

**ΑΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**



**ΟΙ ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ  
ΞΕΝΟΥ ΒΑΣΙΛΙΚΗ,  
ΜΠΟΥΡΑΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ,  
ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ  
ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ  
ΜΑΡΑΓΚΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ**

**ΠΑΤΡΑ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2007**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

### ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α: Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

A1)Εισαγωγή.....	σελ.6
A2)Έννοια - ορισμός της χρηματοδότησης.....	σελ.6
A3)Έννοια – ορισμός – ιστορική αναδρομή του χρήματος.....	σελ.7
A4)Ιστορική αναδρομή στην έννοια της χρηματοδότησης.....	σελ.8
A5)Σύγχρονη έννοια – ορισμός της χρηματοδότησης .....	σελ.9
A6)Θεωρίες της χρηματοδότησης των επιχειρήσεων.....	σελ.10
A7)Προτάσεις των MODIGLIANI και MILLER για τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων.....	σελ.11
A7.1)Χρηματοδότηση επιχειρήσεων, χωρίς πληροφόρηση;.....	σελ.13
A8)Λειτουργίες – σκοποί της χρηματοδότησης .....	σελ.17
A9)Κίνητρα της χρηματοδότησης .....	σελ.18
A10)Τι είναι επένδυση.....	σελ.19
A10.1)Διάκριση επενδύσεων.....	σελ.19
A11)Γενικοί κανόνες χρηματοδότησης.....	σελ.20
A11.1)Δάνεια τραπεζών.....	σελ.21
A12)Είδη δανεισμού.....	σελ.21
A12.1)Μακροπρόθεσμος δανεισμός.....	σελ.21
A12.2)Μεσοπρόθεσμος δανεισμός.....	σελ.22
A12.3)Βραχυπρόθεσμος δανεισμός.....	σελ.22
A13)Χρηματοδοτική μίσθωση και πολιτική.....	σελ.23
A13.1)Τα ερωτήματα που πρέπει να απαντήσει κάθε υποψήφιος επιχειρηματίας, πριν από κάθε επιχειρηματική πρωτοβουλία.....	σελ.23
A14)Χρηματοδοτικές ανάγκες μιας επιχείρησης.....	σελ.24
A15)Δραστηριότητες χρηματοδοτικής πολιτικής.....	σελ.24
A15.1)Κύριος στόχος της οικονομικής διεύθυνσης.....	σελ.25
A16)Κύριες λειτουργίες χρηματοδοτικής πολιτικής.....	σελ.25
A17)Πίνακας χρηματοδότησης.....	σελ.25
A18)Η ανάγκη κατάρτισης ενός πίνακα χρηματοδότησης.....	σελ.26
A18.1)Τρόπος κατάρτισης του πίνακα χρηματοδότησης.....	σελ.27
<b>ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....</b>	<b>σελ.29</b>

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β: ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

B1) Άλλες πηγές χρηματοδότησης.....	σελ.31
B1.1) Ενδιάμεση χρηματοδότηση.....	σελ.31
B1.2) Ιδιωτικό μετοχικό κεφάλαιο και επιχειρηματικό κεφάλαιο.....	σελ.31
B1.3) Πηγές δημόσιας χρηματοδότησης.....	σελ.31
B2) Κεφαλαίο επιχειρηματικών συμμετοχών (VENTURE CAPITAL).....	σελ.32
B3) Πρακτόρευση επιχειρηματικών απαιτήσεων- FACTORING.....	σελ.34
B3.1) Από τι αποτελείται το FACTORING.....	σελ.34
B3.2) Προϊόντα και υπηρεσίες που αφορούν το FACTORING.....	σελ.35
B3.3) Δέκα λόγοι για να αποφασίσετε να χρησιμοποιήσετε το FACTORING!.....	σελ.43
B3.4) Πλεονεκτήματα του FACTORING.....	σελ.44
B4) Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων – Business Incubators.....	σελ.45
B5) <Business Angels>.....	σελ.45

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ: ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ (LEASING)**

Γ1) Ο θεσμός της χρηματοδοτικής μίσθωσης – νομικό πλαίσιο.....	σελ.47
Γ1.1) Γενικά.....	σελ.47
Γ1.2) Το νομοθετικό πλαίσιο της σύμβασης.....	σελ.48
Γ1.3) Νομοθετική κάλυψη του θεσμού στην Ελλάδα.....	σελ.49
Γ2) Προϊόντα Leasing.....	σελ.49
Γ2.1) Leasing ακινήτων.....	σελ.50
Γ2.2) Leasing επαγγελματικού εξοπλισμού.....	σελ.51
Γ2.3) Sale & Lease Back.....	σελ.51
Γ2.4) Sale & Lease Back ακινήτων.....	σελ.52
Γ2.5) Sale & Lease Back εξοπλισμού.....	σελ.53
Γ2.6) Vendor Leasing.....	σελ.53
Γ2.7) Operating Leasing.....	σελ.54
Γ3) Σκοπός της χρηματοδοτικής μίσθωσης.....	σελ.56
Γ4) Κίνητρα για την ανάπτυξη του θεσμού της χρηματοδοτικής μίσθωσης.....	σελ.57
Γ4.1) Γενικά.....	σελ.57
Γ5) Φορολογικά κίνητρα.....	σελ.62
Γ6) Ο αναπτυξιακός χαρακτήρας του νόμου του Leasing 1665/86.....	σελ.63
Γ7) Η λογιστική της χρηματοδοτικής μίσθωσης.....	σελ.64
Γ7.1) Η λογιστική της διαχειριστικής μίσθωσης.....	σελ.65
Γ7.2) Η λογιστική της χρηματοδοτικής μίσθωσης.....	σελ.65
Γ7.3) Σύγκριση χρηματοδοτικής μίσθωσης και δανεισμού.....	σελ.68
<b>ΕΠΙΛΟΓΟΣ</b> .....	σελ.71

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ: ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

Δ1)Εισαγωγή.....	σελ.72
Δ2)Ανάγκες μικρομεσαίων επιχειρήσεων οι οποίες δεν μπορούν να καλυφθούν αποκλειστικά μέσω κλασικού τραπεζικού δανεισμού.....	σελ.74
Δ3)Υφιστάμενες δυσκολίες αξιολόγησης πιστοληπτικής ικανότητας ΜΜΕ.....	σελ.75
Δ4)Προφίλ Ελληνικών επιχειρήσεων.....	σελ.76
Δ4.1)Έσοδα από το εξωτερικό.....	σελ.77
Δ4.2)Καινοτομία και διεθνής παρουσία.....	σελ.78
Δ4.3)Η διεθνοποίηση των Ελληνικών επιχειρήσεων.....	σελ.78
Δ4.4)Οι άνθρωποι.....	σελ.79
Δ4.5)Επέκταση Ελληνικών επιχειρήσεων στο εξωτερικό.....	σελ.79
Δ4.6)Επιχειρηματική στρατηγική των Ελληνικών επιχειρήσεων.....	σελ.79
Δ4.7)Επιθετικές εξαγωγές των Ελληνικών επιχειρήσεων.....	σελ.81
<b>ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....</b>	<b>σελ.82</b>

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ε: FRANCHISING**

E1)Εισαγωγή.....	σελ.83
E2)Ορολογία Franching.....	σελ.83
E3)Είδη – προϊόντα Franching.....	σελ.87
E3.1)Επενδυτικό Franchise (Investment Franchise).....	σελ.87
E3.2)Άμεσο Franchise (Direct Franchise).....	σελ.87
E3.3)Franchising Πολλαπλών Σημείων (Multiunit Franchising).....	σελ.87
E3.4)Κινητό Franchise (Mobile Franchise).....	σελ.87
E3.5)Διοικητικό Franchise (Management Franchise).....	σελ.87
E3.6)Διευθυντικό Franchise (Executive Franchise).....	σελ.88
E3.7)Franchise καταστημάτων λιανικής Πώλησης (Retail Shop Franchise).....	σελ.88
E3.8)Franchise Παραγωγής ή Βιομηχανικό.....	σελ.88
E3.9)Franchise Παροχής Υπηρεσιών (Services Franchise).....	σελ.88
E3.10)Μεικτό Franchise.....	σελ.88
E3.11)Franchise Διανομής/Πωλήσεων (Sales/Distribution Franchise).....	σελ.89
E3.12)Job Franchise.....	σελ.89
E3.13)Μερικό Franchise (Corner Franchise).....	σελ.89
E3.14)Franchise Μετατροπής (Conversion Franchise).....	σελ.89
E4)Δέκα απλά βήματα πριν ανοίξετε τη δική σας επιχείρηση με τη μέθοδο του Franchise.....	σελ.90
E5)Περισσότερα σημεία πώλησης σνάκ μέσω του franchise.....	σελ.94
E5.1) Κόστος επένδυσης.....	σελ.95
E5.2)ο τομέας της πίτσας.....	σελ.95
E6)Ο σύνδεσμος Franchise της Ελλάδος.....	σελ.96
E6.1)Μέλη του συνδέσμου.....	σελ.96
E7)Εναλλακτικές στρατηγικές ανάπτυξης μιας εταιρείας πέρα από το franchise.....	σελ.99
E8)Λύση της σύμβασης και υποχρεώσεις που προκύπτουν από αυτήν.....	σελ.104
<b>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....</b>	<b>σελ.108</b>

## ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η χρηματοδότηση ήταν και εξακολουθεί να είναι ένας από τους πιο σημαντικούς τομείς μιας επιχείρησης. Στην εργασία αυτή γίνεται μια προσπάθεια να καταλάβει ο αναγνώστης την έννοια και τις βασικές λειτουργίες της χρηματοδότησης, και τους λόγους για τους οποίους μπορεί μια επιχείρηση να στραφεί στην χρηματοδότηση. Επίσης αναλύονται οι τρόποι χρηματοδότησης, και ποιόν από αυτούς επιλέγουν κάθε φορά οι επιχειρήσεις. Τέλος αναλύονται οι έννοιες της χρηματοδοτικής μίσθωσης (leasing) και του franchising οι οποίες βρίσκουν όλο και περισσότερο εφαρμογή στην εποχή μας.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α**

### **Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΟΙ ΒΑΣΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ**

#### **A.1) ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Σε κάθε επιχείρηση ανεξαρτήτου μεγέθους και αντικειμένου υπάρχουν τρεις βασικές λειτουργίες . Η παραγωγή, η διάθεση και η χρηματοοικονομική λειτουργία. Τόσο η παραγωγή όσο και η διάθεση προσδιορίζουν ροές κεφαλαίων. Η παραγωγή συνεπάγεται χρηματικές εκροές ενώ η διάθεση συνεπάγεται χρηματικές εισροές.

Για να επιτύχουμε το μεγαλύτερο δυνατό οικονομικό αποτέλεσμα, θα πρέπει οι εισροές να είναι μεγαλύτερες από τις εκροές. Συχνά όμως συμβαίνει το αντίθετο και ιδιαίτερα σε βραχυχρόνια βάση. Αυτό σημαίνει ότι η επιχείρηση θα πρέπει να ανατρέξει σε εξωτερικές πηγές για να καλύψει τις ανάγκες της.

Η λειτουργία που ασχολείται με την απόκτηση-εξεύρεση χρήματος ονομάζεται χρηματοδοτική λειτουργία ή χρηματοδότηση. Σ' αυτό το κεφάλαιο λοιπόν θα αναλύσουμε την έννοια της χρηματοδότησης σύμφωνα με μια ιστορική αναδρομή που θα κάνουμε για την έννοια του χρήματος αρχικά, αλλά και του όρου «χρηματοδότηση». Θα δοθεί ο ορισμός της χρηματοδότησης και οι λειτουργίες της που ταυτόχρονα είναι και ο σκοπός-στόχος μιας επιχείρησης που χρηματοδοτείται . Επίσης θα αναφέρουμε κάποιες θεωρίες που έχουν ειπωθεί από μεγάλους κλασσικούς και νεοκλασσικούς και τέλος θα αναλύσουμε πως λειτουργεί η χρηματοοικονομική διοίκηση και πολιτική μέσα σε μια επιχείρηση.

#### **A.2) ΕΝΝΟΙΑ-ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ**

Για να κατανοήσουμε την χρηματοδοτική λειτουργία ως έννοια αλλά και πως αυτή λειτουργεί μέσα σε μια επιχείρηση θα πρέπει πρώτα να δώσουμε την ετυμολογία της λέξης «χρηματοδότηση». Η λέξη «χρηματοδότηση» λοιπόν είναι μια σύνθετη λέξη αποτελούμενη από το ουσιαστικό χρήμα και το δίνω. Χρηματοδότηση λοιπόν σημαίνει δίνω-παίρνω χρήμα.

Τι είναι όμως το χρήμα; Για να απαντήσουμε σε αυτή την ερώτηση κρίναμε σκόπιμο να αναλύσουμε την έννοια του χρήματος και να δούμε όλες τις μορφές που πήρε με την πάροδο των χρόνων, θα αναφέρουμε τον ορισμό του χρήματος και παράλληλα την ιστορική του προέλευση.

Έπειτα θα κάνουμε και μια σύντομη ιστορική αναδρομή στην έννοια χρηματοδότησης αποκλειστικά ως το σήμερα που θα δούμε την σύγχρονη έννοια της και τους ορισμούς που έχουν ειπωθεί για αυτήν.

### **A.3) ΕΝΝΟΙΑ-ΟΡΙΣΜΟΣ-ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΤΟΥ ΧΡΗΜΑΤΟΣ**

Χρήμα είναι τα αγαθά εκείνα που ανταλλάσσονται με ευρύτατη ποικιλία άλλων αγαθών χωρίς συσχέτιση με την θέση του ατόμου που προσφέρει και ζητούνται κυρίως εξαιτίας της εμπιστοσύνης των συναλλασσομένων προς το συνεχές και σταθερό της λειτουργίας αυτών ως μέσο ανταλλαγής.

Ο παραπάνω ορισμός φανερώνει την ιστορική προέλευση του χρήματος ενώ εξάλλου δεν παραλείπει να τονίσει και την ξεχωριστή θέση που αποκτά το στοιχείο της αμέσως ανταλλαξιμότητας προκειμένου να αναγορευθεί ένα αγαθό σε χρήμα. Το χρήμα προήλθε από την ανταλλαγή. Κάθε ανταλλαγή όπως είναι γνωστό προϋποθέτει μια συμφωνία σχετικά με την ανταλλακτική σχέση των αντικειμένων αυτής.

Ο αντιπραγματισμός θεωρείται το πρωταρχικό στάδιο του χρήματος. Σύμφωνα με τον Αριστοτέλη όλα τα πράγματα είναι αντικείμενα ανταλλαγών αφού κάθε πράγμα έχει διπλή αξία δηλαδή την αξία χρήσης και την ανταλλακτική αξία. Συμπληρωματικά θα πρέπει να αναφερθεί και το εξής ότι γενικό χαρακτηριστικό του χρήματος είναι ότι η αξία του (ως αγαθό) πλησιάζει πολύ προς την ανταλλακτική του αξία. Το στοιχείο αυτό αργότερα επρόκειτο να γίνει το πιο ασήμαντο

Γιατί το χρήμα κάποτε θα πάψει να ζητείται ως αγαθό έχοντας από μόνο του αξία που μπορεί να αγοράσει αγαθά με αυτό ο κάτοχος του.

Αρχικά εγκαταλείφθηκαν όλα εκείνα τα αγαθά που εξαιτίας του όγκου τους, του βάρους τους ή της φθαρτότητας τους δεν εξυπηρετούσαν τις συναλλαγές.

Με το πέρασμα του χρόνου τα πολύτιμα μέταλλα επικρατούν σε όλο και μεγαλύτερο κύκλο συναλλαγών , ο σίδηρος, ο χαλκός, ο άργυρος αλλά και ειδικότερα ο χρυσός που έγινε για πολύ καιρό το επικρατέστερο χρηματικό μέσο.

Οι ανάγκες όμως της οικονομικής ζωής οι οποίες έφεραν τον χρυσό στην πρώτη θέση επρόκειτο να τον εκτοπίσουν αργότερα στην σύγχρονη εποχή για την ωφέλεια νέων χρηματικών μέσων, κύριο χαρακτηριστικό των οποίων είναι η απουσία «εσωτερικής αξίας».

Έτσι περνάμε στην εποχή του «χάρτινου χρήματος». Σύμφωνα με τον Ηρόδοτο πρώτοι έκοψαν νομίσματα οι Λυδοί και αργότερα η Μίλητος, η Έφεσος και άλλες Μικρασιατικές πόλεις . Στην Μητροπολιτική Ελλάδα η Αίγινα και η Εύβοια προχωρούν πρώτες από τις άλλες πόλεις στην κοπή νομισμάτων. Το 1832 ο Όθωνας καθιέρωσε την δραχμή ως νομισματική μονάδα και το 2002 έχουμε την έλευση του ΕΥΡΩ στην Ελλάδα και σε όλες τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Όπως με το πέρασμα των χρόνων το χρήμα άλλαζε μορφές έτσι ακριβώς και η έννοια της χρηματοδότησης άλλαξε μορφές μέχρι να φτάσει στη σημερινή σύγχρονη έννοια της. Τις αλλαγές αλλά και τη σύγχρονη μορφή της χρηματοδότησης αναλύουμε παρακάτω.

#### **A.4) ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ ΣΤΗΝ ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ**

Πριν από το έτος 1950 η χρηματοδότηση των επιχειρήσεων αποτελούσε κατά αποκλειστικότητα αρμοδιότητα των τραπεζών. Μετά το 1950 αναπτύχθηκαν οι μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις οπότε έγινε οξύτερος ο ανταγωνισμός και άρχισε η διαφοροποίηση των τρόπων χρηματοδότησης. Η πραγματική επανάσταση στον τομέα της χρηματοδότησης επιχειρήσεων εγκαινιάσθηκε από τις αρχές της δεκαετίας του 1980 οπότε :

- Διαδόθηκαν νέα χρηματιστικά προϊόντα κάλυψης των επιχειρήσεων από τους κινδύνους μεταβολής των επιχειρήσεων και των συναλλαγματικών ισοτιμιών.
- Πύκνωσαν οι κινήσεις συγχώνευσης και εξαγοράς επιχειρήσεων.



-Οι επιχειρήσεις με διαρκώς αυξανόμενο ρυθμό επιδόθηκαν στην συγκέντρωση κεφαλαίων απευθείας από το επενδυτικό κοινό.

-Οι τράπεζες προώθησαν νέες δραστηριότητες στην υπηρεσία των επιχειρήσεων κ.ο.κ.

Η επικράτηση της τάσεως παγκοσμιοποίησης της οικονομίας με την υποστήριξη της πληροφορικής και των τηλεπικοινωνιών έδωσε τεράστιες διαστάσεις στην κίνηση κεφαλαίων και στην χρηματοδότηση επιχειρήσεων.

#### **A.5) ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΝΝΟΙΑ-ΟΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ**

Παρόλο την επανάσταση που έγινε στις αρχές του 19<sup>ου</sup> αιώνα, ο επιστημονικός κλάδος της οικονομίας του χρήματος σημείωσε αλματώδη πρόοδο κατά τις τελευταίες δεκαετίες του 20<sup>ου</sup> αιώνα. Όλες σχεδόν οι πρωτοβουλίες στο χώρο αυτό αναδύονται στις Η.Π.Α και μεταφέρονται στο Λονδίνο και αργότερα μεταφέρονται στον υπόλοιπο κόσμο. Σε πολλές χώρες έγιναν προσπάθειες αποδόσεως των αγγλικών όρων στην τοπική γλώσσα, αλλά οι περισσότερες αποδείχθηκαν δύσχρηστες.

Για την απόδοση του θεμελιώδη όρου FINANCE της αγγλοσαξονικής ορολογίας επιχειρείται η καθιέρωση στην σύγχρονη ελληνική του όρου «ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΙΚΗ-ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ».

Κατά καιρούς έχει αναφερθεί ότι η χρηματιστική-χρηματοδότηση ταυτίζεται με την Οικονομική. Όμως αυτό δεν είναι αλήθεια διότι η μεν χρηματιστική ασχολείται με την προμήθεια των χρήσιμων πραγμάτων στον άνθρωπο, η δε οικονομική με την σωστή χρήση τους.

Ο όρος της Χρηματοδότησης έχει να κάνει κατά κύριο και βασικότερο λόγο με την επιχείρηση. Κατά καιρούς έχουν δοθεί πολλοί και διαφορετικοί μεταξύ τους ορισμοί για την χρηματοδότηση. Ένας χρήσιμος ορισμός είναι ο εξής:

«Χρηματοδότηση καλείται ο εφοδιασμός των επιχειρήσεων με κεφάλαιο ανά πάσα στιγμή και με κάθε τρόπο».

Ένας πιο πληρέστερος ορισμός για τον όρο της χρηματοδότησης είναι ο παρακάτω

«Χρηματοδότηση είναι ένας πολυδιάστατος όρος ο οποίος σημαίνει την δανειοδότηση, την χρήση νομισματικών μέσων και την διαχείριση τους, την ανάπτυξη κεφαλαιουχικού δυναμικού και την διαχείριση του νομισματικού πλούτου».

Η οικονομική ανάπτυξη εξαρτάται από αποφάσεις που λαμβάνονται από ιδιώτες ή ομάδες ιδιωτών και άλλους φορείς σε ένα πολιτικό ή κοινωνικό πλαίσιο οι οποίες οδηγούν στην κινητοποίηση της ανθρώπινης δραστηριότητας με σκοπό να επηρεάσουν και να μετασχηματίσουν τους παραδοσιακούς τρόπους παραγωγής και τις κοινωνικές σχέσεις που σχετίζονται με αυτούς. Εάν η κοινωνία δεν μπόρεσε να επιτύχει μια τέτοια κινητοποίηση τότε κανένα ποσό χρηματοδότησης δεν θα είναι χρήσιμο.

Από την άλλη πλευρά το αποτέλεσμα της πιο πάνω κινητοποίησης θα μπορούσε να περιοριστεί από τους χρηματοδοτικούς πόρους οι οποίοι διατίθενται σε ένα ορισμένο χρονικό σημείο καθώς και από τεχνολογικούς περιορισμούς στο βαθμό που αυτοί οι πόροι δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν και να επαυξηθούν.

Κάτω από αυτές τις συνθήκες αναγνωρίζεται η σημασία της χρηματοδότησης. Έτσι το πρόβλημα της χρηματοδότησης της οικονομικής ανάπτυξης συνίσταται στη διάθεση πόρων για την δημιουργία πλεονάσματος για την αύξηση της παραγωγής κεφαλαιουχικών αγαθών και συνεπώς την αύξηση του πραγματικού εισοδήματος των χώρων.

Για τη λύση του προβλήματος έχουν διατυπωθεί κατά καιρούς αρκετές προτάσεις από κλασσικούς και νεοκλασσικούς οι οποίοι θα αναφερθούν παρακάτω.

## **A.6) ΘΕΩΡΙΕΣ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

Η ανάλυση των επιλογών που κάνουν οι σύγχρονες ιδιωτικές επιχειρήσεις κατά την προσπάθεια εξεύρεσης πόρων για τη χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων της έχει λάβει τη μορφή υποδειγμάτων που αφορούν τη θεωρία χρηματοδότησης των επιχειρήσεων.

Σε όλες τις θεωρίες που αναφέρονται στη χρηματοδότηση δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στις σχέσεις που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις με τους διάφορους χρηματοπιστωτικούς φορείς (όπως είναι οι τράπεζες, οι μέτοχοι κ.α), από τους οποίους θα εξασφαλίσουν τους αναγκαίους οικονομικούς πόρους. Η σχετική διαδικασία όμως είναι αρκετά περίπλοκη και διέπεται από τους διαφορετικούς περιορισμούς ανάλογα με την περίπτωση (πηγή χρηματοδότησης).

Οι πρώτες προσπάθειες που έγιναν τόσο από τους κλασσικούς όσο και από τους νεοκλασσικούς θεωρητικούς, προκειμένου να προσεγγίσουν τη μεθοδολογία στην οποία στηρίζονται οι επιχειρήσεις για να επιλέγουν τα μέσα χρηματοδότησης των επενδύσεων τους, εστιάζουν το ενδιαφέρον τους περισσότερο στο κατά πόσο συμφέρει τις επιχειρήσεις η επενδυτική τους δραστηριότητα παρά στην ερμηνεία των χρηματοδοτικών επιλογών που αυτές κάνουν.

Με άλλα λόγια υπάρχουν θεωρίες που τονίζουν τη σημασία του επιτοκίου στην απόφαση των επιχειρήσεων να αναλάβουν μια νέα επενδυτική δραστηριότητα, θεωρίες που ασχολούνται με τις δυνατότητες χρηματοδότησης των επενδύσεων από τις επιχειρήσεις και θεωρίες που επικεντρώνουν την ανάλυση τους στη σχέση μεταξύ των πωλήσεων και των κερδών της επιχείρησης.

Εμείς θα επικεντρωθούμε στις θεωρίες των Modigliani και Miller ασχολείται περισσότερο με τις δυνατότητες χρηματοδότησης των επενδύσεων από τις επιχειρήσεις αλλά και το κόστος αυτών σε σχέση με τα κέρδη τους. Επίσης θα δούμε και τις θεωρίες κάποιων άλλων θεωρητικών που έχουν σχέση με την πληροφορική που έχουν οι επιχειρήσεις πριν χρηματοδοτηθούν.

#### **A.7) ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΩΝ MODIGLIANI ΚΑΙ MILLER ΓΙΑ ΤΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

Η ανάλυση των Modigliani και Miller (1958), περιλαμβάνεται σε μία σειρά από μελέτες (Ross (1988), Bhattacharya (1988)) που αποτελούν τις πιο σημαντικές θεωρητικές προσεγγίσεις στο ζήτημα της χρηματοδότησης των επιχειρήσεων οι οποίες δραστηριοποιούνται σε συνθήκες ελεύθερης αγοράς. Σύμφωνα με το Modigliana και Miller όταν η αγορά (ιδίως του χρήματος) λειτουργεί χωρίς στρεβλώσεις τότε

δεν ενδιαφέρει τις επιχειρήσεις ο τρόπος με τον οποίο θα χρηματοδοτηθούν τα επενδυτικά τους προγράμματα από την στιγμή που θα υποστούν το ίδιο κόστος ανεξαρτήτως της πηγής χρηματοδότησης. Οι ίδιοι υποστηρίζουν ότι τα μερίσματα που καταβάλλει μια επιχείρηση στους μετόχους της δεν επηρεάζουν τη χρηματιστική αξία των μετοχών της, η οποία καθορίζεται από την αποδοτικότητα και την κατηγορία κινδύνου που υπόκεινται. Συνεπώς το μέγεθος της εν λόγω αξίας προσδιορίζεται από την πολιτική επενδύσεων της επιχείρησης και όχι από την κατανομή των κερδών μεταξύ αποθεματικών και μερισμάτων. Όσον αφορά τις θετικές επιδράσεις των μερισμάτων στις τιμές των μετοχών, αντισταθμίζονται από τις αντίστοιχες αρνητικές που προκύπτουν από τις ανάγκες εξεύρεσης άλλων πηγών χρηματοδότησης για την «αναπλήρωση» των κερδών που δαπανήθηκαν υπό την μορφή μερισματος. Οι απόψεις των παραπάνω δύο θεωρητικών στηρίζονται στις εξής υποθέσεις:

- δεν υπάρχουν προσωπικοί και εταιρικοί φόροι εισοδήματος
- δεν υπάρχουν έξοδα για την έκδοση νέων μετοχών
- οι επενδυτές είναι αδιάφοροι μεταξύ της είσπραξης μερισμάτων και της απόκτησης κεφαλαιακών κερδών
- η πολιτική επενδύσεων είναι ανεξάρτητη από την αντίστοιχη για τα μερίσματα
- τόσο οι επενδυτές όσο και η διοίκηση της επιχείρησης απολαμβάνουν την ίδια πληροφόρηση σε σχέση με τις μελλοντικές ευκαιρίες για επιχειρηματικές επενδύσεις.

Οι δύο θεωρητικοί περαιτέρω υποστηρίζουν ότι σε περίπτωση που επιχειρήσεις και επενδυτές κατέχουν τις ίδιες χρηματοδοτικές ικανότητες, τότε υπό συνθήκες πλήρους ανταγωνισμού στις αγορές δεν υπάρχουν ασυμμετρίες στην πληροφόρηση μεταξύ των δύο παραπάνω παραγόντων, αλλά ούτε υφίστανται διακυμάνσεις, στη φορολογική μεταχείριση των διαφορετικών μορφών χρηματοδότησης ενώ η αξία μιας επιχείρησης στην αγορά εξαρτάται μόνο από τις χρηματικές εισροές προς αυτήν και όχι από το λόγο δανεισμός/μετοχικό κεφάλαιο που κάθε φορά επιλέγει.

Εμάς μας βρίσκουν σύμφωνους οι απόψεις αυτές των Modigliani και Miller διότι ο σκοπός της επιχείρησης είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους με ταυτόχρονη ελαχιστοποίηση του κόστους. Οπότε δεν νοιάζεται μια επιχείρηση με ποιο τρόπο θα χρηματοδοτηθεί αρκεί το κόστος της χρηματοδότησης να είναι ελάχιστο, εάν το κόστος είναι το ίδιο δεν ενδιαφέρει ο τρόπος. Επίσης το μέγεθος της χρηματιστηριακής αξίας των μετοχών μιας επιχείρησης καθορίζεται κατά μεγάλο ποσοστό, αν όχι 100% από την πολιτική των επενδύσεων εφόσον οι θετικές επιδράσεις των μερισμάτων αντισταθμίζονται από τις αντίστοιχες αρνητικές που προκύπτουν από τις ανάγκες εξεύρεσης πηγών χρηματοδότησης, καθώς όταν συνεχώς μια επιχείρηση ψάχνει να βρει νέες πηγές χρηματοδότησης με μικρό κόστος καταλήγει να δαπανεί μεγάλο μέρος των κερδών της και έτσι δε συμφέρει ή είναι αδιάφορο για τις τιμές των μετοχών.

Και πάλι θα αναφερθούμε στο σκοπό κάθε επιχείρησης που είναι η μεγιστοποίηση του κέρδους, άρα είναι λογικό ότι μεγαλώνει η αξία μιας επιχείρησης όσο μεγαλώνουν τα κέρδη της, άσχετα από που προήλθαν. Αφού δεν ενδιαφέρει κανένα εάν η επιχείρηση χρηματοδοτήθηκε με δανεισμό ή εάν έκανε εσωτερική χρηματοδότηση (π.χ με αύξηση μετοχικού κεφαλαίου) σημασία έχει το αποτέλεσμα, δηλαδή το κέρδος που θα έχει η επιχείρηση.

#### **A.7.1) ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ, ΧΩΡΙΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗ;**

Η ιδέα πάνω στην οποία στηρίζονται οι θεωρίες που αναλύουν την χρηματοδοτική «συμπεριφορά» των επιχειρήσεων, αφού λάβουν υπόψη τις δυνατότητες για τη παροχή πληροφοριών που να αφορούν τις τελευταίες, είναι ότι οι «εσωτερικοί» παράγοντες εκ των πραγμάτων διαθέτουν καλύτερη πληροφόρηση για τις προοπτικές της εν λόγω επιχείρησης από ότι οι «εξωτερικοί» παράγοντες.

Αυτού του είδους οι θεωρίες, ασχολούνται με τις συνθήκες κάτω από τις οποίες τα καλύτερα πληροφορημένα άτομα μπορούν να στείλουν στα λιγότερα πληροφορημένα άτομα "σήματα" που θα αφορούν συγκεκριμένες πληροφορίες. Παράλληλα, το ενδιαφέρον αυτών των θεωρητικών προσεγγίσεων εστιάζεται στον τρόπο που θα ερμηνευθούν τα παραπάνω "σήματα" από εκείνους που θα τα λάβουν.

Πρώτος ο Ross (Ross 1977 και 1985) παρουσίασε ένα μοντέλο όπου οι επιλογές της διοίκησης σε μια επιχείρηση σχετικά με το λόγο δάνεια/μετοχικό κεφάλαιο, λειτουργούν ως "σήματα" προς τους εξωτερικούς παράγοντες, όσον αφορά τις μελλοντικές της αποδόσεις (κέρδη). Για τη διοίκηση έχει σημασία τόσο η παρούσα όσο και η μελλοντική πορεία της αγοραίας αξίας της επιχείρησης αλλά και η μείωση της πιθανότητας για κήρυξη χρεοκοπίας (που αποτελεί κόστος για τη διοίκηση αφού συνεπάγεται απώλειες σε κύρος και θέσεις εργασίας).

Σύμφωνα με τον Ross (1977 - 1985) οι επιχειρήσεις που παρουσιάζουν ευνοϊκές προοπτικές για μελλοντική κερδοφορία θα είναι και εκείνες, υπό συγκεκριμένες συνθήκες που θα επιλέξουν το λόγο : δάνεια/μετοχικό κεφάλαιο να είναι υψηλός και επομένως οι «εξωτερικοί» παράγοντες θα παίρνουν τις αποφάσεις τους στηριζόμενοι στη πορεία αυτού του λόγου. Επιπλέον για κάποιο δεδομένο ποσό χρέους και τόκου η πιθανότητα να μην εκπληρωθούν στο μέλλον οι υποχρεώσεις της επιχείρησης ελαττώνονται καθώς η δυνατότητα για επίτευξη μελλοντικών κερδών αυξάνεται (τα τελευταία συνδέονται αρνητικά με το κόστος στο οποίο υπόκεινται η διοίκηση).

Άλλη μια θεωρία είναι εκείνη των Rock και Miller (Miller όπως παρουσιάζεται στον Merlon, 1977) που προσεγγίζει το υπό αναφορά θέμα από την πλευρά της μερισματικής πολιτικής των επιχειρήσεων, η οποία μπορεί να λειτουργήσει ως πηγή "σημάτων" προς τους "εξωτερικούς" παράγοντες.

Οι τελευταίοι δεν γνωρίζουν τα τρέχοντα έσοδα της επιχείρησης τόσο καλά όσο η διοίκηση της. Συνεπώς, η πληρωμή υψηλών καθαρών μερισμάτων από την επιχείρηση "σηματοδοτεί" προς τα έξω μια υψηλή αξία για τα τρέχοντα έσοδα της. Το κόστος "σηματοδότησης" εντοπίζεται στη μελλοντική χρήση των εσόδων για παραγωγικές επενδύσεις, όσο πιο μικρό είναι το πραγματικό μέγεθος των τρεχόντων εσόδων της επιχείρησης τόσο πιο μεγάλο είναι το κόστος.

Κυριότερο μειονέκτημα αυτής της θεωρίας, είναι ο τρόπος χειρισμού της μερισματικής πολιτικής στο σχετικό υπόδειγμα αφού προσπαθεί να προσεγγίσει την συμπεριφορά των επιχειρήσεων λαμβάνοντας τα καθαρά μερίσματα ως μοναδική πηγή "σημάτων" προς τα έξω κάτι που ταυτόχρονα περιορίζει την ερμηνευτική ικανότητα της εν λόγω θεωρίας.

Όσον αφορά τις θεωρητικές πεποιθήσεις των Myers και Majluf (όπως παρουσιάζονται στους Myers & Majluf, 1984), έχουμε να παρατηρήσουμε ότι η ασυμμετρία

στην πληροφόρηση είναι ατελής και συνεπάγεται κόστος για εκείνους που δεν την κατέχουν. Ειδικότερα, οι επιχειρήσεις που εκδίδουν μετοχές γνωρίζουν καλύτερα την χρήση των κεφαλαίων που θα αντληθούν. Από την άλλη πλευρά, οι δυνητικοί μέτοχοι των εν λόγω επιχειρήσεων γνωρίζουν ότι δεν κατέχουν ολοκληρωμένη πληροφόρηση σε σχέση με τις τιμές των παρακάτω μετοχών, οι οποίες (τιμές) κατά τη γνώμη τους θα υπερτιμηθούν από τους εκδότες των τελευταίων. Επομένως, οι επιχειρήσεις αναγκάζονται να διαθέτουν μετοχές σε σχετικά μεγάλες τιμές, κάτι που όμως συνεπάγεται την αύξηση του κόστους χρηματοδότησης των επιχειρήσεων και ίσως την απόρριψη ορισμένων αποδοτικών επενδυτικών σχεδίων.

Τέλος μια ακόμα θεωρητική προσέγγιση έχει πραγματοποιηθεί από τους John και Williams, στην οποία η διοίκηση μιας επιχείρησης χρησιμοποιεί τα μερίσματα για την παροχή "σωμάτων" από τους "εξωτερικούς" παράγοντες σε σχέση με την οικονομική της κατάσταση στο μέλλον.

Ειδικότερα στο παραπάνω υπόδειγμα τα μερίσματα επιβαρύνονται από τους σχετικούς φόρους και επιπλέον, όσο πιο εύκολη είναι η πληροφόρηση για τους «εξωτερικούς» παράγοντες τόσο υψηλότερες θα είναι οι πληρωμές σε μερίσματα.

Σ' αυτήν την περίπτωση, δημιουργούνται ψευδαισθήσεις στους μετόχους σχετικά με την ιδιοκτησία της επιχείρησης από την στιγμή που η επιχείρηση εκδίδει νέες μετοχές για την εύρεση κεφαλαίων προς χρηματοδότηση των επενδύσεων ή οι ίδιοι πωλούν τις μετοχές τους.

Οι τελευταίοι, όσο πιο ευνοϊκή είναι η "προς τα έξω" πληροφόρηση τόσο πιο πολύ κερδίζουν από μια δεδομένη μείωση σε αυτές τις ψευδαισθήσεις.

Οι επιχειρήσεις με καλύτερη πληροφόρηση προς τους "εξωτερικούς" παράγοντες πληρώνουν υψηλότερα μερίσματα και επομένως κατέχουν μετοχές με υψηλή αξία με αποτέλεσμα οι μέτοχοι των εν λόγω επιχειρήσεων να "υποφέρουν" από μικρότερης έντασης ψευδαισθήσεις

Η αξία της παραπάνω μείωσης στις ψευδαισθήσεις γίνεται μεγαλύτερη όταν οι επιχειρήσεις παρέχουν καλύτερη πληροφόρηση και ταυτόχρονα αποζημιώνει τους μετόχους για τους επιπλέον φόρους στους οποίους υπόκεινται λόγω των υψηλότερων μερισμάτων.

Από την άλλη πλευρά, οι επιχειρήσεις με λιγότερο καλή παροχή πληροφοριών, βρίσκουν το κόστος που προκύπτει από τους φόρους στην πληρωμή των μερισμάτων να υπερέρχει των πλεονεκτημάτων από την μείωση στις εν λόγω ψευδαι-

σθήσεις. Σύμφωνα με την παραπάνω ανάλυση είναι συνετό για τους "εξωτερικούς" παράγοντες να αποτιμούν τις μετοχές των επιχειρήσεων με βάση τις πληρωμές μερισμάτων που οι ίδιες πραγματοποιούν.

Για αυτή την θεωρία, πρέπει να παρατηρήσουμε ότι είναι προσκολλημένη σε περιορισμούς που της δημιουργούν "κενά" στον τρόπο που ερμηνεύει τις καταστάσεις, όπως για παράδειγμα υποθέτει ότι η ζήτηση για ρευστότητα της επιχείρησης από τους μετόχους υποδεικνύει ενδιαφέρον για μερίσματα πριν το φόρο παρά για μερίσματα μετά το φόρο με αποτέλεσμα τα μερίσματα να πάψουν να λειτουργούν ως "πηγή" σημάτων.

Η κλασική οικονομική θεωρία της επιχείρησης θεωρούσε τη μεγιστοποίηση του κέρδους ως το μοναδικό στόχο της επιχείρησης. Επιτυγχάνεται δε ο στόχος αυτός, όταν τα οριακά έσοδα εξισώνονται με το οριακό κόστος της επιχείρησης.

Η θεωρία αυτή επικράτησε επί μακρά, αλλά συγκέντρωσε πολλές κριτικές. Ο στόχος της μεγιστοποίησης είχε προταθεί από τον Γάλλο οικονομολόγο A.A. Canpot (1800-1877) το 1832 (έρευνες για τις μαθηματικές αρχές της θεωρίας του πλούτου) αλλά τότε απέβλεπε στην μονοπωλιακή κατάσταση. Αργότερα οι αγγλοσάξονες οικονομολόγοι επέκτειναν την θεωρία στις καταστάσεις τέλειου και μη τέλειου ανταγωνισμού αλλά στην τελευταία περίπτωση παίζει πρωτεύοντα ρόλο η δράση των άλλων επιχειρήσεων. Επιπλέον, ο στόχος της μεγιστοποίησης του κέρδους δεν λαμβάνει υπόψη την αβεβαιότητα και τον κίνδυνο.

Διάφοροι ερευνητές πρότειναν και άλλους στόχους για την επιχείρηση, όπως:

- Την επίτευξη ενός ικανοποιητικού κέρδους, ώστε οι διευθύνοντες να διατηρούν τον έλεγχο της επιχείρησης.
- Τη μεγιστοποίηση του κύκλου εργασιών.
- Τη μεγιστοποίηση της ωφελιμότητας της επιχείρησης (μισθοί, επενδύσεις), αλλά αυτοί οι στόχοι ουσιαστικά απέβλεπαν στην μεγιστοποίηση μιας μεταβλητής υπό ορισμένους περιορισμούς.

Τελικώς φαίνεται να κερδίζει έδαφος η άποψη των θεωρητικών για το στόχο της μεγιστοποίησης της αξίας της επιχείρησης. Η αξία προσδιορίζεται μέσω των χρηματιστηριακών συναλλαγών, όπου λαμβάνονται υπόψη η αποδοτικότητα και ο κίνδυνος. Το χρηματιστήριο χρησιμεύει ως οδηγός αναφοράς και για τις μη εισηγμένες σε αυτό επιχειρήσεις.



Το κριτήριο της μεγιστοποίησης της αξίας της επιχείρησης είναι αποδεκτό στην πράξη για τους εξής λόγους :

- Οι ιδιοκτήτες της επιχείρησης επιδιώκουν την αύξηση της αξίας των επενδυμένων κεφαλαίων τους.
- Ο στόχος της μεγιστοποίησης της αξίας είναι πληρέστερος από τον στόχο της μεγιστοποίησης του κέρδους διότι λαμβάνει υπόψη την αβεβαιότητα, τον κίνδυνο και τον χρόνο.
- Το κριτήριο είναι λειτουργικό, αφού σε αυτό τείνουν όλες οι χρηματιστικές αποφάσεις.
- Υποτιμημένες εταιρίες στο χρηματιστήριο προσελκύουν το ενδιαφέρον καθολικής εξαγοράς.

Κάθε επιχείρηση λοιπόν, όποια χρηματοδοτική ή οικονομική θεωρία υιοθετήσει για να λειτουργήσει σωστότερα αποβλέπει σε κάποιους συγκεκριμένους σκοπούς. Για να δούμε λοιπόν ποιοι είναι οι σκοποί χρηματοδότησης.

## **A.8) ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ-ΣΚΟΠΟΙ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ**

Για την επίτευξη της κερδοφορίας, η επιχείρηση καταρτίζει προγράμματα και τα υλοποιεί μέσω αποφάσεων μακράς και βραχυχρόνιας πνοής. Έτσι δημιουργούνται πολλαπλά αμφίδρομα ανταλλακτικά ρεύματα. Βασικό χαρακτηριστικό των ρευμάτων αυτών από και προς την επιχείρηση (αγορές πρώτων υλών, διάθεση προϊόντων, επενδύσεις) αποτελεί η κυκλοφορία χρήματος στο ένα από τα δύο ρεύματα (πληρωμές-εισπράξεις). Το χρήμα λοιπόν είναι το κοινό μέτρο για όλες τις οικονομικές δραστηριότητες του ανθρώπου και συνεπώς παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στην ζωή της επιχείρησης. Για να ζήσει σωστά λοιπόν η επιχείρηση πρέπει να έχει χρήμα. Όταν δεν μπορεί να το έχει από τις βασικές λειτουργίες της(παραγωγή, διάθεση) χρηματοδοτείται. *(ανάγκη χρηματοδότησης)*

**Συμπερασματικά**, κάθε επιχείρηση χρηματοδοτούμενη με οποιοδήποτε τρόπο, έχει σαν κύριο μέλημα της την κάλυψη των αναγκών της και κατά δεύτερον την αύξηση των κερδών της. Η χρηματοδότηση λοιπόν της επιχείρησης ωθείται από κάποια κίνητρα.

## A.9) ΚΙΝΗΤΡΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣ

Τα κίνητρα αυτά θα μπορούσαν να χαρακτηριστούν και ως οι βασικές λειτουργίες σκοπού της χρηματοδότησης.

### Βασικές λειτουργίες χρηματοδότησης:

- Η εξασφάλιση του μέλλοντος: Μια επιχείρηση χρηματοδοτείται για να εξοικονομήσει τα μέσα που θα της χρειαστούν όταν θα παύσει κάποτε να είναι παραγωγική η ίδια. Η εν λόγω χρηματοδότηση καταλήγει στην παραγωγική δια της μεσολάβησης του χρήματος το οποίο συνήθως δανείζεται από τρίτους. Άρα για να εξασφαλίσει μια επιχείρηση το μέλλον της χρηματοδοτείται συνήθως με εξωτερική χρηματοδότηση, γιατί εκείνη την περίοδο δεν είναι παραγωγική η ίδια για να κάνει χρηματοδότηση.
- Η δημιουργία πραγματικού κεφαλαίου: Ο μόνος τρόπος δημιουργίας νέου πραγματικού κεφαλαίου είναι η ανακατανομή των παραγωγικών δυνάμεων μεταξύ των τομέων παραγωγής καταναλωτικών αγαθών και αγαθών κεφαλαίου. Αν περιορίσουμε λοιπόν την παραγωγή των πρώτων επεκτείνεται η παραγωγή των παραγωγικών μέσων. Μειώνουμε λοιπόν την παραγωγή καταναλωτικών αγαθών και έτσι ταυτόχρονα αυξάνεται η παραγωγή αγαθών κεφαλαίου. Αυτό θα μπορούσαμε να πούμε ότι είναι ένα είδος εσωτερικής χρηματοδότησης.
- Αναγκαστική χρηματοδότηση: Εάν μια επιχείρηση δεν έχει χρήμα δεν μπορεί να λειτουργήσει αφού όπως είπαμε και προηγούμενα το χρήμα παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στη ζωή της επιχείρησης. Άρα αναγκαστικά από κάπου θα πρέπει να βρει χρήματα η επιχείρηση για να επιζήσει και να αναπτυχθεί. Αυτή η χρηματοδότηση καλείται αναγκαστική εν αντιθέσει προς τις δύο άλλες μορφές που έχουν ηθελημένο χαρακτήρα. Οποσδήποτε η επιχείρηση θα πρέπει να έχει χρήματα για να αγοράσει α και β ύλες, για να πληρώσει τους εργαζόμενους και να μπορεί να έχει μία κανονική ροή εργασιών.
- Αντιμετώπιση έκτακτων κινδύνων. Ακόμα και αν μια επιχείρηση έχει την ικανότητα να έχει το απαραίτητο χρήμα για να καλύψει τις ανάγκες μέσα από τις λειτουργίες της (παραγωγή και διάθεση), δηλαδή ακόμα και αν έχει μια φυσιολογική ζωή, θα πρέπει να έχει και την ικανότητα να βρει χρήμα ανά πάσα στιγμή το χρειαστεί. Μπορεί μια επιχείρηση να λειτουργεί σωστά για μεγάλο χρονικό διάστημα, όμως αν κάποια στιγμή αναγκαστεί να αντιμετωπίσει κά-

ποιον έκτακτο κίνδυνο θα πρέπει και τότε να χρηματοδοτηθεί είτε εσωτερικά(κεφαλαιοποίηση πραγματοποιηθέντων κερδών, αύξηση αρχικού κεφαλαίου)είτε εξωτερικά(δάνεια από τράπεζα, εμπορικές πιστώσεις)

- Επενδύσεις: Ο ακριβής καθορισμός της έννοιας της χρηματοδότησης προκάλεσε διαξιφισμούς μεταξύ των οικονομολόγων, οι οποίες φαίνεται εντελώς να έχουν φθαρθεί. Κάποιοι ταύτισαν τον ορισμό της χρηματοδότησης σχεδόν με εκείνο της επένδυσης. Ο *Keynes* υποστήριξε αντιθέτως ότι η επένδυση είναι εκείνη που δημιουργεί τη χρηματοδότηση. Λόγω αυτών των διαξιφισμών κρίναμε σκόπιμο να αναλύσουμε περισσότερο το σκοπό αυτό της χρηματοδότησης και να αναφερθούμε στον ορισμό και τα είδη της επένδυσης.

## **A.10) ΤΙ ΕΙΝΑΙ ΕΠΕΝΔΥΣΗ**

Επένδυση λοιπόν ορίζεται η απόκτηση ενός αγαθού από το οποίο προσδοκείται ωφέλεια μεγάλης διάρκειας. Η διάρκεια της ωφέλειας διακρίνει την επένδυση από την κατανάλωση, στην οποία η ωφέλεια είναι μικρής διάρκειας.

Οι επενδύσεις των επιχειρήσεων μπορεί να αναφέρονται σε απόκτηση ακινήτων χρηματιστικών τίτλων, και ενσωμάτων ή ασωμάτων στοιχείων Ενεργητικού που χρησιμοποιούνται στη βιομηχανική ή εμπορική λειτουργία τους. Η τελευταία κατηγορία αναλόγως προς την πολιτική των επιχειρήσεων μπορεί να περιλαμβάνει επενδύσεις εκσυγχρονισμού, επεκτάσεως, συμπληρώσεως και βελτιώσεως της διαδικασίας εκμεταλλεύσεως ή στρατηγικές επενδύσεις που γίνονται για οικονομικούς σκοπούς ή για κοινωνικούς σκοπούς.

### **A.10.1) ΔΙΑΚΡΙΣΗ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ**

Υπάρχουν επενδύσεις παραγωγικές και μη παραγωγικές.

**Μερικές παραγωγικές επενδύσεις είναι οι εξής:**

- Η κατασκευή, η επέκταση και ο εκσυγχρονισμός κτιριακών και βοηθητικών εγκαταστάσεων της επιχείρησης.

- Η αγορά και η εγκατάσταση καινούριων μηχανημάτων και λοιπού μηχανολογικού εξοπλισμού ή τεχνικού εξοπλισμού παραγωγής.
- Οι δαπάνες μελετών και επενδύσεων που αποσκοπούν στην εισαγωγή, ανάπτυξη και εφαρμογή σύγχρονης τεχνολογίας όπως πληροφορικής και τηλεπληροφορικής.
- Η κατασκευή καινούργιων αποθηκευτικών χώρων, ψυκτικών χώρων και συντήρησης προϊόντων, καθώς και η αγορά καινούργιων αυτοκινήτων-ψυγείων.
- Η αγορά καινούριων μεταφορικών μέσων διακίνησης υλικών, εμπορευμάτων και μαζικής μεταφοράς υπαλληλικού προσωπικού.

#### **Αντίθετα μη παραγωγικές επενδύσεις θεωρούνται οι εξής:**

- Η απόκτηση επιβατικών αυτοκινήτων μέχρι 6 θέσεων, επίπλων και σκευών γραφείου, οικοπέδων, γηπέδων και αγροτεμαχίων.
- Η ανέγερση ή επέκταση κτιριακών εγκαταστάσεων επί οικοπέδου που δεν ανήκει στη κυριότητα του φορέα της επένδυσης.
- Η ανέγερση ή επέκταση και ο εκσυγχρονισμός αυτοεξυπηρετούμενων καταλυμάτων.

Η χρηματοδότηση όμως με όποιο τρόπο και αν γίνεται και με οποιοδήποτε σκοπό ή στόχο θα πρέπει να διέπεται από κάποιους κανόνες .

#### **A.11) ΓΕΝΙΚΟΙ ΚΑΝΟΝΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ**

Οι χρηματοδοτήσεις που ενεργούνται στην Ελλάδα από τους ειδικούς πιστωτικούς οργανισμούς και τις τράπεζες κατευθύνονται και ελέγχονται από τις νομισματικές αρχές του Κράτους ( Απόφαση Νομισματικής Επιτροπής 1509/1/14-9-68.

Οι νομισματικές αρχές καθορίζουν τη μορφή (μακρό-μεσοπρόθεσμος και βραχυπρόθεσμος δανεισμός) και το ύψος των δανείων στους διάφορους κλάδους δραστηριότητας, τους όρους και τις προϋποθέσεις των δανείων. Το ύψος του επιτοκίου καθορίζεται ελεύθερα από τις τράπεζες μέσα σε κάποιο εύρος και ε-

ξαρτάται για κάθε πελάτη από το κόστος των δανειακών κεφαλαίων και τη δα-  
νειοληπτική του ικανότητα.

### **A.11.1) ΔΑΝΕΙΑ ΤΡΑΠΕΖΩΝ**

Για τη χορήγηση των δανείων οι τράπεζες λαμβάνουν υπ' όψη τους ιδιωτικοοικονομικά κριτήρια όπως την αποδοτικότητα και σκοπιμότητα της επένδυσης καθώς και γενικότερα οικονομικοκοινωνικά κριτήρια.

Η χρηματοδότηση αυτή πρέπει να καλύπτει πραγματικές ανάγκες της επιχείρησης, είτε στην παραγωγική της διαδικασία, είτε στην επενδυτική και εμπορική της δραστηριότητα.

Έτσι τα τραπεζικά δάνεια διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες.

- 1) Μακροπρόθεσμα δάνεια για πάγιες εγκαταστάσεις.
- 2) Μεσοπρόθεσμα δάνεια για κάλυψη αναγκών σε κεφάλαια κίνησης ή και αγορά μηχανημάτων και
- 3) Βραχυπρόθεσμα για κάλυψη λειτουργικών αναγκών των επιχειρήσεων όπως δαπάνες πρώτων υλών, πληρωμή μισθών κ.λ.π.

### **A.12) ΕΙΔΗ ΔΑΝΕΙΣΜΟΥ**

#### **A.12.1) ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ**

Οι τράπεζες χορηγούν μακροπρόθεσμα δάνεια στη βιομηχανία-βιοτεχνία για κάλυψη πάγιων εγκαταστάσεων με τους εξής όρους:

- Ύψος δανείου: Μέχρι 70% του ύψους της επένδυσης. Στο ποσοστό αυτό συμπεριλαμβάνονται και οι τόκοι που θα κεφαλαιοποιηθούν (απλοί τόκοι) μέχρι να αρχίσει η εξυπηρέτηση του δανείου.
- Διάρκεια δανείου : Μέχρι δέκα χρόνια από τη ημερομηνία υπογραφής του συμβολαίου.
- Επιτόκιο δανείου: Περιλαμβάνει το βασικό επιτόκιο και το περιθώριο κυμαίνεται μεταξύ 19-23%.
- Καταβολή δανείου: Τμηματικά κατόπιν πιστοποίησης των υπό εκτέλεση εργασιών.
- Εξόφληση δανείου: Σε ίσες τοκοχρεολυτικές δόσεις.

- Υπέρβαση του δανείου: Σε περίπτωση υπέρβασης του δανείου ο οφειλέτης υποχρεώνεται να καλύψει αυτή με δικά του κεφάλαια. Μέχρι να συμβεί αυτό η τράπεζα πρέπει να εκταμειώνει.
- Καταβολή της συμμετοχής του οφειλέτη. Ποικίλει από πελάτη σε πελάτη. Συνήθως προηγείται κάθε εκταμίευσης.
- Χρόνος έναρξης ανάληψης του δανείου: Εντός ορισμένης προθεσμίας που θέτει η τράπεζα
- Προμήθεια δέσμευσης κεφαλαίων: Η προμήθεια αδράνειας υπολογίζεται επί του εκάστοτε μη ανειλημμένου ποσού του δανείου και είναι ίση με ποσοστό 0,5% το χρόνο.
- Επιτόκιο υπερημερίας: Προστίθεται ποινή στο αντίστοιχο τελικό συμβατικό επιτόκιο της ενήμερης οφειλής 2,5 εκατοστιαίες μονάδες.

#### **A.12.2) ΜΕΣΟΠΡΟΘΕΣΜΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ**

Οι τράπεζες χορηγούν επίσης δάνεια για τρία έως πέντε χρόνια για κάλυψη αναγκών σε κεφάλαια κινήσεως μονιμότερου χαρακτήρα. Τα δάνεια αυτά εξοφλούνται με εξαμηνιαίες ή ετήσιες δόσεις και το ελάχιστο επιτόκιο είναι 19%.

#### **A.12.3) ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ**

Η χρηματοδότηση των βιομηχανιών για κάλυψη των αναγκών τους σε κεφάλαια κινήσεως γίνεται κατά τη κρίση των τραπεζών όσο αφορά στη μορφή, στο ύψος και στη διάρκεια τους και επιβαρύνονται με επιτόκιο που κυμαίνεται μεταξύ 19-24%.

#### **A.13) ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗ**

Η επιχείρηση είναι ένα λειτουργικό σύστημα ανοικτό στο περιβάλλον. Διαθέτει μέσα και στόχους, τους οποίους προσεγγίζει μέχρι ενός βαθμού. Η λειτουργία της συ-

ντίθεται από τις εσωτερικές διαδικασίες και τις εξωτερικές συναλλαγές. Οι εσωτερικές διαδικασίες συχνά απαρτίζονται από αυτοτελής κύκλους δραστηριότητας, οι οποίοι αποφέρουν ένα μετρήσιμο αποτέλεσμα. Από τη στιγμή που το αποτέλεσμα αυτό μετρείται και είναι θετικό, δηλαδή η αξία που έχει παραχθεί και πωληθεί να υπερκαλύπτει τα έξοδα εγκαθίσταται στο λεξιλόγιο ο όρος της εκμετάλλευσης.

Κάποιοι άλλοι όροι που απαρτίζουν τη χρηματοδοτική πολιτική μιας επιχείρησης είναι, ο κύκλος εργασιών, το περιθώριο του εμπορικού κέρδους, η προστιθέμενη αξία, η ικανότητα αυτοχρηματοδοτήσεως της επιχείρησης, το κεφάλαιο κίνησης, η ταμειακή ρευστότητα, η φερεγγυότητα της επιχείρησης κ.α

#### **A.13.1) ΤΑ ΕΡΩΤΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙ ΚΑΘΕ ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑΣ, ΠΡΙΝ ΑΠΟ ΚΑΘΕ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ.**

1. Ποια δραστηριότητα πρέπει να επιλέξει;
2. Ποιες επενδύσεις πρέπει να κάνει;
3. Από που και πώς αντλήσει τα απαραίτητα κεφάλαια;

Οι απαντήσεις που θα επιλεγούν θα αποτελέσουν μακροχρόνιες δεσμεύσεις (στρατηγικές επιλογές) για την επιχείρηση. Παρακάτω θα δούμε ποιες είναι οι χρηματοδοτικές ανάγκες μιας επιχείρησης και με ποιες δραστηριότητες της χρηματοδοτικής πολιτικής της επιχείρησης θα καλυφθούν, επίσης θα δούμε ποιος είναι ο κύριος στόχος της Οικονομικής Διεύθυνσης και γενικότερα ποιες οι κύριες λειτουργίες της Χρηματοδοτικής Πολιτικής μιας επιχείρησης.

#### **A.14) ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ**

Οι χρηματοδοτικές ανάγκες μιας επιχείρησης επηρεάζονται από την πολιτική που η επιχείρηση ακολουθεί σε σχέση με:

- Το μέγεθος της επιχείρησης .
- Το βαθμό ανάπτυξης της επιχείρησης που συνδέεται άμεσα με τις εξελίξεις της επιχείρησης.
- Εάν τα ενεργητικά στοιχεία της επιχείρησης είναι ιδιόκτητα ή μισθωμένα
- Τη φύση της δραστηριότητας της μονάδας.
- Τη διατιθέμενη χρηματοδότηση .

#### **A.15) ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ**

Η Χρηματοοικονομική Πολιτική της επιχείρησης, που εκφράζει τη γενικότερη πολιτική της επιχείρησης, και για τη οποία είναι υπεύθυνος ο οικονομικός διευθυντής αναλύεται στις παρακάτω δραστηριότητες :

- Στο μέγεθος των κεφαλαίων που απαιτούνται.
- Στο είδος των κεφαλαίων .
- Στα μερίσματα που πρέπει να πληρωθούν .
- Στο αποθεματικό που πρέπει να κρατηθεί.
- Στα κέρδη που πρέπει να επιτευχθούν .
- Στις επαφές με Υπουργεία και άλλους οργανισμούς εκτός επιχείρησης .
- Στη μεθόδευση για τη λήψη αποφάσεων ,σ' αυτή περιλαμβάνεται και η χορήγηση εξουσιοδοτήσεων για διάφορες δαπάνες .

#### **A.15.1) ΚΥΡΙΟΣ ΣΤΟΧΟΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ**

Έχει ως κύριο στόχο τη μεγιστοποίηση της αξίας του μετοχικού κεφαλαίου. Αυτό επιτυγχάνεται με :



α) Τη μεγιστοποίηση της παρούσας αξίας των μελλοντικών καθαρών ταμειακών εισροών.

β) Τη διατήρηση ικανοποιητικής ρευστότητας

#### **A.16) ΚΥΡΙΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ**

Οι κύριες λειτουργίες της χρηματοδοτικής πολιτικής είναι:

- Διαμορφώνει τις απαραίτητες οικονομικές καταστάσεις προς τρίτους ενώ παράλληλα προγραμματίζει, διαχειρίζεται και ελέγχει τη ροή των κεφαλαίων της επιχείρησης .
- Ενημερώνει έγκαιρα το Διοικητικό Συμβούλιο της επιχείρησης με τα πλέον απαραίτητα στοιχεία για να παρακολουθεί αυτό την πορεία της εταιρείας και να παίρνει τις απαραίτητες αποφάσεις .
- Συγκεντρώνει και παρουσιάζει την απαραίτητη πληροφόρηση στο Διοικητικό Συμβούλιο για λήψη απόφασης σε θέματα όπως για παράδειγμα την αγορά παγίων περιουσιακών στοιχείων.
- Εξασφαλίζει τα απαιτούμενα κεφάλαια για να επιτευχθούν οι εταιρικοί αντικειμενικοί στόχοι.

#### **A.17) ΠΙΝΑΚΑΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ**

Ο ισολογισμός παρουσιάζει μια φωτογραφία της περιουσιακής κατάστασης της επιχείρησης σε δεδομένη στιγμή ,συνήθως κατά το κλείσιμο της λογιστικής χρήσης. Οι πληροφορίες που περιέχει ο ισολογισμός είναι στατικές και δεν ενημερώνουν για τις μεταβολές που συνέβησαν στην διάρκεια του έτους. Το ότι επήλθαν μεταβολές στα περιουσιακά στοιχεία προκύπτει από την απλή σύγκριση δύο διαδοχικών ισολογισμών. Ο Ισολογισμός παρουσιάζει υπόλοιπα των λογαριασμών των περιουσιακών στοιχείων και όχι τις μεταβολές που τα επηρέασαν στην διάρκεια της λογιστικής χρήσης. Για την προέλευση και τη χρήση των πόρων που επηρέασαν τα περιουσιακά στοιχεία δεν υπάρχει πληροφόρηση. Έτσι δημιουργήθηκε η ανάγκη κατάρτισης ενός πίνακα ο οποίος να μας δίνει την πληροφόρηση αυτή .

## A.18) Η ΑΝΑΓΚΗ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΕΝΟΣ ΠΙΝΑΚΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

Στη διάρκεια της λογιστικής χρήσης ,με την ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας δημιουργείται ένα οικονομικό αποτέλεσμα ,το οποίο συνοψίζει μέσω διαδοχικών φάσεων ,ο λογαριασμός αποτελεσμάτων ,ο οποίος συνοδεύει τον ισολογισμό με τη μορφή καταστάσεως.

Ανακύπτει όμως ένα πρόβλημα ,διότι η λογιστική παρακολούθηση των αξιών δεν ταυτίζεται πάντοτε με την πραγματική ροή του χρήματος στην επιχείρηση.

Ως παράδειγμα αναφέρεται η πώληση με πίστωση, που μπορεί να μετατοπίσει στην επόμενη χρήση την πραγματική εισροή χρήματος. Άλλη ,διαφορετική περίπτωση αντιπροσωπεύουν η αναθεώρηση της αξίας των ακινητοποιήσεων ,η αύξηση του μετοχικού κεφαλαίου με ενσωμάτωση σ' αυτό αποθεματικών ή οι αποσβέσεις που δεν προκαλούν εισροή νέου χρήματος στο ταμείο. Πρόκειται για καθαρές λογιστικές εγγραφές ,που ασφαλώς τροποποιούν τις αξίες.

Οι προαναφερόμενες παρακολουθούνται με τις κατάλληλες συμψηφιστικές εγγραφές της λογιστικής. Δε διαχωρίζονται όμως αυτές οι κινήσεις από εκείνες που συνοδεύονται από ταυτόχρονη κίνηση χρήματος. Είναι δε σημαντικό να εντοπισθούν οι πραγματικοί πόροι στη διάρκεια μιας χρήσης και η απασχόληση τους. Η ανάγκη αυτή οδηγεί στην κατάρτιση ενός **πίνακα χρηματοδότησης** ,ο οποίος θα εξηγή τις περιουσιακές μεταβολές κατ' όγκο και κατά σύνθεση και θα επιτρέψει τη μελέτη της χρηματιστικής ισορροπίας. Ο πίνακας χρηματοδότησης αποκαλείται και πίνακας πηγών και απασχολήσεων πόρων και επιτρέπει την εκτίμηση της χρηματιστικής διαχείρισης της επιχείρησης ,της πρόσφυγής της στο δανεισμό ,στην αυτοχρηματοδότηση ,σε επενδύσεις κ.τ.λ.

### A.18.1) ΤΡΟΠΟΣ ΚΑΤΑΡΤΙΣΗΣ ΤΟΥ ΠΙΝΑΚΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

Για την κατάρτιση του πίνακα χρειάζονται οι δυο ισολογισμοί αρχής και τέλους της λογιστικής χρήσης για να εντοπισθούν οι μεταβολές των περιουσιακών στοιχείων και η αντίστοιχη κατάσταση των αποτελεσμάτων χρήσης. Είναι αναγκαίο να διαχωρίζονται τα στοιχεία εκμετάλλευσης, τα χρηματιστικά και τα εκτός εκμετάλλευσης στοιχεία κ.τ.λ.

Οι μεταβολές μεταξύ των δυο ισολογισμών, που έχουν άμεση επίπτωση στα διαθέσιμα της επιχείρησης, μεταφέρονται σε ένα πίνακα με δυο στήλες, με τίτλους αριστερά «Απασχολήσεις Πόρων» και δεξιά «Πηγές Πόρων». Οι Απασχολήσεις Πόρων αντιστοιχούν σε μειώσεις των διαθεσίμων (-) και οι Πηγές Πόρων σε αυξήσεις (+).

Στις Πηγές Πόρων καταχωρούνται οι αρνητικές μεταβολές του Ενεργητικού, διότι π.χ η πώληση ενός στοιχείου του Ενεργητικού προκαλεί αύξηση των διαθεσίμων και οι θετικές μεταβολές του Παθητικού, διότι π.χ η ενσωμάτωση κερδών στα αποθεματικά ή το προϊόν ενός δανείου, έχουν επίσης αυξητική επίπτωση στα διαθέσιμα.

Στις Απασχολήσεις Πόρων τώρα καταχωρούνται οι θετικές μεταβολές του Ενεργητικού διότι, π.χ η απόκτηση νέων ακινητοποιήσεων ή η συμμετοχή σε άλλη εταιρία επιφέρουν μείωση των διαθεσίμων, όπως και οι αρνητικές μεταβολές του Παθητικού π.χ. εξόφληση δανείου.

Για να δούμε πως απεικονίζονται όλα αυτά στον παρακάτω πίνακα χρηματοδότησης:

Απασχολήσεις Πόρων (-)	Πηγές Πόρων (+)
<p><b>-Σταθερές Απασχολήσεις</b>  Ε ↑ Ακίνητοποιήσεις Ενεργητικού  Π ↓ Διαρκή Κεφάλαια</p> <p><b>-Βραχυπρόθεσμες Απασχολήσεις</b>  Ε ↑ Κυκλοφορούν Ενεργητικό  Π ↓ Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις</p>	<p><b>-Μακροπρόθεσμοι Πόροι</b>  Π ↑ Διαρκή Κεφάλαια  Ε ↓ Ακίνητοποιήσεις Ενεργητικού</p> <p><b>-Βραχυπρόθεσμοι Πόροι</b>  Π ↑ Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις  Ε ↓ Κυκλοφορούν Ενεργητικό</p>

**Σημείωση :** Τα (-) και (+) αντιστοιχούν στις μεταβολές των διαθεσίμων

Ε = Ενεργητικό

Π = Παθητικό

Ε ↑ = Αύξηση Ενεργητικού

Π ↓ = Μείωση Παθητικού

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Στο κεφάλαιο αυτό αναφέρθηκε η έννοια και οι βασικές λεπτομέρειες της χρηματοδότησης κάνοντας μια ιστορική αναδρομή στην έννοια και τον ορισμό του χρήματος. Στη συνέχεια έγινε εκτενή αναφορά στη σύγχρονη έννοια της χρηματοδότησης και μέσα από προτάσεις μεγάλων θεωρητικών ,συζητήθηκε η χρηματοδότηση των επιχειρήσεων αναλυτικά. Σημαντικό σημείο του κεφαλαίου υπήρξε η καταγραφή των σημαντικών λειτουργιών και σκοπών της επιχείρησης μέσω της χρηματοδότησης. Δώσαμε όλους τους σκοπούς για τους οποίους μπορεί μια επιχείρηση να στραφεί στη χρηματοδότηση. Κατόπιν αναλύθηκαν οι γενικοί κανόνες της χρηματοδότησης και πώς γίνονται οι συναλλαγές μεταξύ τραπεζών και επιχειρήσεων.

Τέλος στο κεφάλαιο μιλήσαμε για τον πίνακα χρηματοδότησης ,για την ανάγκη κατάρτισης του ,αλλά και τον τρόπο κατάρτισης αυτού. Δείξαμε το σχήμα του και την επεξήγηση του τα οποία δανειστήκαμε από το βιβλίο του Ιωάννη Αποστολόπουλου «ΕΙΔΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΔΙΟΙΚΗΣΕΩΣ».

Στο επόμενο κεφάλαιο θα αναλυθούν οι τρόποι χρηματοδότησης και ποιον από αυτούς επιλέγουν κάθε φορά οι επιχειρήσεις ανάλογα με τη νομική μορφή και σύσταση τους.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β

### ΜΟΡΦΕΣ ΚΑΙ ΤΡΟΠΟΙ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Αν και η πίστωση από το τραπεζικό σύστημα είναι παραδοσιακά η πιο κοινή μορφή χρηματοδότησης, υπάρχουν και άλλες επιλογές οι οποίες μπορούν να δώσουν διέξοδο στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Μάλιστα, αρκετές φορές είναι προτιμότερες και πιο αποτελεσματικές από τη λήψη ενός δανείου. Στο πλαίσιο της αναζήτησης των καλύτερων δυνατών όρων χρηματοδότησης, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή διενήργησε πανευρωπαϊκή έρευνα και με ειδικό, πλέον, έντυπο οδηγό προτρέπει τις ΜΜΕ να πληροφορηθούν σχετικά για όλες τις διαθέσιμες εναλλακτικές επιλογές και παράλληλα συνιστά μέτρα για τη μείωση της ανάγκης μιας επιχείρησης για πίστωση.

Τα μέτρα για τη μείωση της ανάγκης μιας επιχείρησης για πίστωση είναι τα ακόλουθα:

- **Χρηματοδοτική μίσθωση**

Αυτό το υβρίδιο μεταξύ μίσθωσης και αγοράς είναι σήμερα όλο και περισσότερο διαθέσιμο για όλα τα είδη εξοπλισμού, όχι μόνο για αυτοκίνητα αλλά και για μηχανήματα και για σχετικά μικρά αντικείμενα, όπως οι εκτυπωτές και οι συσκευές τηλεομοιοτυπίας. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα έρευνας, περισσότερο από 50% των τραπεζών σχεδιάζουν να αυξήσουν τις δραστηριότητές τους τις σχετικές με τη χρηματοδοτική μίσθωση σε ΜΜΕ. (Για την χρηματοδοτική μίσθωση, θα ασχοληθούμε εκτενέστερα στο επόμενο κεφάλαιο)

- **Διαχείριση επιχειρηματικών απαιτήσεων**

Αυτή η πηγή κεφαλαίου συνδέεται με την πελατειακή βάση των επιχειρήσεων. Με την πώληση των εκκρεμών απαιτήσεων της σε μια εταιρεία διαχείρισης επιχειρηματικών απαιτήσεων τα τιμολόγιά της μπορούν να πληρώνονται πιο γρήγορα και πιο αξιόπιστα, ωστόσο δεν θα εισπράττετε το πλήρες ποσό. Οι περισσότερες μεγάλες τράπεζες παρέχουν υπηρεσίες διαχείρισης επιχειρηματικών απαιτήσεων. Από τα αποτελέσματα ερευνών φαίνεται ότι οι μισές περίπου τράπεζες σχεδιάζουν να αυξήσουν την εκ μέρους τους προσφορά υπηρεσιών διαχείρισης επιχειρηματικών απαιτήσεων.

- **Κέρδη αποτελεσματικότητας**

Η παραγωγή του ίδιου όγκου προϊόντων με μικρότερη εισροή κεφαλαίου μπορεί να επιτευχθεί με διάφορους τρόπους, πολλοί από τους οποίους είναι σε τελευταία ανάλυση εσωτερικές λύσεις. Για παράδειγμα, πολλές ΜΜΕ σε κλάδους μεταποίησης ή εμπορίας μπορούν να εξοικονομήσουν κεφάλαιο μέσω της βελτιστοποίησης των διαδικασιών αποθήκευσης δεδομένου ότι η διατήρηση χαμηλότερων αποθεμάτων απαιτεί λιγότερο κεφάλαιο.

## **B.1) ΆΛΛΕΣ ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ**

### **B.1.1) ΕΝΔΙΑΜΕΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ**

Υπάρχουν ορισμένες άλλες μορφές χρηματοδότησης που προσφέρονται ή οργανώνονται από τις τράπεζες για τις ΜΜΕ. Η ενδιάμεση χρηματοδότηση είναι μια υβριδική μορφή κεφαλαίου που συνδυάζει στοιχεία τόσο ιδίων κεφαλαίων όσο και χρέους. Σύμφωνα με την έρευνα, οι μισές περίπου από το σύνολο των τραπεζών θα παρέχουν χρηματοδότηση αυτού του είδους μέχρι το 2007.

### **B.1.2) ΙΔΙΩΤΙΚΟ ΜΕΤΟΧΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ**

Οι εταιρείες με υψηλές προοπτικές ανάπτυξης θα πρέπει να αναζητήσουν πληροφορίες για χρηματοδότηση από ιδιωτικές εταιρείες μετοχικού κεφαλαίου ή επιχειρηματικού κεφαλαίου. Σε αντάλλαγμα για το κεφάλαιο που παρέχουν αυτές οι εταιρείες αποκτούν ένα ποσοστό συμμετοχής στην εταιρεία. Σε πολλές περιπτώσεις οι μεγαλύτερες τράπεζες παρέχουν τέτοιου είδους χρηματοδότηση μέσω εξειδικευμένων θυγατρικών. Σήμερα πολλές τράπεζες παρέχουν ήδη χρηματοδότηση αυτού του είδους και ο αριθμός τους μπορεί να αυξηθεί κατά τα επόμενα έτη.

### **B.1.3) ΠΗΓΕΣ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ**

Εκτός από την ενδιάμεση χρηματοδότηση και το ιδιωτικό μετοχικό κεφάλαιο, μπορείτε επίσης να εξετάσετε τις διάφορες πηγές δημόσιας χρηματοδότησης ή επιδοτούμενης χρηματοδότησης, που παρέχονται σε πολλές ευρωπαϊκές χώρες, συνήθως από ημικρατικά τραπεζικά ιδρύματα.

Θα πρέπει, ωστόσο, να σημειωθεί ότι αυτός ο τύπος χρηματοδότησης συχνά εμφανίζεται με άλλες ονομασίες και συνήθως όλα αυτά τα δάνεια προϋποθέτουν συμμόρφωση με ορισμένους όρους ή με κριτήρια επιλεξιμότητας. Σε ορισμένες περιπτώσεις τα δάνεια αυτού του είδους παρέχονται και από τράπεζες του ιδιωτικού τομέα που ενεργούν ως ενδιάμεσοι οργανισμοί για τα ιδρύματα που χορηγούν τη χρηματοδότηση. Επομένως, είναι χρήσιμο να διαπιστώσετε εάν υπάρχουν προγράμματα κατάλληλα για την επιχείρησή σας.

Πρέπει να σημειωθεί ότι η αξιολόγηση και απόφαση για επιλογή κάποιου συγκεκριμένου προϊόντος ή υπηρεσίας, αφορά αποκλειστικά τον ενδιαφερόμενο επιχειρηματία, ο οποίος θα πρέπει να αποταθεί στους σχετικούς χρηματοδοτικούς φορείς, προκειμένου να λάβει περαιτέρω πληροφόρηση και να αξιολογήσει ενδελεχώς τα χαρακτηριστικά των προϊόντων ή υπηρεσιών.

## B.2) VENTURE CAPITAL (ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ)

Το Κεφάλαιο Επιχειρηματικών Συμμετοχών αποτελεί μία εναλλακτική πηγή χρηματοδότησης, για την ανάπτυξη ήδη υφισταμένων επιχειρήσεων ή τη δημιουργία νέων και αφορά στη συμμετοχή των Εταιριών Επιχειρηματικών Συμμετοχών στο μετοχικό κεφάλαιο μιας εταιρίας είτε μέσω αύξησης μετοχικού κεφαλαίου είτε μέσω έκδοσης μετατρέψιμου ομολογιακού δανείου. Οι Εταιρείες Επιχειρηματικών Συμμετοχών συμμετέχοντας στο μετοχικό κεφάλαιο μιας εταιρίας, αναλαμβάνουν ισόποσα ένα μέρος του επιχειρηματικού κινδύνου της εταιρίας και προσδοκούν υψηλή απόδοση, αντίστοιχη με αυτήν του επιχειρηματία. Οι Εταιρείες Επιχειρηματικών Συμμετοχών επενδύουν με μέσο-μακροπρόθεσμο ορίζοντα και επιδιώκουν να ρευστοποιούν τη συμμετοχή τους σε προσυμφωνημένο χρόνο και με προσυμφωνημένο τρόπο. Στόχος τους, δηλαδή, είναι η άντληση κερδών από την υπεραξία των μετοχών, υπεραξία που δημιουργείται και από τη συμμετοχή και συμβολή των Εταιριών Επιχειρηματικών Συμμετοχών στην ανάπτυξη μιας επιχείρησης μέσω των εμπειριών, επαφών, καθώς και της οικονομικής, εμπορικής και διοικητικής τεχνογνωσίας που προσφέρουν. Επίσης η επιχείρηση υποστηρίζεται ενεργά στο στρατηγικό σχεδιασμό, στο marketing και τις πωλήσεις, στον οικονομικό προγραμματισμό και έλεγχο, στη μεταφορά τεχνογνωσίας και στην εισαγωγή σύγχρονων μεθόδων διοίκησης.

Οι εταιρείες που αποτελούν τον επενδυτικό στόχο των Εταιριών Επιχειρηματικών Συμμετοχών είναι συνήθως μη εισηγμένες, μικρομεσαίες εταιρείες που βρίσκονται στα αρχικά στάδια ανάπτυξης, οι οποίες όμως διαθέτουν σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης λόγω: καινοτομίας προϊόντων και υπηρεσιών, ελκυστικότητας κλάδου, ιδιαίτερα ικανού management κλπ.

Στην διαδικασία επένδυσης μία εταιρίας Επιχειρηματικών Συμμετοχών είναι η ακόλουθη:

- Αποστολή επιχειρηματικού σχεδίου από την Εταιρεία-Στόχο προς την Εταιρεία Επιχειρηματικών Συμμετοχών
- Πρώτη αξιολόγηση και απάντηση της εταιρίας Venture Capital (θετική ή αρνητική)
- Στην περίπτωση θετικής απάντησης, ξεκινά ένας κύκλος επαφών μεταξύ στελεχών της εταιρίας-στόχου και του Venture Capital, προκειμένου να διαπιστωθούν από την τελευταία στοιχεία όπως η ελκυστικότητα του κλάδου, η στρατηγική της εταιρίας, η ικανότητα και η σύνθεση της διοικητικής ομάδας κλπ.
- Στη συνέχεια η εταιρεία Venture Capital προβαίνει σε εις βάθος έλεγχο των οικονομικών στοιχείων και γενικότερα στην επαλήθευση των όσων γράφονται στο επιχειρηματικό σχέδιο της εταιρίας-στόχο με αυτά που υπάρχουν ή εκτιμώνται στην πραγματικότητα.



- Η εταιρεία Venture Capital βασιζόμενη στα παραπάνω στοιχεία, αποτιμά την αξία της εταιρείας-στόχου και βάσει αυτής προσδιορίζει την αξία του τιμήματος για το ποσοστό που επιθυμεί να αναλάβει καθώς και μία σειρά από άλλους όρους (π.χ. έξοδο από την επένδυση κλπ.)
- Ακολουθούν διαπραγματεύσεις μεταξύ του Venture Capital και της εταιρείας στόχου προκειμένου να διαπραγματευτούν και να γίνουν αποδεκτοί οι όροι της συμφωνίας.
- Στη συνέχεια, η εταιρεία Venture Capital παρουσιάζει την επενδυτική της πρόταση για τη συγκεκριμένη εταιρεία-στόχο στην επενδυτική της επιτροπή, η οποία αποφασίζει τελικά για το αν θα υλοποιηθεί ή όχι η επένδυση.
- περίπτωση που εγκριθεί η επένδυση, η εταιρεία Venture Capital, προκειμένου να διασφαλίσει στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό την επένδυσή της, παραγγέλλει νομικό, οικονομικό, λογιστικό και τεχνικό έλεγχο της εταιρείας-στόχου προκειμένου να διαπιστωθεί και από τρίτους η ορθή οικονομική, νομική, λογιστική και τεχνική κατάσταση της εταιρείας.
- Μετά το θετικό πόρισμα των ανωτέρω ελέγχων, ακολουθεί η υπογραφή της σύμβασης ή οποιοδήποτε άλλων νομικών εγγράφων.
- Συγκαλείται Γενική Συνέλευση της εταιρείας η οποία αποφασίζει την Αύξηση του Μετοχικού Κεφαλαίου με παραίτηση των παλαιών μετόχων υπέρ της εταιρείας Venture Capital.
- Η εταιρεία Venture Capital συμμετέχει στην αύξηση κεφαλαίου, καταβάλλει το μερίδιό της, και τα κεφάλαια εισρέουν στο ταμείο της εταιρείας.
- Η εταιρεία Venture Capital συμμετέχει συνεχώς στην παρακολούθηση και καθοδήγηση της εταιρείας μέσω συμβουλευτικών υπηρεσιών (στρατηγικός σχεδιασμός, marketing κλπ.)

### **B.3) FACTORING - ΠΡΑΚΤΟΡΕΥΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΑΠΑΙΤΗΣΕΩΝ**

Το factoring είναι ένα σχετικά νέο τραπεζικό προϊόν, το οποίο σε αντίθεση με το leasing που αφορά χρηματοδότηση πάγιου εξοπλισμού, αποτελεί εναλλακτική λύση κάλυψης των αναγκών των επιχειρήσεων σε κεφάλαιο κίνησης μέσω της εκχώρησης των απαιτήσεων μίας επιχείρησης από τους πελάτες της σε μία εταιρεία factoring.

#### **B.3.1) ΤΟ FACTORING ΑΠΟΤΕΛΕΙΤΑΙ ΑΠΟ ΤΙΣ ΑΚΟΛΟΥΘΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ:**

1. την προεξόφληση (χρηματοδότηση) απαιτήσεων,
2. τη λογιστική παρακολούθηση,
3. την είσπραξη των απαιτήσεων,
4. την πιστωτική αξιολόγηση των πελατών και
5. την κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου από αδυναμία πληρωμής των απαιτήσεων.

Το factoring λειτουργεί ως εξής: η εταιρεία factoring αναλαμβάνει να «αγοράσει» τις απαιτήσεις της επιχείρησης (τιμολόγια) και να της αποδώσει μέρος ή το σύνολο της αξίας (το σύνηθες ποσό προεξόφλησης ανέρχεται σε 80-90% και το υπόλοιπο ποσό αποδίδεται κατά την εκκαθάριση της συναλλαγής), μειωμένο κατά το ποσό των προμηθειών και των προεξοφλητικών τόκων. Στη συνέχεια η εταιρεία factoring απευθύνεται στους πελάτες της επιχείρησης, προκειμένου να εισπράξει την αξία των τιμολογίων.

Στην περίπτωση που η συμφωνία μεταξύ της επιχείρησης και της εταιρείας factoring αναφέρει για factoring με αναγωγή του κινδύνου τότε στο ενδεχόμενο κατά το οποίο οι πελάτες της επιχείρησης δεν εξοφλήσουν τα τιμολόγια στην εταιρεία factoring, η τελευταία απευθύνεται πίσω στην επιχείρηση και ζητεί από αυτήν την πληρωμή της αξίας. Το factoring χωρίς δικαίωμα αναγωγής, δεν δίνει τέτοιο δικαίωμα, όπως αναφέρει και ο όρος, στην εταιρεία factoring, να απευθυνθεί δηλαδή στην επιχείρηση που εξέδωσε τα τιμολόγια και συνεπώς η εταιρεία factoring αναλαμβάνει εξ ολοκλήρου το κίνδυνο. Σημειώνεται ότι το factoring χωρίς δικαίωμα αναγωγής έχει υψηλότερο κόστος από ότι με το δικαίωμα αναγωγής, διότι ο αναλαμβανόμενος πιστωτικός κίνδυνος για την εταιρεία factoring είναι μεγαλύτερος, καθώς επίσης και διότι πληρώνει ασφάλιστρα σε τράπεζες ή άλλους οργανισμούς οι οποίοι θα την αποζημιώσουν σε περίπτωση που δεν καταστεί δυνατή η είσπραξη της απαίτησης.

### **B.3.2) ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΠΟΥ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΟ FACTORING ΔΙΕΥΚΡΙΝΙΖΟΝΤΑΙ ΤΑ ΕΞΗΣ:**

- 1) Εγχώριο factoring με αναγωγή: στην περίπτωση, π.χ., που οι πελάτες δεν πληρώσουν τα τιμολόγια, η εταιρεία factoring στρέφεται στην επιχείρηση που εξέδωσε τα τιμολόγια και ζητά την πληρωμή του μη εισπραχθέντος ποσού).
- 2) Εγχώριο factoring άνευ αναγωγής: όπως η περίπτωση 1 με τη διαφορά ότι η εταιρεία factoring δεν έχει το δικαίωμα να στραφεί στον εκδότη των τιμολογίων, ο οποίος έχει εκχωρήσει τις απαιτήσεις του στην εταιρεία factoring.
- 3) Εγχώριο factoring με μερική αναγωγή: ενδιάμεση περίπτωση των 1 και 2, όπου συμφωνείται μεταξύ εταιρείας factoring και επιχείρησης, η δυνατότητα της πρώτης να προσφύγει στη δεύτερη για πληρωμή μέρους της συνολικής αξίας που έχει εκχωρηθεί, στην περίπτωση που οι πελάτες της επιχείρησης δεν προβούν στην πληρωμή των τιμολογίων. Το προϊόν αυτό έχει χαμηλότερη κοστολόγηση από το αντίστοιχο χωρίς δικαίωμα αναγωγής του κινδύνου, διότι ο τελευταίος επιμερίζεται και στα δύο μέρη (επιχείρηση και εταιρεία factoring).
- 4) Εξαγωγικό factoring άνευ αναγωγής: όπως περίπτωση 2 με τη διαφορά ότι οι πελάτες της επιχείρησης είναι εταιρείες του εξωτερικού.

Αναλυτικότερα:

#### **a) Διεθνές Factoring**

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

- **Εξαγωγικό Factoring**

Αφορά εξαγωγικές πιστώσεις και μπορεί να γίνει μόνο με ανάληψη του πιστωτικού κινδύνου από τον πράκτορα (χωρίς αναγωγή).

Λειτουργεί με τη μέθοδο "Two Factor System", δηλαδή με τη συνεργασία δύο πρακτόρων, της ελληνικής εταιρείας FACTORING αφενός και της αντίστοιχης εταιρείας που εδρεύει στην χώρα του εισαγωγέα αφετέρου.

Τα δύο μέρη συνήθως είναι μέλη του F.C.I. (Factors Chain International) και είναι υποχρεωμένα να τηρούν αυστηρούς κανόνες. Την εγγύηση πληρωμής του εισαγωγέα - οφειλέτη αναλαμβάνει η εταιρεία FACTORING μέσω του αντίστοιχου πράκτορα του εξωτερικού και εγγυώνται την πληρωμή του εξαγωγέα μέσα σε 90 ημέρες από τη λήξη της οφειλής (εάν δεν υπάρχει ποιοτική ή ποσοτική διαφορά), έστω κι αν ο εισαγωγέας αδυνατεί να εξοφλήσει την οφειλή του.

- **Εισαγωγικό Factoring**

Αφορά εταιρείες από το εξωτερικό που εξάγουν προς την Ελλάδα και ζητούν Factoring από πράκτορα της χώρας του. **Ο πράκτορας εγγυάται την πληρωμή του εισαγωγέα στην Ελλάδα.** Σε αυτές τις περιπτώσεις ο εισαγωγέας πρέπει να είναι απόλυτα φερέγγυος, αφού ο πράκτορας αναλαμβάνει πλήρως τον κίνδυνο μη πληρωμής.

Χιλιάδες επιχειρήσεις με εκατομμύρια πελάτες ανά τον κόσμο, χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες Διεθνούς Factoring. Οι λόγοι για τους οποίους επιλέγουν το factoring είναι οι εξής:

- Συνεχής ρευστότητα.
- 100% ασφαλιστική κάλυψη έναντι επισφαλών οφειλετών.
- Διαχείριση λογαριασμού οφειλετών.
- Εξοικονόμηση πολύτιμου χρόνου που συνεπάγεται επικέντρωση στην προώθηση εργασιών της επιχείρησης.
- Συνεχής αξιολόγηση της φερεγγυότητας των οφειλετών.

Το Εξαγωγικό Factoring λειτουργεί μέσω του δικτύου της Factors Chain International (FCI) όπου χρησιμοποιείται το σύστημα των δύο πρακτόρων ("Two Factor System"). Το οποίο καλύπτει περισσότερες από 50 χώρες με 150 μέλη σε ολόκληρη την υφήλιο, κάνει χρήση των υπηρεσιών ενός ανταποκριτή πράκτορα, ο οποίος είναι επίσης μέλος της FCI και ο οποίος βρίσκεται στην χώρα του αγοραστή.

#### **Οφέλη για τον εξαγωγέα**

- Πλήρης και ευέλικτη ασφάλιση του εξαγωγέα προστατεύοντάς τον έτσι από πιθανούς επισφαλείς οφειλέτες.
- Συνεχής και έγκυρη πιστοληπτική αξιολόγηση των τελευταίων.
- Εξοικονόμηση χρόνου και κόστους όσον αφορά καθυστερήσεις που σχετίζονται με ανοίγματα πιστώσεων όπως Letters of Credit, Letters of Guarantee και άλλα.
- Άριστη γνώση της αγοράς στην οποία εξάγετε από τον ανταποκριτή πράκτορα.
- Οι οφειλέτες σας συναλλάσσονται με έναν πράκτορα στη δική τους χώρα υπερπηδώντας έτσι γεωγραφικά, γλωσσικά και νομικά ζητήματα στις διαπραγματεύσεις τους.

## Διαδικασία

**Στάδιο 1:** Η επιχείρηση κοινοποιεί τον κατάλογο των επί πιστώσει οφειλετών εξωτερικού στην εταιρεία Factor που θα επιλέξει, η οποία με τη βοήθεια των συνεργατών της στο εξωτερικό καθορίζει το ασφαλιζόμενο πιστωτικό όριο ανά πελάτη.

**Στάδιο 2:** Η επιχείρηση αποστέλλει τα πρωτότυπα τιμολόγια στους οφειλότες της, τα οποία έχουν σφραγισθεί με την απαιτούμενη αναγγελία εκχώρησής τους σε συγκεκριμένο πράκτορα του εξωτερικού με τον οποίο επέλεξε να συνεργαστεί.

**Στάδιο 3:** Αντίγραφα των τιμολογίων, φορτωτικών και άλλων σχετικών εγγράφων, αποστέλλονται στο Factor η οποία μεταβιβάζει τις λεπτομέρειές τους ηλεκτρονικά στους συνεργάτες της στο εξωτερικό.

**Στάδιο 4:** Η επιχείρηση Factor προεξοφλεί τα τιμολόγια βάσει της συμφωνίας με τον προμηθευτή με πίστωση του αλληλόχρεου λογαριασμού της επιχείρησης με την Τράπεζα.

**Στάδιο 5:** Η διαχείριση και είσπραξη των απαιτήσεων γίνεται από τον ανταποκριτή πράκτορα στο εξωτερικό. Οι συνεργάτες της εταιρείας Factor στο εξωτερικό εκδίδουν μηνιαίες καταστάσεις λογαριασμού και υπενθυμίστες επιστολές βάσει των οποίων οι οφειλότες καλούνται να πληρώσουν.

**Στάδιο 6:** Με την είσπραξη από τον οφειλέτη οι πράκτορες του εξωτερικού εμβάζουν αμέσως τα ποσά στο λογαριασμό του Factor την οποία ενημερώνουν ταυτόχρονα μέσω του δικτύου της FCI.

**Στάδιο 7:** Αμέσως μετά τη λήψη του εμβάσματος, ο Factor ενημερώνει το καθολικό οφειλετών και θέτει στη διάθεση του προμηθευτή το μη προεξοφληθέν ποσοστό των τιμολογίων που εισπράχθηκαν.

Σε περίπτωση μη είσπραξης της απαίτησης εντός τριών μηνών από την ημερομηνία λήξης του τιμολογίου, ο Factor καταβάλλει στην επιχείρηση το 100% της αξίας του τιμολογίου, νοουμένου ότι αυτή δεν ξεπερνά το εγκριθέν ασφαλιζόμενο πιστωτικό όριο και ότι δεν συντρέχουν ειδικοί λόγοι για τη μη πληρωμή εκ μέρους του οφειλέτη.

Εισαγωγικό Factoring. Η υπηρεσία αυτή αφορά επιχειρήσεις που ενεργοποιούνται στην Ελλάδα και οι οποίες εισάγουν προϊόντα ή υπηρεσίες από το εξωτερικό. Αυτή είναι μία διαδικασία η οποία πρέπει να ξεκινήσει από τον εξαγωγέα ο οποίος έρχεται σε επαφή με τον πράκτορα της τράπεζας με την οποία συνεργάζεται.

**Στο εισαγωγικό factoring** η επιχείρησή σας θα απολαμβάνει οφέλη αντίστοιχα με αυτά που περιγράφονται στο Εξαγωγικό Factoring.

## Οφέλη για τον εισαγωγέα

- Συναλλάσσετε με τον Factor στην Ελλάδα, υπερπηδώντας έτσι γεωγραφικά και γλωσσικά ζητήματα.
- Παρέχεται η δυνατότητα πληρωμής μέσω του δικτύου συνεργαζόμενης Τράπεζας του factor.
- Αποφεύγετε έξοδα και καθυστερήσεις που σχετίζονται με ανοίγματα πιστώσεων όπως Letters of Credit, Letters of Guarantee και άλλα.
- Ο εισαγωγέας είναι σε θέση να εξασφαλίσει ευνοϊκότερους όρους πληρωμής από τους προμηθευτές και να επεκτείνει έτσι τις εισαγωγικές του δραστηριότητες.

## b) Καταναλωτικό Factoring

Το καταναλωτικό factoring αφορά εμπορικές επιχειρήσεις καταναλωτικών αγαθών ή παροχής υπηρεσιών σε ιδιώτες, που θέλουν να προσφέρουν ένα διαφορετικό τρόπο μακροπρόθεσμης πίστωσης στους πελάτες τους, πέραν των καταναλωτικών δανείων, πιστωτικών καρτών ή συναλλαγματικών.

Είναι η χρηματοδότηση με τη μεγαλύτερη αύξηση αναλογικά στην Ελλάδα αφού προσφέρει ευελιξία και χαμηλή επιβάρυνση χωρίς να αναγκάζει καταναλωτές και έμπορους να εμπλέκονται σε χρονοβόρες διαδικασίες έγκρισης & έκδοσης πιστωτικής κάρτας ή υλικής εξασφάλισης και εγγύησης σε περίπτωση τραπεζικού δανεισμού. Επιπλέον η διαδικασία έγκρισης, της προς επεξεργασίας αίτησης, διαρκεί κατά μέσο όρο μόνο **20 ΛΕΠΤΑ**.

## c) Εγχώριο Factoring με Αναγωγή

Το Εγχώριο Factoring με Αναγωγή απευθύνεται σε επιχειρήσεις οι οποίες δραστηριοποιούνται στην εγχώρια αγορά. Είναι ένα προϊόν ειδικά σχεδιασμένο για επιχειρήσεις που επιθυμούν να απεγκλωβιστούν από τη διαχείριση και είσπραξη των απαιτήσεων των οφειλετών τους και παράλληλα να βελτιώσουν την ρευστότητά τους.

Η εταιρεία αναλαμβάνει πλήρως την ευθύνη διαχείρισης και είσπραξης των επιχειρηματικών απαιτήσεων απαλλάσσοντας έτσι την επιχείρηση από το βάρος των χρονοβόρων λειτουργικών διαδικασιών. Ταυτόχρονα, αξιολογεί την πιστοληπτική ικανότητα των οφειλετών της επιχείρησης και συμβουλεύει ανά-

λογα τον πελάτη προστατεύοντάς τον από την ανάληψη υπέρμετρων πιστωτικών κινδύνων.

### **Οφέλη για τις επιχειρήσεις**

- Συνεχής και άμεση ρευστότητα ανάλογη με το ρυθμό ανάπτυξης της επιχείρησής σας, επιτρέποντας την επέκταση των δραστηριοτήτων και αγοραστικών δυνατοτήτων σας.
- Πιο άρτια παρακολούθηση των απαιτήσεών σας, εξοικονομώντας πολύτιμο χρόνο για την προώθηση εργασιών σας.
- Έγκυρη εκτίμηση της πιστοληπτικής ικανότητας των οφειλετών σας, μειώνοντας τον κίνδυνο επισφαλών απαιτήσεων.
- Ανάθεση της είσπραξης στο Factor με δυνατότητα έγκαιρης και άμεσης ενημέρωσής σας για αποκλίσεις στους χρόνους πληρωμής.

### **Διαδικασία**

**Στάδιο 1:** Ο Factor (πράκτορας) διενεργεί πιστοληπτική αξιολόγηση και καθορίζει όρια χρηματοδότησης για τον κάθε οφειλέτη και στη συνέχεια η επιχείρηση (προμηθευτής) και ο Factor κοινοποιούν τη μεταξύ τους συνεργασία σε όλους τους εκχωρημένους οφειλέτες.

**Στάδιο 2:** Αντίγραφα των τιμολογίων και / ή οι καρτέλες οφειλετών κοινοποιούνται στο Factor.

**Στάδιο 3:** Ο Factor προεξοφλεί με βάση το προσυμφωνηθέν ποσοστό μέχρι του ανωτάτου ορίου προεξόφλησης με πίστωση του τραπεζικού λογαριασμού της επιχείρησης στην Τράπεζα.

**Στάδιο 4:** Οι υπεύθυνοι είσπραξης της εταιρεία Factor παρακολουθούν συστηματικά, αλλά διακριτικά, όλες τις εκχωρημένες απαιτήσεις, επικοινωνώντας τηλεφωνικώς με τους οφειλέτες αλλά και με τον προμηθευτή με σκοπό την ομαλή εξόφλησή τους.

**Στάδιο 5:** Με την είσπραξη από τον οφειλέτη, ο Factor ενημερώνει το καθολικό πελατών και θέτει στη διάθεση του προμηθευτή το μη προεξοφληθέν ποσό των τιμολογίων που πληρώθηκαν.

#### **d) Εγγώριο Factoring Χωρίς Αναγωγή**

Το προϊόν αυτό περιλαμβάνει τις υπηρεσίες του Εγγωρίου Factoring με Αναγωγή, δηλαδή προεξόφληση, διαχείριση, είσπραξη και πιστωτικό έλεγχο των οφειλετών και **επιπλέον** παρέχει ασφαλιστική κάλυψη των εκχωρούμενων επιχειρηματικών απαιτήσεων του πελάτη.

Αυτό σημαίνει ότι ο Factor αναλαμβάνει τον πιστωτικό κίνδυνο των οφειλετών προστατεύοντας έτσι την επιχείρησή σας από πιθανή αδυναμία πληρωμής αυτών.

#### Προεξόφληση Τιμολογίων

Η υπηρεσία αυτή είναι ιδανική για επιχειρήσεις οι οποίες αναπτύσσονται με γρήγορους ρυθμούς, δημιουργώντας έτσι συνεχώς αυξανόμενες ανάγκες για κεφάλαιο κίνησης, χωρίς όμως να αντιμετωπίζουν προβλήματα είσπραξης.

Στην περίπτωση της Προεξόφλησης Τιμολογίων, δεν γίνεται κοινοποίηση της συμφωνίας factoring της επιχείρησής με τον Factor.

Η επιχείρηση εξακολουθεί να διαχειρίζεται το καθολικό των πελατών της και να εισπράττει από αυτούς αλλά είναι υποχρέωση της επιχείρησης η άμεση απόδοση των εισπράξεων στον Factor.

#### **Οφέλη για την επιχείρησή σας**

- Συνεχής και ευέλικτη χρηματοδότηση ανάλογη με το ρυθμό ανάπτυξης της επιχείρησής σας, επιτρέποντας την επέκταση των δραστηριοτήτων και αγοραστικών δυνατοτήτων σας.
- Υψηλού επιπέδου διαχείριση των υπολοίπων με δυνατότητα παροχής σημαντικής διοικητικής πληροφόρησης και αξιολόγηση πιστωτικού κινδύνου των οφειλετών σας.



## Διαδικασία

**Στάδιο 1:** Τα επί πιστώσει τιμολόγια της επιχείρησης (προμηθευτή) εκχωρούνται στο Factor.

**Στάδιο 2:** Ο Factors προεξοφλεί τα τιμολόγια βάσει της συμφωνίας με τον προμηθευτή (η ευθύνη για την είσπραξη των απαιτήσεων παραμένει στον προμηθευτή).

**Στάδιο 3:** Ο προμηθευτής αποδίδει άμεσα τις εισπράξεις στο Factor

**Στάδιο 4:** Ο Factor θέτει στη διάθεση του προμηθευτή το μη προεξοφληθέν ποσοστό των τιμολογίων παρακρατώντας τις σχετικές προμήθειες.

## e) Το Κόστος του Factoring

Το συνολικό κόστος των υπηρεσιών factoring είναι άθροισμα δύο ανεξάρτητων προμηθειών.

Η **πρώτη** είναι η προμήθεια διαχείρισης η οποία αφορά το κόστος των παρεχόμενων διαχειριστικών, εισπρακτικών και παρακολούθησης του λογαριασμού του προμηθευτή υπηρεσιών. Η προμήθεια διαχείρισης χρεώνεται άπαξ επί της αξίας του τιμολογίου. Το κόστος αυτό καθορίζεται ανάλογα με τα χαρακτηριστικά των οφειλετών, τις διαδικασίες τιμολόγησης, τη γεωγραφική διασπορά αυτών, κ.α.

Η **δεύτερη** είναι η προμήθεια προεξόφλησης η οποία αφορά το χορηγητικό επιτόκιο που βαρύνει το εκάστοτε υπόλοιπο των προεξοφληθέντων απαιτήσεων. Η προμήθεια προεξόφλησης χρεώνεται στο υπόλοιπο του αλληλόχρεου λογαριασμού ανά ημέρα.

## f) Συχνές ερωτήσεις γύρω από factoring

- *Το factoring ικανοποιεί μόνο τις ρευστοτικές ανάγκες των επιχειρήσεων και τίποτα παραπάνω;*

Πολλοί πιστεύουν ότι οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν factoring μόνο για την άντληση χρηματοδότησης. Αυτό βέβαια δεν ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα καθώς το factoring προσφέρει στις επιχειρήσεις μία ολοκληρωμένη δέσμη υπηρεσιών. Είναι ένα υψηλής αποδοτικότητας "εργαλείο" για τη διαχείριση, την είσπραξη, τη χρηματοδότηση και την ασφάλιση λογαριασμών πελατών.

- *Πότε είναι απαραίτητο το factoring;*

Μία επιχείρηση ενδέχεται να χρειαστεί τις υπηρεσίες factoring καθ' όλη τη διάρκεια λειτουργίας της.

Στην αρχή, η χρηματοδότηση επιχειρηματικών απαιτήσεων από Factor μπορεί να σας ανακουφίσει από τραπεζικά δάνεια και προβλήματα ρευστότητας. Στην πιο ώριμη πορεία της επιχείρησης, όταν αυτή επικεντρώνει τις προσπάθειές της στην αύξηση πωλήσεων, οι υπηρεσίες του Factor μπορούν να χρηματοδοτήσουν την ανάπτυξη της επιχείρησης, να αποδεσμεύσουν ανθρώπινο δυναμικό από τον αντιφατικό ρόλο του πωλητή και εισπράκτορα ή ακόμα και να αποτρέψουν πιθανές επισφαλείς απαιτήσεις.

Επίσης, όταν και εάν αποφασίσετε να εξαγάγετε τα προϊόντα σας, ο Factor θα σας εφοδιάσει με την απαιτούμενη γνώση και υποστήριξη έτσι ώστε να πορευτείτε με επιτυχία σε νέες αγορές.

- *Σε ποιους απευθύνεται το factoring;*

Το factoring απευθύνεται σε όλες τις επιχειρήσεις οι οποίες πωλούν αγαθά ή προσφέρουν υπηρεσίες με βραχυπρόθεσμη πίστωση σε επαναληπτικής αγοραστικής συμπεριφοράς πελατεία, στην εγχώρια και διεθνή αγορά.

Ο εκχώρούμενος ετήσιος κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων που μπορούν να επωφεληθούν από το factoring ξεκινάει από €300,000.

Επίσης, προσφέρει ελκυστική επιλογή στις επιχειρήσεις που έχουν ως στόχο τους τη μείωση των λειτουργικών εξόδων, την επαγγελματική διαχείριση των οφειλετών, τη μείωση του πιστωτικού κινδύνου και τη μόνιμη βελτίωση της.

- *Η χρήση factoring δίνει την εντύπωση μιας επιχείρησης που αντιμετωπίζει οικονομικές δυσκολίες;*

Αντιθέτως. Σήμερα οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις από όλους τους κλάδους της οικονομίας, τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό, κάνουν χρήση υπηρεσιών factoring.

Οι διαφορετικοί παράγοντες που καθορίζουν τα δεδομένα της αγοράς σε σχέση με το παρελθόν, όπως ο αυξανόμενος ανταγωνισμός και η ανάγκη για μείωση λειτουργικών εξόδων, επιτάσσουν τη χρήση υπηρεσιών factoring.

Το factoring αποτελεί πλέον τη σύγχρονη και αποτελεσματική απάντηση στις αυξανόμενες ανάγκες κάθε υγιούς επιχείρησης που εξελίσσεται.

- *Πως μπορεί να είμαι σίγουρη η επιχείρηση, ότι θα εισπραχθούν έγκαιρα από τους οφειλέτες της; Άλλωστε, όσο καθυστερούν οι εισπράξεις, τόσο περισσότερους τόκους κερδίζει ο πράκτορας.*

Οι παράγοντες που διαφοροποιούν το factoring από τα υπόλοιπα τραπεζικά προϊόντα είναι ο συνδυασμός των υπηρεσιών που προσφέρονται, ο υψηλός

επαγγελματισμός και η τεχνογνωσία στην είσπραξη απαιτήσεων. Ο πράκτορας οφείλει να εισπράττει στη συμφωνημένη μεταξύ προμηθευτή και οφειλέτη περίοδο πίστωσης, ενημερώνοντάς σας άμεσα σε περίπτωση καθυστέρησης. Τέλος, θα πρέπει να έχετε υπόψη, ότι όσο εκκρεμεί μία είσπραξη, τόσο μεγαλώνει το ρίσκο μη είσπραξης της.

- Ποια είναι η διαφορά μεταξύ Προεξόφλησης Τιμολογίων και Factoring;

Και τα δύο προϊόντα παρέχουν άμεση χρηματοδότηση έναντι των τιμολογίων που εκδίδονται. Αλλά, ενώ η προεξόφληση τιμολογίων συνεπάγεται ότι η εταιρεία διαχειρίζεστε τους λογαριασμούς των πελατών της, με το factoring παρέχεται μία πιο ολοκληρωμένη δέσμη υπηρεσιών η οποία συμπεριλαμβάνει διαχείριση του καθολικού των πελατών της, είσπραξη των απαιτήσεών της και πιστωτικό έλεγχο των οφειλετών της.

### **B.3.3) ΔΕΚΑ ΛΟΓΟΙ ΓΙΑ ΝΑ ΑΠΟΦΑΣΙΣΕΤΕ ΝΑ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΕΤΕ ΤΟ FACTORING!**

1. Έχετε δυσκολίες τραπεζικής χρηματοδότησης;
2. Έχετε δυσκολίες να πληρώσετε τους λογαριασμούς στην ώρα τους;
3. Εισπράττετε τακτικά με καθυστέρηση 30 ημερών;
4. Έχετε προβλήματα είσπραξης;
5. Έχετε διαγράψει λογαριασμούς που δεν εισπράχθηκαν;
6. Έχετε προβλήματα φόρων;
7. Μεγαλώνει η εταιρεία σας με γρήγορους ρυθμούς;
8. Θέλετε περισσότερο έλεγχο στη ροή ρευστού;
9. Θέλετε να αυξήσετε την αγοραστική δύναμη της επιχείρησή σας;
10. Έχετε προσωπικό ικανό και αφοσιωμένο και χρόνο ώστε να κανονίζετε τους λογαριασμούς – εισπράξεις- πιστώσεις των πελατών ή θα προτιμούσατε να αφιερώνετε τον χρόνο σας σε πιο κεντρικά επιχειρησιακά θέματα;

Σύμφωνα με διαφημιστικό φυλλάδιο της τράπεζας Κύπρου, εάν η απάντηση είναι **ΝΑΙ** σε 2 ή περισσότερες ερωτήσεις, σκεφτείτε να κάνετε το **FACTORING** οικονομικό σας συνεργάτη!

#### B.3.4) ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΟΥ FACTORING

- Αποτελεί μια εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης και διευρύνει την πιστοληπτική ικανότητα του εκχωρητή προμηθευτή.
- Σωστότερη χρηματοοικονομική διαχείριση στις επιχειρήσεις που διαθέτουν οργανωμένα λογιστήρια και νομικά τμήματα.
- Μείωση του κόστους διαχείρισης χαρτοφυλακίου των επιχειρήσεων με το ρόλο των εκχωρητών.
- Συμβάλλει στην σωστότερη διοίκηση της επιχείρησης αφού αναλαμβάνει την λογιστική παρακολούθηση, τις εισπράξεις, τις δικαστικές διαδικασίες για τους επισφαλείς πελάτες, την παροχή πληροφοριών σχετικά με τους πελάτες.
- Ενισχύει τις επιχειρήσεις και συμβάλλει στην αύξηση των πωλήσεων τους, διευκολύνοντας την ρευστότητα αυτών.
- Όφελος για τον προμηθευτή από την πώληση των τιμολογίων στην διεθνή τραπεζική αγορά με χαμηλότερα επιτόκια.
- Ασφαλιστική κάλυψη των εξαγωγών και των αντιστοίχων απαιτήσεων, προωθώντας τις εξαγωγές.
- Δίνει την δυνατότητα στην επιχείρηση να επικεντρώσει τις δυνάμεις της στην παραγωγή και στα κανάλια διανομής των προϊόντων, απαλλάσσοντας την από την χρηματοδοτική μέριμνα.
- Απαλλάσσεται η επιχείρηση από την διατήρηση τμήματος πίστωσης.
- Πλήρης ασφάλεια απέναντι σε αφερέγγυους οφειλέτες. Απαλλαγή του λογιστηρίου από τμήμα οφειλετών.

Πέραν όμως του factoring και του Venture Capital, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις μπορούν να αξιοποιήσουν και άλλες νέες εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης, όπως είναι το leasing, οι Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων, και οι Επιχειρηματικοί «Αγγελοι».

#### **B.4) ΘΕΡΜΟΚΟΙΤΙΔΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ - BUSINESS INCUBATORS**

Οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων, όπως αναφέρει και το τίτλος, είναι εταιρείες οι οποίες αναλαμβάνουν να «εκκολάψουν» μία επιχειρηματική ιδέα, ήτοι να προσφέρουν στέγη, υποδομές, μια πλήρη γκάμα υποστηρικτικών υπηρεσιών, ακόμη και κεφάλαια, προκειμένου να στηθεί και να κάνει τα πρώτα της βήματα μια νέα ή μικρή επιχείρηση που η ανάπτυξή της στηρίζεται σε ένα καινοτόμο business plan.

Τα σχέδια τα οποία υποβάλλονται από τους υποψήφιους επιχειρηματίες ή ακόμη και από ερευνητές και υφιστάμενες επιχειρήσεις, εξετάζονται εκτενώς και εφόσον εγκριθούν από τους φορείς των θερμοκοιτίδων, περνούν στη φάση της υλοποίησης. Οι καινοτόμες ιδέες που έχουν τις περισσότερες πιθανότητες να ενταχθούν σε μια από τις υφιστάμενες θερμοκοιτίδες είναι αυτές που προέρχονται από τους τομείς της νέας τεχνολογίας (πληροφορική, επικοινωνίες, βιομηχανικός και ιατρικός εξοπλισμός).

Η βοήθεια που προσφέρουν οι θερμοκοιτίδες στις «προστατευόμενες» τους επιχειρήσεις, δεν παρέχεται για πάντα. Ανάλογα με την περίπτωση, κυμαίνεται από 3 έως 7 έτη, ενώ η θερμοκοιτιζόμενη επιχείρηση συνήθως καταβάλλει μηνιαίως ένα ποσό, προκειμένου να κάνει χρήση του χώρου που της παραχωρείται καθώς και των υπηρεσιών που της προσφέρονται (π.χ. ηλεκτρονικοί υπολογιστές, φωτοτυπικό, γραμματειακή υποστήριξη, αίθουσα συσκέψεων, ανεύρεση στελεχών κλπ.). Σημειώνεται ότι οι θερμοκοιτίδες μπορούν να λειτουργήσουν και ως venture capital για τις θερμοκοιτιζόμενες επιχειρήσεις, συμμετέχοντας στο μετοχικό τους κεφάλαιο.

Οι προϋποθέσεις που απαιτούνται για την ένταξη μίας εταιρείας, είναι, μεταξύ άλλων, η εμπειρία και η ποιότητα της διοικητικής ομάδας που υποβάλλει την πρόταση, η ανάγκη της αγοράς για το συγκεκριμένο προϊόν ή την υπηρεσία, το επίπεδο του ανταγωνισμού και ενδεχόμενες συνεργασίες ή συνέργειες με άλλες εταιρείες που συμμετέχουν στην «θερμοκοιτίδα», ενώ εξετάζονται και ενδεχόμενοι επιχειρηματικοί κίνδυνοι.

#### **B.5) «BUSINESS ANGELS»**

Οι επιχειρηματικοί «άγγελοι» είναι ιδιώτες επενδυτές οι οποίοι επενδύουν σε μία νέα επιχείρηση ή χρηματοδοτούν μία καινοτόμο ιδέα, με απώτερο στόχο την αποκόμιση μετά από διάστημα (2 έως 5 χρόνια) υπεραξίας μέσω της πώλησης της συμμετοχής τους. Η λειτουργία των business angels είναι παρόμοια με αυτή των venture capital με τη διαφορά ότι οι business angels λειτουργούν μεμονωμένα ως φυσικά πρόσωπα και όχι ως εταιρεία όπως τα venture capital.

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ

### ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗ ΜΙΣΘΩΣΗ (LEASING)

#### ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο θεσμός της χρηματοδοτικής μίσθωσης έχει καθιερωθεί, σε άλλες χώρες αναπτυγμένες βιομηχανικά εδώ και πολλά χρόνια, και τα τελευταία χρόνια και στην Ελλάδα, σαν μια σύγχρονη μορφή χρηματοδότησης, χωρίς να υποκαθιστά τις παραδοσιακές μορφές χρηματοδότησης (δανεισμό – πιστώσεις) και προωθείται από ειδικούς χρηματοδοτικούς οργανισμούς και εταιρίες χρηματοδοτικής μίσθωσης που ελέγχονται κυρίως από τράπεζες.

#### *Τι είναι η χρηματοδοτική μίσθωση*

Το LEASING είναι μια μορφή χρηματοδότησης, εναλλακτική και συμπληρωματική του παραδοσιακού δανεισμού. Συνδυάζει τα χαρακτηριστικά του τραπεζικού δανεισμού και τη μίσθωση κεφαλαιουχικού εξοπλισμού από μισθωτές για ορισμένη χρονική περίοδο έναντι καταβολής περιοδικής αμοιβής (μισθωμάτων) στους εκμισθωτές.

Ο όρος που έχει επικρατήσει για το LEASING στα Ελληνικά, και είναι πολύ επιτυχημένος, είναι <<Σύμβαση χρηματοδοτικής μίσθωσης>> και αναφέρεται στις μισθώσεις κεφαλαιουχικού εξοπλισμού για οικονομική εκμετάλλευση.

Με τη μέθοδο της Χ/Μ, η εταιρία (εκμισθώτρια) αγοράζει τον εξοπλισμό με χρηματοδότηση από τράπεζες ή θυγατρικές εταιρίες τραπεζών για λογαριασμό του μισθωτή, ο οποίος καθορίζει το είδος και τις προδιαγραφές του εξοπλισμού.

Η Χ/Μ προσφέρει στον ενδιαφερόμενο μισθωτή τη δυνατότητα να χρησιμοποιήσει τον εξοπλισμό χωρίς να είναι δικός του, χωρίς να έχει τη νομική κυριότητα, με τη λογική ότι αυτό που τον ενδιαφέρει είναι η χρήση του εξοπλισμού, γιατί του αποδίδει οικονομικά οφέλη, και όχι η κυριότητα.

Με τη Χ/Μ υπάρχει ακόμα η δυνατότητα στον μισθωτή να αγοράσει τον εξοπλισμό με τη λήξη της σύμβασης ή και προ της λήξεως της.

#### **Πιο συγκεκριμένα με την λήξη της σύμβασης, ο εκμισθωτής μπορεί:**

1. Να αγοράσει τον εξοπλισμό, στο κόστος της υπολειμματικής αξίας του.
2. Να ανανεώσει τη σύμβαση για μια ακόμη χρονική περίοδο με νέους ή τους ίδιους όρους, και
3. Να διακόψει τη συνεργασία με τον εκμισθωτή επιστρέφοντάς τον μηχανολογικό εξοπλισμό.

Ωστόσο, οι εταιρείες που προωθούν και εφαρμόζουν τη Χ/Μ δεν προμηθεύουν απλώς κάποια μηχανήματα με περιοδική καταβολή μισθωμάτων, αλλά προσφέρουν υπηρεσίες, προσθέτουν αξία, συμβάλλουν στη κατασκευή μηχανημάτων, προσαρμόζουν τη χρηματοδότηση στις τρέχουσες ανάγκες της αγοράς και αξιοποιούν τα επενδυτικά κίνητρα.

Ακόμη, οι εταιρείες Χ/Μ διατρέχουν πολλές φορές αυξημένο κίνδυνο από διάφορες απρόβλεπτες καταστάσεις, οικονομικής αβεβαιότητας, καιρικών συνθηκών κ.λ.π.

### **Διαδικασία και όροι σύμβασης leasing**

Η διαδικασία της εφαρμογής της Χ/Μ είναι δύσκολη και πολύπλοκη. Μπορεί στην απλή της μορφή να αφορά τη μίσθωση ενός μηχανήματος, αλλά, πολλές φορές αφορά μεγάλες εγκαταστάσεις μηχανολογικού εξοπλισμού βιομηχανικών ή μεταφορικών μέσων που είναι δύσκολο να ενταχθούν στα κινητά, ακίνητα ή εμπειτηγμένα πάγια στοιχεία που απαιτούν ειδικές συμφωνίες για τη συντήρηση και την ασφάλισή τους.

Οι όροι των συμβάσεων, τα μισθώματα, η χρονική διάρκεια της μίσθωσης, οι εναλλακτικές λύσεις κ.λ.π., είναι πάντα διαπραγματεύσιμα και προσαρμόσιμα σύμφωνα με τις ανάγκες του μισθωτή – χρήστη.

## **Γ.1 Ο ΘΕΣΜΟΣ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ – ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ**

### **Γ.1.1 ΓΕΝΙΚΑ**

Ο θεσμός του FINANCIAL LEASING αναπτύχθηκε στις ΗΠΑ μετά το 1952 και πήρε παγκόσμιες διαστάσεις. Αυτός ο θεσμός αφορά τη Χ/Μ πάγιων στοιχείων που χρησιμοποιείται σαν μια εναλλακτική και συμπληρωματική μορφή χρηματοδότησης, χωρίς, φυσικά, να υποκαθιστά τις παραδοσιακές χρηματοδοτήσεις (δανεισμό). Με το θεσμό αυτό μισθώνεται μεσο-μακρο-πρόθεσμα κεφαλαιουχικός εξοπλισμός.

## Γ.1.2 ΤΟ ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ

Η Χ/Μ γίνεται μεταξύ του εκμισθωτή και του μισθωτή και κατοχυρώνεται με μια σύμβαση. Η Εταιρεία Χρηματοδοτικής μίσθωσης (εκμισθωτής) εκμισθώνει στο μισθωτή το πάγιο στοιχείο με μισθώματα αντίστοιχα με την αξία του μισθίου στα οποία συνυπολογίζονται όλο το κόστος της Χ/Μ (τόκοι, πληθωρισμός, λειτουργικά έξοδα, αποσβέσεις κ.λπ.)

Η Χ/Μ γίνεται για μια ορισμένη χρονική περίοδο ανάλογα με τη διάρκεια ζωής του μισθίου. Εάν μετά τη λήξη της σύμβασης της Χ/Μ υπάρχει απομένουσα (υπολειμματική) αξία του μισθίου, γίνεται αντικείμενο νέας διαπραγμάτευσης με άλλους ή τους ίδιους όρους ή πουλιέται στον μισθωτή. Μέχρι τη λήξη της σύμβασης το μισθίο ανήκει στον εκμισθωτή. Δηλαδή τη νομική κυριότητα του πάγιου στοιχείου την έχει η εταιρία Χ/Μ, ενώ την οικονομική εκμετάλλευση την έχει ο μισθωτής.

Με το θεσμό της Χ/Μ προβλέπεται η απαλλαγή του μισθωτή από την υποχρέωση της παροχής εμπράγματης ασφάλειας στη σύμβαση, ενώ φέρει την ευθύνη για τυχαία καταστροφή ή χειροτέρευση του μισθίου. Αντίθετα, η εταιρεία Χ/Μ, απαλλάσσεται της ποινικής ευθύνης που απορρέει από την κυριότητα του μισθίου.

Οι συμβάσεις αυτές κυμαίνονται για τα κινητά μηχανήματα από 3-7 χρόνια και για τα ακίνητα πάγια στοιχεία από 7-20 χρόνια. Μετά τη λήξη της σύμβασης, το πάγιο στοιχείο πουλιέται στον μισθωτή εφόσον το επιθυμεί, ή ανανεώνεται η σύμβαση με νέους όρους, ή διακόπτεται η σύμβαση μεταξύ εκμισθωτή και μισθωτή και επιστρέφει το πάγιο στοιχείο στον εκμισθωτή. Αυτό το δικαίωμα του μισθωτή να αγοράσει το μισθίο κάνει τη σύμβαση να διαφέρει από μια συνηθισμένη σύμβαση.



### **Γ.1.3 ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΗ ΚΑΛΥΨΗ ΤΟΥ ΘΕΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

Η πλήρης νομοθετική κάλυψη του θεσμού της Χ/Μ στην Ελλάδα έγινε με τον ειδικό νόμο 1665/1986 που ψηφίστηκε στη Βουλή των Ελλήνων το 1986. Ο νόμος καλύπτει το πλαίσιο των εργασιών του θεσμού της χρηματοδοτικής μίσθωσης και αφορά τα κινητά πάγια στοιχεία.

Προβλέπει τα οικονομικά οφέλη των συμμετοχόντων μερών όπως του μισθωτή και του εκμισθωτή, δηλαδή, τα φορολογικά κίνητρα, τις αποσβέσεις κ.α., την ίδρυση εταιρειών χρηματοδοτικής μίσθωσης. Ο νόμος δεν καλύπτει τα ακίνητα πάγια στοιχεία. Δεν αναφέρει τίποτα σχετικά με τα εμπειρηγμένα πάγια στοιχεία. Δεν προβλέπει ακόμη πότε και εάν ένα πλοίο ή αεροπλάνο από κάποιο μέγεθος και πάνω θεωρείται ακίνητο ή κινητό σύμφωνα με τη διεθνή εμπειρία.

Τέλος, η νομοθετική ρύθμιση του θεσμού της Χ/Μ με το νόμο 1665/86 προβλέπει τέσσερις τομείς, δηλαδή:

- Την ιδιοκτησία του εξοπλισμού και την κάλυψη των τριών μερών από κινδύνους αστικής και ποινικής ευθύνης.
- Την ασφάλεια των πάγιων στοιχείων από κινδύνους και τα φορολογικά θέματα.
- Τους όρους της σύμβασης της χρηματοδοτικής μίσθωσης, και
- Τις εμπράγματες σχέσεις μεταξύ εκμισθωτή, μισθωτή και κατασκευαστή.

### **Γ.2 ΠΡΟΪΟΝΤΑ LEASING**

Ο παραδοσιακός δανεισμός μπορεί να είναι παντού ο ίδιος σε όλες τις χώρες του κόσμου, αλλά η χρηματοδοτική μίσθωση διαφέρει από χώρα σε χώρα. Όπως δηλαδή διαφέρουν οι οικονομικές – λογιστικές – πολιτικές – δικονομικές συνθήκες. Τα προϊόντα και υπηρεσίες που αφορούν το leasing διευκρινίζονται τα εξής:

## Γ.2.1 LEASING ΑΚΙΝΗΤΩΝ

Αναφέρεται στη χρηματοδοτική μίσθωση ενός ακινήτου με σκοπό να χρησιμοποιηθεί αποκλειστικά για επαγγελματικές ανάγκες (όχι κατοικία). Τα ακίνητα που χρησιμοποιούνται είναι είτε κτίσματα, είτε οριζόντιες και κάθετες ιδιοκτησίες με το οικόπεδο. Το leasing δεν επιτρέπεται σε μεμονωμένα οικόπεδα, ενώ η διάρκεια της μίσθωσης θα πρέπει να είναι τουλάχιστον 10 έτη. Το μίσθωμα σε ευρώ είναι κυμαινόμενο ενώ ως τίμημα εξαγοράς ορίζεται η αξία του οικοπέδου, όπως καθορίζεται με τις αντικειμενικές αξίες που επικρατούν σήμερα. **Απευθύνεται σε ελεύθερους επαγγελματίες και επιχειρήσεις (νομικά πρόσωπα).**

### Χαρακτηριστικά φορολογίας

- Ο φόρος μεταβίβασης καταβάλλεται μόνο στην αρχή, απαλλάσσεται στο τέλος και δύναται να κεφαλαιοποιηθεί.
- Τα μισθώματα δεν επιβαρύνονται με ΦΠΑ (με εξαίρεση τα βιομηχανοστάσια) και άλλα έμμεσα κόστη όπως τέλη χαρτοσήμου κ.λ.π.
- Ο μισθωτής έχοντας μέσω της σύμβασης χρηματοδοτικής μίσθωσης την κατοχή του ακινήτου, διατηρεί όλες τις υποχρεώσεις του ιδιοκτήτη.
- Τα μισθώματα εκπίπτουν κατά το μέρος που αφορά το κτίριο.

### Πλεονεκτήματα

- Είναι η μοναδική περίπτωση μίσθωσης ακινήτου, στο τέλος της οποίας ο μισθωτής γίνεται ιδιοκτήτης.
- Μέσω του leasing εξασφαλίζετε και μέσω της πώλησης και επαναμίσθωσης (sale & lease back) «ενεργοποιείτε» τους απαραίτητους χρηματοδοτικούς πόρους για την ανάπτυξη της επιχείρησής σας.
- Αντίθετα με το ενοίκιο, το μίσθωμα του leasing δεν επηρεάζεται από τυχόν πληθωριστικές αυξήσεις στις τιμές των ακινήτων.
- Δεν υπάρχουν προσημειώσεις ή υποθήκες και τα αντίστοιχα κόστη.
- Δεν επιβαρύνεται η πιστοληπτική εικόνα του μισθωτή.
- Αποδεσμεύονται τα κεφάλαιά σας.

Ο μισθωτής μπορεί να προβεί σε πρόωρη λύση της σύμβασης με τρόπο εκ των προτέρων συμφωνημένο

## **Γ.2.2 LEASING ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ**

Αφορά καινούργιο ή μεταχειρισμένο εξοπλισμό από την Ελλάδα ή το Εξωτερικό, όπως: μηχανήματα κάθε είδους, ηλεκτρονικό εξοπλισμό, έπιπλα, κλιματιστικά μηχανήματα, τηλεφωνικά κέντρα και δίκτυα, εξοπλισμό ιατρείων, ξενοδοχείων και εστιατορίων, μηχανήματα έργου κλπ

### **Σε ποιους απευθύνεται**

Απευθύνεται σε κάθε επιχείρηση βιομηχανική, βιοτεχνική, κατασκευαστική, εμπορική, μεταφορική, τουριστική κ.λ.π. καθώς και σε κάθε φυσικό πρόσωπο - ελεύθερο επαγγελματία.

### **Οφέλη**

- Φορολογικά οφέλη - 100% έκπτωση μισθωμάτων.
- Ο μισθωτής γίνεται ιδιοκτήτης με την λήξη της σύμβασης.
- Δεν δεσμεύονται κεφάλαια από τον μισθωτή.

Δεν απαιτείται συνήθως προσημείωση ή άλλου είδους εξασφάλιση, αφού εγγύηση της εταιρείας Leasing αποτελεί ο ίδιος ο εξοπλισμός.

## **Γ.2.3 SALE & LEASE BACK**

Το Sale & Lease Back είναι μία μορφή leasing που αφορά την πώληση και επαναμίσθωση του ίδιου κινητού παγίου εξοπλισμού ή ακινήτου στο μισθωτή. Οι επιχειρήσεις με υψηλές παγιοποιήσεις, τις οποίες έχουν χρηματοδοτήσει με βραχυπρόθεσμο τραπεζικό δανεισμό, προτιμούν το Sale & Lease Back παγίου εξοπλισμού με σκοπό την αποπληρωμή τμήματος του δανεισμού τους (βραχυπρόθεσμου) επιτυγχάνοντας την ορθολογικότερη χρηματοδότηση των επενδύσεων τους και την ταυτόχρονη ενίσχυση της ρευστότητάς τους.

### **Σε ποιους απευθύνεται**

Στην περίπτωση του κινητού εξοπλισμού απευθύνεται σε κάθε επιχείρηση καθώς και σε κάθε φυσικό πρόσωπο - ελεύθερο επαγγελματία.

Στην περίπτωση των ακινήτων απευθύνεται μόνο σε νομικά πρόσωπα.

## Πλεονεκτήματα

- Ενισχύει την ρευστότητα, βελτιώνοντας ταυτόχρονα το κεφάλαιο κίνησης.
- Ενεργοποιεί αποδοτικά τα πάγια περιουσιακά στοιχεία της εταιρείας.
- Βελτιώνει τις οικονομικές καταστάσεις.
- Αναδιορθώνει τα μεγέθη του μισθωτή.
- Προσφέρεται για φορολογικές ελαφρύνσεις και απαλλαγές.
- 

## Γ.2.4 SALE & LEASE BACK ΑΚΙΝΗΤΩΝ

Πρόκειται για νέο δυναμικό προϊόν sale & lease back **αστικών** επαγγελματικών ακινήτων (εμπορικά καταστήματα, γραφεία, εστιατόρια, κλινικές, ιατρικά διαγνωστικά κέντρα, πρατήρια βενζίνης, αποθήκες, σταθμοί αυτοκινήτων κ.ο.κ.).

Ο πελάτης παραχωρεί την κυριότητα του ακινήτου του (sale) για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα (που ο ίδιος προσδιορίζει), αντλεί την χρηματοδότηση από την πώληση και παράλληλα επωφελείται από φορολογικές ρυθμίσεις.

Lease back (μίσθωση του ακινήτου) στον ίδιο με δικαίωμα επαναγοράς του στη λήξη.

Ο ιδιοκτήτης μισθωτής πρέπει να είναι επιχείρηση (κάθε τύπου και μορφής – εξαιρούνται ελεύθεροι επαγγελματίες).

### Χαρακτηριστικά φορολογίας

- Δεν υπάρχει φόρος μεταβίβασης και φορολόγηση ενδεχόμενης υπεραξίας,
- Τα μισθώματα δεν επιβαρύνονται με ΦΠΑ και άλλα έμμεσα κόστη όπως τέλη χαρτοσήμου κ.τ.λ.
- Ο μισθωτής, έχοντας μέσω της σύμβασης χρηματοδοτικής μίσθωσης τη χρήση του ακινήτου, διατηρεί όλες τις υποχρεώσεις του ιδιοκτήτη,
- Τα μισθώματα εκπίπτουν ως λειτουργικό έξοδο στο μέρος που αφορούν κτίριο.

## Πλεονεκτήματα

- Τιμολόγηση: Τελικό επιτόκιο < 4,5%
- Προμήθεια: 0,2% επί της αξίας της συναλλαγής εφ' άπαξ πλέον ΦΠΑ.
- Εκτίμηση ακινήτου: Δωρεάν εφόσον ολοκληρωθεί η συναλλαγή.
- Πραγματικά έξοδα: Συμβολαιογραφικά, δικηγορικά και έξοδα υποθηκοφυλακείου, τα οποία κεφαλαιοποιούνται.
- Διάρκεια: Η βέλτιστη επιθυμητή, στη οποία επιτυγχάνεται ο στόχος της επένδυσης χωρίς υπέρμετρη χρηματοοικονομική επιβάρυνση, με minimum 10 χρόνια.
- Υπολειμματική αξία: Δίνεται η δυνατότητα επιλογής της αξίας αγοράς στη λήξη της σύμβασης και σε αναλογία με την αξία του οικοπέδου.

(Οι αριθμοί είναι ενδεικτικοί της αγοράς και είναι δυνατόν να αλλάξουν άμεσα)

Τα κύρια χαρακτηριστικά που το διαφοροποιούν ...

- Άμεση ενίσχυση ρευστότητας.
- Πολύ ευνοϊκή φορολογική μεταχείριση.
- Πολύ χαμηλό κόστος.
- Δίνει "κίνηση" στο ακίνητο.
- Βελτιώνει τις οικονομικές καταστάσεις των επιχειρήσεων.
- Ισχύουν επιπλέον τα υπόλοιπα πλεονεκτήματα Leasing ακινήτων.

Συνήθης ταχύτητα συναλλαγής: Για αξίες < 1 εκατ.: Οριστική έγκριση εντός 3 ημερών, Για αξίες > 1 εκατ.: Οριστική έγκριση εντός 7 ημερών.

## Γ.2.5 SALE & LEASE BACK ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ

Παρόμοιο με το προηγούμενο προϊόν είναι και το sale & lease back εξοπλισμού με το οποίο ο εξοπλισμός πωλείται στην εταιρεία leasing η οποία το εκμισθώνει στην επιχείρηση που το πούλησε. Το προϊόν αυτό απευθύνεται και σε ελεύθερους επαγγελματίες, ενώ έχει τα ίδια πλεονεκτήματα με το sale & lease back ακινήτων.

## Γ.2.6 VENDOR LEASING

Το vendor leasing είναι ένα είδος χρηματοδοτικής μίσθωσης που στηρίζεται στη δημιουργία μιας οικονομικής συμφωνίας μεταξύ των προμηθευτών που παρέχουν τον πάγιο κινητό εξοπλισμό και των επιχειρήσεων - πελατών τους. Αποτέλεσμα του Vendor leasing είναι η πλήρης ή μερική υποκατάσταση της εταιρείας leasing από τον προμηθευτή (υπογραφή συμβάσεων και είσπραξη μισθωμάτων). Ακόμη, παρέχεται η δυνατότητα για την υπογραφή συμφώνου επαναγοράς ή παροχής εγγύησης από τον προμηθευτή. Ο εξοπλισμός που μπορεί να χρησιμοποιηθεί κατά το vendor leasing είναι αγαθά εκτεταμένης χρήσης και χαμηλής αξίας όπως: αυτοκίνητα, φορτηγά, υπολογιστές, ιατρικά - εκτυπωτικά - ανυψωτικά μηχανήματα κ.α. (πχ Μία εταιρεία που προμηθεύει φωτοτυπικά μηχανήματα, έρχεται σε συνεργασία με μία εταιρεία leasing προκειμένου να σχεδιάσουν προγράμματα vendor leasing μέσω των οποίων προσφέρεται η δυνατότητα σε φωτοτυπικά κέντρα να αγοράσουν τον εν λόγω εξοπλισμό μέσω των αντίστοιχων προγραμμάτων.

Τα οφέλη για τα τρία μέρη είναι τα ακόλουθα:

α) η προμηθεύτρια αποκτά άμεση ρευστότητα διότι εισπράττει μέρος ή το σύνολο της αξίας του εξοπλισμού από την εταιρεία leasing.

β) ο πελάτης (φωτοτυπικό κέντρο) έχει πρόσβαση σε καλύτερη τιμολόγηση του leasing (λόγω της συμφωνίας της προμηθεύτριας με την εταιρεία leasing),  
γ) η εταιρεία leasing επιμερίζει τον κίνδυνο στην προμηθεύτρια εταιρεία και στον πελάτη της.)

### **Σε ποιους απευθύνεται**

Απευθύνεται σε προμηθευτές και τελικού χρήστες - μικρομεσαίες επιχειρήσεις και ελεύθερους επαγγελματίες. Οι προμηθευτές οφείλουν να διαθέτουν υψηλή πιστοληπτική ικανότητα, οργανωμένο δίκτυο διάθεσης και ικανοποιητική οργάνωση σε αντίθεση με τους τελικούς πελάτες.

### **Πλεονεκτήματα για τον Προμηθευτή (vendor)**

- Αύξηση πωλήσεων χωρίς ανάλογη χρηματοδοτική επιβάρυνση.
- Παράκαμψη περιορισμού για ελάχιστο όριο σύμβασης μέσω της υπομίσθωσης.
- Απλή και γρήγορη διαδικασία.
- Πραγματοποίηση πωλήσεων τοις μετρητοίς με αποτέλεσμα την ενίσχυση της ρευστότητας.

### **Πλεονεκτήματα για την επιχείρηση ή τον ελεύθερο επαγγελματία**

- Ευκολότερη πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότησης (leasing).
- Φορολογικά οφέλη μέσω της έκπτωσης των μισθωμάτων.
- Πρόσθετες παροχές από τον προμηθευτή (συντήρηση κ.τ.λ.).
- Ταχύτερη και αποτελεσματικότερη ανάπτυξη της δραστηριότητας.

## **Γ.2.7 OPERATING LEASING**

Λειτουργική μίσθωση που αφορά κυρίως αυτοκίνητα. Απευθύνεται σε επιχειρήσεις και σε ελεύθερους επαγγελματίες, οι οποίοι θέλουν να αποκτήσουν όχημα για την εκπλήρωση των επαγγελματικών τους υποχρεώσεων, μόνο που στη συγκεκριμένη περίπτωση εκτός από την εκμίσθωση του οχήματος, η εταιρεία operating leasing αναλαμβάνει και τη λειτουργία του για διάστημα 3-5 ετών, ήτοι τη συντήρηση, την πληρωμή των τελών κυκλοφορίας κλπ.

## **Leasing Επαγγελματικών Οχημάτων**

Αφορά καινούργια ή μεταχειρισμένα Επαγγελματικά Αυτοκίνητα (Φορτηγά Δημοσίας Χρήσεως, Φορτηγά Ιδιωτικής Χρήσεως, Τουριστικά Λεωφορεία, Ελαφρά Πετρελαιοκίνητα Φορτηγά, Μικρά Βενζινοκίνητα Φορτηγά κ.λ.π.).

Απευθύνεται σε νομικό ή φυσικό πρόσωπο (ελεύθερο επαγγελματία)

### **Ενδεικτικά:**

- Σε αυτοκινητιστές που κατέχουν άδεια εθνικών ή διεθνών μεταφορών.
- Σε επιχειρήσεις που μεταφέρουν με ίδια μέσα τα προϊόντα τους.
- Σε επιχειρήσεις διανομών και logistics.
- Σε τουριστικές επιχειρήσεις και τουριστικά γραφεία.

### **Οφέλη:**

- Φορολογικά οφέλη - 100% έκπτωση μισθωμάτων.
- Ο μισθωτής γίνεται ιδιοκτήτης με την λήξη της σύμβασης.
- Δεν δεσμεύονται κεφάλαια από τον μισθωτή - διατήρηση ρευστότητας.
- Δεν απαιτούνται συνήθως πρόσθετες εξασφαλίσεις.

Δυνατότητα ανανέωσης οχήματος και αποφυγή κινδύνων απαξίωσης.

## **Leasing Επιβατηγών Αυτοκινήτων**

Αφορά καινούργια ΙΧΕ Αυτοκίνητα.

**Απευθύνεται σε νομικό ή φυσικό πρόσωπο (ελεύθερο επαγγελματία).**

### **Οφέλη:**

- Φορολογικά οφέλη – έκπτωση μισθωμάτων ανάλογα με τον κυβισμό του αυτοκινήτου.
- Έως 1400cc, έκπτωση μισθωμάτων σε ποσοστό 60%.
- Από 1400cc και άνω, έκπτωση μισθωμάτων σε ποσοστό 25%.
- Ο μισθωτής γίνεται ιδιοκτήτης με την λήξη της σύμβασης.
- Δεν δεσμεύονται κεφάλαια από τον μισθωτή, διατήρηση ρευστότητας.
- Δεν απαιτούνται συνήθως πρόσθετες εξασφαλίσεις.

Δυνατότητα ανανέωσης οχήματος και αποφυγή κινδύνων απαξίωσης.

### Γ.3 ΣΚΟΠΟΣ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ

Η Χ/Μ ως μια εναλλακτική και συμπληρωματική μορφή χρηματοδότησης έχει αναπτυξιακό και εκσυγχρονιστικό σκοπό.

Ο αναπτυξιακός της σκοπός φαίνεται από το γεγονός ότι προσφέρει στο μισθωτή ακόμα μια μορφή χρηματοδότησης. Του προσφέρει, δηλαδή, μια εναλλακτική ή συμπληρωματική επιλογή χωρίς να υποκαθιστά τον παραδοσιακό δανεισμό με αποτέλεσμα να μπορεί να καλύπτει τις επενδυτικές του ανάγκες. Ενώ ο εκσυγχρονιστικός σκοπός της Χ/Μ αποδίδεται στη δυνατότητα που έχει η εταιρεία Χ/Μ να προμηθεύει και να μισθώνει στον μισθωτή σύγχρονο, διαρκώς ανανεούμενο και σε μεγάλη <<γκάμα>> τεχνολογικό εξοπλισμό.

Η ανάπτυξη του θεσμού της Χ/Μ οφείλεται κυρίως σε επενδυτικές δραστηριότητες. Ολόκληρη η φιλοσοφία του βασίστηκε στην προώθηση των επενδύσεων σε συνδυασμό με αναπτυξιακά κίνητρα για την επέκταση και τον εκσυγχρονισμό των επιχειρήσεων με σκοπό την αύξηση της παραγωγής και της παραγωγικότητας.

Σε πολλές χώρες όπου ο θεσμός της Χ/Μ εφαρμόστηκε, αναπτύχθηκε με γρήγορους ρυθμούς και ξεπέρασε πολλές φορές κάθε πρόβλεψη. Αυτό οφείλεται στο ότι ο θεσμός ήρθε να συμπληρώσει και να καλύψει ορισμένα χρηματοδοτικά κενά στη γρήγορη βιομηχανική ανάπτυξη των τελευταίων δεκαετιών. Η Χ/Μ συμβάλλει στην προώθηση των παραγωγικών επενδύσεων και γενικά στην ανάπτυξη της οικονομίας. Μέσα από το θεσμό της Χ/Μ δίνεται η δυνατότητα στην επιχείρηση – μισθωτή να επεκτείνει, να ανανεώσει και να εκσυγχρονίσει τις παραγωγικές του εγκαταστάσεις χωρίς να είναι υποχρεωμένος να καταφύγει στο δανεισμό ή να διαθέσει ίδια κεφάλαια.

Οι επενδυτικές δραστηριότητες, μέσω του θεσμού της Χ/Μ, μπορούν να επεκταθούν είτε στο δημόσιο είτε στον ιδιωτικό τομέα, κυρίως, στον βιομηχανικό και γεωργικό τομέα (γεωργικές βιομηχανίες, γεωργικοί συνεταιρισμοί κ.α.) καθώς επίσης στις μικρομεσαίες και μεταποιητικές επιχειρήσεις. Ιδιαίτερα εφαρμόσιμη είναι η Χ/Μ στις γεωργικές βιομηχανίες, στους γεωργικούς συνεταιρισμούς και στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις γιατί δεν διαθέτουν ίδια κεφάλαια, αρκετά για τεχνολογικό εξοπλισμό και ακόμη γιατί δεν απαιτούνται πολλές φορές εμπράγματα ασφάλειες ή γιατί δεν έχουν προσβάσεις στους χρηματοδοτικούς οργανισμούς και πολλές φορές δεν διαθέτουν δανειοληπτική ικανότητα.

Έτσι, η Χ/Μ, δίνει τη δυνατότητα στους ενδιαφερόμενους μισθωτές να ξεπερνούν το αδιέξοδο του δανεισμού και να μπορούν να αποκτούν τον απαραίτητο εξοπλισμό για να προωθούν τις παραγωγικές τους δραστηριότητες.



## Γ.4 ΚΙΝΗΤΡΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΘΕΣΜΟΥ ΤΗΣ Χ/Μ

### Γ.4.1 ΓΕΝΙΚΑ

Σ' αυτό το σημείο θεωρείται σκόπιμο να αναφερθούν γενικά, οι θετικές πλευρές της Χ/Μ για την Εθνική Οικονομία.

Έχει ήδη επισημανθεί, από τα παραπάνω, ο αναπτυξιακός και εκσυγχρονιστικός χαρακτήρας του θεσμού της Χ/Μ. Ο θεσμός του Leasing αυξάνει τις επενδύσεις και συνεπώς συμβάλλει στην ανάπτυξη της Εθνικής Οικονομίας, όπου εντοπίζε-  
ται:

- Στην ανάπτυξη της βιομηχανίας
- Στην αύξηση του εθνικού εισοδήματος
- Στη βελτίωση του ισοζυγίου πληρωμών
- Στην αύξηση της απασχόλησης και
- Στη βελτίωση μιας σειράς άλλων μακροοικονομικών μεγεθών.

Ειδικότερα, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του θεσμού της χρηματοδο-  
τικής μίσθωσης σ' ότι αφορά τον εκμισθωτή και τον μισθωτή αναφέρονται πιο  
κάτω.

#### α) Πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα του θεσμού

##### Α. Πλεονεκτήματα για τον μισθωτή

- **Χρηματοδότηση 100%:** Με τη Χ/Μ ο μισθωτής επιτυγχάνει χρηματοδό-  
τηση 100% του κεφαλαιουχικού εξοπλισμού και όχι ποσοστό μέχρι 70%  
που επιτυγχάνει με τις άλλες χρηματοδοτικές μορφές. Ακόμη δεν απαι-  
τούνται κατ' ανάγκη πρόσθετες εμπράγματα ασφαλείες.
- **Προστασία από τον πληθωρισμό:** Ο μισθωτής προστατεύεται από τον  
πληθωρισμό γιατί ρυθμίζονται απ' την αρχή της περιόδου, σύμφωνα με  
τη σύμβαση, τα μισθώματα που παραμένουν σταθερά και δεν επηρεάζο-  
νται από τις μελλοντικές αυξήσεις του πληθωρισμού.
- **Πρόσθετη πηγή χρηματοδότησης:** Ο μισθωτής μπορεί να αποκτήσει  
κεφαλαιουχικό εξοπλισμό χωρίς να επιβαρύνει το πιστωτικό του όριο και  
χωρίς να διαθέτει ίδια κεφάλαια. Λειτουργεί σαν εναλλακτική και συμπλη-

- ρωματική μορφή χρηματοδότησης σε συνδυασμό με τον παραδοσιακό δανεισμό.
- **Χρηματοοικονομικός έλεγχος:** Τα ποσά των μισθωμάτων είναι γνωστά και καθορισμένα εκ των προτέρων για ολόκληρη την περίοδο της σύμβασης. Έτσι μπορούν εύκολα να χρησιμοποιηθούν στην κοστολόγηση των δραστηριοτήτων (προϊόντων, υπηρεσιών κ.λπ.) του μισθωτή και να συμπεριληφθούν στον ταμειακό προϋπολογισμό μιας και αποτελούν μέρος αυτού.
  - **Προστασία έναντι απαξιώσεως:** Πολλά πάγια στοιχεία αυξάνουν την αξία τους στην πορεία του χρόνου όπως κτίρια, γη κ.λπ., ενώ αντίθετα όσον αφορά τον μηχανολογικό εξοπλισμό μειώνεται σταδιακά η αξία του, δηλαδή απαξιώνεται.
  - **Ευελιξία – Ευκολία:** Η Χ/Μ μπορεί να προσαρμοστεί στις ρυθμίσεις των μισθωμάτων, στους όρους της σύμβασης, στις ανάγκες και στις απαιτήσεις του μισθωτή. Η Χ/Μ θεωρείται από τους μισθωτές εύκολη χρηματοδοτική μορφή (χωρίς εμπράγματα ασφάλειες, χωρίς υποθήκες, χωρίς χρονοβόρες διαδικασίες κ.λπ.), που συχνά παρακάμπτει διάφορους περιοριστικούς όρους παρέμβασης του δανειστή οι οποίοι επιβάλλονται στον Τραπεζικό δανεισμό.
  - **Βελτίωση της ρευστότητας:** Με τη Χ/Μ η εκμετάλλευση του εξοπλισμού αρχίζει με τη σύμβαση της μίσθωσης και διαρκεί μέχρι τη λήξη της. Απ' την άλλη πλευρά τα μισθώματα είναι προκαθορισμένα και εκτείνονται σ' όλη τη διάρκεια της σύμβασης. Έτσι υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης της ρευστότητας εισπράττοντας από τη μια μεριά και πληρώνοντας τα μισθώματα απ' την άλλη.
  - **Σταθερότητα Χρηματοοικονομική:** Ο μισθωτής επιτυγχάνει χρηματοοικονομική σταθερότητα γιατί η χρονική περίοδος της σύμβασης συμπίπτει συνήθως με τη χρονική διάρκεια της ζωής του εξοπλισμού, οπότε μέσα σ' αυτό το χρονικό διάστημα είναι καθορισμένα τα μισθώματα που πρέπει να πληρώνει ο μισθωτής και έχει προβλεφθεί η απόδοση του εξοπλισμού. Γνωρίζει δηλαδή ο μισθωτής τι έσοδα έχει και τι πρέπει να πληρώνει.
  - **Μείωση του επιχειρηματικού κινδύνου:** Οι μικροεπιχειρηματίες – μισθωτές σε περίπτωση πτώχευσης δεν φέρουν ολόκληρο το βάρος των

επενδύσεων από τα ίδια κεφάλαια ή από Τραπεζικό δανεισμό αλλά ένα μέρος του <<ρίσκου>> το επιβαρύνεται η εταιρεία Leasing.

- **Φορολογία:** Η Χ/Μ εξασφαλίζει φορολογικά πλεονεκτήματα στον μισθωτή γιατί τα καταβαλλόμενα μισθώματα θεωρούνται σαν λειτουργικά έξοδα και εκπίπτουν από τη φορολογητέα ύλη μέχρι και 70%. Επίσης και από την πλευρά του εκμισθωτή υπάρχουν φορολογικά πλεονεκτήματα γιατί οι σχετικές δαπάνες για τη χρηματοδοτική μίσθωση υπόκεινται στο σύστημα αποσβέσεων που μειώνουν τη φορολογητέα ύλη.
- **Η Χ/Μ δεν είναι δανεισμός και συνεπώς μπορεί να μην συμπεριληφθεί το κόστος της στον ισολογισμό. Τα μισθωμένα μηχανήματα δεν εμφανίζονται στο παθητικό του ισολογισμού ως μελλοντικές πληρωμές μισθωμάτων, με αποτέλεσμα να εμφανίζεται ο μισθωτής με λιγότερες υποχρεώσεις.**

## **B. Μειονεκτήματα για μισθωτή**

- **Κόστος:** Ένα από τα βασικά μειονεκτήματα της Χ/Μ είναι το σχετικά υψηλό ονομαστικό κόστος συγκριτικά με τις άλλες μορφές χρηματοδότησης. Παρά την επικρατούσα άποψη του υψηλού κόστους της χρηματοδοτικής μίσθωσης οι εταιρείες Leasing ισχυρίζονται ότι δεν είναι και τόσο υψηλό όσο πιστεύεται γιατί δεν πρέπει να συγκρίνεται μόνο με το ονομαστικό επιτόκιο των χρηματοδοτικών μορφών αλλά να εντοπίζεται στο πραγματικό κόστος της χρηματοδότησης. Θα πρέπει δηλαδή να υπολογίζονται το κόστος της προμήθειας, το κόστος της ασφάλειας, το κόστος των εγγυήσεων (υποθήκες, χαρτόσημα, έρευνες τίτλων στο υποθηκοφυλάκιο κ.λπ.), το κόστος του κεφαλαίου ίδιας συμμετοχής κ.λπ.
- **Νομική κυριότητα:** Ενώ ο μισθωτής – επιχείρηση εκμεταλλεύεται τον εξοπλισμό κατά τη διάρκεια της σύμβασης εντούτοις ο εξοπλισμός δεν ανήκει στην ιδιοκτησία του πράγμα το οποίο πολλές φορές θεωρείται ότι μειώνει την οικονομική επιφάνεια και το κύρος της επιχείρησης και της περιορίζει την διαπραγματευτική της δυνατότητα στις συναλλαγές της.

- **Έλεγχος:** Με τη διατήρηση της νομικής κυριότητας του εξοπλισμού, πολλές φορές οι εταιρείες Leasing υπεισέρχονται και παρεμβαίνουν σε θέματα διαχείρισης και παρακολούθησης των οικονομικών της μισθώτριας εταιρείας.
- **Απώλεια της υπολειμματικής αξίας:** Ο μισθωτής χάνει την υπολειμματική αξία του εξοπλισμού με τη λήξη της σύμβασης γιατί δεν του ανήκει ο εξοπλισμός και είναι υποχρεωμένος να τον αναδιαπραγματευτεί ή να τον επιστρέψει στον εκμισθωτή.
- **Σύμβαση μικρής χρονικής διάρκειας – διακοπή της σύμβασης:** Η Χ/Μ μπορεί να μην είναι η κατάλληλη χρηματοδοτική μορφή για μικρή χρονική διάρκεια γιατί έχει υψηλό κόστος. Ακόμη αν η μίσθωση διακοπεί νωρίς στην αρχή της περιόδου μίσθωσης μπορεί να αντανakλά ένα επιπρόσθετο κόστος στην αντίστοιχη χρονική περίοδο.
- **Μείωση της δανειοληπτικής ικανότητας:** Η μισθώτρια επιχείρηση όταν έχει ένα μεγάλο μέρος του εξοπλισμού της με μορφή Χ/Μ της μειώνεται στις Τράπεζες και στους άλλους πιστωτικούς οργανισμούς η δανειοληπτική της ικανότητα. Αυτό γιατί δεν μπορεί να χρησιμοποιήσει τον μηχανολογικό της εξοπλισμό για εμπράγματα ασφάλεια.

#### **A. Πλεονεκτήματα του εκμισθωτή**

1. **Επιπρόσθετη χρηματοδοτική δραστηριότητα:** Η Χ/Μ είναι μια επιπλέον (συμπληρωματική) μορφή χρηματοδότησης για την εκμισθώτρια εταιρία ή για τον χρηματοδοτικό οργανισμό ή την Τράπεζα. Οπότε ανοίγονται νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες με την αύξηση της παροχής υπηρεσιών.
2. **Μείωση του <<ρίσκου>>:** Στις περισσότερες χώρες του κόσμου, όπου εφαρμόζεται ο θεσμός της Χ/Μ, είναι ευκολότερο και οικονομικότερο στον εκμισθωτή, ως ιδιοκτήτη, (έχοντας τη νομική κυριότητα), να επανακτήσει το εκμισθούμενο μηχάνημα από ένα λάθος του μισθωτή, απ' ότι είναι με γραμμάτια ή άλλους διακανονισμούς.
3. **Αύξηση των κερδών.** Τα οφέλη από τις φορολογικές ελαφρύνσεις, με την απόκτηση του πάγιου στοιχείου, σε πολλές χώρες, είναι μεγάλα για τον μισθωτή και εμφανίζονται με τη μορφή της μείωσης των μισθωμάτων. Ωστόσο, όμως, ο εκμισθωτής μπορεί να κερδίζει και αυτός προσφέροντας

αυτήν την υπηρεσία. Το ποσοστό κέρδους όμως, σαφώς, εξαρτάται από την αξία του πάγιου στοιχείου και της φορολογικής κλίμακας.

4. **Απλή διαδικασία:** Οι διαδικασίες της Χ/Μ είναι απλές και για τους δυο, τόσο για τον μισθωτή όσο και για τον εκμισθωτή. Η γρήγορη και αποτελεσματική διαδικασία της χρηματοδοτικής μίσθωσης δεν συγκρίνεται με τις χρονοβόρες διαδικασίες που απαιτούνται στον δανεισμό.
5. **Γρήγορη συμφωνία:** Οι αποφάσεις από τους μισθωτές για Χ/Μ παίρνονται αμέσως. Δεν συγκρίνονται με τις καθυστερήσεις και τις αναβολές που γίνονται στις Τράπεζες λόγω των δυσλειτουργιών και των γραφειοκρατικών διαδικασιών.

## **B. Οικονομικά οφέλη των συμμετεχόντων μερών**

Σύμφωνα με το χαρακτήρα, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του θεσμού, διαγράφονται θετικά αποτελέσματα, κίνητρα ή ειδικότερα οικονομικά οφέλη τόσο στα συμμετέχοντα μέρη, (εκμισθωτής – εταιρία Χ/Μ, μισθωτής – χρήστης και προμηθευτής – κατασκευαστής), όσο και στην εθνική οικονομία γενικότερα.

Τα κίνητρα αυτά συνδέονται με τους αναπτυξιακούς νόμους και ορισμένα από αυτά είναι:

- Τα χαμηλά επιτόκια που διαμορφώνονται από τον υγιή ανταγωνισμό που αναπτύσσεται μεταξύ των Τραπεζών, προς όφελος των εκμισθωτών και μισθωτών. Οι Τράπεζες λοιπόν χρηματοδοτούν εταιρείες Χ/Μ ή ιδρύουν θυγατρικές
- Τα οφέλη που αποφέρουν στις κατασκευαστικές εταιρείες οι πωλήσεις των προϊόντων τους που επιτυγχάνονται μέσω των εταιρειών Χ/Μ με ειδικά προγράμματα μάρκετινγκ και προώθησης.
- Η ευελιξία που έχει η εταιρία Χ/Μ να αντικαθιστά και να ανανεώνει τον εξοπλισμό στον μισθωτή λόγω της απλούστευσης των διαδικασιών, της έλλειψης γραφειοκρατίας και της μεγάλης <<γκάμας>> εξοπλισμού.
- Οι εκπτώσεις του εξοπλισμού που προβλέπεται στη διακίνηση του από χώρα σε χώρα μέσω των εταιριών Χ/Μ φθάνει μέχρι 30%, πράγμα το οποίο δίνει περιθώρια κέρδους στον εκμισθωτή, ο οποίος στη συνέχεια μπορεί να διαμορφώσει χαμηλότερα μισθώματα στον μισθωτή.

- Τα οφέλη από τους αναπτυξιακούς νόμους. Τα κίνητρα των αναπτυξιακών νόμων οδηγούν τις εταιρείες Χ/Μ με την κατάλληλη αξιοποίηση αυτών σε υψηλά κέρδη και παράλληλα στους μισθωτές χαμηλά μισθώματα.
- Οι δυνατότητες που υπάρχουν από τη σύνδεση του νόμου της Χ/Μ (1665/86) με τους κανονισμούς της ΕΟΚ και του FEOGA που ενισχύουν ειδικά αγροτικά επενδυτικά προγράμματα με ευνοϊκούς όρους και με δωρεάν κοινοτική συμμετοχή μέχρι 50% περίπου.

## Γ.5 ΦΟΡΟΛΟΓΙΚΑ ΚΙΝΗΤΡΑ

Σημαντικό ρόλο στην ανάπτυξη του θεσμού της Χ/Μ στις περισσότερες χώρες όπου εφαρμόζεται, παίζει και η νομοθεσία της φορολογίας.

Η συνολική απόδοση όμως της φορολογίας στο θεσμό της Χ/Μ εξαρτάται από πολλούς παράγοντες (εκτός από τα επενδυτικά κίνητρα) όπως:

- Η νομοθεσία της φορολογίας περιλαμβανομένης και της διαδικασίας απόδοσης των φόρων.
- Το ύψος των κερδών των επιχειρήσεων.
- Η πληρωμή μερισμάτων (αν υπάρχουν).
- Η πληρωμή των φόρων σε σχέση με το χρόνο είσπραξης των κερδών.
- Τα φορολογικά κλιμάκια στα οποία ανήκουν οι εταιρείες.
- Το ύψος των επιτοκίων κ.ά.

Για τις ατομικές επιχειρήσεις με περιορισμένη απόδοση της φορολογίας, τα πλεονεκτήματα του θεσμού της Χ/Μ συγκριτικά με τις άλλες μορφές χρηματοδότησης είναι προφανώς μεγαλύτερα, όσο μεγαλύτερη είναι η χρονική διάρκεια του διαστήματος κατά το οποίο η εταιρεία πρέπει να πληρώσει τους φόρους.

Πάντως, για τον εκμισθωτή τα κεφαλαιουχικά αγαθά που αγοράζονται και ανήκουν στην ιδιοκτησία του θεωρούνται ως επενδύσεις και οι σχετικές δαπάνες υπόκεινται στο σύστημα αποσβέσεων που μειώνουν τη φορολογητέα ύλη και συνεπώς τα φορολογικά οφέλη. Για τον μισθωτή τα κατ' έτος καταβαλλόμενα μισθώματα θεωρούνται σαν έξοδα λειτουργίας και εκπίπτουν από τη φορολογητέα ύλη. Γενικά η φορολογία λειτουργεί σαν κίνητρο και στον εκμισθωτή και στον μισθωτή και πολλές φορές η φοροαπαλλαγή φθάνει μέχρι και 70%.

Τέλος, οι φορολογικές διατάξεις είναι ευνοϊκές για τη Χ/Μ όταν στα μισθώματα υπολογίζεται η επιταχυνόμενη απόσβεση των αποκτημένων πάγιων στοιχείων.

## **Γ.6 Ο ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΤΟΥ LEASING 1665/86**

Ο νόμος 1665/86 για τη Χ/Μ προβλέπει ορισμένα αναπτυξιακά κίνητρα όπως:

- Οι εταιρείες Leasing απαλλάσσονται από οποιουδήποτε φόρους, τέλη, εισφορές, δικαιώματα υπέρ του Δημοσίου, Νομικών Προσώπων Δημοσίου, πλην του φόρου προστιθέμενης αξίας.
- Η εκχώρηση απαιτήσεων των εταιρειών του νόμου αυτού για την εξασφάλιση πιστώσεων δανείου που τους παρέχονται, απαλλάσσεται από κάθε ειδικό τέλος ή άλλη επιβάρυνση..
- Τα μισθώματα που καταβάλλει ο μισθωτής σε εταιρείες αυτού του νόμου για την εκπλήρωση υποχρεώσεων του από συμβάσεις Χ/Μ θεωρούνται λειτουργικές δαπάνες του και εκπίπτουν από τα ακαθάριστα έσοδά του .
- Η εταιρεία Χ/Μ δικαιούται να ενεργεί αποσβέσεις επί των μισθίων ίσες με το σύνολο των αποσβέσεων που θα δικαιούταν να ενεργήσει ο μισθωτής αν είχε αγοράσει και ήταν κύριος του μισθίου.

Ο νόμος 1665/86 για τη Χ/Μ προβλέπει ακόμη κίνητρα μέσω της σύνδεσής του με τον αναπτυξιακό νόμο 1262/82, όπως:

- Επιχορηγήσεις κεφαλαίων, επιδοτήσεις επιτοκίων, πριμοδοτήσεις, φορολογικές απαλλαγές, αποσβέσεις του εξοπλισμού κ.λπ.
- Έκπτωση για την κάλυψη επισφαλών απαιτήσεων μέχρι 2% επί του ύψους των μισθωμάτων από όλες τις συμβάσεις χρηματοδοτικής μίσθωσης.

Τα κίνητρα αυτά, όμως, (επιδοτήσεις, επιχορηγήσεις κ.λπ.) αφορούν μόνο:

A) Τα καινούρια μηχανήματα

B) Τα παραγωγικά μηχανήματα, και δεν προβλέπουν άλλες περιπτώσεις, όπως παλιά μηχανήματα που συνήθως χρησιμοποιούν οι εταιρείες Χ/Μ κ.ά.

## **Γ.7 Η ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ**

Τα καταβαλλόμενα ενοίκια μισθώσεως που καταβάλλονται στις εταιρείες Leasing καταχωρούνται:

A. Το ποσό της καθαρής (μίσθωμα) στους λογαριασμούς του Γ.Λ.Σ. 62.04 «Ενοίκια» και σε ιδιαίτερους (κατά κατηγορία ή είδος παγίου στοιχείου κ.λπ.), τριτοβαθμίους του που ανοίγονται σύμφωνα με τις ανάγκες και επιθυμητές πληροφορίες.

B. Το ποσό του ΦΠΑ 63.98.08 «ΦΠΑ εκπιπτόμενος στη φορολογία εισοδήματος» και 63.98.09 «ΦΠΑ μη εκπιπτόμενος στη φορολογία εισοδήματος»



### Γ.7.1 Η ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΤΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΤΙΚΗΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ

Συνήθως ο λογιστικός χειρισμός του Leasing εξαρτάται από τη μορφή του παγίου στοιχείου. Οι κατηγορίες των παγίων στοιχείου είναι δύο: 1) της μίσθωσης – χρησιμοποίησης (Operating Leasing) και 2) της χρηματοδοτικής μίσθωσης – οικονομικής εκμετάλλευσης (Financial Leasing).

Εάν το μισθωμένο πάγιο στοιχείο θεωρείται περιουσιακό στοιχείο που δεν ανήκει στον μισθωτή αλλά απλώς το χρησιμοποιεί (διαχειριστικό Leasing), η λογιστική απεικόνιση της μίσθωσης είναι απλή και εγγράφει τη συνολική πληρωμή του μισθώματος ως κόστος.

Η εγγραφή της μίσθωσης γίνεται ως εξής:

---

Έξοδα διαχειριστικής μίσθωσης

XXXX

Μετρητά

XXXX

---

Εγγραφή ετήσιας πληρωμής για τη μίσθωση  
ενός μηχανήματος από την εταιρία <<X>>

---

## Γ.7.2 Η ΛΟΓΙΣΤΙΚΗ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ

Εάν όμως το πάγιο στοιχείο χρησιμοποιείται ως περιουσιακό στοιχείο το οποίο ανήκει στο μισθωτή, όχι η νομική του κυριότητα, αλλά η οικονομική εκμετάλλευσή του Financial Leasing, του οποίου το συνολικό κόστος θα πληρώσει ο μισθωτής σε ετήσια μισθώματα που εντάσσονται σε πλήρη <<τοκοχρεολυτική>> διαδικασία, η λογιστική απεικόνιση της μίσθωσης είναι ελαφρώς διαφορετική.

Η μίσθωση θα εγγραφεί ως εξής:

---

Πάγιο στοιχείο Χ/Μ	XXXX
Υποχρέωση Χ/Μ	XXXX
Μετρητά	XXXX

Εγγραφή απόκτησης ενός μηχανήματος για 10 έτη μίσθωσης  
Χωρίς διακοπή Χ/Μ με <<ψψψ>> το χρόνο και με προεξοφλητικό επιτόκιο  
ψψ%

---

Στις λογιστικές ενέργειες του μισθωτή (μισθώτριας εταιρείας) που μισθώνει το πάγιο στοιχείο από την εταιρεία Χ/Μ θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη τα ακόλουθα στοιχεία:

α) Ότι ο μισθωτής χρησιμοποιεί το πάγιο στοιχείο για την παραγωγική του διαδικασία χωρίς να έχει την κυριότητα του και η εμφάνιση του γίνεται στις λογιστικές καταστάσεις με τους λογαριασμούς τάξεως και όχι ουσίας.

β) Αφού δεν είναι πάγιο στοιχείο στην κυριότητα του μισθωτή δεν μπορεί να ενεργεί αποσβέσεις γιατί βάσει του Π.Δ. 88/73 το δικαίωμα να ενεργεί αποσβέσεις έχει μόνο η εταιρεία Χ/Μ που έχει τη νομική κυριότητα και είναι κάτοχος του παγίου στοιχείου.

Η μισθώτρια εταιρεία πρέπει να γνωρίζει ότι εκπίπτουν από τα ακαθάριστα της τα μισθώματα που πληρώνει στην εκμισθώτρια εταιρεία Χ/Μ ως λειτουργικά έξοδα. Μέσα από τα μισθώματα μπορούν ακόμη να συμπεριληφθούν και να εκπέσουν από τα ακαθάριστα έσοδα τα ασφάλιστρα και τα έξοδα συντήρησης του παγίου στοιχείου. Ακόμα εκπίπτει και η απαξίωση του μηχανήματος (οικονομική, τεχνολογική) που εξετάζεται σε σχέση με τη χρονική μίσθωση.

---

Η εγγραφή X/M του παγίου στοιχείου από τη πλευρά του μισθωτή είναι ως εξής :

---

X/M παγίου στοιχείου <<ψ>>	XXX
Δικαιούχοι του παγίου στοιχείου	XXX

Σύναψη σύμβασης για X/M του παγίου στοιχείου από τον εκμισθωτή και τον μισθωτή

---

Κατά την πληρωμή του μισθώματος στην εταιρεία X/M θα γίνει η εξής εγγραφή από το μισθωτή.

---

20/01/04	
Γενικά λειτουργικά έξοδα	XXX
Μίσθωμα X/M	

XXX  
Εγγραφή πληρωμής μισθώματος του παγίου στοιχείου από τον μισθωτή στον εκμισθωτή

---

Στη συνέχεια ο λογαριασμός <<Γενικά λειτουργικά έξοδα>> θα μεταφερθεί και θα χρεωθεί στο λογαριασμό Αποτελεσμάτων Χρήσεως .

Εάν στο τέλος της περιόδου που προβλέπει η σύμβαση της X/M ή της ελάχιστης χρονικής διάρκειας για μίσθωση, το πάγιο στοιχείο θα αγοραστεί από τον μισθωτή, θα γίνει η αντίθετη ημερολογιακή εγγραφή απ' αυτή που έγινε κατά την διάρκεια της συμφωνίας .

Στη περίπτωση που θα αγοραστεί το πάγιο στοιχείο θα εμφανιστεί κανονικά στο Ενεργητικό της μισθώτριας εταιρείας και δε θα εμφανίζεται πλέον σε λογαριασμούς τάξεως .

Αν η σύμβαση ανανεωθεί δε θα αλλάξει τίποτα στη λογιστική εμφάνιση των στοιχείων. Τέλος αν καταγγελθεί η σύμβαση από τον μισθωτή και επιστρέψει το μηχάνημα θα υπολογιστεί η υπολειμματική αξία (αγορά μεταχειρισμένου) , η τεχνολογική απαξίωση και η διαφορά του μισθώματος και της απόσβεσης και θα γίνουν ανάλογες ημερολογιακές εγγραφές .

### Γ.7.3 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΜΙΣΘΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΑΝΕΙΣΜΟΥ

#### α. Γενικά

Με τη μέθοδο της Χ/Μ η επιχείρηση μπορεί να αποκτήσει ένα πάγιο στοιχείο. Συνήθως, κάθε πάγιο στοιχείο μπορεί να αποκτηθεί από την επιχείρηση είτε με αγορά είτε με μίσθωση, οπότε ο ενδιαφερόμενος επιχειρηματίας οδηγείται σε σύγκριση της αγοράς με τη μίσθωση του μισθίου.

Είναι αρκετά δύσκολο να υποδειχθεί μια μοναδική μέθοδος ή η πιο κατάλληλη και κοινώς αποδεκτή, αλλά μπορούν να γίνουν υποδείξεις μέσα στα πλαίσια της αξιολόγησης του κόστους των δύο προσεγγίσεων που είναι αποδεκτές .

#### β. Αδυναμίες των προσεγγίσεων

Υπάρχουν τρεις βασικές αδυναμίες στη προσέγγιση της σύγκρισης της αγοράς και της μίσθωσης του παγίου στοιχείου.

α) Είναι ο προσδιορισμός της ταμειακής (χρηματικής) ροής που πρέπει να χρησιμοποιηθεί .

β) Η επιλογή του προεξοφλητικού επιτοκίου ή συντελεστής προεξόφλησης και

γ) Ο συνδυασμός του κατάλληλου συντελεστή προεξόφλησης στην ανάλογη ταμειακή ροή .

Γενικά συνίσταται η χρήση της ταμειακής ροής μετά φόρους. Πολλές φορές όμως για λόγους απλουστευτικούς μπορεί να υποτεθεί φόρος μηδέν για να έχουμε την προ των φόρων και τη μετά φόρους ταμειακή ροή ίδια.

Η επικρατέστερη και προτιμότερη μέθοδος που χρησιμοποιείται για τη συγκριτική ανάλυση των επιλογών και από άλλες μεθόδους είναι η μέθοδος Καθαρής Παρούσας Αξίας (ΚΠΑ) γιατί θεωρείται περισσότερο έγκυρη και αξιόπιστη.

#### γ. Η μέθοδος της Καθαρής Παρούσας Αξίας

Η συνηθέστερη μέθοδος που χρησιμοποιείται για την αξιολόγηση μίσθωσης και του δανεισμού είναι η Καθαρή Παρούσα Αξία. Σ' αυτή τη μέθοδο η μελλοντική ταμειακή ροή μεταφέρεται στην παρούσα χρονική στιγμή, στο χρόνο που γίνονται οι συμφωνίες και πρέπει να παρθούν οι αποφάσεις.

Για τον υπολογισμό της ΚΠΑ χρησιμοποιείται ο τύπος  $(1+r)^{-n}$ , όπου  $r$  είναι ο συντελεστής προεξόφλησης και  $n$  τα χρόνια (οι χρονικές περιόδους). Πολλαπλασιάζοντας τον τύπο  $(1+r)^{-n}$ , με την μελλοντική ταμειακή ροή μας δίνει την παρούσα αξία. Για παράδειγμα αν πρόκειται να πληρωθούν 1000 ευρώ σε δυο χρόνια με προεξοφλητικό επιτόκιο 18,5% έχουμε  $(1+r)^{-n} = (1,185)^{-2} = 0,712136$  και η παρούσα αξία των 1000 ευρώ είναι 712136 ευρώ. Ακόμη αν υποθέσουμε ότι μια εταιρεία χρησιμοποιεί για προεξοφλητικό επιτόκιο 18,5%, χρονική πε-

ρίοδο δυο χρόνων και κεφάλαιο 450000ευρο, η ταμειακή ροή είναι η ακόλουθη:

**ΠΙΝΑΚΑΣ 1**

Χρόνος	Ταμειακή ροή
0	-450000
1	296250
2	451050

Έτσι, η Καθαρή Παρούσα Αξία της επένδυσης υπολογίζεται αν πολλαπλασιαστεί κάθε ταμειακή ροή με τον συντελεστή προεξόφλησης  $(1,85)^{-2}$

**ΠΙΝΑΚΑΣ 2**

Χρόνος	Ταμειακή ροή	Συντ/στη Προεξ.	ΚΠΑ
0	-450000	0	-450000
1	296250	0,843881	250000
2	351050	0,712136	250000

ΚΠΑ

50000

Η καθαρή παρούσα αξία της επένδυσης είναι θετική, άρα η επένδυση είναι αποδεκτή.

Εάν υπάρχουν περισσότερες από μια επενδύσεις και πρέπει να επιλεγεί μία, θα επιλεγεί η επένδυση με την καλύτερη ΚΠΑ ως η καλύτερη εναλλακτική επιλογή.

#### δ. Υπολογισμός επιτοκίου – κόστους

Ένα από τα βασικά μειονεκτήματα στη Χ/Μ είναι ότι έχει υψηλότερο επιτόκιο από τον δανεισμό και συνεπώς είναι ακριβότερο. Η διαφορά του κόστους της Χ/Μ και του δανεισμού, βασίζεται κυρίως στη διαφορά των επιτοκίων που κυμαίνεται από 1-2% (μεγαλύτερο στη χ/μ)

Όταν το επιτόκιο δανεισμού για βιομηχανικές εγκαταστάσεις είναι 18,5% και το επιτόκιο για το κεφάλαιο κίνησης είναι 21,5%, τότε το επιτόκιο για τη Χ/Μ με το οποίο υπολογίζεται το κόστος της είναι 20% και φαίνεται στον ακόλουθο πίνακα 3.

**ΠΙΝΑΚΑΣ 3**

Μέθοδος X/M	κόστος κεφαλαίου (επιτόκιο) %	σύνθεση κεφαλαίου %	μέσο σταθμικό κόστος κεφαλαίου %
δανεισμός	18,5	0,5	9,25
ίδια κεφάλαια	21,5	0,5	10,75

20%

Από το επιτόκιο φαίνεται σαφώς ότι η X/M είναι ακριβότερη από τον δανεισμό, αλλά υπάρχουν παράγοντες που κάνουν τις δύο μορφές χρηματοδότησης συγκρίσιμες και οι οποίοι θα πρέπει να αναφερθούν πριν προχωρήσουμε στη συγκριτική ανάλυση.

Οι παράγοντες αυτοί είναι οι ακόλουθοι:

1. Η μέθοδος της επιταχυνόμενης απόσβεσης: επειδή ο δανεισμός χρησιμοποιεί την επιταχυνόμενη μέθοδο απόσβεσης μπορεί να γίνει φθηνότερος από τη X/M. Φυσικά, αυτή η άποψη δε λαμβάνει υπόψη της την αγορά του χρήματος και κεφαλαίου που μπορεί να είναι ακριβό. Ο ανταγωνισμός θα μπορούσε να οδηγήσει τις εταιρείες στο να περάσουν τη φορολογία ( με την επιτάχυνση της απόσβεσης) στον μισθωτή με τη μείωση των μισθωμάτων.
2. Η μεγάλη υπολειμματική αξία: ο εκμισθωτής περισσότερο από τον μισθωτή οφείλει την περιουσία του στην ημερομηνία λήξης της συμφωνίας της μίσθωσης.

## Επίλογος

Στο κεφάλαιο αυτό ασχοληθήκαμε αποκλειστικά με το leasing, προσπαθήσαμε να δώσουμε όσο το δυνατό περισσότερα στοιχεία, αλλά και παραδείγματα με σύγχρονα προγράμματα από την αγορά. Τι δηλαδή παρέχει και σε ποιον αναφέρεται. Πιστεύουμε πως το leasing είναι πολύ αξιόλογη μορφή χρηματοδότησης βασικά γιατί δίνει την δυνατότητα σε κάποιους υποψήφιους επιχειρηματίες, και ειδικά στους νέους ανθρώπους, να ξεκινήσουν μία δραστηριότητα με πολύ μικρό κεφάλαιο αλλά και κίνδυνο. Βέβαια κανείς δεν χαρίζει χρήματα και θα πρέπει να είμαστε προσεκτικοί στην υπογραφή μιας τέτοιας σύμβασης.

### Ειδική βιβλιογραφία κεφαλαίου

- Ευχαριστούμε τα υποκαταστήματα της Πειραιώς και της εμπορικής τράπεζας στην Κέρκυρα και στην Πάτρα για την παροχή έντυπου υλικού, διαφημιστικών φυλλαδίων, προγραμμάτων και γενικών όρων τέτοιων συμβάσεων.
- <http://www.bankofcyprus.com/main.asp?id=74>
- <http://businesscenter.piraeusbank.gr/ecPortal.asp?id=542&nt=73>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ Δ

### ΤΡΑΠΕΖΕΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

#### Δ.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο σημείο αυτό κρίναμε σκόπιμο να προσθέσουμε αυτό το κεφάλαιο για δούμε μέσα από αριθμούς πλέον σε τι βαθμό οι επιχειρήσεις δανείζονται από τις τράπεζες αλλά και με τι τρόπο. Επίσης θα δούμε το προφίλ των ελληνικών επιχειρήσεων. Διαλέξαμε την εμπορική τράπεζα για τα παραδείγματα, επηρεασμένοι από τον θόρυβο γύρω από το όνομα της, τον τελευταίο χρόνο σχετικά με την ιδιωτικοποίησή της. Επίσης επιλέξαμε από τις ελληνικές επιχειρήσεις τις μικρομεσαίες επειδή αποτελούν κύριο όγκο της ελληνικής οικονομίας.

Σήμερα, το σύνολο των ελληνικών τραπεζών, στο πλαίσιο της ανάπτυξης της λιανικής τραπεζικής, έχει αναπτύξει σημαντικές πρωτοβουλίες για τη χρηματοδότηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Εκτιμάται ότι σε μηνιαία βάση το 2005 χρηματοδοτούνται 4.000-5.000 νέες μικρομεσαίες επιχειρήσεις με σύγχρονα, πλήρως εξειδικευμένα και με ανταγωνιστικούς όρους χρηματοδοτικά προϊόντα.

Η Εμπορική Τράπεζα, για παράδειγμα, χρηματοδοτεί πανελλαδικά πάνω από 37.000 ΜΜΕ, ενώ το 2004 ξεκίνησε συνεργασίες με πάνω από 7.000 ΜΜΕ. Ειδικότερα σε ό,τι αφορά την Περιφέρεια Ηπείρου, η Εμπορική Τράπεζα διαθέτει ισχυρή παρουσία, με 13 Καταστήματα και 121 υπαλλήλους, συμβάλλοντας σημαντικά στην ανάπτυξη των μεγεθών της.

Η Εμπορική Τράπεζα στηρίζει έμπρακτα τη δυναμική ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων της Ηπείρου, καθώς και τους νέους επιχειρηματίες με καινοτόμες ιδέες. Έχει δημιουργήσει και προσφέρει ολοκληρωμένες υπηρεσίες και προϊόντα προς τους ενδιαφερόμενους επενδυτές, με σκοπό την ουσιαστική υποστήριξη τους κυρίως στη φάση του σχεδιασμού των επενδυτικών προγραμμάτων, αλλά και την παροχή σε αυτούς καινοτόμων προϊόντων προστασίας από διακυμάνσεις επιτοκίου λόγω της μεγάλης διάρκειας των δανείων.

Το τελευταίο οκτάμηνο οι χορηγήσεις της Τράπεζας προς τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις της Ηπείρου αυξήθηκαν κατά **6%** και ανέρχονται σε Ευρώ **95,6 εκατ.** Η δυναμική παρουσία της Τράπεζας στο χώρο αυτό εκδηλώνεται με τη σύναψη **540** νέων συνεργασιών με μικρομεσαίες επιχειρήσεις της Ηπείρου στους πρώτους 8 μήνες του 2005.

Σημαντική επίσης είναι η παρουσία της Τράπεζας στο χώρο των μεγάλων επιχειρήσεων της περιοχής, καθώς στηρίζει την αναπτυξιακή στρατηγική μεγάλων εξαγωγικών μονάδων και βιομηχανιών της Ηπείρου, με χρηματοδοτήσεις και παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών.

Αναφορικά με τους ιδιώτες πελάτες της Ηπείρου, οι χορηγήσεις της Τράπεζας παρουσίασαν το τελευταίο οκτάμηνο αύξηση **10,4%** και ανέρχονται σε Ευρώ



**140,6 εκατ.**, ενώ οι καταθέσεις αυξήθηκαν κατά **0,80%** και ανέρχονται σε Ευρώ **350,3 εκατ.**

*Η χρηματοδότηση των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων έχει αναδειχθεί σήμερα σε βασική πτυχή της στρατηγικής όλων των τραπεζών για την επέκταση των εργασιών τους στη λιανική τραπεζική. Οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, που, όπως προαναφέραμε, αποτελούν τη συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον ελλαδικό χώρο, έχουν ανάγκη από ευέλικτα χρηματοδοτικά προϊόντα και εξειδικευμένες υπηρεσίες για την αντιμετώπιση των διαρκώς αυξανόμενων αναγκών τους. Στο σημερινό επιχειρησιακό περιβάλλον, το οποίο χαρακτηρίζεται από την παγκοσμιοποίηση και τον έντονο ανταγωνισμό, οι επιχειρήσεις αυτές καλούνται να αναδιαρθρωθούν και να εκσυγχρονιστούν προκειμένου να μπορέσουν να επιβιώσουν και να αποτελέσουν εξισορροπητικό παράγοντα της απασχόλησης και κινητήριο δύναμη της οικονομίας.*

*Οι περισσότερες ελληνικές επιχειρήσεις είναι μικρού μεγέθους συγκριτικά με τις ευρωπαϊκές επιχειρήσεις. Το μικρότερο μέγεθος, σε συνδυασμό με την έλλειψη επαρκούς πληροφόρησης, αποτελούν σημαντικά εμπόδια για την ικανοποιητική επικοινωνία μεταξύ τραπεζών και ΜΜΕ και επηρεάζουν σημαντικά την πιστοληπτική ικανότητά τους. Η μεγέθυνση, ο εκσυγχρονισμός και η ενίσχυση της καινοτομίας και της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων πρέπει να αποτελούν σημαντικές προτεραιότητες των μικρομεσαίων επιχειρηματικών. Στην προσπάθειά τους αυτή το ελληνικό τραπεζικό σύστημα θα είναι αρωγός, προσφέροντας τα κατάλληλα προϊόντα και υπηρεσίες, με ανταγωνιστικούς διεθνώς όρους.*

Ειδικότερα, η Τράπεζά εργάζεται για τη διαμόρφωση συνθηκών που θα ευνοήσουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας, την ενίσχυση της εξωστρέφειας και την αύξηση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών ΜΜΕ.

**Όπως όλοι θα συμφωνείτε, στη σημερινή παγκόσμια οικονομία μόνο χώρες και επιχειρήσεις που είναι διεθνώς ανταγωνιστικές μπορούν να συνεχίσουν να αναπτύσσονται, ενώ εκείνες που δεν είναι, θα οδηγούνται σε μαρασμό.**

Προς αυτή την κατεύθυνση, η Εμπορική Bank εργάζεται για την ολοκληρωμένη και ανταγωνιστική κάλυψη των αναγκών των ΜΜΕ, παρέχοντας πλήρη γκάμα προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς και συμβουλευτική υποστήριξη για την ανταγωνιστική λειτουργία, ανάπτυξη και διεθνή επέκταση των εργασιών των ΜΜΕ.

## **Δ.2 ΑΝΑΓΚΕΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΟΙ ΟΠΟΙΕΣ ΔΕΝ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΚΑΛΥΦΘΟΥΝ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΑ ΜΕΣΩ ΚΛΑΣΙΚΟΥ ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΥ ΔΑΝΕΙΣΜΟΥ**

Οι τράπεζες, λόγω της φύσης τους, δεν αναλαμβάνουν επιχειρηματικούς κινδύνους και κατά συνέπεια δεν μπορούν να καλύψουν από μόνες τους μια σειρά κρίσιμων αναγκών σε κεφάλαια ΜΜΕ, οι κυριότερες από τις οποίες είναι οι ακόλουθες:

- Χρηματοδοτικές ανάγκες νεοϊδρυόμενων επιχειρήσεων
- Χρηματοδοτικές ανάγκες εταιρειών παραγωγής καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών
- Χρηματοδοτικές ανάγκες βιώσιμων επιχειρήσεων που δε διαθέτουν επαρκείς εξασφαλίσεις
- Ανάγκες αύξησης του μετοχικού-εταιρικού τους κεφαλαίου

Για την κάλυψη των ανωτέρω αναγκών των ΜΜΕ και την ενίσχυση γενικότερα της επιχειρηματικότητας η ελληνική πολιτεία:

- Προχώρησε στην ίδρυση του **ΤΑΜΕΙΟ ΕΓΓΥΟΔΟΣΙΑΣ ΜΙΚΡΩΝ ΚΑΙ ΠΟΛΥ ΜΙΚΡΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (Τ.Ε.Μ.Π.Μ.Ε. Α.Ε.)** με σκοπό την ενίσχυση της πρόσβασης στην αγορά κεφαλαίων νεοσύστατων ή υφιστάμενων μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων, οι οποίες δεν διαθέτουν επαρκείς εξασφαλίσεις.
- Στα πλαίσια του προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα» του Υπουργείου Ανάπτυξης έχουν διαμορφωθεί ειδικά προγράμματα με τα οποία ενισχύεται η επιχειρηματικότητα (π.χ. Πρόγραμμα Γυναικείας Επιχειρηματικότητας, Πρόγραμμα Νεανικής Επιχειρηματικότητας κ.λπ.).
- Ενισχύει την ίδρυση εξειδικευμένων εταιριών επιχειρηματικού κεφαλαίου (venture capital), με σκοπό τη συμμετοχή τους σε ΜΜΕ.

Η Εμπορική Bank, στα πλαίσια των πρωτοβουλιών της ελληνικής πολιτείας, δημιούργησε δύο εξειδικευμένα προϊόντα για τις ΜΜΕ με εγγύηση του ΤΕ-ΜΠΜΕ, στα οποία μάλιστα μείωσε το τελικό της επιτόκιο σε σύγκριση με αντίστοιχα δικά της προϊόντα κατά μία ποσοστιαία μονάδα.

Στην ίδια κατεύθυνση εξετάζει κατά περίπτωση τη χρηματοδότηση των νέων βιώσιμων ΜΜΕ, καθώς και την κάλυψη των αναγκών αύξησης του μετοχικού – εταιρικού κεφαλαίου τους μέσω venture capital.

### Δ.3 ΥΦΙΣΤΑΜΕΝΕΣ ΔΥΣΚΟΛΙΕΣ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗΣ ΠΙΣΤΟΛΗΠΤΙΚΗΣ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑΣ ΜΜΕ

Η αξιολόγηση από τις τράπεζες της πιστοληπτικής ικανότητας μιας επιχείρησης είναι μια ιδιαίτερα κρίσιμη, δύσκολη και πολύπλοκη διαδικασία. Οι τράπεζες, στα πλαίσια της σταδιακής προσαρμογής τους στις νέες απαιτήσεις που προκύπτουν από τους κανόνες επάρκειας κεφαλαίων, προχωρούν στη δημιουργία εσωτερικών συστημάτων αξιολόγησης της πιστοληπτικής ικανότητας των επιχειρήσεων.

Αναγκαία προϋπόθεση για οποιοδήποτε σύστημα αξιολόγησης είναι η διαθεσιμότητα των δημοσιευμένων ιστορικών οικονομικών καταστάσεων της επιχείρησης και πληροφορίες για τις μελλοντικές προοπτικές της. Εάν ληφθεί υπόψη ότι από το σύνολο των 970.895 επιχειρήσεων, **μόνο το 5,9%**, δηλαδή 57.456 (ανώνυμες εταιρείες & Ε.Π.Ε.) είναι υποχρεωμένες να δημοσιεύουν οικονομικές καταστάσεις, γίνονται αντιληπτές οι δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι τράπεζες στην αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας των ΜΜΕ.

Το πρόβλημα βέβαια γίνεται εντονότερο εάν ληφθεί υπόψη, επιπρόσθετα, ο χαμηλός βαθμός υιοθέτησης από τις ελληνικές ΜΜΕ των κανόνων εταιρικής διακυβέρνησης.

Σημαντικές δυσκολίες συναντά τέλος και η διαδικασία αξιολόγησης από τις τράπεζες του πιστωτικού κινδύνου των ΜΜΕ που δεν δημοσιεύουν οικονομικές καταστάσεις, με τη χρήση συστημάτων προϊόντικών scoring, αφού δεν είναι διαθέσιμος από επίσημες πηγές ο υφιστάμενος τραπεζικός τους δανεισμός.

Οι ανωτέρω περιορισμοί στην αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας των ΜΜΕ και ιδιαίτερα των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων, σε συνδυασμό με το μικρότερο μέγεθός τους συγκριτικά με τις αντίστοιχες ευρωπαϊκές ΜΜΕ, εξηγούν τόσο τις όποιες δυσκολίες πρόσβασης αυτών των επιχειρήσεων στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα, όσο και τη μη πλήρη σύγκλιση των επιτοκίων δανεισμού με τα αντίστοιχα επιτόκια που απολαμβάνουν οι αντίστοιχες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις.

Ο εκσυγχρονισμός των ελληνικών ΜΜΕ, η βελτίωση των συστημάτων αξιολόγησης του πιστωτικού κινδύνου από τις τράπεζες, σε συνδυασμό με την αναμενόμενη υιοθέτηση από την Ένωση Ελληνικών Τραπεζών και τους φορείς των ΜΜΕ του «Κώδικα Συμπεριφοράς», στον οποίο περιγράφονται οι βασικές αρχές της συνεργασίας τους, εκτιμάται ότι θα συμβάλλουν στην αμοιβαία κατανόηση των δύο μερών, στη σταδιακή μείωση των υφιστάμενων προβλημάτων στην αξιολόγηση του πιστωτικού κινδύνου των ΜΜΕ και στην αύξηση του βαθμού πρόσβασής τους στο τραπεζικό σύστημα.

#### Δ.4 ΠΡΟΦΙΛ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

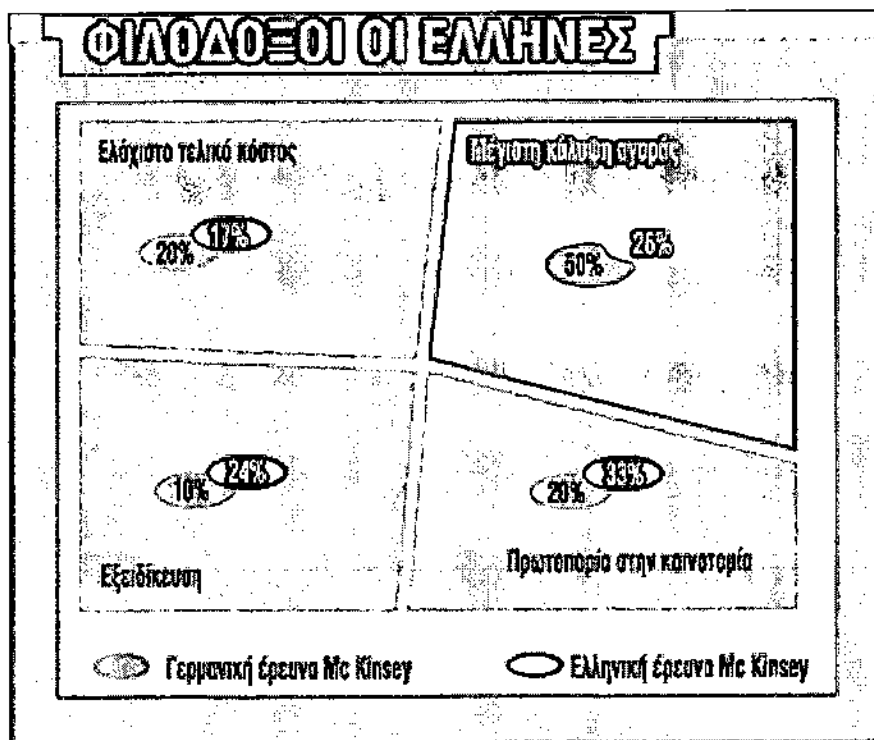


**ΙΣΧΥΡΗ** διεθνή παρουσία, στελέχη με εμπειρία στο εξωτερικό, έμφαση στην καινοτομία, εξειδίκευση, συχνή αναθεώρηση στρατηγικών στόχων και αυτογνωσία είναι μερικά από τα βασικότερα χαρακτηριστικά που διαθέτουν οι επιτυχημένες ελληνικές επιχειρήσεις.

Μάλιστα, η επιτυχία τους είναι μεγαλύτερη όσο η -απαραίτητη- διεθνής παρουσία τους είναι περισσότερο ολοκληρωμένη. Το μεγαλύτερο βαθμό διεθνοποίησης φαίνεται πως διαθέτουν οι μεγαλύτερες και μικρότερες ελληνικές εταιρείες, αποδεικνύοντας ότι το εταιρικό μέγεθος δεν αποτελεί εμπόδιο στην επιχειρηματική εξωστρέφεια. Οι επιτυχημένες επιχειρήσεις επιδιώκουν να προωθήσουν δυναμικά την εξαγωγή των προϊόντων ή/και υπηρεσιών τους στην Τουρκία στην επόμενη πενταετία.

Σε αυτά τα συμπεράσματα, μεταξύ άλλων, καταλήγει η έρευνα «Hellas 1000: Ανάπτυξη και Ανταγωνιστικότητα» της McKinsey & Company για την ελληνική επιχειρηματικότητα, σύμφωνα με την οποία το 69% των ελληνικών εταιρειών που δεν διαθέτουν διεθνή παρουσία είναι λιγότερο επιτυχημένες έναντι αντίστοιχου ποσοστού αποτυχίας 57% για όσες απλά εμπορεύονται τα προϊόντα τους στο εξωτερικό, 38% για όσες εξάγουν, αλλά και παράγουν στο εξωτερικό και μηδενικού ποσοστού για τις εταιρείες που εξάγουν, παράγουν και διεξάγουν έρευνα και ανάπτυξη (R&D) στο εξωτερικό.

Η McKinsey & Company θεωρεί επιτυχημένες το πρώτο 40% των επιχειρήσεων, σύμφωνα με την κατάταξή τους στη βάση των μετά από φόρων κερδών τους για το 2005, αλλά του και ρυθμού ανάπτυξης των εσόδων τους στην περίοδο 2001-2005. Η έρευνα, με χορηγό επικοινωνίας τη «Ναυτεμπορική», διεξήχθη σε συνεργασία με το ΣΕΒ μέσω αναλυτικού ερωτηματολογίου μεταξύ 183 επιχειρήσεων -κυρίως παραγωγής καταναλωτικών και βιομηχανικών αγαθών, υπηρεσιών και χονδρικής καταναλωτικών προϊόντων- το 43% των οποίων παρουσιάζει κύκλο εργασιών μικρότερο των 30 εκατ. Ευρώ, το 33% έσοδα 30-100 εκατ. ευρώ και 24% κύκλο εργασιών μεγαλύτερο των 100 εκατ. ευρώ.



#### Δ.4.1 ΈΣΟΔΑ ΑΠΟ ΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ

Την τελευταία πενταετία οι επιτυχημένες εταιρείες κατάφεραν να αυξήσουν σημαντικά τη συμμετοχή του εκτός Ελλάδος κύκλου εργασιών τους στο σύνολο αυτού από 13,0% το 2000 σε 21,4% στο τέλος 2005. Για τις λιγότερο επιτυχημένες εταιρείες, το συγκεκριμένο μερίδιο βελτιώθηκε οριακά από 2,9% σε 3,3% το 2005. Η McKinsey & Company διαπίστωσε ότι οι βιομηχανικές επιχειρήσεις και οι εταιρείες λιανικής εμφανίζουν το μεγαλύτερο συσχετισμού μεταξύ επιτυχίας και διεθνών πωλήσεων, δηλαδή πρακτικά πως η διαφορά του μεριδίου εσόδων από το εξωτερικό επί του συνολικού κύκλου εργασιών μετα-

ξύ των περισσότερο και λιγότερο επιτυχημένων επιχειρήσεων είναι μεγαλύτερη στην κατηγορία των βιομηχανιών (14,8 ποσοστιαίες μονάδες) και των επιχειρήσεων λιανικής (5,7%).

Οι ελληνικές εταιρείες παροχής υπηρεσιών δεν είναι ξεκάθαρο αν μπορούν να βελτιώσουν την επιτυχία τους μέσω επέκτασης στο εξωτερικό, ενώ στην κατηγορία των επιχειρήσεων χονδρικής ή διεθνούς επέκταση φαίνεται πως επηρεάζει αρνητικά τα έσοδα από το εξωτερικό.

#### **Δ.4.2 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΔΙΕΘΝΗΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑ**

Οι επιτυχημένες εταιρείες με το μεγαλύτερο βαθμό καινοτομίας είναι παράλληλα οι περισσότερο διεθνοποιημένες ελληνικές επιχειρήσεις, παράγοντας το 38,0% του κύκλου εργασιών τους εκτός ελληνικής επικράτειας, γεγονός το οποίο αναδεικνύει το πρόβλημα του μικρού μεγέθους της ελληνικής αγοράς για την παραγωγή και επιτυχή εμπορική διάθεση και απορρόφηση καινοτομιών. Λιγότερο σημαντική αποδεικνύεται η διεθνής παρουσία για τις επιτυχημένες ελληνικές επιχειρήσεις που εστιάζουν στη μεγιστοποίηση του κύκλου εργασιών τους μέσω επίτευξης του φθηνότερου τελικού κόστους (15% έσοδα από το εξωτερικό), ενώ για τις αντίστοιχες ελληνικές επιχειρήσεις που επιδιώκουν παράλληλα και την παραγωγή πολλαπλών καινοτομιών το μερίδιο εσόδων από το εξωτερικό μειώνεται σε 6,7%. Σχεδόν μηδενική (0,5%) είναι η συμμετοχή των εσόδων από το εξωτερικό στις ελληνικές επιχειρήσεις που εκμεταλλεύονται μόνον ένα συγκεκριμένο τμήμα της αγοράς (niche market), παρέχοντας εξειδικευμένα προϊόντα.

#### **Δ.4.3 Η ΔΙΕΘΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

Το μικρότερο βαθμό διεθνοποίησης παρουσιάζουν οι μεσαίου μεγέθους ελληνικές επιχειρήσεις με ετήσιο κύκλο εργασιών μεταξύ 30 και 100 εκατ. ευρώ, οι περισσότερο επιτυχημένες των οποίων εμφανίζουν μερίδιο επί συνόλου διεθνών εσόδων μόλις 7,8%. Το ίδιο ποσοστό αυξάνεται σε 16,6% για τις επιτυχημένες επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών μικρότερο των 30 εκατ. ευρώ και ακόμα περισσότερο (19,8%) για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις της χώρας με ετήσια έσοδα άνω των 100 εκατ. ευρώ.

#### **Δ.4.4 ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ**

Σε διευθυντικά στελέχη με γνώσεις και εξειδικευμένη εμπειρία από έργα στο εξωτερικό βασίζονται οι περισσότερες επιτυχημένες ελληνικές επιχειρήσεις για την εκτός συνόρων επέκτασή τους, οι οποίες όμως αξιολογούν θετικά την άντληση αντίστοιχων γνώσεων μέσω συνεργασίας με εξειδικευμένες εταιρείες (π.χ. συμβούλων). Για την ίδια ομάδα ελληνικών επιχειρήσεων πηγή γνώσεων διεθνοποίησης αποτελεί και η παρατήρηση των αντίστοιχων διαδικασιών που ακολουθούνται σε άλλες επιχειρήσεις, ενώ η εξαγορά εταιρειών με εξειδικευμένες γνώσεις φαίνεται να αποτελεί μια λιγότερο συνηθισμένη πρακτική. Επισημαίνεται ότι οι λιγότερες επιτυχημένες ελληνικές επιχειρήσεις αντλούν γνώσεις για τη διεθνοποίησή τους κυρίως μέσω συναντήσεων στελεχών και πελατών τους από διάφορες χώρες, πρακτική που δεν φαίνεται να αποδίδει.

#### **Δ.4.5 ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ**

Μέσω εξαγορών και συνεπενδύσεων (joint ventures) υλοποιούν την επέκτασή τους στο εξωτερικό οι επιτυχημένες ελληνικές επιχειρήσεις, παρά το γεγονός ότι οι δύο αυτές κατηγορίες διεθνοποίησης απαιτούν το μεγαλύτερο χρόνο για την πραγματοποίησή τους (14-15 μήνες και 12 μήνες αντίστοιχα). Παρά τη σαφή δέσμευση μεγαλύτερων οικονομικών πόρων, τον υψηλότερο κίνδυνο, τη μικρότερη ταχύτητα υλοποίησης (εξαγορές), ακόμη και το ενδεχόμενο σύγκρουσης συμφερόντων (συνεπενδύσεις), οι επιτυχημένες ελληνικές επιχειρήσεις προτιμούν τον πλήρη έλεγχο της επένδυσής τους (εξαγορές) ή τη συνεργασία με εταίρο που γνωρίζει την τοπική αγορά και μειώνει τον αναλαμβανόμενο κίνδυνο και τα απαιτούμενα κεφάλαια (συνεπενδύσεις). Οι εναλλακτικές επιλογές του τοπικού αντιπροσώπου ή της ανάπτυξης μέσω συστήματος δικαιόχρησης στο εξωτερικό αποφεύγονται από τις επιτυχημένες ελληνικές επιχειρήσεις.

#### **Δ.4.6 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

Την κατά το δυνατόν μεγαλύτερη κάλυψη της αγοράς και παράλληλα την παραγωγή των περισσότερων καινοτομιών επιδιώκει το 50% των επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα έναντι ταπεινότερου ποσοστού 26% στη γερμανική έρευνα της McKinsey & Company.

Οι ελληνικές επιχειρήσεις που επιλέγουν τη συγκεκριμένη στρατηγική δραστηριοποιούνται κυρίως στα βασικά υλικά και στις κατασκευές (56%), στη

χονδρική (55%) και στο λιανεμπόριο (54%).

Όμως, οι επιχειρήσεις λιανικής εμφανίζουν το υψηλότερο ποσοστό επιδίωξης φθηνότερου τελικού κόστους (38%), στρατηγική που αποτελεί τη σημαντικότερη επιδίωξη (29%) μεταξύ των ελληνικών επιχειρήσεων με κύκλο εργασιών μεγαλύτερο των 100 εκατ. ευρώ. Πρώτη στρατηγική επιδίωξη των εταιρειών με έσοδα μικρότερα των 30 εκατ. ευρώ είναι η παραγωγή κορυφαίων καινοτομιών (54%). Κορυφαία στρατηγική επιλογή (41%) των μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων με ετήσια έσοδα μεταξύ 30 και 100 εκατ. ευρώ αποτελεί η ταυτόχρονη κάλυψη της αγοράς και η παραγωγή κορυφαίων καινοτομιών. Όμως, περισσότερες είναι οι επιτυχημένες ελληνικές επιχειρήσεις με την αυτή στρατηγική επιδίωξη, οι οποίες έχουν έσοδα μικρότερα των 30 εκατ. ευρώ ή μεγαλύτερα των 100 εκατ. ευρώ.

Το μεγαλύτερο ποσοστό επιτυχίας (50%) εμφανίζουν οι ελληνικές επιχειρήσεις που επιλέγουν στρατηγικά την παραγωγή κορυφαίων καινοτομιών, αν και η συγκεκριμένη κατηγορία απαιτεί τη δημιουργία περισσότερων ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων σε σύγκριση με την εξειδίκευση σε μια αγορά ή την εστίαση στο χαμηλό κόστος (εξειδικευμένους υπαλλήλους, ιδιαίτερα αποτελεσματικά τμήματα έρευνας και ανάπτυξης, τεχνογνωσία προώθησης πωλήσεων).

Σύμφωνα με την έρευνα της McKinsey & Company, οι περισσότεροι επιτυχημένες εταιρείες με στρατηγικό στόχο την επίτευξη χαμηλού τελικού κόστους σχεδιάζουν να αυξήσουν σημαντικά την εστίασή τους στη χρήση υψηλής τεχνολογίας στην επόμενη πενταετία, ενώ μεταξύ των επιδιώξεων των εταιρειών με στρατηγική επιδίωξη την παραγωγή κορυφαίων καινοτομιών είναι η ενίσχυση του εταιρικού ονόματος (brand) και η βελτίωση των προσφερόμενων υπηρεσιών τους.

Οι λιγότερο επιτυχημένες ελληνικές επιχειρήσεις που ακολουθούν περισσότερο εξειδικευμένες στρατηγικές ανάπτυξης (κόστος, καινοτομία) εμφανίζουν περισσότερες πιθανότητες μελλοντικής επιτυχίας (40% και 44% αντίστοιχα) σε σύγκριση με όσες επιδιώκουν να τα καταφέρουν καινοτομώντας σε ολόκληρο το εύρος της αγοράς. Η McKinsey & Company διέγινε στις λιγότερο επιτυχημένες επιχειρήσεις που ανήκουν στην τελευταία αυτή κατηγορία μια υπερεκτίμηση των πραγματικών συγκριτικών πλεονεκτημάτων τους, δηλαδή έλλειψη αυτογνωσίας. Ανεξάρτητα από τη στρατηγική τους εστίαση, οι περισσότεροι επιτυχημένες ελληνικές επιχειρήσεις είναι ταπεινότερες για τον επιπλέον λόγο ότι αναθεωρούν κατά μέσο όρο κάθε 1,8 έτη το στρατηγικό σχέδιό τους έναντι 2,9 ετών για τις λιγότερο επιτυχημένες.



#### Δ.4.7 ΕΠΙΘΕΤΙΚΕΣ ΕΞΑΓΩΓΕΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Μείωση της διεθνούς παρουσίας τους στη δυτική Ευρώπη, στις ΗΠΑ και στον Καναδά και παράλληλη σημαντική ενίσχυσή της στα Βαλκάνια και στην Τουρκία σχεδιάζουν οι περισσότεροι επιτυχημένες ελληνικές επιχειρήσεις. Μάλιστα, σε αυτή την κατηγορία εταιρειών σχεδιάζεται η βαθύτερη επιχειρηματική διείσδυση στις γειτονικές αγορές μέσω του περιορισμού εξαγωγών σε αυτές και μερικής αντικατάστασής τους από τοπική βιομηχανική παραγωγή.

Στη Σερβία οι επιτυχημένες ελληνικές επιχειρήσεις θέλουν να αυξήσουν την παρουσία τους σε επίπεδο δικτύου πωλήσεων, αλλά και τοπικής παραγωγής σε αντίθεση με τις Ρουμανία και Βουλγαρία, στις οποίες προτεραιότητα φαίνεται πως έχει πλέον η δημιουργία τοπικών μονάδων. Το 23% των επιτυχημένων ελληνικών επιχειρήσεων επιδιώκει να έχει δημιουργήσει δίκτυο πωλήσεων στην Τουρκία μέχρι το 2010 -από 13% στο τέλος 2005- ενώ στον ίδιο χρονικό ορίζοντα το 3% αυτών επιδιώκει να έχει δημιουργήσει τοπική μονάδα παραγωγής στη γειτονική χώρα.

## Επίλογος

Η παρούσα έρευνα δημοσιεύθηκε στην εφημερίδα «Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ» Δευτέρα, 17 Ιουλίου 2006 και μας έδωσε το ερέθισμα να ασχοληθούμε μαζί της και να την εντάξουμε στην πτυχιακή μας, γιατί αναφέρεται στην εικόνα των επιχειρήσεων της ελληνικής οικονομίας των οποίων μελετάμε την χρηματοδότηση. Τα αποτελέσματα, δείχνουν πως οι επιχειρήσεις που εξελίσσονται, δραστηριοποιούνται στην εξαγωγή προϊόντων και υπηρεσιών, έχουν την καλύτερη χρηματοδότηση είναι και οι πιο επιτυχημένες.

## Ειδική βιβλιογραφία κεφαλαίου

- Αρχείο εφημερίδων Η Ναυτεμπορική, [www.nautemporiki.gr](http://www.nautemporiki.gr)
- <http://www.eurobank.gr/online/home/generic.aspx?id=186&mid=580&lang=gr>

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ε**

### **FRANCHISING**

#### **Ε.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Το σύνολο δικαιωμάτων βιομηχανικής ή πνευματικής ιδιοκτησίας που αφορούν εμπορικά σήματα κι επωνυμίες, πινακίδες καταστημάτων, πρότυπα χρήσεως, σχέδια, δικαιώματα αντιγραφής, τεχνογνωσίες ή διπλώματα ευρεσιτεχνίας προς εκμετάλλευση για την μεταπώληση προϊόντων ή την παροχή υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες.

Είναι η εμπορική μέθοδος με την οποία μια επιχείρηση ο δικαιοπάροχος, παραχωρεί στην άλλη, τον δικαιοδόχο, έναντι αμέσου ή εμμέσου οικονομικού ανταλλάγματος, το δικαίωμα εκμετάλλευσης του franchise με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή/και υπηρεσιών.

#### **Ε.2 ΟΡΟΛΟΓΙΑ FRANCHISING**

##### **I. Franchisor Δικαιοπάροχος**

Είναι η επιχείρησή που παραχωρεί στην άλλη, τον δικαιοδόχο, έναντι αμέσου ή εμμέσου οικονομικού ανταλλάγματος το δικαίωμα εκμετάλλευσης του franchise με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή/και υπηρεσιών.

##### **II. Disclosure (Υποχρέωση πληροφόρησης)**

Είναι η υποχρέωση του δικαιοπάροχου να παρέχει εγγράφως σε κάθε υποψήφιο δικαιοδόχο και μέσα σε εύλογο χρόνο πριν από την υπογραφή ενός δεσμευτικού εγγράφου πλήρη κι ακριβή πληροφόρηση σχετικά με την εταιρική και οικονομική του κατάσταση, το επιχειρηματικό του ιστορικό, την περιγραφή της επιχείρησης που είναι αντικείμενο του franchise, την περιγραφή των κυρίων χαρακτηριστικών της τεχνογνωσίας, την παροχή τεχνικής υποστήριξης προς τον δικαιοδόχο, το προβλεπόμενο κόστος εγκατάστασης μίας επιχείρησης franchise, την βιωσιμότητα του συστήματος, τα βασικά στοιχεία της σύμβασης franchise, τα ονόματα και τις διευθύνσεις των μελών του δικτύου και με άλλα που προβλέπονται είτε από ειδική νομοθεσία είτε από τον Εθνικό Κώδικα Δεοντολογίας για το Franchising, Franchisee .

##### **III. Δικαιοδόχος**

Είναι η επιχείρηση στην οποία παραχωρείται από τον δικαιοπάροχο το δικαίωμα εκμετάλλευσης του franchise με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή/και υπηρεσιών.

#### **IV. Direct Franchise (Άμεσο Franchise)**

Είναι η περίπτωση όπου ο δικαιοπάροχος σε κάθε επιμέρους δικαιοδόχο την συμβατική δυνατότητα να λειτουργήσει το franchise από μια και συγκεκριμένη μονάδα εκμετάλλευσης που βρίσκεται σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή μέσα στη χώρα ανάπτυξης.

#### **V. Industrial Franchise (Βιομηχανικό Franchise)**

Είναι μια μορφή franchising όπου μια επιχείρηση, ο δικαιοπάροχος, παρέχει σε μια άλλη επιχείρηση, τον δικαιοδόχο, την άδεια να παράγει ή να μεταποιεί συγκεκριμένα προϊόντα σύμφωνα με τις οδηγίες του δικαιοπάροχου και να τα πωλεί με το σήμα του.

#### **VI. Distribution Franchise (Franchise Διανομής)**

Είναι μια μορφή franchising όπου μια επιχείρηση, ο δικαιοπάροχος, παρέχει σε μια άλλη επιχείρηση, τον δικαιοδόχο, την άδεια να εκμεταλλεύεται το franchise μέσα από την λιανική πώληση σε τελικούς καταναλωτές συγκεκριμένων προϊόντων μέσα από το κατάστημά του και κάτω από τα διακριτικά γνωρίσματα του δικαιοπαρόχου.

#### **VII. Services Franchise (Franchise Υπηρεσιών)**

Είναι μια μορφή franchising όπου μια επιχείρηση, ο δικαιοπάροχος, παρέχει σε μια άλλη επιχείρηση, τον δικαιοδόχο, την άδεια να εκμεταλλεύεται το franchise μέσα από την παροχή σε τελικούς καταναλωτές συγκεκριμένων υπηρεσιών μέσα από το κατάστημά του και κάτω από τα διακριτικά γνωρίσματα του δικαιοπαρόχου.

#### **VIII. Mobile Franchise (Κινητό Franchise)**

Είναι μια μορφή franchising όπου μια επιχείρηση, ο δικαιοπάροχος, παρέχει σε μια άλλη επιχείρηση, τον δικαιοδόχο, την άδεια να εκμεταλλεύεται το franchise μέσα από την παροχή σε τελικούς καταναλωτές συγκεκριμένων υπηρεσιών μέσα από το κατάστημά του και κάτω από τα διακριτικά γνωρίσματα του δικαιοπαρόχου.

### **IX. Master Franchisee/ Sub-Franchisor (Βασικός Δικαιοδόχος)**

Είναι η επιχείρηση, στην οποία ο δικαιούχος, παρέχει την άδεια να εκμεταλλευθεί μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή μέσω της από τον βασικό δικαιούχο περαιτέρω παραχώρησης σε τρίτους του δικαιώματος εκμετάλλευσης του franchise μέσα από συγκεκριμένες μονάδες εκμετάλλευσης (καταστήματα) που καθένας από αυτούς δημιουργεί μέσα στην ίδια γεωγραφική περιοχή βάσει ενός δεδομένου χρονικού σχεδίου ανάπτυξης, χωρίς να αποκλείεται η πιθανότητα της παράλληλης δημιουργίας κι εκμετάλλευσης από τον βασικό δικαιούχο μιας ή περισσότερων μονάδων εκμετάλλευσης στην ίδια γεωγραφική περιοχή.

### **X. Area Developer Δικαιοδόχος (Ανάπτυξης Περιοχής)**

Είναι η επιχείρηση, στην οποία ο δικαιούχος, παρέχει στον δικαιούχο την άδεια να εκμεταλλευθεί μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή μέσω της από τον ίδιο δημιουργίας κι εκμετάλλευσης περισσότερων της μιας μονάδων εκμετάλλευσης βάσει ενός δεδομένου χρονικού σχεδίου ανάπτυξης.

### **XI. Area Development (Ανάπτυξη Περιοχής)**

Είναι η περίπτωση όπου ο δικαιούχος παρέχει σε μια επιχείρηση, τον δικαιούχο ανάπτυξης περιοχής, την άδεια να εκμεταλλευθεί μια συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή μέσω της από τον ίδιο δημιουργίας κι εκμετάλλευσης περισσότερων της μιας μονάδων εκμετάλλευσης βάσει ενός δεδομένου χρονικού σχεδίου ανάπτυξης.

### **XII. Development Schedule (Χρονικό Σχέδιο Ανάπτυξης)**

Είναι το δεδομένο συμβατικό χρονικό πλαίσιο μέσα στο οποίο ο βασικός δικαιούχος και ο δικαιούχος ανάπτυξης περιοχής υποχρεούνται να αναπτύξουν το δίκτυο δικαιούχων του συστήματος κατά τα ανωτέρω.

### **XIII. Multiunit Franchising Franchising (Πολλαπλών Σημείων)**

Είναι η επιχείρηση στην οποία παραχωρείται από τον δικαιούχο το δικαίωμα εκμετάλλευσης του franchise με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή/και υπηρεσιών μέσω της δημιουργία περισσότερων της μιας μονάδων εκμετάλλευσης μέσα στην ίδια ή σε άλλη γεωγραφική περιοχή.

#### **XIV. Franchise Fee (Δικαίωμα Εισόδου)**

Είναι μια εφάπαξ αμοιβή που καταβάλλει ο δικαιούχος στον δικαιούχο για την παραχώρηση του δικαιώματος εκμετάλλευσης του franchise.

#### **XV. Royalties (Περιοδικά Δικαιώματα)**

Είναι το συνεχές οικονομικό αντάλλαγμα που καταβάλλει περιοδικά ο δικαιούχος στον δικαιούχο για την παραχώρηση του δικαιώματος εκμετάλλευσης του franchise καθ'όλη την διάρκεια της συμβατικής τους σχέσης.

#### **XVI. Franchise Training (Εκπαίδευση Franchise)**

Είναι η εκπαίδευση που παρέχει ο δικαιούχος στον δικαιούχο και στους υπαλλήλους του πάνω στο franchise και στις μεθόδους εκμετάλλευσής του.

#### **XVII. Quality Control (Ποιοτικός Έλεγχος)**

Είναι ο έλεγχος που διενεργεί ο δικαιούχος επί τόπου στις μονάδες εκμετάλλευσης του franchise ώστε να πιστοποιείται η συμμόρφωση των δικαιούχων του δικτύου με τους κανόνες του Εγχειριδίου Λειτουργίας του franchise και τους όρους της σύμβασης franchise που έχουν υπογράψει τους σχετικούς με την ποιότητα των πωλουμένων προϊόντων ή των παρεχομένων υπηρεσιών.

#### **XVIII. Buy Back Option (Επιλογή Εξαγοράς)**

Είναι η περίπτωση όπου - σε περίπτωση λήξης ή λύσης μιας σύμβασης franchise - ο δικαιούχος ασκεί το συμβατικό του δικαίωμα να ζητήσει από τον δικαιούχο να του πωλήσει είτε την επιχείρησή του, είτε μέρος αυτής είτε τα προϊόντα που έχουν απομείνει στην κυριότητα του δικαιούχου κατά την λύση ή λήξη της σύμβασης.

## **E.3 ΕΙΔΗ – ΠΡΟΪΟΝΤΑ FRANCHING**

### **E.3.1 INVESTMENT FRANCHISE (ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟ FRANCHISE)**

Ο δικαιοδόχος τοποθετεί τα κεφάλαια για να επενδύσει σε ένα υψηλού κόστους σύστημα Franchise και παρά την πλήρη εξασφάλιση της στρατηγικής διοίκησης, μισθώνει τρίτους στους οποίους αναθέτει εξ ολοκλήρου τη διαχείριση για λογαριασμό του των καταστημάτων του δικτύου.

### **E.3.2 DIRECT FRANCHISE (ΑΜΕΣΟ FRANCHISE)**

Ο δικαιοπάροχος παρέχει σε κάθε δικαιοδόχο τη συμβατική δυνατότητα να λειτουργήσει το σύστημα franchise από μία και συγκεκριμένη μονάδα εκμετάλλευσης που βρίσκεται σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή. Πρόκειται για σχέση one-to-one.

### **E.3.3 MULTIUNIT FRANCHISING (FRANCHISING ΠΟΛΛΑΠΛΩΝ ΣΗΜΕΙΩΝ)**

Ο δικαιοπάροχος δίνει στο δικαιοδόχο το δικαίωμα εκμετάλλευσης του πακέτου franchise με σκοπό την εμπορία συγκεκριμένων τύπων προϊόντων ή/και υπηρεσιών μέσα από τη δημιουργία περισσότερων της μίας μονάδας εκμετάλλευσης μέσα στην ίδια ή σε άλλη γεωγραφική περιοχή.

### **E.3.4 MOBILE FRANCHISE (ΚΙΝΗΤΟ FRANCHISE)**

Ο δικαιοπάροχος παρέχει στο δικαιοδόχο την άδεια να εκμεταλλεύεται το πακέτο franchise, μέσα από την παροχή συγκεκριμένων προϊόντων ή υπηρεσιών σε τελικούς καταναλωτές και εκτός του καταστήματός του (συνήθως με τη χρήση κινητών μέσων - αυτοκινήτων κλπ), πάντα όμως με τα διακριτικά γνωρίσματα του δικαιοπάροχου.

### **E.3.5 MANAGEMENT FRANCHISE (ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ FRANCHISE)**

Ο δικαιοδόχος ελέγχει αρκετές περιοχές ή ακόμη και ολόκληρη περιφέρεια και συντονίζει μία ομάδα εργαζομένων.

### **E.3.6 EXECUTIVE FRANCHISE (ΔΙΕΥΘΥΝΤΙΚΟ FRANCHISE)**

Ο δικαιοδόχος αναπτύσσει προσωπική επιχείρηση, η οποία αποτελείται συνήθως από έναν και μοναδικό εργαζόμενο στο γραφείο -τον ίδιο- και που γενικά αφορά σε κλάδους όπως οικονομικές υπηρεσίες, υπηρεσίες προσωπικού, γραφεία συμβούλων ή project management (διοίκηση έργου). Παραδείγματα αποτελούν λογιστικά γραφεία και γραφεία συμβούλων.

### **E.3.7 RETAIL SHOP FRANCHISE (FRANCHISE ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΛΙΑΝΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ)**

Ο δικαιοδόχος καταβάλλει σημαντικό κεφάλαιο, τόσο για την ιδιοκτησία/μίσθωση του καταστήματος, όσο και για τον εξοπλισμό ο οποίος πιθανότατα να απαιτεί ένα μεγάλο μέρος της επένδυσης, καθώς και για το προσωπικό.

### **E.3.8 FRANCHISE ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ Η ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ**

Πρόκειται για μία σύμβαση με βάση την οποία ο franchisee κατασκευάζει ο ίδιος, σύμφωνα με τις υποδείξεις του franchisor, προϊόντα τα οποία πωλεί με το εμπορικό σήμα του franchisor.

### **E.3.9 SERVICES FRANCHISE (FRANCHISE ΠΑΡΟΧΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ)**

Είναι μία μορφή franchising όπου ο δικαιοπάροχος παρέχει στο δικαιοδόχο την άδεια εκμετάλλευσης του πακέτου franchise μέσα από την παροχή συγκεκριμένων υπηρεσιών σε τελικούς καταναλωτές.

### **E.3.10 ΜΕΙΚΤΟ FRANCHISE**

Είναι αρκετά συνηθισμένο στον κόσμο του Franchising να συνδυάζονται αρμονικά μέσα στο ίδιο Δίκτυο, η διανομή προϊόντων και η παροχή υπηρεσιών. Συνήθως αυτό συμβαίνει, όταν η πώληση ενός προϊόντος υποστηρίζεται από την παροχή κάποιας υπηρεσίας.



### **E.3.11 Sales/Distribution Franchise (Franchise Διανομής/Πωλήσεων)**

Ο δικαιούχος λειτουργεί αποτελεσματικά υπό τη μορφή πλασιέ, πουλώντας ή διανέμοντας προϊόντα στην περιφέρειά του. Στην περίπτωση αυτή θα μπορούσε, αν το επιθυμούσε, να προσλάβει τρίτους για οδηγούς/διανομείς, οι οποίοι θα κάλυπταν και νέες περιοχές, καθώς βάσει των πελατών αναπτύσσεται περισσότερο.

### **E.3.12 JOB FRANCHISE**

Όπου ο franchisee με μία επένδυση χαμηλού επιπέδου, αγοράζει το δικαίωμα να λειτουργεί, τυπικά, μία επιχείρηση η οποία θα διαθέτει έναν υπάλληλο με δικό του μεταφορικό μέσο, παρέχοντας εξυπηρέτηση/εγκατάσταση/επιδιόρθωση κατ' οίκον (home based).

### **E.3.13 CORNER FRANCHISE (ΜΕΡΙΚΟ FRANCHISE)**

Η μορφή αυτή του franchising συνίσταται στη χρησιμοποίηση από το δικαιούχο (franchisor) ενός συγκεκριμένου καταστήματος τρίτου προσώπου, για τη διάθεση μέσα από αυτό των προϊόντων της επιχείρησης του franchisor, σύμφωνα με τη δική του μέθοδο πωλήσεων. Το κατάστημα αυτό δεν πρέπει να ανήκει σε κανένα δίκτυο franchising. Στο παραπάνω κατάστημα παραχωρούνται, μετά από συμφωνία του ιδιοκτήτη και του franchisor, ιδιαίτεροι χώροι, σε διάφορες επιχειρήσεις franchising για την πώληση των προϊόντων τους. Η τεχνική αυτή είναι ευρέως διαδεδομένη και καλείται τεχνική του 'shop-in-shop'.

### **E.3.14 CONVERSION FRANCHISE (FRANCHISE ΜΕΤΑΤΡΟΠΗΣ)**

Σε αυτή τη μορφή του franchise ο δικαιούχος (franchisee) λειτουργεί ήδη, πριν την ένταξή του στο δίκτυο τη δική του επιχείρηση της οποίας το αντικείμενο είναι ίδιο με αυτό της επιχείρησης του δικαιούχου (franchisor).

## **E.4 ΔΕΚΑ ΑΠΛΑ ΒΗΜΑΤΑ, ΠΡΙΝ ΑΝΟΙΞΕΤΕ ΤΗ ΔΙΚΗ ΣΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΜΕ ΤΗ ΜΕΘΟΔΟ ΤΟΥ FRANCHISING**

Λέγεται, ότι το Franchising εξαλείφει ή έστω μειώνει τον επιχειρηματικό κίνδυνο. Υπό προϋποθέσεις αυτό είναι πράγματι σωστό, αρκεί ο υποψήφιος συνεργάτης – δικαιοδόχος να ακολουθήσει κάποια βασικά βήματα, που έχουν αποδειχτεί από την εμπειρία μας σωτήρια και προφυλάσσουν τους υποψήφιους δικαιοδόχους από δυσάρεστες εκπλήξεις. Όπως κάθε εμπορική δραστηριότητα, έτσι και μια συνεργασία υπό την «ομπρέλα», το σήμα και το όνομα μιας μεγάλης εταιρείας, με αποδεδειγμένη τεχνογνωσία και πείρα, ενέχει τους επιχειρηματικούς της κινδύνους. Θα ήταν ουτοπικό να μιλάμε για NO RISK ή risk-free επένδυση, αφού και στη δικαιοχρήση, παράγοντες όπως η σωστή τοποθεσία της νέας επιχειρηματικής στέγης, η σωστή στελέχωση, ο βαθμός εκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού, αλλά και η προσωπικότητα και η επιχειρηματική ικανότητα του δικαιοδόχου παίζουν έναν πολύ σημαντικό ρόλο.

### 1) Αρχική απόφαση: no name επιχείρηση ή Franchise;

Θα πρέπει να θυμάστε, ότι περίπου το ¼ των επιχειρηματικών προσπαθειών χωρίς τη συνεργασία Franchise αποτυγχάνουν μέσα στα πρώτα δύο χρόνια της λειτουργίας τους, ενώ άλλο ένα 40 % κλείνει μέσα στα πρώτα 5 χρόνια λειτουργίας. Συνολικά δηλ. το 65% των no name επιχειρήσεων είναι καταδικασμένα σε αποτυχία. Αντίθετα, τα αντίστοιχα ποσοστά για συνεργασίες Franchising κυμαίνονται μεταξύ 5 και 10%.

### 2) Προσεκτική επιλογή του Franchise

Υπάρχουν πολλά στοιχεία, που θα πρέπει να προσέξει ο υποψήφιος δικαιοδόχος κατά τη διαδικασία προεπιλογής κάποιου Franchise. Ποια είναι η Δικαιοπάροχος εταιρεία, πότε ιδρύθηκε, ποια είναι η νομική της μορφή, από πότε η εταιρεία αναπτύσσεται με Franchising, από πότε έχει κατοχυρώσει το εμπορικό της σήμα, ποια είναι η οργανωτική υποδομή της, ποια είναι η τρέχουσα οικονομική κατάσταση της εταιρείας, ποια είναι η εξέλιξη των πωλήσεων της τα τελευταία χρόνια, και άλλα οικονομικά δεδομένα. Επίσης, θα πρέπει να μάθετε πόσες μονάδες Franchise λειτουργούν αυτή τη στιγμή, κατά πόσο είναι επιτυχημένες (και αν έκλεισαν κάποιες); Να πάρετε τις διευθύνσεις τους, και να προγραμματίσετε και μια επίσκεψη επί τόπου. (Εκεί θα μάθετε τις καλύτερες πληροφορίες).

### 3) Ανάλυση του τρόπου συνεργασίας.

Κάθε σοβαρή εταιρεία franchise έχει έναν φάκελο προσφοράς, ένα συνολικό δηλ. σετ από όλες τις λεπτομέρειες, που ενδιαφέρουν τον υποψήφιο συνεργάτη. Μέσα στο φάκελο αυτό περιγράφεται και το σύστημα - «πακέτο» Franchise, δηλ. ποιο είναι το ύψος του απαιτούμενου αρχικού κεφαλαίου για την επένδυση, ποια τα προβλεπόμενα έξοδα σας τόσο προς την ίδια την μη-

τρική εταιρεία, όσο και προς τρίτους, ποιος θα είναι ο προβλεπόμενος κύκλος εργασιών σας, και ποια θα είναι τελικά η απόδοσή σας από την επένδυσή αυτή. Περιγράφονται επίσης ποιες είναι οι οικονομικές σας επιβαρύνσεις για τη συμμετοχή σας στο Δίκτυο, πώς σκέπτεται να υλοποιήσει το διαφημιστικό του πρόγραμμα ο Franchisor και κατά πόσο θα σας επιβαρύνει, καθώς και ό, τι άλλο άπτεται άμεσα των οικονομικών σας εκροών. Ιδιαίτερη προσοχή απαιτείται στην αξιολόγηση «προκατασκευασμένων» ή γενικής χρήσης οικονομοτεχνικών μελετών. Ένας σοβαρός δικαιοπάροχος ή ο σύμβουλος franchise του, θα πρέπει να εκπονήσουν μια μελέτη ειδικά για τη δική σας περίπτωση, όπου θα λαμβάνονται υπ' όψιν τα πραγματικά σας λειτουργικά έξοδα, τα οποία διαφοροποιούνται ανά περίπτωση, το διαθέσιμο κεφάλαιο σας, οι τυχόν δανειακές σας επιβαρύνσεις κλπ. Μόνον έτσι μπορείτε να σχηματίσετε μια πραγματική εικόνα της επένδυσης που σκέφτεστε να πραγματοποιήσετε και μόνο μ' αυτό το τρόπο θα μπορέσετε να εκτιμήσετε σημαντικούς δείκτες, όπως π.χ. ο εκτιμώμενος πραγματικός χρόνος απόσβεσης της επένδυσης σας.

#### 4) Αξιολόγηση οικονομικής δυνατότητας επένδυσης.

Με βάση τα ανωτέρω ο κάθε Franchisee θα πρέπει να αποφασίσει αν το κεφάλαιο που απαιτείται για να υλοποιήσει όλες τις φάσεις της επένδυσης (τόσο της αρχικής επένδυσης του Franchise, όσο και τα κεφάλαια που απαιτούνται για να αντιμετωπίσει κανείς τις υπόλοιπες οικονομικές υποχρεώσεις – αέρα καταστήματος – εγγυήσεις ενοικίων – κεφάλαιο κίνησης για τους πρώτους «δύσκολους» μήνες κλπ) καλύπτει τις οικονομικές δυνατότητές του, ή αν είναι τελικά διατεθειμένος να επενδύσει αυτά τα κεφάλαια στην συγκεκριμένη επενδυτική πρόταση. Δεν πρέπει να ξεχνάμε, ότι οι απαιτήσεις του καθενός είναι διαφορετικές. Υπάρχουν συστήματα δικαιόχρησης, που μπορούν να «εγγυηθούν» μια μηνιαία απόδοση της τάξης των π.χ. δύο χιλιάδων ΕΥΡΩ. Αυτή η απόδοση σε σχέση με το επενδεδυμένο κεφάλαιο δεν ικανοποιεί όλους, ενώ για άλλους μπορεί να αποτελεί μια πολύ αξιόλογη επένδυση.

#### 5) Μελέτη περιοχής – ανταγωνισμού.

Ο Franchisor προτείνει κάποιες περιοχές για τις οποίες μπορεί να έχει διενεργήσει μια έρευνα αγοράς - ανταγωνισμού. Με βάση αυτή, μπορεί να καθορίσει κάποιες «παρθένες» ή «πρόσφορες» περιοχές, στις οποίες είτε η συγκεντρωση του ανταγωνισμού είναι χαμηλή, είτε η συγκεκριμένη αγορά δεν θεωρείται κορεσμένη. Ο δικαιοδόχος θα πρέπει να ενημερωθεί επίσης για τον καθορισμό των περιοχών γεωγραφικής αποκλειστικότητας. Σε κάθε Franchise δίδεται ένας «βιότοπος», μέσα στον οποίο ο δικαιοδόχος θα ασκεί την εμπορική δραστηριότητα του, και στην οποία ούτε ο Franchisor, ούτε κανένας άλλος δικαιοδόχος δεν έχουν το δικαίωμα να εγκατασταθούν. Είναι πολύ σημαντικό να εξετάσουμε, πώς έχει σχεδιάσει ο Δικαιοπάροχος αυτές τις περιοχές, με ποιο κριτήριο και σκεπτικό, ενώ ακόμα και το χρονοδιάγραμμα ανάπτυξης του παίζει σημαντικό ρόλο, αφού από αυτό συμπεραίνουμε αν ο δικαιοδόχος έχει συγκεκριμένο Στρατηγικό Πλάνο Ανάπτυξης (ΣΠΑ) ή αν η ανάπτυξη του Δικτύου του πραγματοποιείται άναρχα και τυχαία. Όσο μεγαλώνουν κάποια δίκτυα τείνουν να καταστρατηγούν τις περιοχές αποκλειστικότητας και προβαίνουν σε κατάτμηση των περιοχών σε υπο-περιοχές προκειμένου να μπορέσουν να εγκαταστήσουν νέους δικαιοδόχους. **Ο χρυσός κανόνας που**

θα πρέπει να έχει υπ' όψιν του ο κάθε υποψήφιος είναι, ότι όσο πιο μεγάλη η περιοχή αποκλειστικότητας, τόσο καλύτερα τα αναμενόμενα εμπορικά αποτελέσματα. Μην εμπιστεύεστε δικαιοπαρόχους που εγκαθίστουν τρεις ή και τέσσερις δικαιοδόχους στον ίδιο Δήμο. Αυτοί έχουν τον λόγο τους, εσείς όμως;

#### 6) Περαιτέρω διερεύνηση

Είναι λοιπόν σημαντικό να διερευνήσουμε όσο το δυνατόν περισσότερα στοιχεία για τη δικαιιοπάροχο εταιρεία και το τρόπο με τον οποίο λειτουργεί το σύστημα δικαιόχρησης της και πώς υποστηρίζεται το δίκτυο. Υποστήριξη δεν σημαίνει μόνο διαφήμιση. Είναι ένας ολόκληρος κύκλος υπηρεσιών που θα πρέπει να προσφέρονται καθημερινά στους δικαιοδόχους. Το Marketing αποτελεί ένα ξεχωριστό κεφάλαιο. Προσπαθήστε να μάθετε όσο το δυνατόν περισσότερα για τις διαδικασίες τοπικού μάρκετινγκ. Οι περισσότερες αλυσίδες επιτρέπουν στους δικαιοδόχους να διενεργούν διαδικασίες τοπικής διαφήμισης και προώθησης υπό όρους. Ποιοι είναι αυτοί, πόσο σας περιορίζει, πόσο σας βοηθάει η δικαιιοπάροχος εταιρεία;

#### 7) Ανάλυση οικονομο-τεχνικής μελέτης

Η Οικονομοτεχνική Μελέτη, την οποία πρέπει να ζητάτε με επιμονή, δίνει κάποια στοιχεία που περιγράφουν το αναλυτικό κόστος της όλης επένδυσης, τον αναμενόμενο κύκλο εργασιών μιας ενδεικτικής μονάδας, που θα πρέπει να χρησιμοποιεί οικονομικά δεδομένα από τη λειτουργία των υφιστάμενων καταστημάτων ή των πιλοτικών, τα αναμενόμενα λειτουργικά έξοδα, καθώς και τον χρόνο απόσβεσης της επένδυσης. Δεν θα πρέπει να απουσιάζει και μια ανάλυση αποδοτικότητας που θα καλύπτει την πρώτη τριετία ή πενταετία λειτουργίας του Franchise σας.

Εδώ θα πρέπει να κάνουμε μια σύντομη μνεία στο **κόστος του franchising**.

Πολλές εταιρίες ζητούν από εσάς να καταβάλλετε ένα αρχικό ποσό εγγραφής στο δίκτυο (Entry Fee ή Franchise Fee). Αυτό καλύπτει συνήθως το κόστος χρήσης του σήματος, την αποκλειστικότητα γεωγραφικής περιοχής, την μεταφορά της τεχνογνωσίας μέσα από αναλυτικά εγχειρίδια, την αρχική σας εκπαίδευση και τις υπηρεσίες που θα σας προσφερθούν από την ημερομηνία υπογραφής της σύμβασης σας έως την ημερομηνία που θα αρχίσει να λειτουργεί το κατάστημα σας. Από την πρώτη ημέρα λειτουργία σας αρχίζουν να «τρέχουν» τα διαρκή δικαιώματα (Royalties); insert into m02 values που σε άλλα franchise λογίζονται επί των αγορών, σε άλλα επί του καθαρού κύκλου εργασιών σας κλπ. Καλό είναι να ζητήσετε αναλυτική τεκμηρίωση για ποιο λόγο θα πληρώνετε δικαιώματα και τι υπηρεσίες θα λαμβάνετε. Ελέγξτε επίσης αν στα δικαιώματα αυτά συμπεριλαμβάνεται και η συμμετοχή σας στην πανελλαδική διαφήμιση, ή αν υπάρχει ξεχωριστή επιβάρυνση (Marketing ή Advertising Fee). Σε κάθε περίπτωση η καταβολή δικαιωμάτων σας δίνει κάποια δικαιώματα. Δικαιούστε να λαμβάνετε διαρκώς ποιοτικές υπηρεσίες υποστήριξης από την δικαιιοπάροχο εταιρεία!

## 8) Ανάγνωση Σύμβασης Δικαιόχρησης

Η σύμβαση Franchise αποτελεί άλλο ένα κρίσιμο συστατικό κάθε πακέτου Franchise. Η σύμβαση θα πρέπει να καθορίζει όλα αυτά που περιγράφει ο φάκελος προσφοράς και να εξηγεί με κάθε λεπτομέρεια τον τρόπο της συνεργασίας μεταξύ των δύο συμβαλλομένων. Σημαντικά στοιχεία της σύμβασης είναι όμως μεταξύ άλλων η διάρκεια της συνεργασίας, οι μετασυμβατικές υποχρεώσεις και τα δικαιώματά σας, ποιες υποχρεώσεις αναλαμβάνει ο δικαιούχος και ποιες ο δικαιούχος κλπ. Θα πρέπει να είστε καχύποπτη αν ο πωλητής του δικαιωστού ή ο σύμβουλος του σας έταξαν άλλα κατά τη διάρκεια των ενημερωτικών σας συναντήσεων και άλλα διαβάζετε στην σύμβαση. Καλό είναι να κρατάτε σημειώσεις κατά τη διάρκεια αυτών των συναντήσεων σας, ώστε να έχετε συγκεκριμένα στοιχεία που θα αναζητήσετε και στο κείμενο της σύμβασης. Το ίδιο ισχύει και για αυτά που δεν αναφέρει η σύμβαση, ενώ σας τα έχουν υποσχεθεί!

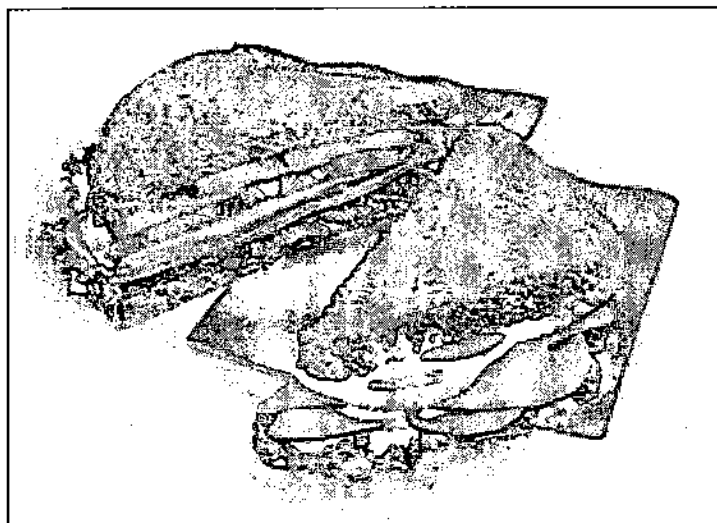
## 9.) Σύσταση Εταιρείας - Υπογραφή της Σύμβασης Franchise

Συμβουλευτείτε πρώτα τον λογιστή ή φοροτεχνικό σας για να σας καθοδηγήσει, ποια είναι η πιο συμφέρουσα νομική μορφή της νέας σας επιχειρηματικής δραστηριότητας πριν υπογράψετε τη σύμβαση franchise, την οποία όπως αναφέραμε ανωτέρω, την έχετε «ξεκοκαλίσει» σε συνεργασία με κάποιον ειδικό, δικηγόρο ή σύμβουλο franchise. 10. Η επιλογή ενός franchise είναι ένας «επιχειρηματικός γάμος» και μια επιλογή ζωής. Το Franchise που θα επιλέξετε, θα πρέπει πάνω απ' όλα να σας ενδιαφέρει και να σας ταιριάζει. Ενημερωθείτε λοιπόν όσο πιο αναλυτικά μπορείτε (διαβάστε τα κλαδικά περιοδικά για το franchising, ψάξτε στο Internet π.χ. [www.franchisee.gr](http://www.franchisee.gr), [www.fcd.gr](http://www.fcd.gr)) και αντιμετωπίστε με καχυποψία όλα τα συστήματα franchise και όλους τους Συμβούλους που προσπαθούν να αποφύγουν τις ερωτήσεις σας ή αρνούνται να σας δώσουν επαρκή στοιχεία ή άλλες πληροφορίες που θα σας βοηθήσουν να καταλάβετε εις βάθος αυτό που πρόκειται να επιχειρήσετε!

### Αξιολογήστε μια εταιρεία

- όχι μόνο με βάση το μέγεθος του δικτύου της, αλλά και με γνώμονα το σύστημα λειτουργικής υποστήριξης που παρέχει στους συνεργάτες της.
- Το βαθμό ποιότητας αυτών των υπηρεσιών θα τον καταλάβετε ήδη από την πρώτη ενημερωτική σας συνάντηση με την δικαιούχο εταιρεία ή τον σύμβουλο της.
- Πόσο αναλυτική είναι η ενημέρωση, πόσο γνωρίζει ο συνομιλητής μας το αντικείμενο και τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται το σύστημα που μας ενδιαφέρει, πόσο μας εμπνέει εμπιστοσύνη ο συνομιλητής μας κλπ. Όταν θα έχετε κάνει τον κύκλο σας, όταν δηλαδή έχετε επισκεφτεί ένα σημαντικό αριθμό δικαιούχων του κλάδου που σας ενδιαφέρει, τότε, και μόνο τότε, θα μπορείτε να βγάλετε με σχετική ασφάλεια τα συμπεράσματά σας και να αποφασίσετε με ποια

## Ε.5 ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΑ ΣΗΜΕΙΑ ΠΩΛΗΣΗΣ ΣΝΑΚΣ ΜΕΣΩ ΤΟΥ FRANCHISING



Τα κόστη επένδυσης διαφοροποιούνται ανάλογα με τα προϊόντα που διαθέτει η κάθε μία από τις αλυσίδες.

**ΜΕΓΑΛΕΣ ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ** λαμβάνει η επέκταση αλυσίδων που αναπτύσσονται με τη μέθοδο του franchise και απασχολούνται κυρίως με την παρασκευή και διάθεση ειδών που έχουν ως πρώτη ύλη τη ζύμη και τελικό προϊόν, το ψωμί, τα σάντουιτς, τις πίτσες τα σφολιατοειδή, και γενικότερα τα σνακς.

Όπως είναι γνωστό στους κύκλους των παραγόντων που ασχολούνται με το franchise, ο χώρος της εστίασης αποτελεί τον κλάδο με το μεγαλύτερο αριθμό αναπτυσσόμενων αλυσίδων, καθώς και τον κλάδο με τη μεγαλύτερη ζήτηση από την πλευρά των υποψήφιων επενδυτών.

Επίσης, αποτελεί τον κλάδο που κατά μέσο όρο απαιτεί από τα υψηλότερα κόστη επένδυσης, και ως εκ τούτου το τελευταίο διάστημα οι υποψήφιοι επενδυτές αναζητούν μελλοντικές επενδύσεις και σε άλλους τομείς, τους οποίους συγκρίνουν με τον τομέα της εστίασης.

Αυτό έχει ως συνέπεια, ενώ τα τελευταία χρόνια να αυξάνεται ο αριθμός των αναπτυσσόμενων σημάτων στο χώρο εστίασης, από την άλλη όμως να παρατηρείται μία ελαφρά μείωση στον αριθμό των καταστημάτων, αφού όλο και μεγαλύτερος αριθμός επενδυτών στρέφεται σε επενδύσεις με χαμηλότερο κόστος, δίνοντας μεγάλη προτεραιότητα στο ύψος της επένδυσης παρά στην κατηγορία του κλάδου που θα ενταχθεί.

Όσον αφορά το χώρο των σνακς και των προϊόντων με βασική ύλη τη ζύμη δραστηριοποιούνται αρκετές αλυσίδες που αναπτύσσονται με το θεσμό του franchise. Ανάμεσα στα πιο γνωστά ονόματα περιλαμβάνονται αυτά των Everest , Γρηγόρης Μικρογεύματα ο οποίος παράλληλα αναπτύσσει και το σήμα του Coffee Right, Κατσέλης Αρτοποιήματα από την Κατσέλης και Snackers Place από την ίδια εταιρεία, Top Tzante, Σπύρου Αρτοποιήματα, Απολλώνιον, Subway και η αλυσίδα καταστημάτων πίτσας και μπουγάτσας Θεός Βάνιας με έδρα τη Θεσσαλονίκη. Αλυσίδες, που ως πρώτη ύλη έχουν τη ζύμη, μπορούν να θεωρηθούν και τα καταστήματα που δραστηριοποιούνται στην παρασκευή και διάθεση κρέπας, όπως η Crepa Land, Crepa Crepa, Crepe in love ή και της πίτσας, όπως Domino's Pizza, Pizza Fan, Roma Pizza, Zio Peppe.

### **E.5.1 ΚΟΣΤΟΣ ΕΠΕΝΔΥΣΗΣ**

Τα κόστη επένδυσης διαφοροποιούνται ανάλογα με τα προϊόντα που διαθέτει η κάθε μία από τις παραπάνω αλυσίδες και κατατάσσονται σε ακόμα πιο εξειδικευμένη κατηγορία. Για παράδειγμα ένα κατάστημα που πουλά κρέπες απαιτεί έκταση από 25 τ.μ. και πάνω, χώρος δηλαδή σχετικά μικρός, αφού η φιλοσοφία των καταστημάτων εστιάζει στο γρήγορο γεύμα συνεπώς δεν χρειάζονται καρέκλες και τραπέζια. Μία επένδυση αυτής της κατηγορίας για να ξεκινήσει, απαιτεί κεφάλαια που κυμαίνονται στα 60 χιλ. ευρώ, με εξαίρεση ένα concept που απαιτεί πολύ λιγότερα κεφάλαια.

Στην κατηγορία των σνακς, που το μεγαλύτερο όγκο στις πωλήσεις καταλαμβάνουν τα σάντουιτς και τα σφολιατοειδή, η επένδυση κυμαίνεται στα 100 χιλ. ευρώ. Ωστόσο για κάποιες ομοειδείς αλυσίδες μικρότερου μεγέθους το απαιτούμενο κεφάλαιο ξεκινά από χαμηλότερα ποσά, απαιτώντας ένα ποσό που μπορεί να ξεκινήσει και από τα 50 χιλ. ευρώ και κυμαίνεται στα 70 με 80 χιλ. ευρώ.

### **E.5.2 Ο ΤΟΜΕΑΣ ΤΗΣ ΠΙΤΣΑΣ**

Όσον αφορά την κατηγορία της πίτσας, αυτή ξεφεύγει από το στενό ορισμό του σνακ, αφού έχει ένα επιπλέον προνόμιο, το home delivery. Την υπηρεσία αυτή δεν την προσφέρουν τα υπόλοιπα καταστήματα που δραστηριοποιούνται στον τομέα του σνακ. Αναλόγως του καταστήματος και του ονόματος που αποφασίζει κάποιος να αποκτήσει τα δικαιώματα χρήσης του η αρχική επένδυση για ένα κατάστημα με εξειδίκευση στην πίτσα, έχει ένα εύρος που ξεκινά από τα 80 χιλ. ευρώ και φθάνει έως τα 150 χιλ. ευρώ.

Αν ξεπεραστεί από τον επιχειρηματία το θέμα των κεφαλαίων επένδυσης, τότε το να δραστηριοποιηθεί στον τομέα των σνακς, αποτελεί μία πολύ ενδιαφέρουσα εμπειρία επισημαίνουν όσοι δραστηριοποιούνται στο χώρο. Μεταξύ των πλεονεκτημάτων περιλαμβάνεται η μεγάλη κίνηση που καταγράφεται καθημερινά με γρήγορη ανακύκλωση του προϊόντος.

Επίσης, ιδιαίτερα θετικό είναι το γεγονός ότι ο franchisee μπαίνει κάτω από το σήμα μίας ομπρέλας που είναι ευρέως γνωστή, αφού ως επί το πλείστον αποτελούν καταστήματα οικεία, καταστήματα της γειτονιάς που εξυπηρετούν τόσο τους περαστικούς, όσο και αυτούς που δηλώνουν τακτικοί πελάτες των καταστημάτων και αναζητούν επώνυμα το κατάστημα.

## **E.6 Ο ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ FRANCHISE ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ**

Δημιουργήθηκε μέσα από μια προσπάθεια που ξεκίνησε το 1996, με την πρωτοβουλία κάποιων ανθρώπων οι οποίοι βλέποντας την δυνατότητα ανάπτυξης του θεσμού, θεώρησαν ότι χρειαζόταν ένα σώμα το οποίο θα εξέφραζε κοινές απόψεις και ταυτόχρονα θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί ως ένας μοχλός για την παραπέρα ανάπτυξη του franchising στην Ελλάδα.

Τα αρχικά 21 μέλη του Συνδέσμου προέρχονται από διάφορους κλάδους της οικονομικής δραστηριότητας όπως Τράπεζες, Είδη ρουχισμού, Είδη οικιακής χρήσης, Εστίαση, και Τουρισμός.

Σήμερα ο Σύνδεσμος ήδη αριθμεί 50 μέλη και καλύπτει έναν ευρύτατο χώρο οικονομικής δραστηριότητας, με τακτικά του μέλη διακεκριμένες εταιρείες του χώρου και επίσης πολλά συνεργαζόμενα μέλη (δικηγόροι, σύμβουλοι επιχειρήσεων) ως επιστημονικούς συνεργάτες.

Στόχος του Συνδέσμου αποτελεί η διάδοση του θεσμού του franchising στην Ελληνική Οικονομία, με υγιή κριτήρια και συνεχή αύξηση της εμπιστοσύνης του κοινού και των επενδυτών σε αυτόν.

### **E.6.1 ΜΕΛΗ ΤΟΥ ΣΥΝΔΕΣΜΟΥ**

Υιοί Χ. Κατσέλη Ανώνυμος Εταιρία Συμμετοχών Παροχής Υπηρεσιών

Βιομηχανία Φωσφορικών Λιπασμάτων Α.Ε. Αγροεφόδια

Όμιλος Εταιρειών Everest/Everest/Papagallino/La Pasteria

Piscines Ideales Α.Ε.

So Easy - Win.net, Δημ.Ραμαντζάς - Θεοδ.Τζόγιας

Γερμανός ΑΒΕΕ

Παγωτά Δωδώνη ΑΒΕΕ

Γρηγόρης Μικρογεύματα ΑΒΕΕ

McDonald s Hellas Μονοπρόσωπη ΕΠΕ

Goodys ΑΕ / Flocafe

Gymnasium ΑΕ

Ρεζέρβα Σταμάτης Φασουλής

Neofood ΑΕΒΕ/ Delikiosk

The Franchise Co. Παναγιώτης Ρουσόπουλος

Vodafone Panafon ΑΕΕΤ

Ευρωγνώση ΑΕ

Dia Hellas ΑΕ



5aSec Hellas AE

Αχον ΑΕ

I.M.S. Πληροφορική ΑΕ

Captain Hook Επιχειρήσεις Καλακώνα Α.Ε

Manetti ΑΕ

Ζωοφιλία ΑΕ

Technokids - Technoplus

Carrefour Μαρινόπουλος ΑΕ / 5<sup>ο</sup> Μαρινόπουλος

A.B.Τσαντή & Σια ΕΠΕ, Spring Air

OK Anytime Markets ΑΕ

Inspot ΑΕ

Press To Hellas ΑΕ

Διεθνείς Υπηρεσίες Διαδικτύου ΑΕ -Eurolab

Ola Stores ΑΕ

Ινστιτούτο Δυσλεξίας και Οφθαλμοκίνησης ΕΠΕ

Nicolas ΑΕΒΕ, Nicolas Coiffures

Proteas Αφοι Παπαιωάννου ΑΕ - Berloni

Ασπίς Ακινήτων ΑΕ

Fun Leader ΑΕΕ - Comfuzio

Palmie ΑΕ - Palmie Bistro

Fashion Avenue ΑΕΒΕ -Alexi Andriotti Accessories

Κωνσταντίνου & Σια ΟΕ - 123Refills

Σιγμα ΑΕ - Ισον

Κοντοσούβλι Μαλιώρας ΕΠΕ

Video Seven ΑΕ

Συνδεδεμένα μέλη-Δικηγόροι

Βασίλειος Αντωνόπουλος, Λόγος, Δικηγορική Εταιρεία

Αντωνίου,Γούναρης & Βεκρής, Δικηγορικά Γραφεία

Σωτήρης Γιαννακάκης, Δικηγορικά Γραφεία

Κυριακίδης - Γεωργόπουλος, Εταιρεία Δικηγόρων

Μπλέτα - Κωστάκης, Δικηγορικά Γραφεία

Μπάχας, Γραμματίδης και Συνεργάτες, Δικηγορικά Γραφεία

Λαμπαδάριος & Συνεργάτες, Εταιρία Δικηγόρων

Συνδεδεμένα μέλη-Λοιποί

EFG Eurobank Ergasias AE

Positron SA

KEM Κλαδικές Εκθέσεις, Εκδόσεις, Marketing A.E.

P.G. Publications Φ. Γεωργόπουλος - Σ. Παπαγεωργίου Franchise Deal

Ισθμός ΑΒΕΚΕ, ΑΙΩΝ

Franchise Success

Extremities T.C.S. SA

Παναγιώτης Χρ. Νταρζάνος

Poll Position

ΕΛΙΤ ΣΤΡΩΜ ΑΒΕΕ

Όραμα 21ος Αιώνας ΑΕ - Aslanis Home

JMK Ltd - Anthropocentric Corporate Training

Jani King Hellas ΑΕ

Franchise-Net.gr

Ergosynthesi

## **Ε.7 ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜΙΑΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΠΕΡΑ ΑΠΟ ΤΟ FRANCHISE**

Πολλές εταιρείες, επιτυχημένες η κάθε μια στον τομέα τους, και για μια σειρά λόγων δεν πληρούν τις προϋποθέσεις ανάπτυξης με τη μέθοδο του franchise. Αυτό δεν σημαίνει ότι οι εταιρείες αυτές δεν μπορούν να ακολουθήσουν αναπτυξιακή στρατηγική πολιτική μέσω της πραγματοποίησης συμφωνιών με συνεργάτες, όπως συμβαίνει με το franchise. Απλά οι εταιρείες αυτές χρησιμοποιούν εναλλακτικές μεθόδους ανάπτυξης, οι οποίες ταιριάζουν καλύτερα

στην οργάνωση και τη δομή τους. Μερικές από τις εναλλακτικές μορφές ανάπτυξης είναι το licensing (αδειοδότηση), το joint venture, η αντιπροσώπευση (distributorship), η πρακτόρευση (agencies), και οι συνεταιρισμοί.

**Γιατί πρέπει να εξεταστούν αυτές οι εναλλακτικές από τις εταιρείες που ενδιαφέρονται να αναπτυχθούν;**

- γιατί κάποιες εταιρείες θέλουν να αποφύγουν τις υποχρεώσεις που δημιουργεί μια συνεργασία franchise όσον αφορά το επίπεδο συνεχούς υποστήριξης και υποδομής
- γιατί κάποιες εταιρείες μπορούν να δημιουργήσουν ταχύτερα πιο αποδοτικό και πιο ευρύ δίκτυο διανομής με μια από τις παραπάνω μεθόδους και με την πάροδο του χρόνου –εφ’ όσον το κρίνουν και είναι δυνατό – να προχωρήσουν σε επιλεκτικό μετασχηματισμό ή ενσωμάτωση
- γιατί κάποιες εταιρείες δεν χρειάζονται το βαθμό ελέγχου που επιβάλλει η μέθοδος του franchise
- γιατί κάποιες εταιρείες δεν θέλουν να δώσουν το δικαίωμα χρήσης του ονόματος και λογότυπού τους ή της τεχνογνωσίας τους σε τρίτες ανεξάρτητες εταιρείες.
- γιατί κάποιες εταιρείες δεν πληρούν τις προϋποθέσεις για αναπτύξουν ένα σύστημα franchise.
- Γιατί κάποιες επιχειρήσεις δεν ενδιαφέρονται για δημιουργία υπεραξιών σε μεσοπρόθεσμο ορίζοντα

Παρακάτω ακολουθεί σύγκριση της μεθόδου του franchise με εναλλακτικούς τρόπους οργάνωσης και ανάπτυξης μιας επιχείρησης.

### **A) Franchising και licensing**

Το Licensing είναι μια από τις πλέον χρησιμοποιούμενες μεθόδους ανάπτυξης μιας επιχείρησης μαζί με το franchising. Η συγκεκριμένη μέθοδος ανάπτυξης χρησιμοποιείται συνήθως όταν η μάρκα που αντιπροσωπεύεται είναι ιδιαίτερα γνωστή στο καταναλωτικό κοινό και απολαμβάνει σημαντική ζήτηση.

Συγκεκριμένα, το licensing είναι «μέθοδος ανάπτυξης και εκμετάλλευσης της φήμης, της πνευματικής ιδιοκτησίας και των προϊόντων μιας εταιρείας μέσω της παροχής των δικαιωμάτων αυτών σε τρίτους, χωρίς όμως τη μεταφορά της κυριότητας». Με τον τρόπο αυτό ο αδειούχος έχει το δικαίωμα να χρησιμοποιεί τα προϊόντα/ υπηρεσίες της εταιρείας (που θεωρητικά χαίρουν αναγνωρισιμότητας) με αποτέλεσμα να ωφελούνται και οι δυο μεριές, αφού με τη σειρά της η εταιρεία αυξάνει το δίκτυο διανομής της σε τοπικές αγορές.

Το licensing έχει πολλά κοινά με τη μέθοδο του franchising αλλά και σημαντικές διαφορές, όπως η επιλεκτική ή ελάχιστη τήρηση της χαρακτηριστικής μορφής (εταιρική ταυτότητα, χρωματική παλέτα, visual merchandise, εξοπλισμός καταστήματα κ.ο.κ.), ή καθόλου ή ελάχιστη παρακολούθηση του συνεργάτη σε ό,τι αφορά χρηματοοικονομικά και άλλα στοιχεία, ο συνήθως μικρότερος χρόνος συνεργασίας κ.ο.κ.

Συγκεκριμένα τα βασικά πλεονεκτήματα της μεθόδου για την εταιρεία που παρέχει τα δικαιώματα licensing είναι:

#### **Πλεονεκτήματα:**

- Διασπορά ρίσκου με τους συνεργαζόμενους επιχειρηματίες
- Πιο ευέλικτη οργανωτική δομή (συνήθως δεν υπάρχει ανάγκη για ανάπτυξη οργανωμένου τμήματος υποστήριξης δικτύου)
- Επίτευξη γρηγορότερης ανάπτυξης της εταιρείας μέσω της συνεργασίας με αδειούχους
- Δυνατότητα διαφύλαξης της φήμης της εταιρείας
- Τεστάρισμα νέων υπηρεσιών μέσω των συνεργατών

#### **Μειονεκτήματα:**

- Περιορισμένα δικαιώματα επιβολής συγκεκριμένων προτύπων στην οργάνωση και λειτουργία της εταιρείας
- Δυσκολίες στην ανάπτυξη και εξέλιξη των αδειούχων- ως επιχειρηματίες (μέσω συνεχούς εκπαίδευσης, εγχειριδίων λειτουργίας κ.ο.κ.)
- Κίνδυνος καταστροφής της φήμης της εταιρείας που οφείλεται σε λανθασμένες ενέργειες του αδειούχου
- Χαμηλή πιστότητα αδειούχων, φυγόκεντρες τάσεις
- Δίκτυο ευάλωτο σε ανταγωνιστικές πιέσεις
- Αδυναμία διεύρυνσης και αξιοποίησης ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων
- Βραχυχρόνια οφέλη
- Χαμηλό επίπεδο υπεραξιών

Τα δικαιώματα franchise μπορούν να χαρακτηριστούν ως «ενεργά δικαιώματα» σε αντίθεση με τα «στατικά δικαιώματα» που χαρακτηρίζουν το licensing. Τα δικαιώματα της εταιρείας στη δεύτερη περίπτωση περιορίζονται μόνο στην επίβλεψη του αδειούχου, τη διαφύλαξη της φήμης και τη συλλογή των δικαιωμάτων. Αντίθετα, ο franchisor παίζει σημαντικό και ενεργό ρόλο στον τρόπο λειτουργίας και στην ανάπτυξη και εξέλιξη της εταιρείας του συνεργάτη.

Με το licensing η εταιρεία στοχεύει απλά στο να περιορίσει τη δυνατότητα του αδειούχου να τροποποιήσει το εμπορικό σήμα ή να μειώσει την αξία του, συνδέοντάς το με άλλα προϊόντα ή σήματα. Αντίθετα, ο franchisor μπορεί να επέμβει σε σημαντικό βαθμό στον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης του συνεργάτη και να θέσει μια σειρά υποχρεώσεων που σκοπό έχουν να βελτιώσουν τη λειτουργία της επιχείρησης σε επίπεδο καταστήματος και δικτύου. Έτσι ενώ με το licensing ο επιχειρηματίας επιδιώκει τη διατήρηση της καλής φήμης, ο franchisor επιδιώκει (και μπορεί να επιβάλει συμβατικά) τη συνεχή βελτίωση του concept και την εξέλιξη του δικτύου.

Συνοψίζοντας το licensing μπορεί να επιλεγθεί όταν το κύριο προϊόν ή η υπηρεσία απευθύνεται σε «μικρές» αγορές ή διακρίνεται από χαμηλό βαθμό διαφοροποίησης ή έχει βραχυχρόνια ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, ενώ ο licensor στοχεύει στην άμεση -χαμηλού κόστους- διάχυση του προϊόντος στην

αγορά ή στην συμπληρωματικότητα της υπηρεσίας που προσφέρει σε υφιστάμενα δίκτυα ή ανεξάρτητα σημεία.

## **B) Franchising και Δίκτυο Αντιπροσωπειών (Distributorship)**

Η ανάπτυξη δικτύου μέσω αντιπροσώπων συχνά επιλέγεται για τους ίδιους λόγους που επιλέγεται και το franchise. Μια εταιρεία που παράγει ένα προϊόν, συχνά δεν έχει τις γνώσεις, τους πόρους ή την υποδομή που απαιτείται για να προωθήσει το προϊόν σε διαφορετικές γεωγραφικές περιοχές και κοινωνικοοικονομικό προφίλ (ή με διαφορετικές κουλτούρες όταν πρόκειται για διεθνή ανάπτυξη).

Στην ουσία με τη μέθοδο του distributorship, η εταιρεία εξασκεί περιορισμένο έλεγχο στον τρόπο λειτουργίας του αντιπροσώπου. Βασικός περιορισμός στη συγκεκριμένη μέθοδο, όπως άλλωστε και στο franchise, είναι η δραστηριοποίηση του συνεργάτη μόνο σε συγκεκριμένη περιοχή ώστε να μην έρθει σε σύγκρουση με τα συμφέροντα άλλου συνεργάτη- αντιπροσώπου της εταιρείας. Συνήθως οι αντιπρόσωποι, δεν έχουν το δικαίωμα να χρησιμοποιήσουν το όνομα της εταιρείας για την επιχείρησή τους. Οι αντιπρόσωποι αντί να λειτουργούν βάσει συγκεκριμένων οδηγιών και στόχων που θέτει η εταιρεία (όπως συμβαίνει και στο franchise), συνήθως αντιπροσωπεύουν περισσότερες από μια ανταγωνιστικές εταιρείες κάτι που δεν συμβαίνει ποτέ στο franchise.

Συνήθως η συγκεκριμένη μέθοδος χρησιμοποιείται από αναπτυσσόμενες, προϊόντοκεντρικές εταιρείες, όπως οι παρασκευαστές ηλεκτρονικού εξοπλισμού, ανταλλακτικών αυτοκινήτων κ.ο.κ.

Αλλα χαρακτηριστικά της μεθόδου:

- αντιπρόσωπος αγοράζει συνήθως το προϊόν σε τιμή χονδρικής από τον παραγωγό, ενώ ο τίτλος περνά στον πρώτο όταν το προϊόν πουληθεί και η εταιρεία πληρωθεί.
- Στην ουσία ο αντιπρόσωπος δεν αποδίδει στον παραγωγό κάποιο ποσό για τη λήψη της άδειας διανομής του προϊόντος.
- Συνήθως, οι εταιρείες απαιτούν από τον αντιπρόσωπο να διατηρεί κάποιο χώρο έκθεσης για την παρουσίαση των προϊόντων.
- Ο αντιπρόσωπος προσδοκά από τον παραγωγό υποστήριξη σε θέματα επισκευών (εάν αφορά και μηχανήματα), διαφημιστικής προβολής του προϊόντος, εκπαίδευση για το προϊόν, ευνοϊκούς τρόπους πληρωμής κ.ο.κ.

Οι κυριότερες διαφορές της συγκεκριμένης μεθόδου με το franchise είναι:

- Ο franchisor αναλαμβάνει σημαντική ευθύνη στο να καθοδηγήσει τον franchisee πώς να προωθήσει καλύτερα το προϊόν (αν και πολλές φορές αυτό συμβαίνει και με τις αντιπροσωπείες).
- Είναι πολύ πιο δύσκολο για μια εταιρεία να ελέγξει τους αντιπροσώπους σε σχέση με το franchise και η συμβατική σχέση μεταξύ εταιρείας και αντιπροσώπου είναι πολύ πιο ελεύθερη και ευέλικτη από ό,τι σε μια σχέση franchise.
- Ο franchisee «αντιπροσωπεύει», στην πλειονότητα των περιπτώσεων έναν μόνο franchisor από συγκεκριμένο κλάδο. Αντίθετα, οι αντιπρόσωποι προωθούν προϊόντα από περισσότερες από μία ανταγωνιστικές εταιρείες.
- Ο franchisor πληρώνεται από τον franchisee για τις υπηρεσίες και την υποστήριξη που του προσφέρει, ενώ αντίθετα οι εταιρείες που χρησιμοποιούν τους αντιπροσώπους «πληρώνουν» τους συνεργάτες- αντιπροσώπους τους.

Προσοχή όμως, σε πολλές περιπτώσεις τα συμβόλαια που υπογράφονται μεταξύ εταιρείας και τοπικού αντιπροσώπου προσομοιάζουν σημαντικά τις συμβάσεις franchise. Μια εταιρεία με πολύ επιτυχημένο προϊόν είναι σίγουρο ότι θα θέσει σημαντικούς κανόνες και απαγορεύσεις για την προώθηση των προϊόντων της από έναν συνεργαζόμενο επιχειρηματία.

### **Γ) Franchising και «Συμμετοχική Συνεργασία» (Partnership) ή Συμφωνία για δραστηριότητα Κοινής Επιχείρησης (Joint Venture)**

Τόσο στο franchise όσο και στο partnership και το joint venture, τα ενδιαφερόμενα μέρη εισέρχονται σε μια συμφωνία επιχειρηματικής δραστηριότητας με σκοπό το κέρδος. Τα κεφάλαια και οι ικανότητες όλων των μερών συνεισφέρουν στην κοινή επιχείρηση. Παρ' όλα όμως τα κοινά σημεία μεταξύ των δύο μεθόδων, στο franchise, αν και ο franchisor λαμβάνει περιοδικές πληρωμές (royalties) η έννοια του «μοιράσματος των κερδών» δεν υφίσταται. Επιπλέον, σε μια σχέση franchise, ο franchisee δεν δρα εκ μέρους του franchisor σε αντίθεση με το joint venture, αν και στις δύο μεθόδους, η μια πλευρά μπορεί να επηρεάσει την άλλη θετικά ή αρνητικά. Τέλος, συνήθως το joint venture είναι μια συνεργασία με συγκεκριμένο σκοπό (ακόμη και για μια συγκεκριμένη συναλλαγή), ενώ αντίθετα η σχέση franchise έχει συνήθως μεγαλύτερη διάρκεια και αφορά πολλαπλές δραστηριότητες.

### **Δ) Franchising και Πρακτόρευση (Agencies)**

Οι σχέσεις στο franchise μοιάζουν πολύ με τις σχέσεις που αναπτύσσουν συγκεκριμένες εταιρείες με τα πρακτορεία που συνεργάζονται. Ένα πρακτορείο διευθετεί συγκεκριμένες εργασίες για λογαριασμό του εντολέα. Ο franchisee αντίθετα δρα για τον εαυτό του και δεν έχει καμία αρμοδιότητα να ενεργήσει εκ μέρους του franchisor.

## **E) Franchising και Συνεταιρισμοί**

Οι συνεταιρισμοί δημιουργούνται ως μια μορφή συνεργασίας μεταξύ εταιρειών που ασχολούνται με το ίδιο αντικείμενο και με σκοπό να πετύχουν οικονομίες κλίμακας σε επίπεδο αγορών, διαφημιστικής προβολής και αύξηση αναγνωρισιμότητας κάτω από ένα κοινό όνομα.

Συνήθως, ο συνεταιρισμός ανήκει και ελέγχεται από τα μέλη του. Τα μέλη ενός συνεταιρισμού ακολουθούν μια κοινή ταυτότητα όσον αφορά τη διαφήμισή τους και (πιο αραιά) την εικόνα του καταστήματος. Η ένταξη σε έναν συνεταιρισμό – υπό όρους - αποτελεί έναν αποτελεσματικό τρόπο –βραχυχρόνια όμως– για ανεξάρτητους επιχειρηματίες που θέλουν να έχουν πρόσβαση σε προϊόντα και υπηρεσίες που ως μεμονωμένες μονάδες δεν θα μπορούσαν να λάβουν.

Οι συνεταιρισμοί, λόγω του σημαντικού αριθμού των ανεξάρτητων επιχειρήσεων που εμπλέκονται, διαφορετικής νομικής μορφής και μεγέθους, αντιμετωπίζουν συχνά σημαντικά προβλήματα παρουσιάζοντας σημαντικές αποκλίσεις σε επίπεδο πιστωτικής και τιμολογιακής πολιτικής, εικόνας, λειτουργίας και εξυπηρέτησης. Έτσι παρατηρείται μια τάση «παρασπονδίας» από πλευράς επιχειρήσεων- μελών όσον αφορά την πραγματοποίηση αγορών εκτός του κεντρικού φορέα του συνεταιρισμού, η οποία βάζει σε κίνδυνο τη συνέχεια του συνεταιρισμού.

Επιπλέον, οι περισσότεροι συνεταιρισμοί, στην ελληνική αγορά, δίνουν κύρια το βάρος τους στην επίτευξη καλύτερων τιμών για τα μέλη τους, παραμελώντας εντελώς το marketing των καταστημάτων, την εκπαίδευση των μελών για την προσφορά ποιοτικών υπηρεσιών, τη δημιουργία και εξέλιξη ενός concept κ.ο.κ

## **E.8 ΛΥΣΗ ΤΗΣ ΣΥΜΒΑΣΗΣ ΚΑΙ ΥΠΟΧΡΕΩΣΕΙΣ ΠΟΥ ΠΡΟΚΥΠΤΟΥΝ ΑΠΟ ΑΥΤΗΝ**

Ένα από τα βασικότερα ερωτήματα που απασχολούν τους υφιστάμενους και υποψήφιους franchisees. Το θέμα έχει κυρίως νομική υπόσταση γι'αυτό απευθυνθήκαμε στο βιβλίο του κ. Δημήτρη Κωστάκη, ο οποίος έχει την ιδιότητά του ως δικηγόρου στον Άρειο Πάγο, αλλά και Νομικού Συμβούλου Franchise και επιπλέον μέλους του Δ.Σ. του Συνδέσμου Franchise της Ελλάδος.

Με τη λήξη της Σύμβασης Franchise δημιουργούνται για τα μέρη ορισμένες υποχρεώσεις (μετασυμβατικές υποχρεώσεις από τη μετενέργεια της σύμβασης), τις οποίες θα εξετάσουμε αμέσως παρακάτω. Κρίνεται σκόπιμο οι μετασυμβατικές αυτές υποχρεώσεις να περιλαμβάνονται και να αναλύονται στη Σύμβαση Franchise προς αποφυγή μεταγενέστερων παρεξηγήσεων.

### **A. Η Υποχρέωση Απόδοσης**

Βασική υποχρέωση του λήπτη είναι να αποδώσει στον δότη, ταυτόχρονα με τη λήξη της σύμβασης, όλα τα αντικείμενα που έλαβε από αυτόν προκειμένου να τα χρησιμοποιήσει για την άσκηση της επιχειρηματικής του δραστηριότητας στα πλαίσια της σύμβασης franchise. Τα αντικείμενα αυτά πρέπει να τα αποδώσει σε καλή κατάσταση και είναι ενδεικτικά το εγχειρίδιο λειτουργίας, το διαφημιστικό υλικό, οι διάφοροι κατάλογοι, τα κάθε είδους έγγραφα, τα επιστολόχαρτα, οι πινακίδες με τα διακριτικά γνωρίσματα του δότη, οι δισκέτες ηλεκτρονικών υπολογιστών, τα υλικά συσκευασίας κ.λπ.

Ο σημαντικότερος δικαιολογητικός λόγος για την επιβολή αυτής της μετασυμβατικής υποχρέωσης είναι να μη δοθεί η δυνατότητα στον πρώην λήπτη ή σε οποιονδήποτε τρίτο να χρησιμοποιήσει αυτό το υλικό, το οποίο αφενός περιέχει επιχειρηματικά απόρρητα του δότη (εγχειρίδιο λειτουργίας) και αφετέρου μπορεί η χρησιμοποίησή του να δημιουργήσει στο καταναλωτικό κοινό την εσφαλμένη εντύπωση ότι ο τώως λήπτης ή κάποιος τρίτος συνδέονται με το δίκτυο franchise του δότη και το αντιπροσωπεύουν. Γι' αυτό το λόγο απαγορεύεται στον λήπτη να έχει προβεί και στην παραγωγή αντιγράφων του παραπάνω υλικού. Εξάλλου, τόσο ο Ευρωπαϊκός όσο και ο Ελληνικός Κώδικας Δεοντολογίας για το Franchising θεωρούν ότι ο όρος περί επιστροφής από τον λήπτη κάθε υλικής ή άυλης περιουσίας, που ανήκει είτε στον δότη είτε σε άλλον, κατά τη λύση της Σύμβασης Franchise, αποτελεί έναν από τους στοιχειωδώς ελάχιστους όρους της σύμβασης.

### **B. Η Υποχρέωση Παράλειψης**

Ακόμη βασικότερη από την προηγούμενη είναι η υποχρέωση του λήπτη, αμέσως μετά τη λήξη της σύμβασης, να παραλείπει τη χρήση και εκμετάλλευση τόσο των δικαιωμάτων βιομηχανικής και πνευματικής ιδιοκτησίας του δότη όσο και της τεχνογνωσίας του και γενικότερα του "πακέτου" franchise του οποίου η άδεια χρήσης και εκμετάλλευσής του είχε παραχωρηθεί με βάση τη σύμβαση franchise. Στα πλαίσια αυτής της υποχρέωσης οφείλει επίσης ο λήπτης να προβεί, αμέσως μετά τη λήξη της σύμβασης, στην απόσυρση των καταχωρίσεων της επιχείρησής του από τους τηλεφωνικούς και επιχειρηματι-



κούς καταλόγους αλλά και το Internet. Στην περίπτωση που τυχόν το "domain name" που χρησιμοποιούσε ο Λήπτης κατά τη διάρκεια της λειτουργίας της Σύμβασης Franchise περιείχε κάποιο ή κάποια από τα σήματα ή/και τα λοιπά διακριτικά γνωρίσματα του Δότη, θα πρέπει ο Λήπτης να παύσει άμεσα τη χρήση αυτού του "domain name". Πάντως, γενικά έχει ο Δότης τη δυνατότητα να επιβάλει με τη Σύμβαση Franchise στον Λήπτη την υποχρέωση όπως, συγχρόνως με τη λύση ή λήξη της σύμβασης, παύσει να χρησιμοποιεί οποιαδήποτε ιστοσελίδα ή/και "domain name" χρησιμοποιούσε κατά τη διάρκεια της συμβατικής σχέσης (ενν. αναφορικά με τη λειτουργία της επιχείρησης franchise του δικτύου). Και αυτή η μετασυμβατική υποχρέωση του λήπτη θεωρείται ότι θεμελιώνεται νομικά στην αναλογική εφαρμογή του άρθρου 719 του Αστικού Κώδικα, αλλά οπωσδήποτε και στη μετενέργεια της υποχρέωσης πίστης και ακόμη στη σχετική συμβατική πρόβλεψη, εφόσον βέβαια υπάρχει. Ο σημαντικότερος δικαιολογητικός λόγος για την επιβολή αυτής της υποχρέωσης είναι η μη δημιουργία της εσφαλμένης εντύπωσης στο καταναλωτικό κοινό ότι ο τέως λήπτης εξακολουθεί ακόμη να ανήκει στο δίκτυο franchise του δότη.

### **Γ. Η Εκτέλεση Εκκρεμών Παραγγελιών**

Η λήξη της σύμβασης franchise δημιουργεί το εύλογο ερώτημα της τύχης των εκκρεμών, κατά το χρονικό εκείνο σημείο, παραγγελιών των προϊόντων του δικτύου (εννοείται βέβαια μόνο στο franchising διανομής προϊόντων), τόσο εκείνων του λήπτη προς τον δότη ή και τους τρίτους υποδειχθέντες προμηθευτές όσο και των τρίτων καταναλωτών προς τον λήπτη (συνήθως βέβαια στην περίπτωση των διαρκών καταναλωτικών αγαθών). Εδώ πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι οι εκκρεμείς αυτές, εκτελεστικές της σύμβασης franchise, συμβάσεις πωλήσεων έχουν νομική αυτοτέλεια έναντι της σύμβασης franchise.

Στην περίπτωση που ο λήπτης επιθυμεί την εκτέλεση της εκκρεμούς σύμβασης πωλήσεως, γιατί π.χ. έχει αναλάβει υποχρέωση παράδοσης των εμπορευμάτων σε πελάτες του με βάση επίσης αντίστοιχες εκκρεμείς συμβάσεις, θα πρέπει ο δότης να προβεί στην εκτέλεση αυτής της σύμβασης, ακόμη και μετά τη λήξη της σύμβασης franchise, παραδίδοντας στον λήπτη τα παράγγελθέντα εμπορεύματα. Μπορεί ακόμη να προβλέπεται στη σύμβαση franchise ότι ο δότης έχει τη δυνατότητα να εκτελέσει ο ίδιος τις προς τρίτους πελάτες εκκρεμείς παραγγελίες του λήπτη, έτσι ώστε να διαφυλαχθεί σε κάθε περίπτωση η φήμη και αξιοπιστία του δικτύου franchise, επιστρεφόμενων βέβαια, στην περίπτωση αυτή, από τον λήπτη στον δότη, των τυχόν εισπραχθέντων από τον πρώτο προκαταβολών των πελατών του.

Εάν τώρα οι εκκρεμείς συμβάσεις πωλήσεως έχουν συναφθεί μεταξύ του λήπτη και τρίτων, υποδειχθέντων από τον δότη, προμηθευτών του δικτύου, λογικά δεν θα υπάρξει πρόβλημα στην περίπτωση που ο λήπτης επιθυμεί την εκτέλεση των συμβάσεων. Ακόμη και αν ο τρίτος προμηθευτής αρνηθεί - ενδεχόμενα κατά παράτρονση του δότη - να εκτελέσει την παραγγελία, έχει ο λήπτης τη νομική δυνατότητα να ασκήσει κατ' αυτού τα απορρέοντα από τις διατάξεις των άρθρων 382 επ. του Αστικού Κώδικα δικαιώματα.

Στην αντίθετη περίπτωση, που ο λήπτης δεν επιθυμεί την παραλαβή των εμπορευμάτων που έχει ήδη παραγγείλει, θα πρέπει να γίνει δεκτό ότι απαλλάσσεται νόμιμα από αυτή του την υποχρέωση απέναντι στον δότη. Η

υποχρέωση του δότη να μην ασκήσει τα απορρέοντα από την εκκρεμή σύμβαση πωλήσεως δικαιώματα του θεμελιώνεται στην αρχή της καλής πίστης η οποία διέπει τη σύμβαση franchise. Όταν η ανεκτέλεστη ακόμη σύμβαση πωλήσεως έχει συνομολογηθεί μεταξύ λήπτη και τρίτου προμηθευτή, ο οποίος επιμένει στην εκτέλεσή της αδιαφορώντας για την επελθούσα λήξη της σύμβασης franchise, η μόνη διέξοδος του λήπτη για τη μη παραλαβή των παραγγελθέντων εμπορευμάτων - με δεδομένο ότι ο προμηθευτής θα μπορεί νόμιμα να ασκήσει τα από τη σύμβαση πωλήσεως δικαιώματά του, αφού δεν δεσμεύεται από τη σύμβαση franchise - θα ήταν η ύπαρξη πρόβλεψης στη σύμβαση franchise με την οποία, π.χ., ο δότης θα αναλάμβανε την υποχρέωση να παραλάβει εκείνος τα εμπορεύματα ή να τα αναλάβει μετά την παραλαβή τους από τον λήπτη, σε εφαρμογή της υποχρέωσής του για ανάληψη των αδιάθετων αποθεμάτων του δεύτερου.

Τέλος, κατά την ορθότερη άποψη, ο δότης υποχρεούται να αποδεχθεί την πρόταση του λήπτη για κατάρτιση σύμβασης πώλησης, η οποία (πρόταση) είχε περιέλθει στον δότη πριν από τη λήξη της σύμβασης franchise χωρίς αυτός να την έχει ακόμη αποδεχθεί, εφόσον τα παραγγελθέντα εμπορεύματα μπορούν να διατεθούν από τον λήπτη προτού λήξει η σύμβαση franchise.

#### **Δ. Η Ανάληψη των Αδιάθετων Αποθεμάτων**

Είναι πάρα πολύ πιθανό μετά τη λήξη της σύμβασης franchise να έχουν παραμείνει στα χέρια του λήπτη αδιάθετα προϊόντα του συστήματος, καθώς επίσης και ανταλλακτικά ή/και εξαρτήματά τους, ανάλογα βέβαια με το είδος των προϊόντων. Αυτό συνήθως συμβαίνει γιατί ο λήπτης υπέχει τη συμβατική υποχρέωση να διατηρεί αποθέματα αυτών των προϊόντων, όπως και ανταλλακτικά και εξαρτήματα για την υποστήριξη των πωλήσεών τους. Σε εφαρμογή της αρχής της καλής πίστης, η οποία διέπει τη σύμβαση franchise σε όλα τα στάδια της διαδρομής της, άρα και στο μετασυμβατικό (μετενέργεια της υποχρέωσης πίστης), αναγνωρίζεται η γέννηση της μετασυμβατικής υποχρέωσης του δότη να αναλάβει τόσο τα αδιάθετα αποθέματα των εμπορευμάτων του λήπτη όσο και τα αδιάθετα ανταλλακτικά και εξαρτήματα. Η αρχή αυτή της καλής πίστης υλοποιείται με την υποχρέωση του δότη να λαμβάνει υπόψη του τα δικαιολογημένα συμφέροντα του λήπτη, υπό την έννοια ότι ο δεύτερος συνήθως αδυνατεί να διαθέσει μετά τη λήξη της σύμβασης franchise το απόθεμα των προϊόντων του franchise, όπως βέβαια και των ανταλλακτικών και εξαρτημάτων, αφού το καταναλωτικό κοινό της αγοράς όπου ασκούσε την επιχειρηματική του δραστηριότητα γνωρίζει ότι αυτός δεν αποτελεί πλέον μέλος του συγκεκριμένου δικτύου franchise. Ο δότης, λοιπόν, θα πρέπει να προβεί στη λύση της συνήθως μακρόχρονης συμβατικής του σχέσης με τον λήπτη με τρόπο που να τον προστατεύσει από μειονεκτήματα, όπως είναι η αδυναμία οικονομικής αξιοποίησης των διατηρούμενων αποθεμάτων. Επιπλέον, όμως, στην συνηθέστατη περίπτωση της ύπαρξης υποχρέωσης του λήπτη για μη ανταγωνισμό μετά τη λήξη της σύμβασης franchise, αυτός δεν θα έχει καν το δικαίωμα να προβεί στην πώληση των αδιάθετων εμπορευμάτων. Εξάλλου, ούτε και τον δότη συμφέρει να πουληθούν προϊόντα του συστήματος franchise από τον πρώην πια λήπτη, αφού έτσι μπορεί να τρωθεί η φήμη και αξιοπιστία του.

Σε υλοποίηση της παραπάνω υποχρέωσής του ο δότης θα πρέπει να αγοράσει τα αποθέματα εμπορευμάτων, ανταλλακτικών και εξαρτημάτων του λήπτη με καταβολή σε αυτόν χρηματικού ποσού ίσου με την κατά τη δεδομένη χρονική στιγμή αγοραία αξία τους. Εναλλακτικός τρόπος πραγματοποίησης της συγκεκριμένης υποχρέωσης είναι να παράσχει ο δότης στον πρώην λήπτη κάθε δυνατή βοήθεια για τη διάθεση των υπαρχόντων αποθεμάτων στην τοπική αγορά. Πάντως, στην περίπτωση που ο δότης υπέχει νόμιμα, σύμφωνα με τα παραπάνω αναφερθέντα, την υποχρέωση ανάληψης των αδιάθετων εμπορευμάτων του λήπτη, θα πρέπει να τεθούν σε αυτήν κάποια όρια, με την έννοια ότι δεν μπορεί ο λήπτης να απαιτεί την αγορά από τον δότη ιδιαίτερα μεγάλων ποσοτήτων εμπορευμάτων τα οποία είχε αγοράσει, πέρα από την ενδεχόμενη συμβατική του υποχρέωση εκτιμώντας, λανθασμένα, ότι θα τα διαθέσει εύκολα και γρήγορα στην τοπική αγορά. Αυτός ο περιορισμός της υποχρέωσης του δότη είναι θεμιτός και σύμφωνος με τη φύση της σύμβασης franchise, ως σύμβασης ριψοκίνδυνου χαρακτήρα, αφού ο λήπτης σε κάθε περίπτωση είναι ανεξάρτητος επιχειρηματίας και συνεπώς υπεύθυνος για τις επιχειρηματικές του αποφάσεις και την ανάληψη του αντίστοιχου επιχειρηματικού κινδύνου.

#### Ειδική βιβλιογραφία κεφαλαίου

- **Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ**  
Τρίτη, 29 Αυγούστου 2006 07:00 ,  
Μαίρη Παπακωνσταντίνου, [Σελίδα: 30] 618 λέξεις, FRANCHISING
- <http://www.fcd.gr/pegasus/bin/pegweb3.dll?method=../h901/faq0011&code=225>
- Δημητρίου Στεφ. Κωστάκη, δικηγόρου στον Άρειο Πάγο, Νομικού Συμβούλου Franchise, μέλους του Δ.Σ. του Συνδέσμου Franchise της Ελλάδος, συγγραφέα του βιβλίου: **Franchising, Νομική και Επιχειρηματική Διάσταση.**

#### ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1) Η χρηματοδοτική λειτουργία της επιχειρήσεως / Μείμαρογλου Μάριος  
Μείμαρογλου, Μάριος Κ.  
Αθήνα : Παπαζήσης, 1964

2) Χρηματοδότηση επιχειρήσεων  
Κιόχος, Πέτρος  
Αθήνα : Σύγχρονη Εκδοτική, 1988

3) Factoring-Forfaiting : σύγχρονοι θεσμοί χρηματοδοτήσεων  
Μητσιόπουλος, Γιάννης Θ.  
Αθήνα : Το Οικονομικό, 1989

4) Οι νέοι θεσμοί διοίκησης, χρηματοδότησης και ανάπτυξης επιχειρήσεων και περιοχών στη χώρα μας  
Τσιμπρούκης, Αθανάσιος Δ.  
2η εκδ.  
Αθήνα : 1989

5) Λογιστική της χρηματοδοτήσεως εταιρικών επιχειρήσεων  
Σαρσέντης, Βασίλης Ν.  
Αθήνα : Καραμπερόπουλος,