



ΑΝΩΤΑΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΕΙΡΑΙΑ
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΥ ΤΟΜΕΑ

Α.Ε.Ι. ΠειραιάΤ.Τ.
Σχολή Διοίκησης & Οικονομίας
Τμήμα Λογιστικής & Χρηματοοικονομικής

Πτυχιακή Εργασία:

Επιχειρηματικότητα στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

Entrepreneurship in SMBs

Πτυχιακή Εργασία της:
ΙΩΑΝΝΟΥ ΕΙΡΗΝΗΣ
Α.Μ. 14563

Επιβλέπων:
ΠΑΤΣΙΚΑΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ, ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

Πειραιάς,
Μάρτιος 2016

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	4
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ	6
1.1 Ορισμός των ΜΜΕ και της επιχειρηματικότητας.....	6
1.2 Επιχειρηματικότητα και ΜΜΕ στην Ελλάδα.....	10
1.3 Προβλήματα και προκλήσεις Ελληνικής επιχειρηματικότητας και ΜΜΕ	18
1.4 Ενίσχυση επιχειρηματικότητας και ΜΜΕ στην Ελλάδα	26
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	33
2.1 Η ποιοτική έρευνα.....	33
2.2 Το μεθοδολογικό εργαλείο της συνέντευξης	35
2.3 Δείγμα της έρευνας	37
2.4 Ηθική της έρευνας.....	39
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	40
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	43
4.1 Συμπεράσματα της έρευνας	43
4.2 Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα.....	45
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	46
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	50

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΙΝΑΚΩΝ

Πίνακας 1. Ποσοτικά και ποιοτικά κριτήρια για τον ορισμό των ΜΜΕ.....	7
Πίνακας 2. Αριθμός ΜΜΕ και αριθμός απασχολούμενων σε αυτές στην Ελλάδα, 2013.....	10
Πίνακας 3. Κατηγορίες Χρηματοδοτικών Εργαλείων, οφέλη και τομείς εφαρμογής.....	28
Πίνακας 4. Ωφελημένες Επιχειρήσεις από τα Χρηματοδοτικά εργαλεία της ΕΕ.....	29
Πίνακας 5. Στόχοι Στρατηγικής Ευρώπη 2020.....	31
Πίνακας 6. Δείγμα της έρευνας	37

ΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΣΧΗΜΑΤΩΝ

Γράφημα 1. Αριθμός ΜΜΕ και την ΕΕ, 2008- 2015 (εκτίμηση).....	11
Γράφημα 2. Αριθμός απασχολούμενων στις ΜΜΕ στην Ελλάδα και την ΕΕ, 2008-2015 (εκτίμηση).....	15
Γράφημα 3. Προστιθέμενη αξία ΜΜΕ στην Ελλάδα και στην ΕΕ, 2008-2015 (εκτίμηση).....	16
Γράφημα 4. Εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως % πληθυσμού στην Ελλάδα, 2003-2014.....	17
Γράφημα 5. Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και επιχειρηματικότητα ανάγκης στην Ελλάδα, 2003-2013.....	18
Γράφημα 6. Τα προβλήματα στη λειτουργία των ΜΜΕ στην Ελλάδα, 2013.....	23
Γράφημα 7. Λόγοι διακοπής της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα, 2013.....	25
Γράφημα 8. Διαχρονική Απορρόφηση Κονδυλίων ΕΣΠΑ, 2009-2014.....	30

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) αποτελούν μια μορφή οργανωσιακής δραστηριοποίησης ιδιαίτερα σημαντικής, για τη λειτουργία του οικονομικού κυκλώματος. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, διακρίνονται από τις άλλες μορφές οργάνωσης, μέσα από τη χρήση συγκεκριμένων μεγεθών. Τα μεγέθη αυτά είναι ο αριθμός των απασχολούμενων ατόμων, ο κύκλος εργασιών και το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού. Οι τρεις αυτές κατηγορίες επιχειρούν να προσδιορίσουν τα σημαντικότερα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής πρωτοβουλίας, και να καταστήσουν κατανοητή το επίπεδο της δραστηριοποίησης της.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αναπτύσσουν σημαντική οικονομική δραστηριότητα, η οποία μπορεί να έχει σημαντικές επιδράσεις όχι μόνο στην αποτελεσματική λειτουργία του οικονομικού κυκλώματος αλλά και στην κοινωνική ισορροπία. Και αυτό διότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν πομπούς μετάδοσης της γνώσης και της επιχειρηματικότητας σε επίπεδο μικρής κλίμακας. Η επιχειρηματικότητα που αναπτύσσεται στις μικρές επιχειρήσεις μπορεί να βασιστεί σε ιδιαίτερα πρωτοποριακές ιδέες, οι οποίες μπορούν να συμβάλλουν στη διαφοροποίηση των οικονομικών μονάδων από τις ανταγωνιστικές τους

Η παγκόσμια οικονομική κρίση άλλαξε ριζικά τις συνθήκες της αγοράς στην οποία λειτουργούν οι επιχειρήσεις. Η κρίση αποτελεί απειλή γενικότερα για την ζωή των επιχειρήσεων και των δραστηριοτήτων τους και καταστρέφει την παραγωγική τους ικανότητα. Πράγματι, οι επιπτώσεις ήταν εκτεταμένες, ανεξάρτητα από το μέγεθος της βιομηχανίας ή της επιχείρησης ή της θέσης της στην αγορά. Ειδικότερα, η κρίση που αντιμετωπίζουν οι σημερινές επιχειρήσεις αποτελεί μια απρόβλεπτη κατάσταση που εσωκλείει μεγάλη ένταση, και απειλεί τις υπάρχουσες αξίες και τους στόχους τους.

Οι οικονομικές κρίσεις εμποδίζουν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις να εκπληρώσουν τις διάφορες λειτουργίες τους με τρόπο υγιή, εμποδίζοντας την παραγωγή, την εμπορία, τη χρηματοδότηση και τη διοίκηση των επιχειρήσεων. Οι επιπτώσεις της οικονομικής κρίσης μπορούν να μετρηθούν βάσει οικονομικών δεικτών. Οι οικονομικές δυσκολίες μειώνουν την παραγωγική ικανότητα, την απασχόληση,

παρουσιάζουν αλλαγές στο χώρο εργασίας, δυσκολίες στην εισαγωγή και εξαγωγή προϊόντων, μειώνουν τις επενδύσεις, κ.α.

Σκοπός της παρούσας εργασίας είναι να διερευνηθεί η επιχειρηματικότητα και πιο συγκεκριμένα οι ΜΜΕ επιχειρήσεις στην Ελλάδα, υπό το πρίσμα της οικονομικής κρίσης και γενικότερα του πολιτικού και οικονομικού περιβάλλοντος που διαμορφώνεται στην Ελλάδα σήμερα. Για το σκοπό αυτό, έχει εκπονηθεί έρευνα σε 10 ιδιοκτήτες ΜΜΕ επιχειρήσεων στην Ελλάδα και πιο συγκεκριμένα σε διάφορους δήμους του Ν. Αττικής.

Η δομή της εργασίας έχει ως εξής. Το πρώτο κεφάλαιο αναπτύσσει τις έννοιες της επιχειρηματικότητας και των ΜΜΕ, ενώ παράλληλα παραθέτει στοιχεία σχετικά με την επιχειρηματικότητα και τις ΜΜΕ στην Ελλάδα από το 2008 και έπειτα. Το δεύτερο κεφάλαιο περιγράφει τη μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για αυτήν την έρευνα, το μεθοδολογικό εργαλείο, αλλά και το δείγμα της έρευνας. Το τρίτο κεφάλαιο παραθέτει τα αποτελέσματα από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε, ενώ το τέταρτο συνοψίζει τα κυριότερα συμπεράσματα της έρευνας και βάσει των περιορισμών αυτής, καταθέτει προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1. ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

1.1 Ορισμός των ΜΜΕ και της επιχειρηματικότητας

Η έννοια της επιχειρηματικότητας «υποδηλώνει ή εμπεριέχει συμπεριφορές και δεξιότητες, οι οποίες αφορούν στην πρωτοβουλία και την απόπειρα για την έναρξη μιας δραστηριότητας, στην οργάνωση και τη μεθόδευση των σχετικών ενεργειών, στην ύπαρξη κάποιου στόχου και στην κινητοποίηση προς την επίτευξη του, δηλαδή για ουσιαστική και δυναμική παρέμβαση στην κοινωνική πραγματικότητα», ενώ «ως επιχειρηματικότητα μπορεί να θεωρηθεί η σύλληψη και η εκτέλεση μιας ιδέας, η οποία μπορεί να επιφέρει κάποια προστιθέμενη αξία (π.χ. για την κοινωνία, την αγορά), με την αφιέρωση του απαραίτητου χρόνου, την καταβολή ανάλογης προσπάθειας, την ανάληψη των συνοδευτικών οικονομικών, ψυχολογικών και κοινωνικών κινδύνων και τη διαχείριση των αντίστοιχων εκροών»¹.

Σύμφωνα με έναν άλλον ορισμό, η επιχειρηματικότητα «μπορεί να θεωρηθεί η σύλληψη και η εκτέλεση μιας ιδέας, η οποία μπορεί να επιφέρει κάποια προστιθέμενη αξία (π.χ. για την κοινωνία, την αγορά), με την αφιέρωση του απαραίτητου χρόνου, την καταβολή ανάλογης προσπάθειας, την ανάληψη των συνοδευτικών οικονομικών, ψυχολογικών και κοινωνικών κινδύνων και τη διαχείριση των αντίστοιχων εκροών. Σε ορισμένες περιπτώσεις, η ιδέα προκύπτει μέσω της αναγνώρισης και της διάθεσης για οικονομική εκμετάλλευση, κατά τρόπο παραγωγικό, ευκαιριών που αναδεικνύονται από μια κατάσταση ή συγκυρία. Εξάλλου, επιχειρηματικότητα είναι η προσπάθεια μετατροπής μιας πρωτοβουλίας σε αποτέλεσμα και από αυτή τη διαδικασία να προκύψει, συν τοις άλλοις, οικονομικό κέρδος»².

Η οριοθέτηση ενός σαφούς ορισμού των ΜΜΕ, συγκροτεί προϋπόθεση για τον κατεύθυνση των πολιτικών προς αυτές, προσδίδει την καλύτερη στοχοθέτηση των

¹ Γραφείο Ενθάρρυνσης & Υποστήριξης της Νεανικής Επιχειρηματικότητας (2008). *Εγχειρίδιο επιχειρηματικότητας για υποψήφιους και νέους επιχειρηματίες*. Εθνικό & Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, σελ. 5

² Ο.π., σελ. 5

μέτρων υπέρ τους, και βοηθάει στην ποσοτικοποίηση των ενισχύσεων οι οποίες προορίζονται για τις επιχειρήσεις ανάλογα με το μέγεθος τους. Παρόλα αυτά, ο ορισμός των ΜΜΕ συνέθεσε κατά καιρούς επίκεντρο αντιπαραθέσεων και διαφωνιών, λόγω της άμεσης συσχέτισης του με τα κίνητρα, τα κοινοτικά προγράμματα, και τις κρατικές ενισχύσεις³.

Υπάρχουν πολλά κριτήρια τα οποία δύνανται να χρησιμοποιηθούν για τον ορισμό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Τα κριτήρια αυτά χωρίζονται σε δύο βασικές κατηγορίες, στα ποιοτικά και στα ποσοτικά κριτήρια⁴, όπως απεικονίζονται στον πιο κάτω πίνακα.

Πίνακας 1. Ποσοτικά και ποιοτικά κριτήρια για τον ορισμό των ΜΜΕ

Ποσοτικά κριτήρια	Ποιοτικά κριτήρια
Η αξία του συνόλου του ενεργητικού της επιχείρησης	Το κεφάλαιο της επιχείρησης καταβλήθηκε από ένα άτομο ή από μια μικρή ομάδα ατόμων τα οποία είναι και οι ιδιοκτήτες της εταιρείας
Το μέγεθος του ιδίου κεφαλαίου (δηλαδή η συνολική επένδυση που έγινε από τον ιδιοκτήτη)	Η διοίκηση της εταιρείας εξασκείται από τον ιδιοκτήτη προσωπικά
Το συνολικό απασχολούμενο κεφάλαιο	Κάθε μια από τις ΜΜΕ ελέγχει και επηρεάζει ένα μικρό μέρος της αγοράς
Το ετήσιο ύψος πωλήσεων (τζίρος – κύκλος εργασιών)	Οι λειτουργίες της επιχείρησης είναι συγκεντρωμένες και κατευθύνονται σε μια ορισμένη περιοχή
Ο αριθμός των εργαζομένων	

Πηγή: Ξουρής, 1995

³ Μπίμπου, Σ. (2003). *Διαδικασία Διεθνοποίησης των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων: Έρευνα σε Ελληνικές Εξαγωγικές Επιχειρήσεις*. Διπλωματική Εργασία. Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη.

⁴ Ξουρής, Δ. (1995). *Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων, Πανεπιστημιακές Παραδόσεις*. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας.

Η δημιουργία ενός σαφούς ορισμού με δεδομένα τα ως άνω ποσοτικά κριτήρια φέρει το προτέρημα στην Ελλάδα ειδικά πως κάνει περισσότερη εύκολη τη στόχευση των εθνικών πολιτικών στη καθορισμένη ομάδα επιχειρήσεων, εντείνει την χορήγηση τεχνικής υποστήριξης, δίνει την δυνατότητα στη διάχυση των οφελών από τις διάφορες πολιτικές και πρωτοβουλίες, κάνει δυνατή τη φυσική παραδοχή των ΜΜΕ, παρακινεί τον σχηματισμό ενώσεων ανάμεσα τους, και κάνει περισσότερο ευχερή τον εντοπισμό των δυσκολιών και των προοπτικών του τομέα των ΜΜΕ⁵.

Σύμφωνα με τον ορισμό που χρησιμοποιεί η Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) και η Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας, σαν Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις, ορίζονται αυτές οι οποίες απασχολούν πάνω από 10-20 εργαζόμενους και λιγότερους από 250 και οι οποίες φέρουν τα εξής χαρακτηριστικά⁶: α) Έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 40 εκατομμύρια ευρώ, β) Έχουν ετήσιο συνολικό ισολογισμό που δεν υπερβαίνει τα 27 εκατομμύρια ευρώ, γ) Πληρούν το κριτήριο της ανεξαρτησίας.

Όταν είναι απαραίτητο να γίνει διάκριση μεταξύ μικρής και μεσαίου μεγέθους επιχείρησης, η «μικρή επιχείρηση» ορίζεται ως επιχείρηση η οποία⁷: α) Απασχολεί λιγότερους από 50 εργαζόμενους, β) Έχει ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 7 εκατομμύρια ευρώ, γ) Έχει ετήσιο συνολικό ισολογισμό που δεν υπερβαίνει τα 5 εκατομμύρια ευρώ, δ) Πληροί το κριτήριο της ανεξαρτησίας. Με βάση την ίδια πηγή διευκρινίζεται ότι όταν είναι αναγκαίο να γίνει διαχωρισμός ανάμεσα στις πολύ μικρές επιχειρήσεις και στις υπόλοιπες ΜΜΕ, τότε ως «πολύ μικρές επιχειρήσεις» νοούνται εκείνες που απασχολούν λιγότερους από δέκα (10) εργαζομένους⁸.

⁵Μπίμπου, Σ. (2003). *Διαδικασία Διεθνοποίησης των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων: Έρευνα σε Ελληνικές Εξαγωγικές Επιχειρήσεις*. Διπλωματική Εργασία. Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη

⁶Giudici G., Paleari S., (2000). *The Provision of Finance to Innovation: A survey conducted among Italian technology –based small firms*. Kluwer Academic Publishers. Ανακτήθηκε από: <http://link.springer.com/article/10.1023/A:1008187416389>

⁷Ο.π.

⁸Ο.π.

Χώρια από τα προαναφερθέντα ποσοτικά κριτήρια, η σύσταση της Ευρωπαϊκής Ένωσης προσδιορίζει ότι οι επιχειρήσεις επιβάλλεται να είναι ανεξάρτητες, δηλαδή ενδείκνυται να μην υπάγονται κατά ποσοστό 25% ή παραπάνω του κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου, σε μία εταιρεία, ή από κοινού σε περισσότερες εταιρείες, οι οποίες δεν εισακούν στους ορισμούς της ΜΜΕ. Το όριο αυτό είναι δυνατόν να αυξηθεί σε δύο ενδεχόμενα. Πρώτον, εάν η επιχείρηση υπάγεται σε δημόσιες εταιρίες συμμετοχών, σε εταιρίες παροχής επιχειρηματικού κεφαλαίου ή θεσμικούς επενδυτές, και υπό τον όρο ότι δεν ασκείται έλεγχος ούτε ατομικά ούτε από κοινού. Δεύτερον, εάν η διασπορά του κεφαλαίου καθίσταται τέτοια, που δεν είναι εφικτό να καθοριστεί ποιος το κατέχει και αν η επιχείρηση γνωστοποιεί ότι είναι δυνατόν εύλογα να υποθέσει ότι δεν ανήκει, κατά ποσοστό 25% ή περισσότερο σε μία επιχείρηση, ή από κοινού, σε περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες δεν ανταποκρίνονται στον ορισμό της ΜΜΕ⁹.

Από την 1^η Ιανουαρίου 2005, ισχύει η σύσταση 2003/361/ΕΚ της Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, η οποία αντικαθιστά τη σύσταση 96/280/ΕΚ και η οποία ορίζει, ότι η κατηγορία των πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) αποτελείται από επιχειρήσεις που απασχολούν λιγότερους από διακόσιους πενήντα (250) εργαζομένους και των οποίων ο ετήσιος κύκλος εργασιών δεν υπερβαίνει τα πενήντα (50) εκατομμύρια ευρώ ή το σύνολο του ετήσιου ισολογισμού δεν υπερβαίνει τα σαράντα τρία (43) εκατομμύρια ευρώ.

⁹European Commission.(2000). Funding of new technology-based firms by commercial banks in Europe, Enterprise Directorate-General.Ανακτήθηκε από: https://cordis.europa.eu/pub/innovation-policy/studies/isbn_92-828-9731-1_en.pdf

1.2 Επιχειρηματικότητα και ΜΜΕ στην Ελλάδα

Στον πίνακα που ακολουθεί βλέπουμε τον συνολικό αριθμό των ΜΜΕ στην Ελλάδα για το έτος 2013, χωρισμένες σε πολύ μικρές, μικρές, μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις.

Πίνακας 2. Αριθμός ΜΜΕ και αριθμός απασχολούμενων σε αυτές στην Ελλάδα, 2013

	Αριθμός επιχειρήσεων			Αριθμός εργαζομένων		
	Ελλάδα		ΕΕ-28	Ελλάδα		ΕΕ-28
	Αριθμός	Μερίδιο	Μερίδιο	Αριθμός	Μερίδιο	Μερίδιο
Πολύ μικρές	629 811	96.2%	92.4%	1 130 794	55.2%	29.1%
Μικρές	21 669	3.3%	6.4%	398 503	19.5%	20.6%
Μεσαίες	2 464	0.4%	1.0%	227 832	11.1%	17.2%
ΜΜΕ	653 944	99.9%	99.8%	1 757 129	85.8%	66.9%
Μεγάλες	423	0.1%	0.2%	290 547	14.2%	33.1%
Σύνολο	654 367	100.0%	100.0%	2 047 676	100.0%	100.0%

Πηγή: SBA, 2014

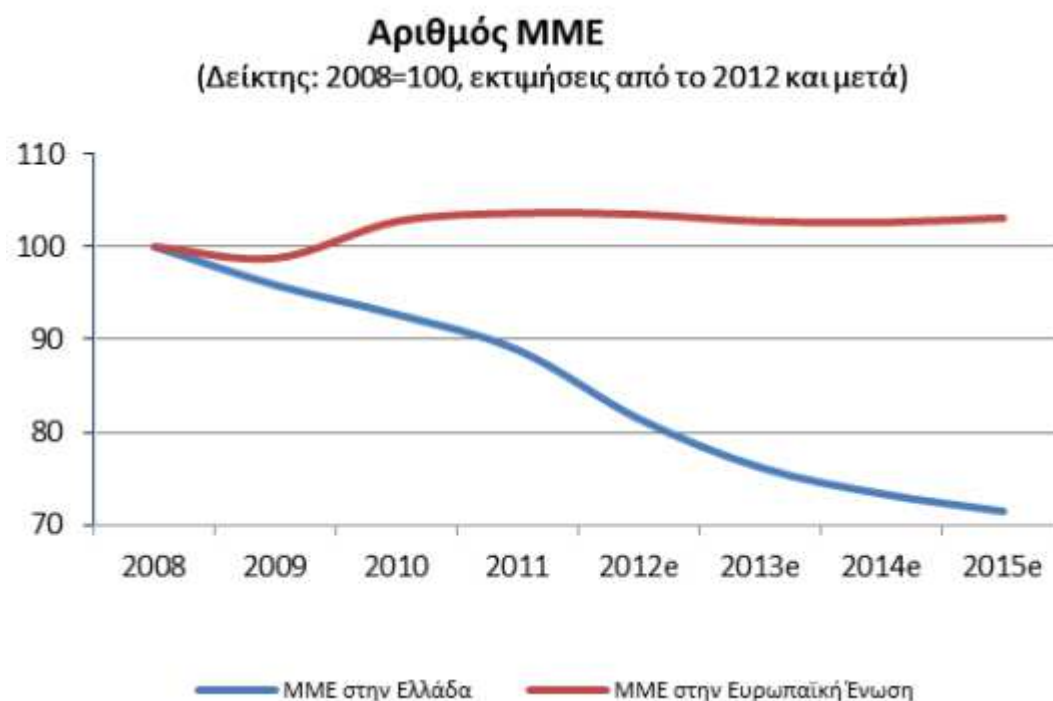
Η σοβαρή οικονομική ύφεση έχει επιδράσει σε αρνητικό βαθμό την ικανότητα των ΜΜΕ για επιβίωση. Σύμφωνα με μια έρευνα που διεξήχθη από την για ΓΣΕΒΕΕ, ποσοστό μεγαλύτερο από το 50% είναι σε κίνδυνο για οριστικό κλείσιμο στο εγγύς μέλλον. Με βάση το Ινστιτούτο για τις Μικρές Επιχειρήσεις, αθροιστικά 40.000 ΜΜΕ, αναμενόταν να κλείσουν κατά την χρονική διάρκεια του β' εξαμήνου του 2013, όπως και τελικά έγινε. Τα αποτελέσματα της ίδιας μελέτης επιδεικνύουν επιπλέον πως κατά την χρονική διάρκεια του α' εξαμήνου του έτους 2013, 56.000 θέσεις εργασίας χάθηκαν, αριθμός ο οποίος ήταν τελικά χαμηλότερος από τον εκτιμώμενο, δηλαδή των 61. 000 θέσεων εργασίας. Εξίσου μια απώλεια 45.000 θέσεων εργασίας είχε εκτιμηθεί πως θα χαθεί για το β' εξάμηνο του ίδιου έτους¹⁰.

Στο διάγραμμα που ακολουθεί μπορούμε να δούμε την πορεία του αριθμού των ΜΜΕ από το 2008 και μετά, δηλαδή από το ξεκίνημα της οικονομικής κρίσης και μετά,

¹⁰ΙΜΕ- ΓΣΕΒΕΕ. (2014). Τάσεις οικονομικού κλίματος στις μικρές επιχειρήσεις. Ανακτήθηκε από: http://www.imegsevee.gr/images/ereunes/ioulios_2014/parousiasi_ereuna_aug2014.pdf

καθώς και μια εκτίμηση για το έτος 2015. Ακόμα το διάγραμμα απεικονίζει και μικρή σύγκριση με αντίστοιχα ποσά της ΕΕ.

Γράφημα 1. Αριθμός ΜΜΕ και την ΕΕ, 2008- 2015 (εκτίμηση)



Πηγή: SBA, 2014

Με βάση δεδομένα τα οποία αντλήθηκαν από το Γενικό Εμπορικό Μητρώο, αναφέρεται πως 39.441 επιχειρήσεις έχουν καταχωρηθεί από τον Οκτώβριο του 2012 και Οκτωβρίου 2013, καθώς 32.407 έκλεισαν κατά τη διάρκεια αυτού του χρόνου, με αποτέλεσμα ένα θετικό καθαρό αποτέλεσμα των 7.034. Οι περισσότερες από αυτές τις επιχειρήσεις, ωστόσο ήταν ατομικές επιχειρήσεις, οικογενειακού τύπου οι οποίες δεν απασχολούσαν υπαλλήλους, αντιπροσωπεύοντας το 74,7% του συνόλου των επιχειρήσεων οι οποίες συστάθηκαν το ίδιο έτος. Αυτό το γεγονός, αν και ακόμα επίσημα καθίσταται ανεπιβεβαίωτο, θα μπορούσε να φανερώνει πως το ξεκίνημα μια νέας επιχείρησης είναι δυνατό σε κάποιες περιπτώσεις να απάρτιζε ένα τρόπο διαφυγής από το έντονο φαινόμενο της ανεργίας και της αποφυγής της φτώχειας και της λιτότητας¹¹.

¹¹SBA(SmallBusinessAdministration) (2014). Ενημερωτικό Δελτίο SBA 2014, Επιχειρήσεις και Βιομηχανία Ελλάδας. Ανακτήθηκε από: <http://docplayer.gr/1474116-Enimerotiko-deltio-sba-2014-ellada.html>

Επιπλέον το σύνολο των ΜΜΕ είναι δυνατόν να συρρικνωθεί κατά 40.000 προσεγγίζοντας τις 614.000 το 2015, ενώ ενδέχεται επιπροσθέτως να σημειώσει πτώση και η προστιθέμενη αξία τους. Πάντως, καθορισμένες εύθετες μακροοικονομικές συνθήκες ενδέχεται να ευνοήσουν ώστε να μετριαστούν αυτές οι πτωτικές τάσεις. Η τελευταία έρευνα του Ιδρύματος Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (ΙΟΒΕ) για την ελληνική οικονομία εξακρίβωσε καθορισμένες ενδείξεις σταθεροποίησης για το 2014. Η ύφεση επίκειται να περιορισθεί και το ΑΕΠ ενδέχεται να παρουσιάσει αυξητικές τάσεις σε ποσοστό σχεδόν 0,6%¹².

Σύμφωνα λοιπόν με την έρευνα του SBA το 2014, οι ΜΜΕ υπερσχύουν στην ελληνική επιχειρηματική οικονομία για το έτος 2013, εκπροσωπώντας το 72% της προστιθέμενης αξίας και το 86% της απασχόλησης. Αυτά τα ποσοστά είναι πολύ μεγαλύτερα από ό,τι τα αντίστοιχα των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης (58% και 67%). Ο τομέας των ελληνικών ΜΜΕ είναι περισσότερο έντονα βασισμένος σε μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις από ότι στις περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες. Ενώ οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις είναι συγκριτικά μικρότερης σημασίας, οι πολύ μικρές επιχειρήσεις αντιπροσωπεύουν σχεδόν το 46% της προστιθέμενης αξία η οποία παράγεται από τον τομέα των ΜΜΕ (μέσος όρος ΕΕ:37%). Προσφέρουν επίσης το 64% του συνόλου των χώρων εργασίας σε ΜΜΕ στην οικονομία των επιχειρήσεων. Το ποσοστό αυτό είναι 21 ποσοστιαίες μονάδες χαμηλότερο από το αντίστοιχο της ΕΕ.

Οι ΜΜΕ προσφέρουν το 80% του συνόλου των θέσεων εργασίας στη μεταποιητική βιομηχανία, σχεδόν το 95% στον τομέα των κατασκευών και περίπου 90% στο χονδρικό και λιανικό εμπόριο τομέα. Οι αριθμοί αυτοί είναι πολύ μεγαλύτεροι από τον αντίστοιχο μέσο όρο της ΕΕ, ιδιαίτερα στον κατασκευαστικό κλάδο και στον κλάδο του λιανικού εμπορίου. Με το πραγματικό ΑΕΠ το 2013 να είναι περίπου 23% κάτω από το επίπεδο του 2008, οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν σηκώσει το βάρος της οικονομικής κρίσης τα τελευταία χρόνια. Σε αυτή την περίοδο, η απασχόληση σε αυτές τις επιχειρήσεις μειώθηκε κατά 27%. Σχεδόν μία στις τέσσερις (πάνω από 205.000) των ΜΜΕ που υπήρχαν το 2008 έκλεισαν, μειώνοντας

¹²Ο.π.

το συνολικό ύψος των εργασιών, το οποίο μετράται σε προστιθέμενη αξία, κατά το ένα τρίτο από τα επίπεδα του 2008. Ενώ η πτωτική τάση επιβραδύνθηκε το 2013, αποτελεί μια κατάσταση η οποία δεν έχει πλήρως αντιστραφεί ακόμα και σήμερα¹³.

Με βάση την έρευνα του ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, το 75,4% των μικρών επιχειρήσεων δήλωσε ότι η κατάσταση επιδεινώθηκε το 2013, ενώ αυτή η κατάσταση φαίνεται να επηρέασε περισσότερο τις ΜΜΕ στον λιανικό εμπόριο, ενώ οι πολύ μικρές επιχειρήσεις είναι αυτές που έχουν πληγεί περισσότερο από όλες τις υπόλοιπες. Η κατά μέσο όρο μείωση του κύκλου εργασιών για το πρώτο εξάμηνο του 2013 ήταν 27,3%. Δεδομένης της ίδιας μελέτης, τα πρωταρχικά προβλήματα για τις ΜΜΕ αποτελούν η μη ικανή οικονομική ρευστότητα (61,6%), η μεγάλη φορολογία (56,4%) και η μικρή καταναλωτή ζήτηση (46,8%), με την ρευστότητα να συγκροτεί το μείζον πρόβλημα για την συνέχιση της λειτουργίας των ΜΜΕ της Ελλάδας. Αυτό συμπίπτει με το περιστατικό ότι σχεδόν το 51,4% των ΜΜΕ αντιμετωπίζουν προβλήματα πληρωμής προς τους υπαλλήλους τους¹⁴.

Οι εκθέσεις της Ελληνικής Επιθεώρησης Εργασίας επαληθεύουν αυτή την πραγματικότητα. Περισσότερες από τις μισές ΜΜΕ (50,5%) έχουν προβεί σε ελάττωση του αριθμού των ωρών ή ημερών εργασίας των απασχολούμενων τους. Σε αντιπαράθεση με τον Ιανουάριο του 2013 (43,6%), και τον Ιούνιο του 2013, το 49,3% των ΜΜΕ δήλωσαν επιπλέον πως ήρθαν αναγκαστικά στην θέση να μετριάσουν τους μισθούς των εργαζομένων τους. Ο κατασκευαστικός τομέας χτυπήθηκε πιο πολύ από την οικονομική ύφεση, και εκπροσωπεί σχεδόν το ένα τρίτο της συνολικής διαφυγής της απασχόλησης στις ΜΜΕ. Από 337.000 εργαζόμενους το 2008, ο αριθμός μειώθηκε σε 140.000, μια απώλεια της τάξης του 58%. Το σύνολο των κατασκευαστικών ΜΜΕ και ο ενοποιημένος κύκλος εργασιών τους μειώθηκε σχεδόν στο μισό κατά την χρονική αυτή περίοδο. Η πτώση στον αριθμό των εκδιδόμενων αδειών οικοδόμησης κτιρίων επαληθεύει τα ως άνω στοιχεία. Συγκεκριμένα το 2010 ήταν 11.1%, το 2011 ήταν 28,5% (2011) και το 2012 ήταν -36,7%. Ο δείκτης κατασκευών (συμπεριλαμβανομένων των κτιρίων και των έργων πολιτικού

¹³Ο.π.

¹⁴ΙΜΕ- ΓΣΕΒΕΕ. (2014). Τάσεις οικονομικού κλίματος στις μικρές επιχειρήσεις. Ανακτήθηκε από: http://www.imegseevee.gr/images/ereunes/ioulios_2014/parousiasi_ereuna_aug2014.pdf

μηχανικού) παρουσίασε μια πτώση του ποσοστού του 29,2% το 2010, 28,1% το 2011, 26,1% το 2012 και 19,0% το 2013¹⁵.

Παρά το γεγονός ότι η οικονομική ύφεση οδήγησε και στο κλείσιμο κάποιων μεγάλων επιχειρήσεων, ωστόσο οι τελευταίες φαίνεται να ανταποκρίθηκαν καλύτερα από ότι οι ΜΜΕ. Ενδεικτικά αναφέρουμε πως η προστιθέμενη αξία τους συρρικνώθηκε κατά 40% και η απασχόληση σε ποσοστό 43%. Ο αριθμός στον ΜΜΕ στον μεταποιητικό κλάδο σημείωσε πτώση σε ποσοστό 20% και η προστιθέμενη αξία τους σε ποσοστό 23%. Οι μεγάλες επιχειρήσεις στον κλάδο αυτό, βάσει των στοιχείων της έρευνας δεν φαίνεται να έχουν καλύτερες επιδόσεις από τις ΜΜΕ. Σύμφωνα με τις τελευταίες εκτιμήσεις, η προστιθέμενη αξία τους συρρικνώθηκε σε ποσοστό 35% και η απασχόληση σε αυτές κατά 27%¹⁶.

Οι υπόλοιποι τομείς οι οποίοι χτυπήθηκαν σημαντικά από την οικονομική ύφεση των τελευταίων ετών είναι το χονδρικό και λιανικό εμπόριο, η επισκευή αυτοκινήτων και μοτοσυκλετών, ο τομέας πώλησης ακινήτων και οι επιχειρήσεις διαμονής και οι υπηρεσίες διατροφής. Υφίστανται αποκλειστικά δύο κλάδοι, οι οποίοι καθίστανται και οι δύο μικρής συμμετοχής στην ελληνική οικονομία, στους οποίους οι ΜΜΕ πέτυχαν να εξαπλωθούν. Αυτοί οι κλάδοι περιλαμβάνουν τα ορυχεία και λατομεία, την παροχή νερού, την επεξεργασία λυμάτων, την διαχείριση αποβλήτων και τις δραστηριότητες εξυγίανσης¹⁷.

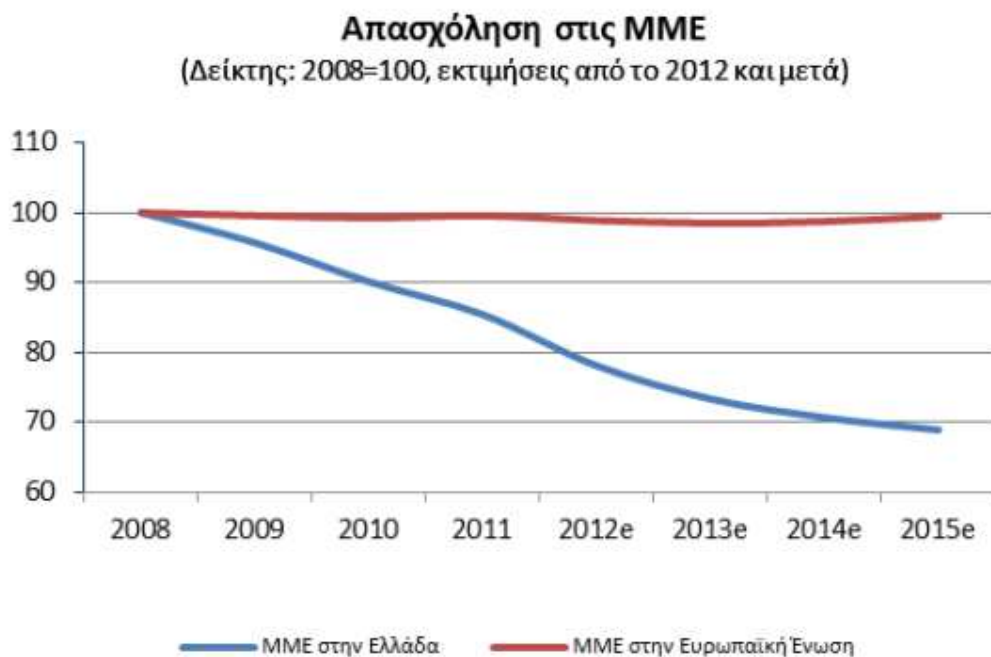
Στο διάγραμμα που ακολουθεί μπορούμε να δούμε την πορεία της απασχόλησης στις ΜΜΕ από το 2008 και μετά, δηλαδή από το ξεκίνημα της οικονομικής κρίσης και μετά, καθώς και μια εκτίμηση για το έτος 2015. Ακόμα το διάγραμμα απεικονίζει και μικρή σύγκριση με αντίστοιχα ποσά της ΕΕ.

¹⁵SBA(SmallBusinessAdministration) (2014). Ενημερωτικό Δελτίο SBA 2014, Επιχειρήσεις και Βιομηχανία Ελλάδας. Ανακτήθηκε από: <http://docplayer.gr/1474116-Enimerotiko-deltio-sba-2014-ellada.html>

¹⁶Ο.π.

¹⁷Ο.π.

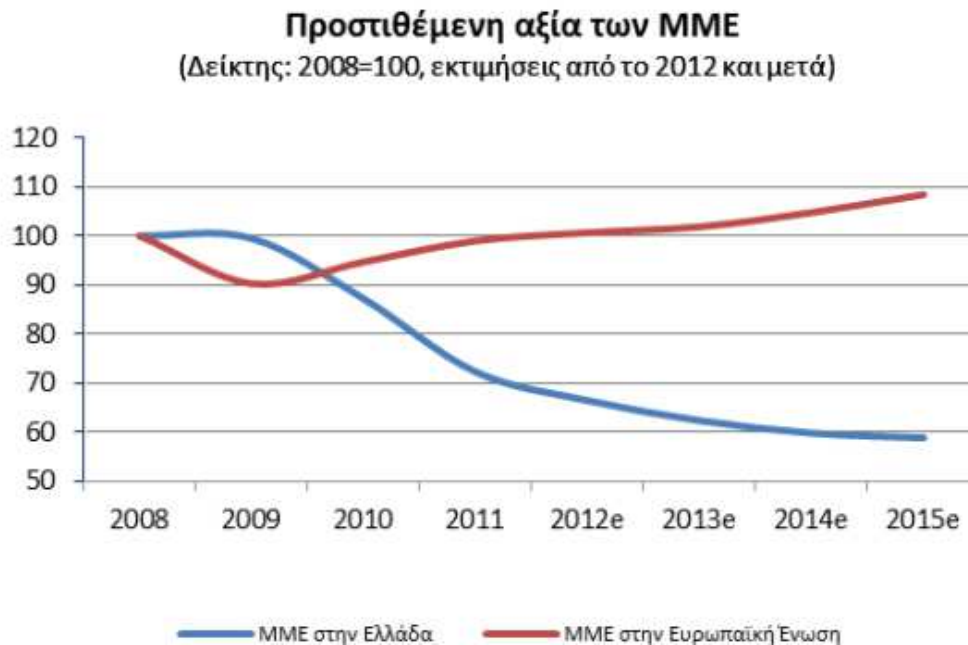
Γράφημα 2. Αριθμός απασχολούμενων στις ΜΜΕ στην Ελλάδα και την ΕΕ, 2008- 2015 (εκτίμηση)



Πηγή: SBA, 2014

Επιπλέον στο επόμενο διάγραμμα μπορούμε να δούμε την προστιθέμενη αξία των ΜΜΕ από το 2008 και μετά, δηλαδή από το ξεκίνημα της οικονομικής κρίσης και μετά, καθώς και μια εκτίμηση για το έτος 2015. Ακόμα το διάγραμμα απεικονίζει και μικρή σύγκριση με αντίστοιχα ποσά της ΕΕ.

Γράφημα 3. Προστιθέμενη αξία ΜΜΕ στην Ελλάδα και στην ΕΕ, 2008-2015
(εκτίμηση)

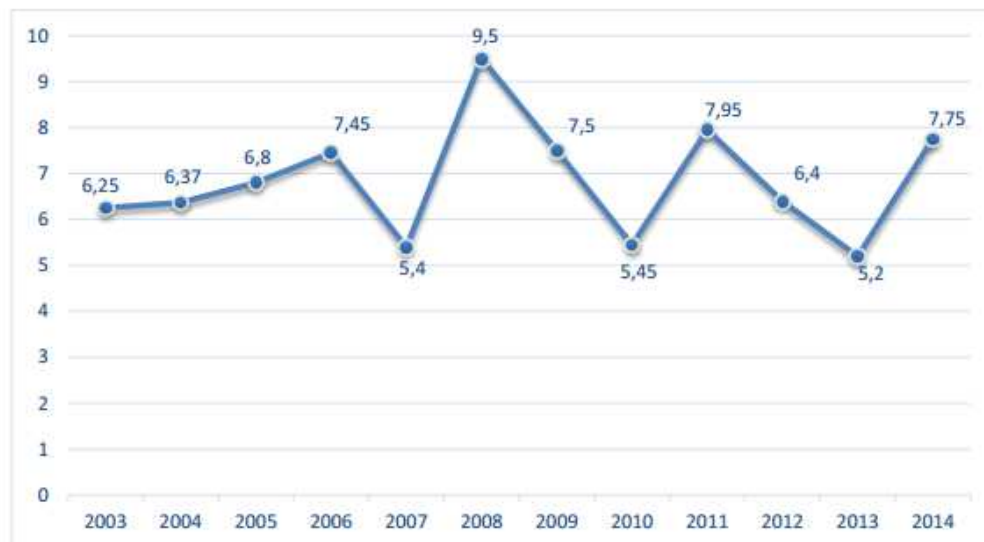


Πηγή: SBA, 2014

Με βάση όλα τα παραπάνω αποκαλύπτεται πως μεταβλήθηκε σε σημαντικό βαθμό και η στάση των Ελλήνων προς την επιχειρηματικότητα. Συγκεκριμένα για το έτος 2012 το 12,9% των Ελλήνων πολιτών ανέφεραν πως είδαν επιχειρηματικές ευκαιρίες μέσα στο επερχόμενο εξάμηνο, καθώς το αντίστοιχο ποσοστό του έτους 2011 έφτασε το 10,9%. Από τα πρώτα δεδομένα για την διετία 2014-2015 δεν συνεπάγεται δηλωτική ανατροπή των διαθέσεων για τις ΜΜΕ. Αντίστροφα, η οικονομική ύφεση είναι δυνατόν να εξακολουθήσει για τις ΜΜΕ, ωστόσο κρίνεται πως αυτό θα πραγματοποιηθεί σε μικρότερο βαθμό από ότι τα προηγούμενα έτη. Η συνολική απασχόληση στις ΜΜΕ επίκειται να συρρικνωθεί κατά επιπλέον 106.000 άτομα, κοντεύοντας τα 1.651.000 άτομα το 2015.

Οι διακυμάνσεις σε επίπεδο επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα από την έναρξη της οικονομικής κρίσης αποτυπώνονται και στο παρακάτω γράφημα. Όπως παρατηρούμε, οι Έλληνες προσπάθησαν να αντιδράσουν στην οικονομική κρίση ιδρύοντας επιχειρήσεις, από τις οποίες, ωστόσο, αρκετές αποδείχθηκαν θνησιγενείς.

Γράφημα 4. Εξέλιξη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων ως % πληθυσμού στην Ελλάδα, 2003-2014



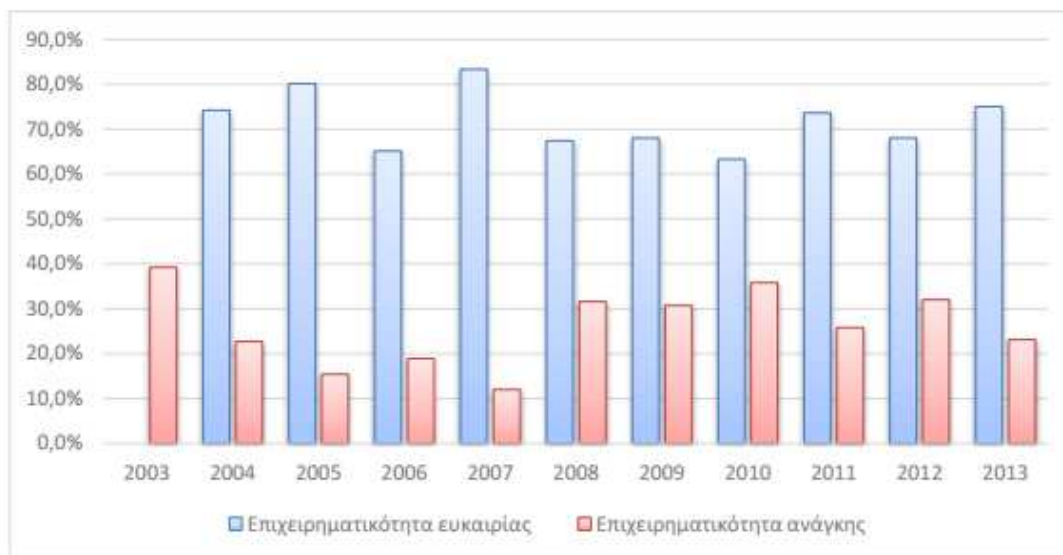
Πηγή: Ιωαννίδης και Γιωτόπουλος, 2015

Ένα επίσης χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας και των ΜΜΕ στην Ελλάδα είναι ότι μετά από την έναρξη της κρίσης, παρατηρούνται αυξομειώσεις στο επίπεδο της επιχειρηματικότητας ανάγκης έναντι της επιχειρηματικότητας ευκαιρίας. Η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας «αναφέρεται στην επιχειρηματικότητα που έχει ως κίνητρο κυρίως την αξιοποίηση μιας επιχειρηματικής ευκαιρίας που εντοπίζεται από το άτομο και αξιολογείται στο πλαίσιο του οικονομικού περιβάλλοντός του και η οποία προκρίνεται ικανή είτε να οδηγήσει σε αύξηση του εισοδήματός του, είτε να προσφέρει εργασιακή ανεξαρτησία», ενώ η επιχειρηματικότητα ανάγκης «αναφέρεται στην περίπτωση όπου το άτομο ωθείται στην ανάληψη επιχειρηματικής δραστηριότητας λόγω έλλειψης άλλων επιλογών εργασίας, δυσαρέσκειας με την υπάρχουσα απασχόληση, φόβου για πιθανή απόλυση βραχυπρόθεσμα με στόχο απλώς τη διατήρηση του εισοδήματός του, το οποίο «απειλείται» με συρρίκνωση»¹⁸. Έτσι, όπως παρατηρούμε από το παρακάτω γράφημα, μετά το 2008 παρατηρούνται αυξομειώσεις στην επιχειρηματικότητα ανάγκης, κάτι που υποδηλώνει αφενός το

¹⁸Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι. (2015). Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, 2013-2014. Ανακτήθηκε από: http://iobe.gr/docs/research/RES_02_01012015_REP_GR.pdf, σελ. 17

υψηλό επίπεδο ανεργίας και αφετέρου τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που ενδέχεται να παρουσιαστούν σε περιόδους οικονομικής ύφεσης.

Γράφημα 5. Επιχειρηματικότητα ευκαιρίας και επιχειρηματικότητα ανάγκης στην Ελλάδα, 2003-2013



Πηγή: Ιωαννίδης και Γιωτόπουλος, 2015

1.3 Προβλήματα και προκλήσεις Ελληνικής επιχειρηματικότητας και ΜΜΕ

Οι ΜΜΕ έχουν χαρακτηριστεί ως η «ραχοκοκαλιά» κάθε οικονομίας και η αξία τους είναι αναγνωρισμένη σε διεθνές επίπεδο, ανεπηρέαστα από το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης της εκάστοτε χώρας. Η επιβίωση και ανάπτυξη των ΜΜΕ συγκροτούν πολύ δηλωτικούς στόχους για κάθε χώρα και για κάθε κυβέρνηση, διότι¹⁹:

¹⁹Μπίμπου, Σ. (2003). *Διαδικασία Διεθνοποίησης των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων: Έρευνα σε Ελληνικές Εξαγωγικές Επιχειρήσεις*. Διπλωματική Εργασία. Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη.

1. Απαρτίζουν σημαίνοντα δυναμικό παράγοντα όλων των οικονομιών, καθώς πρωτοπορούν στον τομέα της καινοτομίας (γεγονότος ότι είναι παραπάνω εκτεθειμένες στον ανταγωνισμό, αλλά ταυτόχρονα και πιο ευέλικτες και ευπροσάρμοστες αναφορικά με τις μεγάλες εταιρίες), ιδιαίτερα στους κλάδους, που στηρίζονται στη γνώση.
2. Εκτυλίσσουν καταλυτικό ρόλο στις διαρθρωτικές αλλαγές (λόγω της καινοτόμου δυναμικής την οποία φέρουν).
3. Συντελούν στη διαφοροποίηση της οικονομικής βάσης της χώρας και της προσφέρουν τη δυνατότητα να εισακούει σε πληθώρα συνθηκών της αγοράς.
4. Διαδραματίζουν κεντρικό ρόλο στην προώθηση βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης και στη θεμελίωση θέσεων απασχόλησης, συνεισφέροντας συγχρόνως στην ελάττωση της ανεργίας, ενώ συνεισφέρουν στο κοινωνικό, πολιτιστικό και περιβαλλοντικό κεφάλαιο.
5. Έχουν την δυνατότητα να αντλήσουν οικονομικά κεφάλαιο (εκτός από τις οικογενειακές αποταμιεύσεις και τα επενδυμένα κέρδη), οι οποίοι σε καμία περίπτωση δεν θα προσέρχονταν σε αυτές με τη μορφή παραγωγικού κεφαλαίου παρά μόνο διαμέσου της μικρομεσαίας επιχείρησης.
6. Μπορούν να διαδραματίσουν σημαίνοντα ρόλο στην περιφερειακή ανάπτυξη, συντελώντας στην μεγέθυνση της παραγωγής σε επαρχιακές πόλεις.
7. Συμβάλλουν στο Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν (ΑΕΠ) της χώρας.
8. Ενθαρρύνουν μεγαλύτερα επίπεδα παραγωγικότητας, με την απόσπαση μεγαλύτερης παραγωγής ανά μονάδα κεφαλαίου.
9. Έχουν την δυνατότητα να παράγουν, να φροντίζουν, και να ανταποκρίνονται στις υποχρεώσεις των μικρών και εξειδικευμένων αγορών.
10. Απαρτίζουν μέσο για την αυτοανάπτυξη καθώς και για την ατομική ευδοκίμηση και εξωτερίκευση του επιχειρηματικού πνεύματος.
11. Πολλαπλασιάζουν τα επίπεδα ανταγωνιστικότητας της αγοράς και συγκροτούν περιορισμό στις μονοπωλιακές θέσεις των μεγάλων επιχειρήσεων.
12. Κατά τη διάρκεια περιόδων ύφεσης, οι μικρές επιχειρήσεις ελαττώνουν τις θέσεις εργασίας με περισσότερο μικρούς ρυθμούς και απορροφούν τις οικονομικές κρίσεις βελτιωμένα, αναφορικά με τις μεγάλες επιχειρήσεις.
13. Αποτελούν την επικρατούσα μορφή επιχείρησης παγκοσμίως, όπου εκπροσωπούν, ποσοστό πάνω από 95% του επιχειρηματικού πληθυσμού.

Η παγκόσμια οικονομική κρίση έχει προκαλέσει σοβαρή επιβράδυνση στον ρυθμό της παγκόσμιας οικονομικής ανάπτυξης. Αυτή η επιβράδυνση μείωσε την ζήτηση για αγαθά, τις υπηρεσίες και τα βιομηχανικά προϊόντα. Στην πραγματικότητα, οι επιχειρήσεις είναι υπό έντονη πίεση για να προσαρμοστούν σε αυτές τις συνθήκες. Τακτικά είναι αναγκασμένες να ελαττώσουν το κόστος, να επανεξετάσουν την εταιρική τους στρατηγική, τις επενδύσεις και γενικότερα αποσκοπούν στην αναδιάρθρωση των δραστηριοτήτων τους²⁰.

Οι συνέπειες από τις τρέχουσες προσπάθειες για την αναδιάρθρωση των επιχειρήσεων είναι τεράστιες. Πολλές εταιρείες έχουν σταματήσει την πρόσληψη και πολλοί είναι εκείνοι που απορρίπτουν μεγάλο αριθμό εργαζομένων. Ως εκ τούτου, είναι κατανοητό ότι η παγκόσμια οικονομική κρίση άλλαξε ριζικά τις συνθήκες της αγοράς στην οποία λειτουργούν οι επιχειρήσεις. Η κρίση αποτελεί απειλή γενικότερα για την ζωή των επιχειρήσεων και των δραστηριοτήτων τους και καταστρέφει την παραγωγική τους ικανότητα. Πράγματι, οι επιπτώσεις ήταν εκτεταμένες, ανεξάρτητα από το μέγεθος της βιομηχανίας ή της επιχείρησης ή της θέσης της στην αγορά. Ειδικότερα, η κρίση που αντεπεξέρχονται οι σημερινές επιχειρήσεις ορίζεται ως μια απρόβλεπτη ένταση η οποία απαιτεί γρήγορη αντίδραση και απειλεί τις υπάρχουσες αξίες και τους στόχους τους, καθιστώντας κακή την πρόληψη και την προσαρμογή των μεθόδων²¹.

Σε αυτό το ασταθές οικονομικό περιβάλλον της ελληνικής οικονομικής κρίσης, οι οργανισμοί βρέθηκαν αντιμέτωποι με την επείγουσα λήψη μέτρων προκειμένου να επιβιώσουν. Γενικά τα προβλήματα τα οποία αντιμετωπίζουν οι σημερινές επιχειρήσεις έχουν σχέση με τη μείωση των πωλήσεων, την αγορά πρώτων υλών, την είσπραξη των απαιτήσεων τους, την περιορισμένη έως ανύπαρκτη ικανότητα δανεισμού κλπ. Οι επιχειρήσεις θα πρέπει να διεκπεραιώνουν τις υποθέσεις τους με αποφασιστικότητα και στρατηγική ώστε να καταφέρουν να ανταποκριθούν έγκαιρα

²⁰Ulrich, S., Rogovsky, N., Lamotte, D. (2009). Promoting Responsible and Sustainable Enterprise-Level Practices at Times of Crisis: A Guide for Policy-Makers 105 and Social Partners. Ανακτήθηκε από: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_108420.pdf

²¹Panageotou S.A. (2012). *The Global Debt Monitor: An analysis of the Greek Financial Crisis*. Knoxville: University of Tennessee.

στις δυσάρεστες οικονομικές αλλαγές, και συχνά το καταφέρουν καλύτερα από εκείνες που αντιδρούν βεβιασμένα²². Πράγματι, όσο γρήγορα και αποτελεσματικά μια επιχείρηση ανταποκρίνεται σε οικονομικές αλλαγές υπαρχουσών συνθηκών τόσο πιο θετικά αυτό επηρεάζει τη φήμη, την αξιοπιστία, την ακεραιότητα των δραστηριοτήτων της και τις επιδόσεις της στην αγορά.

Επειδή η οικονομική κρίση δεν είναι ποτέ μακριά από τις επιχειρήσεις, αρκετές από αυτές προετοιμάζουν ένα σχέδιο με σκοπό να αντιμετωπίσουν καταστάσεις με υψηλή αβεβαιότητα. Αλλά πολλές είναι οι επιχειρήσεις που δεν είναι καλά προετοιμασμένες για να αντιμετωπίσουν μια τέτοια κατάσταση. Σχετική έρευνα έδειξε ότι το 53 % των επιχειρήσεων που λειτουργούν εν μέσω οικονομικής κρίσης, αποδείχτηκαν ανεπαρκής να ανταπεξέλθουν²³. Ωστόσο, οι επιχειρήσεις που περνούν κρίση αναμένεται να χτυπηθούν σκληρότερα στο κομμάτι της απώλειας των εσόδων σε σχέση με εκείνες που είναι καλύτερα προετοιμασμένες. Οι επιχειρήσεις αντιδρούν σε μια κρίση άμεσα και ως εκ τούτου αναμένεται να ανακάμψουν ταχύτερα, κερδίζοντας πλεονέκτημα έναντι του ανταγωνισμού²⁴.

Γενικά, οι εταιρείες σε μια περίοδο οικονομικής κρίσης είναι πιο πιθανό για αυτές να δούμε θετικά αποτελέσματα προερχόμενα από όλη αυτή τη δύσκολη κατάσταση. Καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι όσο καλύτερα προετοιμασμένες είναι οι επιχειρήσεις, τόσο πιο ανώδυνη είναι η κρίση που αντιμετωπίζουν. Ωστόσο, άλλες μελέτες που διεξήχθησαν κατά την ίδια περίοδο έδειξαν ότι οι επιχειρήσεις ανταποκρίθηκαν στην κρίση, όπως ήταν αναμενόμενο²⁵. Σχεδόν όλες οι επιχειρήσεις ξεκίνησαν από την μείωση του κόστους τους για την αντιμετώπιση της μείωσης των πωλήσεων και της έλλειψης τραπεζικών πιστώσεων. Η μείωση του κόστους σχετίζεται με ταξίδια, επικοινωνίες, και άλλες επιλεκτικές δαπάνες, αποθέματα, απαιτήσεις, περικοπές μισθών και απολύσεις. Αρκετές μάλιστα φαίνεται να είναι οι

²²Branstad, P., Jackson, B., Banerji, S. (2009). Rethink Your Strategy An Urgent Memo To the CEO. Ανακτήθηκε από: http://www.strategyand.pwc.com/media/uploads/Rethink_Your_Strategy.pdf

²³Penn, Schoen & Berland Associates (2009). Crisis preparedness and ROI. Ανακτήθηκε από: <http://issuu.com/burson-marsteller-emea/docs/crisissurvey2009>

²⁴Panageoutou S.A. (2012). *The Global Debt Monitor: An analysis of the Greek Financial Crisis*. Knoxville: University of Tennessee.

²⁵Raghavan, A. (2009). The Economic Downturn: Coping Strategies and the Way Forward. *VIKALPA*, 34(3), 67-71.

εταιρείες που χρησιμοποιούν την ύφεση ως κίνητρο για την επέκταση, κυνηγώντας νέες ευκαιρίες και αναζητούν να αποκτήσουν νέους πελάτες²⁶.

Η επιδείνωση των ελληνικών οικονομικών συνθηκών είναι διάχυτη σε όλες τις εμπορικές δραστηριότητες, με κύρια γνωρίσματα την πτώση του κύκλου εργασιών, την κατάλυση της κερδοφορίας και τη μείωση της κεφαλαιακής βάσης του εμπορίου²⁷. Η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει σαφώς τις ελληνικές εταιρείες δημιουργώντας τους αρκετά προβλήματα. Συγκεκριμένα, η οικονομική κρίση είχε άμεσες επιπτώσεις όχι μόνο στις πωλήσεις τους, στα κέρδη των αποθεμάτων και των επενδύσεων παγίου κεφαλαίου τους, αλλά και στην απασχόληση των εργαζομένων τους²⁸.

Η πλειοψηφία των ερευνητικών εργασιών που έχουν διεξαχθεί δείχνουν γενικά ότι οι μικρές επιχειρήσεις είναι τα πρώτα θύματα μιας παρατεταμένης οικονομικής κρίσης²⁹. Επίσης, ο τομέας των μέσων μαζικής ενημέρωσης είναι εκείνος που επηρεάζεται δυσανάλογα σε σχέση με το μέγεθος της οικονομικής ύφεσης, λόγω των περιορισμένων οικονομικών πόρων και την κύρια εξάρτηση από τον τραπεζικό δανεισμό, που τις αναγκάζει να πληρώνουν υψηλότερα επιτόκια από τις μεγάλες επιχειρήσεις³⁰.

Οι μικρές και μεσαίες εμπορικές επιχειρήσεις στην Ελλάδα αντιμετωπίζουν μια σειρά από κρίσιμα και σημαντικά προβλήματα που αντανακλώνται στο πιο κάτω γράφημα.

²⁶Ο.π.

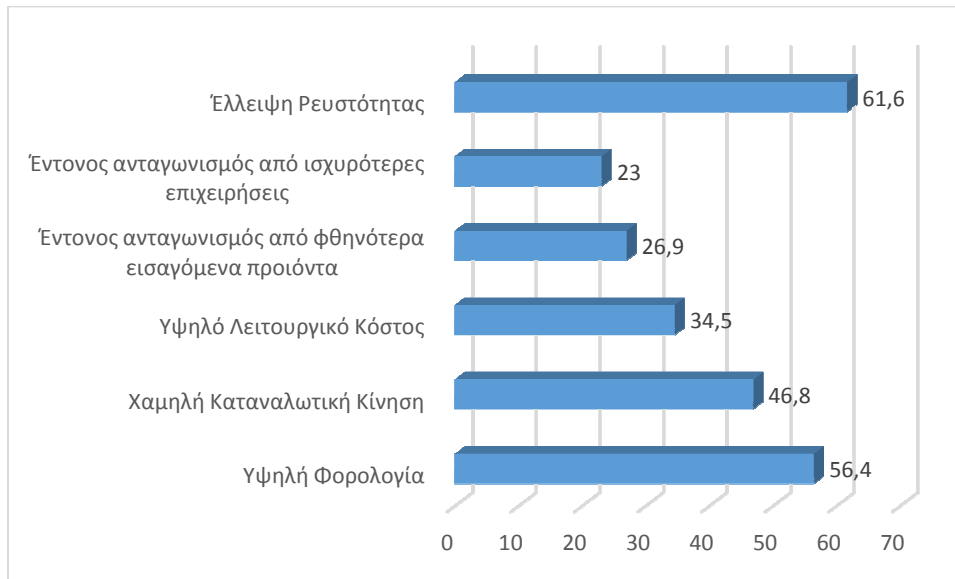
²⁷Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου (2011). Ανακτήθηκε από: <http://naftemporiki.gr.s3.amazonaws.com/docs/2011/12/05/esee.pdf>

²⁸Panageotou S.A. (2012). *The Global Debt Monitor: An analysis of the Greek Financial Crisis*. Knoxville: University of Tennessee.

²⁹Latham, S. (2009). Contrasting Strategic Response to Economic Recession in Start-Up versus Established Software Firms. *Journal of Small Business Management*, 47(2), 180-201.

³⁰Özar, S., Özertan, G., Irfanoglu, Z. (2008). Micro and small enterprise growth in Turkey: under the shadow of financial crisis. *The Developing Economies*, 46(4), 331-362.

Γράφημα 6. Τα προβλήματα στη λειτουργία των ΜΜΕ στην Ελλάδα, 2013



Πηγή : Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου, 2013³¹

Όπως παρατηρούμε από το παραπάνω διάγραμμα η έλλειψη ρευστότητας είναι το κύριο από τα προβλήματα που αναφέρονται σε σχέση με τις δυνατότητες για τη συνέχεια και τη βιωσιμότητα των ελληνικών επιχειρήσεων το οποίο εμφανίζεται ως αποτέλεσμα της τρέχουσας οικονομικής κρίσης. Είναι γεγονός ότι τα τελευταία δύο χρόνια, οι εισπράξεις από τους πελάτες έχουν σημειώσει μια μικρή αύξηση, ενώ οι πληρωμές προς τους προμηθευτές γίνονται πιο έγκαιρα. Συγκεκριμένα, ο χρόνος που παρεμβαίνει μεταξύ της είσπραξης των απαιτήσεων και της εξόφληση των προμηθευτών είναι κατά μέσο όρο 23 ημέρες, ενώ το 2010 οι εισπράξεις και οι πληρωμές ήταν πιο ισορροπημένες, δεδομένου ότι η διαφορά του χρόνου αγγίζει τις 5 ημέρες.

Αντίθετα, το 2012 η ένταση της κρίσης και ο φόβος των υποχρεώσεων μη αποπληρωμής, οδήγησε τους προμηθευτές να ζητούν, σε πολλές περιπτώσεις, προκαταβολές ή εξόφληση εντός εύλογου χρονικού διαστήματος. Το πρόβλημα επεκτείνεται ακόμα περισσότερο αν λάβουμε υπόψη τον περιορισμένο ρόλο των χρηματοπιστωτικών ιδρυμάτων για την προώθηση κεφαλαίων για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και την αποτροπή των επενδυτικών κεφαλαίων από άλλες πηγές. Στο ζωτικό τομέα της χρηματοδότησης, η Ελλάδα έχει τη χαμηλότερη επίδοση στην

³¹Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (2013). Ανακτήθηκε από: <http://www.esee.gr/>

ΕΕ και, δυστυχώς, η τάση αυτή φαίνεται να επιδεινώνεται με το χρόνο³². Συγκεκριμένα, σχεδόν το ένα τρίτο των αιτήσεων δανείων που υποβλήθηκαν από τις ελληνικές μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις απορρίπτονται (μέσος όρος ΕΕ: 15 %), λόγω της απροθυμίας των τραπεζών να δανείσουν³³.

Όσον αφορά τη μόχλευση, σχεδόν το 75 % των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων έχουν συνάψει δάνεια, ενώ το 30 % από αυτές έχουν πρόβλημα υπερδανεισμού. Μέσα σε ένα χρόνο το ποσοστό των κόκκινων δανείων έχει αυξηθεί σημαντικά αν λάβουμε υπόψη ότι το 2012 το ποσοστό αυτό ήταν 25 %. Το γεγονός αυτό αξιολογείται από τις επιχειρήσεις ως το πιο δύσκολο και επώδυνο σε σχέση με τα προηγούμενα έτη, ενώ η γενική δυσκολία πρόσβασης στη χρηματοδότηση είναι το πιο πιεστικό πρόβλημα για το ένα τρίτο των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων. Όλοι αυτοί οι παράγοντες μπορεί να θέσουν σε άμεσο κίνδυνο όχι μόνο την ανταγωνιστικότητα των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων αλλά ακόμα και την ίδια τη βιωσιμότητα³⁴.

Επίσης, ο συνολικός χρόνος που απαιτείται μέχρι την ημερομηνία καταβολής της πληρωμής είναι περισσότερο από το διπλάσιο του μέσου όρου της ΕΕ (113 ημέρες έναντι 53), οι πληρωμές δεν γίνονται, κάτι που αντιστοιχεί στο 4,9 % του συνόλου (μέσος όρος ΕΕ: 2,9 %), ενώ οι επενδύσεις σε ταμεία επιχειρηματικών κεφαλαίων αντιπροσωπεύουν μόνο το ένα δέκατο του μέσου όρου, γεγονός που δείχνει - μεταξύ άλλων - την αρνητική διάθεση για την εταιρικούς συνασπισμούς και την αποφυγή των ξένων επενδυτών για τη χρηματοδότηση επενδυτικών σχεδίων σε ένα ασταθές κοινωνικοοικονομικό περιβάλλον³⁵.

Από το παρακάτω γράφημα παρατηρούμε πως οι κύριοι λόγοι διακοπής της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα είναι η έλλειψη κερδοφορίας, ενώ ακολουθεί η συνταξιοδότηση.

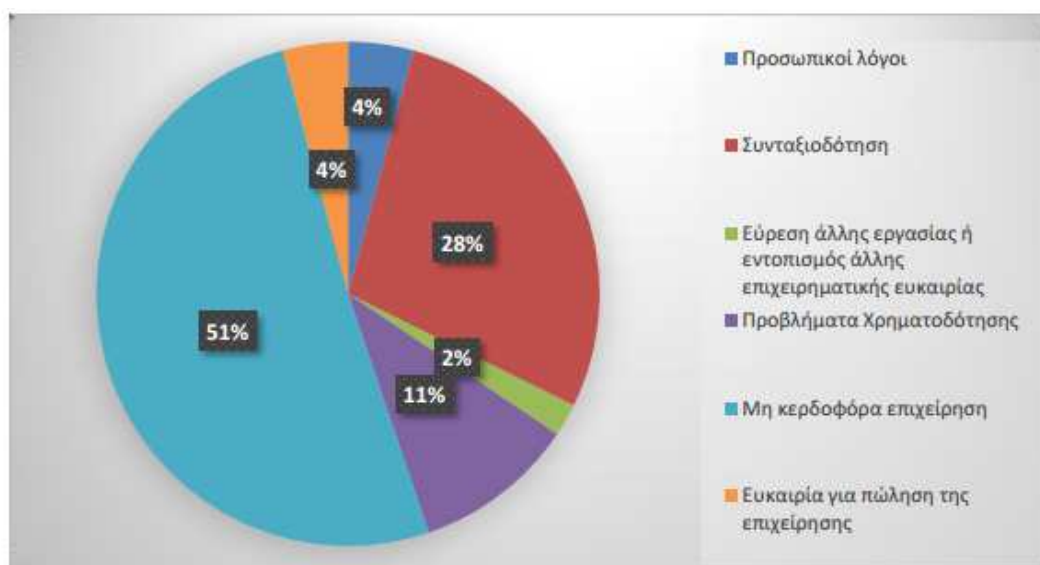
³²SBA(SmallBusinessAdministration) (2014). Ενημερωτικό Δελτίο SBA 2014, Επιχειρήσεις και Βιομηχανία Ελλάδα. Ανακτήθηκε από: <http://docplayer.gr/1474116-Enimerotiko-deltio-sba-2014-ellada.html>

³³PanageoutouS.A. (2012). *The Global Debt Monitor: An analysis of the Greek Financial Crisis*. Knoxville: University of Tennessee.

³⁴Ο.π.

³⁵Ο.π.

Γράφημα 7. Λόγοι διακοπής της επιχειρηματικής δραστηριότητας στην Ελλάδα, 2013



Πηγή: Ιωαννίδης και Γιωτόπουλος, 2015

Το μέλλον των ελληνικών επιχειρήσεων μετά την κρίση παραμένει αβέβαιο. Η οικονομική κρίση κάνει τις επιχειρήσεις και τους οργανισμούς να αναγνωρίσουν την ισχύ τους και να ανακαλύψουν τα όρια της αντοχής τους. Οι χρόνιες αδυναμίες και τα προβλήματα φτάνουν στην επιφάνεια και απαιτούν την άμεση προσοχή των επιχειρήσεων. Οι επιχειρηματίες δεν χρειάζεται να πανικοβάλλονται, αλλά να αντιμετωπίσουν με ψυχραιμία όλη αυτή την αβεβαιότητα³⁶.

Οι επιχειρήσεις που είναι διορατικές και καλά προετοιμασμένες μπορούν να διακρίνουν σημαντικές ευκαιρίες στην κρίση. Όπως κάθε νόμισμα έχει δύο όψεις, έτσι η οικονομική κρίση είναι μία από της δοκιμαστικές περιόδους και από την άλλη αποτελεί μια μοναδική ευκαιρία για να γίνει καλύτερες και ισχυρότερες. Οι επιχειρήσεις, προκειμένου να διατηρηθούν στην κρίση θα πρέπει να διατηρήσουν υψηλό συγκριτικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα έναντι των ανταγωνιστών τους, να είναι ευέλικτες, να προσαρμόζονται στο χρόνο, για να καινοτομήσουν και να

³⁶Chodorow-Reich, G. (2013). The Employment Effects of Credit Market Disruptions: Firm-level Evidence from the 2008-09 Financial Crisis. Ανακτήθηκε από: <http://qje.oxfordjournals.org/content/early/2013/10/15/qje.qjt031.full.pdf?keytype=ref&ijkey=weZuGP7XFYLhdpU>

αξιοποιήσουν την τεχνολογία και τα διάφορα σύγχρονα μέσα. Στην πραγματικότητα, οι επιχειρήσεις είναι υπό έντονη πίεση για να προσαρμοστούν σε αυτές τις συνθήκες. Σημαντικό ρόλο σε αυτήν την προσπάθεια μπορεί να διαδραματίσει η επένδυση στην καινοτομία³⁷ και τη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού³⁸.

1.4 Ενίσχυση επιχειρηματικότητας και ΜΜΕ στην Ελλάδα

Λόγω των δυσκολιών οι οποίες ανακύπτουν στη συμμετοχική χρηματοδότηση (απώλεια ελέγχου, υψηλές αποδόσεις κ.λ.π.), η πλειονότητα των επιχειρήσεων στην Ελλάδα και γενικά στην Ευρώπη, στρέφεται στην επιζήτηση δανειακής χρηματοδότησης από τις τράπεζες, οι οποίες συνεχίζουν να συγκροτούν την κύρια πηγή χρηματοδότησης. Ακόμα και σε χώρες με ιδιαίτερα ανεπτυγμένο χρηματοοικονομικό σύστημα και τυπικές και άτυπες μορφές εξωτερικής χρηματοδότησης, οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί οι οποίοι εστιάζονται στην τεχνολογία, καταφεύγουν κατά κύριο λόγο στα τραπεζικά ιδρύματα με σκοπό να

³⁷Atalay, M., Anafarta, N., Sarvan, F. (2013).The Relationship between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75(3), 226-235; Abouzeedan, A. (2011).SME Performance and Its Relationship to Innovation.ανακτήθηκεαπό: <http://liu.diva-portal.org/smash/get/diva2:447516/FULLTEXT01.pdf>; Zhang, Z., Chen, L. (2014). The Review of SMEs Open Innovation Performance.*American Journal of Industrial and Business Management*, 4, 716-720.

³⁸Sheehan, M. (2013). Human resource management and performance: Evidence from small and medium-sized firms. *International Small Business Journal*.Ανακτήθηκεαπό: <http://isb.sagepub.com/content/early/2013/01/06/0266242612465454.full.pdf>; Ognyomi, P., Bruning, N.S. (2016). Human resource management and organizational performance of small and medium enterprises (SMEs) in Nigeria.*The International Journal of Human Resource Management*, 27(6), 612-634.

συλλέξουν κεφάλαια για τις επενδυτικές τους δράσεις και κατά δεύτερο λόγο σε λοιπές πηγές κεφαλαίων.

Πέραν του τραπεζικού δανεισμού, όμως, υπάρχουν και άλλα εργαλεία. Τα χρηματοδοτικά εργαλεία τα οποία παρέχει η ΕΕ τα τελευταία χρόνια έχουν βοηθήσει ιδιαίτερα τις επιχειρήσεις και τους ιδιώτες. Η χρηματοδότηση από την ΕΕ λαμβάνει χώρα κατά τη διάρκεια των τριών τελευταίων προγραμματικών περιόδων, ενώ σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση της εν λόγω χρηματοδότησης παίζει και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ). Στις δύο πρώτες προγραμματικές περιόδους, δηλαδή τα χρονικά διαστήματα 1994-1999 και 2000-2006 η χρησιμοποίηση χρηματοδοτικών εργαλείων ήταν ιδιαίτερα περιορισμένη. Συγκεκριμένα η χρήση στην δεύτερη προγραμματική περίοδο έφτασε σε πανευρωπαϊκό επίπεδο τα 1,3 δις € την περίοδο 2000-2006. Την περίοδο 2007-2013 η χρήση των χρηματοδοτικών εργαλείων εξαπλώθηκε σε μεγάλο βαθμό, με τα συνολικά κονδύλια χρηματοδότηση να φτάνουν τα 11,6 δις ευρώ. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα και το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων καθιέρωσαν καινούργια μέσα χρηματοδότησης με βασικό σκοπό την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, ιδιαίτερα των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων, την ενίσχυση της αστικής ανάπτυξης και την αναβάθμιση της ενεργειακής απόδοσης³⁹.

Στον πίνακα που ακολουθεί μπορούμε να δούμε τα είδη των χρηματοδοτικών εργαλείων και ανά κατηγορία τα οφέλη που προσφέρουν, τους φορείς παροχής, αλλά και τους τομείς εφαρμογής.

³⁹ΣΕΣΜΑ(2014). Χρηματοδότηση μέσω καινοτόμων χρηματοδοτικών εργαλείων στη νέα προγραμματική περίοδο 2014-2020. Ανακτήθηκε από: http://www.sesma.gr/fileadmin/documents/Xrimatodotika_ergaleia_SESMA_PwC_SESMA_fin.pdf

Πίνακας 3. Κατηγορίες Χρηματοδοτικών Εργαλείων, οφέλη και τομείς εφαρμογής

Κατηγορία	Παράδειγμα	Οφέλη	Ενδιάμεσοι φορείς	Τομείς εφαρμογής
Μικρό-δάνεια	Δάνεια έως 25.000 ευρώ, εκπαίδευση και mentoring	Δημιουργία επιχείρησης από άτομα κοινωνικά αποκλεισμένα, χωρίς την παροχή εξασφαλίσεων	Μη-τραπεζικοί οργανισμοί παροχής μικρό-δανείων, μικρές συνεταιριστικές ή εμπορικές τράπεζες	<ul style="list-style-type: none"> • Νέα επιχειρηματικότητα • Κοινωνική οικονομία
Δάνεια επιμερισμού ού ρίσκου	Επενδυτικά δάνεια, δάνεια κεφαλαίου κίνησης, βραχυπρόθεσμα δάνεια, μακροπρόθεσμα δάνεια	Χαμηλά επιτόκια	Εμπορικές τράπεζες	<ul style="list-style-type: none"> • Επιχειρηματικότητα • Επενδύσεις αστικής ανάπτυξης • Ενέργεια • Κοινωνική οικονομία
Εγγυήσεις	Όλες οι μορφές δανείων, προϊόντα χρόνο-μίσθωσης, τραπεζικές εγγυητικές επιστολές	Χαμηλές εξασφαλίσεις	Εμπορικές τράπεζες, εταιρίες χρόνο-μίσθωσης	<ul style="list-style-type: none"> • Επιχειρηματικότητα • Υποδομές αστικής ανάπτυξης • Ενέργεια • Κοινωνική οικονομία
Συν-επένδυση κεφαλαίων	Επενδυτικά κεφάλαια	Κεφαλαιακή ενίσχυση	Επενδυτικά ταμεία	<ul style="list-style-type: none"> • Επιχειρηματικότητα (κυρίως σε τομείς καινοτομίας) • Επενδύσεις αστικής ανάπτυξης
Mezzanine	Δάνεια, επενδυτικά κεφάλαια	Χαμηλά επιτόκια, κεφαλαιακή ενίσχυση	Επενδυτικά ταμεία, Εμπορικές τράπεζες	<ul style="list-style-type: none"> • Επιχειρηματικότητα

Πηγή: ΣΕΣΜΑ, 2014

Στην Ελλάδα, τα πρώτα χρηματοδοτικά εργαλεία σχεδιαστήκαν στο πλαίσιο του Γ' Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης και αφορούσαν κυρίως εγγυήσεις για μικρές επιχειρήσεις μέσω του Ταμείου Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (TEMΠΜΕ). Στην προηγούμενη προγραμματική περίοδο το εύρος των χρηματοδοτικών εργαλείων επεκτάθηκε σε μια σειρά από πρωτοβουλίες που αφορούσαν, πέρα από την ενίσχυση ΜΜΕ και την επιχειρηματικότητα, στους τομείς της αστικής ανάπτυξης («JESSICA») και στην ενεργειακή αποδοτικότητα («Εξοικονομώ κατ' οίκον»). Ειδικά όμως στην επιχειρηματικότητα η αύξηση των διαθέσιμων χρηματοδοτικών εργαλείων υπήρξε εντυπωσιακή (δεσμεύτηκαν σχεδόν 1,8 δις ευρώ), χωρίς όμως την ανάλογη επιτυχία στην απορρόφηση και υλοποίηση τους.

Η προηγούμενη προγραμματική περίοδος ουσιαστικά συνέπεσε με την κορύφωση της κρίσης στην Ελλάδα και την αστάθεια του τραπεζικού συστήματος που επηρέασε σε πολύ μεγάλο βαθμό την αξιοποίηση των χρηματοδοτικών εργαλείων που

σχεδιάστηκαν. Επίσης, η παρατεταμένη ύφεση και υψηλή εξάρτηση μικρών επιχειρήσεων από τραπεζικό δανεισμό οδήγησε σε ραγδαία αύξηση των μη εξυπηρετούμενων δανείων που κατέστησε πολλές επιχειρήσεις μη επιλέξιμες για τα χρηματοδοτικά εργαλεία. Η έλλειψη ρευστότητας λειτούργησε ως αποτρεπτικός παράγοντας παροχής χρηματοδότησης από τις τράπεζες και αύξησε το κόστος δανεισμού. Η καταγραφή και αποτύπωση των αναγκών/απαιτήσεων των επιχειρήσεων στην Ελλάδα ήταν ελλιπής, γεγονός που επηρέασε την αποτελεσματικότητα του σχεδιασμού και συντέλεσε στη χαμηλή απορροφητικότητα των χρηματοδοτικών εργαλείων κατά την τελευταία προγραμματική περίοδο.

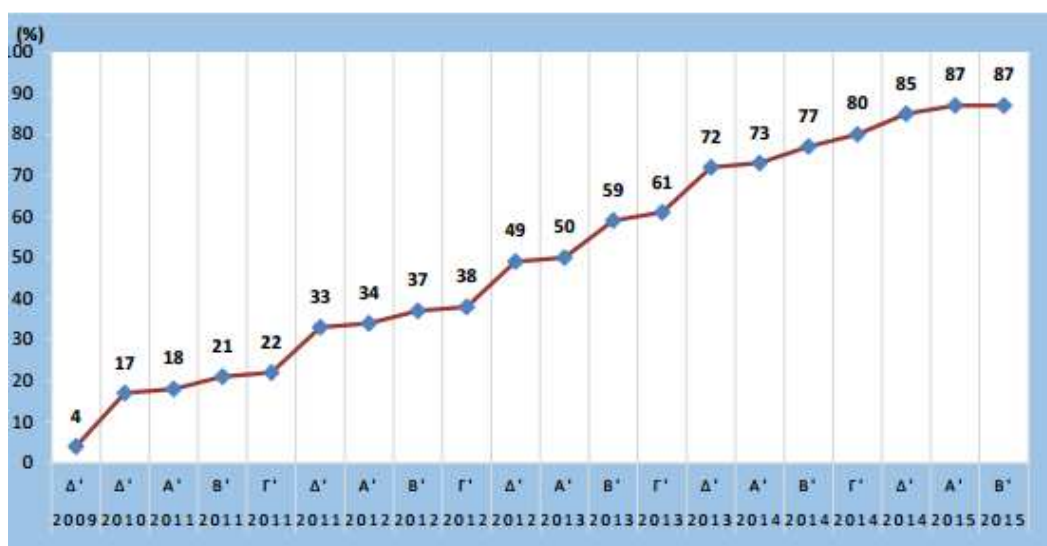
Η Ελλάδα διαθέτει ήδη εμπειρία στη χρήση χρηματοδοτικών εργαλείων, που πρέπει να αξιοποιηθεί για την καλύτερη στοχοθέτηση της χρήσης τους στη νέα προγραμματική περίοδο. Δομές όπως το Εθνικό Ταμείο Επιχειρηματικότητας και Ανάπτυξης (ETEAN) και το JEREMIE μπορούν να αξιοποιηθούν με πιο ορθολογικό τρόπο. Ωστόσο, τα χρηματοδοτικά εργαλεία οφείλουν να λειτουργούν συμπληρωματικά και όχι ανταγωνιστικά. Στο πλαίσιο αυτό ο καλύτερος συντονισμός μεταξύ τραπεζών κράτους και επιχειρήσεων είναι απαραίτητος για την αποτύπωση των πραγματικών χρηματοδοτικών αναγκών των επιχειρήσεων. Στον πίνακα που ακολουθεί μπορούμε να δούμε τον αριθμό των επιχειρήσεων οι οποίες επωφελήθηκαν από τα παραπάνω προγράμματα.

Πίνακας 4. Ωφελημένες Επιχειρήσεις από τα Χρηματοδοτικά εργαλεία της ΕΕ

Ταμείο	Πηγή Χρηματοδότησης	Πρόγραμμα	Αριθμός Ενισχυμένων Επιχειρήσεων
TEMPIME	ΕΣΠΑ	Εγγύηση και επιδότηση επιτοκίου για δάνεια κεφαλαίου κίνησης/2009-2011	60.000
JEREMIE	ΕΣΠΑ	Επιχειρηματικά δάνεια για μικρές επιχειρήσεις	1300
JEREMIE	ΕΣΠΑ	Επιχειρηματικά δάνεια ICT	33
JEREMIE	ΕΣΠΑ	Μικρό-δάνεια	167
JEREMIE	ΕΣΠΑ	Επιχειρηματικά δάνεια για έναρξη επιχειρηματικότητας	142
JEREMIE	ΕΣΠΑ	Συμμετοχικές Επενδύσεις	8

Η περασμένη προγραμματική περίοδος στην ουσία ήταν η περίοδος της μεγέθυνσης της οικονομικής κρίσης στην Ελλάδα. Αποτέλεσμα αυτού ήταν η αστάθεια του τραπεζικού τομέα ο οποίος με την σειρά του επίδρασε σε εξαιρετικά σημαντικό βαθμό την αξιοποίηση των χρηματοδοτικών εργαλείων τα οποία είχαν σχεδιαστεί να δοθούν σε επιχειρήσεις. Επιπροσθέτως, η μακράς διάρκειας οικονομική κρίση αλλά και η μεγάλη εξάρτηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων από τον τραπεζικό δανεισμό κατεύθυνε σε μεγέθυνση των μη εξυπηρετούμενων δανείων η οποία οδήγησε σε πολλές περιπτώσεις στην μη –επιλογή των επιχειρήσεων αυτών για την χορήγηση χρηματοδοτικών εργαλείων από την ΕΕ⁴⁰. Στο διάγραμμα που ακολουθεί μπορούμε να δούμε την διαχρονική απορρόφηση των κονδυλίων του ΕΣΠΑ

Γράφημα 8. Διαχρονική Απορρόφηση Κονδυλίων ΕΣΠΑ, 2009-2014



Πηγή: Γραφείο Προϋπολογισμών του Κράτους, 2015⁴¹

Στην νέα προγραμματική περίοδο 2014-2020, εκτός των άλλων έχουν τεθεί προτεραιότητες για την ενίσχυση της έρευνας, της τεχνολογικής ανάπτυξης και της καινοτομίας, την βελτίωση της πρόσβασης σε τεχνολογίες πληροφορικής και

⁴⁰Ο.π.

⁴¹Γραφείο Προϋπολογισμών του Κράτους (2015). Τριμηνιαία έκθεση, Απρίλιος-Ιούνιος, 2015. Βουλή των Ελλήνων. Ανακτήθηκε από: <http://www.protothema.gr/files/1/2015/07/29/q2-2015-gr.pdf>

επικοινωνιών (ΤΠΕ), της χρήσης και της ποιότητάς τους, την βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων συμπεριλαμβανομένων και αυτών του γεωργικού τομέα (για το ΕΓΤΑΑ) και του τομέα της αλιείας και της υδατοκαλλιέργειας (για το ΕΤΘΑ) (Υπουργείο Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας, 2014). Οι στόχοι στους παραπάνω τομείς φαίνεται στον πίνακα που ακολουθεί.

Πίνακας 5. Στόχοι Στρατηγικής Ευρώπη 2020

Στρατηγική Ευρώπη 2020	Στόχοι Ευρώπη 2020	Υφιστάμενη Κατάσταση	Στόχοι χώρας για το 2020
Επενδύσεις σε E&A (% του ΑΕΠ)	3%	0,57% (2007) 0,67% (2011)	1,2%
Ποσοστό απασχόλησης (ηλικίες 20-64)	75%	64% (2010) 59,9% (2011) 55,3% (2012)	70%

Πηγή: Υπουργείο Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας, 2014

Όσο αφορά την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ, ο θεματικός αυτός στόχος αφορά το μεγαλύτερο και παραγωγικότερο τμήμα της ελληνικής οικονομίας, στοχεύει αποκλειστικά στη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ και η εφαρμογή του επικεντρώνεται σε πεδία εξειδίκευσης πάνω στα οποία θα δομηθούν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα με παγκόσμιο ορίζοντα και μακροχρόνια βιωσιμότητα. Τομείς που, κατά προτεραιότητα, διαφαίνεται ότι μπορούν να συγκεντρώσουν αξιόλογο επενδυτικό ενδιαφέρον και προοπτικές ανάπτυξης είναι ο τουρισμός, η ενέργεια, η αγροδιατροφή, το περιβάλλον, η ανάπτυξη της εφοδιαστικής αλυσίδας (συμπεριλαμβανομένης της ναυτιλίας), οι τεχνολογίες πληροφορικής και επικοινωνιών, η υγεία και η φαρμακευτική βιομηχανία, οι δημιουργικές και πολιτιστικές βιομηχανίες, καθώς και τα υλικά και κατασκευές⁴².

Η χρηματοδοτική ενίσχυση της επιχειρηματικότητας κατά την περίοδο 2014-2020 θα αποτελέσει το βασικό στοιχείο της αναπτυξιακής προσπάθειας. Προτεραιότητα θα

⁴²Υπουργείο Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας, Γενική Γραμματεία Δημοσίων Επενδύσεων- ΕΣΠΑ (2014). Σύμφωνο Εταιρικής Σχέσης 2014-2020. Ανακτήθηκε από: https://www.espa.gr/elibrary/PA_ESPA_2014_2020.pdf

δοθεί στην ενίσχυση είτε μέσω επιχορηγήσεων, είτε μέσω ευνοϊκών φορολογικών μέτρων (χωρίς τη στήριξη των ΕΔΕΤ), είτε μέσω χρηματοδοτικών εργαλείων π.χ. venture capitals, business angels, investment funds, seed capital, early stage VC κλπ, των επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στους παραπάνω εννέα τομείς με αυξημένη προστιθέμενη αξία, είτε μέσω άλλων μορφών που προσιδιάζουν στις ανάγκες συγκεκριμένων κατηγοριών επιχειρήσεων.

Με τη στήριξη στις ΜΜΕ, θα δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στις επιχειρηματικές δραστηριότητες που εναρμονίζονται με τη στρατηγική της έξυπνης εξειδίκευσης σε εθνικό και περιφερειακό επίπεδο, καθώς και σε άλλες στοχευμένες επενδύσεις. Η αναγκαιότητα της χρηματοδοτικής ενίσχυσης της επιχειρηματικής δραστηριότητας υπογραμμίζεται και από το γεγονός ότι παρά τη σταδιακή αποκατάσταση της ομαλής λειτουργίας του τραπεζικού τομέα, εκτιμάται ότι για τα πρώτα τουλάχιστον χρόνια της νέας περιόδου, το πρόβλημα της ρευστότητας θα παραμείνει, έστω και με μειούμενη ένταση⁴³.

⁴³Ο.π.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

2.1 Η ποιοτική έρευνα

Για τη συλλογή των δεδομένων χρησιμοποιήθηκε η ποιοτική έρευνα. Σε αντίθεση με την ποσοτική έρευνα η οποία δίνει έμφαση στην ποσότητα εμφάνισης ενός φαινομένου, η ποιοτική έρευνα εστιάζει στο χαρακτήρα του φαινομένου⁴⁴. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρεται: «Οι ποιοτικές μέθοδοι δίνουν την ευκαιρία στον ερευνητή να στοχεύσει στο τι σημαίνει για τα υποκείμενα η εμπειρία για την οποία μιλούν, με άλλα λόγια, να εμβαθύνει. Αυτό που συμβαίνει είναι μια «λεπτή» περιγραφή [...] από την πλευρά των ερευνητών. Πέρα, όμως, από τη λεπτομερή ανάλυση, οι ποιοτικές μέθοδοι καταγράφουν τη «φωνή» του υποκειμένου και τις εκφράσεις του [...] Οι ποιοτικές μέθοδοι σε μεγάλο βαθμό επηρεάζονται από την κουλτούρα-πολιτισμό του ερευνητή. Ο ερευνητής καλείται να ερμηνεύσει τα δεδομένα που έχουν συλλεχθεί και να αναδείξει τα τελικά συμπεράσματα, χρησιμοποιώντας τις παρατηρήσεις του»⁴⁵.

Αυτός ήταν και ο κυριότερος λόγος για τον οποίον επιλέχθηκε η ποιοτική μέθοδος. Καθώς στόχος δεν ήταν η απλή αντικειμενική εξήγηση ενός φαινομένου μέσω της ποσοτικοποίησης των απόψεων των συμμετεχόντων στην έρευνα και της παράθεσης των αποτελεσμάτων σε αριθμητική μορφή, όπως συμβαίνει στην ποσοτική έρευνα, ακολουθήθηκε η ποιοτική μέθοδος έρευνας, η οποία στην ουσία προσπαθεί να διερευνήσει εις βάθος ένα φαινόμενο. Μάλιστα, το φαινόμενο που ερευνάται βασίζεται στις αντιλήψεις, τις πεποιθήσεις, τις εμπειρίες των υποκειμένων της έρευνας και στο πώς αυτοί βιώνουν το υπό εξέταση φαινόμενο, ώστε να παραχθεί μία βαθύτερη γνώση για το φαινόμενο που εξετάζεται, λαμβάνοντας υπόψη και το ευρύτερο ιστορικό, κοινωνικό και οικονομικό πλαίσιο⁴⁶.

⁴⁴Παρασκευοπούλου – Κόλλια, Ε.Α. (2008). Μεθοδολογία ποιοτικής έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες και συνεντεύξεις. *Open Education - The Journal for Open and Distance Education and Educational Technology*, 4(1). Ανακτήθηκε από: http://www.openedu.gr/share/magaz_files/7-new/7-%20Special%20Issue.pdf.

⁴⁵Ο.π., σελ. 3

⁴⁶ Τσιώλης, Γ. (2011). Η σχέση ποιοτικής και ποσοτικής έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες: Από την πολεμική των «παραδειγμάτων» στις συνθετικές προσεγγίσεις; Στο: Δαφέρμος, Μ.,

Έτσι, η ποιοτική έρευνα δεν εστιάζει στον κατακερματισμό ενός φαινομένου σε μεταβλητές, εν αντιθέσει με την ποσοτική έρευνα, αλλά αντίθετα προσλαμβάνεται μέσα από μία πιο ολιστική προσέγγιση, μέσα από τις εμπειρίες, τη θέωρηση και την οπτική των εκπαιδευομένων, οδηγώντας στην ανακάλυψη νέων πτυχών και νέων διαστάσεων⁴⁷. Αυτό βασίζεται στο γεγονός ότι η πραγματικότητα αποτελεί μία πολύπλοκη και πολισχιδή συμβολική κατασκευή και συνεπώς θα πρέπει να προσεγγιστεί με έναν τρόπο που θα λαμβάνει υπόψη του τα πολλαπλά νοήματα και το ευρύτερο περιβάλλον μέσα στο οποίο ζουν τα υποκείμενα της έρευνας και αντιλαμβάνονται και ζουν το φαινόμενο που διερευνάται⁴⁸.

Η προσέγγιση που θα ακολουθηθεί στο πλαίσιο της ποιοτικής ανάλυσης είναι η μελέτη περίπτωσης, η οποία ορίζεται ως «μια καλά εδραιωμένη ερευνητική στρατηγική όπου το επίκεντρο είναι σε μία περίπτωση [...] καθαυτή, ενώ λαμβάνεται παράλληλα υπόψη και το πλαίσιό της»⁴⁹. Στην παρούσα έρευνα, η μελέτη περίπτωσης εστιάζει συγκεκριμένα σε ιδιοκτήτες ΜΜΕ στην Ελλάδα και ακόμα πιο συγκεκριμένα στο Ν. Αττικής.

Σαματάς, Μ., Κουκουριτάκης, Μ., & Χιωτάκης, Σ. (Επιμ.), *Οι κοινωνικές επιστήμες στον 21^ο αιώνα. Επίμαχα θέματα και προκλήσεις*. Αθήνα: Πεδίο.

⁴⁷Ο.π.

⁴⁸Τσιώλης, Γ. (2014). *Μέθοδοι και τεχνικές ανάλυσης στην ποιοτική κοινωνική έρευνα*. Αθήνα: Κριτική.

⁴⁹Robson, C. (2007). *Η έρευνα του πραγματικού κόσμου*. Αθήνα: Gutenberg, σελ. 211

2.2 Το μεθοδολογικό εργαλείο της συνέντευξης

Το μεθοδολογικό εργαλείο που χρησιμοποιήθηκε για το σκοπό αυτής της έρευνας είναι η δομημένη πρόσωπο με πρόσωπο συνέντευξη. Όπως υποστηρίζεται, η συνέντευξη στο πλαίσιο της ποιοτικής έρευνας έχει ως στόχο της αφενός να αποτυπώσει και αφετέρου να περιγράψει το νόημα που δίνουν οι συμμετέχοντες στην έρευνα στο ζήτημα-φαινόμενο που εξετάζεται⁵⁰. Η συνέντευξη, επιπρόσθετα, έχει το πλεονέκτημα του διαλόγου και της συζήτησης, κάτι το οποίο συμβάλλει στην αποσαφήνιση των όποιων παρανοήσεων και αποριών υπάρχουν, με αποτέλεσμα την εξαγωγή πιο έγκυρων και αξιόπιστων αποτελεσμάτων⁵¹.

Ένας από τους λόγους που επιλέχθηκε αυτό το μεθοδολογικό εργαλείο είναι ότι η ποιοτική έρευνα χρησιμοποιεί εργαλεία που βασίζονται στη στενή επικοινωνιακή σχέση μεταξύ ερευνητή και συμμετεχόντων στην έρευνα και τα οποία μπορούν να διαμορφώσουν μία εξήγηση για το φαινόμενο που εξετάζεται στο επίπεδο της κατανόησης νοημάτων και όχι στο επίπεδο της απλής αποκάλυψης αυτών⁵². Επίσης, η πρόσωπο-με-πρόσωπο συνέντευξη διερευνά υποκείμενα κίνητρα που δεν μπορούν να διερευνηθούν μέσα από το εργαλείο των ερωτηματολογίων, ενώ παράλληλά μη λεκτικές ενδείξεις μπορούν να δώσουν στην ερευνήτρια μηνύματα που βοηθούν στην κατανόηση των προφορικών αποκρίσεων⁵³.

Η πρόσωπο-με-πρόσωπο συνέντευξη έχει το πλεονέκτημα ότι μπορεί να «ενθαρρύνει και τις δύο πλευρές, που λαμβάνουν μέρος στη διαδικασία να νιώσουν περισσότερο συνδεδεμένες με τη συζήτηση, που διεξάγεται, ανατροφοδοτούμενη από τις απόψεις που εκφράζονται»⁵⁴. Επίσης, με αυτόν τον τρόπο η ερευνήτρια είχε τη δυνατότητα να

⁵⁰ Valenzuela, D., Shrivastana, P. (2005). Interview as a Method for Qualitative Research. Ανακτήθηκε από: <http://www.public.asu.edu/~kroel/www500/Interview%20Fri.pdf>

⁵¹ Crabtree, B.F., Miller, W.L. (1992). Primary care research: A multimethod typology and qualitative road map. Στο: Crabtree, B.F., & Miller, W.L. (Eds.), *Doing qualitative research*. NewburyPark: Sage.

⁵² Τσιώλης, Γ. (2014). *Μέθοδοι και τεχνικές ανάλυσης στην ποιοτική κοινωνική έρευνα*. Αθήνα: Κριτική.

⁵³ Robson, C. (2007). *Η έρευνα του πραγματικού κόσμου*. Αθήνα: Gutenberg.

⁵⁴ Παρασκευοπούλου – Κόλλια, Ε.Α. (2008). Μεθοδολογία ποιοτικής έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες και συνεντεύξεις. *Open Education - The Journal for Open and Distance Education*

αποσαφηνίσει τυχόν απορίες των συμμετεχόντων, αλλά και να τους κατευθύνει σε περίπτωση που ξεφύγουν από το θέμα.

Για τους σκοπούς αυτής της έρευνας χρησιμοποιήθηκε η δομημένη συνέντευξη, η οποία έχει προκαθορισμένες από την ερευνήτρια ερωτήσεις. Αυτό σημαίνει ότι όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα έπρεπε να απαντήσουν σε συγκεκριμένες ερωτήσεις, ίδιου αριθμού και περιεχομένου⁵⁵. Η δομημένη συνέντευξη επιλέχθηκε έναντι της ημιδομημένης και της μη δομημένης, καθώς αυτό οδηγεί στην καλύτερη κωδικοποίηση των απαντήσεων και την πιο εύκολη εξαγωγή ερμηνειών και συμπερασμάτων, ενώ παράλληλα ελαχιστοποιείται η πιθανότητα να ‘ξεφύγει’ η συζήτηση, όπως θα συνέβαινε στην περίπτωση μίας μη δομημένης συνέντευξης⁵⁶. Τέλος, αυτό το είδος συνέντευξης θεωρήθηκε ότι είναι κατάλληλο και με βάση τον περιορισμό του χρόνου που είχε η ερευνήτρια στη διάθεσή της για τη διεξαγωγή της έρευνας και των συνεντεύξεων.

Οι ερωτήσεις της συνέντευξης έχουν σχεδιαστεί από την ερευνήτρια, αποκλειστικά για τους σκοπούς αυτής της έρευνας. Οι ερωτήσεις που χρησιμοποιήθηκαν στη δομημένη συνέντευξη είναι ανοικτές, κάτι που έδωσε τη δυνατότητα στους συμμετέχοντες να εκφράσουν ελεύθερα την άποψή τους, χωρίς να είναι αναγκασμένοι να επιλέξουν μεταξύ εκ των προτέρων καθορισμένες απαντήσεις⁵⁷. Η ημέρα, ώρα και ο τόπος διεξαγωγής της συνέντευξης καθορίστηκε από τους συμμετέχοντες. Ο χρόνος διεξαγωγής της συνέντευξης κυμάνθηκε από 25’-30’.

and Educational Technology, 4(1). Ανακτήθηκε από: http://www.openedu.gr/share/magaz_files/7-new/7-%20Special%20Issue.pdf, σελ.4.

⁵⁵Robson, C. (2007). *Η έρευνα του πραγματικού κόσμου*. Αθήνα: Gutenberg.

⁵⁶Marshall, C., Rossman, G.B. (1999). *Designing qualitative research*. London: Sage.

⁵⁷Neuman, W.L. (2007). *Social research: Qualitative and Quantitative approaches*. Boston: PearsonEducation.

2.3 Δείγμα της έρευνας

Στην ποιοτική έρευνα το δείγμα δε χρειάζεται να είναι μεγάλο, καθώς σε αυτήν την περίπτωση υπάρχει κίνδυνος για την εγκυρότητα της έρευνας, «αφού μέσα στο μεγάλο αριθμό των συμμετεχόντων χάνονται τα υποκειμενικά και εξατομικευμένα χαρακτηριστικά, τα οποία θέλει να κατανοήσει η ποιοτική έρευνα»⁵⁸. Αυτό που θα πρέπει να διασφαλιστεί είναι η αξιοπιστία των συμμετεχόντων και η ικανότητά τους να συμβάλλουν στην παραγωγή γνώσης για το υπό εξέταση φαινόμενο, κάτι το οποίο άπτεται της γενικότερης γνώσης τους για αυτό το φαινόμενο⁵⁹.

Το δείγμα της έρευνας, όπως ήδη αναφέρθηκε, αποτελείται από δέκα (10) συμμετέχοντες που είναι ιδιοκτήτες μίας ΜΜΕ στην Ελλάδα, σε διάφορους δήμους του Ν. Αττικής. Στον πιο κάτω πίνακα απεικονίζεται το δείγμα της παρούσας έρευνας.

Πίνακας 6. Δείγμα της έρευνας

	Τομέας	Δήμος	Αριθμός εργαζομένων	Έτη δραστηριοποίησης
1	Εστίασης	Βουλιαγμένης	13	28
2	Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις	Γλυφάδας	45	19
3	Βιομηχανίας	Κηφισιάς	62	21
4	Εστίασης	Χαλανδρίου	11	8
5	Βιοτεχνίας	Αθηναίων	51	17
6	Βιοτεχνίας	Αθηναίων	36	9
7	Ξενοδοχειακές επιχειρήσεις	Σπάτων	40	12
8	Τροφίμων και ποτών	Χαϊδαρίου	53	19

⁵⁸Μαντζούκας, Σ. (2007). Ποιοτική έρευνα σε έξι εύκολα βήματα. Η επιστημολογία, οι μέθοδοι και η παρουσίαση. *Νοσηλευτική*, 46(1), 236-246, σελ. 241

⁵⁹Tongco, D.C. (2007). Purposeful Sampling as a Tool for Informant Selection. *Ethnobotany Research & Applications*, 5, 147-158.

9	Γραφικές τέχνες	Περιστερίου	26	10
10	IT	Αθηναίων	29	5

Το δείγμα επιλέχθηκε με τη μέθοδο της βολικής δειγματοληψίας, καθώς αποτελείται από εταιρείες ΜΜΕ στις οποίες η ερευνήτρια είχε εύκολη πρόσβαση⁶⁰. Ένα σημαντικό πλεονέκτημα αυτής της μεθόδου δειγματοληψίας είναι ότι το δείγμα δεν έχει σημαντικές διακυμάνσεις, αλλά είναι περισσότερο ομοιογενές⁶¹. Ωστόσο, το δείγμα αυτό αποτελεί παράλληλα και δείγμα σκοπιμότητας, δεδομένου ότι έχει επιλεγεί όχι με τυχαίο τρόπο αλλά σκόπιμα, καθώς το συγκεκριμένο δείγμα «έχει τη γνώση, τα χαρακτηριστικά και τη θέληση να του δώσει πιο ολοκληρωμένες και σε βάθος απαντήσεις στην ερευνητική του ερώτηση»⁶². Πιο αναλυτικά, το δείγμα σκοπιμότητας είναι ένα μη τυχαίο δείγμα, όπου η απόφαση για τα άτομα που θα περιλαμβάνονται σε αυτό έγκειται στην ερευνήτρια, με βάση τα εξής κριτήρια: την επιθυμία του δείγματος να συμμετάσχει στην έρευνα, τη γνώση του δείγματος σχετικά με το φαινόμενο που διερευνάται, καθώς και τη δυνατότητα του δείγματος να λάβει μέρος στην έρευνα⁶³.

⁶⁰Farrokhi, F., Mahmoudi-Hamidabad, A. (2012). Rethinking Convenience Sampling: Defining Quality Criteria. *Theory and Practice in Language Studies*, 2(4), 784-792.

⁶¹Hultsch, D.F., MacDonald, S.W.S., Hunter, M.A., Maitland, S.B., Dixon, R.A. (2002). Sampling and generalisability in developmental research: Comparison of random and convenience samples of older adults. *International Journal of Behavioral Development*, 26(4), 345-359.

⁶²Μαντζούκας, Σ. (2007). Ποιοτική έρευνα σε εξειδικευμένα βήματα. Η επιστημολογία, οι μέθοδοι και η παρουσίαση. *Νοσηλευτική*, 46(1), 236-246, σελ. 241.

⁶³Creswell, J.W. (2011). *Η έρευνα στην εκπαίδευση. Σχεδιασμός, διεξαγωγή και αξιολόγηση της ποσοτικής και ποιοτικής έρευνας*. Αθήνα: Έλλην; Oliver, P. (2006). Purposive sampling. Ανακτήθηκε από: <http://srmo.sagepub.com/view/the-sage-dictionary-of-social-research-methods/n162.xml>

2.4 Ηθική της έρευνας

Προκειμένου να ενισχυθεί η εγκυρότητα και η αξιοπιστία της παρούσας έρευνας, η ερευνήτρια προχώρησε στην εξής στρατηγική⁶⁴: πριν από τη δημοσίευση των αποτελεσμάτων της έρευνας απεστάλη σε όλους τους συμμετέχοντες μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου μία επιστολή που τους καλούσε να διαβάσουν αυτά τα οποία είπαν κατά τη διάρκεια της συνέντευξης - τα οποία θα είναι καταγεγραμμένα μετά από την απομαγνητοφώνηση - ώστε να επιβεβαιώσουν την αξιοπιστία τους και να δώσουν τη συγκατάθεσή τους για δημοσίευση. Τυχόν εισηγήσεις / αλλαγές / τροποποιήσεις στο κείμενο του κάθε συμμετέχοντα ήταν δεκτές και σεβαστές.

Επίσης, αποσαφηνίστηκαν τα προσωπικά συστήματα αξιών της ερευνήτριας και αναγνωρίστηκαν οι περιοχές στις οποίες υπάρχει υποκειμενικότητα⁶⁵. Επιπρόσθετα, παρουσιάστηκαν με ακρίβεια η διαδικασία συλλογής, ανάλυσης και παρουσίασης των ερευνητικών δεδομένων, με τη διασφάλιση, επίσης, ότι η ερευνήτρια δε διέπεται από σύγκρουση συμφερόντων και μεροληψία⁶⁶.

Τέλος, πριν από τη διεξαγωγή της συνέντευξης ελήφθη η ενήμερη συγκατάθεση των συμμετεχόντων, μέσα από την παρουσίαση σε αυτούς από την ερευνήτρια του σκοπού της έρευνας, του πανεπιστημιακού ιδρύματος στα πλαίσια του οποίου διεξήχθη η έρευνα, ο τρόπος συλλογής και επαξεργασίας των δεδομένων, καθώς και η διασφάλιση ότι θα τηρηθεί πλήρης ανωνυμία των συμμετεχόντων, και ότι τα αποτελέσματα θα χρησιμοποιηθούν αποκλειστικά και μόνο για τους σκοπούς αυτής της έρευνας⁶⁷.

⁶⁴Συμεού, Λ. (2006). Εγκυρότητα και αξιοπιστία στην ποιοτική έρευνα: Το παράδειγμα μιας έρευνας για τη συνεργασία σχολείου-οικογένειας. 9ο Συνέδριο Παιδαγωγικής Εταιρείας Κύπρου. Ανακτήθηκε από: http://www.pek.org.cy/Proceedings_2006/10.%20Kefalaio%2010%20Ekpaideftiki%20erevna/10.4.%20L.%20Symeou.pdf

⁶⁵Robson, C. (2007). *Η έρευνα του πραγματικού κόσμου*. Αθήνα: Gutenberg

⁶⁶Συμεού, Λ. (2006). Εγκυρότητα και αξιοπιστία στην ποιοτική έρευνα: Το παράδειγμα μιας έρευνας για τη συνεργασία σχολείου-οικογένειας. 9ο Συνέδριο Παιδαγωγικής Εταιρείας Κύπρου. Ανακτήθηκε από: http://www.pek.org.cy/Proceedings_2006/10.%20Kefalaio%2010%20Ekpaideftiki%20erevna/10.4.%20L.%20Symeou.pdf

⁶⁷Συμεού, Λ. (2006). Εγκυρότητα και αξιοπιστία στην ποιοτική έρευνα: Το παράδειγμα μιας έρευνας για τη συνεργασία σχολείου-οικογένειας. 9ο Συνέδριο Παιδαγωγικής Εταιρείας

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3. ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

1. Θεωρείτε ότι η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει την επιχείρησή σας; Εξηγείστε την άποψή σας.

Όλοι ανεξαιρέτως οι συμμετέχοντες στην έρευνα ανέφεραν πως η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει σε πάρα πολύ μεγάλο βαθμό την επιχείρησή τους, η αλλιώς στο μέγιστο, όπως ανέφεραν χαρακτηριστικά κάποιοι. Όπως αναφέρθηκε: «Δεν υπάρχει στον Ελλαδικό χώρο, επιχείρηση η τομέας παραγωγής που να μην δέχτηκε δυσμενείς επιδράσεις. Υγιείς και προβληματικές επιχειρήσεις», λόγω και της αλληλεπίδρασης μεταξύ υγιών και προβληματικών επιχειρήσεων. Η μείωση ρευστότητας, η μείωση των πωλήσεων και η συνεπακόλουθη μείωση του κύκλου εργασιών (τζίρου) ήταν τα προβλήματα που ανέφεραν οι επιχειρήσεις πως αντιμετωπίζουν ως απόρροια της κρίσης. Επιπρόσθετα προβλήματα που αναφέρθηκαν ήταν η μείωση του κατά μονάδα κέρδους λόγω χαμηλότερων τιμών και εσόδων ακόμα και αν συνοδεύτηκε από αύξηση της ζήτησης, όπως στην περίπτωση του τουρισμού, αύξηση των απαιτήσεων των πελατών για καλύτερη ποιότητα και μικρότερες τιμές, μείωση έως και κατάργηση της πίστωσης από τους προμηθευτές, καθυστέρηση και δυσκολία στις εισπράξεις λόγω ρευστότητας, μείωση της είσπραξης απαιτήσεων.

2. Κατά την γνώμη σας, ποιο θα ήταν το σημαντικότερο στοιχείο που θα χρειαζόσασταν προκειμένου να γίνετε περισσότερο ανταγωνιστικοί;

Το κυριότερο στοιχείο που αναφέρθηκε από πολλούς ερωτηθέντες είναι η μείωση του κόστους παραγωγής και βελτίωση της ποιότητας, ώστε να μειωθούν οι τιμές και να ενισχυθεί η εξωστρέφεια. Όπως επισημάνθηκε: «Το μεγαλύτερο πρόβλημα από ανταγωνιστικότητα έγκειται στο ανελαστικό υψηλό κόστος λειτουργίας (μισθολογικό, πρώτες ύλες, ΔΕΗ,) και σε συνδυασμό με την μείωση της ζήτησης οδηγούμαστε στην έλλειψη ρευστότητας». Η έλλειψη ρευστότητας που θα έδινε τη δυνατότητα αυτοματοποίησης των διαδικασιών επισημάνθηκε ως ένα ακόμη στοιχείο που θα μπορούσε να συμβάλλει στην ανταγωνιστικότητα.

Κύπρου.

Ανακτήθηκε

από:

http://www.pek.org.cy/Proceedings_2006/10.%20Kefalaio%2010%20Ekpaideftiki%20erevna/10.4.%20L.%20Symeou.pdf; Robson, C. (2007). *Η έρευνα του πραγματικού κόσμου*. Αθήνα: Gutenberg; Marshall, C., Rossman, G.B. (1999). *Designing qualitative research*. London: Sage.

3. Με ποιους τρόπους προσπαθήσατε να ανταπεξέλθετε στην οικονομική κρίση και στα προβλήματα που δημιούργησε, αλλά και στα προβλήματα που υπάρχουν λόγω του ασταθούς πολιτικού και οικονομικού περιβάλλοντος στην Ελλάδα;

Οι απαντήσεις των ερωτηθέντων σε αυτήν την ερώτηση διαφοροποιούνται. Οι τρόποι που αναφέρθηκαν είναι οι εξής: μείωση προσωπικού, μείωση τιμών για αύξηση της ζήτησης από μέρους των πελατών, προσφορές σε πελάτες, ενώ υπήρξαν και ορισμένοι που απευθύνθηκαν σε σύμβουλο επιχειρήσεων.

4. Πώς θεωρείτε ότι έχει επηρεαστεί η αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα της επιχείρησής σας λόγω των φορολογικών πολιτικών των κυβερνήσεων;

Ορισμένοι από τους ερωτηθέντες ανέφεραν ότι έχει επηρεαστεί αρνητικά η αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεών τους, λόγω των φορολογικών πολιτικών. Ωστόσο, υπήρχαν και τέσσερα άτομα που ανέφεραν πως επένδυσαν στο εργατικό δυναμικό και στην καινοτομία, δηλαδή στην προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών που παρέχουν προστιθέμενη αξία στους πελάτες και ως εκ τούτου αντισταθμίστηκαν κάπως, αν και σε μικρό βαθμό, οι αρνητικές επιπτώσεις που προήλθαν λόγω των φορολογικών πολιτικών.

5. Πώς κρίνετε την πολιτική των κυβερνήσεων τα τελευταία χρόνια όσον αφορά στην στήριξη της επιχειρηματικότητας;

Όλοι οι συμμετέχοντες στην έρευνα ανέφεραν πως υπάρχει έλλειψη πολιτικών πρακτικών και πρωτοβουλιών στη στήριξη των ΜΜΕ στην Ελλάδα και γενικά της επιχειρηματικότητας. Παρόλα αυτά, υπήρξαν και τρεις ερωτηθέντες που ανέφεραν πως μέσα από τα προγράμματα ΕΣΠΑ οι κυβερνήσεις στηρίζουν τις επιχειρήσεις και ειδικά τις ΜΜΕ, εξαιτίας και της δυσκολίας πρόσβασης σε τραπεζικό δανεισμό.

6. Θα σκεφτόσασταν κάποια στρατηγική επέκτασης;

Κανένας από τους ερωτηθέντες δεν ανέφερε ότι θα σκεφτόταν κάποια στρατηγική επέκτασης. Όπως ανέφερε ένας από τους ερωτηθέντες: «οι καιροί είναι δύσκολοι, δεν υπάρχουν περιθώρια για τέτοιου είδους επενδύσεις και πολύ περισσότερο για λανθασμένες κινήσεις».

7. Σε ποιο βαθμό σας επηρέασαν οι περιορισμοί κίνησης κεφαλαίων (capitalcontrols);

Ορισμένοι από τους συμμετέχοντες στην έρευνα ανέφεραν πως τους επηρέασαν τα capitalcontrols, καθώς δεν μπορούσαν να εισάγουν προϊόντα, δηλαδή πρώτες ύλες, από χώρες του εσωτερικού. Ωστόσο, οι περισσότεροι ανέφεραν πως δεν τους επηρέασαν αρνητικά οι περιορισμοί στην κίνηση κεφαλαίων, καθώς οι πελάτες τους προέρχονται από την εσωτερική αγορά και δεν έχουν συναλλαγές με το εξωτερικό.

8. Έχετε πάρει κάποια επιχορήγηση από το ΕΣΠΑ ή από κάποιο άλλο επιχειρηματικό / χρηματοδοτικό πρόγραμμα / χρηματοδοτικό εργαλείο της ΕΕ;

Κανένας από τους ερωτηθέντες δεν ανέφερε ότι έχει λάβει κάποια επιχορήγηση μέσω ΕΣΠΑ ή ότι έχει χρησιμοποιήσει κάποιο χρηματοδοτικό πρόγραμμα ή χρηματοδοτικό εργαλείο της ΕΕ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

4.1 Συμπεράσματα της έρευνας

Μέσα από την έρευνα το πρώτο συμπέρασμα το οποίο καταδείχθηκε είναι ότι λόγω της οικονομικής κρίσης και του ευρύτερου αρνητικού οικονομικού περιβάλλοντος, υπάρχουν αρκετά προβλήματα που καλούνται οι ΜΜΕ να αντιμετωπίσουν⁶⁸. Πιο συγκεκριμένα, οι ερωτηθέντες ανέφεραν πως λόγω της οικονομικής κρίσης δεν επενδύουν, ενώ σημαντικά προβλήματα παρατηρούνται όσον αφορά στη μείωση ρευστότητας και στη μείωση των πωλήσεων, λόγω μείωσης της ζήτησης. Όπως αναφέρθηκε και στην ανάλυση πρωτύpera, τα προβλήματα αυτά έχουν βρεθεί ότι αποτελούν απόρροια της οικονομικής κρίσης⁶⁹.

Το δεύτερο συμπέρασμα που προκύπτει από την έρευνα που διεξήχθη είναι ότι η μείωση του κόστους παραγωγής και η βελτίωση της ποιότητας αποτελούν τα στοιχεία εκείνα που θα συμβάλλουν στην αύξηση της αποτελεσματικότητας των επιχειρήσεων στη σημερινή εποχή, όπως έχει καταδειχθεί και από άλλες έρευνες⁷⁰. Επιπρόσθετα, βρέθηκε πως, η μείωση προσωπικού, η μείωση τιμών για αύξηση της ζήτησης από μέρους των πελατών, οι προσφορές σε πελάτες, αλλά και οι υπηρεσίες από τον σύμβουλο επιχειρήσεων υπήρξαν οι τρόποι με τους οποίους οι επιχειρήσεις προσπάθησαν να ανταπεξέλθουν στην οικονομική κρίση και στα προβλήματα που

⁶⁸Ulrich, S., Rogovsky, N., Lamotte, D. (2009). Promoting Responsible and Sustainable Enterprise-Level Practices at Times of Crisis: A Guide for Policy-Makers 105 and Social Partners. Ανακτήθηκε από: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_108420.pdf

⁶⁹Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (2013). Ανακτήθηκε από: <http://www.esee.gr/>; SBA (Small Business Administration) (2014). Ενημερωτικό Δελτίο SBA 2014, Επιχειρήσεις και Βιομηχανία Ελλάδας. Ανακτήθηκε από: <http://docplayer.gr/1474116-Enimerotiko-deltio-sba-2014-ellada.html>; Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι. (2015). Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, 2013-2014. Ανακτήθηκε από: http://iobe.gr/docs/research/RES_02_01012015_REP_GR.pdf; Branstad, P., Jackson, B., Banerji, S. (2009). Rethink Your Strategy An Urgent Memo To the CEO. Ανακτήθηκε από: http://www.strategyand.pwc.com/media/uploads/Rethink_Your_Strategy.pdf

⁷⁰Raghavan, A. (2009). The Economic Downturn: Coping Strategies and the Way Forward. *VIKALPA*, 34(3), 67-71.

αντιμετωπίζουν σήμερα, τόσο λόγω αυτής, όσο και γενικότερα λόγω του ασταθούς οικονομικού και πολιτικού περιβάλλοντος που υπάρχει σήμερα στην Ελλάδα⁷¹.

Το τρίτο συμπέρασμα είναι ότι η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που συμμετείχε στην έρευνα ανέφερε πως οι φορολογικές πολιτικές δεν είχαν αρνητική επίπτωση στην αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα των επιχειρήσεων, καθώς επένδυσαν στο προσωπικό τους αλλά και στην καινοτομία. Το γεγονός ότι η καινοτομία και η κατάλληλη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού μπορούν να οδηγήσουν σε αυξημένη οργανωσιακή απόδοση και αποτελεσματικότητα καταδεικνύεται και από προηγούμενες έρευνες⁷².

Το τελευταίο συμπέρασμα της παρούσας έρευνας είναι ότι οι επιχειρήσεις στην πλειοψηφία τους θεωρούν ότι δεν υπάρχει στήριξη της επιχειρηματικότητας, αλλά παρόλα αυτά κρίνουν θετικά τα προγράμματα ΕΣΠΑ που υπάρχουν. Επίσης, στην πλειοψηφία τους δεν τους επηρέασαν αρνητικά οι περιορισμοί στην κίνηση κεφαλαίων, ενώ δεν έχουν λάβει κάποια επιχορήγηση μέσω ΕΣΠΑ, δεν έχουν χρησιμοποιήσει κάποιο χρηματοδοτικό πρόγραμμα αλλά ούτε και χρηματοδοτικό εργαλείο της ΕΕ.

⁷¹Ο.π.

⁷²Atalay, M., Anafarta, N., Sarvan, F. (2013). The Relationship between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish Automotive Supplier Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75(3), 226-235; Abouzeedan, A. (2011). SME Performance and Its Relationship to Innovation. ανακτήθηκε από: <http://liu.diva-portal.org/smash/get/diva2:447516/FULLTEXT01.pdf>; Zhang, Z., Chen, L. (2014). The Review of SMEs Open Innovation Performance. *American Journal of Industrial and Business Management*, 4, 716-720; Sheehan, M. (2013). Human resource management and performance: Evidence from small and medium-sized firms. *International Small Business Journal*. Ανακτήθηκε από: <http://isb.sagepub.com/content/early/2013/01/06/0266242612465454.full.pdf>; Ognyomi, P., Bruning, N.S. (2016). Human resource management and organizational performance of small and medium enterprises (SMEs) in Nigeria. *The International Journal of Human Resource Management*, 27(6), 612-634

4.2 Προτάσεις για περαιτέρω έρευνα

Η παρούσα έρευνα εστίασε σε δέκα ΜΜΕ σε διάφορους δήμους του Ν. Αττικής. Ωστόσο, το γεγονός ότι το δείγμα προέρχεται μόνο από ένα συγκεκριμένο νομό της Ελλάδας αποτελεί σημαντικό περιορισμό. Ως εκ τούτου, στο μέλλον θα πρέπει να διεξαχθεί μία παρόμοια έρευνα που να εξετάζει και επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε ηπειρωτικές και νησιωτικές περιοχές της Ελλάδας. Μία τέτοια έρευνα θα μπορούσε να οδηγήσει στην εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων όσον αφορά στο κατά πόσο επιχειρήσεις εκτός του Ν. Αττικής αντιμετωπίζουν δυσκολίες σήμερα, αλλά και στον προσδιορισμό επιπρόσθετων προβλημάτων που ενδεχομένως να έχουν αυτές οι επιχειρήσεις. Συνεπώς, μία τέτοια έρευνα θα μπορούσε να αναδείξει τυχόν περιφερειακές ανισότητες στην επιχειρηματικότητα και τις ΜΜΕ στην Ελλάδα σήμερα.

Επίσης, μία ακόμα έρευνα που θα μπορούσε να διεξαχθεί σε αυτό το πλαίσιο είναι μία συγκριτική έρευνα μεταξύ ΜΜΕ στην Ελλάδα και άλλες χώρες. Μία τέτοια έρευνα θα μπορούσε να συμβάλλει στην εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων σχετικά με το πώς η οικονομική κρίση και το γενικότερο πολιτικό, οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον έχει επηρεάσει τις ΜΜΕ σε διάφορες χώρες.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Ελληνόγλωσση

1. Γραφείο Ενθάρρυνσης & Υποστήριξης της Νεανικής Επιχειρηματικότητας (2008). *Εγχειρίδιο επιχειρηματικότητας για υποψήφιους και νέους επιχειρηματίες*. Εθνικό & Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών
2. Γραφείο Προϋπολογισμών του Κράτους (2015). Τριμηνιαία έκθεση, Απρίλιος-Ιούνιος, 2015. Βουλή των Ελλήνων. Ανακτήθηκε από: <http://www.protothema.gr/files/1/2015/07/29/q2-2015-gr.pdf>
3. Εθνική Συνομοσπονδία Ελληνικού Εμπορίου (2013). Ανακτήθηκε από: <http://www.esee.gr/>
4. Ετήσια Έκθεση Ελληνικού Εμπορίου (2011). Ανακτήθηκε από: <http://naftemporiki.gr.s3.amazonaws.com/docs/2011/12/05/esee.pdf>
5. ΙΜΕ- ΓΣΕΒΕΕ. (2014). Τάσεις οικονομικού κλίματος στις μικρές επιχειρήσεις. Ανακτήθηκε από: http://www.imegsevee.gr/images/ereunes/ioulios_2014/parousiasi_ereuna_aug_2014.pdf
6. Ιωαννίδης, Σ., Γιωτόπουλος, Ι. (2015). Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα, 2013-2014. Ανακτήθηκε από: http://iobe.gr/docs/research/RES_02_01012015_REP_GR.pdf
7. Μαντζούκας, Σ. (2007). Ποιοτική έρευνα σε έξι εύκολα βήματα. Η επιστημολογία, οι μέθοδοι και η παρουσίαση. *Νοσηλευτική*, 46(1), 236-246
8. Μπίμπου, Σ. (2003). *Διαδικασία Διεθνοποίησης των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων: Έρευνα σε Ελληνικές Εξαγωγικές Επιχειρήσεις*. Διπλωματική Εργασία. Διατμηματικό Πρόγραμμα Μεταπτυχιακών Σπουδών στη Διοίκηση Επιχειρήσεων, Πανεπιστήμιο Μακεδονίας, Θεσσαλονίκη
9. Ξουρής, Δ. (1995). *Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων*, Πανεπιστημιακές Παραδόσεις. Θεσσαλονίκη: Εκδόσεις Πανεπιστημίου Μακεδονίας
10. Παρασκευοπούλου – Κόλλια, Ε.Α. (2008). Μεθοδολογία ποιοτικής έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες και συνεντεύξεις. *Open Education - The Journal for Open and Distance Education and Educational Technology*, 4(1). Ανακτήθηκε από: http://www.openedu.gr/share/magaz_files/7-new/7-%20Special%20Issue.pdf

11. ΣΕΣΜΑ (2014). Χρηματοδότηση μέσω καινοτόμων χρηματοδοτικών εργαλείων στη νέα προγραμματική περίοδο 2014-2020. Ανακτήθηκε από: http://www.sesma.gr/fileadmin/documents/Xrimatodotika_ergaleia_SESMA_PwC_SESMA_fin.pdf
12. Συμεού, Λ. (2006). Εγκυρότητα και αξιοπιστία στην ποιοτική έρευνα: Το παράδειγμα μιας έρευνας για τη συνεργασία σχολείου-οικογένειας. 9ο Συνέδριο Παιδαγωγικής Εταιρείας Κύπρου. Ανακτήθηκε από: http://www.pek.org.cy/Proceedings_2006/10.%20Kefalaio%2010%20Ekpaideftiki%20erevna/10.4.%20L.%20Symeou.pdf
13. SBA (SmallBussinessAdministration) (2014). Ενημερωτικό Δελτίο SBA 2014, Επιχειρήσεις και Βιομηχανία Ελλάδα. Ανακτήθηκε από: <http://docplayer.gr/1474116-Enimerotiko-deltio-sba-2014-ellada.html>
14. Τσιώλης, Γ. (2014). *Μέθοδοι και τεχνικές ανάλυσης στην ποιοτική κοινωνική έρευνα*. Αθήνα: Κριτική
15. Τσιώλης, Γ. (2011). Η σχέση ποιοτικής και ποσοτικής έρευνας στις κοινωνικές επιστήμες: Από την πολεμική των «παραδειγμάτων» στις συνθετικές προσεγγίσεις; Στο: Δαφέρμος, Μ., Σαματάς, Μ., Κουκουριτάκης, Μ., & Χιωτάκης, Σ. (Επιμ.), *Οι κοινωνικές επιστήμες στον 21^ο αιώνα. Επίμαχαθέματακαιπροκλήσεις*. Αθήνα: Πεδίο
16. Υπουργείο Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας, Γενική Γραμματεία Δημοσίων Επενδύσεων– ΕΣΠΑ (2014). Σύμφωνο Εταιρικής Σχέσης 2014-2020. Ανακτήθηκε από: https://www.espa.gr/elibrary/PA_ESPA_2014_2020.pdf

Μεταφρασμένη

17. Robson, C. (2007). *Η έρευνα του πραγματικού κόσμου*. Αθήνα: Gutenberg

Ξενόγλωσση

18. Abouzeedan, A. (2011). SME Performance and Its Relationship to Innovation. Ανακτήθηκε από: <http://liu.diva-portal.org/smash/get/diva2:447516/FULLTEXT01.pdf>
19. Atalay, M., Anafarta, N., Sarvan, F. (2013). The Relationship between Innovation and Firm Performance: An Empirical Evidence from Turkish

- Automotive Supplier Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75(3), 226-235
20. Branstad, P., Jackson, B., Banerji, S. (2009). Rethink Your Strategy An Urgent Memo To the CEO. Ανακτήθηκε από: http://www.strategyand.pwc.com/media/uploads/Rethink_Your_Strategy.pdf
21. Chodorow-Reich, G. (2013). The Employment Effects of Credit Market Disruptions: Firm-level Evidence from the 2008-09 Financial Crisis. Ανακτήθηκε από: <http://qje.oxfordjournals.org/content/early/2013/10/15/qje.qjt031.full.pdf?keytype=ref&ijkey=weZuGP7XFYLhdpU>
22. Crabtree, B.F., Miller, W.L. (1992). Primary care research: A multimethod typology and qualitative road map. Στο: Crabtree, B.F., & Miller, W.L. (Eds.), *Doing qualitative research*. Newbury Park: Sage
23. European Commission. (2000). Funding of new technology-based firms by commercial banks in Europe, Enterprise Directorate-General. Ανακτήθηκε από: https://cordis.europa.eu/pub/innovation-policy/studies/isbn_92-828-9731-1_en.pdf
24. Giudici G., Paleari S., (2000). *The Provision of Finance to Innovation: A survey conducted among Italian technology –based small firms*. Kluwer Academic Publishers. Ανακτήθηκε από: <http://link.springer.com/article/10.1023/A:1008187416389>
25. Latham, S. (2009). Contrasting Strategic Response to Economic Recession in Start-Up versus Established Software Firms. *Journal of Small Business Management*, 47(2), 180-201
26. Marshall, C., Rossman, G.B. (1999). *Designing qualitative research*. London: Sage
27. Neuman, W.L. (2007). *Social research: Qualitative and Quantitative approaches*. Boston: Pearson Education
28. Ogynyomi, P., Bruning, N.S. (2016). Human resource management and organizational performance of small and medium enterprises (SMEs) in Nigeria. *The International Journal of Human Resource Management*, 27(6), 612-634

29. Özar, S., Özertan, G., Irfanoglu, Z. (2008). Micro and small enterprise growth in Turkey: under the shadow of financial crisis. *The Developing Economies*, 46(4), 331-362
30. Panageotou S.A. (2012). *The Global Debt Monitor: An analysis of the Greek Financial Crisis*. Knoxville: University of Tennessee
31. Penn, Schoen & Berland Associates (2009). Crisis preparedness and ROI. Ανακτήθηκε από: <http://issuu.com/burson-marsteller-emea/docs/crisissurvey2009>
32. Raghavan, A. (2009). The Economic Downturn: Coping Strategies and the Way Forward. *VIKALPA*, 34(3), 67-71
33. Sheehan, M. (2013). Human resource management and performance: Evidence from small and medium-sized firms. *International Small Business Journal*. Ανακτήθηκε από: <http://isb.sagepub.com/content/early/2013/01/06/0266242612465454.full.pdf>
34. Tongco, D.C. (2007). Purposive Sampling as a Tool for Informant Selection. *Ethnobotany Research & Applications*, 5, 147-158
35. Ulrich, S., Rogovsky, N., Lamotte, D. (2009). Promoting Responsible and Sustainable Enterprise-Level Practices at Times of Crisis: A Guide for Policy-Makers 105 and Social Partners. Ανακτήθηκε από: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/documents/publication/wcms_108420.pdf
36. Valenzuela, D., Shrivastana, P. (2005). Interview as a Method for Qualitative Research. Ανακτήθηκε από: <http://www.public.asu.edu/~kroel/www500/Interview%20Fri.pdf>
37. Zhang, Z., Chen, L. (2014). The Review of SMEs Open Innovation Performance. *American Journal of Industrial and Business Management*, 4, 716-720

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΕΡΩΤΗΣΕΙΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗΣ

1. Θεωρείτε ότι η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει την επιχείρησή σας; Εξηγείστε την άποψή σας.
2. Κατά την γνώμη σας, ποιο θα ήταν το σημαντικότερο στοιχείο που θα χρειαζόσασταν προκειμένου να γίνετε περισσότερο ανταγωνιστικοί;
3. Με ποιους τρόπους προσπαθήσατε να ανταπεξέλθετε στην οικονομική κρίση και στα προβλήματα που δημιούργησε, αλλά και στα προβλήματα που υπάρχουν λόγω του ασταθούς πολιτικού και οικονομικού περιβάλλοντος στην Ελλάδα;
4. Πώς θεωρείτε ότι έχει επηρεαστεί η αποδοτικότητα και αποτελεσματικότητα της επιχείρησής σας λόγω των φορολογικών πολιτικών των κυβερνήσεων;
5. Πώς κρίνετε την πολιτική των κυβερνήσεων τα τελευταία χρόνια όσον αφορά στην στήριξη της επιχειρηματικότητας;
6. Θα σκεφτόσασταν κάποια στρατηγική επέκτασης;
7. Σε ποιο βαθμό σας επηρέασαν οι περιορισμοί κίνησης κεφαλαίων (capitalcontrols);
8. Έχετε πάρει κάποια επιχορήγηση από το ΕΣΠΑ ή από κάποιο άλλο επιχειρηματικό / χρηματοδοτικό πρόγραμμα / χρηματοδοτικό εργαλείο της ΕΕ;