

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗΝ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

ΦΑΜΕΛΗ ΕΛΕΝΗ (ΜΟΕΣ/1053)

Διπλωματική Εργασία υποβληθείσα στο Τμήμα Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου
Πειραιώς ως μέρος των απαιτήσεων για την απόκτηση Μεταπτυχιακού Διπλώματος Ειδίκευσης στην
Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική

Πειραιάς, Οκτώβριος 2012

**UNIVERSITY OF PIRAEUS
DEPARTMENT OF ECONOMICS**



**MASTER PROGRAM IN ECONOMIC AND BUSINESS
STRATEGY**

**SMALL AND MEDIUM-SIZED ENTERPRISES
AND FINANCE**

**By
FAMELI ELENI (MOES/1053)**

Master Thesis submitted to the Department of Economics of the University of Piraeus in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in Economic and Business Strategy.

Piraeus, Greece, October 2012

Ευχαριστίες

Θα ήθελα να ευχαριστήσω τους γονείς και την αδερφή μου για την ηθική υποστήριξη που μου προσέφεραν σε όλη τη διάρκεια των σπουδών μου. Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον πολύ καλό μου φίλο Γιάννη για την καθοδήγησή του, τις συμβουλές και τη συμπαράστασή του που συνετέλεσαν στην επιτυχή εκπόνηση της διπλωματικής. Τέλος θα ήθελα να ευχαριστήσω όλους τους καθηγητές του μεταπτυχιακού προγράμματος για την καλή συνεργασία και τις γνώσεις.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|---|-----------|
| Κατάλογος Πινάκων | 6 |
| Κατάλογος Γραφημάτων | 7 |
| Περίληψη | 8 |
| Abstract | 9 |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ ----- | 10 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ----- | 13 |
| ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΜΜΕ ----- | 13 |
| 1.1 Εισαγωγή | 13 |
| 1.2 Ορισμός ΜΜΕ | 14 |
| 1.3 Χαρακτηριστικά των ΜΜΕ και Συμβολή στην Ελληνική Οικονομία | 20 |
| 1.4 Προβλήματα Χρηματοδότησης | 27 |
| 1.5 Ανακεφαλαίωση | 31 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 ----- | 32 |
| ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΜΜΕ ----- | 32 |
| 2.1 Εισαγωγή | 32 |
| 2.2 «Παραδοσιακές» Μορφές Τραπεζικής Χρηματοδότησης | 33 |
| 2.2.1 Αποσαφήνιση Εννοιών | 34 |
| 2.2.2 Κεφάλαιο Κίνησης | 34 |
| 2.2.3 Μεσο-μακροπρόθεσμα Δάνεια | 35 |
| 2.3 Κριτήρια Τραπεζικής Χρηματοδότησης | 36 |
| 2.3.1 Σκοπός Πιστοδότησης | 39 |
| 2.3.2 Πιστωτικά Κριτήρια | 40 |
| 2.3.2.1 Ποσοτικά Κριτήρια | 41 |
| 2.3.2.2 Ποιοτικά Κριτήρια | 47 |
| 2.3.3 Καλύμματα και Εξασφαλίσεις | 57 |
| 2.4 Η Επιρροή του Συμφώνου της Βασιλείας II στη Χρηματοδότηση των ΜΜΕ | 59 |
| 2.5 Ανακεφαλαίωση | 61 |
| ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ----- | 62 |
| ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ | 62 |
| 3.1 Εισαγωγή | 62 |
| 3.2 Εναλλακτικές Μορφές Χρηματοδότησης των ΜΜΕ από τον Τραπεζικό Τομέα | 63 |
| 3.2.1 Ομολογιακά Δάνεια | 63 |
| 3.2.2 Κοινοπρακτικά Δάνεια | 64 |
| 3.2.3 Εγγυητικές Επιστολές | 64 |

| | | |
|-------|--|----|
| 3.2.4 | Ενέγγυες Πιστώσεις Όψεως ή Με Προθεσμίας Λήξης | 65 |
| 3.3 | Εναλλακτικές Μορφές Χρηματοδότησης των ΜΜΕ εκτός Τραπεζικού Τομέα | 66 |
| 3.3.1 | Χρηματοδοτική Μίσθωση – Leasing | 66 |
| 3.3.2 | Σύμβαση Πρακτορείας Απαιτήσεων – Factoring | 68 |
| 3.3.3 | Κεφάλαιο Επιχειρηματικών Συμμετοχών – Venture capitals | 69 |
| 3.3.4 | Επιχειρηματικοί Άγγελοι – Business angels | 70 |
| 3.3.5 | Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων-Business Incubators & Τεχνολογικά Πάρκα- Technology Parks & Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας | 71 |
| 3.3.6 | Σύστημα Δικαιόχρησης – Franchising | 72 |
| 3.3.7 | Νέα Χρηματιστηριακή Αγορά | 73 |
| 3.3.8 | Μικροδάνεια – Microcredits | 73 |
| 3.3.9 | Υβριδικές Μορφές Χρηματοδότησης- Mezzanine Finance | 74 |
| 3.4 | Πολιτικές Στήριξης των ΜΜΕ από το Ελληνικό κράτος και την Ευρωπαϊκή Ένωση | 75 |
| 3.5 | Ανακεφαλαίωση | 87 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 ----- 88

ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΩΝ

| | | |
|------------|---|-----------|
| ΜΜΕ | | 88 |
| 4.1 | Μεθοδολογία Έρευνας | 88 |
| 4.1.1. | Στόχος Έρευνας | 88 |
| 4.1.2. | Δειγματοληπτική Μέθοδος και Μέγεθος Δείγματος | 88 |
| 4.1.3. | Εργαλείο Δειγματοληψίας | 89 |
| 4.2 | Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας | 90 |

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ----- 98

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ ----- 100

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ ----- 107

Κατάλογος Πινάκων

- | | |
|--|--------|
| 1.1 Κατηγοριοποίηση ΜΜΕ σύμφωνα με το Νέο Ευρωπαϊκό Ορισμό | σελ.8 |
| 1.2 Ο Ρόλος των ΜΜΕ στην Ελληνική Οικονομία | σελ.12 |
| 3.1 Απεικόνιση της Διαδικασίας Αξιολόγησης των Κριτηρίων Χρηματοδότησης προς τις ΜΜΕ | σελ.29 |

Κατάλογος Γραφημάτων

| | |
|--|--------|
| 1.1 Αριθμός ΜΜΕ ανά Κλάδο Παραγωγής | σελ.12 |
| 1.2 Εμπόδια ΜΜΕ σε ΕΕ-27 και Ελλάδα | σελ.15 |
| 1.3 Πρόβλημα Πρόσβασης των ΜΜΕ στην ΕΕ-27 | σελ.18 |
| 4.1 Ποσοστό ΜΜΕ-Πελατών ως προς το Σύνολο των Πελατών της Τράπεζας | σελ.82 |
| 4.2 Ποσοστό Χορηγούμενων Δανείων προς τις ΜΜΕ ως προς το Σύνολο των Δανείων της Τράπεζας | σελ.82 |
| 4.3 Συχνότητα Εμφάνισης των Λόγων Ζήτησης Δανείων | σελ.83 |
| 4.4 Αξιολόγηση Σημαντικότητας Κριτηρίων Πιστοδότησης | σελ.84 |
| 4.5 Αξιολόγηση Σημαντικότητας των Εμποδίων Δανειοδότησης των ΜΜΕ | σελ.85 |
| 4.6 Λόγοι Αυστηροποίησης των Κριτηρίων Πιστοδότησης προς τις ΜΜΕ | σελ.86 |
| 4.7 Μεταβολή Όρων Δανείων προς ΜΜΕ | σελ.87 |

Περίληψη

Η ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας βασίζεται στην αποτελεσματική και βιώσιμη λειτουργία των ΜΜΕ, η οποία υπό τις παρούσες συνθήκες βαθιάς και παρατεταμένης ύφεσης βρίσκεται σε κίνδυνο. Σε αυτό το πλαίσιο η πρόσβαση των ΜΜΕ στις ποικίλες πηγές χρηματοδότησης καθίσταται επιτακτική αναγκαιότητα ώστε να κατορθώσουν να επιβιώσουν. Η οικονομική κρίση δεν προκάλεσε προβλήματα μόνο στον επιχειρηματικό κόσμο αλλά και στον τραπεζικό τομέα, ο οποίος αποκλεισμένος από τις διεθνείς αγορές και αντιμέτωπος με έντονα προβλήματα ρευστότητας προσπαθεί να διατηρήσει την οικονομική του θέση μέσω της υιοθέτησης αυστηρότερης στάσης έναντι των υπαρχόντων και υποψήφιων πιστούχων. Παρά την αλλαγή στάσης και την εμφάνιση νέων χρηματοδοτικών εργαλείων, ο τραπεζικός δανεισμός εξακολουθεί να αποτελεί την κυριότερη πηγή χρηματοδότησης των λειτουργικών και επενδυτικών δραστηριοτήτων των ΜΜΕ. Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να προσδιορίσει και να αναλύσει τα κριτήρια που λαμβάνουν υπόψη οι τράπεζες κατά την αξιολόγηση των δανειακών αναγκών των ΜΜΕ. Παράλληλα, επιχειρείται και η εμπειρική τεκμηρίωση των θεωρητικών ευρημάτων μέσω της πραγματοποίησης έρευνας σε δέκα ελληνικές τράπεζες, η οποία αναδεικνύει τη σημαντικότητα κάθε κριτηρίου χρηματοδότησης καθώς και τις αλλαγές στην πιστοδοτική πολιτική που επέφερε η οικονομική κρίση.

Σημαντικοί Όροι: ΜΜΕ, πρόβλημα χρηματοδότησης, κριτήρια χρηματοδότησης, εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης

Abstract

The growth of Greek economy is founded upon the effective and sustainable operation of SMEs, which under the current circumstances of deep and prolonged recession is in danger. In this context, SMEs' access to various sources of financing renders imperative so that they may succeed in surviving. The economic crisis has caused problems not only to the business world but also to the banking sector which is excluded from the international markets and confronted with liquidity problems strives to maintain its economic position by adopting a stricter attitude vis-à-vis existing and prospective borrowers. Despite the change of attitude and the emergence of new financial instruments, bank lending continues being a major of funding operational and investment activities of SMEs. The purpose of the thesis is to identify and analyze the criteria which banks take into consideration when assessing the credit needs of SMEs. Furthermore, empirical evidence of the theoretical evidence is undertaken through a survey in ten Greek banks that highlights the importance of each criterion funding and the changes in credit policy induced by the economic crisis.

Keywords: SMEs, access to finance problem, bank lending criteria, alternative financing

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η συμβολή των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (εφεξής ΜΜΕ) στην οικονομική ανάπτυξη κάθε χώρας – αναπτυγμένης και αναπτυσσόμενης– είναι ουσιώδους σημασίας. Γι' αυτό άλλωστε τους έχουν αποδοθεί και οι χαρακτηρισμοί «ραχοκοκαλιά», «ατμομηχανή» ή «στυλοβάτης» της οικονομίας. Για την Ελλάδα η σημασία των ΜΜΕ είναι ακόμη μεγαλύτερη καθώς αποτελούν το βασικό επιχειρηματικό μοντέλο και τον ακρογωνιαίο λίθο της εθνικής και περιφερειακής ανάπτυξης. Ειδικότερα, συνιστούν το βασικό μοχλό οικονομικής ανάπτυξης, παραγωγής, προόδου των καινοτομιών, καταπολέμησης της ανεργίας και ενδυνάμωσης της κοινωνικής συνοχής. Προκειμένου να είναι σε θέση να επιτελέσουν τις πολύπλευρες αυτές λειτουργίες χρειάζονται κεφάλαια, τα οποία αντλούν από εσωτερικές πηγές (κεφάλαια από προσωπική αποταμίευση, οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον) και εξωτερικές πηγές (τράπεζες, ιδιώτες επενδυτές, κρατικά και ευρωπαϊκά κεφάλαια, κλπ).

Από τις εξωτερικές πηγές η σημαντικότερη και περισσότερη συχνή είναι ο δανεισμός από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Ταυτόχρονα, η χορήγηση δανείων συνιστά και τη βασικότερη λειτουργία που επιτελούν οι τραπεζικοί οργανισμοί στα πλαίσια του οικονομικού κυκλώματος μέσω της οποίας μεταφέρουν χρηματικούς πόρους στις οικονομικές μονάδες επιδιώκοντας τη μεγιστοποίηση των κερδών τους και την ελαχιστοποίηση του κόστους-κινδύνου. Δεδομένου του ανωτέρω στόχου προβαίνουν σε λεπτομερή και εις βάθος αξιολόγηση των αιτήσεων δανείων που λαμβάνουν δίνοντας έμφαση σε τρεις παράγοντες: το σκοπό πιστοδότησης, τα πιστωτικά κριτήρια (ποσοτικά και ποιοτικά) και την επάρκεια/ ποιότητα των καλυμμάτων και εξασφαλίσεων. Όλα αυτά αποκαλούνται κριτήρια χρηματοδότησης και συνιστούν τον πυρήνα της πιστοδοτικής πολιτικής κάθε τράπεζας. Παράλληλα επιτελούν ένα διττό ρολό για τις τράπεζες καθώς αποτελούν τον «οδηγό» τους όταν κρίνουν τις δανειακές ανάγκες των υποψήφιων πιστούχων και το «προστατευτικό τείχος» έναντι των αφερέγγυων πελατών.

Ωστόσο, πολλές φορές λειτουργούν και ως εμπόδιο στην πρόσβαση των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση και κατ' επέκταση στην ανάπτυξη και βιωσιμότητά τους. Μάλιστα, αυτή η κατάσταση έχει επιδεινωθεί μετά την όξυνση της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα στα τέλη του 2009, η οποία μεταξύ άλλων προκάλεσε έντονα προβλήματα ρευστότητας τόσο στις ΜΜΕ όσο και στις τράπεζες. Υπό τις νέες συνθήκες οι

τράπεζες έχουν θέσει αυστηρότερα κριτήρια στη χορήγηση πιστώσεων ζητώντας περισσότερες εγγυήσεις και αντικειμενικά στοιχεία απόδειξης της οικονομικής θέσης των επιχειρήσεων περιορίζοντας με αυτό τον τρόπο τον κύκλο των δικαιούχων. Από την άλλη πλευρά, λειτουργώντας σε ένα περιβάλλον μειωμένης αγοραστικής δύναμης, κάμψης της καταναλωτικής ζήτησης και αύξησης της ανεργίας οι ΜΜΕ αδυνατούν να ανταποκριθούν στις υποχρεώσεις τους επιλέγοντας τη λύση της παύσης λειτουργίας αφού όλες οι πιθανές πηγές άντλησης κεφαλαίων έχουν «στερέψει».

Η αρνητική συγκυρία αλλά και οι περισσότερο παρά ποτέ αρνητικές προβλέψεις για το μέλλον καθιστούν επιτακτική την ανάγκη προώθησης των κρατικών προγραμμάτων στήριξης των ΜΜΕ. Σημαντικό είναι ότι τα εν λόγω προγράμματα δεν προσφέρουν μόνο την απαραίτητη χρηματοδοτική στήριξη στις ΜΜΕ αλλά και τις ωθούν σε αλλαγή τρόπου παραγωγής με έμφαση στις νέες τεχνολογίες, τα καινοτομικά προϊόντα και το περιβάλλον ώστε να αποκτήσουν οι ΜΜΕ ανταγωνιστικότητα και εξωστρέφεια, στοιχεία αναγκαία για να επιβιώσουν στο διεθνοποιημένο και άκρως ανταγωνιστικό οικονομικό περιβάλλον. Παράλληλα, οι ίδιες οι ΜΜΕ πρέπει να ενημερωθούν για τις εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης που προσφέρονται και ανταποκρίνονται καλύτερα στις ανάγκες τους ώστε να ξεπεράσουν το πρόβλημα ρευστότητας.

Η παρούσα εργασία αποσκοπεί στο να καταγράψει κατά τρόπο συνολικό και εμπειρισταωμένο την πιστοδοτική πολιτική των ελληνικών τραπεζών έναντι των ΜΜΕ αναδεικνύοντας παράλληλα τα προβλήματα των ελληνικών ΜΜΕ και τους τρόπους να τα αντιμετωπίσουν. Για τη συνολική καταγραφή των κριτηρίων πιστοδότησης πραγματοποιήθηκε συνέντευξη με στέλεχος μεγάλου τραπεζικού ομίλου και άντληση στοιχείων από τις διαδικτυακές σελίδες των υπόλοιπων τραπεζών με στόχο τη διασταύρωση των πληροφοριών. Για τη συγγραφή των υπόλοιπων μερών της εργασίας μελετήθηκαν εργασίες ερευνητών και εκθέσεις εθνικών και ευρωπαϊκών οργανισμών, ενώ για την εμπειρική έρευνα χρησιμοποιήθηκε η τεχνική του ερωτηματολογίου.

Πιο συγκεκριμένα, στο πρώτο κεφάλαιο της εργασίας καταγράφεται η προβληματική γύρω από τον ορισμό των ΜΜΕ και τα γενικά χαρακτηριστικά αυτών με ιδιαίτερη έμφαση στο πρόβλημα χρηματοδότησης. Στο δεύτερο κεφάλαιο, το οποίο αποτελεί και το κύριο μέρος της παρούσας εργασίας, αναλύονται τα κριτήρια τραπεζικής χρηματοδότησης ενώ γίνεται και μία συνοπτική αναφορά στο εποπτικό πλαίσιο της Συμφωνίας της Βασιλείας II λόγω της επίδρασης στην τραπεζική

χρηματοδότηση. Το τρίτο κεφάλαιο αναφέρεται στις εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης (factoring, leasing, venture capitals, business angels), τα εθνικά και ευρωπαϊκά προγράμματα στήριξης των ΜΜΕ. Στο τέταρτο και τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας αναλύονται τα συμπεράσματα της έρευνας που πραγματοποιήθηκε στις ελληνικές τράπεζες ως προς τα κριτήρια χρηματοδότησης και τις μεταβολές αυτών λόγω της οικονομικής ύφεσης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ΟΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΜΜΕ

1.1 Εισαγωγή

Η συμβολή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην παραγωγική δραστηριότητα και την απασχόληση των αναπτυγμένων και αναπτυσσόμενων οικονομιών είναι αδιαμφισβήτητη. Ωστόσο, τόσο η ετερογένεια αυτών των επιχειρήσεων, όσο και οι διαφορετικές οικονομικές, κοινωνικές και γεωγραφικές συνθήκες της χώρας δραστηριοποίησης καθιστούν δύσκολο, αν όχι αδύνατο, έναν κοινά αποδεκτό ορισμό της μικρομεσαίας επιχείρησης. Διεθνώς έχουν εμφανιστεί ποικίλοι ορισμοί που προέρχονται από κυβερνητικές ή άλλες επίσημες πηγές, όπως ινστιτούτα ΜΜΕ, ερευνητικά κέντρα, τράπεζες, υπουργεία και διεθνείς οργανισμούς (Ευρωπαϊκή Ένωση, ΟΟΣΑ). Αποτέλεσμα αυτής της κατάστασης είναι ότι κάθε χώρα ή οικονομική ζώνη εμφανίζεται να διαθέτει ένα δικό της ορισμό των ΜΜΕ χρησιμοποιώντας διάφορα ποσοτικά ή/και ποιοτικά κριτήρια.

Ωστόσο, η ανυπαρξία ενός κοινού ορισμού δεν επηρεάζει την αναγνώριση ενός συνόλου κοινών χαρακτηριστικών, τα οποία εμφανίζουν όλες οι ΜΜΕ ανεξάρτητα από τη χώρα ή τον κλάδο δραστηριοποίησής τους όπως είναι ο οικογενειακός χαρακτήρας, η εύκολη προσαρμογή στις αλλαγές και η δημιουργία στενών δεσμών με τους πελάτες. Ακόμη πιο έντονη είναι η κοινότητα των εμποδίων που παρεμβάλλονται στη λειτουργία και την ανάπτυξη των ΜΜΕ με σημαντικότερη τη μειωμένη αγοραστική δύναμη, τη δυσκολία πρόσβασης στις αγορές και την έλλειψη εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού.

1.2 Ορισμός MME

Παρά την ετερογένεια που εμφανίζει ο τρόπος προσδιορισμού των MME υπάρχει ένα σύνολο κριτηρίων επί των οποίων στηρίζονται όλοι οι ορισμοί. Τα συνήθη κριτήρια, τα οποία χρησιμοποιούνται μεμονωμένα ή συνδυαστικά κατά τον ορισμό των MME είναι:

- Αριθμός εργαζομένων πλήρους απασχόλησης
- Ύψος ετήσιων συνολικών πωλήσεων (κύκλος εργασιών ή τζίρος)
- Ύψος συνολικών περιουσιακών στοιχείων της επιχείρησης
- Μερίδιο αγοράς
- Καθεστώς ιδιοκτησίας και διαχείρισης της επιχείρησης

Με βάση τα εν λόγω κριτήρια ένας γενικός ορισμός της μικρομεσαίας επιχείρησης θα αναφερόταν σε μια επιχείρηση με μικρό μερίδιο αγοράς, περιορισμένους οικονομικούς πόρους που απασχολεί ένα σχετικά μικρό αριθμό εργαζομένων. Η διοίκηση αυτής ασκείται από τον ιδιοκτήτη, ο οποίος έχει και τον απόλυτο έλεγχο. Ενώ οι παραπάνω παραδοχές γίνονται αποδεκτές, οι κύριες διαφοροποιήσεις εντοπίζονται στον ποσοτικό ορισμό των κριτηρίων. Σε πολλές περιπτώσεις χρησιμοποιείται ως πρόσθετο κριτήριο και ο κλάδος δραστηριοποίησης της επιχείρησης. Αυτό συμβαίνει στις ΗΠΑ, όπου ο χαρακτηρισμός μιας επιχείρησης ως μικρομεσαίας προκύπτει από το συνδυασμό του κλάδου, του καθεστώτος ιδιοκτησίας, των εσόδων και του αριθμού των εργαζομένων. Αξίζει να σημειωθεί ότι σε πρόσφατη έρευνα που πραγματοποίησαν από κοινού ο Όμιλος της Παγκόσμιας Τράπεζας και η Συμβουλευτική Ομάδα Υποστήριξης των Φτωχότερων¹ χρησιμοποιήθηκε ως κριτήριο και το μέγεθος του τραπεζικού δανεισμού μιας επιχείρησης (Παράρτημα Ι).

Οι παραπάνω ορισμοί επικεντρώνονται κυρίως σε ποσοτικά κριτήρια για να διακρίνουν ανάμεσα σε μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις με αποτέλεσμα να αποτελέσουν αντικείμενο επίκρισης από αρκετούς ερευνητές. Εμφανίστηκαν, λοιπόν, μελέτες που έδιναν έμφαση στα ποιοτικά χαρακτηριστικά των μικρομεσαίων επιχειρήσεων ως βασικά κριτήρια διαφοροποίησης από τις μεγάλες. Σε μία έρευνα του 1991 (Brytting) οι MME διακρίνονται για τη μικρής κλίμακας αποκέντρωση και

¹ Έρευνα Financial Access 2010, World Bank Group and CGAP 2010

την επίπεδη οργανωτική ιεραρχία. Μία άλλη έρευνα (Van Hoorn, 1979) αναφέρεται σε πέντε χαρακτηριστικά ποιοτικής φύσης των ΜΜΕ που τις διακρίνουν από τις μεγάλες: i. συγκριτικά περιορισμένος αριθμός προϊόντων και τεχνολογία, ii. περιορισμένες πρώτες ύλες και δυναμικότητα, iii. υπανάπτυξη του διοικητικού συστήματος και διαδικασιών, iv. ανεπίσημος τρόπος διαχείρισης (management style), v. κατοχή ανώτατων θέσεων από τον ιδιοκτήτη ή τους συγγενείς τους (οικογενειοκρατία).

Υπό τις συνθήκες ποικιλίας και αντιφάσεων διεθνείς οργανισμοί, όπως ο ΟΟΣΑ και η ΕΕ, έχουν τονίσει επανειλημμένα την αναγκαιότητα να προσδιοριστεί ένας κοινός ορισμός ώστε να βελτιωθεί η αποτελεσματικότητα της χάραξης και εφαρμογής της πολιτικής στήριξης των ΜΜΕ. Ειδικότερα, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θεωρεί ως εξαιρετικά σημαντικό ζήτημα την ύπαρξη ενός κοινού ορισμού μεταξύ των κρατών μελών προκειμένου να βελτιωθεί η συνοχή και η αποδοτικότητα των κοινοτικών μέτρων, και να περιοριστούν οι στρεβλώσεις του ανταγωνισμού (Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2005). Η σημασία του επαυξάνεται δεδομένων των εκτεταμένων διασυνδέσεων μεταξύ των εθνικών και ενωσιακών πολιτικών στήριξης των ΜΜΕ στους τομείς της περιφερειακής ανάπτυξης και της έρευνας και ανάπτυξης (E&A).

Η σημασία που αποδίδει η ΕΕ στις ΜΜΕ καταδεικνύεται από το γεγονός ότι ήδη από το 1971 συνέστησε ειδική επιτροπή για την καταγραφή των βασικών χαρακτηριστικών των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων ώστε να προκύψει η απαιτούμενη εναρμόνιση στην εφαρμογή των κοινοτικών πολιτικών (Bolton Committee, 1971). Σύμφωνα με αυτόν τον πρώτο ορισμό ως μικρή επιχείρηση θεωρείται μια ανεξάρτητη επιχείρηση που διοικείται από έναν ιδιοκτήτη ή συνιδιοκτήτες και κατέχει ένα μικρό μερίδιο αγοράς συνδέοντας το μέγεθος της επιχείρησης με αυτό του κλάδου. Περαιτέρω, αναγνώρισε ότι το μέγεθος μπορεί να ορίζεται βάσει είτε του αριθμού των απασχολουμένων είτε των κερδών ανάλογα με την κάθε περίπτωση.

Στη συνέχεια η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προέβη στον επίσημο ορισμό των ΜΜΕ σε δύο συστάσεις που εξέδωσε το 1996² και το 2003³, ο οποίος είναι δεσμευτικός μόνο για τις κρατικές ενισχύσεις ώστε να διατηρείται η προτιμησιακή μεταχείριση για τις ΜΜΕ σε σχέση με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις. Σε κάθε άλλη περίπτωση τα κράτη-

² Σύσταση Ευρωπαϊκής Επιτροπής με αριθμό 96/280/ΕΚ της 3^{ης} Απριλίου 1996 (Επίσημη Εφημερίδα L 107, 30.4.1996)

³ Σύσταση 2003/361/ΕΚ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής της 6^{ης} Μαΐου 2003 (Επίσημη Εφημερίδα L 124, 20.05.2003)

μέλη μπορούν να συνεχίσουν να χρησιμοποιούν τους εθνικούς ορισμούς, αν και η Επιτροπή καλεί τα κράτη-μέλη, την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων να τον χρησιμοποιούν όσο το δυνατό περισσότερο. Επισημαίνεται ότι ο ευρωπαϊκός ορισμός του 2003 τέθηκε σε ισχύ το 2005.

Σύμφωνα με τον πρώτο ορισμό, η ΕΕ όρισε τις ΜΜΕ λαμβάνοντας υπόψη τον αριθμό των εργαζομένων και του κύκλου εργασιών ή του ύψους του ισολογισμού. Επίσης για πρώτη φορά κατηγοριοποίησε τις ΜΜΕ σε πολύ μικρές (micro, μέχρι 10 εργαζόμενους), μικρές (small, από 10 έως 49 εργαζόμενους και ετήσιο κύκλο εργασιών μικρότερο από 7 εκατ. € ή ισολογισμό κάτω από 5 εκατ. €) και μεσαίες (medium, μέχρι 250 εργαζόμενους και κύκλο εργασιών μικρότερο από 40 εκατ. € ή ισολογισμό κάτω από 27 εκατ. €). Περαιτέρω όρισε ότι κάθε επιχείρηση πρέπει να είναι ανεξάρτητη, δηλαδή 25% του κεφαλαίου ή των ψήφων να μην ανήκει μία επιχείρηση ή από κοινού σε πολλές που δεν περιλαμβάνονται στον ορισμό των ΜΜΕ. Η απώλεια της ιδιότητας της μεσαίας, μικρής ή πολύ μικρής επιχείρησης μπορούσε να επέλθει μόνο στην περίπτωση υπέρβασης των ορίων σε δύο διαδοχικά έτη.

Το 2003 ο ορισμός της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις ΜΜΕ αναθεωρήθηκε μετά από ευρείες διαβουλεύσεις ανάμεσα στην Επιτροπή, τα κράτη-μέλη και επαγγελματικές οργανώσεις. Οι αλλαγές που προωθήθηκαν αντανακλούν τις οικονομικές μεταβολές μετά το 1996, καθώς και την αναγνώριση των εμποδίων που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ. Επίσης, ο νέος ορισμός λαμβάνει υπόψη τις ποικίλες σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ των επιχειρήσεων, και συμβάλλει περισσότερο στην προώθηση της καινοτομίας και των συνεργασιών. Η κατηγοριοποίηση μεταξύ πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων εξακολουθεί να υφίσταται και στον ισχύοντα ορισμό.

Όσον αφορά στα χρησιμοποιούμενα κριτήρια, διατηρείται ο αριθμός των απασχολούμενων ενώ τα οικονομικά κριτήρια (κύκλος εργασιών και ισολογισμός) μεταβάλλονται ακολουθώντας τις εξελίξεις των τιμών και της παραγωγικότητας. Παράλληλα, ο νέος ορισμός εισάγει μια τριπλή κατηγοριοποίηση των επιχειρήσεων σε αυτόνομες, συνεργαζόμενες και συνδεδεμένες ανάλογα με τις σχέσεις που διατηρεί μια επιχείρηση με κάποια άλλη. Σημειώνεται ότι ενώ το κριτήριο των εργαζομένων είναι υποχρεωτικό, η επιχείρηση μπορεί να επιλέξει την εκπλήρωση ενός από τα δύο χρηματοοικονομικά κριτήρια. Από τα παραπάνω προκύπτουν οι παρακάτω προσδιορισμοί:

- ✿ Μεσαίες επιχειρήσεις με προσωπικό μεταξύ 50 και 249 ατόμων ΚΑΙ είτε ετήσιο κύκλο εργασιών ≤ 50 εκατ. € είτε ετήσιο ισολογισμό ≤ 43 εκατ. €
- ✿ Μικρές επιχειρήσεις, με προσωπικό μεταξύ 10 και 49 ατόμων ΚΑΙ είτε ετήσιο κύκλο εργασιών ≤ 10 εκατ. € είτε ετήσιο ισολογισμό ≤ 10 εκατ. €
- ✿ Πολύ μικρές επιχειρήσεις, προσωπικό μικρότερο των 10 ατόμων ΚΑΙ είτε ετήσιο κύκλο εργασιών ≤ 2 εκατ. € είτε ετήσιο ισολογισμό ≤ 2 εκατ. €.

Πίνακας 1.1

Κατηγοριοποίηση ΜΜΕ σύμφωνα με το Νέο Ευρωπαϊκό Ορισμό

| Κατηγορία Επιχείρησης | Αριθμός Εργαζομένων (βάσει ΕΜΕ ⁴) | Ετήσιος Κύκλος Εργασιών (εκατ. €) | Ετήσιος Ισολογισμός (εκατ. €) |
|---------------------------|---|--|--|
| Μεσαίες (medium-sized) | < 250 | ≤ 50 εκατ. € (1996: ≤ 40 εκατ. €) | ≤ 43 εκατ. € (1996: ≤ 27 εκατ. €) |
| Μικρές (small) | < 50 | ≤ 10 εκατ. € (1996: ≤ 7 εκατ. €) | ≤ 10 εκατ. € (1996: ≤ 5 εκατ. €) |
| Πολύ μικρές (micro) | < 10 | ≤ 2 εκατ. € | ≤ 2 εκατ. € |

Πηγή: European Commission, Directorate General (DG) Enterprise and Industry

Μία από τις καινοτομίες του νέου ευρωπαϊκού ορισμού (ορισμός του 2003) για τις ΜΜΕ αφορά στη διάκριση τριών τύπων επιχειρήσεων (αυτόνομες, συνεργαζόμενες, συνδεδεμένες) με βάση το είδος της σχέσης που αυτές διατηρούν με άλλες επιχειρήσεις ως προς τη συμμετοχή στο κεφάλαιο, το δικαίωμα ψήφου ή το το δικαίωμα άσκησης αποφασιστικής επιρροής. Τα βασικά χαρακτηριστικά των τριών τύπων παρουσιάζονται παρακάτω.

⁴ Ετήσιες Μονάδες Εργασίας, οι οποίες αντιστοιχούν στα άτομα που εργάστηκαν στην επιχείρηση με καθεστώς πλήρους απασχόλησης σε όλη τη διάρκεια του έτους (π.χ. 1 άτομο πλήρους απασχόλησης=1ΕΜΕ, 1 άτομο μερικής απασχόλησης=0,5 ΕΜΕ)

✿ *Αυτόνομη Επιχείρηση*

Είναι η πιο συχνή περίπτωση στην οποία εντάσσονται όλες οι επιχειρήσεις που δεν ανήκουν στους άλλους δύο τύπους. Μια επιχείρηση χαρακτηρίζεται αυτόνομη όταν: α) δε διαθέτει συμμετοχή 25% ή περισσότερο σε άλλη επιχείρηση, β) δεν κατέχεται άμεσα κατά 25% ή περισσότερο από άλλη επιχείρηση ή δημόσιο οργανισμό ή από κοινού από περισσότερες συνδεδεμένες μεταξύ τους ή από δημόσιους οργανισμούς, γ) δε συντάσσει ενοποιημένους λογαριασμούς και δεν περιλαμβάνεται στους λογαριασμούς μιας επιχείρησης, η οποία συντάσσει ενοποιημένους λογαριασμούς και δεν είναι συνδεδεμένη.

Μία επιχείρηση που καλύψει ή υπερβεί το όριο του 25% μπορεί να εξακολουθήσει να θεωρείται αυτόνομη εφόσον πρόκειται για ορισμένες κατηγορίες επενδυτών, όπως επιχειρηματικοί άγγελοι (business angels), δημόσιες εταιρείες συμμετοχών, πανεπιστήμια ή ερευνητικά κέντρα, θεσμικοί επενδυτές και αυτόνομες τοπικές αρχές

✿ *Συνεργαζόμενη Επιχείρηση*

Σε αυτό τον τύπο περιλαμβάνονται επιχειρήσεις που δημιουργούν σημαντικές χρηματοοικονομικές εταιρικές σχέσεις με άλλες επιχειρήσεις χωρίς η μία να μπορεί να ασκεί άμεσο ή έμμεσο αποφασιστικό έλεγχο στην άλλη. Συνεργαζόμενη είναι μία επιχείρηση όταν: α) κατέχει συμμετοχή μεταξύ 25% και 50% σε αυτήν, β) η άλλη επιχείρηση έχει συμμετοχή στην αιτούσα μεταξύ 25% και 50% και γ) η αιτούσα επιχείρηση δεν καταρτίζει ενοποιημένους λογαριασμούς στους οποίους να περιλαμβάνεται η άλλη επιχείρηση και δεν περιλαμβάνεται μέσω ενοποίησης στους λογαριασμούς εκείνης ή μιας επιχείρησης που συνδέεται με αυτή την τελευταία.

✿ *Συνδεδεμένη Επιχείρηση*

Ο συγκεκριμένος τύπος επιχείρησης εμφανίζεται σπανιότερα από τους δύο προηγούμενους. Αναφέρεται σε επιχειρήσεις, οι οποίες αποτελούν μέρος μιας ομάδας, η οποία δημιουργείται από τη δυνατότητα άσκησης άμεσου ή έμμεσου ελέγχου της πλειοψηφίας του κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφων ή από την εξουσία άσκησης αποφασιστικής επιρροής σε μια επιχείρηση. Επίσης, σε αυτό τον τύπο εντάσσονται επιχειρήσεις που καταρτίζουν ενοποιημένους λογαριασμούς ή περιλαμβάνονται μέσω ενοποίησης σε λογαριασμούς άλλης επιχείρησης. Το εν λόγω κριτήριο προέρχεται από την οδηγία 83/349/ΕΟΚ του Συμβουλίου για τους

ενοποιημένους λογαριασμούς, την οποία χρησιμοποίησε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή για τον προσδιορισμό των συνδεδεμένων επιχειρήσεων με στόχο να αποφευχθούν παρερμηνείες από πλευράς επιχειρήσεων.

Στην Ελλάδα χρησιμοποιείται πλέον ο ορισμός της ΕΕ για τις ΜΜΕ ώστε να επιτευχθεί η καλύτερη δυνατή εναρμόνιση με τα ευρωπαϊκά πρότυπα. Ωστόσο, παλαιότερα οι συνδικαλιστικές οργανώσεις χρησιμοποιούσαν διαφορετικό ορισμό λαμβάνοντας υπόψη μόνο το κριτήριο των απασχολούμενων. Σύμφωνα με εκείνο τον ορισμό, μια επιχείρηση θεωρείτο μικρομεσαία όταν απασχολούσε μέχρι 50 άτομα (σε εξαιρετικές περιπτώσεις μέχρι 100 άτομα) χωρίς να συμπεριλαμβάνουν στην κατηγορία των ΜΜΕ τις θυγατρικές πολυεθνικών επιχειρήσεων και αυτές με σοβαρό κύκλο εργασιών, ο οποίος δεν προσδιοριζόταν ρητά αν και συχνά γινόταν αναφορά στο όριο τήρησης λογιστικών βιβλίων Β' κατηγορίας.

1.3 Χαρακτηριστικά των ΜΜΕ και Συμβολή στην Ελληνική Οικονομία

Οι ΜΜΕ αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της ελληνικής και ευρωπαϊκής οικονομίας συνεισφέροντας σημαντικά στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν, την απασχόληση και την ανάπτυξη. Παρόμοια εικόνα ισχύει και σε άλλες χώρες εκτός Ευρώπης λόγω του ότι δημιουργούν θέσεις απασχόλησης σε μεγαλύτερο βαθμό από τις μεγάλες επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα, στις χώρες του ΟΟΣΑ το ποσοστό των ΜΜΕ στο σύνολο των επιχειρήσεων υπερβαίνει το 97% απασχολώντας περίπου τα $\frac{3}{4}$ του εργατικού δυναμικού και παράγοντας πάνω από το $\frac{1}{3}$ του ΑΕΠ (ΟΟΣΑ, 2005).

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση ο ρόλος των ΜΜΕ είναι περισσότερο σημαντικός, καθώς λειτουργούν περίπου 23 εκατ. μικρομεσαίες επιχειρήσεις, οι οποίες αποτελούν το 98% του συνόλου των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων. Από αυτές το 92% είναι πολύ μικρές και οικογενειακές επιχειρήσεις με λιγότερους από 10 εργαζόμενους και το υπόλοιπο 6% αντιπροσωπεύει μεσαίες επιχειρήσεις. Η συμβολή τους στην απασχόληση αναδεικνύεται από το γεγονός ότι απασχολούν το 67,1% του συνόλου του εργατικού δυναμικού παρουσιάζοντας μια συνεχή αύξηση της τάξης του 17,1% από το 2003 (ΙΜΕ-ΓΣΕΒΕΕ, 2009).

Όσον αφορά στην Ελλάδα⁵, οι ΜΜΕ αποτελούν το βασικό επιχειρηματικό μοντέλο της ελληνικής οικονομίας καθώς συνιστούν περίπου το 99,9% του συνόλου των επιχειρήσεων. Μεταξύ των ΜΜΕ η κυρίαρχη μορφή είναι αυτή των πολύ μικρών επιχειρήσεων, οι οποίες απασχολούν μέχρι 10 άτομα συνιστώντας περίπου το 96% των συνολικών ΜΜΕ. Συγκριτικά με την ΕΕ το μέσο μέγεθος των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι μικρότερο του κοινοτικού τόσο σε όρους απασχολούμενων (ελληνικός μέσος όρος 2 άτομα έναντι 7 στην ΕΕ) όσο και σε όρους κύκλου εργασιών (μόνο το 1,5% του συνόλου των ΜΜΕ πραγματοποιεί κύκλο εργασιών πάνω από 1,5 εκατ. €). Ως προς το μέγεθος της απασχόλησης οι ΜΜΕ απασχολούν το 85% του εργατικού δυναμικού και δημιουργούν περίπου το 70% των νέων θέσεων εργασίας σε αντίθεση με τις μεγάλες επιχειρήσεις που δημιουργούν μόλις το 14% των θέσεων απασχόλησης. Με αυτό τον τρόπο συμβάλλουν στην ενδυνάμωση της τοπικής ανάπτυξης και στη δημιουργία ενός συνεκτικού οικονομικού και κοινωνικού δεσμού στην ελληνική κοινωνία.

⁵ Όλα τα αριθμητικά δεδομένα για τις ελληνικές ΜΜΕ προέρχονται από τη βάση δεδομένων της Ευρωπαϊκής Στατιστικής Υπηρεσίας και περιλαμβάνονται στην Ετήσια Έκθεση για τις ΜΜΕ της 23/9/2011 (Annual Report on SMEs, 23.9.2011)

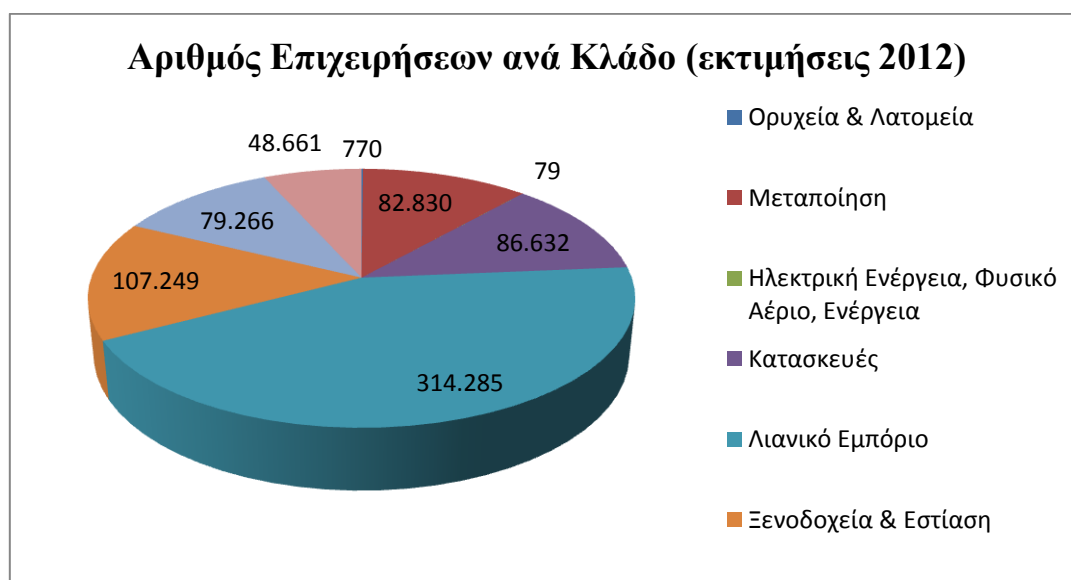
Πίνακας 1.2
Ο Ρόλος των ΜΜΕ στην Ελληνική Οικονομία

| ΜΜΕ - Εκτιμήσεις 2012 | | | | |
|------------------------|----------------------|---------------------|---------------------------|-------------------------|
| Κατηγορία Επιχειρήσεων | Αριθμός Επιχειρήσεων | Αριθμός Εργαζομένων | Προστιθέμενη Αξία (εκ. €) | Κύκλος Εργασιών (εκ. €) |
| 0-9 (Πολύ Μικρές) | 694.667 | 1.411.074 | 26.661,3 | 106.405,7 |
| 10-49 (Μικρές) | 22.161 | 424.31 | 15.382,8 | 71.850,3 |
| 50-249 (Μεσαίες) | 2.944 | 253.893 | 12.003,9 | 52.883,4 |
| ΜΜΕ | 719.772 | 2.089.276 | 54.048 | 231.139,4 |
| 250+ | 583 | 347.995 | 21.386 | 82.034 |
| Σύνολο | 720.355 | 2.437.272 | 75.433,9 | 313.173,4 |

Πηγή: Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία (Eurostat)

Από τα επίσημα στοιχεία της Ευρωπαϊκής Στατιστικής Υπηρεσίας προκύπτει ότι η πλειοψηφία των ελληνικών ΜΜΕ δραστηριοποιείται στον κλάδο του «Λιανικού Εμπορίου» με ποσοστό 44,66%. Σημαντικό μερίδιο αγοράς καταλαμβάνουν οι κλάδοι «Ξενοδοχεία-Εστίαση» και «Κατασκευές» με ποσοστό 14,90% και 12,04% αντίστοιχα.

Γράφημα 1.1
Αριθμός ΜΜΕ ανά Κλάδο Παραγωγής



Πηγή: Ευρωπαϊκή Στατιστική Υπηρεσία (Eurostat)

Η δραστηριοποίηση των ΜΜΕ έχει σημαντικά οφέλη για την ελληνική οικονομία και γενικότερα για το κοινωνικό σύνολο. Χρησιμοποιώντας αναξιοποίητους παραγωγικούς πόρους, υλικούς και ανθρώπινους, ενισχύουν την παραγωγική δυναμικότητα της οικονομίας. Η συμβολή τους στην παραγωγική διαδικασία εμφανίζεται σημαντικότερη στην περίπτωση δραστηριοποίησής τους στην επαρχία αξιοποιώντας τους εκεί αδρανείς παραγωγικούς πόρους. Σε αυτήν την περίπτωση οι ΜΜΕ αποτελούν τους κύριους συντελεστές της περιφερειακής ανάπτυξης, της μείωσης των περιφερειακών ανισοτήτων και της αναβάθμισης της ποιότητας ζωής στην περιφέρεια διατηρώντας ζωντανό το δεσμό ανάμεσα στην παραγωγική πραγματικότητα και την εδαφική διάσταση. Περαιτέρω, όντας ο βασικός εργοδότης του ιδιωτικού τομέα δημιουργούν νέες θέσεις εργασίας και συντελούν στη μείωση της ανεργίας σε εθνικό και τοπικό επίπεδο.

Ο τρόπος οργάνωσης και λειτουργίας των ΜΜΕ με κύρια χαρακτηριστικά το μικρό μέγεθος, τον οικογενειακό χαρακτήρα και την έλλειψη αυστηρής καθετοποιημένης οργανωτικής δομής προσδίδουν ευελιξία και ταχύτητα στη λήψη των αποφάσεων ώστε να είναι σε θέση να προσαρμόζονται στις μεταβαλλόμενες οικονομικές συνθήκες αυξάνοντας την πελατειακή τους βάση ή τα βασικά μεγέθη. Παράλληλα το ίδιο εύκολα και γρήγορα μπορεί να «αλλάξουν χέρια», να «μεταλλαχθούν» ή και να πτωχεύσουν όταν οι συνθήκες δεν ευνοούν τη βιωσιμότητά τους. Όλα τα παραπάνω διευκολύνονται και από την έλλειψη γραφειοκρατικών διαδικασιών και αυστηρά ιεραρχικών σχέσεων στο εσωτερικό της επιχείρησης, τα οποία επιτρέπουν την ταχύτερη ροή πληροφοριών και κατ' επέκταση την πιο αποτελεσματική ανταπόκριση στις εξελίξεις.

Δεδομένου ότι οι ΜΜΕ συνιστούν το αποτέλεσμα της επιθυμίας ενός ατόμου να δημιουργήσει κάτι δικό του και μοναδικό προωθούν την επιχειρηματικότητα, την ατομική πρωτοβουλία και τη δημιουργικότητα. Επιπρόσθετα, είναι σε θέση να αφομοιώνουν ταχύτερα τις νέες τεχνολογίες και καινοτομίες προσφέροντας νέα προϊόντα και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις συνεχώς μεταβαλλόμενες καταναλωτικές ανάγκες. Λειτουργώντας ως χώροι κατάρτισης του προσωπικού και ενσωμάτωσης της τεχνολογίας συμβάλλουν στην προώθηση της ιδέας «της κοινωνίας της γνώσης». Αξίζει να επισημανθεί ότι αυτή λειτουργία υποβοηθείται από τα αντίστοιχα προγράμματα υποστήριξης των ΜΜΕ του ελληνικού κράτους και της Ευρωπαϊκής Ένωσης, τα οποία θα αναλυθούν σε επόμενο κεφάλαιο. Ιδιαίτερη αξία για το κοινωνικό σύνολο έχει η ικανότητα των ΜΜΕ να καλύπτουν τις ανάγκες

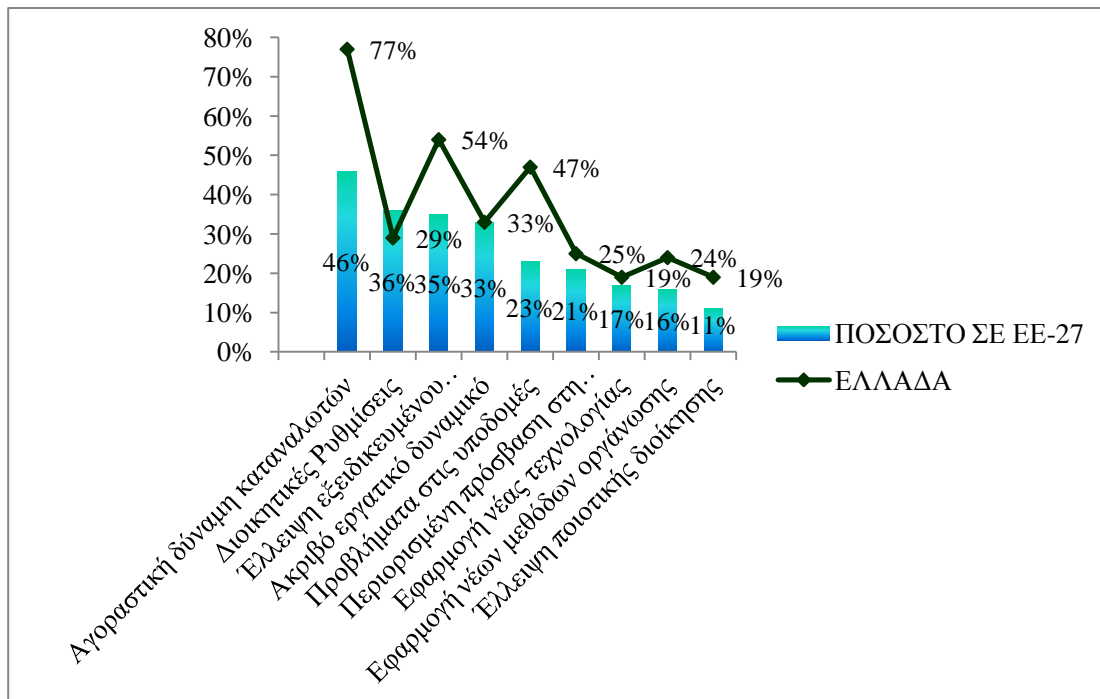
εξειδικευμένων κατηγοριών καταναλωτών λόγω των προσωπικών σχέσεων που αναπτύσσουν οι ιδιοκτήτες με το πελατολόγιο.

Αν και ο ρόλος των ΜΜΕ είναι κρίσιμος για τη βιώσιμη και συνεχή ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας, αυτό δε σημαίνει ότι λειτουργούν απρόσκοπτα. Αντιθέτως, οι ΜΜΕ συναντούν ποικίλα εμπόδια στην ανάπτυξη των δραστηριοτήτων τους. Τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις περιλαμβάνουν το πολύπλοκο φορολογικό σύστημα, τον αυξημένο ανταγωνισμό, τη γραφειοκρατία, τη δυσκολία χρηματοδότησης και την έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού (Kourounakis, Katsioloudes, 2011). Κάποια από αυτά είναι κοινά σε όλη την ΕΕ, ενώ άλλα συνδέονται με το ιδιαίτερο ελληνικό οικονομικό και θεσμικό περιβάλλον καθώς και την παρατεταμένη οικονομική ύφεση.

Σε επίπεδο ΕΕ το Παρατηρητήριο των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ (Observatory of European SMEs, May 2007) διενήργησε έρευνα σχετικά με τα εμπόδια που συναντούν οι ΜΜΕ στη λειτουργία και ανάπτυξή τους. Σύμφωνα με την έρευνα ως το σημαντικότερο εμπόδιο αναδεικνύεται η περιορισμένη αγοραστική δύναμη των καταναλωτών (46%) και ακολουθούν τα διοικητικά/γραφειοκρατικά προβλήματα (36%), η έλλειψη εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού (35%), τα προβλήματα υποδομών (π.χ. δρόμοι, ηλεκτροδότηση, επικοινωνίες) (23%), η περιορισμένη πρόσβαση στη χρηματοδότηση (21%) και οι αδυναμίες στην εφαρμογή των νέων τεχνολογιών και νέων μορφών διοίκησης (17% και 16% αντίστοιχα). Η αξιοπιστία των παραπάνω αποτελεσμάτων επιβεβαιώνεται και από την έρευνα που πραγματοποίησε η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα σε συνεργασία με τη Γενική Διεύθυνση Επιχειρήσεων και Βιομηχανίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής αναφορικά με τη χρήση εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης από τις επιχειρήσεις.

Τα ανωτέρω προβλήματα, αν και είναι κοινά, εμφανίζονται με διαφορετική ένταση σε κάθε χώρα και διαπλέκονται με το γενικότερο οικονομικό, πολιτικό και κοινωνικό καθεστώς που επικρατεί. Για παράδειγμα στην Ελλάδα η έρευνα του Ευρωπαϊκού Παρατηρητηρίου για τις ΜΜΕ (2007) κατέδειξε ως σημαντικότερο το πρόβλημα της μειωμένης αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών – το οποίο διογκώθηκε με την οικονομική κρίση κυρίως από το 2010 έως και σήμερα – και στη συνέχεια την έλλειψη εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού και την έλλειψη υποδομών.

Γράφημα 1.2
Εμπόδια ΜΜΕ στην ΕΕ-27 και την Ελλάδα



Πηγή: Παρατηρητήριο για τις Ευρωπαϊκές ΜΜΕ, 2007 (Observatory of European SMEs, 2007)

Αναλυτικότερα, ένα από τα βασικά προβλήματα των ΜΜΕ συνιστά η χαμηλή παραγωγικότητα, η οποία σχετίζεται με την αδυναμία αξιοποίησης των οικονομιών κλίμακας στην παραγωγή, το χαμηλό βαθμό χρησιμοποίησης νέας τεχνολογίας και την αδυναμία εφαρμογής σύγχρονων μεθόδων management. Κατά συνέπεια, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αδυνατούν να περιορίσουν το κόστος παραγωγής παραμένοντας σε χαμηλό επίπεδο ως προς παραγωγική ικανότητα κάλυψης των αναγκών τους.

Άρρηκτα συνδεδεμένο με το παραπάνω πρόβλημα είναι αυτό της χαμηλής ανταγωνιστικότητας των ελληνικών ΜΜΕ σε σχέση με τις ευρωπαϊκές, με εξαίρεση λίγους τομείς όπως ο εναλλακτικός τουρισμός, η ναυτιλία και παραγωγή εξειδικευμένων προϊόντων. Αυτό οφείλεται τόσο στη μη εφαρμογή τεχνικών σύγχρονης διοίκησης (στρατηγικές συμμαχίες, ολική ποιότητα παραγωγής, μέτρηση ικανοποίησης πελατών, κτλ) όσο και στην έλλειψη στρατηγικού και μακροπρόθεσμου σχεδιασμού. Η έλλειψη επιχειρηματικής κουλτούρας και στρατηγικού προσανατολισμού αποδεικνύεται και από τον τρόπο με τον οποίο αντιδρούν στην

οικονομική κρίση. Συγκεκριμένα οι περισσότερες ΜΜΕ αντιδρούν αμυντικά στη μείωση των πωλήσεων μέσω μείωσης της παραγωγής και των παραγγελιών, καθυστέρησης πληρωμής των υποχρεώσεων προς προμηθευτές και τράπεζες και απολύσεις προσωπικού⁶. Αντιθέτως οι ευρωπαϊκές ΜΜΕ ακολουθούν περισσότερο επιθετική πολιτική μέσω βελτίωσης της παραγωγικής διαδικασίας, προώθησης νέων προϊόντων και στροφή σε νέες αγορές. Αυτές οι διαφορετικές προσεγγίσεις υποδεικνύουν τόσο την αδυναμία των ελληνικών ΜΜΕ να ανταποκριθούν στις συνθήκες αυξημένου ανταγωνισμού όσο και την πορεία που πρέπει να ακολουθήσουν για να αντεπεξέλθουν στις πιέσεις της ύφεσης.

Περαιτέρω το πρόβλημα ανταγωνιστικότητας συνδέεται και με τη διάρθρωση της ελληνικής οικονομίας, η οποία επικεντρώνεται σε παραδοσιακές, μεταποιητικές δραστηριότητες χαμηλής ειδίκευσης και προστιθέμενης αξίας, γεγονός που δυσχεραίνει τη θέση των ελληνικών ΜΜΕ στον καταμερισμό του διεθνούς εμπορίου που ευνοεί τα προϊόντα και υπηρεσίες με τεχνολογικό περιεχόμενο και υψηλής προστιθέμενης αξίας. Ενδεικτικό αυτής της κατάστασης συνιστά η μικρή απορροφητικότητα των εθνικών και κοινοτικών προγραμμάτων εισαγωγής νέων τεχνολογιών και κατάρτισης σε σχέση με αυτή που παρουσιάζουν οι ΜΜΕ των άλλων περιφερειακών οικονομιών της ΕΕ. Παράλληλα το έλλειμμα ανταγωνιστικότητας οφείλεται στην επικρατούσα επιχειρηματική κουλτούρα στην Ελλάδα. Σύμφωνα με αυτήν πρωταρχικός στόχος για τη δημιουργία μίας νέας επιχείρησης είναι η αύξηση του εισοδήματος και η ανάγκη εργασιακής ασφάλειας, ενώ σε περιπτώσεις κρίσεων οι Έλληνες επιχειρηματίες υιοθετούν αρνητική στάση απέναντι στην αλλαγή στρατηγικής επιλέγοντας τη λύση της εντατικοποίησης των υφιστάμενων προσπαθειών. Εξάλλου έχει υποστηριχθεί στη θεωρία ότι όσο πιο επιτυχημένη είναι η πορεία μιας επιχείρησης τόσο πιο δύσκολα ενστερνίζεται τις αλλαγές (Goldsmith, Reiter, 2008).

Αρνητικά στην ανάπτυξη και τη βιωσιμότητα των ΜΜΕ μπορεί να επιδράσει και το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων, καθώς τις οδηγεί σε χαμηλό κύκλο εργασιών και ανεπαρκή ρευστότητα. Πράγματι το μικρό μέγεθος δεν τους επιτρέπει να επεκταθούν σε άλλες αγορές πέραν των τοπικών με αποτέλεσμα να στερούνται εξαγωγικού προσανατολισμού τα προϊόντα και οι υπηρεσίες που προσφέρουν. Αυτό οφείλεται στην έλλειψη γνώσης για τις ξένες αγορές, στους διαφορετικούς κανονισμούς στις

⁶ Η κατάσταση και οι προοπτικές των ΜΜΕ στην Ελλάδα, EOMMEX, 2008 και Έρευνα Συγκυρίας για τις ΜΜΕ, Εθνική Τράπεζα, 2012

χώρες προορισμού, στα γλωσσικά εμπόδια και στη βραχυπρόθεσμη στοχοθεσία. Ταυτόχρονα, το μικρό μέγεθος περιορίζει τις δυνατότητες των ΜΜΕ και στην εγχώρια αγορά λόγω της περιορισμένης διαπραγματευτικής δύναμης των ΜΜΕ στα δίκτυα προμήθειας πρώτων υλών και πώλησης των προϊόντων τους. Άμεση συνέπεια των ανωτέρω είναι τα προβλήματα ρευστότητας, τα οποία απαιτούν χρηματοδότηση, στην οποία δυσκολεύονται να έχουν πρόσβαση είτε λόγω των κριτηρίων που πρέπει να πληρούν για να λάβουν τραπεζικό δάνειο είτε λόγω άγνοιας των εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης.

Το χαμηλό επίπεδο του εργατικού δυναμικού συνιστά ένα ακόμη εμπόδιο στην προσπάθεια των ΜΜΕ να αναπτυχθούν και να επιβιώσουν στο σύγχρονο διεθνοποιημένο περιβάλλον. Αυτό μπορεί να αποδοθεί στη συχνά βραχυπρόθεσμη απασχόληση των εργαζομένων, το κόστος εκπαίδευσης και την απροθυμία των επιχειρηματιών για επενδύσεις σε ανθρώπινους πόρους. Παράλληλα, στις περισσότερες περιπτώσεις οι επιχειρηματίες αδυνατούν να προσελκύσουν εξειδικευμένο προσωπικό είτε διότι δε διαθέτουν τις απαραίτητες γνώσεις της αγοράς είτε λόγω του υψηλού κόστους του εργατικού δυναμικού. Αποτέλεσμα αυτής της κατάστασης είναι η χαμηλή παραγωγικότητα της εργασίας, η οποία συμβάλλει στην περαιτέρω επιδείνωση της θέσης των ΜΜΕ.

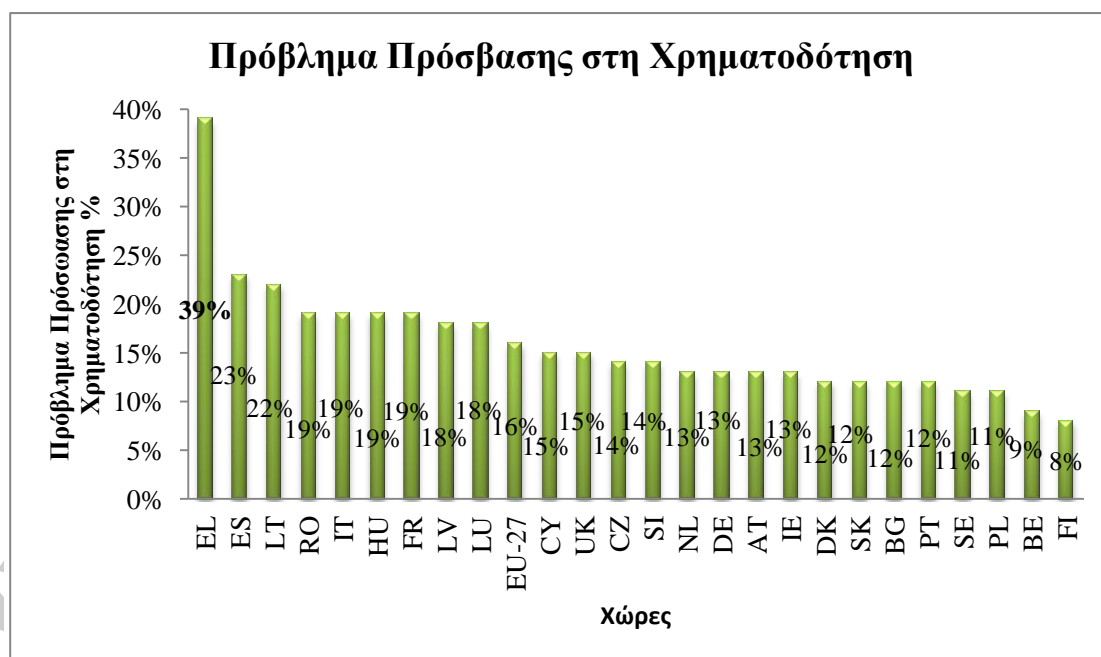
Εκτός από τα προβλήματα που σχετίζονται με την εσωτερική οργάνωση και λειτουργία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, υπάρχουν κι αυτά που απορρέουν από το οικονομικό και θεσμικό περιβάλλον της χώρας δραστηριοποίησης. Στην Ελλάδα, τα κυριότερα προβλήματα προκύπτουν από τη λειτουργία του δημόσιου τομέα, την πολυπλοκότητα του φορολογικού συστήματος, την περιορισμένη διαθεσιμότητα και το υψηλό κόστος των κεφαλαίων, την έλλειψη παροχής ολοκληρωμένων υπηρεσιών για υποστήριξη/πληροφόρηση και την ελλιπή σύνδεση του εκπαιδευτικού συστήματος με τις ανάγκες της αγοράς και κυρίως των ΜΜΕ. Όπως είναι φυσικό η συνεχιζόμενη από το 2009 οικονομική κρίση και το ασταθές οικονομικό περιβάλλον έχουν εντείνει τα εν λόγω προβλήματα καταστρέφοντας τη βασική παραγωγική μονάδα της ελληνικής οικονομίας, τη μικρομεσαία επιχείρηση.

1.4 Προβλήματα Χρηματοδότησης

Δεδομένου ότι το κύριο αντικείμενο της παρούσας εργασίας είναι τα τραπεζικά κριτήρια χρηματοδότησης των ΜΜΕ κρίνεται σκόπιμο να αναλυθεί περισσότερο εκτεταμένα το πρόβλημα των ΜΜΕ να έχουν πρόσβαση στην εξωτερική χρηματοδότηση ώστε να γίνει καλύτερα κατανοητή η αναγκαιότητα των κριτηρίων και η συχνή επιφυλακτικότητα των τραπεζών έναντι των ΜΜΕ. Συνεπώς, ένα από τα σοβαρότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ, τόσο κατά τη διαδικασία ίδρυσης όσο και κατά τη διάρκεια της λειτουργίας και ανάπτυξης, είναι αυτό της πρόσβασης στη χρηματοδότηση. Σύμφωνα με έρευνα που πραγματοποίησε η Ευρωπαϊκή Επιτροπή σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, η πρόσβαση στη χρηματοδότηση θεωρείται το δεύτερο πιο σημαντικό εμπόδιο που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ σε όλα τα κράτη-μέλη της ΕΕ με ποσοστό 16% επί του συνόλου μετά από αυτό της εύρεσης νέων πελατών. Αξιοσημείωτο αποτέλεσμα της εν λόγω έρευνας συνιστά το γεγονός ότι οι ελληνικές ΜΜΕ αξιολογούν το συγκεκριμένο πρόβλημα υψηλότερα σε σχέση με τα υπόλοιπα κράτη-μέλη (39%) (ΕΚΤ, 2009).

Σχήμα 1.3

Πρόβλημα Πρόσβασης στη Χρηματοδότηση των ΜΜΕ στην ΕΕ-27



Πηγή: Ευροβαρόμετρο 2009: Πρόσβαση στη Χρηματοδότηση, Ευρωπαϊκή Επιτροπή και ΕΚΤ (Flash Euro barometer Access to Finance (No. 271), European Commission & ECB, 2009)

Αν και η χρηματοπιστωτική αγορά έχει αναπτυχθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια προσφέροντας νέα εργαλεία χρηματοδότησης των δραστηριοτήτων των επιχειρήσεων, πολλά από τα οποία έχουν χαμηλό κόστος, ο τραπεζικός δανεισμός εξακολουθεί να αποτελεί την πρώτη επιλογή των περισσότερων επιχειρήσεων. Ειδικότερα όσον αφορά στις MME οι κυριότεροι τρόποι χρηματοδότησης των δραστηριοτήτων τους αποτελούν τα ίδια κεφάλαια και ο τραπεζικός δανεισμός. Από την πλευρά τους οι τράπεζες παρουσιάζονται αρκετά επιφυλακτικές ως προς το δανεισμό των MME για λόγους ασυμμετρίας πληροφόρησης, υψηλού κινδύνου, έλλειψης εγγυήσεων και δομής της τραπεζικής αγοράς.

Πιο συγκεκριμένα, ένας από τους λόγους της περιορισμένης τραπεζικής χρηματοδότησης είναι η ασύμμετρη πληροφόρηση μεταξύ δανειζόμενου (MME) και δανειστή (τράπεζες), η οποία προκύπτει από την έλλειψη πηγών ακριβούς πληροφόρησης για την οικονομική κατάσταση των MME, και κυρίως την έλλειψη δημοσιευμένων πληροφοριών αυτού του είδους. Συνεπώς, είναι δύσκολο για τις τράπεζες να αξιολογήσουν τα οικονομικά δεδομένα των MME σχετικά με τη θέση της επιχείρησης στον κλάδο δραστηριοποίησης, την ανταγωνιστικότητα και το βαθμό λειτουργικής μόχλευσης ώστε να εξάγουν ασφαλή συμπεράσματα που να δικαιολογούν τη χορήγηση του δανείου. Η εν λόγω ανεπάρκεια αναγκάζει την τράπεζα να αναζητά αυτές τις πληροφορίες αποκλειστικά από τις ίδιες τις επιχειρήσεις χωρίς δυνατότητα διασταύρωσης. Με άλλα λόγια, η ποσότητα και η ποιότητα των πληροφοριών που κατέχει και παρέχει η επιχείρηση δε μπορεί να αξιολογηθεί αποτελεσματικά από την τράπεζα με αποτέλεσμα να μην καθίσταται εύκολη η διάκριση ανάμεσα σε καλά και αμφισβητούμενα επενδυτικά σχέδια.

Ένα δεύτερο ζήτημα που συνδέεται με την ασύμμετρη πληροφόρηση αφορά στον ηθικό κίνδυνο, δηλαδή από τη στιγμή που χορηγηθεί το δάνειο ο έλεγχος της χρησιμοποίησής του σύμφωνα με το αρχικό σχέδιο είναι δύσκολος αν όχι ανέφικτος. Προκειμένου, λοιπόν, να ελαχιστοποιήσουν αυτό τον κίνδυνο οι τράπεζες ζητούν αυστηρότερες εγγυήσεις όπως είναι τα περιουσιακά στοιχεία κινητής και ακίνητης περιουσίας. Επίσης, είναι δυνατό να απαιτηθεί η πρόωρη αποπληρωμή του δανείου ή ακόμη και να περιοριστεί η πρόσβαση σε άλλα δάνεια.

Παράγοντας που εξηγεί τη διστακτικότητα των τραπεζών να δανείσουν τις MME συνιστά το υψηλό επίπεδο κινδύνου που εμπεριέχουν οι πιστοδοτήσεις προς τις MME απόρροια των περιορισμένων περιουσιακών στοιχείων που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως εγγυήσεις, του υψηλού βαθμού αποτυχίας (πτώχευσης) των

MME, του χαμηλού βαθμού κεφαλαιοποίησης και της υψηλής ευαισθησίας στους κινδύνους της αγοράς. Τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα θεωρούν το περιβάλλον των MME αρκετά ανταγωνιστικό και αβέβαιο, γεγονός που εξηγεί την υψηλή μεταβλητότητα στις αποδόσεις παρόμοιων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στον ίδιο κλάδο, όπως επίσης και τα υψηλά ποσοστά αποτυχίας. Παράλληλα, η περιορισμένη δύναμη στην αγορά (market power), το σημαντικό ποσοστό ακίνητων περιουσιακών στοιχείων και η έλλειψη χρηματοοικονομικών και εμπορικών στοιχείων δημιουργούν μια εικόνα υψηλού κινδύνου για τις MME που λειτουργεί ανασταλτικά στη χρηματοδότησή τους.

Η ανεπάρκεια των παρεχόμενων εγγυήσεων σε σχέση με αυτά που απαιτούν οι τράπεζες είναι μία από τις πιο συχνά αναφερόμενες δυσκολίες στην αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας των MME και κατ' επέκταση της χρηματοδότησής τους από τις τράπεζες. Αυτή η ανεπάρκεια μπορεί να προέρχεται από το γεγονός ότι η επιχείρηση βρίσκεται σε αρχικό στάδιο δημιουργίας ή έχει υπερεκτιμήσει τις πιστωτικές ανάγκες σε σχέση με την πραγματική ικανότητα να ανταποκριθεί στις λειτουργικούς και επενδυτικούς της στόχους. Συνέπεια αυτής της κατάστασης είναι ότι η τράπεζα δε μπορεί να προσδιορίσει κατά πόσο η δανειζόμενη επιχείρηση κατέχει τις τεχνικές και διοικητικές ικανότητες να δημιουργήσει επαρκείς χρηματικές ροές (cash flows) που να καλύπτουν το δάνειο. Αντιθέτως, οι MME χαρακτηρίζονται από χαμηλά επίπεδα αξιοποίησης των νέων τεχνολογιών και δυσκολίες στην προσέλκυση εξειδικευμένου ανθρώπινου κεφαλαίου που περιορίζουν τις δυνατότητές τους να ανταποκριθούν στις συνεχώς μεταβαλλόμενες οικονομικές συνθήκες. Αν αυτή η πραγματικότητα συνδυαστεί με το ιδιαίτερα προστατευτικό πλαίσιο για τις MME δημιουργούνται πρόσθετα εμπόδια στη δυνατότητα των τραπεζών να υπολογίσουν την πραγματική κερδοφορία των επιχειρήσεων, την ικανότητα αποπληρωμής ακόμη και την αξιοπιστία ορισμένων δεσμεύσεων. Άμεση συνέπεια αυτών των συνθηκών είναι η εμφάνιση ανυπέβλητων εμποδίων στην τραπεζική χρηματοδότηση των MME.

Η πρόσβαση των MME στην εξωτερική χρηματοδότηση επηρεάζεται και από τη δομή της χρηματοπιστωτικής αγοράς, και συγκεκριμένα από την παρουσία διαφορετικών τύπων χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων και το βαθμό ανταγωνισμού μεταξύ τους, λόγω των διαφορετικών δανειοδοτικών πολιτικών που ακολουθούν. Οι περισσότερες μελέτες καταδεικνύουν ότι όσο μεγαλύτερη συγκέντρωση υπάρχει στη χρηματοπιστωτική αγορά, τόσο μεγαλύτερη δύναμη αποκτούν οι οργανισμοί και τόσο

περισσότερο αυστηροποιούν τα κριτήρια χρηματοδότησης των ΜΜΕ ή επιβάλλουν υψηλότερα επιτόκια ούτως ώστε να αυξήσουν το κέρδος τους. Εκτός αυτού η πιστοδοτική πολιτική των χρηματοπιστωτικών οργανισμών εξαρτάται από θεσμικούς παράγοντες που σχετίζονται με το δικαστικό, πτωχευτικό, φορολογικό και κανονιστικό περιβάλλον κάθε χώρας. Πράγματι, ένα περιοριστικό κανονιστικό περιβάλλον μπορεί να επηρεάσει τη δομή της χρηματοπιστωτικής αγοράς αποτρέποντας ορισμένους οργανισμούς από το να κερδίσουν ένα ικανοποιητικό μερίδιο αγοράς ώστε να κεφαλαιοποιήσουν τα συγκριτικά πλεονεκτήματά τους.

Όσον αφορά στην περίπτωση των ελληνικών ΜΜΕ το σημαντικότερο πρόβλημα που καλούνται να αντιμετωπίσουν είναι αυτό της έλλειψης επαρκών πόρων χρηματοδότησης. Επισημαίνεται ότι η πλειοψηφία των απαιτούμενων κεφαλαίων, τόσο στο στάδιο της έναρξης όσο και της συνέχισης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, προέρχεται από ίδια κεφάλαια των επιχειρηματιών. Οι τράπεζες χρηματοδοτούν ένα μικρό ποσοστό των επενδυτικών δραστηριοτήτων των ΜΜΕ, ενώ συνήθως αποφεύγουν τη χρηματοδότηση επενδύσεων έρευνας και ανάπτυξης λόγω του υψηλού επιχειρηματικού κινδύνου που συνεπάγονται.

Επίσης, ο χαμηλός βαθμός τραπεζικού δανεισμού εξηγείται και από την έλλειψη αντικειμενικών στοιχείων για τις ΜΜΕ, στα οποία να μπορεί να στηριχθεί ο τραπεζικός έλεγχος δανειοδότησης, καθώς και την αδυναμία παροχής των απαιτούμενων εγγυήσεων που ζητούνται για την κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου. Αυτή η κατάσταση αναδεικνύει την ασθενή επενδυτική υποστήριξη των ΜΜΕ από τους κρατικούς φορείς, την ακαμψία του τραπεζικού συστήματος και την αδυναμία του να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις των ελληνικών ΜΜΕ. Το πρόβλημα χρηματοδότησης έχει οξυνθεί λόγω της τρέχουσας οικονομικής ύφεσης θέτοντας ζήτημα βιωσιμότητας για τις υφιστάμενες επιχειρήσεις και αποθαρρύνοντας καινοτόμες επιχειρηματικές ιδέες. Επίσης, συνδέεται με την έλλειψη ρευστότητας που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ στην παρούσα συγκυρία και η οποία οφείλεται στην ανατροπή του κλασικού υποδείγματος του συναλλακτικού κυκλώματος που στηριζόταν στις πιστώσεις των προμηθευτών και τον τραπεζικό δανεισμό για κεφάλαιο κίνησης. Σήμερα αυτό που παρατηρείται είναι η αύξηση του χρόνου είσπραξης των απαιτήσεων από πελάτες, η μείωση του χρόνου πληρωμής των υποχρεώσεων προς προμηθευτές και η έλλειψη δανείων, ένας συνδυασμός που οδηγεί σε αδιέξοδο τη μεγάλη πλειοψηφία των ΜΜΕ.

1.5 Ανακεφαλαίωση

Μέχρι σήμερα δεν έχει διαμορφωθεί ένας κοινά αποδεκτός ορισμός των ΜΜΕ σε παγκόσμιο επίπεδο με αποτέλεσμα κάθε χώρα και οργανισμός να έχει ένα δικό του ορισμό χρησιμοποιώντας ένα συνδυασμό ποσοτικών και ποιοτικών χαρακτηριστικών. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο υπάρχει ένας κοινός ορισμός βάσει του αριθμού των εργαζομένων και του ετήσιου κύκλου εργασιών ή του ετήσιου ισολογισμού, ο οποίος χρησιμοποιείται στην εφαρμογή των ενωσιακών πολιτικών για τις ΜΜΕ. Παρά το διαφορετικό ορισμό τα χαρακτηριστικά –πλεονεκτήματα και εμπόδια– των ΜΜΕ και η συμβολή τους στην οικονομία των χωρών παρουσιάζουν ομοιότητες.

Οι ΜΜΕ κατέχουν νευραλγικό ρόλο στο οικονομικό κύκλωμα κάθε χώρας, καθώς μέσα από τη λειτουργία τους επιτυγχάνεται η ανάπτυξη της οικονομίας, η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και η ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής. Ωστόσο, βρίσκονται με μια πληθώρα εξωγενών και ενδογενών εμποδίων που θέτουν φραγμούς στη δυναμικότητά τους. Μεταξύ αυτών ιδιαίτερη σημασία πρέπει να δοθεί στα προβλήματα χρηματοδότησης που αντιμετωπίζουν καθώς η επάρκεια των κεφαλαιακών πόρων είναι καθοριστική για τη βιωσιμότητα και την ανάπτυξη των ΜΜΕ. Στην Ελλάδα, αν και οι ΜΜΕ επιλέγουν τη χρηματοδότηση με ίδια κεφάλαια ο τραπεζικός δανεισμός συνιστά την κύρια επιλογή εξωτερικής χρηματοδότησης. Μάλιστα, μέχρι την έναρξη της οικονομικής κρίσης οι σχέσεις ΜΜΕ και τραπεζών ήταν εκτεταμένες και στενές, κάτι που μπορεί να αποδοθεί στο χαμηλό κόστος δανεισμού, τις μακροχρόνιες πιστωτικές συναλλαγές και τη σχετική χαλαρότητα στον έλεγχο των υποψήφιων πιστούχων που βασιζόταν αρκετά στις προσωπικές σχέσεις τράπεζας-πελάτη.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΜΜΕ

2.1 Εισαγωγή

Η επιλογή της κατάλληλης μορφής χρηματοδότησης, δηλαδή ο τρόπος άντλησης των απαραίτητων κεφαλαίων, συνιστά ένα από τα πιο σημαντικά βήματα του επιχειρηματία στην προσπάθεια υλοποίησης της επιχειρηματικής του ιδέας. Αυτή η επιλογή έχει μεγάλη σημασία για τη ρευστότητα της επιχείρησης ώστε να είναι σε θέση να καλύπτει τις τρέχουσες λειτουργικές ανάγκες της και να εξυπηρετεί τους επενδυτικούς σκοπούς της. Η τραπεζική χρηματοδότηση υπό τη μορφή δανείου αποτελεί την περισσότερο συχνή μέθοδο για την εξεύρεση των αναγκαίων πόρων. Ωστόσο, η πρόσβαση στον τραπεζικό δανεισμό δεν είναι ελεύθερη αλλά καθορίζεται και εν μέρει περιορίζεται από την εκπλήρωση των κριτηρίων που θέτουν οι τράπεζες για τη χρηματοδότηση των ΜΜΕ. Τα κριτήρια λειτουργούν ως ένα είδος ελέγχου και προστασίας της τράπεζας έναντι αφερέγγυων πελατών καθώς επίσης και ως ένα μέτρο αξιολόγησης του κινδύνου και του οφέλους από τη χορήγηση του δανείου.

Η πολιτική καθορισμού κριτηρίων στην αξιολόγηση των δανειακών αιτημάτων είναι μία σχετικά νέα διαδικασία. Ξεκίνησε τη δεκαετία του 1990 με την απελευθέρωση του τραπεζικού συστήματος και την έκθεσή του στον εγχώριο και διεθνή ανταγωνισμό. Για να αντεπεξέλθουν στις πιέσεις οι τράπεζες αναγκάστηκαν να εξορθολογήσουν τις διαδικασίες χορήγησης δανείων μέσω της υιοθέτησης αντικειμενικών κριτηρίων. Επιπρόσθετα, η υιοθέτηση επιβλήθηκε και από ευρωπαϊκούς και διεθνείς οργανισμούς στα πλαίσια της προσπάθειας διασφάλισης υγιών συνθηκών λειτουργία του παγκόσμιου χρηματοπιστωτικού συστήματος.

2.2 «Παραδοσιακές» Μορφές Τραπεζικής Χρηματοδότησης

Στην προσπάθεια εξεύρεσης των αναγκαίων κεφαλαιακών πόρων οι επιχειρήσεις μπορούν να επιλέξουν μεταξύ μιας ποικιλίας χρηματοδοτικών εργαλείων ανάλογα με τις ανάγκες που θέλουν να καλύψουν. Τα διαθέσιμα χρηματοδοτικά εργαλεία είναι:

- ✿ Τραπεζικός Δανεισμός
- ✿ Ίδια Κεφάλαια του επιχειρηματία (από προσωπική αποταμίευση ή οικογενειακό/φιλικό περιβάλλον)
- ✿ Σύγχρονες Μορφές Χρηματοδότησης (leasing, factoring, venture capitals, κ.ά.)
- ✿ Επενδυτικά Προγράμματα του κράτους ή της Ευρωπαϊκής Ένωσης (π.χ. ETEAN, JEREMIE)
- ✿ Αναπτυξιακή Πολιτική του κράτους (αναπτυξιακός νόμος, φορολογική πολιτική, πολιτική ενισχύσεων).

Παρά την ύπαρξη πολλών διαφορετικών χρηματοδοτικών εργαλείων έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί στην Ελλάδα από έγκριτους φορείς (IOBE, EOMMEX) καταδεικνύουν μία σαφή προτίμηση των ΜΜΕ προς τη χρηματοδότηση με ίδια κεφάλαια και με τραπεζικό δανεισμό. Σημειώνεται, επίσης, ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ΜΜΕ δεν έχουν συνάψει χρηματοδοτικές σχέσεις με τράπεζες αλλά στηρίζουν τη λειτουργία τους στην αυτοχρηματοδότηση και τη χρηματοδότηση από το οικογενειακό και φιλικό περιβάλλον. Τα ίδια κεφάλαια προτιμώνται και στην περίπτωση που το ύψος της αρχικής επένδυσης είναι χαμηλό. Στις υπόλοιπες περιπτώσεις το ποσό της επένδυσης συμπληρώνεται από τον τραπεζικό δανεισμό, αν και τα ίδια κεφάλαια εξακολουθούν να καλύπτουν τουλάχιστον το 50% του ποσού της επένδυσης.

Τα τραπεζικά δάνεια που επιλέγουν οι ΜΜΕ για να καλύψουν τις ανάγκες τους είναι συνήθως δάνεια για κεφάλαιο κίνησης ή μακροπρόθεσμα δάνεια. Δεδομένης της σταθερής και μακρόχρονης παρουσίας τους στην τραπεζική αγορά αποκαλούνται και «παραδοσιακές» μορφές τραπεζικής χρηματοδότησης προς αντιπαράβολή με τις σύγχρονες μορφές χρηματοδότησης εντός ή εκτός τραπεζικού τομέα που δημιουργήθηκαν ως αποτέλεσμα της χρηματοπιστωτικής ανάπτυξης.

2.2.1 Αποσαφήνιση Έννοιών

Πριν την περιγραφή των κατηγοριών πιστοδότησης που χορηγούνται στις ΜΜΕ, είναι σκόπιμο να αποσαφηνιστούν οι έννοιες της πιστοδότησης και του πιστοδοτικού ορίου.

Ως «πιστοδότηση» ορίζεται η νομότυπη συμφωνία μεταξύ δύο μερών, στα πλαίσια της οποίας το πρώτο (τράπεζα) είτε μεταβιβάζει αγοραστική δύναμη στο δεύτερο (πελάτης-πιστούχος), είτε εγγύηση (έκδοση Εγγυητικής επιστολής ή άνοιγμα Ενέγγυας Πίστωσης) έναντι συγκεκριμένων όρων και προϋποθέσεων που γίνονται αμοιβαία αποδεκτοί.

Ως «όριο πιστοδότησης» νοείται το ανώτατο ποσό μέχρι το οποίο η Τράπεζα παρέχει κάθε μορφής πιστοδότηση στον πελάτη. Τα πιστοδοτικά όρια διακρίνονται με βάση την κατηγορία πιστοδοτήσεων, τη διάρκεια, το σκοπό, τα καλύμματα και τις εξασφαλίσεις αυτών. Η διάρκεια των ορίων έχει ισχύ μέχρι δώδεκα μήνες και ανανεώνονται ετησίως ή/και νωρίτερα. Επισημαίνεται ότι αν τα πιστοδοτικά όρια αθροιστούν αποτελούν το συνολικό πιστωτικό κίνδυνο που αναλαμβάνει η Τράπεζα έναντι του πελάτη της⁷.

2.2.2 Κεφάλαιο Κίνησης

Ως κεφάλαιο κίνησης ορίζεται το σύνολο του ενεργητικού που μπορεί εύκολα και γρήγορα να μετατραπεί σε μετρητά. Πιστοδότηση για κεφάλαιο κίνησης χορηγείται με σκοπό να καλυφθούν βραχυπρόθεσμες ανάγκες των επιχειρήσεων που προκύπτουν από τον ετεροχρονισμό εισπράξεων και πληρωμών ή από την εμφάνιση έκτακτων περιστάσεων, όπως έκτατες ζημιές από θεομηνίες ή μη έγκαιρη είσπραξη απαιτήσεων. Επίσης χορηγείται για τη γενικότερη βελτίωση της ρευστότητας της επιχείρησης. Συνεπώς είναι μικρής διάρκειας, η οποία κυμαίνεται από δώδεκα μήνες μέχρι τρία έτη, ενώ η συνήθης χρήση του αφορά σε αγορές εμπορευμάτων και πληρωμές τρεχόντων εξόδων (κάλυψη συναλλακτικού κυκλώματος και λειτουργικών αναγκών της επιχείρησης).

Το ύψος και η διάρκεια των χρηματοδοτήσεων για κεφάλαιο κίνησης καθορίζονται από το είδος της δραστηριότητας της επιχείρησης, το ύψος των πωλήσεων, την ταχύτητα ανακύκλωσης των αποθεμάτων–απαιτήσεων–υποχρεώσεων,

⁷ Ρεπούσης Σπ., Τραπεζικές Πιστοδοτήσεις, Εκδόσεις Σάκκουλα Α.Ε., 2004

τις λειτουργικές ανάγκες του πιστούχου και το συναλλακτικό κύκλωμα της δραστηριότητάς του.

Το κεφάλαιο κίνησης είναι συνήθως ανακυκλούμενης μορφής. Αυτό σημαίνει ότι η τράπεζα παρέχει ένα πιστωτικό όριο στον πιστούχο μέχρι το οποίο μπορεί να δανείζεται. Από την πλευρά του ο πιστούχος μπορεί να χρησιμοποιεί μέρος ή σύνολο του δανείου και να εξοφλεί το αντίστοιχο ποσό που χρησιμοποιεί. Οι τράπεζες συνήθως χρηματοδοτούν για κεφάλαιο κίνησης ποσοστό του κύκλου εργασιών που δεν ξεπερνά το 50% αυτού.

Η ανεπάρκεια ή κακή διαχείριση του κεφαλαίου κίνησης αποτελεί μία από τις βασικές αιτίες των προβλημάτων ρευστότητας με αποτέλεσμα να απαιτείται προσεκτική εξέταση.

2.2.3 Μεσο-μακροπρόθεσμα Δάνεια

Τα μεσο-μακροπρόθεσμα δάνεια είναι μακράς διάρκειας των οποίων η λήξη υπερβαίνει τους 12 μήνες. Κύριο αντικείμενο της μέσο- ή μακροπρόθεσμης χρηματοδότησης αποτελούν τα δάνεια για απόκτηση επαγγελματικής στέγης και τα δάνεια αγοράς πάγιου εξοπλισμού (οικόπεδα, μηχανήματα, κλπ).

Τα δάνεια αυτού της μορφής διαφέρουν από τις βραχυπρόθεσμες χρηματοδοτήσεις τόσο ως προς το αντικείμενό τους όσο και προς τον τρόπο αξιολόγησης του πιστωτικού κινδύνου. Ειδικότερα, δίνεται μεγαλύτερη έμφαση σε παράγοντες όπως το management της επιχείρησης, το επενδυτικό πλάνο, οι προοπτικές ανάπτυξης, η λειτουργική κερδοφορία και η δυνατότητα αποπληρωμής.

2.3 Κριτήρια Τραπεζικής Χρηματοδότησης

Ένας από τους σημαντικότερους ρόλους των τραπεζών αποτελεί η ικανοποίηση των χρηματοδοτικών αναγκών του επιχειρηματικού και καταναλωτικού κοινού. Για την εκπλήρωση αυτής της λειτουργίας καλούνται να μεταφέρουν κεφάλαια από τις πλεονασματικές στις ελλειμματικές οικονομικές μονάδες κυρίως μέσω της χορήγησης δανείων. Ωστόσο, η χορήγηση δανείων δε γίνεται αδιακρίτως σε όποιον ζητήσει χρηματοδοτική ενίσχυση, αλλά οφείλει να υπακούει σε ένα σύνολο κριτηρίων. Σκοπός αυτής της διαδικασίας είναι η κάλυψη της τράπεζας από επισφαλείς πιστούχους και η διασφάλιση των συμφερόντων των μετόχων και καταθετών της. Ο έλεγχος των κριτηρίων χρηματοδότησης για την επιλογή των πιστούχων-πελατών συνιστά απόρροια του γεγονότος ότι κάθε τράπεζα αποτελεί μία επιχείρηση της οποίας στόχος είναι η μεγιστοποίηση των κερδών και η ελαχιστοποίηση του κόστους-κινδύνου.

Τα κριτήρια που εξετάζονται μπορούν να διακριθούν σε τρεις γενικές κατηγορίες: ποιοτικά, ποσοτικά, εξασφαλίσεις/καλύμματα. Στη διεθνή βιβλιογραφία η χρηματοδότηση διακρίνεται σε αυτή που στηρίζεται στην ανάλυση ποσοτικών ή «σκληρών» πληροφοριών και ονομάζεται “transactions lending” και σε αυτή βάσει ποιοτικών ή «ήπιων» πληροφοριών και καλείται “the relationship lending”⁸. Στην πρώτη περίπτωση η τραπεζική αξιολόγηση από την ανάλυση πληροφοριών σχετικών (hard information) με την αποδοτικότητα, την κερδοφορία και την κεφαλαιακή διάρθρωση και κατ’ επέκταση τη βιωσιμότητα της επιχείρησης. Τα στοιχεία προκύπτουν μέσω της χρήσης χρηματοοικονομικών δεικτών, την πιστωτική διαβάθμιση από τη βάση δεδομένων της τράπεζας ή ακόμα και την ίδια την επιχείρηση. Αυτές οι πληροφορίες χαρακτηρίζονται για την εγκυρότητά τους και τη δυνατότητα διασταύρωσης με αποτέλεσμα να διαμορφώνεται μια πιο αντικειμενική εικόνα για τη θέση και κατάσταση της επιχείρησης.

Στη δεύτερη περίπτωση (“the relationship lending”) η αξιολόγηση στηρίζεται κυρίως σε πληροφορίες (soft information), οι οποίες παρέχονται από την ίδια την επιχείρηση ή πρόσωπα του περιβάλλοντος της μέσω της διατήρησης μακροχρόνιων δεσμών με το τραπεζικό ίδρυμα. Συνήθως περιλαμβάνουν πληροφορίες για το χαρακτήρα και την αξιοπιστία της διοίκησης της επιχείρησης, το πιστωτικό παρελθόν

⁸ Basulescu D. (2010), SMEs Financing: the Extent of Need and the Response of Different Credit Structures, *Theoretical and Applied Economics Volume XVII*, No. 7, pp. 25-36

και τις προοπτικές της επιχείρησης βάσει των απόψεων προμηθευτών, πελατών ή τοπικών αρχών. Χαρακτηριστικό αυτού του είδους πληροφόρησης είναι η υποκειμενικότητα και η αδυναμία παρατήρησης και διασταύρωσής τους.

Επιπρόσθετο στοιχείο που αξιολογεί η τράπεζα σε έναν υποψήφιο πιστούχο είναι η επάρκεια των εξασφαλίσεων και καλυμμάτων. Αυτά χρησιμοποιούνται ως εγγυήσεις για την τράπεζα έναντι του κινδύνου που αναλαμβάνει σε περίπτωση αδυναμίας της επιχείρησης να αποπληρώσει τις υποχρεώσεις της. Στην περίπτωση των ΜΜΕ, αυτές οι εγγυήσεις είναι συνήθως μεγαλύτερες λόγω των υψηλότερων πιθανοτήτων αθέτησης που συνεπάγονται και τις περισσότερες φορές λειτουργούν αποτρεπτικά στα επιχειρηματικά σχέδια κυρίως των νεότερων επιχειρηματιών.

Στην παγκόσμια τραπεζική πρακτική η αξιολόγηση μίας πιστοδότησης πραγματοποιείται στη βάση πέντε στοιχείων που είναι γνωστά ως 5 C's⁹. Αυτά είναι:

- ✿ Capacity (ικανότητα-δυνατότα): αναφέρεται στην ικανότητα του δανειστή να αποπληρώσει τις υποχρεώσεις του. Ο δανειστής λαμβάνει υπόψη τις χρηματικές ροές της επιχείρησης, το χρόνο αποπληρωμής, την πιθανότητα επιτυχούς αποπληρωμής του δανείου και το πιστωτικό ιστορικό του πιστούχου.
- ✿ Capital (κεφάλαιο): αναφέρεται στα κεφάλαια που ο ίδιος ο επιχειρηματίας θα συνεισφέρει στο επενδυτικό σχέδιο, καθώς όσο υψηλότερα είναι αυτά τόσο περιορίζεται ο κίνδυνος αθέτησης υποχρεώσεων και κήρυξης πτώχευσης.
- ✿ Collateral (εξασφαλίσεις): αναφέρεται στην επάρκεια και την ποιότητα καλυμμάτων και εξασφαλίσεων για τη λήψη της τραπεζικής χρηματοδότησης.
- ✿ Conditions (συνθήκες): αναφέρεται στη θέση της επιχείρησης στον κλάδο που ανήκει, το βαθμό έκθεσης στους κινδύνους της αγοράς, το βαθμό επίδρασης της οικονομικής πολιτικής και τη διαπραγματευτική ισχύ έναντι πελατών και προμηθευτών. Επίσης, μπορεί να περιλαμβάνεται και η αξιολόγηση του σκοπού της αιτούμενης πιστοδότησης.
- ✿ Character (χαρακτήρας): αναφέρεται στα προσωπικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία (φήμη, ήθος) καθώς και στην ποιότητα τρόπου διοίκησης.

Στην Ελλάδα κάθε τράπεζα έχει διαμορφώσει τη δική της πολιτική αξιολόγησης των υποψήφιων πελατών σύμφωνα με την πιστωτική της κουλτούρα και τα

⁹ www.pnc.com

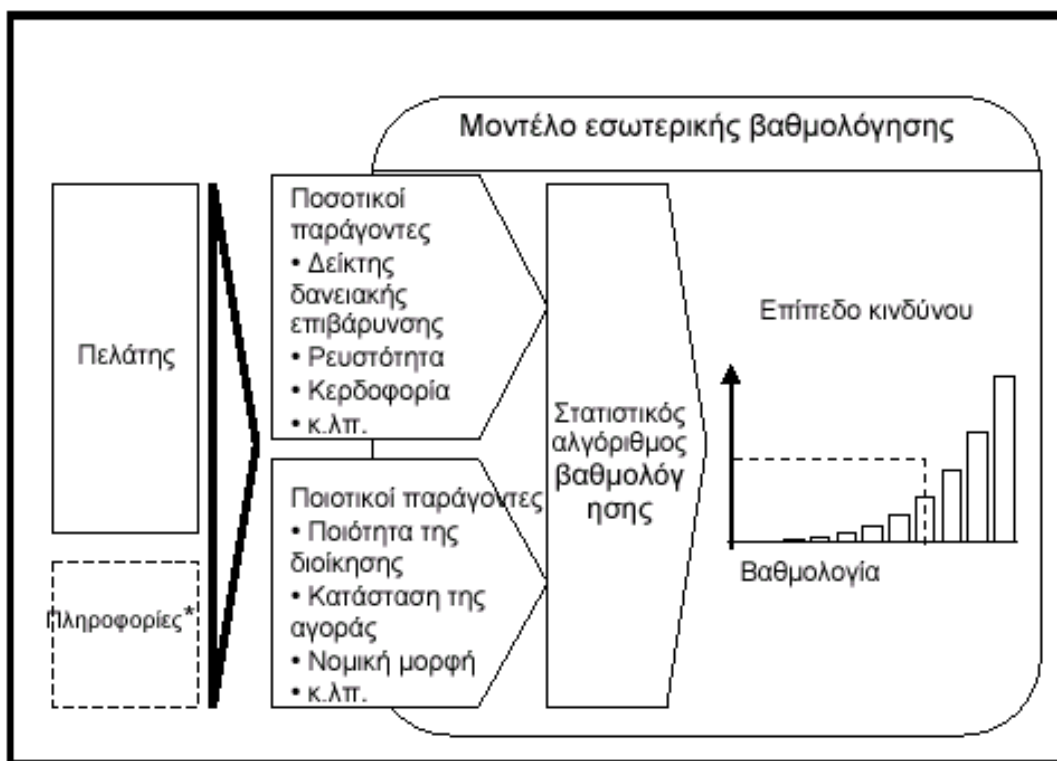
επιχειρηματικά της συμφέροντα. Παρά τις επιμέρους διαφοροποιήσεις, υπάρχουν ορισμένα κοινά στοιχεία που εξετάζονται από το σύνολο των ελληνικών τραπεζών¹⁰.

Αυτά είναι:

- ο σκοπός της πιστοδότησης, δηλαδή του περιεχομένου του υποψήφιου προς χρηματοδότηση επενδυτικού σχεδίου,
- τα πιστωτικά κριτήρια στα οποία περιλαμβάνεται η εξέταση ποσοτικών στοιχείων για την επιχείρηση (χρηματοοικονομική θέση) και ποιοτικών στοιχείων (ποιότητα διοίκησης, ανάλυση αγοράς δραστηριοποίησης, υπόσταση εταιρείας)
- η επάρκεια των παρεχόμενων εξασφαλίσεων και καλυμμάτων.

Πίνακας 2.1

Απεικόνιση της Διαδικασίας Αξιολόγησης των Κριτηρίων Χρηματοδότησης προς τις ΜΜΕ



Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή

¹⁰ Η συλλογή των δεδομένων για τα τραπεζικά κριτήρια πραγματοποιήθηκε μέσω προσωπικών συνεντεύξεων με τραπεζικά στελέχη μεγάλων τραπεζικών οργανισμών ώστε να διαπιστωθεί η ομοιότητα των κριτηρίων.

2.3.1 Σκοπός Πιστοδότησης

Ο σκοπός της πιστοδότησης αναφέρεται στο λόγο για τον οποίο ζητείται η τραπεζική χρηματοδότηση, σκοπός που πρέπει να είναι συμβατός με τις γενικότερες δραστηριότητες και επιδιώξεις της επιχείρησης. Ο σκοπός καταγράφεται στο επιχειρηματικό σχέδιο που υποβάλλεται προς εξέταση, το οποίο αποτυπώνει το στρατηγικό σχεδιασμό και προγραμματισμό των δραστηριοτήτων και κατευθύνσεων της επιχείρησης, τον τρόπο διαχείρισης των πόρων και το χρονικό διάστημα εντός του οποίου θα υλοποιηθεί.

Περιλαμβάνει τον προσδιορισμό των πραγματικών αναγκών που πρόκειται να καλυφθούν από τη χρηματοδότηση, δηλαδή κατά πόσο οι ανάγκες αφορούν στην επίτευξη παραγωγικών σκοπών που θα δημιουργούν χρηματικές εισροές στην επιχείρηση ώστε να μπορεί να αποπληρώνει απρόσκοπτα τις υποχρεώσεις της. Επίσης, στον σκοπό της πιστοδότησης καταγράφεται η διάρκεια των αναγκών, οι πηγές χρηματοδοτικής κάλυψης αυτών ποσοτικά και ποιοτικά ώστε οι τράπεζες να είναι σε θέση να προσδιορίζουν τον τρόπο αποπληρωμής της πιστοδότησης.

Η κατάρτιση του επιχειρηματικού σχεδίου και ο προσδιορισμός του σκοπού αξιοποίησης των κεφαλαιακών πόρων δίνει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να μελετήσει την αγορά, να αναγνωρίσει τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματά της και τις ευκαιρίες του εξωτερικού περιβάλλοντος και κυρίως να αποκτήσει ένα εργαλείο αξιολόγησης των πραγματικών αποτελεσμάτων σε σχέση με τις σχεδιαζόμενες δράσεις.

Το επιχειρηματικό σχέδιο αποτελεί σημαντικό εργαλείο και για την τράπεζα, καθώς μέσω αυτού μπορεί να αξιολογήσει τον τρόπο χρήσης και απόδοσης των κεφαλαίων, τη δυνατότητα επιστροφής των κεφαλαίων και την ικανότητα του επιχειρηματία να φέρει εις πέρας το έργο του. Γι' αυτό το λόγο, η τράπεζα οφείλει να γνωρίζει και να αποδέχεται τον σκοπό για τον οποίο θα χορηγήσει την πιστοδότηση, ενώ τα αρμόδια στελέχη πρέπει να αναλύουν και να ελέγχουν το επιχειρηματικό σχέδιο κατά τρόπο που θα επιτρέπει την όσο το δυνατό πιο ρεαλιστική εκτίμηση του κόστους της επένδυσης.

Συνεπώς, ο σκοπός της πιστοδότησης συνιστά ταυτόχρονα προϋπόθεση άντλησης των απαιτούμενων κεφαλαιακών πόρων και μέτρο εκτίμησης του αναλαμβανόμενου πιστωτικού κινδύνου.

2.3.2 Πιστωτικά Κριτήρια

Η εξέταση των πιστωτικών κριτηρίων αποσκοπεί στην ορθότερη και αποτελεσματικότερη διαχείριση του κινδύνου που δημιουργούν οι χορηγούμενες πιστοδοτήσεις. Γι' αυτό το λόγο και σύμφωνα με τους διεθνείς κανόνες εποπτείας κάθε τράπεζα συνεργάζεται με διεθνείς οίκους αξιολόγησης (Fitch, Moody's, S&P) προκειμένου να αναπτύξει ένα εσωτερικό σύστημα διαβάθμισης της πιστοληπτικής ικανότητας των επιχειρήσεων. Το αποτέλεσμα της αξιολόγησης εκφράζεται σε μία κλίμακα διαβάθμισης (rating scale) στην οποία δε συνυπολογίζονται τα καλύμματα και οι εξασφαλίσεις. Παράλληλα, το αποτέλεσμα καθορίζει το κόστος με το οποίο θα επιβαρυνθεί ο υποψήφιος πιστούχος. Συνεπώς, όσο το αποτέλεσμα της πιστοληπτικής αξιολόγησης πλησιάζει τις τελευταίες βαθμίδες της κλίμακας διαβάθμισης, τόσο υψηλότερο θα είναι το κόστος δανεισμού για τον πιστούχο.

Τα συστήματα διαβάθμισης έχουν καταστήσει πιο αντικειμενικό την αξιολόγηση του υποψηφίου πιστούχου και συνιστούν πλέον ένα πολύ σημαντικό εργαλείο για την τράπεζα, διότι συμβάλλουν:

- ✓ στον καθορισμό του κινδύνου για κάθε επιχείρηση-πιστούχο και τη σύνδεση κινδύνου-τιμολόγησης,
- ✓ στον έγκαιρο εντοπισμό προβληματικών απαιτήσεων και στο σχηματισμό επαρκών προβλέψεων,
- ✓ στην παρακολούθηση του επιχειρηματικού χαρτοφυλακίου και στη διευκόλυνση της αξιολόγησής του από τις νομισματικές και εποπτικές αρχές και τις ελεγκτικές εταιρείες, και
- ✓ στη λήψη ορθολογικών αποφάσεων σχετικών με την πιστωτική πολιτική.

Η πιστοληπτική ικανότητα προκύπτει από τον έλεγχο των πιστωτικών κριτηρίων, τα οποία διακρίνονται σε ποσοτικά και ποιοτικά. Μεταξύ τους δεν υπάρχει σχέση αντίθεσης αλλά συμπληρωματικότητας καθώς εξετάζονται εξίσου λεπτομερώς πριν τη χορήγηση πιστοδότησης. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι στην περίπτωση των ΜΜΕ που υπάρχει ελλιπής πληροφόρηση των οικονομικών μεγεθών της επιχείρησης, μεγαλύτερη έμφαση δίνεται στα ποιοτικά κριτήρια.

2.3.2.1 Ποσοτικά Κριτήρια

Η αξιολόγηση των ποσοτικών κριτηρίων προκύπτει από την ανάλυση των οικονομικών στοιχείων της επιχείρησης κατά τη διάρκεια μιας ορισμένης περιόδου, η οποία ορίζεται από κάθε τράπεζα και συνήθως περιλαμβάνει τρία τουλάχιστον διαδοχικά έτη λειτουργίας. Οι πληροφορίες για τα οικονομικά στοιχεία της επιχείρησης μπορεί να προέλθουν από ποικίλες πηγές, οι κυριότερες εκ των οποίων είναι: τα λογιστικά βιβλία, οι δημοσιευμένοι λογαριασμοί, το οικονομικό περιβάλλον της επιχείρησης (προμηθευτές, πελάτες), οι μελέτες για τον κλάδο στον οποίο ανήκει η επιχείρηση και τα στοιχεία που συγκεντρώνει η Ένωση Ελληνικών Τραπεζών μέσω τους συστήματος «Τειρεσίας».

Σκοπός της ανάλυσης είναι η αξιολόγηση της διαχρονικής εξέλιξης των βασικών μεγεθών (π.χ. πωλήσεις, αποθέματα, τραπεζικός δανεισμός, απαιτήσεις, υποχρεώσεις) και αριθμοδεικτών (ρευστότητας, αποδοτικότητα, κ.ά.). Ταυτόχρονα, μέσω αυτής η τράπεζα επιχειρεί να εκτιμήσει τις ανάγκες της επιχείρησης σε κεφάλαια, καθώς και τις δυνατότητες αποπληρωμής μέσω της μελέτης των χρηματοροών (cash flows) της επιχείρησης και του επιχειρηματικού σχεδίου. Επίσης, η ανάλυση της χρηματοοικονομικής κατάστασης μπορεί να προσφέρει πληροφορίες για την ορθότητα των αποφάσεων, τον τρόπο λειτουργίας και τις μελλοντικές προοπτικές του υποψήφιου πιστούχου.

Η βαρύτητα που δίνουν οι τράπεζες στη χρηματοοικονομική κατάσταση μιας επιχείρησης έχει οδηγήσει πολλές αυτές στην ωραιοποίηση των οικονομικών στοιχείων ώστε να αυξήσουν τις πιθανότητες ευόδωσης του αιτήματος τους. Γι' αυτό το λόγο οι τράπεζες δε στηρίζονται μόνο στα παρεχόμενα από τις επιχειρήσεις οικονομικά στοιχεία αλλά διασταυρώνουν την εγκυρότητά τους με στοιχεία της δικής τους βάσης δεδομένων ή από εξωτερικές πηγές. Παρά τη σημασία των αποτελεσμάτων της οικονομικής ανάλυσης, η αναγκαιότητα της πληρότητας των συμπερασμάτων και η αποτελεσματικότερη κάλυψη έναντι του κινδύνου απαιτεί από τις τράπεζες και τη συνεκτίμηση των αποτελεσμάτων της ποιοτικής/επιχειρηματικής ανάλυσης.

Σε αυτό σημείο πρέπει να διευκρινιστεί ότι η πραγματοποίηση οικονομικής ανάλυσης συναντά προβλήματα στην περίπτωση των ΜΜΕ. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι πολλές από αυτές τηρούν λογιστικά βιβλία Β' κατηγορίας στα οποία καταγράφονται μόνο τα βασικά οικονομικά στοιχεία. Στη συγκεκριμένη περίπτωση οι

πληροφορίες συλλέγονται από τις φορολογικές δηλώσεις των τριών τελευταίων ετών, τις περιοδικές δηλώσεις ΦΠΑ, τις φορολογικές δηλώσεις για την ακίνητη περιουσία της εταιρείας ή των εγγυητών της. Λόγω της δυσκολίας στην εξαγωγή συμπερασμάτων για τη χρηματοοικονομική θέση της επιχείρησης οι τράπεζες δίνουν μεγαλύτερη έμφαση στα ποιοτικά κριτήρια. Ωστόσο, αρκετές φορές χρησιμοποιούν αριθμοδείκτες του κλάδου στον οποίο δραστηριοποιείται ο υποψήφιος πιστούχος (MME) προκειμένου να αποκτήσουν μια κατά προσέγγιση εικόνα της οικονομικής πορείας της μεμονωμένης επιχείρησης.

Συνοψίζοντας κατά τη χρηματοοικονομική ανάλυση μελετώνται τα οικονομικά στοιχεία που αναφέρονται:

- ✓ στη λειτουργία,
- ✓ στη ρευστότητα,
- ✓ στην κεφαλαιακή δομή και
- ✓ στην κάλυψη οφειλών.

Η αξιολόγηση γίνεται με τη χρήση των κατάλληλων αριθμοδεικτών, τους οποίους επιλέγει κατά περίπτωση κάθε τράπεζα ανάλογα με το μέγεθος που θέλει να ελέγξει.

Η **ανάλυση λειτουργίας της επιχείρησης** εξετάζει τις χρηματοοικονομικές επιδόσεις της επιχείρησης. Παρουσιάζει πληροφορίες για την αποδοτικότητα της επιχείρησης, τη δυναμικότητα των κερδών και τη γενικότερη αποτελεσματικότητα της διοίκησης, η οποία είναι υπεύθυνη για τη λήψη των αποφάσεων που μπορούν να επηρεάσουν τις πωλήσεις και τα κέρδη. Κριτήρια της απόδοσης των επιχειρήσεων αποτελούν οι μεταβολές στα έσοδα πωλήσεων, τα κέρδη και σε άλλα στοιχεία της παραγωγής, τα οποία όμως δε χρησιμοποιούνται αυτόνομα αλλά συνδυαστικά μεταξύ τους. Στην περίπτωση των MME οι κυριότεροι αριθμοδείκτες που εξετάζονται είναι το μικτό και καθαρό περιθώριο κέρδους καθώς και αυτός της μεταβολής του κύκλου εργασιών.

❖ *Μικτό Περιθώριο Κέρδους: Πωλήσεις-Κόστος Πωληθέντων/ Πωλήσεις*

Ο αριθμοδείκτης του μικτού περιθωρίου κέρδους δείχνει την αποδοτική λειτουργία της επιχείρησης και την τιμολογιακή πολιτική που ακολουθεί. Μία υψηλή τιμή του αριθμοδείκτη υποδεικνύει ότι η επιχείρηση είναι σε θέση να καλύπτει τα έξοδά της (λειτουργικά και άλλα), να αντιμετωπίζει ευκολότερα πιθανές αυξήσεις στο κόστος πωληθέντων και να πραγματοποιεί ένα ικανοποιητικό καθαρό κέρδος σε σχέση με τις

πωλήσεις και τα ίδια κεφάλαια που απασχολεί. Επίσης, ένα μεγάλο μικτό περιθώριο κέρδους αντανakλά και την καλύτερη διαπραγματευτική δύναμη της επιχείρησης έναντι προμηθευτών και πελατών (αγοράζει φθηνά-πουλάει ακριβά).

❖ *Περιθώριο Εκμετάλλευσης ή Περιθώριο Καθαρού Κέρδους: Κέρδη μετά φόρων/
Πωλήσεις*

Ο αριθμοδείκτης καθαρού κέρδους προσδιορίζει το κέρδος της επιχείρησης που προέρχεται από τις λειτουργικές δραστηριότητες. Όσο μεγαλύτερες τιμές λαμβάνει τόσο πιο επικερδής θεωρείται η επιχείρηση. Ωστόσο είναι περισσότερο ασφαλές να συσχετίζεται με το δείκτη μικτού κέρδους. Η σημασία του δείκτη έγκειται στη χρήση του για τη διαμόρφωση προβλέψεων σχετικά με τα μελλοντικά καθαρά κέρδη της επιχείρησης επί του προβλεπόμενου ύψους πωλήσεων και του ποσοστού καθαρού κέρδους.

❖ *Μεταβολής Κύκλου Εργασιών*

Προσδιορίζει τη μεταβολή των πωλήσεων της επιχείρησης μεταξύ δύο περιόδων αντανakλώντας την αποτελεσματικότητα των επιχειρηματικών αποφάσεων.

Η **ανάλυση ρευστότητας** της επιχείρησης αξιολογεί την ικανότητα του υποψήφιου πιστούχου να ανταποκρίνεται στις υποχρεώσεις που έχει αναλάβει. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στην ικανότητα εξυπηρέτησης των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων κατά τρόπο που να εξασφαλίζεται η ομαλή λειτουργία του παραγωγικού και εμπορικού κυκλώματος της επιχείρησης. Η χρηματοοικονομική θέση μιας επιχείρησης κρίνεται ισχυρή όταν είναι σε θέση να εξοφλεί τους βραχυπρόθεσμους πιστωτές της και να καταβάλλει τόκους, καθώς και να τηρεί συνθήκες οικονομικής διαχείρισης που να εξασφαλίζουν ευνοϊκή πιστοληπτική ικανότητα. Για την αξιολόγηση της ρευστότητας των ΜΜΕ οι αριθμοδείκτες που εξετάζουν οι τράπεζες καταγράφονται παρακάτω:

❖ *Γενικής Ρευστότητας (current ratio): Κυκλοφορούν Ενεργητικό/ Βραχυπρόθεσμες
Υποχρεώσεις*

Ο αριθμοδείκτης γενικής ρευστότητας δείχνει το βαθμό κάλυψης των βραχυπρόθεσμων υποχρεώσεων από τα περιουσιακά στοιχεία της επιχείρησης που μπορούν να ρευστοποιηθούν κατά την περίοδο λήξης των υποχρεώσεων, καθώς και

το περιθώριο ασφαλείας για την αντιμετώπιση έκτακτων αναγκών. Όσο υψηλότερη τιμή λαμβάνει ο δείκτης τόσο πιο ικανή εμφανίζεται η επιχείρηση στην κάλυψη των υποχρεώσεων της. Συγκεκριμένα, για τιμές πάνω από δύο η ικανότητα της επιχείρησης κρίνεται πολύ καλή, μεταξύ ενάμισι και δύο καλή, μεταξύ ένα και ενάμισι μέτρια και κάτω από ένα μη ικανοποιητική. Για την καλύτερη αξιολόγηση του δείκτη πρέπει να λαμβάνονται υπόψη οι παράγοντες που τον καθορίζουν, όπως η ποιότητα των κυκλοφοριακών στοιχείων, το ύψος και η διάρκεια λήξης των απαιτήσεων και υποχρεώσεων, οι τρέχουσες ανάγκες, όροι χορήγησης των πιστώσεων, αλλά και παράγοντες που αφορούν το επιχειρηματικό περιβάλλον (εποχικότητα προϊόντος, κλάδος δραστηριοποίησης).

❖ *Άμεσης ή ταχείας ρευστότητας (acid ratio): Κυκλοφορούν Ενεργητικό-Αποθέματα/ Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις*

Ο αριθμοδείκτης άμεσης ή ταχείας ή ειδικής ρευστότητας δείχνει το βαθμό ανταπόκρισης της επιχείρησης στις τρέχουσες υποχρεώσεις της. Η διαφορά με το δείκτη γενικής ρευστότητας έγκειται στον υπολογισμό μόνο των άμεσα και ταχέως ρευστοποιήσιμων περιουσιακών στοιχείων, τα οποία είναι τα ταμειακά διαθέσιμα και οι απαιτήσεις. Δε συμπεριλαμβάνονται τα αποθέματα γιατί ρευστοποιούνται δύσκολα και από τη ρευστοποίησή τους μπορεί να προκύψει ζημία. Θετικό για τη βραχυπρόθεσμη οικονομική θέση της επιχείρησης είναι η τιμή του δείκτη να είναι μεγαλύτερη από τη μονάδα.

❖ *Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Είσπραξης Απαιτήσεων: Κύκλος Εργασιών/ Μέσο Ύψος Απαιτήσεων*

Ο αριθμοδείκτης δείχνει πόσες φορές κατά μέσο όρο εισπράττονται οι απαιτήσεις μιας επιχείρησης στη διάρκεια μιας λογιστικής χρήσης. Επιθυμητό είναι να παρουσιάζει αύξηση και μάλιστα όσο μεγαλύτερη είναι η τιμή του δείκτη, τόσο μικρότερος ο χρόνος δέσμευσης των κεφαλαίων και καλύτερη η θέση της επιχείρησης ως προς τις χορηγούμενες πιστώσεις σε πελάτες.

❖ *Κυκλοφοριακή Ταχύτητα Ανακύκλωσης Αποθεμάτων: Κόστος Πωληθέντων/ Μέσο Απόθεμα Προϊόντων*

Ο εν λόγω δείκτης δίνει πληροφορίες για το πόσες φορές ανανεώθηκαν τα αποθέματα μιας επιχείρησης σε σχέση με τις πωλήσεις στη διάρκεια μιας οικονομικής χρήσης.

Όταν ο δείκτης παρουσιάζει υψηλές τιμές καταδεικνύει την αποτελεσματική λειτουργία της επιχείρησης αφού τα κεφάλαια της δε δεσμεύτηκαν για μεγάλη χρονική περίοδο σε μη παραγωγικές μορφές.

Η **ανάλυση κεφαλαιακής δομής** της επιχείρησης εξετάζει τη δανειακή επιβάρυνση μέσω της χρήσης αριθμοδεικτών οικονομικής μόχλευσης. Παρέχει πληροφορίες για την κεφαλαιακή διάρθρωση της επιχείρησης, δηλαδή τα ποσοστά συμμετοχής ξένων και ιδίων κεφαλαίων και τον τρόπο χρηματοδότησης των δραστηριοτήτων της. Η άριστη τοποθέτηση των κεφαλαίων επιφέρει ισορροπία μεταξύ κινδύνου και απόδοσης επιτυγχάνοντας μεγιστοποίηση της απόδοσης και ελαχιστοποίηση του κινδύνου και του κόστους των κεφαλαίων. Για την αξιολόγηση της κεφαλαιακής επάρκειας της επιχείρησης χρησιμοποιούνται οι παρακάτω αριθμοδείκτες:

❖ *Ξένα Κεφάλαια προς Ίδια Κεφάλαια*

Αυτός ο αριθμοδείκτης δείχνει τη σχέση του συνόλου των υποχρεώσεων με τα ίδια κεφάλαια και την ασφάλεια που παρέχει στους δανειστές της. Όσο μεγαλύτερος είναι αυτός ο αριθμοδείκτης τόσο η εταιρία στηρίζεται, για τη χρηματοδότηση των περιουσιακών της στοιχείων, στα ξένα κεφάλαια και λιγότερο στα δικά της κεφάλαια. Γι' αυτό είναι επιθυμητή η διαχρονική μείωση της τιμής του αριθμοδείκτη ώστε να μειώνεται η εξάρτηση της επιχείρησης από τους εξωτερικούς δανειστές.

❖ *Βραχυπρόθεσμα Τραπεζικά Δάνεια/ Σύνολο Βραχυπρόθεσμων Υποχρεώσεων*

Ο εν λόγω δείκτης δείχνει το ποσοστό που αποτελούν οι τραπεζικές δανειακές υποχρεώσεις ως προς το σύνολο των υποχρεώσεων στη βραχυχρόνια περίοδο. Παρέχει μια σαφή ένδειξη για τον καταμερισμό του κεφαλαίου που πρέπει να δαπανηθεί για την αποπληρωμή των υποχρεώσεων της εταιρείας. Όσο οι τιμές του δείκτη πλησιάζουν τη μονάδα, τόσο μεγαλύτερη είναι η εξάρτηση της εταιρείας από τους δανειστές της (τράπεζες) και τόσο μικρότερες είναι οι υποχρεώσεις της που απορρέουν από τη δραστηριότητά της.

❖ *Βραχυπρόθεσμες Υποχρεώσεις/ Κύκλος Εργασιών*

Ο ανωτέρω αριθμοδείκτης αποτελεί σημείο αναφοράς για τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα σε ό,τι αφορά τη χάραξη πολιτικής για τη δανειοδότηση μιας επιχείρησης.

Πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή όταν οι συνολικές τραπεζικές βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις διαμορφώνονται σε ποσοστό υψηλότερο του 40% του κύκλου εργασιών. Ο «συναγερμός» χτυπά επικίνδυνα όταν οι συνολικές βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις διαμορφωθούν σε ποσοστό υψηλότερο του 60% του κύκλου εργασιών διότι αυτό δείχνει ότι τα κεφάλαια που απαιτούνται για τη συνέχιση της δραστηριότητας της επιχείρησης δεν προέρχονται από τη λειτουργία της αλλά από εξωτερικούς δανειστές.

Η **ανάλυση κάλυψης οφειλών** εξετάζει την ικανότητα του υποψήφιου πιστούχου να ανταπεξέλθει επιτυχώς στην αποπληρωμή των υποχρεώσεων του, και τις πηγές που χρησιμοποιεί. Η τελική αξιολόγηση αυτής της παραμέτρου προκύπτει από την ανάλυση της κάλυψης από κέρδη, της ταμειακής κάλυψης και της διαχείρισης των ταμειακών ροών.

❖ *EBITDA (κέρδη προ φόρων, τόκων, αποσβέσεων)/ Τραπεζικές Οφειλές*

Η κάλυψη οφειλών από κέρδη δείχνει την ικανότητα της επιχείρησης να ικανοποιεί τους οφειλότες από τα οικονομικά αποτελέσματά της.

❖ *Καθαρά Διαθέσιμα/ Τραπεζικές Οφειλές*

Η ταμειακή κάλυψη υποδεικνύει την ικανότητα της επιχείρησης να αποπληρώνει τις οφειλές της από τα καθαρά μετρητά που προκύπτουν από τη λειτουργική δραστηριότητα προ φόρων και τόκων.

❖ *Ταμειακές Ροές*

Η διαχείριση των ταμειακών ροών αποτελεί ένδειξη της αποτελεσματικότητας διαχείρισης των διαθέσιμων μετά τη λειτουργική δραστηριότητα της επιχείρησης. Για την εξαγωγή αποτελεσμάτων λαμβάνονται υπόψη τέσσερις βασικές παράμετροι που χρησιμοποιεί η επιχείρηση για να επηρεάσει τις λειτουργικές ταμειακές ροές και οι οποίες υπολογίζονται για κάθε περίοδο. Αυτές είναι η διαχείριση μεικτού κέρδους, λειτουργικών εξόδων, απαιτήσεων και αποθεμάτων. Η συνολική Εκτίμηση Διαχείρισης Ταμειακών Ροών υπολογίζεται ως ο σταθμισμένος μέσος όρος των ετήσιων εκτιμήσεων διαχείρισης ταμειακών ροών.

2.3.2.2 Ποιοτικά Κριτήρια

Τα ποιοτικά αφορούν σε πληροφορίες για:

- ✓ την υπόσταση της επιχείρησης (π.χ. νομική μορφή, καλή φήμη),
- ✓ τον τρόπο διοίκησης (π.χ. οργάνωση, αποτελεσματικότητα, προφίλ διοικούντων),
- ✓ τον κλάδο (π.χ. αποδοτικότητα, προοπτικές ανάπτυξης, συνθήκες παραγωγής, επιρροή από μακροοικονομικό περιβάλλον).

❖ *Υπόσταση εταιρείας*

Κατά την ανάλυση της υπόστασης της εταιρείας αξιολογούνται τα στοιχεία εκείνα που συμβάλλουν στην διατήρηση ή βελτίωση της φήμης και της θέσης στην αγορά. Οι παράγοντες που εξετάζονται αφορούν στην ίδια την επιχείρηση ως αυτοτελή δρώντα στο οικονομικό σύστημα και διακρίνονται από την ποιοτική ανάλυση του ιδιοκτήτη-διευθυντή και του κλάδου.

Καταρχάς η τράπεζα αξιολογεί το ιδιοκτησιακό καθεστώς και τη νομική μορφή της επιχείρησης. Επομένως εξετάζεται αν η ΜΜΕ είναι ατομικής μορφής, Ο.Ε., Ε.Π.Ε., Ε.Ε. ή Α.Ε., η σύνθεση των μετόχων (εφόσον υπάρχουν) όπως επίσης και το ποιος είναι ο πραγματικός ιδιοκτήτης. Η νομική μορφή κάθε εταιρείας καθορίζει την ευθύνη που αναλαμβάνουν τα μέλη της με αποτέλεσμα να λαμβάνεται υπόψη από τις τράπεζες προκειμένου να εκτιμήσουν τον πιστωτικό κίνδυνο. Για παράδειγμα στις προσωπικές επιχειρήσεις, πολλές από τις οποίες είναι ΜΜΕ, η ευθύνη των φορέων για τις επιχειρηματικές πράξεις είναι πιο ουσιαστική με αποτέλεσμα ο αναλαμβανόμενος τραπεζικός κίνδυνος να είναι μεγαλύτερος. Σε αυτή την περίπτωση, λοιπόν, οι τράπεζες είναι πιο επιφυλακτικές στη χορήγηση πιστοδοτήσεων και οι όροι συνήθως πιο αυστηροί και αποθαρρυντικοί. Από την άλλη πλευρά θετική επίδραση ασκεί η ύπαρξη περιουσιακών στοιχείων που δεν προέρχονται από ιδιωτικές πηγές του επιχειρηματία (αποταμιεύσεις, κληρονομιά, οικογενειακό περιβάλλον), αφού αναδεικνύουν την υγιή και επικερδή λειτουργία της επιχείρησης και προοιωνίζουν τις προοπτικές βιωσιμότητάς της.

Για την αξιολόγηση της φήμης λαμβάνονται υπόψη τα έτη λειτουργίας και το πιστωτικό παρελθόν της επιχείρησης, στοιχεία που μπορούν να αποτελέσουν ενδείξεις και για τη μελλοντική πορεία της επιχείρησης. Τα έτη δραστηριοποίησης καταδεικνύουν την αποτελεσματική λειτουργία της επιχείρησης ιδίως αν

συμπεριλαμβάνονται περίοδοι επιχειρηματικών κρίσεων, οι οποίες αντιμετωπίστηκαν επιτυχώς. Επίσης, εξετάζονται η παρελθούσα συνεργασία του υποψήφιου πιστούχου με την τράπεζα καθώς και η διάρκεια αυτής. Η αποπληρωμή των δανείων, η συμμόρφωση με τους τραπεζικούς όρους και η γενικότερη συναλλακτική συμπεριφορά της επιχείρησης αποτελούν τα κύρια στοιχεία που διαμορφώνουν τη σχέση με την τράπεζα. Όσο μεγαλύτερης διάρκειας είναι η πιστοληπτική συνεργασία της επιχείρησης με την τράπεζα, τόσο περισσότερα στοιχεία διαθέτει η τράπεζα στη βάση δεδομένων, ώστε να είναι σε θέση να αξιολογήσει πληρέστερα και ακριβέστερα τις δανειακές απαιτήσεις του υποψήφιου πιστούχου. Βάσει των παραπάνω είναι σημαντικό για μια επιχείρηση που στηρίζεται στον τραπεζικό δανεισμό να διατηρεί μακρόχρονους και υγιείς συναλλακτικούς δεσμούς με μία τράπεζα και να ανταποκρίνεται έγκαιρα στις υποχρεώσεις της.

Κρίσιμες πληροφορίες για την αξιολόγηση της εταιρείας δίνουν οι πληροφορίες που αφορούν στην έκθεση της σε δυσμενείς συνθήκες και τις ικανότητες αντιμετώπισης αυτών. Πιο συγκεκριμένα, οι τράπεζες ελέγχουν το πόσο ευαίσθητη είναι η επιχείρηση σε απότομες αλλαγές ή διακοπή εργασιών που μπορούν να προκληθούν από απεργίες, ελλείψεις στο δίκτυο προμηθειών, αλλαγές στα καταναλωτικά πρότυπα, αρνητική διαφήμιση, κλπ. Παράλληλα ελέγχεται και το εύρος των αρνητικών επιπτώσεων μιας αλλαγής δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση σε επιχειρήσεις των οποίων τα προϊόντα είτε επηρεάζουν την υγεία των πελατών και το περιβάλλον είτε εξαρτώνται στενά από την αγοραστική δύναμη των καταναλωτών (π.χ. ενδύματα, τρόφιμα). Τέλος, για την απόκτηση μιας πιο ολοκληρωμένης εικόνας οι τράπεζες αξιολογούν και την ύπαρξη των κατάλληλων υποστηρικτικών μηχανισμών αντιμετώπισης των αλλαγών και επαναφοράς της δραστηριότητας σε παραγωγική τροχιά.

Οι προοπτικές ανάπτυξης συνιστούν την εκτιμώμενη παράμετρο που ολοκληρώνει την αξιολόγηση υπόστασης της επιχείρησης και σχετίζεται με τη δυνατότητα της επιχείρησης να αντιλαμβάνεται και να εκμεταλλεύεται ευκαιρίες ανάπτυξης, εγχώριες ή διεθνείς. Για την εκτίμηση αυτής της παραμέτρου από την τράπεζα λαμβάνονται υπόψη πληροφορίες για τις προοπτικές ανάπτυξης του συνόλου της αγοράς καθώς και εσωτερικές αλλαγές που μπορούν να επηρεάσουν τη μελλοντική πορεία της επιχείρησης. Στοιχείο που μπορεί να προσδιορίσει τόσο την ανάπτυξη της επιχείρησης όσο και τον κίνδυνο της πιστοδότησης μιας επιχείρησης αποτελεί η διαφοροποίηση των εσόδων. Πράγματι, η ποικιλία των προσφερόμενων προϊόντων

και υπηρεσιών μπορεί να βοηθήσει μια επιχείρηση να αντιμετωπίσει τη μείωση εσόδων από ένα προϊόν, ιδίως αν επηρεάζονται από διαφορετικές συνθήκες στην αγορά. Περαιτέρω η διαφοροποίηση της παρεχόμενης γκάμας προϊόντων συμβάλλει στην είσοδο της επιχείρησης σε νέες αγορές.

❖ Ποιότητα Διοίκησης

Η ανάλυση της ποιότητας της διοίκησης αποτελεί σημαντική παράμετρο για την αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας της ΜΜΕ. Στα πλαίσια αυτής ελέγχεται ένα σύνολο διοικητικών και προσωπικών χαρακτηριστικών του ιδιοκτήτη ή της διευθυντικής ομάδας όπως, οι ικανότητες, η προσαρμοστικότητα στις αλλαγές του περιβάλλοντος, οι προοπτικές διαδοχής, το ήθος και ο χαρακτήρας. Μέσω αυτής της αξιολόγησης η τράπεζα επιχειρεί να καταγράψει τους πιθανούς κινδύνους που απορρέουν από τον τρόπο διοίκησης της επιχείρησης.

Ως προς τον τρόπο οργάνωσης εξετάζεται η στελέχωση, κατά πόσο τα κατάλληλα άτομα βάσει προσόντων και δεξιοτήτων βρίσκονται στις αντίστοιχες θέσεις, όπως επίσης ο επιμερισμός των αρμοδιοτήτων και ο συντονισμός των εργασιών μεταξύ ατόμων και τμημάτων. Σημαντικό στοιχείο συνιστά και η αποτελεσματικότητα της διοίκησης, η οποία αξιολογείται με βάση τις επιδόσεις που έχει επιτύχει για μια ορισμένη περίοδο και κυρίως κατά πόσο οι αποφάσεις της συνέβαλαν στη βελτίωση της θέσης της στην αγορά. Για παράδειγμα μπορεί να ληφθεί υπόψη ο τρόπος με τον οποίο προσεγγίζει θέματα τεχνολογίας ή τιμολόγησης προκειμένου να αντιμετωπίσει τους ανταγωνιστές και να ισχυροποιηθεί.

Επίσης, η ειλικρίνεια και το συνεργατικό πνεύμα στις σχέσεις της επιχείρησης με την τράπεζα μπορούν να επηρεάσουν την απόφαση χρηματοδότησης. Συνεπώς, είναι καλό η επιχείρηση όχι μόνο να παρέχει έγκαιρα όλες τις πληροφορίες που ζητούνται αλλά και να ενημερώνει αυτοβούλως την τράπεζα για ενδεχόμενες ή πραγματοποιούμενες αλλαγές προκειμένου να οικοδομεί μακροχρόνιες σχέσεις εμπιστοσύνης με το πιστωτικό ίδρυμα. Προς επαλήθευση των παρεχόμενων πληροφοριών η τράπεζα έχει τη δυνατότητα να ζητήσει στοιχεία και από άλλα άτομα που έρχονται σε επαφή ή επηρεάζονται από τον τρόπο διοίκησης όπως τους πελάτες, τους προμηθευτές, τις ανταγωνίστριες επιχειρήσεις και τους εργαζόμενους.

Παράμετρος της ποιότητας διοίκησης συνιστούν και οι όροι διαδοχής που έχει θεσπίσει η εταιρεία, ώστε να γνωρίζει ο πιστοδότης αν υπάρχουν άτομα που θα συνεχίσουν τη δραστηριότητα και θα ανταποκριθούν στις ανειλημμένες υποχρεώσεις.

Για παράδειγμα μπορεί να εξεταστεί αν έχουν καθορισθεί οι κατάλληλοι υποψήφιοι σε περίπτωση απομάκρυνσης της υπάρχουσας διοίκησης και η ικανότητα της επιχείρησης να ανταποκριθεί σε μια τέτοια αλλαγή. Συνεπώς, όσο πιο καλά οργανωμένο είναι το σύστημα διαδοχής τόσο πιο εύκολα η τράπεζα μπορεί να πεισθεί σε χορήγηση πιστοδοτήσεων με πιο ευνοϊκούς όρους αφού εξασφαλίζεται ακόμη και υπό συνθήκες αλλαγών. Η αξιολόγηση της διαδοχής εξαρτάται επίσης και από τον αριθμό των διοικούντων ατόμων και την ηλικία τους. Είναι σημαντικό, λοιπόν, για μια μικρή επιχείρηση ενός ατόμου – το οποίο είναι και το πλέον σύνηθες στην Ελλάδα – οι δυνητικοί διάδοχοι του να έχουν μικρή ηλικία έτσι ώστε να εξασφαλιστεί η συνέχιση της λειτουργίας της επιχείρησης και να επιτύχει πιο εύκολα την τραπεζική χρηματοδότηση.

Ο χαρακτήρας του ιδιοκτήτη μιας ΜΜΕ εξετάζεται υπό το πρίσμα της αφοσίωσης στην επιχειρηματική δραστηριότητα και της παρελθούσας πιστωτικής συμπεριφοράς του. Η γνώση γύρω από το αντικείμενο της επιχείρησης, ο βαθμός προσωπικής συμμετοχής με τις καθημερινές λειτουργίες, η ύπαρξη στρατηγικού σχεδιασμού ανάπτυξης και διορατικότητας, η προσαρμοστικότητά του στις αλλαγές του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και η επιθυμία του να θυσιάσουν τα βραχυπρόθεσμα οφέλη προς χάριν μακροπρόθεσμων επιχειρηματικών πλεονεκτημάτων αποτελούν ορισμένα από τα στοιχεία που λαμβάνονται υπόψη στην αξιολόγηση της αφοσίωσης.

Ωστόσο, μεγαλύτερη βαρύτητα δίδεται στο πιστωτικό παρελθόν του υποψήφιου πιστούχου. Συγκεκριμένα, εξετάζεται το ιστορικό της συναλλακτικής συμπεριφοράς του επιχειρηματία ως προς τη συνέπεια και την εμπρόθεσμη αποπληρωμή των υποχρεώσεων του απέναντι στους πιστωτές του (τράπεζες, προμηθευτές και άλλους). Οι πληροφορίες που αφορούν στη διαχρονική πιστοληπτική ικανότητα παρέχονται από το σύστημα «Τειρεσίας».

❖ Ανάλυση κλάδου

Η ανάλυση κινδύνου του κλάδου εξετάζει ένα σύνολο παραγόντων που επηρεάζουν την πορεία ανάπτυξης του κλάδου στον οποίο δραστηριοποιείται ο υποψήφιος πιστούχος αποσκοπώντας στην αξιολόγηση του κινδύνου του κλάδου. Αυτό συμβαίνει διότι ο κίνδυνος του κλάδου συνιστά βασικό προσδιοριστικό παράγοντα της συνολικής εκτίμησης του πιστωτικού κινδύνου. Ιδιαίτερα για τις ΜΜΕ η ανάλυση του κλάδου προσφέρει σημαντικές πληροφορίες για την οικονομική τους πορεία και τις προοπτικές εξελίξεις όταν υπάρχει έλλειψη οικονομικών στοιχείων.

Η συγκεκριμένη παράμετρος επηρεάζεται από την εξέλιξη των μακροοικονομικών μεγεθών (πληθωρισμός, επιτόκια), τις συνθήκες παραγωγής και την αποδοτικότητα, τις προοπτικές ανάπτυξης και τους διαρθρωτικούς παράγοντες (ανταγωνισμός, περιβαλλοντικοί και κανονιστικοί περιορισμοί) που αφορούν στον κλάδο.

Αναφορικά με την επίδραση των μακροοικονομικών μεγεθών στην πορεία του κλάδου εξετάζονται οι κυκλικές διακυμάνσεις, η επιρροή του πληθωρισμού, των επιτοκίων και των συναλλαγματικών ισοτιμιών. Για τις κυκλικές διακυμάνσεις εξετάζεται ο βαθμός στον οποίο η ζήτηση για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες της επιχείρησης ακολουθούν τη γενική πορεία της οικονομίας. Ειδικότερα εξετάζεται κατά πόσο η αναμενόμενη πτώση της ζήτησης για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του κλάδου είναι μεγαλύτερη ή μικρότερη από το ποσοστό πτώσης της συνολικής οικονομικής δραστηριότητας. Επίσης, λαμβάνεται υπόψη αν ο κλάδος αναπτύσσει εμπορική δραστηριότητα σε ανεξάρτητες μεταξύ τους αγορές, δηλαδή αγορές με διαφορετικούς βαθμούς αντίδρασης στις γενικές οικονομικές εξελίξεις. Στην περίπτωση που συμβαίνει κάτι τέτοιο ο κλάδος είναι λιγότερο επιρρεπής στις αρνητικές οικονομικές συγκυρίες, καθώς αντισταθμίζει τα αρνητικά αποτελέσματα της μιας αγοράς με τα θετικά της άλλης.

Ο πληθωρισμός, τα επιτόκια και οι συναλλαγματικές ισοτιμίες είναι σημαντικές παράμετροι για την εκτίμηση του κινδύνου του κλάδου. Για την αξιολόγηση της επίδρασης του πληθωρισμού εξετάζεται η δυνατότητα όλων των επιχειρήσεων του κλάδου να αναπροσαρμόζουν την τιμολογιακή πολιτική ακολουθώντας τις αλλαγές στο κόστος εργασίας και πρώτων υλών. Επίσης, εξετάζεται κατά πόσο τα έσοδα και τα έξοδα του κλάδου επηρεάζονται από τα επιτόκια, δηλαδή αν η ζήτηση για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του κλάδου μεταβάλλονται ανάλογα με τα επιτόκια. Αν ο κλάδος έχει αναπτύξει εισαγωγική ή εξαγωγική εμπορική δραστηριότητα, τότε αξιολογείται ο βαθμός στον οποίο τα οικονομικά αποτελέσματα επηρεάζονται από τις διακυμάνσεις των συναλλαγματικών ισοτιμιών βάσει του ποσοστού της εξωτερικής εμπορικής δραστηριότητας προς το κόστος πωληθέντων. Όσο μεγαλύτερη η εξάρτηση του κλάδου από τους μακροοικονομικούς παράγοντες τόσο μεγαλύτερη αστάθεια χαρακτηρίζει το περιβάλλον λειτουργίας του με αποτέλεσμα να αυξάνεται ο πιστωτικός κίνδυνος χρηματοδότησης των επιχειρήσεων του εν λόγω κλάδου.

Προσδιοριστικοί παράγοντες για την εκτίμηση του κινδύνου του κλάδου αποτελούν οι συνθήκες παραγωγής και η συνολική αποδοτικότητα. Τα στοιχεία αυτά μπορούν να λειτουργήσουν και ως ενδείξεις της βιωσιμότητας του κλάδου και των

μελλοντικών προοπτικών του. Σε πρώτη φάση πρέπει να διευκρινιστεί αν ο κλάδος είναι έντασης εργασίας ή κεφαλαίου ώστε να εκτιμηθεί ο βαθμός κινδύνου κάθε κατηγορίας. Ως έντασης εργασίας χαρακτηρίζεται ένας κλάδος ο οποίος χρειάζεται μεγάλο ποσοστό εργασίας για να παράγει τα αγαθά και υπηρεσίες του. Το ποσοστό έντασης εργασίας υπολογίζεται βάσει του ποσοστού δαπανών μισθοδοσίας προς το συνολικό κόστος και του βαθμού συνδικαλιστικής οργάνωσης. Σ' αυτό το σημείο υπενθυμίζεται ότι τα στοιχεία αφορούν στον κλάδο ως σύνολο και όχι κάθε μεμονωμένη εταιρεία.

Από την άλλη πλευρά, ο χαρακτηρισμός ενός κλάδου ως έντασης κεφαλαίου, δηλαδή ενός κλάδου στον οποίο η παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών απαιτεί μεγάλα ποσά χρηματοοικονομικών και κεφαλαιουχικών στοιχείων, εξαρτάται από το ποσοστό των κερδών που επενδύονται σε πάγια στοιχεία (ακίνητα και εξοπλισμό). Μεταξύ των δύο μορφών κλάδων μεγαλύτερο πιστωτικό κίνδυνο συνεπάγεται ο έντασης κεφαλαίου δεδομένου ότι ένα μεγαλύτερο μέρος των ταμειακών ροών πρέπει να χρησιμοποιείται για τη διατήρηση των παγίων στοιχείων με αποτέλεσμα να απομένουν λιγότερα καθαρά κέρδη για την εξυπηρέτηση των λοιπών υποχρεώσεων. Περαιτέρω οι κλάδοι έντασης κεφαλαίου δεν προσαρμόζονται με ευκολία και ταχύτητα στις αλλαγές του επιχειρηματικού περιβάλλοντος λόγω της φύσης των χρησιμοποιούμενων εισροών χωρίς να παρουσιάσουν ζημίες με αποτέλεσμα να αυξάνουν τον αναλαμβανόμενο από την τράπεζα κίνδυνο.

Επίσης, κατά την εκτίμηση των συνθηκών παραγωγής λαμβάνεται υπόψη και η εξάρτηση του κλάδου από την τεχνολογία, η οποία αναφέρεται στην ανάγκη του κλάδου να ενσωματώνει τις νέες τεχνολογίες προκειμένου να παραμένει ανταγωνιστικός. Μεταξύ των στοιχείων που συνυπολογίζονται είναι η χρήση διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας από τις επιχειρήσεις του κλάδου ώστε να αποκτήσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα έναντι των υπολοίπων, η ικανότητα να εκμεταλλεύονται την τεχνολογία για την παραγωγή υποκατάστατων, καθώς και η εξάρτηση του κλάδου από τη δημιουργία νέων προϊόντων και υπηρεσιών.

Ένας ακόμη παράγοντας που διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην εκτίμηση του κινδύνου που απορρέει από τις συνθήκες παραγωγής που επικρατούν στον κλάδο συνιστά η θέση που κατέχει το προϊόν του υποψήφιου πιστούχου στην αγορά. Γι' αυτό το λόγο γίνεται διάκριση μεταξύ προσαρμοσμένων, διαφοροποιημένων και αγαθών. Ένα προσαρμοσμένο προϊόν έχει δημιουργηθεί σύμφωνα με τις οδηγίες ενός πελάτη για να καλύψει συγκεκριμένες ανάγκες με αποτέλεσμα να καθίσταται

δύσκολη η πώληση σε άλλον πελάτη. Διαφοροποιημένο καλείται ένα προϊόν, το οποίο διαθέτει χαρακτηριστικά και ιδιότητες που το ξεχωρίζουν περισσότερο ή λιγότερο από τα προϊόντα άλλων εταιρειών. Στην κατηγορία αγαθά περιλαμβάνονται εκείνα τα προϊόντα, τα οποία διατίθενται σε μία ενιαία τρέχουσα τιμή στην αγορά δραστηριοποίησης χωρίς να δίνεται η δυνατότητα στον πιστούχο να τη μεταβάλλει. Συνεπώς, με μικρότερο βαθμό κινδύνου αξιολογείται μία επιχείρηση που παράγει διαφοροποιημένο προϊόν, αφού είναι σε θέση να μεταβάλλει ευκολότερα τόσο την παραγωγή όσο και την τιμολογιακή πολιτική ώστε να ανταποκριθεί στις εξελίξεις της αγοράς, ενώ μπορεί και να ανταπεξέλθει αποτελεσματικότερα στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον. Περαιτέρω ως προς τα προσφερόμενα προϊόντα εξετάζεται η αναγνωρισιμότητα, η ποιότητα και οι γενικότερες παροχές προς τους πελάτες.

Η αξιολόγηση της αποδοτικότητας του κλάδου πραγματοποιείται μέσω διακρίβωσης του σταδίου ανάπτυξης του κλάδου, την κερδοφορία, το ποσοστό πωλήσεων και το ποσοστό πτωχεύσεων του κλάδου. Αναφορικά με το επίπεδο ανάπτυξης του κλάδου καταγράφονται πέντε διαφορετικά επίπεδα, τα οποία ενσωματώνουν διαφορετικούς βαθμούς κινδύνου για την τράπεζα. Τα στάδια ανάπτυξης που υπάρχουν είναι: πειραματικό, πρώιμης ανάπτυξης, προχωρημένης ανάπτυξης, σταθερότητας (ωριμότητας) και παρακμής. Επισημαίνεται ότι κάθε κλάδος ακολουθεί διαφορετική πορεία ανάπτυξης, γεγονός που σημαίνει ότι μπορεί είτε να περάσει διαδοχικά από κάθε στάδιο είτε να παραλείψει ορισμένα. Παρακάτω θα ακολουθήσει μια παρουσίαση των κύριων χαρακτηριστικών κάθε σταδίου καθώς και ο κίνδυνος που ενέχουν.

Το πειραματικό στάδιο αντιστοιχεί στην περίοδο εισαγωγής του προϊόντος στην αγορά ως καινοτομικού με αποτέλεσμα να περικλείουν πολύ υψηλούς κινδύνους που καθιστούν σχεδόν απαγορευτική ή πολύ ακριβή την τραπεζική δανειοδότηση. Γι' αυτό το λόγο η λειτουργία μιας επιχείρησης στο πειραματικό στάδιο στηρίζεται συνήθως στα ίδια κεφάλαια. Στο στάδιο πρώιμης ανάπτυξης η ζήτηση για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες του κλάδου αυξάνεται με μεγαλύτερο ρυθμό από την προσφορά. Οι επιχειρήσεις του κλάδου εμφανίζουν πολύ μεγάλα περιθώρια κερδοφορίας, τα οποία τους εξασφαλίζουν σχετικά μεγαλύτερη άντλησης κεφαλαίων από τον τραπεζικό τομέα. Ωστόσο, το στάδιο στο οποίο οι τράπεζες χορηγούν συνήθως περισσότερα δάνεια είναι αυτό της προχωρημένης ανάπτυξης. Σε αυτή την περίπτωση ο κλάδος αναπτύσσεται ταχύτερα από τους άλλους, συνήθως με ρυθμό

διπλάσιο από το ΑΕΠ, οπότε και η δανειοδότηση της δραστηριότητας των επιχειρήσεων του κλάδου εμπερικλείει λιγότερες επισφάλειες.

Στη συνέχεια ο κλάδος παρουσιάζει σταθερούς ή και φθίνοντες ρυθμούς ανάπτυξης, οι οποίοι περιορίζουν τις μελλοντικές προοπτικές του και αποθαρρύνουν τις τράπεζες από τη δανειοδότηση. Η μεγαλύτερη δυσκολία άντλησης κεφαλαίων εμφανίζεται στο στάδιο της παρακμής, κατά το οποίο η ζήτηση για προϊόντα και τις υπηρεσίες του κλάδου υποχωρεί, ενώ αρκετές εταιρείες εγκαταλείπουν τον κλάδο είτε μέσω κλεισίματος είτε μέσω συγχωνεύσεων. Συνεπώς οι τράπεζες αποφεύγουν κλάδους υπό αναδιάρθρωση λόγω του υψηλού ρίσκου που δημιουργεί μια τέτοια διαδικασία. Το στάδιο ανάπτυξης του κλάδου αποκτά ιδιαίτερη σημασία για μία νέα ΜΜΕ, οι οποίες αντιμετωπίζονται με μεγαλύτερη επιφυλακτικότητα από τον τραπεζικό τομέα. Με βάση τα ανωτέρω είναι σκόπιμο και ασφαλές για μία νέα επιχείρηση να επιλέξει να δραστηριοποιηθεί σε κλάδους που βρίσκονται σε πρώιμη ή προχωρημένη ανάπτυξη και παρουσιάζουν σημαντικά περιθώρια κερδοφορίας και μικρότερο κίνδυνο.

Οι επιχειρήσεις που εγκαταλείπουν τον κλάδο συνιστά μία σημαντική παράμετρο για την αξιολόγηση της αποδοτικότητας του κλάδου και του γενικότερου κινδύνου που συνεπάγεται για την τράπεζα η σύναψη συνεργασιών. Γι' αυτό το λόγο οι τράπεζες εξετάζουν το ποσοστό πτωχεύσεων του κλάδου, το οποίο αναφέρεται στην αναλογία των εταιρειών του κλάδου που σταμάτησαν τη λειτουργία την προηγούμενη χρήση. Πέρα από δείκτης της αποδοτικότητας και της λειτουργίας του κλάδου, το ποσοστό πτωχεύσεων υποδεικνύει την υπερχρέωση ενός κλάδου, την αδυναμία εξυπηρέτησης των ανειλημμένων υποχρεώσεων και την έλλειψη διοικητικής επάρκειας στη διαχείριση προβλημάτων. Επομένως, όσο μεγαλύτερο το ποσοστό πτωχεύσεων σ' ένα κλάδο τόσο περισσότερο επιφυλακτική ή και αρνητική εμφανίζεται μια τράπεζα αφού η πιθανότητα μη αποπληρωμής είναι αυξημένη.

Η τάση πωλήσεων του κλάδου και η κερδοφορία λειτουργούν ως ενδείξεις για την εκτίμηση κινδύνων του κλάδου. Η τάση των πωλήσεων συνιστά μια εκτίμηση της τρέχουσας διαμόρφωσης του γενικού επιπέδου πωλήσεων του κλάδου, για τον υπολογισμό της οποίας χρησιμοποιούνται οι τάσεις στην ονομαστική ανάπτυξη των πωλήσεων του κλάδου. Για την εκτίμηση της κερδοφορίας του κλάδου λαμβάνονται υπόψη οι τάσεις στην ονομαστική ανάπτυξη της κερδοφορίας του κλάδου υπό τις τρέχουσες συνθήκες της αγοράς. Είναι εύκολα αντιληπτό ότι η αυξανόμενη ή σταθερή κερδοφορία και τάση των πωλήσεων του κλάδου περιορίζουν τον κίνδυνο

και δημιουργούν θετικές προσδοκίες για τη μελλοντική πορεία του υποψήφιου πιστούχου προσφέροντας περισσότερες ευκαιρίες πρόσβασης στον τραπεζικό δανεισμό.

Στην αξιολόγηση του κινδύνου του κλάδου εξετάζονται και οι παράγοντες που επηρεάζουν τη διάρθρωσή του, όπως είναι ο βαθμός ανταγωνισμού στον κλάδο, η δημοσιονομική πολιτική και κανονιστικά ζητήματα. Το είδος και η ένταση του ανταγωνισμού που επικρατεί σε έναν κλάδο αποτελούν στοιχεία που επιδρούν στον τρόπο λειτουργίας του κλάδου και τη θέση του στο σύνολο της αγοράς. Για το είδος και τη δομή του ανταγωνισμού λαμβάνεται υπόψη ο βαθμός στον οποίο οι συνθήκες αγοράς προσδιορίζονται από την τιμή ή τη διαφοροποίηση του προϊόντος. Στην περίπτωση που η ζήτηση του κλάδου καθορίζεται από ποιοτικούς παράγοντες, όπως χρήση σύγχρονων μεθόδων marketing, ενσωμάτωση τεχνολογίας, ποιότητα προϊόντος, ο ανταγωνισμός είναι περισσότερο ήπιος και χαμηλότερου κινδύνου σε σχέση με έναν κλάδο όπου η ζήτηση καθορίζεται κυρίως από τη ζήτηση (π.χ. γεωργικά προϊόντα). Παράλληλα, για τον προσδιορισμό του ανταγωνιστικού κλίματος εξετάζεται και η ένταση του ανταγωνισμού μεταξύ των υπάρχοντων ανταγωνιστών από την οποία εξαρτάται και ο βαθμός κινδύνου του κλάδου. Συγκεκριμένα, ο κίνδυνος μπορεί να είναι υψηλότερος όταν στον κλάδο κυριαρχούν συχνές αλλαγές της τιμολογιακής πολιτικής μέσω εκπτώσεων, επιθετικές διαφημίσεις και εναλλασσόμενα μερίδια αγοράς. Οι παραπάνω συνθήκες δημιουργούν κλίμα αβεβαιότητας που λειτουργεί αποτρεπτικά στην τραπεζική χρηματοδότηση των επιχειρήσεων του κλάδου.

Συναφές με το βαθμό ανταγωνισμού είναι και οι φραγμοί εισόδου που επικρατούν σε έναν κλάδο, οι οποίοι καθορίζουν την ευκολία ή δυσκολία εισόδου νέων επιχειρήσεων και μπορούν να επηρεάσουν τον κίνδυνο ενός κλάδου. Αν και οι περισσότεροι περιορισμοί στην είσοδο νέων επιχειρήσεων λειτουργούν προστατευτικά για τα μερίδια αγοράς των υπάρχουσών επιχειρήσεων, εντούτοις δημιουργούν ένα περισσότερο απαιτητικό περιβάλλον λειτουργίας για τις υπάρχουσες υψηλότερου κινδύνου. Αυτό συμβαίνει διότι οι επιχειρήσεις οφείλουν να προβαίνουν σε επενδύσεις εκσυγχρονισμού τόσο για να προστατεύσουν τη θέση τους έναντι δυνητικών και υπάρχοντων ανταγωνιστών όσο και για να την ισχυροποιήσουν.

Η εκτίμηση κινδύνου ενός κλάδου μπορεί να επηρεάζεται και από την έκδοση νόμων ή αποφάσεων των εθνικών ή τοπικών αρχών μέσω των οποίων αυξάνεται ή μειώνεται η κρατική παρέμβαση στη λειτουργία της αγοράς. Συνεπώς, οι τράπεζες

αξιολογούν τις δυσμενείς επιπτώσεις που μπορεί να έχει στη λειτουργία του κλάδου η ανάμειξη ή μη του κράτους. Σε γενικές γραμμές, οι κλάδοι που εμφανίζονται περισσότερο ευάλωτοι σε κανονιστικά θέματα και κατ' επέκταση έχουν υψηλότερο κίνδυνο είναι κλάδοι φυσικών μονοπωλίων, συνθηκών επιθετικού ανταγωνισμού ή/και υψηλής έκθεσης σε κινδύνους ασφάλειας εργαζομένων. Σημαντική παράμετρος που λαμβάνεται υπόψη είναι και η περιβαλλοντική νομοθεσία, η οποία συνεπάγεται ένα πρόσθετο κόστος εφαρμογής και συμμόρφωσης. Συνεπώς, λαμβάνονται υπόψη τόσο το ύψος των επενδύσεων για τη συμμόρφωση στα περιβαλλοντικά πρότυπα του κλάδου όσο και η πιθανότητα εμφάνισης αρνητικών συνεπειών λόγω κάποιου περιβαλλοντικού προβλήματος.

Στην ανάλυση κινδύνου του κλάδου περιλαμβάνεται και η εξέταση του βαθμού στον οποίο ένας κλάδος επηρεάζεται από τη δημοσιονομική πολιτική και κατά πόσο στηρίζει τα έσοδά της σε κρατικά προγράμματα. Δεδομένου ότι τα προγράμματα κρατικής πολιτικής εναρμονίζονται με τις γενικότερες οικονομικές συνθήκες μιας χώρας και μεταβάλλονται ανάλογα με τις διακυμάνσεις της οικονομίας, ένας κλάδος με σημαντική εξάρτηση από αυτά τα προγράμματα εμφανίζει πολύ υψηλή ευαισθησία στις αλλαγές με αποτέλεσμα να λειτουργεί σε ένα δυσμενές και ευμετάβλητο συναλλακτικό περιβάλλον υψηλού κινδύνου. Το ίδιο ισχύει και για τους κλάδους που πωλούν ένα μεγάλο μέρος της παραγωγής τους στο κράτος. Συνεπώς, επιχειρήσεις που ανήκουν σε τέτοιους κλάδους αντιμετωπίζονται με μεγαλύτερη επιφύλαξη από τον τραπεζικό τομέα, αφού η έντονη εξάρτηση από τη δημοσιονομική πολιτική δεν τους εξασφαλίζει ένα σταθερό περιβάλλον λειτουργίας.

2.3.3 Καλύμματα και Εξασφαλίσεις

Οι εξασφαλίσεις και τα καλύμματα στις πιστοδοτήσεις διαδραματίζουν διττό ρόλο στην απόφαση της τράπεζας. Από τη μία πλευρά λειτουργούν ως κριτήριο χρηματοδότησης των επιχειρήσεων κυρίως ως προς την επάρκεια και την ποιότητά τους. Από την άλλη πλευρά περιορίζουν τον αναλαμβανόμενο από την τράπεζα κίνδυνο και συμβάλλουν στον υπολογισμό της ποσοστιαίας ζημίας σε περίπτωση αθέτησης καθώς και της απαιτούμενης κεφαλαιακής επάρκειας της τράπεζας.

Η μεταβλητότητα και η αβεβαιότητα του οικονομικού περιβάλλοντος μέσα στο οποίο λειτουργούν οι επιχειρήσεις καθιστούν αναγκαία τη λήψη εξασφαλίσεων ως εναλλακτικών πηγών αποπληρωμής (second way out) της χρηματοδότησης. Πρωταρχική πηγή θα πρέπει να θεωρείται η υγιής χρηματοοικονομική θέση της επιχείρησης, όπως αποτυπώνεται στις ταμειακές ροές από την επιχειρηματική δραστηριότητα του πιστούχου ή του χρηματοδοτούμενου έργου ή πάγιου στοιχείου. Συνεπώς οι εξασφαλίσεις και τα καλύμματα αποτελούν πρόσθετες εγγυήσεις έναντι του πιστωτικού κινδύνου και δεν πρέπει να αποτελούν το μοναδικό κριτήριο αποδοχής ή απόρριψης του χρηματοδοτικού αιτήματος. Οι πιο συνήθεις περιπτώσεις στις οποίες ζητούνται είναι:

- ✓ σε νέους πελάτες προς τους οποίους οι τράπεζες επιδεικνύουν μεγαλύτερη επιφυλακτικότητα,
- ✓ σε κεφαλαιουχικές εταιρείες στις οποίες ζητείται η εγγύηση των φορέων ώστε η ατομική τους περιουσία να καλύψει τους κινδύνους που αναλαμβάνει η τράπεζα,
- ✓ σε προσωπικές εταιρείες στις οποίες, αν και οι ομόρρυθμοι εταίροι ευθύνονται με το σύνολο της ατομικής περιουσίας τους για τις πράξεις της εταιρείας είναι σκόπιμο να λαμβάνονται και ως εγγυητές κυρίως για να καλύπτονται οι τράπεζες ως προς το θέμα των παραγραφών λόγω των διαφορετικών χρόνων παραγραφής των απαιτήσεων κατά των ομόρρυθμων μελών και των εγγυητών,
- ✓ όταν η οικονομική κατάσταση και λειτουργία της επιχείρησης είναι μέτρια και δημιουργούνται αμφιβολίες ως προς την ομαλή ρευστοποίηση της χρηματοδότησης
- ✓ όταν συνδέεται με τη μορφή της χρηματοδότησης, όπως στην περίπτωση χρηματοδότησης πάγιων εγκαταστάσεων,

- ✓ στην περίπτωση που ο ίδιος ο πελάτης προσφέρει εγγυήσεις ώστε να κερδίσει την εμπιστοσύνη της τράπεζας ως προς τη δυνατότητά του εξόφλησης του δανείου και να εξασφαλίσει ευνοϊκότερους όρους.

Το είδος των εξασφαλίσεων και καλυμμάτων και το ποσοστό κάλυψης που απαιτείται για μια πιστοδότηση εξαρτάται από τη χρηματοοικονομική κατάσταση και φερεγγυότητα του πιστούχου, τη διάρκεια και το ύψος της πιστοδότησης, το είδος της πιστοδότησης και το βαθμό του πιστωτικού κινδύνου. Οι εξασφαλίσεις πρέπει να λαμβάνονται πριν την ανάληψη του κινδύνου εκτός και αν ρητά αναφέρεται ότι η λήψη τους θα γίνει σε μεταγενέστερο και προκαθορισμένο χρόνο.

Τα καλύμματα και οι εξασφαλίσεις αφορούν σε περιουσιακά στοιχεία του δανειζόμενου που παρέχονται στο δανειστή ως μορφή ασφάλειας σε περίπτωση αδυναμίας του πρώτου να αποπληρώσει τις υποχρεώσεις του. Η διαφοροποίηση των δύο μορφών εγγυήσεων έγκειται στην ταχύτητα ρευστοποίησης αυτών. Συνεπώς, με τον όρο καλύμματα νοούνται τα ταχέως ρευστοποιήσιμα στοιχεία που τίθενται ως ενέχυρο για την ομαλή αποπληρωμή των πιστοδοτήσεων. Στα καλύμματα περιλαμβάνονται οι καταθέσεις σε ευρώ ή ξένο νόμισμα, τα έντοκα γραμμάτια και ομόλογα του Ελληνικού Δημοσίου, οι μετοχές εταιρειών εισηγμένων στο Χ.Α., οι επιταγές ή συναλλαγματικές πελατείας. Ως εξασφαλίσεις νοούνται τα στοιχεία που δεν είναι άμεσα ρευστοποιήσιμα όπως η υποθήκη, η εγγύηση φορέων του πιστούχου ή τρίτου, η προσημείωση υποθήκης επί ακίνητης ιδιοκτησίας του πιστούχου ή των εγγυητών. Μορφές εξασφαλίσεων αποτελούν και τα πιστωτικά παράγωγα και άλλες τεχνικές μείωσης του πιστωτικού κινδύνου.

Οι εξασφαλίσεις και τα καλύμματα μπορεί να καλύπτουν το σύνολο ή ένα μέρος της χορηγούμενης πιστοδότησης και κατ' επέκταση του κινδύνου. Το ποσοστό κάλυψης εξαρτάται από την πραγματική αξία της εξασφάλισης/καλύμματος, η οποία διαμορφώνεται κατά τη ρευστοποίηση και διαφέρει από την πραγματική. Για τον ακριβή υπολογισμό της πραγματικής αξίας απαιτείται συνεχή στατιστική παρακολούθηση και υπολογισμός του ποσοστού μείωσης της ονομαστικής αξίας.

Αυτό που πρέπει να τονιστεί είναι ότι τα καλύμματα και οι εξασφαλίσεις ως κριτήρια χρηματοδότησης λειτουργούν ως εμπόδια άντλησης κεφαλαίων για τις ΜΜΕ, οι οποίες αντιμετωπίζονται ως υψηλότερου κινδύνου. Κυρίως, αρνητική διάσταση έχουν για τους νέους επιχειρηματίες, οι οποίοι συχνά αδυνατούν να ανταποκριθούν στο συγκεκριμένο τραπεζικό αίτημα λόγω έλλειψης περιουσιακών στοιχείων.

2.4 Η Επιρροή του Συμφώνου της Βασιλείας II στη Χρηματοδότηση των ΜΜΕ

Οι εξελίξεις που σημειώθηκαν στον χρηματοπιστωτικό τομέα από τη δεκαετία του 1970 και συνεχίζονται μέχρι σήμερα (απελευθέρωση αγοράς χρήματος, ανάπτυξης τεχνολογίας, νέα χρηματοδοτικά εργαλεία) δημιούργησαν ποικίλες εστίες κινδύνου για τις τράπεζες. Αποτέλεσμα ήταν η αναγνώριση της ανάγκης να δημιουργηθεί ένα αξιόπιστο ρυθμιστικό πλαίσιο για τη λειτουργία του τραπεζικού συστήματος με παγκόσμια εμβέλεια. Υπό αυτές τις συνθήκες ιδρύθηκε το 1974 από τους διοικητές των κεντρικών τραπεζών της Ομάδας των 10 κρατών (G10) η Επιτροπή της Βασιλείας για την Τραπεζική Εποπτεία, η οποία υποστηρίζεται από την Τράπεζα Διεθνών Διακανονισμών (Bank for International Settlements). Κύριος στόχος είναι η σταθερότητα του διεθνούς χρηματοπιστωτικού συστήματος και η διαμόρφωση ίσων όρων ανταγωνισμού σε διεθνές επίπεδο.

Μία από τις πιο σημαντικές ενέργειες της Επιτροπής συνιστά η καθιέρωση κανόνων αναφορικά με την κεφαλαιακή επάρκεια των διεθνών τραπεζών ώστε να περιορίζεται ο αναλαμβανόμενος κίνδυνος. Το ισχύον σύστημα κανόνων κεφαλαιακής επάρκειας διαμορφώθηκε σταδιακά από το 1988 με τη δημοσίευση του Συμφώνου της Βασιλείας για την Κεφαλαιακή Επάρκεια, γνωστό και ως Βασιλεία I (International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards or Basel I). Το Σύμφωνο τροποποιήθηκε και συμπληρώθηκε το 1998, ενώ τον Ιούνιο 2004 η Επιτροπή εξέδωσε το νέο Σύμφωνο (Βασιλεία II/ Basel II) με ισχύ μέχρι το 2017.

Στόχος του νέου Συμφώνου είναι να επιβάλλει κανόνες που θα ενισχύουν την ικανότητα απορρόφησης ζημιών από πλευράς τραπεζών στην περίπτωση που οι μη προβλέψιμοι κίνδυνοι εκδηλωθούν. Το νέο εποπτικό πλαίσιο καθιέρωσε τρεις άξονες ή πυλώνες:

- ❖ τις μεθόδους υπολογισμού των ελάχιστων κεφαλαιακών απαιτήσεων έναντι του πιστωτικού και λειτουργικού κινδύνου (Πυλώνας I),
- ❖ την καθιέρωση αρχών, κριτηρίων και διαδικασιών για το διαρκή έλεγχο της επάρκειας των ιδίων κεφαλαίων και των συστημάτων διαχείρισης κινδύνων από τα ίδια τα πιστωτικά ιδρύματα και την εποπτική αρχή (για την Ελλάδα η Τράπεζα της Ελλάδος) (Πυλώνας II)
- ❖ την καθιέρωση κανόνων γνωστοποίησης οικονομικών και άλλων στοιχείων προς τρίτους για την ορθότερη και πληρέστερη ενημέρωση με σκοπό την ενίσχυση της διαφάνειας και της πειθαρχίας της αγοράς (Πυλώνας III).

Το νέο Σύμφωνο επιφέρει σημαντικές αλλαγές στην πιστωτική πολιτική των τραπεζών και ιδιαίτερα έναντι των ΜΜΕ. Σύμφωνα με τα νέα δεδομένα τα πιστωτικά ιδρύματα είναι υποχρεωμένα να σχηματίζουν βαθμολογίες και για την πιστοληπτική ικανότητα των ΜΜΕ. Αυτές προκύπτουν από την εξέταση ποσοτικών και ποιοτικών κριτηρίων, τα οποία προβλέπονται στο νέο Σύμφωνο και είναι κοινά για όλα τα πιστωτικά ιδρύματα. Η εν λόγω διαδικασία αποσκοπεί στην ακριβέστερη μέτρηση του πιστωτικού κινδύνου, από τον οποίο θα εξαρτάται τόσο το ελάχιστο ύψος ιδίων κεφαλαίων που θα τηρούν οι τράπεζες όσο και το κόστος δανεισμού των πιστούχων.

Όσον αφορά στις ΜΜΕ, το ισχύον Σύμφωνο αναγνώρισε το νευραλγικό ρόλο των ΜΜΕ στις οικονομίες των χωρών και προέβη σε αλλαγές στον τρόπο υπολογισμού της απαιτούμενης κεφαλαιακής επάρκειας ώστε να βελτιώσει την πρόσβαση των ΜΜΕ στην τραπεζική χρηματοδότηση. Υπό το προηγούμενο καθεστώς δεν υπήρχε διαφοροποίηση του τρόπου υπολογισμού της κεφαλαιακών απαιτήσεων για πιστωτικά ανοίγματα μεταξύ μεγάλων και μικρομεσαίων επιχειρήσεων, με αποτέλεσμα οι ΜΜΕ να βρίσκονται σε δυσμενέστερη θέση ως προς τις απαιτήσεις χρηματοδότησης (υψηλότερο κόστος και αποζημιώσεις λόγω χαμηλότερης βαθμολογίας). Επισημαίνεται ότι η διαφορετική αντιμετώπιση που επιφυλάσσει το νέο Σύμφωνο για τις ΜΜΕ απορρέει από το γεγονός ότι ο κίνδυνος χρηματοδότησης τους είναι μικρότερος λόγω του μεγάλου αριθμού τους και του μικρού ύψους των δανείων με αποτέλεσμα την ευρύτερη διάχυση του κινδύνου.

Σύμφωνα με το εποπτικό πλαίσιο της Βασιλείας II, οι ΜΜΕ μπορούν να ενταχθούν είτε στο χαρτοφυλάκιο λιανικής τραπεζικής (ΜΜΕ-retail) είτε στο χαρτοφυλάκιο των επιχειρήσεων (ΜΜΕ-corporate) βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων. Το ποσοτικό κριτήριο διαφοροποίησης είναι το συνολικό άνοιγμα της επιχείρησης, το οποίο δεν πρέπει να υπερβαίνει το 1 εκατ. € προκειμένου η ΜΜΕ να χαρακτηριστεί ως retail. Σε διαφορετική περίπτωση, άνοιγμα μεγαλύτερο από 1 εκατ. € και κύκλος εργασιών μεταξύ 5 και 50 εκατ. €, χαρακτηρίζονται ως corporate και προβλέπεται μείωση των κεφαλαιακών απαιτήσεων βάσει ειδικού συντελεστή προσαρμογής των κεφαλαιακών απαιτήσεων στο μέγεθος της επιχείρησης.

Επίσης για την κατηγοριοποίηση των ΜΜΕ προβλέπεται και η ικανοποίηση ποιοτικών κριτηρίων με βασικότερο τη διαχείριση των αιτημάτων και της πιστοληπτικής αξιολόγησης. Συγκεκριμένα για να συμπεριληφθεί στο χαρτοφυλάκιο λιανικής ένα δάνειο προς ΜΜΕ θα πρέπει η τράπεζα να μην το παρακολουθεί μεμονωμένα αλλά ως μέρος ενός χαρτοφυλακίου με ομοειδή χαρακτηριστικά.

Αντιθέτως, ένα δάνειο MME περιλαμβάνεται στο χαρτοφυλάκιο των επιχειρήσεων όταν η διαχείριση των αιτημάτων ακολουθεί την εξατομικευμένη διαδικασία.

Οι αλλαγές του νέου εποπτικού πλαισίου επηρεάζουν και την εσωτερική λειτουργία των MME. Προκειμένου οι τράπεζες να αξιολογούν με ορθότητα τις MME, οι τελευταίες πρέπει να παρέχουν τα απαραίτητα στοιχεία με ακρίβεια και ταχύτητα, τα οποία θα αποτελούν πλέον κριτήρια αξιολόγησης και θα βαθμολογούνται. Επομένως, είναι σκόπιμο και συμφέρον για τις MME να προβούν στην κατάλληλη αναμόρφωση των εσωτερικών δομών λειτουργίας τους, ώστε να αποκτήσουν οργάνωση και υποδομές υψηλού επιπέδου για να μπορούν να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις του νέου χρηματοπιστωτικού περιβάλλοντος. Επίσης, οι MME που επιδεικνύουν συνέπεια στις αποπληρωμές των οφειλών τους, διατηρούν τα πιστοδοτικά ανοίγματά τους στα συμφωνημένα όρια και παρέχουν επαρκή καλύμματα και εξασφαλίσεις θα διατηρήσουν μια υγιή σχέση με τις τράπεζες επιτυγχάνοντας καλύτερη πιστοληπτική αξιολόγηση και χαμηλότερο κόστος.

2.5 Ανακεφαλαίωση

Η χρηματοδότηση των MME αποτελεί την πιο κρίσιμη διαδικασία για τη λειτουργία και την ανάπτυξή τους. Αν και προτιμούν τη χρήση ιδίων κεφαλαίων εντούτοις αυτό δεν είναι πάντα δυνατό με αποτέλεσμα να καταφεύγουν στον τραπεζικό δανεισμό. Η πρόσβαση και χρηματοδότηση από τον τραπεζικό τομέα υπακούει σε συγκεκριμένα αντικειμενικά κριτήρια με σκοπό την επιλογή των πιο ασφαλών και επικερδών επιχειρηματικών σχεδίων. Για τις MME ιδιαίτερη σημασία έχει η ικανοποίηση των κριτηρίων που αναφέρονται στη ρευστότητα της επιχείρησης, την ποιότητα της διοίκησης και τον κλάδο δραστηριοποίησης όπως επίσης και η επάρκεια των εγγυήσεων. Ωστόσο, στα πλαίσια της οικονομικής κρίσης τα τραπεζικά κριτήρια χρηματοδότησης έχουν καταστεί πιο αυστηρά στην προσπάθεια των τραπεζών να προστατευθούν από τις επισφάλειες. Τα κριτήρια που εμφανίζουν τη μεγαλύτερη μεταβολή και ελέγχονται περισσότερο είναι το πιστωτικό παρελθόν (στοιχεία από Τειρεσία και ύπαρξη άλλων δανείων), η ρευστότητα και η κερδοφορία, η παροχή εμπράγματων εξασφαλίσεων, ο κλάδος στον οποίο ανήκει, οι οικονομικές επιδόσεις σε σχέση με τον κλάδο και η σχέση με την τράπεζα. Αυτή η κατάσταση έχει δυσχεράνει περαιτέρω την πρόσβαση των MME, κυρίως των νέων, στην τραπεζική χρηματοδότηση με αποτέλεσμα να είναι πλέον αναγκαία η εύρεση και αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών χρηματοδότησης των δραστηριοτήτων τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΜΜΕ

3.1 Εισαγωγή

Αν και οι ΜΜΕ εξακολουθούν να επιλέγουν την αυτοχρηματοδότηση ή τον τραπεζικό δανεισμό ως τους κύριους τρόπους χρηματοδότησης, οι παρούσες συνθήκες οικονομικής αβεβαιότητας, περιορισμένης διάθεσης τραπεζικών δανείων και ρευστότητας καθιστούν αναγκαία, αν όχι επιτακτική, την αξιοποίηση των εναλλακτικών εργαλείων χρηματοδότησης. Η ανάπτυξη της χρηματοπιστωτικής αγοράς προσφέρει νέους, εναλλακτικούς τρόπους χρηματοδότησης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων με κεφάλαια που προέρχονται από το Ελληνικό Δημόσιο, την Ευρωπαϊκή Ένωση, χρηματοδοτικούς φορείς εκτός των τραπεζών και ιδιώτες επενδυτές. Βασικό χαρακτηριστικό αυτών είναι η προσαρμοστικότητα τους στις σύγχρονες απαιτήσεις των ΜΜΕ. Εξάλλου, και η ΕΕ μέσω των πολιτικών στήριξης των ΜΜΕ προωθεί αυτές τις νέες μορφές χρηματοδότησης (mezzanine funding, venture capitals, business angels) με στόχο την προσαρμογή τους στις νέες συνθήκες και τη βιώσιμη ανάπτυξή τους.

3.2 Εναλλακτικές Μορφές Χρηματοδότησης των ΜΜΕ από τον Τραπεζικό Τομέα

Εναλλακτικές του τραπεζικού δανεισμού μορφές χρηματοδότησης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων των ΜΜΕ προσφέρει και ο τραπεζικός τομέας στις οποίες περιλαμβάνονται τα ομολογιακά δάνεια, τα κοινοπρακτικά δάνεια, η έκδοση εγγυητικών επιστολών και άνοιγμα ενέγγυων πιστώσεων όψεως.

3.2.1 Ομολογιακά Δάνεια

Ομολογιακό καλείται ένα δάνειο που εκδίδεται από ανώνυμη εταιρεία (εκδότρια) με έδρα την Ελλάδα και διαιρείται σε ομολογίες που αντιπροσωπεύουν τα δικαιώματα των ομολογιούχων (επενδυτές-δανειστές) έναντι της εκδότριας εταιρείας. Η απόφαση για την έκδοση λαμβάνεται από το ΔΣ της εκδότριας εταιρείας και περιέχει τους όρους του δανείου, την ονομαστική αξία και τον αριθμό των ομολογιών, το χρόνο εξόφλησης των υποχρεώσεων. Με την ίδια απόφαση ορίζεται μια τράπεζα ως εκπρόσωπος των ομολογιούχων, η οποία εισπράττει τα κεφάλαια για την εξόφληση των υποχρεώσεων. Το τοκομερίδιο καταβάλλεται σε καθορισμένα διαστήματα μέχρι τη λήξη του ομολογιακού δανείου, ενώ με τη λήξη επιστρέφεται το σύνολο του κεφαλαίου στους επενδυτές. Τα ομολογιακά δάνεια πρέπει να είναι εγγυημένα με ενεχυρίαση ή υποθήκη επί συγκεκριμένου περιουσιακού στοιχείου, το οποίο είναι συνήθως τα πάγια ενεργητικά (ακίνητα). Στην Ελλάδα, τα ομολογιακά δάνεια πρέπει να είναι ασφαλισμένα μαζί με τους τόκους με υποθήκη ακινήτων του οποίου η αξία πρέπει να είναι μεγαλύτερη από αυτή του δανείου.

Οι ομολογίες είναι χρεόγραφα, τα οποία ενσωματώνουν έντοκη απαίτηση κατά της εταιρείας και αποτελούν τμήματα του δανειζομένου ποσού, καθένα από τα οποία αντιστοιχεί στην ονομαστική αξία της ομολογίας. Σε αντίθεση λοιπόν με τη μετοχή, η ομολογία δεν ενσωματώνει μετοχική σχέση, ούτε πηγάζουν από αυτή δικαιώματα διοικήσεως, αλλά περικλείει απλώς μια απαίτηση που αντιστοιχεί σε τμήμα του χρέους της εταιρείας. Οι ομολογιούχοι επομένως είναι κατηγορία εταιρικών δανειστών, οι δε ομολογίες, ως αξιόγραφα, είναι ελεύθερα μεταβιβάστες, εκτός αν ορίζεται διαφορετικά στους όρους του δανείου. Με την επιφύλαξη των όρων του δανείου ή της κείμενης νομοθεσίας η εκδότρια ΑΕ μπορεί να αποκτήσει δικές της ομολογίες, χωρίς περιορισμούς, τις οποίες μπορεί να διαθέσει εκ νέου.

3.2.2 Κοινοπρακτικά Δάνεια

Τα κοινοπρακτικά δάνεια είναι συνήθως μακράς διάρκειας και σημαντικού ύψους, τα οποία αποσκοπούν στον επιμερισμό του πιστωτικού κινδύνου. Στην ελληνική πρακτική χρησιμοποιείται η μορφή της τραπεζικής κοινοπραξίας εμπράγματης περιουσιακής βάσης. Σε αυτή την περίπτωση, η δανειοδότηση πραγματοποιείται από έναν όμιλο τραπεζών, κάθε μία από τις οποίες χορηγεί ένα τμήμα του συνολικού δανείου αναλαμβάνοντας την υποχρέωση μόνο γι' αυτό το τμήμα. Μία ή περισσότερες από τις συνεργαζόμενες τράπεζες αναλαμβάνει το ρόλο της οργανώτριας, η οποία αξιολογεί το αίτημα, συντάσσει το ενημερωτικό και συντονίζει τις ενέργειες. Η διάρκεια αυτών κυμαίνεται από 3 έως 5 έτη και η αποπληρωμή του μπορεί να γίνει είτε σε δόσεις με ή χωρίς περίοδο χάριτος είτε με εξόφληση κατά τη λήξη του δανείου. Τα κοινοπρακτικά δάνεια απευθύνονται, κυρίως, σε επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών πάνω από 10 εκατ. €, δηλαδή επιχειρήσεις μεσαίου μεγέθους.

3.2.3 Εγγυητικές Επιστολές

Οι εγγυητικές επιστολές αποτελούν μορφή πιστοδότησης που αποσκοπεί στη διευκόλυνση των συναλλαγών λειτουργώντας ως μέσο μεταφοράς «πίστης» και όχι χρήματος. Ως εγγυητική επιστολή νοείται η έγγραφη της τράπεζας (εγγυητής) προς κάποιον τρίτο (δικαιούχος της εγγύησης) με την οποία αναλαμβάνει την υποχρέωση καταβολής του ποσού που αναφέρεται στην εγγυητική ως αποζημίωση στην περίπτωση που το πρόσωπο (φυσικό ή νομικό) υπέρ του οποίου έχει εγγυηθεί αδυνατεί να εκπληρώσει τις υποχρεώσεις. Πιστούχο της εγγυητικής αποτελεί ο αιτών υπέρ του οποίου εγγυάται η τράπεζα. Ωστόσο, στην περίπτωση κατάρτησης της εγγυητικής, αυτή μπορεί να μετατραπεί σε δάνειο εφόσον η εξόφλησή της πραγματοποιηθεί από την τράπεζα. Ανάλογα με τον κίνδυνο που φέρουν μπορούν να κατηγοριοποιηθούν σε: εγγυητικές επιστολές υψηλού, μεσαίου, χαμηλού και μηδενικού κινδύνου.

3.2.4 Ενέγγυες Πιστώσεις Όψεως ή Με Προθεσμίας Λήξης

Ενέγγυος πίστωση καλείται κάθε συμφωνία, βάσει της οποίας η τράπεζα, αναλαμβάνει την εκπλήρωση συγκεκριμένων καθηκόντων που της έχει αναθέσει ο πελάτης (εντολέας πίστωσης) σύμφωνα με τις οδηγίες του. Συγκεκριμένα, η τράπεζα μπορεί να προβεί σε πληρωμή προς τρίτο μέρος, να εγγυηθεί συναλλαγματικές του πιστούχο ή να εξουσιοδοτήσει άλλη τράπεζα να προβεί στις παραπάνω ενέργειες υπό την προϋπόθεση τήρησης των όρων της πίστωσης (Letter of credit).

3.3 Εναλλακτικές Μορφές Χρηματοδότησης των ΜΜΕ εκτός Τραπεζικού Τομέα

Εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης προέρχονται και από φορείς εκτός του τραπεζικού χώρου μέσω της δραστηριοποίησης άλλων χρηματοδοτικών οργανισμών και ιδιωτών επενδυτών. Συνήθως το κριτήριο χρηματοδότησης αυτών των φορέων είναι οι επενδύσεις σε νέες τεχνολογίες και καινοτομικά προϊόντα. Στις νέες μορφές χρηματοδότησης περιλαμβάνονται η χρηματοδοτική μίσθωση, η σύμβαση πρακτορείας απαιτήσεων, τα επιχειρηματικά κεφάλαια συμμετοχών, οι επιχειρηματικοί άγγελοι, η νέα χρηματιστηριακή αγορά, τα μικροδάνεια. Ειδικότερα:

3.3.1 Χρηματοδοτική Μίσθωση – Leasing

Η χρηματοδοτική μίσθωση αποτελεί μία εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης που απευθύνεται σε επιχειρήσεις, οι οποίες επιθυμούν να αποφύγουν το μακροχρόνιο τραπεζικό δανεισμό ή αντιμετωπίζουν προβλήματα αρχικής ρευστότητας. Κύριο αντικείμενο αυτής της μορφής χρηματοδότησης είναι η απόκτηση πάγιων στοιχείων (εξοπλισμού και ακινήτων) για επαγγελματική χρήση χωρίς η επιχείρηση να διαθέσει δικά της κεφάλαια. Κατά τη διάρκεια της σύμβασης η εταιρεία leasing έχει την πλήρη κυριότητα των χρηματοδοτημένων στοιχείων και παραχωρεί τη χρήση τους στο μισθωτή για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα έναντι ενός συμφωνημένου μισθώματος. Μετά τη λήξη της σύμβασης ο μισθωτής έχει τρεις επιλογές: να ανανεώσει τη μίσθωση, να εξαγοράσει το πάγιο στοιχείο έναντι συμβολικού αντιτίμου ή να το επιστρέψει στον εκμισθωτή.

Η χρηματοδοτική μίσθωση προσφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα στις ΜΜΕ που επιλέγουν να τη χρησιμοποιήσουν. Η διαδικασία ολοκλήρωσης μιας αίτησης leasing είναι ταχύτερη και λιγότερο δαπανηρή από τον τραπεζικό δανεισμό δίνοντας στην επιχείρηση να κινηθεί ανάλογα με τις ανάγκες της, ενώ δεν απαιτείται προσημείωση ή άλλου είδους εξασφάλιση, αφού εγγύηση της εταιρείας leasing αποτελεί το ίδιο το ακίνητο ή ο εξοπλισμός. Από τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα συνιστά η εξοικονόμηση των κεφαλαίων των ΜΜΕ, καθώς παρέχει 100% χρηματοδότηση του νέου εξοπλισμού ή ακινήτου χωρίς να απαιτείται ίδια συμμετοχή βελτιώνοντας τη ρευστότητα των επιχειρήσεων. Περαιτέρω συμβάλλει στην καλύτερη εικόνα της οικονομικής κατάστασης της επιχείρησης και συγκεκριμένα της κεφαλαιακής

διάρθρωσης δεδομένου ότι η αγορά μέσω leasing δεν καταγράφεται στις υποχρεώσεις της. Η ειδική φορολογική νομοθεσία που διέπει το leasing (έκπτωση μέρους ή του συνόλου του μισθώματος ως δαπάνη από το εισόδημα, η απαλλαγή από το φόρο μεταβίβασης ακινήτου) και η κάλυψη που προσφέρει έναντι του κινδύνου τεχνολογικής απαξίωσης συντελούν τόσο στην καλύτερη οικονομική θέση της επιχείρησης όσο και στην αποτελεσματικότερη αξιοποίηση του τεχνολογικού εξοπλισμού της. Πλεονέκτημα αποτελεί το γεγονός ότι η διάρκεια και το ύψος του μισθώματος προσδιορίζονται βάσει των οικονομικών δυνατοτήτων της επιχείρησης επιτρέποντας τον αποδοτικότερο προγραμματισμό και έλεγχο αφού τα μισθώματα είναι προκαθορισμένα για ολόκληρη την περίοδο της σύμβασης.

Παρά τα σημαντικά σημαντικά πλεονεκτήματα της χρηματοδοτικής μίσθωσης δεν πρέπει να παραβλεφθούν τα μειονεκτήματά της, τα οποία πρέπει να λάβε υπόψη μια επιχείρηση πριν την τελική της απόφασης. Τα κυριότερα είναι ότι ο μισθωτής χάνει την υπολειμματική αξία, δηλαδή δε μετατρέπεται σε ιδιοκτήτης του περιουσιακού στοιχείου μετά τη λήξη της σύμβασης, μειονέκτημα που μετριάζεται εφόσον προβλέπεται στη σύμβαση η αγορά του σε χαμηλότερη τιμή. Το κόστος αυτής της μορφής χρηματοδότησης μπορεί να είναι υψηλότερο από αυτό του τραπεζικού δανεισμού, καθώς το κόστος εξαρτάται από τα επιτόκια της τραπεζικής αγοράς και τη μη ύπαρξη ανταγωνισμού στην αγορά leasing. Ο μισθωτής αναλαμβάνει όλους τους έκτακτους κινδύνους και υπόκειται σε συχνό έλεγχο για τη διαπίστωση της καλής λειτουργικής κατάστασης του εξοπλισμού από την εταιρεία leasing. Τέλος χάνει το πλεονέκτημα της απόσβεσης δεδομένου ότι το αντικείμενο της χρηματοδοτικής μίσθωσης δεν περιλαμβάνεται στα περιουσιακά στοιχεία και κατά συνέπεια δεν αποσβένεται.

Η χρηματοδοτική μίσθωση περιλαμβάνει διάφορα προγράμματα μεταξύ των οποίων μπορεί να επιλέξει η επιχείρηση αυτό που ανταποκρίνεται στις ανάγκες της. Αυτά είναι: η απλή χρηματοδοτική μίσθωση (direct leasing), η πώληση και επαναμίσθωση (sale and lease back- με στόχο την αντιμετώπιση προβλημάτων ρευστότητας μέσω της πώλησης των πάγιων στοιχείων στην εταιρεία leasing και της επαναμίσθωσης μετατρέποντας σε κεφάλαιο κίνησης τα κεφάλαια που έχουν επενδυθεί σε αυτά τα πάγια) και η συνεργασία μεταξύ εταιρείας leasing, προμηθευτή και μισθωτή (vendor leasing- συμβάλλει στην αύξηση των πωλήσεων και των δύο μερών, αφού ο προμηθευτής πωλεί στην εταιρεία leasing, σε τιμή μετρητοίς, τον εξοπλισμό που επιθυμεί ο μισθωτής, ο οποίος στη συνέχεια τον μισθώνει μέσω της

εταιρείας leasing). Σημειώνεται ότι εταιρείες leasing διαθέτουν όλοι οι τραπεζικοί οργανισμοί που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα.

3.3.2 Σύμβαση Πρακτορείας Απαιτήσεων – Factoring

Η πρακτόρευση απαιτήσεων λειτουργεί συμπληρωματικά προς τον παραδοσιακό τραπεζικό δανεισμό προσφέροντας νέες υπηρεσίες. Ασκείται από τις τράπεζες και τις ανώνυμες εταιρείες, οι οποίες έχουν αυτό ως αποκλειστικό σκοπό. Ουσιαστικά, το factoring είναι μια συμβατική σχέση ανάμεσα σε έναν πράκτορα και έναν προμηθευτή (επιχείρηση-πιστούχος) μέσω της οποίας ο προμηθευτής εκχωρεί στον πράκτορα την ευθύνη της είσπραξης των επιχειρηματικών απαιτήσεων των οφειλετών- πελατών του. Παράλληλα, ο πράκτορας αναλαμβάνει την υποχρέωση της λογιστικής παρακολούθησης και είσπραξης των απαιτήσεων, τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων βάσει προεξόφλησης των εκχωρημένων απαιτήσεων και τη δυνατότητα ασφαλιστικής κάλυψης. Η διαδικασία του factoring περιλαμβάνει τις εξής ενέργειες: 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 απευθύνεται στους πελάτες της επιχείρησης ώστε να εισπράξει την αξία των τιμολογίων. Οι επιχειρήσεις μπορούν να χρησιμοποιήσουν αυτή τη μέθοδο χρηματοδότησης όταν θέλουν να χρηματοδοτήσουν άμεσα τρέχουσες ανάγκες και δε διαθέτουν εμπράγματα εξασφαλίσεις, όταν έχουν μεγάλες ζημίες από αφερέγγυους πελάτες, όταν οι όροι προμήθειας είναι ασύμφοροι ή οι διαδικασίες είσπραξης απαιτήσεων δαπανηρές.

Πρόκειται για μια μορφή χρηματοδότησης που απευθύνεται κυρίως σε μικρομεσαίες και μεταποιητικές επιχειρήσεις, οι οποίες αναπτύσσονται δυναμικά με συστηματική εξαγωγική παρουσία ή δε διαθέτουν οργανωμένο τμήμα λογιστικής παρακολούθησης και είσπραξης των απαιτήσεων. Με τη χρήση αυτού του θεσμού οι ΜΜΕ βελτιώνουν τη ρευστότητά τους, καθώς μπορούν να χρηματοδοτήσουν άμεσα τις τρέχουσες ανάγκες με την προεξόφληση βραχυπρόθεσμων επιχειρηματικών απαιτήσεων και χωρίς να απαιτούνται εμπράγματα εγγυήσεις. Βελτίωση της ρευστότητας μπορεί να προκύψει και από τη μείωση του κόστους, αφού η

συγκεκριμένη χρηματοδότηση δεν καθίσταται άμεσα ληξιπρόθεσμη, όπως επίσης και από τη δυνατότητα παροχής ευνοϊκότερων πληρωμών στους προμηθευτές. Δεδομένης της εκχώρησης των απαιτήσεων στην εταιρεία πρακτόρευσης η MME είναι σε θέση να επιτύχει την αποτελεσματικότερη διαχείριση των επιχειρηματικών απαιτήσεων μέσω της μείωσης των χρονοβόρων και κοστοβόρων διαδικασιών αξιολόγησης, παρακολούθησης, ελέγχου, διαχείρισης και είσπραξης αυτών βελτιώνοντας κατ' αυτό τον τρόπο την παραγωγικότητά της. Τέλος, η βελτίωση της εικόνας του ισολογισμού και των οικονομικών καταστάσεων σε συνδυασμό με τον περιορισμό των κινδύνων και την ασφάλιση των απαιτήσεων μπορεί να οδηγήσει σε βελτίωση της πιστοληπτικής ικανότητας και φερεγγυότητας της μικρομεσαίας επιχείρησης. Από την άλλη πλευρά πρέπει να αναφερθεί το υψηλό κόστος της μεθόδου πρακτόρευσης απαιτήσεων, όπως επίσης και η πιθανότητα δημιουργίας προβλημάτων με τους πελάτες λόγω της επιθετικής πολιτικής πολιτικής είσπραξης της εταιρείας factoring.

3.3.3 Κεφάλαιο Επιχειρηματικών Συμμετοχών – Venture capitals

Η χρηματοδότηση με venture capital χορηγείται από τις αντίστοιχες Εταιρείες Κεφαλαίου Επιχειρηματικών Συμμετοχών, οι οποίες αποτελούν χρηματοπιστωτικές εταιρείες και αποσκοπούν στη συμμετοχή στο μετοχικό κεφάλαιο επιχειρήσεων μη εισηγμένων στο χρηματιστήριο. Η εν λόγω συμμετοχή πραγματοποιείται μέσω αύξησης ή εξαγοράς μέρους του μετοχικού κεφαλαίου είτε μέσω άλλων χρηματοοικονομικών στοιχείων, όπως η έκδοση προνομιούχων μετοχών ή μετατρέψιμων ομολογιακών δανείων. Στόχος των εταιρειών venture capitals είναι η άντληση κερδών από την υπεραξία των μετοχών που δημιουργείται από την ανάπτυξη των επιχειρήσεων, τις οποίες ρευστοποιούν σε προσυμφωνημένο χρόνο (πριν τη λήξη της επένδυσης, η οποία έχει συνήθως διάρκεια από 3-5 έτη και συνήθως μετά την είσοδο της επιχείρησης στο χρηματιστήριο) και προσυμφωνημένο τρόπο (π.χ. με την πώληση των μετοχών ή την εισαγωγή τους στη δευτερογενή αγορά).

Το ενδιαφέρον των venture capitals επικεντρώνεται στους τομείς της νέας οικονομίας (υψηλή τεχνολογία, ενέργεια) χωρίς να απορρίπτονται οι παραδοσιακοί τομείς που, όμως, ενσωματώνουν τις νέες τεχνολογίες. Κατά ανάλογο τρόπο απευθύνονται σε μη εισηγμένες, μικρομεσαίες εταιρείες που βρίσκονται στο αρχικό

στάδιο ανάπτυξης αλλά διαθέτουν σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης και επιχειρηματικά σχέδια υψηλών αποδόσεων λόγω των καινοτομικών προϊόντων και υπηρεσιών, της ανταγωνιστικότητας του κλάδου, της ικανότητας της διοίκησης, κ.ά. Η χρηματοδότηση μπορεί να δοθεί και σε υφιστάμενες εταιρείες, οι οποίες παρουσιάζουν δυναμικότητα και υψηλούς και ταχείς ρυθμούς ανάπτυξης δίνοντας τους κίνητρο να στραφούν προς τον εκσυγχρονισμό.

Για τις ΜΜΕ, η χρήση αυτής της πηγής άντλησης κεφαλαίων έχει σημαντικά πλεονεκτήματα έναντι του παραδοσιακού τραπεζικού δανεισμού, καθώς συμβάλλει στην εξοικείωση και προσαρμογή τους με το νέο οικονομικό περιβάλλον. Πιο συγκεκριμένα, η ΜΜΕ δεν υποχρεούται σε παροχή εγγυήσεων για το χορηγούμενο κεφάλαιο, όπως συμβαίνει με τις τράπεζες με αποτέλεσμα να μπορεί να χρηματοδοτήσει ευκολότερα τις επιχειρηματικές ιδέες της. Αντίθετα, η εταιρεία venture capital συμμετέχει στο ρίσκο της επένδυσης από κοινού με την επιχείρηση, οπότε σε περίπτωση αποτυχίας δε διεκδικεί επιστροφή χρημάτων. Η συγκεκριμένη μορφή χρηματοδότησης έχει μέσο-μακροπρόθεσμο ορίζοντα δημιουργώντας ισχυρή κεφαλαιακή βάση για τη μελλοντική ανάπτυξη. Σημαντικό πλεονέκτημα για τις ΜΜΕ συνιστά το γεγονός ότι οι εταιρείες venture capitals δεν περιορίζονται μόνο στην παροχή κεφαλαίων (όπως οι τράπεζες), αλλά παρέχουν συμβουλές σε θέματα στρατηγικού σχεδιασμού, διοικητικής και χρηματοοικονομικής οργάνωσης συμβάλλοντας στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων. Άμεσα συνδεδεμένο με το παραπάνω εμφανίζεται η αξιοποίηση από τις ΜΜΕ των δικτύων επαφής της εταιρείας venture capitals με σκοπό την προσέλκυση πελατών ή προμηθευτών, τη μεταφορά τεχνογνωσίας και τη σύναψη συμμαχιών.

3.3.4 Επιχειρηματικοί Άγγελοι – Business angels

Με τον όρο «επιχειρηματικοί άγγελοι» νοούνται ιδιώτες επενδυτές, οι οποίοι διαθέτουν όχι μόνο χρηματικά κεφάλαια αλλά και χρόνο, εμπειρία, τεχνογνωσία σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις που παρουσιάζουν προοπτικές ανάπτυξης. Συνεπώς, λειτουργούν τόσο ως επενδυτές με σκοπό το οικονομικό κέρδος όσο και ως ενεργό μέλος της εταιρείας παρέχοντας ανεπίσημα συμβουλευτικές υπηρεσίες. Τα κριτήρια με τα οποία οι επενδυτές επιλέγουν τις επιχειρήσεις είναι ποικίλα με κυριότερο αυτό

της γεωγραφικής εγγύτητας, δηλαδή επιλέγουν επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην τοπική κοινωνία ώστε να παρακολουθούν καλύτερα τις επιδόσεις τους.

Αν και ο θεσμός δεν είναι διαδεδομένος και θεσμοθετημένος στην Ελλάδα, εντούτοις μπορεί να αποτελέσει διέξοδο στην έλλειψη ρευστότητας που βιώνουν οι ΜΜΕ τα τελευταία 3 χρόνια. Η χρήση αυτού του χρηματοδοτικού εργαλείου προσφέρει σημαντικά πλεονεκτήματα σε σχέση με τον παραδοσιακό τραπεζικό δανεισμό, καθώς δεν απαιτεί τους ελέγχους και τις εγγυήσεις που ζητούν οι τράπεζες διευκολύνοντας τις ΜΜΕ στην προσπάθεια επέκτασης και εκσυγχρονισμού. Αυτό έχει ιδιαίτερη σημασία για τους νέους επιχειρηματίες με καινοτόμα σχέδια που εμπεριέχουν υψηλό ρίσκο. Στην περίπτωση αυτή οι τράπεζες είτε διστάζουν να χρηματοδοτήσουν τέτοιες πρωτοβουλίες είτε ζητούν υψηλές εξασφαλίσεις καθιστώντας πρακτικά αδύνατη την επένδυση για όσους δε διαθέτουν περιουσιακά στοιχεία. Σημαντικό όφελος προκύπτει και από τη μετάδοση της διοικητικής πείρας των ιδιωτών επενδυτών, των γνώσεων σε θέματα οργάνωσης, διαχείρισης επιχειρησιακών πόρων και marketing και την αξιοποίηση του δικτύου γνωριμιών προς όφελος της επιχείρησης. Όλα αυτά δίνουν τη δυνατότητα στις ΜΜΕ να ισχυροποιήσουν τη θέση τους στην αγορά, να αποκτήσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και να επιβιώσουν στο γρήγορα μεταβαλλόμενο οικονομικό περιβάλλον. Τέλος, σημειώνεται ότι ο θεσμός των επιχειρηματικών αγγέλων χαρακτηρίζονται ως τα venture capitals των μικρών επιχειρήσεων λόγω της ομοιότητας των διαδικασιών και των πλεονεκτημάτων. Ωστόσο, τα κεφάλαια από τους επιχειρηματικούς αγγέλους είναι μικρότερα σε σχέση με αυτά των venture capitals.

3.3.5 Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων-Business Incubators & Τεχνολογικά Πάρκα-Technology Parks & Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας

Οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων αφορούν σε εταιρείες, οι οποίες παρέχουν σε νεοϊδρυόμενες επιχειρήσεις με προοπτικές γρήγορης ανάπτυξης επαγγελματικούς χώρους και εξοπλισμό, συμβουλευτικές υπηρεσίες, υπηρεσίες γραμματειακής υποστήριξης και δίκτυο επαφών. Το αντίτιμο αυτών των παροχών μπορεί να είναι ποσοστό του μετοχικού κεφαλαίου ή πληρωμές από τη νεοϊδρυόμενη επιχείρηση. Απώτερος στόχος των θερμοκοιτίδων είναι η σωστή ανάπτυξη των επιχειρήσεων σε

όρους υποδομής και οργάνωσης ώστε να είναι σε θέση να χρηματοδοτηθεί με venture capital και να επιβληθεί στην αγορά. Στην Ελλάδα, ο θεσμός αυτός προωθήθηκε λόγω των ευρωπαϊκών προγραμμάτων και κονδυλίων με αποτέλεσμα να λειτουργούν σήμερα έξι ελληνικές θερμοκοιτίδες.

Στην Ελλάδα, συχνότερη είναι η μορφή των Τεχνολογικών Πάρκων, τα οποία δημιουργούνται από φορείς (π.χ. δήμοι, επιστημονικές ενώσεις) και περιορίζονται στην παροχή εγκαταστάσεων και υπηρεσιών υποστήριξης σε νέες επιχειρήσεις. Συνήθως, προωθούν συγκεκριμένα συμφέροντα, όπως η ανάπτυξη συγκεκριμένων τεχνολογιών, μείωση της ανεργίας σε ορισμένη γεωγραφική περιοχή. Επιπρόσθετα, έχουν δημιουργηθεί Θυρίδες Νεανικής Επιχειρηματικότητας με κύριο αντικείμενο την παροχή βοήθειας σε νέους επιχειρηματίες (αξιολόγηση επιχειρηματικής ιδέας, βοήθεια στη σύνταξη ολοκληρωμένου business plan, παροχή δικτύωσης) και τη γενικότερη καλλιέργεια του επιχειρηματικού πνεύματος.

Συνδυάζοντας τη χρηματοδοτική στήριξη με τις συμβουλευτικές υπηρεσίες οι παραπάνω θεσμοί είναι σε θέση να συμβάλλουν στην ανάκαμψη των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Δίνοντας έμφαση σε επενδυτικά σχέδια νέων τεχνολογιών συμβάλλουν στην ενίσχυση του καινοτομικού πνεύματος στη χώρα, στον εκσυγχρονισμό της παραγωγικής βάσης και τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ στην εγχώρια και διεθνή αγορά.

3.3.6 Σύστημα Δικαιόχρησης – Franchising

Ως Franchising ορίζεται ένα σύστημα εμπορίας προϊόντων ή υπηρεσιών, το οποίο στηρίζεται στη συνεργασία ανάμεσα σε δύο επιχειρήσεις νομικά και οικονομικά ανεξάρτητων. Κατ' ουσία πρόκειται για μια εμπορική συνεργασία με την οποία η μία επιχείρηση (δικαιοπάροχος) παραχωρεί στην άλλη (δικαιοδόχος) το δικαίωμα χρήσης της εμπορικής επωνυμίας και σημάτων, της τεχνογνωσίας, καθώς και το δικαίωμα μεταπώλησης προϊόντων λη παροχής υπηρεσιών σε τελικούς χρήστες. Οι όροι της συνεργασίας, οι υποχρεώσεις του δικαιοπαρόχου (παροχή συμβουλών σε τεχνικά, οργανωτικά, χρηματοδοτικά, διαφημιστικά και στελεχιακά θέματα) και οι υποχρεώσεις του δικαιοδόχου (τήρηση οργανωτικών αρχών, καταβολή δικαιωμάτων) καταγράφονται στη σχετική σύμβαση.

Η χρήση αυτού του θεσμού από τις ΜΜΕ συνοδεύεται από αρκετά πλεονεκτήματα, διότι απαλλάσσονται από δαπάνες και οικονομικούς κινδύνους που θα έπρεπε να αναλάβουν στην περίπτωση ενός ολοκληρωτικά νέου ξεκινήματος. Επίσης, το γεγονός ότι στηρίζονται στην επωνυμία μιας επιχείρησης που έχει καθιερωθεί στην αγορά τους εξασφαλίζει πελατεία και ταχύτερη ανάπτυξη, ενώ μπορεί να διευκολύνει και την τραπεζική χρηματοδότησή τους.

3.3.7 Νέα Χρηματιστηριακή Αγορά

Η Νέα Χρηματιστηριακή Αγορά συστάθηκε την Ελλάδα το 1999 και λειτουργεί ως μια εναλλακτική πηγή άντλησης κεφαλαίων. Στην αγορά μπορούν να εισαχθούν δυναμικές και καινοτόμες μικρομεσαίες επιχειρήσεις που δεν συμμετέχουν στην Κύρια ή Παράλληλη Αγορά του Χρηματιστηρίου Αθηνών. Οι προϋποθέσεις εισαγωγής στη ΝΕ.Χ.Α. και οι υποχρεώσεις των εισηγμένων καθορίζονται με απόφαση του Δ.Σ. του Χρηματιστηρίου Αθηνών.

Τα οφέλη που προσφέρει αυτή η μορφή χρηματοδότησης σχετίζονται με το ανταγωνιστικό κόστος, την εύκολη πρόσβαση στη δευτερογενή αγορά κεφαλαίου και την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας των επιχειρήσεων. Περαιτέρω, μπορεί να αποτελέσει εφελκυστικό για τη μετάβαση των επιχειρήσεων στην οργανωμένη αγορά μέσω της εμπορευματοποίησης των μετοχών τους.

3.3.8 Μικροδάνεια – Microcredits

Πρόκειται για ένα νέο αναπτυξιακό και χρηματοοικονομικό εργαλείο που αποσκοπεί στην ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας μέσω της χορήγησης πιστώσεων από 5.000 μέχρι 20.000€ χωρίς εμπράγματα εξασφαλίσεις. Η αξιολόγηση διενεργείται βάσει του προφίλ και της επιχειρηματικής ιδέας. Συνήθως επικεντρώνονται σε ειδικές κατηγορίες πληθυσμού που αντιμετωπίζουν προβλήματα εισόδου στην αγορά, όπως οι γυναίκες, οι άνεργοι και τα άτομα χαμηλού εισοδήματος. Στην Ελλάδα δεν υπάρχει νομοθεσία για τη χορήγηση μικροδανείων. Ωστόσο, η τρέχουσα οικονομική συγκυρία είναι ευνοϊκή για τη θεσμοθέτηση αυτού του χρηματοδοτικού εργαλείου, αφού θα «ανακούφιζε» τις ΜΜΕ από την περιορισμένη ρευστότητα και θα τόνωνε το

ενδιαφέρον για επενδύσεις από καινοτόμους επιχειρηματίες που δε διαθέτουν τα απαραίτητα κεφάλαια.

3.3.9 Υβριδικές Μορφές Χρηματοδότησης- Mezzanine Finance

Αυτή η μορφή χρηματοδότησης αποτελεί έναν συνδυασμό δανείων με συμμετοχικά κεφάλαια για την ίδρυση, ανάπτυξη ή μεταβίβαση των ΜΜΕ και την εισαγωγή καινοτομίας. Αν και η ανάπτυξή της παραμένει περιορισμένη, είναι σημαντικό να ενισχυθεί καθώς μπορεί να προσφέρει στις ΜΜΕ τα απαραίτητα κεφάλαια για τη συνέχιση της λειτουργίας τους και την επέκτασή τους μιας για να είναι σε θέση να ανταπεξέλθουν στην οικονομική κρίση, μιας και οι στρόφιγγες του τραπεζικού δανεισμού είναι κλειστές.

3.4 Πολιτικές Στήριξης των ΜΜΕ από το Ελληνικό κράτος και την Ευρωπαϊκή Ένωση

Τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρωπαϊκή Ένωση οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις συνιστούν τον στυλοβάτη της οικονομίας. Η συμβολή τους στην παραγωγή, την απασχόληση και την οικονομική ανάπτυξη επέστησε την προσοχή των αρμόδιων, οι οποίοι προέβησαν στη δημιουργία θεσμών και προγραμμάτων για τη στήριξη των ΜΜΕ. Η παρεχόμενη στήριξη μπορεί να είναι άμεση, δηλαδή συμμετοχή στη χρηματοδότηση των επενδύσεων των επιχειρήσεων, ή έμμεση, η οποία συνίσταται σε υποστηρικτικές και συμβουλευτικές δράσεις όπως κατάρτιση στην επιχειρηματικότητα, ενημέρωση για εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης, ανάπτυξη και μεταφορά τεχνογνωσίας.

Ο κομβικός ρόλος των ΜΜΕ στην πορεία της ελληνικής οικονομίας είχε ως αποτέλεσμα την ανάληψη ενεργούς δράσης ήδη από τη δεκαετία του 1970 με τη δημιουργία του πρώτου φορέα ειδικευμένου σε θέματα οικονομικής και συμβουλευτικής στήριξης των ΜΜΕ, τον ΕΟΜΜΕΧ. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον επέδειξε και η Ευρωπαϊκή Ένωση με τη θέσπιση οργανισμών και φορέων, καθώς και την ανάληψη δράσεων που στοχεύουν στην ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας και τον εκσυγχρονισμό των ΜΜΕ ώστε να προσαρμοστούν και να επιβιώσουν στο νέο διεθνοποιημένο οικονομικό περιβάλλον. Επίσης, η στήριξη των ΜΜΕ αποτελεί ένα από τα βασικά εργαλεία για την επίτευξη του στόχου της περιφερειακής σύγκλισης. Σήμερα υπάρχει ένα ιδιαίτερο αναπτυγμένο πλέγμα πολιτικών στήριξης σε εθνικό και ευρωπαϊκό επίπεδο του οποίου η σημασία είναι αυξημένη λόγω των αρνητικών επιπτώσεων της οικονομικής κρίσης στη βιωσιμότητα των ΜΜΕ.

Παρακάτω θα παρουσιαστούν τα βασικά χαρακτηριστικά των οργανισμών και δράσεων που βρίσκονται σε λειτουργία και αποσκοπούν στην ανάκαμψη των ελληνικών ΜΜΕ.

✿ Ε.Τ.Ε.Α.Ν. (Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης)

Η ΕΤΕΑΝ ΑΕ ιδρύθηκε το 2011 αντικαθιστώντας σε όλες τις υποχρεώσεις και τα δικαιώματα την ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ και απορροφώντας τον ΕΟΜΜΕΧ του οποίου οι αρμοδιότητες μεταφέρθηκαν στη Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας. Αποτελεί το νέο δημόσιο χρηματοδοτικό φορέα με σκοπό τη στήριξη των ΜΜΕ με έμφαση στις περισσότερες καινοτόμες, εξωστρεφείς και κερδοφόρες επιχειρήσεις. Αναμένεται να

λειτουργήσει συμπληρωματικά και βελτιωτικά στην υφιστάμενη χρηματοπιστωτική αγορά προσφέροντας νέα χρηματοδοτικά εργαλεία στις ΜΜΕ διευκολύνοντας ταυτόχρονα την πρόσβασή τους σε αυτά.

Η ΕΤΕΑΝ ΑΕ συνιστά ένα ειδικό ταμείο στήριξης στο θα συγκεντρώνονται δημόσια και ιδιωτικά κεφάλαια, ενώ η στήριξη θα παρέχεται μέσω χρηματοδοτήσεων επιτοκίων για ευνοϊκά τραπεζικά δάνεια, συμμετοχής στο μετοχικό κεφάλαιο μαζί με τα επενδυτικά κεφάλαια ή παροχής εγγυήσεων για δάνεια. Δεδομένου ότι η ΕΤΕΑΝ δε λειτουργεί ως τράπεζα δεν έρχεται σε απευθείας επαφή με τις επιχειρήσεις αλλά μέσω των εμπορικών τραπεζών, οι οποίες επιλέγονται με ανοιχτό διαγωνισμό.

Ο νέος φορέας αποτελεί ένα από τα βασικά εργαλεία που χρειάζονται οι ελληνικές ΜΜΕ προκειμένου να ξεπεράσουν τα προβλήματα ρευστότητας και ανταγωνιστικότητας που αντιμετωπίζουν λόγω της παρατεταμένης οικονομικής ύφεσης. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί μέσω της ορθής αξιοποίησης των προϊόντων και υπηρεσιών που προσφέρει η ΕΤΕΑΝ ΑΕ. Συγκεκριμένα εισάγει στην ελληνική αγορά έξυπνα προϊόντα που καλύπτουν τις νέες ανάγκες των επιχειρήσεων, όπως προϊόντα ανακυκλούμενων δανείων, εγγυήσεων και αντεγγυήσεων, συνεπενδύσεων και συμμετοχών. Καινοτομία του νέου φορέα και λύση στην περιορισμένη πρόσβαση των ΜΜΕ στον τραπεζικό δανεισμό αποτελούν η προώθηση εναλλακτικών μορφών χρηματοδότησης που προσφέρει, όπως την υβριδική χρηματοδότηση, τη χρηματοδότηση αρχικών σταδίων και τη χρηματοδότηση επιχειρηματικών αγγέλων. Όλες οι δράσεις αναπτύσσονται με την αξιοποίηση άλλων πρακτικών κρατών-μελών και με τη συνεργασία την Ευρωπαϊκής Επιτροπής, του Ευρωπαϊκού Ταμείου Επενδύσεων και της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων.

Εντός της ΕΤΕΑΝ ΑΕ συστάθηκε το 2010 το Ταμείο Επιχειρηματικότητας (ΤΕΠΙΧ) ως χωριστή λογιστικά χρηματοδοτική μονάδα με σκοπό να ενισχύσει τις οικονομικά βιώσιμες ΜΜΕ όλων των κλάδων και νομικών μορφών είτε υφιστάμενες είτε υπό σύσταση. Το ΤΕΠΙΧ δεν έρχεται σε άμεση επαφή με τις επιχειρήσεις αλλά μέσω των Ενδιάμεσων Χρηματοπιστωτικών Οργανισμών, οι οποίοι είτε χορηγούν δάνεια με ευνοϊκούς όρους με τη συνεργασία του Ταμείου Δανειοδοτήσεων του ΤΕΠΙΧ είτε παρέχουν δάνεια εγγυημένα από το Ταμείο Εγγυήσεων του ΤΕΠΙΧ.

Τ.Α.ΝΕ.Ο Α.Ε. (Ταμείο Ανάπτυξης Νέας Οικονομίας)

Η ΤΑΝΕΟ ΑΕ ιδρύθηκε το 2000 στα πλαίσια του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα» του Γ'ΚΠΣ και δραστηριοποιείται στο χώρο της

ανταγωνιστικής ανάπτυξης ταμείων επιχειρηματικού κινδύνου με προσανατολισμό τις ΜΜΕ. Βασική λειτουργία της εταιρείας είναι η συγχρηματοδότηση ίδρυσης εταιρειών κεφαλαίου επιχειρηματικών συμμετοχών, οι οποίες θα επενδύουν σε καινοτόμες επιχειρήσεις που βρίσκονται σε αρχικό στάδιο. Το ΤΑΝΕΟ συμμετέχει σε αυτά τα επενδυτικά σχήματα με ποσοστό μικρότερο του 50% του κεφαλαίου και των αντίστοιχων δικαιωμάτων ψήφων. Κριτήρια αξιολόγησης των επενδυτικών σχημάτων συνιστούν η αξιοπιστία, η φερεγγυότητα και κυρίως η χρηματοδότηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων που αξιοποιούν καινοτόμες τεχνολογίες, δραστηριοποιούνται σε τομείς αιχμής (τηλεπικοινωνίες, ενέργεια, ηλεκτρονικό εμπόριο, πληροφορική) και παρουσιάζουν σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης. Εκτός από χρηματοδοτική στήριξη το ταμείο προσφέρει και συμβουλευτική – ενημερωτική υποστήριξη των ΜΜΕ ως προς τις εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης και τις επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Σήμερα λειτουργούν έντεκα αμοιβαία κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (venture capital funds), τα οποία έχουν ιδρυθεί με τη συγχρηματοδότηση του ταμείου και έχουν χρηματοδοτήσει περίπου 40 ΜΜΕ.

Ταμείο Καινοτομίας

Τον Ιούνιο του 2012 υπεγράφη η κοινή υπουργική απόφαση για τη σύσταση Ταμείου Χαρτοφυλακίου (Κεφαλαίου) με την επωνυμία «Ταμείο Καινοτομίας» ως χωριστή χρηματοδοτική μονάδα στο πλαίσιο της ΤΑΝΕΟ ΑΕ. Σκοπός του νέου ταμείου είναι η ενίσχυση καινοτόμων, δυναμικών επιχειρήσεων με έμφαση στις υψηλής τεχνολογίας με κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών μέσω αύξησης του μετοχικού κεφαλαίου τους. Επίσης, επιδιώκει την προσέλκυση επιχειρηματικών κεφαλαίων από ιδιώτες επενδυτές, τα οποία θα κατευθύνονται σε επιχειρήσεις που αναπτύσσουν δραστηριότητες τεχνολογικής καινοτομίας.

Επιλέξιμες επιχειρήσεις θα είναι οι καινοτόμες μικρομεσαίες επιχειρήσεις ανεξάρτητα από το στάδιο ανάπτυξης και έχουν ανάγκη είτε από προλειτουργικά κεφάλαια είτε από κεφάλαιο κίνησης. Τα επενδυτικά σχέδια που θα χρηματοδοτούνται πρέπει να εμπίπτουν στους πέντε τομείς που έχουν οριστεί ως τομείς προτεραιότητας λόγω των ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων που εμφανίζουν για την ανάπτυξη της χώρας: υγεία και βιοτεχνολογίες- τρόφιμα και αγροτική ανάπτυξη- ενέργεια- περιβάλλον – νανοτεχνολογίες και προηγμένα υλικά.

✿ Επενδυτικός Νόμος 3908/2011

Ο νέος επενδυτικό νόμος αποτελεί βασικό εργαλείο προώθησης των ιδιωτικών επενδύσεων εστιάζοντας στη στήριξη της ποιοτικής και αποτελεσματικής παραγωγής. Γι' αυτό το λόγο δίνει έμφαση στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των επενδύσεων που συνθέτουν το προφίλ του νέου επιχειρηματικού μοντέλου και το οποίο πρέπει να βασίζεται στην ανταγωνιστικότητα, την εξωστρέφεια, την καινοτομία, την επιχειρηματικότητα και την αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο. Προσοχή πρέπει να δοθεί στα μέτρα που σχετίζονται με τη βελτίωση της επενδυτικής θέσης των ΜΜΕ, καθώς προωθούνται οι επιχειρήσεις νέων έως 40 ετών, οι συνέργειες μεταξύ μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων σε τοπικό επίπεδο και οι καινοτόμες επιχειρήσεις. Επίσης, προβλέπει επιδοτήσεις μέχρι και 50% του συνολικού προϋπολογισμού για επενδύσεις ίδρυσης, επέκτασης και εκσυγχρονισμού, κίνητρα με φοροαπαλλαγές, επιδοτήσεις και leasing, ενώ οι διαδικασίες αδειοδοτήσεων απλοποιούνται και οι διαδικασίες αξιολογήσεις γίνονται περισσότερο διαφανείς μέσω της εισαγωγής συστήματος βαθμολόγησης βάσει ποιοτικών κριτηρίων (π.χ. συμβολή στην ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας, της εξωστρέφειας, της προστασίας του περιβάλλοντος, στην ενίσχυση της απασχόλησης και της ισόρροπης ανάπτυξης).

Οι κατηγορίες επενδύσεων που περιλαμβάνονται στο νόμο κατατάσσονται σε επενδύσεις γενικής επιχειρηματικότητας, περιφερειακής συνοχής, τεχνολογικής ανάπτυξης, νεανικής επιχειρηματικότητας, μεγάλων επενδυτικών σχεδίων, ολοκληρωμένων πολυετών επενδυτικών σχεδίων, συνεργιών και δικτύωσης. Οι ΜΜΕ μπορούν να ενταχθούν σε οποιαδήποτε από τις παραπάνω κατηγορίες (εξαιρούνται τα μεγάλα επενδυτικά σχέδια) εφόσον πληρούν τα ειδικότερα κριτήρια ετών λειτουργίας ή κύκλου εργασιών ανάλογα με το είδος και το στόχο της επένδυσης. Για παράδειγμα μια μικρομεσαία επιχείρηση που επιθυμεί να πραγματοποιήσει επένδυση τεχνολογικού εκσυγχρονισμού όπως η εισαγωγή τεχνολογιών εξοικονόμησης ενέργειας θα ενταχθεί στις επενδύσεις τεχνολογικής ανάπτυξης. Ωστόσο, στις επενδύσεις νεανικής επιχειρηματικότητας εντάσσονται αποκλειστικά επενδυτικά σχέδια ίδρυσης και λειτουργίας μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων στις οποίες συμμετέχουν με ποσοστό άνω του 50% άτομα μέχρι 40 ετών.

✿ Δράσεις Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς 2007-2013 (ΕΣΠΑ 2007-2013)

Το ΕΣΠΑ αποτελεί το αναπτυξιακό πρόγραμμα της Ελλάδας για την περίοδο 2007-2013, το οποίο διαμορφώθηκε από το ελληνικό κράτος και εγκρίθηκε από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Είναι διαρθρωμένο σε οκτώ Τομεακά Επιχειρησιακά Προγράμματα, πέντε Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα, δεκατέσσερα Προγράμματα Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας. Κατευθυντήριες του ΕΣΠΑ αποτελούν η προώθηση της καινοτομίας, της επιχειρηματικότητας, η ενίσχυση της απασχόλησης και της κοινωνικής συνοχής, ο εκσυγχρονισμός της δημόσιας διοίκησης και η προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος. Η χρηματοδότηση των έργων πραγματοποιείται μέσω της συνεργασίας των αρμόδιων ελληνικών φορέων και των ευρωπαϊκών διαρθρωτικών ταμείων (ΕΤΠΑ, ΕΚΤ, Ταμείο Συνοχής), ενώ προωθείται η δημιουργία μοντέρνων χρηματοδοτικών εργαλείων (ανακύκλωση, μόχλευση, διαχείριση κεφαλαίων), τα οποία θα οδηγούν σε επανεπένδυση σε νέων δράσεων. Για την περίοδο 2007-2013 η Ελλάδα εξασφάλισε το ποσό των 20,4 δις €.

Υπό τις νέες συνθήκες η ελληνική κυβέρνηση προέβη στην κατάρτιση Εθνικού Σχεδίου Στήριξης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Ε.Σ.Σ.ΜμΕ) 2010-2013 με στόχο να ενισχύσει τη δυναμική τους ως προς τη δημιουργία θέσεων απασχόλησης, την ανταγωνιστικότητά τους και να βελτιώσει το ρυθμιστικό πλαίσιο λειτουργίας τους. Το Ε.Σ.Σ.ΜμΕ 2010-2013 αναδεικνύει την αλλαγή νοοτροπίας πάνω σε τρεις βασικούς άξονες δράσης: την καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα, την εξωστρέφεια και τη στήριξη της ρευστότητας των ΜΜΕ. Η επικαιροποίηση του Ε.Σ.Σ.ΜμΕ 2010-2013 θα γίνεται ετησίως και με ορίζοντα τριετίας.

Οι θεσμικές παρεμβάσεις, τα υποστηρικτικά προγράμματα και τα χρηματοδοτικά εργαλεία για τη στήριξη των ΜΜΕ που ολοκληρώθηκαν ή βρίσκονται σε εξέλιξη είναι τα ακόλουθα: 1^η Δράση για την ενίσχυση μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στους τομείς μεταποίησης-τουρισμού-υπηρεσιών-εμπορίου στο πλαίσιο των ΠΕΠ, πρωτοβουλίες JEREMIE και JESSICA, ΕΠ Ανταγωνιστικότητα και Ανάπτυξη II (ΕΠΑΝ II). Παρακάτω θα παρουσιασθούν τα κυριότερα χαρακτηριστικά των παραπάνω μέτρων στήριξης των ελληνικών ΜΜΕ.

1^η Δράση για την ενίσχυση μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στους τομείς μεταποίησης-τουρισμού-υπηρεσιών-εμπορίου στο πλαίσιο των ΠΕΠ: Αποτελεί μία από τις πρώτες δράσεις που αναλήφθηκαν το 2009

για την αντιμετώπιση των προβλημάτων που προκάλεσε η οικονομική ύφεση στις ΜΜΕ. Στόχος της δράσης συνιστούσε η ενίσχυση των επιχειρήσεων για την πραγματοποίηση επενδύσεων προσανατολισμένων στην καινοτομία, το περιβάλλον, τις τεχνολογίες πληροφορικής, καθώς και την τόνωση της επιχειρηματικότητας. Επίσης διασφαλίζεται η διατήρηση και δημιουργία θέσεων απασχόλησης καθώς απευθύνεται σε υφιστάμενες και υπό σύσταση επιχειρήσεις. Οι παρεχόμενες ενισχύσεις είχαν τη μορφή κεφαλαιακής ενίσχυσης ενώ οι δημόσιες επιχορήγησεις κυμαίνονταν μεταξύ 40% και 60%. Το επιχορηγούμενο ύψος κάθε επενδυτικού σχεδίου διαφοροποιούταν ανάλογα με τη θεματική ενότητα της επένδυσης (τουρισμός, υπηρεσίες, εμπόριο, υπηρεσίες) και συνδεόταν με τον κύκλο εργασιών της επιχείρησης. Οι δαπάνες που μπορούσαν να λάβουν επιχορήγησης είχαν εκ των προτέρων προσδιοριστεί και περιλάμβαναν δαπάνες για κτίρια-εγκαταστάσεις, εξοπλισμό προστασίας περιβάλλοντος και εξοικονόμησης ενέργειας, δικαιώματα τεχνολογίας, προβολή-προώθηση, κ.ά. Η καινοτομία του προγράμματος έγκειτο στη δυνατότητα κάθε περιφέρειας να επιλέξει τις κατηγορίες επενδύσεων που θα χρηματοδοτηθούν στοχεύοντας στην αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της.

Πρωτοβουλία JEREMIE (Joint European Resources for Micro to Medium Enterprises-Κοινοί Ευρωπαϊκοί Πόροι για τις Μικρομεσαίες και τις Μεσαίες Επιχειρήσεις): Η πρωτοβουλία JEREMIE ενισχύει μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις που απασχολούν μέχρι 50 άτομα προσωπικό έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 10 εκατ. €. Μέσω της συγκεκριμένης πρωτοβουλίας δίνεται η δυνατότητα στα κράτη-μέλη να αξιοποιήσουν μέρος των πόρων των διαρθρωτικών ταμείων της ΕΕ μέσα από την εφαρμογή χρηματοοικονομικών προϊόντων ειδικά σχεδιασμένων για τις ΜΜΕ, όπως δάνεια, εγγυήσεις, συμμετοχές σε επιχειρηματικά κεφάλαια αλλά όχι επιδοτήσεις. Η χρηματοδότηση χορηγείται στις ΜΜΕ μέσω ενδιάμεσων χρηματοπιστωτικών οργανισμών (financial intermediaries), οι οποίοι στην Ελλάδα είναι η Εθνική Τράπεζα, η Εμπορική Τράπεζα και η Alpha Bank. Ο νέος τρόπος χρηματοδότησης των ΜΜΕ δύναται να έχει πολλαπλασιαστικά οφέλη για την οικονομία αφού στα κονδύλια των διαρθρωτικών ταμείων προστίθενται και ιδιωτικά-τραπεζικά κεφάλαια. Η υλοποίηση της πρωτοβουλίας στην Ελλάδα πραγματοποιείται μέσω της σύστασης Ταμείου Χαρτοφυλακίου (Jeremie Holding Fund) με διαχειριστή το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων.

Τα χρηματοοικονομικά προϊόντα που προβλέπονται από την πρωτοβουλία και προορίζονται για τη στήριξη των ΜΜΕ είναι:

Εργαλείο Επιμερισμού Κινδύνου (Funded Risk Sharing Product) για τη χορήγηση δανείων σε πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις, τα οποία θα χρηματοδοτούνται κατά 50% από κεφάλαια του Jeremie και κατά 50% από τραπεζικά κεφάλαια.

Μικροδάνεια (Microcredits) έως 25.000€ που θα απευθύνονται σε στοχευμένες πληθυσμιακές ομάδες όπως μακροχρόνια άνεργους, γυναίκες.

«Ενισχύσεις για Στήριξη Κοινωνικής Οικονομίας» με στόχο την ενίσχυση της βιώσιμης ανάπτυξης και αύξησης της αποδοτικότητας των επιχειρήσεων κοινωνικής οικονομίας όπως ενίσχυση δημιουργίας επιχειρήσεων κοινωνικής οικονομίας και λειτουργίας συμβουλευτικών δομών τέτοιων επιχειρήσεων.

«Ευνοϊκά προϊόντα για ψηφιακή σύγκλιση» που θα αφορά δράσεις δανειοδότησης, δημιουργίας seed capital, venture capital, startup capital για επιχειρήσεις τεχνολογίας με υψηλή προστιθέμενη αξία και σε ομάδες στόχους με μειωμένες εξασφαλίσεις.

Τα προγράμματα που είναι αξιοποιήσιμα αυτή την περίοδο είναι το «Επιχειρηματικότητα» και το «JEREMIE III ICT για επενδύσεις στον τομέα Τεχνολογιών Πληροφορικής και Τηλεπικοινωνιών». Το πρώτο πρόγραμμα, το οποίο ολοκληρώνεται στις 31 Δεκεμβρίου 2012, αφορά στην κάλυψη επενδυτικών σχεδίων απόκτησης πάγιων περιουσιακών στοιχείων και άλλων επιχειρηματικών αναγκών. Το δεύτερο, το οποίο ολοκληρώνεται στις 31 Μαρτίου 2013, απευθύνεται σε επιχειρήσεις που επιθυμούν να επενδύσουν σε υποδομές Πληροφορικής και Επικοινωνιών ανεξάρτητα από τον κλάδο δραστηριοποίησης του. Και για τα δύο προγράμματα ισχύουν ιδιαίτερα ευνοϊκοί όροι χρηματοδότησης, καθώς το 50% του δανείου είναι άτοκο (συγχρηματοδότηση από ΕΤΠΑ και Ελληνικό Δημόσιο) και το υπόλοιπο 50% με ευνοϊκή τιμολόγηση. Πέραν των παραπάνω στις 21 Μαρτίου 2012 υπεγράφη συμφωνία μεταξύ της Ευρωπαϊκής Τράπεζας Επενδύσεων και της Ελληνικής Κυβέρνησης με την οποία αποφασίσθηκε η επέκταση της επιλεξιμότητας των δανείων του JEREMIE και για κεφάλαιο κίνησης με ευνοϊκούς όρους αποπληρωμής για όσο το δυνατό περισσότερο επιχειρήσεις.

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα – Επιχειρηματικότητα II (ΕΠΙΑΝ II): Το συγκεκριμένο πρόγραμμα συγχρηματοδοτείται από το ΕΤΠΑ και συνιστά συνέχεια του επιχειρησιακού προγράμματος της περιόδου 2000-2006 (ΕΠΙΑΝ I). Βασικός στόχος είναι η ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της

εξωστρέφειας των επιχειρήσεων μέσω στοχευμένων δράσεων. Βασικές προτεραιότητες του προγράμματος συνιστούν η προώθηση της καινοτομίας, της έρευνας και της τεχνολογίας, η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και εξωστρέφειας, η βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, και η ολοκλήρωση του ενεργειακού συστήματος της χώρας.

Στο επίκεντρο των δράσεων του προγράμματος βρίσκονται οι ΜΜΕ, καθώς πολλές από αυτές αφορούν στην οικονομική στήριξη, τον τεχνολογικό εκσυγχρονισμό και τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος των ΜΜΕ. Η ενίσχυση νέων και μικρομεσαίων επιχειρήσεων μέσω της προώθησης δραστηριοτήτων Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης, η ενίσχυση της προσφοράς και ζήτησης υπηρεσιών έρευνας, τεχνολογίας και καινοτομίας μέσω κουπονιών καινοτομίας για ΜΜΕ και η υποστήριξη δικτύων ΜΜΕ αποτελούν δράσεις του επιχειρησιακού προγράμματος που αποσκοπούν στην προώθηση της καινοτομίας. Επίσης, στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας των ΜΜΕ περιλαμβάνονται δράσεις τόνωσης του επιχειρείν στους τομείς του περιβάλλοντος, της κοινωνικής οικονομίας, του εμπορίου, καθώς και σε στοχευμένες πληθυσμιακές ομάδες ή περιοχές που πλήττονται από ανεργία. Στην κατεύθυνση προώθησης της επιχειρηματικότητας εντάσσονται και τα ολοκληρωμένα επιχειρηματικά σχέδια για την υποστήριξη παραγωγικών επενδύσεων που ενισχύουν τη διεθνή παρουσία των επιχειρήσεων και προωθούν την τεχνολογική ή οργανωτική καινοτομία, τυποποίηση και πιστοποίηση προϊόντων και υπηρεσιών.

Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ψηφιακή Σύγκλιση: Το πρόγραμμα της περιόδου 2007-2013 αποσκοπεί στην ανάδειξη των αναπτυξιακών κατευθύνσεων και την εξειδίκευση της στρατηγικής και των μέσων για την αποδοτική και βιώσιμη αξιοποίηση των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών (ΤΠΕ) στην ελληνική οικονομία. Επιδιώκει την προώθηση της χρήσης ΤΠΕ στις επιχειρήσεις, την ενίσχυση του κλάδου των ΤΠΕ και τη δημιουργία των κατάλληλων υποδομών (π.χ. ευρυζωνικά δίκτυα). Για την καλύτερη υλοποίηση του προγράμματος και την ορθότερη αξιοποίηση των πόρων συστάθηκε η ανώνυμη εταιρεία μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα «Ψηφιακές Ενισχύσεις Α.Ε.», η οποία το 2011 συγχωνεύθηκε δια απορρόφησης από την «Κοινωνία της Πληροφορίας Α.Ε.». Το πρόγραμμα απευθύνεται σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε διάφορους τομείς όπως στον τομέα ξενοδοχείων και εστίασης, λιανικού εμπορίου, καθώς επίσης και σε επιχειρήσεις που επιδιώκουν

επενδύσεις στην ψηφιακή ασφάλεια, στο ψηφιακό ευρυζωνικό περιεχόμενο και την αξιοποίηση καινοτόμων εφαρμογών σε «έξυπνες» συσκευές κινητών επικοινωνιών (smart phones) και υπολογιστές-ταμπλέτες (tablet pc). Επιγραμματικά οι δράσεις είναι: «Ενίσχυση Επιχειρήσεων για την υλοποίηση επενδύσεων στην Ψηφιακή Ασφάλεια» (e-security), «Ενίσχυση Ξενοδοχειακών και Τουριστικών καταλυμάτων για τη δημιουργία διαδικτυακών τόπων προβολής και συστημάτων ηλεκτρονικών κρατήσεων» (digi-lodge), «Ενίσχυση επιχειρήσεων Λιανεμπορίου για την Υλοποίηση Ψηφιακών Επενδύσεων» (digi-retail), «Ενίσχυση επιχειρήσεων για την Υλοποίηση Επενδύσεων στον τομέα του Ψηφιακού Ευζωνικού περιεχομένου» (digi-content) και digi-mobile. Επισημαίνεται ότι το Μάιο του 2012 αποφασίσθηκε η αύξηση του διαθέσιμου προϋπολογισμού για τις δράσεις digi-mobile, digi-content, digi-retail, digi-lodge προκειμένου να επωφεληθούν περισσότερες επιχειρήσεις.

Πρόγραμμα Νέα Επιχειρηματική Καινοτομία:

Το συγκεκριμένο πρόγραμμα αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο για τη μετάβαση του ελληνικού μοντέλου ανάπτυξης στην καινοτομία, καθώς και για την προώθηση του επιχειρηματικού πνεύματος, την ενίσχυση της απασχόλησης και της ανταγωνιστικότητας επιχειρήσεων και προϊόντων. Το πρόγραμμα χρηματοδοτείται από το ΕΠΑΝ II του ΕΣΠΑ 2007-2013 με τη δημόσια κάλυψη να αγγίζει το 60% του συνολικού προϋπολογισμού του επενδυτικού σχεδίου. Απευθύνεται σε υφιστάμενες, νέο-ιδρυθείσες και υπό σύσταση επιχειρήσεις, οι οποίες θα μετατρέψουν μια καινοτόμο ιδέα ή/και μια κατοχυρωμένη τεχνογνωσία που δεν έχει αξιοποιηθεί σε επιχειρηματική καινοτομία.

Μέχρι σήμερα έχουν ενταχθεί στο πρόγραμμα 439 επενδυτικά σχέδια πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων, οι οποίες επιθυμούν να δραστηριοποιηθούν στις ΤΠΕ, την οικολογική καινοτομία και ενεργειακή αποδοτικότητα, τον τομέα της μεταποίησης και αλλού.

Startup Greece

Στα πλαίσια του ΕΣΠΑ 2007-2013 δημιουργήθηκε η διαδικτυακή πλατφόρμα πληροφοριών και επικοινωνίας για νέους επιχειρηματίες, το Startup Greece. Σκοπός αυτής είναι η παροχή πληροφοριών σχετικά με το νομικό πλαίσιο, τις χρηματοδοτήσεις και τα κίνητρα που υπάρχουν στην Ελλάδα, όπως επίσης και η προώθηση δημιουργίας δικτύων συνεργασίας μεταξύ ιδιωτικών και δημόσιων

φορέων (πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα, επιχειρήσεις). Καινοτομίες του νέου εργαλείου συνιστούν η δημιουργία μιας βάσης γνώσης και πληροφορίας και online κοινότητας.

Τα περισσότερα εθνικά προγράμματα στήριξης των ΜΜΕ έχουν αναληφθεί με τη συνεργασία και τη συγχρηματοδότηση της ΕΕ. Αυτό συμβαίνει γιατί και για την ευρωπαϊκή οικονομία οι ΜΜΕ αποτελούν την κινητήρια δύναμη. Γι' αυτό το λόγο η ΕΕ έχει διαμορφώσει αυτοτελή πολιτική στον τομέα των ΜΜΕ με στόχο να τις βοηθήσει να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες ανάπτυξής τους μέσω δράσεων για την προώθηση της επιχειρηματικότητας και τη δημιουργία ενός φιλικότερου επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Η πολιτική της ΕΕ περιλαμβάνει δράσεις τόσο σε διακηρυκτικό (δέσμευση για την επίτευξη στόχων) επίπεδο όσο και σε πρακτικό επίπεδο μέσω της λήψης μέτρων που συμφωνούνται σε ενωσιακό επίπεδο και συγκεκριμενοποιούνται σε εθνικό. Περαιτέρω η ΕΕ έχει αναπτύξει δικά της μέσα και εργαλεία χρηματοδότησης για να διευκολύνει την πρόσβαση των ΜΜΕ στο δανεισμό.

Ο *Ευρωπαϊκός Χάρτης για τις Μικρές Επιχειρήσεις (The European Charter for Small Enterprises)*, ο οποίος εγκρίθηκε από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Φέιρα στις 19-20 Ιουνίου, αποτελεί μία πολιτική δέσμευση των κρατών-μελών και ένα μέσο ανταλλαγής ορθών πρακτικών μεταξύ τους προκειμένου να βελτιώσουν το επιχειρηματικό περιβάλλον για τις μικρές επιχειρήσεις. Οι βασικοί στόχοι του Χάρτη είναι: η ενδυνάμωση του καινοτομικού και επιχειρηματικού πνεύματος, η βελτίωση του φορολογικού, δημοσιονομικού και διοικητικού πλαισίου, η διασφάλιση πρόσβασης στην αγορά με μείωση των απαιτήσεων, η διευκόλυνση πρόσβασης σε καλύτερα έρευνα και τεχνολογία, καθώς και στη χρηματοδότηση, και η συνεχής υποστήριξη των ΜΜΕ και ενίσχυση του διαλόγου. Μέχρι το 2005 η πρόοδος των κρατών-μελών βάσει των παραπάνω στόχων καταγραφόταν στις ετήσιες Εκθέσεις του Χάρτη, ενώ από το 2006 ενσωματώθηκε στη Στρατηγική της Λισαβόνας. Από το 2009 οι στόχοι του Χάρτη και η επικοινωνία των κρατών-μελών πραγματοποιούνται στο πλαίσιο της Πράξης για τις Μικρές Επιχειρήσεις (Small Business Act).

Τον Ιούνιο του 2008 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή υιοθέτησε την *Ευρωπαϊκή Πράξη για τις ΜΜΕ (Small Business Act)*, η οποία αποσκοπεί τόσο στη βελτίωση της γενικότερης επιχειρηματικής πολιτικής όσο και στην προώθηση της ανάπτυξης των ΜΜΕ μέσω της καταπολέμησης των εμποδίων που αντιμετωπίζουν. Η συγκεκριμένη

Πράξη τυγχάνει εφαρμογής σε όλες τις ανεξάρτητες επιχειρήσεις με λιγότερους από 250 εργαζόμενους, δηλαδή στο 99% των ευρωπαϊκών επιχειρήσεων. Στις κύριες δράσεις της Πράξης περιλαμβάνονται: η πραγματοποίηση ανάλυσης συνεπειών επί των ΜΜΕ για κάθε ευρωπαϊκό και εθνικό νομοθετικό και διοικητικό μέτρο (SME test) η διευκόλυνση της πρόσβασης στη χρηματοδότηση μέσω της προσφοράς νέων χρηματοδοτικών εργαλείων από την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων, όπως τα μικρο-δάνεια (micro-credits), η υβριδική χρηματοδότηση (mezzanine funding) και τα διασυνοριακά venture capitals · καλύτερη αξιοποίηση των πλεονεκτημάτων που προσφέρει η ενιαία αγορά μέσω της εφαρμογής του θεσμού για Ευρωπαϊκή Ιδιωτική Επιχείρηση (European Private Company) που δίνει τη δυνατότητα στις ΜΜΕ να λειτουργούν υπό ενιαίο νομοθετικό καθεστώς σε όλη την ΕΕ · δημιουργία φιλικότερου επιχειρηματικού περιβάλλοντος για τις ΜΜΕ μέσω του προγράμματος Erasmus για νέους επιχειρηματίες (Erasmus for young entrepreneurs) για την απόκτηση εμπειρίας από τον τρόπο λειτουργίας ΜΜΕ σε άλλα κράτη-μέλη · υιοθέτηση νέου κώδικα για τις δημόσιες συμβάσεις, ο οποίος διευκολύνει την πληροφόρηση των ΜΜΕ και μειώνει τις χρηματοοικονομικές απαιτήσεις και τη γραφειοκρατία. Η υιοθέτηση και εφαρμογή των δράσεων εποπτεύονται από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή σε ετήσια βάση δημοσιεύοντας την ετήσια επισκόπηση (SBA Review) στην οποία καταγράφεται η πρόοδος στη βελτίωση της θέσης των ΜΜΕ, όπως επίσης και η ανάγκη λήψης πρόσθετων δράσεων ή εντατικοποίησης των υφιστάμενων προκειμένου να διευκολυνθεί η λειτουργία και ανάπτυξη των ΜΜΕ.

Κατευθυντήρια γραμμή της ΕΕ στα πλαίσια της πολιτικής για τις ΜΜΕ συνιστά η αρχή «*Σκεφθείτε πρώτα τους Μικρούς*» (*Think Small First principle*). Σύμφωνα με αυτή την αρχή οι ευρωπαϊκές και εθνικές αρχές οφείλουν να λαμβάνουν υπόψη τις ανάγκες και τα συμφέροντα των ΜΜΕ κατά την κατάρτιση των νομοθετικών πράξεων ώστε να καθίστανται πιο φιλικές για τις επιχειρήσεις. Γι' αυτό το λόγο έχουν προβλεφθεί ποικίλα εργαλεία που εξασφαλίζουν την αποτελεσματική εφαρμογή της αρχής, όπως τη διαβούλευση με τις ΜΜΕ, την εισαγωγή ειδικών προβλέψεων για τις ΜΜΕ προκειμένου να αποφεύγεται η δυσανάλογη επιβάρυνση αυτών, τη διενέργεια αναλύσεων συνεπειών της νομοθεσίας και τις προτάσεις του Εκπροσώπου των ΜΜΕ. Η ΕΕ έχει ενσωματώσει τη συγκεκριμένη αρχή σε όλες τις ειδικότερες δράσεις της, όπως στην Ευρωπαϊκή Πράξη για τις ΜΜΕ, τη Στρατηγική της Λισαβόνας 2000-2010 και τη Στρατηγική Ευρώπη 2020 αναγνωρίζοντας τον κρίσιμο ρόλο των ΜΜΕ στην ανάπτυξη της ευρωπαϊκής οικονομίας και την απασχόληση.

Η ΕΕ ανανεώνει συνεχώς τα χρηματοδοτικά εργαλεία και προγράμματα στήριξης των ΜΜΕ ώστε να καταστούν ανταγωνιστικές και βιώσιμες στο σύγχρονο διεθνοποιημένο οικονομικό περιβάλλον. Σημαντικά προς αυτή την κατεύθυνση είναι τα μέτρα που έλαβε πρόσφατα για τη διευκόλυνση δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, όπως: η στήριξη για την προώθηση της επιχειρηματικότητας και ίδρυσης επιχειρήσεων μέσω του Ευρωπαϊκού Κοινωνικού Ταμείου (ΕΚΤ) με 2,75 δις ευρώ ως χρηματοδότηση του ΕΚΤ συν την εθνική χρηματοδότηση. Μεγάλο μέρος αυτής της χρηματοδότησης αφιερώνεται στην υποστήριξη εκκολαπτόμενων επιχειρηματιών μέσω κατάρτισης και παροχής συμβουλών καθώς και για τη διευκόλυνση πρόσβασης σε χρηματοδότηση, ο ευρωπαϊκός μηχανισμός μικροχρηματοδοτήσεων Progress με αρχικό προϋπολογισμό 103 εκ. ευρώ που αναμένεται να κινητοποιήσει συνολικό ποσό 500 εκ. ευρώ σε μικροπιστώσεις και μπορεί να οδηγήσει στη σύναψη περίπου 45.000 δανείων μέσα σε μία οκταετία και το πρόγραμμα «Erasmus Νεαροί Επιχειρηματίες» που καλύπτει όλη την ΕΕ και στηρίζει την επιχειρηματικότητα.

Ιδιαίτερη έμφαση δίνει η ΕΕ στα κεφαλαία επιχειρηματικού κινδύνου (venture capitals), τα οποία θεωρεί ως μια σημαντική πηγή χρηματοδότησης των ΜΜΕ καθώς διευκολύνουν τη δημιουργία νέων καινοτόμων επιχειρήσεων και παρακινούν τις υφιστάμενες προς ανανέωση και εκσυγχρονισμό των δομών τους. Με αυτό τον τρόπο συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη και τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Σύμφωνα με τον Ευρωπαϊκό Επίτροπο Βιομηχανίας και Επιχειρηματικότητας, κ. Ταγιάνι, «το 2010 πραγματοποιήθηκαν επενδύσεις ύψους, κατά προσέγγιση, 3,2 δις ευρώ σε περίπου 2.700 δικαιούχους εταιρείες. Με βάση τα στοιχεία για το 2009, η Σουηδία και το Βέλγιο είναι τα κράτη μέλη της ΕΕ με τις μεγαλύτερες επενδύσεις ΚΕΚ σε σύγκριση με το ΑΕΠ, με ποσοστά 0,07% και 0,06% αντίστοιχα (μέσος όρος της ΕΕ: 0,03%)». Επίσης, ο Επίτροπος εκτιμά ότι την περίοδο 2000-2004 οι εταιρείες venture capitals δημιούργησαν 600.000 θέσεις εργασίας. Παρά τη οικονομική σημασία των venture capitals δεν έχει αναπτυχθεί ακόμη μία ολοκληρωμένη αγορά στην ΕΕ στόχο προς τον οποίο κινείται το νέο νομοθετικό καθεστώς που θα εισάγει η Επιτροπή και θα διευκολύνει τις διασυνοριακές δραστηριότητες venture capitals.

Ως προς τα χρηματοδοτικά όργανα της ΕΕ που αποσκοπούν στην ενίσχυση των ΜΜΕ, αυτά είναι Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (ΕΤΕπ), Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων (ΕΤΕ) και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ). Χρηματοδοτικά εργαλεία του ΕΤΕ συνιστούν το επιχειρηματικό κεφάλαιο και οι εγγυήσεις, τα οποία είναι συμπληρωματικά των συνολικών δανείων που χορηγεί η

ΕΤΕπ στους ενδιάμεσους χρηματοπιστωτικούς φορείς για τη χρηματοδότηση των ΜΜΕ. Η χρηματοδότηση του επιχειρηματικού κεφαλαίου πραγματοποιείται μέσω συμμετοχών στο κεφάλαιο εταιρειών κεφαλαίου επιχειρηματικών συμμετοχών και φυτωρίων επιχειρήσεων. Το ΕΤΕ δεν επενδύει άμεσα στις ΜΜΕ αλλά μέσω των ενδιάμεσων χρηματοδοτικών φορέων.

Το ΕΤΠΑ χρησιμοποιείται από τις ΜΜΕ που αναζητούν χρηματοδότηση για επενδύσεις με τοπικό προσανατολισμό. Συμβάλλει στη χρηματοδότηση επενδύσεων για έρευνα και τεχνολογία, χρήση τεχνολογιών επικοινωνιών και πληροφορικής, υιοθέτηση βιώσιμων και φιλικών προς το περιβάλλον μεθόδων παραγωγής, καθώς και παραγωγικών επενδύσεων που συντελούν στη διατήρηση ή δημιουργία θέσεων απασχόλησης. Τέλος, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή με τη συνεργασία δημόσιων και ιδιωτικών εταιρών έχει δημιουργήσει τα Ευρωπαϊκά Κέντρα Επιχειρήσεων και Καινοτομιών (ΕΚΕ). Στόχος αυτών είναι η παροχή υπηρεσιών εκπαίδευσης, χρηματοδότησης, μεταφοράς τεχνογνωσίας σε ΜΜΕ που επιθυμούν να επενδύσουν σε τομείς τεχνολογικών καινοτομιών.

3.5 Ανακεφαλαίωση

Η χρηματοπιστωτική αγορά προσφέρει πλέον μία μεγάλη ποικιλία χρηματοδοτικών εργαλείων, τα οποία μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως πηγές άντλησης κεφαλαιακών πόρων από τις ΜΜΕ. Όλες έχουν πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα, γι' αυτό οι επιχειρήσεις πρέπει να τα σταθμίσουν και να επιλέξουν εκείνη που ανταποκρίνεται στις ανάγκες που θέλουν να καλύψουν. Για παράδειγμα, μία επιχείρηση που επιθυμεί να προβεί σε αγορά ή εκσυγχρονισμό του εξοπλισμού της μπορεί να επιλέξει τη μέθοδο της χρηματοδοτικής μίσθωσης ώστε να μην επιβαρυνθεί με το κόστος αγοράς. Από την άλλη πλευρά αν στόχος είναι η κάλυψη τρεχουσών αναγκών και η διαχείριση αφερέγγυων πελατών προτιμότερη είναι η πρακτόρευση απαιτήσεων λόγω της ταχύτητας στη χορήγηση του αιτούμενου ποσού και της εξειδικευμένης γνώσης. Στην περίπτωση νέων ή υφιστάμενων επιχειρήσεων με προσανατολισμό στους τομείς νέων τεχνολογιών κεφάλαια μπορούν να αναζητήσουν από επιχειρηματικούς αγγέλους και τις εταιρείες επιχειρηματικών συμμετοχών ή μέσω της υβριδικής χρηματοδότησης. Σε θεσμικό επίπεδο υπάρχει ένα ολοκληρωμένο δίκτυο εθνικών και ευρωπαϊκών φορέων που προωθούν εξειδικευμένα προγράμματα στήριξης των ΜΜΕ τόσο σε χρηματοδοτικό επίπεδο όσο και σε τεχνικό και συμβουλευτικό.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΕΡΕΥΝΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΩΝ ΜΜΕ

4.1 Μεθοδολογία Έρευνας

4.1.1. Στόχος Έρευνας

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε προκειμένου να τεκμηριώσει εμπειρικά τα θεωρητικά ευρήματα σχετικά με την πιστοδοτική πολιτική των ελληνικών τραπεζών απέναντι στις ΜΜΕ. Στόχος αυτής είναι η καταγραφή τη σημασία που αποδίδουν οι τράπεζες στις διάφορες κατηγορίες κριτηρίων χρηματοδότησης, τους λόγους που τις κρατούν επιφυλακτικές έναντι των τραπεζών καθώς και τις μεταβολές που προκάλεσε στην πιστοδοτική τους πολιτική η οικονομική κρίση.

4.1.2. Δειγματοληπτική Μέθοδος και Μέγεθος Δείγματος

Στην παρούσα έρευνα χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος δειγματοληψίας σκοπιμότητας ή κρίσης χωρίς πιθανότητα (non probability purposive or judgment sampling) βασικό χαρακτηριστικό της οποίας είναι ότι το δείγμα δεν επιλέγεται τυχαία αλλά σκόπιμα. Η συγκεκριμένη μέθοδος χρησιμοποιείται όταν ο πληθυσμός αποτελείται από διαφορετικούς τύπους μονάδων και με διαφορετικούς βαθμούς προσιτότητας. Σε αυτές τις περιπτώσεις ο ερευνητής προβαίνει στην επιλογή ενός δείγματος τυπικών μονάδων, το οποίο κατά την κρίση του περιλαμβάνει τα κατάλληλα άτομα που θα του παρέχουν τις απαραίτητες πληροφορίες. Συνήθως το δείγμα αποτελείται από άτομα που βρίσκονται άμεσα στη διάθεση του ερευνητή και εξυπηρετούν τις ανάγκες της έρευνας.

Ειδικότερα, η έρευνα απευθύνεται στις τράπεζες που έχουν κεντρικά γραφεία ή υποκαταστήματα στην Αττική και δραστηριοποιούνται στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας είτε είναι ελληνικής ιδιοκτησίας είτε θυγατρικές ξένων επιχειρήσεων. Η επιλογή τους έγινε μετά από έρευνα στο διαδικτυακό τους τόπο ως προς τα χρηματοδοτικά προϊόντα (αποκλείστηκαν χρηματιστηριακές-επενδυτικές και τράπεζες ειδικών συμφερόντων) και ως προς το εύρος δραστηριοποίησης (εθνικό ή τοπικό). Τελικά, στην έρευνα επιλέχθηκαν να συμμετάσχουν 22 τράπεζες εκ των οποίων μόνο 13 δέχθηκαν να συμμετάσχουν απαντώντας στο ερωτηματολόγιο ενώ οι

υπόλοιπες αρνήθηκαν λόγω εμπιστευτικότητας των αιτούμενων στοιχείων ή φόρτου εργασίας (Παράρτημα ΙΙΙ).

4.1.3. Εργαλείο Δειγματοληψίας

Για τη συλλογή των πληροφοριών έγινε χρήση ερωτηματολογίου (βλ. Παράρτημα ΙΙ), το οποίο χαρακτηρίζεται ως άμεσο και δομημένο λόγω της φύσης των υποβαλλόμενων ερωτήσεων. Το κύριο πλεονέκτημα αυτού του τύπου ερωτηματολογίου είναι η εύκολη συμπλήρωση και η αντικειμενική ανάλυση των απαντήσεων. Ως μειονέκτημα μπορεί να αναφερθεί η αδυναμία εναλλακτικών απαντήσεων των ερωτώμενων κάτι που μετριάστηκε με τη χρήση της κατηγορίας «άλλο» όπου ήταν αναγκαίο.

Η δημιουργία του ερωτηματολογίου προέκυψε από τη σύνθεση ερωτημάτων, τα οποία είχαν υποβληθεί σε έρευνα της Κεντρικής Τράπεζας της Κύπρου προς τις επιχειρήσεις και σε έρευνα της Παγκόσμιας Τράπεζας για την τραπεζική χρηματοδότηση των ΜΜΕ (Δεκέμβριος 2006). Το ερωτηματολόγιο χωρίστηκε σε δύο μέρη: στο πρώτο καταγράφονται τα γενικά χαρακτηριστικά της πιστοδοτικής πολιτικής των τραπεζών και στο δεύτερο οι μεταβολές που επήλθαν λόγω της οικονομικής κρίσης.

Επισημαίνεται ότι η πιστοδοτική πολιτική συνιστά κρίσιμο και εμπιστευτικό πεδίο της γενικότερης επιχειρηματικής πολιτικής των τραπεζών. Γι' αυτό το λόγο οι ερωτήσεις αναφέρονται στα γενικώς αναγνωρισμένα χαρακτηριστικά της τραπεζικής χρηματοδοτικής πολιτικής και δεν υπεισέρχονται σε λεπτομέρειες ώστε να μην έρθουν σε δύσκολη θέση οι ερωτώμενοι και να αποφευχθεί ο κίνδυνος αποκάλυψης της ταυτότητας ή της πολιτικής της συμμετέχουσας τράπεζας. Ως εκ τούτου για λόγους ευθιξίας και αναγνώρισης της συμβολής των τραπεζικών στελεχών στην έρευνα θα τηρηθεί απόλυτη εχεμύθεια ως προς την ταυτότητα των συμμετεχουσών τραπεζών.

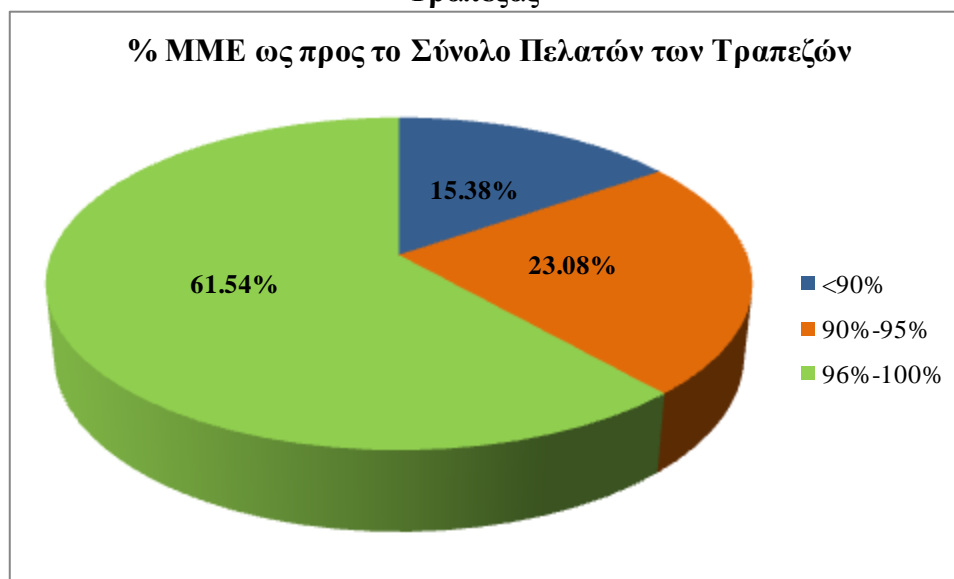
Η μέθοδος συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου ήταν η ηλεκτρονική αποστολή μετά από τηλεφωνική επικοινωνία. Η επιλογή της ανωτέρω μεθόδου κρίθηκε περισσότερο αποτελεσματική σε σχέση με την τηλεφωνική συνέντευξη ή την ταχυδρομική αποστολή, καθώς ο ερωτώμενος προσεγγίζεται πιο άμεσα αυξάνοντας τις πιθανότητες συμμετοχής.

4.2 Ανάλυση Αποτελεσμάτων Έρευνας

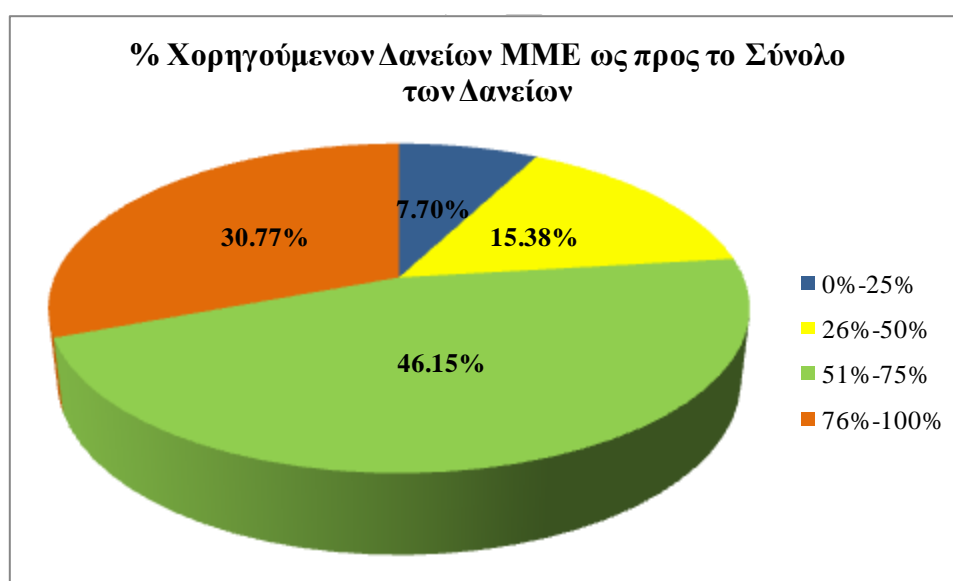
Παρακάτω θα παρουσιασθούν σε μορφή γραφημάτων τα κυριότερα αποτελέσματα της έρευνας, τα οποία καταδεικνύουν τη στάση των τραπεζών απέναντι στα αιτήματα χρηματοδότησης των ΜΜΕ και τις μεταβολές τους λόγω της οικονομικής κρίσης.

Ένα από τα πιο αξιοσημείωτα ευρήματα της έρευνας που προέκυψε κυρίως από τις προσωπικές συνεντεύξεις των τραπεζικών στελεχών είναι ότι όλες οι τράπεζες ακολουθούν διαφορετικό ορισμό των ΜΜΕ από τον επίσημο ευρωπαϊκό. Συγκεκριμένα ορίζουν ως ΜΜΕ τις επιχειρήσεις με ετήσιο κύκλο εργασιών μέχρι 2,5 εκατ. €, καθώς στην ελληνική οικονομία σπάνια επιχειρήσεις εμφανίζουν τα όρια του κύκλου εργασιών που προσδιορίζονται σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Λόγω του μεγάλου αριθμού των ΜΜΕ όλες οι συμμετέχουσες στην έρευνα τράπεζες (100%) απάντησαν ότι διαθέτουν ξεχωριστό τμήμα για την αξιολόγηση των δανειακών απαιτήσεων των ΜΜΕ. Από αυτές η πλειοψηφία (61,54% των ερωτηθέντων) απάντησε πως οι ΜΜΕ αποτελούν το 96%-100% του συνόλου των πελατών τους που χρησιμοποιούν ποικίλες υπηρεσίες της τράπεζας και όχι μόνο δάνεια (Γράφημα 1). Σε αυτό το σημείο διευκρινίζεται ότι οι απαντήσεις στο ερώτημα «Ποιο είναι το ποσοστό των ΜΜΕ που αποτελούν πελάτες σας;» βάσει της ελληνικής πραγματικότητας σύμφωνα με την οποία περίπου το 99% είναι ΜΜΕ και μόνο 1% κατατάσσεται στην κατηγορία των μεγάλων επιχειρήσεων. Ως προς τη συμμετοχή των δανείων των ΜΜΕ στο συνολικό δανειακό χαρτοφυλάκιο, στο 46,15% των ερωτηθέντων τα δάνεια των ΜΜΕ εμφανίζουν ποσοστό συμμετοχής 51%-75%, στο 30,77% η συμμετοχή των δανείων των ΜΜΕ είναι 75%-100% ενώ το δανειακό χαρτοφυλάκιο των ΜΜΕ ως προς το συνολικό καταλαμβάνει μεταξύ 0%-25% για το 7,70% των ερωτηθέντων και μεταξύ 26%-50% για το υπόλοιπο 15,38% (Γράφημα 2).

Γράφημα 4.1: Ποσοστό MME-Πελατών ως προς το Σύνολο των Πελατών της Τράπεζας



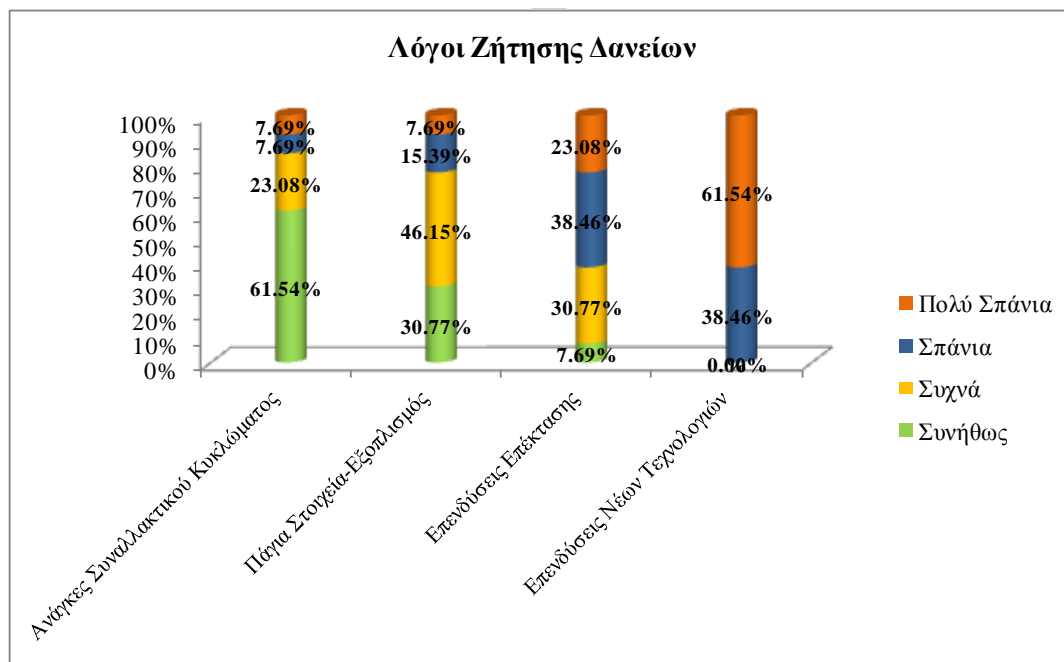
Γράφημα 4.2: Ποσοστό Χορηγούμενων Δανείων προς τις MME ως προς το Σύνολο των Δανείων της Τράπεζας



Στα τραπεζικά στελέχη ζητήθηκε να εκτιμήσουν τη συχνότητα εμφάνισης τεσσάρων κατηγοριών-λόγων ζήτησης δανείων από τις MME. Αυτοί οι λόγοι είναι: ανάγκες του συναλλακτικού κυκλώματος, πάγια στοιχεία-εξοπλισμός επενδύσεις επέκτασης και επενδύσεις σε νέες τεχνολογίες (Γράφημα 3). Σύμφωνα με τα αποτελέσματα η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (61,54%) κατέδειξε ως το συνηθέστερο λόγο για τον οποίο ζητούν οι MME τραπεζικό δάνειο την κάλυψη των

αναγκών του συναλλακτικού τους κυκλώματος, δηλαδή την κάλυψη των τρεχουσών λειτουργικών αναγκών τους. Επίσης, η πλειοψηφία των ερωτηθέντων (61,54%) υποστήριξε ότι δάνεια για ενσωμάτωση νέων τεχνολογιών ζητούνται πολύ σπάνια από πλευράς MME. Ως προς τα δάνεια για πάγια εξοπλισμό, τα περισσότερα στελέχη (46,15% των ερωτηθέντων) απάντησαν ότι είναι ο δεύτερος πιο συχνός λόγος ζήτησης δανείων από τις MME, τα δάνεια για επέκταση δραστηριοτήτων ζητούνται σπάνια (38,46% των ερωτηθέντων σημείωσαν την απάντηση «σπάνια») ενώ ο πιο σπάνιος λόγος δανείου αποτελεί το δάνειο για επενδύσεις σε νέες τεχνολογίες σύμφωνα με το 61,54% των ερωτηθέντων. Παρά το γεγονός ότι τα τραπεζικά δάνεια αποτελούν την πρώτη επιλογή των MME όταν αναζητούν εξωτερική χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων και της ανάπτυξής τους, εντούτοις η πλειοψηφία των τραπεζικών στελεχών αναγνώρισαν την επιθυμία των MME να ενημερωθούν για τις εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης που προσφέρει η τράπεζα (84,61% των ερωτηθέντων απάντησαν ότι οι ιδιοκτήτες δείχνουν ενδιαφέρον να ενημερωθούν για τις εναλλακτικές μορφές).

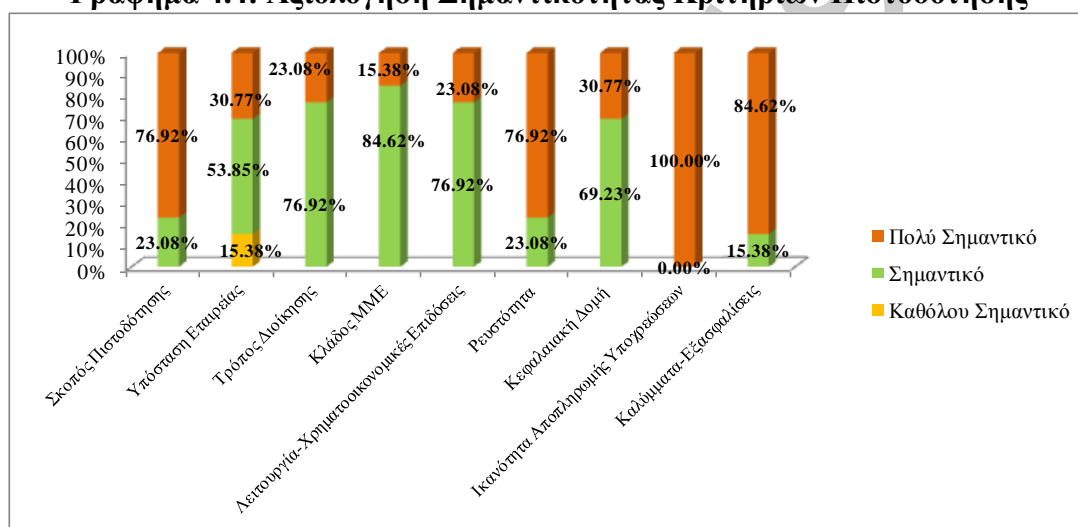
Γράφημα 4.3: Συχνότητα Εμφάνισης των Λόγων Ζήτησης Δανείων



Μία από τις σημαντικότερες ερωτήσεις που τέθηκε στα τραπεζικά στελέχη αναφέρεται στην αξιολόγηση των κριτηρίων χρηματοδότησης, τα οποία εξετάζουν πριν χορηγήσουν δάνειο στις MME (Γράφημα 4). Όλα τα στελέχη αναγνώρισαν ως

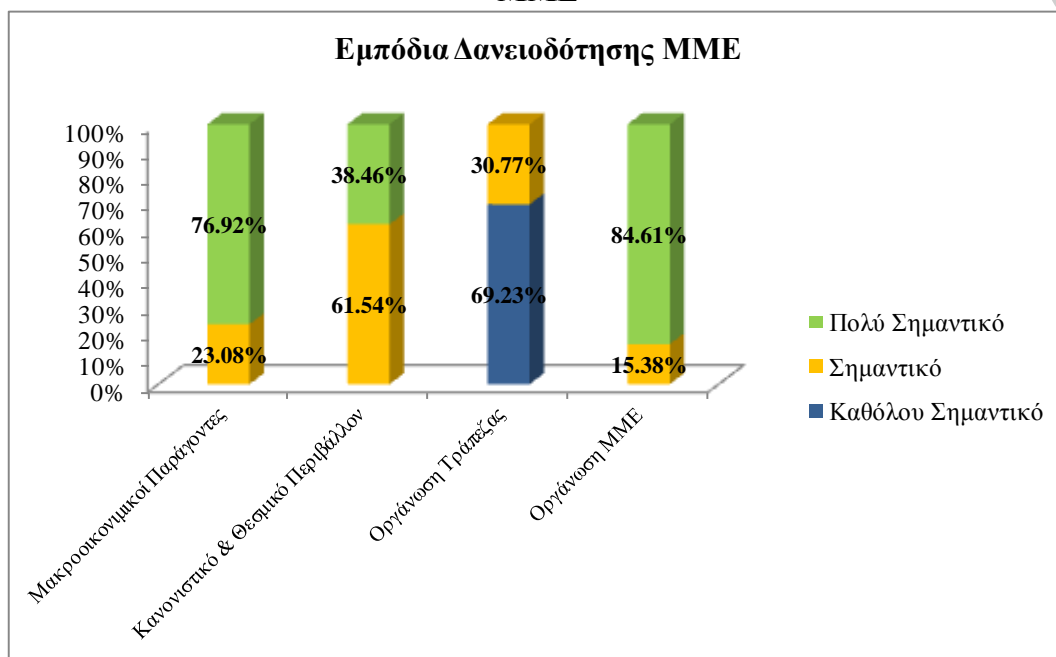
πολύ σημαντικό την ικανότητα της επιχείρησης να αποπληρώσει τις υποχρεώσεις της (100% των ερωτηθέντων) όπως επίσης και την επάρκεια των καλυμμάτων-εξασφαλίσεων που παρέχει η επιχείρηση (84,62% των ερωτηθέντων) και η ρευστότητά της (79,62%). Περαιτέρω ως σημαντικά κριτήρια από τη μεγάλη πλειοψηφία των ερωτηθέντων αναδείχθηκαν ο τρόπος διοίκησης (79,62%), ο κλάδος δραστηριοποίησης της επιχείρησης (84,62%) – τα αποκαλούμενα και ποιοτικά κριτήρια – καθώς και οι χρηματοοικονομικές επιδόσεις (76,92%) και η κεφαλαιακή δομή (69,32%).

Γράφημα 4.4: Αξιολόγηση Σημαντικότητας Κριτηρίων Πιστοδότησης



Η επιφυλακτικότητα των τραπεζών μπορεί να αποδοθεί σε ποικίλους παράγοντες που αφορούν στο εξωτερικό και εσωτερικό περιβάλλον εντός του οποίου οι ΜΜΕ αναπτύσσουν τη δραστηριότητά τους (Γράφημα 5). Σύμφωνα με την πλειοψηφία των ερωτηθέντων ως πολύ σημαντικοί ανασταλτικοί παράγοντες στη δανειοδότηση των ΜΜΕ αναγνωρίζονται ο τρόπος οργάνωσης και λειτουργίας των ΜΜΕ και οι μακροοικονομικοί παράγοντες (84,61% και 76,92% των ερωτηθέντων αντίστοιχα). Το 61,54% των τραπεζικών στελεχών αναδεικνύει ως σημαντικό εμπόδιο στη χορήγηση δανείων το κανονιστικό και θεσμικό περιβάλλον, ενώ ο τρόπος με τον οποίο είναι οργανωμένη η τράπεζα δε συνιστά εμπόδιο εφόσον οι περισσότερες διαθέτουν ειδικευμένα τμήματα για τις ΜΜΕ.

Γράφημα 4.5: Αξιολόγηση Σημαντικότητας των Εμποδίων Δανειοδότησης των MME

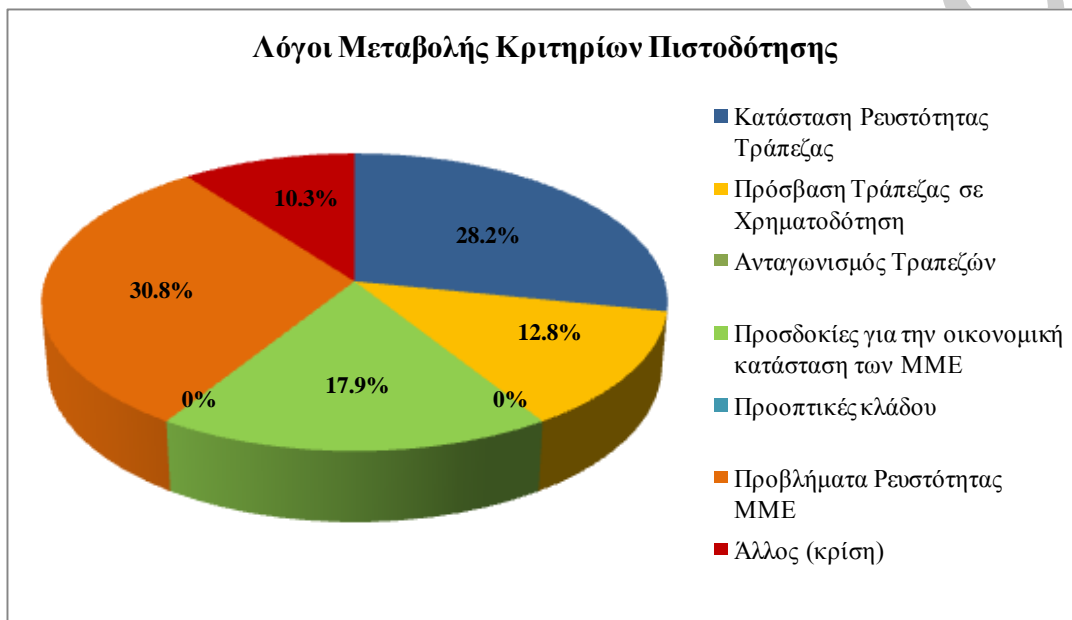


Εξετάζοντας συγκριτικά τα δάνεια των MME ως προς το κόστος και την κερδοφορία τους σε σχέση με άλλες κατηγορίες δανείων όπως τα δάνεια προς τις μεγάλες επιχειρήσεις και τα νοικοκυριά, διακρίνουμε ότι για την πλειοψηφία των τραπεζών τα δάνεια των MME έχουν μικρότερο κίνδυνο σε σχέση με τα δάνεια προς τις μεγάλες επιχειρήσεις και μεγαλύτερο σε σχέση με τα δάνεια προς τα νοικοκυριά. Ως προς την κερδοφορία των δανείων των MME αυτή είναι μικρότερη σε σχέση με την κερδοφορία των δανείων προς τις μεγάλες επιχειρήσεις και μεγαλύτερη σε σχέση με την κερδοφορία των δανείων προς τα νοικοκυριά, όπως προέκυψε από την πλειοψηφία των ερωτηθέντων. Τα αποτελέσματα αυτά οφείλονται κυρίως στα διαφορετικά ποσά δανείων που εγκρίνονται προς τις επιμέρους κατηγορίες δανειστών καθώς και τη διαφορετική ένταση των επιπτώσεων που έχει για την τράπεζα η αθέτηση των υποχρεώσεων κάθε κατηγορίας.

Στο δεύτερο μέρος της έρευνας ζητήθηκε να εκτιμήσουν τη μεταβολή της πιστοδοτικής πολιτικής προς τις MME ως αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης. Όπως ήταν αναμενόμενο η πλειοψηφία των τραπεζικών στελεχών εκτιμά ότι τα κριτήρια χρηματοδότησης έχουν καταστεί σε μεγάλο βαθμό πιο αυστηρά συγκρινόμενα με την περίοδο προ κρίσης (11 στους 13 επέλεξαν την απάντηση «έχουν γίνει πολύ αυστηρά»). Σύμφωνα με τις απαντήσεις των τραπεζικών στελεχών οι τρεις σημαντικότεροι λόγοι αυτής της μεταβολής αποδίδονται στα προβλήματα

ρευστότητας που αντιμετωπίζουν τόσο οι τράπεζες όσο και οι ΜΜΕ καθώς και στις αρνητικές προσδοκίες που διαμορφώνονται για τη μελλοντική οικονομική κατάσταση των ΜΜΕ (Γράφημα 6).

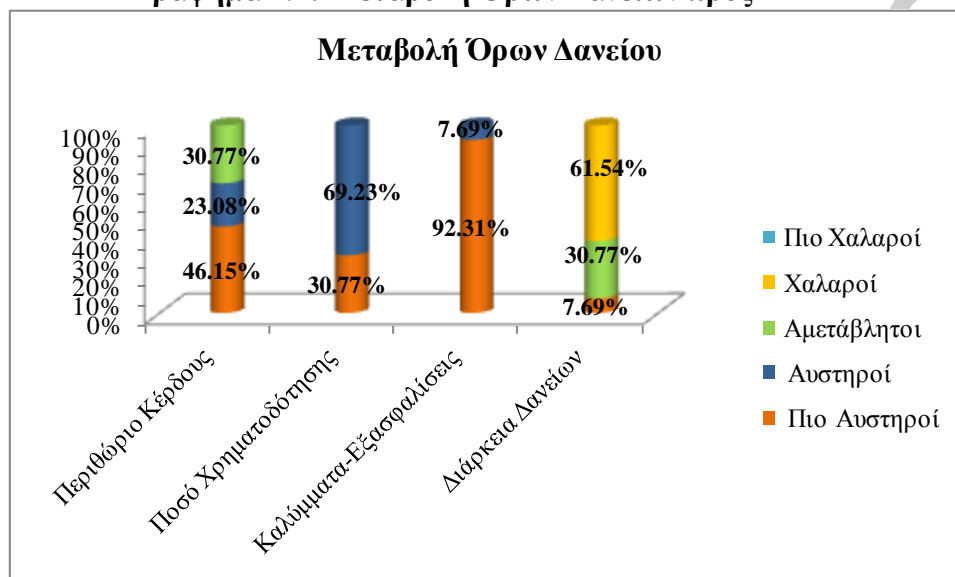
Γράφημα 4.6: Λόγοι Αυστηροποίησης των Κριτηρίων Πιστοδότησης προς τις ΜΜΕ



Η αλλαγή της οικονομικής συγκυρίας λόγω της έλευσης της κρίσης είχε ως αποτέλεσμα να μεταβληθούν και οι όροι των δανείων όπως το περιθώριο κέρδους, το ποσό χρηματοδότησης, οι απαιτήσεις σε καλύμματα-εξασφαλίσεις και η διάρκεια του δανείου (Γράφημα 7). Από τους παραπάνω όρους τη μεγαλύτερη μεταβολή σε όρους αυστηρότητας κατέγραψαν οι απαιτήσεις σε καλύμματα-εξασφαλίσεις, καθώς η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων αναγνώρισε ότι οι εν λόγω απαιτήσεις έγιναν σε μεγάλο βαθμό αυστηρές ως αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης. Πιο αυστηρά έγιναν και τα περιθώρια κέρδους των τραπεζών, δηλαδή τα επιτόκια χορήγησης δανείων, τα οποία έχουν αυξηθεί σημαντικά. Ως αυστηρότερα σε σχέση με την προ κρίσης εποχή κρίθηκε το ποσό χρηματοδότησης που δύνανται να χορηγήσουν οι τράπεζες απόρροια της περιορισμένης ρευστότητάς τους. Αντίθετα με τους παραπάνω όρους η διάρκεια αποπληρωμής των χορηγούμενων δανείων έχει χαλαρώσει, καθώς η πλειοψηφία των τραπεζών έχει προβεί σε διακανονισμούς επιμήκυνσης των υπαρχόντων δανείων και σε αύξηση της διάρκειας στις περιπτώσεις νέων. Αν και οι όροι πιστοδότησης είναι πλέον πιο αυστηροί σε σχέση με την προ κρίσης περίοδο, η πλειοψηφία των τραπεζικών στελεχών που συμμετείχαν στην

έρευνα εκτιμούν ότι θα καταστούν πιο αυστηρά στο μέλλον αν συνεχιστεί η αρνητική πορεία της ελληνικής οικονομίας.

Γράφημα 4.7: Μεταβολή Όρων Δανείων προς ΜΜΕ



Προκειμένου να εξεταστεί περισσότερο η έκταση και η ένταση της επίδρασης της οικονομικής κρίσης στη χρηματοδότηση των ΜΜΕ μελετήθηκε η συσχέτιση ανάμεσα στα κριτήρια πιστοδότησης και τους λόγους που μετέβαλαν την πιστοδοτική πολιτική των τραπεζών. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα, οι λόγοι που έχουν μεταβάλλει την τραπεζική χρηματοδότηση των τραπεζών –ρευστότητα τράπεζας, αποκλεισμός από αγορές, αρνητικές προσδοκίες για τη δραστηριότητα των ΜΜΕ, ρευστότητα των ΜΜΕ, οικονομική κρίση– έχουν αυξήσει σε μεγάλο βαθμό τη σημασία ορισμένων κριτηρίων σε σχέση με προηγούμενα έτη. Τα κριτήρια των οποίων η αξιολόγηση έχει καταστεί πιο αυστηρή, είναι: ο σκοπός πιστοδότησης, η ρευστότητα της επιχείρησης, η ικανότητα αποπληρωμής των υποχρεώσεων της και η επάρκεια των καλυμμάτων και εξασφαλίσεων. Και στα υπόλοιπα κριτήρια έχει ενταθεί ο έλεγχος, ωστόσο σε αυτά δίνουν μεγαλύτερη βαρύτητα οι τράπεζες όταν αξιολογούν τις δανειακές ανάγκες των υποψήφιων πελατών τους, γεγονός που πιθανόν εξηγείται από την ανάγκη του τραπεζικού τομέα να διατηρήσει ένα υγιές και ασφαλές χαρτοφυλάκιο.

Επιπρόσθετα, εξετάζοντας τη σχέση ανάμεσα στη μεταβολή της πιστοδοτικής πολιτικής των τραπεζών και τη μεταβολή των όρων δανείων προκύπτει ότι η αυστηροποίηση των κριτηρίων πιστοδότησης κατέστησε σε μεγάλο βαθμό αυστηρά

το περιθώριο κέρδους και τα καλύμματα, λιγότερο το ποσό χορήγησης, ενώ οδήγησε στη χαλάρωση της διάρκειας αποπληρωμής των δανείων. Τα ίδια αποτελέσματα προκύπτουν και από τη συσχέτιση των όρων χορήγησης δανείων με κάθε παράγοντα που προκάλεσε τη μεταβολή της τραπεζικής πολιτικής χρηματοδότησης.

Το κυριότερο συμπέρασμα από την παρούσα έρευνα είναι ότι η οικονομική κρίση και η γενικότερη έλλειψη ρευστότητας στην οικονομία έχει επηρεάσει αρνητικά τη σχέση των τραπεζών με τις ΜΜΕ, καθώς ο αυστηρότερος έλεγχος των κριτηρίων και των όρων χρηματοδότησης έχουν καταστήσει σχεδόν απαγορευτικό τον τραπεζικό δανεισμό. Προς επίρρωση του τελευταίου τονίζεται το απαισιόδοξο κλίμα που επικρατεί στον τραπεζικό χώρο σχετικά με το μέλλον των πισοδοτήσεων.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Οι ΜΜΕ και ο τραπεζικός τομέας αποτελούν δύο από τις κυριότερες συνιστώσες της παρελθούσας οικονομικής ανάπτυξης. Από τη μία πλευρά, οι ΜΜΕ ως ο βασικός επιχειρηματικός ιστός στήριζαν την πρόοδο της ελληνικής οικονομίας, την παραγωγή, την απασχόληση και την περιφερειακή ανάπτυξη. Από την άλλη πλευρά, ο τραπεζικός τομέας στήριζε τη δραστηριότητα των ΜΜΕ μέσω των δανείων που χορηγούσε. Ωστόσο, το μεγαλύτερο μέρος της ροής των τραπεζικών κεφαλαίων κατευθύνθηκε προς κεφάλαιο κίνησης και επαγγελματική στέγη, ενώ ελάχιστα διατέθηκαν για εκσυγχρονισμό των δομών, εισαγωγή τεχνολογιών και παραγωγή καινοτομικών προϊόντων. Αυτό εξηγεί εν μέρει και τα προβλήματα ανταγωνιστικότητας και βιωσιμότητας που αντιμετωπίζει η πλειοψηφία των ελληνικών ΜΜΕ, προβλήματα που έχουν οξυνθεί λόγω της οικονομικής ύφεσης και τείνουν να λάβουν ανεξέλεγκτες διαστάσεις.

Τα προβλήματα των ΜΜΕ εντείνονται και από την ασθενική λειτουργία του τραπεζικού τομέα, η οποία αντανακλάται στους χαμηλούς ή και αρνητικούς ρυθμούς πιστωτικής επέκτασης. Οι τράπεζες είναι πλέον περισσότερες διστακτικές στη χορήγηση δανείων υιοθετώντας πιο αυστηρούς όρους πιστοδότησης όπως υψηλότερο περιθώριο κέρδους, μείωση των χορηγούμενων ποσών, αύξηση των απαιτήσεων σε καλύμματα και εξασφαλίσεις. Επίσης, πραγματοποιούν πιο αυστηρούς και εις βάθος ελέγχους των κριτηρίων πιστοδότησης αποδίδοντας ιδιαίτερη έμφαση στην ικανότητα των ΜΜΕ να αποπληρώσουν τις υποχρεώσεις τους, στην επάρκεια και την ποιότητα των εγγυήσεων, στην εικόνα του κλάδου δραστηριοποίησης και στα οικονομικά στοιχεία που απορρέουν από τη λειτουργία τους.

Εξάλλου, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των τραπεζικών στελεχών η συνέχιση της αρνητικής πορείας της ελληνικής οικονομίας θα οδηγήσει σε περαιτέρω αυστηροποίηση του ελέγχου των κριτηρίων πιστοδότησης και των όρων χορήγησης δανείων. Οι πρώτοι που θα πληγούν από αυτή την κατάσταση θα είναι οι πιο ευαίσθητες στις μεταβολές του οικονομικού περιβάλλοντος επιχειρηματικές ομάδες, δηλαδή οι «μικροί» επιχειρηματίες.

Συνεπώς, υπό αυτές τις συνθήκες είναι ζωτικής σημασίας για τις ΜΜΕ να προσαρμόσουν τη λειτουργία και την κουλτούρα τους στις απαιτήσεις της Νέας Οικονομίας που βασίζεται στις νέες τεχνολογίες, την εξωστρεφή και καινοτόμο στρατηγική, την παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών υψηλής προστιθέμενης αξίας

και ζήτησης. Παράλληλα, οφείλουν να αξιοποιήσουν τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που τους προσφέρει το μικρό μέγεθος όπως η ευελιξία, η ταχεία προσαρμογή στις νέες συνθήκες, η ικανότητα άμεσης ανταπόκρισης στις νέες απαιτήσεις του καταναλωτικού κοινού.

Η πραγματοποίηση των παραπάνω αλλαγών μπορεί να επιτευχθεί μέσω της αξιοποίησης των νέων χρηματοδοτικών εργαλείων που παρέχει η χρηματοπιστωτική αγορά όπως είναι η πρακτόρευση απαιτήσεων, η μίσθωση, τα επιχειρηματικά κεφάλαια συμμετοχών και οι ιδιωτικοί άγγελοι. Για παράδειγμα μια MME που αντιμετωπίζει προβλήματα στο συναλλακτικό της κύκλωμα μπορεί να αντλήσει κεφάλαια μέσω μιας σύμβασης μίσθωσης αντί να ζητήσει τραπεζικό δάνειο για κεφάλαιο κίνησης. Αντίστοιχα, μία νέα επιχείρηση, η οποία επιθυμεί να δραστηριοποιηθεί στο χώρο των νέων τεχνολογιών και δεν πληροί τους όρους για λήψη τραπεζικού δανείου –χαρακτηρίζεται ως υψηλού κινδύνου με αποτέλεσμα να ζητούνται υψηλές εξασφαλίσεις που συνήθως δε διαθέτουν οι νέοι επιχειρηματίες– μπορεί να αναζητήσει κεφάλαια από τις εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων συμμετοχών (venture capitals).

Η ανάκαμψη των MME μπορεί να προέλθει και από την αξιοποίηση των προγραμμάτων στήριξης που έχει καταρτίσει το Ελληνικό κράτος και η Ευρωπαϊκή Ένωση. Σε εθνικό επίπεδο έχουν συσταθεί νέοι φορείς που παρέχουν χρηματοδοτική και συμβουλευτική στήριξη στις νέες και υφιστάμενες MME (TANEO,ΕΠΑΝ), βρίσκονται σε εξέλιξη προγράμματα χρηματοοικονομικής στήριξης και προώθησης του τεχνολογικού εκσυγχρονισμού (Jeremie, ΕΠΑΝ II, ΕΠ Ψηφιακή Σύγκλιση). Ταυτόχρονα, ευκαιρίες για τις MME προσφέρονται και σε ευρωπαϊκό επίπεδο όπου έχουν δημιουργηθεί στοχευμένες πολιτικές για τη διευκόλυνση τους σε χρηματοδοτικούς πόρους, την καλλιέργεια του επιχειρηματικού πνεύματος και τη δημιουργία του κατάλληλου περιβάλλοντος για βιώσιμη ανάπτυξη των MME.

Παρά τα αδιαμφισβήτητα προβλήματα που επέφερε η οικονομική κρίση στο σύνολο των MME η λήψη διορθωτικών κινήσεων και αξιοποίηση των νέων ευκαιριών αποτελούν μονόδρομο για την έξοδο από την κρίση. Η πιο επωφελής πολιτική για τις MME περιλαμβάνει: ενίσχυση ρευστότητας μέσω των εθνικών και ευρωπαϊκών πολιτικών στήριξης, στήριξη των πωλήσεων μέσω της προώθησης της εξωστρέφειας και της καινοτομίας και αποκατάσταση του κυκλώματος συναλλαγών μέσω στοχευμένου και συνεχή προγραμματισμού και ελέγχου.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑΤΑ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α: Ορισμός ΜΜΕ σύμφωνα με την έρευνα *Financial Access 2010*

| | Maximum Number of Employees | Maximum Sales | Maximum Loan Size |
|----------------------|-----------------------------|---------------|-------------------|
| Afghanistan | 100 | 995,355 | |
| Albania | 249 | 2,632,185 | |
| Argentina | | 23,900,000 | |
| Armenia | 100 | | |
| Australia | | | 1,559,833 |
| Azerbaijan | 5 | 124,412 | 311,029 |
| Bangladesh | 150 | | |
| Botswana | 100 | 698,301 | |
| Canada | 499 | 43,700,000 | 4,374,069 |
| Cape Verde | 51 | 1,889,713 | |
| Colombia | 200 | | |
| Costa Rica | | 540,000 | |
| Croatia | 250 | | |
| Dominican Republic | | | 13,879 |
| El Salvador | 50 | 1,000,000 | |
| Estonia | 50 | 4,340,278 | 1,388,889 |
| France | | 69,400,000 | |
| Germany | 250 | 73,500,000 | |
| Ghana | 30 | 2,129,472 | |
| Greece | 250 | 69,400,000 | |
| Guatemala | | | 19,604 |
| Hong Kong SAR, China | 100 | | |
| Hungary | 250 | 69,400,000 | |
| Indonesia | | 4,812,349 | |
| Iran, Islamic Rep. | 50 | | |
| Ireland | 249 | | |
| Italy | 20 | | |
| Kazakhstan | 250 | | |
| Korea, Rep. | 1,000 | 117,000,000 | |
| Kuwait | | | 868,703 |
| Lao PDR | 99 | 117,426 | |
| Latvia | 250 | | |
| Lebanon | | 5,000,000 | |
| Liberia | 16 | 262,500 | 155,000 |
| Lithuania | 249 | 55,600,000 | |
| Madagascar | | 2,555,968 | |
| Malaysia | 150 | 7,093,199 | |
| Mexico | 250 | 18,500,000 | |

| | Maximum Number of Employees | Maximum Sales | Maximum Loan Size |
|----------------------|-----------------------------|---------------|-------------------|
| Moldova | 249 | 4,500,622 | |
| Mongolia | 199 | 1,043,264 | |
| Morocco | | 6,205,707 | 124,114 |
| Netherlands | | 73,500,000 | |
| New Zealand | 19 | | |
| Nigeria | 250 | | |
| Oman | 99 | 5,201,561 | |
| Pakistan | 250 | | |
| Panama | | 2,500,000 | |
| Peru | | | 9,962 |
| Poland | 250 | | |
| Portugal | 249 | | |
| Russian Federation | 250 | 31,500,000 | |
| Serbia, Rep. of | 250 | 13,900,000 | |
| Slovenia | 250 | 48,600,000 | |
| South Africa | | 47,200,000 | 885,094 |
| Spain | 250 | 13,900,000 | |
| Sudan | 10 | | |
| Syrian Arab Republic | | | 107,048 |
| Taiwan, China | 200 | 2,420,099 | |
| Tajikistan | | | 12,069 |
| Thailand | 200 | | |
| Tunisia | 300 | | |
| Ukraine | 50 | 8,984,449 | |
| United Kingdom | 250 | 35,500,000 | |
| United States | | | 1,000,000 |
| Uruguay | 100 | 3,323,292 | |
| Uzbekistan | 100 | | |
| Zambia | 50 | 49,543 | |
| Zimbabwe | 20 | | 50,000 |

Πηγή: CGAP and WBG, *Financial Access 2010: The State of Financial Inclusion Through the Crisis*, Washington, 2010

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β: Ερωτηματολόγιο

**ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΗΝ ΠΙΣΤΟΔΟΤΙΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ
ΑΠΕΝΑΝΤΙ ΣΤΙΣ ΜΜΕ**

Το παρακάτω ερωτηματολόγιο αποτελεί μέρος της διπλωματικής εργασίας με τίτλο «Κριτήρια Χρηματοδότησης ΜΜΕ», η οποία θα υποβληθεί για την απόκτηση μεταπτυχιακού τίτλου από το τμήμα «Οικονομική και Επιχειρησιακή Στρατηγική» του Πανεπιστημίου Πειραιώς. Απευθύνεται στα τραπεζικά ιδρύματα της Ελλάδας. Αποσκοπεί στη διερεύνηση της πιστοδοτικής πολιτικής των τραπεζών έναντι των ΜΜΕ¹¹ και των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν ως προς την πρόσβαση στην τραπεζική χρηματοδότηση. Γνωρίζοντας ότι πρόκειται για έναν ευαίσθητο τομέα της τραπεζικής πολιτικής θα διατηρηθεί απόλυτη εμπιστευτικότητα ενώ οι απαντήσεις θα χρησιμοποιηθούν μόνο για ακαδημαϊκούς σκοπούς.

Ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σας και την πολύτιμη συμβολή σας.

ΜΕΡΟΣ Α΄: ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΙΣΤΟΔΟΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

1. Υπάρχει ξεχωριστό τμήμα για την αξιολόγηση των δανείων που ζητούν οι ΜΜΕ;
 - i. ΝΑΙ
 - ii. ΟΧΙ

2. Ποιο είναι το ποσοστό των ΜΜΕ που αποτελούν πελάτες σας; (κυκλώστε τη σωστή απάντηση)
 - i. < 90%
 - ii. 90%-95%
 - iii. 96%-100%

3. Ποιο είναι το ποσοστό των δανείων που έχετε χορηγήσει στις ΜΜΕ ως προς το σύνολο των δανείων σας; (κυκλώστε τη σωστή απάντηση)
 - i. 0-25%
 - ii. 26%-50%
 - iii. 51%-75%
 - iv. 76%-100%

4. Βάλτε σε σειρά προτεραιότητας τους παρακάτω λόγους ζήτησης δανείων από τις ΜΜΕ. (1=περισσότερο σημαντικός ως 4=λιγότερο σημαντικός)
 - Ανάγκες συναλλακτικού κυκλώματος
 - Πάγια στοιχεία-εξοπλισμός
 - Επενδύσεις επέκτασης
 - Επενδύσεις νέων τεχνολογιών

5. Υπάρχει ενδιαφέρον από τις ΜΜΕ για τις εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης που προσφέρει η τράπεζά σας;

¹¹ Για λόγους ευκολίας του ερωτηματολογίου δε γίνεται διάκριση μεταξύ πολύ μικρών, μικρών, μεσαίων επιχειρήσεων. Ως ΜΜΕ ορίζονται όλες οι επιχειρήσεις με προσωπικό μέχρι 250 άτομα και ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 50 εκατ. € ή ετήσιο ισολογισμό που δεν υπερβαίνει τα 43 εκατ. € (ΕΕ 2003).

- i. ΝΑΙ
- ii. ΟΧΙ

6. Πώς αξιολογείτε τα παρακάτω κριτήρια πιστοδότησης;

| Κριτήρια Πιστοδότησης | Καθόλου σημαντικό | Σημαντικό | Πολύ σημαντικό |
|---|-------------------|-----------|----------------|
| Σκοπός Πιστοδότησης | | | |
| Υπόσταση Εταιρείας | | | |
| Τρόπος Διοίκησης | | | |
| Κλάδος ΜΜΕ | | | |
| Λειτουργία-Χρηματοοικονομικές Επιδόσεις | | | |
| Ρευστότητα | | | |
| Κεφαλαιακή Δομή | | | |
| Ικανότητα Αποπληρωμής Υποχρεώσεων | | | |
| Καλύμματα-Εξασφαλίσεις | | | |
| Άλλο | | | |

7. Σε ποιο βαθμό οι παρακάτω παράγοντες αποτελούν εμπόδιο στη δανειοδότηση των ΜΜΕ;

| Παράγοντες | Καθόλου σημαντικό | Σημαντικό | Πολύ σημαντικό |
|--|-------------------|-----------|----------------|
| Μακροοικονομικοί (π.χ. οικονομική αστάθεια, υψηλά επιτόκια) | | | |
| Κανονιστικό & Νομικό περιβάλλον (π.χ. πτωχευτικό δίκαιο, φορολογικό σύστημα, Βασιλεία) | | | |
| Οργάνωση τράπεζας (π.χ. ιεραρχική οργάνωση, έλλειψη εξειδίκευσης στον τομέα των ΜΜΕ, αδυναμία διαφοροποίησης κινδύνου) | | | |
| ΜΜΕ (π.χ. έλλειψη οικονομικών στοιχείων, έλλειψη εγγυήσεων, πιστωτικό παρελθόν) | | | |
| Άλλο | | | |

8. Πώς εκτιμάτε τον κίνδυνο και την κερδοφορία των ΜΜΕ σε σχέση με άλλες κατηγορίες δανειστών;

A. Κίνδυνος

| | Τα δάνεια των ΜΜΕ έχουν μικρότερο κίνδυνο..... | Τα δάνεια των ΜΜΕ έχουν ίδιο κίνδυνο | Τα δάνεια των ΜΜΕ έχουν μεγαλύτερο κίνδυνο... |
|----------------------------------|--|---|---|
| Σε σχέση με μεγάλες επιχειρήσεις | | | |
| Σε σχέση με νοικοκυριά | | | |

B. Κερδοφορία

| | Τα δάνεια των ΜΜΕ έχουν μικρότερη κερδοφορία..... | Τα δάνεια των ΜΜΕ έχουν ίδια κερδοφορία.... | Τα δάνεια των ΜΜΕ έχουν μεγαλύτερη κερδοφορία |
|----------------------------------|---|---|---|
| Σε σχέση με μεγάλες επιχειρήσεις | | | |
| Σε σχέση με νοικοκυριά | | | |

ΜΕΡΟΣ Β΄: ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

9. Μετά την εμφάνιση της οικονομικής κρίσης, πώς μεταβληθήκαν τα κριτήρια πιστοδότησης προς τις ΜΜΕ; (σημειώστε X μπροστά από την απάντηση)

- Έχουν γίνει πολύ αυστηρά
- Έχουν γίνει αυστηρά ως ένα βαθμό
- Έχουν παραμείνει αμετάβλητα
- Έχουν γίνει ως ένα βαθμό πιο ελαστικά
- Έχουν γίνει πολύ ελαστικά

10. Ποιοι είναι οι τρεις σημαντικότεροι λόγοι της παραπάνω μεταβολής; (κυκλώστε τους αριθμούς που αντιστοιχούν στις απαντήσεις)

1. Κατάσταση ρευστότητας της τράπεζάς σας
2. Ικανότητα της τράπεζας να έχει πρόσβαση σε χρηματοδότηση μέσω αγοράς
3. Ανταγωνισμός από άλλα τραπεζικά ιδρύματα
4. Προσδοκίες σχετικά με τη μελλοντική οικονομική δραστηριότητα της ΜΜΕ
5. Προοπτικές που αφορούν συγκεκριμένους κλάδους ή εταιρείες
6. Προβλήματα ρευστότητας ή φερεγγυότητας των ΜΜΕ
7. Άλλο.....

11. Σε ποιους από τους παρακάτω όρους για τη χορήγηση δανείων προς τις ΜΜΕ σημειώθηκαν μεταβολές στην τράπεζά σας; (σημειώστε X στη σωστή απάντηση για κάθε όρο)

| Όροι δανείου | Έγιναν σε μεγάλο βαθμό πιο αυστηροί | Έγιναν ως ένα βαθμό πιο αυστηροί | Παρέμειναν αμετάβλητοι | Έγιναν ως ένα βαθμό πιο χαλαροί | Έγιναν σε μεγάλο βαθμό πιο χαλαροί |
|------------------------|--|---|-------------------------------|--|---|
| Περιθώριο Κέρδους | | | | | |
| Ποσό Χρηματοδότησης | | | | | |
| Καλύμματα-Εξασφαλίσεις | | | | | |
| Διάρκεια Δανείων | | | | | |

12. Ποιες μεταβολές αναμένετε να σημειωθούν στην τράπεζά σας όσον αφορά τα πιστωτικά όρια προς τις ΜΜΕ; (σημειώστε X μπροστά από την απάντηση)

- Θα γίνουν πιο αυστηρά σε μεγάλο βαθμό
- Θα γίνουν ως ένα βαθμό πιο αυστηρά
- Θα παραμείνουν αμετάβλητα
- Θα γίνουν ως ένα βαθμό πιο χαλαρά
- Θα γίνουν πιο χαλαρά σε μεγάλο βαθμό

Όνομα Τράπεζας:

Ευχαριστώ πολύ για το χρόνο σας.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙΙ: Τράπεζες στις οποίες ζητήθηκε να συμμετάσχουν στην έρευνα
(αποστολή e-mail)

Αγροτική Τράπεζα
Γενική Τράπεζα
Εθνική Τράπεζα
Ελληνική Τράπεζα
Εμπορική Τράπεζα
Νέα Proton Bank
Παγκρήτια Τράπεζα
Πανελλήνια Τράπεζα
Συνεταιριστική Τράπεζα Δωδεκανήσου
Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων
Ταχυδρομικό Ταμιευτήριο
Τράπεζα Κύπρου
Τράπεζα Πειραιώς

Alpha Bank
Attica Bank
Citibank
EFG Eurobank
FBBank
HSBC
Millenium Bank
Marfin Bank
Probank

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Α. Ελληνική

Αθανασόπουλος Α., *Άρθρο: Ο Τραπεζικός Δανεισμός Δεν Είναι Πανάκεια για την Επιβίωση των Μικρών Επιχειρήσεων στην Χώρα μας, Το Μάνατζμεντ σε Καιρούς Κρίσης*, ALBA.

Αρτίκης Γ. (2003). *Χρηματοοικονομική Διοίκηση, Ανάλυση και Προγραμματισμός*, Interbooks, Αθήνα.

Γαλάνης Β.(1994). *Leasing, forfeiting, franchising, venture capital: Η Λειτουργία των Σύγχρονων Χρηματοοικονομικών Θεσμών στη Χώρα μας*, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα.

Γεωργιάδης Απ. (2008). *Νέες Μορφές Συμβάσεων της Σύγχρονης Οικονομίας*, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα.

Γλύκας Μ., Ξηρογιάννης Γ., Σταϊκούρας Χ. (2006). *Οργάνωση και Διοίκηση Χρηματοπιστωτικών Ιδρυμάτων*, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.

ΕΟΜΜΕΧ (2007). *Η Κατάσταση και οι Προοπτικές των ΜΜΕ στην Ελλάδα, Ετήσια Έκθεση*.

Καμπουρίδης Γ. (2001). *Η Στρατηγική Ποιότητας και η Ελληνική Μικρομεσαία Επιχείρηση*, Εκδόσεις Κλειδάριθμος, Αθήνα.

Κεντρική Τράπεζα Κύπρου, *Έρευνα Τραπεζικών Χορηγήσεων –Ερωτηματολόγιο*.

Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ) (2008). *Μελέτη Διερεύνησης Αναγκών των Μικρών Ελληνικών Επιχειρήσεων σε Θέματα Δία Βίου Εκπαίδευσης*, Έκδοση ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, Αθήνα.

Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ) (2009). *Μελέτη για τη Χρηματοδότηση των Μικρών και πολύ Μικρών Επιχειρήσεων*, Έκδοση ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, Αθήνα.

Μπαλωμένου Χρ. (2003). *Το Ελληνικό Τραπεζικό Σύστημα και οι Διαδικασίες Αξιολόγησης και Έγκρισης Επενδυτικών Σχεδίων*, Εκδόσεις Παπαζήση, Αθήνα.

Μπαντής Αθ. (2012). *Οργάνωση και Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων*, Μονάδα Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας ΤΕΙ Λάρισας, Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Εκπαίδευση και Διά Βίου Μάθηση (ΕΣΠΑ 2007-2013).

Μυλωνάς Π., Αθανασόπουλος Α. (2012). *Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις: Έρευνα Συγκυρίας*, Εθνική Τράπεζα, Δ/ση Στρατηγικής και Οικονομικής Ανάλυσης.

Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (2007). *Τραπεζικό Σύστημα και Επιχειρήσεις*, Μελέτη για το ΚΕΜΕ/ΕΒΕΑ.

Ρεπούσης Σπ. (2004). *Τραπεζικές Πιστοδοτήσεις*, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα.

Ρεπούσης Σπ. (2008). *Σύγχρονα Τραπεζικά Θέματα*, Εκδόσεις Σάκκουλα, Αθήνα.

Στεφάνου Χ. (1999). *Οδηγός Επιβίωσης για Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις*, Εκδόσεις ΔΙΑΥΛΟΣ, Αθήνα.

Τακόπουλος Αθ. Άρθρο: *Μορφές Χρηματοδότησης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων*, Specisoft AE (www.specisoft.gr).

Τακόπουλος Αθ., Μαρκάκης Εμ. Άρθρο: *Χρηματοδότηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ): Επιπτώσεις από την Εφαρμογή από τις Τράπεζες της Συνθήκης της Βασιλείας II*, Specisoft AE (www.specisoft.gr).

Χουλιάρης Β. (2001), *Βασικές Αρχές Χρηματοδότησης Επιχειρήσεων*, Εκδόσεις Βακάλη, Θεσσαλονίκη.

B. Ξενόγλωσση

Altman E., Sabato G. (2005). *Effects of the New Basel Capital Accord on Bank Capital Requirements for SMEs*, Journal of Financial Services Research.

Ardic O., Mylenko N., Saltane V. (2011). *Small and Medium Enterprises, a Cross-Country Analysis with a New Data Set*, Policy Research Paper, The World Bank – Financial and Private Sector Development – Consultative Group to Assist the Poor.

Basulescu D. (2010), SMEs Financing: the Extent of Need and the Response of Different Credit Structures, *Theoretical and Applied Economics Volume XVII*, No. 7, pp. 25-36

Beck T., Demirguk-Kunt A., Peria M. (2011). *Bank financing for SMEs: Evidence across countries and bank ownership types*, Journal of Financial Services Research. 39: 35-44, Springer.

Bellas A., Tzovas C. (2008). *The Effects of Dependency on Debt Financing On Financial Reporting Policy: The Case of Greece*, European Research Studies, Volume XI, Issue 1-2.

Brytting T. (1991). *Organizing in the Small Growing Firm- a Grounded Theory of Approach*, Stockholm School of Economics.

Carbo-Valverde S., Rodriguez-Fernandez F., Udell G. (2009) *Bank market power and SME financing constraints*, Review of Finance 13: 309-340.

Carbo-Valverde S., Rodriguez-Fernandez F., Udell G. (2009) *Bank lending, financing constraints and SME investment*, Review of Finance 13: 309-340.

Cziraky D., Tisma S., Pisarovic A. (2005). *Determinants of the low SME loan approval rate in Croatia*, Small Business Economics 25: 347-372, Springer.

European Commission (2003). *Commission Recommendation 2003/361/EC of 6 May 2003*, Official Journal of the European Union L 124/36.

European Commission (2005), *The New SME definition, User Guide and Model Declaration*, Enterprise and Industry Publications.

European Commission, DG for Enterprise and Industry (2009). *European SMEs under Pressure: Analytical Report on EU SMEs*, EIM Business & Policy Research.

Gallup Organisation, Observatory of European SMEs (2007), Flash Eurobarometer 196.

Gallup Organisation (2009). *Access to Finance*, Flash Eurobarometer 271.

Goldsmith M., Reiter M (2008). *What Got You Here Won't Get You There: How Successful People Become Even More Successful*, Profile Books Ltd.

Hernandez-Canovas G., Martinez-Solano P. (2010). *Relationship lending and SME financing in the continental European bank-based system*, Small Business Economics 34:465-482, Springer.

Jacobson T., Linde J., Roszbach K. (2005). *Credit Risk versus Capital Requirements under Basel II: are SME loans and retail credit really different?*, Research Division, Sveriges Riksbank.

Kouser R., Durani A., Hussain F., ul Hassan M. (2012). *Investigation of Banker's Lending Criteria to SMEs and Assessment Thereof*, International Research Journal of Finance and Economics, Issue 89, EuroJournals Publishing, Inc.

Kourounakis N., Katsioloudes M. (2010). *Characteristics of Greek SMEs: Motivation for Business, Ownership, Success Factors and Problems*, European Conference on Management, Leadership and Governance.

Mercieca St., Schaeck K., Wolfe S. (2009). *Bank market structure, competition, and SME financing relationships in European regions*, Journal of Financial Services Research 36:137-155, Springer.

OECD (2005). *SME and Entrepreneurship Outlook*.

Richard E., Mori N., (2012) *SMEs access to financial services: Banker's eye*, Chinese Business Review, Vol.11, No. 2, 217-223.

Sanjoy B. (1980). *Leasing Arrangements: Managerial decision-Making and Financial*, New York.

Senderovitz M. (2009). *How SMEs Defined in Current Research?*, AGSE.

The World Bank (2006). *Questionnaire on Bank Financing to SMEs*.

Uchida H. (2011). *What Do Banks Evaluate When They Screen Borrowers? Soft Information, Hard Information and Collateral*, Journal of Financial Services Research 40: 29-48, Springer.

Wymenga P., Dr Spanikova V., Dr Derbyshire J., Barker A. (2011). *Annual Report on EU Small and Medium sized Enterprises 2010/2011, Are EU SMEs recovering from the crisis?* , Ecorys for the European Commission DG-Enterprise.

Γ. Διαδίκτυο

http://europa.eu/legislation_summaries/index_en.htm

<http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/statistics/themes>

<http://www.antonistikotita.gr>

www.esee.gr

<http://www.ggea.gr>

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/small-business-act/index_en.htm

http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/files/charter/docs/charter_en.pdf

<http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/best-practices/charter/>

www.taneo.gr

www.espa.gr

www.tempme.gr

www.emporiki.gr

www.piraeusbank.gr

www.alphabank.gr

www.marfinegnatiabank.gr

www.eurobank.gr

www.nbg.gr

www.bankofgreece.gr

www.hba.gr

www.business-angels-greece.com

www.disabled.gr

www.morax.gr

www.kathimerini.gr

www.tovima.gr