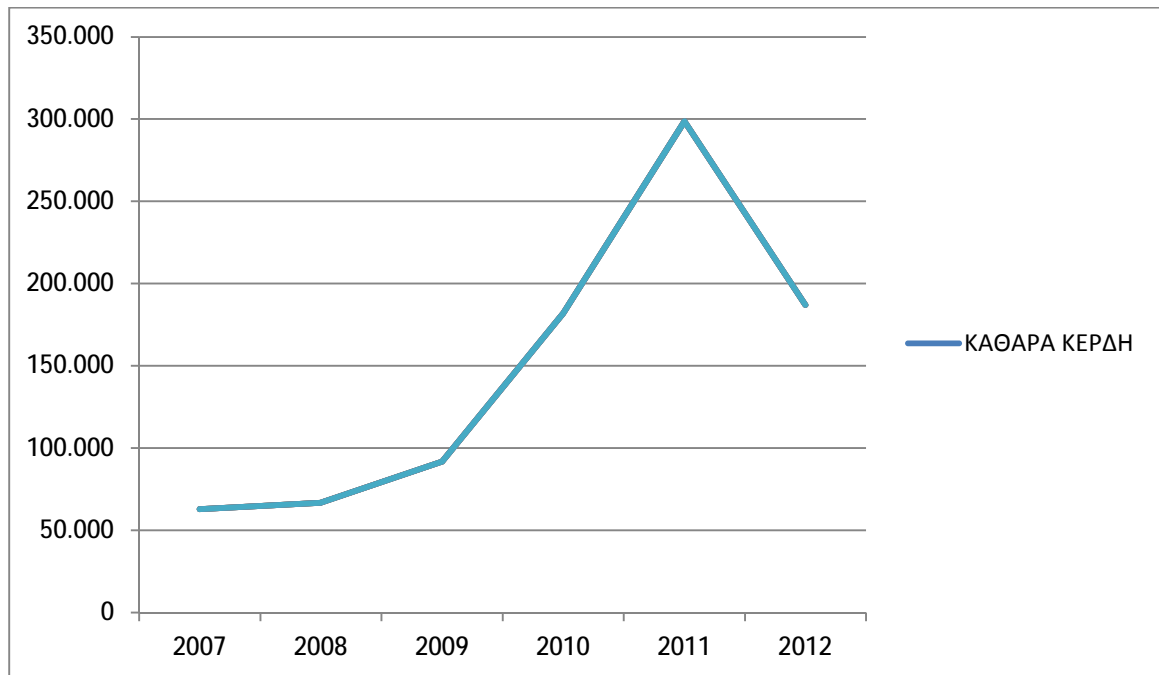
*Η οικονομική κρίση και η επιρροή της στις ΜΜΕ.*

20.	ΠΕΛΑΓΙΑ ΣΑΡΙΚΛΗ	Ν.ΚΟΥΤΑΛΗ ΛΗΜΝΟΥ
21.	ΕΛ.ΒΙ.ΑΛ. Α.Ε.	ΑΣΜΗΝΙΟ ΙΣΤΙΑΙΑΣ
22.	ΚΟΝΣΕΡΒΟΠΟΙΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	ΒΙ.ΠΕ. ΚΙΛΚΙΣ
23.	Μ. ΓΙΑΝΕΤΤΑ Α.Ε.	ΓΕΡΟΠΛΑΤΑΝΟΣ
24.	ΒΛΑΔΙΜΗΡΟΣ & ΑΝΔΡΕΑΣ ΤΣΑΛΙΟΣ Ο.Ε.	ΒΟΥΛΙΑΣΤΑ
25.	ΞΙΦΙΑΣ Α.Ε.	ΒΑΣΟΒΑ
26.	ΙΧΘΥΟΤΡΟΦΕΙΑ ΣΟΛΩΜΟΥ	ΛΑΜΙΑ
27.	AURORA SALMON	
28.	ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ & ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΤΣΑΠΑΛΑΣ	ΚΑΛΟΥΤΣΑ 26
29.	DELI FISH Α.Ε.	ΛΙΜΝΟΤΟΠΟΣ ΠΟΛΥΚΑΣΤΡΟΥ
30.	MEDITARIAN Α.Ε.	ΑΣΠΡΟΠΥΡΓΟΣ
31.	ΔΙΑΤΡΟΦΙΚΗ Α.Ε.Β.Ε.	31χλμ.ΟΔΟΥ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ-
32.	ΤΟΥΡΝΑΒΙΤΗΣ Α.Ε.Β.Ε.- ΤΡΟΦΙΜΑ ΠΟΤΑ	ΑΣΠΡΗ ΑΜΜΟΣ
33.	ΑΔΑΜΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	ΑΣΠΡΟΠΥΡΓΟΣ
34.	EUROKATERES ΑΕΒΕΤ	1χλμ.ΛΕΩΦΟΡΟΥ ΚΟΡΩΠΙΟΥ-
35.	Δ. ΜΑΜΑΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.	ΑΣΠΡΟΠΥΡΓΟΣ
36.	ΤΡΙΚΑΛΙΝΟΣ Ε.Ε.	ΜΕΝΕΛΑΟΥ 23 – ΚΑΛΛΙΘΕΑ
37.	Λ.Ε.Β.Α. Α.Ε.	ΜΟΡΙΑ
38.	Χ. ΣΩΤΗΡΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.	ΠΡΟΠΥΛΟΥ 5
39.	ΑΦΟΙ ΜΠΕΡΤΖΕΛΕΤΟΥ Α.Ε.	ΦΛΕΜΙΓΚ 22 – ΡΕΝΤΗΣ

40.	SIF ΕΛΛΑΣ ΑΕΕ	ΕΥΚΛΕΙΔΗ 7
41.	Β.ΚΟΥΤΣΑΚΗΣ & ΥΙΟΙ Ο.Ε.	ΜΙΛΗΤΟΥ 125, ΑΡΓΥΡΟΥΠΟΛΗ
42.	ΥΙΟΙ Ν. ΑΓΙΑΝΟΓΛΟΥ Ο.Ε.	ΠΥΡΓΟΥ 3 – ΜΟΣΧΑΤΟ
43.	ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΑ ΧΩΝΑΚΗ – ΑΙΓΑΙΑΣ	ΕΝΘΡΟΝΟΣ ΕΥΕΡΓΕΤΟΥΛΑ
44.	<b>ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ ΑΒΕ ΧΕΛΙΟΥ &amp; ΣΟΛΩΜΟΥ</b>	<b>ΒΙΠΕ ΠΡΕΒΕΖΑΣ</b>
45.	Ν. ΩΝΑΣΗΣ Α.Ε.	ΒΙΠΕ ΣΙΝΔΟΥ
46.	ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ	
47.	ΠΟΣΕΙΔΩΝ Α.Ε.	ΒΙΠΕ Ν. ΜΟΥΔΑΝΙΩΝ
48.	ΚΥΡΙΑΖΗΣ ΖΕΡΒΑΣ ΑΕΓΕ	ΔΗΜΟΣ ΔΑΦΝΟΥΣΙΩΝ

**Πίνακας 5.1:** επιχειρήσεις στον κλάδο της μεταποίησης αλίπαστων, καπνιστών και κονσερβοποίησης

Όσον αφορά τα καθαρά κέρδη της εταιρείας, η εταιρεία δεν έχει παρουσιάσει ζημία. Τα τελευταία χρόνια καταγράφει ανοδική πορεία με αποκορύφωμα το 2011 όταν τα κέρδη της φτάνουν τις 298.671 ευρώ. Συγκεκριμένα, το έτος 2007 τα κέρδη της ήταν 62.877 ευρώ, το 2008 έφτασαν τις 66.803 ευρώ, το έτος 2009 τα κέρδη αγγίζουν τις 91.630 ευρώ και το 2010 διπλασιάζονται 181.943 ευρώ. Η ανοδική πορεία συνεχίζει και το 2011 τα κέρδη είναι 298.671 ευρώ. Το έτος 2012 παρουσιάζεται μείωση στα κέρδη ( Γράφημα 5.2).



Γράφημα 5.2: πορεία κερδών Ολυμπιακής Χελιού και Σολομού

Η πτώση στα κέρδη οφείλεται στο διατροφικό σκάνδαλο που ξέσπασε το 2012. Σε έρευνα του ΕΦΕΤ, ανιχνεύτηκε σαλμονέλα σε καπνιστό σολομό και μάλιστα από την κατανάλωσή του στην Ολλανδία ασθένησαν 200 άνθρωποι ενώ στους 100 ανήλθαν οι ασθενείς στην Αμερική. Ως αποτέλεσμα περαιτέρω ελέγχων, ελεγκτές της Περιφερειακής Διεύθυνσης ΕΦΕΤ Ηπείρου προχώρησαν στην προσωρινή αναστολή λειτουργίας μέρους της παραγωγικής μονάδας της εταιρείας στην Πρέβεζα. Η λήψη του μέτρου της προσωρινής αναστολής λειτουργίας της ανωτέρω επιχείρησης έγινε με γνώμονα την προστασία της δημόσιας υγείας. Ο ΕΦΕΤ βρίσκεται σε συνεχή επικοινωνία τόσο με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή όσο και με τις ολλανδικές αρχές, ενημερώνοντας σχετικά με το θέμα. Επίσης, ο ΕΦΕΤ, ως σημείο επαφής της χώρας με το Παγκόσμιο Δίκτυο για την Ασφάλεια των Τροφίμων (INFOSAN) ενημερώνεται για τις τρέχουσες εξελίξεις και συνεργάζεται με τις αρμόδιες αρχές. Ο Πρόεδρος του ΕΦΕΤ Γιάννης Μίχας σε δηλώσεις του επισήμανε : *Πρέπει να γίνει κατανοητό από τις επιχειρήσεις τροφίμων ότι αποτελεί υποχρέωσή τους η συμμόρφωση με τις υποδείξεις του ΕΦΕΤ, ιδιαίτερα όταν γίνονται για την προστασία της δημόσιας υγείας. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, παρά τη δέσμευση*

των πρώτων υλών, έγινε χρήση τους στη μονάδα του εργοστασίου, γι' αυτό οι υπηρεσίες μας προχώρησαν άμεσα στην προσωρινή αναστολή λειτουργίας του.

Το άσχημο αυτό γεγονός οδήγησε σε αναστολή λειτουργίας σχεδόν ενός μήνα και παράλληλα σε πτώση του ετήσιου τζίρου κατά εκατομμύρια ευρώ. Σημαντική είναι η μείωση της αξιοπιστίας και η δυσμενής επιρροή στην καλή φήμη της εταιρείας. Παρατηρήθηκε μεγάλη μείωση των πωλήσεων όχι μόνο στο επίμαχο προϊόν αλλά και στα υπόλοιπα προϊόντα παραγωγής και πώλησης της εταιρείας. Οι περισσότεροι εργαζόμενοι από την άλλη, δεν επηρεάστηκαν οικονομικά καθώς μεταφέρθηκαν σε εργοστάσιο της μητρικής εταιρείας στην Ολλανδία, όπου και εργάστηκαν μέχρι τη στιγμή που το τμήμα του εργοστασίου της Ολυμπιακής Χελιού και σολομού επαναλειτούργησε. Μιλώντας με τον υπεύθυνο του λογιστηρίου μας πληροφόρησε ότι τα κέρδη της εταιρείας για το 2013 φαίνονται ανοδικά αλλά το αποτέλεσμα θα φανεί στον ισολογισμό του 2013. Τα ίδια κεφάλαια όπως φαίνονται στον πίνακα 7.2, διαχρονικά παρουσιάζουν ανοδική τάση.

ΙΔΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006
	2.852.688	525.170	424.013	424.013	355.981	440.286	346.481

**Πίνακας 5.2:** παρουσίαση Ιδίων κεφαλαίων της επιχείρησης

## **5.6 Ανακεφαλαίωση – Συμπεράσματα Α.Β.Ε Χελιού και Σολομού.**

Η Ολυμπιακή Α.Β.Ε Χελιού και Σολομού δεν είναι μια “τυπική” και αυτόνομη ΜΜΕ αλλά αποτελεί θυγατρική μονάδα μιας Ολλανδικής εταιρείας. Η μητρική εταιρεία με ένα σύγχρονο αλιευτικό στόλο αλιεύει χέλια, σολομούς, πέστροφες και οστρακοειδή σε όλη την υφήλιο και τα αλιεύματα επεξεργάζονται σε ένα εργοστάσιο στην Ολλανδία και σε ένα στην Πρέβεζα. Εκεί καπνίζονται, συσκευάζονται και διανέμονται κυρίως στη Ολλανδία και στην Ελλάδα αλλά και σε όλον τον κόσμο.

Η δημιουργία της ελληνικής θυγατρικής εταιρείας έγινε στη Βιομηχανική Περιοχή της Πρέβεζας το 2000, ενώ το 2010 οι εγκαταστάσεις εκσυγχρονίστηκαν και δημιουργήθηκαν νέοι χώροι παραγωγής σε έκταση 8 στρεμμάτων με αποτέλεσμα να αυξάνεται η ευελιξία και ο ανταγωνισμός της εταιρείας.

Οι λόγοι σχηματισμού της θυγατρικής εταιρείας στην Ελλάδα ήταν:

1. Αύξηση παραγωγής ώστε να καλυφθεί η συνεχής αυξανόμενη ζήτηση, χωρίς όμως να χαθεί η παραδοσιακή γεύση των προϊόντων της.
2. Η είσοδος της εταιρείας στην Ελληνική αγορά όπου υπάρχουν ευκαιρίες διάθεσης των προϊόντων της.
3. Η μείωση των λειτουργικών εξόδων της π.χ οι χαμηλοί μισθοί των εργαζομένων στην Ελλάδα.
4. Η εκμετάλλευση των πλεονεκτημάτων που έχουν οι επιχειρήσεις όταν εγκατασταθούν σε Βιομηχανικές Περιοχές της Ελλάδος.
5. Η εκμετάλλευση των ευνοϊκών ρυθμίσεων και παροχών που δίνει το ελληνικό κράτος σε ξένες επιχειρήσεις που εγκαθίστανται και δραστηριοποιούνται στη χώρα μας.
6. Η εκμετάλλευση των αλιευμάτων των ελληνικών θαλασσών.

Η εγκατάσταση της επιχείρησης ειδικά στην Πρέβεζα μάλλον οφείλεται σε προσωπικούς λόγους των ιδιοκτητών και στην εύκολη μεταφορά των εμπορευμάτων στο εξωτερικό μέσω του λιμένας της Ηγουμενίτσας.



Παρόλο που οι περισσότερη δραστηριότητα της εταιρείας είναι εκτός Ελλάδος δεν παύει να είναι σημείο ανάπτυξης της περιοχής αφού απασχολεί σήμερα 134 άτομα που είναι μεγάλος αριθμός στη σημερινή οικονομική κρίση και ανεργία που μαστίζει την Πρέβεζα. Οι περισσότεροι εργαζόμενοι είναι εργάτες στις εργαστηριακές εγκαταστάσεις της εταιρείας. Οι συνθήκες είναι δύσκολες και οι ώρες εργασίας πολλές όμως οι αμοιβές και τα επιδόματα είναι όλες σύμφωνες με την εργατική νομοθεσία.

Η οικονομική πορεία της εταιρείας είναι ανοδική. Μέχρι το 2011 τα κέρδη της συνεχώς αυξάνονται ενώ κατέχει σημαντικό ποσοστό στο μερίδιο της ελληνικής αγοράς στον κλάδο που ανήκει (το 2012 ήταν 28%).

Το 2011, παρουσιάζει πτώση κερδών που οφείλεται στο διατροφικό σκάνδαλο που ξέσπασε με την ανίχνευση σαλμονέλας στον καπνιστό σολομό που παράγονταν στις εγκαταστάσεις της Πρέβεζας.

Το 2013, μετά από συντονισμένες ενέργειες και διορθωτικές κινήσεις, το εργοστάσιο επανήλθε σε κανονικό ρυθμό λειτουργίας και διαφαίνεται ότι η κερδοφορία του στο τέλος του χρόνου θα επανέλθει στα προηγούμενα επίπεδα.

Η Ολυμπιακή Α.Β.Ε είναι κλασικό παράδειγμα που δείχνει πως μια ξένη εταιρεία μπορεί να εγκατασταθεί και να δραστηριοποιηθεί στην Ελλάδα εκμεταλλευόμενη τα συγκριτικά πλεονεκτήματα της Ελλάδας και διευκολύνσεις που παρέχει το ελληνικό κράτος προς τις εταιρείες αυτές.





## **5.7 Συγκριτικά συμπεράσματα από τις Μελέτες Περιπτώσεων των επιχειρήσεων ΒΙ.Κ.Η – Ολυμπιακή Α.Β.Ε Χελιού και Σολομού.**

Η ΒΙ.Κ.Η αποτελεί μια εταιρεία που έχει όλα τα χαρακτηριστικά της ελληνικής ΜΜΕ, ενώ η Ολυμπιακή Α.Β.Ε δεν είναι μια τυπική ΜΜΕ αλλά θυγατρική μιας Ολλανδικής εταιρείας. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα οι δύο εταιρείες να παρουσιάζουν ουσιαστικές διαφορές ως προς τον τρόπο οργάνωσης, παραγωγής, διάθεσης των προϊόντων, χρηματοδότησης, έκθεση σε επιχειρηματικούς κινδύνους κ.τ.λ.

1. Η Ολυμπιακή Α.Β.Ε δραστηριοποιείται μόνο στο κάπνισμα και συσκευασία των αλιευμάτων, ενώ η ΒΙ.Κ.Η έχει μια κάθετη παραγωγή, δηλαδή εκτροφή χοίρων, παραγωγή και επεξεργασία χοιρινού κρέατος, παραγωγή προϊόντων όπως αλλαντικά, έτοιμα γεύματα κ.τ.λ.
2. Οι πρώτες ύλες (αλιεύματα) για την Ολυμπιακή Α.Β.Ε δεν περιορίζονται από την Πρέβεζα, ούτε καν από την Ελλάδα αλλά συλλέγονται από όλο τον κόσμο, ενώ στη ΒΙ.Κ.Η οι πρώτες ύλες προέρχονται αποκλειστικά από την γύρω περιοχή.
3. Τα προϊόντα της Ολυμπιακής Α.Β.Ε διατίθενται κατά κύριο λόγο στο εξωτερικό (κυρίως Ολλανδία) και λιγότερο στην Ελλάδα, ενώ αντίστροφα τα προϊόντα της ΒΙ.Κ.Η διατίθενται κυρίως στην Ελλάδα.
4. Οι εγκαταστάσεις της Ολυμπιακής Α.Β.Ε βρίσκονται σε Βιομηχανική Περιοχή ώστε να εκμεταλλευτεί τα πλεονεκτήματα που της παρέχει, ενώ οι εγκαταστάσεις της ΒΙ.Κ.Η βρίσκονται σε μη οικιστική περιοχή, κοντά όμως στο εθνικό δίκτυο ώστε να εκμεταλλευτεί τα πλεονεκτήματα της περιοχής.
5. Η Ολυμπιακή Α.Β.Ε είναι ελάχιστα εκτεθειμένη σε επιχειρηματικό κίνδυνο, καθώς δεν χρειάζεται άντληση κεφαλαίων από ελληνικές τράπεζες, πράγμα που δεν ισχύει για τη ΒΙ.Κ.Η.

Παρόλα αυτά, και οι δύο δεν παύουν να λειτουργούν σε ελληνικό έδαφος με την εποπτεία του ελληνικού κράτους με βάση την ελληνική νομοθεσία και το εργατικό δίκαιο και με όρους ανάπτυξης και ανταγωνισμού της ελληνικής πραγματικότητας.

## **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Οι Μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ), παίζουν καθοριστικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας.

Ειδικά στην Ελλάδα, όπου το 90% των επιχειρήσεων είναι ΜΜΕ, ο δρόμος εξόδου από την οικονομική κρίση και η επιστροφή στην ανάπτυξη περνάει μέσα από τη στήριξη των ΜΜΕ που είναι η κύρια έκφραση της εθνικής αστικής τάξης και των μικρομεσαίων στρωμάτων της ελληνικής κοινωνίας.

Στην παρούσα μελέτη, παρουσιάστηκαν πολλοί τρόποι ανάκαμψης της εθνικής οικονομίας μέσω της ανάπτυξης των ΜΜΕ: τρόποι στήριξης των ΜΜΕ από την ελληνική πολιτεία, τρόποι δημιουργίας νέων ΜΜΕ, τρόποι αναδιοργάνωσης των ΜΜΕ με δικά τους μέσα και πόρους, τρόποι ενίσχυσης των επιδοτήσεων των ΜΜΕ από την Ευρωπαϊκή Ένωση και το ελληνικό κράτος, τρόποι μείωσης φορολογίας κ.τ.λ, ώστε οι ελληνικές ΜΜΕ να γίνουν ιδιαίτερα ανταγωνιστικές και ελκυστικές σε ένα δύσκολο και απαιτητικό διεθνές περιβάλλον.

Σαν επίκεντρο της ανάπτυξης των ΜΜΕ, στην ελληνική περιφέρεια, επιλέχθηκε ο νομός Πρέβεζας. Είναι ένας νομός της περιφέρειας που χαρακτηρίζεται από γεωγραφική και οικονομική απομόνωση με έντονες ενδοπεριφερειακές ανισότητες. Έχει από τα μεγαλύτερα ποσοστά ύφεσης, ανεργίας και γενικά χαμηλούς δείκτες σε όλους τους τομείς οικονομικής και κοινωνικής δραστηριότητας.

Παρόλα αυτά και μάλιστα σε περίοδο οικονομικής ύφεσης και λιτότητας, θεωρούμε ότι ο νομός έχει πολλά συγκριτικά πλεονεκτήματα σε σχέση με άλλους νομούς. Αν λάβουμε υπ όψιν τα πλεονεκτήματα αυτά του νομού και τις προσπάθειες της ελληνικής πολιτείας για έξοδο από την περίοδο της λιτότητας και τη στροφή στην ανάπτυξη, πιστεύουμε ότι μπορούν να στηριχθούν για να αναπτυχθούν περισσότερο οι ΜΜΕ που υπάρχουν στο νομό και να δημιουργηθούν ακόμα περισσότερες. Αυτό μπορεί να γίνει εκμεταλλευόμενοι τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζει ο νομός στην αγροτική και κτηνοτροφική παραγωγή, στην αλιεία, στο θαλάσσιο πλούτο (λιμνοθάλασσες, λίμνες, ποτάμια, υδροβιότοποι, ιχθυοτροφεία), στους αρχαιολογικούς θησαυρούς και γενικά στις επιχειρήσεις που έχουν δράσει σε όλες τις μορφές τουρισμού.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

### Ø Ελληνική

*Αρχές οργάνωσης και διοίκησης επιχειρήσεων*, σχολικό βιβλίο Γ' λυκείου, σελ.27-33

*Αρχές οικονομίας*, σχολικό βιβλίο Α' λυκείου, σελ. 12-14

Ετήσια έκθεση ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών ερευνών (IOBE) 2011-2012

Κεφάλας Α. (2006), *Η διαδικασία μετάβασης ή διαδοχής*, σελ.5-6

Κρικήλης Σ. (2008), *Χρηματοδότηση Μικρομεσαίων επιχειρήσεων*, Πανεπιστήμιο Πειραιά, Χρηματοοικονομική και τραπεζική διοικητική, σελ.132-135

Λιούκας Σ. (2011), *Οι ελληνικές επιχειρήσεις μετά την κρίση*, σελ.134-145

[Νικόλαος Ματσατσίνης](#), [Ευάγγελος Γρηγορούδης](#), [Κωνσταντίνος Ζοπουνίδης](#),

Πετράκης Π. (2005), *Η Επιχειρηματικότητα*, σελ.223-229

Φλώρος Χ. (2005), *Διοικητική των επιχειρήσεων*, εκδόσεις σύγχρονη εκδοτική

[Χαράλαμπος Κ. Κανελλόπουλος](#), (2005), *Διοίκηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων και επιχειρηματικότητα*, εκδόσεις Σταμούλη

[Χρυσοβαλάντης Γαγάνης](#), (2010), *Ανάπτυξη και λειτουργία ΜΜΕ*, εκδόσεις Κλειδάριθμος

Ø Ξένη

Bolton (1971), *Report of the Committee of Inquiry on Small Firms*. Cmnd. 4811.

London: HMSO

Carlson (1982), *Building Effective Decision Support Systems*. NJ: Prentice Hall

Deakins and Freel (2007), *Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα*, Επιχειρηματικότητα, 1η έκδοση, Εκδόσεις Κριτική, σελ. 235-276.

Foster, McChesney Jonna (2011), *The Internationalization of Monopoly Capital*, *Monthly Review*, Vol. 63, No. 2 (June), σελ. 1–24.

Ø Ηλεκτρονική

[www.commex.gr](http://www.commex.gr) EOMMEX

[www.ec.europa.eu/enterprise](http://www.ec.europa.eu/enterprise) Ευρωπαϊκή Πύλη για τη χρηματοδότηση επιχειρήσεων

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu> Eurostat

<http://el.wikipedia.org> Wikipedia

<http://www.epiheirimatikotita.gr> Φόρουμ για την επιχειρηματικότητα

<http://www.startupgreece.gov.gr/el/content>. Ετήσιο Ενημερωτικό δελτίο για τις ΜΜΕ.