

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΡΑΙΩΣ
ΤΜΗΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗΝ ΟΙΝΟΝΟΜΙΚΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΗ
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ
ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Μπαλίου Ίλντα

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, Σεπτέμβριος 2016

UNIVERSITY OF PIRAEUS
DEPARTMENT OF ECONOMICS



MASTER PROGRAM IN ECONOMIC AND BUSINESS
STRATEGY

ALTERNATIVE FUNDING SOURCES FOR SMEs

By
Baliou Ilda

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, September 2016

Στην οικογένειά μου

Ευχαριστίες

Με την ολοκλήρωση της παρούσας διπλωματικής εργασίας θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά όλους του καθηγητές του μεταπτυχιακού προγράμματος για την καλή συνεργασία και τις γνώσεις που μου προσφέρθηκαν και ιδιαίτερα την επιβλέπων καθηγήτρια μου κα. Ψυλλάκη Μαρία που με καθοδήγησε και με βοήθησε καθ' όλη τη διάρκεια της διπλωματικής εργασίας.

Επίσης, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά και τους γονείς μου που με βοήθησαν και με στήριξαν σε κάθε μου επιλογή καθ' όλη τη διάρκεια των σπουδών μου.

Εναλλακτικές Μορφές Χρηματοδότησης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Σημαντικοί Όροι: ΜΜΕ, χρηματοδότηση, εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης

Περίληψη

Η παρούσα διπλωματική εργασία πραγματεύεται το θέμα της χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων μέσω εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης. Επιχειρείται μια αναζήτηση και σύντομη παρουσίαση των διάφορων εναλλακτικών μορφών χρηματοδότησης που υπάρχουν και εφαρμόζονται εδώ και αρκετά χρόνια, καθώς και των νέων εναλλακτικών μορφών που έχουν αναπτυχθεί τα τελευταία χρόνια, λόγω της γενικότερης κατάστασης που επικρατεί στο θέμα της πρόσβασης των ΜΜΕ στα αναγκαία κεφάλαια και των δυσκολιών που αντιμετωπίζουν λόγω της οικονομικής κρίσης.

Το πρώτο κεφάλαιο της εργασίας αποτελεί μια γενική αναφορά στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Αναφέρεται ο ορισμός των ΜΜΕ σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, τα χαρακτηριστικά που παρουσιάζουν οι ΜΜΕ και η συμβολή τους στην ελληνική οικονομία. Στη συνέχεια, το δεύτερο κεφάλαιο, αποτελεί μια γενική εισαγωγή στο θέμα που πραγματεύεται η εργασία, παρουσιάζοντας τα είδη των χρηματοδοτήσεων και τις ανάγκες και τους λόγους που μια μικρομεσαία επιχείρηση αναζητάει χρηματοδότηση.

Μετά ακολουθεί το κυρίως μέρος της εργασίας το οποίο αποτελείται από το κεφάλαιο 3 και 4, όπου αναλύονται οι εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης των ΜΜΕ. Στο τρίτο κεφάλαιο γίνεται αναφορά στις μορφές χρηματοδότησης οι οποίες δραστηριοποιούνται τις τελευταίες δεκαετίες και παρουσιάζουν όλο και μεγαλύτερη ανάπτυξη και προτίμηση από τις ΜΜΕ, παρουσιάζονται τα είδη που εμφανίζονται αυτές οι εναλλακτικές μορφές, τα χαρακτηριστικά τους, τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που έχει η κάθε μορφή, καθώς γίνεται και μια ενδεικτική αναφορά σε κάποιες εταιρείες ή προγράμματα που παρέχουν αυτές τις εναλλακτικές μεθόδους στην Ελλάδα. Ενώ στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται οι νέες εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης που έχουν δημιουργηθεί και αναπτυχθεί μόλις τα τελευταία χρόνια και παρουσιάζουν μεγάλο ενδιαφέρον σε παγκόσμιο επίπεδο. Περιγράφεται η μορφή που συναντάται η κάθε νέα εναλλακτική πηγή άντλησης κεφαλαίων και η

διαδικασία που λειτουργεί και προσφέρει χρηματοδότηση προς τις ΜΜΕ και, επίσης, παρουσιάζονται τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της κάθε μορφής.

Τέλος, στο τελευταίο κεφάλαιο ακολουθεί το εμπειρικό κομμάτι της εργασίας, όπου παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της δειγματοληπτικής έρευνας που πραγματοποιήθηκε μέσω ερωτηματολογίου με σκοπό τη διερεύνηση πόσο ενήμεροι είναι οι Έλληνες επιχειρηματίες για την ύπαρξη και τη χρησιμότητα των εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης, αν έχουν χρησιμοποιήσει κάποια εναλλακτική μορφή και πόσο θετικοί εμφανίζονται στο να αναζητήσουν χρηματοδότηση μέσω κάποιας εναλλακτικής πηγής στο μέλλον.

Alternative Funding Sources for SMEs

Keywords: SME, funding, alternative funding sources

Abstract

The present diploma thesis addresses the issue of the funding of small and medium-sized enterprises through alternative funding sources. It is attempted a search and a brief presentation of the various alternative ways of funding that have existed and applied for several years, as well as, of the new alternative ways which have developed in recent years, due to the overall situation that prevails regarding the issue of the SMEs access to the necessary funds and the difficulties that SMEs have been experiencing as a result the economic crisis.

The first chapter of this diploma thesis constitutes a general report to SMEs. It refers to the definition of the SMEs according to the European Committee, their characteristics and their contribution to the Greek economy. Subsequently, the second chapter constitutes a general introduction to the topic of this diploma thesis, presenting the types of funding as well as the necessities and the grounds for which a SME is seeking funding.

Then follows the main body of the diploma thesis which consists of chapters 3 and 4, in which the alternative funding sources of the SMEs are analyzed. The 3rd chapter makes reference to the types of funding that have been active over the last decades and have demonstrated an increasing growth and preference among the SMEs. Moreover, the 3rd chapter presents the various types of these alternative sources, their specifications, the pros and cons of each one. As well as, it makes an indicative reference to certain enterprises or schemes which provide such alternative ways in Greece. Whereas, the 4th chapter presents the new alternative funding sources which have developed only in the last few years and are of great interest at global level. It also outlines the type in which each new alternative source of capital raising is carried out and the procedure which serves and provides funding to SMEs, as well. Additionally, it presents the advantages and disadvantages of each type.

Finally, in the last chapter follows the practical part of the diploma thesis, which reports on the results of the sample survey conducted by means of a questionnaire with a view to

investigating to what extent the Greek entrepreneurs are informed of the existence and usefulness of the alternative funding sources and how positive they are towards seeking funding through a certain alternative source in the future.

Περιεχόμενα

Περίληψη.....	ix
Abstract.....	xi
Κατάλογος Πινάκων.....	xvii
Κατάλογος Διαγραμμάτων.....	xix

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Μικρομεσαίες επιχειρήσεις

1.1	Εισαγωγή.....	1
1.2	Επιχείρηση και Μορφές Επιχειρήσεων.....	2
1.3	Ορισμός ΜΜΕ σύμφωνα με την ΕΕ.....	6
1.4	Χαρακτηριστικά των ΜΜΕ.....	9
1.5	Οι ΜΜΕ στην Ελληνική Οικονομία και η Συμβολή τους.....	12
1.6	Ανακεφαλαίωση.....	22

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Χρηματοδότηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

2.1	Εισαγωγή.....	23
2.2	Είδη Χρηματοδοτήσεων.....	24
2.3	Ανάγκες ΜΜΕ για Χρηματοδότηση.....	25
2.4	Πρόσβαση ΜΜΕ στη Χρηματοδότηση.....	27
2.5	Ανακεφαλαίωση.....	35

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Εναλλακτικές Μορφές Χρηματοδότησης ΜΜΕ

3.1	Εισαγωγή.....	37
3.2	Χρηματοδοτική Μίσθωση – Leasing.....	38
3.2.1	Είδη Χρηματοδοτικής Μίσθωσης.....	40
3.2.2	Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Χρηματοδοτικής Μίσθωσης.....	44
3.2.3	Εταιρείες Χρηματοδοτικής Μίσθωσης στην Ελλάδα.....	46
3.3	Πρακτορεία Επιχειρηματικών Απαιτήσεων - Factoring.....	47
3.3.1	Είδη Πρακτορείας Επιχειρηματικών Απαιτήσεων.....	49
3.3.2	Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Πρακτορείας Επιχειρηματικών Απαιτήσεων.....	51
3.3.3	Εταιρείες Πρακτορείας Επιχειρηματικών Απαιτήσεων στην Ελλάδα.....	52
3.4	Πώληση Επιχειρηματικών Απαιτήσεων – Forfaiting.....	52
3.4.1	Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Πώλησης Επιχειρηματικών Απαιτήσεων.....	54
3.4.2	Σύγκριση Forfaiting και Factoring.....	55
3.5	Κεφάλαιο Επιχειρηματικών Συμμετοχών – Venture Capital.....	56
3.5.1	Είδη Κεφαλαίων Επιχειρηματικών Συμμετοχών.....	58
3.5.2	Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Κεφαλαίων Επιχειρηματικών Συμμετοχών.....	60
3.5.3	Εταιρείες Κεφαλαίων Επιχειρηματικών Συμμετοχών στην Ελλάδα.....	62
3.6	Επιχειρηματικοί Άγγελοι - Business Angels.....	63
3.6.1	Είδη Επιχειρηματικών Αγγέλων.....	65
3.6.2	Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Επιχειρηματικών Αγγέλων.....	66
3.6.3	Δίκτυα Επιχειρηματικών Αγγέλων στην Ελλάδα.....	67

3.7	Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων – Business Incubators.....	67
3.7.1	Είδη Θερμοκοιτίδων Επιχειρήσεων.....	69
3.7.2	Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Θερμοκοιτίδων Επιχειρήσεων... 	70
3.7.3	Εταιρείες Θερμοκοιτίδων Επιχειρήσεων στην Ελλάδα.....	72
3.8	Τεχνολογικά Πάρκα - Technology Parks.....	73
3.8.1	Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Τεχνολογικών Πάρκων.....	75
3.8.2	Τεχνολογικά και Επιστημονικά Πάρκα στην Ελλάδα.....	76
3.9	Ανακεφαλαίωση.....	76

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Νέες Εναλλακτικές Μορφές Χρηματοδότησης ΜΜΕ

4.1	Εισαγωγή.....	79
4.2	Εναλλακτική Αγορά Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών – EN.A.....	80
4.2.1	EN.A. ΣΤΕΠ.....	81
4.2.2	EN.A. Plus.....	83
4.2.3	Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα ένταξης στην EN.A.....	83
4.3	Μικροπιστώσεις – Microcredits.....	84
4.3.1	Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Μικροπιστώσεων.....	87
4.4	Πιστωτικές Ενώσεις – Credit Unions.....	88
4.4.1	Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Πιστωτικών Ενώσεων.....	90
4.5	Χρηματοδότηση από το πλήθος – Crowdfunding.....	91
4.5.1	Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Χρηματοδότησης από το πλήθος.....	94
4.6	Δανεισμός μεταξύ Ιδιωτών - Peer to Peer Lending.....	95
4.6.1	Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Δανεισμού μεταξύ Ιδιωτών.....	97

4.7	Χρηματοπιστωτικοί Οργανισμοί Τοπικής Ανάπτυξης - Community Development Financial Institutions.....	99
4.8	Ανακεφαλαίωση.....	100

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Εμπειρική Μελέτη

5.1	Εισαγωγή.....	103
5.2	Περιγραφή Έρευνας.....	103
5.3	Εμπειρική Ανάλυση.....	106
5.3.1	Ανάλυση Στοιχείων Επιχειρήσεων.....	107
5.3.2	Ανάλυση Πληροφοριών Χρηματοδότησης.....	112
5.4	Συμπεράσματα.....	125
5.5	Ανακεφαλαίωση.....	127
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	129
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	135

Κατάλογος Πινάκων

1.1 Διάκριση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων	7
1.2 Βασικά στοιχεία ΜΜΕ στην Ελλάδα και ΕΕ	13
4.1 Βασικές διαφορές πιστωτικών ενώσεων και εμπορικών τραπεζών	89
5.1 Ετήσιος κύκλος εργασιών και αναζήτηση χρηματοδότησης	114
5.2 Μορφή χρηματοδότησης για μελλοντική ανάγκη και λόγος επιλογής	123

Κατάλογος Διαγραμμάτων

1.1 Εξέλιξη αριθμού ΜΜΕ ανά μέγεθος στην Ελλάδα	14
1.2 Εξέλιξη αριθμού ΜΜΕ στην Ελλάδα και ΕΕ	18
1.3 Εξέλιξη Απασχόλησης στις ΜΜΕ στην Ελλάδα και ΕΕ	19
1.4 Εξέλιξη προστιθέμενης αξίας των ΜΜΕ στην Ελλάδα και ΕΕ	20
1.5 Τα κυριότερα προβλήματα των ΜΜΕ στην Ελλάδα	21
2.1 Ποσοστά απαντήσεων στην ερώτηση «Η πρόσβαση στη χρηματοδότηση είναι το πιο σημαντικό πρόβλημα» ανά χώρα	31
2.2 Αίτηση για τραπεζικά δάνεια	32
2.3 Αποτέλεσμα αίτησης για τραπεζικά δάνεια	32
5.1 Νομική μορφή επιχειρήσεων	107
5.2 Αριθμός απασχολουμένων στις επιχειρήσεις	108
5.3 Ετήσιος κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων κατά το έτος 2014	109
5.4 Κλάδος δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων	110
5.5 Ετήσιος κύκλος εργασιών ανά κλάδο επιχειρήσεων	111
5.6 Έτη λειτουργίας επιχειρήσεων	112
5.7 Απαντήσεις στην ερώτηση: Έχετε αναζητήσει χρηματοδότηση τα τελευταία χρόνια (2007 και μετά);	113
5.8 Απαντήσεις στην ερώτηση: Για ποιο σκοπό αναζητήσατε χρηματοδότηση;	115
5.9 Απαντήσεις στην ερώτηση: Από ποια πηγή λάβατε χρηματοδότηση;	116
5.10 Απαντήσεις στην ερώτηση: Ήταν επαρκές για τις ανάγκες σας το ποσό χρηματοδότησης που λάβατε;	117
5.11 Απαντήσεις στην ερώτηση: Ποιες από τις παρακάτω εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης γνωρίζετε;	118
5.12 Απαντήσεις στην ερώτηση: Ποια μορφή χρηματοδότησης έχετε χρησιμοποιήσει έστω και μια φορά;	119

5.13 Κλάδος δραστηριοποίησης ανά μορφή χρηματοδότησης που έχουν χρησιμοποιήσει	120
5.14 Απαντήσεις στην ερώτηση: Αν στο μέλλον προέκυπτε ανάγκη (ανα)χρηματοδότησης σε ποια πηγή θα απευθυνόσασταν;	121
5.15 Απαντήσεις στην ερώτηση: Για ποιο λόγο θα επιλέγατε τη συγκεκριμένη μορφή χρηματοδότησης;	122
5.16 Απαντήσεις στην ερώτηση: Ποια μορφή θα επιλέγατε για βραχυπρόθεσμη χρηματοδότηση των αναγκών σας;	124
5.17 Απαντήσεις στην ερώτηση: Είστε ευχαριστημένος από τις εναλλακτικές επιλογές χρηματοδότησης που υπάρχουν στην Ελλάδα;	125

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

1.1 Εισαγωγή

Οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ), κάθε είδους και μορφής, κυριαρχούν και προσδιορίζουν την οικονομική ζωή κάθε τομέα, κάθε κλάδου και κάθε γεωγραφικής περιοχής. Έχουν χαρακτηριστεί ως η ραχοκοκαλιά της ευρωπαϊκής αλλά και της εθνικής οικονομίας, καθώς θεωρούνται κινητήριο δύναμη ανάπτυξης. Για την Ελλάδα η δραστηριοποίηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχει ιδιαίτερη σημασία. Στον ελληνικό επιχειρηματικό κόσμο οι ΜΜΕ εμφανίζονται να κατέχουν το μεγαλύτερο ποσοστό (99,9%) της συνολικής επιχειρηματικής δραστηριότητας και να απασχολούν το περισσότερο εργατικό δυναμικό (85,8%).¹ Αποτελούν έναν από τους σημαντικότερους παράγοντες της οικονομικής και κοινωνικής ζωής της χώρας, καθώς συμβάλλουν θετικά στην οικονομική ανάπτυξη, στη παραγωγή, στην απασχόληση, στην αύξηση του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ) και στη κοινωνική συνοχή της χώρας.

Οι ΜΜΕ έχουν πολλά χαρακτηριστικά γνωρίσματα που τις κάνουν να ξεχωρίζουν. Το πιο σημαντικό από αυτά αποτελεί το γεγονός οι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή (ΕΕ) έχει ορίσει κοινό ορισμό για τις ΜΜΕ και έχει διακρίνει τρεις κατηγορίες επιχειρήσεων, τις πολύ μικρές, τις μικρές και τις μεσαίες επιχειρήσεις. Ο ορισμός βοηθάει στη διάκριση της επιχείρησης αν είναι πράγματι ΜΜΕ ή όχι και διευκολύνει τη συμμετοχή τους σε διάφορα προγράμματα και στρατηγικές ενίσχυσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Συνεπώς, σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι η παρουσίαση του ορισμού καθώς και των χαρακτηριστικών των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Για να κατανοηθεί καλύτερα η έννοια των μικρομεσαίων επιχειρήσεων θα αναλύσουμε πρώτα τι είναι επιχείρηση και ποιες μορφές και μεγέθη επιχειρήσεων δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα και μετά θα παρουσιάσουμε τον ορισμό των ΜΜΕ σύμφωνα με την ΕΕ. Ύστερα ακολουθούν τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των ΜΜΕ και τέλος παρουσιάζουμε την εξέλιξη των ελληνικών

¹ Ετήσια Έκθεση Ε.Ε για τις Ευρωπαϊκές ΜΜΕ, 2014

μικρομεσαίων επιχειρήσεων τα τελευταία χρόνια και τη συμβολή τους στην ελληνική οικονομία.

1.2 Επιχείρηση και Μορφές Επιχειρήσεων

Ο ορισμός της επιχείρησης ο οποίος είναι ο πιο αποδεκτός πλέον σήμερα αναφέρει ότι επιχείρηση είναι μια αυτόνομη παραγωγική - οικονομική μονάδα. Η οποία είναι υπεύθυνη για την οργάνωση των παραγωγικών συντελεστών της (κεφάλαιο, εργασία, γνώση, τεχνολογία κτλ.) και τη διαχείριση των συναλλαγών της, έτσι ώστε να επιτυγχάνει πάντα το μέγιστο δυνατό κέρδος για αυτήν. Το οποίο κέρδος θα πρέπει κατά κανόνα να υπερβαίνει την αντίστοιχη συνήθη αμοιβή της διοικητικής ή εκτελεστικής εργασίας που επιτελείται σε αυτήν.²

Δηλαδή, επιχείρηση είναι ένας οργανισμός ο οποίος διαχειρίζεται μέσα, πόρους και χρόνο για να δημιουργήσει προϊόντα ή υπηρεσίες, τα οποία μέσω του μηχανισμού της αγοράς θα τα διαθέσει έναντι μιας αξίας ανταλλαγής στους καταναλωτές για να ικανοποιήσει κάποιες ανάγκες τους και έτσι να επιτύχει ένα οικονομικό αποτέλεσμα για αυτήν. Συνεπώς, η ύπαρξη μιας επιχείρησης εξαρτάται από την ικανότητά της να αποκτά έσοδα και κέρδη μέσω του μηχανισμού αυτού.

Οι επιχειρήσεις διακρίνονται σε διάφορα είδη. Τα βασικότερα κριτήρια για την κατηγοριοποίηση των επιχειρήσεων είναι με βάση το αντικείμενο απασχόλησης τους, τη μορφή ιδιοκτησίας τους, τη νομική μορφή και το μέγεθος τους (Μπουραντάς κ.ά, 1999).

❖ Διάκριση με βάση το αντικείμενο απασχόλησης

Με βάση το αντικείμενο απασχόλησης οι επιχειρήσεις διακρίνονται σε τρεις βασικές κατηγορίες, επιχειρήσεις Πρωτογενούς, Δευτερογενούς και Τριτογενούς Παραγωγής. Πολλές φορές υπάρχουν και επιχειρήσεις που ανήκουν σε δύο διαφορετικούς τομείς ή και περισσότερους. Στη κατηγορία του πρωτογενούς τομέα παραγωγής ανήκουν οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με την παραγωγή, συγκέντρωση και διάθεση των αγαθών που υπάρχουν στη φύση. Ενδεικτικά, σε αυτή τη κατηγορία περιλαμβάνονται οι Γεωργικές Επιχειρήσεις, οι Κτηνοτροφικές, οι Αλιευτικές, οι Δασοκομικές, οι Μεταλλευτικές Επιχειρήσεις και άλλες. Στη δευτερογενή παραγωγή ανήκουν οι επιχειρήσεις παραγωγής ή μεταποίησης ή μετασχηματισμού, δηλαδή οι μονάδες που παίρνουν τα προϊόντα του πρωτογενή τομέα και τα

² Αρχές Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων και Υπηρεσιών, Μπουραντάς κ.ά, 1999

επεξεργάζονται περαιτέρω ή τα μετατρέπουν σε άλλα προϊόντα. Έτσι, στη κατηγορία αυτή εντάσσονται όλες οι Βιομηχανίες και Βιοτεχνίες. Ενώ στη τριτογενή παραγωγή περιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις που έχουν αντικείμενο την παραγωγή και παροχή παντός είδους υπηρεσιών στο καταναλωτικό κοινό αλλά και στις επιχειρήσεις των άλλων τομέων. Οι επιχειρήσεις αυτές μπορεί να είναι Εμπορικές Επιχειρήσεις, Επιχειρήσεις Μεταφορών - Επικοινωνιών - Συγκοινωνιών, Ασφαλιστικές Επιχειρήσεις, Τραπεζικές Επιχειρήσεις, Επιχειρήσεις παροχής Υπηρεσιών Υγείας, Εκπαίδευσης κτλ.

❖ **Διάκριση με βάση τη μορφή ιδιοκτησίας**

Με βάση τη μορφή ιδιοκτησίας, δηλαδή σε ποιόν ανήκουν, οι επιχειρήσεις διακρίνονται σε Ιδιωτικές, Δημόσιες και Μικτές επιχειρήσεις. Στις ιδιωτικές επιχειρήσεις οι ιδιοκτήτες είναι ιδιώτες ή φυσικά πρόσωπα, στις δημόσιες επιχειρήσεις είναι το ίδιο το Κράτος ή τα διάφορα Νομικά Πρόσωπα Δημόσιου Δικαίου ή Ιδιωτικού Δικαίου και στις μικτές επιχειρήσεις οι ιδιοκτήτες μπορεί να είναι τόσο το κράτος ή τα Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου όσο και οι ιδιώτες.

❖ **Διάκριση με βάση τη νομική μορφή**

Με βάση τη νομική τους μορφή οι επιχειρήσεις, όπως αναφέρουν οι Ξανθάκης και Αλεξιάκης (2006), διακρίνονται στις εξής βασικές κατηγορίες:

α. Ατομική ή προσωπική επιχείρηση

Η ατομική επιχείρηση αποτελεί τη πιο διαδεδομένη μορφή επιχείρησης στην σύγχρονη οικονομία. Η επιχείρηση αυτής της μορφής ταυτίζεται με τον ιδρυτή-επιχειρηματία της, έχει περιορισμένα έξοδα ίδρυσης, οργάνωσης και διοίκησης και ο ιδρυτής της έχει μεγάλα περιθώρια ευελιξίας και δυνατότητας άμεσης λήψης και εκτέλεσης των αποφάσεών του, έτσι μπορεί και προσαρμόζεται εύκολα στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς. Τα κύρια μειονεκτήματά της είναι οι περιορισμένοι κεφαλαιακοί πόροι και η μικρή πιστοληπτική της ικανότητα. Τέτοιου τύπου επιχειρήσεις είναι συνήθως οι οικογενειακές, οι μικρές και μικρομεσαίες (δίνεται παρακάτω ο ορισμός) εμπορικές επιχειρήσεις, καθώς και οι αγροτικές ή βιοτεχνικές επιχειρήσεις. Οι ατομικές επιχειρήσεις, μπορεί να πει κανείς, αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της ελληνικής οικονομίας.

β. Ομόρρυθμη Εταιρεία (ΟΕ)

Η ΟΕ είναι καθαρά προσωπική εταιρεία με περιορισμένη νομική προσωπικότητα και για τη σύστασή της απαιτούνται δύο τουλάχιστον φυσικά ή νομικά πρόσωπα. Η διοίκησή της ανήκει στους ίδιους τους εταίρους της, οι οποίοι ευθύνονται όλοι απεριόριστα, και ο καθένας

προσωπικά, για τις δραστηριότητες και τα χρέη της επιχείρησης. Η πιστοληπτική ικανότητα αυτής της μορφής επιχείρησης βασίζεται στην προσωπική πίστη των εταίρων της και συνήθως είναι αρκετά υψηλή, λόγω του τρόπου κατανομής της ευθύνης.

γ. Ετερόρρυθμη Εταιρεία (ΕΕ)

Η επιχείρηση αυτής της μορφής είναι κατά βάση προσωπική επιχείρηση και έχει νομική προσωπικότητα, χωρίς να έχει κατά νόμο κεφάλαιο. Αποτελείται από τους λεγόμενους ομόρρυθμους και ετερόρρυθμους εταίρους. Η διοίκησή της όμως ανήκει μόνο στους ομόρρυθμους εταίρους, οι οποίοι και ευθύνονται απεριόριστα στη περίπτωση ζημιών, ενώ οι ετερόρρυθμοι ευθύνονται μόνο μέχρι ενός ορισμένου ποσού, συνήθως του ποσού της συνεισφοράς τους. Η πιστοληπτική της ικανότητα εξαρτάται, και σε αυτή τη μορφή επιχείρησης, στη προσωπική πίστη των εταίρων της.

δ. Ανώνυμη Εταιρεία (ΑΕ)

Η ΑΕ είναι η πιο σημαντική εταιρική μορφή. Ιδρύεται από τουλάχιστον δύο ή περισσότερα άτομα ή νομικά πρόσωπα και σύμφωνα με το νόμο απαιτείται ένα ελάχιστο κεφάλαιο. Αποτελεί απρόσωπο τύπο εταιρείας με απόλυτη νομική αυτοτέλεια και έχει μετοχική μορφή. Το κεφάλαιο της μοιράζεται σε μερίδια που λέγονται μετοχές, οι οποίες διανέμονται στους μετόχους της. Έτσι, κάθε μέτοχος είναι υπεύθυνος μόνο για το ποσοστό συνεισφοράς του στο κεφάλαιο. Τα βασικά πλεονεκτήματα αυτής της μορφής είναι η περιορισμένη ευθύνη των μετόχων, η εύκολη συγκέντρωση κεφαλαίων, η εύκολη μεταβίβαση των μετοχών και ο τρόπος διοίκησης της από συλλογικά εκλεγμένο διοικητικό συμβούλιο. Ενώ ένα από τα βασικά μειονεκτήματα είναι η έλλειψη ευελιξίας στη λήψη των αποφάσεων. Όμως, αυτή η μορφή επιχείρησης έχει μεγάλη πιστοληπτική ικανότητα και εξασφαλίζει πρόσθετα κεφάλαια με δανεισμό ή με έκδοση ομολόγων.

ε. Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ)

Η ΕΠΕ είναι ένας ενδιάμεσος τύπος εταιρείας μεταξύ των προσωπικών εταιρειών, ΟΕ και ΕΕ, και της ανώνυμης εταιρείας (ΑΕ). Έτσι, αποτελεί μια πλεονεκτική μορφή για μικρές και για μεγάλες επιχειρήσεις αφού συνδυάζει τα πλεονεκτήματα της Ο.Ε. και εκείνα της Α.Ε. Μπορεί να ιδρυθεί από δύο τουλάχιστον φυσικά ή νομικά πρόσωπα και απαιτεί πολύ μικρό κεφάλαιο για τη σύστασή της. Το κεφάλαιο της διαιρείται σε ίσα μερίδια, τα οποία μεταβιβάζονται, με συμβολαιογραφική πράξη και όχι άτυπα, στους εταίρους της. Οι εταίροι έχουν ευθύνη αποκλειστικά και μόνο για τα μερίδια που κατέχει ο καθένας. Κάποια από τα πλεονεκτήματα της ΕΠΕ είναι η περιορισμένη ευθύνη των εταίρων, το χαμηλό ελάχιστο

εταιρικό κεφάλαιο και η ευελιξία στις αποφάσεις. Επίσης, αυτή η μορφή επιχείρησης αποτελεί νομικό πρόσωπο και έχει μεγαλύτερη πιστοληπτική ικανότητα από τις προσωπικές εταιρείες.

Επίσης, το 2012 στα πλαίσια ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας θεσπίστηκε μια νέα μορφή εταιρείας, η *Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (IKE)*, η οποία έχει νομική προσωπικότητα και είναι εμπορική, ακόμη και αν ο σκοπός της δεν είναι εμπορικός. Απευθύνεται κυρίως σε μικρές και οικογενειακές επιχειρήσεις και έχει πολλά πλεονεκτήματα. Μπορεί να συσταθεί και από ένα μόνο πρόσωπο (Μονοπρόσωπη IKE), το ελάχιστο κεφάλαιο της εταιρείας είναι ένα ευρώ (1€), οι εταίροι συμμετέχουν με κεφαλαιακές, εξωκεφαλαιακές ή εγγυητικές εισφορές με κατώτατο όριο εταιρικού κεφαλαίου ενός ευρώ, έχουν περιορισμένη ευθύνη για τα χρέη της εταιρείας, και διαχειριστής της εταιρείας μπορεί να είναι μόνο φυσικό πρόσωπο, εταίρος ή μη. Για τη σύστασή της ακολουθείτε η διαδικασία της Υπηρεσίας Μιας Στάσης και μπορεί να ιδρυθεί σε μία μέρα. Ο χρόνος ζωής της είναι ορισμένης διάρκειας, αν δεν ορίζεται ακριβής χρόνος στο καταστατικό τότε η εταιρεία διαρκεί δώδεκα έτη από τη σύστασή της. Έχει την έδρα της στον δήμο που αναφέρεται στο καταστατικό αλλά δεν είναι απαραίτητο να έχει την πραγματική έδρα στην Ελλάδα, μπορεί να την έχει και σε άλλο κράτος-μέλος της ΕΕ. Επίσης, σαν μορφή εταιρείας είναι πολύ κοντά στην ΕΠΕ και έχουν τις ίδιες φορολογικές διατάξεις.

❖ Διάκριση με βάση το μέγεθος

Το μέγεθος μιας επιχείρησης είναι από τα βασικότερα κριτήρια κατηγοριοποίησης των επιχειρήσεων. Για τον καθορισμό του μεγέθους έχουν χρησιμοποιηθεί κατά καιρούς πολλά κριτήρια, τα επικρατέστερα είναι ο αριθμός των εργαζομένων στην επιχείρηση, οι συνολικές πωλήσεις της, η αξία του εξοπλισμού της κ.ά. Με βάση τον αριθμό των εργαζομένων, που είναι και το πιο σύνηθες κριτήριο κατάταξης, οι επιχειρήσεις (σύμφωνα με πολλές στατιστικές) διακρίνονται σε τρεις μεγάλες κατηγορίες: (α) τις μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες απασχολούν λίγους υπαλλήλους, συνήθως μέχρι 50, (β) τις μεσαίες, οι οποίες απασχολούν περισσότερους από 50 και μέχρι 100 υπαλλήλους και (γ) τις μεγάλες, οι οποίες απασχολούν πάνω από 100 υπαλλήλους. Ενώ πολλοί οικονομολόγοι υποστηρίζουν ότι υπάρχουν 5 κατηγορίες, οι πολύ μικρές, οι μικρές, οι μεσαίες, οι μεγάλες και οι επιχειρήσεις κολοσσοί (πολυεθνικές εταιρείες, όμιλοι επιχειρήσεων).

Επίσης, τα τελευταία χρόνια έχει εμφανιστεί και μια καινούργια κατηγορία επιχειρήσεων, η λεγόμενη Μικρομεσαία Επιχείρηση, όχι τόσο ως ενδιάμεση κατηγορία των μικρών και

μεσαίων επιχειρήσεων αλλά ως άθροισμα αυτών, για λόγους πολιτικής ανάπτυξης και ένταξής τους στα διάφορα προγράμματα επιχορηγήσεων.

1.3 Ορισμός ΜΜΕ σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή

Ο πρώτος κοινός ορισμός των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ) διατυπώθηκε το 1996 και εφαρμόστηκε ευρέως σε όλη την Ευρωπαϊκή Ένωση. Αργότερα, το 2003, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ενέκρινε μια νέα σύσταση ώστε να ληφθούν υπόψη οι οικονομικές εξελίξεις από το 1996 και έπειτα.³ Ο νέος ορισμός τέθηκε σε ισχύ από 01/01/2005 και εφαρμόζεται σε όλες τις πολιτικές, τα προγράμματα και τα μέτρα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις ΜΜΕ. Ο ορισμός αυτός προσαρμόζεται καλύτερα στις διάφορες κατηγορίες των επιχειρήσεων, διευκρινίζει καλύτερα τις ιδιότητες των μικρομεσαίων καθώς και την έννοια της πολύ μικρής επιχείρησης και συνεκτιμά καλύτερα τους διαφορετικούς τύπους σχέσεων που υπάρχουν μεταξύ των επιχειρήσεων. Καθώς, η νέα σύσταση του ορισμού λαμβάνει υπόψη τόσο ποσοτικά κριτήρια που σχετίζονται με τον αριθμό των απασχολούμενων, τον κύκλο εργασιών, όσο και ποιοτικά κριτήρια που σχετίζονται με την ανεξαρτησία των επιχειρήσεων.

Σύμφωνα με τον ορισμό του 2003 ως Μικρομεσαία Επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία ικανοποιεί τα τρία παρακάτω κριτήρια:

1. ο αριθμός των μονίμων υπαλλήλων της είναι μικρότερος από 250 εργαζομένους
2. ο ετήσιος κύκλος εργασιών της δεν υπερβαίνει τα 50 εκατομμύρια ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 43 εκατομμύρια ευρώ και
3. πληροί το κριτήριο ανεξαρτησίας, δηλαδή δεν ανήκει κατά ποσοστό 25% ή περισσότερο του κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου σε μια επιχείρηση ή από κοινού σε περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες δεν ανταποκρίνονται στον ορισμό της ΜΜΕ.

Επίσης, ο νέος ορισμός της ΕΕ διακρίνει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε τρεις επιμέρους κατηγορίες, τις πολύ μικρές επιχειρήσεις, τις μικρές και τις μεσαίες επιχειρήσεις. Η διάκριση

³ Σύσταση 2003/361/ΕΚ της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, της 6ης Μαΐου 2003 [Επίσημη Εφημερίδα L 124 της 20.05.2003]

αυτή γίνεται με βάση τον αριθμό των απασχολούμενων ατόμων και τον κύκλο εργασιών τους ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού τους, δηλαδή:⁴

➤ Ως **πολύ μικρή** επιχείρηση ορίζεται η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 10 εργαζομένους και ο ετήσιος κύκλος εργασιών της ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 2 εκατομμύρια ευρώ.

➤ Ως **μικρή επιχείρηση** η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 50 εργαζομένους και ο ετήσιος κύκλος εργασιών της ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού της δεν υπερβαίνει τα 10 εκατομμύρια ευρώ.

➤ Ως **μεσαία επιχείρηση** η επιχείρηση η οποία απασχολεί λιγότερους από 250 εργαζομένους και της οποίας ο κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει τα 50 εκατομμύρια ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα 43 εκατομμύρια ευρώ.

Συνοπτικά, η διάκριση μεταξύ πολύ μικρών, μικρών και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων παρουσιάζεται στον **Πίνακα 1.1**.

Πίνακας 1.1

Διάκριση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Κατηγορία Επιχειρήσεων	Αριθμός Εργαζομένων (βάσει EME⁵)	Ετήσιος Κύκλος Εργασιών	Συνολικός Ετήσιος Ισολογισμός
Πολύ Μικρές	1-9	< 2 εκατ. €	< 2 εκατ. €
Μικρές	10-49	< 10 εκατ. €	< 10 εκατ. €
Μεσαίες	50-249	< 50 εκατ. €	< 43 εκατ. €

Πηγή: Observatory of European SMEs, European Commission

Επιπροσθέτως, με τον ορισμό της σύστασης του 2003 εισάγονται τρεις νέες διαφορετικές κατηγορίες επιχειρήσεων ανάλογα με τις σχέσεις που αυτές διατηρούν με άλλες επιχειρήσεις ως προς τη συμμετοχή στο κεφάλαιο, το δικαίωμα ψήφου ή το δικαίωμα άσκησης κυρίαρχης επιρροής. Η διάκριση αυτή βοηθάει στην πραγματική και σαφή εικόνα της οικονομικής κατάστασης μίας επιχείρησης έτσι ώστε να αποκλείονται επιχειρήσεις οι οποίες δεν ανήκουν πραγματικά στη κατηγορία των MME.

⁴ <http://ec.europa.eu/growth/smes/>

⁵ Ετήσιες Μονάδες Εργασίας (EME) = Αριθμό εργαζομένων πλήρους απασχόλησης που εργάστηκαν στην εξεταζόμενη επιχείρηση ή για λογαριασμό αυτής επί ολόκληρο το υπόψη έτος. Τα άτομα που δεν εργάστηκαν ολόκληρο το έτος ή οι εργαζόμενοι μερικής απασχόλησης αντιστοιχούν σε κλάσματα των EME.

Οι τρεις αυτές κατηγορίες επιχειρήσεων, οι οποίες είναι πολύ σημαντικές για τον καθορισμό μιας επιχείρησης ως ΜΜΕ, είναι οι συνεργαζόμενες επιχειρήσεις, οι συνδεδεμένες επιχειρήσεις και οι ανεξάρτητες επιχειρήσεις. Αναλυτικότερα ο ορισμός αναφέρει:

❖ Ως **συνεργαζόμενες επιχειρήσεις**, τις επιχειρήσεις οι οποίες δημιουργούν σημαντικές χρηματοοικονομικές εταιρικές σχέσεις με άλλες επιχειρήσεις, χωρίς η μία να μπορεί να ασκεί άμεσο ή έμμεσο ουσιαστικό έλεγχο στην άλλη. Είναι επιχειρήσεις οι οποίες δεν είναι ανεξάρτητες, αλλά ούτε συνδέονται μεταξύ τους. Συγκεκριμένα μια επιχείρηση είναι συνεργαζόμενη με μια άλλη επιχείρηση όταν:

- κατέχει συμμετοχή μεταξύ 25% και κάτω του 50% σε αυτήν
- αυτή η άλλη επιχείρηση έχει συμμετοχή μεταξύ 25% και κάτω του 50 % στην αιτούσα επιχείρηση
- η αιτούσα επιχείρηση δεν καταρτίζει ενοποιημένους λογαριασμούς στους οποίους να περιλαμβάνεται η εν λόγω άλλη επιχείρηση και δεν περιλαμβάνεται μέσω ενοποίησης στους λογαριασμούς εκείνης ή μιας επιχείρησης που συνδέεται με αυτή την τελευταία.

❖ Ως **συνδεδεμένες επιχειρήσεις** αναφέρονται οι επιχειρήσεις οι οποίες αποτελούν μέρος μιας ομάδας, μέσω του άμεσου ή έμμεσου ελέγχου της πλειοψηφίας του κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου ή μέσω της εξουσίας άσκησης κυρίαρχης επιρροής σε μια επιχείρηση. Πρόκειται για σπανιότερες περιπτώσεις που διακρίνονται γενικά κατά τρόπο ιδιαίτερα σαφή από τους δύο άλλους τύπους. Επίσης, σε αυτή τη κατηγορία εντάσσονται επιχειρήσεις που καταρτίζουν ενοποιημένους λογαριασμούς ή περιλαμβάνονται μέσω ενοποίησης σε λογαριασμούς άλλης επιχείρησης.

❖ Ως **ανεξάρτητες επιχειρήσεις** αναφέρονται όλες τις επιχειρήσεις οι οποίες δεν ανήκουν σε κανέναν από τους δύο προηγούμενους τύπους επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα μια επιχείρηση είναι ανεξάρτητη αν:

- δεν διαθέτει συμμετοχή 25% ή περισσότερο σε άλλη επιχείρηση
- δεν κατέχεται άμεσα κατά 25% ή περισσότερο από άλλη επιχείρηση ή δημόσιο οργανισμό ή από κοινού από περισσότερες επιχειρήσεις συνδεδεμένες μεταξύ τους ή από δημόσιους οργανισμούς, εκτός ορισμένων εξαιρέσεων
- δεν συντάσσει ενοποιημένους λογαριασμούς και δεν περιλαμβάνεται στους λογαριασμούς μιας επιχείρησης η οποία συντάσσει ενοποιημένους λογαριασμούς και δεν είναι κατά συνέπεια συνδεδεμένη επιχείρηση.

Για τη κατηγορία των ανεξάρτητων επιχειρήσεων, η ΕΕ τονίζει ότι μια επιχείρηση μπορεί να συνεχίσει να θεωρείται ανεξάρτητη εάν το όριο του 25% καλυφθεί ή ξεπεραστεί μόνο όταν πρόκειται για ορισμένες κατηγορίες επενδυτών, όπως οι Επιχειρηματικοί Άγγελοι (Business Angels), οι δημόσιες εταιρείες συμμετοχών, τα πανεπιστήμια ή τα ερευνητικά κέντρα, οι θεσμικοί επενδυτές και οι αυτόνομες τοπικές αρχές.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι ο ορισμός της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις δεν είναι δεσμευτικός παρά μόνον όσον αφορά ορισμένους τομείς, όπως οι κρατικές ενισχύσεις, η χρηματοδότηση μέσω των Διαρθρωτικών Ταμείων ή τα κοινοτικά προγράμματα, και ιδιαίτερα το πρόγραμμα-πλαίσιο για την έρευνα και την τεχνολογική ανάπτυξη. Ωστόσο, η χρήση του, ως σημείο αναφοράς, βοηθάει να χαρακτηρίζονται από μεγαλύτερη συνεκτικότητα και αποτελεσματικότητα τα μέτρα που λαμβάνονται προς όφελος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και η ΕΕ ενθαρρύνει τη χρήση του, όπως αναφέρει η Σύσταση 2003/361/ΕΚ της Επιτροπής, της 6ης Μαΐου 2003, σχετικά με τον ορισμό των πολύ μικρών, των μικρών και των μεσαίων επιχειρήσεων.

1.4 Χαρακτηριστικά των ΜΜΕ

Οι ΜΜΕ εκτός από το μέγεθός τους, που αναφέραμε προηγουμένως στον ορισμό, παρουσιάζουν και άλλα χαρακτηριστικά που τις κάνουν να ξεχωρίζουν. Έχουν πολλά θετικά χαρακτηριστικά, τα οποία αποτελούν και τον λόγο ύπαρξής τους, αλλά και πολλές σημαντικές αδυναμίες στις οποίες πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη σημασία ώστε να μπορέσουν να επιβιώσουν και να αναπτυχθούν.

Τα βασικά πλεονεκτήματα των ΜΜΕ αποτελούν και τους λόγους ύπαρξής τους. Ένα σημαντικό χαρακτηριστικό για τις ΜΜΕ αποτελεί το γεγονός ότι για τη σύσταση μιας μικρής επιχείρησης δεν απαιτούνται μεγάλα χρηματικά κεφάλαια και πολλές φορές ούτε και μεγάλος αριθμός προσωπικού για να ξεκινήσει μια επιχείρηση την δραστηριότητά της. Μπορεί να συσταθεί επιχείρηση με ελάχιστο χρηματικό κεφάλαιο και να αποδειχθεί βιώσιμη με καλό προγραμματισμό και μικρό μέγεθος προσωπικού, τέτοιες είναι συνήθως οικογενειακές επιχειρήσεις. Οπότε, μια ΜΜΕ μπορεί να ιδρυθεί σχετικά εύκολα και γρήγορα. Το μικρό τους μέγεθος τους δίνει τη δυνατότητα της εύκολης οργάνωσης και διοίκησης. Επίσης, χαρακτηρίζονται από ταχύτητα στη λήψη και εφαρμογή αποφάσεων, διότι ο επιχειρηματίας ή ο υπεύθυνος διοίκησης μπορεί εύκολα να επικοινωνήσει άμεσα με το προσωπικό και να

επιτύχει καλύτερα και γρηγορότερα αποτελέσματα διοίκησης. Το μικρό της μέγεθος της επιτρέπει επίσης να έχει καλύτερη και πιο άμεση επικοινωνία με την τοπική κοινωνία, να επιτύχει προσωπικές πελατειακές σχέσεις και να μπορεί να προσαρμόζεται πιο εύκολα και γρήγορα στις ανάγκες των πελατών της και στις συνθήκες της αγοράς. Έτσι, μια ΜΜΕ μπορεί να καταφέρει καλύτερη βραχυχρόνια προσαρμογή σε σχέση με μια πολύ μεγαλύτερου μεγέθους επιχείρηση. Μπορεί ακόμη να αναπτυχθεί και να είναι βιώσιμη και σε μια μικρή κοινωνία, να καλύπτει ανάγκες εξειδικευμένων αγορών και να συμβάλει θετικά με τη λειτουργία της στην ανάπτυξη και απασχόληση απομονωμένων περιοχών.

Άλλα βασικά χαρακτηριστικά των ΜΜΕ είναι η ευελιξία στην παραγωγή και η γρήγορη προσαρμογή σε νέες συνθήκες. Μπορούν, επίσης, να αφομοιώσουν εύκολα και γρήγορα νέες τεχνολογίες και καινοτομίες και να εφαρμόσουν νέες μεθόδους, αρκεί βέβαια να το επιτρέπει η οικονομική τους κατάσταση. Έτσι, έχουν τη δυνατότητα να τολμούν σε νέα προϊόντα και υπηρεσίες, να ανταποκρίνονται πιο γρήγορα στις συνεχώς μεταβαλλόμενες καταναλωτικές ανάγκες και να εξελίσσονται και αναπτύσσονται συνεχώς.

Ωστόσο, λόγω του μικρού μεγέθους τους οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν και πολλές αδυναμίες. Η βασική αδυναμία τους είναι ότι διαθέτουν περιορισμένους οικονομικούς πόρους (ιδιαίτερα κατά τα αρχικά στάδια της ζωής τους) με αποτέλεσμα η επιχείρηση να είναι οικονομικά ευάλωτη και να δυσκολεύεται σε σημαντικά θέματα λειτουργίας και ανάπτυξης. Περιορισμένοι είναι επίσης και οι ανθρώπινοι πόροι μιας μικρομεσαίας επιχείρησης. Μάλιστα σε αρκετές επιχειρήσεις, κυρίως στις πολύ μικρού μεγέθους, το προσωπικό χαρακτηρίζεται από χαμηλή εξειδίκευση και τεχνική μόρφωση, είτε διότι δεν υπάρχει η δυνατότητα πρόσληψης εξειδικευμένου προσωπικού, ο οποίος θα ζητάει και μεγαλύτερη ανταμοιβή, είτε διότι λόγω των περιορισμένων οικονομικών πόρων δεν είναι εφικτή η επιμόρφωση του. Λόγω των περιορισμένων οικονομικών πόρων τους πολλές φορές οι ΜΜΕ δυσκολεύονται σε μεγάλο βαθμό ή και αδυνατούν να επενδύσουν σε καινοτομία/ έρευνα και ανάπτυξη για δημιουργία νέων προϊόντων ή βελτίωση των υπαρχόντων. Γεγονός το οποίο είναι πολύ σημαντικό για την μελλοντική πορεία μιας σύγχρονης επιχείρησης που δραστηριοποιείται σε ένα συνεχές μεταβαλλόμενο και τεχνολογικά εξελισσόμενο περιβάλλον. Άλλες, επίσης σημαντικές, αδυναμίες που μπορεί να παρατηρηθούν σε κάποιες ΜΜΕ, λόγω των περιορισμένων διαθέσιμων πόρων, είναι ο χαμηλός βαθμός χρησιμοποίησης σύγχρονων τεχνολογιών, η ανεπαρκής οργάνωση παραγωγής, η αδυναμία αξιοποίησης οικονομικών κλίμακας στην παραγωγή και η αδυναμία εφαρμογής σύγχρονων μεθόδων

διοίκησης, διαχείρισης και μάρκετινγκ. Άμεση συνέπεια όλων αυτών των αδυναμιών είναι η επιχείρηση να παρουσιάσει σοβαρό πρόβλημα χαμηλής παραγωγικότητας.

Επίσης, το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων λειτουργεί αρνητικά και στην ανάπτυξη εξαγωγικής δραστηριότητας της επιχείρησης καθώς δυσκολεύονται να επεκταθούν και σε άλλες αγορές πέραν των τοπικών. Αλλά και στην τοπική αγορά οι δυνατότητές τους είναι περιορισμένες, διότι μια μικρή επιχείρηση έχει μικρή διαπραγματευτική δύναμη στα δίκτυα προμήθειας πρώτων υλών και πώλησης των προϊόντων της. Κατά συνέπεια δημιουργείται πρόβλημα ρευστότητας και η επιχείρηση αναζητά τρόπους χρηματοδότησης.

Η χρηματοδότηση των ΜΜΕ αποτελεί επίσης ένα πολύ σημαντικό πρόβλημα. Οι ΜΜΕ λόγω της περιορισμένης πιστοληπτικής ικανότητας που έχουν, του υψηλού κινδύνου που τις χαρακτηρίζει, των περιορισμένων περιουσιακών στοιχείων που μπορούν να χρησιμοποιήσουν ως εγγυήσεις και πολλές φορές και λόγω άγνοιας των εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης, αντιμετωπίζουν αρκετές δυσκολίες στην εξεύρεση κεφαλαίων ή πίστωσης. Συχνά καταλήγουν στο βραχυπρόθεσμο δανεισμό και στις πιστώσεις των προμηθευτών για να καλύψουν τις αυξημένες ανάγκες τους για κεφάλαιο κίνησης, ενώ η ανάπτυξη επενδυτικών προγραμμάτων μεγάλης εμβέλειας αποδεικνύεται αρκετά δύσκολη έως και μη εφικτή, καθώς παρατηρείται δυσκολία στο να εξασφαλίσουν μεγάλα χρηματικά κεφάλαια από τα διάφορα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα.

Άλλη αδυναμία που έχει παρατηρηθεί τα τελευταία χρόνια, κυρίως σε μια συγκεκριμένη κατηγορία ΜΜΕ, των νεοϊδρυόμενων επιχειρήσεων, είναι ότι ενώ παρουσιάζονται υψηλά ποσοστά σύστασης/ ίδρυσης τους, εξίσου υψηλά είναι και τα ποσοστά θνησιμότητας τους, έως και 50% κατά τα πρώτα 3-5 έτη της ζωής τους.⁶ Ένας από τους λόγους που οφείλεται αυτό είναι ότι λόγω της απλής επιχειρηματικής δομής και της εύκολης σύστασης μιας επιχείρησης, και ειδικά σε κάποιους κλάδους, όπως στον κλάδο της μεταποίησης και των υπηρεσιών, που τα εμπόδια εισόδου νέων επιχειρήσεων είναι σχετικά χαμηλά, υπάρχει αυξημένη τάση ίδρυσης νέων επιχειρήσεων. Όμως πολλοί νέοι επιχειρηματίες δεν είναι επαρκώς και κατάλληλα προετοιμασμένοι με αποτέλεσμα να μη μπορούν να αντιμετωπίσουν σωστά διάφορα προβλήματα που προκύπτουν κατά τη διάρκεια ζωής της νεοϊδρυθείσας

⁶ ΜΜΕ στην Ελλάδα: Γενικά χαρακτηριστικά και χρηματοοικονομικό προφίλ, Κωνσταντίνος Ζοπουνίδης, 2005 <http://www.disabled.gr/mikromesees-epichirisis-stin-ellada-genika-charaktiristika-ke-chrimatoikononiko-profil/>

επιχείρησης, όπως ανεπάρκεια κερδών, έντονος ανταγωνισμός, προβλήματα εξασφάλισης χρηματοδότησης κ.ά. και πολλές φορές η επιχειρηματική τους κίνηση αποτυγχάνει.⁷

Πέρα αυτών των προβλημάτων που σχετίζονται με την εσωτερική οργάνωση και λειτουργία των ΜΜΕ μπορεί να υπάρξουν και κάποια άλλα προβλήματα τα οποία απορρέουν από το οικονομικό και θεσμικό περιβάλλον δραστηριοποίησης της επιχείρησης καθώς και από το γενικότερο οικονομικό, πολιτικό και κοινωνικό καθεστώς που επικρατεί στη χώρα δραστηριοποίησης. Στην Ελλάδα τα κυριότερα προβλήματα που συναντούν οι ΜΜΕ είναι το πολύπλοκο φορολογικό σύστημα, η γραφειοκρατία, ο αυξημένος ανταγωνισμός, η μειωμένη αγοραστική δύναμη των καταναλωτών (η οποία λόγω της οικονομικής κρίσης έχει διογκωθεί πολύ περισσότερο τα τελευταία χρόνια), η περιορισμένη διαθεσιμότητα και το υψηλό κόστος των κεφαλαίων. Καθώς και η έλλειψη παροχής ολοκληρωμένων υπηρεσιών για υποστήριξη/πληροφόρηση και η ελλιπής σύνδεση του εκπαιδευτικού συστήματος με τις ανάγκες της αγοράς και κυρίως των ΜΜΕ (Kourounakis and Katsiolouides, 2011).

1.5 Οι ΜΜΕ στην Ελληνική Οικονομία και η Συμβολή τους

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις διαδραματίζουν πολύ σημαντικό ρόλο σε κάθε οικονομία και είναι κοινώς αποδεκτό ότι αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της ευρωπαϊκής αλλά και της ελληνικής οικονομίας. Η Ελλάδα, όπως και κάθε ευρωπαϊκή χώρα, είναι ως επί το πλείστον χώρα μικρομεσαίων επιχειρήσεων οποιασδήποτε μορφής (ατομική, ΑΕ, ΟΕ, ΕΕ, ΕΠΕ). Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στο ελληνικό επιχειρηματικό περιβάλλον αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο ποσοστό της επαγγελματικής δραστηριότητας και αποτελούν το κύριο συστατικό της εθνικής οικονομίας. Αποτελούν, επίσης, βασική πηγή ανάπτυξης και είναι μείζονος σημασίας τόσο σε οικονομικό, όσο και σε κοινωνικό επίπεδο.

⁷ Η Επιχειρηματικότητα στην Ελληνική Οικονομία, Οικονομική και Κοινωνική Προσέγγιση, Χασιδίδης Ι. & Καραγιάννης Α., Interbooks, 1999

Πίνακας 1.2
Βασικά στοιχεία ΜΜΕ στην Ελλάδα και ΕΕ

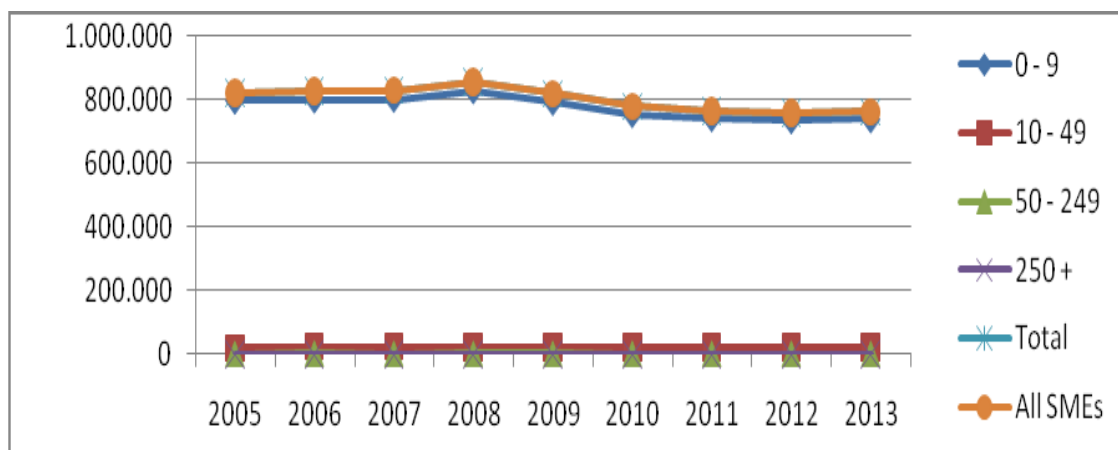
Μέγεθος	Αριθμός επιχειρήσεων			Αριθμός εργαζομένων			Προστιθέμενη αξία		
	Ελλάδα		ΕΕ-28	Ελλάδα		ΕΕ-28	Ελλάδα		ΕΕ-28
	Αριθμός	Μερίδιο	Μερίδιο	Αριθμός	Μερίδιο	Μερίδιο	Αριθμός (δισ.€)	Μερίδιο	Μερίδιο
Πολύ μικρές	629.811	96,2%	92,4%	1.130.794	55,2%	29,1%	16	33,1%	21,6%
Μικρές	21.669	3,3%	6,4%	398.503	19,5%	20,6%	11	22,5%	18,2%
Μεσαίες	2.464	0,4%	1,0%	227.832	11,1%	17,2%	8	16,5%	18,3%
ΜΜΕ	653.944	99,9%	99,8%	1.757.129	85,8%	66,9%	35	72,1%	58,1%
Μεγάλες	423	0,1%	0,2%	290.547	14,2%	33,1%	13	27,9%	41,9%
Σύνολο	654.367	100%	100%	2.047.676	100%	100%	48	100%	100%

Πηγή: Ετήσια Έκθεση Ε.Ε. για τις Ευρωπαϊκές ΜΜΕ 2014 (αφορά εκτιμήσεις για 2013 του DIW Econ με στοιχεία 2008-2011 της Eurostat)

Ο Πίνακας 1.2 παρουσιάζει πρόσφατα βασικά στοιχεία των ελληνικών επιχειρήσεων και της Ευρωπαϊκής Ένωσης των 28 κρατών μελών. Όπως βλέπουμε, είναι πρωτοφανής ο λόγος που οι ΜΜΕ θεωρούνται η ραχοκοκαλιά της ευρωπαϊκής και εθνικής οικονομίας, αφού αποτελούν τη πλειονότητα των επιχειρήσεων σε συντριπτικό βαθμό. Στα πλαίσια της Ε.Ε. το ποσοστό των ΜΜΕ φτάνει το 99,8% του συνόλου των επιχειρήσεων ενώ στα πλαίσια της ελληνικής οικονομίας το 99,9%, αφήνοντας μόνο ένα πάρα πολύ μικρό ποσοστό (0,1%) για τις μεγάλες επιχειρήσεις. Οι ΜΜΕ, λοιπόν, είναι αδιαμφισβήτητα η βασική δομή της ευρωπαϊκής και ελληνικής οικονομίας. Κυρίαρχο ρόλο φαίνεται πως έχει η κατηγορία των πολύ μικρών επιχειρήσεων αφού αποτελεί τη πλειοψηφία του συνόλου των ΜΜΕ. Ιδιαίτερα για την ελληνική οικονομία η κατηγορία των πολύ μικρών επιχειρήσεων φαίνεται να έχει σημαντικότερο ρόλο, καθώς το ποσοστό των ελληνικών πολύ μικρών επιχειρήσεων είναι μεγαλύτερο από τον αντίστοιχο μέσο όρο της Ε.Ε. των 28 κρατών μελών. Συγκεκριμένα, στην Ελλάδα από το συνολικό ποσοστό των ΜΜΕ (99,9%) οι πολύ μικρές επιχειρήσεις (μέχρι 9 εργαζομένους) αποτελούν το συντριπτικό ποσοστό των 96,2% και μόνο το 3,7% αποτελούν οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (επιχειρήσεις με αριθμό εργαζομένων από 10 έως 250). Συνεπώς, η ελληνική οικονομία βασίζεται κυρίως στη δραστηριοποίηση των πολύ μικρών επιχειρήσεων, οι οποίες κατά το πλείστον είναι οικογενειακές επιχειρήσεις.

Ο κυρίαρχος ρόλος των πολύ μικρών επιχειρήσεων στο ελληνικό οικονομικό περιβάλλον φαίνεται και διαχρονικά παρακάτω στο Διάγραμμα 1.1, όπου παρουσιάζεται η εξέλιξη των ΜΜΕ ανά κατηγορία με βάση τον αριθμό των εργαζομένων. Βλέπουμε πως, διαχρονικά, η κατηγορία των πολύ μικρών επιχειρήσεων, δηλαδή επιχειρήσεις με 1 έως 9 εργαζομένους,

αποτελεί το μεγαλύτερο ποσοστό του συνόλου των ΜΜΕ. Επίσης, παρατηρούμε και τη βαρύτητά της δραστηριοποίησής τους στο σύνολο των ΜΜΕ καθώς η φθίνουσα πορεία του αριθμού των πολύ μικρών επιχειρήσεων, τα τελευταία χρόνια, οδηγεί σε αντίστοιχη πτωτική πορεία του συνόλου των ελληνικών ΜΜΕ.



Πηγή: Observatory of European SMEs, European Commission, 2013

Διάγραμμα 1.1

Εξέλιξη αριθμού ΜΜΕ ανά μέγεθος στην Ελλάδα, 2005-2013

Άμεση συνέπεια της δραστηριοποίησης του μεγάλου πλήθους των ΜΜΕ στην ελληνική οικονομία είναι η πολύ σημαντική συμβολή τους στην απασχόληση. Όπως φαίνεται και από τον Πίνακα 1.2, οι ΜΜΕ απασχολούν μεγάλο ποσοστό του εργατικού δυναμικού και σε ευρωπαϊκό και σε ελληνικό επίπεδο. Μάλιστα για την Ελλάδα το ποσοστό απασχόλησης από τις ΜΜΕ έχει ιδιαίτερη σημασία καθώς είναι μεγαλύτερο από τον μέσο όρο απασχόλησης στην Ε.Ε. Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα απασχολούν το 85,8% του συνολικού εργατικού δυναμικού, από το οποίο το 55,2% προέρχεται από το μεγάλο πλήθος των πολύ μικρών επιχειρήσεων. Ενώ οι μεγάλες επιχειρήσεις (αριθμός εργαζομένων πάνω από 250) συνεισφέρουν μόνο κατά 14,2% στην συνολική απασχόληση. Άρα, οι ΜΜΕ και κυρίως οι πολύ μικρές επιχειρήσεις κατέχουν πολύ σημαντικό ρόλο στην απασχόληση του εργατικού δυναμικού στην Ελλάδα και συντελούν περισσότερο στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης από ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις, οι οποίες απασχολούν πολύ μικρότερο μερίδιο. Συνεπώς, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις συμβάλλουν σημαντικά στην αύξηση της απασχόλησης στην ελληνική κοινωνία και κατά συνέπεια στη μείωση της ανεργίας.

Επίσης, οι ΜΜΕ συνεισφέρουν σημαντικά και στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) μέσω της προστιθέμενης αξίας που δίνουν στα παραγόμενα προϊόντα και τις προσφερόμενες

υπηρεσίες. Όπως φαίνεται και από τον Πίνακα 1.2, οι ΜΜΕ συνεισφέρουν κατά ποσοστό 58,1% στη προστιθέμενη αξία της ευρωπαϊκής οικονομίας και κατά 72,1% της ελληνικής οικονομίας, από το οποίο το 33,1% προέρχεται από τη κατηγορία των επιχειρήσεων που απασχολούν το πολύ 9 εργαζομένους. Οπότε, και από αυτόν τον δείκτη των ΜΜΕ βλέπουμε τη σημαντική συμβολή της δραστηριοποίησης τους στην ανάπτυξη της οικονομίας.

Συμπεραίνουμε λοιπόν πως οι πολύ μικρές, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν έναν από τους βασικότερους πυλώνες της Εθνικής Οικονομίας, αφού αποτελούν το μεγαλύτερο ποσοστό του συνόλου των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο ελληνικό περιβάλλον. Απασχολούν ένα πολύ σημαντικό τμήμα του εργατικού δυναμικού της χώρας, δημιουργούν νέες θέσεις απασχόλησης, συντελούν στη μείωση της ανεργίας και ενδυναμώνουν την τοπική ανάπτυξη. Επίσης, συνεισφέρουν στην αύξηση του εγχώριου ΑΕΠ και έχουν ιδιαίτερη βαρύνουσα σημασία για την ουσιαστική οικονομική ανάπτυξη και τη κοινωνική συνοχή της χώρας.

Πέρα από αυτά τα πολύ σημαντικά οφέλη από τη δραστηριοποίηση των ΜΜΕ σε μια οικονομία υπάρχουν και άλλα επίσης σημαντικά όχι μόνο για την ανάπτυξη της οικονομίας της χώρας αλλά και του γενικότερου κοινωνικού συνόλου. Συνοπτικά, και σύμφωνα με πολλές βιβλιογραφίες, οι ΜΜΕ:

- Προάγουν την κοινωνική σταθερότητα.
- Εξασφαλίζουν υψηλούς ρυθμούς βιώσιμης ανάπτυξης.
- Συμβάλλουν στη δημιουργία ενός συνεκτικού οικονομικού και κοινωνικού δεσμού στη κοινωνία.
- Διατηρούν τον ζωτικό δεσμό μεταξύ της παραγωγικής πραγματικότητας και της εδαφικής της διάστασης.
- Αποτελούν ίσως τον αποτελεσματικότερο τρόπο καταπολέμησης της ανεργίας και όλων των προβλημάτων που αυτή προκαλεί καθώς δημιουργούν περισσότερες θέσεις απασχόλησης.
- Συμβάλλουν στην ενίσχυση της ιδέας της “κοινωνίας της γνώσης” καθώς αποτελούν χώρους κατάρτισης.
- Ενισχύουν τη διεθνή ανταγωνιστικότητα των κρατών μελών και της ΕΕ.
- Αποτελούν μεγάλη πηγή επιχειρηματικών δεξιοτήτων, καινοτομίας και απασχόλησης.

Έτσι, λοιπόν η δραστηριοποίηση κάθε είδους ΜΜΕ σε ένα περιβάλλον συμβάλει σημαντικά στην οικονομία και κοινωνία του και είναι μείζονος σημασίας για την ανάπτυξή

του. Αντίστοιχα, όμως, συμβάλει και η γενικότερη οικονομική κατάσταση του περιβάλλοντος στη δραστηριοποίηση της κάθε είδους επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η κατάσταση που βρίσκεται η κάθε οικονομία επηρεάζει αντίστοιχα θετικά ή αρνητικά τη λειτουργία των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο περιβάλλον της.

Το ελληνικό περιβάλλον τα τελευταία χρόνια δεν είναι ένα περιβάλλον που ευνοεί τη σύσταση ΜΜΕ και τη λειτουργία τους, καθώς η εγχώρια οικονομία αντιμετωπίζει σοβαρό πρόβλημα παρατεταμένης οικονομικής κρίσης, ίσως τη μεγαλύτερη μετά το Β' Παγκόσμιο πόλεμο. Ενώ έως το έτος 2008 η ελληνική οικονομία παρουσίαζε υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης, αρχές του 2009 σημείωσε τα πρώτα δείγματα οικονομικής ύφεσης και μέχρι το τέλος του 2009, ως αποτέλεσμα του συνδυασμού της διεθνούς οικονομικής κρίσης και των δημοσιονομικών ανισορροπιών που παρουσιάστηκαν, η ελληνική οικονομία αντιμετώπισε την πιο σοβαρή της κρίση από το 1993, με το υψηλότερο δημόσιο έλλειμμα και το δεύτερο υψηλότερο χρέος ως ποσοστό του ΑΕΠ στην ΕΕ. Το 2010 η ανάγκη εξυγίανσης οδήγησε τη χώρα στην ένταξή της σε τριμερή μηχανισμό οικονομικής στήριξης, αποτελούμενο από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (ΔΝΤ) και την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα (ΕΚΤ). Όμως η αυστηρή εισοδηματική πολιτική και ο δραστικός περιορισμός των δημοσίων δαπανών που ασκήθηκαν κατά τα τελευταία χρόνια επηρέασαν αρνητικά την εξέλιξη του ΑΕΠ της χώρας, με αποτέλεσμα το μέγεθός του να σημειώσει σημαντική μείωση από τα επίπεδα προ κρίσης.⁸

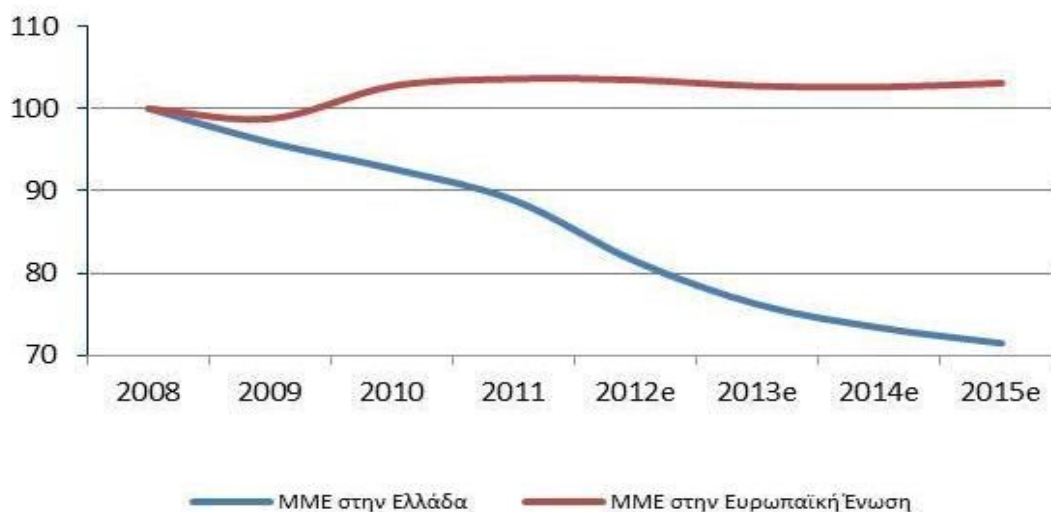
Πέρα από το δύσκολο οικονομικό περιβάλλον η Ελλάδα τα τελευταία χρόνια αντιμετωπίζει προβλήματα και στο πολιτικό περιβάλλον καθώς υπάρχει αστάθεια αφού από το 2008 έως σήμερα έχει αλλάξει πέντε φορές κυβέρνηση. Όλο αυτό το κλίμα που επικρατεί τα τελευταία χρόνια στο οικονομο-πολιτικό περιβάλλον της χώρας έχει προκαλέσει σοβαρά προβλήματα και πολλές δυσλειτουργίες στον επιχειρηματικό κόσμο. Σε μια χώρα μικρομεσαίων επιχειρήσεων όπως η Ελλάδα όπου το 85% της ιδιωτικής απασχόλησης βρίσκεται συγκεντρωμένο στον τομέα των ΜΜΕ και περισσότερο από το 50% στις πολύ μικρές επιχειρήσεις, η παρατεταμένη ύφεση, την οποία επιδεινώνουν τα μέτρα λιτότητας και η κρίση του τραπεζικού συστήματος, έχει πλήξει σοβαρά τον τομέα των ΜΜΕ. Όπως αναφέρουν και πολλές ερευνητικές εργασίες, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν τα πρώτα και σημαντικότερα θύματα μιας παρατεταμένης οικονομικής κρίσης και λόγω των περιορισμένων οικονομικών πόρων τους επηρεάζονται δυσανάλογα σε σχέση με το μέγεθος

⁸ <http://www.investingreece.gov.gr/default.asp?pid=16&la=2>

τους. Έτσι, οι συνέπειες της κρίσης είναι πιο σοβαρές στη περίπτωση της Ελλάδας από ότι σε κάποια άλλη χώρα μικρομεσαίων επιχειρήσεων της Ε.Ε. η οποία επίσης βρίσκεται σε οικονομική κρίση. Αυτό διότι στην Ελλάδα ο τομέας των ΜΜΕ εξαρτάται σε μεγαλύτερο βαθμό από τις πολύ μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες σε περιόδους κρίσης είναι και οι πιο ευάλωτες.

Οι δυσμενείς επιπτώσεις της παρατεταμένης οικονομικής κρίσης της εγχώριας οικονομίας στο επιχειρηματικό περιβάλλον είναι πολλές και έχουν εντείνει ακόμα περισσότερο τα όποια προβλήματα των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται εντός της χώρας. Οι ελληνικές ΜΜΕ κατά τη περίοδο της ύφεσης έχουν έρθει αντιμέτωπες με πολλά προβλήματα τα οποία προκύπτουν κυρίως λόγω του γενικότερου δυσμενούς οικονομικού περιβάλλοντος. Τα πιο σημαντικά από αυτά τα προβλήματα είναι η μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος των καταναλωτών η οποία συνεπάγεται πτώση της ζήτησης των καταναλωτικών προϊόντων και η επιβράδυνση της πιστωτικής επέκτασης καθώς έχουν διαταραχθεί οι κανόνες παροχής εμπορικών πιστώσεων και έχει αναθεωρηθεί η συνεργασία των ΜΜΕ με τα τραπεζικά ιδρύματα.

Η επίπτωση της οικονομικής κρίσης στον τομέα των ΜΜΕ φαίνεται από τις σημαντικές μεταβολές που έχουν καταγραφεί κατά τη περίοδο της κρίσης σε βασικούς δείκτες που συνδέονται με τις ΜΜΕ, όπως ο αριθμός των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στην ελληνική οικονομία, ο αριθμός του απασχολούμενου προσωπικού σε αυτές και η προστιθέμενη αξία στο σύνολο της ελληνικής παραγωγικής δυναμικής της ελληνικής οικονομίας.



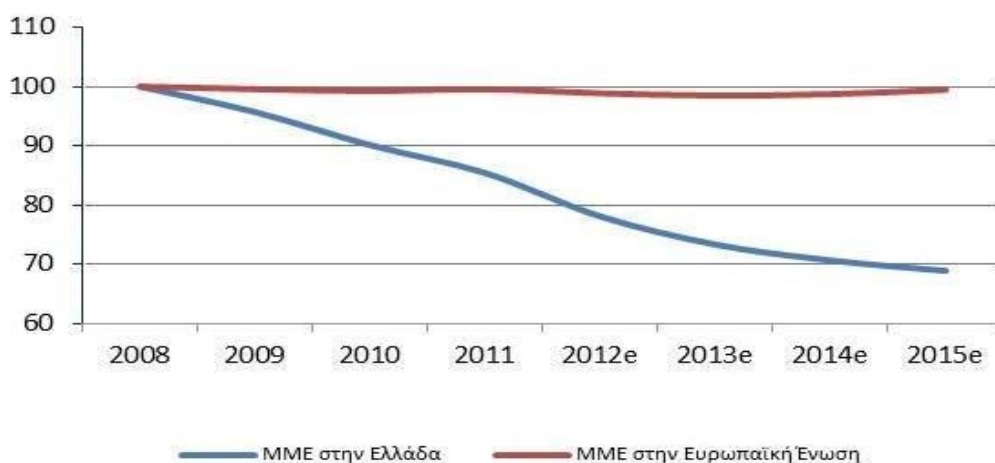
Πηγή: Observatory of European SMEs, European Commission, 2011

Διάγραμμα 1.2

Εξέλιξη αριθμού ΜΜΕ στην Ελλάδα και ΕΕ, 2008-2014

(Δείκτης:2008=100, εκτιμήσεις από το 2012 και μετά)

Στο παραπάνω διάγραμμα απεικονίζεται διαχρονικά η εξέλιξη του αριθμού των ΜΜΕ από τα τέλη 2008 όπου άρχισαν να φαίνονται τα πρώτα δείγματα οικονομικής ύφεσης. Όπως βλέπουμε υπάρχει μεγάλη μεταβολή του αριθμού των μικρομεσαίων επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνταν στο ελληνικό περιβάλλον. Ενώ ο αριθμός των ΜΜΕ στην Ε.Ε. έχει σχεδόν σταθερή πορεία, ο αριθμός των ελληνικών ΜΜΕ, λόγω της δυσμενούς οικονομικής κατάστασης τα τελευταία χρόνια, έχει σημαντική πτώση. Σύμφωνα με πρόσφατες έρευνες, από το 2008 μέχρι και το 2015 σχεδόν μία στις τέσσερις ΜΜΕ που υπήρχε το 2008 έχει κλείσει. Πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις, κυρίως οι πολύ μικρές, οι οποίες είναι και οι πιο ευάλωτες, δεν κατάφεραν να επιβιώσουν κατά τη περίοδο της οικονομικής κρίσης και σταμάτησαν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα, με συνέπεια να μειωθεί κατά πολύ ο συνολικός όγκος των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων κατά τη περίοδο της κρίσης.



Πηγή: Observatory of European SMEs, European Commission, 2011

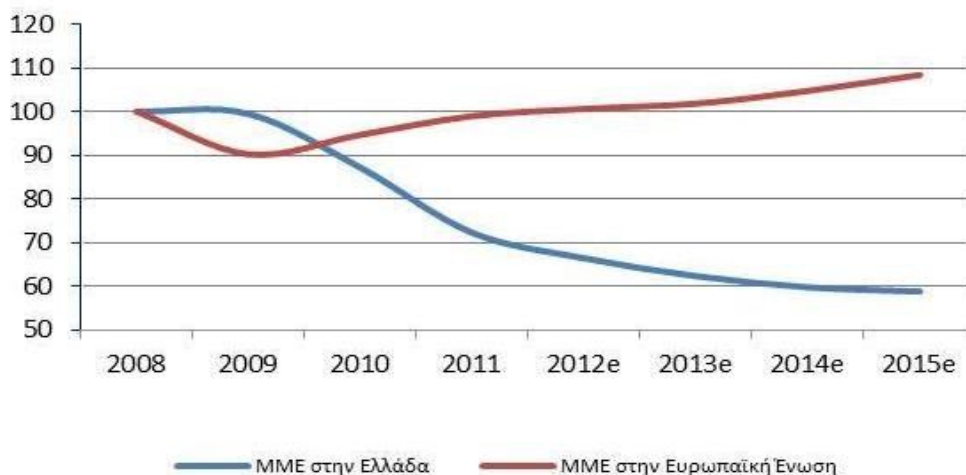
Διάγραμμα 1.3

Εξέλιξη Απασχόλησης στις ΜΜΕ στην Ελλάδα και ΕΕ, 2008-2014

(Δείκτης:2008=100, εκτιμήσεις από το 2012 και μετά)

Στο Διάγραμμα 1.3 απεικονίζεται η πορεία της απασχόλησης από τις ΜΜΕ κατά τη περίοδο της οικονομικής κρίσης. Όπως είναι επακόλουθο, η πορεία της απασχόλησης στην Ελλάδα από τις ΜΜΕ από το 2008 και ύστερα είναι πτωτική, καθώς είχαμε μείωση του αριθμού των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Επειδή πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις έκλεισαν και επειδή οι ΜΜΕ στην Ελλάδα απασχολούν ένα πολύ μεγάλο μέρος του εργατικού δυναμικού άμεση συνέπεια αυτού του γεγονότος ήταν η μείωση της απασχόλησης από αυτές. Κατά συνέπεια, η ανεργία κατά την εν λόγω περίοδο παρουσίασε αύξηση, φτάνοντας μέχρι και 27,5% το 2013 από 7,8% που ήταν το 2008.⁹

⁹ <http://www.investingreece.gov.gr/default.asp?pid=16&la=2>



Πηγή: Observatory of European SMEs, European Commission, 2011

Διάγραμμα 1.4

Εξέλιξη προστιθέμενης αξίας των ΜΜΕ στην Ελλάδα και ΕΕ, 2008-2014

(Δείκτης:2008=100, εκτιμήσεις από το 2012 και μετά)

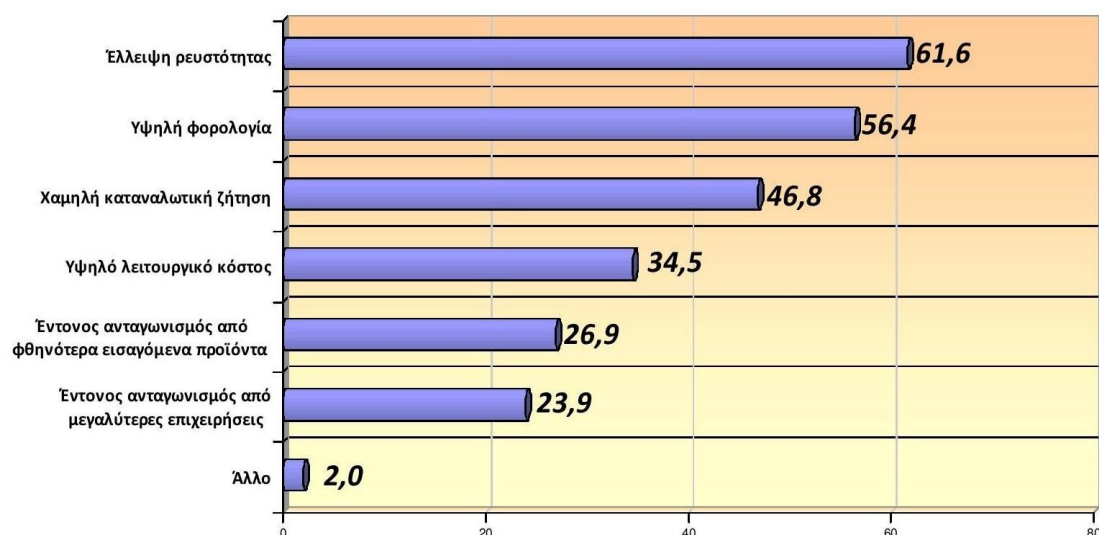
Στο Διάγραμμα 1.4 αποτυπώνεται η διαχρονική συνεισφορά των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στο ΑΕΠ, μέσω της προστιθέμενης αξίας που δίνουν στα παραγόμενα προϊόντα και τις προσφερόμενες υπηρεσίες. Πτωτική ήταν και η πορεία αυτού δείκτη των ΜΜΕ στην ελληνική οικονομία. Η μείωση της δραστηριότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων οδήγησε αντίστοιχα σε μείωση της προστιθέμενης αξίας τους και σε μείωση της συνεισφοράς τους στο ΑΕΠ της Ελλάδας.

Συμπεραίνουμε, λοιπόν, πόσο σημαντική είναι η συνεισφορά και η πορεία της δραστηριοποίησης ΜΜΕ στην οικονομία και στη κοινωνία μιας χώρας. Όταν οι ΜΜΕ επιχειρήσεις λειτουργούν ομαλά, αναπτύσσονται και εξελίσσονται τότε αυτό έχει θετική επίπτωση και στην ανάπτυξη της οικονομίας της χώρας. Όταν όμως οι ΜΜΕ έχουν να αντιμετωπίσουν ένα δυσμενή περιβάλλον και πολλά προβλήματα για την επιβίωσή τους αυτό έχει επίσης άμεση επίπτωση στη πορεία της οικονομίας της χώρας. Έτσι, η ελληνική κοινωνία πρέπει να δώσει ιδιαίτερη σημασία στην εφαρμογή πολιτικών και προγραμμάτων τα οποία θα ενισχύσουν και θα βοηθήσουν τις ΜΜΕ να αντιμετωπίσουν τις δυσκολίες τους και να συνεχίσουν ομαλά τη λειτουργία τους και την ανάπτυξή τους. Μέσω της ενίσχυσης και ανάπτυξης των ΜΜΕ θα ενισχυθεί και θα βελτιωθεί και η εθνική οικονομία της χώρας.

Σε έρευνα που έγινε το 2013 από την Εθνική Συνομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (Ε.Σ.Ε.Ε) σχετικά με διάφορα θέματα που απασχολούν τις ΜΜΕ στην

Ελλάδα καταγράφεται η κοινή γνώμη για τα κυριότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις κατά τη λειτουργία τους. Τα αποτελέσματα της έρευνας φαίνονται παρακάτω στο Διάγραμμα 1.5.

ΕΡΩΤΗΣΗ: Ποια είναι κατά τη γνώμη σας τα κυριότερα προβλήματα στη λειτουργία των ΜικροΜεσαίων Επιχειρήσεων; (πολλαπλή - έως 3 απαντήσεις)



Πηγή: Εθνική Συνομοσπονδία Εμπορίου και Επιχειρηματικότητας (Ε.Σ.Ε.Ε), 2013

Διάγραμμα 1.5 Τα κυριότερα προβλήματα των ΜΜΕ στην Ελλάδα

Η έρευνα ανέδειξε έξι σοβαρά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ, η ανεπαρκής ρευστότητα, η υψηλή φορολογία, η χαμηλή καταναλωτική ζήτηση, το υψηλό λειτουργικό κόστος τους, ο έντονος ανταγωνισμός από φθηνότερα εισαγόμενα προϊόντα και ο ανταγωνισμός από μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Τα προβλήματα αυτά υπάρχουν σε κάθε επιχειρηματικό περιβάλλον κάθε είδους δραστηριοποίησης και κατά περιόδους ύφεσης της οικονομίας γίνονται ακόμα πιο έντονα και σοβαρά για την επιβίωση των επιχειρήσεων. Το πρόβλημα της ανεπαρκής ρευστότητας είναι το πιο σοβαρό, όπως έδειξε και η έρευνα ποσοστό 61,6%, καθώς μια επιχείρηση αν έχει δυνατότητα ρευστότητας τότε μπορεί να ανταπεξέλθει καλύτερα και στα υπόλοιπα προβλήματά της, να γίνει πιο ανταγωνιστική και να συνεχίζει ομαλά τη λειτουργία της. Όταν όμως μια νέα επιχείρηση ή μια εδραιωμένη επιχείρηση έχει πρόβλημα ρευστότητας τότε αυτό επηρεάζει σημαντικά τη λειτουργία της,

την ανάπτυξή της και τη μελλοντική της πορεία. Για την αντιμετώπιση αυτού του προβλήματος οι επιχειρήσεις προσφεύγουν σε διάφορες πηγές χρηματοδότησης.

1.6 Ανακεφαλαίωση

Η δραστηριοποίηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχει πολλά σημαντικά οφέλη για την ελληνική οικονομία και γενικότερα για το κοινωνικό σύνολο. Σε περιόδους κρίσης, λόγω της ευελιξίας τους και της απλής οργανωτικής δομής που τις χαρακτηρίζει, διαδραματίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στην αντιμετώπιση κρίσιμων οικονομικών και κοινωνικών προβλημάτων. Τα τελευταία χρόνια οι ελληνικές ΜΜΕ παρουσιάζουν πολλές δυσκολίες αλλά παρουσιάζουν όμως και αρκετές προοπτικές. Για αυτό το λόγο σε τέτοιες περιόδους η ελληνική πολιτεία θα πρέπει να αποδίδει ιδιαίτερη σημασία στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και στην ενίσχυσή τους, μέσω των οποίων είναι δυνατή η ουσιαστική οικονομική ανάπτυξη, η κοινωνική συνοχή, η δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, η μείωση της ανεργίας σε εθνικό και τοπικό επίπεδο και η αύξηση του ΑΕΠ της χώρας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

2.1 Εισαγωγή

Η χρηματοδότηση μιας επιχείρησης αποτελεί μια από τις σημαντικότερες παραμέτρους για την επιτυχημένη λειτουργία της, αν όχι τη σημαντικότερη, σε οποιαδήποτε φάση της επιχείρησης, είτε κατά τα πρώτα στάδια εκκίνησης της επιχειρηματικής ιδέας είτε αργότερα κατά τη λειτουργία της πλέον εδραιωμένης επιχείρησης. Ο οικονομικός όρος Χρηματοδότηση επιχείρησης ή Εταιρική Χρηματοδότηση σημαίνει, γενικά, το σύνολο των ενεργειών εκείνων για τη διάθεση κεφαλαίων σε μία νόμιμη επιχείρηση, ανεξάρτητα του είδους της, με στόχο την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της.¹⁰ Υπάρχουν διάφορες μορφές χρηματοδότησης ανάλογα με τη πηγή προέλευσης των χρηματικών κεφαλαίων, τη σκοπιμότητα της χρήσης αυτών καθώς και τη χρονική διάρκεια της χρηματοδότησης.

Οι ανάγκες των επιχειρήσεων για χρηματοδότηση είναι αρκετές και ιδιαίτερα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, λόγω, κυρίως, των περιορισμένων οικονομικών πόρων τους. Οι βασικές ανάγκες για χρηματοδότηση είναι για κεφάλαιο κίνησης και για επενδύσεις σε πάγιες εγκαταστάσεις και μηχανολογικό ή τεχνικό εξοπλισμό. Αν και υπάρχουν πολλές και διαφορετικές πηγές χρηματοδότησης οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν πολλά προβλήματα στην πρόσβαση χρηματοδότησης και δυσκολεύονται να εξασφαλίσουν τα απαραίτητα κεφάλαια. Τα τελευταία χρόνια, λόγω του γενικότερου δυσμενούς οικονομικού περιβάλλοντος και της χρηματοπιστωτικής κρίσης έχει αυξηθεί το χρηματοδοτικό κενό με αποτέλεσμα το πρόβλημα της πρόσβασης στη χρηματοδότηση να έχει επιδεινωθεί σε επίπεδο που απειλείται η βιωσιμότητα πολλών μικρών επιχειρήσεων. Σε τέτοιες περιόδους η ενίσχυση της χρηματοδότησης προς τις ΜΜΕ και η ανάπτυξη των εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης είναι επιτακτικά ζητήματα για τον επιχειρηματικό κόσμο.

Στις παρακάτω ενότητες παρουσιάζουμε τα είδη χρηματοδότησης των επιχειρήσεων και τις ανάγκες χρηματοδότησης που προκύπτουν κατά την εκκίνηση της επιχειρηματικής ιδέας ή κατά τη διάρκεια ζωής της εδραιωμένης επιχείρησης. Και στη συνέχεια αναλύουμε

¹⁰ Κείμενο μελέτης-έρευνας του ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ με θέμα «Διερεύνηση αναγκών εκπαίδευσης στις μικρές επιχειρήσεις και επιπτώσεων των εκπαιδευτικών προγραμμάτων», 2014

διαχρονικά τη πρόσβαση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη χρηματοδότηση καθώς και τις δυσκολίες που παρουσιάζουν οι σύγχρονες επιχειρήσεις στην εξασφάλιση των απαραίτητων χρηματικών κεφαλαίων.

2.2 Είδη Χρηματοδοτήσεων

Η χρηματοδότηση επιχειρήσεων, στην πράξη, αποτελείται από τρία βασικά στοιχεία, τη πηγή προέλευσης των κεφαλαίων, τη χρήση ή τον προορισμό των κεφαλαίων αυτών, δηλαδή το σκοπό που η επιχείρηση χρηματοδοτείται, και τρίτον τη διάρκεια της χρηματοδότησης, δηλαδή τη χρονική περίοδο αποπληρωμής του δανειζόμενου κεφαλαίου. Με βάση τα τρία αυτά συστατικά η χρηματοδότηση επιχειρήσεων διακρίνεται στα παρακάτω είδη.

❖ Με βάση τη πηγή προέλευσης των κεφαλαίων διακρίνουμε τρία είδη χρηματοδότησης:

➤ Αυτοχρηματοδότηση

Στην αυτοχρηματοδότηση, ή εσωτερική χρηματοδότηση όπως ονομάζεται αλλιώς, η πηγή κεφαλαίων είναι η ίδια η επιχείρηση. Η επιχείρηση δηλαδή χρηματοδοτεί τις διάφορες ανάγκες της για χρηματικό κεφάλαιο χρησιμοποιώντας ίδια κεφάλια. Αυτό επιτυγχάνεται με δέσμευση κερδών και μειωμένη διανομή μερισμάτων. Και αποτελεί τον πλέον υγιέστερο οικονομικό τρόπο χρηματοδότησης.

➤ Τραπεζική χρηματοδότηση

Στην τραπεζική χρηματοδότηση τα κεφάλαια προέρχονται από τις τράπεζες μέσω δανειοδότησης, που επιχειρείται από το κεφάλαιο των καταθετών.

➤ Χρηματοδότηση μέσω Κεφαλαιαγοράς

Σε αυτή τη περίπτωση η πηγή κεφαλαίων της χρηματοδότησης είναι η κεφαλαιαγορά, δηλαδή η επιχείρηση πωλεί ένα μέρος των περιουσιακών της στοιχείων (μετοχές ή ομολογίες) και αποκτά τα αναγκαία χρηματικά διαθέσιμα για το σκοπό της.

Η τραπεζική χρηματοδότηση και η χρηματοδότηση μέσω κεφαλαιαγοράς αποτελούν τους δυο πυλώνες του χρηματοπιστωτικού συστήματος. Στην πρώτη περίπτωση ο χρηματοδότης (η τράπεζα) δεν συμμετέχει στον επιχειρηματικό κίνδυνο, ενώ στη περίπτωση της κεφαλαιαγοράς ο χρηματοδότης γίνεται συνιδιοκτήτης της επιχείρησης και συνεπώς συμμετέχει στον επιχειρηματικό κίνδυνο.

❖ Ανάλογα με το σκοπό για τον οποίο η επιχείρηση χρηματοδοτείται, οι χρηματοδοτήσεις επιχειρήσεων διακρίνονται σε δύο κύριες μορφές:

- Χρηματοδοτήσεις για κεφάλαιο κίνησης
Οι χρηματοδοτήσεις για κεφάλαιο κίνησης αποσκοπούν στη βελτίωση της ρευστότητας της επιχείρησης ή αφορούν την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας.
- Χρηματοδοτήσεις για απόκτηση εγκαταστάσεων και αγορά εξοπλισμού
Οι χρηματοδοτήσεις αυτές καλύπτουν το κόστος ή ένα μέρος του κόστους των επενδύσεων που πραγματοποιεί η επιχείρηση σε μηχανολογικό εξοπλισμό και πάγιες εγκαταστάσεις.
- ❖ Με βάση τη διάρκεια της χρηματοδότησης έχουμε τις εξής τρεις μορφές:
 - Βραχυπρόθεσμες Χρηματοδοτήσεις
Βραχυπρόθεσμες χρηματοδοτήσεις είναι οι χρηματοδοτήσεις που χορηγούνται κυρίως για κεφάλαια κίνησης και έχουν μικρή διάρκεια, συνήθως εξοφλούνται μέσα σε ένα χρόνο.
 - Μεσομακροπρόθεσμες Χρηματοδοτήσεις
Οι μεσομακροπρόθεσμες χρηματοδοτήσεις χορηγούνται και αυτές για κεφάλαια κίνησης αλλά μονιμότερου χαρακτήρα, δηλαδή μπορεί να αποσκοπούν στην απόκτηση μικρών μηχανημάτων ή εργαλείων, και η διάρκειά τους μπορεί να είναι από ένα έως και τέσσερα χρόνια.
 - Μακροπρόθεσμες Χρηματοδοτήσεις
Οι μακροπρόθεσμες χρηματοδοτήσεις αφορούν κυρίως την αγορά παγίων εγκαταστάσεων, όπως μεγάλου μηχανολογικού εξοπλισμού και ακινήτων, και η διάρκεια αποπληρωμής τους εξαρτάται από τη φύση του παγίου, συνήθως είναι πάνω από τέσσερα χρόνια.

2.3 Ανάγκες ΜΜΕ για Χρηματοδότηση

Το σύγχρονο επιχειρηματικό περιβάλλον χαρακτηρίζεται από πολυπλοκότητα και έντονη μεταβλητότητα. Οι σύγχρονες επιχειρήσεις καλούνται να λειτουργήσουν και να ανακαλύψουν τρόπους ώστε να αναπτυχθούν και να επιβιώσουν σε ένα δύσκολο οικονομικό περιβάλλον, να εξελιχθούν και να καθιερωθούν στην αγορά, να διατηρούν αλλά και να αυξάνουν το μερίδιο αγοράς τους. Οι στόχοι αυτοί είναι ιδιαίτερα δύσκολοι όταν το περιβάλλον δραστηριοποίησης της επιχείρησης χαρακτηρίζεται από έντονο ανταγωνισμό και ακόμα πιο δύσκολοι σε περιόδους ύφεσης της οικονομίας. Η παράμετρος της χρηματοδότησης επιχειρήσεων παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στην επίτευξη αυτών των στόχων. Ιδιαίτερα στη περίπτωση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, οι οποίες έχουν

περιορισμένους οικονομικούς πόρους, η δυνατότητα χρηματοδότησης των αναγκών τους είναι επιτακτικό ζήτημα για τη λειτουργία τους και την επιβίωσή τους.

Η χρηματοδότηση παίζει σημαντικό ρόλο από τα πρώτα κιόλας βήματα της επιχείρησης, καθώς πολλές επιχειρήσεις αναζητούν πηγές χρηματοδότησης κατά την εκκίνησή τους για χρηματοδότηση των κεφαλαίων που απαιτούνται για την ίδρυση και λειτουργία τους. Οι ανάγκες για χρηματοδότηση κατά την αρχική φάση μπορεί να οφείλονται σε δαπάνες ίδρυσης, έναρξης λειτουργίας, οργάνωσης ή για αγορά παγίων κεφαλαίων, όπως για εγκατάσταση παραγωγικής μονάδας. Σημαντικό ρόλο παίζει επίσης και σε οποιαδήποτε στιγμή της ζωής της επιχείρησης, καθώς μια επιχείρηση μπορεί να αναζητήσει χρηματοδότηση για κεφάλαιο κίνησης ώστε να καλύψει τις ανάγκες της για ρευστότητα. Οι επιχειρήσεις για να πραγματοποιήσουν πωλήσεις χρειάζονται να διαθέτουν ρευστά διαθέσιμα ώστε να προβούν στις απαραίτητες αγορές πρώτων υλών και εμπορευμάτων ή να μπορούν να κάνουν πιστώσεις στους πελάτες τους. Έτσι, πολλές φορές προκύπτουν έκτακτες ανάγκες για κεφάλαιο κίνησης τις οποίες οι επιχειρήσεις καλύπτουν μέσω ιδίων κεφαλαίων ή μέσω χρηματοδότησης. Μπορεί επίσης να προκύψει ανάγκη χρηματοδότησης ώστε να καλύψει τη διαφορά μεταξύ απαιτήσεων και υποχρεώσεων που έχει προς άλλους. Ακόμα και αν μια επιχείρηση έχει φροντίσει ώστε να έχει το απαραίτητο κεφάλαιο για να μπορεί να αντιμετωπίζει μόνη της τις διάφορες ανάγκες ρευστότητας που προκύπτουν κατά τη λειτουργία της, πολλές φορές κρίνεται απαραίτητη η ανάγκη χρηματοδότησης ώστε να αντιμετωπίσει τη περίπτωση κάποιου έκτακτου προβλήματος χωρίς να επηρεαστεί η κανονική της λειτουργία.

Επίσης, μια επιχείρηση μπορεί να έχει ανάγκη για χρηματοδότηση για να προχωρήσει σε κάποιες επενδύσεις μεσοπρόθεσμου ή και μακροπρόθεσμου σχεδιασμού. Τέτοιες επενδύσεις μπορεί να είναι η αγορά και η εγκατάσταση μηχανημάτων και λοιπού μηχανολογικού εξοπλισμού ή τεχνικού εξοπλισμού παραγωγής ή η επέκταση κτιριακών και βοηθητικών εγκαταστάσεων της επιχείρησης. Επίσης, και η διαρκής ανανέωση και ο εκσυγχρονισμός των παγίων στοιχείων μιας επιχείρησης κρίνονται απαραίτητα για τη βιωσιμότητά της στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον που χαρακτηρίζεται από ταχεία τεχνολογική εξέλιξη. Ιδιαίτερα σε μια μεταποιητική επιχείρηση, οι αποφάσεις σχετικά με την πραγματοποίηση επενδύσεων διαμορφώνουν σε μεγάλο βαθμό το κόστος παραγωγής, την ποιότητα του προϊόντος και την διάρκεια του παραγωγικού κύκλου της, παράγοντες δηλαδή που καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό την βιωσιμότητα της επιχείρησης. Όμως ο διαρκής

εκσυγχρονισμός των παγίων απαιτεί συνήθως την απασχόληση μεγάλων επιχειρηματικών κεφαλαίων, η απόδοση των οποίων δεν είναι άμεση, αλλά κατανέμεται κατά κανόνα σε όλη την διάρκεια ύπαρξής τους στην επιχείρηση. Για τον λόγο αυτό, οι επιχειρηματίες, προκειμένου να μην απασχολούν δικά τους κεφάλαια, είτε γιατί δεν τα διαθέτουν είτε γιατί τους είναι απαραίτητα για την πραγματοποίηση των πωλήσεων, καταφεύγουν σε διάφορες πηγές χρηματοδότησης.¹¹

Άλλες ανάγκες χρηματοδότησης μπορεί να είναι για έρευνα και ανάπτυξη, καθώς στο σύγχρονο τεχνολογικά εξελισσόμενο περιβάλλον η εισαγωγή, ανάπτυξη και εφαρμογή σύγχρονης τεχνολογίας από την επιχείρηση παίζει σημαντικό ρόλο στην εξέλιξη των προϊόντων της ή της παρεχόμενης υπηρεσίας. Μπορεί να χρειαστεί χρηματοδότηση για το marketing της επιχείρησης, όπως για έρευνα αγοράς, έξοδα διαφήμισης και προώθησης ή για οργάνωση δικτύων διανομής και υπηρεσιών. Τέλος, άλλη ανάγκη για χρηματοδότηση μπορεί να είναι για την εκπαίδευση των ατόμων που απασχολεί, αν μια επιχείρηση έχει εισάγει κάποια καινούργια μέθοδο παραγωγής ή λειτουργίας τότε η κατάλληλη εκπαίδευση του προσωπικού είναι απαραίτητη για την σωστή εκτέλεση των λειτουργιών της και την καλύτερη επίτευξη των στόχων της.

Συμπερασματικά, λοιπόν ο ρόλος της χρηματοδότησης κρίνεται πολύ σημαντικός σε όλα τα στάδια ζωής της επιχείρησης. Κάθε επιχείρηση οποιασδήποτε μορφής και δραστηριότητας τουλάχιστον μια φορά κατά τη διάρκεια ζωής της θα αναζητήσει χρηματοδότηση ώστε να καλύψει βασικές ανάγκες για κεφάλαιο κίνησης ή ανάγκες επένδυσης. Για κάποιες επιχειρήσεις η ανάγκη για χρηματοδότηση υπάρχει σε έντονο βαθμό ενώ σε άλλες σε μικρότερο βαθμό. Κάποιες φορές μάλιστα η εύρεση χρηματοδότησης έχει καταληκτική σημασία για τη πορεία της επιχείρησης. Και ενώ υπάρχουν αρκετές και διάφορες πηγές χρηματοδότησης πολλές φορές η εξεύρεσή της είναι πολύ δύσκολη και ιδιαίτερα της κατάλληλης χρηματοδότησης για τη κάλυψη συγκεκριμένης ανάγκης της επιχείρησης.

2.4 Πρόσβαση ΜΜΕ στη χρηματοδότηση

Η πρόσβαση στη χρηματοδότηση αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα και σοβαρότερα προβλήματα που κάποια στιγμή θα έρθει αντιμέτωπη μια επιχείρηση, οποιασδήποτε μορφής

¹¹ <http://mke.teilar.gr/seminars.html>

και δραστηριότητας, η οποία θα αναζητήσει χρηματοδότηση ώστε να μπορέσει να αναπτυχθεί και να καινοτομήσει. Μια επιχείρηση, αφού πρώτα διακρίνει καλά τις ανάγκες της για χρηματοδότηση και αποφασίσει να αναζητήσει χρηματοδότηση, θα έρθει αντιμέτωπη με πολλές δυσκολίες ώστε να καταφέρει τελικά να εξασφαλίσει τα απαραίτητα χρηματικά κεφάλαια που έχει ανάγκη. Πρώτον, θα πρέπει να βρει την κατάλληλη μορφή χρηματοδότησης η οποία θα εξυπηρετεί καλύτερα τις ανάγκες της αλλά και τις δυνατότητες της για την αποπληρωμή της υποχρέωσής της προς τον χρηματοδότη. Και δεύτερον, θα πρέπει να πληροί τις κατάλληλες προϋποθέσεις που απαιτεί ο κάθε χρηματοδοτικός φορέας ώστε να μπορέσει να λάβει το χρηματικό κεφάλαιο που χρειάζεται.

Η χρηματοπιστωτική αγορά έχει αναπτυχθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια προσφέροντας πολλά διαφορετικά και νέα εργαλεία χρηματοδότησης των αναγκών των επιχειρήσεων, παρ' όλα αυτά όμως η κύρια πηγή χρηματοδότησης για τις ΜΜΕ εξακολουθεί να είναι ο τραπεζικός δανεισμός.¹² Η πρόσβαση στον τραπεζικό δανεισμό, όμως, χαρακτηρίζεται, σύμφωνα και με πολλές έρευνες, αρκετά δύσκολη, καθώς οι τράπεζες παρουσιάζονται επιφυλακτικές ως προς το δανεισμό των ΜΜΕ και ειδικά των πολύ μικρών ΜΜΕ ή των νεοϊδρυθέντων επιχειρήσεων. Αυτό οφείλεται κυρίως στον υψηλό κίνδυνο που εμπεριέχουν οι ΜΜΕ, στην ασύμμετρη πληροφόρηση που υπάρχει μεταξύ ΜΜΕ και τραπεζικού ιδρύματος, στην έλλειψη επαρκών εγγυήσεων από τις ΜΜΕ και στη γενικότερη δομή της χρηματοπιστωτικής αγοράς.¹³

Οι τράπεζες θεωρούν τον δανεισμό προς τις ΜΜΕ επένδυση υψηλού κινδύνου διότι οι ΜΜΕ εμπεριέχουν υψηλό βαθμό αποτυχίας της επιχειρηματικής ιδέας ή δραστηριότητας. Είναι πολύ ευαίσθητες στους κινδύνους της αγοράς και σε περιόδους οικονομικής ύφεσης είναι οι πιο αδύναμες να ανταπεξέλθουν και να συνεχίσουν τη δραστηριότητά τους. Επίσης, δεν μπορούν να κεφαλαιοποιηθούν γρήγορα και εύκολα και έχουν περιορισμένα περιουσιακά στοιχεία που μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως εγγυήσεις προς τις τράπεζες. Πολλές φορές ακόμα και αν μια επιχείρηση ικανοποιεί τα κριτήρια ώστε να λάβει χρηματοδότηση, τα πιστωτικά ιδρύματα, λόγω των διάφορων συνθηκών και κινδύνων, αποφεύγουν να δανείσουν μεγάλα χρηματικά κεφάλαια στις ΜΜΕ και χρηματοδοτούν μόνο ένα μικρό ποσοστό των επενδυτικών δραστηριοτήτων τους. Με αποτέλεσμα η επιχείρηση να μη λάβει το απαραίτητο

¹² Αθανάσιος Τακόπουλος & Εμμανουήλ Μαρκάκης, «Χρηματοδότηση ΜΜΕ: Επιπτώσεις από την εφαρμογή από τις Τράπεζες, της συνθήκης της Βασιλείας II», Specisoft A.E
http://www.specisoft.gr/home/news/docs/Arthro_MME_VASILIA%20II.pdf

¹³ <http://www.europarl.europa.eu/meetdocs/2011>

κεφάλαιο που χρειάζεται. Μάλιστα, σε περιπτώσεις που μια επιχείρηση αναζητάει χρηματοδότηση για επένδυση σε έρευνα και ανάπτυξη τότε τις περισσότερες φορές απορρίπτουν τελείως το αίτημα της επιχείρησης για χρηματοδότηση καθώς τέτοιες επενδύσεις εμπεριέχουν πολύ υψηλό κίνδυνο. Γενικά, τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα θεωρούν αρκετά ανταγωνιστικό και αβέβαιο το περιβάλλον των ΜΜΕ και είναι αρκετά επιφυλακτικές στη χρηματοδότησή τους.

Η ασύμμετρη πληροφόρηση που υπάρχει μεταξύ ΜΜΕ και χρηματοδότη παίζει βεβαίως σημαντικό ρόλο στη πρόσβαση τραπεζικής χρηματοδότης για τις ΜΜΕ. Για τις ΜΜΕ δεν υπάρχουν δημοσιευμένα στοιχεία ή πηγές από όπου μπορούν να αντλήσουν ακριβείς πληροφορίες οι τράπεζες σχετικά με την πραγματική οικονομική κατάσταση της επιχείρησης, όπως ισχύει για τις μεγάλες επιχειρήσεις ή για τις επιχειρήσεις που είναι εισηγμένες στο χρηματιστήριο. Έτσι, οι τράπεζες για να αντλήσουν τις απαραίτητες πληροφορίες που χρειάζονται ώστε να μπορέσουν να αξιολογήσουν τη χορήγηση δανείου προς κάποια ΜΜΕ θα αναζητήσουν αυτές τις πληροφορίες αποκλειστικά από την ίδια την επιχείρηση, χωρίς όμως να μπορούν να διασταυρώσουν την εγκυρότητα αυτών των πληροφοριών. Συνεπώς, οι τράπεζες δυσκολεύονται να αξιολογήσουν σωστά την οικονομική κατάσταση της επιχείρησης ώστε να εξάγουν ασφαλή συμπεράσματα που να δικαιολογούν τη χορήγηση δανείου προς κάποια μικρομεσαία επιχείρηση.

Λόγω αυτών των αδυναμιών των ΜΜΕ οι τράπεζες για να αντισταθμίσουν τους κινδύνους που εμπεριέχει η χορήγηση δανείου σε ΜΜΕ απαιτούν περισσότερες και αυστηρότερες εγγυήσεις από αυτές. Αυτή είναι άλλη μια δυσκολία που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις που αιτούνται δάνειο από κάποιο χρηματοπιστωτικό ίδρυμα καθώς οι ΜΜΕ έχουν περιορισμένα περιουσιακά στοιχεία και δυσκολεύονται να εξασφαλίσουν τις επαρκείς εγγυήσεις που απαιτούνται. Η αδυναμία αυτή μπορεί να οφείλεται στο γεγονός ότι η επιχείρηση βρίσκεται ακόμα στα αρχικά στάδια εκκίνησης της επιχειρηματικής της δραστηριότητας ή μπορεί να έχει υπερεκτιμήσει τις πιστωτικές της ανάγκες σε σχέση με την πραγματική ικανότητά της να ανταποκριθεί στους λειτουργικούς και επενδυτικούς της στόχους. Έτσι, η τράπεζα δεν μπορεί να προσδιορίσει με ασφάλεια κατά πόσο η δανειζόμενη επιχείρηση έχει τις ικανότητες να δημιουργήσει επαρκείς χρηματοροές ώστε να μπορέσει να αποπληρώσει το δάνειο. Γενικά, ο τραπεζικός τομέας θεωρεί μη ασφαλή επένδυση τη χρηματοδότηση προς τις ΜΜΕ και απαιτεί περισσότερες εγγυήσεις ή επιβάλλει αυστηρότερους όρους.

Ένας άλλος παράγοντας που δυσκολεύει τις ΜΜΕ να λάβουν χρηματοδότηση αποτελεί η δομή της χρηματοπιστωτικής αγοράς. Πολλές μελέτες έχουν καταλήξει στο συμπέρασμα πως όσο μεγαλύτερη συγκέντρωση υπάρχει στην χρηματοπιστωτική αγορά, τόσο μεγαλύτερη δύναμη αποκτούν τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Με αποτέλεσμα να εφαρμόζουν αυστηρότερη πιστοδοτική πολιτική, να αυστηροποιούν τα κριτήρια χρηματοδότησης των ΜΜΕ, ακόμα και να επιβάλλουν υψηλότερα επιτόκια.¹⁴ Οπότε αυξάνουν το κόστος δανεισμού για τις ΜΜΕ με αποτέλεσμα πολλές επιχειρήσεις να μη μπορούν να εξασφαλίσουν χρηματοδότηση. Επίσης, και ο ανταγωνισμός που υπάρχει μεταξύ των διάφορων πιστωτικών ιδρυμάτων και οι ανταγωνιστικές δανειοδοτικές πολιτικές που εφαρμόζουν δυσκολεύουν τις επιχειρήσεις στη πρόσβαση χρηματοδότησης.

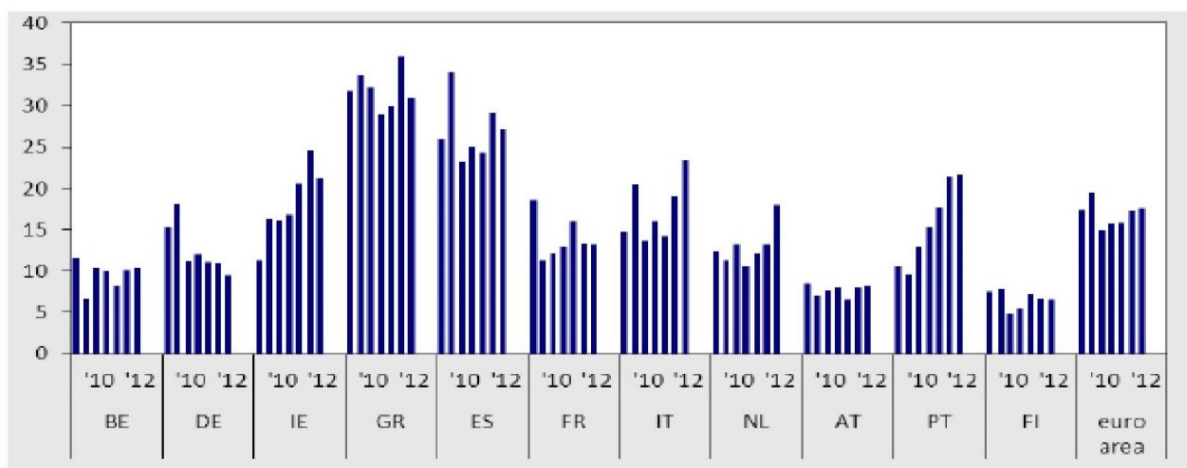
Συνεπώς, οι δυσκολίες που έχουν να αντιμετωπίσουν οι ΜΜΕ ώστε να καταφέρουν να εξασφαλίσουν χρηματοδότηση και να λάβουν τα απαραίτητα χρηματικά κεφάλαια είναι πολλές και μεγάλες. Το πρόβλημα αυτό δεν είναι κάτι καινούργιο για τις ΜΜΕ, ούτε για τις ελληνικές ούτε για τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές επιχειρήσεις, ακόμα και σε περιόδους προ κρίσης δυσκολεύονταν να λάβουν χρηματοδότηση. Τα τελευταία χρόνια, όμως, λόγω της γενικότερης οικονομικής και χρηματοπιστωτικής κρίσης το πρόβλημα της χρηματοδότησης έχει επιδεινωθεί έντονα και μάλιστα σε επίπεδα που απειλείται η βιωσιμότητα ακόμα και των υγιών επιχειρήσεων.¹⁵ Όπως είδαμε και από το Διάγραμμα 1.5 στο πρώτο κεφάλαιο, σε περιόδους οικονομικής ύφεσης οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν μεγάλο πρόβλημα έλλειψης ρευστότητας και καταφεύγουν στον τραπεζικό δανεισμό, κυρίως, για κεφάλαιο κίνησης. Ο τραπεζικός κλάδος, όμως, λόγω της χρηματοπιστωτικής κρίσης και τις δυσκολίες που αντιμετωπίζει ο ίδιος ο κλάδος, τα τελευταία χρόνια έχει αλλάξει πολιτική όσον αφορά το θέμα της χρηματοδότησης. Πλέον εφαρμόζονται πολύ αυστηρότερα κριτήρια, ζητάνε πιο πολλά δικαιολογητικά τα οποία οι ΜΜΕ δυσκολεύονται να παρέχουν, έχουν μειώσει κατά πολύ το ύψος της χρηματοδότησης που είναι διαθέσιμες να δώσουν στις ΜΜΕ, έχουν αυξήσει το κόστος χρήματος και γενικότερα ο βαθμός δυσκολίας στη πρόσβαση χρηματοδότησης για μια ΜΜΕ έχει αυξηθεί σημαντικά.

Συγκεκριμένα, όσον αφορά τον ελληνικό επιχειρηματικό κόσμο, πολλές έρευνες και μελέτες έχουν αποδείξει ότι η Ελλάδα είναι, και ήταν, ακόμα και πριν τη κρίση, στην πρώτη θέση μεταξύ των χωρών της ευρωζώνης που δηλώνουν ότι αντιμετωπίζουν πρόβλημα στη

¹⁴ <http://www.tovima.gr/files/1/2013/07/22/LSE.pdf>

¹⁵ Μελέτη του ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, “Εναλλακτικές Πηγές Χρηματοδότησης και Μικρές Επιχειρήσεις”, Αύγουστος 2013 <http://www.imegsevee.gr/oikonomia/708-2013-09-17-12-47-36>

χρηματοδότηση. Παρακάτω στο Διάγραμμα 2.1, από σχετική έρευνα που έγινε από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα (ΕΚΤ) το 2012, φαίνεται διαχρονικά από το 2009 έως το 2012 η εξέλιξη του προβλήματος αυτού. Βλέπουμε ότι, ήδη από το 1^ο εξάμηνο του 2009, δηλαδή λίγο πριν ξεσπάσει η κρίση στη χώρα, η Ελλάδα παρουσίασε τα υψηλότερα ποσοστά μεταξύ των υπόλοιπων ευρωπαϊκών χωρών που δήλωσαν ότι το πρόβλημα της πρόσβασης στη χρηματοδότηση ήταν το σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετώπιζαν. Δηλαδή οι ελληνικές επιχειρήσεις αντιμετώπιζαν πρόβλημα πρόσβασης στη χρηματοδότηση ακόμα και πριν την κρίση. Αργότερα το 2010, η οικονομική κατάσταση της χώρας βελτιώθηκε κάπως και αυτό βοήθησε και την πρόσβαση των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση, το 2012 όμως επιδεινώθηκε ξανά και οι ΜΜΕ αντιμετώπιζαν πάλι πρόβλημα χρηματοδότησης.

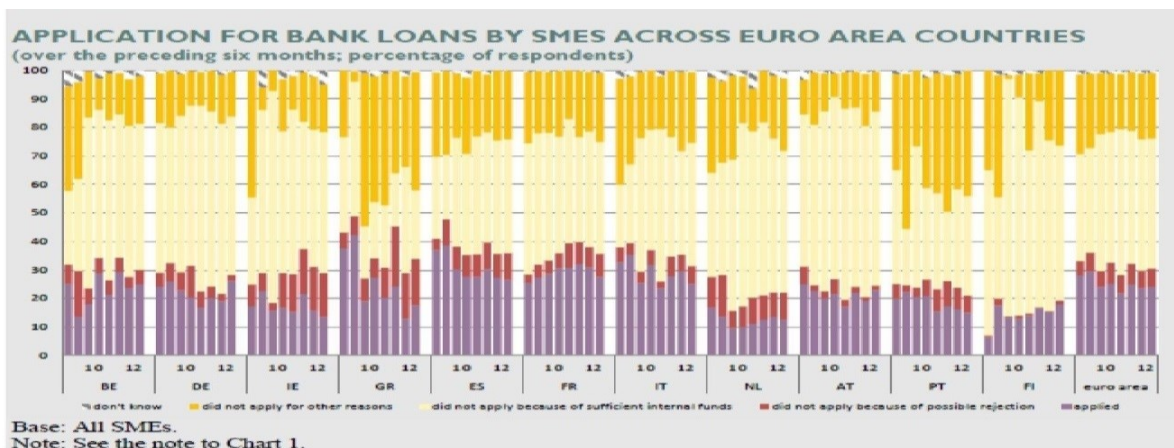


Πηγή: “Survey on the Access to Finance of Small and Medium-Sized Enterprises in the Euro Area” European Central Bank, November 2012.

Διάγραμμα 2.1

Ποσοστά απαντήσεων στην ερώτηση «Η πρόσβαση στη χρηματοδότηση είναι το πιο σημαντικό πρόβλημα» ανά χώρα

Σε πιο πρόσφατη έρευνα της ΕΚΤ, το Μάιο του 2013, το πρόβλημα της πρόσβασης των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση αναλύεται με περισσότερες λεπτομέρειες. Στα παρακάτω διαγράμματα που ακολουθούν (Διάγραμμα 2.2 και 2.3) παρουσιάζονται οι αιτήσεις ΜΜΕ για χρηματοδότηση και τα αποτελέσματα των αιτήσεων ανά χώρα της ευρωζώνης.

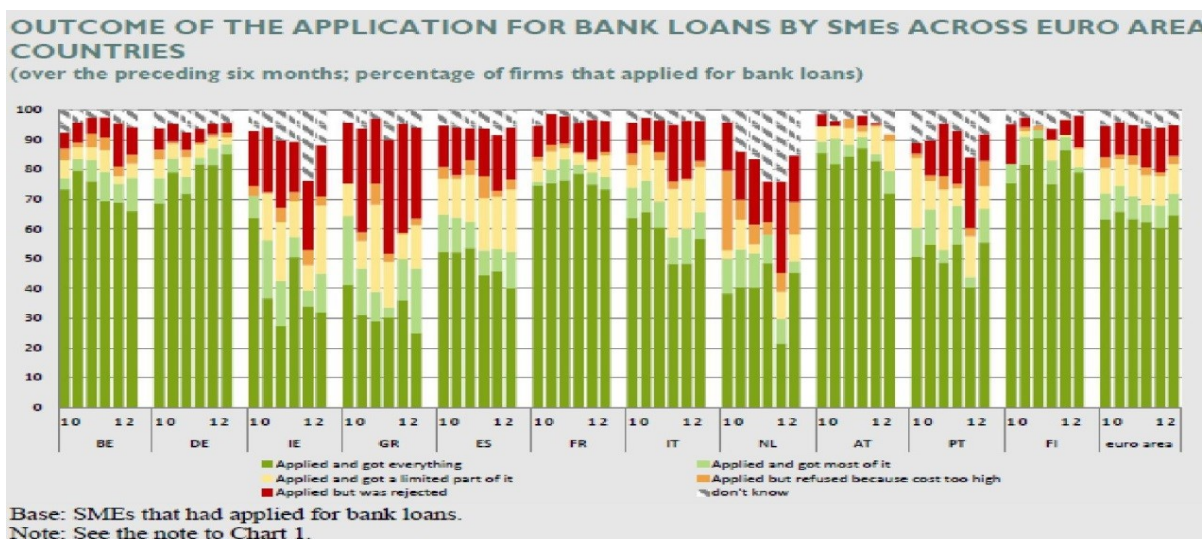


Πηγή: “Survey on the Access to Finance of Small and Medium-Sized Enterprises in the Euro Area” European Central Bank, April 2013

Διάγραμμα 2.2

Αίτηση για τραπεζικά δάνεια

Σύμφωνα με το παραπάνω διάγραμμα, το εξάμηνο Οκτώβριος 2012- Απρίλιος 2013, μόνο ένα 18% των ΜΜΕ έκανε αίτηση για χρηματοδότηση στις τράπεζες (ποσοστό από τα χαμηλότερα στην ευρωζώνη), καθώς ένα 16% δεν έκανε αίτηση διότι πίστευε ότι η αίτηση θα απορριφθεί (από τα υψηλότερα ποσοστά στην ευρωζώνη), ενώ ταυτόχρονα το ποσοστό που απάντησε ότι διέθετε τα απαραίτητα εσωτερικά κεφάλαια (24%) ήταν το χαμηλότερο.



Πηγή: “Survey on the Access to Finance of Small and Medium-Sized Enterprises in the Euro Area” European Central Bank, April 2013

Διάγραμμα 2.3

Αποτέλεσμα αίτησης για τραπεζικά δάνεια

Το παραπάνω διάγραμμα μας λέει ότι από τις επιχειρήσεις που υπέβαλαν αίτηση μόνο ένα 25% εισέπραξε το ποσό για το οποίο έκανε αίτηση (το χαμηλότερο ποσοστό στην ευρωζώνη), ένα 22% έλαβε λιγότερο από το ποσό που έκανε αίτηση, ενώ το ποσοστό απόρριψης ήταν 31%. Με διαφορά το υψηλότερο ποσοστό, καθώς το δεύτερο υψηλότερο ποσοστό παρατηρήθηκε στην Ιρλανδία και την Ισπανία στο 17%.

Σε ακόμη πιο πρόσφατη έρευνα της ΕΚΤ για τις ΜΜΕ, τον Απρίλιο του 2015, αναφέρεται πως τη περίοδο Οκτώβριος 2014 – Μάρτιος 2015 οι συνθήκες χρηματοδότησης ΜΜΕ και γενικότερα του περιβάλλοντος των ΜΜΕ στην Ευρωζώνη βελτιώθηκαν και πολλές οικονομίες εμφάνισαν σταθερά σημάδια βελτίωσης ή σταθεροποίησης. Οι ελληνικές ΜΜΕ όμως συνεχίζουν να αποτελούν τον αδύναμο κρίκο της Ευρωζώνης, καθώς σύμφωνα με στοιχεία της ΕΚΤ την εν λόγω περίοδο τόσο η πρόσβαση στον τραπεζικό δανεισμό όσο και η πορεία της κερδοφορίας και του τζίρου των ελληνικών ΜΜΕ επιδεινώθηκαν περαιτέρω. Παρά τη βελτίωση της διαθεσιμότητας των πιστώσεων στην Ευρωζώνη τους τελευταίους μήνες οι ελληνικές επιχειρήσεις συνεχίζουν να δυσκολεύονται να διασφαλίσουν χρηματοδότηση, αυτό οφείλεται κυρίως στις πρόσφατες αρνητικές εξελίξεις της οικονομίας της χώρας και της γενικότερης αστάθειας που επικρατεί το τελευταίο διάστημα στη χώρα.

Συμπερασματικά λοιπόν, όλες οι ΜΜΕ της ευρωζώνης αντιμετώπιζαν και συνεχίζουν να αντιμετωπίζουν πρόβλημα στη πρόσβαση χρηματοδότησης. Μάλιστα, σε χώρες που βρίσκονται σε οικονομική ύφεση το πρόβλημα αυτό είναι πιο έντονο σε σχέση με άλλες που είναι σε καλύτερη οικονομική κατάσταση. Συγκεκριμένα για την Ελλάδα, φαίνεται πως οι ελληνικές επιχειρήσεις, ειδικότερα τα τελευταία χρόνια, από το 2010 έως και σήμερα, λόγω της γενικότερης οικονομικής και πολιτικής κατάστασης που επικρατεί στη χώρα, αντιμετωπίζουν πολύ σοβαρά προβλήματα στην εξεύρεση χρηματοδότησης.

Παρακάτω παρουσιάζονται τα συμπεράσματα που κατέληξε η μελέτη του Ινστιτούτου Μικρών Επιχειρήσεων της Γενικής Συνομοσπονδίας Επαγγελματιών Βιοτεχνών Εμπόρων Ελλάδας (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ) με θέμα «Η πρόσβαση των μικρών επιχειρήσεων στη χρηματοδότηση: Πρόσφατες εξελίξεις σε Ευρώπη και Ελλάδα», Απρίλιος του 2013.¹⁶

Όπως αναφέρει η μελέτη του ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ (Απρίλιος 2013) *“Τα αποτελέσματα των μελετών – ερευνών των βασικών χρηματοδοτικών φορέων – θεσμών της ΕΕ οδηγούν στα εξής πολύ χρήσιμα συμπεράσματα:*

¹⁶ <http://www.imegseevee.gr/oikonomia/692-h->

- 1. Οι μικρές επιχειρήσεις σε επίπεδο ευρωζώνης φαίνεται ότι από τα μέσα του 2012 εισήρθαν ξανά σε έναν νέο κύκλο αρνητικών προσδοκιών για κύκλους εργασιών και κέρδη. Η πορεία των δύο αυτών βασικών μεταβλητών κατά τα τελευταία χρόνια ήταν κοινή για τη μεγάλη πλειοψηφία των κρατών μελών ανεξαρτήτως αν το κράτος μέλος αντιμετώπιζε ή όχι συνθήκες ύφεσης ή ισχυής ανάπτυξης. Αυτό υποδεικνύει ότι τα κράτη μέλη της ευρωζώνης φαίνεται πως επηρεάστηκαν σχεδόν πανομοιότυπα από την κρίση που ξεδιπλώθηκε με διαφορετική όμως ένταση στο κάθε κράτος μέλος.*
- 2. Διακρίνεται ωστόσο μια Ευρώπη δύο ταχυτήτων, υπό την έννοια ότι οι μικρές επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε χώρες που βιώνουν πιο έντονα την κρίση αντιμετωπίζουν δύσκολες συνθήκες καθ' όλη τη διάρκεια των τελευταίων ετών ενώ οι αντίστοιχες που δραστηριοποιούνται σε χώρες που εμφανίζουν μια σχετική σταθερότητα και ισχυρή ανάπτυξη παρουσιάζουν οριακά θετικά αποτελέσματα.*
- 3. Για το σύνολο σχεδόν των χρηματοδοτικών πηγών παρατηρήθηκε μια πτώση των διαθέσιμων κεφαλαίων, η οποία μετά από τα ελάχιστα επίπεδα του 2009 και μια ισχυρή ανάκαμψη τα έτη 2010 και 2011, το 2012 παρατηρήθηκε μια εκ νέου επιδείνωση.*
- 4. Η διαθεσιμότητα των βασικών τραπεζικών προϊόντων κυμαίνεται συνεχώς σε αρνητικά επίπεδα, ενώ ταυτόχρονα η ζήτηση είναι συνεχώς αυξημένη. Συνεπώς παρατηρείται ένα χρηματοδοτικό κενό, τουλάχιστον σύμφωνα με τις εκτιμήσεις των μικρών επιχειρήσεων.”*

Καθώς, λοιπόν, η δυνατότητα πρόσβασης των ΜΜΕ στον τραπεζικό δανεισμό έχει επιδεινωθεί και σύμφωνα και με τα συμπεράσματα της παραπάνω αναφερόμενης έρευνας, φαίνεται πως το κενό χρηματοδότησης έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια. Πρόκειται για τον δείκτη που καταγράφει τις δυνατότητες χρηματοδότησης από άλλες πιθανές πηγές εκτός τραπεζικού δανεισμού, όπως αναφέρει μελέτη του ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ (Αύγουστος 2013) με θέμα «Εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης και μικρές επιχειρήσεις». Επίσης, έχει παρατηρηθεί και πτώση των διαθέσιμων κεφαλαίων για το σύνολο σχεδόν των χρηματοδοτικών πηγών. Άρα, υπάρχει έντονη ανάγκη ύπαρξης νέων εναλλακτικών χρηματοδοτικών υποδομών στη μετά κρίση εποχή. Ως εναλλακτικές χρηματοδοτικές υποδομές εννοούνται εκείνα τα διαφορετικά χρηματοδοτικά σχήματα τα οποία μπορούν να βελτιώσουν την πρόσβαση των μικρών επιχειρήσεων στην πίστωση. Άρα, κρίνεται επιτακτική η ανάγκη ύπαρξης νέων εναλλακτικών χρηματοδοτικών πηγών ώστε να καλυφθεί

το κενό χρηματοδότησης, που είτε έχει ήδη δημιουργηθεί είτε αναμένεται να δημιουργηθεί στο μέλλον, και να βελτιωθεί η πρόσβαση των ΜΜΕ στην επαρκή χρηματοδότηση.

2.6 Ανακεφαλαίωση

Η χρηματοδότηση αποτελεί πολύ σημαντικό παράγοντα για την βιωσιμότητα μιας επιχείρησης, ειδικότερα για τις ΜΜΕ οι οποίες έχουν περιορισμένους οικονομικούς πόρους και η ανάγκη για εύρεση χρηματοδότησης εμφανίζεται σε πιο έντονο βαθμό. Αν και η εύρεση χρηματοδότησης πάντα αποτελούσε πρόβλημα για τις ΜΜΕ τα τελευταία χρόνια έχει επιδεινωθεί σε μεγάλο βαθμό καθώς το παγκόσμιο χρηματοπιστωτικό σύστημα έχει κλονισθεί ιδιαίτερα. Οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν εξαιρετικές δυσκολίες στο να βρουν και να λάβουν τα χρηματικά κεφάλια που χρειάζονται για να αναπτυχθούν και να καινοτομήσουν, ώστε να επιβιώσουν στο σύγχρονο ανταγωνιστικό περιβάλλον.

Τα τελευταία χρόνια οι τράπεζες, που αποτελούν και τη βασικότερη πηγή χρηματοδότησης για τις ΜΜΕ, έχουν αλλάξει πολιτική δανειοδότησης και έχουν δυσκολέψει ακόμη περισσότερο τη πρόσβαση των επιχειρήσεων στη τραπεζική χρηματοδότηση. Με αποτέλεσμα οι επιχειρήσεις να αναζητούν νέες πηγές χρηματοδότησης και να στρέφονται όλο και περισσότερο σε εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης για να καλύψουν τις ανάγκες τους. Η ανάπτυξη των εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης θα μειώσει το χρηματοδοτικό κενό για τις ΜΜΕ, θα βελτιώσει τη πρόσβασή τους σε χρηματικά κεφάλαια, θα διευκολύνει τη λειτουργία των ΜΜΕ και θα συντελέσει στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΜΜΕ

3.1 Εισαγωγή

Το χρηματοπιστωτικό σύστημα έχει αναπτυχθεί αρκετά τα τελευταία χρόνια μειώνοντας το χρηματοδοτικό κενό στη πρόσβαση χρηματοδότησης για τις ΜΜΕ, βοηθώντας τες να αποκτήσουν χρηματοδότηση, διευκολύνοντας τη λειτουργία τους και υποστηρίζοντας τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων και την επιχειρηματικότητα. Έτσι, έχουν δημιουργηθεί πολλές και διάφορες εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης, οι οποίες έχουν αναπτυχθεί και εφαρμόζονται δεκαετίες τώρα στις δυτικές χώρες και μόλις κάποιες δεκαετίες και στον ελληνικό επιχειρηματικό κόσμο. Τα τελευταία χρόνια κερδίζουν όλο και περισσότερο έδαφος στο χρηματοπιστωτικό σύστημα και ελκύουν όλο και περισσότερο το ενδιαφέρον πολλών επιχειρήσεων, επενδυτών και διάφορων φορέων.

Έχουν αναπτυχθεί μορφές οι οποίες ανταποκρίνονται καλύτερα στις ανάγκες των επιχειρήσεων, σε σχέση με τον τραπεζικό δανεισμό, και προσαρμόζονται καλύτερα στις συνθήκες που επικρατούν στην κάθε αγορά. Υπάρχουν μορφές χρηματοδότησης κατάλληλες για κάθε μορφή και μέγεθος επιχειρήσεων και για οποιοδήποτε στάδιο ανάπτυξης τους, είτε μια επιχείρηση βρίσκεται στα αρχικά στάδια ανάπτυξης είτε είναι μια εδραιωμένη επιχείρηση και επιθυμεί να αναπτυχθεί περαιτέρω. Κάποιες έχουν βραχυπρόθεσμο χαρακτήρα ενώ κάποιες άλλες μεσο-μακροπρόθεσμο. Πολλές εναλλακτικές μέθοδοι δεν λειτουργούν απλώς σαν χρηματοδότες των αναγκών των επιχειρήσεων αλλά προσφέρουν πολλά περισσότερα από χρηματικά κεφάλαια. Παρέχουν διάφορες υπηρεσίες στις επιχειρήσεις σε λειτουργικά θέματα, οργανωτικά, διοικητικά και επιχειρησιακά θέματα και υποστηρίζουν τη λειτουργία τους και την ανάπτυξή τους. Κάποιες μέθοδοι είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένες και διαδεδομένες και εφαρμόζονται από πολλές ΜΜΕ, όπως η Χρηματοδοτική Μίσθωση, η Πρακτόρευση Επιχειρηματικών Απαιτήσεων, η Πώληση Επιχειρηματικών Απαιτήσεων και τα Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετοχών. Άλλοι μέθοδοι, όπως ο θεσμός των Επιχειρηματικών Αγγέλων, οι Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων και τα Τεχνολογικά Πάρκα, λειτουργούν πιο περιορισμένα και δεν είναι ακόμα πολύ διαδεδομένες, αλλά γίνονται σημαντικές προσπάθειες στήριξης αυτών των μορφών από διάφορους φορείς, εταιρείες και την Ελληνική κυβέρνηση,

ώστε να αναπτύξουν περισσότερο τη λειτουργία τους και να ωφεληθούν οι επιχειρήσεις, η επιχειρηματικότητα και κατ' επέκταση και η οικονομία της χώρας.

Συνεπώς, στο παρόν κεφάλαιο θα παρουσιάσουμε συνοπτικά τις διάφορες μεθόδους εναλλακτικής χρηματοδότησης επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται τις τελευταίες δεκαετίες και συνεχώς παρουσιάζουν όλο και μεγαλύτερη ανάπτυξη και προτίμηση από τις ΜΜΕ για να χρηματοδοτήσουν τις ανάγκες τους. Θα παρουσιάσουμε τα είδη που εμφανίζονται αυτές οι εναλλακτικές μορφές, τα χαρακτηριστικά τους καθώς και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που παρουσιάζουν. Και στο τέλος, θα αναφέρουμε, ενδεικτικά, κάποιες εταιρείες ή προγράμματα που παρέχουν αυτές τις εναλλακτικές μεθόδους στην Ελλάδα.

3. 2 Χρηματοδοτική Μίσθωση – Leasing

Η μίσθωση (ενοικίαση) πραγμάτων, δηλαδή η παραχώρηση της χρήσεως ενός πράγματος σε τρίτον για συγκεκριμένη διάρκεια έναντι μισθώματος, χωρίς να αλλάξει η ιδιοκτησία του, εφαρμόζεται εδώ και πολλές δεκαετίες. Κατά την εφαρμογή της παραδοσιακής μίσθωσης έχουμε τον ιδιοκτήτη του πράγματος (εκμισθωτής) και τον χρήστη του πράγματος (μισθωτής), ο οποίος πληρώνει το ενοίκιο του πράγματος (μίσθωμα) στον ιδιοκτήτη για ορισμένη χρονική περίοδο (Δασκάλου Γ. Χ., 1999). Με το πέρασμα των χρόνων ο θεσμός εξελίχθηκε και προσαρμόστηκε στις ανάγκες της κοινωνίας. Η εξελικτική πορεία άρχισε στις ΗΠΑ από τα μέσα του ΧΙΧ^{ου} αιώνα και αργότερα μετά το 1960 επεκτάθηκε και στη Δυτική Ευρώπη. Στην Ελλάδα καθιερώθηκε με το Ν 1665/1986, με τη σύγχρονη μορφή του, τη χρηματοδοτική μίσθωση, η οποία αναφερόταν στα κινητά πράγματα. Αργότερα, με το Ν 2367/1995, έγινε επέκταση και στο Leasing ακινήτων, εκτός των οικοπέδων (Δασκάλου Γ. Χ., 1999). Μετά από αυτούς τους δυο νόμους υπήρξαν και άλλοι οι οποίοι όμως συμπλήρωσαν ή βελτίωσαν τους δυο πρώτους, χωρίς να αλλάξουν το γενικό θεσμικό πλαίσιο της χρηματοδοτικής μίσθωσης.

Σύμφωνα με το ελληνικό νομοθετικό πλαίσιο¹⁷ με τη σύμβαση χρηματοδοτικής μίσθωσης (ΣΥ.Χ.ΜΙ.) η ειδικευόμενη εταιρεία leasing υποχρεούται να παραχωρεί έναντι μισθώματος στην επιχείρηση ή στον επαγγελματία τη χρήση κινητού ή ακινήτου πράγματος, ή και των

¹⁷ Νόμος 1665 “Συμβάσεις χρηματοδοτικής μισθώσεως” (ΦΕΚ Α’ 194/4.12.1986) & το τροποητικό - συμπληρωματικό άρθρο 11 του Ν 2367 “Νέοι χρηματοπιστωτικοί θεσμοί και άλλες διατάξεις” (ΦΕΚ Α’ 261/29.12.1995)

δύο μαζί, που προορίζεται αποκλειστικά για επαγγελματική χρήση. Συγχρόνως, παραχωρεί στον αντισυμβαλλόμενο και το δικαίωμα είτε αγοράς του πράγματος είτε ανανέωσης της μίσθωσης για ορισμένο χρόνο. Σημειώνεται ότι οι συμβαλλόμενοι έχουν την ευχέρεια να ορίσουν ότι το δικαίωμα αγοράς μπορεί να ασκηθεί και πριν τη λήξη του χρόνου της μίσθωσης. Η διάρκεια της ΣΥ.Χ.ΜΙ. είναι πάντοτε ορισμένη και ποτέ μικρότερη από τρία (3) έτη όσον αφορά τα κινητά, πέντε (5) έτη για τα αεροσκάφη και δέκα (10) έτη για τα ακίνητα. Στη περίπτωση που συμφωνηθεί μικρότερη διάρκεια, εφαρμόζεται η προβλεπόμενη ελάχιστη εκ του νόμου.

Με τη χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing) ο μισθωτής (Lessee) έχει την ελευθερία να επιλέξει τον επαγγελματικό εξοπλισμό ή το ακίνητο σύμφωνα με τις ανάγκες του, ο εκμισθωτής (Lessor) αγοράζει τον εξοπλισμό από τον προμηθευτή ή το ακίνητο από τον ιδιοκτήτη του και το παρέχει στον μισθωτή έναντι ορισμένης αμοιβής για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο με τη μορφή της μίσθωσης (Lease).¹⁸ Σαν αντικείμενο χρηματοδοτικής μίσθωσης μπορεί να είναι κάθε μορφής κινητός εξοπλισμός, μηχανολογικός/ παραγωγικός εξοπλισμός, εξοπλισμός γραφείου, μεταφορικά μέσα (όπως ΙΧ αυτοκίνητα ή επαγγελματικά οχήματα), αλλά και κάθε μορφής ακίνητα που προορίζονται για επαγγελματική δραστηριότητα.¹⁹ Το μίσθωμα μπορεί να είναι μηνιαίο, τριμηνιαίο ή εξαμηνιαίο. Το ύψος του εξαρτάται από πολλές μεταβλητές, την αξία του εξοπλισμού, τη διάρκεια της σύμβασης, το ύψος των επιτοκίων στην αγορά καθώς και την αξία του εξοπλισμού στο τέλος της σύμβασης. Με τη λήξη της σύμβασης ο μισθωτής έχει το δικαίωμα να αγοράσει τον εξοπλισμό ή το ακίνητο έναντι συμβολικής τιμής, να ανανεώσει τη σύμβαση για ορισμένο χρόνο με νέους ή τους ίδιους όρους ή να επιστρέψει το πράγμα στον εκμισθωτή και να διακόψει τη συνεργασία. Κατά τη διάρκεια της περιόδου της χρηματοδοτικής μίσθωσης ο εκμισθωτής προσφέρει επίσης και υπηρεσίες συντήρησης και επισκευής του εξοπλισμού με τα έξοδα όμως να επιβαρύνουν τον μισθωτή. Όλοι οι όροι της σύμβασης, η διάρκεια της χρηματοδοτικής μίσθωσης, τα μισθώματα, η συχνότητα καταβολής τους και οι εναλλακτικές λύσεις είναι πάντα διαπραγματεύσιμα και προσαρμόζονται στις ανάγκες του μισθωτή, όπως αναφέρουν οι Θάνος Γ., Κιόχος Π. και Παπανικολάου Γ. (2002).

¹⁸ Ένωση Ελληνικών Εταιρειών Χρηματοδοτικής Μίσθωσης (Ε.Ε.Ε.Χ.Μ.)

http://www.aglc.gr/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=2&Itemid=3&lang=el

¹⁹ Οδηγός χρηματοδότησης νέων επιχειρήσεων στους τομείς της αγροτικής οικονομίας, της μεταποίησης, του εμπορίου, των υπηρεσιών, του τουρισμού και της κοινωνικής οικονομίας, Ιούλιος 2013, Αναπτυξιακή Σύμπραξη «Συν-Εργασία για τη Δράμα» http://epimenoumedrama.gr/synergasia/dr2_oxne.pdf

Η χρηματοδοτική μίσθωση αποτελεί συνεπώς έναν εναλλακτικό τρόπο μεσο-μακροπρόθεσμης χρηματοδότησης για κάθε επιχείρηση ανεξαρτήτου μεγέθους και νομικής μορφής. Δίνει τη δυνατότητα στην επιχείρηση να αποκτήσει εντός σύντομου χρονικού διαστήματος το αντικείμενο της επιλογής της χωρίς να δεσμεύσει τα απαραίτητα κεφάλαια για την αγορά του, καθώς τα κεφάλαια τα καταβάλλει εντόκως η εκμισθώτρια εταιρεία. Έτσι, η επιχείρηση μπορεί να δημιουργήσει, να ανανεώσει, να εκσυγχρονίσει ή να επεκτείνει τον παραγωγικό εξοπλισμό της και τα ακίνητά της χωρίς να διαθέσει δικά της κεφάλαια.²⁰ Για τις νέες επιχειρήσεις και για τις ΜΜΕ οι οποίες δεν μπορούν να διαθέσουν μεγάλα χρηματικά κεφάλαια για την απόκτηση πάγιων στοιχείων απαραίτητων για τη δραστηριότητά τους η μέθοδος της leasing κινητών και ακινήτων πραγμάτων αποτελεί μια γρήγορη λύση. Βέβαια για να συμφωνηθεί μια ΣΥ.Χ.ΜΙ. η μισθώτρια εταιρεία θα πρέπει να είναι βιώσιμη, δυναμική, κερδοφόρος και να μπορεί να αποπληρώσει τα μισθώματα που ορίζει η σύμβαση.

3.2.1 Είδη Χρηματοδοτικής Μίσθωσης

Η χρηματοδοτική μίσθωση σύμφωνα με το διαχωρισμό που έγινε με βάση τα Διεθνή Λογιστικά Πρότυπα (IFRS), με το πρότυπο 17 το 1982, το οποίο αναθεωρήθηκε το 1997, διαχωρίζεται σε δυο βασικές κατηγορίες χρηματοδοτικής μίσθωσης. Τη χρηματοοικονομική ή κεφαλαιουχική μίσθωση και τη διαχειριστική ή λειτουργική μίσθωση (operating leasing) (Αρτίκης Γ. 2002).

❖ Χρηματοοικονομική ή Κεφαλαιουχική Μίσθωση (Financial/ Capital Leasing)

Στη χρηματοοικονομική ή κεφαλαιουχική μίσθωση ο μισθωτής είναι αυτός ο οποίος έχει την αποκλειστική ευθύνη για την επιλογή του αντικειμένου της μίσθωσης. Ο υποψήφιος χρήστης του αντικειμένου ψάχνει και βρίσκει ο ίδιος τον κατασκευαστή ή προμηθευτή του αντικειμένου, συμφωνεί μαζί του τα τεχνικά ή λειτουργικά χαρακτηριστικά, την τελική τιμή του αντικειμένου, τον χρόνο παράδοσης και οτιδήποτε άλλο σχετικά με το αντικείμενο προς μίσθωση (Μαλάκος, 1992). Έστερα, έρχεται σε επαφή με την εταιρεία leasing η οποία αγοράζει το αντικείμενο και το εκμισθώνει βάση σύμβασης στον μισθωτή. Αυτή είναι και η βασικότερη διαφορά από τη κοινή μίσθωση, στην οποία ο εκμισθωτής, και όχι ο μισθωτής,

²⁰ Οδηγός χρηματοδότησης νέων επιχειρήσεων στους τομείς της αγροτικής οικονομίας, της μεταποίησης, του εμπορίου, των υπηρεσιών, του τουρισμού και της κοινωνικής οικονομίας, Ιούλιος 2013, Αναπτυξιακή Σύμπραξη «Συν-Εργασία για τη Δράμα» http://epimenoumedrama.gr/synergasia/dr2_oxne.pdf

λαμβάνει την επενδυτική απόφαση για την απόκτηση του αντικειμένου και ύστερα το παραχωρεί για χρήση στον κάθε ενδιαφερόμενο (Γεωργιάδης 2000).

Συνεπώς, εφόσον στη χρηματοδοτική/ χρηματοοικονομική μίσθωση ο εκμισθωτής δεν συμμετέχει στην εύρεση και επιλογή του αντικειμένου δεν είναι και υπεύθυνος για τους διάφορους κινδύνους που εμπεριέχει η αγορά και η χρήση του. Αναλαμβάνει μόνο τον κίνδυνο της ενδεχόμενης αφερεγγυότητας του μισθωτή ως προς τη καταβολή των συμφωνηθέντων μισθωμάτων (Γεωργιάδης 2000). Όλους τους υπόλοιπους κινδύνους που εμπεριέχει η αγορά και χρήση του αντικειμένου τους αναλαμβάνει ο μισθωτής. Τέτοιοι κίνδυνοι μπορεί να είναι η τεχνολογική απαξίωση του αντικειμένου, ο κίνδυνος να αλλάξει η ζήτηση των καταναλωτών, να μην εξυπηρετεί πια τις ανάγκες του μισθωτή και να χρειαστεί αντικατάστασή του με ένα άλλο στοιχείο, κίνδυνος καταστροφής του αντικειμένου, κίνδυνος κλοπής και γενικότερα όλοι οι κίνδυνοι του αστικού δικαίου (Μαλάκος 1992). Ο μισθωτής ευθύνεται, επίσης, για τη καλή χρήση του αντικειμένου, τη συντήρησή του, την επισκευή, την ασφάλισή του και σε περίπτωση βλάβης είναι υπεύθυνος για την αντικατάσταση του αντικειμένου με άλλο ισόποσης αξίας ή να καταβάλλει στον εκμισθωτή όλα τα μισθώματα που απομένουν μέχρι τη λήξη της ΣΥ.Χ.ΜΙ. (Γεωργιάδης, 2000).

Επίσης, άλλο χαρακτηριστικό της χρηματοοικονομικής μίσθωσης αποτελεί το γεγονός ότι η διάρκεια της μίσθωσης είναι συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, καθορίζεται από την αρχή της σύμβασης και δεν μπορεί να ακυρωθεί πριν από τη λήξη της από κανένα από τα δύο συμβαλλόμενα μέρη (Αρτίκης Γ. 2002). Με τη λήξη της σύμβασης ο μισθωτής, βάσει ειδικής ρήτρας, έχει την επιλογή να ανανεώσει με ίδιους ή νέους όρους τη σύμβαση, να αγοράσει το αντικείμενο ή να διακόψει τη συνεργασία (Μαλάκιος, 1992).

❖ **Λειτουργική ή Διαχειριστική Μίσθωση (Operating/ Service Leasing)**

Στη μορφή της λειτουργικής ή διαχειριστικής μίσθωσης ο μισθωτής έχει το δικαίωμα, βάση ειδικής ρήτρας της σύμβασης, να ακυρώσει τη σύμβαση πριν τη λήξη της, ανά πάσα στιγμή μέσα σε ένα βραχυπρόθεσμο χρονικό διάστημα και να επιστρέψει το αντικείμενο στον εκμισθωτή. Αυτό το χαρακτηριστικό αποτελεί και τη βασικότερη διαφορά από τη χρηματοοικονομική μίσθωση. Είναι επίσης πολύ σημαντικό για τον μισθωτή καθώς του δίνει τη δυνατότητα να ανανεώσει το κινητό ή ακίνητο αντικείμενο, στη περίπτωση τεχνολογικής απαξίωσης ή εμφάνισης οικονομικού κινδύνου, με μια καινούργια μίσθωση (Μαλάκος, 1992). Η κυριότητα του αντικειμένου, σε αυτή τη περίπτωση, παραμένει στον εκμισθωτή, ο οποίος όμως επιβαρύνεται με τους διάφορους κινδύνους που φέρει η ιδιοκτησία του

αντικειμένου, επίσης, αυτός είναι υπεύθυνος για τη συντήρηση, επισκευή και ασφάλιση του αντικειμένου και όχι ο μισθωτής. Ο μισθωτής έχει μόνο τη χρήση του αντικειμένου, επιβαρύνεται βέβαια με υψηλότερο μίσθωμα σε σχέση με αυτό της χρηματοοικονομικής μίσθωσης, αφού συνυπολογίζονται σε αυτό και τα έξοδα συντήρησης και ασφάλισης του αντικειμένου, που καταβάλλει ο εκμισθωτής. Αφού ο μισθωτής έχει τη δυνατότητα να διακόψει τη σύμβαση ανά πάσα στιγμή, ενδέχεται το κόστος απόκτησης του αντικειμένου και η καθαρή απόδοση που επιθυμεί ο εκμισθωτής να μη καλυφθεί. Ο εκμισθωτής όμως μπορεί με τη λήξη ή ακύρωση της σύμβασης να εκμισθώσει το αντικείμενο σε μια σειρά από διαφορετικούς κάθε φορά μισθωτές και έτσι να αποσβέσει την αξία του ή ακόμα μπορεί και να το πουλήσει (Γεωργιάδης, 2000).

Αυτή η μορφή μίσθωσης χρησιμοποιείται από τις επιχειρήσεις σε περιπτώσεις που ενδιαφέρονται για χρήση κάποιου κινητού ή ακινήτου στοιχείου για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα (για ένα ή δύο χρόνια). Ενδείκνυται επίσης για περιουσιακά στοιχεία επιχειρήσεων τα οποία χαρακτηρίζονται από ταχεία τεχνολογική απαξίωση, όπως για παράδειγμα ηλεκτρονικοί υπολογιστές, φωτοτυπικά μηχανήματα, εκτυπωτές κ.ά. (Αρτίκης, 2002).

Η χρηματοδοτική μίσθωση εμφανίζεται επίσης και με άλλες ειδικές μορφές, εκ των οποίων οι κυριότερες είναι:

❖ Άμεση μίσθωση (Direct Leasing)

Η άμεση μίσθωση είναι μια τεχνική που χρησιμοποιείται από μεγάλες βιομηχανικές επιχειρήσεις με σκοπό να προωθήσουν τα προϊόντα τους (Δασκάλου Γ. Χ., 1999). Έτσι, σε αυτή τη μορφή ο εκμισθωτής είναι θυγατρική εταιρεία του κατασκευαστή ή προμηθευτή του πάγιου στοιχείου (ή και το ίδιο το πρόσωπο), η οποία αναλαμβάνει την προώθηση των προϊόντων της μητέρας επιχείρησης (ή των δικών της) με τη σύναψη μισθώσεων. Το κίνητρο αυτών των εταιρειών είναι εμπορικό και όχι χρηματοδοτικό για αυτό και μιλάμε για άμεση μίσθωση. Σύμφωνα και με τον Γαλάνης (2000) αυτές οι επιχειρήσεις προσφέρουν στους πελάτες τους άλλη μια δυνατότητα απόκτησης των προϊόντων τους. Με την άμεση μίσθωση ο εκμισθωτής αναλαμβάνει συνήθως και την παροχή πρόσθετων υπηρεσιών, όπως τη συντήρηση του εξοπλισμού, αλλά υπάρχουν και περιπτώσεις όπου υπεύθυνος είναι η μισθώτρια εταιρεία. Η διάρκεια της σύμβασης συνήθως είναι σύντομη (δώδεκα μήνες), ο μισθωτής έχει το δικαίωμα της επιλογής του αντικειμένου και της διακοπής της μίσθωσης

ύστερα από προηδοποίηση ενώ ο εκμισθωτής είναι υπεύθυνος για τον οικονομικό κίνδυνο που εμπεριέχει το αντικείμενο (Γαλάνης, 2000).

❖ **Πρόγραμμα μίσθωσης – πώλησης (Vendor Lease Program)**

Η μορφή αυτή αποτελεί μια τεχνική προώθησης των πωλήσεων, κατά την οποία ένας προμηθευτής εξοπλισμού υπογράφει σύμβαση με μια εταιρεία leasing και τίθεται σαν εγγυητής στη ΣΥ.Χ.ΜΙ που θα συνάψουν οι πελάτες του με την εταιρεία leasing (Δασκάλου Γ. Χ., 1999). Με τη σύμβαση που συνάπτουν και υπογράφει ο προμηθευτής με την εταιρεία leasing ο προμηθευτής πληρώνεται τοις μετρητοίς, προωθεί πελάτες στον εκμισθωτή και εμφανίζεται ως πιστωτής τους, επίσης, αναλαμβάνει όλη την γραφειοκρατική διαδικασία και τον έλεγχο των μισθωμάτων. Συνεπώς, με αυτή τη μορφή έχουμε μια οικονομική συνεργασία μεταξύ προμηθευτή και εκμισθωτή. Κατά την οποία ο προμηθευτής πετυχαίνει προώθηση των πωλήσεων, ενίσχυση της ρευστότητάς του, αφού πληρώνεται τοις μετρητοίς, και ο εκμισθωτής απολαμβάνει οικονομικά οφέλη από τη σύμβαση της μίσθωσης με τον πελάτη, αυξάνει το πελατολόγιό και τη δραστηριότητά του ενώ εξασφαλίζει πλήρης ή μερική αποκατάσταση από τον προμηθευτή (Μαλάκος, 1992). Ενώ ο μισθωτής πετυχαίνει ευκολότερη πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότης και καλύτερη τιμολόγηση του leasing.

❖ **Πώληση και επανεκμίσθωση (Sale and Lease back)**

Σε αυτή τη μορφή χρηματοδοτικής μίσθωσης ο χρήστης του αντικειμένου κατασκευάζει ο ίδιος ή αγοράζει το αντικείμενο, στη συνέχεια το πωλεί σε μια εταιρεία leasing από την οποία μετά το ενοικιάζει (Δασκάλου Γ. Χ., 1999). Δηλαδή σε αυτή τη μορφή μισθωτής και προμηθευτής είναι το ίδιο πρόσωπο. Με αυτή τη τεχνική η επιχείρηση μετατρέπει σε κεφάλαιο κίνησης τα κεφάλαια που είχε δεσμεύσει για απόκτηση πάγιων κινητών ή ακίνητων στοιχείων και την επιλέγει για αντιμετώπιση έκτακτων αναγκών ρευστότητας και για αναδιάρθρωση του ισολογισμού της. Σημειώνεται ότι μετά τη λήξη της σύμβασης το πάγιο στοιχείο περιέχεται ξανά στη κυριότητα της επιχείρησης που το πούλησε.

❖ **Συμμετοχική ή εξισορροπητική ή μοχλευμένη μίσθωση (Leveraged Leasing)**

Αυτή η μορφή μίσθωσης εφαρμόζεται σε πάγια στοιχεία πολύ μεγάλης αξίας, όπως αεροπλάνα, πλοία, τραίνα κ.ά. Για την εφαρμογή της συμμετέχουν τέσσερα μέρη, ο μισθωτής, ο βιομηχανικός κατασκευαστής (προμηθευτής), η εταιρεία leasing και ένας μακροπρόθεσμος δανειστής (τράπεζα – χρηματοδοτικός οργανισμός) (Δασκάλου Γ. Χ., 1999). Ο εκμισθωτής αγοράζει το πάγιο στοιχείο καταβάλλοντας ένα μέρος της αξίας του και το υπόλοιπο (μεγαλύτερο) μέρος το καλύπτει ο χρηματοδοτικός οργανισμός με δανεισμό

προς την εταιρεία leasing. Ο δανειστής καταβάλλει αμέσως το τίμημα στον προμηθευτή και εισπράττει ένα ποσοστό των μισθωμάτων από τον εκμισθωτή, ο οποίος σύμφωνα με τον Δασκάλου Γ. Χ. (1999), δρα ως μεσάζων για την τοποθέτηση του πάγιου στοιχείου.

❖ Διασυνοριακή ή διεθνής μίσθωση (Cross - border Leasing)

Η διασυνοριακή ή διεθνής χρηματοδοτική μίσθωση εφαρμόζεται στη περίπτωση που δύο τουλάχιστον από τα συμβαλλόμενα μέρη έχουν την έδρα της επιχειρηματικής δραστηριότητάς τους σε διαφορετικές χώρες. Στη περίπτωση που ο μισθωτής και ο εκμισθωτής εδρεύουν στο εσωτερικό και ο προμηθευτής στο εξωτερικό τότε έχουμε εισαγωγική χρηματοδοτική μίσθωση (Import Leasing). Όταν ο μισθωτής εδρεύει στο εξωτερικό και ο εκμισθωτής και ο προμηθευτής εδρεύουν στο εσωτερικό τότε έχουμε εξαγωγική χρηματοδοτική μίσθωση (Export Leasing) (Αρτίκης, 2002).

Αυτή η μορφή μίσθωσης διαφοροποιείται από τις προηγούμενες κατά το στοιχείο της πληρωμής των μισθωμάτων σε συνάλλαγμα, το οποίο εμπεριέχει και πρόσθετους κινδύνους για τον εκμισθωτή (Δασκάλου Γ. Χ., 1999). Τέτοιοι κίνδυνοι είναι ο συναλλαγματικός κίνδυνος, ο κίνδυνος της χώρας, ο οποίος εμπεριέχει τον οικονομικό και πολιτικό κίνδυνο, αλλά και ο πιστωτικός κίνδυνος εμφανίζεται αυξημένος σε αυτή τη μορφή μίσθωσης, καθώς, λόγω του διαφορετικού νομικού πλαισίου, υπάρχουν δυσκολίες στη σωστή εκτίμηση της φερεγγυότητας του μισθωτή (Μαλάκος (1992).

❖ Φορολογική χρηματοδοτική μίσθωση (Tax Based Leasing)

Αυτή η μορφή χρηματοδοτικής μίσθωσης εφαρμόζεται από επιχειρήσεις οι οποίες δεν έχουν φορολογητέα κέρδη και δεν μπορούν να αποκτήσουν τα επιθυμητά πάγια στοιχεία. Έτσι, με τη φορολογική χρηματοδοτική μίσθωση οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να αποκτήσουν το πάγιο που επιθυμούν εκχωρώντας τα φορολογικά πλεονεκτήματα που θα είχαν στην εταιρεία leasing (Αρτίκης, 2002). Οι φορολογικές ωφέλειες αποτελούν σημαντικό κίνητρο για τον εκμισθωτή, αλλά χρειάζεται προσεκτική μελέτη της σχετικής νομοθετικής φορολογίας ώστε να αποκομισθούν όλα τα φορολογικά οφέλη.

3.2.2 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Χρηματοδοτικής Μίσθωσης

Η χρηματοδοτική μίσθωση περιλαμβάνει πολλά πλεονεκτήματα τόσο για τον μισθωτή και εκμισθωτή όσο και για την εθνική οικονομία. Επειδή, όμως, στη παρούσα διπλωματική εργασία μελετάμε τις χρηματοδοτικές πηγές από τη μεριά των επιχειρήσεων που αναζητούν

χρηματοδότηση, θα παρουσιάσουμε μόνο τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των επιχειρήσεων που επιλέγουν αυτή τη μορφή χρηματοδότησης για τις ανάγκες τους.

➤ **Πλεονεκτήματα**

Η μέθοδος της χρηματοδοτικής μίσθωσης παρέχει στην επιχείρηση που την επιλέγει ως εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης των επενδύσεων της μια σειρά από σημαντικά πλεονεκτήματα, εκ των οποίων τα κυριότερα είναι τα εξής:²¹

- Εξασφάλιση της χρηματοδότησης του νέου πάγιου κινητού ή ακινήτου στοιχείου κατά 100%, άμεση χρησιμοποίηση αυτού και χωρίς να απαιτείται πάντοτε η ίδια συμμετοχή, όπως στον τραπεζικό δανεισμό (Δασκάλου Γ. Χ., 1999, σελ. 524)
- Η διαδικασία σύναψης μίας ΣΥ.Χ.ΜΙ. είναι ταχύτερη και λιγότερο δαπανηρή έναντι της σύμβασης μακροπρόθεσμου δανεισμού. Συνήθως δεν χρειάζονται προσημειώσεις, υποθήκες κ.λπ., ενώ προβλέπονται μειωμένα συμβολαιογραφικά δικαιώματα και απαλλαγή από διάφορα τέλη και φόρους.
- Ο μισθωτής μπορεί να επιτύχει καλύτερους όρους προμήθειας εξοπλισμού ή απόκτησης επαγγελματικού ακινήτου, καθώς η αξία τους εξοφλείται άμεσα τοις μετρητοίς.
- Η διάρκεια της μίσθωσης και το ύψος του μισθώματος ορίζονται σύμφωνα με τις οικονομικές δυνατότητες της επιχείρησης.
- Τα μισθώματα που καταβάλλονται στην εταιρία leasing θεωρούνται λειτουργικές δαπάνες, δεν φορολογούνται και έτσι μειώνουν το φορολογικό εισόδημα.
- Χρηματοοικονομικός έλεγχος και προγραμματισμός αφού το ύψος των μισθωμάτων είναι συνήθως προκαθορισμένο για όλη την περίοδο της σύμβασης.
- Μετά τη λήξη της σύμβασης ο μισθωτής μπορεί να αποκτήσει την κυριότητα του παγίου έναντι προσυμφωνημένου συμβολικού τμήματος.
- Προστασία του μισθωτή από την τεχνολογική απαξίωση του εξοπλισμού, καθώς μπορεί να το ανανεώνει χωρίς να δεσμεύει τα διαθέσιμα κεφάλαιά του.
- Η μισθώτρια επιχείρηση, διατηρεί τα κίνητρα των Αναπτυξιακών Νόμων και των Προγραμμάτων της Ε.Ε.

²¹ Ένωση Ελληνικών Εταιρειών Χρηματοδοτικής Μίσθωσης (Ε.Ε.Ε.Χ.Μ.) <http://www.aglc.gr/>

- Αύξηση της ρευστότητας του μισθωτή αφού έχει τη δυνατότητα να πουλήσει στην εταιρεία leasing πάγια περιουσιακά στοιχεία και στη συνέχεια να τα μισθώσει (sale and lease-back).
- Βελτιώνεται η εικόνα του ισολογισμού της επιχείρησης και της κεφαλαιακής της διάρθρωσης.

➤ **Μειονεκτήματα**

Η χρήση, όμως, του leasing περιέχει και ορισμένα μειονεκτήματα, όπως:²²

- Το φαινομενικό κόστος του leasing είναι υψηλότερο από το επιτόκιο τραπεζικού δανεισμού.
- Διαφεύγει η ωφέλεια από τη φοροαπαλλαγή των αποσβέσεων στην περίπτωση του ιδιόκτητου εξοπλισμού, και συμψηφίζεται μέχρι ενός βαθμού από την πλήρη φοροαπαλλαγή των μισθωμάτων.
- Παρά τη θετική σχέση ιδίων προς ξένα κεφάλαια, μπορεί να εκδηλωθεί δισταγμός των τραπεζών για χρηματοδότηση μίας επιχείρησης της οποίας ο εξοπλισμός στηρίζεται στη μέθοδο της χρηματοδοτικής μίσθωσης.
- Ο μισθωτής αναλαμβάνει όλους τους κινδύνους από τυχαία περιστατικά ή ανωτέρα βία έναντι του εκμισθωτή και διατρέχει τον κίνδυνο της έκτακτης καταγγελίας της σύμβασης αν αθετήσει κάποιον όρο της. Στην περίπτωση αυτή, ο εκμισθωτής μπορεί να του αφαιρέσει τον εξοπλισμό και να απαιτήσει την άμεση πληρωμή όλων των μισθωμάτων μέχρι τη λήξη της σύμβασης.
- Ο μισθωτής υπόκειται στους ελέγχους του εκμισθωτή για τη διαπίστωση της καλής λειτουργικής κατάστασης του εξοπλισμού (Μαλακός, 1992).

3.2.3 Εταιρείες Χρηματοδοτικής Μίσθωσης στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα οι εταιρείες χρηματοδοτικής μίσθωσης που δραστηριοποιούνται είναι κυρίως θυγατρικές εταιρείες τραπεζών, κάποιες από αυτές είναι οι ακόλουθες:²³

- ΕΘΝΙΚΗ LEASING AEXM (www.ethnolease.gr/)
- ALPHA LEASING (www.alphaleasing.gr/)
- EUROBANK LEASING A.E. (www.eurobank.gr/)

²² Δασκάλου Γ. Χ. (1999), Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων, Β' Έκδοση, Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική

²³ Ένωση Ελληνικών Εταιρειών Χρηματοδοτικής Μίσθωσης (Ε.Ε.Ε.Χ.Μ.) <http://www.aglc.gr/>

- ο ΠΕΙΡΑΙΩΣ LEASING (www.piraeusleasing.gr/)
- ο HELLAS CAPITAL LEASING A.E. (www.hc-leasing.gr/)
- ο ΚΥΠΡΟΥ LEASING A.E. (www.piraeusleasing.gr)
- ο LEASEPLAN Hellas S.A. (www.leaseplan.gr/)
- ο ATTICA BANK A.E. (Υπηρεσία Leasing & Factoring) (www.atticabank.gr)
- ο LAIKI LEASING (www.laikileasing.gr/)

3.3 Πρακτορεία Επιχειρηματικών Απαιτήσεων - Factoring

Η πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων (Factoring) είναι μια μέθοδος χρηματοδότησης επιχειρήσεων με μακροχρόνια ιστορία, αφού ήδη από την αρχαιότητα υπήρχαν έμποροι, αποκαλούμενοι factors, οι οποίοι πωλούσαν προϊόντα για λογαριασμό άλλων (Δασκάλου Γ. Χ., 1999). Στην Ελλάδα η μέθοδος του factoring εισήχθη το 1987, μετά από δύο δεκαετίες αναπτύξεως στις δυτικές χώρες, και καθιερώθηκε το 1990 με το Ν 1905/1990. Κατά το άρθρο 1 του νόμου η σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων καταρτίζεται εγγράφως μεταξύ ενός προμηθευτή αγαθών ή υπηρεσιών και ενός πράκτορα επιχειρηματικών απαιτήσεων, ο οποίος αναλαμβάνει να παρέχει στον προμηθευτή, για το διάστημα που συμφωνείται, έναντι αμοιβής, υπηρεσίες σχετικές με την παρακολούθηση και είσπραξη μιας ή μέρους ή του συνόλου των απαιτήσεων του προμηθευτή, ιδίως από συμβάσεις πώλησης αγαθών, παροχής υπηρεσιών σε τρίτους ή εκτέλεση έργων.²⁴ Το ρόλο του πράκτορα, δηλαδή της εταιρείας factoring (factor), μπορούν να αναλάβουν μόνο Τράπεζες που έχουν εγκατασταθεί και λειτουργούν νόμιμα στην Ελλάδα και Ανώνυμες Εταιρείες με αποκλειστικό σκοπό την άσκηση της δραστηριότητας αυτής, οι οποίες συνιστώνται μετά από ειδική άδεια της Τράπεζας Ελλάδος και εποπτεύονται και ελέγχονται από αυτήν.²⁵

Επίσης, όπως αναφέρει ο Αλεξανδρίδης (2004), πρακτόρευση επιχειρηματικών απαιτήσεων αποτελεί η σύμβαση χρηματοδότησης κατά την οποία ένας πωλητής εμπορευμάτων ή υπηρεσιών με πίστωση εκχωρεί τις απαιτήσεις του έναντι των πελατών του σε μια εταιρεία factoring και η οποία αναλαμβάνει τη παροχή χρηματοδότησης στον πωλητή, τη κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου και τη διαχείριση των εκχωρούμενων απαιτήσεων.

²⁴ Νόμος 1905 “ Για τη σύμβαση πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων και άλλες διατάξεις” (ΦΕΚ Α’ 147/15.11.1990)

²⁵ <http://www.nbgfactors.gr/GeneralElements3.aspx>

Δηλαδή στη πράξη το πλαίσιο δράσης της μεθόδου (factoring) περιέχει τρία μέρη, την πωλήτρια εταιρεία των εμπορευμάτων ή παροχής υπηρεσιών, τους πελάτες αυτής και την εξειδικευμένη εταιρεία factoring. Κατά τη συνεργασία αυτών των τριών μερών, η εταιρεία factoring παρέχει στην πωλήτρια επιχείρηση μία ή περισσότερες από τις ακόλουθες υπηρεσίες:²⁶

◇ Χρηματοδότηση της επιχείρησης

Η επιχείρηση αν επιθυμεί να ενισχύσει τη ρευστότητά της μπορεί να μετατρέψει σε μετρητά την αξία των εισπρακτέων απαιτήσεων καθώς ο πράκτορας μπορεί να χορηγήσει προκαταβολή επί της ονομαστικής αξίας των τιμολογίων, η οποία ανέρχεται κατά μέσο όρο στο 80%-90% της αξίας αυτής. Η προεξόφληση γίνεται συνήθως σε σύντομο χρονικό διάστημα και σύμφωνα με την πολιτική της κάθε εταιρείας factoring. Έτσι, η επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να επιτύχει άμεση ρευστότητα, να συνδέσει τις εισροές της με το ύψος των πωλήσεων και να βελτιώσει τον ταμειακό προγραμματισμό.

◇ Αξιολόγηση της πιστοληπτικής ικανότητας των αγοραστών

Η εταιρεία factoring, τόσο πριν την έναρξη της συνεργασίας όσο και κατά τη διάρκεια αυτής, αξιολογεί την πιστοληπτική ικανότητα των πελατών της επιχείρησης, τόσο αυτών που έχουν ενταχθεί στο πελατολόγιό της κατά την έναρξη της συνεργασίας όσο και αυτών που θα ενταχθούν αργότερα. Σημαντική παράμετρος κατά την οποία η επιχείρηση μπορεί να παρακολουθεί και την ποιότητα του πελατολογίου της.

◇ Λογιστική παρακολούθηση, διαχείριση και είσπραξη των απαιτήσεων

Η εταιρεία factoring αναλαμβάνει, επίσης, τη λογιστική παρακολούθηση των λογαριασμών του πελατολογίου, όλες τις πράξεις διαχείρισης των εισπρακτέων λογαριασμών (υπενθυμητικές ενέργειες προς τους αγοραστές, συμφωνίες λογαριασμών με αυτούς κλπ.) και όλες τις διαδικασίες σχετικά με την είσπραξη των απαιτήσεων στην αντίστοιχη πίστωση του προμηθευτή.

◇ Ολική ή μερική κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου

Ο πράκτορας αναλαμβάνει τον πιστωτικό κίνδυνο του προμηθευτή κάτω από προϋποθέσεις και εφόσον το ζητήσει. Ο αναλαμβανόμενος κίνδυνος αφορά την οικονομική αδυναμία του αγοραστή να καταβάλει την αξία των σχετικών τιμολογίων, και όχι την άρνησή του να τα εξοφλήσει λόγω ενδεχόμενων διαφορών μεταξύ του προμηθευτή και του αγοραστή.

²⁶ <http://www.hellenicfactors.gr/DynamicPage.aspx?id=120701>

Συνεπώς, με την παροχή όλων αυτών των υπηρεσιών ο προμηθευτής μπορεί να βελτιώσει τη ρευστότητα της επιχείρησής του, να έχει εικόνα της ποιότητας των πελατών του, να απαλλαγεί από μεγάλο όγκο εργασίας, να διατηρήσει οργανωμένο το λογιστήριό του, αφού πολλές απαραίτητες ενέργειες τις αναλαμβάνει η εταιρεία factoring και να γίνει πιο ανταγωνιστικός.

Για να είναι δυνατόν όμως μια συνεργασία μιας εταιρείας που παρέχει υπηρεσίες factoring και μιας επιχείρησης, θα πρέπει η επιχείρηση να παρουσιάζει αναπτυσσόμενη και κερδοφόρα δραστηριότητα, να πραγματοποιεί πωλήσεις με βραχυπρόθεσμη πίστωση, να έχει ευρύ πελατολόγιο με επαναληπτική και καλή αγοραστική συμπεριφορά και να εκδίδει τιμολόγια σημαντικής αξίας.²⁷

3.3.1 Είδη Πρακτορείας Επιχειρηματικών Απαιτήσεων

Ο θεσμός της πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων προσφέρει διάφορους συνδυασμούς παροχής υπηρεσιών και επίσης δίνει τη δυνατότητα στα συμβαλλόμενα μέρη να προσαρμόσουν τη κάθε μορφή factoring στις ανάγκες τους και στις συνθήκες που επικρατούν στην κάθε αγορά. Έτσι, αυτή η μορφή χρηματοδότησης συναντάται σε πολλές και διαφορετικές μορφές. Σύμφωνα με την Ελληνική Ένωση Πρακτόρων Επιχειρηματικών Απαιτήσεων το factoring διαχωρίζεται σε δύο κύριες κατηγορίες, το εγχώριο και το διεθνές factoring, όπου στη μορφή του διεθνές factoring έχουμε δυο υποκατηγορίες, το εισαγωγικό και το εξαγωγικό factoring.²⁸ Ενώ στη περίπτωση του εγχώριου factoring συναντάμε διάφορες παραλλαγές και κατηγορίες ανάλογα με το συνδυασμό των παρεχόμενων υπηρεσιών, για παράδειγμα αν παρέχεται και χρηματοδότηση ή όχι. Τα κυριότερα είδη πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων είναι οι εξής μορφές:

❖ **Εγχώριο Factoring (Domestic Factoring)**

Το εγχώριο factoring εφαρμόζεται στη περίπτωση των εγχώριων πιστώσεων όπου ο προμηθευτής και ο πελάτης αναπτύσσουν την δραστηριότητά τους στην ίδια χώρα (Βάθης, 1995).

❖ **Factoring με αναγωγή (Factoring with recourse)**

Σε αυτή τη μορφή factoring ο πράκτορας έχει το δικαίωμα σε περίπτωση αδυναμίας πληρωμής των τιμολογίων από τον πελάτη να τα επιστρέψει απλήρωτα στον προμηθευτή και

²⁷ <http://www.plant-management.gr/index.php?id=925>

²⁸ <http://www.hellenicfactors.gr>

να εισπράξει το αντίστοιχο ποσό τους. Δηλαδή, σε αυτή τη μορφή έχουμε factoring χωρίς ανάληψη πιστωτικού κινδύνου από τον πράκτορα, το ρίσκο σε αυτή τη περίπτωση το αναλαμβάνει ο προμηθευτής (Βασιλείου και Ηρειώτης, 2008).

❖ **Factoring χωρίς αναγωγή (Factoring without recourse)**

Με το factoring χωρίς δικαίωμα αναγωγής ο πράκτορας δεν έχει δικαίωμα να επιστρέψει στον προμηθευτή τα απλήρωτα τιμολόγια και αναλαμβάνει ο ίδιος το ρίσκο μη πληρωμής τους. Μιλάμε δηλαδή για factoring με κάλυψη του πιστωτικού κινδύνου έναντι της οικονομικής αδυναμίας του αγοραστή να αποπληρώσει τις υποχρεώσεις του.

❖ **Factoring με χρηματοδότηση (Bulk Factoring)**

Το factoring με χρηματοδότηση είναι η μορφή κατά την οποία ο προμηθευτής έχει ανάγκη από ρευστότητα και συμφωνεί με την εταιρεία factoring να της μεταβιβάσει τα τιμολόγια και αυτή να τον χρηματοδοτήσει κατά την αξία ή ένα μέρος των τιμολογίων, χωρίς όμως να εξασφαλίζεται η είσπραξή τους (Βάθης, 1995). Στην ουσία είναι μια μορφή προεξόφλησης των απαιτήσεων.

❖ **Factoring χωρίς χρηματοδότηση (Maturity Factoring)**

Factoring χωρίς χρηματοδότηση έχουμε όταν ο πράκτορας δεν αναλαμβάνει να χρηματοδοτήσει την εταιρεία αλλά ευθύνεται μόνο για τη διαχείριση των απαιτήσεων και για τον πιστωτικό κίνδυνο μη πληρωμής των τιμολογίων (Δασκάλου Γ. Χ., 1999).

❖ **Πλήρες Factoring (Full Service Factoring)**

Είναι η κλασική περίπτωση factoring κατά την οποία αναλαμβάνονται και οι τρεις υπηρεσίες από τον πράκτορα, χρηματοδότηση του προμηθευτή, κάλυψη πιστωτικού κινδύνου και διαχείριση των απαιτήσεων (Δασκάλου Γ. Χ., 1999).

❖ **Διεθνές Factoring (International Factoring)**

Το διεθνές factoring εφαρμόζεται όταν οι απαιτήσεις προέρχονται από εξαγωγές ή εισαγωγές εμπορευμάτων ή παροχής υπηρεσιών σε διαφορετική χώρα από εκείνη στην οποία είναι εγκατεστημένοι και δραστηριοποιούνται ο προμηθευτής και ο πράκτορας (Βάθης, 1995).

❖ **Εισαγωγικό Factoring (Import Factoring)**

Είναι μια μορφή διεθνούς factoring το οποίο απευθύνεται σε εισαγωγικές επιχειρήσεις, οι οποίες αγοράζουν από τους αλλοδαπούς προμηθευτές τους με όρους ανοιχτής πίστωσης (open account).

❖ **Εξαγωγικό Factoring (Export Factoring)**

Διεθνές factoring το το οποίο απευθύνεται σε εξαγωγικές επιχειρήσεις οι οποίες πωλούν στους αλλοδαπούς αγοραστές τους με όρους ανοιχτής πίστωσης (open account).

3.3.2 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Πρακτορείας Επιχειρηματικών Απαιτήσεων

Η μέθοδος της πρακτόρευσης απαιτήσεων ως εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα στις επιχειρήσεις που θα την επιλέξουν ώστε να χρηματοδοτήσουν τις ανάγκες τους. Εκτός από τις προαναφερθείσες υπηρεσίες που προσφέρει η μέθοδος factoring υπάρχουν και άλλες σημαντικές ωφέλειες και διευκολύνσεις που προκύπτουν από τη χρήση του.

➤ Πλεονεκτήματα

Κάποια από τα πλεονεκτήματα της χρήσης της μεθόδου πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων είναι τα ακόλουθα:²⁹

- Υπάρχει δυνατότητα για άμεση είσπραξη του αντιτίμου των απαιτήσεων, γεγονός που ενισχύει άμεσα τη ρευστότητα της επιχείρησης και βελτιώνει τη διαπραγματευτική της δύναμη έναντι των προμηθευτών.
- Μείωση των λειτουργικών εξόδων από τη διαχείριση και λογιστική παρακολούθηση των εμπορικών απαιτήσεων της επιχείρησης από τον πράκτορα.
- Δεν απαιτείται παροχή πρόσθετων εξασφαλίσεων για τη χρηματοδότηση, καθώς στηρίζεται στο αξιολογημένο πελατολόγιο της επιχείρησης, και επίσης συνδέεται απόλυτα με τον κύκλο εργασιών της και μπορεί να αυξάνεται ανάλογα με αυτόν, άρα εξασφάλιση συνεχούς ρευστότητας.
- Η ανάληψη του πιστωτικού κινδύνου διασφαλίζει την πληρωμή των τιμολογίων και την αποφυγή επισφαλειών, το οποίο διευκολύνει τον οικονομικό σχεδιασμό της επιχείρησης και την ανάπτυξή της.
- Βελτίωση της εικόνας του ισολογισμού και της πιστοληπτικής ικανότητάς, αφού η λαμβανομένη προκαταβολή έναντι της αξίας των τιμολογίων δεν εμφανίζεται στις υποχρεώσεις της επιχείρησης.
- Η συνεχής παρακολούθηση και αξιολόγηση από τον πράκτορα της πιστοληπτικής ικανότητας των υφιστάμενων και νέων πελατών, εξυγιαίνει το πελατολόγιο,

²⁹<http://www.hellenicfactors.gr>

δημιουργεί συνθήκες υγιούς εισπραξιμότητας των απαιτήσεων και η επιχείρηση μπορεί να προσαρμόσει έγκαιρα την πιστωτική της πολιτική και να συγκεντρωθεί καλύτερα στην ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της.

- Η επιχείρηση αναπτύσσει σχέσεις εμπιστοσύνης με τον πράκτορα και έτσι αποκτά έναν ειδικό σύμβουλο- σύμμαχο, λόγω των κοινών συμφερόντων (Δασκάλου Γ. Χ., 1999).

➤ **Μειονεκτήματα**

Η χρήση της πρακτόρευσης απαιτήσεων έχει επίσης και κάποια μειονεκτήματα, όπως:³⁰

- Το υψηλό φαινομενικό κόστος, το οποίο όμως αναθεωρείται όταν ληφθούν υπόψη οι οικονομίες κλίμακας που πραγματοποιήθηκαν μέσω του factoring.
- Για τη σύναψη σύμβασης factoring πρέπει η επιχείρηση να έχει κύκλο εργασιών άνω του κατώτατου απαιτούμενου ορίου, που αναλαμβάνει ο πράκτορας.
- Περιορίζονται οι άμεσες επαφές με τους πελάτες.
- Σε περίπτωση εφαρμογής επιθετικής πολιτικής εισπράξεων από τον πράκτορα, δυσχεραίνονται οι σχέσεις της επιχείρησης με τους πελάτες της.

3.3.3 Εταιρείες Πρακτορείας Επιχειρηματικών Απαιτήσεων στην Ελλάδα

Οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα με αποκλειστική δραστηριότητα τη πρακτόρευση επιχειρηματικών απαιτήσεων είναι θυγατρικές τραπεζών και είναι οι παρακάτω:

- ο ABC Factors A.E. (<http://www.abcfactors.gr/>)
- ο Eurobank Factors A.E. (<http://www.efgfactors.gr/>)
- ο Εθνική Factors A.E. (<http://www.nbgfactors.gr/>)
- ο HSBC Bank P.L.C. (<http://www.hsbc.gr/1/2/gr/1/2/hsbc-corporate/factoring>)
- ο Πειραιώς Factoring A.E. (<http://www.piraeus-factoring.gr/>)

3.4 Πώληση Επιχειρηματικών Απαιτήσεων – Forfaiting

Η πώληση επιχειρηματικών απαιτήσεων (Forfaiting) είναι μια εναλλακτική μέθοδος χρηματοδότησης των επιχειρήσεων που ασχολούνται με το εξαγωγικό εμπόριο. Κάνοντας

³⁰ Δασκάλου Γ. Χ. (1999), Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων, Β' Έκδοση, Αθήνα: Σύγχρονη Εκδοτική

χρήση της μεθόδου *forfaiting* οι επιχειρήσεις όχι μόνο χρηματοδοτούνται αλλά προστατεύονται και από τους διάφορους κινδύνους που εμπεριέχουν οι εξαγωγικές τους δραστηριότητες, όπως ο εμπορικός κίνδυνος, ο συναλλαγματικός κίνδυνος ή ο πολιτικός κίνδυνος. Η μέθοδος αυτή εμφανίστηκε πρώτη φορά κατά τη δεκαετία του 1950 στις ελβετικές τράπεζες και αργότερα διαδόθηκε και στις υπόλοιπες αγορές, και συνεχώς εξελίσσεται και αναπτύσσεται, ώστε να προσαρμόζεται στα νέα δεδομένα της αγοράς και να εξυπηρετεί καλύτερα τις ανάγκες των επιχειρήσεων.

Η μέθοδος *forfaiting* είναι μια σύμβαση η οποία συνάπτεται μεταξύ μιας εξαγωγικής επιχείρησης και μιας τράπεζας ή μιας εταιρείας *factoring* (*forfaiter*). Κατά τη σύμβαση η εξαγωγική επιχείρηση συμφωνεί να πωλήσει και να εκχωρήσει στον *forfaiter* μια απαίτησή της η οποία έχει προκύψει μέσω των εξαγωγικών δραστηριοτήτων της και συνήθως ενσωματώνεται σε αξιόγραφα, όπως συναλλαγματικές ή γραμμάτια. Και ο *forfaiter*, με τη σειρά του, συμφωνεί να χρηματοδοτήσει άμεσα την επιχείρηση για το ένα μέρος της απαίτησης και το υπόλοιπο οφειλόμενο ποσό μετά την αποστολή των εμπορευμάτων και τη παραλαβή των αξιογράφων.³¹ Η απαίτηση που εκχωρείται είναι μεσο-μακροπρόθεσμη, συνήθως από 6 μήνες έως και 13 χρόνια. Χαρακτηριστικό αυτής της μεθόδου αποτελεί το γεγονός ότι σε περίπτωση που η εισαγωγική επιχείρηση, με την οποία συνεργάζεται ο εξαγωγέας, δεν εξοφλήσει τις οφειλές της η εταιρεία *forfaiting* δεν έχει δικαίωμα αναγωγής κατά του εξαγωγέα, δηλαδή δεν μπορεί να απαιτήσει από τον εξαγωγέα να πληρώσει αυτός τις οφειλές του πρωτοφειλέτη. Ο *forfaiter* για να είναι καλυμμένος από αυτόν τον κίνδυνο απαιτεί τα αξιόγραφα που ενσωματώνουν την εκχωρούμενη απαίτηση να είναι εγγυημένα από την τράπεζα του εισαγωγέα, εφόσον βέβαια η τράπεζα του εισαγωγέα χαρακτηρίζεται για τη φερεγγυότητά της (Γεωργιάδης Σ. Α., 2000). Δηλαδή, με τη μέθοδο *forfaiting* έχουμε μεταφορά του επιχειρηματικού κινδύνου από τον εξαγωγέα στον *forfaiter*, ο οποίος έχει κέρδος από τα αξιόγραφα.

Συνεπώς, κατά τη πώληση επιχειρηματικών απαιτήσεων τα μέλη που εμπλέκονται είναι τέσσερα, η εξαγωγική επιχείρηση (*Forfaitist*), η οποία μεταβιβάζει τις απαιτήσεις της από τη πώληση των προϊόντων της στο εξωτερικό, ο *forfaiter* ο οποίος προεξοφλεί τις απαιτήσεις της επιχείρησης, ο εισαγωγέας στην άλλη χώρα με τον οποίο συνεργάζεται η επιχείρηση, δηλαδή ο αγοραστής των προϊόντων με πίστωση και η τράπεζα του εισαγωγέα, η οποία εγγυάται την εξόφληση της οφειλής του.

³¹ Μητσιόπουλος Γ. (1999), *Factoring & Forfaiting*, Αθήνα

Επίσης, συμπερασματικά και σύμφωνα με τον Μητσιόπουλο Γ. (1999), το forfeiting θα μπορούσαμε να πούμε πως είναι μια πώληση αξιογράφων πλήρως διαπραγματεύσιμων και εγγυημένων από τράπεζα πρώτης τάξης, τα οποία ενσωματώνουν απαιτήσεις από διεθνή συναλλαγή προμήθειας κεφαλαιουχικών αγαθών ή παροχής υπηρεσιών, χωρίς ο αγοραστής των αξιογράφων να έχει δικαίωμα αναγωγής κατά του πωλητή αν ο πρωτοφειλέτης δεν πληρώσει.

3.4.1 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Πώλησης Επιχειρηματικών Απαιτήσεων

Η μέθοδος της πώλησης επιχειρηματικών απαιτήσεων, όπως αναφέραμε και πιο πάνω, είναι μια μορφή χρηματοδότησης η οποία χρησιμοποιείται κυρίως από τις εξαγωγικές επιχειρήσεις. Μέσω αυτής της μορφής χρηματοδότησης η επιχείρηση καταφέρνει να προεξοφλήσει άμεσα τις απαιτήσεις της, να αποκτήσει ρευστότητα και παράλληλα να καλυφθεί από τον κίνδυνο αφερεγγυότητας των πελατών της και από τον πολιτικό κίνδυνο που εμπεριέχουν οι συναλλαγές με το εξωτερικό. Έχει πολλά πλεονεκτήματα για την επιχείρηση που θα την επιλέξει ως μέθοδο χρηματοδότησης των αναγκών της, καθώς και κάποια μειονεκτήματα.

➤ Πλεονεκτήματα

Τα κυριότερα πλεονεκτήματα που έχει η χρηματοδότηση μέσω του forfeiting είναι:³²

- Η διαδικασία χρηματοδότησης είναι εύκολη, απλή και σχετικά γρήγορη.
- Είσπραξη μετρητών αμέσως μετά τη παράδοση των εμπορευμάτων, άρα άμεση ενίσχυση της ρευστότητας της επιχείρησης.
- Μετά την εκχώρηση των απαιτήσεων ο εξαγωγέας δεν χρειάζεται να ξοδέψει χρόνο και χρήματα ώστε να διαχειριστεί και να συγκεντρώσει το κεφάλαιο των απαιτήσεων.
- Ο εξαγωγέας απαλλάσσεται από τον πιστωτικό κίνδυνο, τον πολιτικό και το κίνδυνο νομισματικής ισοτιμίας αφού η χρηματοδότηση γίνεται χωρίς δικαίωμα αναγωγής.
- Το προεξοφλητικό επιτόκιο μπορεί να συμφωνηθεί προκαταβολικά και πριν ο εξαγωγέας καταλήξει στους τελικούς όρους της συμφωνίας του με τον εισαγωγέα,

³² Μητσιόπουλος Γ. (1999), Factoring & Forfeiting , Αθήνα

έτσι ο εξαγωγέας μπορεί να υπολογίσει τα χρηματοοικονομικά κόστη της χρηματοδότησης.

- Η διαπραγμάτευση με τον forfaiter για τη χρηματοδότηση γίνεται ξεχωριστά για τη κάθε απαίτηση, δεν δεσμεύεται για όλες τις απαιτήσεις του.
- Οι διαπραγματεύσεις μεταξύ της επιχείρησης και του forfaiter είναι εμπιστευτικές.

➤ **Μειονεκτήματα**

Τα μειονεκτήματα αυτής της μορφής χρηματοδότησης είναι πολύ λίγα και είναι τα ακόλουθα:

- Ο εγγυητής που έχει διαλέξει η εξαγωγική επιχείρηση υπάρχει περίπτωση να μη γίνει αποδεκτός από τον forfaiter.
- Συνήθως, το επιτόκιο της χρηματοδότησης είναι μεγαλύτερο από το αντίστοιχο επιτόκιο της τραπεζικής χρηματοδότησης, αλλά μέσω του forfaiting όμως ο εξαγωγέας είναι καλυμμένος από τον κίνδυνο αφερεγγυότητας του οφειλέτη, τον πολιτικό και συναλλαγματικό κίνδυνο.

3.4.2 Σύγκριση Forfaiting και Factoring

Η μέθοδος Forfaiting έχει πολλά κοινά σημεία με τη χρηματοδότηση μέσω πρακτορείας επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring) αφού και στις δυο μεθόδους έχουμε χρηματοδότηση μέσω προεξόφλησης απαιτήσεων. Οι δύο μέθοδοι μοιάζουν αρκετά μεταξύ τους αλλά καλύπτουν και εξυπηρετούν διαφορετικές ανάγκες και σκοπούς των επιχειρήσεων που τις προτιμούν σαν τρόπο χρηματοδότησης. Έτσι, οι δύο μέθοδοι συμπληρώνουν η μια την άλλη, καθώς, σύμφωνα και με τον Μητσιόπουλο Γ. (1999), η μια μορφή αναπτύσσεται ακριβώς εκεί όπου η ανάπτυξη της άλλης δεν προσφέρεται. Για να γίνει αυτό πιο κατανοητό αξίζει να αναφέρουμε κάποιες από τις κυριότερες διαφορές μεταξύ των δυο μεθόδων, οι οποίες είναι:

- Το forfaiting αποτελεί μέσο χρηματοδότησης του εξωτερικού εμπορίου και δεν χρησιμοποιείται στο εσωτερικό εμπόριο, ενώ το factoring χρησιμοποιείται και στις δυο μορφές εμπορίου.
- Το forfaiting εφαρμόζεται πάντα χωρίς δικαίωμα αναγωγής κατά του εξαγωγέα, ενώ στο factoring είναι στην επιλογή των συμβαλλόμενων μελών αν θα γίνει με ή χωρίς δικαίωμα αναγωγής η χρηματοδότηση.
- Με το forfaiting παρέχεται χρηματοδότηση μόνο όχι και άλλες υπηρεσίες όπως παρακολούθηση των απαιτήσεων όπως γίνεται στη περίπτωση του factoring.

- Με το forfaiting χρηματοδοτούνται μέσο-μακροπρόθεσμες απαιτήσεις, ενώ με το factoring συνήθως χρηματοδοτούνται βραχυπρόθεσμες απαιτήσεις.
- Το forfaiting καλύπτει από εμπορικούς, οικονομικούς και πολιτικούς κινδύνους, ενώ το factoring καλύπτει μόνο από τους επιχειρηματικούς και πιστωτικούς κινδύνους.
- Το ποσοστό χρηματοδότησης μέσω του forfaiting φτάνει το 100%, ενώ μέσω του factoring φτάνει το 80% και το υπόλοιπο 20% του κινδύνου μοιράζεται μεταξύ factor και εκχωρητή ανάλογα με κάποια συμφωνία.
- Στο forfaiting μεταβιβάζονται συναλλαγματικές και γραμμάτια, ενώ στο factoring αποκτούνται κυρίως λογιστικές εγγραφές.

3.5 Κεφάλαιο Επιχειρηματικών Συμμετοχών – Venture Capital

Το venture capital (VC) είναι ένας εναλλακτικός τρόπος χρηματοδότησης νέων και τολμηρών επιχειρηματικών ιδεών και επενδυτικών σχεδίων. Ο όρος venture capital σημαίνει το επενδεδυμένο ή διαθέσιμο προς επένδυση κεφάλαιο σε επιχειρήσεις μεγάλου κινδύνου απώλειας, αλλά με πολλές πιθανότητες πραγματοποίησης κερδών.³³ Σαν θεσμός χρηματοδότησης πρωτοεμφανίστηκε στις ΗΠΑ μετά τον Β' παγκόσμιο πόλεμο κατά τη δεκαετία του 1950 και έκτοτε εξαπλώθηκε και στις άλλες αγορές και συνεχώς αναπτύσσεται με ταχείς ρυθμούς παγκοσμίως. Κατά την αμερικάνικη πρακτική, αποτελεί μια επένδυση υψηλού κινδύνου από εξειδικευμένους χρηματοδοτικούς οργανισμούς σε επενδυτικά σχέδια προηγμένης τεχνολογίας και υποσχόμενα υψηλά κέρδη, με την προϋπόθεση ενεργούς και μεσο-μακροπρόθεσμης συμμετοχής στη διαχείρισή τους (Δασκάλου Γ. Χ., 1999). Για την εφαρμογή του venture capital απαιτείται σύνδεση τριών φορέων, των επενδυτών, οι οποίοι παρέχουν τα προς επένδυση χρηματικά κεφάλαια, των ενδιάμεσων εξειδικευμένων διαχειριστών αυτών των κεφαλαίων (εταιρείες VC, οι οποίες εμφανίζονται ως άμεσοι χρηματοδότες) και των επιχειρήσεων που αναζητούν χρηματοδότηση για τις τολμηρές και υψηλής απόδοσης επιχειρηματικές τους ιδέες.

Στην Ελλάδα ο θεσμός του venture capital εισήχθηκε για πρώτη φορά με το Ν 1775/88 (ΦΕΚ Α' 101/24.05.1988) και η δράση του περιοριζόταν μόνο στις εταιρείες υψηλής τεχνολογίας, αργότερα αντικαταστάθηκε με το Ν 2367/1995, ο οποίος εισήγαγε τον θεσμό «Εταιρείες Κεφαλαίου Επιχειρηματικών Συμμετοχών» (ΕΚΕΣ) και όριζε την εφαρμογή του

³³ Webster's Dictionary, Β' Έκδοση, Νέα Υόρκη, 1977 (σελ. 2028)

σε οποιαδήποτε εταιρεία, όχι μόνο σε εταιρείες υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας. Το VC σαν θεσμός και σαν όρος στην Ελλάδα αποδίδεται ως “Κεφάλαιο Επιχειρηματικών Συμμετοχών” ή “Επιχειρηματικό Κεφάλαιο Υψηλού Κινδύνου” ή ως “Κεφάλαιο Διακινδυνεύσεως”, είναι όμως ευρύτερα γνωστός με τη διεθνή ονομασία, Venture Capital. Σύμφωνα με την Attica Ventures A.E., με τον όρο venture capital χαρακτηρίζονται τα μακροπρόθεσμα κεφάλαια τα οποία επενδύονται σε υφιστάμενες ή υπό ίδρυση επιχειρήσεις από ειδικές επενδυτικές εταιρείες, αλλά και από ιδιώτες, και τα οποία περιέχουν το στοιχείο του κινδύνου.³⁴

Συνεπώς, κατά τη χρηματοδότηση μέσω VC, οι εταιρείες κεφαλαίου επιχειρηματικών συμμετοχών χρηματοδοτούν μια επιχείρηση με αντάλλαγμα την απόκτηση ενός ποσοστού των μετοχών της. Το ποσοστό αυτό εξαρτάται από το ύψος της χρηματοδότησης αλλά και από το μέγεθος της επιχείρησης. Μετά τη χρηματοδότηση, δεν αλλάζει η δομή της διοίκησης, ο κύριος μέτοχος της επιχείρησης εξακολουθεί να έχει τον έλεγχο της. Η εταιρεία venture capital συμμετέχοντας στο κεφάλαιο της επιχείρησης μοιράζεται με αυτήν όλους τους επιχειρηματικούς κινδύνους της, έτσι αναμένει να αμειφθεί με υψηλές αποδόσεις, ανάλογες του επιχειρηματικού κινδύνου, και ίδιες με τις αναμενόμενες από τον επιχειρηματία. Η χρηματοδότηση, συνήθως, γίνεται μέσω αύξησης μετοχικού κεφαλαίου, υπάρχουν ωστόσο και άλλα μέσα, όπως προνομιούχες μετοχές ή μετατρέψιμα ομολογιακά δάνεια. Επίσης, οι εταιρείες VC δεν σκοπεύουν σε μακροπρόθεσμη συμμετοχή σε μία επιχείρηση, επενδύουν με μακροπρόθεσμη προοπτική αλλά παράλληλα με ορατό χρονικό ορίζοντα εξόδου, με αποτέλεσμα η χρονική διάρκεια της συνεργασίας επιχείρησης και VC να κυμαίνεται από 4 έως 7 χρόνια.³⁵

Η χρηματοδότηση μέσω του θεσμού των VC είναι κατάλληλη για επιχειρήσεις οι οποίες είναι δυναμικές, αναπτύσσονται με γρήγορους ρυθμούς, δεν είναι εισηγμένες στο χρηματιστήριο και επιθυμούν να αναπτύξουν και να εξελίξουν τις καινοτόμες δραστηριότητές τους χωρίς να επηρεάσουν τη κεφαλαιακή τους διάρθρωση. Με τη συμμετοχή μιας εταιρείας VC στο κεφάλαιο της επιχείρησης, η επιχείρηση πετυχαίνει κεφαλαιακή ενίσχυση χωρίς καμία παροχή εγγυήσεων στο χρηματοδότη της για το κεφάλαιο που της παρέχει. Δηλαδή, σε περίπτωση αποτυχίας της επιχείρησης η εταιρεία VC δεν απαιτεί από την επιχείρηση την επιστροφή των χρημάτων της. Για αυτό το λόγο, οι εταιρείες VC

³⁴ <http://www.attica-ventures.gr/>

³⁵ <http://www.attica-ventures.gr/>

επιδιώκουν να επενδύουν τα κεφάλαιά τους σε δυναμικές επιχειρήσεις με αποδοτικά επενδυτικά προγράμματα, τα οποία μπορούν να αποδώσουν πολλαπλάσια σε σύγκριση με άλλες μορφές ασφαλών επενδύσεων και έτσι να ανταμειφθούν για το ρίσκο που αναλαμβάνουν. Αναζητούν επιχειρήσεις με καινοτόμο δράση, ισχυρή στρατηγική θέση και προηγμένα προϊόντα ή υπηρεσίες, οι οποίες στοχεύουν σε γρήγορα αναπτυσσόμενες και μη κορεσμένες αγορές.³⁶

Με τη χρηματοδότηση μέσω VC οι επιχειρήσεις, εκτός από κεφαλαιακή ενίσχυση, έχουν και άλλες ωφέλειες, όπως βοήθεια ή υποστήριξη σε διάφορα θέματα management, καθώς βασικός στόχος των VC, πέρα από τα μερίσματα που θα λαμβάνουν, είναι η αύξηση της απόδοσης των κεφαλαίων που επένδυσαν στην επιχείρηση και η ρευστοποίησή τους στο τέλος της συνεργασίας με όσο το δυνατόν μεγαλύτερο κέρδος. Οι εταιρείες VC όσο καιρό παραμένουν στην επιχείρηση παρέχουν συμβουλές και υποστήριξη σε διάφορα θέματα οργάνωσης, διοίκησης, λειτουργίας ή marketing, γενικότερα στηρίζουν την επιχείρηση σε όλη τη διάρκεια της συνεργασίας τους. Προσπαθούν να την βοηθήσουν να αυξήσει την αποδοτικότητά της, να πετύχει γρήγορη ανάπτυξη, να αυξήσει τη κερδοφορία της και γενικότερα να αυξήσει την αξία της, γιατί έτσι θα πετύχουν καλύτερη απόδοση των κεφαλαίων τους. Στο τέλος της συνεργασίας, όταν δηλαδή η επιχείρηση ωριμάσει και η εταιρεία VC αποχωρήσει, η ρευστοποίηση των επενδυμένων κεφαλαίων μπορεί να γίνει με διάφορους τρόπους, μέσω πώλησης των μετοχών στην ίδια την επιχείρηση ή σε τρίτη επιχείρηση, μέσω πώλησης στην πρωτογενή ή δευτερογενή αγορά μέσω του χρηματιστηρίου ή μέσω διαγραφής της επένδυσης, στη περίπτωση που η απόδοση δεν είναι ικανοποιητική και η εταιρεία VC θέλει να εγκαταλείψει την επένδυση (Δασκάλου Γ. Χ., 1999).

3.5.1 Είδη Κεφαλαίων Επιχειρηματικών Συμμετοχών

Το Venture Capital ορίζεται επίσης και ως ένας εναλλακτικός τρόπος χρηματοδότησης επιχειρήσεων για την ίδρυση της επιχειρηματικής ιδέας, την ανάπτυξη της ή και στη περίπτωση εξαγοράς της επιχείρησης (British Venture Capital Association). Δηλαδή, η χρηματοδότηση μέσω VC μπορεί να εφαρμοστεί σε κάθε φάση της επιχείρησης, είτε κατά τα αρχικά στάδια για την ανάπτυξη της επιχειρηματικής ιδέας είτε σε μεταγενέστερα για ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της. Έτσι, έχουμε διάφορες μορφές VC ανάλογα με τις

³⁶ <http://www.hvca.gr>

ανάγκες της επιχείρησης στη κάθε φάση της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι κυριότερες μορφές VC είναι:³⁷

❖ **Στάδιο Εκκίνησης (Seed Stage)**

Κατά το στάδιο εκκίνησης της επιχειρηματικής ιδέας υπάρχουν δυο μορφές χρηματοδότησης μέσω VC.

◇ **Κεφάλαιο Σποράς (Seed Capital)**

Είναι η μορφή κατά την οποία παρέχεται χρηματοδότηση για τα πρώτα διερευνητικά βήματα ενός επιχειρηματικού σχεδίου, για την ανάπτυξη της αρχικής ιδέας και τη δοκιμή της. Συνήθως, σε αυτή τη φάση ο κίνδυνος αποτυχίας είναι πολύ μεγάλος και η εταιρεία VC αναλαμβάνει μεγάλο ρίσκο.

◇ **Κεφάλαιο Εκκίνησης (Start-up Capital)**

Είναι η χρηματοδότηση μετά την δοκιμή της επιχειρηματικής ιδέας. Χρηματοδοτείται η ίδρυση και η εκκίνηση της επιχείρησης, το αρχικό στάδιο παραγωγής, marketing και πωλήσεων. Το ρίσκο που αναλαμβάνει μια εταιρεία VC να χρηματοδοτήσει μια επιχείρηση κατά αυτή τη φάση είναι επίσης μεγάλο.

❖ **Στάδιο Ανάπτυξης (Expansion Stage)**

Κατά το στάδιο ανάπτυξης της επιχειρηματικής δράσης οι μορφές χρηματοδότησης μέσω VC είναι τρεις.

◇ **Χρηματοδότηση Ανάπτυξης (Expansion – Development Finance)**

Η επιχείρηση χρηματοδοτείται ώστε να αναπτύξει το προϊόν της, το δίκτυο των πωλήσεων, να μπορέσει να επεκταθεί και να καθιερωθεί στην αγορά. Η χρηματοδότηση μιας επιχείρησης στην φάση της ανάπτυξης και της επέκτασης δεν εμπεριέχει πολύ μεγάλο ρίσκο όπως στις δυο πρώτες μορφές, αφού σε αυτή τη περίπτωση είναι πολύ πιθανή η κερδοφορία της επιχείρησης, αλλά στη φάση αυτή η επιχείρηση έχει ανάγκη από μεγάλα χρηματικά κεφάλαια και το ύψος της χρηματοδότησης συνήθως είναι μεγαλύτερο των δυο πρώτων.

◇ **Προχρηματιστηριακή Χρηματοδότηση (Bridge Finance)**

Είναι η μορφή της χρηματοδότησης ώστε η επιχείρηση να μπορέσει να προετοιμαστεί κατάλληλα για την είσοδό της στο χρηματιστήριο.

◇ **Χρηματοδότηση Ανόρθωσης ή Στροφής (Rescue/ Turnaround Finance)**

Είναι η χρηματοδότηση με σκοπό την εξαγορά, εξυγίανση και μετατροπή της επιχείρησης από ζημιογόνα σε κερδοφόρα.

³⁷ <http://www.attica-ventures.gr/>

❖ Στάδιο Εξαγοράς (Buy Out Stage)

Σε αυτό το στάδιο υπάρχουν δυο μορφές χρηματοδότησης, ανάλογα από ποιον γίνεται η εξαγορά.

◇ Εξαγορά από τη Διοίκηση (Management Buy Out)

Είναι η χρηματοδότηση που παρέχεται στα διοικητικά μέλη ή σε κάποιο μέλος ώστε να εξαγοράσουν τη παραγωγική γραμμή της επιχείρησης ή και ολόκληρη την επιχείρηση. Αυτό γίνεται στη περίπτωση που ο επιχειρηματίας θέλει να εγκαταλήψει την επιχείρηση ή όταν τα διοικητικά στελέχη διαφωνούν με τον ιδιοκτήτη της επιχείρησης.³⁸ Επίσης, σύμφωνα με τον Plummer (1987), αυτή η μορφή χρηματοδότησης μπορεί να προκύψει και από αμυντική στρατηγική, καθώς η εξαγορά της επιχείρησης από την ίδια τη διοίκηση αποτρέπει την εξαγορά από ανταγωνιστές.

◇ Εξαγορά από τρίτους (Management Buy In)

Είναι η χρηματοδότηση για την εξαγορά μιας επιχείρησης από νέα ομάδα management εκτός της επιχείρησης, από τρίτους.

❖ Στάδιο Αντικατάστασης (Replacement Stage)

◇ Χρηματοδότηση Αντικατάστασης (Replacement Finance)

Αφορά τη χρηματοδότηση για την εξαγορά κάποιου μερίδιου μετοχών των απερχόμενων εταίρων ή άλλων χρηματοδοτών της επιχείρησης. Με αυτό τον τρόπο αγοράζονται ήδη υπάρχουσες μετοχές και μειώνονται τα δικαιώματα των χρηματοδοτών (Plummer, 1987).

◇ Αναχρηματοδότηση Χρέους (Debt Refinancing)

Είναι η χρηματοδότηση με σκοπό τη βελτίωση της θέσης μιας επιχείρησης με μείωση της δανειακής εξάρτησης.

3.5.2 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Κεφαλαίων Επιχειρηματικών Συμμετοχών

Η χρηματοδότηση επιχειρήσεων μέσω της μεθόδους των επιχειρηματικών κεφαλαίων συμμετοχών, πέρα από το γεγονός ότι η εταιρείες VC δεν απαιτούν εγγυήσεις για να χρηματοδοτήσουν τις ανάγκες των επιχειρήσεων, έχει και κάποια άλλα σημαντικά πλεονεκτήματα.³⁹

➤ Πλεονεκτήματα

³⁸ <http://www.investeurope.eu/>

³⁹ <http://www.hvca.gr>

- Παροχή μεσο-μακροπρόθεσμης χρηματοδότησης δημιουργώντας μια ισχυρή κεφαλαιακή βάση για τη μελλοντική ανάπτυξη της επιχείρησης.
- Υπάρχει δυνατότητα οι εταιρείες VC να καλύψουν και μελλοντικές ανάγκες χρηματοδότησης σε συνεργασία και με άλλους επενδυτές.
- Οι εταιρείες VC γίνονται συνέταιροι στην επιχείρηση, αφού μοιράζονται τους κινδύνους της επιχείρησης αλλά και τα κέρδη της.
- Παροχή συμβουλών σε θέματα στρατηγικής, οργάνωσης και χρηματοοικονομικής διοίκησης των επιχειρήσεων με βάση την εμπειρία που διαθέτουν από ομοειδείς επιχειρήσεις.
- Οι εταιρείες VC έχουν εκτεταμένα δίκτυα επαφών σε διάφορους κλάδους και έτσι βοηθάνε την επιχείρηση και σε θέματα προσέλκυσης πελατών, πρόσληψης στελεχών, καθώς και αναζήτησης στρατηγικών συμμάχων και επενδυτών.
- Η συμμετοχή μιας εταιρείας VC προσδίδει κύρος στην επιχείρηση και διευκολύνει την πρόσβασή της σε παραδοσιακές μορφές χρηματοδότησης όπως π.χ. στον τραπεζικό δανεισμό.
- Οι εταιρείες VC έχουν εμπειρία στην προετοιμασία μιας επιχείρησης για εισαγωγή στο χρηματιστήριο, σε θέματα εξαγορών και συγχωνεύσεων και καθοδηγούν την επιχείρηση να πετύχει καλύτερα τους στόχους της σε περίπτωση τέτοιων θεμάτων.

➤ **Μειονεκτήματα**

Τα μειονεκτήματα από τη χρηματοδότηση μέσω των VC είναι λίγα και προκύπτουν από την γενικότερη πολιτική που έχουν οι εταιρείες VC.

- Η εταιρεία VC από τη στιγμή που πάρει μέρος στο μετοχικό κεφάλαιο της επιχείρησης, συμμετέχει και σε όλους τους κινδύνους που εμπεριέχει η επιχειρηματική δραστηριότητα της επιχείρησης και έτσι παρακολουθεί συνεχώς τη πορεία της επιχείρησης. Αυτό κάποιες επιχειρήσεις το βλέπουν ως μειονέκτημα γιατί νιώθουν ότι δεν έχουν ελευθερία κινήσεων.
- Η πρόσβαση σε αυτή την εναλλακτική μέθοδο χρηματοδότησης δεν είναι δυνατή για όλες τις μορφές και είδη επιχειρήσεων, καθώς οι VC επιλέγουν να ενδύουν μόνο σε καινοτόμες επιχειρήσεις ή σε επιχειρήσεις που το αντικείμενο δραστηριοποίησης είναι η υψηλή τεχνολογία.

3.5.3 Εταιρείες Κεφαλαίων Επιχειρηματικών Συμμετοχών στη Ελλάδα

Οι Εταιρίες Κεφαλαίου Επιχειρηματικών Συμμετοχών (ΕΚΕΣ) είναι συνήθως ιδιωτικές επιχειρήσεις, στις οποίες μερικές φορές παρέχονται κρατικές επιδοτήσεις ή φορολογικά κίνητρα. Σκοπός τους είναι η προώθηση και υλοποίηση επενδύσεων υψηλής τεχνολογίας και καινοτομίας με την ίδρυση ή την συμμετοχή τους σε νέες εταιρίες οι οποίες, συνήθως, δεν έχουν τη δυνατότητα να αντλήσουν κεφάλαια από άλλες πηγές χρηματοδότησης. Οι επενδύσεις τους είναι μακροπρόθεσμες και η συμμετοχή τους ρευστοποιείται σε προκαθορισμένο χρόνο και με προσυμφωνημένο τρόπο, αντλώντας κέρδη από την υπεραξία των μετοχών που δημιουργήθηκε κατά την παραμονή τους στην εταιρία.⁴⁰

Σύμφωνα με την Ένωση Ελληνικών Εταιρειών Επιχειρηματικών Κεφαλαίων, οι ΕΚΕΣ που δραστηριοποιούνται σήμερα στην Ελλάδα, ενδεικτικά, είναι:⁴¹

- ο Alpha Ventures A.E (www.alpha.gr)
- ο Attica Ventures A.E. (www.attica-ventures.gr)
- ο Aims Management A.E. (www.aims-funds.com)
- ο Global Finance S.A. (www.globalfinance.gr)
- ο Glocal Systems Management A.E. (www.glocalventurecapital.gr)
- ο IBG Management A.E. (<http://www.ibg.gr>)
- ο i4G- Θερμοκοιτίδα Νέων Επιχειρήσεων (www.i4g.gr)
- ο 7L Capital Partners (www.7lcp.com)
- ο Parthenon Trust S.A. (www.parthenon.com)
- ο Ταμείο Ανάπτυξης Νέας Οικονομίας (www.taneo.gr)
- ο Thermi Ventures A.E (www.thermi-ventures.com)
- ο Velti Center for Innovation A.E. (www.vci.gr)
- ο Piraeus Capital Management (www.piraeusbank.gr)
- ο Vectis Capital A.E. (www.vectis.gr)
- ο New Mellon (www.newmellon.gr)
- ο Logo Ventures (www.logoventures.gr)
- ο First Athens A.E. (www.firstathens.com)
- ο Odyssey GP Sarl (www.odysseyvp.com)
- ο Openfund A.E.Δ.Α.Κ.Ε.Σ. (<http://theopenfund.com>)

⁴⁰ Εθνικό Κέντρο Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (ΕΚΕΤΑ) <http://www.certh.gr/>

⁴¹ <http://www.hvca.gr>

3.6 Επιχειρηματικοί Άγγελοι - Business Angels

Μια νέα εναλλακτική λύση στο πρόβλημα της χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και πιο συγκεκριμένα των start-ups επιχειρήσεων αποτελούν οι Επιχειρηματικοί Άγγελοι (Business Angels). Οι επιχειρηματικοί άγγελοι είναι ιδιώτες επενδυτές οι οποίοι επενδύουν με προσωπικά τους κεφάλαια χρηματοδοτώντας μια νέα επιχείρηση στα αρχικά της βήματα ή μια επιχειρηματική ιδέα να υλοποιηθεί και να αναπτυχθεί.⁴² Η επένδυση αυτή έχει μακροπρόθεσμο χαρακτήρα και οι επιχειρηματικοί άγγελοι σαν αντάλλαγμα για τα κεφάλαια που διαθέτουν στην επιχείρηση ζητούν κάποιο μέρος του μετοχικού κεφαλαίου της.

Οι επιχειρηματικοί άγγελοι εμφανίστηκαν πρώτα στις δυτικές χώρες όπου και παρουσίασαν ραγδαία ανάπτυξη και ύστερα άρχισαν να εμφανίζονται επιχειρηματικοί άγγελοι και στις υπόλοιπες χώρες και να βοηθούν νέους επιχειρηματίες που είχαν ανάγκη από ρευστότητα. Στην Ελλάδα η χρηματοδότηση μέσω BA δεν είναι και πολύ διαδεδομένη αλλά τα τελευταία χρόνια έχει σημειώσει ικανοποιητική πρόοδο, καθώς έχουν γίνει σημαντικές προσπάθειες για δημιουργία δικτύων επιχειρηματικών αγγέλων ώστε να ενισχυθεί η επιχειρηματικότητα και να βοηθηθούν τα νέα παιδιά να αναπτύξουν την επιχειρηματική τους ιδέα και να δημιουργήσουν νέες επιχειρήσεις. Τα δίκτυα BA βοηθάνε νέους επιχειρηματίες να βρουν και να έρθουν σε επαφή με έναν BA ή έναν BA ο οποίος διαθέτει κάποιο κεφάλαιο προς επένδυση και ψάχνει μια επιχείρηση να το επενδύσει για την ανάπτυξή της. Τέτοια δίκτυα είναι το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΒΕΑ). Σύμφωνα με το ΕΒΕΑ στην Ελλάδα, το δίκτυο επιχειρηματικών αγγέλων είναι μια ομάδα επενδυτών - επιχειρηματικών αγγέλων στους οποίους, μέσα από μια οργάνωση όπως αυτή που δημιουργεί το ΕΒΕΑ, τους παρουσιάζονται επενδυτικά προγράμματα και αυτοί αποφασίζουν ατομικά ή και συλλογικά να συμμετάσχουν σε μια επένδυση.

Οι BA είναι εύποροι ιδιώτες οι οποίοι, συνήθως, είναι έμπειροι και καταξιωμένοι επιχειρηματίες, (πρώην) διευθυντικά στελέχη εταιριών ή σύμβουλοι επιχειρηματικού σχεδιασμού ή και συνταξιούχοι πρώην σύμβουλοι επιχειρήσεων.⁴³ Είναι, δηλαδή, άτομα έμπειρα σε θέματα διοίκησης και οργάνωσης επιχειρήσεων. Έχουν εμπειρία σε θέματα ΜΜΕ ή σε έναν συγκεκριμένο χώρο και παρέχουν συμβουλές και καθοδήγηση στους νέους επιχειρηματίες. Δεν είναι απλώς χρηματοδότες μιας επιχείρησης, αλλά επενδύουν πολλά

⁴² <http://www.eban.org/about-angel-investment/early-stage-investing-explained/>

⁴³ Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΒΕΑ) <http://www.businessangelsgreece.gr/>

περισσότερα από χρηματικά κεφάλαια σε μια επιχείρηση και είναι κοντά στον επιχειρηματία σε κάθε του βήμα που θα οδηγήσει στην ανάπτυξη της επιχείρησης και κατ' επέκταση στην αύξηση της απόδοσης της επένδυσής τους. Οι ΒΑ αφιερώνουν χρόνο, παρέχουν καθοδήγηση, τεχνογνωσία και συμβουλές σχετικά με την διοίκηση και οργάνωση της επιχείρησης. Αυτή η βοήθεια και καθοδήγηση από τους ΒΑ είναι πολύ σημαντική για έναν νέο επιχειρηματία ο οποίος δεν έχει εμπειρία και πολλές φορές αυτή η έλλειψη εμπειρίας είναι αυτή που οδηγεί πολλές νεοσύστατες επιχειρήσεις σε αποτυχία μέσα σε διάστημα πέντε χρόνων.⁴⁴ Επίσης, οι επιχειρηματικοί άγγελοι διαθέτουν πολλές γνωριμίες στον επιχειρηματικό κόσμο τις οποίες μπορούν να αξιοποιήσουν ώστε να βοηθήσουν την νέα επιχείρηση που συνεργάζονται.

Τα κίνητρα των ιδιωτών που ασχολούνται με τέτοιου είδους επενδύσεις δεν είναι κοινά για όλους, αλλά ποικίλλουν και διαφοροποιούνται ανάλογα με την οικονομική τους κατάσταση και τις προσωπικές τους φιλοδοξίες. Μπορεί να ξεκινούν από την απλή αποκόμιση οικονομικού οφέλους και να φτάνουν στην προσφορά στο κοινωνικό σύνολο ή την τοπική κοινωνία. Καθώς, κάποιοι ΒΑ αποσκοπούν καθαρά στο οικονομικό όφελος από την επένδυση στη νέα επιχείρηση, ενώ κάποιοι άλλοι θέλουν να μεταδώσουν και να μοιραστούν τη γνώση και την εμπειρία που έχουν αποκομίσει με νέους επιχειρηματίες, με μια πολύ χαμηλή ή καθόλου αμοιβή.⁴⁵

Για να συμφωνήσουν να χρηματοδοτήσουν μια επιχείρηση οι ΒΑ δεν απαιτούν εγγυήσεις από την επιχείρηση, όπως άλλες μορφές χρηματοδότησης, και αυτό είναι πολύ σημαντικό για τους νέους επιχειρηματίες, οι οποίοι δεν έχουν τη δυνατότητα να παρέχουν εγγυήσεις ώστε να χρηματοδοτηθούν. Οι ΒΑ επιλέγουν να χρηματοδοτήσουν μια επιχείρηση που πιστεύουν σε αυτήν, στην επιχειρηματική της ιδέα, στο προϊόν της ή στην υπηρεσία που παρέχουν και θεωρούν πως έχει προοπτικές και δυνατότητες ανάπτυξης. Όταν πλέον η επιχείρηση έχει αναπτυχθεί συνήθως αποχωρούν από αυτήν και πωλούν το μερίδιό τους σε άλλον επενδυτή ή στην ίδια την επιχείρηση.

Αυτή η μορφή μοιάζει πολύ με τη χρηματοδότηση μέσω επιχειρηματικών συμμετοχών, καθώς είναι μια μορφή άτυπων κεφαλαίων επιχειρηματικών συμμετοχών, αλλά οι δυο μορφές έχουν κάποιες σημαντικές διαφορές που τις διαφοροποιούν. Στη περίπτωση των επιχειρηματικών αγγέλων, οι άγγελοι λειτουργούν μεμονωμένα ως φυσικά πρόσωπα και επενδύουν δικά τους προσωπικά κεφάλαια, ενώ οι VC λειτουργούν ως εταιρείες οι οποίες

⁴⁴ <http://www.disabled.gr/epichirimatiki-angeli-business-angels/>

⁴⁵ <http://www.disabled.gr/epichirimatiki-angeli-business-angels/>

διαχειρίζονται και επενδύουν κεφάλαια τα οποία έχουν διαθέσει άλλοι, επίσης το ύψος της χρηματοδότησης στη περίπτωση των BA είναι μικρότερο από των VC. Οι BA καλύπτουν το κενό χρηματοδότησης που υπάρχει στα ίδια κεφάλαια μιας νέας επιχείρησης που θέλει να εξελιχθεί και στη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων προηγούνται των VC.

3.6.1 Είδη Επιχειρηματικών Αγγέλων

Οι περισσότεροι επιχειρηματικοί άγγελοι προτιμούν να δραστηριοποιούνται και να προσφέρουν τις υπηρεσίες τους ανώνυμα, έτσι είναι πολύ δύσκολο να διαμορφωθεί μια συνολική εικόνα με τα χαρακτηριστικά τους και τις μορφές που δραστηριοποιούνται. Διότι, όπως η αγορά των επιχειρηματικών αγγέλων δεν είναι αυστηρώς οροθετημένη, έτσι και το προφίλ τους ποικίλλει ανάλογα με την κατηγορία στην οποία ανήκουν.

Σύμφωνα με μελέτη που πραγματοποιήθηκε στις ΗΠΑ σχετικά με το προφίλ και τις κατηγορίες των επιχειρηματικών αγγέλων, οι επιχειρηματικοί άγγελοι, με βάση τα προσωπικά και επαγγελματικά προσόντα και τους τομείς που μπορούν να βοηθήσουν την επιχείρηση, διακρίνονται σε τέσσερις κατηγορίες:⁴⁶

❖ Guardian Angels

Είναι οι επιχειρηματικοί άγγελοι οι οποίοι είναι καταξιωμένοι επιχειρηματίες στον ίδιο τομέα που δραστηριοποιείται και η επιχείρηση στην οποία επενδύουν. Έτσι, είναι εξειδικευμένοι σε θέματα που αφορούν τον τομέα δραστηριοποίησης της επιχείρησης και παρέχουν τις κατάλληλες συμβουλές στον νέο επιχειρηματία.

❖ Entrepreneur Angels

Είναι οι άγγελοι οι οποίοι προέρχονται από διαφορετικό τομέα απ' αυτόν που δραστηριοποιείται η επιχείρηση, αλλά είναι άτομα έμπειρα σε θέματα start-ups επιχειρήσεων, στο ξεκίνημα και τη διοίκηση μιας νέας επιχείρησης, και προσφέρουν τις επιχειρηματικές τους γνώσεις στον νέο επιχειρηματία.

❖ Operational Angels

Σε αυτή τη κατηγορία ανήκουν οι άγγελοι οι οποίοι δεν είναι επιχειρηματίες οι ίδιοι, αλλά υπηρέτησαν ή υπηρετούν ως υψηλά στελέχη σε μεγάλες επιχειρήσεις και έχουν εμπειρία και γνώσεις στον τομέα που δραστηριοποιείται η επιχείρηση.

❖ Financial Angels

⁴⁶ <http://www.disabled.gr/epichirimatiki-angeli-business-angels/>

Ως Financial Angels χαρακτηρίζονται αυτοί οι οποίοι επενδύουν σε μια επιχείρηση με μόνο σκοπό το οικονομικό όφελος.

3.6.2 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Επιχειρηματικών Αγγέλων

➤ Πλεονεκτήματα

Η λειτουργία των επιχειρηματικών αγγέλων είναι ένα εργαλείο το οποίο διευκολύνει τις νέες επιχειρήσεις να αποκτήσουν χρηματοδότηση και προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα στις επιχειρήσεις, όπως:⁴⁷

- Οι ΒΑ προτιμούν επενδύσεις μικρότερου κεφαλαίου από τους VC και ταιριάζουν καλύτερα στις μικρές επιχειρήσεις.
- Επενδύουν σε καινούργιες start-ups επιχειρήσεις και σε επιχειρήσεις που βρίσκονται σε πρώιμα στάδια.
- Επενδύουν σχεδόν σε όλους τους τομείς της βιομηχανίας.
- Είναι πιο ευέλικτοι στις οικονομικές τους αποφάσεις από τους VC.
- Η εξασφάλιση χρηματοδότησης από τους επιχειρηματίες δεν περιλαμβάνει υψηλές αμοιβές.
- Δεν απαιτούν εγγυήσεις για το κεφάλαιο που παρέχουν.
- Οι ΒΑ είναι γεωγραφικά διεσπαρμένοι και πιο εύκολα προσβάσιμοι από τους VC.
- Υπάρχει δυνατότητα να προσφέρουν εγγυήσεις για δάνεια των επιχειρήσεων.
- Εξειδικευμένη καθοδήγηση, παροχή συμβουλών και δυνατότητα σύνδεσης με άλλους επιχειρηματίες του ίδιου χώρου, καθώς οι επιχειρηματικοί άγγελοι είναι συνήθως έμπειροι επιχειρηματίες με πολλές γνωριμίες στον ίδιο τομέα δραστηριοποίησης με την επιχείρηση.
- Η χρηματοδότηση που προσφέρουν έχει μακροχρόνιο χαρακτήρα και δεν παρουσιάζει ξαφνικές απαιτήσεις για εξόφληση ή καταβολή τόκων για το κεφάλαιο που επενδύθηκε.
- Δεν είναι αντίθετοι στο να επενδύουν σε τελείως διαφορετικές τεχνολογίες.

➤ Μειονεκτήματα

Τα μειονεκτήματα από τη χρηματοδότηση μέσω επιχειρηματικών αγγέλων είναι:⁴⁸

⁴⁷ <http://fiban.org/about/business-angels>

⁴⁸ <http://fiban.org/about/business-angels>

- Η εύρεση του κατάλληλου επιχειρηματικού αγγέλου πολλές φορές δεν είναι εύκολη και χρειάζεται πολύ χρόνος.
- Οι ΒΑ δεν συνηθίζουν να παρέχουν συνεχόμενη χρηματοδότηση στην ίδια επιχείρηση.
- Κάποιες φορές οι στενές επαγγελματικές σχέσεις μεταξύ ΒΑ και επιχειρηματία μπορεί να δημιουργήσουν προβλήματα.
- Κάποιοι ΒΑ θέλουν να συμμετέχουν στο διοικητικό συμβούλιο της επιχείρησης και στις διαδικασίες λήψης αποφάσεων και δράσεων και αυτό μπορεί να μη το θέλουν οι επιχειρηματίες.
- Οι ΒΑ δεν έχουν την ίδια εθνική φήμη και το ίδιο κύρος όπως πολλές εταιρείες VC.

3.6.3 Δίκτυα Επιχειρηματικών Αγγέλων στην Ελλάδα

Όπως αναφέραμε ο θεσμός των ΒΑ δεν είναι και πολύ διαδεδομένος στην Ελλάδα και μόλις τα τελευταία χρόνια δημιουργήθηκαν τα πρώτα δίκτυα επιχειρηματικών αγγέλων, με σκοπό να συνδέσουν νέους επιχειρηματίες που αναζητούν χρηματοδότηση για τα αρχικά στάδια της επιχείρησής τους με Επιχειρηματικούς Αγγέλους.

Τα δίκτυα αυτά είναι δύο,

- Δίκτυο Επιχειρηματικών Αγγέλων του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών (Δ.Ε.Α.-Ε.Β.Ε.Α.) (www.businessangelsgreece.gr)
- Δίκτυο Πράσινων Επιχειρηματικών Αγγέλων του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών (www.ermis.acci.gr/green)

3.7 Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων – Business Incubators

Ένας σύγχρονος θεσμός ο οποίος βοηθάει και υποστηρίζει νέες καινοτόμες επιχειρήσεις στα πρώτα τους βήματα παρέχοντας όχι μόνο χρηματοδότηση αλλά και μια πλήρη γκάμα συμβουλών και υποστηρικτικών υπηρεσιών είναι ο θεσμός των Θερμοκοιτίδων Επιχειρήσεων (Business Incubators). Με τον όρο Θερμοκοιτίδα Επιχειρήσεων εννοείται μια εταιρεία η οποία αναλαμβάνει μια νεοϊδρυόμενη επιχείρηση, η οποία είναι στα πρώτα – πρώτα βήματα της επιχειρηματικής της δραστηριότητας, και τη βοηθάει παρέχοντάς της όλα τα απαραίτητα μέσα ώστε να αναπτύξει την ιδέα της, να μεγαλώσει και να φτάσει σε στάδιο που θα είναι βιώσιμη και θα είναι έτοιμη πλέον να κάνει το επόμενο μεγαλύτερο βήμα αναζητώντας χρηματοδότηση μεγαλύτερου κεφαλαίου ώστε να επεκταθεί και να καθιερωθεί στην αγορά.

Σαν αντάλλαγμα για αυτές τις παροχές οι εταιρείες incubators μπορεί να πάρουν κάποιο ποσοστό του μετοχικού κεφαλαίου ή/ και μηνιαίες πληρωμές από την νεοϊδρυόμενη επιχείρηση ή κάποιο συνδυασμό αυτών των δυο.

Ο θεσμός των θερμοκοιτίδων επιχειρήσεων εφαρμόστηκε αρχικά στις ΗΠΑ το 1959 και ύστερα εξαπλώθηκε με γρήγορους ρυθμούς και στις υπόλοιπες ηπείρους.⁴⁹ Σήμερα οι business incubators αποτελούν παγκόσμια τάση.⁵⁰ Στην Ελλάδα ο θεσμός των business incubators άρχισε να εφαρμόζεται μόλις τα τελευταία χρόνια. Άρχισε, κυρίως, με τη πρωτοβουλία του Ελληνικού Οργανισμού Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (EOMMEX) στα Χανιά και τη Λάρισα, ενώ τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί αρκετά.⁵¹

Οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων είναι δηλαδή εταιρείες ή μπορεί να είναι και οργανισμοί οι οποίοι έχουν στόχο την υποστήριξη νέων καινοτόμων επιχειρήσεων με προοπτικές γρήγορης ανάπτυξης χρηματοδοτώντας τις ανάγκες τους και βοηθώντας τις να αναπτυχθούν. Στα πλαίσια υποστήριξης των νεοσύστατων επιχειρήσεων οι θερμοκοιτίδες παρέχουν επαγγελματικό χώρο και εξοπλισμό ώστε μια επιχείρηση με καλή ιδέα αλλά χωρίς υποδομές να μπορέσει να αναπτύξει την ιδέα της. Ο εξοπλισμός που παρέχουν μπορεί να είναι από κτιριακές εγκαταστάσεις και γραφεία μέχρι και ηλεκτρονικούς υπολογιστές, τηλεφωνικές συσκευές, πρόσβαση στο internet και ότι άλλο χρειάζονται οι επιχειρήσεις και βέβαια να μπορούν να παρέχουν οι θερμοκοιτίδες. Παρέχουν, επίσης, και διάφορες υπηρεσίες όπως συμβουλευτικές υπηρεσίες, καθοδήγηση, γραμματειακή υποστήριξη καθώς και υποστήριξη σε θέματα διοικητικά, οργανωτικά, φοροτεχνικά, λογιστικά, νομικά, πληροφορικής, marketing, χρηματοδότησης και εξεύρεσης προσωπικού, πελατών και προμηθευτών.⁵²

Ο θεσμός των Business Incubators δεν λειτουργεί απλώς ως ένας θεσμός χρηματοδότησης νέων επιχειρήσεων αλλά απώτερος στόχος είναι να συμβάλλει στην ίδρυση και τη σωστή ανάπτυξη των νέων καινοτόμων επιχειρήσεων, να τις βοηθήσει να μεγαλώσουν τόσο ώστε να είναι σε θέση να σταθούν μόνες τους στην αγορά και να διεκδικήσουν με σωστή υποδομή και επαγγελματική προετοιμασία μεγαλύτερα κεφάλαια (μέσω τραπεζικού δανεισμού ή εταιρειών Venture Capital) ώστε να αναπτυχθούν περαιτέρω και να επιβληθούν στην αγορά.⁵³ Συνεπώς, η χρηματοδότηση μέσω των θερμοκοιτίδων επιχειρήσεων προετοιμάζει και βοηθάει τις

⁴⁹ http://mke.uom.gr/documents/ODE/Lesson_4.pdf

⁵⁰ <http://archive.thedailystar.net/newDesign/news-details.php?nid=257220>

⁵¹ Τι είναι Θερμοκοιτίδες καινοτόμων επιχειρήσεων;, Κωνσταντίνος Γαγλιάς, Οικονομολόγος – Μελετητής & Γενικός Διευθυντής του BIC Αττικής, (2012) <http://www.ikariamag.gr/>

⁵² <http://www.incubator.gr/>

⁵³ http://www.career.aua.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=129#a3

επιχειρήσεις για τη πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότησης όπου θα καταφέρουν να αποκτήσουν μεγαλύτερα κεφάλαια.

Όταν πλέον η επιχείρηση έχει αναπτυχθεί, παρουσιάζει σταθερά αυξανόμενα κέρδη και είναι οικονομικά βιώσιμη και αυτοδύναμη αποχωρεί από τη θερμοκοιτίδα και μετακινείται σε δικούς της χώρους. Ο χρόνος διαμονής της επιχείρησης στη θερμοκοιτίδα εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, όπως η φύση της επιχείρησης και το αντικείμενο δραστηριοποίησης, το χρόνο που χρειάζεται να αναπτυχθεί, το ρυθμό ανάπτυξης, τις απαιτήσεις του προϊόντος καθώς και το επιχειρηματικό της πλάνο.⁵⁴ Συνήθως, ο χρόνος διαμονής κυμαίνεται από 3 έως 5 χρόνια, υπάρχουν όμως και θερμοκοιτίδες οι οποίες ειδικεύονται στην επιτάχυνση της ανάπτυξης της επιχείρησης και σε αυτή τη περίπτωση ο χρόνος διαμονής μπορεί να είναι 6 μήνες. Όταν φτάσει ο χρόνος που η επιχείρηση είναι σε κατάλληλη θέση να αποχωρήσει η θερμοκοιτίδα εξαργυρώνει τη συμμετοχή της και αποκομίζει τα κέρδη της από την επένδυση.

3.7.1 Είδη Θερμοκοιτίδων Επιχειρήσεων

Οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων συναντώνται σε πολλές και ποικίλες μορφές οι οποίες καθορίζονται από διάφορους παράγοντες. Υπάρχουν διάφορες κατηγοριοποιήσεις με βάση το σκοπό τους και το χαρακτήρα τους, με βάση τον τρόπο που παρέχουν τις υπηρεσίες τους, τον τύπο των επιχειρήσεων που προτιμούν να αναλάβουν, ο δημόσιος ή ιδιωτικός χαρακτήρας τους κ.λ.π

Με βάση το σκοπό που εξυπηρετούν και το χαρακτήρα τους οι θερμοκοιτίδες διακρίνονται σε:⁵⁵

❖ Τεχνολογικές Θερμοκοιτίδες,

Τεχνολογικές Θερμοκοιτίδες χαρακτηρίζονται οι θερμοκοιτίδες οι οποίες έχουν στόχο την ανάπτυξη της τεχνολογίας.

❖ Εξειδικευμένες Θερμοκοιτίδες

Είναι οι θερμοκοιτίδες οι οποίες παρέχουν τις υπηρεσίες τους σε επιχειρήσεις ενός συγκεκριμένου αντικειμένου.

❖ Ειδικές Θερμοκοιτίδες

⁵⁴ http://mke.uom.gr/documents/ODE/Lesson_4.pdf

⁵⁵ Τι είναι Θερμοκοιτίδες καινοτόμων επιχειρήσεων;, Κωνσταντίνος Γαγλιός, Οικονομολόγος – Μελετητής & Γενικός Διευθυντής του BIC Αττικής, (2012) <http://www.ikariamag.gr/>

Ειδικές Θερμοκοιτίδες είναι αυτές οι οποίες δημιουργούνται για τη διευκόλυνση ειδικών επιχειρήσεων, όπως μικρών νέων θυγατρικών επιχειρήσεων ή για την εκκίνηση εμπορικών προσπαθειών από το τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης (R & D) μιας μεγάλης εταιρείας.

Άλλη βασική διάκριση είναι με βάση τον τρόπο που οι θερμοκοιτίδες παρέχουν τις υπηρεσίες τους:⁵⁶

❖ **Συμβατική/ Φυσική Θερμοκοιτίδα (Physical Incubator)**

Με την έννοια της φυσικής υπόστασης του χώρου, δηλαδή η θερμοκοιτίδα οργανώνει και παρέχει τις υπηρεσίες της συγκεντρωμένες σε ένα κτίριο.

❖ **Εικονική/ Ηλεκτρονική Θερμοκοιτίδα (Virtual Incubator)**

Ηλεκτρονική θερμοκοιτίδα είναι αυτή η οποία δραστηριοποιείται και παρέχει τις υπηρεσίες της μέσω του διαδικτύου.

❖ **Μικτή Θερμοκοιτίδα (Mixed Incubator)**

Η Μικτή Θερμοκοιτίδα είναι ο συνδυασμός των δυο προηγούμενων, δηλαδή η θερμοκοιτίδα δραστηριοποιείται εντός της εγκατάστασης για κάποιες επιχειρήσεις και μέσω του διαδικτύου για κάποιες άλλες επιχειρήσεις.

Οι θερμοκοιτίδες μπορούν να λειτουργήσουν σε διάφορες μορφές, σχήματα και μεγέθη, καθώς προσαρμόζονται σε όλες τις κοινωνίες και στις ανάγκες τους. Γενικότερα, οι μορφές των θερμοκοιτίδων καθορίζονται από ένα συνδυασμό των παρακάτω βασικών παραγόντων:

- Των αποτελεσμάτων που αναμένει από τη λειτουργία της.
- Των μορφών της βοήθειας που παρέχει στις επιχειρήσεις.
- Των κύριων πηγών χρηματοδότησής της.

3.7.2 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Θερμοκοιτίδων Επιχειρήσεων

Η χρηματοδότηση επιχειρήσεων μέσω του θεσμού των θερμοκοιτίδων επιχειρήσεων παρέχει, όπως αναφέραμε και παραπάνω, εκτός του επιχειρηματικού κεφαλαίου και μια σειρά από υποστηρικτικές υπηρεσίες πολύ σημαντικές για τις επιχειρήσεις που βρίσκονται στα πρώτα στάδια ανάπτυξης της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας. Πέρα αυτών των ωφελειών που προκύπτουν από τις υπηρεσίες των θερμοκοιτίδων υπάρχουν και κάποια άλλα πλεονεκτήματα που προσφέρει αυτός ο θεσμός.

⁵⁶ S. G. Tzafestas, "The Art and Impact of Physical and Virtual Enterprise Incubators: The Greek Paradigm", The Open Knowledge Society: A Computer Science and Information Systems Manifesto (WSKS 2008) (M.D. Lytras, et.al. eds.), CCIS Series, Vol.19, Springer, Berlin / Heidelberg, (2008) pp.549-559.

➤ Πλεονεκτήματα

Οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων προσφέρουν πολλά πλεονεκτήματα στις επιχειρήσεις που αναλαμβάνουν να επενδύσουν στην ανάπτυξή τους, κάποια από αυτά είναι:⁵⁷

- Μέσω των θερμοκοιτίδων οι επιχειρήσεις έχουν χαμηλό λειτουργικό κόστος, καθώς τα μισθώματα ενοικίασης του εξοπλισμού και των παρεχόμενων υπηρεσιών είναι χαμηλά.
- Παροχή πολύπλευρων συμβουλών από τους μέντορες των θερμοκοιτίδων για ένα ευρύ φάσμα επιχειρηματικών, εμπορικών και διαφημιστικών θεμάτων.
- Προετοιμασία για πρόσβαση σε κεφάλαια επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων.
- Δικτύωση με συνεργάτες των θερμοκοιτίδων για κάλυψη πάγιων αναγκών, όπως δικηγόρους, λογιστές, γραφίστες κ.ά. ή δικτύωση με υπηρεσίες προστιθέμενης αξίας, όπως με εξειδικευμένες επιχειρήσεις προώθησης πωλήσεων, με εταιρείες VC κ.ά.⁵⁸
- Οι επιχειρήσεις που έχουν μπει σε θερμοκοιτίδα θεωρούνται πιο αξιόπιστες για τους υποψήφιους επενδυτές και πελάτες. Καθώς, το γεγονός ότι έγινε αποδεκτή σε θερμοκοιτίδα κινητοποιεί τους ενδιαφερόμενους και αποτελεί την πρώτη ευκαιρία διαφήμισης της επιχείρησης.
- Δημιουργία συντροφικότητας για αρχάριους επιχειρηματίες, καθώς συγκεντρώνοντας πολλούς επιχειρηματίες στον ίδιο χώρο δημιουργείται μια διαχρονική δυναμική, που παρέχει ενθάρρυνση και ψυχολογική υποστήριξη στους συμμετέχοντες, ανταλλαγή πληροφοριών και εγκαθίδρυση επικοινωνιακών δικτύων.

➤ Μειονεκτήματα

Αυτό που μπορεί να θεωρηθεί ως μειονέκτημα των θερμοκοιτίδων επιχειρήσεων είναι το γεγονός ότι ο θεσμός αυτός δεν εξυπηρετεί όλες τις μορφές και είδη επιχειρήσεων. Είναι κατάλληλη μορφή χρηματοδότησης για νέες καινοτόμες επιχειρήσεις οι οποίες βρίσκονται στα πολύ αρχικά στάδια της δραστηριότητάς τους και πληρούν κάποια κριτήρια, τα οποία ποικίλουν από θερμοκοιτίδα σε θερμοκοιτίδα.

Γενικότερα, τα κριτήρια που θέτουν οι θερμοκοιτίδες για να δεχτούν μια επιχείρηση περιλαμβάνουν:

⁵⁷ <http://aromafarm.gr/article-categories/64-%CE%B8%CE%B5%CF%81%CE%BC%CE%BF%CE%BA%CE%BF%CE%B9%CF%84%CE%AF%CE%B4%CE%B5%CF%82-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5%CE%B9%CF%81%CE%AE%CF%83%CE%B5%CF%89%CE%BD>

⁵⁸ <http://www.incubator.gr/services.html>

- Τα προσόντα της διοικητικής ομάδας της επιχείρησης, όπως η σχετική εμπειρία, η αποφασιστικότητα, η αφοσίωση, τα ηγετικά προσόντα, κ.λ.π.
- Το επιχειρηματικό μοντέλο και προϊόν/ υπηρεσία, όπως τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας, η ανάγκη της αγοράς για το συγκεκριμένο προϊόν/ υπηρεσία, η βιωσιμότητα του επιχειρηματικού μοντέλου και το προτεινόμενο χρονοδιάγραμμα υλοποίησης του, το κεφάλαιο κίνησης, η δυνατότητα επέκτασης σε άλλες αγορές, το επίπεδο του υφιστάμενου ανταγωνισμού, οι ενδεχόμενες συνέργειες με άλλες εταιρείες που συμμετέχουν στη θερμοκοιτίδα, οι επιχειρηματικοί κίνδυνοι, κ.λ.π.
- Άλλα επενδυτικά - χρηματοοικονομικά κριτήρια, όπως οι ανάγκες χρηματοδότησης έναντι προσφερόμενης εταιρικής συμμετοχής, το στάδιο της επένδυσης, η διάρθρωση της συμφωνίας μετόχων, η συμβατότητα με τους υφιστάμενους incubates, κ.λ.π.

3.7.3 Εταιρείες Θερμοκοιτίδων Επιχειρήσεων στην Ελλάδα

Στην Ελλάδα έχουν δημιουργηθεί και δραστηριοποιούνται αρκετές εταιρείες θερμοκοιτίδων επιχειρήσεων τα τελευταία χρόνια. Οι εταιρείες αυτές έχουν δημιουργηθεί από ελληνικές εταιρείες VC, από γενικότερες επενδυτικές υπηρεσίες, από συμβούλους επιχειρήσεων ή από ιδιώτες επενδυτές. Ακολουθούν το μοντέλο λειτουργίας των διεθνών incubators γενικά, αλλά υπάρχουν και κάποιες διαφορές ως προς τον τρόπο και το ύψος της χρηματοδότησης που προσφέρουν. Πιο συγκεκριμένα, υπάρχουν κάποιες εταιρείες incubators οι οποίες έχουν τα δικά τους κεφάλαια και χρηματοδοτούν τις νέες επιχειρήσεις και υπάρχουν και κάποιες άλλες οι οποίες μεσολαβούν απλώς και φέρνουν σε επαφή τις νέες επιχειρήσεις με εταιρείες VC, οι οποίες αναλαμβάνουν την χρηματοδότησή τους.⁵⁹

Οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων που υπάρχουν στην Ελλάδα, ενδεικτικά, είναι:

- ο Πρόγραμμα Egg (Enter-Grow-Go) (www.theegg.gr) (Πρωτοβουλία Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της Eurobank σε συνεργασία με το Corallia)
- ο Πρόγραμμα Aephoria (www.aephoria.net)
- ο Θερμοκοιτίδα Iqbility (www.iqbility.com)
- ο Innovation Farm (www.innovationfarm.eu)
- ο COSMOTE StartUp! (www.cosmotestartup.gr)
- ο Metavallon (www.metavallon.org)

⁵⁹ [http://ikaros.teipir.gr/ske/tropoi_xrimatodotisis.htm#Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων \(Business Incubators\)](http://ikaros.teipir.gr/ske/tropoi_xrimatodotisis.htm#Θερμοκοιτίδες%20Επιχειρήσεων%20(Business%20Incubators))

- ο Θερμοκοιτίδα BIC Αττικής (www.incubator.gr)
- ο Θερμοκοιτίδα i4G (www.i4g.gr/w/)
- ο Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς (www.neagenia.gr)
- ο Θερμοκοιτίδα Νεοφυών Επιχειρήσεων Θ.Ε.Α. του ΕΒΕΑ (www.acci.gr)
- ο Ελληνική Ένωση Νεοφυών Επιχειρήσεων (www.hellenicstartups.gr)
- ο Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων για το Δήμο Αθηναίων (www.innovathens.gr)
- ο Athens Impact Hub (www.athens.impacthub.net)
- ο AHEAD Alba Hub for Enterprise and Development (www.alba.edu.gr)
- ο Orange Grove (www.orangegrove.biz/)
- ο Θέρμη ΑΕ (www.thermi-group.com)
- ο Industry Disruptions Game Changes ID-GC (www.industrydisruptors.org/)
- ο EkinisiLab (www.ekinisilab-sev.gr)
- ο i-cube S.A. (www.i-cube.gr)
- ο HTCI-Corallia (www.corallia.org)

3.8 Τεχνολογικά Πάρκα - (Technology Parks)

Τα Τεχνολογικά/ Επιστημονικά Πάρκα (Technology/ Science Parks) αποτελούν τη διαδεδομένη μορφή θερμοκοιτίδων επιχειρήσεων. Δημιουργούνται από φορείς (δήμους, επαγγελματικές ή επιστημονικές ενώσεις, κ.λ.π.) και παρέχουν σε νέες επιχειρήσεις εγκαταστάσεις (κυρίως) και (προαιρετικά) υπηρεσίες υποστήριξης έναντι πληρωμής. Σκοπός τους είναι η προώθηση συγκεκριμένων συμφερόντων, όπως η ανάπτυξη συγκεκριμένων τεχνολογιών και η μείωση της ανεργίας σε συγκεκριμένη γεωγραφική περιοχή, μέσω της υποστήριξης της επιχειρηματικότητας και της δημιουργίας νέων επιχειρήσεων.⁶⁰ Πρόκειται, δηλαδή, για μια αρκετά μεγάλη σε έκταση γεωγραφική περιοχή στην οποία συγκεντρώνονται νέες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε τομείς προηγμένης τεχνολογίας, έρευνας και ανάπτυξης. Υπάρχουν κατάλληλες υποδομές για την λειτουργία και την ανάπτυξή τους και παρέχονται υπηρεσίες μεταφοράς τεχνολογίας και γνώσης, καθώς και υποστήριξη σε διάφορα θέματα επιχειρήσεων. Είναι, δηλαδή, ένα επιχειρηματικό περιβάλλον κατάλληλο για την ανάπτυξη επιχειρήσεων που βρίσκονται στο αρχικό στάδιο.

⁶⁰ Αθανάσιος Τακόπουλος, «Μορφές Χρηματοδότησης ΜΜΕ», Specisoft Α.Ε http://www.specisoft.gr/news/docs/arthro_hrmatodotisis_MME.pdf

Ο θεσμός των Τεχνολογικών Πάρκων ξεκίνησε τη δεκαετία του 1940, λίγο μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, στις ΗΠΑ, και μετά εξαπλώθηκε και στον υπόλοιπο κόσμο. Το αρχαιότερο τεχνολογικό πάρκο, και ιδιαίτερα γνωστό, δημιουργήθηκε το 1951 στις εγκαταστάσεις του πανεπιστημίου Stanford της Καλιφόρνια, περιοχή γνωστή ως Silicon Valley.⁶¹ Στην Ελλάδα τα πρώτα τεχνολογικά πάρκα αναπτύχθηκαν τη δεκαετία του 1990. Με τη πρωτοβουλία του Ιδρύματος Τεχνολογίας Έρευνας (ΙΤΕ) δημιουργήθηκαν τα πρώτα ελληνικά τεχνολογικά πάρκα, το Επιστημονικό Τεχνολογικό Πάρκο Κρήτης (Ηράκλειο), το Επιστημονικό Πάρκο Πατρών και το Τεχνολογικό Πάρκο Θεσσαλονίκης. Ύστερα, ακολούθησαν και άλλα με τη συγχρηματοδότηση του προγράμματος «ΕΛΕΥΘΩ» (Επιχειρησιακό Πρόγραμμα “Ανταγωνιστικότητα”). Όλα τα υφιστάμενα ελληνικά πάρκα δημιουργήθηκαν με πρωτοβουλία της κυβέρνησης σε συνεργασία με ερευνητικά και ακαδημαϊκά ιδρύματα και τη συμμετοχή της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας (ΓΓΕΤ).⁶²

Επιστημονικό Τεχνολογικό Πάρκο (ΕΤΕΠ), σύμφωνα με τη Διεθνή Ένωση Τεχνολογικών Πάρκων (International Association of Science Parks, IASP), είναι ένας οργανισμός ο οποίος διοικείται από εξειδικευμένα μέλη, έχει ισχυρούς δεσμούς με Πανεπιστήμια και Ερευνητικά Ιδρύματα, έχει σκοπό την διευκόλυνση και ενθάρρυνση δημιουργίας και ανάπτυξης επιχειρήσεων και υποστηρίζει τη μεταφορά τεχνολογίας, την επιχειρηματικότητα, τη προώθηση καινοτομίας και την τοπική ανάπτυξη.⁶³ Η άμεση συνεργασία των τεχνολογικών πάρκων με Ακαδημαϊκά, Ερευνητικά ή Τεχνολογικά Ιδρύματα, με μεγάλες επιχειρήσεις και με φορείς υποστήριξης και μεταφοράς τεχνολογίας είναι ουσιαστική προϋπόθεση για τη συνεχή τροφοδότηση νέων ιδεών και καινοτομιών, που οδηγούν σε δημιουργία νέων καινοτόμων επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας ή σε ανάπτυξη των ήδη υφιστάμενων.

Η διαφορά των Τεχνολογικών Πάρκων από των Επιστημονικών είναι ότι τα πρώτα ειδικεύονται στην ανάπτυξη επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε εφαρμογές υψηλής τεχνολογίας, στην προώθηση και τεχνική υποστήριξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών. Ενώ τα Επιστημονικά Πάρκα επικεντρώνονται σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε τομείς

⁶¹ Καφαντάρης Τάσος, “Τα Πάρκα της Τεχνολογίας”, Το Βήμα online, 30 Νοεμβρίου 2003, <http://www.tovima.gr/science/article/?aid=155557>

⁶² Σαϊτάκης Αρτέμης, «Επιστημονικά Τεχνολογικά Πάρκα: Ο Ρόλος τους στην ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας και την Περιφερειακή Ανάπτυξη», Περιοδικό Economist, Καθημερινή, Τ. 27 Απριλίου 2006 www.stepc.gr/_docs/library_docs/Saitakis_STEP_ROLE_Economist.pdf 12

⁶³ International Association of Science Parks and Areas of Innovation (IASP) <http://www.iasp.ws/>

έρευνας, ανάπτυξης και σχεδιασμού νέων προϊόντων και υπηρεσιών. Συνδυασμός αυτών των δυο είναι τα λεγόμενα Επιστημονικά και Τεχνολογικά Πάρκα (ΕΤΕΠ).

Όπως ήδη αναφέραμε, τα τεχνολογικά και επιστημονικά πάρκα αποτελούν τη διαδεδομένη μορφή των θερμοκοιτίδων επιχειρήσεων, αλλά διαφοροποιούνται από αυτές σε ορισμένα σημεία. Οι θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων επικεντρώνονται σε νεοϊδρυόμενες και καινοτόμες επιχειρήσεις και σε ορισμένες περιπτώσεις αποτελούν μέρος κάποιου πάρκου. Ενώ τα τεχνολογικά και επιστημονικά πάρκα είναι μεγάλης κλίμακας εγκαταστάσεις, οι οποίες φιλοξενούν και εξυπηρετούν όχι μόνο μικρές επιχειρήσεις αλλά και μεγάλες επιχειρήσεις, κυβερνητικούς φορείς ή πανεπιστημιακά εργαστήρια, και στοχεύουν όχι μόνο στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας αλλά και στην τοπική οικονομική ανάπτυξη. Επίσης, ορισμένα πάρκα δεν παρέχουν ολοκληρωμένα προγράμματα υποστήριξης και βοήθειας σε επιχειρηματικά θέματα όπως οι θερμοκοιτίδες, αλλά παρέχουν μόνο τις εγκαταστάσεις (The International Business Innovation Association).⁶⁴

3.8.1 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Τεχνολογικών Πάρκων

➤ Πλεονεκτήματα

Τα πλεονεκτήματα των επιχειρήσεων που εγκαθίστανται στα τεχνολογικά πάρκα είναι:

- Το κόστος ενοικίου του χώρου, του εξοπλισμού και των παρεχόμενων υπηρεσιών είναι χαμηλό.
- Δυνατότητα δημιουργίας συνέργειων και συνεργασιών σημαντικών για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων που φιλοξενούν.
- Δικτύωση με ερευνητικά εργαστήρια και πρόσβαση σε μεγάλες υποδομές.
- Διεθνή δικτύωση με επιχειρήσεις, ερευνητικά ιδρύματα και σημαντικούς φορείς.
- Οφέλη από τη δημιουργία οικονομιών κλίμακας.
- Δημιουργία προστιθέμενης αξίας στις επιχειρήσεις μέσω των συνέργειων, του καινοτόμου περιβάλλοντος, την συνεργασία με ερευνητικά εργαστήρια που διαθέτουν υψηλού επιπέδου υποδομές και την παρουσία εξειδικευμένου ανθρώπινου δυναμικού.

➤ Μειονεκτήματα

⁶⁴ <http://www.nbia.org/>

Τα μειονεκτήματα των ΕΤΕΠ είναι λίγα και οφείλονται στο γεγονός ότι αρκετά πάρκα είναι μικρής εμβέλειας και παρατηρείται έλλειψη χώρου για την επέκτασή τους, ενώ κάποια δεν βρίσκονται σε κομβικά σημεία.

3.8.2 Τεχνολογικά και Επιστημονικά Πάρκα στην Ελλάδα

Τα Τεχνολογικά και Επιστημονικά Πάρκα που λειτουργούν στην Ελλάδα και βοηθούν τις επιχειρήσεις να αναπτυχθούν, προωθούν την επιχειρηματικότητα, την καινοτομία και την ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας είναι:

- ο Τεχνολογικό Πάρκο Θεσσαλονίκης (www.thestep.gr)
- ο Επιστημονικό και Τεχνολογικό Πάρκο Κρήτης (www.stepc.gr)
- ο Επιστημονικό Πάρκο Πατρών (www.psp.org.gr)
- ο Τεχνόπολη Ακρόπολις (www.acropolisictpark.gr)
- ο Τεχνολογικό Πάρκο «Λεύκιππος» (www.demokritos.gr)
- ο Επιστημονικό Τεχνολογικό Πάρκο Ηπείρου (www.step-epirus.gr)
- ο Τεχνολογικό Πολιτιστικό Πάρκο Λαυρίου (www.ltp.ntua.gr)
- ο Τεχνολογικό Πάρκο Θεσσαλίας (www.tepathe.gr)

3.9 Ανακεφαλαίωση

Οι μορφές, λοιπόν, της εναλλακτικής χρηματοδότησης υπάρχουν και εφαρμόζονται εδώ και πολλά χρόνια, κάποιες είναι πολύ διαδεδομένες ενώ κάποιες άλλες λιγότερο. Όλες οι μορφές όμως, με τα χρόνια, εξελίσσονται και προσαρμόζονται στις νέες συνθήκες του επιχειρηματικού κόσμου ώστε να ικανοποιούν ακόμα περισσότερο τις ανάγκες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Η εναλλακτική χρηματοδότηση προσφέρει πολλές επιλογές στις επιχειρήσεις που αναζητούν χρηματοδότηση για τις ανάγκες τους. Υπάρχει ποικιλία μορφών χρηματοδότησης και πολλά είδη της κάθε μορφής που μπορούν να ικανοποιήσουν οποιαδήποτε ανάγκη των

επιχειρήσεων, είτε πρόκειται για τη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης και για τη περαιτέρω ανάπτυξή της είτε για την υλοποίηση μιας επιχειρηματικής ιδέας και την ανάπτυξη και καθιέρωση της επιχείρησης στην αγορά. Έτσι, οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να βρουν εκείνη τη μορφή χρηματοδότησης η οποία θα ικανοποιήσει καλύτερα τις ανάγκες τους. Αν μια επιχείρηση ενδιαφέρεται να αποκτήσει κάποιο πάγιο στοιχείο κινητό ή ακίνητο και δεν θέλει να διαθέσει η ίδια τα απαραίτητα κεφάλαια για την απόκτησή του, τότε η μέθοδος της χρηματοδοτικής μίσθωσης αποτελεί μια πολύ καλή και γρήγορη λύση. Αν μια επιχείρηση επιθυμεί να εξασφαλίσει την είσπραξη των απαιτήσεών της, να ενισχύσει άμεσα τη ρευστότητά της και να αξιολογήσει το πελατολόγιό της τότε η μορφή της πρακτόρευσης επιχειρηματικών απαιτήσεων είναι αυτή που θα βοηθήσει την επιχείρηση. Στη περίπτωση των δυναμικών επιχειρήσεων που αναπτύσσονται με γρήγορους ρυθμούς και χρειάζονται κεφάλαια για να χρηματοδοτήσουν την ανάπτυξή τους, διατηρώντας υγιή τη κεφαλαιακή τους διάρθρωση, η μέθοδος των επιχειρηματικών συμμετοχών θα μπορούσε να εξυπηρετήσει τις ανάγκες αυτών των επιχειρήσεων. Αν μια μικρή και νεοϊδρυόμενη επιχείρηση έχει ανάγκη για χρηματοδότηση για τα πρώτα της βήματα, οι επιχειρηματικοί άγγελοι μπορούν και να χρηματοδοτήσουν τις ανάγκες της και να προσφέρουν συμβουλές και καθοδήγηση στον νέο επιχειρηματία. Ενώ οι Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων και τα Τεχνολογικά ή Επιστημονικά Πάρκα είναι οι μέθοδοι οι οποίοι υποστηρίζουν τους νέους επιχειρηματίες να αναπτύξουν την ιδέα τους, να μεγαλώσουν την επιχείρηση και να προετοιμαστούν σωστά για την επέκτασή τους στην αγορά.

Υπάρχουν, συνεπώς, πολλές μορφές εναλλακτικής χρηματοδότησης οι οποίες ανταποκρίνονται σε όλες τις ανάγκες των ΜΜΕ για χρηματοδότηση. Όλες οι μορφές έχουν πολλά πλεονεκτήματα, αλλά και κάποια μειονεκτήματα. Η κάθε επιχείρηση πρέπει να σταθμίσει τα υπέρ και τα κατά της κάθε μεθόδου και να επιλέξει εκείνη που θα εξυπηρετήσει καλύτερα τις ανάγκες και τους σκοπούς της.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

ΝΕΕΣ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

MME

4.1 Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια λόγω της παγκόσμιας χρηματοπιστωτικής κρίσης οι δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ να λάβουν χρηματοδότηση για τις ανάγκες τους για ανάπτυξη ή ακόμα και για τη λειτουργία τους μέσω των παραδοσιακών μορφών χρηματοδότησης έχουν αυξηθεί και υπάρχουν όλο και περισσότερες περιπτώσεις ΜΜΕ και ειδικά των πολύ μικρών επιχειρήσεων που αποκλείονται τελείως από τη πρόσβαση στη χρηματοδότηση. Έτσι, έχουν αναζητηθεί και έχουν αναπτυχθεί νέες εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης οι οποίες με τη διάδοση του διαδικτύου κερδίζουν συνεχώς έδαφος σε παγκόσμιο επίπεδο.

Είναι νέα εναλλακτικά εργαλεία χρηματοδότησης τα οποία έχουν αναπτυχθεί από την ανάγκη να βρεθεί λύση στο πρόβλημα της χρηματοδότησης για τις επιχειρήσεις και τους επιχειρηματίες οι οποίοι δεν πληρούν τις προϋποθέσεις για τις παραδοσιακές μορφές. Συνεπώς, είναι κατάλληλα σχεδιασμένα για αυτή τη κατηγορία επιχειρήσεων, ανταποκρίνονται καλύτερα στις ανάγκες τους και έχουν βελτιώσει τη πρόσβασή τους στα αναγκαία κεφάλαια. Τέτοια εργαλεία είναι η χρηματοδότηση από το πλήθος, τα μικροδάνεια, και ο δανεισμός μεταξύ ιδιωτών, τα οποία με τη χρήση του διαδικτύου έχουν βοηθήσει πολλές νέες και μικρομεσαίες επιχειρήσεις να λάβουν χρηματοδότηση. Όπως και οι πιστωτικές ενώσεις, οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί τοπικής ανάπτυξης και η νέα εναλλακτική αγορά του Χρηματιστηρίου Αθηνών αποτελούν νέοι θεσμοί που συμβάλουν στη βελτίωση της πρόσβασης πολλών μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη χρηματοδότηση. Είναι πηγές χρηματοδότησης προσβάσιμες για πολλά άτομα και επιχειρήσεις που αναζητούν χρηματοδότηση για μικρά χρηματικά ποσά, χωρίς να προϋποθέτουν πολλές απαιτήσεις από τους δανειζόμενους και στις περισσότερες περιπτώσεις η χρηματοδότηση πραγματοποιείται σε σύντομο χρονικό διάστημα. Αυτές οι μορφές χρηματοδότησης έχουν υιοθετηθεί από πολλές επιχειρήσεις σε πολλές χώρες, Ευρώπη και Αμερική, αναπτυσσόμενες και αναπτυσσόμενες χώρες, ενώ στην Ελλάδα κάποιες μορφές ακόμα δεν έχουν αναπτυχθεί, κυρίως λόγω της ελληνικής νομοθεσίας.

Στο παρόν κεφάλαιο θα παρουσιάσουμε συνοπτικά τα νέα εργαλεία εναλλακτικής χρηματοδότησης που έχουν γνωρίσει μεγάλη άνθιση τα τελευταία χρόνια. Θα περιγράψουμε τη μορφή που συναντώνται και τη διαδικασία που δραστηριοποιούνται, καθώς και τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα που έχει η κάθε μορφή.

4.2 Εναλλακτική Αγορά Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών – ΕΝ.Α.

Το Χρηματιστήριο Αθηνών (ΧΑ) με στόχο να υποστηρίξει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να αποκτήσουν χρηματοδότηση και να ενταχθούν στο χρηματιστηριακό περιβάλλον γρήγορα και με χαμηλό κόστος δημιούργησε το 2007 την Εναλλακτική Αγορά (ΕΝ.Α.)⁶⁵. Η ΕΝ.Α. λειτουργεί από το 2008 και είναι ένας Πολυμερής Μηχανισμός Διαπραγμάτευσης (Π.Μ.Δ.), όπως περιγράφεται στην Οδηγία της ΕΕ για τις Αγορές Χρηματοπιστωτικών Μέσων (MiFID)⁶⁶. Η MiFID είναι η κοινοτική οδηγία για τις αγορές χρηματοπιστωτικών μέσων (2004/39/EK), η οποία ισχύει για όλα τα κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης από το 2007, ενισχύοντας το θεσμικό πλαίσιο που επιτρέπει την εναρμόνιση και αφομοίωση των χρηματιστηριακών αγορών και κεφαλαιαγορών στην Ευρωπαϊκή Ένωση και επιφέρει σημαντικές αλλαγές, κυρίως, στην πληρέστερη ενημέρωση και προστασία των επενδυτών, στην διαφάνεια και αποτελεσματικότητα της αγοράς και στην οργάνωση όλων των εταιρειών του χρηματοπιστωτικού τομέα για την παροχή επενδυτικών υπηρεσιών⁶⁷. Επίσης, η MiFID αφορά το μεγαλύτερο μέρος των χρηματοπιστωτικών προϊόντων όπως μετοχές, ομόλογα, μερίδια αμοιβαίων κεφαλαίων, παράγωγα καθώς και άλλες επενδυτικές υπηρεσίες, όπως ενδεικτικά την λήψη και διαβίβαση εντολών, την εκτέλεση εντολών, την διαχείριση χαρτοφυλακίου, την παροχή επενδυτικών συμβουλών κλπ.

Η Εναλλακτική Αγορά του Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών αποτελεί μια «μη οργανωμένη αγορά» καθώς δεν εμπίπτει στις διατάξεις των οργανωμένων αγορών που επιβάλλουν αυστηρές προϋποθέσεις εισαγωγής και επίσης έχει και πιο ευέλικτα κριτήρια ένταξης και παραμονής. Για το καθορισμό των προϋποθέσεων ένταξης στη διαπραγμάτευση στην ΕΝ.Α., των υποχρεώσεων των εταιρειών και των σχετικών κανόνων λειτουργίας της αποκλειστικά αρμόδιο είναι το ΧΑ.

⁶⁵ <http://www.helex.gr/el/web/guest/listing-alternative-market>

⁶⁶ https://www.alpha.gr/files/personalbanking/MIFID_%CE%9D%CE%9F%CE%9C%CE%9F%CE%A32.PDF

⁶⁷ <http://www.eurocorp.gr/mifid/>

Η EN.A. απευθύνεται σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις με δυναμισμό και προοπτικές ανάπτυξης που επιθυμούν να χρηματοδοτηθούν ώστε να αναπτυχθούν και να επεκταθούν περαιτέρω, αλλά και σε επιχειρήσεις που βρίσκονται σε αρχικό στάδιο ανάπτυξης. Με την ένταξή τους στην EN.A. οι επιχειρήσεις έχουν πρόσβαση στη δευτερογενή αγορά κεφαλαίων, έχουν τη δυνατότητα να διευρύνουν τις πηγές χρηματοδότησης και να ενισχύσουν τη κεφαλαιακή τους διάρθρωση. Μπορούν να αποκτήσουν κεφάλαια με σχετικά μικρό κόστος για τις ανάγκες τους. Να προωθήσουν την αναγνωρισιμότητά τους, να πετύχουν επιχειρηματικές συμπράξεις και συνέργειες και να προσελκύσουν αξιόλογα στελέχη. Να αποκτήσουν "αντικειμενική" αποτίμηση, να υιοθετήσουν σύγχρονες διοικητικές δομές και αρχές διαφάνειας και να βελτιώσουν την εταιρική τους διακυβέρνηση. Επίσης, με την ένταξη στην EN.A. προετοιμάζονται για τη μετέπειτα εισαγωγή τους στην Κύρια Αγορά του ΧΑ68. Έτσι, μια μικρομεσαία επιχείρηση με την ένταξή της στην EN.A. μπορεί να χρηματοδοτήσει τις ανάγκες της και ταυτόχρονα να πετύχει και άλλες σημαντικές ωφέλειες.

Με την εισαγωγή της στην EN.A. η επιχείρηση απευθύνεται στους ενδιαφερόμενους επενδυτές για άντληση κεφαλαίων ώστε να χρηματοδοτήσει τις ανάγκες της. Αυτό γίνεται με τη προσφορά κινητών αξιών από την επιχείρηση μέσω ιδιωτικής τοποθέτησης σε περιορισμένο κύκλο επενδυτών ή μέσω δημόσιας προσφοράς στο ευρύ επενδυτικό κοινό ή σε συνδυασμό αυτών των δυο. Η επιχείρηση μπορεί να αντλήσει κεφάλαια κατά την εισαγωγή της αλλά και αργότερα μέσω αύξησης μετοχικού κεφαλαίου ή έκδοσης διάφορων τύπων ομολογιακών δανείων.

Η Εναλλακτική Αγορά προσφέρει δυο διακριτές κατηγορίες διαπραγμάτευσης κινητών αξιών - μετοχών, την EN.A. ΣΤΕΠ και την EN.A. Plus.

4.2.1 EN.A. ΣΤΕΠ

Η EN.A. ΣΤΕΠ (Στήριξη Επιχειρηματικότητας) είναι μια νέα ειδική κατηγορία διαπραγμάτευσης της Εναλλακτικής Αγοράς του Χρηματιστηρίου Αθηνών. Σκοπός της λειτουργίας της είναι να δοθεί διέξοδος χρηματοδότησης σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις σε όρους της αγοράς. Απευθύνεται σε μικρές και μεσαίες καινοτόμες εταιρείες που βρίσκονται σε στάδιο ανάπτυξης και εφαρμόζουν νέες καινοτόμες ιδέες στην ανάπτυξη, παραγωγή ή διάθεση των προϊόντων και υπηρεσιών τους. Αλλά, και σε νέες εταιρείες που βρίσκονται στο

68 <http://www.helex.gr/el/web/guest/listing-alternative-market>

αρχικό στάδιο της επιχειρηματικής τους ανάπτυξης και αναζητούν μία εναλλακτική πηγή χρηματοδότησης ώστε να υλοποιήσουν τις επιχειρηματικές τους ιδέες και την μελλοντική τους ανάπτυξη.

Για να μπορέσει μια μικρομεσαία επιχείρηση να ενταχθεί στην αγορά της ΕΝΑ ΣΤΕΠ βασικό κριτήριο αποτελεί η εφαρμογή πρωτότυπων επιχειρηματικών ιδεών, τόσο σε τεχνολογικά προηγμένους τομείς όσο και σε πιο παραδοσιακούς τομείς. Ενώ για να συμμετάσχει στη διαδικασία χρηματοδότησης, αλλά και καθ' όλη τη διάρκεια της διαπραγμάτευσης στην αγορά, η επιχείρηση θα πρέπει να πληρεί τα παρακάτω:

- Το σύνολο της άντλησης της χρηματοδότησης δεν μπορεί να υπερβεί τα 5 εκ. ευρώ κατ' έτος, και
- Η επιχείρηση θα πρέπει να συνεργάζεται με κάποιους εξωτερικούς επαγγελματίες συνεργάτες, οι οποίοι θα βοηθήσουν ώστε να επικεντρωθεί πιο πολύ στην επιχειρηματική της ανάπτυξη. Κατά την ένταξή της στην ΕΝΑ ΣΤΕΠ η επιχείρηση θα συνεργάζεται με διεθνές αναγνωρισμένο Ελεγκτικό Οίκο, ο οποίος θα αναλάβει τον οικονομικό έλεγχο της εταιρείας κατά τη διαδικασία της ένταξης ενώ μετά την ένταξη θα ανατεθεί η εξωτερική παροχή (outsourcing) των υπηρεσιών του λογιστηρίου της. Επίσης, θα πρέπει να συνεργάζεται με δικηγορικό γραφείο, στο οποίο θα ανατεθεί ο νομικός έλεγχος και η συμβουλή κατά το στάδιο της ένταξης στην αγορά αλλά και της χρηματοδότησης, καθώς και η εξωτερική παροχή (outsourcing) νομικής υποστήριξης μετά την ένταξη.

Συνεπώς, μια επιχείρηση κατά την ένταξη της στην ΕΝΑ ΣΤΕΠ μπορεί να αντλήσει κεφάλαια μέσω αύξησης μετοχικού κεφαλαίου με καταβολή μετρητών μέχρι και 5 εκ. ευρώ και μέσω έκδοσης νέων μετοχών που θα διατεθούν στο επενδυτικό κοινό. Πέραν της αρχικής χρηματοδότησης κατά την ένταξη η επιχείρηση μπορεί να αντλήσει κεφάλαια και σε περισσότερους γύρους χρηματοδότησης αρκεί να μη ξεπερνάει σε ετήσια βάση τα 5 εκ. ευρώ. Η άντληση των κεφαλαίων γίνεται με τη χρήση της ηλεκτρονικής εφαρμογής ΗΒΙΠ (Ηλεκτρονικό Βιβλίο Προσφορών). Η εφαρμογή ΗΒΙΠ, που αποτελεί ένα από τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της αγοράς ΕΝΑ ΣΤΕΠ, είναι μία ηλεκτρονική εφαρμογή στην οποία έχουν πρόσβαση όλα τα μέλη του Χρηματιστηρίου από όπου μπορούν να προσελκύουν το ενδιαφέρον των πελατών τους για την απόκτηση μετοχών στις εταιρείες που πρόκειται να εισαχθούν στην αγορά.

Επίσης, μετά την άντληση των κεφαλαίων κατά την ένταξή της, η επιχείρηση μπορεί να προβεί και σε περαιτέρω κεφαλαιακή ενίσχυση. Η περαιτέρω κεφαλαιακή ενίσχυση μπορεί

να επιτευχθεί μέσω αύξησης μετοχικού κεφαλαίου με δικαίωμα προτίμησης υπέρ των παλαιών μετόχων, μέσω αύξησης μετοχικού κεφαλαίου με κατάργηση του δικαιώματος προτίμησης των παλαιών μετόχων ή μέσω έκδοσης διαφόρων τύπων ομολογιακού δανείου (κοινό, μετατρέψιμο, ανταλλάξιμο, με δικαίωμα συμμετοχής στα κέρδη).

4.2.2 EN.A. Plus

Η ENA PLUS αποτελεί τη γενική κατηγορία διαπραγμάτευσης της Εναλλακτικής Αγοράς του Χρηματιστηρίου Αθηνών. Η γενική κατηγορία ENA PLUS απευθύνεται, από την άλλη πλευρά, σε εταιρείες με ιστορικό λειτουργίας και επιχειρηματικής πορείας τουλάχιστον δύο ετών, οι οποίες παρουσιάζουν προοπτικές ανάπτυξης και αναζητούν χρηματοδότηση για τη περαιτέρω ανάπτυξή τους.

Στη περίπτωση της ENA PLUS, μια επιχείρηση μπορεί να αντλήσει χρηματοδότηση κατά την ένταξη στην αγορά μέσω αύξησης μετοχικού κεφαλαίου με καταβολή μετρητών και έκδοσης νέων μετοχών που θα διαθέσει προς το επενδυτικό κοινό. Η διάθεση των μετοχών σε αυτή τη περίπτωση μπορεί να γίνει με δύο τρόπους. Μέσω Ιδιωτικής Τοποθέτησης, δηλαδή σε περιορισμένο κύκλο προσώπων ή μέσω Δημόσιας Προσφοράς στο ευρύ επενδυτικό κοινό, σε αυτή τη περίπτωση απαιτείται άδεια. Και στις δυο περιπτώσεις η άντληση των κεφαλαίων γίνεται μέσω της χρήσης της ηλεκτρονικής εφαρμογής ΗΒΠΠ (Ηλεκτρονικό Βιβλίο Προσφορών) μέσω του δικτύου Μελών του ΧΑ.

Για περαιτέρω άντληση κεφαλαίων η επιχείρηση μπορεί να προβεί σε αύξηση μετοχικού κεφαλαίου με δικαίωμα προτίμησης υπέρ των παλαιών μετόχων ή με κατάργηση του δικαιώματος προτίμησης των παλαιών μετόχων ή μέσω έκδοσης διαφόρων τύπων ομολογιακού δανείου.

4.2.3 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα ένταξης στην EN.A

➤ Πλεονεκτήματα

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις που επιλέγουν την Εναλλακτική Αγορά του Χρηματιστηρίου Αθηνών ως έναν εναλλακτικό τρόπο χρηματοδότησης των αναγκών τους επωφελούνται και άλλων πλεονεκτημάτων πέρα της χρηματοδότησης. Τα πιο σημαντικά πλεονεκτήματα από την ένταξη στην EN.A. είναι⁶⁹:

⁶⁹<http://www.helex.gr/documents/10180/26010>

- Καθημερινή αποτίμηση της αξίας της εταιρείας σε μία αντικειμενική τιμή, όπως εκτιμάται από την ίδια την αγορά
- Ενδυνάμωση της αναγνωρισιμότητας και της φήμης του εμπορικού ονόματος της εταιρείας
- Δυνατότητα επιχειρηματικών συμπράξεων με άλλες εταιρείες επίσης εισηγμένες στην EN.A.
- Προετοιμασία, εφόσον το επιθυμούν, για τη μεταφορά στην οργανωμένη αγορά με τη σταδιακή αύξηση της διασποράς και της εμπορευσιμότητας των μετοχών τους και την προσαρμογή τους στο «χρηματιστηριακό περιβάλλον»
- Εύκολη και γρήγορη πρόσβαση στη δευτερογενή αγορά κεφαλαίου με όλες τις δυνατότητες γρήγορης ρευστοποίησης

➤ **Μειονεκτήματα**

Τα μειονεκτήματα από την εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης μέσω ένταξης στην EN.A είναι:

- Απώλεια ελέγχου καθώς με την εισαγωγή στην EN.A αλλάζει η δομή της εταιρείας και πλέον ο ιδιοκτήτης της εταιρείας δεν είναι ο μόνος που έχει δικαίωμα λήψης αποφάσεων αλλά συμμετέχουν και οι μέτοχοι
- Με την εισαγωγή στην EN.A η επιχείρηση υποχρεούται επίσης να δημοσιεύει όλα τα στοιχεία της, λογαριασμούς και ισολογισμούς ώστε να εξασφαλιστεί η απαραίτητη διαφάνεια
- Υπάρχει κόστος κατά τη προετοιμασία της εισαγωγής ώστε να πληροί τα απαραίτητα κριτήρια, π.χ. έξοδα εξέτασης αιτήματος ή αμοιβές λογιστών και δικηγόρων

4.3 Μικροπιστώσεις - Microcredits

Μια νέα εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης ΜΜΕ, κυρίως των πολύ μικρών επιχειρήσεων οι οποίες έχουν ανάγκη από άμεση και μικρή χρηματοδότηση, αποτελεί η μορφή των μικροπιστώσεων. Μικροπιστώσεις (microcredits) είναι δάνεια μικρών χρηματικών ποσών τα οποία το ύψος τους δεν ξεπερνάει τα 25.000€. Αποτελούν μια νέα και ετερογενή αγορά χρηματοδότησης ΜΜΕ και αναπτύχθηκαν από την ανάγκη να καλυφθεί το κενό στη ζήτηση για μικροδάνεια.

Είναι ένα χρηματοδοτικό εργαλείο ειδικά σχεδιασμένο για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις, τους αυτοαπασχολούμενους, τους ανέργους ή τις ευάλωτες κοινωνικές ομάδες που δεν έχουν πρόσβαση στη χρηματοδότηση μέσω των παραδοσιακών τραπεζών. Είναι κατάλληλο για ανθρώπους που θέλουν να ξεκινήσουν μια δική τους επιχείρηση με τη μορφή της αυτοαπασχόλησης ή για νέες/υφιστάμενες μικρές επιχειρήσεις οι οποίες αναζητούν χρηματοδότηση μικρού ποσού ώστε να αντεπεξέλθουν στις άμεσες ανάγκες τους είτε για να συνεχίσουν τη λειτουργία τους είτε για να αναπτυχθούν. Συνεπώς, το μοντέλο αυτό καλύπτει το μερίδιο της αγοράς το οποίο αναζητά χρηματοδότηση μικρών κεφαλαιακών αναγκών και δεν έχουν πρόσβαση σε άλλες μορφές χρηματοδότησης.

Οι μικροπιστώσεις ή αλλιώς μικροεπεπενδύσεις (microfinance) ξεκίνησαν τα πρώτα τους βήματα στην Ασία, συγκεκριμένα στις φτωχογειτονίες του Μπαγκλαντές. Εμπνευστής τους είναι ο οικονομολόγος Μοχαμάντ Γιουνούς (Muhammed Yunus) από το Μπαγκλαντές. Ο Γιουνούς είχε την πρωτοποριακή ιδέα για την αντιμετώπιση της φτώχειας της πατρίδας του, να προωθήσει την επιχειρηματικότητα σε περιοχές απόλυτης εξαθλίωσης. Έτσι, το 1983 δημιούργησε μια τράπεζα μικροπιστώσεων, την Grameen Bank, με την οποία χορηγούσε δάνεια αλληλεγγύης και η οποία είναι γνωστή και ως «Ηθική Τράπεζα» ή «Τράπεζα των Φτωχών». Η ιδέα αυτή του Γιουνούς διαφοροποιείται από τη συνήθη μέθοδο που ακολουθούν διεθνείς οργανισμοί για την αντιμετώπιση της φτώχειας. Μια πρωτοποριακή ιδέα για την οποία το 2006 βραβεύτηκε με το Νόμπελ Ειρήνης⁷⁰.

Το μοντέλο των μικροπιστώσεων γρήγορα ξεπέρασε τα όρια του Μπαγκλαντές και αναπτύχθηκε και σε άλλες πολλές χώρες παγκοσμίως. Στην Ευρώπη η πρώτη τράπεζα που χορήγησε μικροπιστώσεις ήταν η Banca Etica με έδρα την Ιταλία. Αργότερα άρχισαν να λειτουργούν και άλλες «ηθικές», «πράσινες» ή «συνεταιριστικές» τράπεζες και σε άλλες χώρες, με διαφορετικά μοντέλα λειτουργίας σε κάθε χώρα, και έτσι να διαδίδεται η χορήγηση των μικροπιστώσεων και σε άλλες χώρες. Σήμερα, ηθικές τράπεζες υπάρχουν στην Ισπανία, Γαλλία, Ιταλία, Ολλανδία, Ελβετία, Δανία, Γερμανία, Βέλγιο, Σουηδία, Ηνωμένο Βασίλειο, ΗΠΑ, Καναδά, Αυστραλία και Νέα Ζηλανδία⁷¹. Η λειτουργία αυτών των τραπεζών δεν έχει στόχο το κέρδος, αλλά τη στήριξη ατόμων και ομάδων που αποκλείονται από το παραδοσιακό τραπεζικό σύστημα, όπως οι άνεργοι, οι μετανάστες, οι αποφυλακισθέντες, τα

⁷⁰ Φωτιάδη Ιωάννα «Η «ηθική τράπεζα» έρχεται στην Ελλάδα», kathimerini.gr, τελευταία επίσκεψη 09-07-16

⁷¹ https://en.wikipedia.org/wiki/Ethical_banking#List_of_ethical_banks

ΑΜΕΑ. Οι «ηθικές» τράπεζες ανταμείβονται για την εμπιστοσύνη που δείχνουν στους πελάτες τους, καθώς τα ποσοστά αποπληρωμής των δανείων αγγίζουν το 99%⁷².

Μάλιστα, το 2010 ιδρύθηκε και η «Ευρωπαϊκή Ηθική Τράπεζα», η οποία χορηγεί μικροπιστώσεις με χαμηλά επιτόκια και με την αποπληρωμή των δανείων να γίνεται με μικρές τακτές δόσεις και μεγάλη περίοδο αποπληρωμής. Όροι στους οποίους μπορούν να αντεπεξέλθουν άνθρωποι που αποκλείονται από τις πιστώσεις των περισσότερων χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων.

Στην Ελλάδα, λόγω της νομοθεσίας αλλά και της ελληνικής νοοτροπίας, η λειτουργία μιας ηθικής τράπεζας άργησε να συμβεί. Η πρώτη ελληνική τράπεζα που λειτουργεί ως ηθική τράπεζα είναι η Συνεταιριστική Τράπεζα Καρδίτσας (ΣΤΚ) η οποία το 2015 εντάχθηκε στην Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Ηθικών και Εναλλακτικών Τραπεζών (FEBEA)⁷³ ως πρώτο μέλος από την Ελλάδα.

Η κοινοτική νομοθεσία για τις μικροχρηματοδοτήσεις περιλαμβάνει τον Ευρωπαϊκό Μηχανισμό Μικροχρηματοδοτήσεων Progress (Μικροχρηματοδοτήσεις Progress), ο οποίος συστάθηκε το 2010, με σκοπό να αυξήσει τη διαθεσιμότητα μικροπιστώσεων, για την ίδρυση ή την επέκταση μικρής επιχείρησης⁷⁴. Η παρέμβαση του ανωτέρω μηχανισμού δεν είναι ως απευθείας χρηματοδότηση των επιχειρήσεων αλλά δίνεται η δυνατότητα σε επιλεγμένους παρόχους μικροχρηματοδοτήσεων εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης να αυξήσουν τα ποσά που δανείζουν. Μέσω του μηχανισμού δίνονται εγγυήσεις στους παρόχους μικροχρηματοδοτήσεων με τις οποίες μοιράζονται οι κίνδυνοι ζημίας σε πιθανή πτώχευση της χρηματοδοτούμενης προσπάθειας και χρηματοδοτούνται τα ποσά που διατίθενται για τη παροχή μικροδανείων. Οι όροι χορήγησης των μικροδανείων, δηλαδή το ποσό, η διάρκεια, το επιτόκιο, τα έξοδα και το χρονικό πλαίσιο του δανείου, εξαρτώνται από τον εκάστοτε πάροχο μικροπιστώσεων. Οι πάροχοι μπορεί να είναι ιδιωτικές ή δημόσιες τράπεζες, μη τραπεζικά ιδρύματα μικροπιστώσεων και μη κερδοσκοπικές οργανώσεις.

Στην Ελλάδα το μοντέλο των μικροπιστώσεων εφαρμόζεται μέσα από πραγματοποιημένα προγράμματα και τη δράση της AFI-Action Finance Initiative, η οποία είναι μια Αστική Μη

⁷² <http://supportbusiness.gr/entrepreneurship/women-entrepreneurship/131-to-montelo-twn-mikropistwsewn-mia-enallktikh-morph-xrhmatodotshs>

⁷³ Η Ευρωπαϊκή Ένωση Ηθικών και Εναλλακτικών Τραπεζών (FEBEA) είναι ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός που ενώνει κάτω από την ομπρέλα του, χρηματοοικονομικά και χρηματοπιστωτικά ιδρύματα, που έχουν ως στόχο την χρηματοδότηση της κοινωνικής και αλληλεγγυοκεντρικής οικονομίας. Επίσης, η FEBEA στοχεύει στην δημιουργία χρηματοοικονομικών εργαλείων που θα στηρίξουν τις Ευρωπαϊκές πρωτοβουλίες και θα ενδυναμώσουν την ανάπτυξη νέων πρωτοβουλιών στον τομέα της Εναλλακτικής Χρηματοοικονομικής

⁷⁴ <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=el&catId=836>

Κερδοσκοπική Εταιρεία που ιδρύθηκε το 2014, με ιδρυτικούς εταίρους την ActionAid Hellas και την γαλλική οργάνωση ADIE75. Η AFI εφαρμόζει το πρόγραμμα των μικροπιστώσεων στην Ελλάδα παρέχοντας χρηματοδοτήσεις έως 10.000,00€ σε ανθρώπους με νέες επιχειρηματικές ιδέες που δεν έχουν πρόσβαση σε άλλες πηγές χρηματοδότησης για τα αναγκαία κεφάλαια. Η πρόσβαση στα μικροδάνεια αφορά τόσο νέες όσο και υφιστάμενες επιχειρήσεις, χωρίς κάποιο περιορισμό στη φύση και τη δραστηριότητά τους. Ενώ, παράλληλα με τη χορήγηση της μικροπίστωσης, προσφέρεται εκπαίδευση και υποστήριξη στον επιχειρηματία, τόσο πριν όσο και μετά τη χρηματοδότηση.

Τα κριτήρια για να λάβει μια επιχείρηση μικροχρηματοδότηση είναι τα εξής:

- ο Ο προϋπολογισμός της συνολικής επένδυσης να μην ξεπερνάει τις €20.000
- ο Η επιχείρηση να είναι εγγεγραμμένη την στιγμή που θα δοθεί η δανειοδότηση
- ο Η δραστηριότητα να είναι νόμιμη
- ο Ο ενδιαφερόμενος πρέπει να έχει πλειοψηφία των μετοχών στην επιχείρηση
- ο Ο ενδιαφερόμενος δεν πρέπει να χρωστάει στο δημόσιο
- ο Να έχει εγγυητή για το 50% ή/και μέχρι 3.000€ της συνολικής αξίας του δανείου, ο οποίος θα βοηθήσει στην αποπληρωμή του δανείου στη περίπτωση που ο επιχειρηματίας αντιμετωπίσει δυσκολίες⁷⁶.

4.3.1 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Μικροπιστώσεων

Η εναλλακτική μορφή των μικροπιστώσεων παρουσιάζει τόσο πλεονεκτήματα όσο και μειονεκτήματα για τους ενδιαφερόμενους φορείς.

➤ Πλεονεκτήματα

- Ανταποκρίνονται στη ζήτηση για χρηματοδότηση μικρών χρηματικών ποσών
- Η μορφή τους είναι σχεδιασμένη ώστε να ανταποκρίνονται στις ανάγκες και τις δυνατότητες των πολύ μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, κάθε είδους
- Για τη χορήγησή τους δεν υπάρχει περιορισμός ως προς τη φύση της δραστηριότητας της ενδιαφερόμενης επιχείρησης
- Δεν απαιτούνται οι συνήθειες εγγυήσεις όπως στη περίπτωση των παραδοσιακών τραπεζών

⁷⁵ <http://www.afi.org.gr/el/home>

⁷⁶ Οικονομοπούλου Νίκη «Microfinance: Η μικρο-χρηματοδότηση επιχειρήσεων ως μοχλός ανάπτυξης στην Ελλάδα», erixeiro.gr, τελευταία επίσκεψη 16-07-16

- Ορισμένα προγράμματα μικροχρηματοδότησης παρέχουν δάνεια χωρίς εγγυήσεις, διευκολύνοντας έτσι την πρόσβαση των ΜΜΕ στη χρηματοδότηση
 - Αποτελούν μέσο ανάπτυξης των μικροεπιχειρήσεων και αρωγής των μειονεκτούντων ομάδων.
- **Μειονεκτήματα**
- Το ύψος του δανείου δεν μπορεί να υπερβεί το ποσό των 25.000€
 - Οι δαπάνες σύστασης και διαχείρισης ενός προγράμματος δανειοδότησης είναι υψηλές σε σχέση με το ύψος των χορηγούμενων δανείων.

4.4 Πιστωτικές Ενώσεις – Credit Unions

Οι πιστωτικές ενώσεις είναι μη κερδοσκοπικοί χρηματοδοτικοί οργανισμοί, οι οποίοι ανήκουν ολοκληρωτικά στα μέλη τους και υπηρετούν τις ανάγκες τους, παρέχοντάς τους χρηματοοικονομικές και άλλες σχετικές υποστηρικτικές υπηρεσίες. Οργανώνονται, λειτουργούν και διοικούνται από τα μέλη τους, οι οποίοι είναι καταναλωτές που έχουν κάποιο κοινό δεσμό. Το μέγεθός τους ποικίλει από μικρές εθελοντικές οργανώσεις μέχρι και μεγάλους συνεταιρισμούς με χιλιάδες μέλη. Το βασικό επιχειρηματικό μοντέλο τους είναι ότι τα μέλη συγκεντρώνουν τα χρήματά τους στην τράπεζα, ώστε να μπορούν να δανείζουν χρήματα το ένα στο άλλο με μικρότερο κόστος και μεγαλύτερο όφελος και χωρίς να βασίζονται σε εξωτερικά κεφάλαια. Ενώ η βασική τους δραστηριότητα εστιάζει σε παροχή αποταμιευτικών, πιστωτικών και ασφαλιστικών υπηρεσιών προς τα μέλη τους⁷⁷.

Για να μπορεί κάποιος να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες μιας πιστωτικής ένωσης θα πρέπει να είναι μέλος της. Για να γίνει κάποιος μέλος μια πιστωτικής ένωσης πρέπει να καταθέσει χρήματα σε λογαριασμό της ένωσης, ώστε να γίνει μερικός ιδιοκτήτης της και να μπορεί να συμμετάσχει στις δραστηριότητες και την κερδοφορία της. Η διαδικασία αυτή δίνει στον μέτοχο το δικαίωμα μίας ψήφου στο διοικητικό συμβούλιο της πιστωτικής ένωσης, των διευθυντών και των αποφάσεων που την περιβάλλουν. Πολλές φορές οι πιστωτικές ενώσεις σχηματίζονται από μεγάλες εταιρείες και οργανισμούς για τους εργαζόμενους και τα μέλη τους. Ο στόχος είναι να βελτιώσουν την κοινότητα, να μην πραγματοποιήσουν ένα κέρδος, πράγμα που σημαίνει ότι οι πιστωτικές ενώσεις εμπίπτουν όχι για την κατάσταση κέρδους, γεγονός που τις κατηγοριοποιεί ως μη κερδοσκοπικό οργανισμό, το οποίο αποτελεί και τη

⁷⁷ <http://www.woccu.org/about/creditunion>

βασική διαφορά τους από τα παραδοσιακά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Όπως κάθε χρηματοοικονομικός οργανισμός, οι πιστωτικές ενώσεις πρέπει να δημιουργήσουν αρκετά επιπλέον χρήματα ώστε να καλύψουν τα έξοδα των υπηρεσιών που προσφέρουν και να αποφύγουν τον κίνδυνο χρεοκοπίας. Μια πιστωτική ένωση έχει την δυνατότητα να προσφέρει ανταγωνιστικές τιμές πίστωσης, φθηνότερα δάνεια, και άλλα οικονομικά οφέλη στα μέλη της.

Οι βασικές διαφορές των πιστωτικών ενώσεων σε σχέση με τις εμπορικές τράπεζες αναφέρονται σε γενικές γραμμές στον παρακάτω πίνακα.

Πίνακας 4.1

Βασικές διαφορές πιστωτικών ενώσεων και εμπορικών τραπεζών

	Πιστωτικές Ενώσεις	Εμπορικές Τράπεζες
Δομή Οργανισμού	Μη κερδοσκοπικές χρηματοδοτικές ενώσεις οι οποίες ανήκουν στα μέλη τους και χρηματοδοτούνται κυρίως από τις εθελοντικές καταθέσεις των μελών τους	Κερδοσκοπικοί οργανισμοί οι οποίοι ανήκουν στους μετόχους
Πελατειακή δομή	Οι υπηρεσίες προσφέρονται στα μέλη τα οποία μοιράζονται έναν κοινό δεσμό (π.χ. τόπος κατοικίας, τόπος εργασίας). Οι υπηρεσίες αναφέρονται σε ένα ευρύ φάσμα πελατών και περιλαμβάνει τις υπηρεσίες σε άτομα με χαμηλά εισοδήματα.	Δεν υπάρχει περιορισμός στην πελατειακή βάση. Εξυπηρετούνται τυπικά άτομα με μεσαία-υψηλά εισοδήματα
Διακυβέρνηση	Τα μέλη εκλέγουν ένα εθελοντικό διοικητικό συμβούλιο, τα μέλη του οποίου πρέπει να είναι και μέλη της ένωσης. Κάθε μέλος έχει μία ψήφο, ανεξάρτητα από το μέγεθος των καταθέσεων του ή του αριθμού των μετοχών της ένωσης που κατέχει.	Οι μέτοχοι ψηφίζουν για ένα διοικητικό συμβούλιο επ' αμοιβής, τα μέλη του οποίου δεν είναι υποχρεωτικό να ανήκουν σε κάποιου είδους κοινό δεσμό. Ο αριθμός των ψήφων σταθμίζεται ανάλογα με τον αριθμό των μετοχών του κάθε μετόχου.
Κέρδη	Τα καθαρά κέρδη μετουσιώνονται σε χαμηλότερο επιτόκιο στα χρηματοπιστωτικά προϊόντα ή υψηλότερο επιτόκιο στα αποταμειωτικά προϊόντα, ή στην ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών.	Οι μέτοχοι απολαμβάνουν μερίδια επί των κερδών.
Προϊόντα και Υπηρεσίες	Πλήρες πακέτο χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, κυρίως αποταμειωτικών, πιστωτικών και ασφαλιστικών προϊόντων και προϊόντων εμβασμάτων.	Πλήρες πακέτο χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, το οποίο περιλαμβάνει και επενδυτικά προϊόντα.

Πηγή: <http://www.woccu.org/about/creditunion>

Στην Ευρώπη οι πρώτες πιστωτικές ενώσεις εμφανίστηκαν το 19ο αιώνα στη Γερμανία και ύστερα δημιουργήθηκαν και σε άλλες χώρες. Σήμερα, πιστωτικές ενώσεις υπάρχουν στο ΗΒ, στην Εσθονία, Ιρλανδία, Μακεδονία, Ολλανδία, Ρουμανία, Πολωνία και Ουκρανία με πάνω από 7 εκατομμύρια μέλη στο σύνολο⁷⁸.

Στην Ελλάδα, οι πιστωτικές ενώσεις προβλέπονται από το θεσμικό πλαίσιο με τη μορφή πιστωτικών συνεταιρισμών, όπως καθορίζεται από το Νόμο 1667/1986 και τροποποιήθηκε από τον ν.3867/2010⁷⁹. Ωστόσο, υπάρχουν διαφορές σε σχέση με τους αντίστοιχους θεσμούς που ισχύουν στην ΕΕ, για παράδειγμα, στην Ελλάδα δεν επιτρέπεται οι πιστωτικοί συνεταιρισμοί να δέχονται καταθέσεις και οι υπηρεσίες που προσφέρουν στα μέλη τους καλύπτονται χρηματοοικονομικά αποκλειστικά με τα κεφάλαια των μελών τους. Έτσι, προσομοιάζουν περισσότερο με το θεσμό των συνεταιριστικών τραπεζών. Βασικό κοινό χαρακτηριστικό των πιστωτικών ενώσεων και των συνεταιριστικών τραπεζών είναι η στήριξη της γεωγραφικής περιοχής την οποία καλύπτουν. Ο θεσμός των πιστωτικών ενώσεων, ίσως να είναι η πιο κατάλληλη μορφή πρόσβασης στη χρηματοδότηση σε πολλές περιοχές της Ελλάδας δεδομένου ότι δραστηριοποιούνται πάρα πολλές πολύ μικρές επιχειρήσεις.

4.4.1 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Πιστωτικών Ενώσεων

Όπως όλοι οι χρηματοδοτικοί οργανισμοί έτσι και οι πιστωτικές ενώσεις παρουσιάζουν κάποια πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα για τους ενδιαφερόμενους, όπως αναλύονται σε γενικές γραμμές παρακάτω⁸⁰.

➤ Πλεονεκτήματα

Οι πιστωτικές ενώσεις προσφέρουν αρκετά πλεονεκτήματα στα μέλη τους, όπως:

- Τα μέλη μιας πιστωτικής ένωσης δεν είναι απλώς πελάτες των υπηρεσιών τους, είναι συν-ιδιοκτήτες της οργάνωσης και έχουν δικαίωμα ψήφου, λόγο στη λειτουργία της και έτσι επωμίζονται πολλά οφέλη
- Πετυχαίνουν καλύτερα επιτόκια, χαμηλότερα επιτόκια δανείων σε σύγκριση με αυτά των εμπορικών τραπεζών και υψηλότερα στη περίπτωση των καταθέσεων

⁷⁸ http://www.creditunionnetwork.eu/cus_in_europe

⁷⁹ <http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Supervision/LegalF/creditinstitutions/specialorders/default.aspx>

⁸⁰ <https://www.gobankingrates.com/banking/advantages-disadvantages-credit-unions/>

- Λόγω του μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα τους τα κέρδη των πιστωτικών ενώσεων δεν φορολογούνται και έτσι τα κέρδη επιστρέφουν στα μέλη τους με τη μορφή χαμηλότερων επιτοκίων δανεισμού
- Λόγω του μικρού μεγέθους τους, γνωρίζουν καλύτερα τα μέλη τους και επικεντρώνονται πιο πολύ στις πραγματικές ανάγκες τους, προσφέρουν δηλαδή καλύτερη εξυπηρέτηση σε σχέση με τις συμβατικές τράπεζες που έχουν μεγαλύτερο πελατολόγιο
- Βελτίωση της κοινότητας του οργανισμού καθώς όλα τα μέλη έχουν κοινό δεσμό και οι υπηρεσίες που παρέχονται από την πιστωτική ένωση προάγουν το γενικότερο καλό της κοινότητας

➤ **Μειονεκτήματα**

Ο θεσμός των πιστωτικών ενώσεων έχει επίσης και κάποια μειονεκτήματα, όπως:

- Για να επωφεληθεί κάποιος τα οφέλη μιας πιστωτικής ένωσης θα πρέπει να είναι μέλος της, το οποίο έχει κάποιο κόστος καθώς θα πρέπει να καταβληθεί κάποιο χρηματικό ποσό.
- Οι πιστωτικές ενώσεις δεν υπάρχουν σε πολλές περιοχές, με αποτέλεσμα να μην έχουν άμεση πρόσβαση όλοι, αν και οι περισσότερες λειτουργούν σε κοινά δίκτυα καταστημάτων ATM το οποίο διευκολύνει τη πρόσβαση.
- Οι πιστωτικές ενώσεις αν και έχουν πιο εστιασμένη πελατειακή βάση από τις εμπορικές τράπεζες αδυνατούν να παρέχουν το ίδιο ευρύ φάσμα υπηρεσιών με αυτές καθώς δεν μπορούν να προσφέρουν χρηματοδότηση πολύ μεγάλων κεφαλαίων.
- Δεν προσφέρουν όλες οι πιστωτικές ενώσεις υπηρεσίες με ίδιους όρους, δηλαδή κάποια πιστωτική ένωση μπορεί να προσφέρει άλλα επιτόκια σε σχέση με μια άλλη ένωση σε άλλη γεωγραφική περιοχή.

4.5 Χρηματοδότηση από το πλήθος – Crowdfunding

Μια νέα εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης νέων επιχειρήσεων ή νέων επιχειρηματικών ιδεών η οποία έχει παρουσιάσει πολύ μεγάλο ενδιαφέρον τα τελευταία χρόνια και κερδίζει έδαφος σε παγκόσμιο επίπεδο είναι η μορφή του Crowdfunding. Το Crowdfunding, το οποίο σε ελεύθερη μετάφραση σημαίνει διαδικτυακή χρηματοδότηση ή αλλιώς χρηματοδότηση από το πλήθος, που είναι ο πιο διαδεδομένος όρος, αποτελεί μια σύγχρονη μορφή

χρηματοδότησης μικροεπιχειρήσεων που αναζητούν χρηματοδότηση για τα πρώτα τους βήματα, να υλοποιήσουν την επιχειρηματική ιδέα τους ή να αναπτύξουν τις ήδη υπάρχουσες.

Η βασική ιδέα της χρηματοδότησης από το πλήθος είναι μια παλιά ιδέα που όμως με την εξέλιξη της τεχνολογίας και τη χρήση του διαδικτύου έχει πάρει άλλη μορφή και πλέον αποτελεί μια από τις πιο ανερχόμενες μορφές άντλησης κεφαλαίων. Η μέθοδος εφαρμόζεται μέσω μιας ειδικής πλατφόρμας στο διαδίκτυο όπου ο επιχειρηματίας παρουσιάζει την επιχειρηματική ιδέα του και δηλώνει το ποσό που χρειάζεται για την υλοποίησή της καθώς και ένα χρονικό διάστημα στο οποίο θα πρέπει να συγκεντρωθεί το ζητούμενο χρηματικό κεφάλαιο. Το ζητούμενο κεφάλαιο συνήθως αφορά νέες επιχειρηματικές ιδέες και κυμαίνεται από 5.000€ έως και 50.000€. Οι μικροχρηματοδότες που επιθυμούν να στηρίξουν και να χρηματοδοτήσουν την ιδέα μπορούν να παρέχουν από 1€ μέχρι και μερικές χιλιάδες ευρώ. Ο επιχειρηματίας για να προσελκύσει τους μικροχρηματοδότες ώστε να αυξήσει τις πιθανότητες στήριξης της ιδέας του και να συγκεντρωθεί το απαραίτητο κεφάλαιο εντός του διαστήματος που έχει ορίσει προσφέρει κάποια αποκλειστικά προνόμια, όπως κάποια δώρα, έκπτωση για την αγορά του προϊόντος της επιχειρηματικής ιδέας ή κάποια συλλεκτική έκδοση μέχρι και κάποιο ποσοστό κεφαλαίου της επιχείρησης. Στη περίπτωση που το απαιτούμενο κεφάλαιο δεν συγκεντρωθεί εντός του χρονικού ορίου που έθεσε ο επιχειρηματίας τότε δεν προκύπτει χρηματοδότηση και τα χρήματα επιστρέφονται στους μικροεπενδυτές. Η διαδικτυακή πλατφόρμα που φιλοξενεί την επιχειρηματική ιδέα δεν παρεμβαίνει στη διαδικασία της χρηματοδότησης, αναλαμβάνει μόνο την οργάνωση του χώρου συνάντησης των δυο μερών και έναν πρώτο έλεγχο της νομιμότητας και του ρεαλιστικού χαρακτήρα της επιχειρηματικής ιδέας που αναλαμβάνει να προωθήσει, και μετά, εφόσον προκύψει χρηματοδότηση, εισπράττει μια μικρή προμήθεια επί του ποσού της χρηματοδότησης, το οποίο κυμαίνεται συνήθως από 7% έως 10%⁸¹. Οι συναλλαγές της διαδικασίας ώστε να ολοκληρωθεί η χρηματοδότηση γίνονται μέσω διεθνώς αναγνωρισμένων και ασφαλών μηχανισμών, όπως η ηλεκτρονική πύλη πληρωμών Pay Pal.

Η μορφή χρηματοδότησης από το διαδίκτυο είναι μια ανοικτή πηγή άντλησης κεφαλαίων προς οποιονδήποτε έχει μια νέα δημιουργική ιδέα ή ένα καλό σκοπό χωρίς να απαιτούνται απαιτήσεις στις οποίες δεν μπορεί να αντεπεξέλθει ο νέος επιχειρηματίας ο οποίος αποκλείεται από τις παραδοσιακές μορφές χρηματοδότησης. Είναι μια μορφή η οποία

⁸¹ <http://www.euro2day.gr/specials/topics/article/1109295/crowdfunding-vreite-hrhmatodothsh-sto-diadiktyo.html>

στηρίζει κάθε είδους επιχειρηματική ιδέα σχετιζόμενη με διάφορες κατηγορίες όπως, αθλητισμός, εκπαίδευση, τέχνες, τεχνολογία, ιατρικές ανάγκες, ταξίδια, εθελοντισμό κλπ. Επίσης, υπάρχουν και κάποιες διαδικτυακές πλατφόρμες οι οποίες ειδικεύονται στη προώθηση συγκεκριμένων κατηγοριών επιχειρηματικών ιδεών και ο ενδιαφερόμενος μπορεί να απευθυνθεί αναλόγως με το είδος της ιδέας του στη κατάλληλη πλατφόρμα η οποία μπορεί να τον συνδέσει με μικροεπενδυτές που ενδιαφέρονται για το τομέα που σχετίζεται η επιχειρηματική ιδέα και να αυξήσει τις πιθανότητες χρηματοδότησης της ιδέας του.

Η μέθοδος του crowdfunding διακρίνεται σε τέσσερις μορφές αναλόγως με το είδος της μικροχρηματοδότησης⁸²:

❖ **Crowdfunding μέσω δωρεάς (donation crowdfunding)**

Σε αυτή τη μορφή crowdfunding φυσικά ή νομικά πρόσωπα δωρίζουν κάποιο χρηματικό ποσό ή κάποιο προϊόν ή προσφέρουν δωρεάν κάποια υπηρεσία για την ενίσχυση και ολοκλήρωση κάποιου έργου ή επιχειρηματικής ιδέας. Οι επενδυτές-δωρητές, συνήθως, χρηματοδοτούν έργα ή ιδέες της επιλογής τους για λόγους ηθικής ικανοποίησης και χωρίς να λαμβάνουν κάποιο αντάλλαγμα ή ανταμοιβή. Αυτή η μορφή λειτουργεί πολύ στην Ελλάδα και χρησιμοποιείται κυρίως για τη χρηματοδότηση κοινωφελών και φιλανθρωπικών σκοπών ή για τη χρηματοδότηση της τέχνης.

❖ **Crowdfunding μέσω συμβολικής ανταμοιβής (rewards crowdfunding)**

Αυτή η μορφή crowdfunding ακολουθεί το ίδιο μοντέλο με εκείνο της δωρεάς αλλά σε αυτή τη περίπτωση οι επενδυτές που συμμετέχουν λαμβάνουν μια συμβολική ανταμοιβή για τη συνεισφορά τους, όπως ένα αναμνηστικό δώρο ή κάποια ηθική ανταμοιβή.

❖ **Crowdfunding μέσω απόκτησης μεριδίου (equity crowdfunding)**

Σε αυτή τη περίπτωση έχουμε το μοντέλο της κεφαλαιοδότησης, όπου οι επενδυτές ως ανταμοιβή για την συνεισφορά τους αποκτούν μερίδιο στο κεφάλαιο της επιχείρησης που χρηματοδοτούν και αναμένουν αποδόσεις από τα κεφάλαια που έχουν τοποθετήσει.

❖ **Crowdfunding μέσω ιδιωτικού δανεισμού (lending crowdfunding)**

Αυτή η μορφή crowdfunding περιλαμβάνει τη χρηματοδότηση μέσω δανεισμού από ιδιώτες.

⁸² <http://crowdpolicy.com/blog/crowd-solutions/crowd-funding/apo-to-crowdfunding-sto-crowdresourcing/>

4.5.1 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Χρηματοδότησης από το πλήθος

Η εναλλακτική μορφή άντλησης κεφαλαίων για μικρές επιχειρήσεις μέσω χρηματοδότησης από το πλήθος παρουσιάζει αρκετά πλεονεκτήματα που κάνει τη μέθοδο αυτή αρκετά ελκυστική για τις νέες επιχειρήσεις, αλλά και κάποια μειονεκτήματα τα οποία οφείλονται στη φύση της μορφής χρηματοδότησης.

➤ Πλεονεκτήματα

Τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζει η μέθοδος του crowdfunding είναι τα παρακάτω⁸³:

- Αποτελεί μια μορφή χρηματοδότησης στην οποία δεν απαιτούνται εγγυήσεις από τον "δανειζόμενο" ούτε και επιστροφή του κεφαλαίου, πέρα των ανταποδόσεων.
- Μπορεί να λάβει μέρος οποιοδήποτε φυσικό/ νομικό πρόσωπο που έχει μια καλή επιχειρηματική ιδέα, εφόσον πληρεί τους όρους και τις προϋποθέσεις που απαιτεί η κάθε πλατφόρμα.
- Εκτός από εργαλείο χρηματοδότησης είναι και ένα άμεσο εργαλείο marketing από το οποίο οι μικροεπιχειρηματίες από την ανταπόκριση του επενδυτικού κοινού μπορούν να καταλάβουν πόσο και αν αρέσει η επιχειρηματική τους ιδέα.
- Αποτελεί επίσης και ένα μέσο προώλησης των μελλοντικών προϊόντων ή υπηρεσιών της επιχειρηματικής ιδέας, μέσω των ανταποδόσεων ή δώρων που δίνονται στους μικροεπενδυτές.
- Με τη παρουσίαση της επιχειρηματικής ιδέας σε κάποια διαδικτυακή πλατφόρμα δημιουργείται σταδιακά και το πρώτο πελατολόγιο της μελλοντικής επιχείρησης.
- Δεν υπάρχει ιδιαίτερο ρίσκο για καμία από τις δύο πλευρές αφενός διότι αν δεν συγκεντρωθεί το κεφάλαιο μέχρι το τελευταίο ευρώ τότε επιστρέφεται στους καταθέτες και αφετέρου τα ποσά που διακινούνται είναι ιδιαίτερα χαμηλά.

➤ Μειονεκτήματα

Τα μειονεκτήματα του crowdfunding, τα οποία οφείλονται κυρίως στη φύση της μεθόδου, είναι:

- Δεν ενδείκνυται για χρηματοδότηση μεσαίων και μεγάλων επενδύσεων διότι τα χρηματικά κεφάλαια που μπορεί να υποστηρίξει αυτή η μέθοδος δεν είναι πολύ μεγάλα όπως αναζητούν οι πιο μεγάλες επιχειρήσεις για τις ανάγκες τους.

⁸³ <http://www.startcompany.gr/view.asp?ngpcid=2&Ncid=5&Nscid=16>

- Λόγω της εκτεταμένης παρουσίασης της επιχειρηματικής ιδέας στο διαδίκτυο υπάρχει ο κίνδυνος κλοπής της ιδέας και υλοποίησης από κάποιον άλλον.
- Το σύνολο των επιχειρηματικών ιδεών που αναζητούν χρηματοδότηση μέσω των διαδικτυακών πλατφόρμων κάποιες φορές δεν καταφέρνει να συγκεντρώσει το ποσό που διεκδικεί με αποτέλεσμα τελικά να χρηματοδοτούνται λίγες ιδέες.

4.6 Δανεισμός μεταξύ Ιδιωτών - Peer to Peer Lending

Μια άλλη νέα εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης μικρών επιχειρήσεων η οποία έχει παρουσιάσει, επίσης, μεγάλη εξέλιξη τα τελευταία χρόνια είναι ο δανεισμός από ιδιώτες επενδυτές μέσω διαδικτύου, peer to peer (P2P) lending όπως είναι ο αγγλικός όρος. Με αυτή τη μορφή χρηματοδότησης άτομα ή επιχειρήσεις που αναζητούν δάνειο για χρηματοδότηση των αναγκών τους απευθύνονται όχι μέσω της παραδοσιακής μορφής στις τράπεζες αλλά κατευθείαν σε ιδιώτες επενδυτές. Μέσω ειδικών διαδικτυακών πλατφόρμων p2p lending δίνεται η δυνατότητα δανειζόμενοι να έρθουν σε επαφή με ιδιώτες επενδυτές οι οποίοι προσφέρουν με μορφή δανείου κάποιο χρηματικό ποσό για χρηματοδότηση. Μια διαδικασία κατά την οποία δημιουργείται μια εναλλακτική τραπεζική αγορά όπου η προσφορά συναντά τη ζήτηση και ανοίγονται νέοι δρόμοι για τη πρόσβαση μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων στη χρηματοδότηση.

Κατά το δανεισμό μεταξύ ιδιωτών επιχειρήσεις που αναζητούν χρηματοδότηση απευθύνονται σε πλατφόρμες peer to peer lending και κάνουν αίτημα για δανεισμό συνοδευόμενο από κάποιες πληροφορίες σχετικά με την επιχείρηση, όπως οικονομικά στοιχεία, μετοχική διάρθρωση της επιχείρησης, αν υπάρχουν και άλλα δάνεια ή ανοικτές υποχρεώσεις της επιχείρησης και ότι άλλο θεωρήσει απαραίτητο η πλατφόρμα p2p lending. Το αίτημα αυτό αξιολογείται από εξειδικευμένους συμβούλους αξιολόγησης οι οποίοι και κατατάσσουν την πιστοληπτική ικανότητα της επιχείρησης. Στη συνέχεια πραγματοποιείται μια απλή διαδικασία δημοπρασίας κατά την οποία οι επενδυτές γνωρίζοντας την πιστοληπτική ικανότητα της επιχείρησης προσφέρουν χρηματικά ποσά ανταγωνιζόμενοι το ύψος του επιτοκίου, με αποτέλεσμα να προκρίνονται τα χαμηλότερα επιτόκια. Στο τέλος της δημοπρασίας η επιχείρηση αντλεί τα απαιτούμενα κεφάλαια και ύστερα υποχρεούται προς τους δανειστές της για τη μηνιαία αποπληρωμή τους. Η άντληση των κεφαλαίων γίνεται μόνο στη περίπτωση που το ποσό που αιτείται η επιχείρηση για χρηματοδότηση καλυφθεί πλήρως

από τις προσφορές των επενδυτών και η μεταφορά του από τους δανειστές στον δανειζόμενο πραγματοποιείται μέσω τραπεζικών συναλλαγών. Από την άλλη πλευρά οι επενδυτές έχουν πληροφορίες όπως τον τίτλο του δανείου και τον κλάδο της επιχείρησης, την κατηγορία κινδύνου, το ποσό που ζητείται, τη χρονική διάρκεια του δανείου, το μέσο επιτόκιο και το πόσος χρόνος μένει για τη λήξη της δημοπρασίας. Ενώ η διαμεσολαβήτρια πλατφόρμα στη περίπτωση που πραγματοποιηθεί χρηματοδότηση κρατάει ως προμήθεια κάποιο ποσοστό επί του ποσού του δανείου.

Στην ουσία πρόκειται για ένα διαδικτυακό χρηματιστήριο όπου οι δανειστές επενδύουν τα χρήματά τους με επιτόκιο το οποίο είναι σημαντικά υψηλότερο από οποιαδήποτε προθεσμιακή κατάθεση και ανταγωνίζεται άλλες επενδύσεις ενώ οι δανειζόμενοι εξασφαλίζουν χαμηλότερο επιτόκιο σε σχέση με αυτό που προσφέρουν οι παραδοσιακές τράπεζες. Υπάρχουν, δηλαδή, σημαντικά οφέλη και για τις δυο συμμετέχουσες πλευρές.

Βασικό χαρακτηριστικό στοιχείο της μεθόδου peer to peer lending, αν και δεν ακολουθούν τις ίδιες διαδικασίες όλες οι διαμεσολαβήτριες πλατφόρμες, αποτελεί το γεγονός ότι όλες έχουν εξειδικευμένους συμβούλους οι οποίοι αξιολογούν την πιστοληπτική ικανότητα των δανειοληπτών και τους κατατάσσουν σε υψηλού ή χαμηλού κινδύνου ανάλογα με το πιστωτικό τους σκορ (credit score). Έτσι, δίνεται η πληροφορία στους δανειστές σχετικά με τη φερεγγυότητα των υποψήφιων δανειζόμενων. Άλλο βασικό στοιχείο είναι ότι τα δάνεια στις περισσότερες περιπτώσεις δίνονται χωρίς εγγυήσεις, οπότε υπάρχει ο κίνδυνος ο επενδυτής να χάσει το κεφάλαιό τους. Όμως λόγω του ότι υπάρχει η δυνατότητα ο δανειστής να επιμερίσει το διαθέσιμο ποσό προς χρηματοδότηση σε διάφορους δανειζόμενους και το γεγονός ότι τα ποσά των δανείων είναι σχετικά μικρά και η απόδοσή τους μεγαλύτερη από κάποια απλή κατάθεση σε τράπεζα μειώνουν τον κίνδυνο που εμπεριέχει ο θεσμός. Επιπλέον, δίνεται η δυνατότητα ο δανειστής οποιαδήποτε στιγμή το επιθυμήσει να αποσύρει τα κεφάλαιά του πουλώντας τις απαιτήσεις του σε μια δευτερογενή αγορά δανείων.

Είναι μια αγορά η οποία έχει σημειώσει αλματώδη ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια δίνοντας τη δυνατότητα σε άτομα και επιχειρήσεις που αποκλείονται από το παραδοσιακό τραπεζικό δανεισμό να λάβουν δανεισμό για τις ανάγκες τους μέσω μιας ηλεκτρονικής εναλλακτικής τραπεζικής αγοράς η οποία εκτός των άλλων εξυπηρετεί και το μερίδιο το οποίο αναζητάει μικρά κεφάλαια για χρηματοδότηση που η παραδοσιακή τραπεζική αγορά δεν θα έδειχνε ενδιαφέρον. Οι πρώτες χώρες που υιοθέτησαν αυτή τη μορφή χρηματοδότησης και ανέπτυξαν πλατφόρμες ειδικές για αυτό το σκοπό είναι η Μεγάλη Βρετανία και οι Ηνωμένες Πολιτείες

το 2005, σύμφωνα με τους Ashta and Assadi (2010). Ύστερα αναπτύχθηκε με γρήγορους ρυθμούς και σε άλλες χώρες, τόσο σε αναπτυσσόμενες όσο και σε ανεπτυγμένες. Η Μεγάλη Βρετανία και οι Ηνωμένες Πολιτείες έχουν ήδη διαμορφώσει θεσμικό πλαίσιο εποπτείας του p2p lending, καθώς διαπιστώθηκε ότι τα συνολικά ποσά που διακινούνται στη συγκεκριμένη αγορά είναι πολύ σημαντικά και προκύπτουν θέματα ασφάλειας των αποταμιευτών και των δανειστών. Στην Ελλάδα δεν υπάρχει ακόμα αντίστοιχο θεσμικό πλαίσιο που μπορεί να υποστηρίξει τη διαδικασία peer to peer lending .

Η μέθοδος αυτή αποτελεί συγγενική έννοια της μεθόδου του crowdfunding καθώς σαν διαδικασίες έχουν πολλά κοινά σημεία αλλά η μέθοδος του peer to peer lending χρησιμοποιείται κυρίως από υφιστάμενες επιχειρήσεις, συνήθως με πορεία άνω των δυο χρόνων, και όχι τόσο από νέες ή start-up επιχειρήσεις. Ο λόγος για αυτό είναι ότι στη περίπτωση του peer to peer lending οι δανειστές είναι επενδυτές που περιμένουν απόδοση από την επένδυσή τους και θα προτιμήσουν να επενδύσουν σε μια επιχείρηση η οποία ήδη έχει εδραιωθεί, έχει ένα καλό επιχειρηματικό πλάνο και αναμένεται να αναπτυχθεί και περαιτέρω και όχι τόσο σε μια επιχειρηματική ιδέα η οποία ακόμα δεν έχει εφαρμοστεί και δεν έχει δείξει της δυνατότητές της.

4.6.1 Πλεονεκτήματα – Μειονεκτήματα Δανεισμού μεταξύ Ιδιωτών

Η εναλλακτική μορφή χρηματοδότησης μικρομεσαίων επιχειρήσεων μέσω του δανεισμού μεταξύ ιδιωτών προσφέρει πολλά πλεονεκτήματα και στις δυο πλευρές που συμμετέχουν, τόσο στους δανειζόμενους όσο και στους δανειστές. Παρακάτω θα αναφέρουμε τα πλεονεκτήματα καθώς και τα μειονεκτήματα της μεθόδου από τη πλευρά των δανειζόμενων⁸⁴.

➤ Πλεονεκτήματα

Τα πλεονεκτήματα που προσφέρει η μορφή του peer to peer lending σε όσους την επιλέξουν για τη χρηματοδότηση των αναγκών τους είναι:

- Εύκολη και γρήγορη διαδικασία χρηματοδότησης. Η διαδικασία εγγραφής στη πλατφόρμα διαρκεί μόλις λίγα λεπτά, ο έλεγχος και η έγκριση του αιτήματος για δανεισμό γίνεται άμεσα και η διαδικασία μέχρι την άντληση των κεφαλαίων συνήθως

⁸⁴ <https://www.gobankingrates.com/personal-finance/5-perks-peer-to-peer-lending/>

δεν παίρνει παραπάνω από 2 εβδομάδες και ολοκληρώνεται με πίστωση του τραπεζικού λογαριασμού του δανειζόμενου.

- Τα δάνεια δίνονται με το χαμηλότερο δυνατό επιτόκιο, καθώς οι επενδυτές ανταγωνίζονται για το ποιος θα προσφέρει το πιο ελκυστικό επιτόκιο σε μια διαδικασία τύπου δημοπρασίας, όπου κερδίζει το χαμηλότερο επιτόκιο.
- Το επιτόκιο είναι σταθερό και οι μηνιαίες αποπληρωμές δεν κρύβουν άλλες χρεώσεις.
- Δεν υπάρχει επιπλέον χρέωση στη περίπτωση που ο δανειζόμενος επιθυμήσει να αποπληρώσει νωρίτερα το χρέος του.
- Οι χρηματοδοτήσεις γίνονται ανεξάρτητα από άλλες τραπεζικές χρηματοδοτήσεις, κάτι το οποίο προσφέρει ευελιξία και σε άλλες πηγές χρηματοδότησης.
- Οι δανειζόμενοι μπορούν να παραμείνουν ανώνυμοι στους δανειστές.
- Υπάρχει δυνατότητα και για δεύτερη αίτηση για δάνειο μέσω της ίδιας ή άλλης πλατφόρμας, εφόσον βέβαια τηρούνται οι όροι για το πρώτο δάνειο.

➤ **Μειονεκτήματα**

Τα μειονεκτήματα του peer to peer lending για τους δανειζόμενους είναι:

- Το γεγονός ότι το αίτημα για χρηματοδότηση έγινε δεκτό από τη p2p lending πλατφόρμα δεν συνεπάγεται σίγουρη χρηματοδότηση, καθώς εάν το ποσό που αιτείται η δανειζόμενη επιχείρηση δεν καλυφθεί από τις προσφορές των επενδυτών τότε δεν μπορεί να προκύψει χρηματοδότηση.
- Για δανειζόμενους που δεν έχουν καλό πιστωτικό σκορ τα δάνεια που προσφέρονται δεν παρουσιάζουν χαμηλό επιτόκιο.
- Δανειζόμενοι με πολύ χαμηλό πιστωτικό σκορ μπορεί να μην ελκύσουν κανέναν επενδυτή.
- Ο μη σωστός χειρισμός του δανείου και μη αποπληρωμής του επιφέρει σοβαρές συνέπειες στην πιστοληπτική ικανότητα του δανειζόμενου και δεν θα μπορέσει να διεκδικήσει άλλη χρηματοδότηση. Το γεγονός ότι τα δάνεια είναι ακάλυπτα δεν σημαίνει ότι μπορεί να μη γίνεται η τακτική αποπληρωμή τους.

4.7 Χρηματοπιστωτικοί Οργανισμοί Τοπικής Ανάπτυξης - Community Development Financial Institutions

Ένας θεσμός ο οποίος έχει δημιουργηθεί και έχει αναπτυχθεί από την ανάγκη να βρεθεί λύση στην αντιμετώπιση του χρηματοοικονομικού αποκλεισμού των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι ο θεσμός των Χρηματοπιστωτικών Οργανισμών Τοπικής Ανάπτυξης ή όπως είναι ο αγγλικός όρος Community Development Financial Institutions (CDFIs). Ο σκοπός λειτουργίας του θεσμού αυτού είναι προωθήσει την οικονομική ανάπτυξη της τοπικής κοινότητας που δραστηριοποιείται βελτιώνοντας τη πρόσβαση στη χρηματοδότηση για φυσικά ή και νομικά πρόσωπα, οι οποίοι δεν μπορούν να λάβουν χρηματοδότηση από τις παραδοσιακές εμπορικές τράπεζες.

Οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί τοπικής ανάπτυξης είναι ιδιωτικά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα που επικεντρώνονται στη παροχή χρηματοδότησης σε άτομα με χαμηλό εισόδημα ή επιχειρήσεις νέες ή υφιστάμενες που αναζητούν χρηματοδότηση αλλά αδυνατούν να έχουν εγγυήσεις για τα δάνεια που ζητούν, μιας τοπικής κοινωνίας⁸⁵. Παρέχουν χρηματοδότηση, συμβουλές και τεχνική υποστήριξη σε επιχειρήσεις, μικρές και μεγάλες, σε τοπικές αναπτυξιακές επιχειρήσεις, σε επενδυτές και σε μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς της τοπικής κοινωνίας με σκοπό βοηθήσουν και να συμβάλουν στην οικονομική ανάπτυξη ολόκληρης της κοινότητας. Είναι κερδοφόροι οργανισμοί αλλά βασικός πρωταρχικός τους στόχος είναι η ανάπτυξη της κοινότητας και όχι η μεγιστοποίηση κέρδους για τους μετόχους. Τα κεφάλαια που χρειάζονται για τις υπηρεσίες τους και τα λειτουργικά έξοδα καλύπτονται από ανακυκλώσεις παλαιών δανείων, από εσωτερικές πηγές αλλά και από εξωτερικές, όπως δημόσιες πηγές και τοπικές αρχές.

Σαν όρος Community Development Financial Institutions είναι καινούργιος στον κόσμο της χρηματοδότησης αλλά σαν ιδέα και μοντέλο είναι παλιός. Η πρώτη μορφή του θεσμού, σύμφωνα με αναφορές, αναπτύχθηκε το 1930 μεταξύ αφρικάνικης και αμερικάνικης κοινότητας και το 1990 ο θεσμός παρουσίασε δραματική εξέλιξη⁸⁶. Οι πρώτοι υποστηρικτές του είναι οι Ηνωμένες Πολιτείες και το Ηνωμένο Βασίλειο, όπου δραστηριοποιούνται αρκετοί χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί οι οποίοι βοηθούν στην οικονομική ανάπτυξη και στη

⁸⁵ <http://ofn.org/what-cdfi>

⁸⁶ <http://www.cdfi.org/about-cdfis/what-are-cdfis/>

βελτίωση της ποιότητας ζωής των τοπικών κοινωνιών. Το 2015 στο ΗΒ οι συγκεκριμένοι οργανισμοί χορήγησαν £173 εκ. με τα οποία χρηματοδότησαν 56.200 δάνεια⁸⁷.

Αν και όλοι οι οργανισμοί έχουν κοινό στόχο και όραμα δεν έχουν όλοι το ίδιο επιχειρηματικό μοντέλο, το ίδιο μέγεθος και τις ίδιες δομές. Ο κάθε οργανισμός προσαρμόζεται στις ανάγκες της κάθε κοινότητας.

Οι βασικές μορφές που συναντάται ο θεσμός των χρηματοπιστωτικών οργανισμών τοπικής κοινότητας είναι⁸⁸:

❖ **Community Development Banks**

Είναι αποταμιευτικά ιδρύματα τα οποία προσφέρουν διάφορα αποταμιευτικά και δανειακά προϊόντα. Αποτελούνται από κερδοσκοπικές τράπεζες τοπικής ανάπτυξης και μη κερδοσκοπικούς πιστωτικούς συνεταιρισμούς και εποπτεύονται από τα ίδια εποπτικά όργανα που εποπτεύουν τις εμπορικές τράπεζες και τους πιστωτικούς συνεταιρισμούς.

❖ **Community Development Loan Funds**

Είναι κεφάλαια για δανειακά προϊόντα που χειρίζονται μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί, οι οποίοι δεν εποπτεύονται από κάποιον φορέα και προσφέρουν διάφορα δανειακά προϊόντα τόσο σε ιδιώτες, κυρίως στεγαστικά δάνεια, όσο και σε μικρές επιχειρήσεις, καθώς επίσης χρηματοδοτούν τη δημιουργία υποδομών και εγκαταστάσεων της τοπικής κοινωνίας.

❖ **Community Development Venture Capital Funds**

Είναι κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου τα οποία χειρίζονται είτε κερδοσκοπικοί, είτε μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί που επενδύουν με μορφή επένδυσης ιδίων κεφαλαίων σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις της τοπικής κοινότητας.

❖ **Community Development Credit Unions**

Είναι μη κερδοσκοπικοί πιστωτικοί συνεταιρισμοί οι οποίοι λειτουργούν ως διαμεσολαβητές της τοπικής ανάπτυξης διευκολύνοντας την εφαρμογή αναπτυξιακών δραστηριοτήτων ανάμεσα σε μεγάλους επενδυτές και σε έναν συγκεκριμένο πληθυσμό της τοπικής κοινότητας.

4.8 Ανακεφαλαίωση

Έχουν αναπτυχθεί, συνεπώς, πολλές νέες εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης νέων ή μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Μορφές οι οποίες εξυπηρετούν από απλούς ανθρώπους με

⁸⁷ <http://responsiblefinance.org.uk/responsible-finance-providers/lending-statistics/>

⁸⁸ <http://ofn.org/what-cdfi>

χαμηλό εισόδημα αλλά μια καλή επιχειρηματική ιδέα μέχρι και υφιστάμενες εδραιωμένες επιχειρήσεις. Είναι κατάλληλες για επιχειρήσεις ή νέες επιχειρηματικές ιδέες που αναζητούν χρηματοδότηση μικρών κεφαλαίων. Μπορεί εύκολα να βρει κάποιος πληροφορίες για τη δράση τους, τι προϋποθέσεις απαιτούν και κάνει αίτηση για χρηματοδότηση. Οι περισσότερες μορφές λειτουργούν με σκοπό να βοηθήσουν την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και των επιχειρήσεων και όχι τόσο για τα οφέλη των μετόχων τους, έτσι είναι προσανατολισμένες να βελτιώσουν τη πρόσβαση των μικρών επιχειρήσεων στη χρηματοδότηση. Έχουν εύκολες και γρήγορες διαδικασίες που τους επιτρέπουν να ανταποκρίνονται άμεσα στις ανάγκες των επιχειρήσεων.

Είναι ειδικά σχεδιασμένες για εκείνο το πλήθος των επιχειρήσεων που δεν μπορεί να διεκδικήσει χρηματοδότηση από τις άλλες πηγές άντλησης κεφαλαίων, δεν απαιτούν εγγυήσεις ή άλλα κριτήρια που θα δυσκολευτούν να τηρήσουν οι μικροεπιχειρήσεις. Δίνουν τη δυνατότητα και σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε απομακρυσμένες περιοχές να χρηματοδοτήσουν τις ανάγκες τους, όπως είναι οι πιστωτικές ενώσεις, οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί τοπικής ανάπτυξης ή η μορφή των μικροπιστώσεων. Άλλες μορφές, όπως το crowdfunding ή η μέθοδος peer to peer lending είναι προσβάσιμες σε οποιονδήποτε κάνει χρήση του διαδικτύου και μπορεί εύκολα να κάνει αίτηση για χρηματοδότηση. Ενώ η χρηματοδότηση μέσω της EN.A αποτελεί μια μορφή που εκτός από χρηματοδότηση θα προσδώσει κύρος και περαιτέρω αξία στην επιχείρηση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΜΕΛΕΤΗ

5.1 Εισαγωγή

Στο κεφάλαιο αυτό ακολουθεί η εμπειρική μελέτη η οποία θα ολοκληρώσει την εργασία μας. Η εμπειρική μελέτη αποτελείται από μια δειγματοληπτική έρευνα μέσω ερωτηματολογίου το οποίο απευθύνεται στους επιχειρηματίες της κάθε επιχείρησης προκειμένου να συλλεχθούν στοιχεία σχετικά με τη συμπεριφορά των επιχειρήσεων στη χρηματοδότηση μέσω εναλλακτικών πηγών.

Με τη συγκεκριμένη έρευνα έγινε προσπάθεια να διερευνηθεί κατά πόσο οι Έλληνες επιχειρηματίες γνωρίζουν τις εναλλακτικές επιλογές χρηματοδότησης, τη χρησιμότητά τους, αν έχουν χρησιμοποιήσει κάποια εναλλακτική μορφή για τη χρηματοδότηση των αναγκών τους και πόσο πρόθυμοι είναι να αναζητήσουν χρηματοδότηση μέσω κάποιας εναλλακτικής πηγής στο μέλλον. Για το σκοπό αυτό αρχικά συλλέχθηκαν γενικές πληροφορίες για τις συμμετέχουσες στην έρευνα επιχειρήσεις όπως, η μορφή της επιχείρησης και ο κύκλος εργασιών τους και στη συνέχεια συλλέχθηκαν πληροφορίες σχετικά με τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων.

Συνεπώς, στο κεφάλαιο αυτό θα παρουσιαστεί η μεθοδολογία της έρευνας και η διαδικασία με την οποία διεξήχθη η συλλογή των ερωτηματολογίων και στη συνέχεια θα ακολουθήσει η εμπειρική ανάλυση, όπου θα παρουσιασθούν και θα αναλυθούν οι απαντήσεις στη κάθε ερώτηση του ερωτηματολογίου.

5.2 Περιγραφή Έρευνας

Η παρούσα έρευνα πραγματοποιήθηκε με σκοπό να εξεταστεί ο χώρος της εναλλακτικής χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα. Αν οι επιχειρηματίες είναι ενήμεροι για τους τρόπους εναλλακτικής χρηματοδότησης που υπάρχουν, αν έχουν χρησιμοποιήσει κάποια μορφή εναλλακτικής χρηματοδότησης ή σκέφτονται στο μέλλον να αναζητήσουν χρηματοδότηση μέσω των εναλλακτικών πηγών.

Η έρευνα πραγματοποιήθηκε μέσω της συλλογής και ανάλυσης ποσοτικών στοιχείων. Για τη συλλογή των στοιχείων χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος του ερωτηματολογίου (βλ. Παράρτημα), καθώς η μέθοδος αυτή είναι γρήγορη, ευέλικτη και φιλική προς τους συμμετέχοντες της έρευνας. Η διεξαγωγή της έρευνας έγινε το διάστημα Σεπτέμβριος 2015 – Φεβρουάριος 2016 και η διάδοση του ερωτηματολογίου έγινε μέσω αποστολής του σχετικού link στα email των ερωτηθέντων (ιδιοκτήτες και διευθυντές επιχειρήσεων), μέσω κοινοποίησης του link σε ομάδες επιχειρηματικότητας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπως το Facebook και διάφορα σχετικά forums, και μέσω εκτυπωμένης μορφής χέρι με χέρι σε διάφορες μικρές επιχειρήσεις της Αττικής που δέχτηκαν να συμμετάσχουν στην έρευνα⁸⁹. Το ερωτηματολόγιο περιλαμβάνει 15 ερωτήσεις μορφής κλειστού τύπου, πολλαπλής επιλογής και διαβαθμισμένης κλίμακας και είναι χωρισμένο σε 2 ενότητες. Η πρώτη ενότητα περιλαμβάνει ερωτήσεις για τη συλλογή στοιχείων της επιχείρησης, όπως η νομική μορφή της επιχείρησης, ο αριθμός των υπαλλήλων της, ο ετήσιος κύκλος εργασιών (κατά το έτος 2014), ο κλάδος δραστηριοποίησης και τα έτη λειτουργίας της. Στη δεύτερη ενότητα χρησιμοποιήθηκαν ερωτήσεις για τη συλλογή πληροφοριών σχετικά με τη χρηματοδότηση της επιχείρησης, όπως αν η επιχείρηση έχει αναζητήσει χρηματοδότηση τα τελευταία χρόνια (2007 και μετά), για ποιο σκοπό αναζήτησε και σε ποια πηγή χρηματοδότησης απευθύνθηκε, αν γνωρίζει τις εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης που μελετά και η συγκεκριμένη εργασία, αν έχει κάνει χρήση κάποιας μορφής και αν στο μέλλον θα απευθυνόταν για χρηματοδότηση σε κάποια εναλλακτική μορφή και σε ποια, καθώς και αν είναι ευχαριστημένοι από τις επιλογές χρηματοδότησης που υπάρχουν στην Ελλάδα.

Η μέθοδος δειγματοληψίας που χρησιμοποιήθηκε στη συγκεκριμένη έρευνα ήταν η μέθοδος της απλής τυχαίας δειγματοληψίας. Οι απαντήσεις ήταν στο σύνολο 54, αλλά οι 4 αποκλείστηκαν από την ανάλυση των στοιχείων της έρευνας διότι οι συμμετέχοντες δεν είχαν απαντήσει σε αρκετές σημαντικές ερωτήσεις του ερωτηματολογίου, έτσι το τελικό δείγμα της έρευνας αποτελείται από 50 μικρομεσαίες επιχειρήσεις που εδρεύουν στον ελλαδικό χώρο. Η ανάλυση των στοιχείων έγινε μέσω του στατιστικού προγράμματος ανάλυσης δεδομένων SPSS 20 (Statistical Package for Social Sciences), το οποίο είναι ένα από τα πιο δημοφιλή και εύχρηστα στατιστικά πακέτα για ανάλυση ποσοτικών ερευνών.

⁸⁹ Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήθηκε βρίσκεται στην παρακάτω ηλεκτρονική διεύθυνση: https://docs.google.com/forms/d/1T5klf2h9nNbrqVclbellnmgCsZJZBOUDNFLRH8M4dK4/viewform?usp=sent_form

Πριν την ανάλυση των δεδομένων μας θα εξετάσουμε την κανονικότητα και την αντιπροσωπευτικότητα του τελικού δείγματος.

❖ Έλεγχος Κανονικότητας τελικού δείγματος

Για τον έλεγχο της κανονικότητας του δείγματος επιλέξαμε το τέστ κανονικότητας των Kolmogorov-Smirnov και ο έλεγχος έγινε βάση της μεταβλητής που αφορά τον κλάδο δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων. Οι υποθέσεις μας βασίζονται σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% και διάστημα εμπιστοσύνης 95% και είναι:

- Μηδενική υπόθεση: Η κατανομή των δεδομένων δεν διαφέρει από την κανονική κατανομή
- Εναλλακτική υπόθεση: Η κατανομή των δεδομένων διαφέρει από την κανονική κατανομή

Αποτελέσματα ελέγχου:

		Σε ποιο κλάδο δραστηριοποιείται η επιχείρηση;
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	7,5800
	Std. Deviation	5,09538
	Absolute	,187
Most Extreme Differences	Positive	,187
	Negative	-,147
Kolmogorov-Smirnov Z		1,323
Asymp. Sig. (2-tailed)		,060

Το τέστ έδειξε ότι για τη μεταβλητή μας η p-value ισούται με 0,06 που σημαίνει ότι τα παρατηρηθέντα επίπεδα στατιστικής σημαντικότητας είναι μεγαλύτερα του 0,05 και άρα η πρώτη υπόθεση για τη κανονικότητα του κλάδου των επιχειρήσεων δεν απορρίπτεται σε επίπεδο σημαντικότητας. Συνεπώς, το δείγμα μας ακολουθεί την κανονική κατανομή.

❖ Έλεγχος Αντιπροσωπευτικότητας τελικού δείγματος

Για το αν το δείγμα μας είναι αντιπροσωπευτικό ή όχι επιλέχθηκε ο στατιστικός έλεγχος Χ-τετράγωνο (Chi-square, goodness-of-fit) και ο έλεγχος έγινε βάση του κριτηρίου της νομικής μορφής των επιχειρήσεων. Οι υποθέσεις μας σε επίπεδο στατιστικής σημαντικότητας 5% και διάστημα εμπιστοσύνης 95% είναι:

- Μηδενική υπόθεση: Δεν υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές ανάμεσα στη νομική μορφή των επιχειρήσεων του δείγματος και του πληθυσμού

- Εναλλακτική υπόθεση: Υπάρχουν στατιστικά σημαντικές διαφορές ανάμεσα στη νομική μορφή των επιχειρήσεων του δείγματος και του πληθυσμού

Αποτελέσματα ελέγχου:

Ποια είναι η νομική μορφή της επιχείρησης;

	Observed N	Expected N	Residual
Ατομική Επιχείριση	16	8,3	7,7
OE	9	8,3	,7
EE	4	8,3	-4,3
AE	8	8,3	-,3
ΕΠΕ	6	8,3	-2,3
IKE	7	8,3	-1,3
Total	50		

Test Statistics

	Ποια είναι η νομική μορφή της επιχείρησης;
Chi-Square	10,240 ^a
Df	5
Asymp. Sig.	,069

a. 0 cells (0,0%) have expected frequencies less than 5. The minimum expected cell frequency is 8,3.

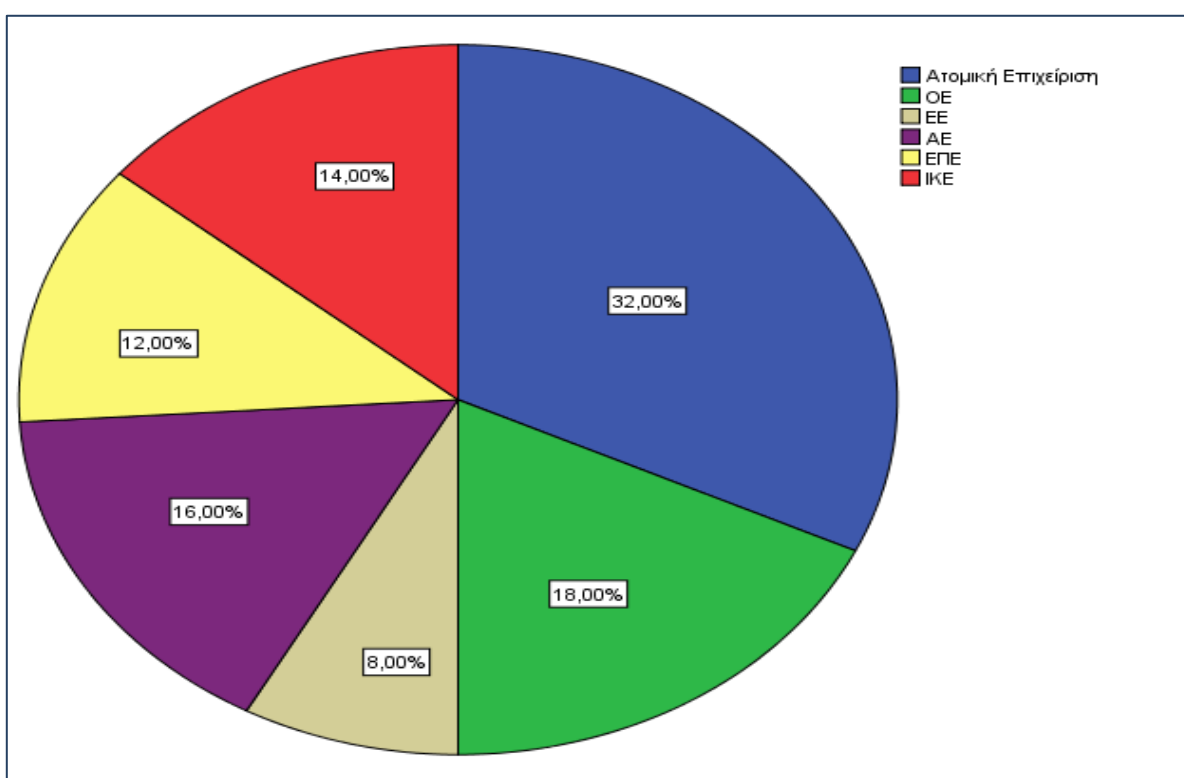
Τα αποτελέσματα του ελέγχου δείχνουν ότι δεν μπορεί να απορριφθεί η μηδενική υπόθεση, καθώς η πιθανότητα p-value είναι 0,069 και είναι μεγαλύτερη από 0,05. Άρα, η νομική μορφή των επιχειρήσεων είναι στατιστικά μη διαφορετική από την αντίστοιχη των επιχειρήσεων του πληθυσμού και άρα το δείγμα μας είναι αντιπροσωπευτικό του πληθυσμού. Αυτό σημαίνει ότι τα αποτελέσματα της έρευνας από το δείγμα μας μπορούν να γενικευτούν και για το σύνολο του πληθυσμού.

5.3 Εμπειρική Ανάλυση

Στο συγκεκριμένο τμήμα της στατιστικής ανάλυσης θα παρουσιάσουμε και θα αναλύσουμε τα αποτελέσματα της έρευνάς μας με τη χρήση διαγραμμάτων για τη κάθε ερώτηση.

5.3.1 Ανάλυση Στοιχείων Επιχειρήσεων

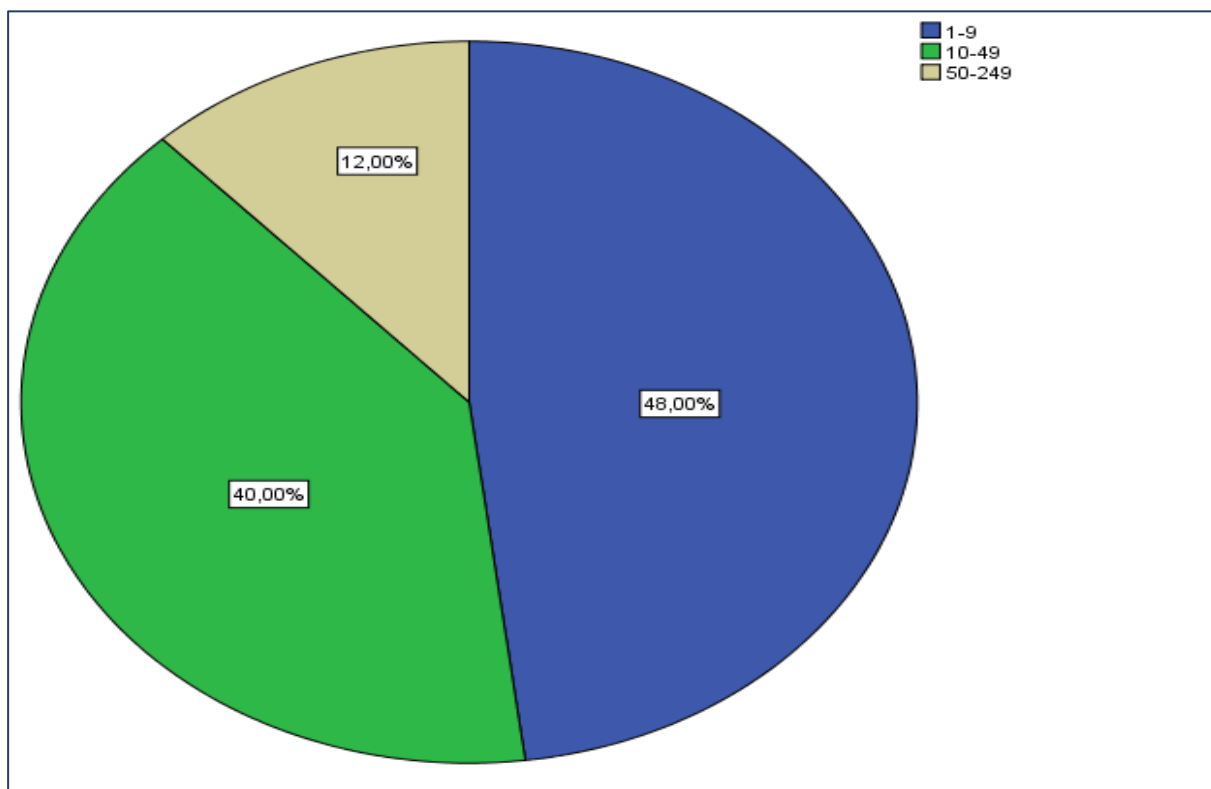
Παρακάτω παρουσιάζονται οι γενικές πληροφορίες των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα. Όπως βλέπουμε από το Διάγραμμα 5.1 το 32% των επιχειρήσεων του δείγματος είναι ατομικές επιχειρήσεις, το 18% είναι ΟΕ, το 16% είναι ΑΕ, το 14% είναι ΙΚΕ, το 12% είναι ΕΠΕ και μόλις το 8% είναι ΕΕ. Οι περισσότερες επιχειρήσεις του δείγματος, δηλαδή, είναι ατομικές και ομόρρυθμες επιχειρήσεις.



Διάγραμμα 5.1
Νομική μορφή επιχειρήσεων

Αναφορικά με τον αριθμό των εργαζομένων που απασχολούν οι επιχειρήσεις του δείγματος βλέπουμε από το παρακάτω διάγραμμα ότι το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων αποτελεί η κατηγορία που απασχολεί από 1 έως 9 υπαλλήλους με ποσοστό 48%, η δεύτερη κατηγορία είναι οι επιχειρήσεις με εργαζόμενους από 10 έως 49 άτομα και μόνο το 12% απασχολεί από 50 έως 249 εργαζομένους. Παρατηρούμε, δηλαδή, ότι το μεγαλύτερο μέρος των επιχειρήσεων του δείγματος είναι πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις, οι οποίες

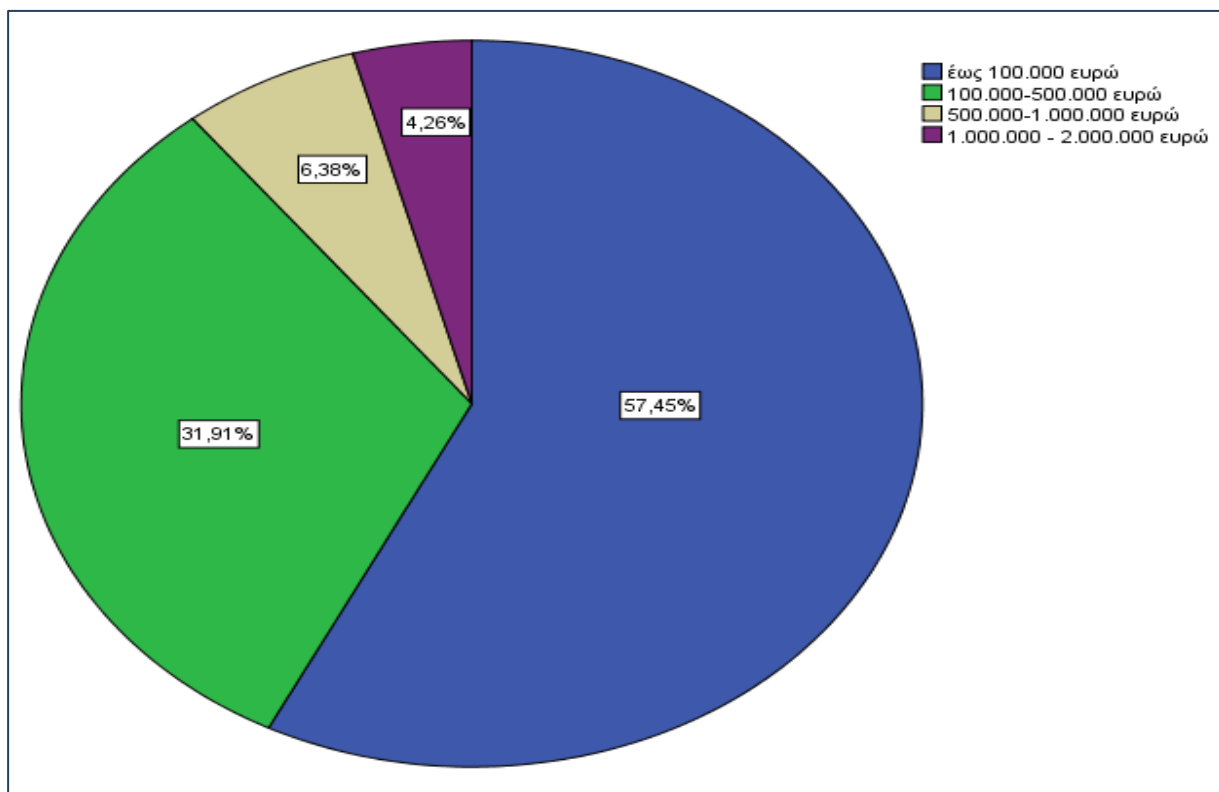
αποτελούν και το μεγαλύτερο ποσοστό του συνόλου των ελληνικών επιχειρήσεων, όπως έχουμε αναφέρει ήδη παραπάνω.



Διάγραμμα 5.2

Αριθμός απασχολουμένων στις επιχειρήσεις

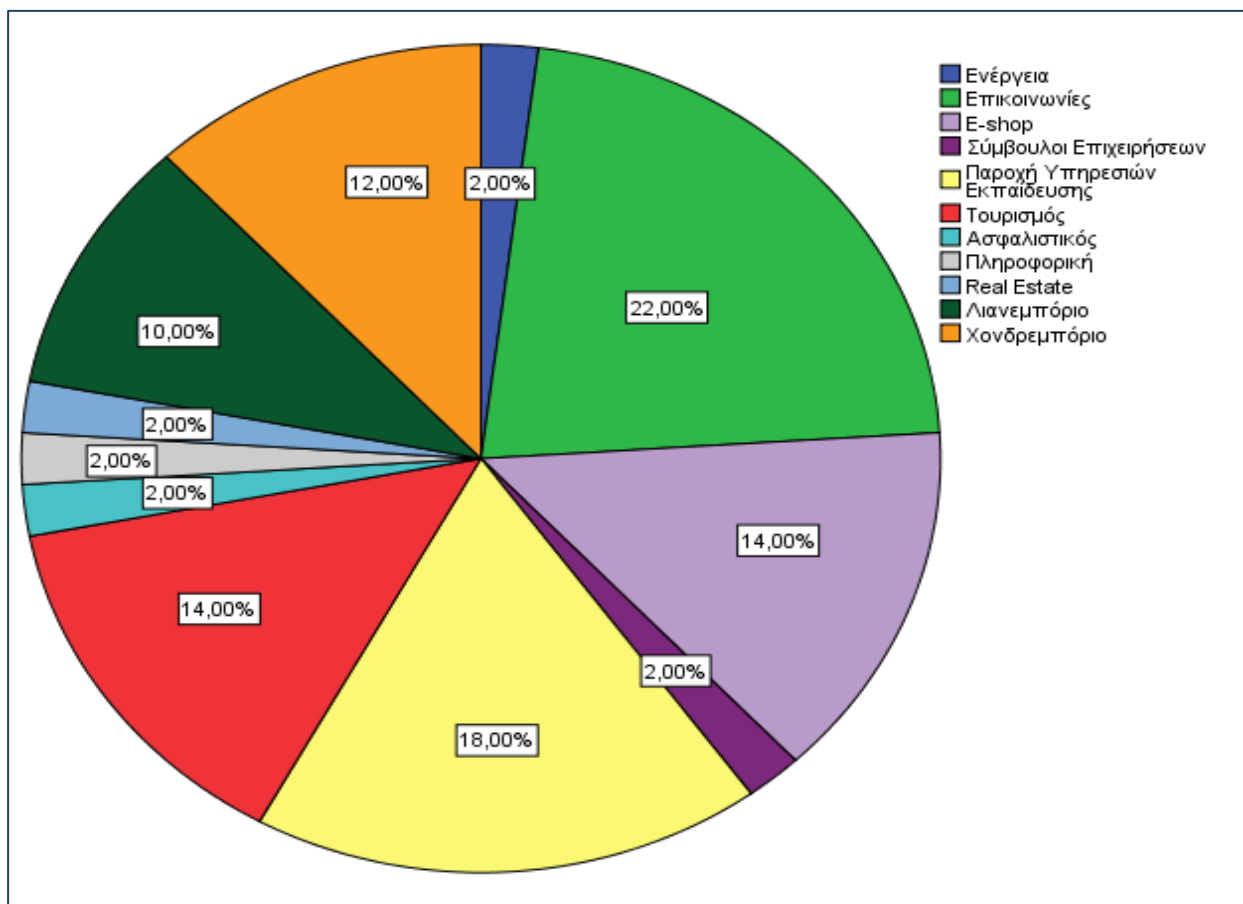
Ένα στοιχείο το οποίο είναι αρκετά σημαντικό για την οικονομική κατάσταση μιας επιχείρησης είναι ο ετήσιος κύκλος εργασιών της. Ο ετήσιος κύκλος εργασιών κατά το έτος 2014 των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα φαίνεται στο Διάγραμμα 5.3, είναι σημαντικό όμως να αναφέρουμε ότι 3 επιχειρήσεις δεν έδωσαν στοιχεία για το ετήσιο τζίρο τους και τα ποσοστά είναι υπολογισμένα με βάση τον αριθμό των υπόλοιπων 47 επιχειρήσεων που απάντησαν. Από τις επιχειρήσεις που απάντησαν το 57,45% δηλώνει ότι έχει συνολικό ετήσιο τζίρο ίσο μέχρι και 100.000 ευρώ, το 31,91% αναφέρει ότι έχει ετήσιο τζίρο από 100.000 ευρώ ως 500.000 ευρώ, ενώ ποσοστό 6,38% αναφέρει ετήσιο τζίρο από 500.000 ευρώ έως 1.000.000 ευρώ και μόλις το 4,26% υποστηρίζει ότι οι συνολικές πωλήσεις είναι από 1.000.000 ευρώ έως 2.000.000 ευρώ.



Διάγραμμα 5.3

Ετήσιος κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων κατά το έτος 2014

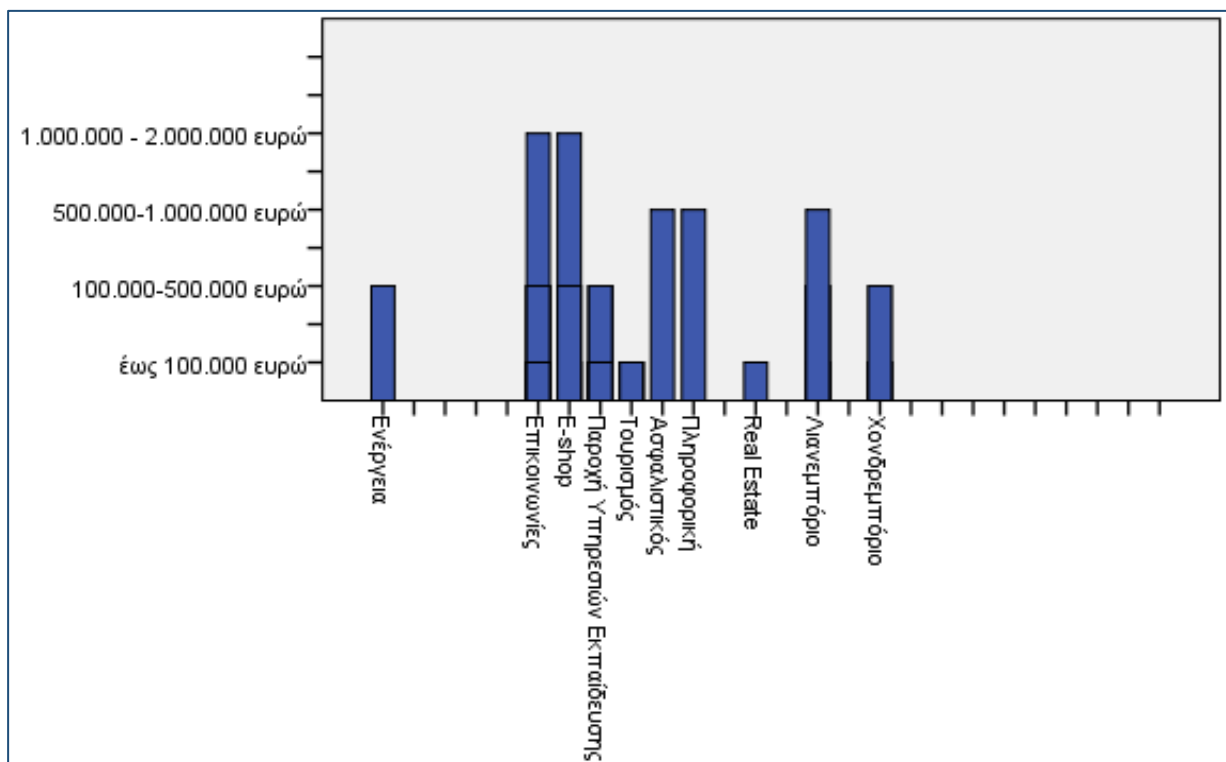
Οι επιχειρήσεις του δείγματος δραστηριοποιούνται σε διάφορους επιχειρηματικούς κλάδους. Όπως βλέπουμε από το Διάγραμμα 5.4 το 22% των συμμετεχόντων επιχειρήσεων δραστηριοποιείται στο χώρο των επικοινωνιών, το 18% στην παροχή υπηρεσιών εκπαίδευσης, το 14% στο χώρο των e-shops, ένα άλλο 14% στον τουρισμό, το 12% στο χονδρεμπόριο, το 10% στο λιανεμπόριο και οι υπόλοιπες επιχειρήσεις στο χώρο της ενέργειας, της πληροφορικής, της ασφαλιστικής, του real estate και ως σύμβουλοι επιχειρήσεων.



Διάγραμμα 5.4

Κλάδος δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων

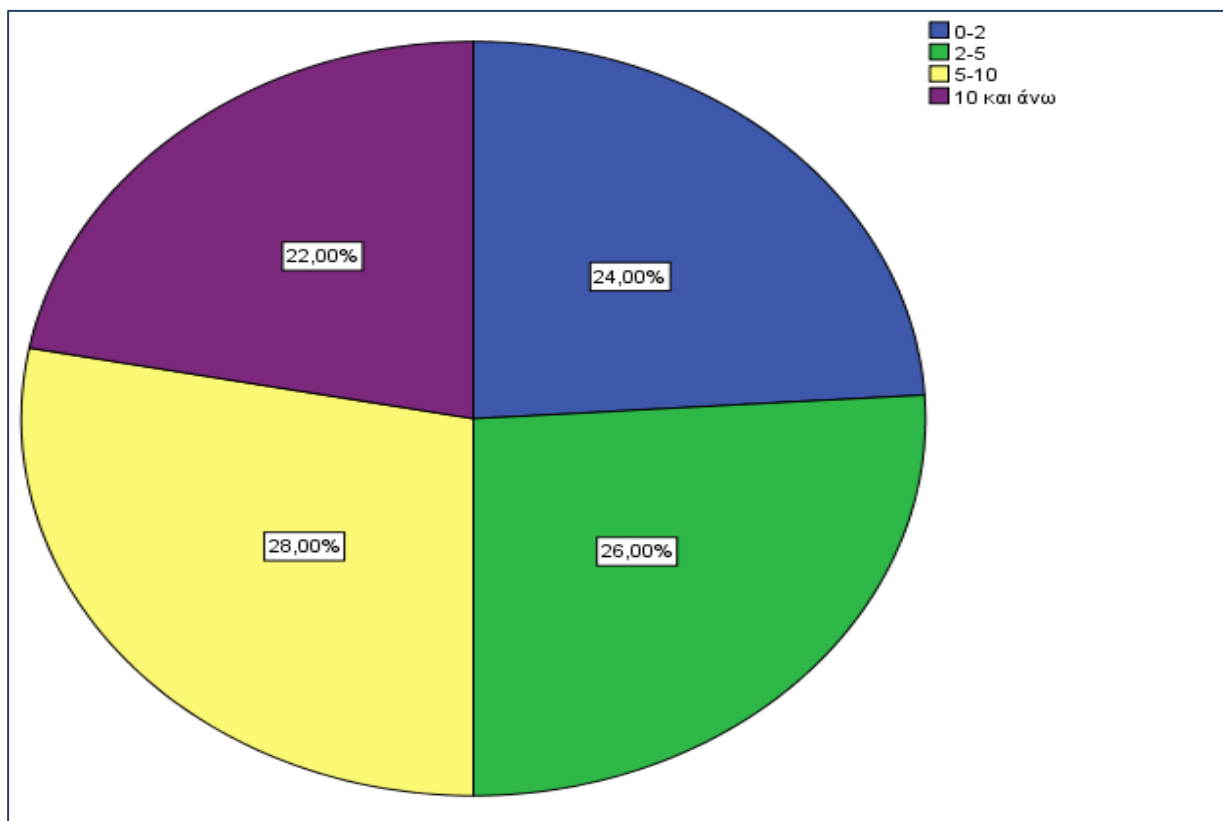
Στο παρακάτω διάγραμμα φαίνεται ο ετήσιος κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων ανά κλάδο δραστηριοποίησης και βλέπουμε ότι ο κλάδος των επικοινωνιών και των e-shops αποτελεί τον κλάδο με τις μεγαλύτερες πωλήσεις και μετά ακολουθούν οι κλάδοι της Πληροφορικής και της Ασφαλιστικής, καθώς και το Λιανεμπόριο.



Διάγραμμα 5.5

Ετήσιος κύκλος εργασιών ανά κλάδο επιχειρήσεων

Όσον αφορά τα έτη δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων, από το παρακάτω Διάγραμμα 5.6 φαίνεται ότι το 24% των εταιριών έχει δηλώσει ότι λειτουργούν από 0 ως 2 έτη, δηλαδή νεοφυείς επιχειρήσεις, το 26% από 2 ως 5 έτη, το 28% έχει δηλώσει από 5 ως 10 έτη και το 22% από 10 έτη και πάνω. Ένα θετικό συμπέρασμα από το παρακάτω διάγραμμα είναι ότι αν και σε περιόδους ύφεσης η επιχειρηματικότητα συνεχίζει να αναπτύσσεται, καθώς το 24% των επιχειρήσεων του δείγματος είναι νεοφυείς επιχειρήσεις.

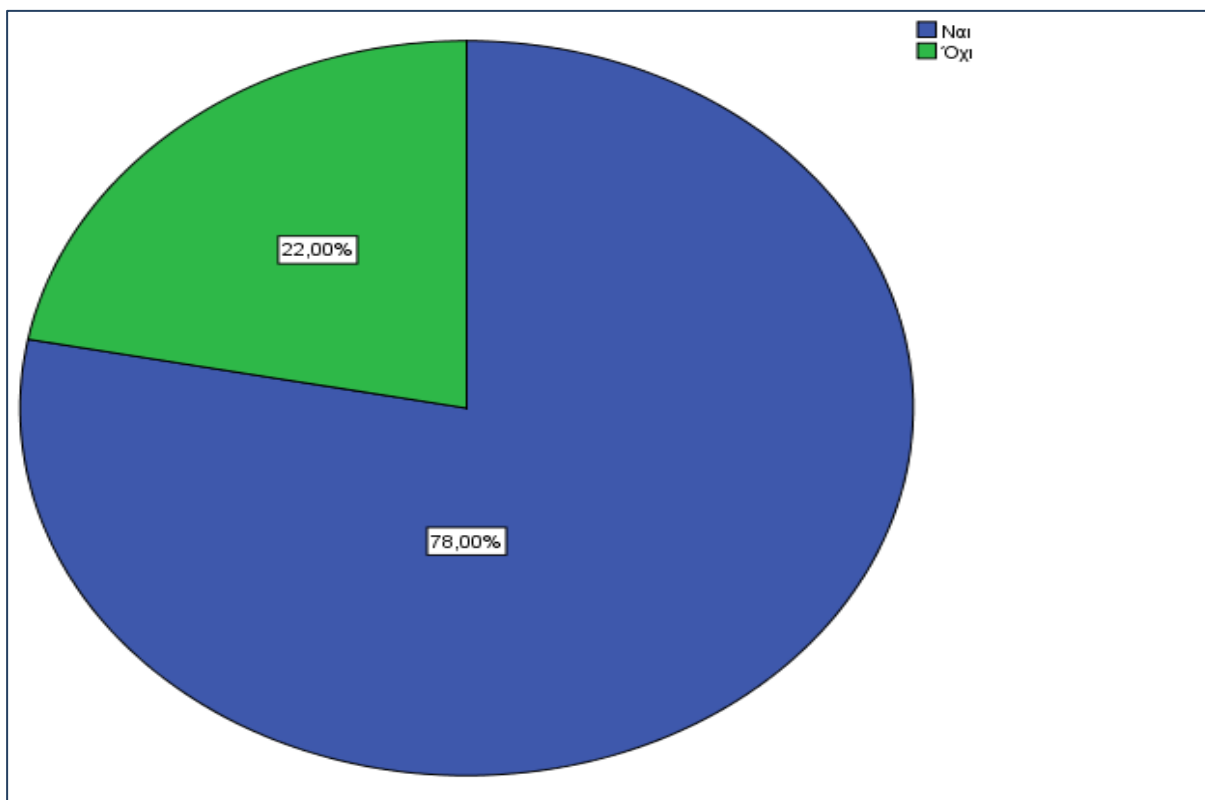


Διάγραμμα 5.6
Έτη λειτουργίας επιχειρήσεων

5.3.2 Ανάλυση Πληροφοριών Χρηματοδότησης

Παρακάτω ακολουθεί η ανάλυση των στοιχείων όσον αφορά τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων της έρευνας.

Στην ερώτηση αν οι επιχειρήσεις έχουν αναζητήσει χρηματοδότηση τα τελευταία χρόνια, συγκεκριμένα από το 2007 και μετά, το 78% του δείγματος απάντησε ότι έχει αναζητήσει χρηματοδότηση ενώ το 22% όχι.



Διάγραμμα 5.7

Απαντήσεις στην ερώτηση: Έχετε αναζητήσει χρηματοδότηση τα τελευταία χρόνια (2007 και μετά);

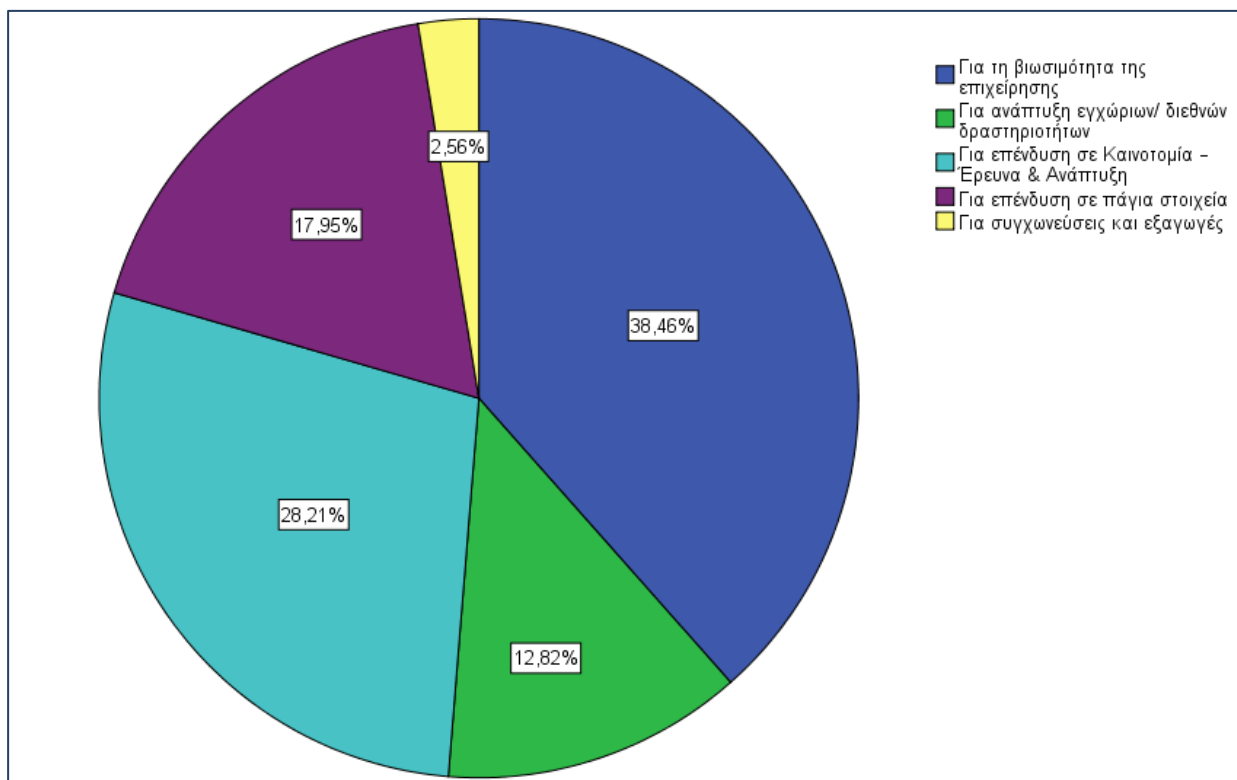
Στον παρακάτω πίνακα βλέπουμε ανά κύκλο εργασιών πόσες επιχειρήσεις αναζήτησαν χρηματοδότηση τα τελευταία χρόνια. Παρατηρούμε ότι οι επιχειρήσεις με μικρότερο κύκλο εργασιών είναι οι περισσότερες που απάντησαν θετικά στην ερώτηση, το οποίο σημαίνει ότι επιχειρήσεις με μικρό κύκλο εργασιών έχουν μεγαλύτερη ανάγκη για χρηματοδότηση.

Πίνακας 5.1

Ετήσιος κύκλος εργασιών και αναζήτηση χρηματοδότησης

	Ποιος ο ετήσιος κύκλος εργασιών της επιχείρησης κατά το έτος 2014;				Total
	έως 100.000€	100.000€- 500.000€	500.000€- 1.000.000€	1.000.000€- 2.000.000€	
Έχετε αναζητήσει χρηματοδότηση τα τελευταία χρόνια (2007 και μετά);					
Ναι	22	10	2	2	36
Όχι	5	5	1	0	11
Total	27	15	3	2	47

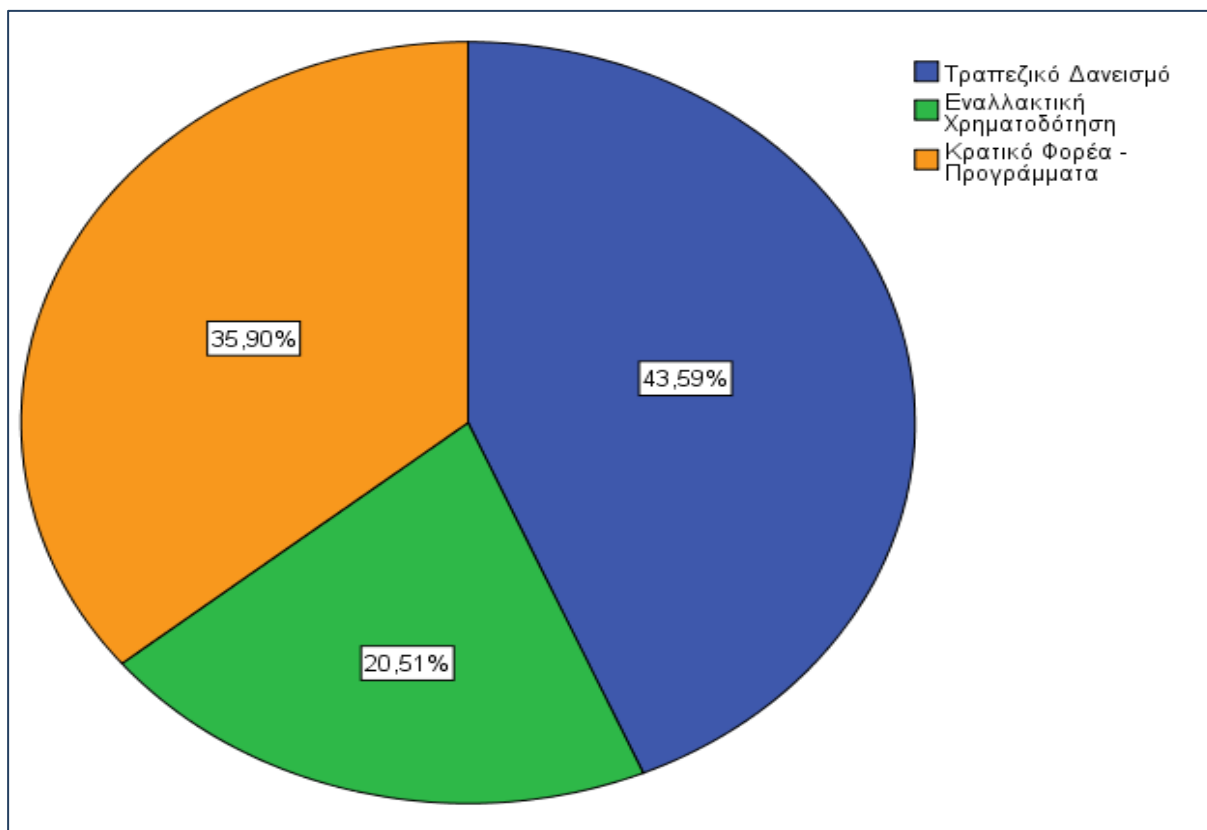
Στο παρακάτω Διάγραμμα 5.8 βλέπουμε οι 39 επιχειρήσεις που απάντησαν ότι έχουν αναζητήσει χρηματοδότηση τα τελευταία χρόνια για ποιο σκοπό αναζήτησαν. Ποσοστό 38,46% αναφέρει ότι αναζήτησε χρηματοδότηση για τη βιωσιμότητα της επιχείρησης, το 28,21% για επένδυση στην καινοτομία – έρευνα και ανάπτυξη, το 17,95% για επένδυση πάγιων περιουσιακών στοιχείων, το 12,82% για ανάπτυξη των εγχώριων και διεθνών δραστηριοτήτων της επιχείρησης και ένα 2,56% για συγχωνεύσεις και εξαγορές άλλων εταιριών στον κλάδο. Ένας κύριος λόγος λοιπόν που οι επιχειρήσεις του δείγματος αναζήτησαν χρηματοδότηση ήταν για να καλύψουν τις ανάγκες τους για τη βιωσιμότητα της επιχείρησης. Επίσης, σημαντικό είναι και το ποσοστό των επιχειρήσεων που αναζήτησαν χρηματοδότηση για να επενδύσουν στην έρευνα και ανάπτυξη, διότι αν και σε περίοδο ύφεσης της οικονομίας η εξέλιξη της τεχνολογίας και η καινοτομία αποτελούν σημαντικά στοιχεία για την πορεία μιας επιχείρησης.



Διάγραμμα 5.8

Απαντήσεις στην ερώτηση: Για ποιο σκοπό αναζητήσατε χρηματοδότηση;

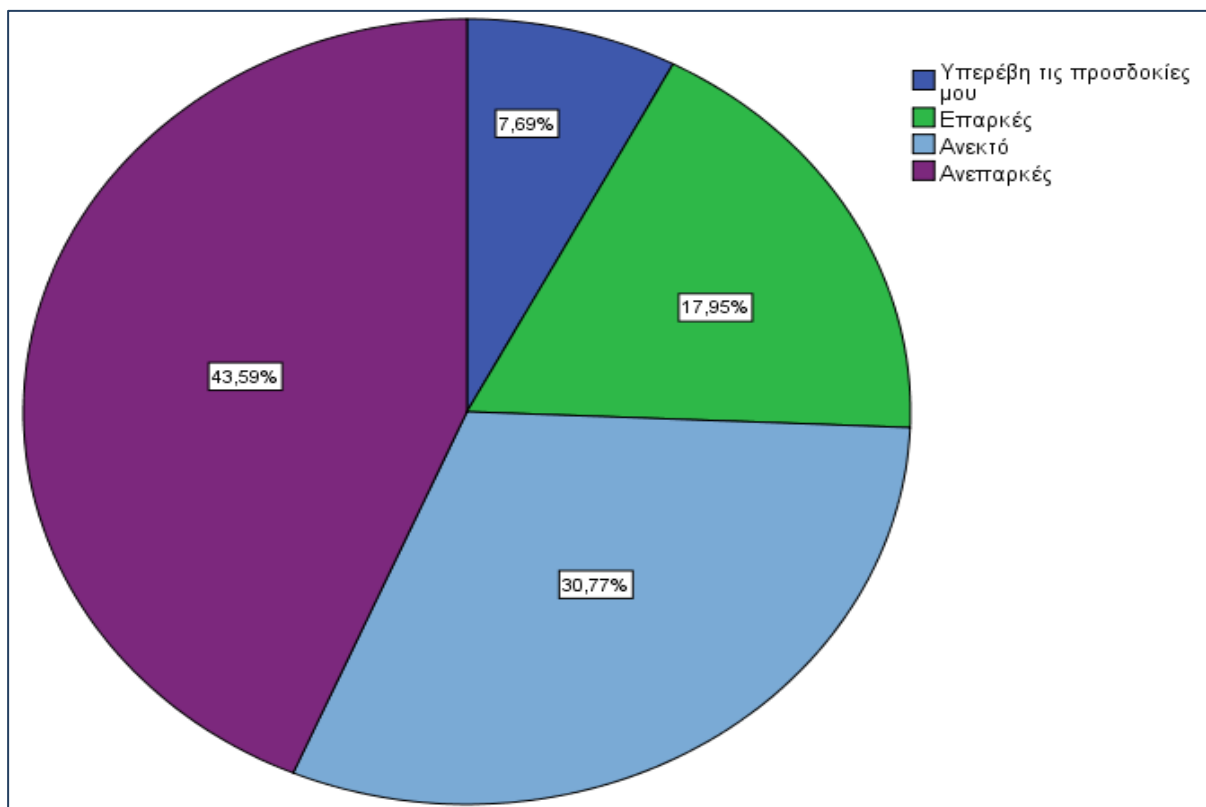
Από το παρακάτω Διάγραμμα 5.9 βλέπουμε σε ποια πηγή απευθύνθηκαν οι επιχειρήσεις του δείγματος για τη χρηματοδότηση των αναγκών τους. Το 43,59% του δείγματος απάντησε ότι έλαβε χρηματοδότηση από τον τραπεζικό τομέα, το 35,9% από Κρατικό Φορέα ή Ευρωπαϊκά Προγράμματα και το 20,51% μέσω εναλλακτικής χρηματοδότησης. Αυτό σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις του δείγματος ακόμα δεν κάνουν μεγάλη χρήση των εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης.



Διάγραμμα 5.9

Απαντήσεις στην ερώτηση: Από ποια πηγή λάβατε χρηματοδότηση;

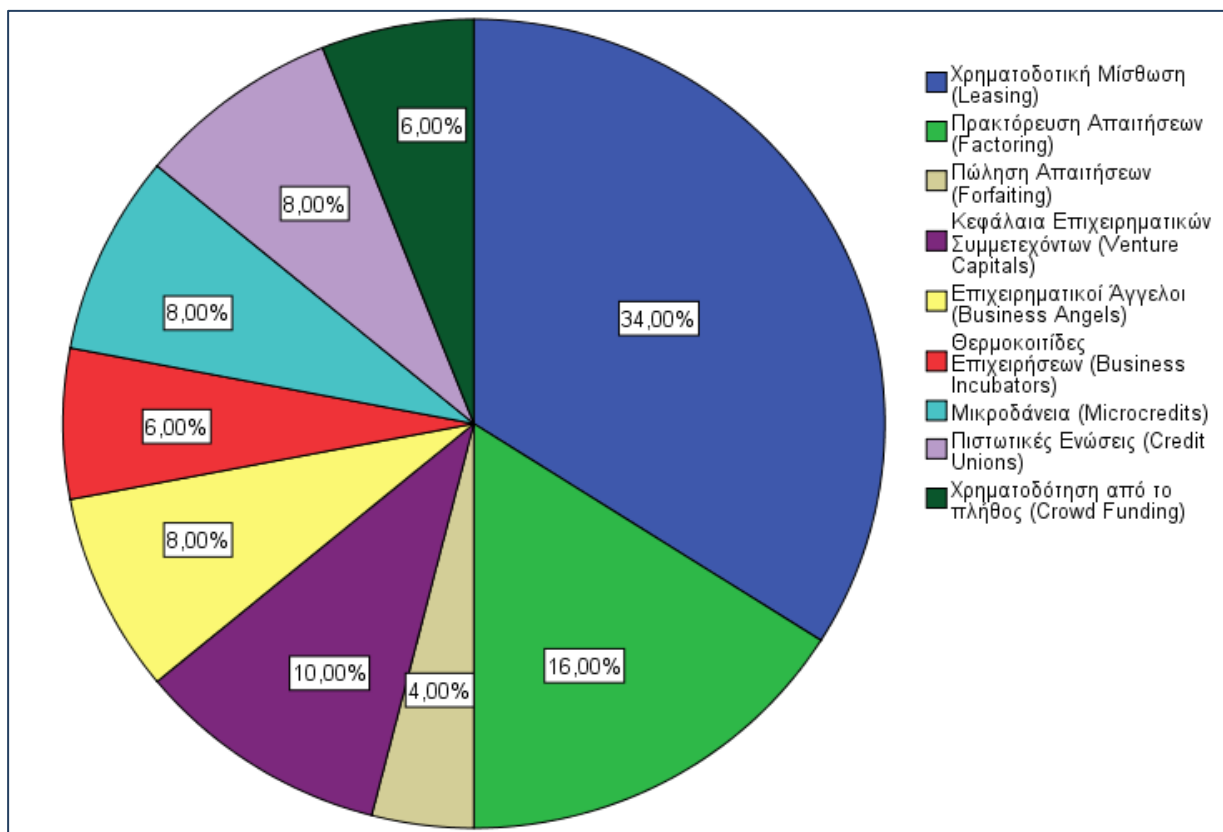
Στο Διάγραμμα 5.10 βλέπουμε τα αποτελέσματα στην ερώτηση αν το ποσό που έλαβαν οι επιχειρήσεις ήταν επαρκές για το σκοπό της χρηματοδότησης και τις ανάγκες της επιχείρησης. Το συντριπτικό ποσοστό των 43,59% έχει δηλώσει ότι το ποσό που έλαβε ήταν ανεπαρκές για τις ανάγκες τους, ένα 30,77% έχει δηλώσει ότι ήταν ανεκτό, 17,95% ότι ήταν επαρκές και μόνο το 7,69% ότι υπερέβη τις προσδοκίες τους. Εδώ φαίνεται ένα άλλο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ, ακόμα και οι επιχειρήσεις που καταφέρνουν και λαμβάνουν χρηματοδότηση το ποσό που λαμβάνουν δεν είναι ικανοποιητικό για τις ανάγκες τους και συνεπώς η χρηματοδότηση που λαμβάνουν δεν ανταποκρίνεται στις πραγματικές ανάγκες τους.



Διάγραμμα 5.10

Απαντήσεις στην ερώτηση: Ήταν επαρκές για τις ανάγκες σας το ποσό χρηματοδότησης που λάβατε;

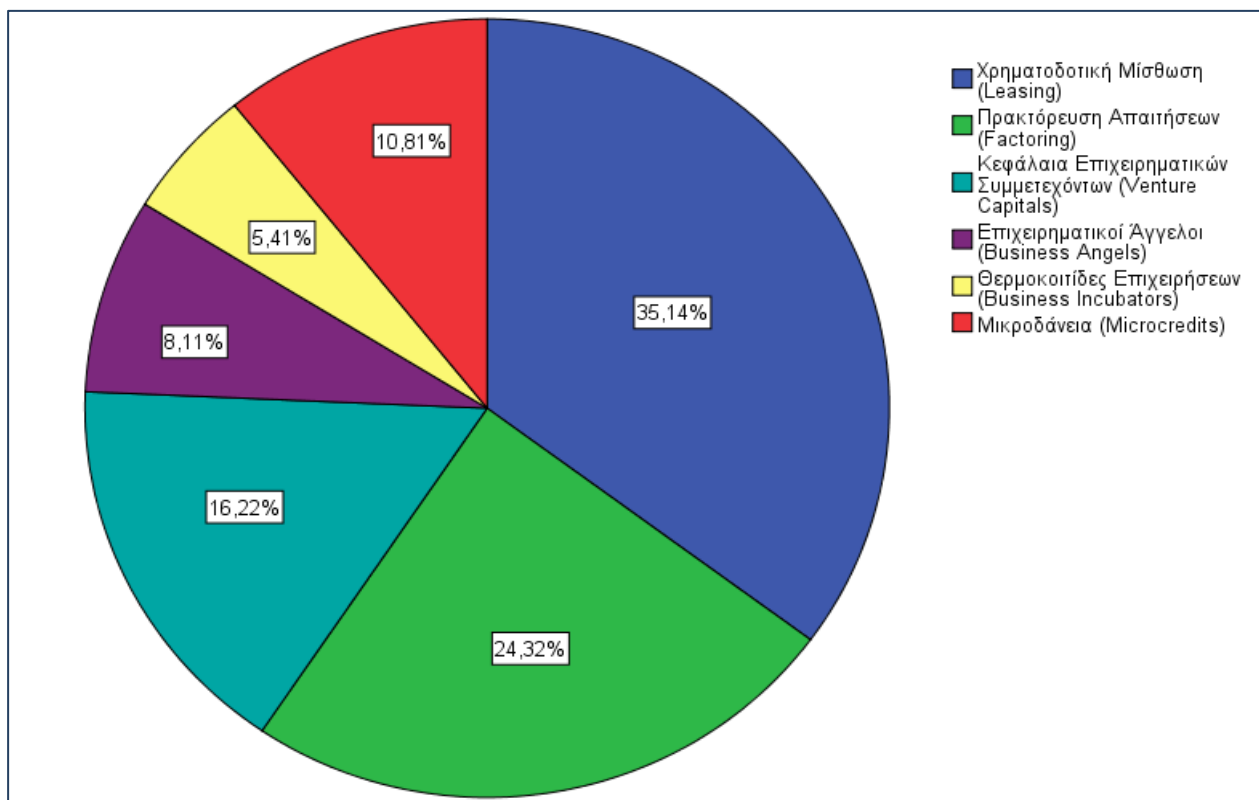
Στην ερώτηση που έγινε ποιες από τις εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης γνωρίζετε (υπήρχε λίστα με τις εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης που μελετάει η εργασία όπου μπορούσαν να επιλέξουν) τα αποτελέσματα φαίνονται στον παρακάτω πίνακα. Βλέπουμε ότι η πιο γνωστή μορφή χρηματοδότησης είναι η χρηματοδοτική μίσθωση (Leasing) καθώς αποτελεί το 34% των απαντήσεων, μετά ακολουθεί η πρακτόρευση απαιτήσεων (Factoring) με ποσοστό 16%, τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετεχόντων με 10%, μετά ακολουθούν με 8% οι επιχειρηματικοί άγγελοι, όπως και τα μικροδάνεια και οι πιστωτικές ενώσεις, η χρηματοδότηση από το πλήθος και οι θερμοκοιτίδες με 6% και με ένα 4% η πώληση απαιτήσεων (Forfaiting). Ενώ οι υπόλοιπες μορφές, όπως τα τεχνολογικά πάρκα, η Νέα Χρηματιστηριακή Αγορά, ο δανεισμός μεταξύ ιδιωτών και οι Χρηματοπιστωτικοί Οργανισμοί Τοπικής Ανάπτυξης δεν είναι γνωστές στο δείγμα των επιχειρήσεων.



Διάγραμμα 5.11

Απαντήσεις στην ερώτηση: Ποιες από τις παρακάτω εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης γνωρίζετε;

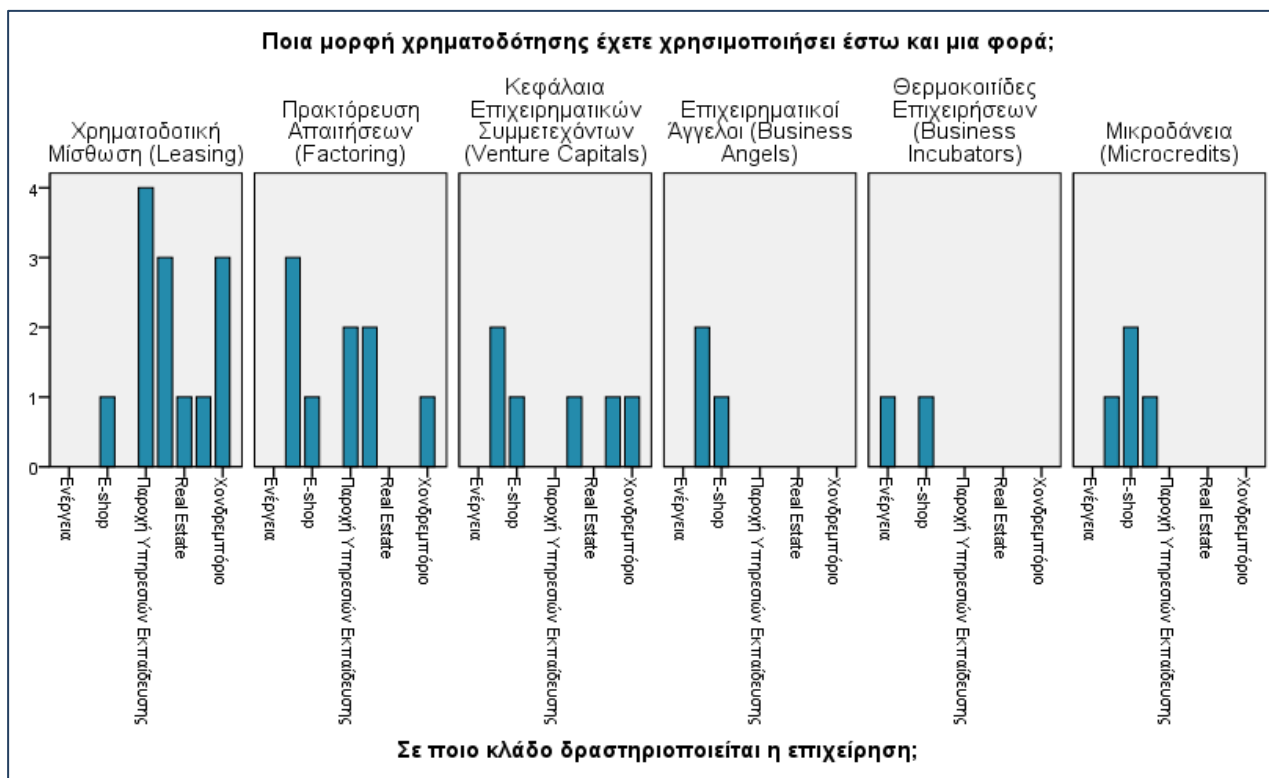
Σχετικά με την ερώτηση ποια μορφή χρηματοδότησης έχουν χρησιμοποιήσει έστω και μια φορά, απάντησαν μόνο οι 37 επιχειρήσεις του δείγματος, από τις 13 που δεν απάντησαν οι 11 ήταν οι επιχειρήσεις που δήλωσαν ότι δεν έχουν αναζητήσει χρηματοδότηση τα τελευταία χρόνια, τα αποτελέσματα φαίνονται στο παρακάτω Διάγραμμα 5.12. Το 35,14% ανέφερε ότι έχει χρησιμοποιήσει τη χρηματοδοτική μίσθωση, το 24,32% την πρακτόρευση απαιτήσεων, το 16,22% το venture capital, το 10,81% τα μικροδάνεια, το 8,11% έχει λάβει χρηματοδότηση από επιχειρηματικούς αγγέλους και το 5,41% από θερμοκοιτίδες επιχειρήσεων.



Διάγραμμα 5.12

Απαντήσεις στην ερώτηση: Ποια μορφή χρηματοδότησης έχετε χρησιμοποιήσει έστω και μια φορά;

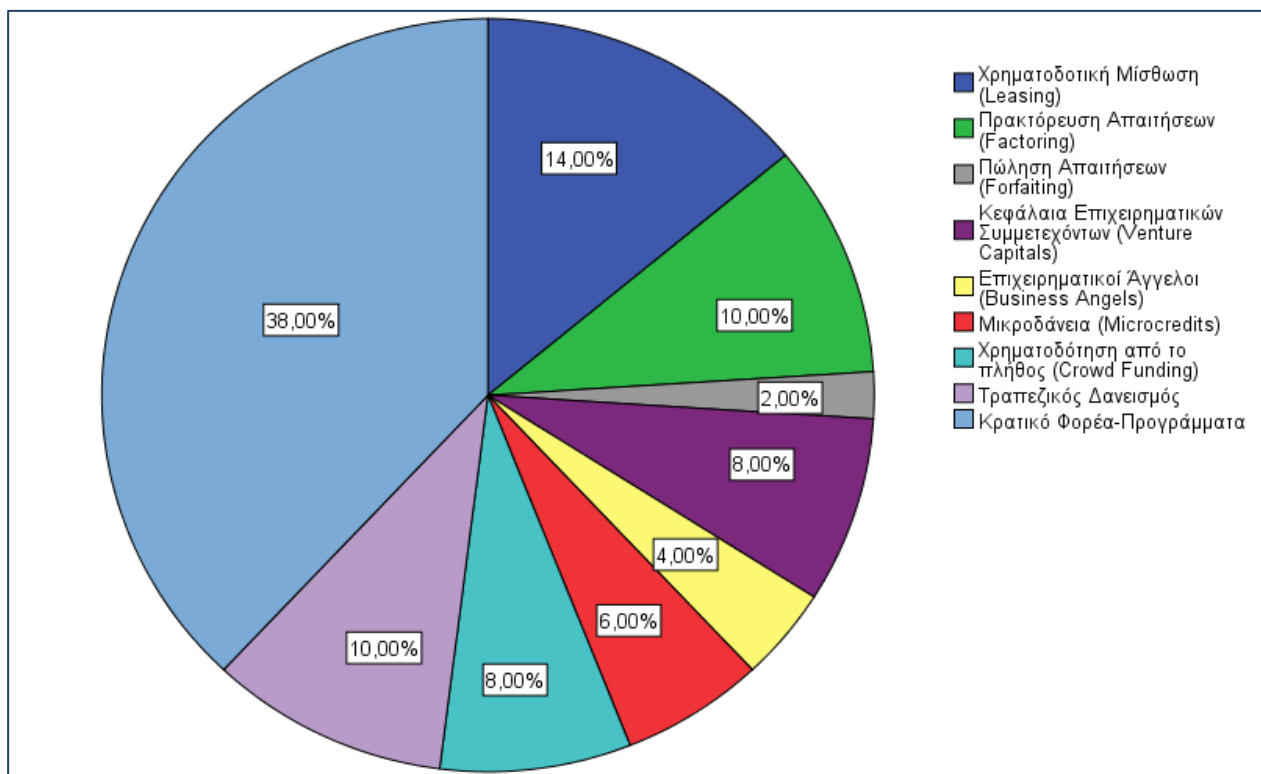
Στο παρακάτω Διάγραμμα 5.13 βλέπουμε ανα μορφή χρηματοδότησης που έχουν χρησιμοποιήσει οι επιχειρήσεις σε ποιο κλάδο δραστηριοποιούνται. Παρατηρούμε ότι τη χρηματοδοτική μίσθωση την έχουν επιλέξει κυρίως επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χονδρεμπόριο, στον τουρισμό και στη παροχή υπηρεσιών, η πρακτόρευση απαιτήσεων χρησιμοποιείται από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο της επικοινωνίας, στη παροχή υπηρεσιών και στον τουρισμό, τα επιχειρηματικά κεφάλαια από επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο της επικοινωνίας, οι επιχειρηματικοί άγγελοι από επιχειρήσεις επικοινωνίας και e-shops, οι θερμοκοιτίδες από επιχειρήσεις ενέργειας και e-shops και τα μικροδάνεια από επιχειρήσεις επικοινωνίας και e-shops.



Διάγραμμα 5.13

Κλάδος δραστηριοποίησης ανά μορφή χρηματοδότησης που έχουν χρησιμοποιήσει

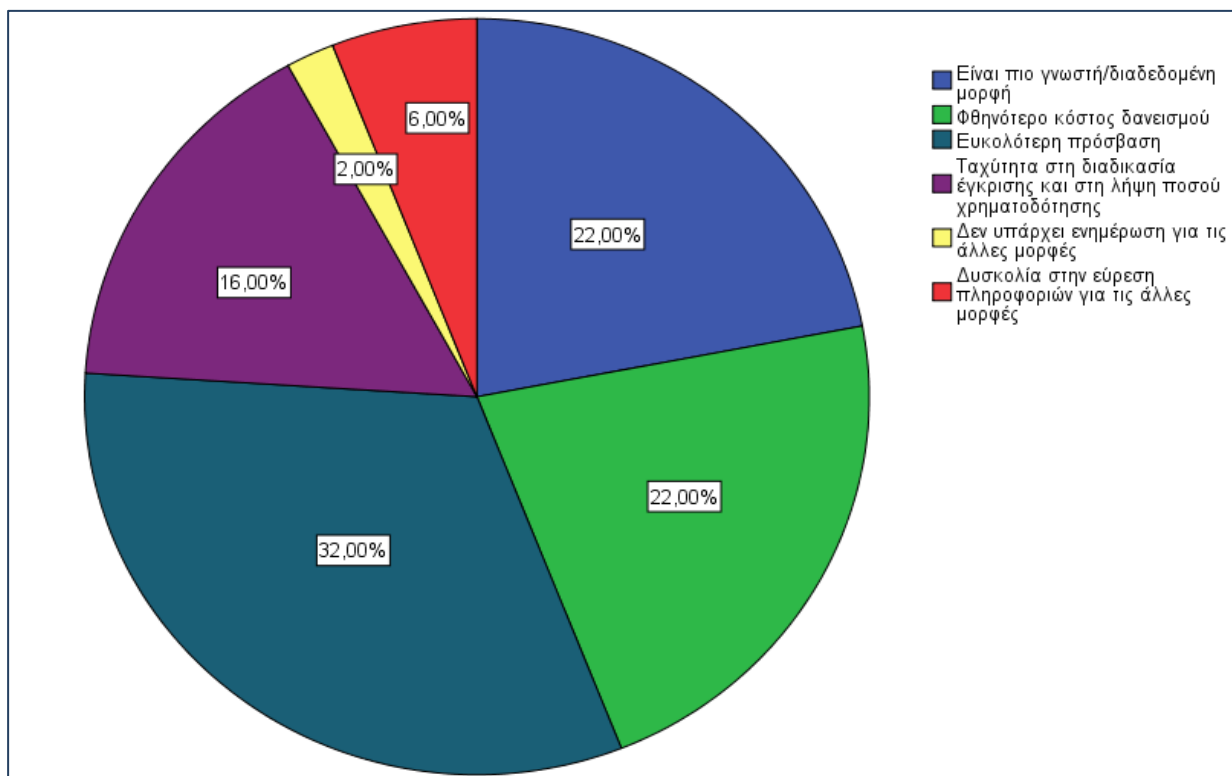
Παρακάτω στο Διάγραμμα 5.14 φαίνονται τα αποτελέσματα στην ερώτηση ποια μορφή χρηματοδότησης θα επέλεγαν οι επιχειρήσεις αν στο μέλλον προέκυπτε ανάγκη χρηματοδότησης. Όπως βλέπουμε ένα μεγάλο ποσοστό 38% του δείγματος των επιχειρήσεων έχουν απαντήσει ότι στο μέλλον θα απευθύνονταν σε κάποιον Κρατικό Φορέα ή Ευρωπαϊκό Πρόγραμμα χρηματοδότησης για τις ανάγκες τους, το 14% έχουν επιλέξει τη χρηματοδοτική μίσθωση ως ενδεχόμενη πηγή χρηματοδότησης των αναγκών τους στο μέλλον, ένα 10% θα απευθυνόταν στον παραδοσιακό τραπεζικό δανεισμό και ένα άλλο 10% στη πρακτόρευση απαιτήσεων, ένα 8% στο crowdfunding, ένα άλλο 8% στο venture capital, το 6% στη μορφή των μικροδανείων, το 4% στους επιχειρηματικούς αγγέλους και ένα 2% στη πώληση απαιτήσεων.



Διάγραμμα 5.14

Απαντήσεις στην ερώτηση: Αν στο μέλλον προέκυπτε ανάγκη (ανα)χρηματοδότησης σε ποια πηγή θα απευθυνόσασταν;

Επίσης, σχετικά με το λόγο για το οποίο θα επέλεγαν οι επιχειρήσεις τη συγκεκριμένη μορφή χρηματοδότησης, όπως φαίνεται στο Διάγραμμα 5.15, το 32% θα επέλεγε τη μορφή χρηματοδότησης που δήλωσε στη προηγούμενη ερώτηση διότι είναι η πιο γνωστή και διαδεδομένη μορφή, ένα 22% λόγω του φθηνότερου κόστους δανεισμού, ένα άλλο 22% επειδή θεωρεί τη πρόσβαση στη συγκεκριμένη μορφή ευκολότερη, ένα 16% λόγω της ταχύτητας στη διαδικασία έγκρισης και λήψης του ποσού της χρηματοδότησης, το 6% επειδή δυσκολεύεται να βρει πληροφορίες για τις άλλες μορφές και ένα 2% διότι δεν υπάρχει ενημέρωση για τις άλλες μορφές χρηματοδότησης.



Διάγραμμα 5.15

Απαντήσεις στην ερώτηση: Για ποιο λόγο θα επιλέγατε τη συγκεκριμένη μορφή χρηματοδότησης;

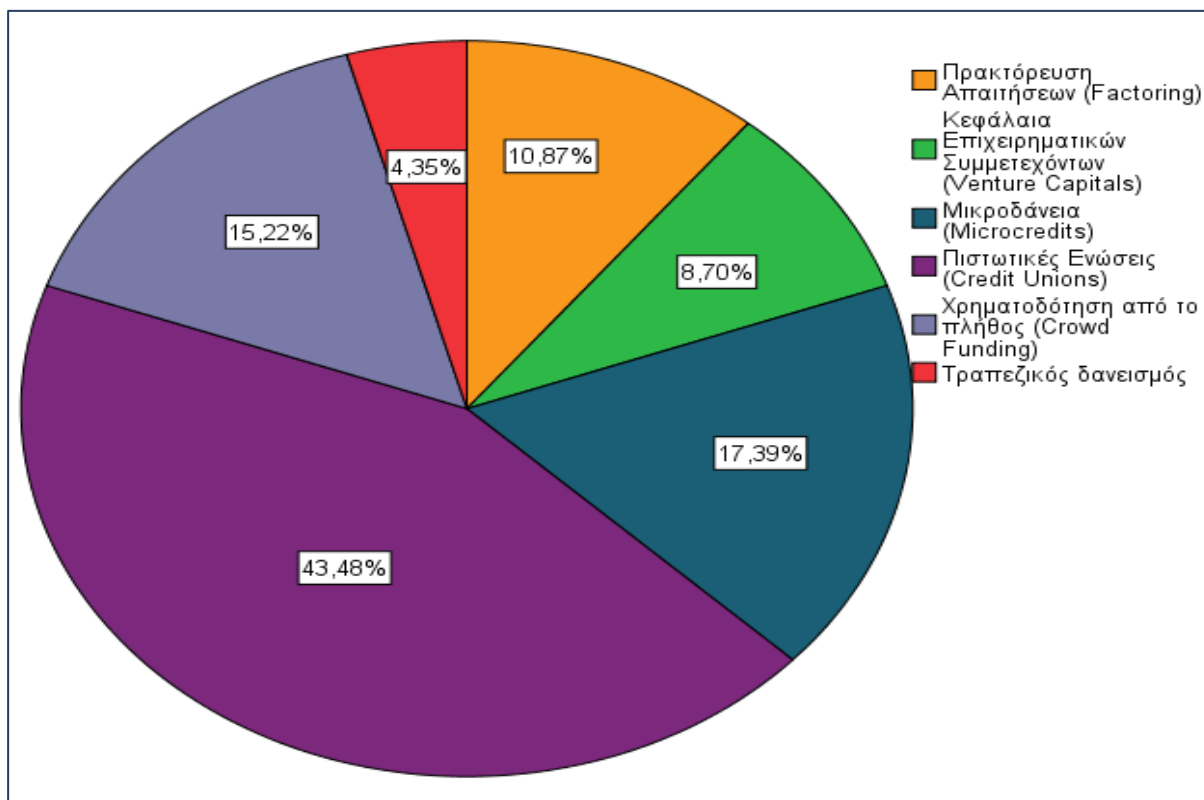
Στον παρακάτω πίνακα βλέπουμε αναλυτικά ανά μορφή χρηματοδότησης για ποιο λόγο θα επέλεγαν οι επιχειρήσεις τη συγκεκριμένη μορφή αν αναζητούσαν χρηματοδότηση στο μέλλον για τις ανάγκες τους. Παρατηρούμε ότι τη μέθοδο της χρηματοδοτικής μίσθωσης θα την επέλεγαν κυρίως επειδή είναι η πιο γνωστή και διαδεδομένη μορφή, τη πρακτόρευση απαιτήσεων, τα κεφάλαια επιχειρηματικών αγγέλων και τη χρηματοδότηση από το πλήθος λόγω της ευκολότερης πρόσβασης, τα μικροδάνεια και χρηματοδότηση μέσω κάποιου κρατικού φορέα λόγω του φθηνότερου κόστους δανεισμού, που παρουσιάζουν οι μορφές, ενώ κάποιες θα επέλεγαν και τον τραπεζικό δανεισμό επειδή δυσκολεύονται να βρουν πληροφορίες σχετικά με τη διαδικασία και την έγκριση της χρηματοδότησης για τις άλλες μορφές.

Πίνακας 5.2

Μορφή χρηματοδότησης για μελλοντική ανάγκη και λόγος επιλογής

	Για ποιο λόγο θα επέλεγα τη συγκεκριμένη μορφή χρηματοδότησης:						Total
	Είναι πιο γνωστή/διαδεδομένη μορφή	Φθηνότερο κόστος δανεισμού	Ευκολότερη πρόσβαση	Ταχύτητα στη διαδικασία έγκρισης και στη λήψης ποσού	Δεν υπάρχει ενημέρωση για τις άλλες μορφές	Δυσκολία στην εύρεση πληροφοριών για τις άλλες μορφές	
Χρηματοδοτική Μίσθωση	3	1	1	2	0	0	7
Πρακτόρευση Απαιτήσεων	0	0	3	2	0	0	5
Πώληση Απαιτήσεων	1	0	0	0	0	0	1
Κεφάλαια Επιχειρηματικών	1	0	3	0	0	0	4
Επιχειρηματικοί Άγγελοι	0	0	1	1	0	0	2
Μικροδάνεια	0	2	0	1	0	0	3
Χρηματοδότηση από το πλήθος	0	1	2	1	0	0	4
Τραπεζικός Δανεισμός	1	0	0	0	1	3	5
Κρατικό Φορέα-Προγράμματα	5	7	6	1	0	0	19

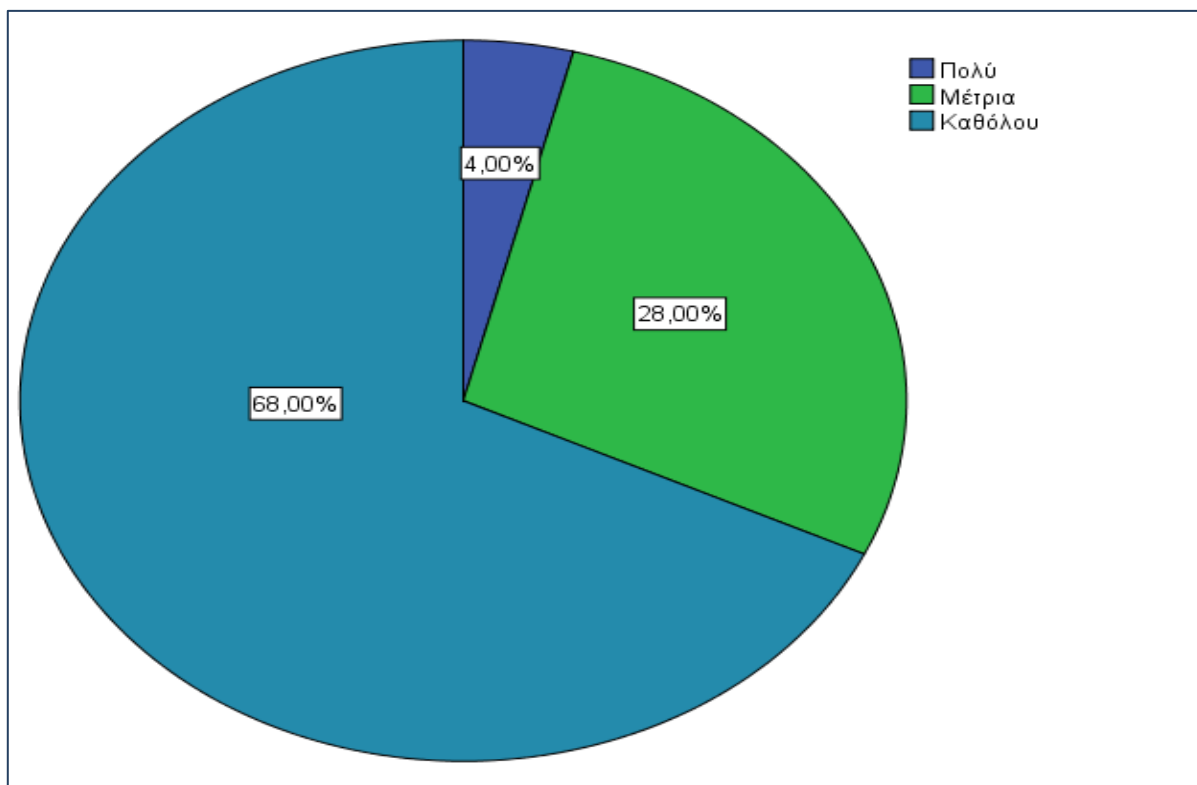
Στην ερώτηση ποια μορφή χρηματοδότησης θα επέλεγαν για τη βραχυπρόθεσμη κάλυψη των υποχρεώσεών τους απάντησαν μόνο οι 47 επιχειρήσεις και τα αποτελέσματα φαίνονται στο παρακάτω Διάγραμμα 5.16. Ένα μεγάλο ποσοστό 43,48% απάντησε ότι θα επέλεγε τις πιστωτικές ενώσεις για να αναζητήσει χρηματοδότηση για τις βραχυπρόθεσμες ανάγκες, το 17,39% θα επέλεγε τα μικροδάνεια, το 15,22% θα απευθυνόταν στη χρηματοδότηση από το πλήθος, το 10,87% στη πρακτόρευση απαιτήσεων, ένα 8,7% θα αναζητούσε χρηματοδότηση μέσω του venture capital και ένα 4,35% δήλωσε ότι θα απευθυνόταν στον τραπεζικό δανεισμό.



Διάγραμμα 5.16

Απαντήσεις στην ερώτηση: Ποια μορφή θα επιλέγατε για βραχυπρόθεσμη χρηματοδότηση των αναγκών σας;

Τέλος, στην ερώτηση εάν οι επιχειρήσεις είναι ευχαριστημένες από τις εναλλακτικές επιλογές χρηματοδότησης που υπάρχουν στην Ελλάδα, το συντριπτικό ποσοστό των 68% απάντησε ότι δεν είναι καθόλου ευχαριστημένο, το 28% υποστηρίζει ότι είναι μέτρια ευχαριστημένο και μόνο το 4% αναφέρει ότι είναι πολύ ευχαριστημένο. Εδώ φαίνεται το πρόβλημα που υπάρχει στη χρηματοδότηση των ΜΜΕ, καθώς οι επιχειρήσεις δεν είναι ευχαριστημένες από τις επιλογές χρηματοδότησης που υπάρχουν στην Ελλάδα, αυτό μπορεί να οφείλεται στο ότι οι μορφές που υπάρχουν δεν ανταποκρίνονται στις πραγματικές ανάγκες των επιχειρήσεων, κάποιες από τις μορφές χρηματοδότησης δεν έχουν αναπτυχθεί σε ικανοποιητικό βαθμό για τα ελληνικά δεδομένα ή επειδή δεν υπάρχουν πολλοί φορείς που προσφέρουν την κάθε μορφή χρηματοδότησης ώστε να εξυπηρετηθεί όλη η ζήτηση για χρηματοδότηση από τις ΜΜΕ.



Διάγραμμα 5.17

Απαντήσεις στην ερώτηση: Είστε ευχαριστημένος από τις εναλλακτικές επιλογές χρηματοδότησης που υπάρχουν στην Ελλάδα;

5.4 Συμπεράσματα

Όπως είδαμε και παραπάνω από την εμπειρική ανάλυση του ερωτηματολογίου, οι περισσότερες επιχειρήσεις του δείγματός μας είναι ατομικές επιχειρήσεις και απασχολούν από 1-9 υπαλλήλους, ανήκουν δηλαδή στη κατηγορία των πολύ μικρών επιχειρήσεων, κατηγορία η οποία αποτελεί τη πλειοψηφία των ελληνικών ΜΜΕ, όπως έχουμε αναφέρει και στο πρώτο κεφάλαιο. Άλλο σημαντικό συμπέρασμα από τα αποτελέσματα του ερωτηματολογίου αφορά τα έτη δραστηριοποίησης των επιχειρήσεων που συμμετείχαν στην έρευνα, είδαμε ότι το 26% του δείγματος είναι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται από 2 – 5 χρόνια και το 24% από 0-2 χρόνια, αυτό σημαίνει ότι είναι νέες επιχειρήσεις, ότι ακόμα και σε περίοδο ύφεσης της οικονομίας και σε μια γενικότερη δύσκολη περίοδο για τον επιχειρηματικό κόσμο, υπάρχουν νέοι επιχειρηματίες που προσπαθούν να υλοποιήσουν τις

ιδέες τους, να επιτύχουν στον επιχειρηματικό κόσμο και να συμβάλουν στην ανάπτυξη της οικονομίας της κοινωνίας τους και κατ' επέκταση όλης της χώρας.

Σχετικά με το δεύτερο κομμάτι του ερωτηματολογίου, είδαμε ότι σχεδόν το 80% των επιχειρήσεων που συμμετείχαν έχουν δηλώσει πως τα τελευταία χρόνια έχουν αναζητήσει χρηματοδότηση για τις ανάγκες τους, άρα η χρηματοδότηση είναι ένα θέμα που απασχολεί το μεγαλύτερο πλήθος των επιχειρήσεων. Ο κύριος λόγος που οι επιχειρήσεις αναζήτησαν χρηματοδότηση ήταν για να χρηματοδοτήσουν τη ρευστότητά του και να καλύψουν τις ανάγκες τους για τη βιωσιμότητα και λειτουργία της επιχείρησης, ενώ ο δεύτερος λόγος ήταν προκειμένου να επενδύσουν στην έρευνα και ανάπτυξη, αυτό σημαίνει ότι πολλές επιχειρήσεις θέλουν να αναπτύξουν και να εφαρμόσουν νέες μεθόδους και να εξελίσσουν τα προϊόντα τους ή τις υπηρεσίες τους.

Όσον αφορά ποιες από τις εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης MME, που μελετά και η εργασία, γνωρίζουν οι επιχειρηματίες, είδαμε ότι η πιο γνωστή μορφή είναι η μέθοδος της χρηματοδοτικής μίσθωσης, η οποία είναι και μια από τις παλαιότερες μορφές χρηματοδότησης. Οι επιχειρηματίες γνωρίζουν και τις υπόλοιπες μορφές, έστω ονομαστικά, εκτός από τη χρηματοδότηση μέσω της Νέας Χρηματιστηριακής Αγοράς, η οποία μάλλον δεν είναι τόσο διαδεδομένη εναλλακτική πηγή άντλησης κεφαλαίων, και της χρηματοδότησης μέσω δανεισμού μεταξύ ιδιωτών και μέσω των Χρηματοπιστωτικών Οργανισμών Τοπικής Ανάπτυξης, μορφές όμως που δεν εφαρμόζονται ακόμα και δεν είναι διαδεδομένες στην Ελλάδα. Επίσης, αρκετές είναι και οι επιχειρήσεις που έχουν κάνει χρήση των εναλλακτικών μορφών, όπως η χρηματοδοτική μίσθωση, η πρακτόρευση απαιτήσεων και τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών. Ενώ, επίσης, θετικοί εμφανίζονται πολλοί επιχειρηματίες στο ενδεχόμενο να αναζητήσουν στο μέλλον χρηματοδότηση μέσω κάποιας εναλλακτικής πηγής χρηματοδότησης, εκτός από ένα 10% που έχει δηλώσει ότι θα προτιμούσε τον παραδοσιακό τρόπο μέσω τραπεζικού δανεισμού. Όπως, επίσης, και για τις βραχυπρόθεσμες ανάγκες τους θα αναζητούσαν χρηματοδότηση μέσω των εναλλακτικών πηγών, όπως μέσω των πιστωτικών ενώσεων, που έχουν απαντήσει οι περισσότερες επιχειρήσεις τους δείγματος.

Τέλος, οι περισσότεροι επιχειρηματίες δεν εμφανίζονται ικανοποιημένοι από τις επιλογές χρηματοδότησης που υπάρχουν στην Ελλάδα. Είτε διότι η επιχείρησή τους δεν μπορεί να έχει πρόσβαση στις μορφές που υπάρχουν, είτε διότι η μορφή των εναλλακτικών πηγών δεν εξυπηρετεί σε μεγάλο βαθμό τις ανάγκες των επιχειρήσεων είτε διότι το ποσό της

χρηματοδότησης που μπορούν να λάβουν οι επιχειρήσεις δεν επαρκεί για το σκοπό που οι επιχειρήσεις αναζητάνε χρηματοδότηση.

5.5 Ανακεφαλαίωση

Στο παρόν κεφάλαιο είδαμε και αναλύσαμε τα αποτελέσματα της εμπειρικής έρευνας μέσω ερωτηματολογίου, το οποίο συντάχθηκε προκειμένου να διερευνηθεί κατά πόσο είναι ενήμεροι οι Έλληνες επιχειρηματίες για την ύπαρξη και τη βοήθεια που μπορούν να προσφέρουν οι εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης μικρομεσαίων επιχειρήσεων ώστε να αποκτήσουν πρόσβαση στα αναγκαία κεφάλαια και κατά πόσο θετικοί εμφανίζονται στο ενδεχόμενο να αναζητήσουν στο μέλλον χρηματοδότηση μέσω κάποιας εναλλακτικής πηγής.

Το θέμα της χρηματοδότησης φαίνεται να έχει απασχολήσει αρκετές επιχειρήσεις του δείγματος, καθώς πολλές έχουν δηλώσει πως τα τελευταία χρόνια έχουν αναζητήσει χρηματοδότηση για τις ανάγκες τους, οι περισσότερες δήλωσαν ότι αναζήτησαν χρηματοδότηση μέσω του τραπεζικού δανεισμού και μέσω κάποιου Κρατικού Φορέα ή Προγράμματος και μόνο λίγες από αυτές απευθύνθηκαν στις εναλλακτικές πηγές. Παρ' όλα αυτά όμως αρκετές επιχειρήσεις γνωρίζουν την ύπαρξη πολλών εναλλακτικών μορφών χρηματοδότησης και έχουν δηλώσει πως αν στο μέλλον προέκυπτε ανάγκη χρηματοδότησης θα απευθύνονταν στις εναλλακτικές πηγές. Η γενικότερη κατάσταση όμως που υπάρχει όσον αφορά τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων δεν είναι ικανοποιητική για τις ανάγκες και το σκοπό που οι επιχειρήσεις αναζητούν χρηματοδότηση, καθώς πολλοί επιχειρηματίες δεν είναι ικανοποιημένοι από τη προσφορά χρηματοδότησης που υπάρχει στη χώρα.

Όπως αναλύσαμε στα προηγούμενα κεφάλαια της διπλωματικής εργασίας, οι εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης που έχουν αναπτυχθεί, λειτουργούν και συνεχώς προσαρμόζονται στις νέες ανάγκες των ΜΜΕ, προσπαθούν να βελτιώσουν τη πρόσβασή τους στα αναγκαία κεφάλαια. Έχουν αναπτυχθεί μορφές που είναι κατάλληλες να εξυπηρετήσουν τη κάθε ανάγκη των ΜΜΕ, οποιασδήποτε μορφής επιχείρησης, οποιουδήποτε κλάδου και σε οποιοδήποτε στάδιο βρίσκεται η επιχείρηση, είτε πρόκειται για νεοφυής επιχείρηση που αναζητάει χρηματοδότηση για να υλοποιήσει τις επιχειρηματικές ιδέες της, είτε για μια εδραιωμένη επιχείρηση που θέλει να αναπτυχθεί περαιτέρω. Υπάρχουν, συνεπώς, πολλές μορφές εναλλακτικής χρηματοδότησης οι οποίες ανταποκρίνονται σε όλες τις ανάγκες των ΜΜΕ για χρηματοδότηση. Όλες οι μορφές παρουσιάζουν πολλά πλεονεκτήματα όπως και

κάποια μειονεκτήματα, οι επιχειρήσεις θα πρέπει να αναζητήσουν και να επιλέξουν εκείνη τη μορφή χρηματοδότησης η οποία θα εξυπηρετεί καλύτερα τις πραγματικές ανάγκες τους και τους στόχους τους με το χαμηλότερο δυνατό κόστος δανεισμού.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Ερωτηματολόγιο Έρευνας

Εναλλακτικές Πηγές Χρηματοδότησης ΜΜΕ

A. Γενικές Πληροφορίες Επιχείρησης

1. Ποια η νομική μορφή της επιχείρησης;

- Ατομική Επιχείρηση
- Ομόρρυθμη Εταιρεία (ΟΕ)
- Ετερόρρυθμη Εταιρεία (ΕΕ)
- Ανώνυμη Εταιρεία (ΑΕ)
- Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (ΕΠΕ)
- Ιδιωτική Κεφαλαιουχική Εταιρεία (ΙΚΕ)

2. Πόσους υπαλλήλους απασχολεί η επιχείρηση;

- 1 – 9
- 10 – 49
- 50 – 249

3. Ποιος ο ετήσιος κύκλος εργασιών της επιχείρησης κατά το έτος 2014;

- Έως 100.000 ευρώ
- 100.000 – 500.000 ευρώ
- 500.000 – 1.000.000 ευρώ
- 1.000.000 – 2.000.000 ευρώ
- 2.000.000 και άνω

4. Σε ποιο κλάδο δραστηριοποιείται η επιχείρηση;

- Ενέργεια
- Επικοινωνίες
- E-shop
- Επενδυτικός

- Σύμβουλοι Επιχειρήσεων
- Χώρος Θεάματος και Διασκέδασης
- Παροχή Υπηρεσιών Εκπαίδευσης
- Τουρισμός
- Τραπεζικός
- Ασφαλιστικός
- Πληροφορική
- Logistics
- Διαφήμιση
- Real Estate
- Λιανεμπόριο
- Χονδρεμπόριο
- Άλλο: _____

5. Πόσα χρόνια λειτουργεί η επιχείρηση;

- 0 – 2
- 2 – 5
- 5 – 10
- 10 – άνω

B. Χρηματοδότηση Επιχείρησης

1. Έχετε αναζητήσει χρηματοδότηση τα τελευταία χρόνια (2007 και μετά);

- Ναι
- Όχι

2. Για ποιο σκοπό αναζητήσατε χρηματοδότηση;

- Για τη βιωσιμότητα της επιχείρησης
- Για ανάπτυξη εγχώριων/ διεθνών δραστηριοτήτων
- Για επένδυση σε Καινοτομία – Έρευνα & Ανάπτυξη
- Για επένδυση σε πάγια στοιχεία
- Για συγχωνεύσεις και εξαγωγές

Άλλο: _____

3. Από ποια πηγή λάβατε χρηματοδότηση;

- Τραπεζικό Δανεισμό
- Εναλλακτική Χρηματοδότηση
- Κρατικό Φορέα - Προγράμματα

4. Ήταν επαρκές για τις ανάγκες σας το ποσό χρηματοδότησης που λάβατε;

- Υπερέβη τις προσδοκίες μου
- Επαρκές
- Ανεκτό
- Ανεπαρκές

5. Ποιες από τις παρακάτω εναλλακτικές μορφές χρηματοδότησης γνωρίζετε;

(μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μια μορφή)

- Χρηματοδοτική Μίσθωση (Leasing)
- Πρακτόρευση Απαιτήσεων (Factoring)
- Πώληση Απαιτήσεων (Forfaiting)
- Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετεχόντων (Venture Capitals)
- Επιχειρηματικοί Άγγελοι (Business Angels)
- Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων (Business Incubators)
- Τεχνολογικά Πάρκα (Technology Parks)
- Εναλλακτική Αγορά Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών (EN.A.)
- Μικροδάνεια (Microcredits)
- Πιστωτικές Ενώσεις (Credit Unions)
- Δανεισμός μεταξύ Ιδιωτών (Peer to Peer Lending)
- Χρηματοδότηση από το πλήθος (Crowd Funding)
- Χρηματοπιστωτικοί Οργανισμοί Τοπικής Ανάπτυξης (CDFIs)

6. Ποια μορφή χρηματοδότησης έχετε χρησιμοποιήσει έστω και μια φορά;

(μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μια μορφή)

- Χρηματοδοτική Μίσθωση (Leasing)

- Πρακτόρευση Απαιτήσεων (Factoring)
- Πώληση Απαιτήσεων (Forfaiting)
- Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετεχόντων (Venture Capitals)
- Επιχειρηματικοί Άγγελοι (Business Angels)
- Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων (Business Incubators)
- Τεχνολογικά Πάρκα (Technology Parks)
- Εναλλακτική Αγορά Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών (EN.A.)
- Μικροδάνεια (Microcredits)
- Πιστωτικές Ενώσεις (Credit Unions)
- Δανεισμός μεταξύ Ιδιωτών (Peer to Peer Lending)
- Χρηματοδότηση από το πλήθος (Crowd Funding)
- Άλλο: _____

7. Αν στο μέλλον προέκυπτε ανάγκη (ανα)χρηματοδότησης σε ποια πηγή θα απευθυνόσασταν; (μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από μια πηγή)

- Τραπεζικό Δανεισμό
- Κρατικό Φορέα - Προγράμματα
- Χρηματοδοτική Μίσθωση (Leasing)
- Πρακτόρευση Απαιτήσεων (Factoring)
- Πώληση Απαιτήσεων (Forfaiting)
- Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετεχόντων (Venture Capitals)
- Επιχειρηματικοί Άγγελοι (Business Angels)
- Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων (Business Incubators)
- Τεχνολογικά Πάρκα (Technology Parks)
- Νέα Χρηματιστηριακή Αγορά
- Μικροδάνεια (Microcredits)
- Πιστωτικές Ενώσεις (Credit Unions)
- Δανεισμός μεταξύ Ιδιωτών (Peer to Peer Lending)
- Χρηματοδότηση από το πλήθος (Crowd Funding)
- Άλλο: _____

8. Για ποιο λόγο θα επιλέγατε τη συγκεκριμένη μορφή χρηματοδότησης;

(μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από έναν λόγο)

- Είναι πιο γνωστή/ διαδεδομένη μορφή
- Φθηνότερο κόστος δανεισμού
- Ευκολότερη πρόσβαση
- Ταχύτητα στη διαδικασία έγκρισης και στη λήψη ποσού χρηματοδότησης
- Δεν υπάρχει ενημέρωση για τις άλλες μορφές
- Δυσκολία στην εύρεση πληροφοριών για τις άλλες μορφές
- Άλλο: _____

9. Ποια μορφή θα επιλέγατε για βραχυπρόθεσμη χρηματοδότηση των αναγκών σας;

- Χρηματοδοτική Μίσθωση (Leasing)
- Πρακτόρευση Απαιτήσεων (Factoring)
- Κεφάλαια Επιχειρηματικών Συμμετεχόντων (Venture Capitals)
- Θερμοκοιτίδες Επιχειρήσεων (Business Incubators)
- Τεχνολογικά Πάρκα (Technology Parks)
- Εναλλακτική Αγορά Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών (EN.A.)
- Μικροδάνεια (Microcredits)
- Πιστωτικές Ενώσεις (Credit Unions)
- Δανεισμός μεταξύ Ιδιωτών (Peer to Peer Lending)
- Χρηματοδότηση από το πλήθος (Crowd Funding)
- Άλλο: _____

10. Είστε ευχαριστημένος από τις εναλλακτικές επιλογές χρηματοδότησης που υπάρχουν στην Ελλάδα;

- Πολύ
- Μέτρια
- Καθόλου

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνική

Αλεξανδρίδης Μ. Α. (2004), Χρηματοδοτική Διαχείριση, Εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική, Αθήνα

Αναπτυξιακή Σύμπραξη «Συν-Εργασία για τη Δράμα» (2013), Οδηγός χρηματοδότησης νέων επιχειρήσεων στους τομείς της αγροτικής οικονομίας, της μεταποίησης, του εμπορίου, των υπηρεσιών, του τουρισμού και της κοινωνικής οικονομίας

Αρτίκης Γ.Π. (2002), Χρηματοοικονομική Διοίκηση: Αποφάσεις Επενδύσεων, Εκδόσεις INTERBOOKS, Αθήνα

Βάθης Β. (1995), Η σύμβαση Factoring, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλα, Αθήνα

Βασιλείου Δ. και Ηρειώτης Ν. (2008), Χρηματοοικονομική Διοίκηση: Θεωρία και Πρακτική, Εκδόσεις Rosili, Αθήνα

Γαγλιάς Κον. (2012) Άρθρο: Τι είναι Θερμοκοιτίδες καινοτόμων επιχειρήσεων; (<http://www.ikariamag.gr/>)

Γαλάνης Β. (2000), Leasing – Factoring – Forfaiting – 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 Αντ. Σάκκουλα, Αθήνα

Γεωργιάδης Απ. (2000), Νέες Μορφές Συμβάσεων της Σύγχρονης Οικονομίας, Leasing – Factoring, Forfaiting – Franchising, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλα, Αθήνα

Δασκάλου Γ. Χ. (1999), Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων, Β' Έκδοση, Εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική, Αθήνα

Ζοπουνίδης Κ. (2005) Άρθρο: ΜΜΕ στην Ελλάδα: Γενικά χαρακτηριστικά και χρηματοοικονομικό προφίλ (<http://www.disabled.gr/mikromesees-epichirisis-stin-ellada-genika-charaktiristika-ke-chrimatoikonomiko-profil/>)

Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ) (2014), κείμενο μελέτης-έρευνας με θέμα «Διερεύνηση αναγκών εκπαίδευσης στις μικρές επιχειρήσεις και επιπτώσεων των εκπαιδευτικών προγραμμάτων», Έκδοση ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, Αθήνα

Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων (ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ) (2013), κείμενο μελέτης «Εναλλακτικές Πηγές Χρηματοδότησης και Μικρές Επιχειρήσεις», Έκδοση ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, Αθήνα

Καφαντάρης Τ. (2003) Άρθρο: Τα Πάρκα της Τεχνολογίας (tonima.gr)

Κιόχος, Π., Παπανικολάου, Γ., Θάνος, Γ. και Κιόχος, Α. (2002), Χρηματοοικονομική Διοίκηση και Πολιτική, Εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική, Αθήνα

Μαλάκος Π. (1992), Leasing (Χρηματοδοτική Μίσθωση), Εθνική Τράπεζα, Αθήνα

Μητσιόπουλος Γ. (1999), Factoring & Forfaiting, Εκδόσεις Αντ. Σάκκουλα, Αθήνα

Μπουραντάς κ.ά, (1999), Αρχές Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων και Υπηρεσιών, Αθήνα

Ξανθάκης Μ. – Αλεξιάκης Χρ. (2006), Χρηματοοικονομική Ανάλυση Επιχειρήσεων, Εκδόσεις Σταμούλη, Αθήνα

Οικονομοπούλου Ν. (2015) Άρθρο: Microfinance: Η μικρο-χρηματοδότηση επιχειρήσεων ως μοχλός ανάπτυξης στην Ελλάδα (epixeiro.gr)

Σαϊτάκης Αρ. (2006) Άρθρο: Επιστημονικά Τεχνολογικά Πάρκα: Ο Ρόλος τους στην ενίσχυση της Επιχειρηματικότητας και την Περιφερειακή Ανάπτυξη, Περιοδικό Economist, Καθημερινή (www.stperc.gr/_docs/library_docs/Saitakis_STEP_ROLE_Economist.pdf 12)

Τακόπουλος Αθ. Άρθρο: Μορφές Χρηματοδότησης ΜΜΕ, Specisoft A.E (www.specisoft.gr)

Τακόπουλος Αθ. & Μαρκάκης Εμ. Άρθρο: Χρηματοδότηση ΜΜΕ: Επιπτώσεις από την εφαρμογή από τις Τράπεζες, της συνθήκης της Βασιλείας II, Specisoft A.E (www.specisoft.gr)

Φωτιάδη Ι. (2009) Άρθρο: Η «ηθική τράπεζα» έρχεται στην Ελλάδα (kathimerini.gr)

Χασσιδ Ι. & Καραγιάννης Α.(1999), Η Επιχειρηματικότητα στην Ελληνική Οικονομία, Οικονομική και Κοινωνική Προσέγγιση, Interbooks, Αθήνα

Ξένη

Bovaird C. (1990), Introduction to Venture Capital Finance, Pitman Publishing, London

European Commission (2005), The new SME definition, User guide and model declaration, Enterprise and Industry Publications

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

Meggison W. and Scott C. (2004), Introduction to Corporate Finance, Thompson Learning

Tzafestas S. G. (2008), The Art and Impact of Physical and Virtual Enterprise Incubators: The Greek Paradigm, Springer, Berlin

Διαδικτυακοί Τόποι

<http://www.tovima.gr/>

<http://www.epixeiro.gr/>

<http://www.kathimerini.gr/>

<http://www.specisoft.gr/home/>

<http://www.taxheaven.gr>

<http://www.hellenicfactors.gr>

<http://www.attica-ventures.gr/>

<http://www.nbia.org/>

<http://www.aglc.gr/>

<http://www.hvca.gr>

<http://www.incubator.gr/>

<http://www.investeurope.eu/>

<http://ofn.org/what-cdfi>

<http://ec.europa.eu/growth/smes/>

<http://mke.teilar.gr/seminars.html>

<http://www.afi.org.gr/el/home>

<http://www.eurocorp.gr/mifid/>

<http://fiban.org/about/business-angels>

<http://aromafarm.gr/article-categories/64->

<http://www.cdfi.org/about-cdfis/what-are-cdfis/>

<http://www.businessangelsgreece.gr/>

<http://www.woccu.org/about/creditunion>

http://www.creditunionnetwork.eu/cus_in_europe

<http://www.imegsevee.gr/oikonomia/692-h->

<http://www.euoparl.europa.eu/meetdocs/2011>

<http://www.nbgfactors.gr/GeneralElements3.aspx>

<http://www.plant-management.gr/index.php?id=925>

http://mke.uom.gr/documents/ODE/Lesson_4.pdf

<https://www.alpha.gr/files/personalbanking/MIFID>

<http://ec.europa.eu/social/main.jsp?langId=el&catId=836>

<http://www.disabled.gr/epichirimatiki-angeli-business-angels/>

<http://www.investingreece.gov.gr/default.asp?pid=16&la=2>

<http://www.helex.gr/el/web/guest/listing-alternative-market>

https://en.wikipedia.org/wiki/Ethical_banking#List_of_ethical_banks

<http://www.startcompany.gr/view.asp?ngpcid=2&Ncid=5&Nscid=16>

<https://www.gobankingrates.com/personal-finance/5-perks-peer-to-peer-lending/>

<http://responsiblefinance.org.uk/responsible-finance-providers/lending-statistics/>

<http://www.eban.org/about-angel-investment/early-stage-investing-explained/>

<http://archive.thedailystar.net/newDesign/news-details.php?nid=257220>

http://www.career.aua.gr/index.php?option=com_content&task=view&id=129#a3

http://ikaros.teipir.gr/ske/tropoi_xrimatodotisis.htm#Θερμοκοιτίδες_Επιχειρήσεων

<http://supportbusiness.gr/entrepreneurship/women-entrepreneurship/131-to-montelo-twn->

<http://www.bankofgreece.gr/Pages/el/Supervision/LegalF/creditinstitutions/specialorders/default.aspx>

<https://www.gobankingrates.com/banking/advantages-disadvantages-credit-unions/>

<http://www.euro2day.gr/specials/topics/article/1109295/crowdfunding-vreite-hrhmatodothsh-sto-diadiktyo.html>

<http://crowdpolicy.com/blog/crowd-solutions/crowd-funding/apo-to-crowdfunding-sto-crowdresourcing/>