



Α.Τ.Ε.Ι ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ

ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ.

ΤΜΗΜΑ: ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΛΕΓΚΤΙΚΗΣ.

ΘΕΜΑ ΠΤΥΧΙΑΚΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ:

**ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ.**



ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΓΕΩΡΓΟΥΝΤΖΟΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ

ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ: ΓΚΕΛΑΝΤΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ

ΑΡΙΘΜΟΣ ΜΗΤΡΩΟΥ: 2003029

ΕΞΑΜΗΝΟ: Ε' ΠΤΥΧΙΟ

ΚΑΛΑΜΑΤΑ 2013

*Αφιερώνω την πτυχιακή μου εργασία
στην Οικογένειά μου!!!*



ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Οι αλλαγές των τελευταίων ετών όπως εκφράζονται από την εντατικοποίηση του παγκόσμιου εμπορίου, την απελευθέρωση των διεθνών αγορών, τη δημιουργία ενιαίων ζωνών οικονομικής δραστηριότητας με κοινούς κανόνες και την παγκοσμιοποίηση, διαμόρφωσαν ένα νέο τοπίο ανταγωνισμού για τα κράτη και τις επιχειρήσεις τους.

Μέσα σε ένα τέτοιο περιβάλλον, ο ανταγωνισμός είναι αμμεσότερος, εντονότερος και δείχνει πλέον ολοένα περισσότερο βασισμένος στις ικανότητες των επιχειρήσεων καθώς και στα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που επιδιώκουν να υιοθετούν ώστε οι δραστηριότητες τους να είναι μοναδικές και στην ποιότητα του τοπικού ανταγωνισμού παρά στο μακροοικονομικό, πολιτικό, νομικό και κοινωνικό περιβάλλον και τους χειρισμούς των κυβερνήσεων, οι οποίες καλούνται να διαμορφώσουν τις αναγκαίες συνθήκες για την ανάπτυξη, που δεν είναι όμως πλέον καθ' αυτές ικανές και αρκετές.

Συνεπώς, είναι πλέον εύκολα αντιληπτό το γεγονός ότι εφόσον η σύγχρονη εποχή χαρακτηρίζεται κυρίαρχα από την αλματώδη και συνεχή τεχνολογική ανάπτυξη και τη διεθνοποίηση των αγορών, η επιβίωση και εξέλιξη των επιχειρήσεων εξαρτάται κατά κύριο λόγο από το πόσο ανταγωνιστικές είναι αλλά και το πόσο ανταγωνιστικές μπορούν να γίνουν. Μέσα όμως σε ένα ασφυκτικά πιεστικό περιβάλλον όπου ο χρόνος αποτελεί παράγοντα καίριας σημασίας, οι έγκαιρες αποφάσεις είναι καθοριστικές και το ρίσκο για υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και καινοτομιών ολοένα είναι πιο δελεαστικό αλλά και κρίσιμο για την σταθερότητα αλλά και την πιθανή ανάπτυξη και το μέλλον των επιχειρήσεων.

Η ανταγωνιστικότητα είναι πλέον συνυφασμένη με επενδύσεις σε τεχνολογία, την οικονομική δραστηριότητα των επιχειρήσεων και συνεπώς του συνόλου της οικονομίας κάθε χώρας, κάτι που σημαίνει ότι μια μη ανταγωνιστική οικονομία - επιχείρηση δεν έχει δυστυχώς θέση και μέλλον στο παγκόσμιο οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον.



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΛΑΙΣΙΟ ΜΕΛΕΤΗΣ – ΠΡΟΛΟΓΟΣ

ΜΕΡΟΣ Α:

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο :

	<u>Μικρομεσαίες επιχειρήσεις.....</u>
1.1	<u>ΟΡΙΣΜΟΣ ΜΜΕ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΣ.....</u>
1.1.1	<u>Διάκριση με κριτήριο τον κλάδο δραστηριότητας.....</u>
1.1.2	<u>Διάκριση με κριτήριο το μέγεθος.....</u>
1.1.3	<u>Διάκριση με κριτήριο τη νομική μορφή:.....</u>
1.1.4	<u>Κατηγορίες επιχειρήσεων με κριτήριο τη νομική μορφή:.....</u>
1.1.5	<u>Η Έννοια των ΜΜΕ και η λειτουργία τους στην Ελλάδα.....</u>
1.1.6	<u>Κρίση, ένα αλληλένδετο κομμάτι των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.....</u>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : ΤΕΜΠΙΜΕ

2.1	<u>Η Εταιρεία και οι στόχοι της.....</u>
2.2	<u>Κεφάλαια κίνησης και Επενδυτικά δάνεια.....</u>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : Προβλήματα μικρομεσαίων επιχειρήσεων

3.1	<u>Η κατάσταση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ευρώπη.....</u>
3.2	<u>Τρόποι αντιμετώπισης προβλημάτων ΜΜΕ.....</u>
3.2.1	<u>Σύσταση ομάδας εσωτερικού ελέγχου.....</u>
3.2.2	<u>Σχέσεις γνώσεις και καινοτομίας.....</u>
3.2.3	<u>Η Έννοια της καινοτομίας και η σημαντικότητά της.....</u>
3.2.4	<u>Νέα οικονομία.....</u>
3.2.5	<u>Ορισμός της Νέας Οικονομίας.....</u>



3.2.6 Εξέλιξη της Νέας Οικονομίας.....

3.2.7 Ηλεκτρονικό Εμπόριο.....

3.2.8 Ηλεκτρονικό Επιχειρείν.....

3.2.9 Ο δείκτης του e-Eurore για το e-επιχειρείν στους 15 οικονομικούς τομείς.....

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο Τρόποι χρηματοδότησης των ΜΜΕ

4.1 Εσωτερικές πηγές/ Αυτοχρηματοδότηση.....

4.2 Χρηματοδοτήσεις από πάγια εγκαταστάσεις και leasing.....

4.3. Χρηματοδοτήσεις μέσω διαχείρισης επιχειρηματικών απαιτήσεων.....

4.4 Προγράμματα στήριξης των ΜΜΕ μέσω του ΕΣΠΑ για μικρές επιχειρήσεις.....

4.5 Πρόγραμμα ενίσχυσης επιχειρηματικότητας νέων.....

4.6 Πρόγραμμα ενίσχυσης επιχειρηματικότητας γυναικών.....

4.7 Πρόγραμμα «Δικτυωθείτε».....

4.8 Πρόγραμμα ενίσχυσης εγκατάστασης νέων αγροτών.....

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο Προβλήματα των ΜΜΕ στην Ελλάδα – Περίπτωση Μεσσηνίας.

5.1 Ενημερωτικά στοιχεία για την Μεσσηνία.....

5.2.Η θνησιμότητα των ΜΜΕ στην Ελλάδα.....

5.3 Ο προβληματισμός για το μέλλον.....

5.4 Τα Εμπόδια Επιχειρηματικής Δραστηριότητας που Αντιμετωπίζουν στον Νομό Μεσσηνίας.....

5.5 Αυτοαπασχόληση και ΜΜΕ στην Ελλάδα.....



ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

6.1 ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....

ΜΕΡΟΣ Β΄:

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο : Μικρομεσαίες επιχειρήσεις

Η επιχείρηση αποτελεί έναν οικονομικό οργανισμό ο οποίος επιδιώκει την πραγματοποίηση του μέγιστου δυνατού κέρδους.

Το κέρδος αποτελεί στόχο του φορέα της επιχείρησης ο οποίος την χρησιμοποιεί ως μέσο για την υλοποίησή του. Δεδομένου ότι ο αποτελεσματικός προσανατολισμός και συνδυασμός των συντελεστών την παραγωγής εμπεριέχει τον κίνδυνο της αποτυχίας που είναι δυνατόν να οδηγήσει ακόμη και σε απώλεια των κεφαλαίων του φορέα, το κέρδος νομιμοποιείται στα πλαίσια της ελεύθερης οικονομίας ως επιβράβευση του επιχειρηματία για τον κίνδυνο που αναλαμβάνει. Η επιχείρηση λαμβάνει αυτοτελώς για το είδος την ποσότητα και τον τρόπο με τον οποίο θα παράγει τα αγαθά έχοντας επίγνωση των κινδυνών καθώς επίσης και της αβεβαιότητας για την πραγματοποίηση του επιδιωκόμενου κέρδους.

Εξαιτίας του γεγονότος ότι η ύπαρξη μιας επιχείρησης είναι αδιανόητη χωρίς την παρουσία ανθρώπων επικρατεί όλο και περισσότερο η αντιμετώπιση της ως κοινωνικού συστήματος.

1.2 ΟΡΙΣΜΟΣ ΜΜΕ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥΣ

1.2.1 Διάκριση με κριτήριο τον κλάδο δραστηριότητας.

Με βάση το κριτήριο αυτό διακρίνουμε τρεις κατηγορίες επιχειρήσεων

1. Επιχειρήσεις του πρωτογενούς τομέα παραγωγής: Σε αυτές ανήκουν επιχειρήσεις που ασχολούνται με την εκμετάλλευση του υπεδάφους, την καλλιέργεια γεωργικών εδαφών και την εκμετάλλευση του θαλάσσιου και δασικού πλούτου (γεωργικές, κτηνοτροφικές, δασικές κ.τ.λ.)



2. Επιχειρήσεις του δευτερογενούς τομέα: Σε αυτές αναλαμβάνουν την μεταποίηση των προϊόντων του πρωτογενούς τομέα και την μετατροπή τους σε αγαθά τελικής κατανάλωσης. Στην κατηγορία αυτή ανήκουν οι βιομηχανίες και οι βιοτεχνίες.
3. Επιχειρήσεις του τριτογενούς τομέα: Αποστολή των επιχειρήσεων αυτών είναι η διάθεση των προϊόντων που παράγουν οι επιχειρήσεις των παραπάνω κατηγοριών και η παροχή υπηρεσιών όπως και οι μεταφορές, οι ασφαλιστικές και οι τουριστικές επιχειρήσεις.

1.2.2 Διάκριση με κριτήριο το μέγεθος

Από άποψη μεγέθους κατατάσσονται οι επιχειρήσεις σε δύο κατηγορίες: μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις ενώ στην καθημερινότητα χρησιμοποιείται και μια τελευταία των μεσαίων επιχειρήσεων.

Η μεταξύ τους οριοθέτηση μπορεί να είναι δύσκολη δεδομένου ότι τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται για τον προσδιορισμό αυτών των μεγεθών ποικίλουν ανά περίπτωση. Σύμφωνα με ταξινόμηση της Ε.Ε το μέγεθος αυτό ορίζεται διαφορετικά σε κάθε κλάδο και προκύπτει από ένα συνδυασμό των κριτηρίων όπως ο αριθμός των απασχολούμενων, το μέγεθος ιδίου και ξένου κεφαλαίου, ο κύκλος εργασιών, η έκταση του χρησιμοποιημένου εδάφους η ποσότητα της ηλεκτρικής ενέργειας καθώς και αλλά πολλά.

Άλλωστε για τον λόγο αυτό καθώς το κάθε ένα κριτήριο από αυτά δεν μπορεί να χρησιμοποιηθεί αυτούσιο για να κατατάξει μια επιχείρηση σύμφωνα με το μέγεθος τους, επιβάλλεται η διάκριση αυτή να περιλαμβάνει ίδιες εταιρείες και να εξυπηρετεί το συγκεκριμένο σκοπό για τον οποίο αυτή πραγματοποιείται. Έτσι το μέγεθος δεν μπορεί να χαρακτηριστεί σωστά γιατί μια μεγάλη επιχείρηση στην Ελλάδα μπορεί να θεωρείται μεσαία ή ακόμα και μικρή σε μεγάλες παγκόσμιες αγορές π.χ. Αμερική.

Ωστόσο ένα ολοκληρωμένο και ομοιόμορφο πλαίσιο αναφοράς για τα προγράμματα, την πολιτική και την νομοθεσία της Ένωσης που αφορούν της ΜΜΕ προσφέρει η σύσταση της Επιτροπής της 31 Απριλίου 1996 σχετικά με τον ορισμό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Ο ορισμός που διατυπώνει η επιτροπή αυτή είναι αποτέλεσμα της σύνθεσης διαφόρων κριτηρίων



όπως ο αριθμός των εργαζομένων ,ο κύκλος εργασιών και το ύψος του ισολογισμού. Σύμφωνα με τον ορισμό αυτό για να θεωρείται ως ΜΜΕ μια επιχείρηση πρέπει να έχει περισσότερους από 50 και λιγότερους από 250 εργαζόμενους. Ο ετήσιος κύκλος της να μην είναι πάνω από 40 εκατομμύρια ευρώ και ο ισολογισμός να μην υπερβαίνει τα 27 εκατομμύρια ευρώ.

Για να θεωρείται τώρα <<μικρή>> μια επιχείρηση πρέπει να έχει λιγότερους από 50 εργαζόμενους ενώ εάν έχει κύκλο εργασιών που να μην ξεπερνά τα 7 εκατομμύρια ευρώ η ένα ετήσιο ισολογισμό που να μην υπερβαίνει τα 5 εκατομμύρια ευρώ.

Τέλος ως <<πολύ μικρές>> θεωρείται μια επιχείρηση που απασχολεί λιγότερους από 10 εργαζόμενους.

Ένα άλλο βασικό κριτήριο για να θεωρείται μια επιχείρηση ως ΜΜΕ ή ως <<μικρή>> είναι η ανεξαρτησία της.

Σύμφωνα με την σύσταση της επιτροπής ανεξάρτητες είναι εκείνες οι επιχειρήσεις που δεν ανήκουν κατά ποσοστό 25% η περισσότερο του κεφαλαίου η των δικαιωμάτων ψήφου σε μια επιχείρηση από κοινού η περισσότερες οι οποίες δεν ανταποκρίνονται στους ορισμούς του ΜΜΕ.

Αν γίνει όμως υπέρβαση του παραπάνω ορίου τότε επιτρέπεται και μόνο στις δυο εξής περιπτώσεις:

- ✓ Αν η κυριότητα της επιχείρησης ανήκει σε δημόσιες εταιρείες συμμετοχών , σε εταιρείες παροχής επιχειρησιακού κεφαλαίου η θεσμικούς επενδυτές και υπό τον όρο ότι δεν ασκείται έλεγχος.
- ✓ Αν το κεφάλαιο είναι διασπαρμένο κατά τέτοιο τρόπο ώστε να μην είναι δυνατό να καθοριστεί ποιος το κατέχει και αν η επιχείρηση δηλώνει ότι μπορεί εύλογα να υποθέσει ότι δεν κατέχει ποσοστό λιγότερο του 25% η περισσότερο, σε μια επιχείρηση ή από κοινού σε περισσότερες η οποίες δεν ανταποκρίνονται στους ορισμούς της ΜΜΕ.



Σε περίπτωση των κρατών μελών τα όρια που υποδεικνύει η σύσταση είναι τα ανώτατα, λόγω των μεγάλων διαφοροποιήσεων που υπάρχουν μεταξύ των διαφόρων χωρών αλλά και λόγω της ανάγκης να εξασφαλιστεί κάποια ελαστικότητα προκειμένου να ληφθούν υπόψη οι τοπικές και περιφερειακές ιδιαιτερότητες.

Είναι γεγονός πάντως ότι οι μικρές επιχειρήσεις υπερτερούν από αριθμητική άποψη των μεγάλων στην χώρα μας ώστε δικαιολογημένα να χαρακτηρίζονται ως η ραχοκοκαλιά την Ελληνικής Οικονομίας. Σύμφωνα με τα στατιστικά της ΕΣΥΕ από το σύνολο των επιχειρήσεων το 96% απασχολεί 9 άτομα ενώ το 3.6 % απασχολεί από 100 άτομα και άνω.

Το φαινόμενο της αριθμητικής επικράτησης των ΜΜΕ μπορεί να αποδοθεί σε πολυάριθμα συγκριτικά πλεονεκτήματα των μικρών έναντι των μεσαίων επιχειρήσεων, κυριότερα από τα οποία είναι :

- ✓ Η αμεσότητα της επικοινωνίας του ιδιοκτήτη με τους πελάτες, προμηθευτές, εργαζόμενους και η άμεση καθώς και αποτελεσματική εποπτεία της επιχείρησης. Στις μεγάλες επιχειρήσεις σπάνια γνωρίζει κανείς με ποιόν ακριβώς τρόπο διαπραγματεύονται. Στην μικρή επιχείρηση αντίθετα μπορεί κανείς να επισκεφθεί το διευθύνοντα όσο συχνά θέλει και έτσι δημιουργείται προσωπική σχέση και ισχυρή πρόσδεση του πελάτη στην επιχείρηση.
- ✓ Η ευελιξία της διοίκησης στη λήψη αποφάσεων και συνεπώς η ικανότητα της επιχείρησης να ανταποκρίνεται ταχύτερα στις προκλήσεις του περιβάλλοντος. Οι μεγάλες επιχειρήσεις δυσκολεύονται πολλαπλώς να αξιοποιήσουν γρήγορα της ευκαιρίες που προσφέρει η αγορά. Οι συνεργάτες του τμήματος πωλήσεων αδυνατούν να διαπραγματευτούν ελεύθερα για τους όρους μιας συναλλαγής. Προτάσεις για διάφορα προγράμματα έργων πρέπει να υποστούν χρονοβόρα επεξεργασία και να ελεγχθούν από τον εσωτερικό έλεγχο και το μάρκετινγκ πριν πάρουν της ευλογίες της διοίκησης. Αυτό ακριβώς αποτελεί την μεγάλη ευκαιρία για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Τα στελέχη τους έχουν απόλυτη ελευθερία στις



διαπραγματεύσεις ενώ οι ίδιοι ή άλλοι φορείς αποφάσεων είναι προσβάσιμοι ανά πάσα στιγμή.

- ✓ Η κατά κανόνα ευμενέστερη φορολογική μεταχείριση των μικρών επιχειρήσεων.

Παρόλα αυτά τα πλεονεκτήματα που εμφανίζουν οι μικρές επιχειρήσεις, η συγκέντρωση και δημιουργία μεγάλων επιχειρήσεων με την μορφή εξαγορών δεν έπαψε ποτέ ούτε στις μικρές να εκδηλώνεται, γεγονός που αποδίδεται στις τάσεις εξυγίανσης της αγοράς μέσα από τις οποίες επωφελούνται οι μεγάλες επιχειρήσεις αξιοποιώντας:

- ✓ τα τεράστια κεφάλαια που διαθέτουν
- ✓ την χρησιμοποίηση σύγχρονου εξοπλισμού που συμβάλλει στην βελτίωση της ποσότητας των προϊόντων και μείωση του κόστους παραγωγής
- ✓ τη δημιουργία οικονομιών κλίμακας
- ✓ των υψηλό βαθμό καταμερισμού των έργων και εξειδίκευσης με βελτίωση της παραγωγικότητας
- ✓ την διάθεση σημαντικών πόρων για προσέλκυση ικανών στελεχών και υλοποίηση καινοτόμων δραστηριοτήτων
- ✓ την μεγαλύτερη δανειοληπτική ικανότητα

Τα πλεονεκτήματα αυτά οδηγούν στα πλαίσια της παγκοσμιοποιημένης οικονομίας σε φαινόμενα γιγαντισμού των επιχειρήσεων μετρούμενου ως σχέση της παραγωγής μιας επιχείρησης προς την συνολική παραγωγή των επιχειρήσεων του κλάδου συντριπτικά ώστε να δημιουργούνται συνθήκες олиγοπωλείου η να απειλείται η δημιουργία μονοπωλίων που περιορίζουν την δραστηριότητα των ΜΜΕ.

1.2.3 Διάκριση με κριτήριο τη νομική μορφή:

Η επιλογή της νομικής μορφής μιας επιχείρησης δεν αποτελεί όπως θα μπορούσε κανείς να φαντασθεί μόνο ιδρυτικό πρόβλημα. Τόσο οι ραγδαίες τεχνολογικές εξελίξεις των



τελευταίων ετών ιδιαίτερα αυτής της τεχνολογικής ηλεκτρονικής τεχνολογίας όσο και οι αλλαγές που συντελούνται στο οικονομικοπολιτικό σύστημα κάθε χώρας ωθούν την επιχείρηση στις απαραίτητες προσαρμογές. Παράγοντες του περιβάλλοντος οι οποίοι ασκούν επίδραση στη μετατροπή της νομικής μορφής μιας επιχείρησης διακρίνονται σε δύο κατηγορίες των εσωγενών παραγόντων και στην κατηγορία των εξωγενών παραγόντων.

✓ Εσωγενείς παράγοντες αποτελούν:

A) Ο κλάδος δραστηριοτήτων της επιχείρησης ανάλογα με της επικρατούσες σε μια χώρα συνθήκες επιχειρησιακού κινδύνου και άσκηση αναπτυξιακής πολιτικής επιβάλλεται η επιλογή μιας συγκεκριμένης νομικής μορφής για συγκεκριμένες επιχειρησιακές δραστηριότητες

B) Η σημασία η οποία αποδίδεται στον συντελεστή το οποίο είναι προσωπική εργασία του επιχειρηματία, όπου κρίνεται πως για να επιτευχθούν στόχοι πληρέστεροι είναι απαραίτητη η συμβολή του επιχειρηματία ως ηγετικού στελέχους, προκρίνεται νομική μορφή της προσωπικής εταιρείας (Ο.Ε , Ε.Ε) ενώ αντίθετα επιλέγονται μορφές κεφαλαιουχικών εταιρειών όταν η διευθυντικής φύσεως εργασία του επιχειρηματία είναι δυνατό να υποκατασταθεί με επιτυχία από επαγγελματίες μάνατζερ.

Γ) Η έκταση και η σημασία της συμβολής του συντελεστή κεφαλαίου δηλαδή η επίτευξη των στόχων ανάλογα με την σχέση των ίδιων προς τα αναγκαία κεφάλαια και τις προθέσεις του επιχειρηματία για μεταβολή της σχέσεις αυτής είναι απαραίτητο να γίνει η επιλογή της επωφελέστερης νομικής μορφής.

Δ) Η δομή της οργάνωσης και η σύνθεση της διοίκησης.

✓ Εξωγενείς παράγοντες αποτελούν:

A) Η έκταση της αντιλαμβανόμενης από των επιχειρηματία περιουσιακής ευθύνης

B) Οι δυνατότητες χρηματοδότησης με ξένα κεφάλαια



Γ) Η τιμολογιακή πολιτική που ασκείται και η δυνατότητα συνεργασίας και σύμπραξης με άλλες επιχειρήσεις ίδιας η αλληλοδιαδοχικής διάταξης της παραγωγής

Δ) Η έκταση της φορολογίας και η διάρκεια ζωής της επιχείρησης

Ε) Το δίκαιο συμμετοχής των εργαζομένων στην διοίκηση που ισχύει για κάθε ένα από τους επί μέρους εταιρικούς τύπους

1.2.4 Κατηγορίες επιχειρήσεων με κριτήριο τη νομική μορφή:

Ανάλογα με την νομική μορφή με την οποία έχουν συσταθεί οι επιχειρήσεις διακρίνονται σε ατομικές και εταιρικές.

Ατομική ονομάζεται μια επιχείρηση της οποίας ο φορέας είναι μόνο ένα άτομο το οποίο ενεργεί με δικά του κεφάλαια. Επιχείρηση και άτομο ταυτίζονται κατά τέτοιο τρόπο ώστε η επιχείρηση να μην μπορεί να διαχωριστεί από το πρόσωπο. Το πλεονέκτημα αυτής της νομικής μορφής επιχείρησης είναι η ευελιξία που την διακρίνει, δεδομένου ότι ο επιχειρηματίας μπορεί αυτόνομα και χωρίς πολύπλοκες διατυπώσεις να πάρει σε σύντομο χρονικό διάστημα αποφάσεις και να της υλοποιήσει. Μειονεκτεί όμως όσον αφορά την πιστοληπτική της ικανότητα, δεδομένου ότι η μικρή χρονική διάρκεια λειτουργίας της, όντας συνάρτηση της φυσικής ζωής του επιχειρηματία μειώνει την φερεγγυότητα της επιχείρησης.

Εταιρική ονομάζεται η επιχείρηση που έχει την νομική μορφή εταιρείας δηλαδή της ένωσης περισσότερων φυσικών προσώπων που επιδιώκουν κοινό οικονομικό σκοπό. Η ένωση



αυτή αποκτά νομική προσωπικότητα με κατάρτιση δικαιοπραξίας που βασίζεται στην ελεύθερη βούληση των συμμετεχόντων μελών της.

Οι εταιρικές επιχειρήσεις διακρίνονται με βάση το κριτήριο της προσωπικής ευθύνης ή το κριτήριο της κεφαλαιακής συμμετοχής. Στην πρώτη περίπτωση μιλάμε για προσωπικές εταιρείες όπως είναι οι ομόρρυθμες η ετερόρρυθμες και οι συμμετοχικές, ενώ στην δεύτερη για εταιρικές κεφαλαιουχικές όπως οι ανώνυμες, οι κατά μετοχή ετερόρρυθμες και εταιρείες περιορισμένης ευθύνης.

1.2.5 Η Έννοια των ΜΜΕ και η λειτουργία τους στην Ελλάδα

Με την έννοια επιχείρηση θα μπορούσε κάποιος να πει ότι πρόκειται για ένα από τους σημαντικότερους θεσμούς μιας κοινωνίας και ειδικότερα στην Ελλάδα. Με την λειτουργία όλων των ειδών των επιχειρήσεων επιτυγχάνεται η καλύτερη οικονομία μιας χώρας καθώς παράγει τον μεγαλύτερο πλούτο μιας κοινωνίας, παρέχεται στις κυβερνήσεις η δυνατότητα να καταπολεμήσουν την ανεργία που μαστίζει με νέες θέσεις εργασίας καθώς γίνεται και η δωρεάν επιμόρφωση των εργαζομένων αλλά και στον ευρύτερο τομέα μια τοπικής κοινωνίας.

Τέλος προωθούνται οι επενδύσεις μέσω της καινοτομίας της έρευνας και της ανάπτυξης που οδηγούν στην κοινωνική και οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας.

Όπως αναφέρθηκε στο προηγούμενο κεφάλαιο ανάλυσης οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα έχουν τον συντριπτικό αριθμό του 99%, ποσοστό το οποίο δίνει να καταλάβει και ο πιο απλός αναγνώστης στο ποιοί είναι οι κορμοί της οικονομίας στην Ελλάδα. Σύμφωνα λοιπόν με το Ευρωπαϊκό παρατηρητήριο η αύξηση των θέσεων εργασίας μιας τοπικής η μιας ευρύτερης κοινωνίας θα γίνεται μέσω των μικρομεσαίων επιχειρήσεων όπου μόλις 7 στις 10 θέσεις θα καλύπτονται αποκλειστικά και μόνο από αυτές.



Είναι άξιο λοιπόν να τονισθεί ότι η οικονομία της Ελλάδας στηρίζεται αποκλειστικά στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και θα πρέπει να απλουστευθεί ο φορολογικός συντελεστής για αυτές καθώς και δεν υπάρχουν υποδομές για την υπερτιμολόγηση αυτήν. Οι κρατικοί παράγοντες θα πρέπει να φροντίζουν για τη σωστή εφαρμογή των ιδιωτικών καθώς και των δημοσίων επιχειρήσεων που οδηγούν στην ομαλή λειτουργία των επιχειρήσεων αυτών.

Η έννοια καθώς και η σημασία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα είναι άξιο να σημειωθεί ότι δεν ορίζεται από έναν ευρέως αποδεκτό ορισμό αλλά βάση των οικονομικών και κοινωνικών συνθηκών που επικρατούν. Στην Ελλάδα βέβαια αν θέλαμε να γίνουμε ακόμα πιο συγκεκριμένοι, επιχείρηση ορίζεται εκείνη η οποία όπως προαναφέρθηκε απασχολεί τουλάχιστον 100 άτομα, οι οποίες και άλλωστε είναι οικογενειακής φύσεως και η διοίκηση αυτή ασκείται από τον κάτοχο της.

Οι επιχειρήσεις αυτές καθώς και οι μικρές επιχειρήσεις που απασχολούν έναν αριθμό μικρότερο η ίσο των 10 ατόμων είναι ακόμα ένας πυλώνας της οικονομίας της Ελλάδας που ειδικά δραστηροποιούνται στον δευτερογενή και τριτογενή τομέα.

1.2.6 Κρίση, ένα αλληλένδετο κομμάτι των μικρομεσαίων επιχειρήσεων

Στην χώρα λοιπόν των επιχειρήσεων δεν θα μπορούσε να λείπει και η κρίση καθώς η ανταγωνιστικότητα, δύο ορισμοί εντελώς διαφορετικοί ο ένας από των άλλων καθώς στον έναν πρέπει να αποδείξεις των ανταγωνισμό έναντι άλλων εταιρειών ενώ στην κρίση αν δεν έχεις κάνει σωστούς σχεδιασμούς και προγραμματισμούς των κεφαλαίων σου τότε βρίσκεσαι με ένα λουκέτο στην πύλη της επιχείρησής σου.

Χιλιάδες λοιπόν μικρομεσαίες επιχειρήσεις αδυνατώντας να αντιμετωπίσουν τις συνέπειες της κρίσης καθημερινά βάζουν λουκέτο. Άλλωστε δεν είναι τυχαίο όπου τα ίδια τα επαγγελματικά επιμελητήρια δηλώνουν ότι καθημερινά γίνονται εγγραφές και διαγραφές, με της διαγραφές να είναι η κύρια απασχόληση των υπαλλήλων των επιμελητηρίων.



Ενδεικτικά στατιστικά στοιχεία δείχνουν μεγάλα Επαγγελματικά κέντρα όπως αυτά της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης καθώς και της Πάτρας αλλά και του Νομού Μεσσηνίας όπου είναι η ευρύτερη περιοχή της μελέτης μου δείχνουν ότι οι διαγραφές των επιχειρήσεων από τα μητρώα τους ήταν κατά έναν μεγάλο βαθμό αρκετά περισσότερες από αυτές των εγγράφων στην περίοδο Ιανουάριος - Αύγουστος του 2012.

Άξιο μελέτης είναι ότι μόλις το 2008 μόλις στην είσοδο της χώρας στην κρίση οι εγγραφές επιχειρήσεων ανερχόντουσαν σε ένα άξιο βαθμό των 51 .858 ενώ οι διαγραφές στον συντριπτικό βαθμό των 35 .586 με αποτέλεσμα να μην να υπάρχει θετικό ισοζύγιο των επιχειρήσεων στα επιμελητήρια αλλά αρνητικά στα έσοδα του κράτους και των επιμέρους ΔΟΥ της κάθε περιοχής.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο : ΤΑΜΕΙΟ

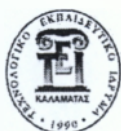
2.1 Η Εταιρεία και οι στόχοι της.

Το ταμείο εγγυοδοσίας μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων σχεδιάζει τις δράσεις της και προσαρμόζει της λειτουργικές της δομές, ώστε να προάγει την καινοτομία και την αποτελεσματικότητα στο πεδίο της επιχειρηματικότητας έχοντας πάντα ως γνώμονα την επίτευξη των στόχων της πολιτικής που χαράζει το Υπουργείο Ανάπτυξης. Παράλληλα εκμεταλλεύεται της ευκαιρίες που παρουσιάζονται στο πλαίσιο προγραμμάτων της Ευρωπαϊκής Ένωσης δημιουργώντας δράσεις οι οποίες έχουν άμεσα αποτελέσματα στην πραγματική οικονομία της χώρας.

Βασικός σκοπός του Ταμείου εγγυοδοσίας είναι η διευκόλυνση της πρόσβασης των μικρών και των πολύ μικρών επιχειρήσεων στην πραγματική χρηματοδοτική αγορά λειτουργώντας ως αλληλένδετος χαρακτήρας η καλύτερα διαμεσολαβητής μεταξύ της τράπεζας και της μικρής επιχείρησης. Αυτό σημαίνει ότι προσφέρει στον πελάτη η καλύτερα των επιχειρηματία της επιχειρήσεις την εγγυητική κάλυψη ώστε να του εκδοθεί το δάνειο του από την τράπεζα και από την άλλη προσφέρει και παρέχει την ασφάλεια στην τράπεζα ακόμα και σε δάνεια παρά πολύ μεγάλου κινδύνου.

Με λίγα λόγια και απλά το Ταμείο εγγυοδοσίας μπορεί να χαρακτηριστεί και ως εγγυητής μεταξύ της τράπεζας και του επιχειρηματία.

Κύριος τώρα στόχος του Ταμείου εγγυοδοσίας είναι η προώθηση υγιών και οικονομικά βιώσιμων εταιρειών ώστε να υπάρξει μια ισορροπία μεταξύ της κοινωνικής και οικονομικής ανάπτυξης στην Ελλάδα. Επίσης στοχεύει στην πραγματική ενδυνάμωση της πραγματικής οικονομίας στηρίζοντας αποτελεσματικά τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις που όπως είδαμε στο προηγούμενο κεφάλαιο αποτελούν της κύριες πηγές εσόδων στα ταμεία του κράτους.



Το Ταμείο εγγυοδοσίας μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων αποσκοπεί ακόμα περισσότερο όχι μόνο στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων σε υγιείς εταιρείες αλλά και στην επιμόρφωση του ανθρώπινου δυναμικού που απασχολεί.

Αυτό σημαίνει ότι δημιουργεί και υλοποιεί προγράμματα που επιτέλους πλέον κεντρικό ρόλο στις δραστηριότητες των ΜΜΕ στοχεύοντας στην βελτίωση της πρόσβασης των επιχειρήσεων σε μεγάλα κεφάλαια χρηματοδότησης, στην δημιουργία νέων υγιών επιχειρήσεων καθώς και στην στήριξη και την ενίσχυση της απασχόλησης με την στήριξη των υφιστάμενων θέσεων αλλά και με την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

Ακόμα περισσότερο το Ταμείο Εγγυοδοσίας για να βοηθήσει τις ΜΜΕ προσπαθεί να επιδιώξει στην ενίσχυση και την ανάπτυξη στην έρευνα και την προώθηση των επιχειρηματικών πρωτοβουλιών υψηλού κινδύνου όλων των κλάδων και σε όλα τα στάδια του επιχειρηματικού κύκλου, της τουριστικής ανάπτυξης και των εξαγωγών προϊόντων από την χώρα μας, των επενδύσεων στον τομέα προγραμμάτων εκπαίδευσης και επιμόρφωσης του ανθρώπινου δυναμικού, των ειδικών κατηγοριών επιχειρηματιών όπως είναι οι πολύτεκνοι και οι μακροχρόνια άνεργοι, των επιχειρήσεων που έχουν πληγεί από φυσικές καταστροφές.

2.2 Κεφάλαια κίνησης και Επενδυτικά δάνεια.

Το ταμείο εγγυοδοσίας όπως αναφέρθηκε στην παραπάνω παράγραφο είναι ο εγγυητής μεταξύ της επιχείρησης και της τράπεζας. Έτσι η προσπάθεια του την οποία την έχει πραγματοποιήσει σε μεγάλο βαθμό είναι να ορίσει και να στηρίξει κατευθυντήριες οδούς δανεισμού των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων όπως είναι τα κεφάλαια κίνησης και τα επενδυτικά δάνεια.

Από της αρχές του 2008 όταν η Χώρα μας εισήλθε και με την βούλα στο σχέδιο αναδιάρθρωσης κοινώς μνημόνιο για την σωτηρία της το ταμείο εγγυοδοσίας ήταν σε πλήρη ετοιμότητα ώστε να ανταποκριθεί στις υψηλά αυξημένες απαιτήσεις της αγοράς. Στόχευσε στην



στήριξη των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων με αρκετά ευνοϊκούς όρους της ρευστότητας αυτών οι οποίες βρέθηκαν πρώτες θύματα της παγκοσμίας κρίσης.

Με αυτές της φάσεις της ρευστότητας δηλαδή που ανέπτυξε το Ταμείο εγγυοδοσίας έδωσε την ικανότητα στη μικρές επιχειρήσεις της χώρας μας να ανασάνουν και να ανταπεξέλθουν στις βραχυπρόθεσμες υποχρεώσεις καθώς και να ενδυναμώσουν της θέσεις τους στο σημερινό αβέβαιο περιβάλλον της αγοράς.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο : Προβλήματα μικρομεσαίων επιχειρήσεων

3.1 Η κατάσταση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ευρώπη

Η Οικονομική κρίση που έκανε τα πρώτα της δειλά βήματα στην Ευρώπη τα τέλη του 2007 με αρχές του 2008 χτύπησε όπως όλοι γνωρίζουμε ιδιαίτερα της χώρες του Νότου όπως είναι η Ελλάδα, η Ιταλία, η Ισπανία, η Πορτογαλία καθώς και ένα μέρος της Γαλλίας δεν ξέφυγε από τα μαστίγια της Κρίσης. Ο λόγος ήταν όχι μόνο των Κυβερνήσεων που εθελουφλούσαν στον Προάγγελο του Χάους στην Ευρώπη αλλά και επειδή εν μέρη δεν επιμόρφωσαν και δεν στήριξαν της οικονομίες του Νότου της οποίες στηρίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Στην Σύνοδο κορυφής Ε.Ε έθεσαν έως τα τέλη του 2010 η Ευρώπη με την βοήθεια του επιχειρείν να γίνει μια ενωμένη και πολύ δυνατή οικονομία αδιάσπαστη από εξωτερικούς παράγοντες και κριτήρια οικονομικά. Ένας όμως πολύ σημαντικός παράγοντας για να πραγματοποιηθεί όλο αυτό το μεγαλεπήβολο σχέδιο ήταν και συνεχίζει να είναι η συνεχής επιμόρφωση και η χρήση του διαδικτύου από της μικρές κυρίως επιχειρήσεις ώστε να εξαλειφθεί το χάσμα του ηλεκτρονικού επιχειρείν.

Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Στατιστική υπάρχουν δύο βασικοί παράγοντες που οδηγούν στο χάσμα του ηλεκτρονικού επιχειρείν, το χάσμα της τοποθέτησης των περιοχών αυτών καθώς και το χάσμα ανάμεσα στις επιχειρήσεις διαφορετικού μεγέθους.

Το χάσμα λόγω των περιοχών όπως είπαμε προκύπτει από τους διαφορετικούς βαθμούς προόδου της ανάπτυξης του επιχειρείν εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης κυρίως ανάμεσα στα κράτη της Βόρειας και της Νότιας Ευρώπης, ενώ στις πλέον βόρειες χώρες το επιχειρείν είναι πλέον διαδεδομένο και έχει υιοθετηθεί ενώ στις νότιες χώρες η κατάσταση είναι διαφορετική και ειδικά σε οικονομίες οι οποίες δεν είναι ανεπτυγμένες.

Αντίθετα το χάσμα ανάμεσα σε εταιρείες διαφορετικού μεγέθους σε ότι αφορά ανεπτυγμένες μορφές ηλεκτρονικού εμπορίου και ιδίως στην υιοθέτηση λύσεων ηλεκτρονικού επιχειρείν



αποτελεί πλέον την πεπατημένη για τις μεγάλες επιχειρήσεις οι οποίες εξακολουθούν ακόμα και σήμερα να είναι σχετικά πίσω σε ότι αφορά την χρήση του ίντερνετ και λύσεις μέσω του ηλεκτρονικού επιχειρείν και ειδικότερα σε παρά πολύ μικρές επιχειρήσεις όπου η χρήση του διαδικτύου είναι ελάχιστη έως ανύπαρκτη.

Στόχος η καλύτερα της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι να αντιμετωπίσει άμεσα αυτήν την χαοτική κατάσταση του χάσματος και αυτό θα γίνει μόνο με την άρση των εμποδίων που δεν επιτρέπουν στα ΜΜΕ να εισέλθουν στην νέα τάξη της οικονομίας.

3.2 Τρόποι αντιμετώπισης προβλημάτων ΜΜΕ

3.2.1 Σύσταση ομάδας εσωτερικού ελέγχου.

Η εφαρμογή διαδικασιών εσωτερικού ελέγχου έχει σκοπό να προσθέτει αξία και να βελτιώνει τις λειτουργίες ενός οργανισμού. Οι διοικήσεις των επιχειρήσεων θέλουν να έχουν γνώση της μεθοδολογίας διαχείρισης κινδύνων, των σημαντικότερων κινδύνων που ενδέχεται να αντιμετωπίσουν όπως επίσης και των τρόπων αντιμετώπισης αυτών των κινδύνων. Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να γνωρίζουν στοιχεία σχετικά με τον τύπο των κινδύνων (οικονομικοί, λειτουργικοί κλπ) και τα αποδεκτά επίπεδα κινδύνου ώστε να λαμβάνουν σχετικά μέτρα αντιμετώπισης και να μην υπάρχουν σημαντικές επιπτώσεις στις λειτουργίες του οργανισμού.

Οι μεγάλοι οργανισμοί έχουν τα μέσα και τους πόρους για να οργανώνουν και να στελεχώνουν τμήματα εσωτερικού ελέγχου που θα αναλαμβάνουν τη διενέργεια των ελέγχων. Όταν το μέγεθος του οργανισμού είναι μεγάλο και οι δραστηριότητές του διευρυμένες, υπάρχει αντικείμενο εργασίας για τον εσωτερικό ελεγκτή σε καθεστώς πλήρους απασχόλησης. Σε κάποιες περιπτώσεις όμως δεν κρίνεται σκόπιμο να γίνει επένδυση στην ανάπτυξη τμήματος

εσωτερικού ελέγχου, καθώς το μέγεθος της εταιρείας είναι τέτοιο που δεν δικαιολογεί την πλήρη απασχόληση εσωτερικού ελεγκτή.

Επιπρόσθετα, ενδέχεται η εταιρεία να μην έχει αναπτύξει τεχνογνωσία ή μεθοδολογίες ελέγχου και να είναι προτιμότερο και οικονομικότερο να συνεργαστεί με εταιρείες συμβούλων που έχουν σχετική τεχνογνωσία, μετατρέποντας παράλληλα το σταθερό κόστος ελέγχου σε μεταβλητό εταιρεία αποφεύγει με αυτόν τον τρόπο τις δαπάνες πρόσληψης και εκπαίδευσης εσωτερικών ελεγκτών, ενώ παράλληλα απελευθερώνει πόρους για ενασχόληση με άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες (Rittenberg et al.,2001).

Σε αυτές τις περιπτώσεις ενδείκνυται η ανάθεση της λειτουργίας του εσωτερικού ελέγχου σε εξωτερικό συνεργάτη, σε επίπεδο είτε πλήρους, είτε μερικής ανάθεσης. Ανώτερος στόχος είναι να επικεντρώνεται η εταιρεία στις βασικές λειτουργίες της, έχοντας αναθέσει σε τρίτους την εκτέλεση των υποστηρικτικών εργασιών.

Οι μικρές-μεσαίες επιχειρήσεις κατά κανόνα δε διαθέτουν πόρους για να στελεχώνουν τμήματα εσωτερικού ελέγχου ή για να απασχολούν εσωτερικό ελεγκτή με καθεστώς πλήρους απασχόλησης. Οι μεγαλύτερες εταιρείες που διαθέτουν τμήματα εσωτερικού ελέγχου ενδεχομένως να μην έχουν αναπτύξει κατάλληλες μεθοδολογίες για διενέργεια ελέγχων σε συγκεκριμένους τομείς.

Σε αυτές τις περιπτώσεις ενδείκνυται η ανάθεση της λειτουργίας του εσωτερικού ελέγχου σε εξωτερικό συνεργάτη. Σε κάθε περίπτωση η διενέργεια εσωτερικού ελέγχου θα πρέπει να πραγματοποιείται σύμφωνα με τα Πρότυπα ενώ παράλληλα η διοίκηση θα πρέπει να έχει την ευθύνη και την επίβλεψη της διενέργειας των ελέγχων. Αυτό επιτυγχάνεται με τον ορισμό ενός ατόμου από την πλευρά της εταιρείας το οποίο θα είναι ο σύνδεσμος εταιρείας –εξωτερικού συνεργάτη, θα παρακολουθεί την εκτέλεση του προγράμματος ελέγχου και θα παρέχει υποστήριξη στην ομάδα του συνεργάτη.



Δεδομένης της σημαντικότητας του εσωτερικού ελέγχου για την εταιρική διακυβέρνηση στην εταιρεία, το Διοικητικό Συμβούλιο πρέπει να εγκρίνει γραπτώς τη συνεργασία με τον εξωτερικό συνεργάτη.

Τα βασικότερα πλεονεκτήματα της ανάθεσης της λειτουργίας εσωτερικού ελέγχου σε εξωτερικό συνεργάτη είναι τα εξής:

- ✓ Διενέργεια εσωτερικού ελέγχου από έμπειρους και ικανούς επαγγελματίες
- ✓ Πρόσβαση σε σύγχρονες μεθοδολογίες και πρακτικές όπως επίσης και σε νέες τεχνολογίες
- ✓ Περιορισμός δαπανών που αφορούν τη διενέργεια των ελέγχων
- ✓ Περιορισμός κόστους εκπαίδευσης σε θέματα εσωτερικού ελέγχου
- ✓ Δυνατότητα για καλύτερη διαχείριση των πόρων καθώς ο εξωτερικός συνεργάτης μπορεί να στελεχώσει την ομάδα έργου κατάλληλα, ανάλογα με τις ανάγκες

Ειδικά για τις περιπτώσεις όπου απαιτείται χρήση πληροφοριακών συστημάτων, οι εταιρείες προτιμούν εξωτερικούς συνεργάτες όχι μόνο για λόγους περιορισμού κόστους αλλά και για λόγους ταχύτερης και άμεσης πρόσβασης σε νέες τεχνολογίες που έχουν αναπτυχθεί από τρίτους.

Σε γενικές γραμμές, ο εξωτερικός συνεργάτης είναι σε θέση να προσφέρει υπηρεσίες εσωτερικού ελέγχου υψηλού επιπέδου, δεδομένου ότι έχει τεχνογνωσία σε πολλούς κλάδους και τομείς και μπορεί να διαμορφώσει ανάλογα την ομάδα των ελεγκτών, ενώ παράλληλα είναι σε θέση να διατηρήσει το κόστος σε λογικά επίπεδα. Αξίζει να σημειωθεί ότι λαμβάνονται υπόψη τυχόν περιορισμοί που αντιμετωπίζει η εταιρεία και διαμορφώνονται προτάσεις προσαρμοσμένες στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της.



Ανάλογα με τον τύπο της ανάθεσης, διαμορφώνεται ανάλογα η ομάδα των ελεγκτών η οποία θα είναι υπεύθυνη για τη διενέργεια των ελέγχων. Η εταιρεία σε συνεργασία με τον εξωτερικό συνεργάτη καθορίζουν τα αρμόδια στελέχη της εταιρείας και τους ειδικούς που θα απασχοληθούν στο ελεγκτικό έργο με βάση τα παρακάτω κριτήρια

- ✓ Εύρος έργου – Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να έχει καθοριστεί τι θα περιλαμβάνεται στο έργο ώστε να μπορούν να προσδιοριστούν οι ανθρώπινοι πόροι και το ποσοστό απασχόλησής τους σε αυτό. Σε περίπτωση που απαιτείται ολοκλήρωση του έργου σε σύντομο χρονικό διάστημα, ενδείκνυται η δέσμευση περισσότερων πόρων.
- ✓ Προσόντα στελεχών – Η ομάδα έργου πρέπει να αποτελείται από μέλη τα οποία διαθέτουν προσόντα και γνώσεις σε αρκετούς τομείς προκειμένου να μπορέσουν να ολοκληρώσουν επιτυχημένα τις ελεγκτικές διαδικασίες.
- ✓ Πνεύμα συνεργασίας – Τα στελέχη της ομάδας θα πρέπει να συνεργάζονται στενά και τυχόν προβλήματα που προκύπτουν να επιλύονται άμεσα. Είναι αναγκαίο να υπάρχει πνεύμα συνεργασίας και αλληλεγγύης ώστε να διασφαλίζεται η ομαλή πρόοδος του έργου.

- ✓ Επικοινωνία – Οι γραμμές επικοινωνίας πρέπει να είναι σαφώς καθορισμένες, τόσο μεταξύ των μελών της ομάδας, όσο και μεταξύ ομάδας και τρίτων. Η ομαλή ροή των πληροφοριών και η καλή ενημέρωση είναι πολύ σημαντικοί παράγοντες επιτυχίας του έργου.
- ✓ Σχεδιασμός – Κατά τη διαμόρφωση της ομάδας ελέγχου και των ατόμων που θα συμμετέχουν σε αυτήν ενδείκνυται να προγραμματιστούν και τα καθήκοντα κάθε μέλους, με απώτερο στόχο να είναι σαφώς καθορισμένες οι αρμοδιότητες και να μην υπάρχουν σχετικές αλληλοεπικαλύψεις κατά τη διενέργεια των ελέγχων.



Είναι ιδιαίτερα σημαντικό για την αποτελεσματική εφαρμογή των διαδικασιών εσωτερικού ελέγχου να υπάρξει σωστή διαμόρφωση και οργάνωση της ομάδας έργου προκειμένου να έχουμε επιτυχή ολοκλήρωση του ελεγκτικού έργου.

Οι διαδικασίες εσωτερικού ελέγχου καλύπτουν θέματα στρατηγικής, οικονομικής και λογιστικής φύσης, διαδικασιών και πληροφοριακών συστημάτων. Η διενέργεια του ελέγχου επικεντρώνεται τόσο στην επιχειρησιακή διαδικασία όσο και στο πληροφοριακό σύστημα που ενδεχομένως την υποστηρίζει. Απώτερος στόχος είναι να εντοπιστούν αδυναμίες είτε στη διαδικασία, είτε στο σύστημα και να γίνουν στη συνέχεια οι απαραίτητες διορθωτικές και βελτιωτικές ενέργειες. Αξίζει να σημειωθεί ότι εκτός από τον έλεγχο των διαδικασιών και της αποτελεσματικότητας των σημείων ελέγχου, ο εσωτερικός έλεγχος ασχολείται και με θέματα επαγγελματικής ηθικής και πρόληψης απάτης.

Με τον όρο επαγγελματική ηθική αναφερόμαστε στο σύνολο των κανονισμών που υφίστανται από το ρυθμιστικό και νομοθετικό πλαίσιο και των πολιτικών που έχει θεσπίσει η εταιρεία ως προς τη συμπεριφορά των υπαλλήλων της και με τις οποίες πρέπει να συμμορφώνονται. Τα σημεία ελέγχου δεν είναι πάντα σαφώς καθορισμένα σε αυτές τις περιπτώσεις (soft controls) και ο ελεγκτής οφείλει να προσαρμόσει κατάλληλα τη μεθοδολογία και την προσέγγισή του ώστε να διαπιστώσει αν υπάρχει σχετική αδυναμία.

3.2.2 Σχέσεις γνώσεις και καινοτομίας.

Κατά τη διάρκεια της τελευταίων ετών, η βιβλιογραφία περιγράφει την ανάδειξη νέων παραγωγικών και ανταγωνιστικών συνθηκών στη βιομηχανία : ενώ απ 'τη μια μεριά οι διεθνείς οργανισμοί (ΟΟΣΑ , 1997) και η Ευρωπαϊκή Ένωση αναφέρονται σε “οικονομία βασισμένη στην γνώση”. Το νέο περιβάλλον που σταδιακά διαμορφώνεται από τα τέλη της δεκαετίας του '60, παρουσιάζει τα παρακάτω χαρακτηριστικά.



- ✓ αύξηση των διεθνών εμπορικών συναλλαγών,
- ✓ εντατικοποίηση του ανταγωνισμού , σαν αποτέλεσμα της εμφάνισης νέων ανταγωνιστών (από την νοτιοανατολική Ασία κυρίως),
- ✓ “εξάντληση” της Επιστημονικής Οργάνωσης της Εργασίας και του φορτικού καθεστώτος συσσώρευσης κεφαλαίου ή φορτικού μοντέλου ανάπτυξης για τεχνικό-οικονομικούς και κοινωνικό-οικονομικούς λόγους.

Τέλος, η αναδιάρθρωση του συσσώρευσης του κεφαλαίου και των μηχανισμών ρύθμισης, συμβαδίζει με την επιλεκτικότητα και την ευελιξία να υποκαθιστούν τη μαζικότητα και την ομοιογένεια. Με δεδομένες τις παραπάνω εξελίξεις , οι επιχειρήσεις βρέθηκαν μπροστά στις εξής παραγωγικές ανταγωνιστικές προκλήσεις.

- ✓ ανεύρεση νέων πρακτικών ως απάντηση στον κορεσμό των αγορών και στην ένταση του διεθνούς ανταγωνισμού
- ✓ ανάγκη για αύξηση της προσαρμοστικότητάς τους (ποιοτικά και ποσοτικά) στις μεταβολές της παγκόσμιας συγκυρίας,
- ✓ διαμόρφωση μιας νέας μορφής οργάνωσης των παραγωγικών διαδικασιών , που να απαντά στα αδιέξοδα του τείλορισμού.

Οι αλλαγές που παρατηρούνται σε διεθνές επίπεδο στα χαρακτηριστικά της ζήτησης , παραπέμπουν στην ικανότητα των επιχειρήσεων να διαφοροποιήσουν τα προϊόντα τους και να βελτιώσουν την ποιότητα τους . Η σημασία που αποδίδεται στη διαφοροποίηση προκύπτει αφενός από την εντατικοποίηση του διεθνούς ανταγωνισμού, αφετέρου από το γεγονός ότι τα περισσότερα προϊόντα διατίθενται πλέον σε αγορές στις οποίες οι καταναλωτές έχουν αποκτήσει μια πείρα , που τους κάνει πιο απαιτητικούς.

3.2.3 Η Έννοια της καινοτομίας και η σημαντικότητα της.

Η σημασία της καινοτομίας στη σημερινή οικονομία της γνώσης είναι αδιαμφισβήτητη. Η καινοτομία προβάλλεται σήμερα ως μια από τις πλέον σημαντικές παραμέτρους για την ανάπτυξη, τόσο σε επίπεδο εθνικής οικονομίας όσο και στο επίπεδο της επιχείρησης, ενώ τίθεται σε θέση υψηλής προτεραιότητας στη πολιτική όλων σχεδόν των χωρών. Οι διαφορές ανταγωνιστικότητας του κατά κεφαλήν εισοδήματος που παρατηρούνται ανάμεσα στις εθνικές οικονομίες μπορούν σε ένα βαθμό τουλάχιστον, να αποδοθούν σε διαφορετικά επίπεδα καινοτομικής δραστηριότητας και ανάπτυξης.

Ως καινοτομία ορίζουμε τη χρήση νέας γνώσης προκειμένου να προσφερθεί (δηλαδή να σχεδιαστεί και να εμπορευματοποιηθεί) ένα νέο προϊόν ή μια νέα υπηρεσία που θέλουν οι πελάτες. Η καινοτομία μπορεί να αφορά ένα νέο προϊόν ή μια νέα υπηρεσία, τον τρόπο ή την τεχνολογία παραγωγής ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας , καθώς επίσης μπορεί να αναφέρεται σε μια διοικητική διαδικασία ή οργανωτική δομή (εσωτερικά ή εξωτερικά σε σχέση με τους πελάτες ή με τους προμηθευτές).Μια καινοτομία μπορεί να είναι ριζική , ή σταδιακή (ανάλογα με το πόσο αλλάζει και απαξιώνει υπάρχουσες ικανότητες της επιχείρησης).

Σε επίπεδο εθνικής οικονομίας, οι παράγοντες που διαμορφώνουν το πλαίσιο ανάπτυξης καινοτομίας περιλαμβάνουν:

- ✓ Το επίπεδο επενδύσεων σε βασική έρευνα, κρατικές πολιτικές υποστήριξης, και χρηματοδότησης της έρευνας, οι πολιτικές που σχετίζονται με την φορολόγηση κεφαλαίων για E&A.Ο ρόλος των δημοσίων επενδύσεων είναι καθοριστικός μιας και μέσα από τη βασική έρευνα αναπτύσσεται το ανθρώπινο κεφάλαιο της χώρας. Σημαντική εδώ είναι και η συνεισφορά των ιδιωτικών επενδύσεων σε E&A
- ✓ Τη διαθεσιμότητα κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου (venture capital), κάτι που θα βοηθήσει στην αρχική φάση σχεδιασμού και πειραματικής εισαγωγής της



καινοτομίας, μιας και είναι γνωστό ότι μικρό μόνο ποσοστό των καινοτομικών προσπαθειών καταλήγουν να είναι πετυχημένα στην αγορά

- ✓ Το μέγεθος και η ποιότητα του ερευνητικού δυναμικού της χώρας, και το επίπεδο της πανεπιστημιακής εκπαίδευσης, σε χώρους τεχνολογικούς αλλά και σε χώρους που αφορούν τη διοίκηση και οργάνωση, τη παραγωγή κλπ
- ✓ Την υποδομή σε τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών, που επιτρέπουν την άμεση επικοινωνία και διασύνδεση, την άντληση μεγάλου όγκου δεδομένων, την παράλληλη εργασία και συνεργασία, κλπ
- ✓ Το επίπεδο ωριμότητας της αγοράς, όσον αφορά εγχώρια ζήτηση για καινοτομικά προϊόντα, έκθεση στο διεθνή ανταγωνισμό και πρόσκληση επενδύσεων, κλπ.

Σε επίπεδο δικτύων επιχειρήσεων (δηλαδή επιχειρήσεων που χαρακτηρίζονται από μια γεωγραφική εγγύτητα ή παρόμοια εξειδίκευση, π.χ. επιχειρήσεις πληροφορικής) οι παράγοντες που συμβάλλουν στην ανάπτυξη καινοτομίας περιλαμβάνουν

- ✓ Την διαθεσιμότητα και ποιότητα απαραίτητων εισροών στο δίκτυο (δηλαδή συστήματα μεταφοράς και ανταλλαγής γνώσεις μέσα στις επιχειρήσεις της ομάδας, δυνατότητα άντλησης χρηματοδοτικών κεφαλαίων, προσέλκυσης ανθρώπινου δυναμικού υψηλού επιπέδου ,κλπ)
- ✓ Την ύπαρξη ενός υγιούς ανταγωνιστικού πλαισίου ανάμεσα στις επιχειρήσεις, που αφορά τους κανόνες, τα κίνητρα, και τις πιέσεις που δέχονται οι επιχειρήσεις και που τις ωθούν να στραφούν προς την καινοτομία
- ✓ Το επίπεδο ωριμότητας της αγοράς, όσον αφορά εγχώρια ζήτηση για συνεχή βελτίωση της ποιότητας, κάλυψη των μεταβαλλόμενων αναγκών της αγοράς, ικανοποίηση των απαιτητικών πελατών, κλπ.
- ✓ Την ύπαρξη σχετιζόμενων και «υποστηρικτικών» κλάδων που είναι απαραίτητοι για την ανάπτυξη καινοτομικών δραστηριοτήτων.

Σε επίπεδο επιχείρησης οι παράγοντες που συμβάλλουν στην ανάπτυξη καινοτομιών περιλαμβάνουν:



- ✓ Η ύπαρξη ισχυρού τμήματος E&A, και το ύψος των επενδύσεων της επιχείρησης σε E&A, η ύπαρξη επιχειρησιακού κλίματος και ηγετικής ομάδας που να ευνοεί την ανάληψη κινδύνου,
- ✓ Η ύπαρξη και αξιοποίηση διανοητικού κεφαλαίου (intellectual capital) και εν γένει η διαχείριση της γνώσης της επιχείρησης, μιας και η γνώση αποτελεί καίριο παράγοντα στην ανάπτυξη καινοτομίας. Στη διαχείριση της γνώσης συμβάλλει η τεχνολογία της πληροφορικής, αλλά και η ύπαρξη κατάλληλου κλίματος εμπιστοσύνης για ανταλλαγή γνώσης
- ✓ Η υιοθέτηση αποκεντρωμένων και ευέλικτων οργανωτικών δομών με «ανοιχτή» επικοινωνία τόσο κάθετα (ανάμεσα στα οργανωτικά επίπεδα) όσο και οριζόντια (εντός των οργανωτικών επιπέδων).

Πέρα όμως από την ανάλυση των παραγόντων που επηρεάζουν τη καινοτομία στα διάφορα επίπεδα ανάλυσης, είναι πολύ σημαντική και η διασύνδεση μεταξύ της βασικής έρευνας με τη παραγωγή. Υπάρχουν , για παράδειγμα, οργανωμένοι και κυρίως αποτελεσματικοί θεσμοί που να συνδέουν – μεταφέρουν τα επιτεύγματα της βασικής έρευνας σε καθιερωμένα ή αναδυόμενα δίκτυα επιχειρήσεων. Σε ορισμένες χώρες, παρουσιάζεται ιδιαίτερη δραστηριοποίηση σε κοινές ερευνητικές πρωτοβουλίες μεταξύ πανεπιστημίων, επιχειρήσεων και κράτους, καταδεικνύοντας την ανάγκη διάχυσης των αποτελεσμάτων της βασικής έρευνας σε όλο το φάσμα της οικονομίας.

Στην Ελλάδα, μολονότι έχει παρουσιαστεί βελτίωση στην ανάπτυξη καινοτομιών, το επίπεδο καινοτομίας παραμένει ιδιαίτερα χαμηλό και η χώρα μας παραμένει περισσότερο χρήστης των καινοτομιών που έχουν αναπτυχθεί αλλού, παρά την παραγωγή τους. Μια πρώτη αποτύπωση των αιτιών που οδήγησαν τη χώρα σε αυτή τη δυσχερή θέση θα μπορούσε να είναι:

- ✓ ο μεγάλος αριθμός μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεων, που διοικούνται από τον ιδιοκτήτη-επιχειρηματία,



- ✓ η έλλειψη οπωσδήποτε επηρεάζει αρνητικά την ανάληψη κινδύνου, με αποτέλεσμα να παρουσιάζουν πολύ μικρά ποσοστά ιδιωτικών επενδύσεων σε E&A,
- ✓ το δυσμενές φορολογικό καθεστώς και ο κατά το παρελθόν προστατευτισμός των
- ✓ ελληνικών προϊόντων (που εμπόδισε τον διεθνή ανταγωνισμό),

Κατά συνέπεια, η ύπαρξη όλων των παραπάνω συνθηκών οδήγησε τη χώρα μας στις τελευταίες θέσεις σε διάφορους διεθνείς δείκτες τεχνολογικής έρευνας και καινοτομίας. Παρόλα αυτά, κατά τη τελευταία κυρίως πενταετία η χώρα μας εμφανίζεται ελαφρά βελτιωμένη στους περισσότερους από τους παράγοντες που επηρεάζουν τη καινοτομία τόσο σε εθνικό, όσο και σε επίπεδο δικτύων επιχειρήσεων, ωστόσο συνεχίζει να παραμένει αρκετά έως σημαντικά πίσω συγκριτικά με το μέσο όρο της ΕΕ. Το γεγονός αυτό υποδηλώνει ότι οι θετικές τάσεις πρέπει να επιταχυνθούν και να διευρυνθούν σε όλα τα επίπεδα του συστήματος καινοτομίας («μακρο», «μεσο» και «μικρο»). Υπό αυτό το πρίσμα, για μια τυπική ελληνική επιχείρηση θα μπορούσε να υποστηριχθεί ότι η «γρήγορη υιοθέτηση» καινοτομιών μέσω μεταφοράς τεχνολογίας αποτελεί περισσότερο ρεαλιστική προοπτική από ότι η «πρωτογενής» ανάπτυξη τεχνολογίας. Από την άλλη μεριά, η επίτευξη υψηλών επιδόσεων στην καινοτομία θα μπορούσε να επιτευχθεί από την σύγκλιση μιας σειράς παραγόντων όπως:

- ✓ Καθιέρωση κανόνων κινήτρων για ανάπτυξη καινοτομιών σε επίπεδο επιχείρησης, όπως η προστασία της πνευματικής ιδιοκτησίας, φορολογικά κίνητρα.
- ✓ Διασφάλιση της δημιουργίας νέας γνώσης, με ανάληψη ευθύνης από το κράτος να χρηματοδοτήσει την βασική έρευνα, και ανάληψη της ευθύνης για εμπορευματοποίηση των αποτελεσμάτων από τον ιδιωτικό τομέα. «Συνεταιρισμοί»(public-private partnerships)
- ✓ Αποτελεσματικότητα στις κρατικές δαπάνες για καινοτομία. Παράλληλα με την χρηματοδότηση της βασικής έρευνας οι κυβερνήσεις υποστηρίζουν την E&A στον ιδιωτικό τομέα μέσα από διάφορες μορφές άμεσων και έμμεσων χρηματοδοτήσεων. Είναι σημαντικό να διασφαλίζεται η αποτελεσματικότητα



στην αξιοποίηση αυτών των πόρων μέσα από την εισαγωγή ανταγωνιστικών διαδικασιών στην επιλογή των φορέων που χρηματοδοτούνται από το κράτος.

- ✓ Ενίσχυση της αλληλεπίδρασης ανάμεσα στους φορείς του Εθνικού Συστήματος Καινοτομίας της χώρας μας.
- ✓ Καλλιέργεια και αξιοποίηση των δικτυώσεων ανάμεσα στις επιχειρήσεις, που στη χώρα μας υστερούν σημαντικά έναντι αυτών των υπολοίπων χωρών της ΕΕ.



3.2.4 Νέα οικονομία

Την τελευταία δεκαετία παρατηρούμε ότι έχουμε περάσει στην εποχή της πληροφορίας και καθοριστικό ρόλο πλέον παίζει η ταχύτητα διακίνησής της. Η οικονομία σε παγκόσμιο επίπεδο αλλάζει αλματωδώς καθώς είναι συνυφασμένη με την ανάπτυξη της τεχνολογίας και ιδιαίτερα της πληροφορικής.

Οι νέες τεχνολογίες που παρέχει στις επιχειρήσεις η ανάπτυξη της πληροφορικής και ιδιαίτερα ο κλάδος των τηλεπικοινωνιών, έχουν εξαλείψει πλέον τις αποστάσεις, και μέσω του ηλεκτρονικού επιχειρείν (e-business) οι εταιρείες έχουν εύκολη και γρήγορη πρόσβαση σε παγκόσμια κλίμακα.

Με τον όρο Νέα Οικονομία εννοούμε τους κλάδους Πληροφορικής και Επικοινωνίας καθώς και το σύνολο των επιδράσεων των προϊόντων και υπηρεσιών που παράγονται σε αυτούς τους κλάδους ή γενικότερα των Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνίας (ΤΠΕ) σε όλους τους άλλους κλάδους και τις δραστηριότητες της Οικονομίας. Όπως και με τη Βιομηχανική Επανάσταση έτσι και με την Πληροφορική Επανάσταση, που πολλοί πιστεύουν ότι έχουμε αρχίσει να διανύουμε τα τελευταία χρόνια και που θα καταλήξει στην Κοινωνία της Πληροφορίας, η σημασία της για την Οικονομία και την Κοινωνία δεν έγκειται μόνο σε αυτούς καθαυτούς τους νέους κλάδους με τους οποίους συνδέεται αλλά, ακόμη περισσότερο, στο εύρος της διείσδυσης των προϊόντων και των υπηρεσιών που προσφέρουν αυτοί οι κλάδοι και στις εξαιρετικά σημαντικές αλλαγές που επιφέρει αυτή η διείσδυση στην υπόλοιπη οικονομία και σε πολλές πλευρές του κοινωνικού γίγνεσθαι.

Το εύρος και η σημαντικότητα της διείσδυσης των ΤΠΕ είναι πλέον σημαντικό χαρακτηριστικό τους. Η επίδραση τους όσον αφορά τις (άλλες) οικονομικές δραστηριότητες είναι επίδραση που εξαπλώνεται από την παραγωγή σε όλες τις εμπορικές λειτουργίες και διαδικασίες και στον τρόπο οργάνωσης των επιχειρήσεων. Η επίδραση του όσον αφορά τις άλλες κοινωνικές δραστηριότητες είναι επίσης καθοριστική: στην εκπαίδευση και κατάρτιση, στην εργασία, στην ψυχαγωγία και στις σχέσεις κράτους πολίτη. Τα βασικά οικονομικά



αποτελέσματα αυτής της διείσδυσης είναι η αυξημένη παραγωγικότητα, η τεράστια βελτίωση στην ταχύτητα με την οποία διεκπεραιώνονται πολλές παραγωγικές και συναλλακτικές (εμπορικές και μη) διαδικασίες και η βελτίωση στην ποιότητα των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών των οποίων η λειτουργικότητα αντικατοπτρίζει πιο πιστά και με μεγαλύτερη ακρίβεια τις προτιμήσεις των καταναλωτών/χρηστών.

Συνολικά δεν υπάρχει αμφιβολία ότι οι ΤΠΕ είχαν, και συνεχίζουν να έχουν ιδιαίτερα μετά το 1995 με τη ραγδαία ανάπτυξη του Διαδικτύου και του Ηλεκτρονικού Εμπορίου, σημαντική συνεισφορά στο ρυθμό αύξησης της παραγωγικότητας σε όλες τις ανεπτυγμένες χώρες. Ειδικότερα, η μεγάλη ανάπτυξη του διαδικτύου (internet) έχει επιπτώσεις, όπως είναι φυσικό και στον τραπεζικό χώρο.

Το χαμηλό κόστος και η εύκολη πρόσβαση που προσφέρει το διαδίκτυο στον κάθε χρήστη, έχει ήδη προκαλέσει ένταση του ανταγωνισμό στον συγκεκριμένο κλάδο και καθιέρωση των εναλλακτικών δικτύων (τραπεζική μέσω διαδικτύου, τραπεζική μέσω σταθερού τηλεφώνου, τραπεζική μέσω κινητού τηλεφώνου) στην καθημερινή λειτουργία των τραπεζών αλλά και στη συνείδηση των πελατών. Η ανάπτυξη των υπηρεσιών ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking) τα τελευταία χρόνια, υπήρξε μεγάλη και όλο και περισσότεροι πελάτες τραπεζών, εμπιστεύονται τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες, απολαμβάνοντας πλήθος ευκολιών και εξοικονομώντας πολύτιμο χρόνο. Στην Ελλάδα, η ηλεκτρονική τραπεζική είναι ένα σχετικά νέο εναλλακτικό κανάλι, που όμως σε πολλές περιπτώσεις δεν έχει να ζηλέψει τίποτα από αντίστοιχες προσφερόμενες υπηρεσίες του εξωτερικού.

3.2.5 Ορισμός της Νέας Οικονομίας

Σαν ορολογία θα μπορούσαμε να ονομάσουμε την Νέα Οικονομία ως το «Πέρασμα από τη μαζική παραγωγή στη μαζική προσαρμογή (mass production to mass customization). Αυτή διαμορφώνει ένα νέο οικονομικό και διοικητικό καθεστώς, απαιτώντας την άμεση παροχή



υπηρεσιών και προϊόντων απόλυτα προσαρμοσμένων στις ανάγκες και απαιτήσεις των πελατών»

Δεν υπάρχει αμφιβολία ότι η Πληροφορική Επανάσταση ασκεί ήδη πολύ σημαντικές επιρροές στην οικονομία, στα προϊόντα που αγοράζουμε, στην εργασία και γενικότερα στην κοινωνία και στην καθημερινή ζωή μας. Τις επιρροές αυτές, που οδηγούν στη Νέα Οικονομία και στην Κοινωνία της Πληροφορίας, έχουμε αρχίσει πλέον να αισθανόμαστε, έστω και με κάποια καθυστέρηση, στην Ελλάδα.

Νέα οικονομία ονομάζουμε το σύνολο όσων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων υλοποιούνται, βασισμένες πάνω στην αμφίδρομη ψηφιακή επικοινωνία. Γι' αυτό και σχεδόν πάντοτε οι δράσεις αυτές αξιοποιούν (σε διαφορετικές αναλογίες) τα χαρακτηριστικά της συσσώρευσης, της εξειδίκευσης και του αυτοματισμού.

3.2.6 Εξέλιξη της Νέας Οικονομίας

Το Internet εξελίχθηκε σχετικά γρήγορα, μετά την εμφάνισή του, σε ισχυρό εργαλείο ενημέρωσης και σημαντικό πεδίο επιχειρηματικής δραστηριότητας. Σε αυτήν ακριβώς την τελευταία ιδιότητά του στηρίχθηκε τα τελευταία χρόνια της περασμένης δεκαετίας, μια ολόκληρη οικονομία, η επονομαζόμενη "Νέα Οικονομία"

Αρχικά σημειώθηκαν αρκετά προβλήματα. Παραδοσιακές επιχειρήσεις, ο οποίες "δεν είχαν χάσει το τρένο" στη δεκαετία του '80, και στις αρχές της δεκαετίας του '90 αναπτύσσονταν, ενώ ταυτόχρονα προβληματίζονταν, είναι βέβαιο ότι το τέλος της δεκαετίας τις βρήκε απροετοίμαστες, με αποτέλεσμα να χάσουν έδαφος, κυρίως λόγω της εμφάνισης νέων εταιριών που ήταν βασισμένες σε κάποιο νέο επιχειρηματικό μοντέλο μικρότερων κεφαλαίων, περισσότερων ιδεών και πιο ευέλικτων στελεχών.



Παράλληλα, ορισμένοι από εκείνους που υλοποίησαν τις ιδέες τους δημιουργώντας τις λεγόμενες dot-com (εταιρίες με "έδρα" το Διαδίκτυο), ειδικά στη Βρετανία και τις ΗΠΑ, κατέληξαν σε αποτυχία, αν και θα πρέπει να ορίσουμε τι ακριβώς σημαίνει αποτυχία: στην Ελλάδα θεωρείται αποτυχία όταν δεν αποδίδει μια προσπάθεια, στην Αμερική θεωρείται επιτυχία το ότι προσπάθησες να δημιουργήσεις κάτι, ακόμα κι αν αυτό δεν πήγε καλά.

Ο κόσμος που σημείωσε παρόμοιες επιτυχίες/αποτυχίες στις ΗΠΑ απέκτησε εμπειρία που δεν μπορεί κανείς να φανταστεί στην ελληνική πραγματικότητα. Είναι η δεύτερη ή τρίτη γενιά επιχειρηματιών που θα κάνουν την αμερικανική ή την αγγλοσαξονική οικονομία πολύ πιο ανταγωνιστική από οποιαδήποτε άλλη ευρωπαϊκή οικονομία. Μπορεί σήμερα η εταιρία τους να μη σημειώνει μεγάλη άνοδο, αλλά κινήθηκαν σε "περιοχές" που στη χώρα μας δεν μπορούμε να διανοηθούμε.

Σήμερα, όλο και περισσότερες επιχειρήσεις επανακάμπουν δυναμικά στο πεδίο της διαδικτυακής οικονομίας και πραγματοποιούν διεισδυτικές κινήσεις, είτε οι ίδιες είτε εξαγοράζοντας άλλες και εντάσσοντας τες στη δική τους επιχειρηματική ομπρέλα. Τελικά, ίσως ο όρος "dot-com", αντίθετα με τους μάλλον πρόχειρους ισχυρισμούς ορισμένων, δεν αποτελεί απαραίτητα συνώνυμο της Νέας Οικονομίας, ούτε αντίθετο κάθε επιχειρηματικής πρακτικής της λεγόμενης παραδοσιακής οικονομίας.

Τίποτα δεν είναι σε θέση να αλλάξει τους κανόνες της αγοράς και του ανταγωνισμού, οι οποίοι ίσχυαν, ισχύουν και θα ισχύουν πάντοτε. Απαιτούνται έσοδα και κέρδος για να επιβιώσει μια επιχείρηση, χωρίς και πάλι η πορεία της να είναι προδιαγεγραμμένη.



3.2.7 Ηλεκτρονικό Εμπόριο.

Αρχικά, ο παγκόσμιος και αποκεντρωτικός χαρακτήρας του Διαδικτύου κατέστησε τη διεθνή αγορά ένα "χώρο" όπου καταναλωτές και προμηθευτές, τόσο ιδιώτες όσο και επιχειρήσεις, μπορούσαν να συναλλάσσονται άμεσα, παρακάμπτοντας κάθε είδους διαμεσολάβηση, φορολόγηση ή άλλο γραφειοκρατικό εμπόδιο.

Κατά κάποιον τρόπο, η διαδραστική φύση του νέου μέσου (Internet) "μεταφέρθηκε" στο ίδιο το αντικείμενο της αλληλεπίδρασης (εμπορικές συναλλαγές). Έτσι, μέχρι τα μέσα της δεκαετίας του '90 το ηλεκτρονικό εμπόριο είχε ήδη κάνει αισθητή την παρουσία του, παράλληλα με την εκτίναξη του ίδιου του Διαδικτύου.

Ευρέως αποδεκτοί ορισμοί του ηλεκτρονικού εμπορίου δόθηκαν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή το 1997 και από τον ΟΟΣΑ (Οργανισμός για Οικονομική Συνεργασία και Ανάπτυξη) το 1998.

Οι ορισμοί αυτοί ήταν σύμφωνοι με την τότε κυρίαρχη θεώρηση του ηλεκτρονικού εμπορίου ως καναλιού "αγοράς και πώλησης" καταναλωτικών αγαθών μέσω Διαδικτύου, κυρίως λογισμικού, μουσικών δίσκων, βιβλίων, και ταξιδιωτικών πακέτων, και φυσικά ως, διαφημιστικού μέσου.

Οι ηλεκτρονικές υπηρεσίες που αναπτύχθηκαν κατά την πρώιμη αυτή περίοδο αφορούσαν κυρίως σε on-line καταλόγους, ηλεκτρονικά εμπορικά κέντρα καθώς και σε οτιδήποτε σχετιζόταν με το σχεδιασμό, τη λειτουργία και τη συντήρηση εμπορικών δικτυακών τόπων και βάσεων δεδομένων.

Ωστόσο, τα μοντέλα που είναι απαραίτητα για την αποτελεσματική διεξαγωγή ηλεκτρονικών συναλλαγών μέσω του Internet προϋποθέτουν τον επαναπροσδιορισμό πολύπλευρων στοιχείων που έχουν να κάνουν με την τεχνολογία και την οικονομία, τη διοίκηση επιχειρήσεων και το κανονιστικό της πλαίσιο, και τέλος με αυτό καθαυτό το on-line περιεχόμενο και την καταναλωτική συμπεριφορά των χρηστών του Διαδικτύου. Όλα αυτά τα στοιχεία αναφέρονται συνήθως ως εμπόδια στην "απογείωση" του ηλεκτρονικού εμπορίου, γι' αυτό και έχουν σχεδιαστεί πολιτικές τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο για την υποστήριξη και



ενίσχυση της "ωρίμανσης" του κοινού και της σωστής διαχείρισης του ηλεκτρονικού εμπορίου σε όλο τον κόσμο.

Η δυνατότητα διείσδυσης στην παγκόσμια αγορά με μια σχέση 1 προς 1 (καταναλωτής με παραγωγό και αντίστροφα) θέτει σε κίνδυνο το ρόλο των παραδοσιακών μεσαζόντων, ιδιαίτερα στους κλάδους του λιανεμπορίου και του χονδρεμπορίου, ταυτόχρονα όμως δημιουργεί την ανάγκη, σε ένα μεγάλο κομμάτι του πληθυσμού, ύπαρξης νέων on-line μεσαζόντων (πάροχοι εξοπλισμού και υπηρεσιών πρόσβασης στο Διαδίκτυο, on-line υπηρεσιών, αποθηκών δεδομένων (data warehouses), υπηρεσιών διαχείρισης περιεχομένου (content management), εργαλείων και υπηρεσιών οικονομικής διαχείρισης για on-line συναλλαγές, marketing, διαφήμισης και συμβουλευτικών υπηρεσιών).

Κατά καιρούς έχουν δημοσιευθεί αντιφατικά ευρήματα εμπειρικών ερευνών σχετικά με την αποτελεσματικότητα της αγοράς του Διαδικτύου (επίπεδα και "ελαστικότητα" τιμών και αντίστοιχο κόστος για τις επιχειρήσεις) σε σύγκριση με αυτήν των συμβατικών καναλιών λιανεμπορίου όσον αφορά σε έναν αριθμό αγαθών όπως CD, βιβλία, λογισμικό, μεταχειρισμένα αυτοκίνητα και αεροπορικά εισιτήρια.

Εντούτοις, η τιμολογιακή "διασπορά" στις on-line αγορές δεν βρίσκεται σε χαμηλότερα επίπεδα, αλλά θα λέγαμε ότι είναι μάλλον υψηλότερη (μεταξύ 20% και 33%) για προϊόντα όπως βιβλία, CD και αεροπορικά εισιτήρια. Αρκετοί είναι οι παράγοντες που ωθούν έναν καταναλωτή να προσανατολιστεί στο Διαδίκτυο και να πραγματοποιήσει συγκεκριμένες αγορές.

Οι τιμές είναι ένας από αυτούς, χωρίς αυτό να συνεπάγεται ότι η χαμηλότερη δυνατή τιμή αποτελεί πάντοτε ύψιστη προτεραιότητα του αγοραστικού κοινού. Το πολιτισμικό και κοινωνικό προφίλ των on-line καταναλωτών και οι πρακτικές προώθησης των προμηθευτών, από την άλλη, επηρεάζουν σημαντικά την αγοραστική συμπεριφορά.

Ο χρόνος συνιστά εξαιρετικά πολύτιμο αγαθό στο ηλεκτρονικό εμπόριο. Η εξοικονόμηση του αγαθού αυτού (το Internet είναι από τη φύση του το ταχύτερο κανάλι συναλλαγών) αποτελεί για αρκετούς καταναλωτές τόσο σημαντική προτεραιότητα, που συχνά

είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν περισσότερα για ένα προϊόν με αντάλλαγμα την ταχύτητα διεκπεραίωσης και παράδοσής του. Εξ' ου και η διατήρηση της τιμολογιακής διασποράς που είδαμε παραπάνω, ως ένα βαθμό τουλάχιστον.

Επίσης, στοιχεία όπως προφίλ καταναλωτών, συνήθειες και προτιμήσεις, προσθέτουν αξία στις ηλεκτρονικές συναλλαγές, πέραν της βραχυπρόθεσμης χρηματικής, καθώς συμβάλλουν στην παραγωγή εξατομικευμένων αγαθών, υπηρεσιών και διαφημίσεων από τους προμηθευτές. Κατά κάποιον τρόπο, οι καταναλωτές συμμετέχουν στη διαδικασία τόσο ως πελάτες όσο και ως "παραγωγοί" πληροφοριών που ενσωματώνονται στην προμήθεια αγαθών και υπηρεσιών. Στις θετικές συνέπειες μιας τέτοιας αλληλεπίδρασης εστιάζει και ο D.Quah στο *Weightless Economy in Economic Development* (1999):

Την αρχική έμφαση στην αγοραστική μόνο διάσταση του ηλεκτρονικού εμπορίου διαδέχθηκε η ευρύτερη αναγνώριση της σημασίας των εφαρμογών business-to-business. Γι' αυτό και η συνειδητοποίηση της δυναμικής επίδρασης των on-line τεχνολογιών στις επιχειρηματικές διαδικασίες "πίσω από τη βιτρίνα" δεν άργησε να επικρατήσει. Αλλά και από πλευράς τζίρου, οι συναλλαγές B2B αντιπροσωπεύουν μακράν το μεγαλύτερο κομμάτι της αγοράς του ηλεκτρονικού εμπορίου.

Από τα μέσα της δεκαετίας του '60, η εφαρμογή των τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνίας στη διοίκηση των επιχειρήσεων αναπτύσσεται συνεχώς, παράλληλα με την εξέλιξη της τεχνολογίας των ηλεκτρονικών υπολογιστών. Οι ΤΠΕ γίνονται ολοένα πιο απαραίτητες στην επιχείρηση και στη διοίκησή της, όσο η πολυπλοκότητα των διαδικασιών και των σχέσεων που τις διέπουν αυξάνεται. Η πολυπλοκότητα αυτή προέρχεται από τον ιστό των σχέσεων αλληλεξάρτησης και των οικονομικών δεσμών, στο πλαίσιο των οποίων λειτουργεί συνήθως μια τυπική επιχείρηση.

Όταν οι τεχνολογίες του Internet συνδυάζονται με τις ΤΠΕ, το ηλεκτρονικό εμπόριο επιτρέπει στις επιχειρήσεις να "κάνουν περισσότερα με λιγότερα" ("do more with less"),



μειώνοντας τα κόστη διαχείρισης των λειτουργικών διαδικασιών που πλαισιώνουν τις δραστηριότητές τους στην αλυσίδα αξίας."



3.2.8 Ηλεκτρονικό Επιχειρείν.

Το ηλεκτρονικό επιχειρείν (e-business), αποτελεί έννοια ευρύτερη από το ηλεκτρονικό εμπόριο και αναφέρεται στην αυτοματοποίηση των λειτουργιών μιας επιχείρησης με τη χρήση δικτύων (Intranet, Extranet, Internet), καθώς και με τη διαχείριση των σχέσεων με τον πελάτη (Customer Relation Management), τη διαχείριση αποθεμάτων και παραγγελιών (Supply Chain Management) και την ολοκληρωμένη διαχείριση των επιχειρηματικών πόρων (Enterprise Resource Planning).

Οι τρεις βασικές κατηγορίες ηλεκτρονικών συναλλαγών είναι:

- ✓ Ηλεκτρονικές συναλλαγές επιχειρήσεων με καταναλωτές, Business-to-Consumer. Οι πέντε χώρες που εμφανίζουν τις υψηλότερες επιδόσεις σε αυτό του είδους τις συναλλαγές είναι οι ΗΠΑ (33% του πληθυσμού ψωνίζει on-line), ενώ ακολουθούν η Γερμανία, η Βρετανία, η Κορέα και η Νορβηγία. Στην Ευρώπη μόνο ένας στους πέντε χρήστες Internet αγοράζει προϊόντα on-line.
- ✓ Ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων, Business-to-Business.
- ✓ Ηλεκτρονικές συναλλαγές μεταξύ επιχειρήσεων και κράτους, Business-to-Government.

Οι συναλλαγές τόσο μεταξύ επιχειρήσεων όσο και μεταξύ επιχειρήσεων και καταναλωτών παρουσιάζουν αυξητική τάση στην Ελλάδα. Ολοένα και περισσότερες μικρομεσαίες επιχειρήσεις το αντιλαμβάνονται και έχουν πλέον παρουσία στο Διαδίκτυο, το οποίο και δείχνουν να αξιοποιούν πέραν της απλής παρουσίας τους σε αυτό, συναλλασσόμενες είτε μεταξύ τους είτε με το κοινό.

Οι καταναλωτές, από την πλευρά τους, έχουν αρχίσει να δείχνουν ενδιαφέρον το οποίο καταγράφεται από την πληθώρα διαδικτυακών συναλλαγών και εμπιστοσύνη στην ασφάλεια των on-line αγορών.

Σημαντικοί παράγοντες για τη διεύρυνση του ηλεκτρονικού εμπορίου και του ηλεκτρονικού επιχειρείν εν γένει είναι η ασφάλεια και η αξιοπιστία. Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της Εθνικής Έρευνας για τις Νέες Τεχνολογίες και την Κοινωνία της Πληροφορίας το 2002:



- ✓ Το 37,9% των Ελλήνων θεωρεί την πληροφόρηση μέσω του Internet αξιόπιστη σε μεγάλο βαθμό
- ✓ Το 28,9% θεωρεί ότι υπάρχει πολύ μεγάλος βαθμός κινδύνου να διαρρεύσουν προσωπικά δεδομένα, ενώ το
- ✓ 27,9% απλώς μεγάλος.

Τα στοιχεία δείχνουν ότι οι Έλληνες δεν είναι ακόμη εξοικειωμένοι με το ηλεκτρονικό εμπόριο. Ωστόσο, παρατηρείται μια σταδιακή αύξηση στους on-line αγοραστές, σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας της ICAP Consulting, που διεξήχθη τον Απρίλιο του 2002. Από δείγμα περίπου 2.000 ατόμων προέκυψε ότι περίπου το 11,5% των χρηστών του Internet, κυρίως ηλικίας 24-55 ετών, εμπιστεύεται το Διαδίκτυο για τις αγορές του. Ως αντίδοτο στην ασάφεια των περισσότερων δεδομένων που αφορούν στο διαδικτυακό εμπόριο και ιδιαίτερα το μοντέλο business-to-business, το EITO (European Information Technology Observatory, Ευρωπαϊκό Παρατηρητήριο Πληροφορικής) παρέχει έναν πολύ ακριβέστερο ορισμό του e-επιχειρείν.

Το ηλεκτρονικό επιχειρείν αποτελεί έναν όρο-ομπρέλα, που ενσωματώνει από τη μια το ηλεκτρονικό εμπόριο (μοντέλα 1 προς πολλούς -one to many- και ηλεκτρονικών αγορών B2B) και τους δικτυακούς τόπους προώθησης και πληροφόρησης, και από την άλλη υπηρεσίες E-business, όπως π.χ. οι υποστηρικτικές υπηρεσίες πληροφορικής που σχετίζονται με την παραμετροποίηση, υλοποίηση, φιλοξενία, συντήρηση και διαχείριση λύσεων ηλεκτρονικού εμπορίου B2B και B2C το ποσοστό διείσδυσης του ηλεκτρονικού εμπορίου B2C είναι σχετικά υψηλό στον τομέα παροχής υπηρεσιών σε σύγκριση με τον κατασκευαστικό κλάδο και το δημόσιο τομέα. Στις κατασκευές, οι εταιρίες που συμμετέχουν ως αγοραστές στο ηλεκτρονικό εμπόριο είναι εκείνες που διαθέτουν μεγάλη εφοδιαστική αλυσίδα και υψηλά κόστη προμηθειών, όπως οι αυτοκινητοβιομηχανίες, οι επιχειρήσεις παραγωγής χημικών, μετάλλου, εξόρυξης καθώς και οι οργανισμοί παραγωγής ενέργειας.

Αυτοί οι κλάδοι κυριαρχούνται από μεγάλες εταιρίες, οι οποίες διαθέτουν τους απαραίτητους πόρους για να επενδύουν σε ηλεκτρονικές προμήθειες και πλατφόρμες on-line



εμπορίου. Οι εταιρίες αυτές έχουν τη δυνατότητα να υιοθετήσουν το ηλεκτρονικό εμπόριο τόσο με τους προμηθευτές όσο και με τους πελάτες τους.

Διάφορα επιχειρηματικά μοντέλα αναπτύχθηκαν κατά καιρούς με στόχο την καλύτερη κάλυψη των ενδοεπιχειρηματικών διαδικασιών μέσω των ΤΠΕ και την ολοκλήρωση της εφοδιαστικής αλυσίδας. Η εξέλιξη του ηλεκτρονικού εμπορίου από εφαρμογές 1 προς 1 (e-tailing) σε 1 προς πολλούς (όπως η αυτοματοποίηση της εφοδιαστικής αλυσίδας, οι ηλεκτρονικές προμήθειες, οι δημοπρασίες, η χρήση B2B αγορών, το συνεργατικό εμπόριο, και τα forum ανταλλαγής πληροφοριών), "ψηφιοποίησε" τόσο τις δραστηριότητες προστιθέμενης αξίας της επιχείρησης όσο και την ίδια την επιχείρηση. Με τον τρόπο αυτό καταργείται σταδιακά το "επιχειρείν με κέντρο την επιχείρηση", το οποίο μετεξελίσσεται σε "επιχειρείν με κέντρο δίκτυα επιχειρήσεων" ή "επιχειρείν με κέντρο την ψηφιακή επιχείρηση".

Το βασικό σκεπτικό είναι ότι, με την αξιοποίηση των ΤΠΕ και του Internet, όχι μόνο μπορούν να μειωθούν τα κόστη αλλά να δημιουργηθεί μια νέα αξία. Η αξία παράγεται από τη διαμεσολάβηση για την πραγματοποίηση συναλλαγών και τη σύνδεση παραγγελιών μεταξύ επιχειρήσεων, καθώς επίσης και από την παροχή πρόσθετων υπηρεσιών, όπως το μοντέλο ASP (εφαρμογές και επαγγελματικές υπηρεσίες για την ολοκλήρωση των συστημάτων της επιχείρησης μέσα στην ηλεκτρονική αγορά), οι επιχειρηματικές υπηρεσίες υποστήριξης συναλλαγών (νομικές και οικονομικές υπηρεσίες, logistics, διαχείριση έργου κ.λπ.), καθώς και υπηρεσίες που υλοποιούν ιδεατές ιδιωτικές πλατφόρμες ηλεκτρονικού εμπορίου για μικρότερες και στοχευμένες κοινότητες e-επιχειρείν.

Τα οφέλη παραγωγικότητας από την εφαρμογή των διαδικτυακών τεχνολογιών στην επιχείρηση, λόγω αυξημένης αποδοτικότητας, μείωσης του κόστους συναλλαγών και διευκόλυνσης της πρόσβασης στην παγκόσμια αγορά, δεν είναι αποκλειστικό προνόμιο των πολυεθνικών οργανισμών και των επιχειρήσεων της βαριάς βιομηχανίας.

Αναμένεται να αξιοποιηθούν κατάλληλα και από τις μικρές επιχειρήσεις, από την απλή σύνδεση στο Internet μέχρι την ενσωμάτωση ολοκληρωμένων μοντέλων e-επιχειρείν.



Όσον αφορά στη διασύνδεση, αυτή έχει αυξηθεί αρκετά το τελευταίο διάστημα, και σύμφωνα με τη Euro stat, πάνω από το 90% των επιχειρήσεων με περισσότερους από 10 υπαλλήλους χρησιμοποιεί Η/Υ, και σχεδόν το 80% αυτών διαθέτει σύνδεση στο Internet. Πλέον δεν παρατηρούνται τεράστια χάσματα μεταξύ των μεγάλων οργανισμών και των ΜΜΕ ως προς αυτό τον τομέα, μολονότι η υιοθέτηση του ηλεκτρονικού εμπορίου και άλλων εφαρμογών e - επιχειρείν δεν έχει αντίστοιχη αύξηση σε όλα τα μεγέθη επιχειρήσεων, με εξαίρεση κάποιες ενδιαφέρουσες περιπτώσεις στην ευρωπαϊκή αγορά.

Τα συμπεράσματα που εξάγονται από τα παραπάνω κάνουν σαφή την ανάγκη για περαιτέρω εκσυγχρονισμό και ψηφιοποίηση των διαδικασιών εντός των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, με κύριο στόχο την υιοθέτηση των ΤΠΕ στο επιχειρηματικό περιβάλλον ή σε συνεργατικά δίκτυα ΜΜΕ. Επιπλέον, έρευνες και αναλύσεις που έγιναν στις αγορές της Ευρώπης και των ΗΠΑ δείχνουν ότι καίριος στόχος της "ψηφιακής ΜΜΕ" από τη χρήση των τεχνολογιών του Διαδικτύου είναι μάλλον η ποιοτική της αναβάθμιση, δηλ. πρώτα "καλύτερο επιχειρείν" και κατόπιν "οικονομικότερο".

3.2.9 Ο δείκτης του e-Europe για το e-επιχειρείν στους 15 οικονομικούς τομείς

Το Σχέδιο Δράσης e-Europe 2005, το οποίο υιοθετήθηκε από το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο της Σεβίλλης τον Ιούνιο του 2002, προέβλεπε την παρακολούθηση της εκπλήρωσης των κυριότερων στόχων του. Ένας από αυτούς τους στόχους είναι ότι "μέχρι το 2005, η Ευρώπη θα πρέπει να διαθέτει ένα δυναμικό περιβάλλον e-επιχειρείν". Με σκοπό να παρακολουθηθεί η πρόοδος, δημιουργήθηκε από τη Γενική Γραμματεία Επιχειρηματικότητας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής ο Δείκτης e-επιχειρείν, στον οποίο απεικονίζεται επαρκώς η πολυπλοκότητα του νέου ηλεκτρονικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος.



Τα στοιχεία του δείκτη προέρχονται από τη Eurostat, την επίσημη υπηρεσία της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Με βάση τη μέθοδο που καταρτίστηκε, στο παρακάτω διάγραμμα απεικονίζεται ο Δείκτης e-επιχειρείν για τον καθένα από τους 15 τομείς οικονομικής δραστηριότητας που εξετάστηκαν το 2002 και το 2003, με βάση τα αποτελέσματα της Έρευνας για το e-επιχειρείν (2002). Ο βασικός δείκτης αποτελείται από δύο επιμέρους, αυτόν της Τεχνολογικής Υποδομής και εκείνον της Δραστηριότητας e-επιχειρείν. Φυσικά, ο δείκτης παρέχει μια γενική μόνο εικόνα και, όπως είναι προφανές, δεν αντικατοπτρίζει τις διαφορές ανάμεσα στις επιχειρήσεις ενός τομέα.

Συνοπτικά, οι τομείς που εξετάστηκαν στην έρευνα έχουν κατηγοριοποιηθεί σε τέσσερις ομάδες, ανάλογα με τη θέση που κατέχουν στο δείκτη. Οι κατηγορίες έχουν ως εξής:

✓ Ο Τομέας με τη μεγαλύτερη διείσδυση νέων τεχνολογιών:

Ο τομέας ο οποίος εμφανίζει τη μεγαλύτερη διείσδυση των νέων τεχνολογιών και των εφαρμογών e-επιχειρείν, είναι αυτός της Πληροφορικής και των Τηλεπικοινωνιών. Παρόλο που ο τομέας αυτός αποτελεί ειδική περίπτωση, καθώς παράγει τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που είναι απαραίτητα για το e-επιχειρείν, υπάρχουν σημαντικά διδάγματα και για τις εταιρίες των λοιπών κλάδων.

✓ Τομείς με σημαντική διάδοση του e-επιχειρείν:

Σε αυτή την κατηγορία έχουμε δύο οικονομικούς κλάδους (Τράπεζες και Ασφάλειες), καθώς και τις Εκδόσεις-Εκτυπώσεις, τις Επιχειρηματικές Υπηρεσίες και τον Ηλεκτρολογικό και Ηλεκτρονικό Εξοπλισμό. Ο καθένας από αυτούς τους τομείς έχει επικεντρώσει το ενδιαφέρον του σε πλεονεκτήματα από συγκεκριμένες εφαρμογές e-επιχειρείν. Για παράδειγμα, οι κλάδοι των Τραπεζών και των Ασφαλειών έχουν χρησιμοποιήσει το e-επιχειρείν με στόχο να βελτιώσουν σημαντικά τη σχέση με τους πελάτες τους -και στην έρευνα του e-Business Watch ανέφεραν αρκετά άνω του μέσου όρου αποτελέσματα στη συγκεκριμένη παράμετρο (της βελτίωσης της σχέσης πελάτη -επιχείρησης). Παράλληλα, ο τομέας ηλεκτρολογικού και



ηλεκτρονικού εξοπλισμού αποτελεί πρωτοπόρο στην εφαρμογή εξελιγμένων λύσεων e-επιχειρείν για τη βελτίωση της γραμμής παραγωγής και της αλυσίδας προμηθειών.

✓ Τομείς που επωφελούνται από συγκεκριμένες παραμέτρους e-επιχειρείν:

Εδώ ανήκουν ο Τουρισμός, οι Κτηματομεσιτικές επιχειρήσεις, τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης, οι χημικές βιομηχανίες και οι επιχειρήσεις μηχανολογικού και άλλου Εξοπλισμού. Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν τομείς πολύ διαφορετικοί μεταξύ τους, οι οποίοι ωστόσο αξιοποιούν συγκεκριμένες εφαρμογές του e-επιχειρείν. Για παράδειγμα ο Τουρισμός βρίσκεται πολύ ψηλά στον επιμέρους δείκτη Δραστηριότητας e-επιχειρείν, καθώς είναι εξαιρετικά διαδεδομένες οι on-line πωλήσεις στον εν λόγω τομέα.

✓ Τομείς όπου έχει καθυστερήσει η υιοθέτηση του e-επιχειρείν:

Σε αυτή την κατηγορία ανήκουν εταιρίες στις οποίες η διάδοση του e-επιχειρείν και των τεχνολογιών Πληροφορικής γενικότερα είναι σημαντικά χαμηλότερη από το μέσο όρο. Εδώ ανήκουν οι κλάδοι του Εξοπλισμού Μεταφορών, των Μετάλλων, του Λιανεμπορίου, των Υπηρεσιών Υγείας και των Τροφίμων και Ποτών. Και εδώ πάντως παρατηρούνται σημαντικές διαφορές από εταιρία σε εταιρία του ίδιου τομέα. Για παράδειγμα, οι πολυεθνικές επιχειρήσεις Τροφίμων και Ποτών δεν έχουν απλώς υιοθετήσει το e-επιχειρείν, αλλά αξιοποιούν εξαιρετικά προηγμένες λύσεις και εφαρμογές, κατέχοντας την πρωτοπορία στο σύνολο των εταιριών. Αντίθετα, οι ΜΜΕ του ίδιου κλάδου βρίσκονται ακόμη σε αρκετά χαμηλή θέση, ιδιαίτερα ως προς την εφαρμογή του e-επιχειρείν στις γραμμές παραγωγής.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο Τρόποι χρηματοδότησης των ΜΜΕ

4.1 Εσωτερικές πηγές/ Αυτοχρηματοδότηση.

Σε αυτήν την κατηγορία χρηματοδότησης η εταιρεία - επιχείρηση αυτό χρηματοδοτούνται με τα έσοδα που κερδίζουν είτε από τα μη διανεμόμενα κέρδοι τους είτε από αποσβέσεις που δημιουργούν από την υπερτίμηση των υποχρεώσεων της επιχείρησής τους. Έτσι με αυτούς τους τρόπους αυτό- μειώνει τα κέρδη της και αυτό χρηματοδοτείται για να μην καταφύγει σε άλλες μορφές χρηματοδότησης που θα δούμε παρακάτω.

4.2 Χρηματοδοτήσεις από πάγια εγκαταστάσεις και leasing.

Σε αυτών των τομέα χρηματοδοτήσεις οι επιχειρήσεις προσπαθούν παλιό να αυτό χρηματοδοτηθούν μέσω των περιουσιακών τους στοιχείων αλλά χωρίς να επεμβαίνουν στην εσωτερική οικονομία της επιχείρησής μέσω της προηγούμενης μεθόδου. Έτσι επιγραμματικά μερικοί τρόποι χρηματοδοτήσεις είναι οι εξής:

- ✓ Ποιοτικός εξιχρονισμός του μηχανολογικού τους εξοπλισμού
- ✓ ανακαίνιση των επαγγελματικών χώρων όπου στεγάζονται
- ✓ αναβάθμιση του προϊόντων και των υπηρεσιών που διανέμουν

Χρηματοδοτήσεις μέσω Leasing είναι ευρέως οι πιο γνωστές μισθώσεις. Με την ορολογία θα μπορούσαμε να το αναλύσουμε ως εξής. Χρηματοδοτική μίσθωση είναι μια συμφωνία βάσει της οποίας η Εταιρεία Χρηματοδοτικής Μίσθωσης η αλλιώς leasing , διατηρώντας την ιδιοκτησία ενός περιουσιακού στοιχείου παραχωρεί την χρήση του στον μισθωτή για μια συγκεκριμένη χρονική περίοδο έναντι καταβολής μισθωμάτων. Είναι δηλαδή



μια χρηματοδότηση η οποία χρησιμοποιείται και χρηματοδοτεί κάθε είδους εξοπλισμούς για την επιχείρηση η καθώς και ακίνητα για βιομηχανικούς και βιοτεχνικούς σκοπούς.

4.3. Χρηματοδοτήσεις μέσω διαχείρισης επιχειρηματικών απαιτήσεων.

Εκτός του ότι οι επιχειρήσεις μπορούν να καταφύγουν σε έναν τραπεζικό δανεισμό που είναι ευρέως ο πιο διαδεδομένος για βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες απαιτήσεις, μπορούν να χρησιμοποιήσουν και την διαχείριση των επιχειρηματικών απαιτήσεων.

Πιο συγκεκριμένα η λειτουργία αυτού του είδους χρηματοδότησης λειτουργεί με βάση μια σύμβαση που συνάπτεται μεταξύ του επιχειρηματία του προμηθευτή και της εταιρείας με την οποία ο προμηθευτής εκχωρεί απαιτήσεις εισπράξεις οφειλών έναντι των πελατών του. Δηλαδή ο προμηθευτής αναθέτει στον πράκτορα να εισπράξει εκείνος όλα τα οφειλούμενα ποσά από τιμολόγια που του έχουν δώσει οι πελάτες τους ακολουθώντας όλες της νόμιμες διαδικασίες. Ο τρόπος αυτής της χρηματοδότησης εντάσσεται κύριος στην δραστηριότητα των τραπεζών ή των ανώνυμων εταιρειών που ανήκουν σε τραπεζικούς ομίλους.

4.4 Προγράμματα στήριξης των ΜΜΕ μέσω του ΕΣΠΑ για μικρές επιχειρήσεις.

Το ΕΣΠΑ ή αλλιώς ΠΕΠ είναι τα Περιφερειακά Επιχειρησιακά Προγράμματα του Εθνικού Στρατηγικού Πλαισίου Αναφοράς (ΕΣΠΑ) 2007 – 2013 τα οποία συγχρηματοδοτούνται από την Ευρωπαϊκή Ένωση, στο πλαίσιο των Δράσεων των Διαρθρωτικών Ταμείων, για την κοινωνική και οικονομική συνοχή και στοχεύουν στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας. Είναι πρόγραμμα το οποίο δίνει την δυνατότητα σε χιλιάδες επιχειρήσεις να υλοποιήσουν επενδύσεις να αναβαθμίσουν την λειτουργία και να διατηρήσουν της θέσεις



εργασίας του και να δημιουργήσουν ακόμα περισσότερες μέσω του προγράμματος ενίσχυση μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων.

Το ΕΣΠΑ είναι ότι καλύτερο από όλα τα προγράμματα χρηματοδότησης για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις το οποίο δίνεται μέσα από κοινοτικούς και εθνικούς πόρους και οφειλές περισσότερες από 17000 επιχειρήσεις. Τα κεφάλαια αυτά των χρηματοδοτήσεων που θα διανέμει το ΕΣΠΑ θα συμβάλει επαρκώς στην ανάπτυξη του οράματος για ένα καλύτερο επιχειρείν σε όλη την Ελλάδα.

Το παρόν πρόγραμμα ενισχύει επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε όλη την Επικράτεια και προτίθενται να υλοποιήσουν επενδυτικά σχέδια στους τομείς της Μεταποίησης, του Τουρισμού, του Εμπορίου και της Παροχής Υπηρεσιών, που αποσκοπούν:

- ✓ Στον εκσυγχρονισμό της λειτουργίας και της διοίκησης των επιχειρήσεων
- ✓ Στον εκσυγχρονισμό της παραγωγικής διαδικασίας
- ✓ Στην αναβάθμιση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών
- ✓ Στην εξασφάλιση λειτουργίας επιχειρήσεων με μεθόδους φιλικότερες προς το περιβάλλον
- ✓ Στον εμπλουτισμό, τη διαφοροποίηση και ανάπτυξη των παρεχόμενων υπηρεσιών στον τομέα του τουρισμού

4.5 Πρόγραμμα ενίσχυσης επιχειρηματικότητας νέων.

Το Πρόγραμμα υλοποιείται στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα» - (ΕΠΑΝ II) και εντάσσεται στον Άξονα Προτεραιότητας 2, ο οποίος επιδιώκει την δημιουργία και επέκταση της εξωστρεφούς επιχειρηματικότητας, ως ισχυρής



και ικανής συνθήκης για την παραγωγική αναβάθμιση της χώρας προς αγαθά και υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας, με ενσωμάτωση γνώσης και καινοτομίας, με ποιότητα και με περιβαλλοντική ευαισθησία.

Συγκεκριμένα, το Πρόγραμμα εντάσσεται :

- ✓ στο Γενικό Στόχο 2 του ΕΠΑΝ ΙΙ «Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της εξωστρέφειας – Αναβάθμιση του παραγωγικού ιστού της χώρας – Αύξηση των παραγωγικών επενδύσεων και των εισροών ξένων άμεσων επενδύσεων και γενική ποιοτική αναβάθμιση των προσφερομένων προϊόντων και υπηρεσιών σε όλους τους τομείς και κλάδους της Ελληνικής Οικονομίας».
- ✓ στον Ειδικό Στόχο ΕΣ2.4 «Αναβάθμιση / μετεξέλιξη της επιχειρηματικότητας ανάγκης σε επιχειρηματικότητα υψηλών δυνατοτήτων – Αναβάθμιση της επιχειρηματικής βάσης σε τομείς που υστερούν ως προς την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας η λειτουργούν υπό ανεπίκαιρες μορφές»
- ✓ στην Κατηγορία Πράξης «Ολοκληρωμένα Προγράμματα Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας».
- ✓ Στα Επιχειρησιακά Προγράμματα των περιφερειών μεταβατικής στήριξης, ήτοι του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος Αττικής, του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος Νοτίου Αιγαίου, του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος Κεντρικής Μακεδονίας, του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος Δυτικής Μακεδονίας, του Περιφερειακού Επιχειρησιακού Προγράμματος Στερεάς Ελλάδος που στόχο έχουν την ενίσχυση Ολοκληρωμένων Προγραμμάτων Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας τα οποία αφορούν στην ίδρυση νέων επιχειρήσεων από ειδικές ομάδες πληθυσμού, από ομάδες πληθυσμού με περιορισμένη σήμερα επιχειρηματικότητα και σε περιοχές που πλήττονται από αποβιομηχάνιση και ανεργία, καθώς και στην ενίσχυση πρωτοβουλιών της ευρύτερης κοινωνικής οικονομίας.

Το πρόγραμμα αποσκοπεί στη διευκόλυνση - μέσω χρηματοδοτικών ενισχύσεων – της ίδρυσης νέων επιχειρήσεων από νέους ηλικιακά επιχειρηματίες (Επιχειρηματικότητα Νέων), σε όλους σχεδόν τους τομείς οικονομικής δραστηριότητας. Ειδικότερος στόχος του προγράμματος είναι η στροφή της αναπτυσσόμενης στη χώρα επιχειρηματικότητας από επιχειρηματικότητα ανάγκης σε επιχειρηματικότητα ευκαιρίας.

Ως επιχειρηματικότητα ανάγκης ορίζεται η ίδρυση και προσπάθεια ανάπτυξης νέας επιχείρησης, με αφορμή το ότι ο νέος επιχειρηματίας δε βρήκε καλύτερη λύση για βιοπορισμό. Έχει παρατηρηθεί ότι, η επιχειρηματικότητα αυτής της μορφής δεν οδηγεί συνήθως σε βιώσιμες επιχειρήσεις.



Ως επιχειρηματικότητα ευκαιρίας ορίζεται η ίδρυση και προσπάθεια ανάπτυξης νέας επιχείρησης με στόχο την αξιοποίηση πραγματικής επιχειρηματικής ευκαιρίας (καινοτομία, κενά της αγοράς, προοπτικές αύξησης ζήτησης κ.τ.λ.) από επιχειρηματία με προσόντα (π.χ. πίστη στην επιτυχία, εμπειρία, γνώση, δεξιότητες, υψηλό μορφωτικό επίπεδο). Έχει παρατηρηθεί ότι, η επιχειρηματικότητα αυτής της μορφής οδηγεί συνήθως σε βιώσιμες επιχειρήσεις με αξιόλογη θετική επίδραση στην οικονομική ανάπτυξη.

4.6 Πρόγραμμα ενίσχυσης επιχειρηματικότητας γυναικών.

Το παρόν Πρόγραμμα «Ολοκληρωμένη παρέμβαση για τη στήριξη της γυναικείας απασχόλησης μέσω ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας» συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (Ε.Κ.Τ), στο πλαίσιο του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Εθνικό Αποθεματικό Απροβλέπτων» και στοχεύει στην τόνωση της απασχόλησης μέσω της δημιουργίας πρόσθετων δυνατοτήτων πρόσβασης στην αγορά εργασίας των απειλούμενων από την ανεργία γυναικών, των ανέργων – αιτούντων εργασία και των ανενεργών γυναικών. Ο Συνολικός Προϋπολογισμός του Προγράμματος είναι 40.000.000 ευρώ Δημόσια Δαπάνη. Η Δημόσια Δαπάνη του προγράμματος συγχρηματοδοτείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση, και ειδικότερα από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ), και από το Ελληνικό Δημόσιο.

Στο πλαίσιο αυτό ενισχύονται οι παρακάτω δύο Υποδράσεις:

ΥΠΟΔΡΑΣΗ 1

Ολοκληρωμένη παρέμβαση για τη στήριξη της γυναικείας απασχόλησης μέσω ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας για γυναίκες 18-35 ετών.

ΥΠΟΔΡΑΣΗ 2



Ολοκληρωμένη παρέμβαση για τη στήριξη της γυναικείας απασχόλησης μέσω ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας για γυναίκες 36-64 ετών.

Οι Υποδράσεις θα υλοποιηθούν με βάση τον Εγκεκριμένο Οδηγό Προγράμματος, ο οποίος αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της παρούσας Απόφασης. Στον Οδηγό Προγράμματος περιγράφονται αναλυτικά, οι προϋποθέσεις συμμετοχής, τα απαιτούμενα δικαιολογητικά, ο τρόπος υποβολής των προτάσεων, η διαδικασία εξέτασης και αξιολόγησης των προτάσεων, η ένταξή τους για χρηματοδότηση, ο τρόπος καταβολής των χρηματοδοτήσεων, η διαδικασία ελέγχου και παρακολούθησης της υλοποίησης των έργων, οι υποχρεώσεις των δικαιούχων και οι λοιποί όροι του Προγράμματος.

4.7 Πρόγραμμα «Δικτυωθείται».



Το πρόγραμμα "ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ" αποτελεί πρωτοβουλία του Υπουργείου Ανάπτυξης και έχει σκοπό την εξοικείωση 50.000 μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) με την ψηφιακή οικονομία. Το πρόγραμμα αυτό εντάσσεται στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα "Κοινωνία της Πληροφορίας" του Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης του Υπουργείου Ανάπτυξης (www.ypan.gr), το οποίο υλοποιήθηκε από τον ΕΟΜΜΕΧ (www.eommex.gr) για το διάστημα 2000-2003. Για το 2005 αναμένονται σημαντικές βελτιώσεις όπως επίσης και σημαντική αύξηση των χρηματικών ποσών.

Βάσει του προγράμματος αυτού οι επιχειρήσεις χρηματοδοτούνται για να αποκτήσουν Web Site ή Ηλεκτρονικό κατάστημα. Σχετικά με το ηλεκτρονικό κατάστημα, ενώ είναι απαραίτητη η δημιουργία του, δεν είναι απαραίτητη η ενεργοποίηση ηλεκτρονικών συναλλαγών σε αυτό. Μπορεί δηλαδή να εμφανίζει έναν απλό κατάλογο των προϊόντων της επιχείρησης.



Η πρώτη φάση του έργου "Εκπαιδευτική Στήριξη του Δικτυωθείτε", υποστήριξε 16.500 ΜΜΕ από όλη την Ελλάδα στην πορεία εξοικείωσής τους με τις δυνατότητες του ηλεκτρονικού εμπορίου και των υπηρεσιών του Διαδικτύου. Στην εκδήλωση που διοργάνωσε το Υπουργείο την Τρίτη 9 Νοεμβρίου 2004 τιμήθηκαν εκτός των ΜΜΕ και οι διακεκριμένοι Σύμβουλοι Καθοδήγησης και Υποστήριξης ΜΜΕ, οι οποίοι είχαν την ευθύνη υποστήριξης των επιχειρηματιών.

«Παράλληλα ανακοινώθηκε μεταξύ άλλων και η συνέχεια του Προγράμματος, το Δικτυωθείτε II, στο οποίο μπορούν να υποβάλλουν αιτήσεις οι ενδιαφερόμενοι από τα τέλη Νοεμβρίου 2004.»

Στο πρόγραμμα θα μπορούν να κάνουν αίτηση επιχειρήσεις από το Δευτερογενή και Τριτογενή Τομέα, με περιορισμό τον κανόνα deminimis. Σύμφωνα με τον νέο προγραμματισμό, η χρηματοδότηση ανά καλάθι ανέρχεται σε 1.250, έναντι 704 από την προηγούμενη. Βασικά στοιχεία για τη συμμετοχή μίας επιχείρησης στο πρόγραμμα "ΔΙΚΤΥΩΘΕΙΤΕ" είναι ο κλάδος δραστηριοποίησης, ο τόπος δραστηριοποίησης της εταιρείας -η έδρα της, ο αριθμός των εργαζομένων (μέγιστος αριθμός 10 άτομα), ο τζίρος (μέχρι 586.941 ευρώ), και να μην έχει ήδη κάποιο άλλο δικό της web site.

4.8 Πρόγραμμα ενίσχυσης εγκατάστασης νέων αγροτών

Σκοπός του προγράμματος είναι η προσέλκυση νέων σε ηλικία ανθρώπων στις αγροτικές περιοχές και η ενασχόλησή τους με τη γεωργία, έτσι ώστε να ενισχυθεί η ανταγωνιστικότητα του αγροτικού τομέα. Το πρόγραμμα προβλέπει την παροχή οικονομικών ενισχύσεων για τη διευκόλυνση της εγκατάστασης νέων γεωργών ηλικίας κάτω των 40 ετών, οι οποίοι διαθέτουν επαρκή επαγγελματική ικανότητα, εγκαθίστανται για πρώτη φορά ως αρχηγοί γεωργικής εκμετάλλευσης και υποβάλουν επιχειρηματικά σχέδια για την ανάπτυξη των γεωργικών δραστηριοτήτων τους. Το επιχειρηματικό σχέδιο θα προβλέπει τη δημιουργία εκμετάλλευσης προσαρμοσμένης στις εθνικές και κοινοτικές απαιτήσεις.



**ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΜΕ ΕΜΦΑΣΗ ΣΤΗΝ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ.**



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο Προβλήματα των ΜΜΕ στην Ελλάδα – Περίπτωση Μεσσηνίας.

5.1 Ενημερωτικά στοιχεία για την Μεσσηνία

Η Μεσσηνία βρίσκεται στη νοτιοδυτική Πελοπόννησο. Περικλείεται στα βόρεια από τον ποταμό Νέδα και τα Αρκαδικά Όρη, στα ανατολικά από το όρος Ταΰγετος, στα νότια από τον Μεσσηνιακό Κόλλιο και στα δυτικά από το Ιόνιο Πέλαγος. Συνορεύει στα βόρεια με το νομό Ηλείας, στα βορειοανατολικά με το νομό Αρκαδίας και στα ανατολικά με το νομό Λακωνίας. Έχει έκταση 2991 τ. χλμ. και ο πληθυσμός της ανέρχεται σε 176.879 κατοίκους

Το ψηλότερο βουνό είναι ο Ταΰγετος (2404 μ., κορυφή Προφήτης Ηλίας), τον οποίο μοιράζεται με τη Λακωνία. Η Καλαμάτα είναι το εμπορικό και βιομηχανικό κέντρο του νομού, καθώς και σημαντικό λιμάνι. Ο αγροτικός τομέας παραμένει σημαντικός με κύρια προϊόντα τα σύκα, την σταφίδα, τα σταφύλια και το κρασί, τα πορτοκάλια, τις ελιές και το ελαιόλαδο.

5.2. Η θνησιμότητα των ΜΜΕ στην Ελλάδα.

Παρόλο που η ευέλικτη μορφή και οι καινοτομίες στην παραγωγή νέων προϊόντων κάνουν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Μεσσηνία να έχουν ένα ξεχωριστό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη της χώρας μας, εντούτοις οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις παρουσιάζουν υψηλό δείκτη θνησιμότητας.

Η ευκολία εισόδου, χωρίς απαγορευτικές προϋποθέσεις για την ίδρυση μιας επιχείρησης μετατρέπεται πολύ εύκολα και σε αποτυχία. Κάποιοι παράγοντες που είναι σημαντικοί για την πορεία μιας μικρομεσαίας επιχείρησης είναι:

- ✓ Ο επιχειρηματίας
- ✓ Το προϊόν και οι δραστηριότητες της ΜΜΕ



- ✓ Το περιβάλλον της ΜΜΕ

Ο υψηλός δείκτης θνησιμότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων οφείλεται εξάλλου και στο αυξανόμενο μονοπώλιο των μεγάλων επιχειρήσεων. Η διαφορετική τιμολογιακή πολιτική και ο πόλεμος τιμών των μεγάλων επιχειρήσεων βγάζουν «εκτός αγοράς» τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

Εκτός όμως από αυτές τις βασικές αιτίες θνησιμότητας, η επιβίωση μιας επιχείρησης και ειδικά μιας μικρομεσαίας εξαρτάται από την οργάνωση, τη διοίκηση και τη λειτουργία της. Ο ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων γίνεται ολοένα και μεγαλύτερος και οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν μπορούν να ανταποκριθούν στις διοικητικές απαιτήσεις των μεγάλων επιχειρήσεων λόγω:

- ✓ Της αδυναμίας του επιχειρηματία.
- ✓ Της έλλειψης εμπειρίας σε διοικητικά θέματα και σε προϊόντα.
- ✓ Της χρηματοοικονομικής λειτουργίας της επιχείρησης. Συμπεραίνουμε λοιπόν ότι ο σημαντικότερος παράγοντας επιτυχίας ή αποτυχίας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι ο επιχειρηματίας. Η ακαταλληλότητα του επιχειρηματία και η έλλειψη διοικητικής εμπειρίας είναι βασική αιτία αποτυχίας της επιχείρησης.

5.3 Ο προβληματισμός για το Μέλλον

Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΥΡΟΣΤΑΤ ,η Ελλάδα είναι η χώρα με την μεγαλύτερη αναλογία επιχειρήσεων σε σχέση με τον πληθυσμό της στην Ευρωπαϊκή Ένωση και χαρακτηρίζεται από πολύ υψηλό ποσοστό αυτοαπασχολούμενων . Θα πρέπει επίσης να ληφθεί υπόψη ότι στην Ελλάδα το «επιχειρείν» αποτελεί λύση ανάγκης, δηλαδή διέξοδο απασχόλησης και όχι εκμετάλλευση επιχειρηματικής ευκαιρίας. Με άλλα λόγια οι Έλληνες επιλέγουν να γίνουν επιχειρηματίες για να αποφύγουν την ανεργία. Το πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, όπως αναφέραμε και προηγουμένως ,είναι αυτό της χρηματοδότησης.



Όπως τονίζεται από όλους τους φορείς μικρομεσαίων επιχειρήσεων, είτε πρόκειται για τη ΓΣΕΒΕΕ είτε για τα επιμελητήρια, οι δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις είναι ένα θέμα που πρέπει να απασχολεί και το κράτος, το οποίο οφείλει να άρει τα εμπόδια που υπάρχουν ώστε να μπορέσουν να αναπτυχθούν, να γίνουν καινοτόμες και εξωστρεφείς.

Ο προβληματισμός για το μέλλον των μικρομεσαίων επιχειρήσεων δεν είναι μόνο ελληνικός. Στην Ετήσια Διάσκεψη για τον Ευρωπαϊκό Χάρτη των Μικρών Επιχειρήσεων που πραγματοποιήθηκε στην Σλοβενία στις 3 και 4 Ιουνίου 2008, συζητήθηκαν μια σειρά ορθών πρακτικών, όπως η μείωση του γραφειοκρατικού κόστους, η εμπέδωση της αρχής «σκεψού πρώτα σε μικρή κλίμακα», η ενίσχυση της καινοτομίας στις μικρές επιχειρήσεις και άλλα. Μερικά από τα βασικά συμπεράσματα του Συνεδρίου, που έγινε με πρωτοβουλία της Σλοβένικης Προεδρίας και της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, που μπορούν να αξιολογηθούν και να αξιοποιηθούν στην Ελλάδα είναι:

- ✓ Η ανάδειξη της ανάγκης, οι πολιτικές για τις μικρές επιχειρήσεις να τεθούν στον πυρήνα των πολιτικών αποφάσεων και να μην αποτελούν εξαιρέσεις σε νομοθετήματα γενικότερου περιεχομένου που δεν εστιάζουν στις Μικρές Επιχειρήσεις.
- ✓ Η πρακτική αυτή οδηγεί στα λεγόμενα νομοθετικά «παραθυράκια», τα οποία ενώ φαινομενικά αποσκοπούν στη διευκόλυνση των μικρών επιχειρήσεων, στην ουσία δημιουργούν πολυνομία και αυξάνουν το γραφειοκρατικό κόστος. Είναι απολύτως αναγκαίο, κατά τη διαμόρφωση πολιτικών για τις μικρές επιχειρήσεις, οι κρατικοί φορείς να συνεργάζονται στενά με τις οργανώσεις των μικρών επιχειρήσεων, οι οποίες διαθέτουν την απαιτούμενη γνώση και εμπειρία, και να μην νομοθετούν στηριζόμενοι μόνο στη «σοφία» της γραφειοκρατίας των εθνικών κρατών και ιδιαίτερα της ΕΕ.
- ✓ Η καθιέρωση της Μελέτης Επιπτώσεων (impact assessment) για κάθε νέο νομοθέτημα και παράλληλα εντατικοποίηση των προσπαθειών μείωσης του γραφειοκρατικού βάρους, που βιώνουν δυσανάλογα οι επιχειρήσεις.



- ✓ Η φορολογία αποτελεί έναν καθοριστικό παράγοντα για την ανταγωνιστικότητα των ευρωπαϊκών Μικρών Επιχειρήσεων. Εκτός από τη φορολογική επιβάρυνση καθεαυτή το κόστος συμμόρφωσης προς τις φορολογικές διατάξεις επηρεάζει επίσης την απόδοση της επιχείρησης.

Έτσι είναι απολύτως αναγκαίο, κατά τη διαμόρφωση πολιτικών για τις μικρές επιχειρήσεις, οι κρατικοί φορείς να συνεργάζονται στενά με τις οργανώσεις των μικρών επιχειρήσεων, οι οποίες διαθέτουν την απαιτούμενη γνώση και εμπειρία, και να μην νομοθετούν στηριζόμενοι μόνο στη «σοφία» της γραφειοκρατίας των κρατών και ιδιαίτερα της ΕΕ.

5.4 Τα Εμπόδια Επιχειρηματικής Δραστηριότητας που Αντιμετωπίζουν στον Νόμο Μεσσηνίας

Η πρόσβαση στη χρηματοδότηση στον Νόμο Μεσσηνίας εξακολουθεί να αποτελεί έναν πολύ σημαντικό φραγμό για τους νέους επιχειρηματίες:

- ✓ Αντιμετωπίζουν σημαντικές δυσκολίες στο να εξασφαλίσουν τραπεζικά δάνεια ή να βρίσκουν επιχειρηματικά κεφάλαια .
- ✓ Περίπου το 21% των μικρών επιχειρήσεων αναφέρουν ότι αντιμετωπίζουν προβλήματα στην εξεύρεση μακροπρόθεσμης χρηματοδότησης. Παρά τις διαφορές που υπάρχουν μεταξύ των κρατών μελών, η δανειοδότηση εξακολουθεί να αποτελεί τη βασική μορφή χρηματοδότησης των ΜΜΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση.
- ✓ Η Ευρώπη πρέπει να εξακολουθήσει να αναπτύσσει τις αγορές επιχειρηματικών κεφαλαίων ως εναλλακτική λύση στην τραπεζική δανειοδότηση

Τα δημόσια ιδρύματα της Μεσσηνίας , προκειμένου να κινητοποιήσουν τους ιδιώτες επενδυτές και να αυξήσουν την παροχή εγγυήσεων στις ΜΜΕ, ανέπτυξαν προγράμματα



στήριξης των ΜΜΕ που καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα μέσων που εκτείνονται από τις μικροπιστώσεις έως τα επιχειρηματικά κεφάλαια . Σε επίπεδο ΕΕ, το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων εφαρμόζει μια σειρά χρηματοοικονομικών μέσων που χρηματοδοτούνται στο πλαίσιο του πολυετούς προγράμματος για τις επιχειρήσεις και την επιχειρηματικότητα.

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, στο πλαίσιο των διαρθρωτικών ταμείων, ζήτησε από τα κράτη μέλη να προκρίνουν τη χρηματοδότηση επιχειρηματικών κεφαλαίων, αυτό είχε σαν αποτέλεσμα να διπλασιαστεί η εν λόγω χρηματοδότηση στο πλαίσιο των προγραμμάτων αυτών. Εκτός από τα επιχειρηματικά κεφάλαια, θα πρέπει να διερευνηθεί περαιτέρω η δυνατότητα άτυπων επενδύσεων. Από την έρευνα ΓΕΜ προκύπτει ότι οι άτυπες επενδύσεις σε επιχειρήσεις σε φάση εκκίνησης ήταν πενταπλάσια των εγχώριων επιχειρηματικών κεφαλαίων και ενώ η στήριξη με επιχειρηματικά κεφάλαια μειώθηκε σημαντικά στο διάστημα 2005 και 2006, οι άτυπες επενδύσεις ήταν περισσότερο σταθερές.

Για να αυξηθεί το ενδιαφέρον των επενδυτών του ιδιωτικού τομέα σε επιχειρήσεις υψηλού κινδύνου πρέπει να δοθούν κίνητρα όπως για παράδειγμα οι φορολογικές ελαφρύνσεις.

5.5 Αυτοαπασχόληση και ΜΜΕ στην Ελλάδα

Στο πλαίσιο του ανταγωνιστικού ευρωπαϊκού οικονομικού περιβάλλοντος η χρήσιμο οικονομική βιωσιμότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στον Νόμο Μεσσηνίας εξαρτάται από πολυάριθμους παράγοντες μεταξύ των οποίων διακρίνονται η σωστή επιλογή των καταλληλότερων χρηματοδοτικών μέσων και εργαλείων, ο σαφής προσδιορισμός του μεγέθους εξωτερικής χρηματοδότησης εργαλείων μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων που χρησιμοποιούνται περισσότερο στην Μεσσηνία.

Τα τελευταία χρόνια καταβάλλονται υπεράνθρωπες προσπάθειες για την ενίσχυση της προσπάσιες μικρομεσαίων επιχειρήσεων στον Νόμο Μεσσηνίας καθώς η πλειονότητα των επιχειρηματιών αυτήν την στιγμή είναι αγρότες. Παρόλα αυτά η πρόσβαση στην επιχειρηματική



χρηματοδότηση εξακολουθεί να αντιμετωπίζει σημαντικά προβλήματα και εμπόδια τα οποία πηγάζουν από την αδυναμία ευελιξίας που παρουσιάζει το τραπεζικό σύστημα. Όπως επίσης είναι λογικό η πρόσβαση αυτήν την στιγμή στην χρηματοδότηση επιχειρήσεων υψηλής τεχνολογίας στην Μεσσηνία είναι αδύνατη καθώς βρίσκονται στο αρχικό στάδιο ανάπτυξης τους.

Όπως προαναφέρθηκε σε προηγούμενο κεφάλαιο προκειμένου να καλυφθεί το κενό που δημιουργήθηκε στην αγορά της Μεσσηνίας η Ελληνική Πολιτεία μέσω των κοινοτικών πλαισίων στήριξης προέβλεψε την σύσταση της Νέας Οικονομίας και τα κεφάλαια υψηλών συμμετοχών υψηλής τεχνολογίας.

Ενδιαφέρον επίσης παρουσιάζει η πρόσφατη ανακοίνωση της κυβέρνησης το 2009 από το Υπουργείο Οικονομικών με την δημιουργία περιφερειακών Βεντρε καπιταλ με την συμμετοχή κράτους και ιδιωτών.

Οι επιχειρήσεις όμως την Μεσσηνία βρίσκονται ανάμεσα στο οξύμωρο σχήμα της Ελληνικής και της τοπικής πολιτείας οι οποίες καθυστερούν αδικαιολόγητα την εφαρμογή και την υλοποίηση τους.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο

6.1 ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Τα τελευταία χρόνια οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είχαν βρεθεί σε πολλές συζητήσεις στο Ευρωπαϊκό κοινοβούλιο αλλά και στο Εθνικό Επίπεδο της χώρας μας.

Από όσα αναπτύξαμε και στα προηγούμενα Ε κεφάλαια βλέπουμε ότι η ζωή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι στα χέρια της τοπικής κοινωνίας αλλά και στα προγράμματα επιχορηγήσεις νέων και παλιών επιχειρηματιών με κοινό γνώμονα την επιβίωση της επιχειρήσεις τους. Αυτό δηλαδή μας δίνει να καταλάβουμε ότι τα αποτελέσματα δεν είναι απτά και δεν είναι αυτά που θα επιθυμούσε ο οποιοσδήποτε.

Αυτό οφείλεται και στο μεγάλο ρίσκο που οι μικρό μεσαίες επιχειρήσεις δεν παίρνουν καθώς είδαμε ότι η πλειονότητά τους απαρτίζεται από τον επιχειρηματία και τον υπάλληλο του ίδιου προσώπου άρα δηλαδή οικογενειακές επιχειρήσεις οι οποίες είναι βολεμένες με αυτά που διεκδικούν καθημερινά, αλλά επίσης και στην ελλιπή επιμόρφωση των επιχειρηματιών στην νέα οικονομία.

Συγκεκριμένα στον Νόμο Μεσσηνίας όπου έλαβε έδρα και η μελέτη μου για της μικρομεσαίες επιχειρήσεις παρατηρείται μια συνεχής πτώση στον τομέα των ΜΜΕ αλλά και οι ήδη υπάρχοντες επιχειρηματίες σκέφτονται να κλείσουν της επιχειρήσεις τους καθώς αδυνατούν να ανταπεξέλθουν στον υψηλό δείκτη της άμεσης και έμμεσης φορολογίας, βλέποντας συνεχώς μειωτική στάθμηση των εσόδων τους.

Παρόλο αυτά τα νέα προγράμματα για επιχορηγήσεις και χρηματισμούς των επιχειρήσεων που βλέπουμε και ενημερωνόμαστε και από της τράπεζες αλλά και από την τηλεόραση δεν είναι αρκετές ώστε να μεταπείσουν των Έλληνα μικρό επιχειρηματία να προβεί σε λήψη ρίσκου και κινδύνου.



Κλείνοντας ο χώρος των ΜΜΕ για να ξαναευδοκιμήσει στην χώρα μας χρειάζεται να γίνει πρώτα η έμμεση πληροφόρηση στους επιχειρηματίες για την νέα οικονομία και τεχνολογία που είναι αλληλένδετες με το επιχειρείν αλλά καθώς και η συνεχής ενθάρρυνση και χρηματοδότηση των επιχειρηματιών.



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Η Θεωρία της γνώσης στη "Νέα Οικονομία" Ανδρέας Ανδριανόπουλος, Εκδόσεις Libro 2000
- Παγκοσμιοποίηση και Νέα Οικονομία Ανδρέας Ανδριανόπουλος, Εκδόσεις LIBRO 3.
- Παγκοσμιοποίηση και Νέα Οικονομία Π. Βασιλειάδης, Σμπιλιάρης 2η έκδοση 2007,
- Οικονομική της Τεχνολογίας Βερναρδάκης Νίκος, Εκδόσεις: ΤΥΠΩΘΗΤΩ, Αθήνα 2006,
- Νέα Οικονομία, Διαδίκτυο και Ηλεκτρονικό Εμπόριο
- Κατσουλάκος Γιάννης, Εκδόσεις Κέρκυρα, Αθήνα 2001,
- Παγκοσμιοποίηση, Οικονομικές, Πολιτικές, Πολιτισμικές Όψεις Κατσούλης Ηλίας, Μπλάνκα Ανασιάδη, Σταύρος Ιωαννίδης, Εκδόσεις: Ι. Σιδέρη, Αθήνα 2003.
- Διεθνές Εμπόριο, Η Πολιτική Οικονομία των Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων Μακεδόνας Ε. Κωνσταντίνος, 2^η έκδοση, Εκδόσεις: Έλλην, Αθήνα 2004,
- Deutsche Bank, 2004: The future of advertising, the harder hard sell. Δημοσιευμένο στο Economist 24-08-2004, ως «Deutsche Bank study reported in the Economist.
- Kotler P. (2005), Εισαγωγή στο Μάρκετινγκ Μάνατζεντ, Εκδοτική: Β. Γκιούρδας
- Κανελλόπουλος Κ. Χαράλαμπος, Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και επιχειρηματικότητα, Αθήνα 1994.
- Γ. Μπαρμπαρίτσας, "Οικονομική Ανταπτυξη Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων " ΤΕΙ Μεσολογγίου, Μεσολόγγι, 2000
- Αναστάσιος Δ. Καραγιάννης, «Επιχειρηματικότητα και οικονομία» ιντερβοοκς, Αθήνα 1995
- Επιμελητήριο Μεσσηνίας



ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΙ ΤΥΠΟΙ

- www.eommex.gr
- www.disabled.gr
- www.eco2day.gr
- www.forum.gr
- www.oaed.gr
- www.tempme.gr
- www.epan.gr
- www.winbank.gr
- www.wikipedia.org

