ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΑΘΗΝΩΝ

ΤΡΑΠΕΖΙΚΟ ΣΥΣΤΗΜΑ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Μελέτη που Εκπονήθηκε από το
Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών
για το ΚΕΜΕ / ΕΒΕΑ

ΑΘΗΝΑ ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2007

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ 3

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : Ο ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ.....4

1.1 Εισαγωγή 4

1.2 Ορισμός Μικρομεσαίας Επιχείρησης..... 4

1.3 Η σημασία των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων..... 7

1.4 Προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ 11

1.4.1 Εσωτερικό Περιβάλλον 12

1.4.2 Εξωτερικό Περιβάλλον..... 13

1.4.3 Βιωσιμότητα των ΜΜΕ 18

1.5 Ελληνική και Κοινοτική Πολιτική για τις ΜΜΕ..... 19

1.5.1 Εισαγωγή 19

1.5.2 Ελληνική Πολιτική για τις ΜΜΕ..... 20

1.5.3 Η Πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τις ΜΜΕ..... 23

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΖΗΤΗΣΗ ΔΑΝΕΙΑΚΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ ΑΝΤΛΗΣΗΣ ΤΟΥΣ ..25

2.1 Εισαγωγή 25

2.2 Εναλλακτικές Πηγές Χρηματοδότησης των ΜΜΕ..... 25

2.3 Η Οικογένεια ως Πηγή Άντλησης Κεφαλαίων 27

2.4 Εσωτερικά Κεφάλαια της Επιχείρησης ως Πηγή Χρηματοδότησης Νέων Επιχειρηματικών Δραστηριοτήτων 27

2.5 Η Τραπεζική Χρηματοδότηση 28

2.5.1 Η Μέχρι Πρόσφατα Τραπεζική Αντιμετώπιση των ΜΜΕ 28

2.5.2 Η Αντιμετώπιση των ΜΜΕ από το Τραπεζικό Σύστημα Σήμερα 30

2.5.3 Κριτήρια Αξιολόγησης της Πιστοληπτικής Ικανότητας των ΜΜΕ 31

2.5.4 Κόστος Δανεισμού 32

2.5.5 Η Συνθήκη της Βασιλείας ΙΙ και η Τραπεζική Χρηματοδότηση των ΜΜΕ 33

2.6 Η Χρηματοοικονομική Συμπεριφορά των ΜΜΕ 35

2.7 Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΜΕ) 36

2.8 Χρηματοδοτική Μίσθωση (leasing) 39

2.9 Καινοτόμα Χρηματοδοτικά Εργαλεία για τις ΜΜΕ 40

2.10 Η Χρηματοοικονομική Συμπεριφορά των ΜΜΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση 41

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: Η ΠΛΕΥΡΑ ΤΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ.....44

3.1 Εισαγωγή 44

3.2 Το Τραπεζικό Σύστημα 44

3.3 Τραπεζική Χρηματοδότηση προς τις Επιχειρήσεις 47

3.4 Τραπεζικά Επιτόκια στη Ζώνη του Ευρώ 48

3.5 Η «Τειρεσίας Α.Ε.» 49

3.6 Χρηματοπιστωτική Ολοκλήρωση στην ΕΕ 50

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ 51

4.1 Οι Απόψεις των Επιχειρήσεων 51

4.1.2 Εισαγωγή 51

4.1.2 Γενικά χαρακτηριστικά 52

4.1.3 Σχέσεις των ΜΜΕ με τις Τράπεζες 55

4.1.4 Σύνοψη 66

4.2 Οι Απόψεις των Τραπεζών 70

4.2.1 Εισαγωγή 70

4.2.2 Γενικές Ερωτήσεις 70

4.2.3 Συνεργασία των Τραπεζών με τις ΜΜΕ 72

4.2.4 Ερωτήσεις που Αφορούν τον Ανταγωνισμό 77

4.2.5 Σύνοψη 81

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5: ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ 84

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ 91

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Το Κέντρο Μελετών και Έρευνας του Εμπορικού & Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών (ΚΕΜΕ/ΕΒΕΑ), στο πλαίσιο των προσπαθειών του Επιμελητηρίου να διερευνήσει τις σχέσεις του επιχειρηματικού κόσμου με το τραπεζικό σύστημα, καθώς και του τρόπου που αυτό αντιμετωπίζει τις ανάγκες των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ), αποφάσισε τη διεξαγωγή εκτεταμένης έρευνας μεταξύ των ΜΜΕ, που είναι μέλη του ΕΒΕΑ.

Το δείγμα κάλυψε 1.811 ΜΜΕ από όλες τις κατηγορίες των επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, με βάση την απογραφή των επιχειρήσεων της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος (ΕΣΥΕ) και τα μητρώα του ΕΒΕΑ προσδιορίστηκε η ποσοστιαία σύνθεση του πληθυσμού των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας (μεταποίηση, εμπόριο, υπηρεσίες και ακίνητη περιουσία) και αριθμό απασχολούμενων ατόμων. Έτσι, το δείγμα κάλυψε όλες τις κατηγορίες των επιχειρήσεων ανάλογα με τα ποσοστά σύνθεσης του πληθυσμού των ΜΜΕ. Επίσης η έρευνα κάλυψε και δείγμα υποκαταστημάτων δύο μεγάλων Τραπεζών.

Στα τρία πρώτα κεφάλαια της μελέτης περιγράφεται η υπάρχουσα κατάσταση σχετικά με τις ΜΜΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύονται τα ευρήματα της έρευνας τόσο από πλευράς ΜΜΕ όσο και Τραπεζών. Τέλος, στο πέμπτο κεφάλαιο παρατίθενται τα συμπεράσματα και οι προτάσεις πολιτικής.

Ένα από τα βασικά συμπεράσματα που προέκυψαν είναι ότι η επιφυλακτικότητα των ΜΜΕ στις σχέσεις τους με τις Τράπεζες οφείλεται περισσότερο στην έλλειψη ενημέρωσης από την πλευρά των επιχειρήσεων παρά στην έλλειψη σαφήνειας των όρων συνεργασίας από την πλευρά των Τραπεζών.

Στις προτάσεις πολιτικής περιλαμβάνονται ενέργειες που πρέπει να γίνουν τόσο από πλευράς των ίδιων των ΜΜΕ και των επαγγελματικών τους φορέων, όσο και από πλευράς Τραπεζών και ΕΒΕΑ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1
Ο ΡΟΛΟΣ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

1.1 Εισαγωγή

Στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται περισσότερες από 700.000 μικρομεσαίες επιχειρήσεις οι οποίες απασχολούν περισσότερους από 1.000.000 εργαζόμενους. Η δυναμική τους είναι πολύ ισχυρή και αποτελούν ένα σημαντικό τμήμα της ελληνικής οικονομίας. Παρ' όλα αυτά οι συνθήκες κάτω από τις οποίες λειτουργούν δεν βοηθούν στην απρόσκοπτη και αποτελεσματική λειτουργία τους. Η ασκούμενη μέχρι σήμερα πολιτική όχι μόνο δεν συνέβαλε προς αυτή τη κατεύθυνση αλλά αντίθετα έβαλε ισχυρά αντικίνητρα εμποδίζοντας έτσι την αναπτυξιακή τους πορεία. Η γραφειοκρατία, το φορολογικό σύστημα, η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού, η αντιμετώπιση τους από το τραπεζικό σύστημα αποτελούν μερικά από τα εμπόδια στην ομαλή λειτουργία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη χώρα μας.

Ωστόσο παρά τις αντίξοες συνθήκες κάτω από τις οποίες λειτούργησαν και λειτουργούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, όχι μόνο δεν φθίνουν, αλλά αντίθετα ευημερούν συμβάλλοντας έτσι σε μεγάλο βαθμό στη δημιουργία εθνικού εισοδήματος και απασχόλησης.

1.2 Ορισμός Μικρομεσαίας Επιχείρησης

Τόσο σε θεωρητικό επίπεδο όσο και σε πρακτικό δεν υπάρχει ομοφωνία ως προς τον ορισμό της μικρομεσαίας επιχείρησης. Τούτο οφείλεται στο γεγονός ότι κάθε επιχείρηση έχει τα δικά της χαρακτηριστικά που πρέπει να ληφθούν υπόψη καθώς επίσης και στο γεγονός ότι, από χώρα σε χώρα, επικρατούν διαφορετικές οικονομικές και κοινωνικές συνθήκες που επηρεάζουν το μέγεθος μιας επιχείρησης. Οι διάφοροι οικονομικοί ορισμοί που έχουν προταθεί χρησιμοποιούν κριτήρια τα οποία αναφέρονται στο μερίδιο αγοράς της επιχείρησης, στη δομή της διοίκησης που αυτή έχει, καθώς και στο βαθμό ανεξαρτησίας που αυτή απολαμβάνει με την έννοια ότι δεν αποτελεί μέρος ενός μεγαλύτερου ομίλου επιχειρήσεων, έτσι ώστε ο ιδιοκτήτης-μάνατζερ δεν επηρεάζεται από άλλους στη λήψη βασικών επιχειρηματικών αποφάσεων (Bolton Committee Report, 1971). Επειδή ο παραπάνω οικονομικός ορισμός δεν είναι λειτουργικός, έγιναν προσπάθειες υιοθέτησης ενός στατιστικού ορισμού, παρά την κοινά αποδεκτή θέση ότι είναι δύσκολο να υπάρξει ένας ποσοτικοποιημένος ορισμός που θα είναι ικανοποιητικός. Είναι λογικό λοιπόν ένας ορισμός να μην μπορεί να καλύπτει όλες τις επιχειρήσεις που απασχολούνται σε όλους τους τομείς οικονομικής δραστηριότητας.

Μέσα στα πλαίσια αυτά προτάθηκαν διάφορα κριτήρια ανάλογα με τον κλάδο οικονομικής δραστηριότητας. Το κριτήριο της απασχόλησης χρησιμοποιείται για να προσδιοριστεί το μέγεθος μιας επιχείρησης στον τομέα της μεταποίησης, των κατασκευών και των ορυχείων, ο κύκλος εργασιών χρησιμοποιείται στον τομέα των υπηρεσιών, όπως είναι το παράδειγμα του λιανικού και χονδρικού εμπορίου, και τέλος το ύψος του ενεργητικού μιας επιχείρησης στις επιχειρήσεις οδικών μεταφορών. Το κριτήριο της απασχόλησης είναι το πιο συχνά χρησιμοποιούμενο. Υπάρχουν ωστόσο επιφυλάξεις για την καταλληλότητα του σε ορισμένες περιπτώσεις. Για παράδειγμα, για κλάδους οικονομικής δραστηριότητας με σημαντικά αυτοματοποιημένη παραγωγή, οδηγεί σε συνδυασμό μεγάλου χρηματοοικονομικού μεγέθους με μικρό εργατικό προσωπικό. Επίσης στην περίπτωση των κλάδων που σημαντικό μέρος της παραγωγής τους πραγματοποιείται με το σύστημα της υπεργολαβίας, τότε το κριτήριο αυτό είναι ανεπαρκές.

Προκειμένου να ξεπεραστούν τα παραπάνω προβλήματα η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προσδιόρισε την έννοια της μικρής επιχείρησης με βάσει τα παρακάτω κριτήρια :

- τον αριθμό των εργαζομένων
- το σύνολο του ενεργητικού
- τον κύκλο εργασιών και
- το ποσοστό εξάρτησης (κριτήριο ανεξαρτησίας).

Προκειμένου να κάνει πιο λειτουργική την έννοια της μικρής επιχείρησης η ΕΕ προχώρησε και διέκρινε αυτή σε υποκατηγορίες. Έτσι, η έννοια της Μικρο-Μεσαίας επιχείρησης περιλαμβάνει: τις πολύ μικρές επιχειρήσεις (micro), τις μικρές (small) και τις μεσαίες (medium) επιχειρήσεις.

Είναι φανερό από τον πίνακα 1.1 ότι μια επιχείρηση θεωρείται ως πολύ μικρή (οικογενειακή) με ένα μόνο κριτήριο δηλαδή τον αριθμό των εργαζομένων, ο οποίος πρέπει να είναι μικρότερος του δέκα. Με άλλα λόγια οι εν λόγω επιχειρήσεις δεν έχουν κύκλο εργασιών ή σύνολο ενεργητικού τόσο μεγάλο και παράλληλα δεν είναι πιθανό να υπάρχουν συνιδιοκτήτες σε ποσοστά πάνω του 25%, έτσι ώστε να μπορούν να καταταγούν σε άλλη κατηγορία. Γίνεται επίσης φανερό από τον πίνακα 1,1 ότι μια επιχείρηση θεωρείται μικρή όταν ικανοποιεί το κριτήριο των εργαζομένων (απασχολεί λιγότερα από 50 άτομα), το κριτήριο της ανεξαρτησίας καθώς επίσης και ένα από τα κριτήρια του ενεργητικού ή του κύκλου εργασιών (μικρότερο των 10 εκατ. Ευρώ). Μεσαία επιχείρηση θεωρείται εκείνη που απασχολεί λιγότερους από 250 εργαζομένους και έχει κύκλο εργασιών κάτω των 50 εκατ. ευρώ ή το σύνολο του ενεργητικού δεν υπερβαίνει τα 43 εκατ. ευρώ.

Πίνακας 1.1

Κριτήρια Κατάταξης Επιχειρήσεων

	Μεγέθη Επιχειρήσεων			
	ΜΜΕ*			ΜΚΕ*
	Πολύ Μικρές	Μικρές	Μεσαίες	
Αριθμός Εργαζομένων	1-9	10-49	50-249	250+
Σύνολο Ενεργητικού(α)	2	2-10	10-43	43+
Κύκλος Εργασιών (α)	2	2-10	10-50	50+
Ποσοστό Εξαρτήσεως (β)	-	25% +	25%+	–

* ΜΜΕ = Μικρομεσαία Επιχείρηση, ΜΚΕ = Μεγάλης Κλίμακας Επιχείρηση

(α) Ποσά σε εκατομμύρια €, τα οποία περιοδικά αναπροσαρμόζονται σύμφωνα με την εξέλιξη του πληθωρισμού.

(β) Μια ΜΜΕ θεωρείται ανεξάρτητη, όταν το ποσοστό των ιδίων κεφαλαίων, ή των δικαιωμάτων ψήφου, που κατέχει κάποιο νομικό ή φυσικό πρόσωπο ευρισκόμενο εκτός της εν λόγω εταιρείας, δεν υπερβαίνει το 25% του συνόλου των ιδίων κεφαλαίων ή των δικαιωμάτων ψήφου αυτής της εταιρείας.

Πηγή: Ε.Ε., C213, 23/7/1996, σελ.4

Τέλος, μια επιχείρηση θεωρείται μεγάλη όταν απασχολεί περισσότερους από 250 εργαζόμενους, χωρίς να τίθεται θέμα ποσοστού εξάρτησης αφού αυτές είναι πολυμετοχικές και συνήθως λαμβάνουν τη νομική μορφή της ανώνυμης εταιρείας.

Τα παραπάνω κριτήρια είναι δύσκολο να εφαρμοστούν στη χώρα μας αφού περισσότερο από το 95% των επιχειρήσεων του δευτερογενούς και τριτογενούς τομέα της ελληνικής οικονομίας απασχολεί μέχρι 10 άτομα. Ωστόσο οι αρμόδιοι ελληνικοί φορείς χρησιμοποιούν τον ορισμό της Ε.Ε. στην περίπτωση των κοινοτικών πόρων. Στην περίπτωση των εθνικών επενδύσεων για να χαρακτηρίζεται μια μεταποιητική επιχείρηση ως μικρομεσαία και να δικαιούται χρηματοδότηση με βάση την απόφαση ΑΝΕ 197/78/3.4. 1978, όπως ισχύει, πρέπει να συντρέχουν αθροιστικά οι ακόλουθες προϋποθέσεις:

α. Ο μέσος ετήσιος κύκλος εργασιών κατά την τελευταία τριετία να μην υπερβαίνει τα 2 347.000 ευρώ.

β. Μέση ετήσια απασχόληση κατά την τελευταία τριετία να μην υπερβαίνει τα εκατό (100) άτομα, ανεξάρτητα αν η επιχείρηση λειτουργεί με μία ή περισσότερες βάρδιες.

1.3 Η σημασία των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων

Ο τομέας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχει αποκληθεί ως η «ραχοκοκαλιά» κάθε οικονομίας, εξαιτίας της συνεισφοράς τους στο ακαθάριστο εγχώριο προϊόν, την απασχόληση και την εξαγωγική δραστηριότητα. Επιπλέον, στις αναπτυγμένες οικονομίες, οι ΜΜΕ έχουν έντονη παρουσία σε νέες παραγωγικές διαδικασίες και υπηρεσίες, όπου συχνά εμπλέκονται οι νέες τεχνολογίες. Ωστόσο η σημασία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων μεταξύ των διαφόρων οικονομιών μπορεί να διαφέρει εξαιτίας του δυναμικού ρόλου που διαδραματίζουν σε κάθε χώρα. Με άλλα λόγια, σε μια χώρα οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντλούν τη σημασία τους από τη συνεισφορά τους στην απασχόληση στην εν λόγω χώρα, ενώ σε μια άλλη συμβάλλουν σημαντικά στην εισαγωγή σε ευέλικτες και εξειδικευμένες διαδικασίες παραγωγής. Η θέση ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις συμβάλλουν σημαντικά στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης πηγάζει από την αντίληψη ότι αυτές είναι εντάσεως εργασίας (Α.Λυμπεράκη, 1991). Επιπλέον, μελέτες κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η συνεισφορά των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην απασχόληση είναι ανεξάρτητη του οικονομικού κύκλου, ενώ αντίθετα, η συνεισφορά των μεγάλων επιχειρήσεων στην απασχόληση κυμαίνεται από μικρή έως μηδενική σε περιόδους ύφεσης.

Το 2003 υπήρχαν στην Ευρωπαϊκή Ένωση 19 εκατ. επιχειρήσεις, οι οποίες απασχολούσαν 140 εκατομμύρια άτομα (πίνακας 1.2). Η συντριπτική πλειοψηφία αυτών (99,8%) ήταν ΜΜΕ. Το 90% των ΜΜΕ ήταν πολύ μικρές επιχειρήσεις ενώ οι μισές από αυτές απασχολούσαν μόλις τρία άτομα η καθεμιά δηλαδή τον ιδιοκτήτη και την οικογένεια του.

Πίνακας 1.2

Ο Ρόλος των ΜΜΕ στην ΕΕ-19

(Έτος Αναφοράς 2003)

	ΜΜΕ*				**ΜΚΕ***	**Γενικό Σύνολο**
	Πολύ Μικρές	**Μικρές**	**Μεσαίες**	**Μερικό Σύνολο**		
Αριθμός Επιχειρήσεων (χιλ.)	17.820	1.260	180	19.260	40	19.300
Απασχολούμενοι (χιλ.)	55.040	24.280	18.100	97.420	42.300	139.710
Απασχολούμενοι ανά Επιχείρηση	3	19	98	5	1.052	7

Κύκλος Εργασιών (€ δις)	7.840,8	4.009,6	4.628,4	17.372,8	12.760,8	30.133,6
Κύκλος Εργασιών ανά Επιχείρηση (σε € χιλ.)	440	3.610	25.680	890	319.020	1.550
Προστιθέμενη Αξία (€ δις)	2.138,4	1.486,8	1.594,8	5.220,0	5.041,2	10.261,2
Προστιθέμενη Αξία ανά Επιχείρηση (σε € χιλ.)	120	1.180	8.860	280	126.030	540
Συμμετοχή Εξαγωγών στον Κύκλο Εργασιών (%)	9	13	17	12	23	17
Προστιθέμενη Αξία ανά Απασχολούμενο (σε € χιλ.)	40	60	90	55	120	75
Λειτουργικό Κόστος ως ποσοστό της Προστιθέμενης Αξίας (%)	57	57	55	56	47	52

* ΜΜΕ = Μικρομεσαία Επιχείρηση, ΜΚΕ = Μεγάλης Κλίμακας Επιχείρηση

Πηγή: European Commission, "SMEs in Europe", Observatory of European SME's, 2004

Από τον Πίνακα 1.2 μπορούν να εξαχθούν οι παρακάτω διαπιστώσεις :

- Στην Ευρωπαϊκή Ένωση οι ΜΜΕ απασχολούν συνολικά το 69% των εργαζομένων στον ιδιωτικό τομέα ενώ τα αντίστοιχα ποσοστά για την Ιαπωνία και ΗΠΑ είναι 33% και 46%.
- Κατά μέσο όρο κάθε ευρωπαϊκή επιχείρηση απασχολεί 7 άτομα, στην Ιαπωνία 10 και στις ΗΠΑ 19 άτομα.
- Η προστιθέμενη αξία η οποία δημιουργείται στο σύνολο της ευρωπαϊκής οικονομίας οφείλεται κατά 50% στις ΜΜΕ και κατά 50% στις μεγάλες επιχειρήσεις.
- Οι ΜΜΕ εξάγουν το 12% του κύκλου εργασιών τους ενώ οι Μεγάλες επιχειρήσεις εξάγουν το 23%. Με άλλα λόγια οι ΜΜΕ απευθύνονται κυρίως στην εγχώρια αγορά.
- Η προστιθέμενη αξία ανά απασχολούμενο για μεν τις ΜΜΕ ανέρχεται σε 55.000 ευρώ για δε τις μεγάλες επιχειρήσεις ανέρχεται σε 120.000 ευρώ. Με άλλα λόγια οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν μικρότερη παραγωγικότητα η οποία μπορεί να οφείλεται στον τρόπο λειτουργίας τους.

- Το λειτουργικό κόστος ως ποσοστό της προστιθέμενης αξίας για μεν τις ΜΜΕ ανέρχεται σε 56% ενώ για τις μεγάλες επιχειρήσεις ανέρχεται σε 47%. Η διαφορά αυτή μπορεί να θεωρηθεί ως ισχυρή ένδειξη, όπως σημειώθηκε παραπάνω, ότι οι ΜΜΕ είναι εντάσεως εργασίας.

Ο Πίνακας 1.3 μας βοηθάει να αντιληφθούμε καλύτερα τη σημασία των ΜΜΕ για μια οικονομία.

Πίνακας 1.3

Ποσοστιαία Συμμετοχή των Επιχειρήσεων σε Βασικά Οικονομικά Μεγέθη

	ΜΜΕ				**ΜΚΕ**	**Γενικό Σύνολο**
	Πολύ Μικρές	**Μικρές**	**Μεσαίες**	**Μερικό Σύνολο**		
Επιχειρήσεις	92,3%	6,5%	0,9%	99,7%	0,3%	100,0%
Απασχόληση	39,4%	17,4%	13,0%	69,8%	30,2%	100,0%
Κύκλος Εργασιών	26,0%	16,3%	15,3%	57,6%	42,4%	100,0%
Προστιθέμενη Αξία	20,8%	14,5%	15,5%	50,8%	49,2%	100,0%

Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων Πίνακα 1.2 (ΙΤΕΠ)

Από τον πίνακα 1.3 γίνονται φανερά τα παρακάτω :

- Το 99,7% των επιχειρήσεων στην Ε.Ε. είναι ΜΜΕ.
- Οι ΜΜΕ απασχολούν το 70% του συνόλου των απασχολούμενων.
- Οι ΜΜΕ επιτυγχάνουν το 58% του συνολικού κύκλου εργασιών
- Οι ΜΜΕ συμβάλλουν κατά 51% στη συνολική προστιθέμενη αξία που δημιουργείται στην Ε.Ε.

Από τα παραπάνω καθίσταται προφανής η σημασία των ΜΜΕ για την ευρωπαϊκή οικονομία αφού αυτές συμβάλλουν αποφασιστικά στην οικονομική ανάπτυξη αυτής και στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης.

Στον Πίνακα 1.4 φαίνονται οι επιχειρήσεις ανά χώρα της Ευρωπαϊκής Ένωσης καθώς και τα κύρια χαρακτηριστικά αυτών. Η χώρα μας έχει τον μικρότερο αριθμό απασχολούμενων ανά επιχείρηση, μόλις 2, ακολουθεί η Ιταλία και η Ισλανδία με 4 εργαζόμενους και μόνο στις Ολλανδία, Ην. Βασίλειο, Ιρλανδία, Γερμανία και Δανία οι απασχολούμενοι ανά επιχείρηση είναι από 10 και άνω. Είναι φανερό ότι στις 9 από τις 19 χώρες του πίνακα κυρίαρχο μέγεθος

είναι αυτό της πολύ μικρής επιχείρησης. Σε άλλες 5 χώρες κυρίαρχο μέγεθος είναι το μικρομεσαίο και στις υπόλοιπες 5 το μεγάλο. Η προστιθέμενη αξία ανά απασχολούμενο ποικίλλει μεταξύ 50.000 ευρώ στην Ιρλανδία και 101.000 ευρώ στο Λουξεμβούργο. Η χώρα μας βρίσκεται υψηλά στη κατάταξη με 98.000 ευρώ προστιθέμενης αξίας ανά απασχολούμενο.

Πίνακας 1.4

Ο Ρόλος και η Σημασία των ΜΜΕ σε Επιλεγμένες Χώρες

Χώρα	**Αριθμός Επιχειρήσεων (χιλ.)**	**Απασχολούμενοι ανά Επιχείρηση**	**Κυρίαρχο Μέγεθος**	**Προστιθέμενη Αξία ανά Απασχολούμενο (σε € χιλ.)**
Αυστρία	270	11	Πολύ Μικρές	78
Βέλγιο	440	7	Πολύ Μικρές	93
Δανία	210	10	Μικρομεσαίες	93
Φιλανδία	220	7	Μεγάλες	85
Γαλλία	2.500	8	Πολύ Μικρές	76
Γερμανία	3.020	10	Μεγάλες	90
Ελλάδα	770	2	Πολύ Μικρές	98
Ιρλανδία	100	10	Μικρομεσαίες	50
Ιταλία	4.490	4	Μικρές	89
Λουξεμβούργο	20	9	Μικρομεσαίες	101
Ολλανδία	570	12	Μεγάλες	95
Πορτογαλία	690	5	Μικρομεσαίες	74
Ισπανία	2.680	6	Πολύ Μικρές	82
Σουηδία	490	7	Πολύ Μικρές	87
Ηνωμένο Βασίλειο	2.230	11	Μεγάλες	69
Ευρώπη (15)	18.700	7	Πολύ Μικρές	74
Ισλανδία	30	4	Μεγάλες	75
Νορβηγία	240	7	Πολύ Μικρές	
Λιχτενστάιν	4	6	Πολύ Μικρές	68
Ελβετία	340	8	Μικρομεσαίες	
Χώρες μη μέλη	610	7	Πολύ Μικρές	71
Ευρώπη (19)	19.320	7	Πολύ Μικρές	74

Πηγή: Observatory of European SME's, SMEs in Europe, 2003

1.4 Προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ

Η επιτυχία μας επιχείρησης εξαρτάται τόσο από το δικό της εσωτερικό περιβάλλον όσο και από το εξωτερικό περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται. Οι απασχολούμενοι, τα διάφορα εφαρμοζόμενα συστήματα, η ποιότητα και η μορφή του μάνατζμεντ, η κουλτούρα και η δομή της επιχείρησης μπορούν να αποτελέσουν τα ισχυρά, αλλά και τα αδύνατα σημεία γι᾽ αυτή, με ανάλογες συνέπειες για την αποδοτικότητά της. Από την άλλη πλευρά, το εξωτερικό περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται μια επιχείρηση, δημιουργείται από τις οικονομικές, κοινωνικές, δημογραφικές και τεχνολογικές συνθήκες στο χώρο που δραστηριοποιείται αυτή.

Σύμφωνα με τον Πίνακα 1.5 στην Ευρωπαϊκή Ένωση, τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ είναι η έλλειψη αγοραστικής δύναμης, η έλλειψη εξειδικευμένης εργασίας, η πρόσβαση στη χρηματοδότηση και η γραφειοκρατία.

Πίνακας 1.5

Προβλήματα που Αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ στην ΕΕ

Προβλήματα	**Εργαζόμενοι**		
	0-9	**10-49**	**50-249**
Αγοραστική Δύναμη	38,0%	30,0%	30,0%
Έλλειψη Εξειδικευμένης Εργασίας	13,0%	14,5%	21,0%
Πρόσβαση στη Χρηματοδότηση	9,7%	13,8%	7,5%
Γραφειοκρατία	9,0%	13,0%	11,5%
Υποδομές	4,0%	5,0%	5,5%
Νέα Τεχνολογία	3,2%	2,1%	4,0%
Εφαρμογή Νέων Μορφών Οργάνωσης	2,0%	4,0%	3,8%
Ποιοτικό Μάνατζμεντ	1,2%	1,0%	2,0%
Άλλα	8,2%	7,0%	9,3%
Κανένα	13,0%	9,9%	6,0%

Πηγή: Observatory of European SME's, SMEs in Europe, 2003

Πιο αναλυτικά:

1.4.1 Εσωτερικό Περιβάλλον

α. Μικρό Μέγεθος Επιχειρήσεων

Το μικρό μέγεθος των ΜΜΕ δεν τους επιτρέπει να επιτύχουν οικονομίες κλίμακας στη παραγωγή, το μάρκετινγκ, την τεχνολογία και γενικά σε όλες τις λειτουργίες τους, οι οποίες απαιτούν μεγάλα μεγέθη δραστηριότητας. Το γεγονός αυτό επηρεάζει την παραγωγικότητά τους και συνεπώς και την ανταγωνιστικότητα τους.

β. Χαμηλό Επίπεδο Στελεχών και Τεχνολογίας

Οι χαμηλές αποδοχές που προσφέρουν οι ΜΜΕ στους Εργαζομένους καθώς και η ανεπάρκεια των οργανωτικών δομών και τεχνολογίας που διαθέτουν, δεν τους επιτρέπουν να απασχολούν ικανά στελέχη τα οποία να έρχονται αρωγοί του επιχειρηματία.

γ. Μικρός Κύκλος Εργασιών και Ανεπαρκής Ρευστότητας

Το μικρό μέγεθος των ΜΜΕ τις οδηγεί σε χαμηλό κύκλο εργασιών και ανεπαρκή χρηματοδότηση. Πράγματι το μικρό μέγεθος των ΜΜΕ δεν τους επιτρέπει να επεκταθούν σε άλλες αγορές πέραν των τοπικών αγορών οι οποίες τους εξασφαλίζουν ένα μικρό κύκλο εργασιών. Από την άλλη πλευρά το μικρό μέγεθος δεν δημιουργεί εμπόδια μόνο στο να εξασφαλίσουν επαρκή χρηματοδότηση από το τραπεζικό σύστημα αλλά και στο να αξιοποιήσουν άλλες πηγές χρηματοδότησης, όπως για παράδειγμα το χρηματιστήριο, τα ομολογιακά δάνεια, με αποτέλεσμα να αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα ρευστότητας.

δ. Υψηλό Βραχυχρόνιο Χρέος

Κατά κανόνα οι ΜΜΕ προσφεύγουν στον βραχυχρόνιο δανεισμό είτε διότι αδυνατούν να κάνουν τον απαραίτητο προγραμματισμό για τα κεφάλαια που έχουν ανάγκη, είτε διότι οι χρηματοπιστωτικοί φορείς δεν εμπιστεύονται σε αυτές πολλά κεφάλαια. Συνέπεια αυτού είναι η υψηλότερη επιβάρυνση αλλά και η έλλειψη των απαραίτητων κεφαλαίων, τα οποία θα του επέτρεπαν μια λιγότερο απρόσκοπτη δραστηριότητα και μεγέθυνση. Από τον πίνακα 1.6 φαίνεται ότι ο λόγος βραχύχρονο χρέος προς κύκλο εργασιών είναι μεγαλύτερος του 13% για τις ΜΜΕ ενώ για τις μεγάλες επιχειρήσεις είναι μικρότερος αυτού του ποσοστού. Αυτό σημαίνει ότι οι ΜΜΕ μπορούν να προγραμματίζουν για μικρότερες χρονικές περιόδους σε σχέση με τις μεγάλες επιχειρήσεις, γεγονός που τους δημιουργεί δυσκολίες για την εκπλήρωση των υποχρεώσεων τους.

Πίνακας 1.6.
Βραχυχρόνιο Χρέος Προς Κύκλο Εργασιών των ΜΜΕ
(Έτος Αναφοράς 1996)

Χώρα	**Μέγεθος Επιχείρησης**		
	Μικρό	Μεσαίο	Μεγάλο
Αυστρία	20%	14%	11%
Βέλγιο	8%	9%	12%
Γαλλία	4%	5%	5%
Γερμανία	8%	7%	3%
Ιταλία	25%	22%	21%
Πορτογαλία	15%	16%	10%
Ισπανία	16%	18%	14%
Ιαπωνία	13%	14%	11%
Μ.Ο.	14%	13%	11%

Πηγή: European Union, «Comparison Between the Financial Structure of SMEs and that of Les using the BACH Database», Economic Paper, 2001

1.4.2 Εξωτερικό Περιβάλλον

Το εξωτερικό περιβάλλον μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται οι ελληνικές ΜΜΕ χαρακτηρίζεται από :

- Πολυνομία, γραφειοκρατία, έλλειψη κωδικοποίησης της νομοθεσίας για ίδρυση, λειτουργία, μεταβίβαση, επαγγελματική στέγη, κ.λπ.
- Περιορισμένη διαθεσιμότητα και υψηλό κόστος κεφαλαίων
- Άδικη φορολογική αντιμετώπιση
- Αναποτελεσματικότητα των αναπτυξιακών νόμων.
- Έλλειψη παροχής ολοκληρωμένων υπηρεσιών για πληροφόρηση/ υποστήριξη.
- Χαλαρή σύνδεση του εκπαιδευτικού συστήματος με τις ανάγκες των ΜΜΕ.

Πιο αναλυτικά :

α. Γραφειοκρατία- Διοικητικό Κόστος

Η γραφειοκρατία στην ίδρυση, λειτουργία, μεταβίβαση καθώς και για άλλες δραστηριότητες των ΜΜΕ δημιουργεί για αυτές ένα σημαντικό κόστος το οποίο μετράται σε χρήμα και χρόνο. Στον Πίνακα 1.7 παρουσιάζονται τα ευρήματα Έρευνας της Παγκόσμιας Τράπεζας αναφορικά με τον απαιτούμενο χρόνο και κόστος για τη σύσταση μια επιχείρησης στις χώρες της ΕΕ-15. Η χώρα μας βρίσκεται στην χειρότερη θέση στην ΕΕ-15 αναφορικά με τον αριθμό των

διαδικασιών, το χρόνο και το κόστος που απαιτείται για την ίδρυση μιας εταιρείας περιορισμένης ευθύνης. Πρόσθετα απαιτείται προς τούτο το υψηλότερο ελάχιστο καταβλητέο κεφάλαιο ως ποσοστό του κατά κεφαλήν εισοδήματος.

Πίνακας 1.7.
Απαιτούμενος χρόνος και κόστος για τη σύσταση επιχειρήσεων στις χώρες της ΕΕ-15

Χώρα	Αριθμός διαδικασιών	Ημέρες για την περαίωση της διαδικασίας ίδρυσης	Κόστος για την ίδρυση επιχείρησης (% του κατά κεφαλήν εισοδήματος)	Ελάχιστο καταβλητέο κεφάλαιο (% του κατά κεφαλήν εισοδήματος)
Ελλάδα	**15**	**38**	**24,0[1]**	**116,0[2]**
Ισπανία	10	47	16,2	14,6
Ιταλία	9	13	15,2	10,4
Ολλανδία	6	10	7,2	62,3
Βέλγιο	4	27	5,8	21,8
Αυστρία	9	29	5,6	59,6
Γερμανία	9	24	5,1	46,2
Πορτογαλία	8	8	4,3	38,7
Γαλλία	7	8	1,1	0,0
Φιλανδία	3	14	1,1	27,1
Σουηδία	3	16	0,7	33,7
Ην. Βασίλειο	6	18	0,7	0,0
Ιρλανδία	4	19	0,3	0,0
Δανία	3	5	0,0	44,6
Μέσος Όρος	**6,9**	**19,7**	**6,2**	**33,9**

1 Αναφέρεται στο κόστος για τη σύσταση το 2004 ΕΠΕ η οποία θα ανήκει στο ΕΒΕΑ, με εταιρικό κεφάλαιο δεκαπλάσιο του κατά κεφαλήν εισοδήματος της χώρας στο ίδιο έτος (15.520 ευρώ). Τα στοιχεία αναφέρονται σε προηγούμενο έτος προκειμένου να γίνουν οι συγκρίσεις με τις άλλες χώρες της ΕΕ-15.

2 Το ελάχιστο καταβλητέο κεφάλαιο για ΕΠΕ είναι 18.000 ευρώ.

Πηγή: World Bank (2006), Doing Business

Η Ευρωπαϊκή Ένωση έχει αναλάβει εκστρατεία τα τελευταία χρόνια για την μείωση της γραφειοκρατίας. Το βάρος της γραφειοκρατίας στις επιχειρήσεις στη χώρα μας αντιστοιχεί στο 6,8% του ΑΕΠ ετησίως και είναι το υψηλότερο στην Ευρώπη των 12. Στην Ευρώπη των 25 η χώρα μας μοιράζεται τη πρώτη θέση μαζί με την Ουγγαρία, τις τρεις χώρες της Βαλτικής, την Κύπρο και τη Μάλτα (Πίνακας 1.8). Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ξεκίνησε πρόσφατα νέα εκστρατεία μείωσης του διοικητικού κόστους που προκαλείται στις επιχειρήσεις και έθεσε ως στόχο τη μείωσή του κατά 25% μέχρι το 2012. Αν ο στόχος αυτός επιτευχθεί, τότε θα οδηγήσει σε αύξηση του κοινοτικού ΑΕΠ κατά 1,5%.

Πίνακας 1.8
Γραφειοκρατική Επιβάρυνση Επιχειρήσεων στην ΕΕ-25
(ως % του ΑΕΠ)

Χώρα	**% του ΑΕΠ**
Ελλάδα	6,8
Ουγγαρία	6,8
ΒΚΜ*	6,8
Πολωνία	5,0
Σλοβακία	4,6
Αυστρία	4,6
Ισπανία	4,6
Ιταλία	4,6
Πορτογαλία	4,6
Σλοβενία	4,1
Γαλλία	3,7
Γερμανία	3,7
Ολλανδία	3,7
Βρετανία	3,5
Τσεχία	3,3
Βέλγιο – Λουξεμβούργο	2,8
Ιρλανδία	2,4
Δανία	1,9
Φιλανδία	1,5
Σουηδία	1,5
Μέσος Όρος ΕΕ	**3,5**

* ΒΚΜ: Οι τρεις χώρες της Βαλτικής, η Κύπρος και η Μάλτα

Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Νοέμβριος 2006

Έρευνα του ΣΕΒ και του ΙΟΒΕ φανέρωσε ότι το κόστος της γραφειοκρατίας για τις ελληνικές επιχειρήσεις είναι πολύ σημαντικό και ιδιαίτερα μεγάλο για τις μικρές επιχειρήσεις. Πιο συγκεκριμένα σύμφωνα με την έρευνα η απασχόληση που απαιτείται για τη συμμόρφωση των επιχειρήσεων στις απαιτήσεις του κράτους αποτελεί (Πίνακας 1.9):

- το 60,90% της απασχόλησης για μια μικρή επιχείρηση
- το 14,62% της απασχόλησης για μια μεσαία επιχείρηση και
- το 8,91% της απασχόλησης για μια μεγάλη επιχείρηση

Πίνακας 1.9
Αναγκαία Απασχόληση ως % Απασχόλησης της Επιχείρησης Ανά Τομέα

	Μέγεθος Επιχείρησης		
	Μικρό	**Μεσαίο**	**Μεγάλο**
Κοινωνική Ασφάλιση	30,63%	0,82%	0,45%
Εργασιακές Σχέσεις	7,44%	2,14%	6,04%
Απόδοση Φόρων & Δημοσίευση Ενιαίου Ισολογισμού	7,25%	1,23%	0,38%
Παροχή Στατιστικής Πληροφόρησης	-	0,76%	0,13%
Εισαγωγές – Εξαγωγές	-	1,27%	0,64%
Ποιοτικός Έλεγχος	-	1,81%	0,20%
Αδειοδοτήσεις και Άλλες Διαδικασίες	15,58%	6,60%	1,07%
Σύνολο	60,90%	14,62%	8,91%

Πηγή: ΣΕΒ – ΙΟΒΕ, Έρευνα Μέτρησης Κόστους Προσαρμογής των Επιχειρήσεων στις Διοικητικές Απαιτήσεις, Ιούνιος 2005

Γίνεται φανερό από τον πίνακα ότι για τη μεγάλη επιχείρηση, το μεγαλύτερο μέρος του κόστους αποτελεί ο τομέας των εργασιακών σχέσεων, ενώ για τη μεσαία επιχείρηση σημαντικότερο πρόβλημα διαπιστώνεται στις αδειοδοτήσεις.

Τέλος, οι μικρές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν περισσότερες δυσκολίες στις διαδικασίες κοινωνικής ασφάλισης των υπαλλήλων τους. Σύμφωνα με την ίδια έρευνα, το κόστος που προκαλεί η γραφειοκρατία στις ελληνικές επιχειρήσεις ως ποσοστό της προστιθέμενης αξίας είναι 1,6% για τις μεγάλες επιχειρήσεις, 3,7% για τις μεσαίες και 7,2% για τις μικρές επιχειρήσεις.

β. Ανεπαρκής και με Υψηλά Επιτόκια Τραπεζική Χρηματοδότηση[1]

Η ΜΜΕ δεν διαθέτει μόνο ανεπαρκή ίδια κεφάλαια για τη Χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων της αλλά βρίσκει σοβαρές δυσκολίες και εμπόδια στην άντλησή τους από το τραπεζικό σύστημα. Το τελευταίο εξαιτίας του μικρότερου βίου, όπως είδαμε, που έχουν οι ΜΜΕ, είναι λιγότερο πρόθυμο να τις χρηματοδοτήσει. Στις περιπτώσεις που το κάνει απαιτεί υψηλότερα επιτόκια δανεισμού αλλά και μεγαλύτερες εγγυήσεις από τις ΜΜΕ τις οποίες οι τελευταίες, στις περισσότερες περιπτώσεις, δεν είναι σε θέση να προσφέρουν. Πρόσθετα οι

[1] Το θέμα αυτό θα αναλυθεί εκτενέστερα σε επόμενο τμήμα της μελέτης.

καταχρηστικοί όροι των συμβάσεων δανεισμού είναι ιδιαίτερα επαχθείς για τις ΜΜΕ. Η επιβάρυνση των δανείων με την εισφορά 0,60% που προβλέπει ο Ν. 128/75 κάνει ακόμη μεγαλύτερο το βάρος της δανειοδότησης.

Οι λόγοι αυτοί οδηγούν τις ΜΜΕ να αναζητήσουν κεφάλαια έξω από το τραπεζικό σύστημα γεγονός που συνεπάγεται υψηλότερο κόστος δανεισμού για αυτές.

γ. Ανεπαρκής Σύνδεση του Εκπαιδευτικού Συστήματος με τις Ανάγκες των ΜΜΕ.

Ως γνωστόν το πρόβλημα της ανεργίας στη χώρα μας, όπως προκύπτει από τα στοιχεία και τις μακροχρόνιες τάσεις, είναι κυρίως διαρθρωτικό. Αυτό προκαλείται από την αδυναμία να συνδυαστούν η προσφορά εργασίας σε εργασιακές δεξιότητες και προσόντα με τη ζήτηση. Βασικό αίτιο αυτής της αναντιστοιχίας μεταξύ προσφοράς και ζήτησης εργασίας είναι η έλλειψη κατάλληλου επαγγελματικού προσανατολισμού και ορθολογικού προσανατολισμού της εκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού ώστε να συμπίπτει, στο μέτρο του δυνατού, η ζήτηση με την προσφορά επαγγελμάτων. Αντιλαμβάνεται κάποιος ότι αν οι μεγάλες επιχειρήσεις που έχουν τη δυνατότητα να προσελκύσουν πιο εξειδικευμένους εργαζόμενους, προσφέροντας σε αυτούς υψηλότερους μισθούς και εξασφαλίζοντας καλύτερης τεχνολογίας εξοπλισμό αντιμετώπιζαν πρόβλημα πόσο σοβαρό είναι αυτό το πρόβλημα για τις ΜΜΕ.

δ. Το Φορολογικό Σύστημα

Η πολυνομία και η πολυπλοκότητα της φορολογικής νομοθεσίας με το πλήθος των ασαφών και αντιφατικών διατάξεων καθιστά τους φορολογούμενους και τις επιχειρήσεις ομήρους της ερμηνείας που δίνουν τα φορολογικά όργανα με σοβαρές χρηματοοικονομικές, ηθικές και ποινικές συνέπειες. Οι συχνές αλλαγές των φορολογικών νόμων αφενός αποτελούν ανασταλτικό παράγοντα στο μακροπρόθεσμο προγραμματισμό των οικονομικών μονάδων και αφετέρου, αυξάνουν συνεχώς το κόστος συμμόρφωσης προς μια διαρκώς μεταβαλλόμενη φορολογική νομοθεσία.

Η αθέατη πλευρά του ελληνικού φορολογικού συστήματος σχετίζεται με την περαίωση των παρελθόντων χρήσεων και των εκκρεμών υποθέσεων. Το κράτος επειδή αδυνατεί να ελέγξει όλες τις φορολογικές υποθέσεις, προβαίνει κατά διαστήματα σε ευνοϊκές ρυθμίσεις και καλεί τους φορολογούμενους να «κλείσουν» τις εκκρεμείς φορολογικές υποθέσεις που έχουν. Έτσι οι ανειλικρινές φορολογούμενοι τυγχάνουν ευνοϊκής μεταχείρισης, ενώ οι ειλικρινείς παραμένουν εγκλωβισμένοι για ένα χρονικό διάστημα αφού οι υποχρεώσεις τους προς την εφορία δεν εξαντλούνται με την κατάθεση της δήλωσης και την εξόφληση του οφειλόμενου φόρου για τη συγκεκριμένη χρήση. Το γεγονός αυτό οδηγεί σε σημαντική αύξηση της φορολογικής επιβάρυνσης των επιχειρήσεων με το κλείσιμο των ανέλεγκτων χρήσεων.

1.4.3 Βιωσιμότητα των ΜΜΕ

Η εμπειρία έχει δείξει ότι παρά τα σοβαρά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ μπορούν να επιβιώσουν στον σκληρό ανταγωνισμό που έχει επιφέρει η διεθνοποίηση της οικονομικής δραστηριότητας. Το γεγονός αυτό επιβεβαιώνεται από τα πρόσφατα στοιχεία που δημοσίευσε η Γενική Γραμματεία Πληροφοριακών Συστημάτων σχετικά με τις ενάρξεις και διακοπές των επιχειρήσεων την περίοδο 2003-2006. Από τα στοιχεία του Πίνακα 1.10 φαίνεται ότι τα τελευταία χρόνια οι ενάρξεις νέων επιχειρήσεων αυξάνονται ενώ οι διακοπές λειτουργίας μειώνονται, γεγονός που δείχνει τη σημαντική βελτίωση της επιχειρηματικότητας στη χώρα μας. Η εν λόγω βελτίωση είναι περισσότερο έντονη στις μικρότερες επιχειρήσεις που λειτουργούν με τη μορφή της ομόρρυθμης εταιρείας (ΟΕ) και της ετερόρρυθμης εταιρείας (ΕΕ).

Πίνακας 1.10.
Δημιουργία και Κλείσιμο Επιχειρήσεων
(2003 -2006)

Έτος	Δημιουργία	Κλείσιμο	Διαφορά
Μη Φυσικά Πρόσωπα (Συνολικά)			
2003	26.078	15.664	10.414
2004	25.224	15.335	9.889
2005	23.476	9.618	13.858
2006	26.774	9.743	17.031
Μη Φυσικά Πρόσωπα (ΟΕ)			
2003	8.642	6.653	1.989
2004	9.515	6.587	2.928
2005	9.852	4.515	5.337
2006	10.048	4.388	5.660
Μη Φυσικά Πρόσωπα (ΕΕ)			
2003	1.860	1.033	827
2004	2.181	1.088	1.093
2005	2.519	709	1.810
2006	2.629	774	1.855
Μη Φυσικά Πρόσωπα (ΕΠΕ)			
2003	1.589	839	750
2004	1.514	943	571
2005	1.543	512	1.031
2006	1.581	546	1.035

Μη Φυσικά Πρόσωπα (ΕΠΕ Μονοπρόσωπες)			
2003	789	162	627
2004	774	209	565
2005	866	151	715
2006	975	181	794
Μη Φυσικά Πρόσωπα (ΑΕ)			
2003	2.412	851	1.561
2004	1.890	869	1.021
2005	1.819	581	1.238
2006	2.034	605	1.429

Πηγή: ICAP

1.5 Ελληνική και Κοινοτική Πολιτική για τις ΜΜΕ

1.5.1 Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια οι ΜΜΕ άρχισαν να προσελκύουν το ενδιαφέρον των ασκούντων πολιτική τόσο σε εθνικό όσο και ευρωπαϊκό επίπεδο. Οι κυριότεροι παράγοντες που οδήγησαν σε αυτή την εξέλιξη συνοψίζονται ως εξής :

- Άρχισε να γίνεται ευρέως αποδεκτό ότι το μερίδιο των ΜΜΕ στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης γίνεται όλο και μεγαλύτερο
- Ο ρόλος των ΜΜΕ στο εξωτερικό εμπόριο άρχισε να γίνεται πιο σημαντικός
- Καθιερώθηκαν νέες προσεγγίσεις στην οργάνωση και διοίκηση των επιχειρήσεων (just-in-time, Διοίκηση Εφοδιαστικής Αλυσίδας, Διοίκηση Ολικής Ποιότητας κ.α.)
- Το φαινόμενο της Δικτύωσης (clustering) των επιχειρήσεων το οποίο δίνει τη δυνατότητα στις ΜΜΕ να συνεργαστούν μεταξύ τους και να μάθουν η μία από την άλλη. Αυτό τους επιτρέπει να θεραπεύσουν κάποιες εγγενείς αδυναμίες που έχουν.

Προκειμένου λοιπόν οι εθνικές κυβερνήσεις αλλά και η Ευρωπαϊκή Ένωση να βοηθήσουν τις ΜΜΕ να ξεπεράσουν τα προβλήματά που περιγράφηκαν παραπάνω λαμβάνουν σειρά μέτρων προς αυτή την κατεύθυνση.

1.5.2 Ελληνική Πολιτική για τις ΜΜΕ

Στην Ελλάδα, βασικός φορέας άσκησης της πολιτικής που αναφέρεται στις ΜΜΕ είναι ο ΕΟΜΜΕΧ. Με την είσοδο της χώρας μας στην Ε.Ε. η πολιτική για τις ΜΜΕ κινείται μέσα στα πλαίσια που έχει διαμορφώσει αυτή. Η βασική πολιτική που εφαρμόστηκε στη χώρα μας σχετικά με τις ΜΜΕ εκφράστηκε με την πολιτική των επενδυτικών κινήτρων μέσω των αναπτυξιακών νόμων, με τη χορήγηση επιδοτούμενων δανείων με την απόφαση της Νομισματικής Επιτροπής 197/1978 και την αρχή χρηματικών ενισχύσεων προς τις εξαγωγικές επιχειρήσεις με βάση την απόφαση της Νομισματικής Επιτροπής 1574/1970. Από τις παραπάνω πολιτικές ισχύει σήμερα μόνο η πολιτική επενδυτικών κινήτρων, οι εξαγωγικές επιδοτήσεις καταργήθηκαν επειδή αποτελούσαν παράβαση του άρθρου 93 της Συνθήκης της Ρώμης και ήταν αντίθετες, με την έννοια της κοινής αγοράς του άρθρου 91, παράγραφος 1, ενώ έχει ατονήσει η παροχή επιδοτήσεων στις ΜΜΕ λόγω ανεπάρκειας κεφαλαίων.

Μέσα στα πλαίσια για τη βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, ιδιαίτερα αυτών των ΜΜΕ, η ελληνική πολιτεία έχει πάρει μια σειρά μέτρων:

α) Χρηματοδότηση

Τα Κοινοτικά Πλαίσια Στήριξης αποτελούν μια σημαντική πηγή χρηματοδότησης των επιχειρήσεων στη χώρα μας. Διάφορα προγράμματα κάθε ένα με διαφορετικό στόχο προβλέπει τη στήριξη των επιχειρήσεων για βελτίωση της ανταγωνιστικότητάς τους. Σε αυτά συγκαταλέγονται:

- Το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα Ανταγωνιστικότητας του Υπουργείου Ανάπτυξης το οποίο περιλαμβάνει σειρά προγραμμάτων. Κύριοι στόχοι του προγράμματος είναι: η δημιουργία νέων επιχειρήσεων, η προώθηση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων και η βελτίωση των υπηρεσιών για τον τομέα των ΜΜΕ. Το πρόγραμμα περιλαμβάνει 9 άξονες προτεραιότητας και 42 μέτρα. Οι δράσεις αυτές συγχρηματοδοτούνται από το Ελληνικό Δημόσιο, τις Ελληνικές Επιχειρήσεις, το Ταμείο Ευρωπαϊκής Ανάπτυξης και το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο. Τα μέτρα που αφορούν τις ΜΜΕ αναφέρονται στην ενίσχυση των φορέων παροχής επιχειρηματικών κεφαλαίων σε ΜΜΕ και την ίδρυση και λειτουργία του Ταμείου Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων.
- Ο Αναπτυξιακός Νόμος 3299/2004 όπως τροποποιήθηκε με τον Ν. 3522/06 (άρθρο 37) και ισχύει από 1/1/2007. Ο νόμος αυτός αυξάνει την επιχορήγηση κατά 20 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με τα μέχρι σήμερα ισχύοντα με αποτέλεσμα το ανώτατο όριο επιχορήγησης να αυξάνεται στο 60% της συνολικής

επενδυτικής δαπάνης. Πρόσθετα, για τις επιχειρήσεις με μικρό μέγεθος, πέραν της επιχορήγησης, παρέχεται και επιχορήγηση των δαπανών ίδρυσής τους με ποσό 1-2 εκατ. ευρώ συνολικά για τα πέντε (5) πρώτα χρόνια λειτουργίας τους. Επιπρόσθετα, επιχορηγείται η δαπάνη για την αγορά οικοπέδου (μέχρι το 10% του επενδυτικού σχεδίου) εφόσον βέβαια αυτό χρησιμεύει για την υλοποίηση της επένδυσης. Τέλος, σε όλες τις επιχειρήσεις, ανεξαρτήτως μεγέθους, θα προκαταβάλλεται μέχρι το 50% της συνολικής επιχορήγησης για την αντιμετώπιση των ταμειακών τους δυσχερειών. Σημειώνεται ότι υπήρξε ιδιαίτερο επενδυτικό ενδιαφέρον ένταξης στον εν λόγω επενδυτικό νόμο.

- Ίδρυση του Ταμείου νέας οικονομίας (ΤΑΝΕΟ). Σκοπός του Ταμείου είναι η παροχή επιχειρηματικού κεφαλαίου σε νέες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε κλάδους της νέας οικονομίας όπως είναι η πληροφορική, η βιοτεχνολογία, η μικροηλεκτρονική κ.α.
- Πρόγραμμα της Κοινωνίας της Πληροφορίας. Οι κύριοι στόχοι του προγράμματος είναι: η προσαρμογή της εκπαίδευσης στις ανάγκες της οικονομίας, η ανάπτυξη υλικού για την εκπαίδευση και την πολιτιστική παιδεία, κ.α.
- Νόμος 3061/2002. Ο νόμος αυτός προβλέπει την παροχή κρατικών επενδύσεων στη μεταποίηση και τον τουρισμό.

β) Φορολογική Πολιτική

Με τη φορολογική μεταρρύθμιση που ξεκίνησε και συνεχίζεται πραγματοποιείται σταδιακή μείωση των φορολογικών συντελεστών για τα επιχειρηματικά κέρδη των ΑΕ και ΕΠΕ από 35% που βρίσκονταν το 2004 θα μειωθούν στο 25% το 2007, ενώ για τις ΟΕ και τις ΕΕ από 25% σε 20% (Ν. 3226/2004). Παράλληλα απλουστεύεται το φορολογικό σύστημα, με στόχο τη μείωση του διοικητικού βάρους των επιχειρήσεων, ενώ ταυτόχρονα έγινε πιο αντικειμενικός ο τρόπος με τον οποίο διενεργούνται οι έλεγχοι.

Οι σημαντικότερες ρυθμίσεις που έγιναν για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων είναι οι εξής:

- Η κατάργηση του εξωλογιστικού προσδιορισμού των κερδών των επιχειρήσεων με βιβλία Β΄ κατηγορίας.
- Η έκπτωση από τα ακαθάριστα έσοδα των επιχειρήσεων των συνολικών ποσών των επισφαλών απαιτήσεων για τις οποίες υπάρχει δικαστική απόφαση.
- Η καθιέρωση δύο συντελεστών αποσβέσεως.
- Η κατάργηση των τεκμηρίων για την λήψη άδειας για ίδρυση και λειτουργία επιχειρήσεως.

- Η καθιέρωση ενιαίας και αυτοτελούς φορολόγησης στη μεταβίβαση από οποιαδήποτε αιτία (κληρονομιά, δωρεά, γονική παροχή κλπ.).
- Η απαλλαγή από τον φόρο μεταβίβασης ακινήτων σε περίπτωση συγχώνευσης.
- Η κατάργηση της θεώρησης από την εφορία πολλών μηχανογραφικών βιβλίων-στοιχείων (μείωση του όγκου των θεωρούμενων εντύπων κατά 80%).
- Η μείωση των δηλώσεων ΦΠΑ που υποβάλλουν κάθε χρόνο οι επιχειρήσεις Β΄ κατηγορίας από 6 σε 4.
- Η σημαντική αύξηση των ορίων κύκλου εργασιών για ένταξη των επιχειρήσεων σε κατηγορία βιβλίων και για τήρηση βιβλίου αποθήκης.
- Η δυνατότητα χρήσης ηλεκτρομαγνητικών μέσων, με παράλληλη κατάργηση των φυσικών αρχείων.

γ) Θεσμικό Πλαίσιο

Το νέο θεσμικό πλαίσιο το οποίο δημιουργήθηκε τα τελευταία χρόνια περιλαμβάνει:

- Την απλοποίηση και συντόμευση των διαδικασιών που προβλέπονται για την σύσταση και χορήγηση αδειών εγκατάστασης και λειτουργίας των επιχειρήσεων. Ο νόμος 3325/2005 ενισχύει την επιχειρηματικότητα και βελτιώνει την ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων. Ο νόμος αυτός μειώνει τον χρόνο και το κόστος ίδρυσης κυρίως στις μεταποιητικές μονάδες χαμηλής όχλησης και στις μικρές επιχειρήσεις που βρίσκονται εκτός Αττικής και περιορίζει τη γραφειοκρατία και τα περιθώρια ανάπτυξης φαινομένων διαφθοράς.
- Νέα Επιμελητηριακή Νομοθεσία η οποία προβλέπει την παροχή «υπηρεσιών μιας στάσης» από τα επιμελητήρια, όσον αφορά στη σύσταση εταιριών και την αδειοδότηση.
- Την κατάργηση του π.δ. 84/84 και η αντικατάστασή του με το νόμο για την βιώσιμη ανάπτυξη στην Αττική.
- Τη δημιουργία του χρηματοδοτικού οργανισμού ΚΕΣΥΤ (Κεφάλαιο Επιχειρηματικών Συμμετοχών Υψηλής Τεχνολογίας) για την ενίσχυση των νέων επιχειρήσεων εντάσεως γνώσεως και υψηλής τεχνολογίας.
- Την ενίσχυσή τους σε επενδύσεις περιβάλλοντος – καινοτομίας – ποιότητας.
- Την ίδρυση του Ταμείου Εγγυοδοσίας (ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ), το οποίο παρέχει εγγυήσεις για σημαντικό μέρος των δανείων που λαμβάνονται από τα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Πρόσφατα ξεκίνησε και η επιδότηση αυτών των δανείων.

- Την ίδρυση τεσσάρων θεσμών διαβούλευσης, δηλ. το E-Business Forum, το Συμβούλιο Ανταγωνιστικότητας, το Forum Επιχειρηματικότητας και το Εθνικό Συμβούλιο Ποιότητας και Ανάπτυξης.
- Τη δημιουργία σε κάθε νομό Κέντρων Υποδοχής Επενδυτών (ΚΥΕ).
- Τη δημιουργία Κέντρων Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (ΚΕΤΑ) σε 13 Διοικητικές Περιφέρειες, με κεντρικό συντονιστικό όργανο.
- Την ίδρυση εθνικού Παρατηρητηρίου για τις ΜΜΕ. Στόχος αυτού είναι η έγκαιρη διάγνωση των προβλημάτων και την εξέλιξη της ανταγωνιστικής θέσης των ΜΜΕ.
- Τη συγκρότηση του Εθνικού Συμβουλίου Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων με στόχο την ενίσχυση των πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων της παραγωγικής και εμπορικής βάσης της χώρας.

1.5.3 Η Πολιτική της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τις ΜΜΕ

Είναι φανερό ότι τα τελευταία χρόνια η διάσταση των ΜΜΕ ενσωματώνεται όλο και πιο πολύ στις περισσότερες δραστηριότητες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, γεγονός που επιβεβαιώνει την αναγνώριση από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή του ρόλου και της σημασίας των ΜΜΕ στην Ευρωπαϊκή Οικονομία. Στόχος αυτού είναι η βελτίωση του επιχειρηματικού κλίματος για τις ΜΜΕ. Τα διαρθρωτικά ταμεία αποτελούν το σημαντικότερο πρόγραμμα για τις ΜΜΕ, με δυνατότητα πρόσβασης σε περιφερειακό και τοπικό επίπεδο. Πολλά προγράμματα έχουν προσαρμοστεί στις ανάγκες των ΜΜΕ, όπως για παράδειγμα στους τομείς της έρευνας, του περιβάλλοντος, της ενέργειας, της κατάρτισης και της διεθνοποίησης. Για την διευκόλυνση της συμμετοχής των ΜΜΕ σε αυτά προβλέπονται πρόσθετα μέτρα, ιδιαίτερα όσον αφορά στη διαδικασία επιλογής και διαχείρισης των προγραμμάτων. Παράλληλα άλλες πολιτικές όπως αυτές του ανταγωνισμού και εμπορικής πολιτικής έχουν επίσης λάβει υπόψη τους τις ιδιαιτερότητες που παρουσιάζουν οι ΜΜΕ.

Το Συμβούλιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης με την απόφαση του 2000/819/ΕΚ εκπόνησε πρόγραμμα ενίσχυσης των επιχειρήσεων και ιδιαίτερα των ΜΜΕ το οποίο προβλέπει τα παρακάτω :

- ενίσχυση της ανάπτυξης και ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων σε μια διεθνοποιημένη οικονομία που βασίζεται στη γνώση,
- προώθηση της επιχειρηματικότητας,

- απλούστευση και βελτίωση του διοικητικού και κανονιστικού περιβάλλοντος των επιχειρήσεων, ιδίως για την προώθηση της έρευνας, της καινοτομίας και της δημιουργίας επιχειρήσεων,
- βελτίωση του χρηματοοικονομικού περιβάλλοντος των επιχειρήσεων, και
- διευκόλυνση της πρόσβασης των επιχειρήσεων στις υπηρεσίες υποστήριξης και στα κοινοτικά προγράμματα και δίκτυα, καθώς και η βελτίωση του συντονισμού τους.

Παραπλήσιο είναι και το περιεχόμενο της Ανακοίνωσης της Επιτροπής των ΕΚ της 21/1/2003. Εν κατακλείδι, στόχος της ΕΕ είναι η άρση των εμποδίων και η βελτίωση του επιχειρηματικού κλίματος, μέσα στο οποίο δραστηριοποιούνται οι ευρωπαϊκές ΜΜΕ. Με άλλα λόγια, ως στόχο τίθεται η δημιουργία ενός περιβάλλοντος με απλοποιημένους κανόνες και η παροχή βοήθειας στις ΜΜΕ για να αξιοποιήσουν την καινοτομία και την τεχνολογία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η ΖΗΤΗΣΗ ΔΑΝΕΙΑΚΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ ΚΑΙ ΠΗΓΕΣ ΆΝΤΛΗΣΗΣ ΤΟΥΣ

2.1 Εισαγωγή

Στο προηγούμενο κεφάλαιο συζητήθηκαν οι διάφορες πολιτικές που ακολουθούνται σε ελληνικό και κοινοτικό επίπεδο με στόχο την παροχή βοήθειας προς τις ΜΜΕ για να γίνουν πιο ανταγωνιστικές. Μεταξύ των μέτρων που συζητήθηκαν ήταν αυτά που είχαν ως στόχο να προσφέρουν χρηματοδοτική βοήθεια στις ΜΜΕ αφού στο θέμα αυτό η εν λόγω κατηγορία επιχειρήσεων αντιμετωπίζει ιδιαίτερα προβλήματα. Η κρατική και κοινοτική ενίσχυση καθώς και το φορολογικό σύστημα είναι δυο πηγές χρηματοδότησης των δραστηριοτήτων των ΜΜΕ. Πέραν ωστόσο των δύο αυτών πηγών οι ΜΜΕ αντλούν κεφάλαια από τους μετόχους αυτών και το τραπεζικό σύστημα κυρίως. Το τελευταίο προσφέρει πολλές εναλλακτικές λύσεις χρηματοδότησης αλλά θέτει και πολλά εμπόδια προς αυτές λόγω αδυναμίας αυτών να ικανοποιήσουν τα κριτήρια που αυτό θέτει. Το χρηματιστήριο είναι ένας ευσεβής πόθος για τις ΜΜΕ για να αντλήσουν κεφάλαια αλλά παραμένει για μια σειρά από λόγους ανεκπλήρωτος.

Τα τελευταία χρόνια σημειώνεται μια σημαντική στροφή του τραπεζικού συστήματος προς την χρηματοδότηση των ΜΜΕ με πληθώρα χρηματοοικονομικών προϊόντων. Από την άλλη πλευρά οι θεσμικές αλλαγές που προβλέπονται με την Συνθήκη της Βασιλείας ΙΙ δημιουργούν επιφυλάξεις κατά πόσο αυτή θα βοηθήσει ή όχι τη στροφή του Τραπεζικού συστήματος προς τις ΜΜΕ και κάτω από ποιους όρους.

2.2 Εναλλακτικές Πηγές Χρηματοδότησης των ΜΜΕ

Κάθε επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να χρηματοδοτήσει τις δραστηριότητές της με ίδια κεφάλαια είτε αυτά προέρχονται από εισφορές των ιδιοκτητών-μετόχων ή από τα κέρδη που επιτυγχάνει. Πηγές άντλησης ξένων κεφαλαίων είναι οι πιστώσεις που δίνονται στις επιχειρήσεις από τους προμηθευτές αυτών, το τραπεζικό σύστημα, το χρηματιστήριο ή τέλος τα διάφορα εθνικά και κοινοτικά προγράμματα.

Στην Παγκόσμια Έκθεση για την Επιχειρηματική Χρηματοδότηση για το 2004 εκτιμάται ότι το 68,5% του αρχικού κεφαλαίου προέρχεται από τους ίδιους επιχειρηματίες ενώ για τη χώρα

μας το ποσοστό αυτό περιορίζεται στο 52,7%, κατά μέσο όρο τη διετία 2003-2004 (ΙΟΒΕ,2005). Στον Πίνακα 2.1 παρουσιάζεται το ποσοστό της ίδιας συμμετοχής ανά κλιμάκιο επένδυσης.

Πίνακας 2.1
Ποσοστό Ίδιας Συμμετοχής ανά Κλιμάκιο Επένδυσης
(2003 -2004)

Κλιμάκιο Επένδυσης	**Ποσοστό Ίδιας Συμμετοχής**
≤20.000 €	72,1%
20.000 € - 100.000 €	69,6%
➢ 100.000 €	41,7%
Σύνολο	52,7%

Πηγή: ΙΟΒΕ, Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2004-2005, 2006

Από τα δεδομένα του Πίνακα εξάγονται δύο σημαντικά συμπεράσματα :

- Όσο μικρότερο είναι το ύψος της αρχικής επένδυσης τόσο περισσότερο ο επιχειρηματίας στηρίζεται στα δικά του κεφάλαια. Το ποσοστό αυτό ανέρχεται σε 70% περίπου για επενδύσεις μέχρι 100.000 ευρώ.

- Ο γενικός μέσος όρος ίδιας συμμετοχής ανέρχεται σε 52,7%. Συγκρινόμενος αυτός με τον αντίστοιχο παγκόσμιο μέσο όρο (65,8%) ιδίας συμμετοχής στην αρχική επένδυση βρίσκεται σημαντικά χαμηλότερα.

Από τα παραπάνω συνάγεται ότι ο Έλληνας επιχειρηματίας, κατά μέσο όρο, έχει ανάγκη ξένων κεφαλαίων για την χρηματοδότηση της επιχείρησής του κατά το στάδιο έναρξης αυτής κατά τι λιγότερο του 50% αυτής. Ποιες είναι λοιπόν οι άλλες πηγές χρηματοδότησης; Όπως φαίνεται από τον Πίνακα 2.2, οι δυο κύριες πηγές ξένης χρηματοδότησης, οι οποίες μάλιστα έχουν το ίδιο μερίδιο (33%), είναι τα μέλη της στενής οικογένειας αυτού και το τραπεζικό σύστημα.

Από τον Πίνακα 2.2 φαίνεται ότι το ευρύτερο οικογενειακό περιβάλλον καλύπτει το 50% περίπου των αναγκών χρηματοδότησης έναρξης νέων επιχειρήσεων. Ακολουθεί το τραπεζικό σύστημα με μερίδιο 33,7% και τα κρατικά προγράμματα με μερίδιο 14,7%. Τέλος, ένα μικρό ποσοστό (4,2%) των συνολικών απαιτούμενων κεφαλαίων καλύπτεται από φίλους ή γείτονες του επιχειρηματία.

Πίνακας 2.2
Άλλες Πηγές Χρηματοδότησης
(2003 -2004)

Άλλες Πηγές Χρηματοδότησης	%
Μέλη της οικογένειας	33,0
Άλλοι Συγγενείς	16,2
Φίλοι ή Γείτονες	4,2
Τράπεζες	33,7
Κρατικά Προγράμματα	14,5

Πηγή: ΙΟΒΕ, Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2004-2005, 2006

2.3 Η Οικογένεια ως Πηγή Άντλησης Κεφαλαίων

Από τα παραπάνω γίνεται φανερό ότι η αρχική «μαγιά» για την χρηματοδότηση έναρξης μιας επιχειρηματικής δραστηριότητας αποτελείται από τις αποταμιεύσεις του νέου επιχειρηματία και συμπληρώνεται με κεφάλαια που λαμβάνει από το στενό και ευρύτερο οικογενειακό περιβάλλον. Το γεγονός αυτό δεν αποτελεί μοναδικότητα για τη χώρα μας, ισχύει για όλες τις χώρες αλλά στην περίπτωση της Ελλάδας το ποσοστό αυτό είναι σημαντικά υψηλότερο από το αντίστοιχο σε άλλες χώρες.
Η έρευνα του ΙΟΒΕ φανέρωσε ότι ο ρόλος της οικογένειας είναι ακόμα ισχυρότερος στην Ελλάδα όταν αντικείμενο ανάλυσης είναι η «άτυπη επένδυση». Ως άτυπος επενδυτής θεωρείται το άτομο το οποίο λαμβάνει κεφάλαια για την χρηματοδότηση του εγχειρήματός του από ένα άλλο άτομο το οποίο δεν αποκτά δικαίωμα ιδιοκτησίας στη νέα επιχείρηση που δημιουργείται. Έγινε φανερό από την έρευνα ότι οι «άτυποι επενδυτές» κατά ένα ποσοστό σημαντικά υψηλότερο για τη χώρα μας είναι συγγενείς του επιχειρηματία.

2.4 Εσωτερικά Κεφάλαια της Επιχείρησης ως Πηγή Χρηματοδότησης Νέων Επιχειρηματικών Δραστηριοτήτων

Η πηγή αυτή χρηματοδότησης μαζί με τα αρχικά κεφάλαια του επιχειρηματία αποτελούν την πιο υγιή πηγή άντλησης κεφαλαίων. Τα κεφάλαια αυτά μπορούν να προέλθουν με την παρακράτηση των κερδών που πραγματοποιεί η επιχείρηση. Το φορολογικό σύστημα μπορεί να επηρεάσει την διαθεσιμότητα τέτοιων κεφαλαίων. Οι μικρότεροι φορολογικοί συντελεστές επιτρέπουν περισσότερα κεφάλαια να παραμένουν στην επιχείρηση με τη φορολογία των κερδών. Οι συντελεστές απόσβεσης επίσης μπορούν να συμβάλλουν στη συσσώρευση

περισσότερων κεφαλαίων από την επιχείρηση. Τέλος, η δημιουργία αφορολόγητων αποθεματικών η οποία επιτρέπεται μέσω του αναπτυξιακού νόμου έχει τον ίδιο στόχο. Αποτελεί ηχηρό τέτοιο παράδειγμα το δικαίωμα που είχαν οι ελληνικές επιχειρήσεις μέσω του νόμου 1828/89 να δημιουργήσουν αφορολόγητα αποθεματικά για μελλοντική χρηματοδότηση των επενδυτικών τους δραστηριοτήτων. Δυστυχώς, το δικαίωμα αυτό έπαψε να ισχύει διότι ήταν αντίθετο προς την κοινοτική νομοθεσία.

2.5 Η Τραπεζική Χρηματοδότηση

Το θέμα της χρηματοδότησης των ΜΜΕ στη χώρα μας έχει γίνει αντικείμενο πολλών συζητήσεων και αποτελεί μόνιμο «παράπονο» των επιχειρήσεων αυτής της κατηγορίας γιατί η στρόφιγγα άντλησης κεφαλαίων από αυτή τη πηγή ήταν πολύ στενή μέχρι σήμερα. Πρόσφατα άρχισε να εκδηλώνεται μια εκ διαμέτρου αντίθετη πολιτική εκ μέρους των Τραπεζών με αυτή που ασκείτο μέχρι σήμερα, επιθετική μάλιστα θα την ονόμαζε κάποιος. Πράγματι οι ελληνικές Τράπεζες τα τελευταία χρόνια έβαλαν στο στόχαστρό τους τις ΜΜΕ και μάλιστα προσφέροντας σε αυτές μεγάλη ποικιλία χρηματοδοτικών προϊόντων. Γεννάται λοιπόν εύλογα το ερώτημα γιατί δεν το έκαναν μέχρι πρόσφατα και ποιος είναι ο λόγος που ώθησε τις Τράπεζες προς αυτή την πολιτική.

2.5.1 Η Μέχρι Πρόσφατα Τραπεζική Αντιμετώπιση των ΜΜΕ

Οι ΜΜΕ μέχρι πρόσφατα, αλλά σε κάποιο βαθμό και σήμερα, είχαν δυσκολία πρόσβασης στον τραπεζικό δανεισμό. Πρόσφατη μελέτη του ΙΟΒΕ φανέρωσε ότι περισσότερες από 500.000 ΜΜΕ από το σύνολο των 770.000 που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα δεν έχουν συνάψει λογαριασμούς χρηματοδότησης με το τραπεζικό σύστημα αλλά, όπως σημειώθηκε σε προηγούμενο τμήμα, στηρίζουν τη λειτουργία τους στην αυτοχρηματοδότηση και τη χρηματοδότηση από το στενό και ευρύτερο οικογενειακό τους περιβάλλον. Αυτό είχε ως συνέπεια κάποιες ΜΜΕ να κλείνουν, άλλες να περιορίζουν τη δραστηριότητά τους και άλλες να επιβαρύνονται σημαντικά από τις διάφορες πηγές άντλησης κεφαλαίων που προσέφευγαν. Οι κύριες αιτίες της απροθυμίας των Τραπεζών να χρηματοδοτήσουν τις ΜΜΕ ήταν ο μεγαλύτερος κίνδυνος που αντιμετώπιζαν να «χάσουν» τα κεφάλαιά τους εξαιτίας της μεγαλύτερης θνησιμότητας αυτών, η αδυναμία των ΜΜΕ να παρέχουν στις Τράπεζες επαρκείς εγγυήσεις για τα κεφάλαια που δανείζονταν και ο οικογενειακός χαρακτήρας αυτών. Τα παραπάνω χαρακτηριστικά οδηγούσαν τις Τράπεζες στις περιπτώσεις που χρηματοδοτούσαν ΜΜΕ να χρεώνουν υψηλότερα επιτόκια. Η δικαιολογία γι' αυτό ήταν ότι οι Τράπεζες

αντιμετώπιζαν μεγαλύτερο λειτουργικό κόστος για τη χρηματοδότηση των ΜΜΕ σε σχέση με το αντίστοιχο για τις μεγάλες επιχειρήσεις και επιπλέον αναλάμβαναν μεγαλύτερο κίνδυνο λόγω της έλλειψης επαρκών εγγυήσεων (υποθηκών) από την πλευρά των ΜΜΕ. Έτσι οι Τράπεζες οδηγούνται στην «ευκολότερη» χρηματοδότηση των ΜΜΕ με δάνεια βραχυπρόθεσμης διάρκειας τα οποία βέβαια συνεπάγονται υψηλότερο χρηματοδοτικό κόστος για τις επιχειρήσεις.

Ελαφρά καλύτερο ήταν το τοπίο για τις κοινοτικές επιχειρήσεις. Στον Πίνακα 2.3 παρουσιάζονται οι πιο σημαντικοί λόγοι για τους οποίους μια μικρομεσαία επιχείρηση δεν χρηματοδοτείται από μια Τράπεζα. Για τις πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις (μέχρι 50 απασχολούμενους) η ανεπάρκεια εγγυήσεων αποτελεί σημαντικό παράγοντα. Ο λόγος αυτός δεν είναι σημαντικός για τις επιχειρήσεις που απασχολούν περισσότερα από 49 άτομα. Για τις τελευταίες σημαντικοί λόγοι για τη μη χρηματοδότησή τους είναι η ανεπαρκής πληροφόρηση των Τραπεζών γι' αυτές και η μη ικανοποιητική επίδοσή τους.

Πίνακας 2.3

Πιο Σημαντικοί Λόγοι για τη μη Λήψη Δανείου

(Ευρώπη-19)

	1-9 Απασχολούμενοι	**10-49 Απασχολούμενοι**	**50-249 Απασχολούμενοι**
Μη Επαρκείς Εγγυήσεις	23%	34%	3%
Μη Ικανοποιητική Επίδοση της Επιχείρησης	7%	4%	17%
Ανεπαρκή Πληροφόρηση της Τράπεζας	5%	10%	20%
Άλλοι Λόγοι	55%	38%	47%
Δ.Γ. – Δ.Α.	11%	14%	12%
Σύνολο	100%	100%	100%

Πηγή: ENSR Enterprise Survey, 2002

2.5.2 Η Αντιμετώπιση των ΜΜΕ από το Τραπεζικό Σύστημα Σήμερα

Τα τελευταία χρόνια παρουσιάστηκαν σημάδια αλλαγής της κατάστασης που περιγράφηκε παραπάνω. Σημειώνεται στροφή των Τραπεζών προς το μεγάλο πλήθος των ΜΜΕ. Μεταξύ των λόγων που οδήγησαν τις Τράπεζες προς αυτή τη κατεύθυνση περιλαμβάνονται οι εξής :

- Το συνεχώς αυξανόμενο ενδιαφέρον της Ε.Ε. για τις ΜΜΕ και τα μέτρα που παίρνει γι' αυτές για να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητά τους (Σύνοδο Λισσαβόνας).
- Η αγορά των ΜΜΕ είναι μια πολύ μεγάλη αγορά, μια αγορά 800.000 περίπου επιχειρήσεων.
- Ο μεγάλος αριθμός των επιχειρήσεων επιτρέπει στις Τράπεζες να δίνουν πολλά δάνεια άρα να γίνεται διασπορά του κινδύνου σε πολύ μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων.
- Η παροχή δανείων προς τις ΜΜΕ με υψηλότερα επιτόκια σε σχέση με αυτά που δανείζονται οι μεγάλες επιχειρήσεις δημιουργεί μεγαλύτερο περιθώριο κέρδους για τη Τράπεζα.
- Η ένταση του ανταγωνισμού μεταξύ των Τραπεζών.
- Ο εκσυγχρονισμός των Τραπεζικών και η βελτίωση των πληροφοριακών συστημάτων τους επιτρέπει να αναπληρώσουν την έλλειψη στοιχείων και πληροφοριών για το παρελθόν των ΜΜΕ.
- Η μείωση των επιτοκίων λόγω της εισόδου της χώρας μας στην ΟΝΕ επιτρέπει στις ΜΜΕ να προσφεύγουν ευκολότερα προς το τραπεζικό σύστημα.
- Η ανάπτυξη από τη πλευρά των Τραπεζών μιας σειράς από σύγχρονα χρηματοδοτικά προϊόντα τα οποία καλύπτουν εξειδικευμένες ανάγκες των ΜΜΕ.
- Οι μεγάλες επιχειρήσεις στράφηκαν σε άλλες μορφές χρηματοδότησης πέραν του τραπεζικού συστήματος με αποτέλεσμα οι Τράπεζες να χάσουν σημαντικό μέρος της πελατείας τους.

Τα παραπάνω βέβαια δεν σημαίνουν ότι άνοιξαν οι κρουνοί των Τραπεζών προς τις ΜΜΕ. Παραμένουν ακόμη σημαντικές δυσκολίες για την απρόσκοπτη πρόσβαση των ΜΜΕ στη τραπεζική χρηματοδότηση. Οι δυσκολίες αυτές πηγάζουν από την ανεπαρκή οργάνωση των ΜΜΕ και την αδυναμία τους να προσφέρουν στις Τράπεζες την πληροφόρηση που χρειάζονται προκειμένου αυτές να αξιολογήσουν την πιστοληπτική τους ικανότητα. Ένα μέρος των δυσκολιών αυτών ελπίζεται ότι θα ξεπεραστεί μέσω του ταμείου εγγυοδοσίας μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων όπως αναλύεται παρακάτω.

Παράλληλα με τις παραπάνω δυσκολίες δημιουργούνται εύλογες επιφυλάξεις για την ορθολογική χρησιμοποίηση από τις ΜΜΕ των κεφαλαίων που αντλούν από τις Τράπεζες λαμβάνοντας υπόψη ότι το 70% των αντλούμενων κεφαλαίων χρηματοδοτεί λειτουργικά κόστη και μόλις το 30% αυτών κατευθύνεται σε μακροπρόθεσμες και επενδυτικού χαρακτήρα τοποθετήσεις.

2.5.3 Κριτήρια Αξιολόγησης της Πιστοληπτικής Ικανότητας των ΜΜΕ

Η αξιολόγηση από τις Τράπεζες της πιστοληπτικής ικανότητας μιας επιχείρησης παρουσιάζει σημαντικές δυσκολίες. Προκειμένου η Τράπεζα να πραγματοποιήσει την αξιολόγηση θα πρέπει να έχει στην διάθεσή της πληροφορίες που αφορούν την επιχείρηση και αναφέρονται τόσο στο παρελθόν όσο και στους μελλοντικούς στόχους και προοπτικές αυτής. Δυστυχώς όμως οι ΜΜΕ δεν είναι καλά οργανωμένες και σε αρκετές περιπτώσεις δεν δημοσιεύουν οικονομικές καταστάσεις γεγονός που καθιστά δύσκολο το έργο της αξιολόγησης της πιστοληπτικής τους ικανότητας.

Πρόσφατη έρευνα που έγινε από το ΙΤΕΠ με βάση ερωτηματολόγιο που συμπληρώθηκε από στελέχη των Τραπεζών στις οποίες απευθύνθηκε , φανέρωσε την παρακάτω κατάταξη των κριτηρίων που υιοθετούν οι Τράπεζες :

- Θετικές προοπτικές ανάπτυξης και κερδοφορίας της επιχείρησης.
- Υποθήκευση ακινήτου επαρκούς αξίας.
- Ποσοστό ίδιας συμμετοχής στην επένδυση.
- Ποιοτικά στοιχεία των φορέων της επιχείρησης (φερεγγυότητα, γνώση αντικειμένου κ.α.).
- Υπαγωγή της επένδυσης σε αναπτυξιακό νόμο.
- Διάρκεια ζωής της επιχείρησης.
- Τριτεγγυήσεις.

Πίνακας 2.4

Κριτήρια Αξιολόγησης Πιστοληπτικής Ικανότητας

Κριτήριο Χρηματοδότησης	**Μέσος Όρος Βαθμολογίας***	**Κατάταξη βάσει Μέσου Όρου**
– Προοπτικές ανάπτυξης και κερδοφορίας	2,0	1
– Υποθήκευση ακινήτου	3,2	2
– Ποσοστό ίδιας συμμετοχής	3,7	3
– Ποιοτικά στοιχεία (π.χ. φερεγγυότητα κ.α.)	3,8	4
– Υπαγωγή στον αναπτυξιακό νόμο	4,0	5
– Διάρκεια ζωής	4,5	6
– Τριτεγγυητής	4,7	7

* Κλίμακα 1-7. Όσο κινούμεθα από το 1 έως το 7 τόσο μειώνεται η συγκριτική σημασία του αντίστοιχου κριτηρίου.

Πηγή: ΙΤΕΠ, 2007

2.5.4 Κόστος Δανεισμού

Το κόστος δανεισμού των επιχειρήσεων στην Ελλάδα είναι συγκριτικά υψηλότερο από άλλες χώρες της Ε.Ε. Ένδειξη αυτού αποτελούν τα περιθώρια μεταξύ επιτοκίου χορηγήσεων και αυτού των καταθέσεων που υφίστανται στη χώρα μας. Το υψηλό περιθώριο επιτοκίου οφείλεται στις ατέλειες που υπάρχουν στη τραπεζική αγορά στην Ελλάδα. Οι σημαντικότερες είναι (Γ. Προβόπουλος και Π. Καπόπουλος, 2004):

- Οι ελληνικές Τράπεζες υποχρεούνται να διακρατούν υψηλότερο ποσοστό (12%) ρευστών διαθέσιμων σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές χώρες.
- Τα επιτόκια στην διατραπεζική αγορά στην Ελλάδα είναι υψηλότερα από τα ευρωπαϊκά λόγω της ακολουθούμενης αντιπληθωρικής πολιτικής.
- Η υψηλότερη φορολογία (Εισφορά Ν1281) που επιβάλλεται στη χώρα μας σε σχέση με την Ευρωπαϊκή Ένωση.
- Το γεγονός ότι πολλές δημόσιες Τράπεζες έχουν ένα μεγάλο όγκο επισφαλών απαιτήσεων γεγονός που έχει σημαντικές επιπτώσεις στην τελική τιμολόγηση των χορηγήσεων.

2.5.5 Η Συνθήκη της Βασιλείας ΙΙ και η Τραπεζική Χρηματοδότηση των ΜΜΕ

Η Συνθήκη της Βασιλείας ΙΙ θέτει ένα επαρκές και αξιόπιστο ρυθμιστικό πλαίσιο για τη λειτουργία του τραπεζικού συστήματος σε παγκόσμιο επίπεδο. Δίνει κατευθύνσεις στις Τράπεζες για το πώς θα αξιολογούν και θα διαχειρίζονται τον πιστωτικό κίνδυνο που αναλαμβάνουν όταν δανείζουν χρήματα σε νοικοκυριά και επιχειρήσεις. Ζητά από αυτές να έχουν ένα ελάχιστο ποσό ιδίων κεφαλαίων ανάλογα με τον αναλαμβανόμενο πιστωτικό κίνδυνο προκειμένου να αποφευχθεί η πτώχευση τους όταν υπάρξει αδυναμία εκ μέρους των δανειοληπτών εξυπηρέτησης των δανείων τους. Καθιερώθηκε ένας συντελεστής φερεγγυότητας των πιστωτικών ιδρυμάτων, ο οποίος συσχετίζει το ύψος των ίδιων κεφαλαίων με τον αναλαμβανόμενο πιστωτικό κίνδυνο. Η Συνθήκη της Βασιλείας ΙΙ προβλέπει ενιαίο δείκτη κεφαλαιακής επάρκειας 8% που εφαρμόζεται για πρώτη φορά από το διεθνές εποπτικό σύστημα.

Τα παραπάνω συνεπάγονται αλλαγές στην συμπεριφορά και την πρακτική των Τραπεζών απέναντι στην ικανοποίηση των επιχειρήσεων για χρηματοδότηση τους. Οι Τράπεζες υποχρεούνται να αξιολογούν και να βαθμολογούν τις επιχειρήσεις με βάση μιας κλίμακας αξιολόγησης. Θα το κάνουν αυτό όχι μόνο κατά την υποβολή της αίτησης των επιχειρήσεων αλλά ανά τακτά χρονικά διαστήματα θα ζητούν επικαιροποίηση των στοιχείων εκ μέρους των επιχειρήσεων. Τα κριτήρια με βάση τα οποία θα αξιολογούν τις επιχειρήσεις θα είναι κοινά για όλα τα πιστωτικά ιδρύματα. Θα αξιολογούν με βάση τη συνολική εικόνα του κλάδου μικρών επιχειρήσεων και δεν θα προσφεύγουν «σε βάθος ανάκριση» κάθε περίπτωσης.

Ο στόχος της νέας Συνθήκης είναι η καθιέρωση της διαφάνειας και σταθερότητας στη λειτουργία της αγοράς των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Αυτό προϋποθέτει τη καλύτερη διαχείριση των κινδύνων εκ μέρους των Τραπεζών. Δέχεται ότι οι κίνδυνοι για τις Τράπεζες είναι μικρότεροι από τη χρηματοδότηση ΜΜΕ επειδή οι τελευταίες είναι πολλές και το ύψος των δανείων που λαμβάνουν δεν είναι υψηλό με αποτέλεσμα να διαχέεται ευρύτερα ο πιστωτικός κίνδυνος.

Προκειμένου οι Τράπεζες να είναι σε θέση να αξιολογούν με επιτυχία τις ΜΜΕ χρειάζεται οι τελευταίες να δίδουν σε αυτές τα απαραίτητα στοιχεία που απαιτούνται. Η ικανότητα τους, η ταχύτητα και ακρίβεια με την οποία θα δίδονται τα στοιχεία από τις ΜΜΕ στις Τράπεζες θα αποτελούν και αυτά κριτήρια αξιολόγησης τους. Προκειμένου όμως οι ΜΜΕ να είναι σε θέση να κάνουν τα παραπάνω θα πρέπει να έχουν την απαραίτητη προς τούτο εσωτερική

οργάνωση και υποδομή. Αυτό όμως δεν είναι εύκολο να το πράξουν οι ΜΜΕ. Είναι φανερό λοιπόν ότι η έλλειψη πηγών ακριβούς και έγκυρης πληροφόρησης θα κάνει το έργο της συγκριτικής αξιολόγησης εκ μέρους των Τραπεζών πολύ δύσκολο αν όχι ανέφικτο. Η βασική διαφορά του έργου που έκαναν μέχρι σήμερα οι Τράπεζες και αυτού που καλούνται να κάνουν στο μέλλον είναι ότι χρησιμοποιούσαν ποιοτικά κριτήρια ενώ στο μέλλον θα χρησιμοποιούν χρηματοδοτικούς δείκτες. Το πρόβλημα θα είναι πιο έντονο στην περίπτωση της αξιολόγησης των νεοϊδρυόμενων επιχειρήσεων. Στην αντιμετώπιση των παραπάνω προβλημάτων μπορεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις το Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΜΕ) καθώς και η δημιουργία φορέων συλλογής πληροφοριών ΜΜΕ. Σύμφωνα με έρευνα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής προέκυψαν τα παρακάτω :

- Το 75% του μεσαίου και μεγάλου μεγέθους Τραπεζών θεωρούν ότι τα χρέη έχουν μεγάλη ή πολύ μεγάλη σημασία ως παράγων εισροής για τη βαθμολογία.
- Περίπου το 50% του μεσαίου και μεγάλου μεγέθους Τραπεζών που συμμετείχαν στην έρευνα δίνει μεγάλη ή πολύ μεγάλη σημασία στην ποιότητα της διοίκησης μιας ΜΜΕ ως παράγοντα εισροής για τη βαθμολογία.
- Η κατάσταση της αγοράς στην οποία δραστηριοποιείται η ΜΜΕ και η νομική μορφή που αυτή έχει αποτελούν σημαντικές εισροές για τη βαθμολογία.
- Οι ποιοτικοί παράγοντες επηρεάζουν περισσότερο τη βαθμολογία για μεγαλύτερες ΜΜΕ ή μεγαλύτερα δάνεια.
- Οι πληροφορίες που συλλέγει η Τράπεζα για μια νεοϊδρυόμενη διαφέρουν από αυτές που συλλέγει για μια υφιστάμενη.

Από τα παραπάνω μπορεί να εξαχθούν οι παρακάτω διαπιστώσεις :

- Η υιοθέτηση της Συνθήκης θα οδηγήσει τόσο τις Τράπεζες όσο και τις επιχειρήσεις να βελτιώσουν την εσωτερική τους οργάνωση και τις υποδομές τους.
- Η χορήγηση των δανείων προς τις ΜΜΕ θα πραγματοποιείται με αυστηρότερες προϋποθέσεις μέχρις ότου αυτές είναι σε θέση να προσφέρουν τα απαραίτητα στοιχεία για την επιτυχή αξιολόγηση τους. Αυτό σημαίνει ότι οι παρεχόμενες από τις επιχειρήσεις εγγυήσεις και εξασφαλίσεις θα συνεχίζουν να διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο.
- Το ελάχιστο ύψος ιδίων κεφαλαίων που θα απαιτείται να διατηρούν οι Τράπεζες δεν θα εξαρτάται πλέον από το ύψος του δανείου, αλλά θα εξαρτάται σημαντικά από τον κίνδυνο που αναλαμβάνουν.

- Τα μεγαλύτερα ίδια κεφάλαια που θα είναι υποχρεωμένες οι Τράπεζες να έχουν προκειμένου να αντιμετωπίσουν τον αναλαμβανόμενο κίνδυνο θα οδηγούν σε υψηλότερο κόστος για τις Τράπεζες, το οποίο θα μετακυλίσουν στις ΜΜΕ με την μορφή υψηλότερων επιτοκίων.
- Από την άλλη πλευρά εφόσον οι επιχειρήσεις ανταποκριθούν παρέχοντας στις Τράπεζες ακριβή και έγκυρα στοιχεία, η αξιολόγηση θα είναι εύστοχη και ο αναλαμβανόμενος κίνδυνος θα είναι μικρότερος και θα έχει αντανάκλαση σε χαμηλότερο επιτόκιο.
- Εφόσον λοιπόν η εισαγωγή του νέου εποπτικού μηχανισμού οδηγήσει τις ΜΜΕ στη καλύτερη οργάνωσή τους τότε η πρόσβαση αυτών στο τραπεζικό σύστημα θα γίνει πιο εύκολη.

2.6 Η Χρηματοοικονομική Συμπεριφορά των ΜΜΕ

Πρόσφατη έρευνα του Πολυτεχνείου Κρήτης μελέτησε την χρηματοοικονομική συμπεριφορά των ΜΜΕ στη χώρα μας (Ζαπουνίδης Κ., 2005). Το δείγμα των 80 επιχειρήσεων που μελετήθηκε περιελάμβανε ελληνικές μεταποιητικές ΜΜΕ όλων των κλάδων παραγωγής. Το βασικό κριτήριο επιλογής ήταν ο αριθμός των απασχολούμενων και επιλέχθηκαν επιχειρήσεις που απασχολούσαν λιγότερα από 100 άτομα. Η χρηματοοικονομική συμπεριφορά των επιχειρήσεων μελετήθηκε με βάση 12 δείκτες οι οποίοι εκφράζουν επαρκώς τα βασικά χρηματοοικονομικά χαρακτηριστικά μιας επιχείρησης, όπως είναι η φερεγγυότητα, η κεφαλαιακή δομή, η δανειακή επιβάρυνση, η επίδοση διαχείρισης και η αποδοτικότητα. Υπολογίσθηκε η διάμεσος των δεικτών και ανάλογα με την ομάδα ορίων κατάταξης, κατέληξαν σε σημαντικά συμπεράσματα σχετικά με το χρηματοοικονομικό προφίλ των καλύτερων, των ενδιάμεσων και χειρότερων επιχειρήσεων. Η έρευνα έδειξε ότι :

- Οι καλύτερες επιχειρήσεις του δείγματος:
    - Χαρακτηρίζονται από υψηλή ρευστότητα
    - Σημαντική αποδοτικότητα
    - Δεν είναι επιβαρημένες δανειακά
    - Χρησιμοποιούν λιγότερο τον βραχυπρόθεσμο δανεισμό για την αγορά περιουσιακών στοιχείων

- Οι χειρότερες επιχειρήσεις του δείγματος:
    - Χαρακτηρίζονται από χαμηλή ρευστότητα
    - Έχουν χαμηλή έως αρνητική αποδοτικότητα
    - Έχουν υπερβολική δανειακή επιβάρυνση
    - Βασίζονται στον βραχυπρόθεσμο δανεισμό

- Οι επιχειρήσεις που χαρακτηρίζονται ως μέτριες έχουν ενδιάμεσες των δυο παραπάνω κατηγοριών επιχειρήσεων, επιδόσεις σε όλους τους δείκτες.

Συμπερασματικά καταλήγει η έρευνα ότι, σημαντικότερο πρόβλημα των ΜΜΕ αναδεικνύεται η δανειακή τους επιβάρυνση και πιο συγκεκριμένα ο βραχυπρόθεσμος δανεισμός με δυσμενείς επιπτώσεις στη χρηματοοικονομική τους κατάστασης. Το συμπέρασμα αυτό επιβεβαιώνει τη δυσκολία που έχουν οι ΜΜΕ στην σύναψη μακροπρόθεσμων δανείων, κυρίως εξαιτίας της αδυναμίας τους να προσφέρουν τις απαραίτητες εγγυήσεις στις Τράπεζες.

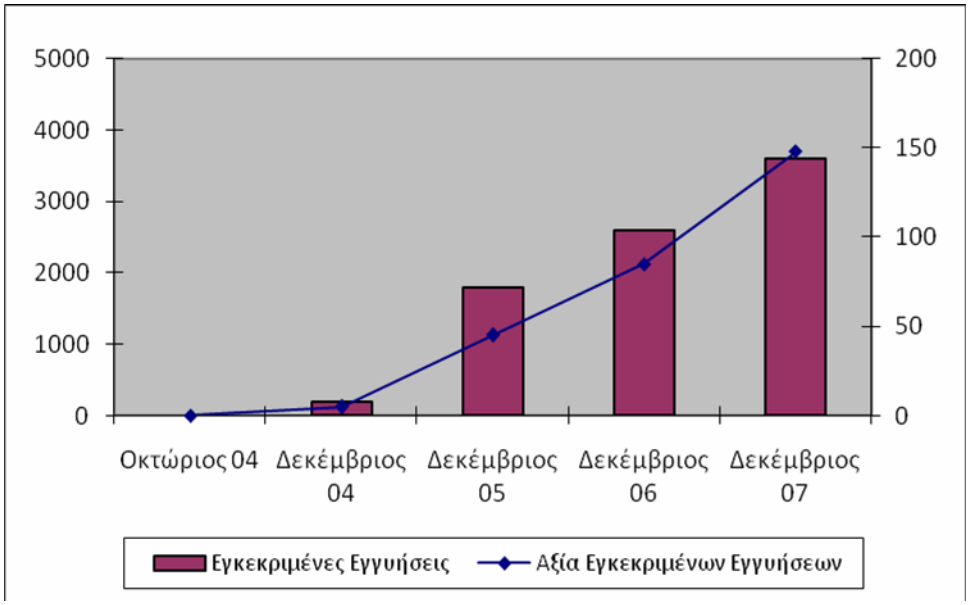
2.7 Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΜΕ)

Με κριτήριο τη διεθνή και ευρωπαϊκή εμπειρία η ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ έχει πετύχει, στο πολύ μικρό χρονικό διάστημα λειτουργίας της (3 έτη), σημαντικά επιτεύγματα:

Έχει χορηγήσει σε χιλιάδες ελληνικές επιχειρήσεις εγγυήσεις, τηρώντας κατά γράμμα την φιλοσοφία της δηλ. ίσες αποστάσεις από όλες τις επιχειρήσεις και ίσες ευκαιρίες σε όλες τις μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις (ΜΕ) και ταυτόχρονα λειτουργεί ως συνοδευτικός κρίκος μεταξύ των ΜΕ και των Τραπεζών και εταιρειών Leasing, αφού οι αιτήσεις που έχει δεχτεί στα τρία πρώτα χρόνια λειτουργίας της προσεγγίζουν τον αριθμό 6.400.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ, η εταιρεία έχει δεχτεί αιτήσεις από όλες τις περιφέρειες της χώρας και από 27 Τράπεζες. Περίπου δύο στις δέκα αιτήσεις αφορούν νεοσύστατες ή νέες επιχειρήσεις (πρόγραμμα 1) και τέσσερις στις δέκα αιτήσεις αφορούν μικροδάνεια (πρόγραμμα 4). Επίσης, η ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ έχει δεχτεί αιτήσεις και από οκτώ (8) εταιρείες Leasing. Γίνεται φανερό από τα παραπάνω ότι το σύνολο της ελληνικής τραπεζικής αγοράς συνεργάζεται με το Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων.

Διάγραμμα 1



Από το σύνολο των αιτήσεων που έχουν καταχωρηθεί στο σύστημα της ΤΕΜΠΜΕ έως τον Οκτώβριο του 2007 έχουν εξεταστεί 5.900 αιτήματα και έχουν εγκριθεί 3.843 ή ποσοστό 65,1% των εξετασθέντων, με το ύψος των αρχικών εγγυήσεων να φθάνει τα €159 εκατ. και το ύψος το εγγυημένων δανείων να προσεγγίζει τα €243,5 εκατ.

Από τα στοιχεία των εγκεκριμένων εγγυήσεων, αξίζει να επισημανθούν τα εξής:

- Οι εγγυήσεις έχουν δοθεί κυρίως σε πολύ μικρές επιχειρήσεις με κριτήρια τον αριθμό των απασχολουμένων και τον ετήσιο κύκλο εργασιών. Από τον αριθμό των εγκεκριμένων εγγυήσεων το 71,4% κατευθύνεται σε επιχειρήσεις που απασχολούν έως 4 άτομα και το 18,5% αυτών σε επιχειρήσεις που απασχολούν από 5 έως 9 άτομα. Επίσης, το 75,5% των εγκεκριμένων εγγυήσεων αφορούν επιχειρήσεις με χαμηλό ετήσιο κύκλο εργασιών (έως 500 χιλ. ευρώ).
- Ακόμη, το μεγαλύτερο ποσοστό εγκεκριμένων εγγυήσεων τόσο σε αξία (57%) όσο και σε αριθμό (59%) κατανέμεται σε ένα μεγάλο αριθμό περιφερειών, εκτός της περιφέρειας Αττικής.
- Οι ατομικές επιχειρήσεις κατέχουν το μεγαλύτερο μερίδιο των εγκεκριμένων εγγυήσεων (43% περίπου) με τις Ομόρρυθμες Εταιρείες να καταλαμβάνουν την δεύτερη θέση (27%) και τις Ανώνυμες Εταιρείες την τρίτη θέση (14%).

- Σε ότι αφορά την κλαδική κατανομή των εγγυήσεων σημειώνεται ότι στο εμπόριο (κλάδοι 50,51,52) διοχετεύεται περίπου το 31% των εγγυήσεων, στη μεταποίηση το 28% των εγγυήσεων, στα ξενοδοχεία και εστιατόρια το 14% και στις κατασκευές το 6% των εγγυήσεων.

Με βάση τα παραπάνω θα μπορούσε να λεχθεί ότι η ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ αποτελεί ένα πραγματικό περιφερειακό αναπτυξιακό εργαλείο και ένα μέσο στήριξης των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων.

- Οι θέσεις εργασίας που θα διατηρηθούν ή θα δημιουργηθούν, με βάση τα εγγυημένα δάνεια της ΤΕΜΠΜΕ έως 31.10.2007 προβλέπεται να προσεγγίσουν τον αριθμό 8.400, εκ των οποίων εκτιμάται ότι περίπου 2.500 είναι νέες θέσεις εργασίας. Συνεπώς η ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ αποτελεί και ένα μέσο διατήρησης και / ή δημιουργίας θέσεων εργασίας στη χώρα μας.
- Σε ότι αφορά την ηλικία των επιχειρήσεων που έλαβαν την εγγύηση της ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ παρατηρείται ότι το ήμισυ και πλέον των επιχειρήσεων αυτών είναι νεοσύστατες ή νέες εταιρείες, (δηλαδή λειτουργούν λιγότερο από 2 έτη στην ελληνική αγορά) γεγονός που επιτρέπει να διατυπωθεί η άποψη ότι το Ταμείο Εγγυοδοσίας είναι και όχημα προσφυγής νεοσύστατων ή νέων επιχειρήσεων στο χρηματοπιστωτικό σύστημα της χώρας μας.
- Τέλος, αξίζει να τονιστεί και ο ρόλος που παίζει η ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ στη δημιουργία ή ανάπτυξη επιχειρήσεων και των δύο φύλων, αφού σχεδόν μία (1) στις πέντε (5) εγκεκριμένες εγγυήσεις αφορούν γυναίκες επιχειρηματίες (βλέπετε Ετήσια Έκθεση ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ 2006, σελ. 33).

Το μεγάλο βήμα που πραγματοποίησε η ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ εντοπίζεται χρονικά με την έναρξη (τον Σεπτέμβριο του 2006) της Δράσης 2.10.2 στο πρόγραμμα "Ανταγωνιστικότητα" του ΕΠΑΝ που αφορά την Επιδότηση Κόστους Δανεισμού και της Χρηματοδοτικής Μίσθωσης. Στο διάστημα Οκτωβρίου '06 – Οκτωβρίου '07 η ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ δέχθηκε περισσότερες από 2650 αιτήσεις.

Με τη δράση αυτή επιδοτείται το κόστος δανειοδότησης όλων των συμβάσεων τραπεζικών δανείων επενδυτικού χαρακτήρα, τα οποία:

- έχουν διάρκεια πάνω από ένα έτος
- είναι εγγυημένα από την ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ
- έχουν συγκεκριμένη διάρκεια και λήξη και
- αφορούν συγκεκριμένο, προσδιοριζόμενο στη δανειακή σύμβαση, ύψος δανείου.

Με την επιδότηση το συνολικό κόστος δανεισμού ενός εγγυημένου δανείου μειώνεται δραστικά (κατά 50%), με αποτέλεσμα το εγγυημένο και επιδοτούμενο δάνειο από την ΤΕΜΠΜΕ να αποτελεί ελκυστικότατο προϊόν στην ελληνική αγορά. Για παράδειγμα σε ένα επενδυτικό τοκοχρεολυτικό δάνειο ποσού €200.000, με διάρκεια 10 έτη και συνολικό κόστος 8% (επιτόκιο και περιθώριο Τράπεζας: 6,4%, εισφορά Ν. 128/78: 0,6%, προμήθεια ΤΕΜΠΜΕ: 1%) η ΜΕ πρέπει να καταβάλει συνολικά €88.795 ως κόστος του δανείου, ενώ με την επιδότηση μειώνεται η καταβολή του ποσού αυτού κατά το ήμισυ (€44.397) ή άλλως η επιχείρηση κερδίζει €44.397 στο συγκεκριμένο παράδειγμα.

Επομένως, η επιδότηση του κόστους δανεισμού των επιχειρήσεων, η οποία θα πρέπει να συνεχιστεί και στο μέλλον, βοηθάει αφ' ενός μεν τις μικρές επιχειρήσεις να δανειστούν με όρους παρόμοιους αυτών των μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων και συνεπώς να αναπτυχθούν, να εκσυγχρονιστούν, να καινοτομήσουν και να γίνουν ανταγωνιστικές, αφ' ετέρου δε τις Τράπεζες και τις εταιρείες Leasing να αναπτύξουν περαιτέρω τις χορηγήσεις τους πουλώντας ένα ανταγωνιστικό προϊόν στην ελληνική αγορά.

Εν κατακλείδι η ΤΕΜΠΜΕ ΑΕ:

- Αποτελεί ένα μέσο στήριξης των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων, ένα περιφερειακό αναπτυξιακό εργαλείο, ένα μοχλό δημιουργίας ή διατήρησης θέσεων εργασίας, ένα πραγματικό κρίκο σύνδεσης των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων, νέων ή υφιστάμενων, με τις Τράπεζες και τις εταιρείες Leasing και ένα συμπληρωματικό μηχανισμό του χρηματοπιστωτικού και χρηματοδοτικού συστήματος της χώρας μας.
- Διαθέτοντας υψηλό μετοχικό κεφάλαιο και ως εκ τούτου μεγάλο βάθος χρόνου, και αναμένοντας την ένταξη των προγραμμάτων της στο ΕΣΠΑ (2007-2013) προβλέπεται ότι θα συνεχίσει να διαδραματίζει και στο μέλλον ουσιαστικό ρόλο στην δημιουργία, ανάπτυξη, επέκταση, διεθνοποίηση και αναδιάρθρωση των ελληνικών επιχειρήσεων της χώρας μας.

2.8 Χρηματοδοτική Μίσθωση (leasing)

Η χρηματοδοτική μίσθωση αποτελεί μια πηγή μεσοπρόθεσμης χρηματοδότησης, η οποία συνεχίζει να αναπτύσσεται γρήγορα στη χώρα μας, αλλά και στο εξωτερικό. Ο θεσμός αυτός βρήκε απήχηση στη χώρα μας, τόσο εξαιτίας της στενότητας κεφαλαίων που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ όσο και του υψηλού κόστους του χρήματος εξαιτίας των υψηλών τραπεζικών

επιτοκίων που ίσχυαν μέχρι πρόσφατα. Ο θεσμός αυτός συγκρινόμενος με τον τραπεζικό δανεισμό υπερέχει αυτού διότι είναι :

- απλούστερος
- σημαντικά λιγότερο χρονοβόρος
- δεν χρειάζεται η επιχείρηση να δώσει εγγυήσεις στην εταιρεία Leasing
- Η χρηματοδότηση καλύπτει το 100% της αξίας του εκμισθωμένου περιουσιακού στοιχείου, ενώ ο τραπεζικός δανεισμός καλύπτει μέχρι το 80% της αξίας του περιουσιακού στοιχείου που αγοράζεται
- Οι συμβάσεις χρηματοδοτικής μίσθωσης δεν υπόκεινται σε τέλη χαρτόσημου ή άλλες επιβαρύνσεις ενώ το τραπεζικό δάνειο επιβαρύνεται με την εισφορά του Ν. 128/75.

Από την άλλη πλευρά το κόστος της χρηματοδοτικής μίσθωσης μπορεί να είναι υψηλότερο ή χαμηλότερο αυτού του τραπεζικού δανεισμού.

Μεγαλύτερο είναι το κόστος της χρηματοδοτικής μίσθωσης για μια ΜΜΕ όταν (Ι. Μαυρέλος, 2005):

α. Το ύψος της χρηματοδότησης που ζητείται είναι μικρό.

β. Το πάγιο περιουσιακό στοιχείο που πρόκειται να αγορασθεί έχει μεγάλο πιστωτικό κίνδυνο.

γ. Η ΜΜΕ είναι μεν βιώσιμη οικονομικά, αλλά δεν έχει αναπτυξιακές προοπτικές.

Αντίθετα, το κόστος της χρηματοδοτικής μίσθωσης για μια ΜΜΕ είναι μικρότερο του αντίστοιχου τραπεζικού δανεισμού όταν :

α. Η ενδιαφερόμενη επιχείρηση συνεργάζεται ήδη με τον τραπεζικό όμιλο στον οποίο ανήκει η εταιρεία leasing και έχει καλή συναλλακτική συμπεριφορά.

β. Η ΜΜΕ έχει εύρωστη οικονομική κατάσταση.

γ. Το ύψος της χρηματοδότησης που ζητείται είναι υψηλό.

δ. Το πάγιο περιουσιακό στοιχείο που πρόκειται να αγοραστεί έχει μικρό πιστωτικό κίνδυνο.

2.9 Καινοτόμα Χρηματοδοτικά Εργαλεία για τις ΜΜΕ

Στο άτυπο Συμβούλιο Ανταγωνιστικότητας της Ε.Ε. που πραγματοποιήθηκε στη Λισσαβόνα στις 20-21 Ιουλίου 2007 συζητήθηκε το θέμα της χρηματοδότησης των ΜΜΕ. Στο συμβούλιο αυτό συμφωνήθηκε ότι χρειάζεται να αναπτυχθούν νέα καινοτόμα εργαλεία για να στηρίζουν τις ΜΜΕ προκειμένου αυτές να βοηθηθούν να αξιοποιήσουν καινοτομίες, νέες τεχνολογίες και

στη πρόσβαση τους σε ξένες αγορές. Τα καινοτόμα εργαλεία που προτείνει η Ε.Ε. είναι τα παρακάτω :

- Επιχειρηματικά κεφαλαία (venture capital)

  Το μέσο αυτό χρηματοδότησης μπορεί να προσφέρει κεφάλαια στις ΜΜΕ, ιδιαίτερα στις νεοϊδρυόμενες που έχουν υψηλές δυνατότητες ανάπτυξης και κερδοφορίας. Η χώρα μας έχει λάβει μέτρα προώθησης αυτής της μορφής χρηματοδότησης.
- Τα μικροδάνεια (micro credits)

  Ο θεσμός αυτός, ο οποίος έχει αναπτυχθεί σε άλλες χώρες, διευκολύνει κυρίως τις πολύ μικρές επιχειρήσεις, νέες ή υφιστάμενες, και τους αυτοαπασχολούμενους.
- Υβριδικές μορφές χρηματοδότησης (mezzanine finance)

  Η μορφή αυτή χρηματοδότησης συνδυάζει τα δάνεια με τα συμμετοχικά κεφάλαια που συμπληρωματικά χρηματοδοτούν την ίδρυση, την ανάπτυξη των ΜΜΕ και την εισαγωγή καινοτομίας.
- Τιτλοποίηση Δανείων (securitization of loan)

  Με αυτόν τον τρόπο οι Τράπεζες διαθέτουν πρόσθετα κεφάλαια για την παροχή δανείων προς τις ΜΜΕ.

2.10 Η Χρηματοοικονομική Συμπεριφορά των ΜΜΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση

- Οι ΜΜΕ της Ε.Ε. θεωρούν σοβαρό πρόβλημα την πρόσβαση τους στις πηγές χρηματοδότησης. Το θέμα αυτό συνδέεται με την πρόσβαση που έχουν αυτές σε μετοχικά κεφάλαια και τραπεζικό δανεισμό.
- Δεν υπάρχει σαφής σύνδεση του μετοχικού κεφαλαίου και του μεγέθους της επιχείρησης. Σε μερικές χώρες ο λόγος μετοχικό κεφάλαιο προς το σύνολο των απασχολουμένων κεφαλαίων για τις μικρές επιχειρήσεις είναι μικρότερος από τον αντίστοιχο των μεσαίων επιχειρήσεων, ενώ σε άλλες είναι μεγαλύτερος.
- Παρά την αυξανόμενη σημασία των εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης η πλειοψηφία των Ευρωπαϊκών ΜΜΕ εξαρτάται ακόμη από τις Τράπεζες και αυτό δεν αναμένεται να αλλάξει στο εγγύς μέλλον.
- Στις περισσότερες χώρες της Ε.Ε. η βραχυπρόθεσμη χρηματοδότηση έχει μεγαλύτερη σημασία για τις ΜΜΕ παρά για τις μεγάλες επιχειρήσεις. Το φαινόμενο αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι ΜΜΕ έχουν μεγαλύτερη ανάγκη για κεφάλαια κίνησης.
- Η πλειοψηφία των ΜΜΕ έχει σχέση μόνο με μια Τράπεζα.
- Στις βόρειες χώρες της Ε.Ε. οι περισσότερες ΜΜΕ έχουν πιστωτικό όριο μόνο με μια Τράπεζα, ενώ στη Ν. Ευρώπη έχουν με περισσότερες από μία Τράπεζες.

- Η υιοθέτηση της Συνθήκης της Βασιλείας ΙΙ οδήγησε σε αυστηρότερους όρους χρηματοδότησης. Αλλάζουν τα ποσά των πιστωτικών ορίων, τα επιτόκια, οι υποθήκες-εγγυήσεις.
- Η πλειοψηφία των ΜΜΕ στην Ε.Ε. είναι ικανοποιημένες από τις υπηρεσίες που τους προσφέρουν οι Τράπεζες. Η όποια απογοήτευση που υπάρχει πηγάζει από την φτωχή εξυπηρέτηση (όπου υπάρχει), τις επιβαρύνσεις που επιβάλλουν οι Τράπεζες και τις συχνές αλλαγές των προσώπων της Τράπεζας με τα οποία συνεργάζονται οι επιχειρήσεις.
- Οι λόγοι για τους οποίους οι ΜΜΕ δεν αποκτούν τραπεζικό δάνειο διαφέρουν ανάλογα με την τάξη μεγέθους στην οποία ανήκουν. Οι μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις αδυνατούν να προσφέρουν στις Τράπεζες τις ζητούμενες εγγυήσεις από αυτές, ενώ η δυσκολία για τις μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις προέρχεται από την φτωχή επίδοση που έχουν ή/ και την ανεπαρκή πληροφόρηση που προσφέρουν στις Τράπεζες προκειμένου οι τελευταίες να τις αξιολογήσουν.
- Οι ΜΜΕ της Ε.Ε. κατά κανόνα δεν αλλάζουν την Τράπεζα με την οποία συνεργάζονται. Οι λόγοι γι' αυτό είναι ότι η διαδικασία αλλαγής είναι πολύπλοκη και το όφελος που θα προκύψει είναι μικρό.
- Μια από τις κύριες πηγές χρηματοδότησης των ΜΜΕ είναι οι πιστώσεις που λαμβάνουν από τους προμηθευτές τους. Το φαινόμενο αυτό παρουσιάζεται πιο έντονα για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις οι οποίες, όπως σημειώθηκε παραπάνω, έχουν μεγαλύτερη ανάγκη σε κεφάλαια κίνησης, εξαιτίας της καθυστέρησης πληρωμής από τους πελάτες τους.
- Ο χρόνος είσπραξης των απαιτήσεων από τις ΜΜΕ διαφέρει από χώρα σε χώρα της Ε.Ε. Κατά μέσο όρο ο χρόνος αυτός είναι 87 ημέρες. Οι διαφορές που υπάρχουν μεταξύ των χωρών της Ε.Ε. οφείλονται στους διαφορετικούς όρους πληρωμής, αλλά και στις συνήθειες που υπάρχουν σε κάθε χώρα.
- Η χρηματοδοτική μίσθωση (leasing) αποτελεί μια εναλλακτική πηγή χρηματοδότησης η οποία επιτρέπει στην επιχείρηση να μη δεσμεύει δικά της κεφάλαια και να μη χρειάζεται να προσφέρει εγγυήσεις. Ωστόσο αυτή η πηγή χρηματοδότησης είναι πιο ακριβή από τον τραπεζικό δανεισμό. Το 12% των επιχειρήσεων της Ε.Ε. χρησιμοποιεί αυτή τη μέθοδο χρηματοδότησης.
- Το 80% των ΜΜΕ της Ε.Ε. δεν κάνουν χρήση των διάφορων χρηματοδοτικών σχημάτων υποστήριξης. Αυτό οφείλεται είτε στο ότι αυτές δεν έχουν ανάγκη χρηματοδοτικής βοήθειας είτε στο ότι δεν γνωρίζουν ότι υπάρχουν τέτοια σχήματα.

- Η διαφάνεια στις συναλλαγές Τραπεζών και ΜΜΕ είναι θέμα πολύ σημαντικό και για τις δυο πλευρές. Οι ΜΜΕ οφείλουν να δίνουν τα απαραίτητα πληροφοριακά στοιχεία που χρειάζονται οι Τράπεζες για να τις αξιολογήσουν (ισολογισμούς, λογαριασμούς αποτελεσμάτων κ.λπ.) και από την άλλη πλευρά οι τραπεζικές διαδικασίες αξιολόγησης πρέπει να είναι διαφανείς στις ΜΜΕ. Για το σκοπό αυτόν συζητείται η υιοθέτηση ενός κώδικα συμπεριφοράς μεταξύ των δυο μερών.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3
Η ΠΛΕΥΡΑ ΤΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ

3.1 Εισαγωγή

Μέχρι τις αρχές της δεκαετίας του 1990 κύρια χαρακτηριστικά του ελληνικού χρηματοπιστωτικού μας συστήματος ήταν η υπανάπτυξή του και ο έντονος κρατικός παρεμβατισμός. Το τραπεζικό σύστημα ήταν αποκλειστικά σχεδόν ο τροφοδότης των ελληνικών επιχειρήσεων με ξένα κεφάλαια. Το χρηματιστήριο κρατούσε μακριά, για διαφορετικούς λόγους, επιχειρήσεις και αποταμιευτές. Η έντονη παρουσία των ρυθμιστικών κανόνων που ίσχυαν είχαν ως κύριο μέλημα την εξυπηρέτηση των στρατηγικών στόχων που έθετε η πολιτεία για την οικονομική ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας. Έτσι, τόσο η διαθεσιμότητα των κεφαλαίων όσο και το κόστος αυτών προσδιοριζόταν από την Τράπεζα της Ελλάδος, η οποία ασκούσε τη νομισματική πολιτική της χώρας. Η κατανομή των πόρων γινόταν με αναπτυξιακά κριτήρια ενώ ειδική απόφαση του διοικητή της Τράπεζας Ελλάδος (ΑΝΕ 197/78) προβλέπει την επιδότηση των δανείων που έπαιρναν οι ΜΜΕ. Τα δάνεια μέχρι πρότινος επιβαρύνονταν με τον ειδικό φόρο τραπεζικών εργασιών (ΕΦΤΕ).

Η είσοδος της χώρας στη Νομισματική και Οικονομική Ένωση (Ο.Ν.Ε.) ήρθε να αλλάξει ριζικά όλη την παραπάνω κατάσταση. Η νομισματική πολιτική πλέον ασκείται από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα. Άρχισε να αναπτύσσεται έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των Τραπεζών και να σημειώνεται κάθετη πτώση των επιτοκίων.

3.2 Το Τραπεζικό Σύστημα

Η απελευθέρωση του ελληνικού τραπεζικού συστήματος από τον κρατικό παρεμβατισμό ολοκληρώθηκε πρόσφατα, στο τέλος της δεκαετίας του 1990. Η απελευθέρωση του ελληνικού τραπεζικού συστήματος ξεκίνησε στις αρχές της δεκαετίας του 1980 και ακολούθησε τρία στάδια (Γ. Προβόπουλος και Π. Καπόπουλος, 2004) :

- Πρώτο στάδιο (1982-1986)
  Στο στάδιο αυτό τέθηκαν τα θεμέλια για τον εξαρθολογισμό της αγοράς των πιστώσεων.
- Δεύτερο στάδιο (1987-1991)
  Άρχισε η βαθμιαία άρση των περιορισμών στη λειτουργία των αγορών, των ενδιάμεσων χρηματοπιστωτικών οργανισμών και στην παροχή των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών.

- Τρίτο στάδιο (1992-…)
  Στο στάδιο αυτό ολοκληρώνεται η ενσωμάτωση της ευρωπαϊκής στην ελληνική νομοθεσία και η προετοιμασία των εγχώριων ιδρυμάτων για τις μεγάλες λειτουργικές αλλαγές που απαιτεί η εισαγωγή του ευρώ.

Με την ολοκλήρωση της απελευθέρωσης και την είσοδο της ελληνικής οικονομίας στη Ζώνη του Ευρώ άρχισαν να δημιουργούνται νέες συνθήκες για το τραπεζικό σύστημα της χώρας, τις επιχειρήσεις και τους πολίτες. Αναπτύσσεται ένας έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των ελληνικών και ξένων Τραπεζών, τα επιτόκια πέφτουν κατακόρυφα και προσδιορίζονται πλέον από τη Κεντρική Ευρωπαϊκή Τράπεζα και από τη διατραπεζική αγορά της Ζώνης του Ευρώ. Οι ελληνικές Τράπεζες προκειμένου να ανταποκριθούν στις νέες συνθήκες που δημιουργήθηκαν, άρχισαν να βελτιώνουν την οργανωτική τους δομή προκειμένου να μειώσουν το λειτουργικό τους κόστος, εμπλούτισαν την ποικιλία των προσφερόμενων προϊόντων και προέβησαν σε εξαγορές και συγχωνεύσεις. Άρχισαν να επεκτείνονται στο εξωτερικό, ιδιαίτερα στις Βαλκανικές χώρες, ακολουθώντας τις ελληνικές επιχειρήσεις, οι οποίες άρχισαν δραστηριότητα σε αυτές. Παρά τις παραπάνω εξελίξεις για την αναμόρφωση και ανάπτυξη του χρηματοπιστωτικού συστήματος της χώρας μας υπάρχουν ακόμη περιθώρια μεγαλύτερης και ταχύτερης πρόσβασης σε κεφάλαια, εμπλουτισμού της ποικιλίας των προσφερόμενων χρηματοδοτικών προϊόντων και καλύτερης ενημέρωσης των ενδιαφερόμενων γι’ αυτά.

Σε πρόσφατη ετήσια έκθεση του IMD (Πίνακας 3.1) για την ανταγωνιστικότητα ομάδων χωρών σημειώνονται τα παρακάτω αναφορικά με την ευκολία πρόσβασης των ελληνικών επιχειρήσεων στο τραπεζικό σύστημα, τους ρυθμιστικούς κανόνες που εξακολουθούν να ισχύουν στη χώρα μας και τον βαθμό δυσκολίας άντλησης κεφαλαίων μέσω της έκδοσης μετοχών.

Η χώρα μας βρίσκεται στην 16^{η} θέση σε σύνολο 27 χωρών αναφορικά με την ευκολία λήψης δανείου από τις Τράπεζες των ελληνικών επιχειρήσεων, με βαθμολογία 6,28 έναντι 6,54 του μέσου όρου για τις 27 χώρες. Η θέση της χώρας μας (19^{η}) χειροτερεύει έναντι των άλλων χωρών στον τομέα των ρυθμιστικών κανόνων του τραπεζικού συστήματος με βαθμολογία 5,9 έναντι 6,9 του μέσου όρου. Η θέση γίνεται ακόμη χειρότερη αναφορικά με το κόστος που συνεπάγονται οι εγγυήσεις που ζητούνται από τις Τράπεζες για την παροχή δανείου. Το κόστος αυτό περιλαμβάνει φόρους (εισφορά του Ν. 128/1977), συμβολαιογραφικά και τέλη που απαιτούνται για τη δημιουργία της εγγύησης. Το κόστος αυτό ανέρχεται στο 29,5% του κατά κεφαλή εισοδήματος και η χώρα μας κατατάσσεται στην 19^{η} θέση.

Πίνακας 3.1.
Τραπεζικό Σύστημα, Αξιολόγηση IMD, 2004

Χώρες	Ευκολία Λήψης Δανείου από τις Τράπεζες (1=μεγάλη δυσκολία χορήγησης δανείων προς επιχορηγήσεις, 10=μεγάλη ευκολία χορήγησης δανείων προς επιχορηγήσεις)		Ρυθμιστικοί Κανόνες Τραπεζικού Συστήματος (1=μειώνουν την ανταγωνιστικότητα στην οικονομία, 10=δεν παρεμποδίζουν την ανταγωνιστικότητα)		Κόστος Δημιουργίας Εγγύησης (% κατά κεφαλήν εισοδήματος)	
	Βαθμολογία	Κατάταξη	Βαθμολογία	Κατάταξη	Βαθμολογία	Κατάταξη
Αυστρία	7,41	7	8,04	6	0,0	1
Βέλγιο	6,83	12	7,37	9	6,4	12
Δανία	7,98	3	8,60	1	16,4	17
Γερμανία	5,16	9	6,69	15	0,0	1
Φιλανδία	8,37	1	8,58	2	0,8	5
Γαλλία	6,71	14	7,20	11	0,5	3
Ελλάδα	**6,28**	**16**	**5,89**	**19**	**29,5**	**19**
Ιρλανδία	7,47	5	7,23	10	3,2	9
Ιταλία	4,42	22	4,43	22	3,7	10
Λουξεμβούργο	6,97	10	8,06	3	-	-
Ολλανδία	7,36	8	8,05	5	0,0	1
Πορτογαλία	6,45	15	6,89	13	10,2	13
Ισπανία	6,94	11	6,64	17	11,4	14
Σουηδία	7,76	4	8,00	7	15,0	16
Αγγλία	6,80	13	6,93	12	0,1	2
ΕΕ-15	6,86	-	7,24	-	-	-
Τσεχία	4,50	21	6,67	16	0,6	4
Εσθονία	7,44	6	7,85	8	43,0	20
Ουγγαρία	5,64	18	6,63	18	13,5	15
Πολωνία	3,79	23	3,79	23	1,2	6
Σλοβακία	5,73	17	6,86	14	20,1	18
Σλοβενία	6,99	9	5,55	20	3,2	9
ΕΕ-25	6,52	-	6,95	-	-	-
ΗΠΑ	8,23	2	8,05	4	0,1	2
Ιαπωνία	5,13	20	4,64	21	2,7	9
Σύνολο	6,54	-	6,90	-	-	-

Πηγή: IMD, World Competitiveness Yearbook, 2004
Doing business in 2005, a co publication of the World Bank, the International Corporation and Oxford Univ.

Σε πρόσφατη μελέτη της ICAP (Πίνακας 3.2) στα πλαίσια της ετήσιας έκθεσης για την ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας εξετάσθηκε η συγκριτική ποιότητα των συνθηκών χρηματοδότησης ως προς τέσσερις διαστάσεις: την ποιότητα των τραπεζικών υπηρεσιών, την ευκολία πρόσβασης σε ίδια κεφάλαια, τα κίνητρα για επανεπένδυση των κερδών και το κόστος χρηματοδότησης. Ως προς τα δυο πρώτα χαρακτηριστικά περισσότερες επιχειρήσεις πιστεύουν ότι οι συνθήκες για τους ανταγωνιστές τους είναι καλύτερες. Στο

θέμα των κινήτρων που δίδονται στις επιχειρήσεις από την πολιτεία για να επανεπενδύσουν τα κέρδη τους πιστεύουν ότι είναι τα ίδια με αυτά που απολαμβάνουν και οι ανταγωνιστές τους. Τέλος, αναφορικά με το κόστος της χρηματοδότησης οι επιχειρήσεις που πιστεύουν ότι αυτό είναι υψηλότερο στη χώρα μας είναι περισσότερες από αυτές που πιστεύουν ότι είναι μικρότερο.

Πίνακας 3.2.

Στοιχεία Ανταγωνιστικότητας Κεφαλαίου Χρηματοδότησης

Στοιχείο*	**Χαμηλότερη**	**Περίπου Ίδια**	**Υψηλότερη**	**ΔΓ/ΔΑ**
Ποιότητα Τραπεζικών Υπηρεσιών	12,5%	52,3%	22,3%	12,9%
Ευκολία Πρόσβασης σε Ίδια Κεφάλαια	24,0%	37,0%	30,8%	8,3%
Κίνητρα για Επανεπένδυση	26.5%	40,3%	26,.%	6,9%
Κόστος Χρηματοδότησης	19.0%	52,3%	20,8%	8,1%

* Σε σύγκριση με τον ανταγωνισμό
Πηγή: Ετήσια Έκθεση για την Ανταγωνιστικότητα, 2007

3.3. Τραπεζική Χρηματοδότηση προς τις Επιχειρήσεις

Το ύψος της τραπεζικής χρηματοδότησης προς τις επιχειρήσεις τα τελευταία χρόνια ακολούθησε σταθερά ανοδική πορεία, αν και οι ετήσιοι ρυθμοί μεταβολής μειώθηκαν. Η συνολική τραπεζική χρηματοδότηση των επιχειρήσεων ως ποσοστό στο ΑΕΠ υπερβαίνει το 39% αυτού τα τελευταία χρόνια.

Πίνακας 3.3

Τραπεζική Χρηματοδότηση προς τις Επιχειρήσεις

Έτος	**Υπόλοιπα Έτους (εκατ. Ευρώ)**	**% στο ΑΕΠ**	**Ετήσια Μεταβολή**
2000	42.360,3	34,9	
2001	50.198,7	38,7	18,5
2002	55.012,2	38,9	9,6
2003	60.979,3	39,8	10,8
2004	65.560,3	39,2	7,5
2005	71.289,9	39,4	8,7
2006	76.659,8	39,3	7,5

Πηγή: Τράπεζα Ελλάδος, Έκθεση Διοικητού, 2007

3.4 Τραπεζικά Επιτόκια στη Ζώνη του Ευρώ

Στον Πίνακα 3.4 παρουσιάζονται τα επιτόκια για νέα τραπεζικά δάνεια σε επιμέρους χώρες της ζώνης του ευρώ, για τους μήνες Δεκέμβριο 2005 και Φεβρουάριο 2007. Με βάση τα στοιχεία του πίνακα, μπορούν να εξαχθούν οι παρακάτω διαπιστώσεις:

- Τα δάνεια που προσφέρονται σε μικρές επιχειρήσεις επιβαρύνονται με υψηλότερα επιτόκια στις χώρες της ευρωζώνης. Για το έτος 2007,το μέσο σταθμικό επιτόκιο στην ευρωζώνη για τις μικρές επιχειρήσεις ήταν 5,21%, ενώ για τις μεγάλες επιχειρήσεις 4,50%. Στη χώρα μας τα αντίστοιχα επιτόκια ήταν 6,36% και 5,01%. Η διαφορά αυτή αντανακλά το υψηλότερο κίνδυνο που αναλαμβάνουν οι Τράπεζες, όταν δανειοδοτούν μικρές επιχειρήσεις.
- Η χώρα μας και στις δύο κατηγορίες δανείων, μέχρι ένα εκατ. ευρώ και πάνω από ένα εκατ. ευρώ, έχει επιτόκια υψηλότερα των αντίστοιχων μέσων σταθμικών επιτοκίων, που ισχύουν στην ευρωζώνη. Η διαφορά είναι μεγαλύτερη (το 2007, 1,15 ποσοστιαίες μονάδες) για τα μικρότερα επιτόκια.
- Παρατηρούμε ότι διαχρονικά σημειώνεται μείωση της διαφοράς μεταξύ των επιτοκίων που ισχύουν στη χώρα μας και των αντίστοιχων σταθμικών μέσων της ευρωζώνης.

Πίνακας 3.4

Επιτόκια Νέων Τραπεζικών Δανείων στις Επιμέρους Χώρες της Ζώνης του Ευρώ
(Νέα Δάνεια με Επιτόκιο Κυμαινόμενο ή Σταθερό έως 1 Έτος)

Χώρα	**Προς μη Χρηματοπιστωτικές Επιχειρήσεις**			
	Για Δάνεια μέχρι 1 εκατ. ευρώ		**Για Δάνεια άνω του 1 εκατ. ευρώ**	
	Δεκ.2005	Φεβρ.2007	Δεκ.2005	Φεβρ.2007
Αυστρία	3,66	4,75	3,13	4,40
Βέλγιο	4,02	5,09	2,95	4,22
Γαλλία	3,53	5,06	2,70	4,56
Γερμανία	4,57	5,72	3,46	4,70
Ελλάδα	**5,41**	**6,36**	**3,93**	**5,01**
Ιρλανδία	4,52	5,87	4,22	5,50
Ισπανία	3,69	5,00	3,12	4,54
Ιταλία	4,07	5,17	3,25	4,13
Λουξεμβούργο	-	5,17	-	4,66
Ολλανδία	3,60	4,78	3,63	4,32
Πορτογαλία	3,73	5,86	3,93	4,65
Σλοβενία	-	5,60	-	4,62
Φιλανδία	3,74	4,95	3,19	4,55
Μέσο Σταθμ. Επιτόκιο στη Ζώνη του Ευρώ	3,29	5,21	3,25	4,50
Ελλάδα	5,41	6,36	3,93	5,01
Διαφορά Επιτοκίου μεταξύ Ελλάδας και Ζώνης του Ευρώ	1,42	1,15	0,68	0,51

Πηγή: Τράπεζα Ελλάδος, Έκθεση Διοικητού, 2007

3.5 Η «Τειρεσίας Α.Ε.»

Προκειμένου οι Τράπεζες που λειτουργούν στη χώρα μας να μειώσουν τον κίνδυνο που αναλαμβάνουν κατά την παροχή δανείων προς φυσικά και νομικά πρόσωπα ίδρυσαν την «Τειρεσίας Α.Ε.». Σκοπός της εν λόγω εταιρίας είναι η συγκέντρωση πληροφοριών σχετιζόμενες με την οικονομική συμπεριφορά των υποψηφίων για τη λήψη δανείου. Οι πληροφορίες αυτές επιτρέπουν στις Τράπεζες να εκτιμούν τη φερεγγυότητα και τη πιστοληπτική ικανότητα των πελατών τους.

Η «Τειρεσίας Α.Ε.» προκειμένου να ανταποκριθεί στο παραπάνω έργο έχει αναπτύξει δυο βασικά πληροφοριακά συστήματα :

α. Σύστημα Οικονομικής Συμπεριφοράς (ΣΟΣ).

Το σύστημα αυτό είναι το πρώτο αρχείο δεδομένων που ανέπτυξε η «Τειρεσίας Α.Ε.», το οποίο από το 1993 υποστηρίζεται μηχανογραφικά. Το αρχείο δεδομένων περιλαμβάνει πληροφορίες που αφορούν ακάλυπτες επιταγές, απλήρωτες, κατά τη λήξη τους, συναλλαγματικές, αιτήσεις πτωχεύσεων, κηρυχθείσες πτωχεύσεις, διοικητικές κυρώσεις κατά παραβατών φορολογικών νόμων κ.α. Το σύστημα αντλεί τις παραπάνω πληροφορίες από τις Τράπεζες, τα πρωτοδικεία, τα ειρηνοδικεία, τα υποθηκοφυλακεία και το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών.

β. Σύστημα Συγκέντρωσης Κινδύνων (ΣΣΚ).

Το σύστημα άρχισε να λειτουργεί το 2003 και περιλαμβάνει πληροφορίες για τις οφειλές ιδιωτών από δάνεια καταναλωτικής πίστης και πιστωτικές κάρτες. Πρόσθετα η Τειρεσίας Α.Ε. τροφοδοτεί τις Τράπεζες με πληροφορίες φυσικών και νομικών προσώπων τα οποία έχουν υποστεί οικονομικές και δημοσιονομικές κυρώσεις (καταπολέμηση της τρομοκρατίας και του εμπορίου ναρκωτικών).

Γίνεται φανερό από τα παραπάνω η σκοπιμότητα της δημιουργίας της «Τειρεσίας Α.Ε.». Το έργο αυτής έχει ως στόχο την προφύλαξη των νοικοκυριών από υπερδανεισμό, τη μείωση των επισφαλειών των Τραπεζών και τον περιορισμό του λειτουργικού τους κόστους. Με αυτό τον τρόπο βελτιώνεται η σταθερότητα του ελληνικού χρηματοπιστωτικού συστήματος, γεγονός που δημιουργεί προϋποθέσεις για τη μείωση των Επιτοκίων Χορηγήσεων.

3.6 Χρηματοπιστωτική Ολοκλήρωση στην ΕΕ

Η επίτευξη της χρηματοπιστωτικής ολοκλήρωσης της ΕΕ έχει ως στόχο να δημιουργήσει έναν ενιαίο χρηματοπιστωτικό χώρο μέσα στα πλαίσια λειτουργίας της εσωτερικής αγοράς. Οι πρώτες πρωτοβουλίες της ΕΕ για το χρηματοπιστωτικό σύστημα ξεκίνησαν στις αρχές της δεκαετίας του 1960. Στόχος αυτών ήταν η προοδευτική κατάργηση των περιορισμών που υπήρχαν στην ελεύθερη εγκατάσταση και παροχή υπηρεσιών. Στις 11 Μαΐου 1999 η Ευρωπαϊκή Επιτροπή εξέδωσε Ανακοίνωση σχετικά με την εφαρμογή ενός πλαισίου δράσης για τις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες (γνωστού ως «FSAP»). Είχε προηγηθεί ωστόσο από την 1η Ιανουαρίου 1999 η υιοθέτηση του ενιαίου νομίσματος η οποία συνέβαλε στην εξάλειψη σημαντικών εμποδίων στην διασυνοριακή παροχή χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών και την ελεύθερη κίνηση κεφαλαίων μέσα στην ενιαία αγορά. Τα παραπάνω οδήγησαν στη συμμετρία μέσα στην ΕΕ των συγγενών οικονομικών τομέων, του νομισματικού και του χρηματοπιστωτικού. Έτσι η άσκηση της νομισματικής πολιτικής μεταφέρεται από τις Εθνικές Κεντρικές Τράπεζες στην Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα. Αντίθετα, το χρηματοπιστωτικό σύστημα των κρατών μελών συνεχίζει να παρουσιάζει έντονα εθνικά χαρακτηριστικά.

Τέλος, μεταξύ των δέκα βασικών κατευθύνσεων που προβλέπονται από τη Στρατηγική της Λισσαβόνας και οι οποίες κρίνονται ως καθοριστικοί παράγοντες για την ανταγωνιστικότητα των κρατών-μελών της ΕΕ είναι και η δημιουργία αποτελεσματικών και ολοκληρωμένων χρηματοοικονομικών αγορών. Αυτές θα διέπονται από διαφάνεια και θα διευκολύνουν την πρόσβαση των επιχειρήσεων, και ιδιαίτερα των μικρομεσαίων, στα αναγκαία κεφάλαια, θα επιτρέπουν τη συμμετοχή όλων των κατηγοριών επενδυτών στην κεφαλαιαγορά, θα εξασφαλίζουν κινητικότητα των κεφαλαίων διεθνώς, καλύτερη διαχείριση των κινδύνων και χρήση νέων χρηματοοικονομικών εργαλείων, όπως τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (venture capital).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4
Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

4.1 Οι Απόψεις των Επιχειρήσεων

4.1.2 Εισαγωγή

Το Κέντρο Μελετών και Έρευνας του Εμπορικού & Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών (ΚΕΜΕ/ΕΒΕΑ), στο πλαίσιο των προσπαθειών του Επιμελητηρίου να διερευνήσει τις σχέσεις του επιχειρηματικού κόσμου με το τραπεζικό σύστημα, καθώς και του τρόπου που αυτό αντιμετωπίζει τις ανάγκες των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ), αποφάσισε τη διεξαγωγή εκτεταμένης έρευνας μεταξύ των ΜΜΕ, που είναι μέλη του ΕΒΕΑ.

Το δείγμα κάλυψε 1.811 ΜΜΕ από όλες τις κατηγορίες των επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, με βάση την απογραφή των επιχειρήσεων της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος (ΕΣΥΕ) και τα μητρώα του ΕΒΕΑ προσδιορίστηκε η ποσοστιαία σύνθεση του πληθυσμού των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας (μεταποίηση, εμπόριο, υπηρεσίες και ακίνητη περιουσία) και αριθμό απασχολούμενων ατόμων. Έτσι, το δείγμα κάλυψε όλες τις κατηγορίες των επιχειρήσεων ανάλογα με τα ποσοστά σύνθεσης του πληθυσμού των ΜΜΕ.

Η Έρευνα πραγματοποιήθηκε μεταξύ 8ης και 23ης Μαΐου, και διεξάχθηκε από 76 ερευνητές και 5 επόπτες. Πιο συγκεκριμένα, η έρευνα ανατέθηκε στην εταιρία ΚΑΠΑ RESEARCH, σε συνεργασία με το Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, που είχε και την επιστημονική ευθύνη. Οι συνεντεύξεις με τους εκπροσώπους των επιχειρήσεων έγιναν τηλεφωνικά με βάσει δομημένο ερωτηματολόγιο και τη βοήθεια ειδικού ηλεκτρονικού συστήματος και λογισμικού CTIS (Computer Telephone Interview System), που έχει αναπτύξει η ΚΑΠΑ RESEARCH για τη διεξαγωγή τηλεφωνικών ερευνών. Η έρευνα έγινε σύμφωνα με τις προδιαγραφές και τον κώδικα δεοντολογίας του Συνδέσμου Εταιριών Δημοσκοπήσεων & Έρευνας Αγοράς (ΣΕΔΕΑ), ESOMAR, που διέπουν τη διεξαγωγή και δημοσιοποίηση ερευνών κοινής γνώμης.

Από την έρευνα προέκυψε μία εκτεταμένη περιγραφή των χαρακτηριστικών και των απόψεων των επιχειρήσεων του δείγματος. Οι Πίνακες που παρουσιάζουν αναλυτικά την κατανομή των επιχειρήσεων ανά χαρακτηριστικό (κλάδος, μέγεθος, κλπ.), είδος τραπεζικών συναλλαγών, άποψη γνώμης για τις προσφερόμενες χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, κλπ., ανέρχονται περίπου σε 1.000 και περιλαμβάνονται στην αναλυτική έκθεση που υπέβαλε η ΚΑΠΑ RESEARCH. Κατόπιν τούτου, για τους αναλυτικούς Πίνακες των αποτελεσμάτων

παραπέμπουμε στην έκθεση της ΚΑΠΑ RESEARCH, και η παρούσα ανάλυση θα παρουσιάσει τη συγκριτική αξιολόγηση των διαφόρων χαρακτηριστικών μεταξύ των κλάδων δραστηριότητας και των μεγεθών των επιχειρήσεων. Με άλλα λόγια, η παρούσα ανάλυση δεν έχει περιγραφικό χαρακτήρα, αλλά διερευνά τις συσχετίσεις που πιθανόν να υπάρχουν μεταξύ των σχέσεων των επιχειρήσεων με το τραπεζικό σύστημα αφενός, και του κλάδου που δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις και του μεγέθους τους αφετέρου. Σημειώνεται ότι στις περισσότερες περιπτώσεις, διαφοροποιητική επίδραση είχε το μέγεθος της επιχείρησης παρά ο κλάδος δραστηριότητας.

4.1.2 Γενικά χαρακτηριστικά

Είναι σαφής η συσχέτιση μεταξύ του κλάδου που δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις και του αριθμού των απασχολουμένων (Πίνακας 4.1). Ο κλάδος της ακίνητης περιουσίας καθώς και το εμπόριο χαρακτηρίζονται από το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων (ποσοστά επιχειρήσεων μέχρι και 9 εργαζόμενους 90,4% και 91,9%, αντίστοιχα). Πάνω από 10 εργαζόμενους έχει το 21,3% των μεταποιητικών επιχειρήσεων, και μόνο ο κλάδος των υπηρεσιών περιλαμβάνει σημαντικό ποσοστό (20,1%) μεγάλων επιχειρήσεων (> 50 εργαζόμενοι).

Πίνακας 4.1

Τομέας Οικονομικής Δραστηριότητας και Αριθμός Απασχολουμένων

		ΤΟΜΕΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ				
		Ακίνητη περιουσία	**Εμπόριο**	**Μετα-ποίηση**	**Υπηρεσίες**	**Σύνολο**
Αριθμός Απασχολούμενων	0 - 9 Άτομα	416 90,4%	806 91,9%	247 79,7%	96 58,5%	1565 86,4%
	10 - 49 Άτομα	28 6,1%	38 4,3%	36 11,6%	35 21,3%	137 7,6%
	50 - 250 Άτομα	16 3,5%	33 3,8%	27 8,7%	33 20,1%	109 6,0%
Σύνολο		460 100,0%	877 100,0%	310 100,0%	164 100,0%	1811 100,0%

$X^2 = 151,9$[1] $p = 0,000$

[1] Το κριτήριο X^2 δείχνει εάν δύο ποιοτικά χαρακτηριστικά συσχετίζονται, δηλαδή εάν η εμφάνιση του ενός επηρεάζει την εμφάνιση του άλλου. Η διεξαγωγή συμπεράσματος βασίζεται στην πιθανότητα (p). Εάν το p είναι μικρό (π.χ. μικρότερο του 0,05) σημαίνει ότι είναι πολύ απίθανο αυτό που

Οι ατομικές επιχειρήσεις επικρατούν στο εμπόριο (54%) και στη μεταποίηση (38,4%). Οι ομόρρυθμες επιχειρήσεις εμφανίζουν τα υψηλότερα ποσοστά στην ακίνητη περιουσία και το εμπόριο (26,3% και 21,8%, αντίστοιχα) και οι ετερόρρυθμες στην ακίνητη περιουσία (15,9%). Μεγάλο ποσοστό εταιριών περιορισμένης ευθύνης συναντώνται στον κλάδο των υπηρεσιών (31,7%), ενώ οι ανώνυμες εταιρίες έχουν τα υψηλότερα ποσοστά στην ακίνητη περιουσία (34,8%), στις υπηρεσίες (29,3%) και στη μεταποίηση (27,1%) (Πίνακας 4.2). Όσον αφορά τη σχέση μεταξύ νομικής μορφής και αριθμού απασχολουμένων, τα αποτελέσματα ήταν τα αναμενόμενα. Οι μικρές επιχειρήσεις είναι κατά κανόνα ατομικές και ΟΕ, και οι μεγάλες ΕΠΕ και ΑΕ.

Πίνακας 4.2

Τομέας Οικονομικής Δραστηριότητας και Νομική Μορφή

		ΤΟΜΕΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ				
		Ακίνητη περιουσία	**Εμπόριο**	**Μεταποίηση**	**Υπηρεσίες**	**Σύνολο**
Νομική Μορφή	Ατομική	23 5,0%	474 54,0%	119 38,4%	43 26,2%	 36,4%
	ΟΕ	121 26,3%	191 21,8%	53 17,1%	18 11,0%	383 21,1%
	ΕΕ	73 15,9%	34 3,9%	15 4,8%	3 1,8%	125 6,9%
	ΕΠΕ	83 18,0%	91 10,4%	39 12,6%	52 31,7%	265 14,6%
	ΑΕ	160 34,8%	87 9,9%	84 27,1%	48 29,3%	379 20,9%
Σύνολο Ι		460 100,0%	877 100,0%	310 100,0%	164 100,0%	1811 100,0%

$X^2 = 446,5$ $p = 0,000$

παρατηρούμε να οφείλεται στην τύχη και τα δύο χαρακτηριστικά να είναι ανεξάρτητα. Για παράδειγμα, στον Πίνακα 4.1 η πιθανότητα του κριτηρίου X^2 είναι 0,000, που σημαίνει ότι είναι εντελώς απίθανο ο κλάδος που ανήκει μια ΜΜΕ να είναι ανεξάρτητος από το μέγεθος της. Έτσι, οδηγούμαστε στο συμπέρασμα ότι το μέγεθος των επιχειρήσεων εξαρτάται από τον κλάδο που δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις.

Όλες οι επιχειρήσεις συναλλάσσονται με τις Τράπεζες σε ποσοστό 90,4% χωρίς το ποσοστό αυτό να διαφέρει σημαντικά μεταξύ των κλάδων. Οι σημαντικότερες τραπεζικές υπηρεσίες είναι: αποταμιευτικός λογαριασμός (97,2%), έκδοση βιβλιαρίου επιταγών (81,5%), επιχειρηματικά δάνεια (51,5%), εμβάσματα στο εξωτερικό (41,9%), πληρωμή εταιρικών λογαριασμών με πάγια εντολή (33%) και e-banking (31,5%). Όμως, η ζήτηση των τραπεζικών υπηρεσιών εξαρτάται τόσο από τον κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, όσο και από το μέγεθος της επιχείρησης. Για παράδειγμα, τα εμβάσματα στο εξωτερικό αγγίζουν το 56% στις μεταποιητικές επιχειρήσεις, οι οποίες παρουσιάζουν και το υψηλότερο ποσοστό στην προεξόφληση επιταγών (35,6% - 23,2% για το σύνολο των επιχειρήσεων) και στην αγορά συναλλάγματος (32,5% - 21,4% για το σύνολο των επιχειρήσεων).

Στις επιχειρήσεις του κλάδου της ακίνητης περιουσίας παρατηρείται το υψηλότερο ποσοστό για αγορά και διαχείριση επενδυτικών προϊόντων (24,3% - σύνολο 16,8%). Στον κλάδο των υπηρεσιών υπάρχει μεγαλύτερη, σε σχέση με τους λοιπούς κλάδους, ζήτηση για έκδοση πιστωτικών καρτών (41,9% - σύνολο 29,5%), πληρωμή εταιρικών λογαριασμών με πάγια εντολή (43,2% - σύνολο 33%), μισθοδοσία (45,3% - σύνολο 18,6%), e-banking (58,8% - σύνολο 31,5%) και phone-banking (25,7% - σύνολο 12,4%). Είναι χαρακτηριστικό ότι, με εξαίρεση τους αποταμιευτικούς λογαριασμούς, οι εμπορικές επιχειρήσεις παρουσιάζουν τα μικρότερα ποσοστά ζήτησης σε όλες τις τραπεζικές υπηρεσίες. Ανάλογες διαφορές παρατηρούνται και μεταξύ των επιχειρήσεων ανάλογα με το μέγεθός τους (αριθμός απασχολουμένων). Στις μεγάλες επιχειρήσεις (αριθμός απασχολουμένων 50 - 250 άτομα) σημειώνονται σημαντικά υψηλότερα ποσοστά ζήτησης, σε σχέση με τις λοιπές επιχειρήσεις, για τις εξής τραπεζικές υπηρεσίες: μισθοδοσία (87,2%), επιχειρηματικά δάνεια (81,7%), e-banking (64,2%), πληρωμή εταιρικών λογαριασμών με πάγια εντολή (58,7%), leasing (57,8%), αγορά συναλλάγματος (44%) και phone-banking (29,4%).

Περίπου το 60% των επιχειρήσεων θεωρεί τον τραπεζικό δανεισμό απαραίτητο για την επιχειρηματική τους δραστηριότητα και το 40% ως μη απαραίτητο (Πίνακας 4.3). Σημαντικές, όμως, είναι οι διαφορές μεταξύ διαφορετικού μεγέθους επιχειρήσεων. Έτσι, οι μεγάλες ΜΜΕ (50 - 250 απασχολούμενοι) θεωρούν απαραίτητο τον τραπεζικό δανεισμό σε ποσοστό 76,2% έναντι 67% των ΜΜΕ μεσαίου μεγέθους (10 - 49 απασχολούμενοι) και 55,8% των μικρών επιχειρήσεων (μέχρι 9 απασχολούμενοι).

Πίνακας 4.3

Ανάγκη για Τραπεζικό Δανεισμό και Μέγεθος Επιχείρησης

		Αριθμός Απασχολούμενων			
		0 - 9 Άτομα	**10 - 49 Άτομα**	**50 - 250 Άτομα**	**Σύνολο**
Θεωρείτε τον τραπεζικό δανεισμό κάτι απαραίτητο για την επιχειρηματική σας δραστηριότητα ;	Ναι	571 36,6%	61 44,9%	62 56,9%	694 38,5%
	Μάλλον Ναι	300 19,2%	30 22,1%	21 19,3%	351 19,5%
	Μάλλον Όχι	184 11,8%	11 8,1%	10 9,2%	205 11,4%
	Όχι	504 32,3%	34 25,0%	16 14,7%	554 30,7%
Σύνολο		1559 100,0%	136 100,0%	109 100,0%	1804 100,0%

$X^2 = 26,8$ $p = 0,000$

4.1.3 Σχέσεις των ΜΜΕ με τις Τράπεζες

Όσο μεγαλύτερη είναι μία επιχείρηση τόσο πιο εύκολη είναι και η πρόσβαση στον τραπεζικό δανεισμό, σύμφωνα με τις απόψεις των εκπροσώπων των επιχειρήσεων. Σύμφωνα με τον Πίνακα 4.4, περίπου το 71% των μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων θεωρεί τον τραπεζικό δανεισμό «πολύ εύκολο» ή «αρκετά εύκολο», ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στις μικρές ΜΜΕ είναι 61,5%.

Πίνακας 4.4

Ευκολία Πρόσβασης στον Τραπεζικό Δανεισμό και Μέγεθος Επιχείρησης

		Αριθμός Απασχολούμενων			
		0 - 9 Άτομα	**10 - 49 Άτομα**	**50 - 250 Άτομα**	**Σύνολο**
Πόσο εύκολο θεωρείτε τον τραπεζικό δανεισμό για μία ΜΜΕ στις μέρες μας;	Πολύ εύκολο	356 24,0%	21 16,2%	21 20,4%	398 23,2%
	Αρκετά εύκολο	557 37,5%	69 53,1%	53 51,5%	679 39,5%
	Λίγο εύκολο	290 19,5%	28 21,5%	21 20,4%	339 19,7%
	Καθόλου εύκολο	283 19,0%	12 9,2%	8 7,8%	303 17,6%
Σύνολο		1486 100,0%	130 100,0%	103 100,0%	1719 100,0%

$X^2 = 27,7$ $p = 0,000$

Την εμπιστοσύνη τους στα οφέλη που προκύπτουν από τον τραπεζικό ανταγωνισμό εκφράζουν οι μεγάλες ΜΜΕ. Το 86,1% των μεγάλων ΜΜΕ πιστεύει ότι η αύξηση του ανταγωνισμού στον τραπεζικό κλάδο τα τελευταία χρόνια είναι προς όφελος των ΜΜΕ, έναντι 78,3% των μεσαίων και 64,5% των μικρών επιχειρήσεων («Ναι» ή «Μάλλον ναι» - Πίνακας 4.5). Είναι χαρακτηριστικό ότι περίπου το 1/3 των μικρών επιχειρήσεων δεν πιστεύει στον τραπεζικό ανταγωνισμό («Μάλλον όχι» ή «Όχι»).

Πίνακας 4.5

Όφελος από τον Τραπεζικό Ανταγωνισμό και Μέγεθος Επιχείρησης

		Αριθμός Απασχολούμενων			
		0 - 9 Άτομα	**10 - 49 Άτομα**	**50 - 250 Άτομα**	**Σύνολο**
Πιστεύετε πως, η αύξηση του ανταγωνισμού στον τραπεζικό κλάδο τα τελευταία χρόνια είναι προς όφελος των ΜΜΕ όσον αφορά τις ευκαιρίες δανεισμού με ευνοϊκότερους όρους;	Ναι	637 41,6%	68 50,7%	68 63,0%	773 43,6%
	Μάλλον ναι	351 22,9%	37 27,6%	25 23,1%	413 23,3%
	Μάλλον όχι	185 12,1%	16 11,9%	10 9,3%	211 11,9%
	Όχι	357 23,3%	13 9,7%	5 4,6%	375 21,2%
Σύνολο		1530 100,0%	134 100,0%	108 100,0%	1772 100,0%

$X^2 = 39,7$ $p = 0,000$

Ανάλογη εικόνα προκύπτει και από την ερώτηση «εσείς προσωπικά έχετε διαπιστώσει σημαντικές διαφοροποιήσεις στα προσφερόμενα επιτόκια, όρους πληρωμής, κλπ». Στις μεγάλες ΜΜΕ το 12,4% έχει διαπιστώσει μεγάλες διαφοροποιήσεις και το 71,4% μικρές διαφοροποιήσεις. Στις μεσαίες ΜΜΕ τα αντίστοιχα ποσοστά είναι 16,4% και 53%, και στις μικρές ΜΜΕ 10,4% και 54,5%, αντίστοιχα (p = 0,000).

Μικρό ποσοστό των επιχειρήσεων πιστεύει ότι οι Τράπεζες προσφέρουν «απόλυτα εξειδικευμένα» χρηματοοικονομικά προϊόντα προσαρμοσμένα στις ανάγκες τους, και κυμαίνεται από 6,7% στις μικρές επιχειρήσεις έως 12% στις μεγάλες. Η εικόνα αλλάζει για «αρκετά» (αλλά όχι «απόλυτα») εξειδικευμένα προϊόντα. Σε αυτήν την περίπτωση, το ποσοστό ανέρχεται σε 43% για τις μεγάλες, 46,1% για τις μεσαίες και 34,2% για τις μικρές (p = 0,000). Πάντως στο σύνολο των επιχειρήσεων του δείγματος, το 57,4% των ΜΜΕ πιστεύει ότι τα χρηματοδοτικά προϊόντα που προσφέρουν οι Τράπεζες είναι σε «μικρό βαθμό εξειδικευμένα» ή «καθόλου εξειδικευμένα».

Η διαφάνεια των όρων του τραπεζικού δανεισμού είναι επίσης ένα άλλο χαρακτηριστικό των σχέσεων με τις Τράπεζες που προβληματίζει τις επιχειρήσεις. Μόνο το 5,5% των ΜΜΕ πιστεύει ότι οι όροι του τραπεζικού δανεισμού είναι απόλυτα διαφανείς. Όσο δε μικρότερη είναι η επιχείρηση, τόσο μικρότερο είναι το ποσοστό αυτό (0 - 9 άτομα: 4,5%, 10 - 49 άτομα: 9,7%, 50 - 250 άτομα: 15% - Πίνακας 4.6). Σημαντικά μεγαλύτερο είναι το ποσοστό των επιχειρήσεων που πιστεύει ότι οι όροι δανεισμού είναι σχετικά απλοί και διαφανείς (40,6%). Όμως, είναι αξιοσημείωτο ότι η πλειονότητα των ΜΜΕ (53,9%) θεωρεί τους όρους δανεισμού λίγο ή καθόλου διαφανείς. Όμως, και σε αυτήν την περίπτωση το μέγεθος της επιχείρησης ασκεί σημαντική διαφοροποίηση (μικρές ΜΜΕ: 56,4%, μεσαίες ΜΜΕ: 45,5%, μεγάλες ΜΜΕ: 28%).

Πίνακας 4.6

Διαφάνεια στους Όρους του Τραπεζικού Δανεισμού και Μέγεθος Επιχείρησης

		Αριθμός Απασχολούμενων			
		0 - 9 Άτομα	**10 - 49 Άτομα**	**50 - 250 Άτομα**	**Σύνολο**
Πόσο απλοί και διαφανείς θεωρείτε ότι είναι οι όροι του τραπεζικού δανεισμού σήμερα;	Απόλυτα απλοί και διαφανείς	68 4,5%	13 9,7%	16 15,0%	97 5,5%
	Σχετικά απλοί και διαφανείς	588 39,0%	60 44,8%	61 57,0%	709 40,6%
	Λίγο απλοί και διαφανείς	412 27,3%	34 25,4%	20 18,7%	466 26,7%
	Καθόλου απλοί και διαφανείς	439 29,1%	27 20,1%	10 9,3%	476 27,2%
Σύνολο		1507 100,0%	134 100,0%	107 100,0%	1748 100,0%

$X^2 = 59,7$ $p = 0,000$

Είναι εντυπωσιακό ότι πέντε χρόνια μετά την ένταξη της χώρας μας στη ζώνη του Ευρώ, υπάρχουν ακόμη επιχειρήσεις που αμφισβητούν τις θετικές επιδράσεις του ενιαίου νομίσματος. Έτσι, στην ερώτηση «πιστεύετε ότι η ένταξη της χώρας μας στη ζώνη του Ευρώ βοήθησε στον εκσυγχρονισμό και την πιο διαφανή λειτουργία του τραπεζικού συστήματος σε ότι αφορά τους όρους του τραπεζικού δανεισμού;», το 60,3% απάντησε «Ναι» ή «Μάλλον

Ναι» και το 39,7% απάντησε «Όχι» ή «Μάλλον Όχι». Σημειώνονται όμως σημαντικές διαφορές μεταξύ των επιχειρήσεων ανάλογα με το μέγεθος τους. Συγκεκριμένα το ποσοστό των επιχειρήσεων που δεν συμφωνούν με τις θετικές επιδράσεις του Ευρώ κυμαίνεται από 32,4% στις μεγάλες επιχειρήσεις έως 40,4% στις μικρές επιχειρήσεις (p = 0,000). Ανάλογη εικόνα παρατηρείται και στην κατανομή των απαντήσεων στην ερώτηση «πιστεύετε ότι η χρήση του Ευρώ δημιούργησε συνθήκες μεγαλύτερης ασφάλειας στις ΜΜΕ σε σχέση με τη σύναψη των δανείων;». Το 62,1% απάντησε «Ναι» ή «Μάλλον Ναι» και το 37,9% απάντησε «Όχι» ή «Μάλλον Όχι». Το ποσοστό των μεγάλων επιχειρήσεων που συμφωνεί με τις θετικές επιδράσεις του Ευρώ ανέρχεται σε 75,3%, ενώ στις μικρές επιχειρήσεις το ποσοστό αυτό περιορίζεται σε 60,4% (p = 0,000). Τέλος, στην ερώτηση «η ένταξη της χώρας μας στην ΟΝΕ δημιούργησε γενικά πιο ευνοϊκές συνθήκες στις τραπεζικές συναλλαγές των ΜΜΕ;», δεν σημειώνονται σημαντικές διαφορές μεταξύ των επιχειρήσεων διαφορετικού μεγέθους (p = 0,505), και το ποσοστό των θετικών απαντήσεων («Ναι» ή «Μάλλον Ναι») ανέρχεται σε 67,9%.

Επιφυλακτικές εμφανίζονται οι ΜΜΕ όσον αφορά την πλήρη ενημέρωση που οι Τράπεζες παρέχουν, πριν οι εκπρόσωποι των εταιριών υπογράψουν τη δανειακή σύμβαση. Αναλυτικότερα, όσον αφορά τα έξοδα δανείου (προέγκριση φακέλου, ασφαλιστικές καλύψεις, κλείσιμο φακέλου, κλπ) το 65% των επιχειρήσεων του δείγματος θεωρεί ότι η ενημέρωση είναι ελλιπής. Επίσης, υψηλό είναι το ποσοστό των επιχειρήσεων που θεωρεί ελλιπή την ενημέρωση για τον τρόπο που διαμορφώνονται τα επιτόκια (64,5%), καθώς και για τις τυχόν προβλεπόμενες διακυμάνσεις των επιτοκίων (69,6%). Τα μόνα σημεία που οι ΜΜΕ θεωρούν ότι η ενημέρωση είναι επαρκής, είναι οι απαιτούμενες διαδικασίες και δικαιολογητικά (77,1%) και το χρονοδιάγραμμα εξέλιξης του δανείου (63,8%).

Μόνο οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις (50 - 250 απασχολούμενοι) πιστεύουν ότι τα στελέχη των Τραπεζών είναι «πολύ ενημερωμένα» σε όλα τα χρηματοοικονομικά προγράμματα (41,3% έναντι 25,2% των μικρότερων επιχειρήσεων, που κατά 55,5% πιστεύουν ότι τα τραπεζικά στελέχη είναι «μέτρια ενημερωμένα»). Ενώ, μόνο το 17,7% των επιχειρήσεων (ανεξαρτήτως μεγέθους) θεωρεί ότι τα τραπεζικά στελέχη είναι «λίγο» ή «καθόλου» ενημερωμένα (λίγο: 11,2% και καθόλου: 7,5% - p = 0,000).

Στον χώρο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων επικρατεί η άποψη ότι «οι Τράπεζες στη χορήγηση δανείων, αντιμετωπίζουν με διαφορετικό τρόπο τις ΜΜΕ από ότι στις μεγάλες επιχειρήσεις». Το 84,1% των ΜΜΕ του δείγματος απάντησε «Ναι, τις αντιμετωπίζουν με

δυσμενέστερους όρους» (84,9% στις μικρές ΜΜΕ, 75,5% στις μεγάλες ΜΜΕ), 4,3% απάντησε «Ναι, τις αντιμετωπίζουν με ευνοϊκότερους όρους», και 11,7% απάντησε «Όχι, τις αντιμετωπίζουν ακριβώς με τους ίδιους όρους» (p = 0,015). Στο πώς οι Τράπεζες αντιμετωπίζουν δυσμενέστερα τις ΜΜΕ, παρατηρείται σχεδόν σύμπτωση απόψεων μεταξύ των ΜΜΕ ανεξάρτητα από το μέγεθος τους (p = 0,515). Συγκεκριμένα, τα ποσοστά απαντήσεων ανά σημείο δυσμενέστερης αντιμετώπισης είναι: περισσότερες εξασφαλίσεις: 40,1%, υψηλότερο επιτόκιο: 39% και υψηλότερες επιβαρύνσεις: 19,2%.

Ο Πίνακας 4.7 παρουσιάζει την κατανομή των επιχειρήσεων του δείγματος ως προς τον αριθμό των δανείων που έχουν συνάψει με τις Τράπεζες. Η διαφορά μεταξύ των ΜΜΕ ανάλογα με το μέγεθος τους είναι ιδιαίτερα σημαντική. Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις έχουν συνάψει περισσότερα του ενός δάνεια σε ποσοστό 66,1% έναντι 51,1% των μεσαίων ΜΜΕ και 26,8% των μικρών ΜΜΕ. Είναι χαρακτηριστικό ότι σχεδόν το 50% των μικρών επιχειρήσεων δεν έχει συνάψει ποτέ δάνειο.

Πίνακας 4.7

Σύναψη Δανείων και Μέγεθος Επιχείρησης

		Αριθμός Απασχολούμενων			
		0 - 9 Άτομα	**10 - 49 Άτομα**	**50 - 250 Άτομα**	**Σύνολο**
Η επιχείρησή σας έχει συνάψει κάποιο δάνειο από Τράπεζα;	Ναι μία φορά	365 23,3%	31 22,6%	21 19,3%	417 23,0%
	Ναι περισσότερες από μία φορές	420 26,8%	70 51,1%	72 66,1%	562 31,0%
	Ποτέ	780 49,8%	36 26,3%	16 14,7%	832 45,9%
Σύνολο		1565 100,0%	137 100,0%	109 100,0%	1811 100,0%

X^2 = 110,4 p = 0,000

Περίπου οι μισές επιχειρήσεις (54%) είχαν ενεργό κάποιο δάνειο την ημέρα της συνέντευξης. Από αυτές το 70% είχε συνάψει δάνειο για κεφάλαιο κίνησης, 27% δάνειο για αγορά παγίων και 16% για Leasing (περιλαμβάνονται και συνδυασμοί δανείων). Τα δάνεια αυτά είχαν την εξής διάρκεια (Πίνακες 4.8 και 4.9):

Πίνακας 4.8

Διάρκεια Δανείων και Μέγεθος Επιχείρησης

		Αριθμός Απασχολούμενων			
		0 - 9 Άτομα	**10 - 49 Άτομα**	**50 - 250 Άτομα**	**Σύνολο**
Τα δάνεια που αναφέρατε ότι τρέχουν, τι διάρκεια αποπληρωμής έχουν;	Λιγότερο από 5 χρόνια	216 35,1%	32 41,0%	45 54,2%	293 37,7%
	5 έως 10 χρόνια	139 22,6%	16 20,5%	21 25,3%	176 22,7%
	11 έως 15 χρόνια	55 8,9%	8 10,3%	2 2,4%	65 8,4%
	15 χρόνια και πάνω	206 33,4%	22 28,2%	15 18,1%	243 31,3%
Σύνολο		616 100,0%	78 100,0%	83 100,0%	777 100,0%

$X^2 = 17,7$ $p = 0,007$

Πίνακας 4.9

Διάρκεια Δανείων και Τομέας Οικονομικής Δραστηριότητας

		ΤΟΜΕΑΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ				
		Ακίνητη περιουσία	**Εμπόριο**	**Μεταποίηση**	**Υπηρεσίες**	**Σύνολο**
Τα δάνεια που αναφέρατε ότι τρέχουν, τι διάρκεια αποπληρωμής έχουν;	Λιγότερο από 5 χρόνια	55 28,6%	154 42,7%	60 39,0%	24 34,3%	293 37,7%
	5 έως 10 χρόνια	56 29,2%	68 18,8%	38 24,7%	14 20,0%	176 22,7%
	11 έως 15 χρόνια	33 17,2%	22 6,1%	2 1,3%	8 11,4%	65 8,4%
	15 χρόνια και πάνω	48 25,0%	117 32,4%	54 35,1%	24 34,3%	243 31,3%
Σύνολο		192 100,0%	361 100,0%	154 100,0%	70 100,0%	777 100,0%

$X^2 = 46,8$ $p = 0,000$

Η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων (84,3%) προτιμά την Τράπεζα που συνεργάζεται για τη σύναψη δανείων. Μόνο το 15,7% των ΜΜΕ απάντησε ότι το τρέχον δάνειο το πήρε από άλλη Τράπεζα. Την ίδια περίπου πρακτική ακολουθούν όλες οι επιχειρήσεις ανεξαρτήτως μεγέθους ή κλάδου ($p = 0,428$ και $p = 0,398$, αντίστοιχα).

Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις προτιμούν να συνάπτουν δάνεια με κυμαινόμενο επιτόκιο (66,7%) σε αντίθεση με τις μικρές επιχειρήσεις που προτιμούν το σταθερό επιτόκιο (50,9) (Πίνακας 4.10).

Πίνακας 4.10

Επιτόκιο Δανεισμού και Μέγεθος Επιχείρησης

		Αριθμός Απασχολούμενων			
		0 - 9 Άτομα	**10 - 49 Άτομα**	**50 - 250 Άτομα**	**Σύνολο**
Το δάνειο που συνάψατε, το πήρατε:	Με σταθερό επιτόκιο	377 50,9%	40 44,9%	27 33,3%	444 48,7%
	Με κυμαινόμενο επιτόκια	364 49,1%	49 55,1%	54 66,7%	467 51,3%
Σύνολο		741 100,0%	89 100,0%	81 100,0%	911 100,0%

$X^2 = 9,6$ $p = 0,008$

Όσον αφορά το νόμισμα σύναψης δανείων, η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων προτιμά να συνάπτει δάνεια σε Ευρώ (97,6%) και μόνο το 2,4% επιλέγει ξένο νόμισμα. Το ξένο νόμισμα επιλέγεται από το 5,4% των μεγάλων επιχειρήσεων έναντι 1,4% των μικρών επιχειρήσεων (Πίνακας 4.11).

Πίνακας 4.11

Νόμισμα Δανεισμού και Μέγεθος Επιχείρησης

		Αριθμός Απασχολούμενων			
		0 - 9 Άτομα	**10 - 49 Άτομα**	**50 - 250 Άτομα**	**Σύνολο**
Το δάνειο που συνάψατε, το πήρατε:	Σε ευρώ	765 98,6%	93 93,0%	88 94,6%	946 97,6%
	Σε ξένο νόμισμα	11 1,4%	7 7,0%	5 5,4%	23 2,4%
Σύνολο		776 100,0%	100 100,0%	93 100,0%	969 100,0%

$X^2 = 15,9$ $p = 0,000$

Διχασμένες είναι οι απόψεις των ΜΜΕ όσον αφορά το κόστος που συνεπάγεται η υποχρέωση προς την Τράπεζα για την ασφάλιση του δανείου. Το 48,8% των επιχειρήσεων πιστεύουν ότι η ασφάλιση επιβαρύνει το κόστος του δανείου, ενώ το 45,6% δεν το θεωρούν σημαντική επιβάρυνση. Ένα μικρό ποσοστό (5,6%) εκφράζει την άποψη ότι προκαλεί καθυστέρηση στην έγκριση του δανείου. Σημειώνεται ότι δεν βρέθηκαν σημαντικές διαφορές μεταξύ των επιχειρήσεων διαφορετικού μεγέθους (p = 0,358).

Περίπου το ένα τρίτο (36,4%) των επιχειρήσεων του δείγματος αντιμετώπισε οικονομικές δυσκολίες στην εξυπηρέτηση του δανείου τους. Από αυτές, το 75,5% απάντησαν ότι διευκολύνθηκαν από την Τράπεζα τους, ενώ το λοιπό 24,5% απάντησαν ότι δεν έτυχαν κάποιας διευκόλυνσης. Τα ποσοστά των απαντήσεων ήταν περίπου τα ίδια σε όλες τις επιχειρήσεις ανεξάρτητα από το μέγεθος (p = 0,237) και τον κλάδο οικονομικής δραστηριότητας (p = 0,255). Η ίδια ομοιογένεια εμφανίζεται και στις απαντήσεις της ερώτησης «η επιχείρηση σας θα συνάψει στο μέλλον νέο δάνειο με την ίδια Τράπεζα ή με άλλη Τράπεζα;». Το 70,9% θα επέλεγε την ίδια Τράπεζα και το 29,1% άλλη Τράπεζα (p = 0,130).

Το 72% των επιχειρήσεων του δείγματος αγνοεί την ύπαρξη του Ταμείου Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΕ). Στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις το ποσοστό των επιχειρήσεων που αγνοεί το ΤΕΜΠΕ περιορίζεται σε 64,8% (Πίνακας 4.12). Από τις επιχειρήσεις που γνωρίζουν το ΤΕΜΠΕ, το 44% πιστεύει ότι διευκολύνει τη λήψη δανείου, ενώ το 56% το εμπιστεύεται λίγο ή καθόλου.

Πίνακας 4.12

Γνώση του Ταμείου Εγγυοδοσίας (ΤΕΜΠΕ) και Μέγεθος Επιχείρησης

		Αριθμός Απασχολούμενων			
		0 - 9 Άτομα	**10 - 49 Άτομα**	**50 - 250 Άτομα**	**Σύνολο**
Γνωρίζετε το Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΕ);	ΝΑΙ	417 26,7%	49 36,3%	38 35,2%	504 28,0%
	ΟΧΙ	1142 73,3%	86 63,7%	70 64,8%	1298 72,0%
Σύνολο		1559 100,0%	135 100,0%	108 100,0%	1802 100,0%

X^2 = 8,59 p = 0,014

Ο θεσμός του Τειρεσία δεν δημιουργεί προβλήματα στις τραπεζικές συναλλαγές ή στην προσπάθεια εκταμίευσης επιχειρηματικών δανείων. Αυτό πιστεύει η πλειονότητα των επιχειρήσεων, που στη σχετική ερώτηση απάντησε «καθόλου» ή «λίγο» σε ποσοστό 58,4% (Πίνακας 4.13). Το ποσοστό των μικρών επιχειρήσεων που δεν συμφωνεί με το θεσμό του Τειρεσία είναι σημαντικά μεγαλύτερο από το αντίστοιχο των μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων.

Πίνακας 4.13

Ο Θεσμός του Τειρεσία και Μέγεθος Επιχείρησης

		Αριθμός Απασχολούμενων			
		0 - 9 Άτομα	**10 - 49 Άτομα**	**50 - 250 Άτομα**	**Σύνολο**
Ο θεσμός του Τειρεσία πιστεύετε ότι δημιουργεί προβλήματα στις τραπεζικές συναλλαγές και στην προσπάθεια εκταμίευσης επιχειρηματικών δανείων;	Πολύ	302 20,7%	18 14,0%	11 10,3%	331 19,5%
	Αρκετά	328 22,5%	26 20,2%	21 19,6%	375 22,1%
	Λίγο	196 13,4%	24 18,6%	22 20,6%	242 14,3%
	Καθόλου	634 43,4%	61 47,3%	53 49,5%	748 44,1%
Σύνολο		1460 100,0%	129 100,0%	107 100,0%	1696 100,0%

$X^2 = 14,91$ $p = 0,021$

Τέλος, όσον αφορά τις εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης (εκτός του τραπεζικού δανεισμού), μόνο το 7,7% των επιχειρήσεων του δείγματος έχει αντλήσει κεφάλαια από άλλες πηγές (εκτός βέβαια της αυτοχρηματοδότησης που είναι η συνηθέστερη πηγή και την έχει χρησιμοποιήσει το 71,7% των ΜΜΕ). Ειδικότερα, κατά είδος εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης, τα ποσοστά των επιχειρήσεων που τις έχουν χρησιμοποιήσει είναι τα εξής: άλλοι χρηματοδοτικοί οργανισμοί: 6,6%, αναπτυξιακοί νόμοι: 13,4% (μικρές ΜΜΕ: 9,6%, μεσαίες: 27,7, μεγάλες: 48,6% - p = 0,000), ταμείο εγγυοδοσίας: 1,7% και αφορολόγητα αποθεματικά: 13,1% (μικρές ΜΜΕ: 8,8%, μεσαίες: 33,6, μεγάλες: 49,5% - p = 0,000).

4.1.4 Σύνοψη

Ο κλάδος που δραστηριοποιούνται οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις συσχετίζεται έντονα με το μέγεθος τους, όπως αυτό εκφράζεται από τον αριθμό των απασχολουμένων, με αποτέλεσμα να έχουν διαφορετικές απόψεις όσον αφορά τις σχέσεις τους με το τραπεζικό σύστημα. Αυτό προκύπτει από εμπειρική έρευνα μεταξύ 1.811 ΜΜΕ, που επελέγησαν με στρωματοποιημένη δειγματοληψία, και αποτελούν αντιπροσωπευτικό δείγμα του πληθυσμού των μικρομεσαίων επιχειρήσεων του νομού Αττικής.

Ειδικότερα,

- Περίπου το 60% των επιχειρήσεων θεωρεί τον τραπεζικό δανεισμό απαραίτητο για την επιχειρηματική τους δραστηριότητα με σημαντικές, όμως, διαφορές μεταξύ διαφορετικού μεγέθους επιχειρήσεις. Έτσι, οι μεγάλες ΜΜΕ (50 - 250 απασχολούμενοι) θεωρούν απαραίτητο τον τραπεζικό δανεισμό σε ποσοστό 76,2% έναντι 67% των ΜΜΕ μεσαίου μεγέθους (10 - 49 απασχολούμενοι) και 55,8% των μικρών επιχειρήσεων (μέχρι 9 απασχολούμενοι).

- Όλες οι επιχειρήσεις συναλλάσσονται με τις τράπεζες σε ποσοστό 90,4% χωρίς το ποσοστό αυτό να διαφέρει σημαντικά μεταξύ των κλάδων. Οι σημαντικότερες τραπεζικές υπηρεσίες είναι: αποταμιευτικός λογαριασμός (97,2%), έκδοση βιβλιαρίου επιταγών (81,5%), επιχειρηματικά δάνεια (51,5%), εμβάσματα στο εξωτερικό (41,9%), πληρωμή εταιρικών λογαριασμών με πάγια εντολή (33%) και e-banking (31,5%).

- Όμως, η ζήτηση των τραπεζικών υπηρεσιών εξαρτάται τόσο από τον κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, όσο και από το μέγεθος της επιχείρησης. Για παράδειγμα, τα εμβάσματα στο εξωτερικό αγγίζουν το 56% στις μεταποιητικές επιχειρήσεις, οι οποίες παρουσιάζουν και το υψηλότερο ποσοστό στην προεξόφληση επιταγών (35,6%) και στην αγορά συναλλάγματος (32,5%). Ενώ, στον κλάδο των υπηρεσιών υπάρχει μεγαλύτερη, σε σχέση με τους λοιπούς κλάδους, ζήτηση για έκδοση πιστωτικών καρτών (41,9%), πληρωμή εταιρικών λογαριασμών με πάγια εντολή (43,2%), μισθοδοσία (45,3%), e-banking (58,8%) και phone-banking (25,7%). Είναι δε χαρακτηριστικό ότι οι εμπορικές επιχειρήσεις, με εξαίρεση τους αποταμιευτικούς λογαριασμούς, παρουσιάζουν τα μικρότερα ποσοστά ζήτησης σε όλες τις τραπεζικές υπηρεσίες.

- Όσο μεγαλύτερη είναι μία επιχείρηση τόσο πιο εύκολη είναι και η πρόσβαση στον τραπεζικό δανεισμό, σύμφωνα με τις απόψεις των εκπροσώπων των επιχειρήσεων.

Περίπου το 71% των μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων θεωρεί τον τραπεζικό δανεισμό «πολύ εύκολο» ή «αρκετά εύκολο», ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στις μικρές ΜΜΕ είναι 61,5%.

- Την εμπιστοσύνη τους στα οφέλη που προκύπτουν από τον τραπεζικό ανταγωνισμό εκφράζουν οι μεγάλες ΜΜΕ. Το 86,1% των μεγάλων ΜΜΕ πιστεύει ότι η αύξηση του ανταγωνισμού στον τραπεζικό κλάδο τα τελευταία χρόνια είναι προς όφελος των ΜΜΕ, έναντι 78,3% των μεσαίων και 64,5% των μικρών επιχειρήσεων.

- Η διαφάνεια των όρων του τραπεζικού δανεισμού είναι ένα βασικό χαρακτηριστικό των σχέσεων των ΜΜΕ με τις Τράπεζες, που προβληματίζει τις επιχειρήσεις. Μόνο το 5,5% των ΜΜΕ πιστεύει ότι οι όροι του τραπεζικού δανεισμού είναι απόλυτα διαφανείς. Όσο δε μικρότερη είναι η επιχείρηση, τόσο μικρότερο είναι το ποσοστό αυτό (0 - 9 άτομα: 4,5%, 10 - 49 άτομα: 9,7%, 50 - 250 άτομα: 15%). Το γεγονός είναι ότι η πλειονότητα των ΜΜΕ (53,9%) θεωρεί τους όρους δανεισμού λίγο ή καθόλου διαφανείς. Όμως, και σε αυτήν την περίπτωση το μέγεθος της επιχείρησης ασκεί σημαντική διαφοροποίηση (μικρές ΜΜΕ: 56,4%, μεσαίες ΜΜΕ: 45,5%, μεγάλες ΜΜΕ: 28%).

- Πέντε χρόνια μετά την ένταξη της χώρας μας στη ζώνη του Ευρώ, σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων συνεχίζει να αμφισβητεί τις θετικές επιδράσεις του ενιαίου νομίσματος. Έτσι, σχεδόν το 40% των ΜΜΕ πιστεύει ότι η ένταξη της χώρας μας στη ζώνη του Ευρώ δεν βοήθησε στον εκσυγχρονισμό και την πιο διαφανή λειτουργία του τραπεζικού συστήματος σε ότι αφορά τους όρους του τραπεζικού δανεισμού, ούτε δημιούργησε συνθήκες μεγαλύτερης εμπιστοσύνης στις ΜΜΕ σε σχέση με τη σύναψη των δανείων. Σημειώνονται όμως σημαντικές διαφορές μεταξύ των απόψεων των επιχειρήσεων ανάλογα με το μέγεθος τους, και το ποσοστό των μεγάλων επιχειρήσεων που δεν συμφωνούν με τις θετικές επιδράσεις του Ευρώ περιορίζεται σε 32%.

- Στον χώρο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων επικρατεί η άποψη ότι οι τράπεζες τις αντιμετωπίζουν με διαφορετικό τρόπο, από ότι τις μεγάλες επιχειρήσεις, στη χορήγηση δανείων. Η πλειονότητα των ΜΜΕ (84,1%) εκφράζει την άποψη ότι οι τράπεζες τις αντιμετωπίζουν με δυσμενέστερους όρους, ως προς τα εξής: περισσότερες εξασφαλίσεις (40,1%), υψηλότερο επιτόκιο (39%) και υψηλότερες επιβαρύνσεις (19,2%).

- Η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων (84,3%) προτιμά την Τράπεζα που συνεργάζεται για τη σύναψη δανείων. Μόνο το 15,7% των ΜΜΕ απάντησε ότι το τρέχον δάνειο το πήρε από άλλη Τράπεζα. Την ίδια περίπου πρακτική ακολουθούν όλες οι επιχειρήσεις ανεξαρτήτως μεγέθους ή κλάδου.

- Οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις προτιμούν να συνάπτουν δάνεια με κυμαινόμενο επιτόκιο (66,7%) σε αντίθεση με τις μικρές επιχειρήσεις που προτιμούν το σταθερό επιτόκιο (50,9).

- Όσον αφορά το νόμισμα σύναψης δανείων, η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων προτιμά να συνάπτει δάνεια σε Ευρώ (97,6%) και μόνο το 2,4% επιλέγει ξένο νόμισμα. Το ξένο νόμισμα επιλέγεται από το 5,4% των μεγάλων επιχειρήσεων έναντι 1,4% των μικρών επιχειρήσεων.

- Περίπου το ένα τρίτο (36,4%) των επιχειρήσεων του δείγματος αντιμετώπισε οικονομικές δυσκολίες στην εξυπηρέτηση του δανείου τους. Από αυτές, το 75,5% απάντησαν ότι διευκολύνθηκαν από την Τράπεζα τους, ενώ το λοιπό 24,5% απάντησαν ότι δεν έτυχαν κάποιας διευκόλυνσης. Τα ποσοστά των απαντήσεων ήταν περίπου τα ίδια σε όλες τις επιχειρήσεις ανεξάρτητα από το μέγεθος και τον κλάδο οικονομικής δραστηριότητας.

- Η ίδια ομοιογένεια εμφανίζεται και στις απαντήσεις στην ερώτηση «η επιχείρηση σας θα συνάψει στο μέλλον νέο δάνειο με την ίδια τράπεζα ή με άλλη τράπεζα;». Το 70,9% θα επέλεγε την ίδια Τράπεζα και το 29,1% άλλη Τράπεζα.

- Η πλειονότητα των επιχειρήσεων (72%) αγνοεί την ύπαρξη του Ταμείου Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΕ). Στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις το ποσοστό των επιχειρήσεων που αγνοεί το ΤΕΜΠΕ περιορίζεται σε 64,8%. Από τις επιχειρήσεις που γνωρίζουν το ΤΕΜΠΕ μόνο το 44% πιστεύει ότι διευκολύνει τη λήψη δανείου.

- Ο θεσμός του Τειρεσία δεν δημιουργεί προβλήματα στις τραπεζικές συναλλαγές ή στην προσπάθεια εξασφάλισης επιχειρηματικών δανείων. Αυτό πιστεύει η πλειονότητα των επιχειρήσεων (58,4%). Το ποσοστό των μικρών επιχειρήσεων που δεν συμφωνεί με το θεσμό του Τειρεσία είναι σημαντικά μεγαλύτερο από το αντίστοιχο των μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων.

- Τέλος, όσον αφορά τις εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης (εκτός του τραπεζικού δανεισμού), μόνο το 7,7% των επιχειρήσεων του δείγματος έχει αντλήσει κεφάλαια από άλλες πηγές (εκτός βέβαια της αυτοχρηματοδότησης που είναι η συνηθέστερη πηγή και την έχει χρησιμοποιήσει το 71,7% των ΜΜΕ). Οι κυριότερες εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης είναι οι αναπτυξιακοί νόμοι και τα αφορολόγητα αποθεματικά, με σημαντικά μεγαλύτερο ποσοστό εμφάνισης στις μεγάλες επιχειρήσεις.

4.2 Οι Απόψεις των Τραπεζών

4.2.1 Εισαγωγή

Η έρευνα πεδίου περιέλαβε και δείγμα υποκαταστημάτων των Τραπεζών, προκειμένου να διερευνηθούν οι απόψεις των στελεχών του Τραπεζικού Τομέα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Συγκεκριμένα, ζητήθηκε η άποψη των εκπροσώπων των Τραπεζών, που είναι υπεύθυνοι για τις χρηματοδοτήσεις, για την άποψη που έχουν στις συναλλαγές τους με τις ΜΜΕ (κύκλος τραπεζικών εργασιών, επισφάλειες, προβλήματα συνεργασίας, διαφορές από τις αντίστοιχες «μεγάλες» επιχειρήσεις, κλπ). Η έρευνα έγινε μεταξύ των υποκαταστημάτων δύο από τις μεγαλύτερες Τράπεζες που εκπροσωπούν το 28,8% του συνολικού τραπεζικού δυναμικού της χώρας (αριθμός υποκαταστημάτων) ή 37,6% στο σύνολο του απασχολουμένου προσωπικού.

Η μία από τις δύο Τράπεζες απέστειλε το ερωτηματολόγιο στα μεγαλύτερα υποκαταστήματά της από τα οποία 17 συμπληρωμένα ερωτηματολόγια επεστράφησαν. Η δεύτερη επέστρεψε συμπληρωμένο ένα μόνο ερωτηματολόγιο, το οποίο όμως συμπλήρωσε η κεντρική υπηρεσία χρηματοδοτήσεων με το σκεπτικό ότι η πολιτική της Τράπεζας είναι ενιαία και όλα τα υποκαταστήματα υιοθετούν τις ίδιες πρακτικές στη χρηματοδότηση των ΜΜΕ. Έτσι, με βάση τη σχέση μεταξύ του αριθμού των υποκαταστημάτων των δύο Τραπεζών, το ερωτηματολόγιο της δεύτερης Τράπεζας σταθμίστηκε με το συντελεστή 11. Αυτό σημαίνει ότι τα αποτελέσματα της έρευνας αντικατοπτρίζουν τις απόψεις των υπευθύνων χρηματοδότησης 28 υποκαταστημάτων (17 από την πρώτη Τράπεζα και 11 από τη δεύτερη).

4.2.2 Γενικές Ερωτήσεις

Όλοι οι εκπρόσωποι των υποκαταστημάτων των Τραπεζών απάντησαν ότι τα τελευταία δύο χρόνια τα επιχειρηματικά δάνεια των μικρομεσαίων επιχειρήσεων του υποκαταστήματος τους σημειώνουν αυξητική τάση. Αυτός είναι και ο λόγος που όλοι θεωρούν ότι είναι υψηλής προτεραιότητας στρατηγική η προσέλκυση πελατών από το χώρο των ΜΜΕ.

Όσον αφορά τις κατηγορίες των δανείων που παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη ζήτηση από τις ΜΜΕ, οι απαντήσεις των Τραπεζών συγκεντρώθηκαν σε δύο είδη χρηματοδοτήσεων: Κεφάλαιο κίνησης (ποσοστό απαντήσεων 100%) και αγορά παγίων (ποσοστό απαντήσεων

61%). Στο συγκεκριμένο δείγμα δεν υπήρχαν καθόλου αιτήσεις από τις ΜΜΕ για Leasing ή προεξόφληση απαιτήσεων (factoring).

Όλα τα υποκαταστήματα προσπαθούν να διευκολύνουν τις ΜΜΕ που έχουν δυσκολίες να εξυπηρετήσουν τις υποχρεώσεις τους. Συγκεκριμένα, το 32% των υποκαταστημάτων απάντησαν ότι «Κάνουν ότι είναι δυνατό για να τις διευκολύνουν» και το 68% ότι «Προσπαθούν να τις διευκολύνουν». Είναι αξιοσημείωτο ότι κανείς δεν απάντησε ότι «Τις αντιμετωπίζουν με τον ίδιο τρόπο που αντιμετωπίζουν κάθε δανειοδοτούμενο που αντιμετωπίζει προβλήματα». Μεταξύ των τριών δυνατών τρόπων διευκόλυνσης των ΜΜΕ (παράταση στην εξόφληση ληξιπρόθεσμων υποχρεώσεων, ρύθμιση των ληξιπρόθεσμων υποχρεώσεων και αναχρηματοδότηση), όλα τα υποκαταστήματα απάντησαν ότι χρησιμοποιούν το δεύτερο (ρύθμιση των ληξιπρόθεσμων υποχρεώσεων).

Το Ταμείο Εγγυοδοσίας, που έχει θεσπιστεί για τη στήριξη των ΜΜΕ, δεν επαρκεί για την κάλυψη της χρηματοδότησης των ΜΜΕ. Συγκεκριμένα, μόνο 2 εκπρόσωποι των Τραπεζών απάντησαν ότι «η ένταξη της επιχείρησης στο Ταμείο Εγγυοδοσίας αρκεί και δεν ζητούν πρόσθετες εγγυήσεις». Η πλειονότητα (26 από τους 28) απάντησαν ότι «λαμβάνουν υπόψη τις εγγυήσεις του Ταμείου Εγγυοδοσίας, αλλά ζητούν από την επιχείρηση και πρόσθετες εγγυήσεις». Σημειώνεται ότι κανείς δεν απάντησε ότι «δε λαμβάνουν υπόψη τις εγγυήσεις του Ταμείου Εγγυοδοσίας και ακολουθούν την ίδια διαδικασία με όλες τις επιχειρήσεις που δανείζονται από την Τράπεζα τους».

Η πλειονότητα των εκπροσώπων των Τραπεζών (53,6%) εκφράζει την άποψη ότι λόγω της συνθήκης της «Βασιλείας ΙΙ» θα είναι περισσότερο προσεκτικοί, σε σχέση με πριν τη «Βασιλεία ΙΙ», όσον αφορά τους όρους χρηματοδότησης των ΜΜΕ (Πίνακας 4.14), ενώ το 42,9% πιστεύει ότι η συνθήκη της «Βασιλείας ΙΙ» θα επηρεάσει ελάχιστα τους όρους χρηματοδότησης των ΜΜΕ. Μόνο σε μία περίπτωση διατυπώθηκε ή άποψη ότι θα είναι πολύ προσεκτικοί στους όρους χρηματοδότησης των ΜΜΕ (δεδομένου ότι οι ΜΜΕ είναι κατά κανόνα πιο επισφαλείς από τις μεγάλες επιχειρήσεις).

Πίνακας 4.14

Κατά τη γνώμη σας, πόσο θα επηρεάσει η συνθήκη της «Βασιλείας ΙΙ», την εκτίμηση του κινδύνου που προέρχεται από τη χρηματοδότηση των ΜΜΕ

		Απαντήσεις	**Ποσοστό (%)**
	Θα είμαστε πολύ προσεκτικοί στους όρους χρηματοδότησης των ΜΜΕ	1	3,6
	Θα είμαστε περισσότερο προσεκτικοί, σε σχέση με πριν τη «Βασιλεία ΙΙ»	15	53,6
	Η συνθήκη της «Βασιλείας ΙΙ» θα επηρεάσει ελάχιστα τους όρους χρηματοδότησης των ΜΜΕ	12	42,9
	Καμία διαφορά δεν θα υπάρξει λόγω της συνθήκης της «Βασιλείας ΙΙ»	0	0,0
	Σύνολο	28	100,0

4.2.3 Συνεργασία των Τραπεζών με τις ΜΜΕ

Τα κριτήρια με βάση τα οποία η Τράπεζα κρίνει τη δανειοληπτική ικανότητα μίας μικρομεσαίας επιχείρησης είναι το αντικείμενο της επόμενης ερώτησης που τέθηκε στους εκπροσώπους των πιστωτικών ιδρυμάτων. Οι απαντήσεις στην ερώτηση είναι πολλαπλές, με την έννοια ότι ο ερωτώμενος μπορεί να σημειώσει μέχρι και τρία κριτήρια. Ο Πίνακας 4.15 εμφανίζει τις απαντήσεις σε φθίνουσα τάξη. Βασικότερο κριτήριο αξιολόγησης της δανειοληπτικής ικανότητας των ΜΜΕ εμφανίζεται να είναι οι συνολικές δανειακές επιβαρύνσεις (78,6% των απαντήσεων). Ακολουθεί η εξέλιξη των οικονομικών αποτελεσμάτων (60,7%), η εξέλιξη του κύκλου εργασιών (53,6%), η συνέπεια στην εξυπηρέτηση προηγούμενων δανείων (42,9%) και τα έτη δραστηριοποίησης της επιχείρησης (39,3%). Τα λοιπά οκτώ κριτήρια εμφανίζουν πολύ μικρά (ή μηδενικά) ποσοστά απαντήσεων.

Πίνακας 4.15

Ποια από τα παρακάτω αποτελούν τα βασικότερα κριτήρια, με βάσει τα οποία κρίνετε τη δανειοληπτική ικανότητα μίας μικρομεσαίας επιχείρησης; (έως 3 απαντήσεις)

Κριτήριο	**Απαντήσεις**	**Ποσοστό (%)**
Οι συνολικές επιβαρύνσεις που έχει από άλλα δάνεια	22	78,6
Η εξέλιξη των αποτελεσμάτων	17	60,7
Η εξέλιξη του κύκλου εργασιών	15	53,6
Ο τρόπος και η συνέπεια στη εξυπηρέτηση προηγούμενων δανείων της	12	42,9
Τα έτη δραστηριοποίησής της επιχείρησης	11	39,3
Σχέση ιδίων προς ξένα κεφάλαια	2	7,1
Ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται	2	7,1
Ο(οι) λόγος(οι) δανεισμού / τα επενδυτικά και επιχειρηματικά της σχέδια	1	3,6
Η εξέλιξη των υποχρεώσεων	1	3,6
Τα έτη συνεργασίας της με την Τράπεζά σας	0	0,0
Η δυνατότητα υποθήκευσης περιουσιακών στοιχείων που έχει στην κατοχή της	0	0,0
Ο τόπος εγκατάστασης της επιχείρησης	0	0,0
Η ύπαρξη τριτεγγυητή	0	0,0

Οι κύριοι λόγοι απόρριψης ενός αιτήματος για δανειοδότηση είναι περίπου οι ίδιοι και για τις δύο Τράπεζες του δείγματος, που πιθανόν να οφείλεται στις κατευθύνσεις που υπάρχουν για έγκριση χρηματοδοτικών αιτημάτων. Συγκεκριμένα, τα ποσοστά των απαντήσεων πλησιάζουν ή και αγγίζουν το 100% στους εξής λόγους απόρριψης: η επιχείρηση έχει πολλές επιβαρύνσεις από άλλα δάνεια τα οποία δεν μπορεί να εξυπηρετήσει (100%), η επιχείρηση παρουσίασε προβλήματα στην εξυπηρέτηση προηγούμενων δάνειων από την ίδια Τράπεζα (100%), το επενδυτικό σχέδιο που υπέβαλε για χρηματοδότηση κρίνεται ως μη βιώσιμο (100%), η επιχείρηση είναι ζημιογόνος πάνω από 2 χρόνια (96,4%), ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση παρουσιάζει φθίνουσα δραστηριότητα και η επιχείρηση δεν παρουσιάζει σημαντικά κέρδη (96,4%) (Πίνακας 4.16).

Πίνακας 4.16

Σε ποιες από τις παρακάτω περιπτώσεις συνήθως απορρίπτετε την αίτηση δανεισμού μιας ΜΜΕ;

Λόγος απόρριψης	**Ναι (%)**	**Όχι (%)**	**Σύνολο (%)**
Όταν η επιχείρηση έχει πολλές επιβαρύνσεις από άλλα δάνεια, τα οποία δεν μπορεί να εξυπηρετήσει	100,0	0,0	100,0
Όταν η επιχείρηση / πελάτης της Τράπεζάς σας, σε προηγούμενα δάνεια που της χορηγήσατε παρουσίασε προβλήματα στην καταβολή των δόσεων αποπληρωμής τους	100,0	0,0	100,0
Όταν το επενδυτικό σχέδιο που σας υποβάλλει προκειμένου να το χρηματοδοτήσετε, κρίνετε ότι είναι μη βιώσιμο	100,0	0,0	100,0
Όταν η επιχείρηση είναι ζημιογόνος πάνω από 2 χρόνια	96,4	3,6	100,0
Όταν ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται μία επιχείρηση παρουσιάζει φθίνουσα δραστηριότητα και η επιχείρηση δεν παρουσιάζει σημαντικά κέρδη	96,4	3,6	100,0
Όταν η επιχείρηση ζητά νέο δάνειο, προκειμένου να εξυπηρετήσει προηγούμενο δανεισμό της από την Τράπεζά σας	57,1	42,9	100,0
Όταν η επιχείρηση έχει αυξημένες δανειακές ή λοιπές υποχρεώσεις	42,9	57,1	100,0
Όταν η επιχείρηση για κάποιο λόγο ασυνέπειάς της στο παρελθόν είναι γραμμένη στον Τειρεσία	25,0	75,0	100,0
Όταν η επιχείρηση ζητά νέο δάνειο, προκειμένου να εξυπηρετήσει προηγούμενο δανεισμό της, τον οποίο έχει συνάψει με άλλη Τράπεζα	7,1	92,9	100,0
Όταν η επιχείρηση είναι νεοϊδρυθείσα	0,0	100,0	100,0
Όταν η επιχείρηση δεν είναι πελάτης σας	0,0	100,0	100,0
Όταν η επιχείρηση δεν έχει περιουσιακά στοιχεία	0,0	100,0	100,0
Όταν η επιχείρηση έχει χαμηλή κερδοφορία	0,0	100,0	100,0

Ακολουθούν με μικρότερα ποσοστά καταφατικών απαντήσεων οι λόγοι απόρριψης: η επιχείρηση ζητά νέο δάνειο, προκειμένου να εξυπηρετήσει προηγούμενο δανεισμό της από την ίδια Τράπεζά (57,1%), η επιχείρηση έχει αυξημένες δανειακές ή λοιπές υποχρεώσεις (42,9%), η επιχείρηση για κάποιο λόγο ασυνέπειάς στο παρελθόν είναι γραμμένη στον Τειρεσία (25%) και η επιχείρηση ζητά νέο δάνειο, προκειμένου να εξυπηρετήσει προηγούμενο δανεισμό της, που έχει συνάψει με άλλη Τράπεζα (7,1%).

Ο βαθμός ευελιξίας των υποκαταστημάτων στους όρους δανεισμού των ΜΜΕ, εξαρτάται από την πολιτική της Τράπεζας. Συγκεκριμένα, και τα 17 υποκαταστήματα της πρώτης Τράπεζας απάντησαν ότι δεν έχουν καμία ευελιξία (60,7%), ενώ και τα 11 υποκαταστήματα της δεύτερης Τράπεζας δήλωσαν ότι έχουν αρκετά μεγάλη ευελιξία (39,3%) (Πίνακας 4.17).

Πίνακας 4.17

Βαθμός Ευελιξίας του Υποκαταστήματος στο Καθορισμό των Όρων Δανεισμού

Όρος Δανεισμού	**Πολύ μεγάλη ευελιξία (%)**	**Αρκετά μεγάλη ευελιξία (%)**	**Μικρή ευελιξία (%)**	**Καμία ευελιξία (%)**	**Σύνολο (%)**
Στο να χορηγήσετε κάποιο δάνειο με μικρότερο απ' ότι συνήθως επιτόκιο	0	39,3	0	60,7	100,0
Στο να χορηγήσετε κάποιο δάνειο με μικρότερες απ' ότι συνήθως εξασφαλίσεις	0	39,3	0	60,7	100,0
Στο να χορηγήσετε κάποιο δάνειο με μεγαλύτερο απ' ότι συνήθως χρόνο αποπληρωμής	0	39,3	0	60,7	100,0
Στο να χορηγήσετε κάποιο δάνειο με μειωμένα απ' ότι συνήθως έξοδα φακέλου	0	39,3	0	60,7	100,0
Στο να χορηγήσετε κάποιο δάνειο αλλάζοντας τον συνήθη τρόπο καταβολής των δόσεων	0	39,3	0	60,7	100,0

Πίνακας 4.18

Οι όροι δανεισμού μιας ΜΜΕ, που είναι πελάτης του καταστήματος σας, σε ποιο βαθμό εξαρτώνται από τις διαπροσωπικές σχέσεις που έχει αναπτύξει με εσάς προσωπικά;

	Απαντήσεις	**Ποσοστό (%)**
Σε πολύ μεγάλο βαθμό	6	21,4
Σε μέτριο βαθμό	15	53,6
Σε πολύ μικρό βαθμό	6	21,4
Δεν εξαρτώνται καθόλου	1	3,6
Σύνολο	28	100,0

Οι διαπροσωπικές σχέσεις του επιχειρηματία με τον υπεύθυνο χορηγήσεων του υποκαταστήματος έχουν κάποια θετική επίδραση στους όρους δανεισμού. Συγκεκριμένα, ποσοστό 53,6% απάντησαν ότι επηρεάζουν σε μέτριο βαθμό, ενώ οι λοιπές απαντήσεις είναι περίπου μοιρασμένες σε «πολύ μεγάλο βαθμό» και «πολύ μικρό βαθμό» (Πίνακας 4.18).

Η εισηγητική έκθεση του υποκαταστήματος, που υποβάλλεται μαζί με το αίτημα δανεισμού της ΜΜΕ στο κεντρικό κατάστημα της Τράπεζας, έχει καθοριστικό ρόλο στους όρους του δανεισμού. Το 89,3% των υποκαταστημάτων απάντησαν ότι η εισηγητική έκθεση του υποκαταστήματος επηρεάζει «σε πολύ μεγάλο βαθμό» και μόνο το 10,7% απάντησε ότι επηρεάζει «σε μέτριο βαθμό» (Πίνακας 4.19).

Πίνακας 4.19

Σε ποιο βαθμό μετράει η εισηγητική έκθεσή σας, την οποία υποβάλλετε μαζί με το αίτημα δανεισμού της ΜΜΕ στα κεντρικά σας, στους όρους δανεισμού;

	Απαντήσεις	**Ποσοστό (%)**
Σε πολύ μεγάλο βαθμό	25	89,3
Σε μέτριο βαθμό	3	10,7
Σε πολύ μικρό βαθμό	0	0,0
Δεν εξαρτώνται καθόλου	0	0,0
Σύνολο	28	100,0

Επίσης, οι στόχοι των δανειακών συμβάσεων που θέτει η Κεντρική Διοίκηση της Τράπεζας, επηρεάζει τη διατύπωση θετικής εισήγησης για έγκριση ενός επιχειρηματικού δανείου από το υποκατάστημα. Όμως αυτό εξαρτάται από την πολιτική της Τράπεζας. Συγκεκριμένα, όλες οι απαντήσεις (εκτός μίας) της πρώτης Τράπεζας είναι συγκεντρωμένες στην απάντηση «επηρεάζει λίγο», ενώ όλες οι απαντήσεις της δεύτερης Τράπεζας συγκεντρώνονται στην απάντηση «επηρεάζει πολύ» (Πίνακας 4.20).

Πίνακας 4.20

Πόσο σας επηρεάζει στη διατύπωση θετικής εισήγησης για την έγκριση ενός επιχειρηματικού δανείου, η ανάγκη κάλυψης του στόχου δανειακών συμβάσεων που σας έχει τεθεί από την Κεντρική Διοίκηση της Τράπεζάς σας;

	Απαντήσεις	**Ποσοστό (%)**
Πολύ	12	42,9
Αρκετά	0	0,0
Λίγο	16	57,1
Καθόλου	0	0,0
Σύνολο	28	100,0

4.2.4 Ερωτήσεις που Αφορούν τον Ανταγωνισμό

Ο τρόπος που οι υπεύθυνοι χορηγήσεων των υποκαταστημάτων προσπαθούν να κρατήσουν τους πελάτες τους και να μη στραφούν προς τον ανταγωνισμό, εξαρτάται από την πολιτική της Τράπεζας. Έτσι, στην περίπτωση, που κάποια ΜΜΕ πελάτης της Τράπεζας πληροί τους όρους δανεισμού, αλλά ανταγωνίστρια Τράπεζα της προσφέρει ευνοϊκότερους όρους, όλα τα υποκαταστήματα (εκτός ενός) της πρώτης Τράπεζας του δείγματος απάντησαν ότι «επανέρχονται με νέο αίτημα στο κεντρικό εγκριτικό όργανο». Αντίθετα, όλες οι απαντήσεις της δεύτερης Τράπεζας συγκεντρώνονται στην απάντηση «τροποποιούμε τους όρους και τους προσαρμόζουμε σε αυτούς του ανταγωνισμού» (Πίνακας 4.21).

Πίνακας 4.21

Στην περίπτωση, που κάποια ΜΜΕ πελάτης σας, πληροί τους όρους δανεισμού, αλλά ανταγωνίστρια Τράπεζα της προσφέρει ευνοϊκότερους όρους, τότε τι από τα παρακάτω συνήθως κάνετε;

	Απαντήσεις	**Ποσοστό (%)**
Επιμένετε στους όρους σας, με κίνδυνο να χάσετε τον πελάτη σας	0	0,0
Τροποποιείτε τους όρους σας και τους προσαρμόζετε σε αυτούς του ανταγωνισμού	11	39,3
Τροποποιείτε τους όρους σας και προσφέρετε καλύτερους όρους από αυτούς του ανταγωνισμού	1	3,6
Επανέρχεστε με νέο αίτημα στο κεντρικό εγκριτικό όργανο	16	57,1
Σύνολο	28	100,0

Γενικώς, και οι δύο Τράπεζες ακολουθούν την ίδια πολιτική όταν προσπαθούν να προσελκύσουν νέους πελάτες από τον ανταγωνισμό. Στην ερώτηση «εάν κάποια ΜΜΕ, που δεν είναι πελάτης σας, πληροί όλους τους όρους δανεισμού, αλλά ανταγωνίστριες Τράπεζες της έχουν προσφέρει ευνοϊκότερους όρους προκειμένου να της χορηγήσουν το δάνειο που ζητά, τότε τι συνήθως κάνετε;», σχεδόν το σύνολο των υποκαταστημάτων (27 από τους 28 συμμετέχοντες) απάντησαν ότι «επανέρχονται με νέο αίτημα στο κεντρικό εγκριτικό όργανο». Μόνο σε μία περίπτωση απάντησαν ότι «τροποποιούν τους όρους και προσφέρουν καλύτερους όρους από αυτούς του ανταγωνισμού».

Επίσης, σύμπτωση απόψεων παρατηρείται στις πρακτικές μεταφοράς δανείων από και προς τον ανταγωνισμό. Καταφατικές ήταν οι απαντήσεις στις ερωτήσεις «η Τράπεζά σας προσφέρει ευνοϊκότερους όρους στις ΜΜΕ προκειμένου να μεταφέρουν τα επιχειρηματικά τους δάνεια σε αυτή» (Ναι: 100%), «στο κατάστημα στο οποίο είστε επικεφαλής των χορηγήσεων, έχετε πραγματοποιήσει μεταφορά επιχειρηματικού δανείου ΜΜΕ από άλλη Τράπεζα;» (Ναι: 96,4%), και «η Τράπεζά σας έχει απολέσει πελάτες ΜΜΕ εξαιτίας μεταφοράς των επιχειρηματικών τους δανείων σε άλλες ανταγωνίστριες Τράπεζες;» (Ναι: 100%)

Ικανοποιημένες εμφανίζονται οι ΜΜΕ από τα επιχειρηματικά δάνεια που έχουν συνάψει με τις Τράπεζες του δείγματος, σύμφωνα πάντα με τις απόψεις των εκπροσώπων των Τραπεζών. Το μεγαλύτερο βαθμό ικανοποίησης επιτυγχάνουν «ο χρόνος εκταμίευσης του δανείου» (πολύ ικανοποιημένοι: 92,9%), «ο τρόπος καταβολής των δόσεων» (πολύ ικανοποιημένοι: 82,1%), «η ενημέρωση για τα έξοδα φακέλου» (πολύ ικανοποιημένοι: 60,7%), «η ενημέρωση για τα επιτόκια και τα δικαιολογητικά» (πολύ ικανοποιημένοι: 57,1%) και «ο χρόνος έγκρισης του δανείου» (πολύ ικανοποιημένοι: 50,0%). Σημειώνεται ότι σε όλα σχεδόν τα κριτήρια, οι απαντήσεις είναι συγκεντρωμένες στις απαντήσεις «πολύ ικανοποιημένες» και «αρκετά ικανοποιημένες» (Πίνακας 4.22).

Πίνακας 4.22

Κατά την άποψη σας, πόσο ικανοποιημένες είναι οι ΜΜΕ που έχουν συνάψει σύμβαση επιχειρηματικού δανείου με την Τράπεζά σας;

Ικανοποίηση από:	**Πολύ (%)**	**Αρκετά (%)**	**Λίγο (%)**	**Καθόλου (%)**	**Σύνολο (%)**
Την ενημέρωση που τους παρείχατε πριν τη σύναψη του δανείου τους για τα έξοδα του φακέλου	60,7	39,3	0,0	0,0	100,0
Την ενημέρωση που τους παρείχατε πριν τη σύναψη του δανείου τους για τον τρόπο που διαμορφώνονται τα επιτόκια	57,1	42,9	0,0	0,0	100,0
Την ενημέρωση που τους παρείχατε πριν τη σύναψη του δανείου τους για τις απαιτούμενες διαδικασίες και δικαιολογητικά	57,1	42,9	0,0	0,0	100,0
Το ύψος των προσφερόμενων επιτοκίων	25,0	75,0	0,0	0,0	100,0
Τις εξασφαλίσεις που ζητά η Τράπεζά σας προκειμένου να χορηγήσετε κάποιο δάνειο	39,3	60,7	0,0	0,0	100,0
Τα έξοδα του φακέλου	10,7	78,6	10,7	0,0	100,0
Το χρόνο έγκρισης του δανείου	50,0	50,0	0,0	0,0	100,0
Το χρόνο εκταμίευσης του δανείου	92,9	7,1	0,0	0,0	100,0
Τον τρόπο καταβολής των δόσεων	82,1	17,9	0,0	0,0	100,0
Το χρόνο κλεισίματος του φακέλου μετά την αποπληρωμή του δανείου	35,7	64,3	0,0	0,0	100,0

Τέλος, σε σχέση με τις «μεσαίες - μεγάλες» επιχειρήσεις, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις μειονεκτούν στα περισσότερα χαρακτηριστικά της συγκριτικής αξιολόγησης του ερωτηματολογίου, σύμφωνα με τις απόψεις των εκπροσώπων των Τραπεζών. Συγκεκριμένα, μόνο στο χαρακτηριστικό «μέγεθος πιστώσεων ως ποσοστό του τραπεζικού κύκλου εργασιών» οι ΜΜΕ πλεονεκτούν λίγο σύμφωνα με το 39,3% των απαντήσεων, ενώ το υπόλοιπο 60,7% των απαντήσεων είναι συγκεντρωμένο στην απάντηση «μειονεκτούν λίγο». Οι ΜΜΕ δεν διαφέρουν από τις μεσαίες-μεγάλες επιχειρήσεις στη «φερεγγυότητα» (57,1%) και στην «ενημέρωση που ζητούν οι εκπρόσωποι των εταιριών για τους όρους των συμβάσεων» (επίσης 57,1%). Σε όλα τα λοιπά χαρακτηριστικά, και σύμφωνα πάντα με τις απόψεις των εκπροσώπων των Τραπεζών του δείγματος, οι ΜΜΕ «μειονεκτούν λίγο» ή «μειονεκτούν πολύ» σε σχέση με τις μεσαίες-μεγάλες επιχειρήσεις (Πίνακας 4.23).

Πίνακας 4.23

Έχοντας περίπου σαφή εικόνα όσον αφορά τη διάκριση μεταξύ των «ΜΜΕ» και των «Μεσαίων - Μεγάλων» επιχειρήσεων, κατά την άποψη σας, πόσο μειονεκτούν ή πλεονεκτούν οι ΜΜΕ, στο σύνολο τους, σαν πελάτες του Υποκαταστήματος σας;

	Πλεονεκτούν πολύ (%)	**Πλεονεκτούν λίγο (%)**	**Δεν υπάρχει διαφορά με τις Μεσαίες-Μεγάλες (%)**	**Μειονεκτούν λίγο (%)**	**Μειονεκτούν πολύ (%)**	**Σύνολο (%)**
Φερεγγυότητα	0,0	0,0	57,1	42,9	0,0	100,0
Μέγεθος πιστώσεων (% Τραπεζικού Κύκλου Εργασιών)	0,0	39,3	0,0	60,7	0,0	100,0
Συνέπεια στην εξυπηρέτηση των υποχρεώσεων τους	0,0	0,0	3,6	92,9	3,6	100,0
Ευκολία παροχής Λογιστικών Στοιχείων	0,0	0,0	0,0	14,3	85,7	100,0
Ευκολία στην επικοινωνία (κουλτούρα εκπροσώπου, μόρφωση εκπροσώπου, κλπ.)	0,0	14,3	0,0	67,9	17,9	100,0
Ενημέρωση που ζητούν οι εκπρόσωποι των εταιριών για τους όρους των συμβάσεων	0,0	0,0	57,1	39,3	3,6	100,0
Είδος υπηρεσιών που ζητούν οι εταιρίες	0,0	0,0	0,0	57,1	42,9	100,0

4.2.5 Σύνοψη

Τα επιχειρηματικά δάνεια των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σημειώνουν αυξητική τάση, και ως εκ τούτου οι ΜΜΕ αποτελούν υψηλής προτεραιότητας στρατηγική για τις Τράπεζες. Αυτό προκύπτει από εμπειρική έρευνα μεταξύ των υποκαταστημάτων δύο από τις μεγαλύτερες Ελληνικές Τράπεζες, που εκπροσωπούν το 28,8% του συνολικού τραπεζικού δυναμικού σε αριθμό υποκαταστημάτων ή 37,6% στο σύνολο του απασχολουμένου προσωπικού.

Ειδικότερα,

- Τα δάνεια που παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη ζήτηση από τις ΜΜΕ, είναι: κεφάλαιο κίνησης και αγορά παγίων. Ενώ μηδαμινή είναι η ζήτηση για Leasing και προεξόφληση απαιτήσεων (factoring).

- Οι Τράπεζες προσπαθούν συστηματικά να διευκολύνουν τις ΜΜΕ που έχουν δυσκολίες να εξυπηρετήσουν τις υποχρεώσεις τους.

- Ο συνήθης τρόπος διευκόλυνσης των ΜΜΕ είναι η ρύθμιση των ληξιπρόθεσμων υποχρεώσεων.

- Το Ταμείο Εγγυοδοσίας, που έχει θεσπιστεί για τη στήριξη των ΜΜΕ, δεν επαρκεί για την κάλυψη της χρηματοδότησης των ΜΜΕ, και η πλειονότητα των υποκαταστημάτων, ενώ λαμβάνουν υπόψη τις εγγυήσεις του Ταμείου Εγγυοδοσίας, ζητούν από την επιχείρηση και πρόσθετες εγγυήσεις».

- Μοιρασμένες είναι οι απόψεις των εκπροσώπων των Τραπεζών για τους όρους χρηματοδότησης των ΜΜΕ λόγω της συνθήκης της «Βασιλείας ΙΙ». Το 53,6% εκφράζει την άποψη ότι θα είναι περισσότερο προσεκτικοί, σε σχέση με πριν τη «Βασιλεία ΙΙ», και το 42,9% πιστεύει ότι η συνθήκη της «Βασιλείας ΙΙ» θα επηρεάσει ελάχιστα τους όρους χρηματοδότησης των ΜΜΕ.

- Τα βασικότερα κριτήρια αξιολόγησης της δανειοληπτικής ικανότητας των ΜΜΕ από τις Τράπεζες είναι οι συνολικές δανειακές επιβαρύνσεις, η εξέλιξη των αποτελεσμάτων, η εξέλιξη του κύκλου εργασιών, η συνέπεια στην εξυπηρέτηση προηγούμενων δανείων και τα έτη δραστηριοποίησης της επιχείρησης.

- Οι κύριοι λόγοι απόρριψης του αιτήματος για δανειοδότηση μιας ΜΜΕ είναι ότι η επιχείρηση έχει πολλές επιβαρύνσεις από άλλα δάνεια τα οποία δεν μπορεί να εξυπηρετήσει, η επιχείρηση παρουσίασε προβλήματα στην εξυπηρέτηση προηγούμενων δάνειων από την ίδια Τράπεζα, το επενδυτικό σχέδιο που υπέβαλε για χρηματοδότηση κρίνεται ως μη βιώσιμο, η επιχείρηση είναι ζημιογόνος πάνω από 2 χρόνια, ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση παρουσιάζει φθίνουσα δραστηριότητα και η επιχείρηση δεν παρουσιάζει σημαντικά κέρδη.

- Ο βαθμός ευελιξίας των υποκαταστημάτων στους όρους δανεισμού των ΜΜΕ, εξαρτάται από την κεντρική πολιτική της Τράπεζας. Συγκεκριμένα, τα υποκαταστήματα της πρώτης Τράπεζας απάντησαν ότι δεν έχουν καμία ευελιξία, ενώ τα υποκαταστήματα της δεύτερης Τράπεζας δήλωσαν ότι έχουν αρκετά μεγάλη ευελιξία. Επίσης, από την πολιτική της Τράπεζας εξαρτάται και εάν οι στόχοι των δανειακών συμβάσεων που θέτει η Κεντρική Διοίκηση της Τράπεζας, επηρεάζει τη διατύπωση θετικής εισήγησης για έγκριση ενός επιχειρηματικού δανείου από το υποκατάστημα. Πάντως, η εισηγητική έκθεση του υποκαταστήματος, που υποβάλλεται μαζί με το αίτημα δανεισμού της ΜΜΕ στο κεντρικό κατάστημα της Τράπεζας, έχει καθοριστικό ρόλο στους όρους του δανεισμού.

- Διαφορετική πολιτική ακολουθούν οι Τράπεζες για να κρατήσουν τους πελάτες τους και να μη στραφούν προς τον ανταγωνισμό. Μία πολιτική είναι, εάν κάποια ΜΜΕ πελάτης της Τράπεζας πληροί τους όρους δανεισμού αλλά ανταγωνίστρια Τράπεζα της προσφέρει ευνοϊκότερους όρους, να επανέρχονται με νέο αίτημα στο κεντρικό εγκριτικό όργανο. Ενώ, μία άλλη πολιτική είναι να τροποποιούν τους όρους και να τους προσαρμόζουν σε αυτούς του ανταγωνισμού.

- Όμως, την ίδια πολιτική ακολουθούν όταν προσπαθούν να προσελκύσουν νέους πελάτες από τον ανταγωνισμό. Εάν κάποια ΜΜΕ, που δεν είναι πελάτης τους, πληροί τους όρους δανεισμού, αλλά ανταγωνίστριες τράπεζες της έχουν προσφέρει ευνοϊκότερους όρους, τότε συνήθως επανέρχονται με νέο αίτημα στο κεντρικό εγκριτικό όργανο.

- Ικανοποιημένες εμφανίζονται οι ΜΜΕ από τα επιχειρηματικά δάνεια που έχουν συνάψει με τις Τράπεζες του δείγματος, σύμφωνα με τις απόψεις των εκπροσώπων των Τραπεζών. Το μεγαλύτερο βαθμό ικανοποίησης επιτυγχάνουν ο χρόνος εκταμίευσης του δανείου, ο τρόπος καταβολής των δόσεων, η ενημέρωση για τα έξοδα φακέλου, η ενημέρωση για τα επιτόκια και τα δικαιολογητικά και ο χρόνος έγκρισης του δανείου.

- Τέλος, σε σχέση με τις μεσαίες - μεγάλες επιχειρήσεις, οι ΜΜΕ μειονεκτούν στα περισσότερα χαρακτηριστικά, σύμφωνα με τις απόψεις των εκπροσώπων των τραπεζών. Μόνο στο χαρακτηριστικό «μέγεθος πιστώσεων ως ποσοστό του τραπεζικού κύκλου εργασιών» οι ΜΜΕ πλεονεκτούν λίγο σύμφωνα με το 39,3% των απαντήσεων. Οι ΜΜΕ δεν διαφέρουν από τις μεσαίες-μεγάλες επιχειρήσεις στη «φερεγγυότητα» και στην «ενημέρωση που ζητούν οι εκπρόσωποι των εταιριών για τους όρους των συμβάσεων». Σε όλα τα λοιπά χαρακτηριστικά, και σύμφωνα πάντα με τις απόψεις των εκπροσώπων των Τραπεζών του δείγματος, οι ΜΜΕ «μειονεκτούν λίγο» ή «μειονεκτούν πολύ» σε σχέση με τις μεσαίες-μεγάλες επιχειρήσεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Το Κέντρο Μελετών και Έρευνας του Εμπορικού & Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών (ΚΕΜΕ/ΕΒΕΑ), στο πλαίσιο των προσπαθειών του Επιμελητηρίου να διερευνήσει τις σχέσεις του επιχειρηματικού κόσμου με το τραπεζικό σύστημα, καθώς και του τρόπου που αυτό αντιμετωπίζει τις ανάγκες των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (ΜΜΕ), αποφάσισε τη διεξαγωγή εκτεταμένης έρευνας μεταξύ των ΜΜΕ, που είναι μέλη του ΕΒΕΑ.

Η έρευνα διενεργήθηκε σε δύο στάδια: στο πρώτο στάδιο έγινε η έρευνα πεδίου από την εταιρεία ΚΑΠΑ RESEARCH τα αποτελέσματα της οποίας έχουν ήδη ανακοινωθεί. Στο δεύτερο στάδιο μελετητική ομάδα αποτελούμενη από Καθηγητές του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών ανέλυσε σε βάθος τα στοιχεία της έρευνας πεδίου και κατέληξε στα συμπεράσματα και τις προτάσεις της παρούσας μελέτης.

Το δείγμα κάλυψε 1.811 ΜΜΕ από όλες τις κατηγορίες των επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, με βάση την απογραφή των επιχειρήσεων της Εθνικής Στατιστικής Υπηρεσίας Ελλάδος (ΕΣΥΕ) και τα μητρώα του ΕΒΕΑ προσδιορίστηκε η ποσοστιαία σύνθεση του πληθυσμού των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας (μεταποίηση, εμπόριο, υπηρεσίες και ακίνητη περιουσία) και αριθμό απασχολούμενων ατόμων. Έτσι, το δείγμα κάλυψε όλες τις κατηγορίες των επιχειρήσεων ανάλογα με τα ποσοστά σύνθεσης του πληθυσμού των ΜΜΕ. Επίσης η έρευνα κάλυψε και δείγμα υποκαταστημάτων δύο μεγάλων Τραπεζών.

<u>Συμπεράσματα της έρευνας από την πλευρά των ΜΜΕ:</u>

Ο κλάδος που δραστηριοποιούνται οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις συσχετίζεται έντονα με το μέγεθος τους, όπως αυτό εκφράζεται από τον αριθμό των απασχολουμένων, με αποτέλεσμα να έχουν διαφορετικές απόψεις όσον αφορά τις σχέσεις τους με το τραπεζικό σύστημα.

Ειδικότερα,

- Περίπου το 60% των επιχειρήσεων θεωρεί τον τραπεζικό δανεισμό απαραίτητο για την επιχειρηματική τους δραστηριότητα με σημαντικές, όμως, διαφορές μεταξύ διαφορετικού μεγέθους επιχειρήσεις. Έτσι, οι μεγάλες ΜΜΕ (50 - 250 απασχολούμενοι) θεωρούν απαραίτητο τον τραπεζικό δανεισμό σε ποσοστό 76,2% έναντι 67% των ΜΜΕ μεσαίου

μεγέθους (10 - 49 απασχολούμενοι) και 55,8% των μικρών επιχειρήσεων (μέχρι 9 απασχολούμενοι).

- Όμως, η ζήτηση των τραπεζικών υπηρεσιών εξαρτάται τόσο από τον κλάδο οικονομικής δραστηριότητας, όσο και από το μέγεθος της επιχείρησης. Για παράδειγμα, τα εμβάσματα στο εξωτερικό αγγίζουν το 56% στις μεταποιητικές επιχειρήσεις, οι οποίες παρουσιάζουν και το υψηλότερο ποσοστό στην προεξόφληση επιταγών (35,6%) και στην αγορά συναλλάγματος (32,5%). Ενώ, στον κλάδο των υπηρεσιών υπάρχει μεγαλύτερη, σε σχέση με τους λοιπούς κλάδους, ζήτηση για έκδοση πιστωτικών καρτών (41,9%), πληρωμή εταιρικών λογαριασμών με πάγια εντολή (43,2%), μισθοδοσία (45,3%), e-banking (58,8%) και phone-banking (25,7%). Είναι δε χαρακτηριστικό ότι οι εμπορικές επιχειρήσεις, με εξαίρεση τους αποταμιευτικούς λογαριασμούς, παρουσιάζουν τα μικρότερα ποσοστά ζήτησης σε όλες τις τραπεζικές υπηρεσίες.

- Η διαφάνεια των όρων του τραπεζικού δανεισμού είναι ένα βασικό χαρακτηριστικό των σχέσεων των ΜΜΕ με τις Τράπεζες, που προβληματίζει τις επιχειρήσεις. Μόνο το 5,5% των ΜΜΕ πιστεύει ότι οι όροι του τραπεζικού δανεισμού είναι απόλυτα διαφανείς. Όσο δε μικρότερη είναι η επιχείρηση, τόσο μικρότερο είναι το ποσοστό αυτό (0 - 9 άτομα: 4,5%, 10 - 49 άτομα: 9,7%, 50 - 250 άτομα: 15%). Το γεγονός είναι ότι η πλειονότητα των ΜΜΕ (53,9%) θεωρεί τους όρους δανεισμού λίγο ή καθόλου διαφανείς. Όμως, και σε αυτήν την περίπτωση το μέγεθος της επιχείρησης ασκεί σημαντική διαφοροποίηση (μικρές ΜΜΕ: 56,4%, μεσαίες ΜΜΕ: 45,5%, μεγάλες ΜΜΕ: 28%).

- Πέντε χρόνια μετά την ένταξη της χώρας μας στη ζώνη του Ευρώ, σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων συνεχίζει να αμφισβητεί τις θετικές επιδράσεις του ενιαίου νομίσματος. Έτσι, σχεδόν το 40% των ΜΜΕ πιστεύει ότι η ένταξη της χώρας μας στη ζώνη του Ευρώ δεν βοήθησε στον εκσυγχρονισμό και την πιο διαφανή λειτουργία του τραπεζικού συστήματος σε ότι αφορά τους όρους του τραπεζικού δανεισμού, ούτε δημιούργησε συνθήκες μεγαλύτερης εμπιστοσύνης στις ΜΜΕ σε σχέση με τη σύναψη των δανείων. Σημειώνονται όμως σημαντικές διαφορές μεταξύ των απόψεων των επιχειρήσεων ανάλογα με το μέγεθος τους, και το ποσοστό των μεγάλων επιχειρήσεων που δεν συμφωνούν με τις θετικές επιδράσεις του Ευρώ περιορίζεται σε 32%.

- Στον χώρο των μικρομεσαίων επιχειρήσεων επικρατεί η άποψη ότι οι Τράπεζες τις αντιμετωπίζουν με διαφορετικό τρόπο, από ότι τις μεγάλες επιχειρήσεις, στη χορήγηση

δανείων. Η πλειονότητα των ΜΜΕ (84,1%) εκφράζει την άποψη ότι οι Τράπεζες τις αντιμετωπίζουν με δυσμενέστερους όρους, ως προς τα εξής: περισσότερες εξασφαλίσεις (40,1%), υψηλότερο επιτόκιο (39%) και υψηλότερες επιβαρύνσεις (19,2%).

- Όσον αφορά το νόμισμα σύναψης δανείων, η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων προτιμά να συνάπτει δάνεια σε Ευρώ (97,6%) και μόνο το 2,4% επιλέγει ξένο νόμισμα. Το ξένο νόμισμα επιλέγεται από το 5,4% των μεγάλων επιχειρήσεων έναντι 1,4% των μικρών επιχειρήσεων.

- Περίπου το ένα τρίτο (36,4%) των επιχειρήσεων του δείγματος αντιμετώπισε οικονομικές δυσκολίες στην εξυπηρέτηση του δανείου τους. Από αυτές, το 75,5% απάντησαν ότι διευκολύνθηκαν από την Τράπεζα τους, ενώ το λοιπό 24,5% απάντησαν ότι δεν έτυχαν κάποιας διευκόλυνσης. Τα ποσοστά των απαντήσεων ήταν περίπου τα ίδια σε όλες τις επιχειρήσεις ανεξάρτητα από το μέγεθος και τον κλάδο οικονομικής δραστηριότητας.

- Η πλειονότητα των επιχειρήσεων (72%) αγνοεί την ύπαρξη του Ταμείου Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΕ). Στις μεγαλύτερες επιχειρήσεις το ποσοστό των επιχειρήσεων που αγνοεί το ΤΕΜΠΕ περιορίζεται σε 64,8%. Από τις επιχειρήσεις που γνωρίζουν το ΤΕΜΠΕ μόνο το 44% πιστεύει ότι διευκολύνει τη λήψη δανείου.

<u>Συμπεράσματα της έρευνας από την πλευρά των Τραπεζών:</u>

Τα επιχειρηματικά δάνεια των μικρομεσαίων επιχειρήσεων σημειώνουν αυξητική τάση, και ως εκ τούτου οι ΜΜΕ αποτελούν υψηλής προτεραιότητας στρατηγική για τις Τράπεζες. Αυτό προκύπτει από την έρευνα μεταξύ των υποκαταστημάτων δύο από τις μεγαλύτερες Ελληνικές Τράπεζες, που εκπροσωπούν το 28,8% του συνολικού τραπεζικού δυναμικού σε αριθμό υποκαταστημάτων ή 37,6% στο σύνολο του απασχολουμένου προσωπικού.

Ειδικότερα,

- Τα δάνεια που παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη ζήτηση από τις ΜΜΕ, είναι: κεφάλαιο κίνησης και αγορά παγίων. Ενώ μηδαμινή είναι η ζήτηση για Leasing και προεξόφληση απαιτήσεων (factoring).

- Οι Τράπεζες, όπως δηλώνουν οι ίδιες, προσπαθούν συστηματικά να διευκολύνουν τις ΜΜΕ που έχουν δυσκολίες να εξυπηρετήσουν τις υποχρεώσεις τους. Ο συνήθης τρόπος διευκόλυνσης των ΜΜΕ είναι η ρύθμιση των ληξιπρόθεσμων υποχρεώσεων.

- Μοιρασμένες είναι οι απόψεις των εκπροσώπων των Τραπεζών για τους όρους χρηματοδότησης των ΜΜΕ λόγω της συνθήκης της «Βασιλείας ΙΙ». Το 53,6% εκφράζει την άποψη ότι θα είναι περισσότερο προσεκτικοί, σε σχέση με πριν τη «Βασιλεία ΙΙ», και το 42,9% πιστεύει ότι η συνθήκη της «Βασιλείας ΙΙ» θα επηρεάσει ελάχιστα τους όρους χρηματοδότησης των ΜΜΕ.

- Τα βασικότερα κριτήρια αξιολόγησης της δανειοληπτικής ικανότητας των ΜΜΕ από τις Τράπεζες είναι οι συνολικές δανειακές επιβαρύνσεις, η εξέλιξη των αποτελεσμάτων, η εξέλιξη του κύκλου εργασιών, η συνέπεια στην εξυπηρέτηση προηγούμενων δανείων και τα έτη δραστηριοποίησης της επιχείρησης.

- Οι κύριοι λόγοι απόρριψης ενός αιτήματος για δανειοδότηση μιας ΜΜΕ είναι ότι η επιχείρηση έχει πολλές επιβαρύνσεις από άλλα δάνεια τα οποία δεν μπορεί να εξυπηρετήσει, η επιχείρηση παρουσίασε προβλήματα στην εξυπηρέτηση προηγούμενων δάνειων από την ίδια Τράπεζα, το επενδυτικό σχέδιο που υπέβαλε για χρηματοδότηση κρίνεται ως μη βιώσιμο, η επιχείρηση είναι ζημιογόνος πάνω από 2 χρόνια, ο κλάδος στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση παρουσιάζει φθίνουσα δραστηριότητα και η επιχείρηση δεν παρουσιάζει σημαντικά κέρδη.

- Διαφορετική πολιτική ακολουθούν οι Τράπεζες για να κρατήσουν τους πελάτες τους και να μη στραφούν προς τον ανταγωνισμό. Μία πολιτική είναι, εάν κάποια ΜΜΕ πελάτης της Τράπεζας πληροί τους όρους δανεισμού αλλά ανταγωνίστρια Τράπεζα της προσφέρει ευνοϊκότερους όρους, να επανέρχονται τα περιφερειακά καταστήματα με νέο αίτημα προς το κεντρικό εγκριτικό όργανο. Ενώ, μία άλλη πολιτική είναι να τροποποιούν τους όρους και να τους προσαρμόζουν σε αυτούς του ανταγωνισμού.

- Την ίδια πολιτική ακολουθούν οι Τράπεζες όταν προσπαθούν να προσελκύσουν νέους πελάτες από τον ανταγωνισμό. Εάν κάποια ΜΜΕ, που δεν είναι πελάτης τους, πληροί τους όρους δανεισμού, αλλά ανταγωνίστριες Τράπεζες της έχουν προσφέρει ευνοϊκότερους όρους, τότε πάλι επανέρχονται με νέο αίτημα προς το κεντρικό εγκριτικό όργανο.

- Τέλος, σε σχέση με τις μεσαίες - μεγάλες επιχειρήσεις, οι ΜΜΕ μειονεκτούν στα περισσότερα χαρακτηριστικά, σύμφωνα με τις απόψεις των εκπροσώπων των Τραπεζών. Μόνο στο χαρακτηριστικό «μέγεθος πιστώσεων ως ποσοστό του τραπεζικού κύκλου εργασιών» οι ΜΜΕ πλεονεκτούν λίγο σύμφωνα με το 39,3% των απαντήσεων. Οι ΜΜΕ δεν διαφέρουν από τις μεσαίες-μεγάλες επιχειρήσεις στη «φερεγγυότητα» και στην «ενημέρωση που ζητούν οι εκπρόσωποι των εταιριών για τους όρους των συμβάσεων». Σε όλα τα λοιπά χαρακτηριστικά, και σύμφωνα πάντα με τις απόψεις των εκπροσώπων των Τραπεζών του δείγματος, οι ΜΜΕ «μειονεκτούν λίγο» ή «μειονεκτούν πολύ» σε σχέση με τις μεσαίες-μεγάλες επιχειρήσεις.

Προτάσεις Πολιτικής:

Με την πάροδο του χρόνου καθίσταται όλο και περισσότερο φανερή η σημασία των ΜΜΕ για την οικονομία αφού αυτές συμβάλλουν σημαντικά στη δημιουργία θέσεων απασχόλησης, αλλά και στο παραγόμενο εθνικό προϊόν και τις εξαγωγές.

Παράλληλα, παρά τις εσωτερικές αδυναμίες που έχουν οι ΜΜΕ (κακή οργάνωση, έλλειψη ιδίων κεφαλαίων, μικρή παραγωγικότητα, κ.α.), το δυσμενές εξωτερικό περιβάλλον που αντιμετωπίζουν τόσο από πλευράς δημόσιας διοίκησης (γραφειοκρατία, φορολογικό σύστημα, τραπεζική χρηματοδότηση, κ.α.) αλλά και τον έντονο ανταγωνισμό που έφερε η διεθνοποίηση των οικονομιών, κατορθώνουν να επιβιώνουν.

Τα τελευταία χρόνια η διάσταση των ΜΜΕ ενσωματώνεται όλο και περισσότερο στην εθνική, αλλά και την κοινοτική πολιτική γεγονός που επιβεβαιώνει την αναγνώριση του ρόλου και της σημασίας των ΜΜΕ. Εθνικοί και κοινοτικοί πόροι διατίθενται στις ΜΜΕ προκειμένου να καλύψουν ένα μέρος των χρηματοδοτικών τους αναγκών.

Το σημαντικότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ είναι αυτό της πρόσβασής τους στον τραπεζικό τομέα η οποία καθίσταται αναγκαία για την χρηματοδότηση τόσο των λειτουργικών τους αναγκών όσο και της ανάπτυξής τους εξαιτίας τόσο των περιορισμένων πόρων που διαθέτουν όσο και της αδυναμίας τους να προσφύγουν σε άλλες μορφές χρηματοδότησης (χρηματιστήριο, ομολογιακά δάνεια, κ.α.).

Μέχρι πρόσφατα οι ΜΜΕ αντιμετωπίζονταν από τις Τράπεζες με επιφυλακτικότητα γεγονός που συνεπαγόταν μικρότερη και με υψηλό κόστος χρηματοδότηση. Τα τελευταία χρόνια

σημειώνεται στροφή των Τραπεζών προς τη μεγάλη δεξαμενή των ΜΜΕ παρέχοντας σε αυτές διάφορες μορφές χρηματοδότησης ανάλογα με τις ανάγκες τους. Προς την κατεύθυνση αυτή βοήθησε και η δημιουργία του Ταμείου Εγγυοδοσίας Πολύ Μικρών και Μικρών Επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΕ) το οποίο παρέχει μερικώς εγγύηση προς τις Τράπεζες για τα δάνεια που χορηγούν προς τις ΜΜΕ και τα επιδοτεί.

Παρά τις παραπάνω εξελίξεις τα προβλήματα χρηματοδότησης των ΜΜΕ παραμένουν. Οι δυσκολίες αυτές πηγάζουν από την ανεπαρκή οργανωσιακή τους δομή και την περιορισμένη ενημέρωσή τους για τα χρηματοοικονομικά προϊόντα, τις σύγχρονες μεθόδους συναλλαγής με τις Τράπεζες με τη χρήση των νέων τεχνολογιών και τις εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης. Συγκεκριμένα, οι μικρές επιχειρήσεις (μέχρι και 9 εργαζόμενους), που αποτελούν και τη συντριπτική πλειοψηφία (άνω του 85%) των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, εμφανίζονται επιφυλακτικές στις σχέσεις τους με τις Τράπεζες, γεγονός που περισσότερο οφείλεται στην έλλειψη ενημέρωσης από την πλευρά των επιχειρήσεων, παρά στην έλλειψη σαφήνειας των όρων συνεργασίας από την πλευρά των Τραπεζών. Αυτό είναι ένα από τα βασικά συμπεράσματα της έρευνας. Επομένως, μία σειρά από ενέργειες που θα οδηγούσαν σε πληρέστερη ενημέρωση των ΜΜΕ είναι επιθυμητή. Αναλυτικότερα, προτείνεται οι διάφοροι επαγγελματικοί φορείς με κατάλληλες ενέργειες (σεμινάρια, φυλλάδια, κλπ) να ενημερώσουν τα μέλη τους για τα πιο κάτω θέματα:

- Τραπεζικές διαδικασίες και χρηματοοικονομικά προϊόντα (προσδιορισμός επιτοκίου χορηγήσεων, κόστος χρήματος, κριτήρια αξιολόγησης των επιχειρήσεων από τις Τράπεζες, κ.λπ.).

- Σύγχρονες μέθοδοι συναλλαγής με τις Τράπεζες με τη χρήση των νέων τεχνολογιών για αποτελεσματικότερες τραπεζικές συναλλαγές (π.χ., πόσες ΜΜΕ γνωρίζουν ότι το κόστος μεταφοράς χρημάτων στο εξωτερικό μέσω e-banking είναι λιγότερο από € 1, σε σχέση με το έμβασμα που μπορεί να έχει κόστος μέχρι και € 20 τουλάχιστον;).

- Εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης και αξιοποίησής τους (Τι προσφέρει στις ΜΜΕ το Ταμείο Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων – ΤΕΜΠΕ; Πώς αξιοποιούνται οι αναπτυξιακοί νόμοι; Ποιά προγράμματα επιδοτούνται από την Ε.Ε.; κ.λπ.).

- Πώς το Ευρώ οδήγησε στη μείωση του κόστους του χρήματος, βελτίωσε τους όρους συναλλαγής με τις Τράπεζες και συνέβαλε στην αύξηση της εξωστρέφειας των ελληνικών επιχειρήσεων;

- Τι σημαίνει η «Βασιλεία ΙΙ» και πώς επηρεάζει τις σχέσεις των ΜΜΕ με τις Τράπεζες; Η Συνθήκη της «Βασιλείας ΙΙ» αποτελεί ένα μέσο πίεσης των ΜΜΕ για να βελτιώσουν τις οργανωσιακές τους αδυναμίες ώστε να είναι σε θέση να παρέχουν στις Τράπεζες τις αναγκαίες πληροφορίες για την αξιολόγηση της πιστοληπτικής τους ικανότητας.

Προς την κατεύθυνση αυτή μπορεί το ΕΒΕΑ να βοηθήσει τις ΜΜΕ αφενός να βελτιώσουν την οργάνωσή τους, αφετέρου να αξιοποιούν πιο αποτελεσματικά τους πόρους που αντλούν από διάφορες πηγές. Επίσης, οι επαγγελματικοί φορείς σε συνεργασία με την Ένωση των Τραπεζών πρέπει να ενημερώσουν τα στελέχη των Τραπεζών για τις ιδιαιτερότητες των μικρών επιχειρήσεων σε μία προσπάθεια βελτίωσης των παρεχομένων υπηρεσιών. Συγκεκριμένα, οι Τράπεζες θα πρέπει να παρέχουν καλύτερη ενημέρωση στις ΜΜΕ για τα διάφορα χρηματοοικονομικά προϊόντα, τους όρους δανειοδότησης, το ακριβές ύψος των επιβαρύνσεων, πού και γιατί οι όροι που προσφέρουν στις ΜΜΕ διαφέρουν από τους όρους συναλλαγής με τις μεγάλες επιχειρήσεις, καθώς και σε άλλα σχετικά θέματα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Α. ΕΛΛΗΝΙΚΗ

1. Γκόρτζος, Χ., 50 χρόνια Ευρωπαϊκή Κοινότητα, Τα Στάδια Διαμόρφωσης του Ευρωπαϊκού Χρηματοπιστωτικού Δικαίου, 2007
2. Ευρωπαϊκή Επιτροπή
3. Ζαπουνίδης, Κ., Οι Χρηματοοικονομικές Επιδόσεις των Μεταποιητικών ΜΜΕ στην Ελλάδα, Πολυτεχνείο Κρήτης, 2005
4. ICAP, Δημιουργία και Κλείσιμο Επιχειρήσεων, 2007
5. ΙΟΒΕ, Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2004-2005, 2006
6. ΙΤΕΠ, Τουριστικά Καταλύματα Μικρού και Μεσαίου Μεγέθους, 2007
7. Μαυρέλος Ι., Leasing: Το καλύτερο εργαλείο χρηματοδότησης, 2005
8. Προβόπουλος Γ. και Καπόπουλος Π., Το Ελληνικό Χρηματοπιστωτικό Σύστημα, 2004
9. ΣΕΒ-ΙΟΒΕ, Έρευνα Μέτρησης Κόστους Προσαρμογής των Επιχειρήσεων στις Διοικητικές Απαιτήσεις, 2005
10. Τράπεζα της Ελλάδος, Έκθεση Διοικητή, 2007
11. ΥΠΑΝ, Ετήσια Έκθεση για την Ανταγωνιστικότητα, 2007

Β. ΞΕΝΗ

1. European Union, «Comparison Between the Financial Structure of SMEs and that of Les using the Bach Database», Economic Paper, 2001
2. European Commission, Observation of European SMEs, SMEs in Europe 2003
3. ENSR, Enterprise Survey, 2002
4. IMD, World Competitiveness Yearbook, 2004
5. World Bank, Doing Business, 2006