



ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ
ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Διπλωματική Εργασία

**ΟΙ ΕΠΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ
ΣΤΙΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

του

ΜΙΧΑΗΛ ΑΠΙΔΟΠΟΥΛΟΥ

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του μεταπτυχιακού
διπλώματος ειδίκευσης στη Διοίκηση Επιχειρήσεων

Θεσσαλονίκη, Φεβρουάριος 2011

Αφιερωμένη, στην οικογένειά μου.

Ευχαριστώ θερμά κατ' αρχήν τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Δημήτρη Σουμπενιώτη για την αμέριστη συμπαράσταση και βοήθειά του.

Επίσης, πολλές ευχαριστίες σε όλους όσους βοήθησαν για να συλλεχθούν τα στοιχεία. Ιδιαίτερα, ευχαριστώ τη σύζυγό μου Κατερίνα Κυριακάκη και τον γαμπρό μου Γιάννη Κυριακάκη, οι οποίοι υπερέβαλαν εαυτόν βοηθώντας στη συλλογή αρκετών απαντήσεων στο ερωτηματολόγιο.

Ειδική μνεία θα πρέπει να γίνει στη βοήθεια του κου. Θεόδωρου Αξυλιθιώτη από το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης για την προσφορά του.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός αυτής της εργασίας είναι να διερευνηθεί το πόσο η χρηματοοικονομική κρίση επηρέασε τις ελληνικές επιχειρήσεις, ποιοι είναι οι οικονομικοί παράγοντες που επηρεάστηκαν περισσότερο στις επιχειρήσεις και πώς αναμένεται να αντιδράσουν οι επιχειρηματίες στο άμεσο μέλλον.

Η εργασία ολοκληρώθηκε με τη συλλογή απαντήσεων μέσω ερωτηματολογίου. Το ερωτηματολόγιο αποτελείτο από 19 ερωτήσεις, στην πλειοψηφία τους πολλαπλών απαντήσεων. Απευθυνθήκαμε σε όσες περισσότερες επιχειρήσεις μέσα στα χρονικά όρια που απαιτούντο, δηλαδή από το Δεκέμβριο του 2010 έως και τα μέσα Φεβρουαρίου του 2011. Οι επιχειρήσεις που απευθυνθήκαμε δεν είχαν περιορισμό ούτε γεωγραφικό, ούτε μεγέθους. Ο στόχος ήταν η συλλογή στοιχείων από 100 εταιρίες, νούμερο το οποίο είναι αρκετό για να παραχθούν αποτελέσματα τα οποία θα αντιπροσωπεύουν σε αρκετά καλό βαθμό το σύνολο. Το δείγμα χωρίστηκε σε τρεις κατηγορίες επιχειρήσεων σύμφωνα με τον ευρωπαϊκό ορισμό για το μέγεθος των εταιριών σε: Πολύ Μικρές, Μικρές, και Μεσαίες.

Το ερωτηματολόγιο απαντήθηκε με δύο τρόπους. Ο πρώτος και δημοφιλέστερος ήταν η συμπλήρωσή του από τους ενδιαφερόμενους σε ηλεκτρονική μορφή μέσω διαδικτύου. Για το λόγο αυτό, δημιουργήθηκε σχετικό ερωτηματολόγιο βάσει του ηλεκτρονικού συστήματος GoogleDocs της Google Inc. Ο δεύτερος τρόπος ήταν η τηλεφωνική επικοινωνία του συγγραφέα με εταιρίες και η συλλογή των πληροφοριών προφορικά. Έπειτα, εισήχθησαν τα στοιχεία στην προαναφερθείσα ηλεκτρονική φόρμα.

Τα αποτελέσματα της έρευνας παρατίθενται στην ενότητα Συμπεράσματα – Αποτελέσματα της έρευνας. Τα συμπεράσματα αναδεικνύουν την αδυναμία είσπραξης οφειλών και τη μείωση του συνολικού ύψους των πωλήσεων ως τα κυριότερα αποτελέσματα της κρίσης.

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ	5
ΚΥΡΙΩΣ ΣΩΜΑ	6
Εισαγωγή.....	6
Βιβλιογραφία.....	7
Μεθοδολογία.....	8
Δομή ερωτηματολογίου.....	10
Παράθεση αποτελεσμάτων της έρευνας.....	14
Ανάλυση Δεδομένων και Ερμηνεία Ευρημάτων.....	33
Συμπεράσματα – Αποτελέσματα της έρευνας.....	37
ΠΡΟΣΑΡΤΗΜΑΤΑ.....	38
1. Δείγμα του ερωτηματολογίου	38
2. Ευρωπαϊκή οδηγία κατάταξης επιχειρήσεων	46

ΚΥΡΙΩΣ ΣΩΜΑ

Εισαγωγή

Η εργασία αυτή πραγματοποιήθηκε το διάστημα μεταξύ του Δεκεμβρίου 2010 και του Φεβρουαρίου 2011, στο πλαίσιο του Μεταπτυχιακού Προγράμματος Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας. Τα στοιχεία που παρατίθενται προέρχονται από σχετική έρευνα του συγγραφέα, που διεξήχθη κατά το προαναφερθέν χρονικό διάστημα. Οι απαντήσεις δόθηκαν κατά τη μεγαλύτερη πλειοψηφία τους ηλεκτρονικά ενώ ένα μικρό ποσοστό απαντήσεων συλλέχθηκε από το συγγραφέα με τηλεφωνική επικοινωνία.

Η έρευνα είναι προσβάσιμη ηλεκτρονικά στη διεύθυνση: <https://spreadsheets.google.com/viewform?formkey=dEg4NXhodmJhSG1MUHU1VmhncDFMa2c6MQ>.

Στόχος του ερωτηματολογίου είναι να διερευνηθεί το πόσο η χρηματοοικονομική κρίση επηρέασε τις ελληνικές επιχειρήσεις, ποιοι είναι οι οικονομικοί παράγοντες που επηρεάστηκαν περισσότερο στις επιχειρήσεις και πώς αναμένεται να αντιδράσουν οι επιχειρηματίες στο άμεσο μέλλον. Ως σταθερό παράγοντα λάβαμε το γεγονός ότι η κρίση υφίσταται και ότι οι εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον ελλαδικό χώρο βρίσκονται αντιμέτωπες με αυτήν. Τα στοιχεία που προσπαθήσαμε να συλλέξουμε ήταν ο βαθμός στον οποίο επηρέασε η κρίση, ποιος οικονομικός παράγοντας της εταιρίας προσεβλήθη περισσότερο και ποια είναι η αντιμετώπιση του επιχειρηματία και οι προσδοκίες του/της για το επόμενο έτος.

Βιβλιογραφία

Αν και έγινε εκτεταμένη αναζήτηση σχετικών ερευνών από το συγγραφέα, δεν εντοπίστηκαν έρευνες που θα μπορούσαν να βοηθήσουν στην συγγραφή αυτής της εργασίας. Υπάρχουν πολλές δημοσιευμένες μελέτες για την χρηματοοικονομική κρίση, αλλά καμία από αυτές δεν εξετάζει ταυτόχρονα την παρούσα κατάσταση των εταιριών και της προσδοκίες τους για το άμεσο μέλλον στην ίδια έρευνα (με τον ίδιο άνθρωπο να απαντάει ταυτόχρονα στις ερωτήσεις).

Μεθοδολογία

Για την πραγματοποίηση της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η μέθοδος της Απλής Τυχαίας Δειγματοληψίας. Τα χαρακτηριστικά αυτής της δειγματοληψίας είναι:

- Επιλογή ενός τυχαίου δείγματος ορισμένου μεγέθους από τον πληθυσμό.
- Κάθε μέλος του πληθυσμού έχει την ίδια πιθανότητα επιλογής στο δείγμα (αμερόληπτη επιλογή).
- Όταν ένα μέλος επιλεγεί δεν έχει δεύτερη δυνατότητα επιλογής (διαγράφεται από το αρχείο).
- Κάθε νέα επιλογή δεν επηρεάζεται από τις προηγούμενες επιλογές.
- Σε ένα πληθυσμό 100 ατόμων, κάθε μέλος έχει 1% πιθανότητα επιλογής.

Προτιμήθηκε η μέθοδος της Απλής Τυχαίας Δειγματοληψίας (σε αντίθεση με τις άλλες μεθόδους δειγματοληψίας: Συστηματική δειγματοληψία, Δειγματοληψία κατά στρώματα, Δειγματοληψία κατά ομάδες, Δειγματοληψία κατά στάδια, κ.α.) καθώς το μεγαλύτερο πλεονέκτημά της είναι η αμεροληψία αλλά και η ευκολία διενέργειας της έρευνας.

Όσον αφορά στην αμεροληψία, δόθηκε από εμάς πολύ μεγάλη προσοχή, καθώς το δείγμα δεν θα ξεπερνούσε το 0,1% του συνόλου με αποτέλεσμα, να υπάρχει ο κίνδυνος «εξαιρετικών αποτελεσμάτων», δηλαδή να αυξάνεται η πιθανότητα των εξαιρετικών περιπτώσεων μιας κανονικής κατανομής πληθυσμού.

Ο δεύτερος παράγοντας που λάβαμε υπ' όψη για την επιλογή της Απλής Τυχαίας Δειγματοληψίας, όπως προαναφέρθηκε, ήταν η ευκολία της συγκεκριμένης μεθόδου. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι η έρευνα αντιμετώπισε μεγάλη δυσκολία στη συγκέντρωση των απαντήσεων καθώς τα στοιχεία που απαιτούντο, θεωρήθηκαν εμπιστευτικά από ένα μεγάλο μέρος του δείγματος, με αποτέλεσμα την άρνηση της συμπλήρωσης του ερωτηματολογίου. Δεδομένου του περιορισμού του χρόνου κατάθεσης της εργασίας, αποφασίστηκε η συγκεκριμένη μέθοδος δειγματοληψίας.

Για να προσδιορίσουμε το μέγεθος του πληθυσμού (και συνεπώς ένα ικανοποιητικό μέγεθος δείγματος) επικοινωνήσαμε με τα τρία μεγαλύτερα επιμελητήρια της Ελλάδας: Το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών (ΕΒΕΑ), το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Πειραιά (ΕΒΕΠ) και το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο της Θεσσαλονίκης (ΕΒΕΘ), από τα οποία

αντλήσαμε στοιχεία. Τα τρία αυτά επιμελητήρια διαχειρίζονται πάνω από το 80% των ελληνικών εμποροβιομηχανικών εταιριών. Σύμφωνα με τα τρία επιμελητήρια, οι εταιρίες – μέλη τους ανέρχονται στο τέλος του 2010 σε περίπου 100.000 (70.000 για το ΕΒΕΑ, περίπου 18.000 για το ΕΒΕΠ και 14.000 για το ΕΒΕΘ). Από το ΕΒΕΑ και το ΕΒΕΠ αντλήσαμε στοιχεία επικοινωνίας μέσω της ιστοσελίδας τους για 200 τυχαίες εταιρίες και από το ΕΒΕΘ, μετά από επικοινωνία με το αρμόδιο τμήμα, μας αποστάλθηκε λίστα με στοιχεία επικοινωνίας για 187 τυχαίες εταιρίες. Και τα δύο δείγματα μπορούν να θεωρηθούν αμερόληπτα. Η έρευνά μας αποστάλθηκε σε περισσότερες από 300 εταιρίες και λάβαμε 73 απαντήσεις.

Για την πραγματοποίηση της έρευνας δημιουργήθηκε ερωτηματολόγιο 19 ερωτήσεων, στην πλειοψηφία τους πολλαπλών απαντήσεων (βλ. παράρτημα). Στην αρχή, δημιουργήθηκε ερωτηματολόγιο «πilotος» το οποίο αποστάλθηκε σε 4 στελέχη εταιριών για να αντιμετωπιστούν σφάλματα κυρίως όσον αφορά στην ευκολία κατανόησης των ερωτήσεων. Όταν βελτιώθηκε η μορφή του ερωτηματολογίου και το περιεχόμενο, τότε αυτό δημοσιεύθηκε προς συμπλήρωση από το δείγμα.

Όπως προαναφέρθηκε, επιλέχθηκαν ερωτήσεις Κλειστού Τύπου για την ομοιογένεια των στατιστικών στοιχείων των απαντήσεων καθώς και για την ελαχιστοποίηση των σφαλμάτων απόκρισης. Οι ερωτήσεις Κλειστού Τύπου ήταν της μορφής πολλαπλών απαντήσεων (multiple-choice). Για όσες ερωτήσεις δεν ήταν δυνατόν να είναι πολλαπλών απαντήσεων, δόθηκε ιδιαίτερη προσοχή στη διατύπωση και υπήρχε συνοδευτικό κείμενο επεξήγησης.

Το ερωτηματολόγιο δημοσιοποιήθηκε στο διαδίκτυο μέσω της εφαρμογής GoogleDocs της Google Inc. Προτιμήθηκε αυτός ο τρόπος, καθώς λόγω της επιλογής ερωτήσεων Κλειστού Τύπου, ήταν πολύ εύκολο για τον αποκρινόμενο να συμπληρώσει το ερωτηματολόγιο.

Ο τρόπος με τον οποίο προσεγγίσαμε το δείγμα ήταν ως εξής: Το πρώτο βήμα ήταν η τηλεφωνική επικοινωνία με κάθε μονάδα του δείγματος. Στην πρώτη αυτή τηλεφωνική επικοινωνία γινόταν παρουσίαση της έρευνας και διερεύνηση της διαθεσιμότητας κατάλληλου ατόμου για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου. Αν

υπήρχε διάθεση απάντησης, αποστέλλαμε τον ηλεκτρονικό σύνδεσμο (link) μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Σε περιπτώσεις αδυναμίας χρήσης ηλεκτρονικού υπολογιστή από τον αποκρινόμενο γινόταν τηλεφωνική συνέντευξη. Κατόπιν καταχωρούσαμε τις απαντήσεις στην ηλεκτρονική φόρμα.

Δομή ερωτηματολογίου

Το ερωτηματολόγιο χωρίστηκε σε 3 διακριτά μέρη – ενότητες προς ευκολία κατανόησης. Όλες οι απαντήσεις είναι προαιρετικές.

Το πρώτο μέρος αποτελείται από οκτώ ερωτήσεις, έξι πολλαπλών απαντήσεων και δύο ελεύθερης εισαγωγής κειμένου. Σκοπός του πρώτου μέρους είναι να συλλέξει στοιχεία για την επιχείρηση.

Η πρώτη ερώτηση ζητάει την επωνυμία της επιχείρησης, το όνομα του προσώπου που απαντάει, καθώς και στοιχεία επικοινωνίας. Αυτή είναι μια τυπική ερώτηση για την επικύρωση των απαντήσεων, καθώς και για την αποφυγή διπλοεγγραφών.

Η δεύτερη και η τρίτη ερώτηση έχουν σκοπό να κατατάξουν τις εταιρίες σε Πολύ Μικρές, Μικρές, και Μεσαίες, σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Οδηγία κατάταξης εταιριών (IP/03/652).

Στην τέταρτη ερώτηση ζητείται να απαντηθεί αν η εταιρία είναι χρηματοοικονομικά αυτόνομη ή όχι. Αν δηλαδή η ίδια η εταιρία λαμβάνει τις χρηματοοικονομικές της αποφάσεις ή είναι υποκατάστημα ή μέλος ομίλου, όπου οι αποφάσεις λαμβάνονται από τα κεντρικά. Σκοπός αυτής της ερώτησης είναι να διερευνηθεί τυχόν σχέση με χρηματοοικονομικές δυσκολίες σε εταιρίες που δεν βρίσκονται κάτω από την «ομπρέλα» κάποιου ομίλου.

Η πέμπτη ερώτηση του πρώτου μέρους αναζητεί να κατατάξει την εταιρία σε τομέα παραγωγής. Είναι μια τυπική ερώτηση για την παραγωγή στατιστικών στοιχείων ως προς το ποιος τομέας παραγωγής πλήχθηκε περισσότερο.

Η έκτη ερώτηση είναι το έτος ίδρυσης της εταιρίας. Αυτό το ζητάμε για να διερευνήσουμε τυχόν συσχέτιση ετών λειτουργίας της εταιρίας και αντοχή της στις προκλήσεις της κρίσης.

Η έβδομη ερώτηση διασαφηνίζει την μετοχική σύνθεση της εταιρίας. Εδώ οι εταιρίες κατατάχθηκαν σε τρεις κατηγορίες: (α) Διάφοροι μέτοχοι (εταιρία στο χρηματιστήριο), (β) Διάφοροι μέτοχοι (εταιρία εκτός χρηματιστηρίου), (γ) Ένας

άνθρωπος ή οικογενειακή επιχείρηση. Η ερώτηση τέθηκε για να διερευνήσει τυχόν συσχέτιση μετοχολογίου με αντοχή στην κρίση.

Η όγδοη ερώτηση είναι το φύλο του CEO/Διευθυντή της εταιρίας με σκοπό να διερευνήσει τυχόν συσχέτιση του φύλου με αντιμετώπιση της κρίσης.

Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να επισημάνουμε ότι αποφεύχθηκε ερώτηση γεωγραφικού προσδιορισμού των επιχειρήσεων καθώς υποθέτουμε ότι η κρίση πλήττει τον ελλαδικό χώρο ως προς το σύνολό του και ότι δεν υπάρχουν διαφορές ανά γεωγραφικά τμήματα. Επίσης, προσθήκη ενός τέτοιου παράγοντα θα περιέπλεκε τα συμπεράσματα ίσως χωρίς νόημα.

Το δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου εξετάζει την οικονομική κατάσταση της εταιρίας, εν μέσω κρίσης. Αποτελείται από τέσσερις ερωτήσεις πολλαπλών απαντήσεων (multiple-choice), αλληλοεπιδρώμενες.

Η πρώτη ερώτηση προσπαθεί να εντοπίσει τους κυριότερους παράγοντες οι οποίοι αντιμετώπισαν προβλήματα λόγω της χρηματοοικονομικής κρίσης. Η ερώτηση είναι κλειστού τύπου και οι απαντήσεις μπορεί να είναι περισσότερες από μία. Οι οικονομικοί παράγοντες που επιλέχθηκαν είναι: (α) Εύρεση πελατών / Μείωση ύψους πωλήσεων, (β) Αυξημένος ανταγωνισμός, (γ) Ρευστότητα, (δ) Αδυναμία είσπραξης οφειλών, (ε) Χρηματοδότηση από τις τράπεζες, (ε) Κόστος προσωπικού, (στ) Γραφειοκρατία κράτους, (ζ) Άλλο.

Η δεύτερη ερώτηση του δεύτερου μέρους του ερωτηματολογίου, ζητάει να αποσαφηνιστεί ο τρόπος επηρεασμού των παραπάνω οικονομικών παραγόντων στη διάρκεια του περασμένου έτους. Οι ερωτηθέντες μπορούν να απαντήσουν επιλέγοντας για τον κάθε ένα παράγοντα αν (α) Αυξήθηκε, (β) Μειώθηκε, (γ) Παρέμεινε αναλλοίωτος.

Η τρίτη ερώτηση λειτουργεί επιπρόσθετα στην προηγούμενη και προσπαθεί να εντοπίσει το ύψος αυτής της αλλαγής. Έχουν επιλεγεί 5 διαστήματα των 4/4 του 100. Δηλαδή 1-25%, 26-50%, 51-75% και 76-100%. Επίσης για όσες απαντήσεις της προηγούμενης ερώτησης ήταν «Παρέμεινε αναλλοίωτος», δόθηκε η οδηγία να επιλέξουν «0%» σε αυτήν την ερώτηση.

Τέλος, στην τέταρτη ερώτηση ζητείται η αλλαγή στο λόγο του ενεργητικού προς το παθητικό της εταιρίας. Σκοπός αυτής της ερώτησης είναι να διερευνηθεί το αν οι εταιρίες προσπαθούν να αντιμετωπίσουν την κρίση ενσωματώνοντας το κόστος της,

ανεξαρτήτως ποιού οικονομικού παράγοντα πλήχθηκε περισσότερο, ή επιλέγουν να κινηθούν αμυντικά αποβάλλοντας τα προβλήματα που οι οικονομικοί παράγοντες τους επιβάλουν.

Το τρίτο και τελευταίο μέρος του ερωτηματολογίου ασχολείται με τις προσδοκίες των επιχειρηματιών για το μέλλον. Αποτελείται από επτά ερωτήσεις, έξι κλειστού τύπου και μία ανοικτού. Σκοπός αυτού του μέρους είναι να διερευνήσει το επιχειρηματικό περιβάλλον και τη διάθεση επιχειρηματικότητας που υπάρχει στην αγορά. Το σημαντικότερο για την επιχειρηματικότητα είναι, εκτός από τα δεδομένα, η αισιοδοξία των επιχειρηματιών. Οι ερωτήσεις λοιπόν που επιλέχθηκαν προσπαθούν να διερευνήσουν την αισιοδοξία ή μη των επιχειρηματιών και γι' αυτό το λόγο δεν είναι ποσοτικές, αλλά ποιοτικές.

Η πρώτη ερώτηση του τρίτου τμήματος διερευνά την εκτίμηση του επιχειρηματία για τη γενικότερη οικονομική κατάσταση της χώρας στο επόμενο δωδεκάμηνο. Τα αποτελέσματα αυτής της ερώτησης θα δείξουν το κλίμα στο οποίο οι επιχειρηματίες περιμένουν να λειτουργήσουν.

Η δεύτερη και η τρίτη ερώτηση περιορίζει τις εκτιμήσεις των ερωτηθέντων στα πλαίσια της δικής τους αγοράς, ρωτώντας για την εκτίμηση του ύψους των πωλήσεων και της έντασης του ανταγωνισμού στον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται η εταιρία. Όπως και στην πρώτη ερώτηση, οι απαντήσεις δεν έχουν αριθμητικό προσδιορισμό καθώς μας ενδιαφέρει η γενικότερη τάση.

Η τέταρτη, η πέμπτη και η έκτη ερώτηση μικραίνουν ακόμα πιο πολύ τα πλαίσια της διερεύνησης από το επίπεδο του κλάδου στο επίπεδο της επιχείρησης. Η τέταρτη ερώτηση ασχολείται με την εκτίμηση του ύψους των πωλήσεων για το επόμενο έτος.

Η πέμπτη ερώτηση διερευνά την εκτίμηση για το περιθώριο κέρδους για το επόμενο δωδεκάμηνο και τέλος η έκτη ερώτηση ρητά ζητάει το αν οι επιχειρηματίες θα προχωρήσουν σε μείωση του προσωπικού τους ή όχι τον επόμενο χρόνο.

Τέλος, ζητείται από τον επιχειρηματία με την έβδομη ερώτηση να μας δηλώσει πώς θα αντιμετωπίσει την κρίση σε στρατηγικό επίπεδο. Αν θα προχωρήσει σε επιθετικές στρατηγικές, όπως επενδύσεις και εξάπλωση, εκμεταλλευόμενος τις ευκαιρίες που εμφανίζονται πάντα σε εποχή κρίσεως, αν θα προχωρήσει σε στρατηγική αναδίπλωσης προσπαθώντας να αντιμετωπίσει την κρίση αμυντικά ή τέλος αν δεν έχει καταστρώσει κάποιο ιδιαίτερο πλάνο για την αντιμετώπιση των προβλημάτων. Η

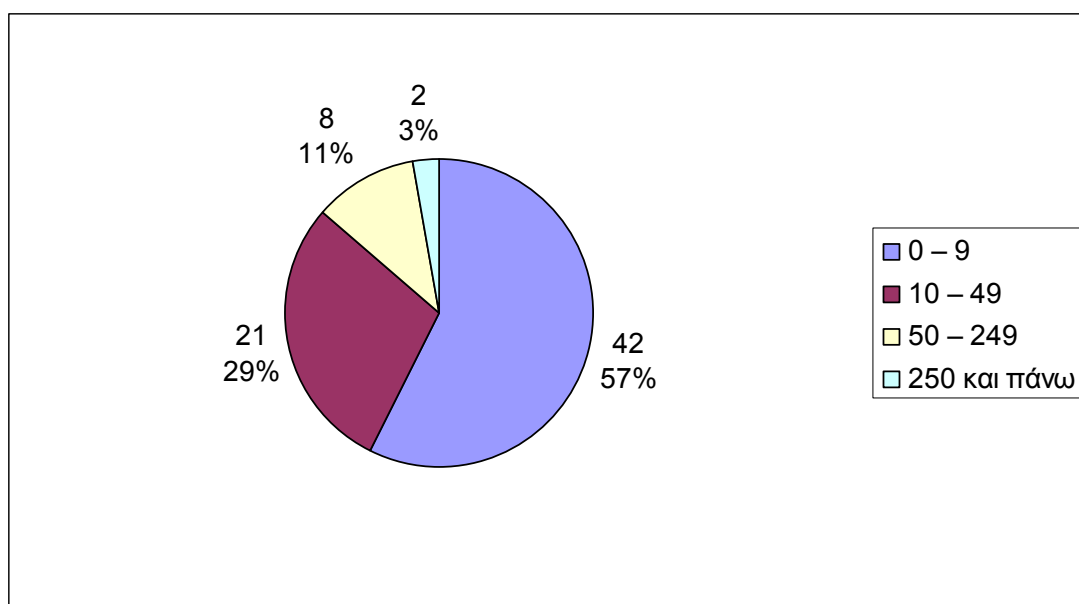
ερώτηση αυτή δεν έγινε για να διερευνηθεί τυχόν συσχέτιση με τις προηγούμενες ερωτήσεις, αλλά από μόνη της θα δώσει αποτελέσματα ως προς τη γενική αντιμετώπιση της κρίσης από τους επιχειρηματίες. Η ερώτηση αυτή είναι ανοικτού τύπου για να δώσουμε την ευκαιρία στον επιχειρηματία να αναλύσει τις σκέψεις του. Παρόλα αυτά, δόθηκαν οδηγίες ως προς τη συμπλήρωση της απάντησης, ούτως ώστε να λάβουμε όσο το δυνατόν πιο συναφείς απαντήσεις για να μπορέσουμε να τις κατηγοριοποιήσουμε σε δεύτερο χρόνο.

Παράθεση αποτελεσμάτων της έρευνας

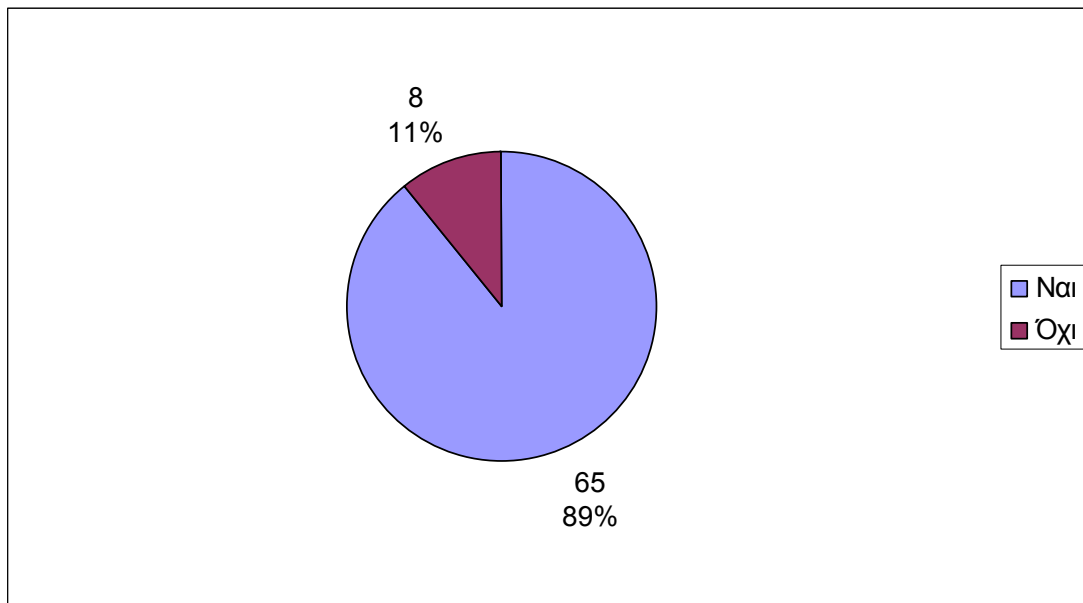
Παρακάτω εμφανίζονται τα δεδομένα των απαντήσεων σε ακατέργαστη μορφή. Στην επόμενη ενότητα αναλύονται αυτά τα αποτελέσματα και οι συσχετισμοί μεταξύ τους. Τα παρακάτω στοιχεία παρατίθενται στην ίδια σειρά με το ερωτηματολόγιο. Για κάθε ερώτηση έχει δημιουργηθεί εικονογραφία για ευκολία του αναγνώστη. Σε όλες τις απαντήσεις δημιουργήθηκε εικονογραφία που αποτυπώνει και τον απόλυτο αριθμό απαντήσεων και του ποσοστού σε σχέση με το μέγεθος του δείγματος.

Μέρος 1ο – Γενικά στοιχεία της εταιρίας

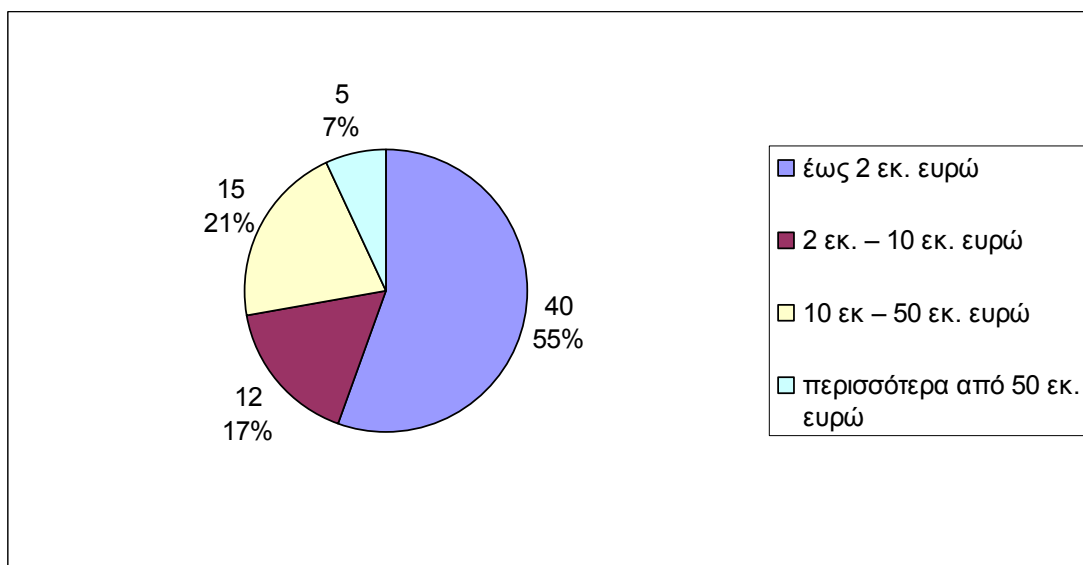
1.2. Πόσα άτομα εργάζονται στην εταιρία σας με πλήρη ή μερική απασχόληση;



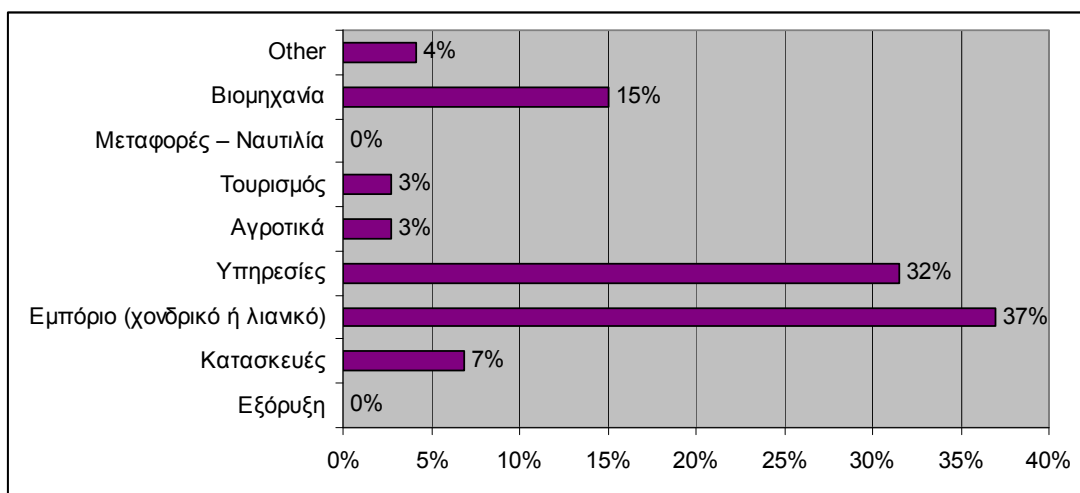
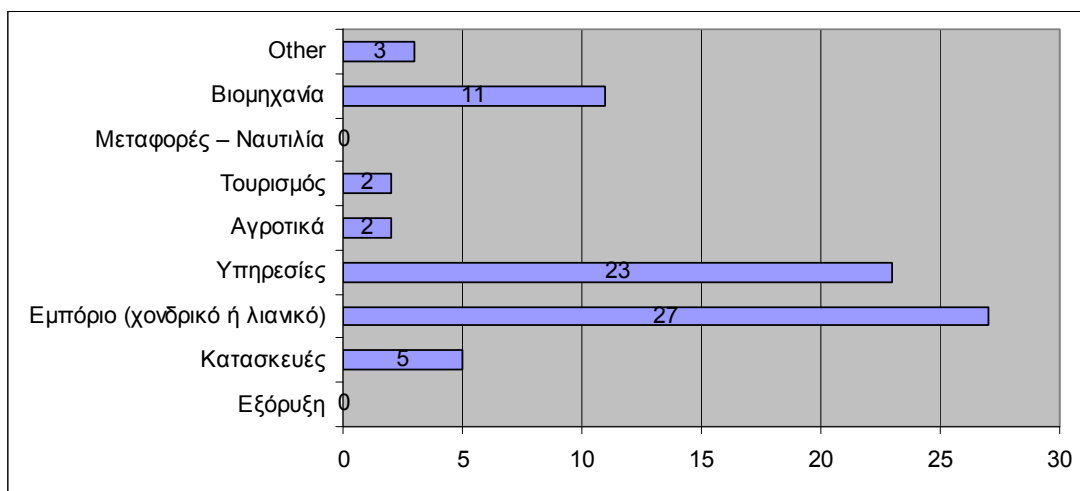
1.3. Η εταιρία σας είναι χρηματοοικονομικά αυτόνομη;



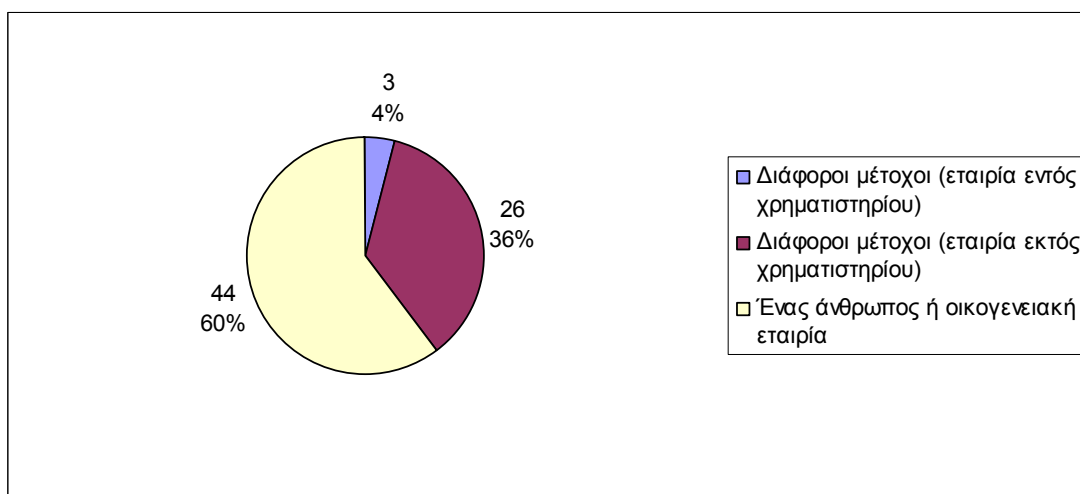
1.4. Ποιο ήταν το ύψος των πωλήσεών σας (τζίρος) το 2010;



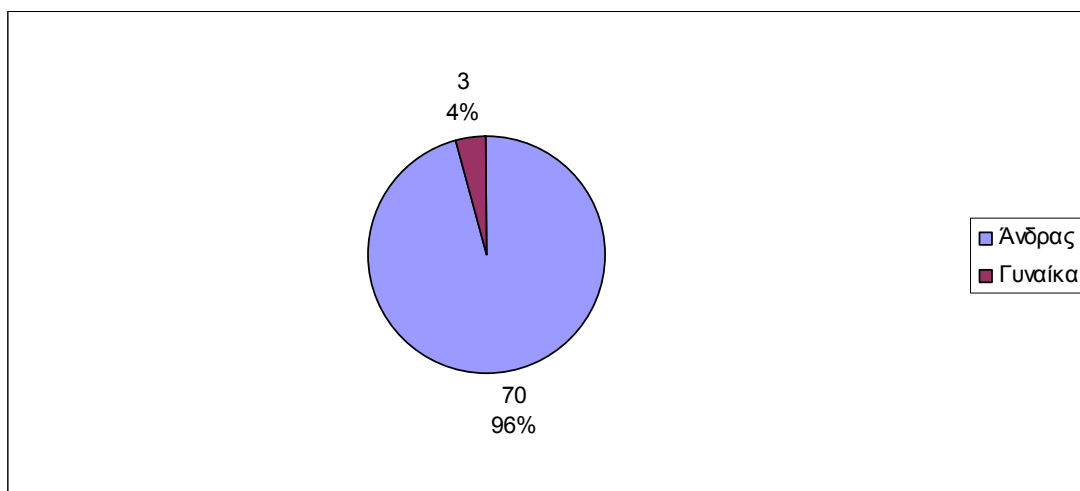
1.5. Σε ποιον τομέα παραγωγής εντάσσεται η επιχείρησή σας;



1.7. Ιδιοκτησία εταιρίας:

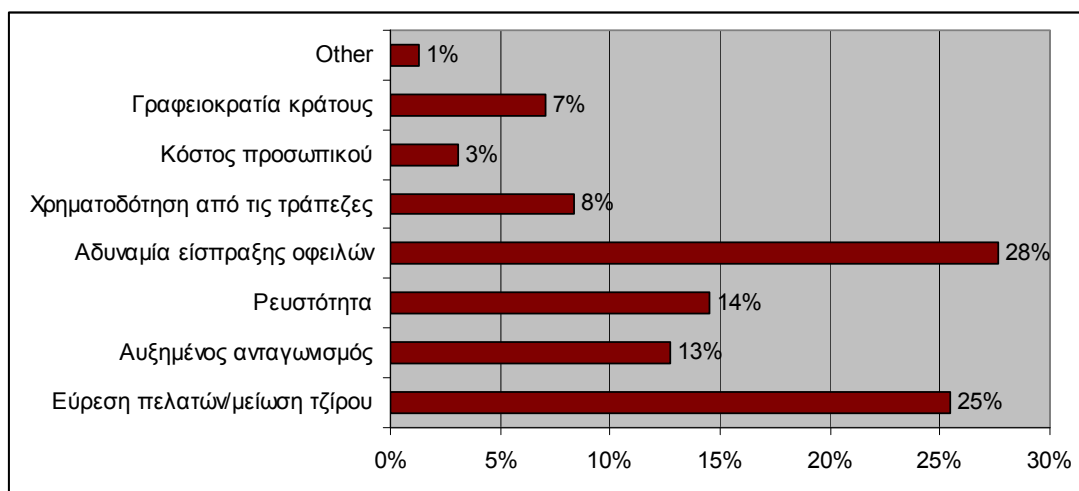
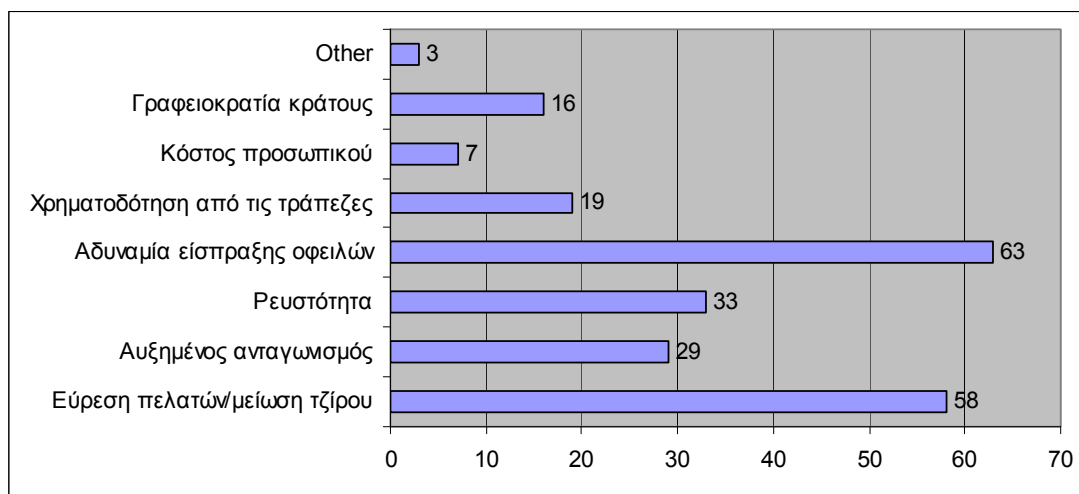


1.8. Τι φύλο είναι ο CEO/Διευθυντής της εταιρίας;

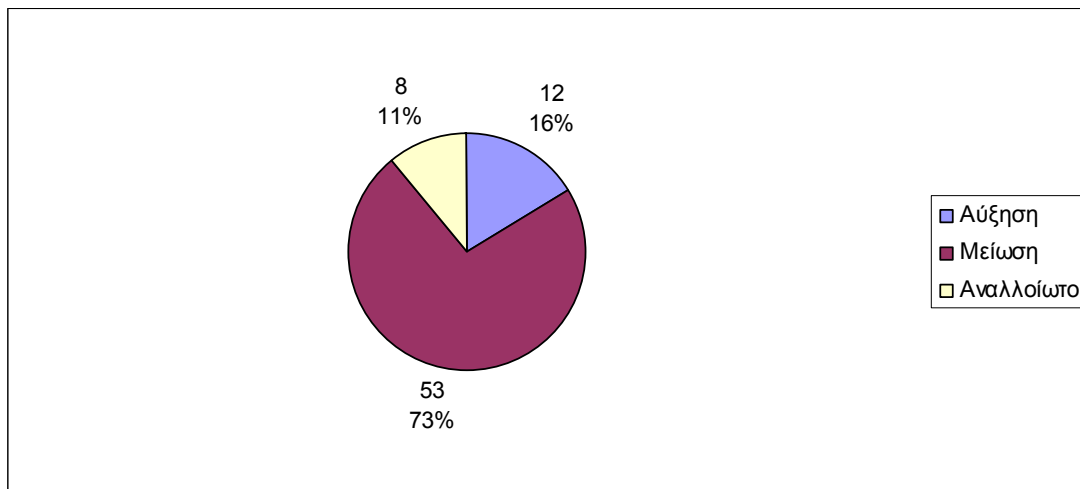


Μέρος 2ο – Οικονομική κατάσταση της εταιρίας

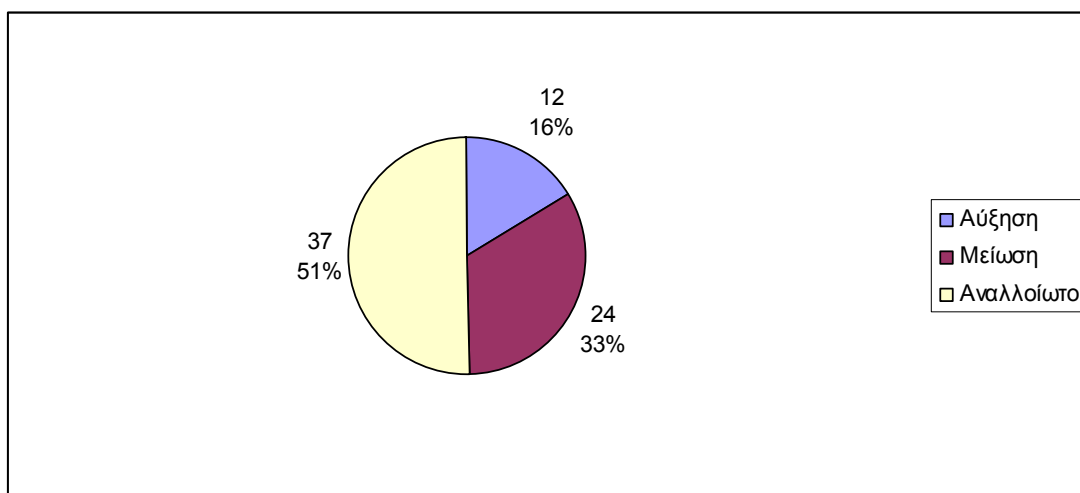
2.1. Ποιο ή ποια είναι τα μεγαλύτερα προβλήματα που αντιμετωπίζετε αυτή τη στιγμή;



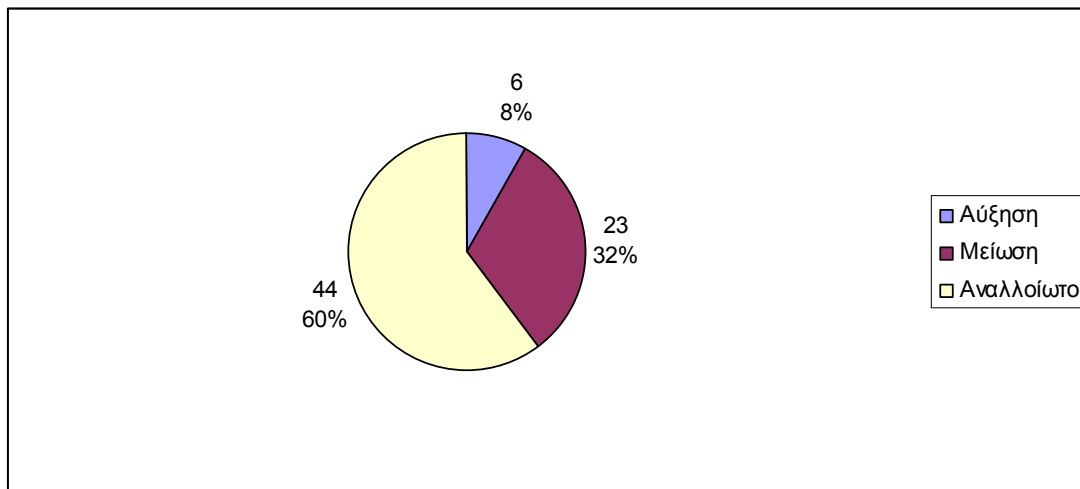
2.2. Ποιοι από τους παρακάτω οικονομικούς παράγοντες άλλαξαν τον τελευταίο χρόνο (2010) και πώς; - Ύψος πωλήσεων



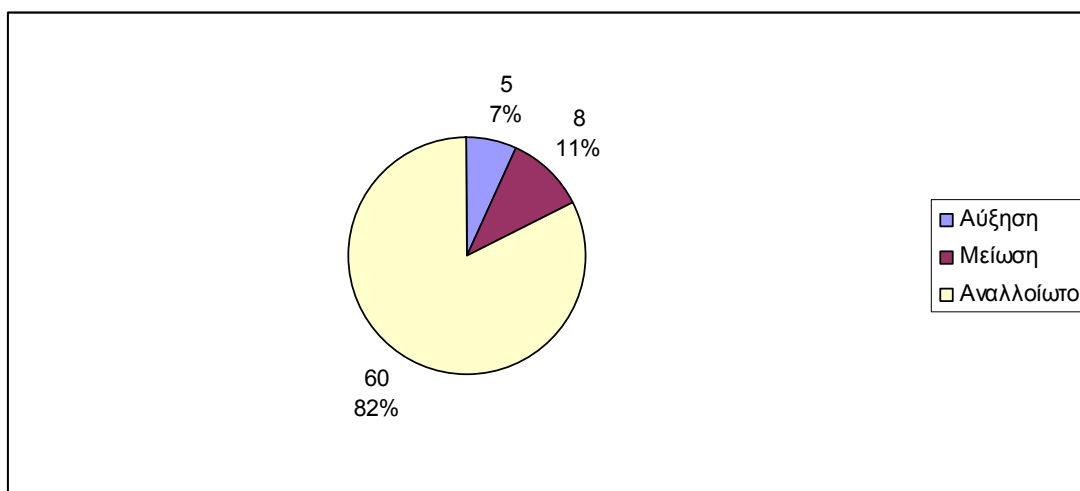
2.2. Ποιοι από τους παρακάτω οικονομικούς παράγοντες άλλαξαν τον τελευταίο χρόνο (2010) και πώς; - Κερδοφορία



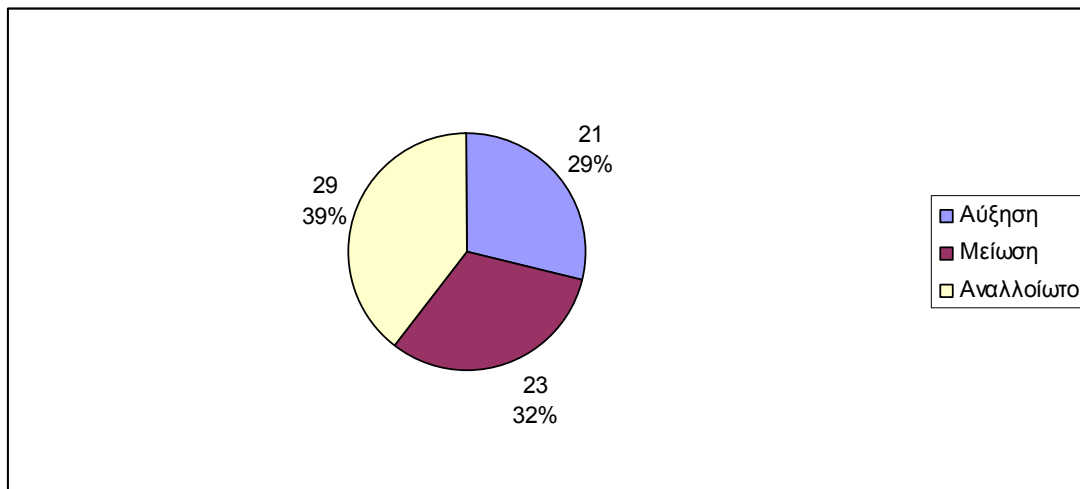
2.2. Ποιοι από τους παρακάτω οικονομικούς παράγοντες άλλαξαν τον τελευταίο χρόνο (2010) και πώς; - Περιθώριο κέρδους



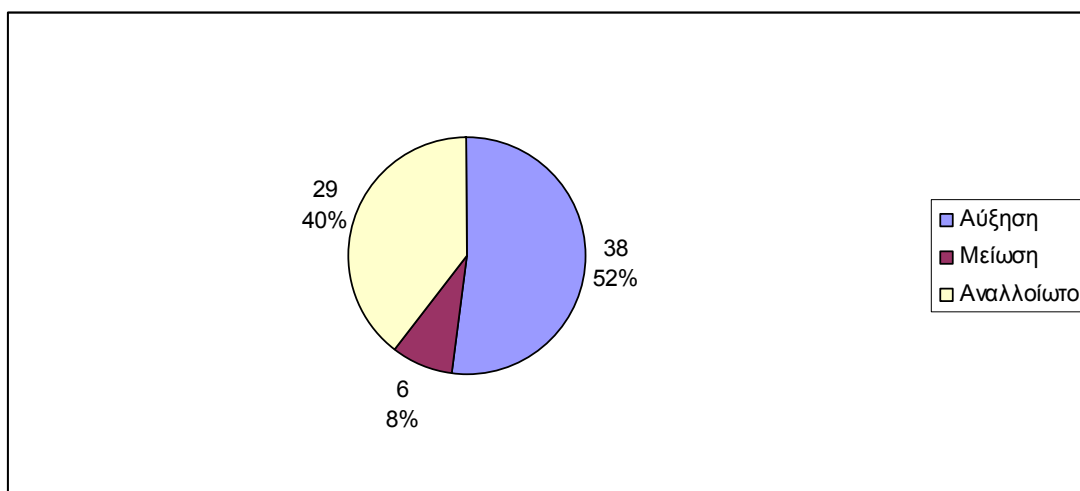
2.2. Ποιοι από τους παρακάτω οικονομικούς παράγοντες άλλαξαν τον τελευταίο χρόνο (2010) και πώς; - Κόστος εργατικού δυναμικού



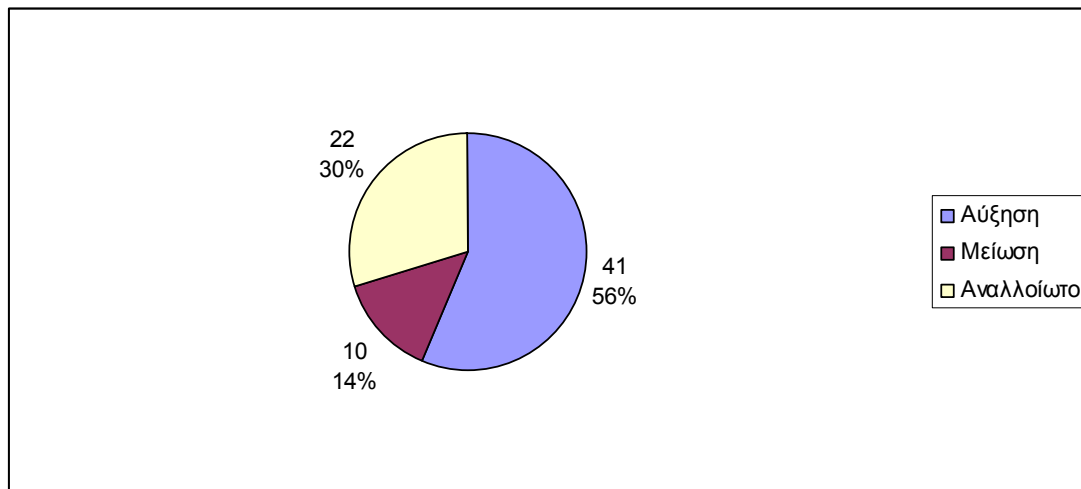
2.2. Ποιοι από τους παρακάτω οικονομικούς παράγοντες άλλαξαν τον τελευταίο χρόνο (2010) και πώς; - Κόστος αγορών



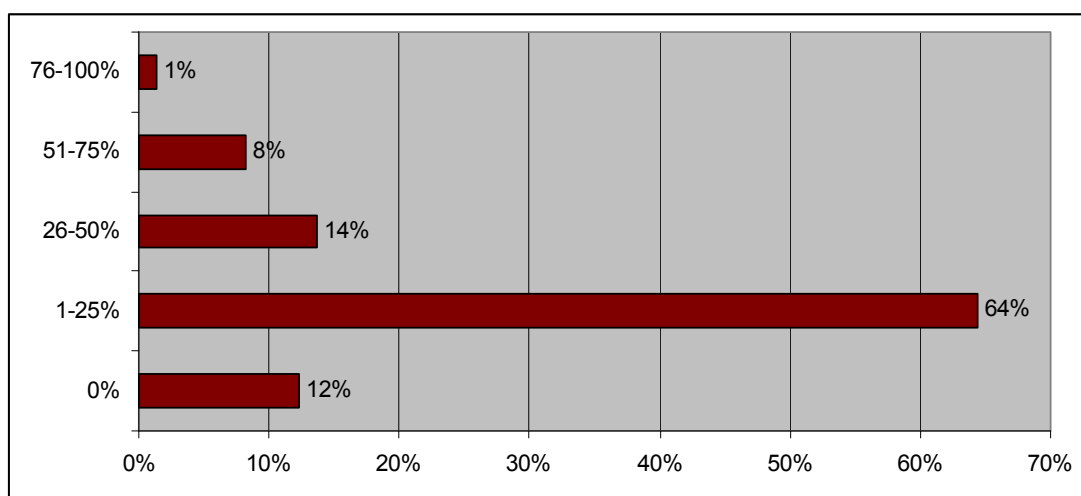
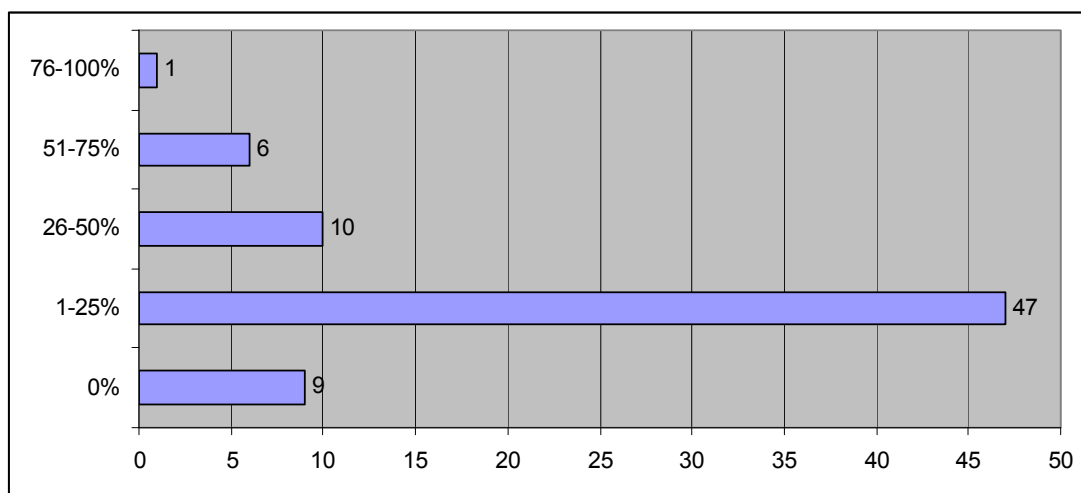
2.2. Ποιοι από τους παρακάτω οικονομικούς παράγοντες άλλαξαν τον τελευταίο χρόνο (2010) και πώς; - Κόστος χρηματοδότησης



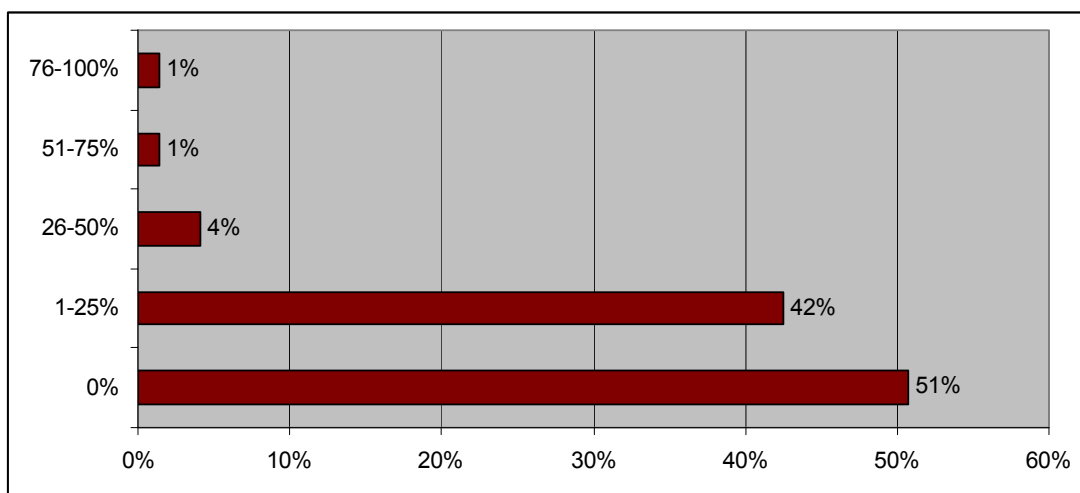
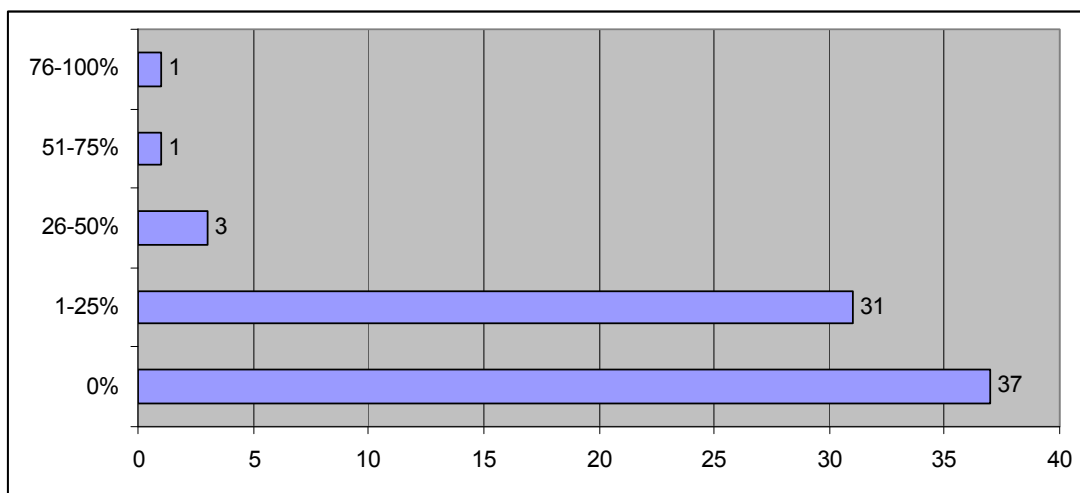
2.2. Ποιοι από τους παρακάτω οικονομικούς παράγοντες άλλαξαν τον τελευταίο χρόνο (2010) και πώς; - Αδυναμία Πληρωμών από Πελάτες/Τρίτους



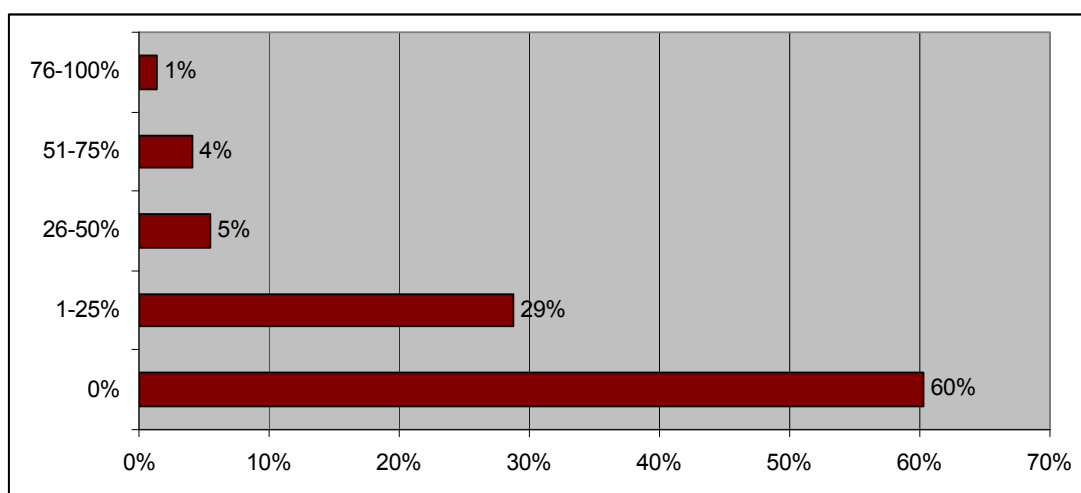
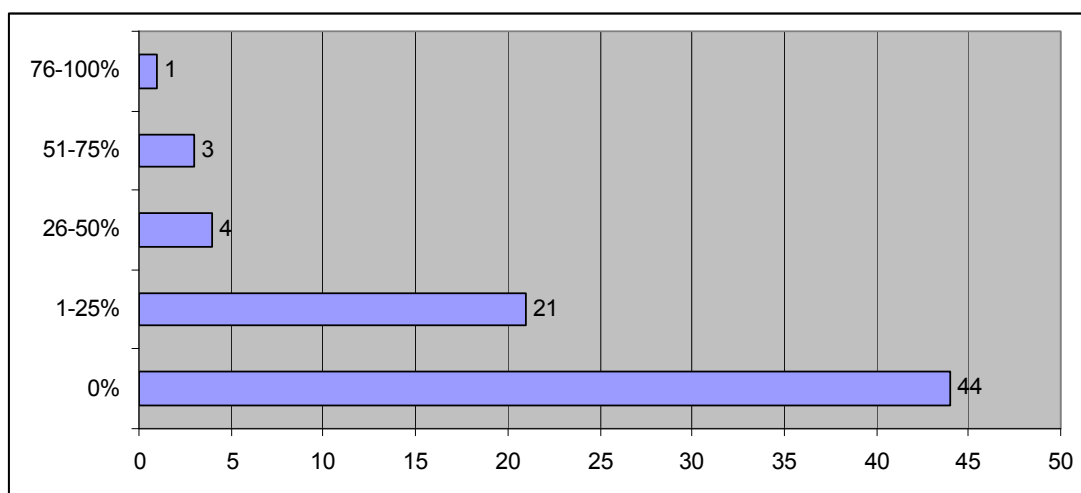
2.3. Πόση ήταν η μεταβολή των παραγόντων αυτών; - Ύψος πωλήσεων



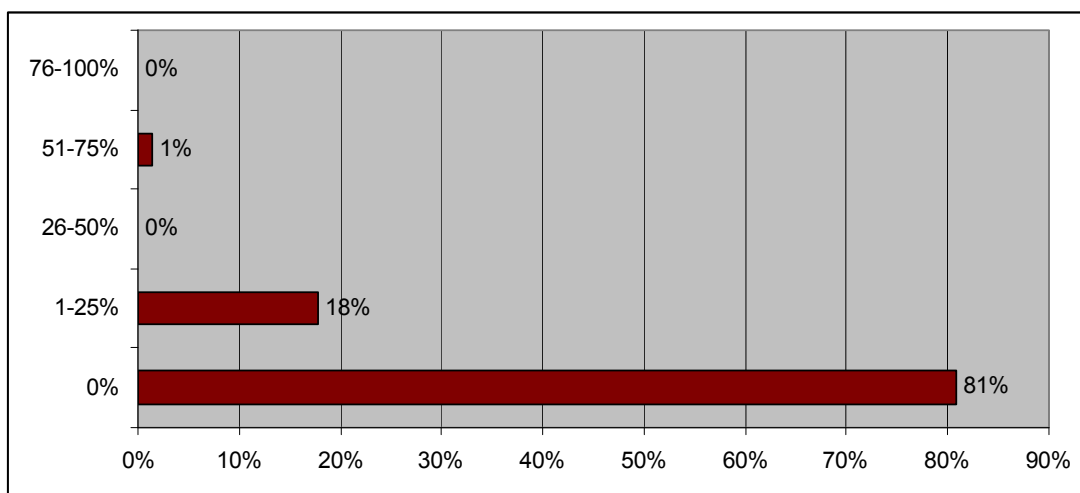
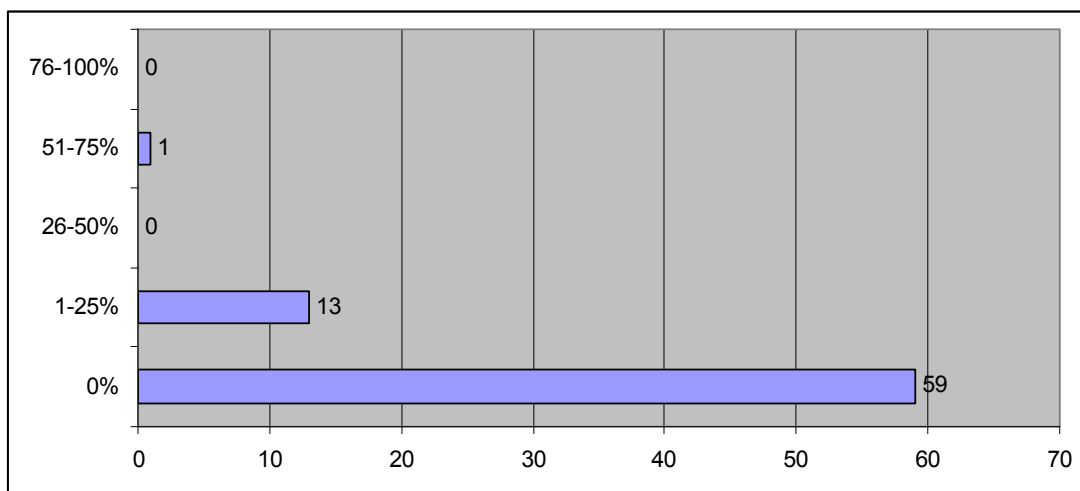
2.3. Πόση ήταν η μεταβολή των παραγόντων αυτών; - Κερδοφορία



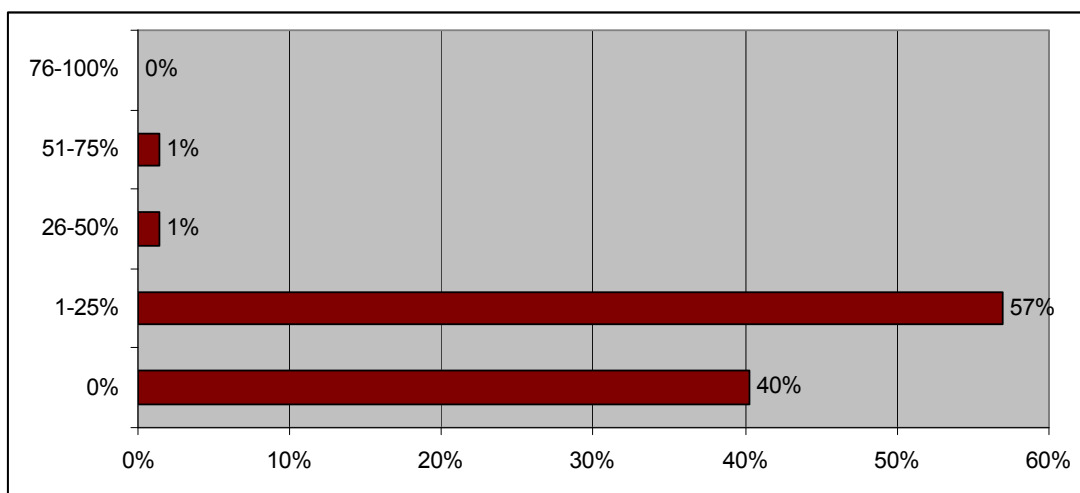
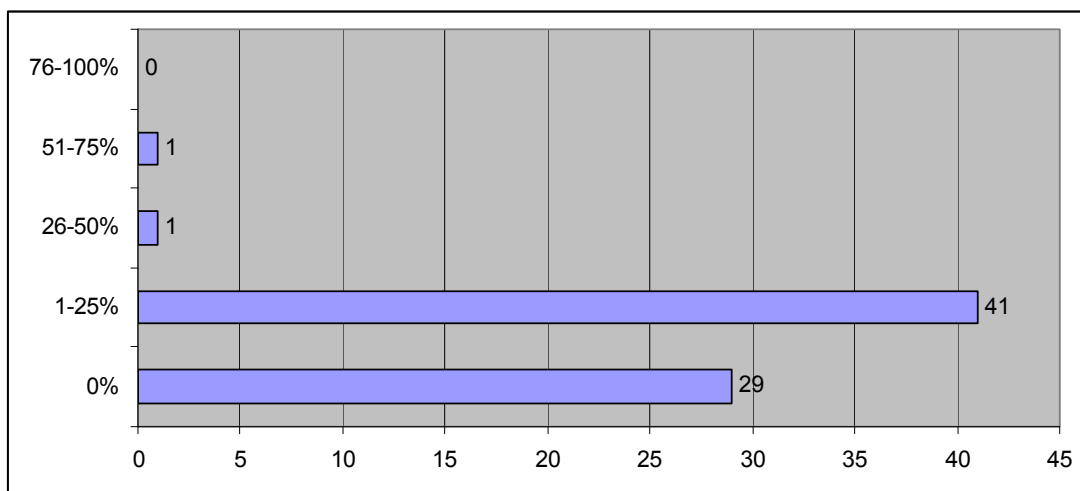
2.3. Πόση ήταν η μεταβολή των παραγόντων αυτών; - Περιθώριο κέρδους



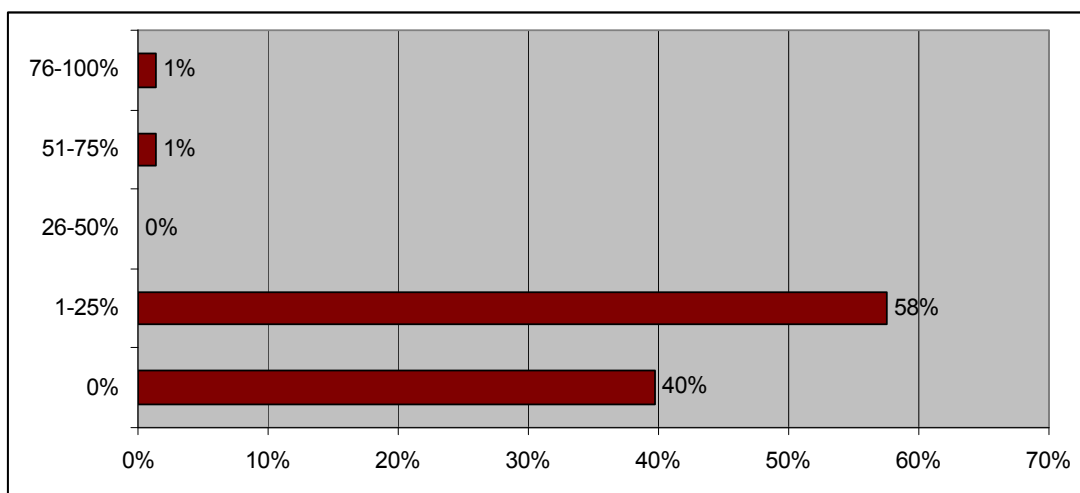
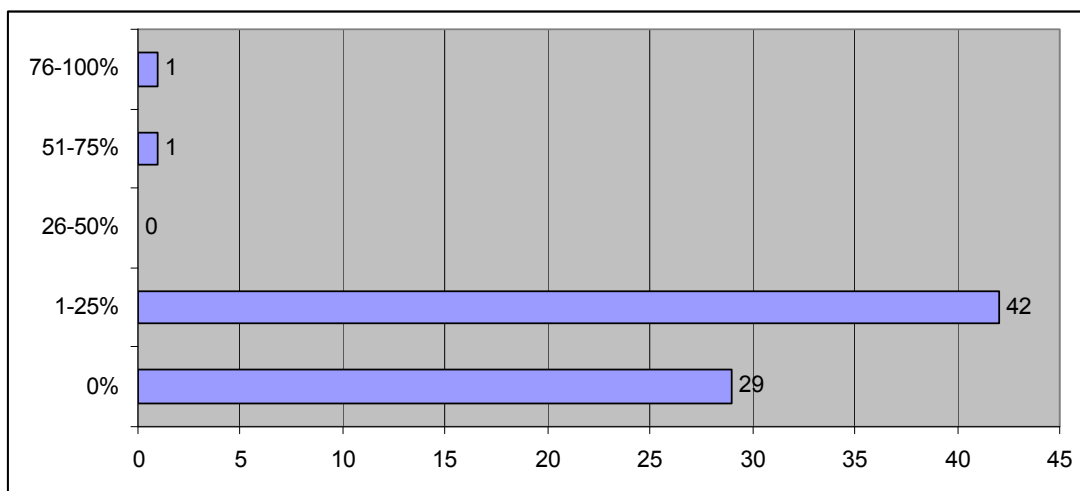
2.3. Πόση ήταν η μεταβολή των παραγόντων αυτών; - Κόστος εργατικού δυναμικού



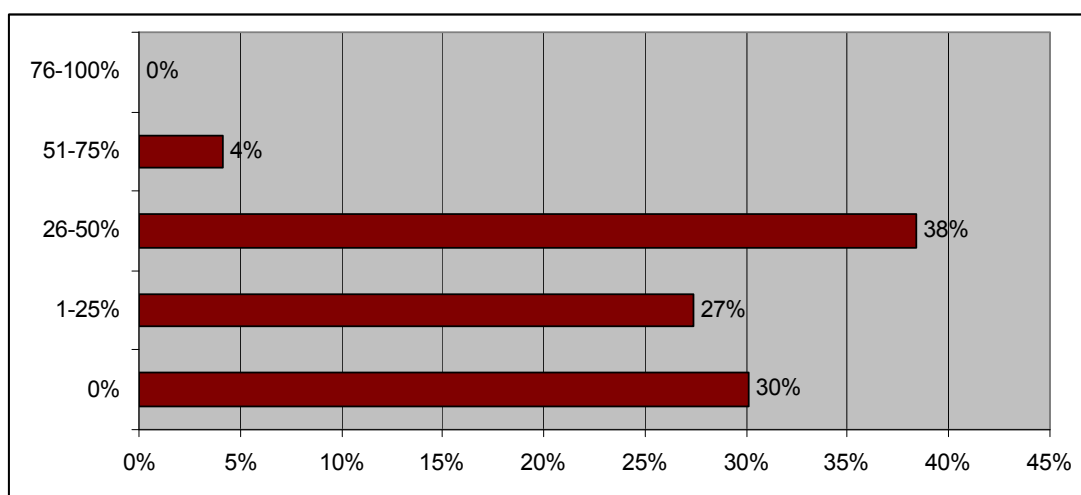
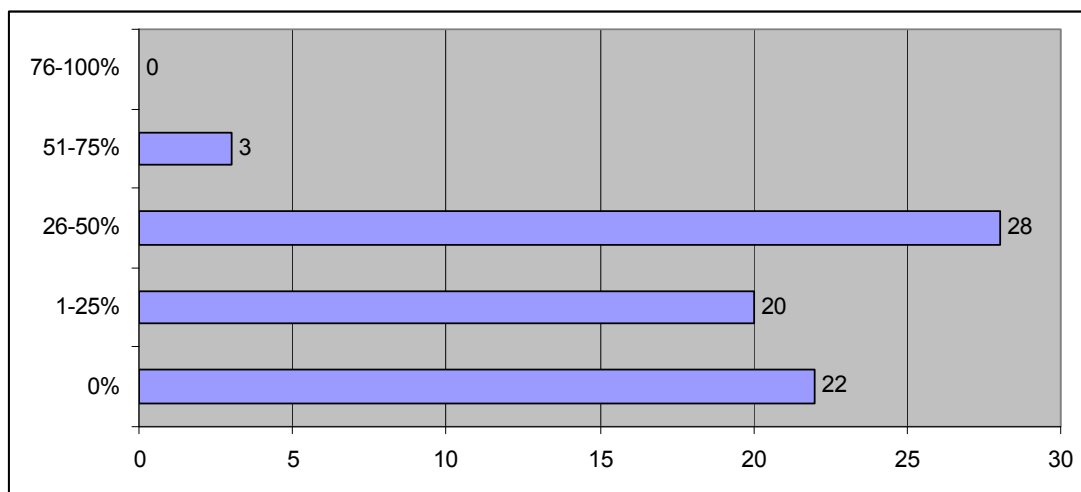
2.3. Πόση ήταν η μεταβολή των παραγόντων αυτών; - Κόστος αγορών



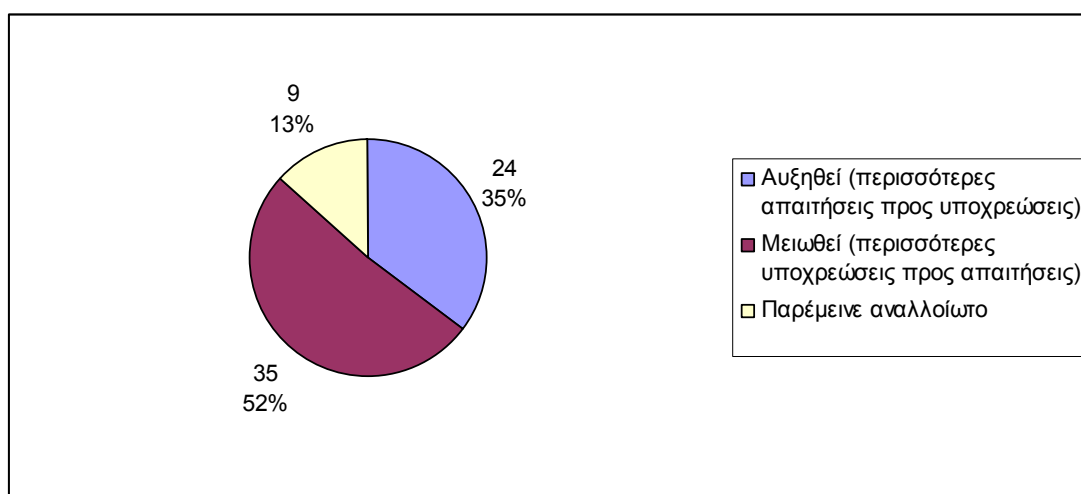
2.3. Πόση ήταν η μεταβολή των παραγόντων αυτών; - Κόστος χρηματοδότησης



2.3. Πόση ήταν η μεταβολή των παραγόντων αυτών; - Αδυναμία Πληρωμών από Πελάτες/Τρίτους

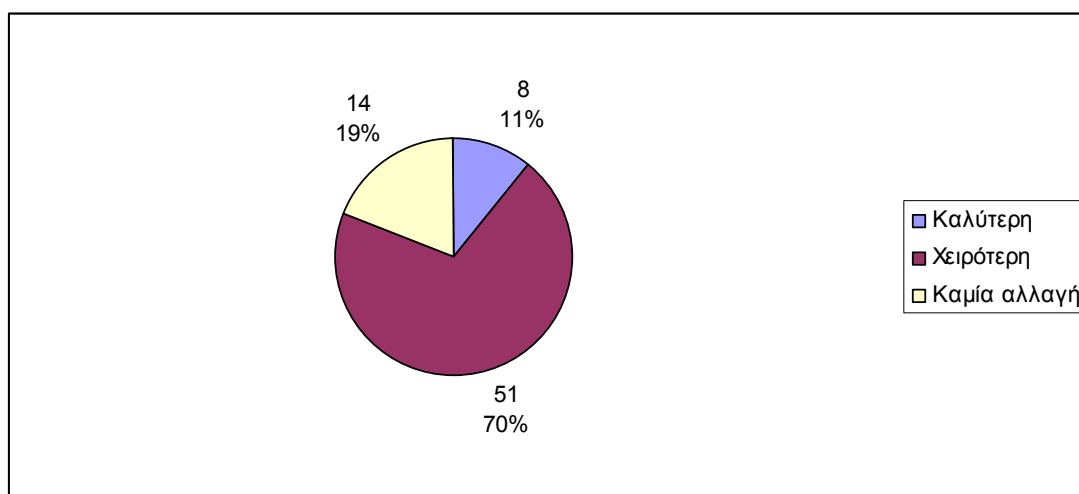


2.4. Ο λόγος του ενεργητικού προς το παθητικό το προηγούμενο δωδεκάμηνο, έχει:

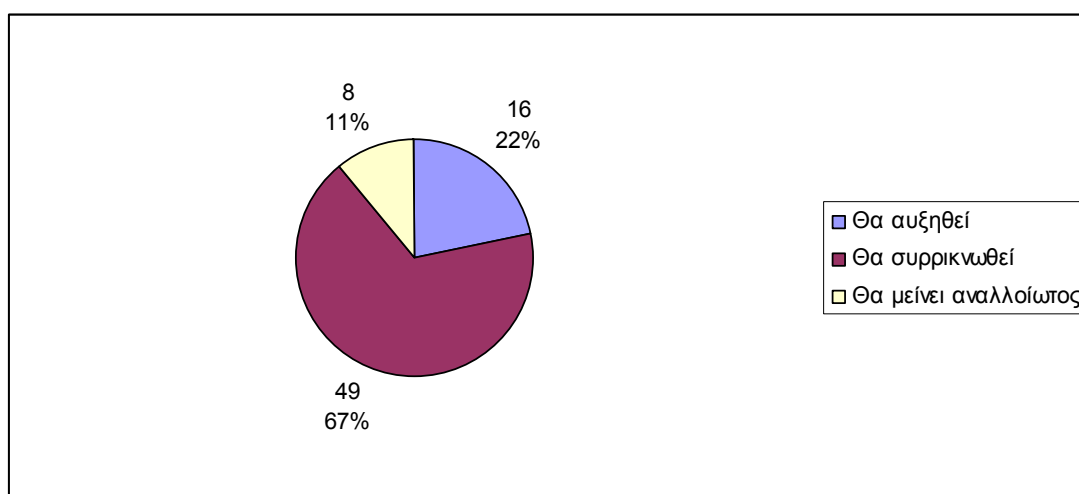


Μέρος 3ο – Προσδοκίες για το μέλλον

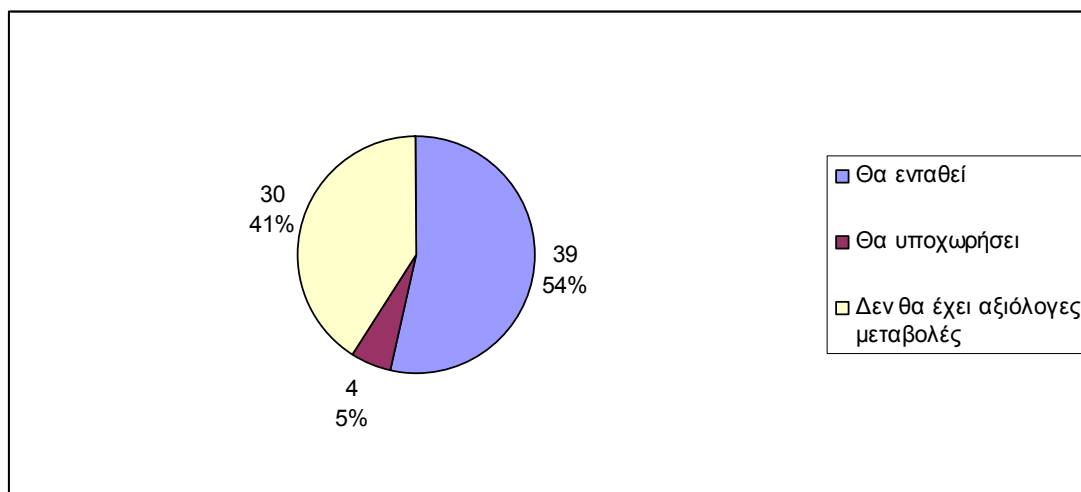
3.1. Ποια είναι η εκτίμησή σας για την οικονομική κατάσταση της χώρας κατά τη διάρκεια του επόμενου δωδεκαμήνου (2011);



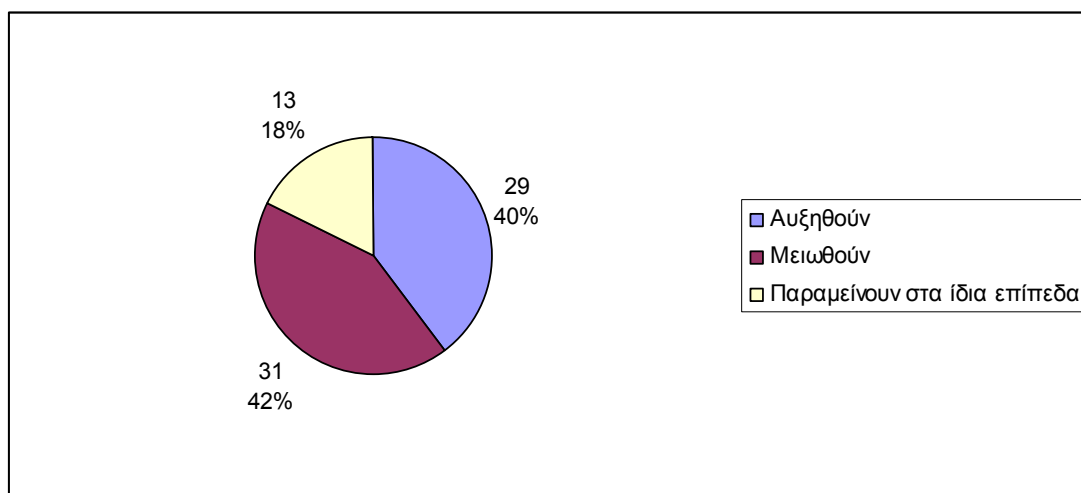
3.2. Κατά την εκτίμησή σας, ο συνολικός τζίρος του κλάδου σας το επόμενο δωδεκάμηνο (μέγεθος αγοράς):



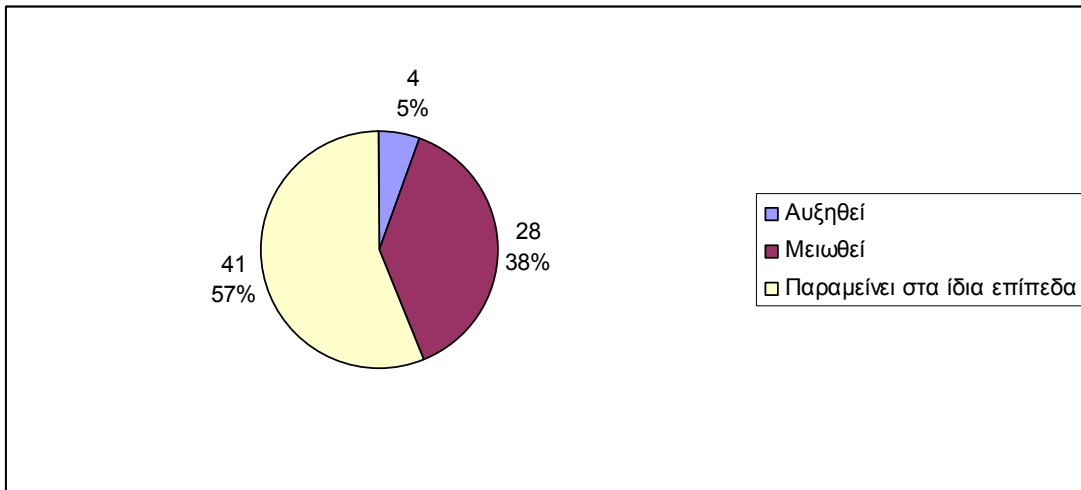
3.3. Ποια η εκτίμησή σας για την ένταση του ανταγωνισμού στον κλάδο σας το επόμενο δωδεκάμηνο:



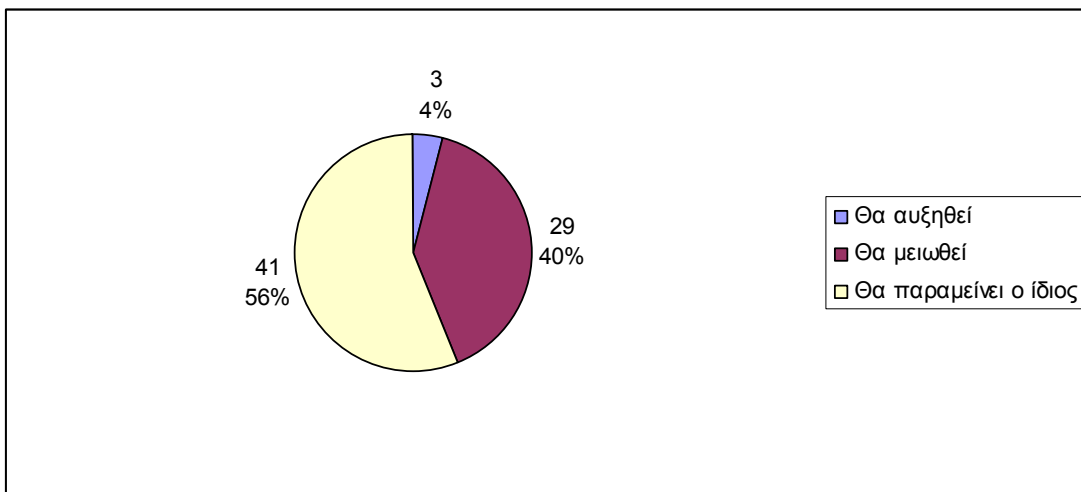
3.4. Οι πωλήσεις της εταιρίας σας το επόμενο δωδεκάμηνο, περιμένετε να:



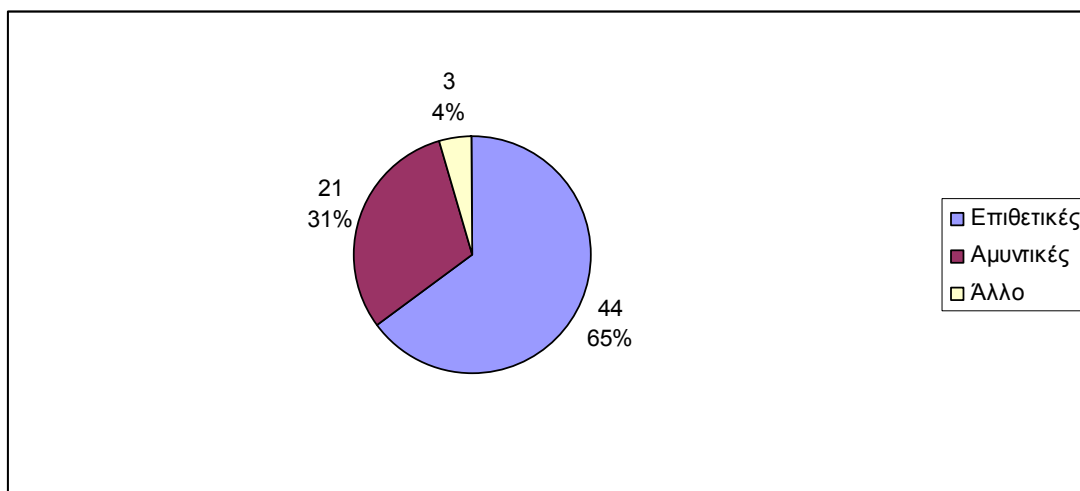
3.5. Το περιθώριο κέρδους της εταιρίας σας το επόμενο δωδεκάμηνο, περιμένετε να:



3.6. Ο αριθμός των εργαζομένων στην εταιρία σας το επόμενο δωδεκάμηνο, πιστεύετε ότι:



3.7. Ποιες είναι οι στρατηγικές επιλογές σας για το επόμενο έτος;



Ανάλυση Δεδομένων και Ερμηνεία Ευρημάτων

Το ερωτηματολόγιο έλαβε 73 έγκυρες απαντήσεις από 300 προσκλήσεις. Το σύνολο των απαντήσεων προήλθε από εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον ελλαδικό χώρο. Η συντριπτική πλειοψηφία των απαντήσεων προήλθε γεωγραφικά από το νομό Αττικής και από το νομό Θεσσαλονίκης. Όσον αφορά στο μέγεθος, το 57% των απαντήσεων προήλθε από εταιρίες με 0-9 υπαλλήλους, το 29% προήλθε από εταιρίες με 10-49 υπαλλήλους, το 11% από εταιρίες με 50-249 υπαλλήλους και μόλις το 3% από πιο μεγάλες επιχειρήσεις με περισσότερους από 250 υπαλλήλους. Από αυτές το 55% είχαν τζίρο έως 2 εκ. ευρώ, το 17% είχαν τζίρο από 2 εκ. ευρώ έως 10 εκ. ευρώ, 8% με τζίρο 10 εκ. ευρώ έως 50 εκ. ευρώ και τέλος επίσης 8% με τζίρο από 50 εκ. ευρώ και πάνω. Το μεγαλύτερο λοιπόν ποσοστό του δείγματος ήταν επιχειρήσεις με μικρό τζίρο και λίγους υπαλλήλους. Αυτό κατά τη γνώμη του συγγραφέα αντικατοπτρίζει την ελληνική πραγματικότητα και μπορεί να γίνει αποδεκτό για τη συσχέτιση του δείγματος με το σύνολο.

Από το σύνολο των απαντήσεων το 89% των εταιριών δήλωσε ότι παίρνει αυτόνομα τις χρηματοοικονομικές τους αποφάσεις. Αυτό δίνει μεγαλύτερη εγκυρότητα στα στοιχεία που συλλέχθηκαν καθώς δόθηκαν από επιχειρήσεις που έχουν τη δυνατότητα κατάστρωσης χρηματοοικονομικής πολιτικής.

Όσον αφορά στην ιδιοκτησία των επιχειρήσεων που πήραν μέρος στην έρευνα, το 61% δήλωσε ότι η εταιρία τους διοικείται από ένα άνθρωπο ή μια οικογένεια, το 28% ότι στο μετοχολόγιο υπάρχουν διάφοροι μέτοχοι που δεν ασχολούνται ενεργά με την εταιρία και το 3% ότι είναι εταιρία χρηματιστηρίου.

Τέλος, η συντριπτική πλειοψηφία των Διευθυνόντων Συμβούλων – Διευθυντών των εταιριών που πήραν μέρος στην έρευνα είναι άντρες.

Προχωρώντας στο δεύτερο μέρος του ερωτηματολογίου, στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι εταιρίες, μεγαλύτερο ποσοστό (28%) έλαβε η «Αδυναμία είσπραξης οφειλών» με δεύτερο την «Εύρεση πελατών/μείωση τζίρου» με ποσοστό 25%. Και τα δύο είναι κυρίαρχα προβλήματα στην εύρυθμη λειτουργία της κάθε επιχείρησης. Τρίτος παράγοντας είναι η ρευστότητα (14%). Με ασφάλεια μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το πρόβλημα της ρευστότητας είναι παράγωγο των δύο προαναφερθέντων προβλημάτων, δηλαδή της αδυναμίας είσπραξης οφειλών και τη μείωση του ύψους των πωλήσεων.

Από την επόμενη διπλή ερώτηση (2.2. και 2.3.) του ερωτηματολογίου προκύπτουν ενδιαφέροντα στοιχεία για το βάθος της κρίσης.

Κατ' αρχήν η μεταβολή στο ύψος των πωλήσεων. Το 73% των απαντήσεων δήλωσε ότι είχε μείωση στο ύψος των πωλήσεων η οποία κατά ένα μεγάλο ποσοστό ήταν της τάξης του 1-25%. Αμέσως μετά όμως γίνεται αντιληπτό ότι το 60% των εταιριών δεν μείωσαν το περιθώριο κέρδους τους και για το 51% η κερδοφορία ήταν ίδια με το προηγούμενο έτος. Το συμπέρασμα που μπορεί να παραχθεί από αυτό, είναι ότι οι επιχειρήσεις κατά την πλειοψηφία τους δεν ήταν προετοιμασμένες για τέτοιου είδους κρίση και ως προς το βάθος της αλλά και ως προς τη διάρκειά της.

Μεταβαίνοντας στον επόμενο οικονομικό παράγοντα, το κόστος εργατικού δυναμικού, παρατηρείται ότι το 82% των εταιριών δήλωσε ότι παρέμεινε αναλλοίωτο. Σε συνάρτηση με την ερώτηση 2.1. παρατηρούμε ότι μόνο το 3% των εταιριών επεσήμανε ότι το κόστος εργατικού δυναμικού αποτελεί πρόβλημα. Άρα είναι ασφαλές να συμπεράνουμε ότι οι μισθοί των εργαζομένων δεν αποτελούν πρόβλημα για τις επιχειρήσεις ή οι επιχειρηματίες στην πλειοψηφία τους δεν αντιλαμβάνονται το μισθολογικό κόστος ως ιδιαίτερο πρόβλημα.

Κόστος αγορών. Το 21% των επιχειρήσεων δήλωσε ότι είχε αύξηση στο κόστος αγορών, το 23% δήλωσε ότι είχε μείωση και το 39% δήλωσε ότι το κόστος των αγορών παρέμεινε αναλλοίωτο. Οι απαντήσεις που δόθηκαν στη συγκεκριμένη ερώτηση έχουν την ίδια βαρύτητα όταν παρατηρούμε το δείγμα ως ομοιογενές και συνεπώς δεν είναι ασφαλές να παραχθούν οποιαδήποτε συμπεράσματα καθώς μπορεί να μην αντιπροσωπεύουν τον πληθυσμό, αλλά να είναι κοινά μεταξύ εταιριών του ίδιου κλάδου.

Ενδιαφέρον προκύπτει από την ανάλυση του επόμενου παράγοντα που είναι το κόστος δανεισμού. Το 52% των επιχειρήσεων που έλαβαν μέρος στην έρευνα δήλωσε ότι το κόστος χρηματοδότησής τους αυξήθηκε. Άμεσο συμπέρασμα αυτού σε συνάρτηση με τη μείωση των πωλήσεων που παρατηρήθηκε, είναι ότι υπάρχουν πιθανώς υγιείς εταιρίες, κυρίως πολύ μικρές και μικρές, οι οποίες θα ήθελαν να αντιμετωπίσουν την κρίση με επενδύσεις αλλά δεν μπορούν να έχουν πρόσβαση στα κεφάλαια για να πράξουν κάτι τέτοιο.

Τελευταίος παράγοντας που διερευνήθηκε ήταν η αδυναμία είσπραξης οφειλών από πελάτες και τρίτους. Το 56% των απαντήσεων δήλωσε αύξηση. Το σημαντικό όμως δεν είναι απλά η αύξηση αλλά το ποσοστό της καθώς είναι το μόνο ποσοστό που

κατά 38% emπίπτει στην κατηγορία 26-50%. Δηλαδή, αδυναμία είσπραξης του 26-50% των οφειλομένων στην εταιρία. Αυτό το νούμερο από μόνο του είναι πάρα πολύ υψηλό και το καθιστά ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα που εντοπίστηκαν.

Ένα επίσης σημαντικό στοιχείο προκύπτει από την επόμενη ερώτηση που είναι η μεταβολή ή όχι του λόγου του ενεργητικού προς το παθητικό της εταιρίας. Το 52% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι ο λόγος αυτός μειώθηκε, δηλαδή η εταιρία τους παρουσίασε σε σχέση με το προηγούμενο έτος μείωση συνολικής αξίας. Αυτό δεν έχει σχέση με τη χρηματοροή ή κάποιο άλλο πρόβλημα που οι επιχειρήσεις μπορούν να θεωρήσουν ως παροδικό. Αντίθετα η μείωση του λόγου ενεργητικού προς παθητικό είναι ένα πιο βαθύ πρόβλημα που αντιμετωπίζεται πιο δύσκολα και σε μεγαλύτερο βάθος χρόνου.

Το τρίτο και τελευταίο μέρος του ερωτηματολογίου προσπάθησε να διερευνήσει τις προσδοκίες των επιχειρήσεων για το μέλλον. Μεγάλο ενδιαφέρον παρουσιάζει η πρώτη ερώτηση για την οικονομική κατάσταση της χώρας που εκτιμούν οι επιχειρηματίες. Το 70% δήλωσε ότι περιμένει να είναι χειρότερη ενώ οι κρατικές εξαγγελίες δηλώνουν ότι το 2011 θα είναι έτος σταθεροποίησης και το 2012 θα είναι έτος θετικού πρόσημου στον τομέα της ανάπτυξης. Όπως προαναφέρθηκε στην εδώ εργασία, η αισιοδοξία του επιχειρηματία είναι ένας βασικός παράγοντας οικονομικής δραστηριότητας και συνεπώς οικονομικής ανάπτυξης. Απ' ότι διαφαίνεται, μόνο το 11% των εταιριών πιστεύουν ότι η κατάσταση θα βελτιωθεί και το 19% πιστεύει ότι τουλάχιστον θα παραμείνει η ίδια.

Στο ίδιο κλίμα κινούνται οι απαντήσεις των επόμενων ερωτήσεων, όπου το 67% πιστεύει ότι το ύψος πωλήσεων συνολικά του κλάδου τους θα συρρικνωθεί και το 54% των επιχειρηματιών πιστεύει ότι ο ανταγωνισμός στον κλάδο τους θα ενταθεί. Από αυτό συμπεραίνουμε ότι οι επιχειρηματίες, ενώ αντιμετώπισαν την οικονομική κρίση, η οποία διαφάνηκε στις αρχές του 2010, με μεγαλύτερη αισιοδοξία, τώρα πιστεύουν ότι είναι πιο βαθιά καθώς θα επηρεάσει την συνολική «πίτα» του κλάδου τους αλλά και της συνολικής οικονομίας γενικότερα.

Αισιοδοξία πάντως δείχνουν οι απαντήσεις στην επόμενη ερώτηση καθώς το 40% πιστεύει ότι οι πωλήσεις του θα αυξηθούν και το 18% ότι θα παραμείνουν στα ίδια επίπεδα, σημάδι ότι οι επιχειρηματίες μετά από το πρώτο σοκ της κρίσης μάλλον έλαβαν τα αναγκαία μέτρα για την πορεία της επιχείρησής τους τον επόμενο χρόνο. Αυτό βέβαια έρχεται ως αντίθεση στα στοιχεία που ελήφθησαν μέσω των δύο

επόμενων ερωτήσεων που αφορούν στο περιθώριο κέρδους καθώς το 57% πιστεύει ότι το περιθώριο κέρδους θα παραμείνει στα ίδια επίπεδα. Από αυτό συμπεραίνουμε ότι οι επιχειρηματίες δεν είναι διατεθειμένοι να μειώσουν το ποσοστό κερδοφορίας τους για να αυξήσουν τις πωλήσεις τους.

Τέλος, πολύ σημαντικό είναι το αποτέλεσμα της τελευταίας ερώτησης για τη στρατηγική που θα ακολουθήσουν οι επιχειρηματίες εν μέσω της κρίσης. Το 65% δήλωσε ότι θα επιχειρήσει επιθετικές στρατηγικές. Ορισμένες από αυτές τις απαντήσεις ήταν ότι θα ανοιχθούν σε νέες αγορές είτε γεωγραφικά (εξαγωγές, νέα καταστήματα σε άλλη πόλη) είτε προϊόντικά.

Συμπεράσματα – Αποτελέσματα της έρευνας

Η έρευνά μας παρουσίασε τα εξής αποτελέσματα:

- Η αδυναμία είσπραξης οφειλών και η μείωση του ύψους των πωλήσεων μάλλον προκαλούν το πρόβλημα της ρευστότητας.
- Οι περισσότερες επιχειρήσεις δεν ήταν προετοιμασμένες για τέτοιου είδους κρίση, ως προς το βάθος της αλλά και ως προς τη διάρκειά της.
- Σχετικά με τους μισθούς των εργαζομένων, δύο τινά συμβαίνουν: είτε πραγματικά δεν αποτελούν πρόβλημα για τις επιχειρήσεις, ή οι επιχειρηματίες στην πλειοψηφία τους δεν αντιλαμβάνονται το μισθολογικό κόστος ως πρόβλημα.
- Σχετικά με το κόστος αγορών, φάνηκε ότι είναι παρόμοιο στις επιχειρήσεις που ερωτήθηκαν. Όμως, τα συμπεράσματα μπορεί να είναι κοινά μεταξύ εταιριών του ίδιου κλάδου και να μην αντιπροσωπεύουν τον πληθυσμό.
- Υπάρχουν κάποιες υγιείς εταιρίες, κυρίως πολύ μικρές και μικρές, οι οποίες θα ήθελαν να αντιμετωπίσουν την κρίση με επενδύσεις αλλά δεν μπορούν να έχουν πρόσβαση στα κεφάλαια για να πράξουν κάτι τέτοιο.
- Οι επιχειρηματίες ήταν πιο αισιόδοξοι όταν διαφάνηκε η οικονομική κρίση στις αρχές του 2010, όμως τώρα πιστεύουν ότι η κρίση είναι πιο βαθιά καθώς θα επηρεάσει την συνολική «πίτα» του κλάδου τους αλλά και της συνολικής οικονομίας γενικότερα.
- Τέλος, οι επιχειρηματίες δεν είναι διατεθειμένοι να μειώσουν το ποσοστό κερδοφορίας τους για να αυξήσουν τις πωλήσεις τους.

ΠΡΟΣΑΡΤΗΜΑΤΑ

1. Δείγμα του ερωτηματολογίου



**ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ**

**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

*Ερωτηματολόγιο:
Οι Επιπτώσεις της κρίσης στις ελληνικές επιχειρήσεις*

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Το ερωτηματολόγιο που ακολουθεί είναι μέρος μεταπτυχιακής εργασίας σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας.

Σκοπός του ερωτηματολογίου είναι να διερευνηθεί η οικονομική κατάσταση των ελληνικών εταιριών καθώς και οι προσδοκίες των Ελλήνων επιχειρηματιών για το επόμενο έτος.

Τα στοιχεία που θα συλλεχθούν είναι απόρρητα και δεν θα δημοσιευθούν πουθενά.

Οι εταιρίες που θα συμπληρώσουν το ερωτηματολόγιο, έχουν το δικαίωμα να ζητήσουν τα αποτελέσματα της έρευνας.

Μέρος 1^ο – Γενικά στοιχεία της εταιρίας

1.1. Στοιχεία εταιρίας

Όνομα εταιρίας:.....

Ονοματεπώνυμο:

Διεύθυνση:

1.2. Πόσα άτομα εργάζονται στην εταιρία σας με πλήρη ή μερική απασχόληση;

- 0 – 9
- 10 – 49
- 50 – 249
- 250 και πάνω

1.3. Ποιο ήταν το ύψος των πωλήσεών σας (τζίρος) το 2010;

- έως 2 εκ. ευρώ
- 2 εκ. – 10 εκ. ευρώ
- 10 εκ – 50 εκ. ευρώ
- περισσότερα από 50 εκ. ευρώ

1.4. Η εταιρία σας είναι χρηματοοικονομικά αυτόνομη;

Η ερώτηση αυτή ζητάει να αποσαφηνιστεί αν η εταιρία σας παίρνει αυτόνομα τις χρηματοοικονομικές τις αποφάσεις ή είναι για παράδειγμα μέλος ομίλου ή υποκατάστημα όπου οι αποφάσεις λαμβάνονται από τα κεντρικά.

- ΝΑΙ
- ΟΧΙ

1.5. Σε ποιον τομέα παραγωγής εντάσσεται η επιχείρησή σας;

- Εξόρυξη
- Κατασκευές
- Εμπόριο (χονδρικό ή λιανικό)
- Υπηρεσίες
- Αγροτικά
- Τουρισμός
- Μεταφορές – Ναυτιλία
- Βιομηχανία
- Άλλο

1.6. Ποιο έτος ιδρύθηκε η εταιρία σας;

- Έτος:

1.7. Ιδιοκτησία εταιρίας:

- Διάφοροι μέτοχοι (εταιρία εντός χρηματιστηρίου)

- Διάφοροι μέτοχοι (εταιρία εκτός χρηματιστηρίου)
- Ένας άνθρωπος ή οικογενειακή εταιρία

1.8. Τι φύλο είναι ο CEO/Διευθυντής της εταιρίας;

- Άνδρας
- Γυναίκα

Μέρος 2^ο – Οικονομική κατάσταση της εταιρίας

2.1. Ποιο είναι το μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζετε αυτή τη στιγμή;

Επιλέξτε όλα όσα ισχύουν

- Εύρεση πελατών / Μείωση ύψους πωλήσεων
- Αυξημένος ανταγωνισμός
- Ρευστότητα
- Αδυναμία είσπραξης οφειλών
- Χρηματοδότηση από τις τράπεζες
- Κόστος προσωπικού
- Γραφειοκρατία κράτους
- Άλλο

2.2. Ποιοι από τους παρακάτω οικονομικούς παράγοντες άλλαξαν τον τελευταίο χρόνο;

Παρακαλούμε βάλτε σε κύκλο αυτό που ισχύει. Αν κάποιος από τους παρακάτω παράγοντες δεν σας αφορά, παρακαλούμε επιλέξτε "Αναλλοίωτο".

- Ύψος πωλήσεων (Αύξηση – Μείωση – Αναλλοίωτο)
- Κερδοφορία (Αύξηση – Μείωση – Αναλλοίωτο)
- Περιθώριο κέρδους (Αύξηση – Μείωση – Αναλλοίωτο)
- Κόστος εργατικού δυναμικού (Αύξηση – Μείωση – Αναλλοίωτο)
- Κόστος αγορών (Αύξηση – Μείωση – Αναλλοίωτο)
- Κόστος χρηματοδότησης (Αύξηση – Μείωση – Αναλλοίωτο)
- Αδυναμία Πληρωμών από Πελάτες/Τρίτους (Αύξηση – Μείωση –

Αναλλοίωτο)

2.3. Πόση ήταν η μεταβολή των παραγόντων αυτών;

Το ποσοστό μεταβολής αντιστοιχεί τόσο σε αύξηση όσο σε μείωση ανάλογα με την απάντησή σας στην προηγούμενη ερώτηση. Αν κάποιος από τους παρακάτω παράγοντες δεν σας αφορά, παρακαλούμε επιλέξτε "0%"

- Ύψος πωλήσεων

1-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Κερδοφορία

1-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Περιθώριο κέρδους

1-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

- Κόστος εργατικού δυναμικού

1-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------	--------------------------

Κόστος αγορών

1-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Κόστος χρηματοδότησης

1-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Αδυναμία Πληρωμών από Πελάτες/Τρίτους

1-20%	21-40%	41-60%	61-80%	81-100%
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

2.4. Ο λόγος του ενεργητικού προς το παθητικό το προηγούμενο δωδεκάμηνο, έχει:

- Αυξηθεί
- Μειωθεί
- Παρέμεινε αναλλοίωτο

Μέρος 3^ο – Προσδοκίες για το μέλλον

3.1. Ποια είναι η εκτίμησή σας για την οικονομική κατάσταση της χώρας κατά την διάρκεια του επόμενου δωδεκαμήνου;

- Καλύτερη
- Χειρότερη
- Καμία αλλαγή

3.2. Κατά την εκτίμησή σας, ο συνολικός τζίρος του κλάδου σας το επόμενο δωδεκάμηνο (μέγεθος αγοράς):

- Θα αυξηθεί
- Θα συρρικνωθεί
- Θα μείνει αναλλοίωτος

3.3. Ποια η εκτίμησή σας για την ένταση του ανταγωνισμού στον κλάδο σας το επόμενο δωδεκάμηνο:

- Θα ενταθεί
- Θα υποχωρήσει
- Δεν θα έχει αξιόλογες μεταβολές

3.4. Οι πωλήσεις της εταιρίας σας το επόμενο δωδεκάμηνο, περιμένετε να:

- Αυξηθούν
- Μειωθούν
- Παραμείνουν στα ίδια επίπεδα

3.5. Το περιθώριο κέρδους της εταιρίας σας το επόμενο δωδεκάμηνο, περιμένετε να:

- Αυξηθεί
- Μειωθεί
- Παραμείνει στα ίδια επίπεδα

3.6. Ο αριθμός των εργαζομένων στην εταιρία σας το επόμενο δωδεκάμηνο, πιστεύετε ότι:

- Θα αυξηθεί
- Θα μειωθεί
- Θα παραμείνει ο ίδιος

3.7. Ποιες είναι οι στρατηγικές επιλογές σας για το επόμενο έτος;

Μας ενδιαφέρει μια γενική τάση, δηλαδή αν θα προχωρήσει η εταιρία σε επιθετικές στρατηγικές (όπως επενδύσεις), αμυντικές στρατηγικές (όπως συρρίκνωση) ή θα περιμένει τις εξελίξεις και αναλόγως θα δράσει χωρίς να έχει ήδη κάποιο πλάνο.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Η Επιτροπή υιοθετεί νέο ορισμό για τις πολύ μικρές, τις μικρές και τις μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις στην Ευρώπη

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θέσπισε σήμερα έναν νέο ορισμό για τις πολύ μικρές, τις μικρές και τις μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις (ΜΜΕ), με σκοπό να προωθήσει την επιχειρηματικότητα, τις επενδύσεις και την ανάπτυξη, να διευκολύνει την πρόσβαση σε επιχειρηματικά κεφάλαια, να μειώσει τις διοικητικές επιβαρύνσεις και να αυξήσει την ασφάλεια δικαίου. Ο νέος ορισμός διαμορφώθηκε μετά από δύο γύρους εκτεταμένων δημόσιων διαβουλεύσεων. Διατηρεί τα διάφορα ανώτατα όρια αριθμού εργαζομένων τα οποία προσδιορίζουν τις κατηγορίες των πολύ μικρών, των μικρών και των μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων. Ωστόσο, προβλέπει την ουσιαστική αύξηση των χρηματοοικονομικών ανώτατων ορίων (κύκλος εργασιών ή συνολικός ισολογισμός), ιδίως λόγω της αύξησης του πληθωρισμού και της παραγωγικότητας μετά το 1996, όταν θεσπίστηκε ο πρώτος κοινοτικός ορισμός των ΜΜΕ. Διάφορες διατάξεις προβλέπουν ότι πρόσβαση σε εθνικούς μηχανισμούς και σε ευρωπαϊκά προγράμματα υποστήριξης των ΜΜΕ μπορούν να έχουν μόνο οι επιχειρήσεις που έχουν τα χαρακτηριστικά μιας πραγματικής ΜΜΕ (χωρίς την οικονομική ισχύ των μεγαλύτερων ομίλων). Για να διασφαλιστεί η ομαλή μετάβαση σε κοινοτικό και σε εθνικό επίπεδο, ο νέος ορισμός θα αρχίσει να εφαρμόζεται την 1η Ιανουαρίου 2005. Αυτός ο εκσυγχρονισμός του ορισμού των ΜΜΕ θα ενισχύσει την ανάπτυξη, την επιχειρηματικότητα, τις επενδύσεις και την καινοτομία. Θα διευκολύνει, επίσης, τη συνεργασία μεταξύ ανεξάρτητων επιχειρήσεων και τη συνένωση των δυνάμεων τους.

Ο αρμόδιος για θέματα επιχειρήσεων Επίτροπος κ. Erkki Liikanen δήλωσε: “Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι η ραχοκοκαλιά της ευρωπαϊκής οικονομίας. Έχουν αποφασιστική σημασία για το επιχειρηματικό πνεύμα και την καινοτομία στην ΕΕ και, επομένως, διαδραματίζουν καίριο ρόλο για τη διασφάλιση της ανταγωνιστικότητάς της. Ένας σωστός ορισμός, που επιτρέπει να προσδιορίζονται με ακρίβεια οι επιχειρήσεις που είναι όντως ΜΜΕ, διευκολύνει τον καθορισμό των αναγκών τους και τη χάραξη αποτελεσματικών πολιτικών για την αντιμετώπιση των ειδικών προβλημάτων που συνδέονται με το μικρό μέγεθός τους. Πρόκειται για ζήτημα ζωτικής σημασίας για τη διευρυμένη Ευρωπαϊκή Ένωση, για την ανάπτυξή της και για την απασχόληση.”

Ανώτατα όρια ΜΜΕ

Κατηγορία επιχειρήσεων	Αριθμός εργαζομένων (αμετάβλητος)	Κύκλος εργασιών	ή	Συνολικός ισολογισμός
Μεσαίες	< 250	≤ 50 εκατομμύρια € (1996: 40 εκατομμύρια)		≤ 43 εκατομμύρια € (1996: 27 εκατομμύρια)
Μικρές	< 50	≤ 10 εκατομμύρια € (1996: 7 εκατομμύρια)		≤ 10 εκατομμύρια € (1996: 5 εκατομμύρια)
Πολύ μικρές	< 10	≤ 2 εκατομμύρια € (προηγουμένως δεν υπήρχε σχετικό όριο)		≤ 2 εκατομμύρια € (προηγουμένως δεν υπήρχε σχετικό όριο)

Ο ορισμός των ΜΜΕ που ισχύει σήμερα στο κοινοτικό δίκαιο είναι ο ορισμός που θεσπίστηκε με τη

[σύσταση 96/280/ΕΚ της Επιτροπής](#)

Οι προτεινόμενες τροποποιήσεις αυτού του ορισμού συζητήθηκαν σε δύο γύρους εκτεταμένων δημόσιων διαβουλεύσεων το 2001 και το 2002 και κατέστησαν δυνατή τη σημαντική αναπροσαρμογή του κειμένου, ούτως ώστε να ληφθούν υπόψη οι πραγματικές ανάγκες των επιχειρήσεων. Οι βασικοί στόχοι της αναθεώρησης είναι οι εξής:

Μείωση των διοικητικών επιβαρύνσεων και επιτάχυνση των διαδικασιών

Προτείνεται ένα υπόδειγμα για την εθελοντική αυτοδήλωση των επιχειρήσεων. Αυτό το ενιαίο έντυπο αναμένεται να μειώσει τις διοικητικές επιβαρύνσεις για τις επιχειρήσεις και να επιταχύνει τις διαδικασίες, αντικαθιστώντας τα διάφορα έντυπα που χρησιμοποιούνται σήμερα για διάφορους διοικητικούς σκοπούς.

Πρώθηση της επιχειρηματικότητας και των πολύ μικρών επιχειρήσεων

Για πρώτη φορά, ο αναθεωρημένος ορισμός περιλαμβάνει ακριβή χρηματοοικονομικά ανώτατα όρια για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις. Κατά συνέπεια, αναμένεται να διευκολυνθεί η εφαρμογή προγραμμάτων υποστήριξης αυτής της κατηγορίας επιχειρήσεων από τις περιφερειακές και τις εθνικές αρχές. Με τον τρόπο αυτό, αναγνωρίζεται ο ουσιαστικός ρόλος των πολύ μικρών επιχειρήσεων για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Αναγνωρίζονται επίσης ως επιχειρήσεις οι δραστηριότητες της κοινωνικής οικονομίας και οι βιοτεχνικές επιχειρήσεις.

Πρώθηση της ανάπτυξης

Η σημαντική αύξηση των ανώτατων χρηματοοικονομικών ορίων, λόγω της αύξησης του πληθωρισμού και της παραγωγικότητας μετά το 1996, δεν θα οδηγήσει σε μεγάλη αύξηση του αριθμού των ΜΜΕ, αλλά θα ευνοήσει τις επιχειρήσεις που επενδύουν. Διευκολύνονται επίσης οι μειοψηφικές επενδύσεις μεγάλων επιχειρήσεων σε ΜΜΕ, ενώ, συγχρόνως, διατηρείται η ανεξαρτησία των ΜΜΕ.

Διευκόλυνση της πρόσβασης σε επιχειρηματικά κεφάλαια

Η αναθεώρηση διευκολύνει τη χρηματοδότηση των ΜΜΕ με μετοχικά κεφάλαια προβλέποντας ευνοϊκή μεταχείριση για τα περιφερειακά ταμεία, τις εταιρείες επιχειρηματικών κεφαλαίων και τους ιδιώτες επενδυτές (“Business angels”).

Πρώθηση των επενδύσεων στην καινοτομία και την έρευνα

Προβλέπονται παρόμοιες απαλλαγές για επενδύσεις σε παράγωγα προϊόντα (spin-offs) από πανεπιστήμια και ερευνητικά ιδρύματα, με στόχο την πρώθηση των επενδύσεων στην έρευνα και την καινοτομία.

Πρώθηση των ομίλων και αύξηση της ασφάλειας δικαίου

Η αναθεώρηση ευνοεί τη δημιουργία ομίλων μεταξύ ανεξάρτητων ΜΜΕ εισάγοντας μια σαφή τυπολογία των επιχειρήσεων (αυτόνομες, συνεργαζόμενες και συνδεδεμένες) και μια διαφανή μέθοδο υπολογισμού του αριθμού εργαζομένων και των ανώτατων χρηματοοικονομικών ορίων. Αυτή η μέθοδος δίνει μια πιο ρεαλιστική εικόνα της οικονομικής τους ισχύος, περιορίζοντας, συγχρόνως, τον αριθμό των επιπέδων σύνδεσης μεταξύ επιχειρήσεων τα οποία πρέπει να λαμβάνονται υπόψη για τον υπολογισμό, αυξάνοντας έτσι σημαντικά την ασφάλεια δικαίου.

Αποτροπή της καταστρατήγησης

Η ευθυγράμμιση της έννοιας των “συνδεδεμένων” επιχειρήσεων με την

[οδηγία για τους ενοποιημένους λογαριασμούς](#)

θα καταστήσει εξαιρετικά δυσχερή την καταστρατήγηση του ορισμού. Από την άποψη αυτή, ο νέος ορισμός λαμβάνει υπόψη την πείρα που έχει αποκτηθεί στον τομέα του ελέγχου των κρατικών ενισχύσεων.

Πρώθηση της επαγγελματικής κατάρτισης και της ισορροπίας μεταξύ επαγγελματικής και οικογενειακής ζωής

Οι μαθητευόμενοι ή οι σπουδαστές που παρακολουθούν προγράμματα επαγγελματικής κατάρτισης δεν συνυπολογίζονται στο ανώτατο όριο αριθμού εργαζομένων, ούτως ώστε να ευνοούνται οι επιχειρήσεις που παρέχουν επαγγελματική κατάρτιση. Ομοίως, δεν συνυπολογίζονται οι περίοδοι γονικής άδειας ή οι άδειες μητρότητας, ούτως ώστε να μην περιέρχονται σε μειονεκτική θέση οι επιχειρήσεις που προωθούν την ισορροπία μεταξύ οικογενειακής και επαγγελματικής ζωής.

Περισσότερες πληροφορίες για τον ορισμό των ΜΜΕ

http://europa.eu.int/comm/enterprise/enterprise_policy/sme_definition/index_en.htm