



**MBA**

**ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ  
ΚΡΗΤΗΣ**

**ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ**

*Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα Σπουδών*

*Διοίκηση Επιχειρήσεων - Master in Business Administration*

*Μεταπτυχιακή Διπλωματική Εργασία*

**ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΕ  
ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ: ΜΙΑ ΕΜΠΕΙΡΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΓΙΑ  
ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

ΑΓΓΕΛΙΚΗ ΜΠΟΥΛΟΥΓΑΡΗ

**Χανιά, 2023**

Η παρούσα διπλωματική εργασία εκπονήθηκε για την απόκτηση του Διπλώματος Μεταπτυχιακών Σπουδών στη «Διοίκηση Επιχειρήσεων - Master in Business Administration» (ειδίκευση «Χρηματοοικονομική»), που απονέμει η Σχολή Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης του Πολυτεχνείου Κρήτης.

Εγκρίθηκε την (ημερομηνία εξέτασης) από την εξεταστική επιτροπή:

1. Μιχάλης Δούμπος, Καθηγητής (επιβλέπων)
2. Κωνσταντίνος Ζοπουνίδης, Καθηγητής
3. Ευάγγελος Γρηγορούδης, Καθηγητής

## Περιεχόμενα

Περίληψη.....	4
Abstract .....	5
1. Μικρομεσαίες επιχειρήσεις .....	6
1.1 Ο ρόλος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων .....	6
1.2 Συμβολή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην οικονομία .....	8
1.3 Μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα.....	9
2. Καινοτομία .....	14
2.1 Καινοτομία στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.....	14
2.2 Τύποι (διαστάσεις) της καινοτομίας .....	15
2.3 Μέτρηση της καινοτομίας.....	17
2.3 Καινοτομία και επιχειρηματικότητα .....	18
2.4 Συστήματα καινοτομίας & επιχειρηματικότητας.....	20
2.5 Καινοτομία μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα .....	21
3. Χρηματοδότηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων .....	28
3.1 Χρηματοδότηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ευρώπη .....	28
3.2 Χρηματοδότηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα .....	33
4. Οικονομική κρίση σε Ευρώπη & Ελλάδα .....	38
5. Παρουσίαση Έρευνας.....	42
5.1 Εφαρμογή δειγματοληψίας .....	43
5.2 Δομή Βάσης δεδομένων.....	44
5.3 Παρουσίαση δείγματος.....	45
5.3.1 Χαρακτηριστικά Επιχειρήσεων Δείγματος .....	46
5.3.2 Καινοτομία επιχειρήσεων .....	47
5.3.3 Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων .....	48
6. Αποτελέσματα .....	51
7. Συμπεράσματα .....	56
Βιβλιογραφία .....	57
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ.....	60

## Περίληψη

Οι μικροί και μεσαίοι οργανισμοί (ΜμΕ) αναδεικνύονται ως ο κινητήριος μοχλός της οικονομίας, τόσο σε εθνικό όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο, καθώς συντελούν σε μεγάλο βαθμό στη δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης, ενώ ταυτόχρονα συνιστούν σημαντική πηγή οικονομικής προστιθέμενης αξίας. Ο ρόλος τους εκτείνεται σε πολλούς τομείς, περιλαμβανομένης της ενίσχυσης της απασχόλησης, της αύξησης της ανταγωνιστικότητας και της προώθησης της καινοτομίας, με αποτέλεσμα να συμβάλλουν στην ευημερία της κοινωνίας και τη διατήρηση της κοινωνικής σταθερότητας. Παρά ταύτα, η επιβίωσή τους αντιμετωπίζει σημαντικές προκλήσεις στο σύγχρονο, παγκόσμιο περιβάλλον υψηλής ανταγωνιστικότητας. Απαιτείται συνεχής εκσυγχρονισμός στην παραγωγή και τη διαχείριση, ανάπτυξη καινοτόμων υπηρεσιών και προϊόντων, υιοθέτηση προηγμένων τεχνολογιών, δικτύωση και συνεργασίες αλλά και πρόσβαση σε συνεχή πληροφόρηση και χρηματοδότηση. Η πρόσβαση σε χρηματοδότηση θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη τις ιδιαίτερες ανάγκες των επιχειρήσεων αλλά και να λειτουργεί ως βασικός μοχλός στήριξης της βιώσιμης ανάπτυξης σε βάθος χρόνου. Στο πλαίσιο αυτής της εργασίας, θα εξεταστεί η σχέση μεταξύ της τάσης των ελληνικών επιχειρήσεων για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών και των δυσκολιών που αντιμετωπίζουν όσον αφορά την πρόσβαση σε διάφορες πηγές χρηματοδότησης. Τα δεδομένα για την ανάλυση του παρόντος θέματος προέρχονται από την Enterprise Survey της Παγκόσμιας Τράπεζας που έλαβε χώρα το 2018 και εξετάστηκε ένα δείγμα 600 ελληνικών επιχειρήσεων.

## **Abstract**

Small and medium-sized enterprises (SMEs) are emerging as the driving force of the economy, both at national and European level, as they contribute to a large extent to the creation of new jobs, while at the same time constituting an important source of economic value added. Their role spans many areas, including boosting employment, increasing competitiveness and promoting innovation, thus contributing to the well-being of society and maintaining social stability. Nevertheless, their survival faces significant challenges in today's highly competitive global environment. It requires continuous modernisation in production and management, the development of innovative services and products, the adoption of advanced technologies, networking and partnerships, and access to continuous information and funding. Access to finance should take into account the specific needs of businesses but also act as a key lever to support sustainable growth over time. This paper will discuss the relationship between the tendency of Greek firms to develop innovative products and services and the difficulty they face in accessing various sources of finance. The data for the analysis of this topic comes from the World Bank's Enterprise Survey that took place in 2018 and examined a sample of 600 Greek firms.

---

## **1. Μικρομεσαίες επιχειρήσεις**

### **1.1 Ο ρόλος των μικρομεσαίων επιχειρήσεων**

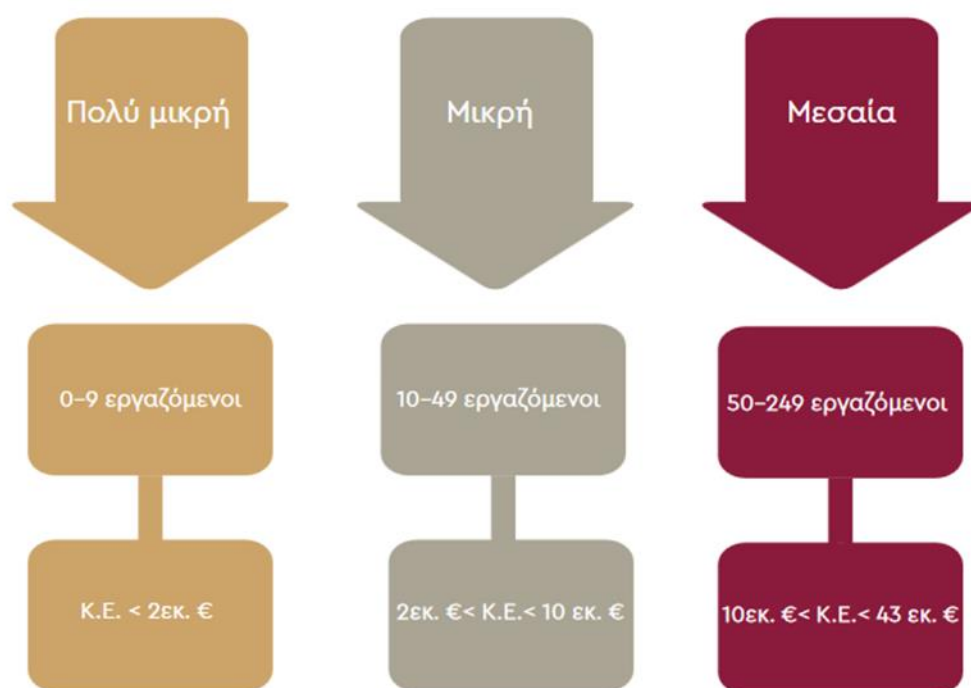
Στην παγκόσμια βιβλιογραφία και στην πρακτική δεν υπάρχει ένας ομοιογενής και γενικά αποδεκτός ορισμός για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ). Στην Ευρωπαϊκή Ένωση (ΕΕ) ακολουθείται μια ολιστική προσέγγιση, η οποία λαμβάνει υπόψη, όσον είναι εφικτό, κάποιους κρίσιμους παράγοντες όπως ο αριθμός των εργαζομένων, ο ετήσιος κύκλος εργασιών και το συνολικό ενεργητικό (ισολογισμός) για να καθορίσει το μέγεθος μιας επιχείρησης. Αντίθετα, στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής (ΗΠΑ) χρησιμοποιούνται παρόμοια κριτήρια (αριθμός εργαζομένων, κύκλος εργασιών ή κέρδη) για τον προσδιορισμό του μεγέθους των επιχειρήσεων και συνεπώς του μεγέθους των ΜΜΕ, αλλά το μέγεθος εξαρτάται από τον τομέα στον οποίο δραστηριοποιείται η επιχείρηση και τον εκάστοτε κλάδο. Έτσι, παρόμοια με την πρακτική που υιοθετούν ο Καναδάς και οι ΗΠΑ, τα όρια για να χαρακτηριστεί κάποιος ως ΜΜΕ διαφέρουν μεταξύ του τομέα της μεταποίησης και του τομέα του εμπορίου και των υπηρεσιών, ενώ υπάρχουν σημαντικές διαφορές μεταξύ των κλάδων ακόμη και εντός του ίδιου τομέα (Ward, 2020 και US Small Business Administration 2019)

Παρ' όλα αυτά, στην Ευρώπη, καθώς και στην Ελλάδα, ο καθορισμός του μεγέθους μιας επιχείρησης βασίζεται στον επίκαιρο ορισμό της Ευρωπαϊκής Ένωσης, που περιγράφεται στη Σύσταση 2003/361 της Επιτροπής της 6ης Μαΐου 2003, γνωστή ως «Ορισμός των πολύ μικρών και των μικρών επιχειρήσεων». Σύμφωνα με τον ορισμό αυτό, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) κατηγοριοποιούνται ως εκείνες που απασχολούν λιγότερους από 250 εργαζόμενους, έχουν ετήσιο κύκλο εργασιών χαμηλότερο από 50 εκατομμύρια ευρώ και/ή συνολικό ισολογισμό μικρότερο από 43 εκατομμύρια ευρώ. Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι, παρόλο που ο αναπτυγμένος από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή ορισμός αυτός προέκυψε ως Σύσταση και όχι ως Κανονισμός ή Οδηγία, έχει εφαρμοστεί ευρέως σε όλα τα κράτη μέλη της ΕΕ μέχρι σήμερα.

Σύμφωνα με τον ορισμό που περιέχεται στο άρθρο 2 του Κανονισμού 2 της Σύστασης 2003/631 της Επιτροπής, η κατηγορία των ΜΜΕ χωρίζεται στις παρακάτω υποκατηγορίες:

1. πολύ μικρές επιχειρήσεις ορίζονται ως επιχειρήσεις με λιγότερους από εννέα εργαζόμενους και ετήσιο κύκλο εργασιών ή/και ετήσιο σύνολο ισολογισμού που δεν υπερβαίνει τα 2 εκατομμύρια ευρώ.
2. Μικρές ορίζονται ως επιχειρήσεις με 10 έως 49 εργαζομένους και ετήσιο κύκλο εργασιών ή/και ετήσιο σύνολο ισολογισμού που δεν υπερβαίνει τα 10 εκατομμύρια ευρώ,
3. Οι μεσαίες επιχειρήσεις ορίζονται ως επιχειρήσεις με 50 έως 249 υπαλλήλους, ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 50 εκατομμύρια. ευρώ και ετήσιο σύνολο ισολογισμού που δεν υπερβαίνει τα 43 εκατομμύρια. ευρώ.

Σύμφωνα με το άρθρο 3 της προαναφερθείσας σύστασης 2003/361, ο καθορισμός του μεγέθους των επιχειρήσεων, δηλαδή των πολύ μικρών, μικρών, μεσαίων και μεγάλων επιχειρήσεων, λαμβάνει υπόψη τους πιθανούς δεσμούς που μπορεί να υπάρχουν ανάμεσα σε επιχειρήσεις, αναγνωρίζοντας τις ως "ανεξάρτητες" (δηλαδή χωρίς συνδέσεις), "συνδεδεμένες" ή "συνεργαζόμενες". Οι επιμέρους κατηγορίες των ΜΜΕ παρουσιάζονται συνοπτικά στο Σχήμα 1:



Σχήμα 1: Κατηγοριοποίηση ΜΜΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση (Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2022), SME Performance Review, Country SME figures 2022)<sup>1</sup>

<sup>1</sup> [https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-strategy/sme-performance-review\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-strategy/sme-performance-review_en)

## 1.2 Συμβολή των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην οικονομία

Ο σημαντικός ρόλος της επιχειρηματικότητας στην οικονομία έχει τονιστεί από διαφορετική οπτική γωνία στη βιβλιογραφία του 20ού αιώνα. Στο σημαντικό του έργο, ο Schumpeter (1934) επισημαίνει την κρίσιμη συμβολή των επιχειρηματιών στην προώθηση της οικονομικής ανάπτυξης. Επικεντρώνεται στην αναγκαιότητα της καινοτομίας και της αποδοχής νέων τεχνολογιών που αναβαθμίζουν τις υπάρχουσες και προωθούν τη δημιουργία νέων προϊόντων. Αυτή η διαδικασία, που αποκαλείται "δημιουργική καταστροφή", διαμορφώθηκε κατά τις αρχές του 20ου αιώνα, εποχή κατά την οποία οι μικρές επιχειρήσεις αναγνωρίστηκαν ως σημαντικό εργαλείο επιχειρηματικότητας και ως πηγή απασχόλησης και εισοδήματος (Thurik, 2009). Από τα μέσα του 20ου αιώνα μέχρι σήμερα, οι τεχνολογικές εξελίξεις στον τομέα της πληροφορικής και των επικοινωνιών, καθώς και η παγκοσμιοποίηση των κεφαλαιαγορών και των προϊόντων, έχουν επιφέρει ριζικές αλλαγές στις παραγωγικές συνθήκες σε διεθνές επίπεδο. Ένα σημαντικό ποσοστό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων απασχολεί εργατικό δυναμικό με υψηλό επίπεδο εξειδίκευσης και τεχνογνωσίας, το οποίο έχει καθοριστική επίδραση στις συνθήκες και τις διαδικασίες παραγωγής αγαθών και υπηρεσιών. Η γνώση έχει εξελιχθεί σε ένα σημαντικό παράγοντα παραγωγής, προσθέτοντας αξία στους παραδοσιακούς παράγοντες όπως το κεφάλαιο, η εργασία και η γη. Η σημαντικότητα της γνώσης έχει επιβεβαιωθεί από όσους υποστηρίζουν τον κρίσιμο ρόλο που διαδραματίζουν οι μεγάλες επιχειρήσεις στην οικονομία. Ο Solow (1956), για παράδειγμα, προσδιόρισε το κεφάλαιο και την εργασία ως κύριες πηγές ανάπτυξης. Κατά την εποχή εκείνη, αυτοί οι δύο παράγοντες αποτελούσαν την βάση της βιομηχανικής παραγωγής μεγάλης κλίμακας. Συγχρόνως, όμως, η γνώση χαρακτηρίζεται από υψηλή αβεβαιότητα και ασυμμετρία στην πληροφόρηση, κάτι που καθιστά τη μεταφορά τεχνογνωσίας δαπανηρή για τις επιχειρήσεις. Επειδή οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (MME) έχουν τη δυνατότητα να συνεισφέρουν σε μεγάλο βαθμό στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας υψηλής ποιότητας, που είναι προσαρμοσμένες στις νέες τεχνολογίες και τις σύγχρονες απαιτήσεις της εποχής της παγκοσμιοποίησης, οι δημόσιες πολιτικές στις ανεπτυγμένες χώρες έχουν επικεντρωθεί στην προώθηση των MME. Αυτό συμβαίνει όχι μόνο για να ενισχύσουν την κοινωνική συνοχή, αλλά και για να συνεισφέρουν σημαντικά στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας στην οικονομία. Επιπλέον, οι απαντήσεις των

δημόσιων πολιτικών στην αυξανόμενη ζήτηση για την αναγνώριση της γνώσης ως σημαντικής πηγής συγκριτικού πλεονεκτήματος συνέβαλαν στην αναβίωση του όρου «επιχειρηματική οικονομία» (Thurik, 2009). Σχετικά με τις ΜΜΕ, η σημαντική συμβολή τους στη δημιουργία θέσεων εργασίας έχει αναδειχθεί από τους Haltiwanger et al. (2012) και Lawless (2014), καθώς και από τον ΟΟΣΑ (2017). Σύμφωνα με τον Lawless (2014), οι ΜΜΕ αποτελούν πράγματι σημαντική πηγή απασχόλησης.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) αποτελούν την κυρίαρχη πλειοψηφία των επιχειρήσεων παγκοσμίως, και αυτό παρατηρείται ανεξάρτητα από τους διάφορους ορισμούς που χρησιμοποιούνται για να χαρακτηρίσουν τις επιχειρήσεις ως ΜΜΕ. Σύμφωνα με το Γραφείο του Εμπορικού Αντιπροσώπου των Ηνωμένων Πολιτειών, οι ΜΜΕ αποτελούν τη ραχοκοκαλιά της οικονομίας των ΗΠΑ και της Ευρώπης. Πράγματι, τα 30 εκατομμύρια μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις στις ΗΠΑ ευθύνονται σχεδόν για τα δύο τρίτα (2/3) της καθαρής νέας απασχόλησης στον ιδιωτικό τομέα τις τελευταίες δεκαετίες. Επιπλέον, το 2006 οι ΜΜΕ αντιπροσώπευαν το 99,9% των 27 εκατομμυρίων επιχειρήσεων του ιδιωτικού τομέα στις ΗΠΑ, με την πλειοψηφία τους να είναι επιχειρήσεις με λιγότερα από 20 άτομα. Οι ΜΜΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση αντιπροσωπεύουν το 99,8% των επιχειρήσεων το 2021, με την πλειονότητα των ευρωπαϊκών ΜΜΕ (93,1%) να είναι πολύ μικρές επιχειρήσεις και το 5,9% μικρές επιχειρήσεις. Συνολικά, το 99% των επιχειρήσεων στην ΕΕ27 είναι μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις. Επιπλέον, το 64,4% του ευρωπαϊκού εργατικού δυναμικού απασχολείται σε ευρωπαϊκές ΜΜΕ, οι οποίες συνεισφέρουν το 51,8% της προστιθέμενης αξίας της οικονομίας της ΕΕ-27. Τα δεδομένα αυτά επικυρώνουν τη σημαντική θέση των ΜΜΕ και στις δύο πλευρές του Ατλαντικού, καθώς η αξία τους έχει αναγνωριστεί στο πλαίσιο της Διατλαντικής Εταιρικής Σχέσης Εμπορίου και Επενδύσεων ανάμεσα στις ΗΠΑ και την ΕΕ. Επίσης, εντός των χωρών του ΟΟΣΑ, οι ΜΜΕ αντιπροσωπεύουν το 99% του συνόλου των επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα, συμβάλλουν κατά μέσο όρο στο 70% της απασχόλησης και συμβάλλουν κατά μέσο όρο στο 50-60% της προστιθέμενης αξίας (OECD, 2016).

### **1.3 Μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα**

Αν και η Ελλάδα αντιπροσωπεύει μια μικρή εθνική αγορά σε σύγκριση με μεγάλες οικονομικές δυνάμεις όπως η Γερμανία, η Γαλλία, η Ισπανία και η Ιταλία, οι ΜΜΕ

διατηρούν τον κυρίαρχο ρόλο τους στην εθνική οικονομία και κοινωνία. Σύμφωνα με τα δεδομένα του SBA Factsheet 2022 για την Ελλάδα, περίπου 694.346 επιχειρήσεις, που αντιστοιχούν στο 99,9% του συνόλου των επιχειρήσεων στη χώρα, κατατάσσονται ως ΜΜΕ. Το 92,7% (644.264) των ελληνικών επιχειρήσεων είναι πολύ μικρές επιχειρήσεις, το 6,5% (45.401) είναι μικρές επιχειρήσεις, το 0,7% (4.681) είναι μεσαίες επιχειρήσεις και μόνο το 0,1% (600) είναι μεγάλες επιχειρήσεις. Περίπου τα δύο τρίτα της εργατικής δύναμης στην Ελλάδα απασχολούνται σε πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις, ενώ οκτώ στους δέκα εργαζόμενους εργάζονται σε Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις (ΜΜΕ). Οι πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις αντιπροσωπεύουν το 38,8% της συνολικής προστιθέμενης αξίας της οικονομίας. Όταν συμπεριληφθούν και οι μεσαίες επιχειρήσεις, η συνολική συμβολή των ΜΜΕ στην προστιθέμενη αξία φτάνει το 61,6%.

Επιπλέον, σε σύγκριση με τις χώρες της ΕΕ-27, τα στοιχεία του SBA Factsheet για την Ελλάδα το 2022<sup>2</sup> δείχνουν ότι οι ΜΜΕ στο σύνολό τους και η υποκατηγορία των πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων έχουν σημαντική συμβολή στην απασχόληση. Συγκεκριμένα, η συμβολή των ελληνικών ΜΜΕ στην απασχόληση είναι 81,8% έναντι 64,4% στην ΕΕ-27 και η συμβολή των πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων στην απασχόληση είναι 67,2% έναντι 48,5% στην ΕΕ-27: Στην Ελλάδα, η συμβολή των πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων στην απασχόληση ανέρχεται στο 81,8%, σε αντίθεση με το 64,4% που παρατηρείται στην ΕΕ-27. Επιπλέον, σχεδόν δύο στις τρεις θέσεις εργασίας στην Ελλάδα εξασφαλίζονται από πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις, το οποίο υπογραμμίζει την ιδιαίτερη σημασία που έχουν στη διατήρηση της κοινωνικής συνοχής.

Επιπλέον, η προστιθέμενη αξία της ελληνικής οικονομίας καταγράφει περίπου το 61,6% από μικρομεσαίες επιχειρήσεις, σε αντίθεση με το 51,8% της ΕΕ-27. Αυτό που είναι αξιοσημείωτο είναι ότι το μερίδιο των πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων στην προστιθέμενη αξία ανέρχεται στο 38,8%, υπερβαίνοντας τον μέσο όρο της ΕΕ-27 που είναι 34,9%. Αυτό διατυπώνει την επιδραστική παρουσία των πολύ μικρών και μικρών επιχειρήσεων στην οικονομία της Ελλάδας. Τα ανωτέρω στατιστικά στοιχεία παρατίθενται σε σύγκριση μεταξύ της Ελλάδας και της ΕΕ-27 στον Πίνακα 1.

---

<sup>2</sup> . Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2022), 2022 SME Country Factsheet's evidence background document - Greece

Η ανάλυση των δεδομένων για την κατηγορία των ΜΜΕ στην Ελλάδα αποκαλύπτει ότι το εργατικό δυναμικό συγκεντρώνεται κυρίως στις πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις, καθώς περίπου δύο στους τρεις εργαζόμενους (67,2%) απασχολούνται σε αυτές τις κατηγορίες. Εντούτοις, η κατηγορία των μεσαίων επιχειρήσεων αποτελεί μόνο το 0,7% του συνόλου των επιχειρήσεων. Παρ' όλα αυτά, διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην απασχόληση, καλύπτοντας το 14,6% της εργατικής δύναμης, και στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας, συμβάλλοντας με το 22,8% στο σύνολο της οικονομίας. Από τη σύγκριση των στοιχείων μεταξύ των ΜΜΕ και των μεγάλων επιχειρήσεων στην Ελλάδα, διαφαίνεται πως η συντριπτική πλειονότητα των εργαζομένων εργάζεται σε ΜΜΕ (81,8%) και αναλαμβάνει το 61,6% της προστιθέμενης αξίας που παράγεται στην οικονομία.

Πίνακας 1: Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση (Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή, 2022, SME Performance Review, Country SME figures 2022)<sup>3</sup>

Μέγεθος	Αριθμός επιχειρήσεων			Αριθμός εργαζομένων			Προστιθέμενη αξία		
	Ελλάδα		ΕΕ-27	Ελλάδα		ΕΕ-27	Ελλάδα		ΕΕ-27
	Αριθμός	%	%	Αριθμός	%	%	Δις €	%	%
Πολύ μικρές	644.264	92,7%	93,1%	1.020.712	40,1%	28,5%	10,7	19,6%	18,2%
Μικρές	45.401	6,5%	5,9%	690.200	27,1%	20,0%	10,5	19,2%	16,7%
Μεσαίες	4.681	0,7%	0,9%	372.089	14,6%	15,9%	12,4	22,8%	16,8%
<b>ΜΜΕ</b>	<b>694.346</b>	<b>99,9%</b>	<b>99,8%</b>	<b>2.083.001</b>	<b>81,8%</b>	<b>64,4%</b>	<b>33,6</b>	<b>61,6%</b>	<b>51,8%</b>
Μεγάλες	600	0,1%	0,2%	462.360	18,2%	35,6%	21,0	38,4%	48,2%
Σύνολο	694.946	100%	100%	2.545.361	100%	100%	54.6	100%	100%

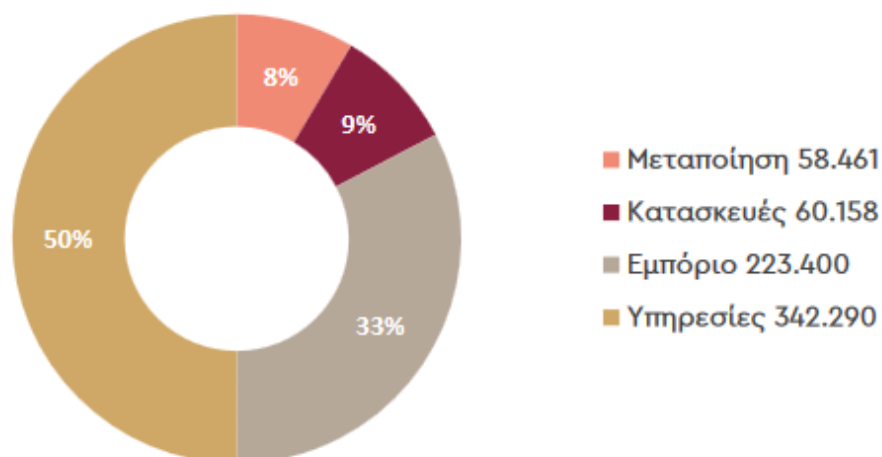
Συνεπώς, οι ΜΜΕ αποτελούν την πλειονότητα των επιχειρήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο και παίζουν έναν σημαντικό ρόλο στην οικονομία, επηρεάζοντας την απασχόληση και τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας. Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, αυτό το γεγονός έχει αναγνωριστεί από το 2008 με τη θέσπιση του Small Business Act, που

<sup>3</sup> [https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-strategy/sme-performance-review\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-strategy/sme-performance-review_en)

ενσωματώνει την αρχή της προτίμησης των μικρών επιχειρήσεων στην ευρωπαϊκή πολιτική. Είναι εμφανές ότι οι ΜΜΕ στην Ευρωπαϊκή Ένωση χρειάζονται ειδική προσοχή για να διατηρήσουν την ανταγωνιστικότητά τους τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. Πολλές επιχειρήσεις της Ελλάδας και της ΕΕ, που ενεργούν στους τομείς των υπηρεσιών και του εμπορίου, συμβάλλουν σημαντικά στη δημιουργία θέσεων εργασίας και στην αύξηση της προστιθέμενης αξίας της οικονομίας. Η εξέλιξη αυτή υπογραμμίζει την αναγκαιότητα συνεχούς υποστήριξης των ΜΜΕ για τη διατήρηση της οικονομικής τους συμβολής και ανάπτυξης. Σύμφωνα με τα στοιχεία της Eurostat για την αξιολόγηση των επιδόσεων των ΜΜΕ, στα οποία βασίζεται η ετήσια έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για την εφαρμογή του SBA, η πλειονότητα των ελληνικών ΜΜΕ (49,3%) δραστηριοποιείται στον τομέα των υπηρεσιών, συμπεριλαμβανομένων των μεταφορών και αποθήκευσης (8,0%), των υπηρεσιών στέγασης και εστίασης (13,9%), των υπηρεσιών πληροφόρησης και επικοινωνίας (2,4%), της διαχείρισης και πώλησης ακινήτων (1,5%), των επαγγελματικών, επιστημονικών και τεχνικών δραστηριοτήτων (20,6%) και των υπηρεσιών διαχείρισης και υποστήριξης (3%). Ακολουθούν το εμπόριο (32,2%), οι κατασκευές (8,7%) και η μεταποίηση (8,4%) (βλ. Πίνακα 2 και Σχήμα 2)

Πίνακας 2: Κατηγοριοποίηση ΜΜΕ στην Ελλάδα (αριθμός επιχειρήσεων) 2021 (Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2022), SME Performance Review, Country SME figures 2022)<sup>4</sup>

Κλάδος - Τομέας	Ελλάδα 2021 (εκτίμηση)	
	Αριθμός επιχειρήσεων	Ποσοστό (%)
Μη χρηματοπιστωτικός τομέας	694.346	100,0%
Μεταλλεία και λατομεία	565	0,1%
Μεταποίηση	58.461	8,4%
Ηλεκτρισμός, φυσικό αέριο	7.576	1,1%
Υδρευση, αποχέτευση, διαχείριση απορριμμάτων	1.896	0,3%
Κατασκευές	60.158	8,7%
Διανεμητικό εμπόριο	223.400	32,2%
Μεταφορές και αποθήκευση	55.266	8,0%
Καταλύματα και υπηρεσίες εστίασης	96.320	13,9%
Ενημέρωση και επικοινωνία	16.759	2,4%
Υπηρεσίες διαχείρισης ακινήτων - Real estate	10.248	1,5%
Επαγγελματικές, επιστημονικές και τεχνικές δραστηριότητες	143.046	20,6%
Υπηρεσίες διοίκησης και υποστήριξης	20.651	3,0%
Σύνολα (χωρίς Μεταλλεία & λατομεία, Ηλεκτρισμό & φυσικό αέριο, Υδρευση, αποχέτευση & διαχείριση απορριμμάτων)		
Μεταποίηση	58.461	8,4%
Κατασκευές	60.158	8,7%
Εμπόριο	223.400	32,2%
Υπηρεσίες	342.290	49,3%



Σχήμα 2: Κατηγοριοποίηση ΜΜΕ ανά κλάδο 2021 (Πηγή: Ευρωπαϊκή Επιτροπή (2022), SME Performance Review, Country SME figures 2022)

<sup>4</sup> [https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-strategy/sme-performance-review\\_en](https://single-market-economy.ec.europa.eu/smes/sme-strategy/sme-performance-review_en)

## 2. Καινοτομία

### 2.1 Καινοτομία στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις

Ο ρόλος της καινοτομίας παρουσιάζει ποικίλες πτυχές και αντιλήψεις, καθώς αναφέρεται τόσο στην διαδικασία όσο και στο αποτέλεσμα. Σύμφωνα με το εγχειρίδιο Frascati του ΟΟΣΑ (1993), η καινοτομία περιλαμβάνει τη μετατροπή μιας αρχικής ιδέας σε κάτι που μπορεί να είναι εμπορεύσιμο, όπως προϊόντα, υπηρεσίες, λειτουργικές μεθόδους παραγωγής ή διανομής, και ακόμη και νέους τρόπους παροχής κοινωνικών υπηρεσιών. Ωστόσο, η χρήση του όρου "καινοτομία" μπορεί να είναι περίπλοκη, καθώς όταν περιγράφει ένα νέο ή βελτιωμένο προϊόν, εξοπλισμό ή υπηρεσία που έχει επιτυχία στην αγορά, τονίζει το τελικό αποτέλεσμα της διαδικασίας. Αυτή η διφορούμενη προσέγγιση μπορεί να προκαλέσει σύγχυση και ασάφεια κατά τη συζήτηση για τη διάχυση της καινοτομίας.

Το 1965 ο Thomspon όρισε την καινοτομία ως «την παραγωγή, υιοθέτηση και εφαρμογή νέων ιδεών, διαδικασιών, προϊόντων και υπηρεσιών». Δύο χρόνια αργότερα, το 1967, οι Becker και Whisler όρισαν την καινοτομία ως «κάτι νέο για το τεχνολογικό περιβάλλον ενός οργανισμού» και «την πρώτη χρήση μιας ιδέας από έναν οργανισμό που ανήκει σε μια ομάδα οργανισμών με παρόμοιους στόχους». Ένας άλλος ορισμός της καινοτομίας είναι «η υιοθέτηση ιδεών ή συμπεριφορών που είναι νέες για τον οργανισμό που τις υιοθετεί» (Mohr, 1961- Aiken & Hage, 1971).

Το 1973, οι Rowe και Boise υποστήριξαν ότι για να θεωρηθεί μία αλλαγή ως καινοτομία, πρέπει να είναι αποτέλεσμα απόφασης των μελών του οργανισμού, ενώ οι αλλαγές επιβάλλονται στον οργανισμό από εξωτερικούς παράγοντες (π.χ. κυβερνητικοί περιορισμοί) επειδή δεν έχει ληφθεί συνειδητή απόφαση από τα μέλη του οργανισμού, και υποστήριξαν ότι αυτό δεν πρέπει να θεωρείται καινοτομία. Υποστήριξαν επίσης ότι υπάρχουν πέντε παράγοντες που συμβάλλουν στις διαφορές στον ορισμό της καινοτομίας:

1. Η παραγωγή και η χρήση ιδεών
2. Η πρώτη χρήση των ιδεών
3. Ο αριθμός των καινοτομιών
4. Η ταχύτητα της εισαγωγής
5. Η επίδραση και ο οργανωτικός στόχος

Το 1992, οι Russel & Russel διατυπώνουν τον ορισμό της καινοτομίας ως μια οργανωτική διαδικασία λήψης αποφάσεων, κατά την οποία οι διευθυντές του οργανισμού αποφασίζουν να εισάγουν ένα νέο προϊόν, μια νέα διαδικασία, ένα νέο πρόγραμμα, μια νέα δομή, μια νέα αγορά ή ένα νέο σύστημα στον οργανισμό.

Πιο τυπικά, η καινοτομία ορίζεται ως «μη συνηθισμένη, σημαντική και μη ασυνεχής αλλαγή» (Mezias & Glynn, 1993), που περιλαμβάνει μία νέα ιδέα, η οποία δεν συμφωνεί με την τρέχουσα γενική ιδέα της λειτουργίας του οργανισμού.

Σύμφωνα με τον Van de Ven, (1986), ουσιαστικά, η καινοτομία συνεπάγεται ευφυΐα, δηλαδή, «μια καινοτομία είναι μία νέα ιδέα». Χωρίς την παρουσία της δημιουργικής σπίθας της καινοτομικής διάνοιας ή της ευφυΐας των οργανωτικών συστημάτων που αναγνωρίζουν και υποστηρίζουν την καινοτομία, η εύρεση νέων και χρήσιμων λύσεων στα διάφορα προβλήματα θα ήταν ιδιαίτερα δύσκολη. Προβάλλοντας την άποψη ότι «στον πυρήνα τους, οι πιο επιτυχημένες επιχειρήσεις σήμερα μπορούν να θεωρηθούν ως έξυπνες επιχειρήσεις», ο Quin (1992) συνόψισε τη διαπίστωση ότι οι οργανισμοί πρέπει να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τόσο τους πνευματικούς τους πόρους, όσο και τα υλικά κεφάλαια. Με αυτό τον τρόπο, οι οργανισμοί αυξάνουν τη δυνατότητα προσαρμογής τους στις αβέβαιες και ασταθείς περιβαλλοντικές συνθήκες (Glynn, 1996).

Από τους παραπάνω ορισμούς προκύπτει ότι η καινοτομία αναφέρεται σε μια διαδικασία λήψης αποφάσεων εντός της οργανωτικής δομής, όπου τα διοικητικά στελέχη της επιχείρησης δημιουργούν, αναπτύσσουν και εφαρμόζουν νέες ιδέες και πρακτικές. Αυτές οι ιδέες και πρακτικές αφορούν την εισαγωγή ενός νέου προϊόντος, μιας νέας τεχνολογικής διαδικασίας, ενός νέου προγράμματος ή ενός διοικητικού συστήματος στον οργανισμό, και είναι νέες για τον ίδιο τον οργανισμό.

## **2.2 Τύποι (διαστάσεις) της καινοτομίας**

Οι διάφοροι τύποι καινοτομίας δεν λειτουργούν απομονωμένα μεταξύ τους, αλλά συχνά συνδυάζονται και αλληλοεπιδρούν. Παρουσιάζουν μερικά αναγνωρίσιμα χαρακτηριστικά, αλλά οι γραμμές διαχωρισμού μεταξύ τους είναι ασαφείς. Αυτό καθιστά πιο κατάλληλο το να γίνεται αναφορά σε "διαστάσεις" της καινοτομίας, παρά σε καθαρά διακριτούς τύπους.

Σύμφωνα με τον Schumpeter (1942) υπάρχουν δύο είδη καινοτομίας:

1. Τεχνική Καινοτομία
2. Διοικητική Καινοτομία

Από αυτήν την περιγραφή, είναι φανερό ότι η εφαρμογή της καινοτομίας στις επιχειρήσεις δεν περιορίζεται αποκλειστικά στην παραγωγική διαδικασία, αλλά εκτείνεται και στον τομέα των πωλήσεων και γενικότερα σε κάθε στάδιο όπου προσφέρονται προϊόντα ή υπηρεσίες. Οι συνδυασμοί διαφορετικών τύπων καινοτομίας είναι συχνοί, αν και δεν απαιτούνται πάντα. Σε ορισμένες περιπτώσεις, νέα προϊόντα μπορεί να παράγονται με νέες μεθόδους, ενώ σε άλλες νέες μέθοδοι μπορεί να εφαρμόζονται για την παραγωγή παλιών προϊόντων. Το κοινό σημείο είναι η δυνατότητα ανανέωσης και βελτίωσης σε κάθε στοιχείο της επιχειρηματικής διαδικασίας. Επίσης, ο όρος καινοτομία μπορεί να κατηγοριοποιηθεί ανάλογα με:

- το καινοτομικό αντικείμενο:
  1. καινοτομία προϊόντος, σε αυτή την περίπτωση της καινοτομίας, η επιχείρηση εισάγει στην αγορά ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία, ή προωθεί βελτιώσεις στα χαρακτηριστικά και τις χρήσεις ενός υπάρχοντος προϊόντος. Σε αυτή την περίπτωση, οι βελτιώσεις πρέπει να είναι σημαντικές, που να αφορούν τα λειτουργικά χαρακτηριστικά, τις τεχνικές προδιαγραφές και τις δυνατότητες του προϊόντος.,
  2. καινοτομία διαδικασίας, σε αυτή την περίπτωση της καινοτομίας, σημαντικές αλλαγές επέρχονται στις διαδικασίες λειτουργίας της επιχείρησης. Αυτές οι αλλαγές μπορεί να αφορούν τόσο το λογισμικό όσο και τον τεχνολογικό εξοπλισμό που χρησιμοποιείται στις διαδικασίες παραγωγής ή παροχής υπηρεσιών,
  3. καινοτομία μάρκετινγκ, σύμφωνα με την οποία τροποποιείται σημαντικά ο τρόπος σχεδιασμού και παραγωγής ενός προϊόντος, καθώς και η συσκευασία του και η προώθηση στην αγορά,
  4. οργανωσιακή καινοτομία με την προώθηση στον χώρο εργασίας και το εξωτερικό της περιβάλλον, νέων οργανωσιακών μεθόδων.
- Τη στρατηγική:

Η καινοτομία με βάση τη στρατηγική κατηγοριοποιείται στις καινοτομίες: ανοικτού τύπου οι οποίες περιλαμβάνουν στρατηγικές απόκτησης απαραίτητων τεχνολογιών, και παράλληλη αξιοποίηση των παλαιότερων, και

*κλειστού τύπου, όπου ισχύει η άποψη ότι η επιχείρηση πρέπει να πράξει αποκλειστικά δικά της νέα προϊόντα. Για την επίτευξη αυτή ενσωματώνει στο δυναμικό τους καταξιωμένους στο χώρο επαγγελματίες.*

- Την πρωτοτυπία:
  1. καινοτομία μικρής κλίμακας σύμφωνα με την οποία βελτιώνονται προϊόντα ή υπηρεσίες που ήδη κυκλοφορούν στην αγορά, ή τελειοποιούνται, απλοποιούνται,
  2. ριζική καινοτομία, η οποία περιλαμβάνει την εισαγωγή νέων υπηρεσιών και προϊόντων που μπορούν να προκαλέσουν αλλαγές στον βιομηχανικό κλάδο, ή που εξελίσσονται σε νέες επιχειρήσεις.

### **2.3 Μέτρηση της καινοτομίας**

Οι αξιολογήσεις της καινοτόμου συμπεριφοράς θα πρέπει να αντικατοπτρίζουν την «αλλαγή στην τρέχουσα συμπεριφορά» του οργανισμού ως απάντηση στην καινοτομία (Avlonitis, Kouremenos & Tzokas, 1994).

Η καινοτομικότητα είναι “ο βαθμός στον οποίο ένα άτομο ή μία άλλη μονάδα υιοθέτησης είναι σχετικά γρηγορότερη στην υιοθέτηση νέων ιδεών από οποιοδήποτε άλλο μέλος του συστήματος» και ως εκ τούτου, «η καινοτομικότητα υποδηλώνει μία αλλαγή στη συμπεριφορά». Σύμφωνα με τον παραπάνω ορισμό για την καινοτομικότητα, έχουν χρησιμοποιηθεί ποικίλα μέτρα για την αξιολόγηση της στη σχετική βιβλιογραφία. Τέτοια μέτρα είναι:

1. Ο χρόνος που έχει παρέλθει μέχρι την υιοθέτηση. Η χρήση του μέτρου αυτού έχει ως αποτέλεσμα την ταξινόμηση αυτών που είναι δυνατό να υιοθετήσουν μία καινοτομία, σε 'καινοτόμους', σε αυτούς που 'υιοθετούν γρήγορα', σε 'αρχική πλειοψηφία', σε τελική πλειοψηφία' και σε 'χρονικά καθυστερημένους' (Rogers, 1983).
2. Υποκειμενικά μέτρα, όπως αυτά έχουν εκτιμηθεί από έμπειρους ερευνητές, από τους οποίους ζητήθηκε να αξιολογήσουν το τεχνικό επίπεδο κάθε εταιρείας της μελέτης (Carter and Williams, 1959).
3. Μία μεταβλητή διχοτόμησης (0/1), όπου το 1 εκφράζει την υιοθέτηση μιας καινοτομίας και το 0 υποδηλώνει τη μη υιοθέτηση της (Moch and Morse, 1977).

4. Ο αριθμός καινοτομιών που έχουν υιοθετηθεί από μία εταιρεία (Cohn, 1980, Robertson and Wind, 1980).

### **2.3 Καινοτομία και επιχειρηματικότητα**

Η καινοτομία και η δημιουργικότητα συμβαδίζουν με την επιχειρηματικότητα. Όμως η καινοτομία δεν συμβαίνει από τη μια μέρα στην άλλη, και οι προσπάθειες για τη δημιουργία κάτι πραγματικά καινοτόμου και μετασχηματιστικού χρειάζονται χρόνο. Η καινοτομία και η επιχειρηματικότητα αποτελούν κινητήριες δυνάμεις της βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης, παρέχοντας βαθιά και ολοκληρωμένη γνώση σε διάφορους τομείς της γνώσης και αναπτύσσοντας ξεχωριστές δεξιότητες γνώσης.

Η καινοτομία αποτελεί ζωτικό στοιχείο για την επιχειρηματικότητα, καθώς είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τις προοπτικές κερδοφορίας. Η ικανότητα της επιχείρησης να δημιουργεί καινοτόμα προϊόντα, υπηρεσίες ή διαδικασίες την καθιστά ανταγωνιστική στην αγορά και αυξάνει τις πιθανότητες επιτυχίας. Πράγματι, η καινοτομία είναι ίσως ο σημαντικότερος παράγοντας για την ικανότητα μιας επιχείρησης να παράγει υψηλά περιθώρια κέρδους (Καραγιάννης και Μπακούρος, 2010). Από την άλλη πλευρά, οι επιχειρήσεις μπορούν να συνεισφέρουν στην κοινωνία με διάφορους τρόπους, όπως η οικονομική ανάπτυξη, η δημιουργία θέσεων εργασίας, η εθνική ταυτότητα και οι διαδικασίες καινοτομίας. Η καινοτομία και η επιχειρηματικότητα αντιμετωπίζουν μια σειρά από ζητήματα που κυμαίνονται από τη δημιουργικότητα και τη μάθηση, μέχρι το καινοτόμο περιβάλλον και τις απαιτούμενες ικανότητες για να ανταποκριθούν σε αυτές τις προκλήσεις.

Η διαχείριση της καινοτομίας επικεντρώνεται στους διάφορους τύπους καινοτομίας και στον τρόπο διαχείρισής τους, συμπεριλαμβανομένων των καινοτομιών προϊόντων, αγορών, τεχνολογικών και οργανωτικών επαναστατικών καινοτομιών, των σταδιακών καινοτομιών ή ενός συνδυασμού αυτών (Καραγιάννης και Μπακούρος, 2010). Η διαχείριση της καινοτομίας επικεντρώνεται κυρίως στο οργανωτικό επίπεδο, αλλά περιλαμβάνει επίσης την αντιμετώπιση των μεμονωμένων εργαζομένων και των κοινωνικοπεριβαλλοντικών πτυχών. Η επιχειρηματικότητα επικεντρώνεται σε βασικές διαδικασίες, ευκαιρίες και επιχειρηματικές έννοιες.

Σύμφωνα με τον Schumpeter (2005) η καινοτομία μπορεί να πάρει κάποια από τις παρακάτω μορφές:

1. Βελτίωση σε ένα υπάρχον προϊόν ή σε μία υπάρχουσα παραγωγική διαδικασία
2. Δημιουργία ενός ολοκληρωτικά νέου προϊόντος ή διαδικασίας παραγωγής

Αυτές οι δύο μορφές αντιπροσωπεύουν διαφορετικούς τρόπους μέσω των οποίων η καινοτομία μπορεί να εκδηλωθεί στο πεδίο των επιχειρήσεων και της οικονομίας.

Ταυτόχρονα, σύμφωνα με τον ίδιο συγγραφέα, η κινητήρια δύναμη της επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι η εισαγωγή νέων καινοτομιών στο σύστημα παραγωγής. Οι επιχειρηματίες προσπαθούν να αξιοποιήσουν τις διάφορες τεχνολογικές και επιστημονικές ανακαλύψεις για παραγωγικούς και κερδοσκοπικούς σκοπούς. Στις σύγχρονες κοινωνίες, είναι φυσικό οι καταναλωτές να ζητούν νέα προϊόντα και με την εισαγωγή καινοτομιών, οι νέες επιχειρήσεις μπορούν να αυξήσουν την τιμή των προϊόντων τους χωρίς να χάσουν πελάτες. Σε γενικές γραμμές, η εφαρμογή της καινοτομίας στις επιχειρήσεις τους δίνει τη δυνατότητα να παράγουν προϊόντα που διαφέρουν σημαντικά από τα προϊόντα των ανταγωνιστών τους. Στην περίπτωση όπου οι καταναλωτές εκδηλώνουν ζήτηση για ένα νέο προϊόν, η εφαρμογή της καινοτομίας επιτρέπει στην νέα επιχείρηση να αυξήσει την τιμή του προϊόντος της χωρίς να απωλέσει τους πελάτες της. Αυτό δημιουργεί μια νέα αγορά, όπου το μοναδικό διαθέσιμο προϊόν είναι αυτό της εν λόγω επιχείρησης. Αυτή η μονοπωλιακή θέση συνεπάγεται πως η επιχείρηση ελέγχει την προσφορά και τον προσδιορισμό των τιμών, επιτρέποντάς της να απολαμβάνει υψηλότερα κέρδη. Στην πραγματικότητα, ωστόσο, ο αριθμός των μονοπωλίων είναι εξαιρετικά περιορισμένος. Οι τέτοιες καινοτομίες καταλήγουν συνήθως στη δημιουργία νέων προϊόντων που, αν και εμφανίζουν κάποια παρόμοια χαρακτηριστικά με τα προϊόντα που ήδη υπάρχουν στην αγορά, προσφέρουν κάποια πρόσθετα και καινοτόμα χαρακτηριστικά. Αυτά τα πρόσθετα χαρακτηριστικά επιτρέπουν στις εταιρείες να αυξάνουν τις τιμές σε κάποιο βαθμό, αλλά όχι υπερβολικά, καθώς υπάρχει ο κίνδυνος να μην αρέσει το προϊόν στους καταναλωτές και να αγοράσουν αντί αυτού ένα παρόμοιο προϊόν. Μια τέτοια επιχειρηματική κατάσταση ονομάζεται ολιγοπωλιακή. Με την εισαγωγή και τη διαχείριση καινοτομιών, οι επιχειρήσεις απολαμβάνουν ολιγοπωλιακά κέρδη, τα οποία είναι μικρότερα από τα μονοπωλιακά κέρδη (Καραγιάννης και Μπακούρος, 2010).

Ο Schumpeter (2005) αναφέρει ότι «η καινοτομία είναι έργο των πρωτοπόρων, αλλά η πρωτοπορία είναι δύσκολη και η παρακολούθηση εύκολη». Αυτό ερμηνεύεται στην πραγματική ζωή όταν άλλοι επιχειρηματίες στην αγορά αναγνωρίζουν τις δυνατότητες

κέρδους μιας καινοτομίας και την υιοθετούν στις παραγωγικές τους διαδικασίες. Ως αποτέλεσμα αυτής της μίμησης, ο πρώτος επιχειρηματίας πραγματοποιεί μεγάλα κέρδη παρόμοια με εκείνα του πρωτοπόρου επιχειρηματία, αλλά καθώς η μίμηση αυξάνεται, τα κέρδη μειώνονται. Αν συνεχιστεί αυτή η κατάσταση, όλοι οι επιχειρηματίες θα παράγουν το ίδιο προϊόν με τα ίδια χαρακτηριστικά και τα κέρδη θα είναι μηδενικά. Τα κέρδη θα είναι μηδενικά, διότι καθώς οι επιχειρηματίες προσπαθούν να αυξήσουν την τιμή του προϊόντος τους για να βγάλουν κέρδος, χάνουν πελάτες οι οποίοι μεταπηδούν σε άλλες επιχειρήσεις που πωλούν το ίδιο προϊόν σε χαμηλότερη τιμή. Οι αγορές που λειτουργούν με αυτόν τον τρόπο χαρακτηρίζονται ως ανταγωνιστικές. Για να εξέλθει μια επιχείρηση από μια ανταγωνιστική αγορά και να εισέλθει σε μια μονοπωλιακή ή ολιγοπωλιακή αγορά κερδοφορίας, απαιτείται ένα νέο κύμα καινοτομίας που θα αντικαταστήσει το παλιό (Καραγιάννης και Μπακούρος, 2010).

#### **2.4 Συστήματα καινοτομίας & επιχειρηματικότητας**

Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ (1999)<sup>5</sup>, οι κυριότεροι φορείς μέσα σε ένα εθνικό σύστημα καινοτομίας δύναται να χωριστούν σε πέντε κύριες κατηγορίες:

1. Κυβερνήσεις, είτε σε διεθνές επίπεδο είτε σε τοπικό επίπεδο, αναδεικνύονται ως κλειδί παράγοντες που διαμορφώνουν τις γενικές κατευθυντήριες γραμμές των πολιτικών που στοχεύουν στην προώθηση της καινοτομίας και της ανάπτυξης.
2. Φορείς γεφύρωσης (bridging institutions), όπως ερευνητικά συμβούλια, σύνδεσμοι και τεχνολογικά πάρκα, λειτουργούν ως ενδιάμεσοι φορείς που διευκολύνουν την ανάπτυξη συνεργασίας μεταξύ των διαφόρων επιπέδων της έρευνας, των κυβερνήσεων και των ενεργών φορέων. Αναλαμβάνουν το ρόλο του μεσολαβητή για την προώθηση της συνεργασίας ανάμεσα στις κυβερνήσεις, τους ερευνητές και τους χρήστες της έρευνας.
3. Ιδιωτικές επιχειρήσεις και τα αντίστοιχα ερευνητικά ιδρύματα που αυτές χρηματοδοτούν αποτελούν αυξανόμενη κατηγορία. Σε αυτό το πλαίσιο, συμπεριλαμβάνονται επίσης οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) και οι εταιρίες που επικεντρώνονται στην καινοτομία και την υψηλή τεχνολογία, όπως οι εταιρίες που απορρέουν από πανεπιστημιακές μονάδες (spin-off εταιρίες) και οι εταιρίες

---

<sup>5</sup> OECD (1999). Managing national innovation systems, OECD Publishing, Paris European Commission (2015). Annual Report on European SMEs 2014 / 2015

που αναπτύσσονται βασιζόμενες σε τεχνολογικές καινοτομίες (spin-ups & spin-outs).)

4. Πανεπιστήμια και συναφείς φορείς που παρέχουν βασικές ικανότητες και γνώση στην αγορά, όπως ερευνητικοί δημόσιοι και ιδιωτικοί οργανισμοί
5. Άλλοι ιδιωτικοί φορείς που ασκούν επίσης σημαντικό ρόλο στο εθνικό σύστημα καινοτομίας (εργαστήρια, γραφεία πατεντών, οργανισμοί εκπαίδευσης κ.λπ.).

Στις παραπάνω κατηγορίες μπορούν να προστεθούν και οι χρηματοστηριακές και οι τραπεζικές αγορές που συνεισφέρουν έμμεσα ως χρηματοδότες για την έρευνα και την ανάπτυξη. Μέσω της χορήγησης δανείων, επενδύσεων και της διευκόλυνσης της εμπορίας, αυξάνουν τη δυνατότητα των επιχειρήσεων και των ερευνητικών φορέων να χρηματοδοτήσουν τις καινοτόμες ιδέες και τις αναπτυξιακές προσπάθειες τους.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί πως σε κάθε χώρα αναπτύσσονται διαφορετικού είδους σχέσεις μεταξύ των προαναφερθέντων κατηγοριών φορέων και οργανισμών. Αυτή η ποικιλία οφείλεται στις διαφορές που υπάρχουν στις πολιτικές δομές, τα νομικά πλαίσια και την κουλτούρα κάθε χώρας. Το ίδιο σημαντικό είναι και το γεγονός ότι αυτές οι διαφορές εκτείνονται και στις πολιτικές που αφορούν την καινοτομία.

## **2.5 Καινοτομία μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα**

Σύμφωνα με το εγχειρίδιο Oslo (2018)<sup>6</sup> «Μια καινοτομία στον τομέα των επιχειρήσεων (*business innovation*) είναι ένα νέο ή βελτιωμένο προϊόν ή μία επιχειρησιακή διαδικασία (ή συνδυασμός των δύο), που διαφέρει σημαντικά από τα προηγούμενα προϊόντα ή τις προηγούμενες επιχειρησιακές διαδικασίες της επιχείρησης και που έχει εισαχθεί στην αγορά ή έχει τεθεί σε λειτουργία από την επιχείρηση».

Με βάση την πιο πρόσφατη έρευνα "Η θέση της Ελλάδας στο European Innovation Scoreboard 2015-2022", που πραγματοποιήθηκε από την ΕΚΤ το 2022, η αξιολόγηση των κρατών-μελών βασίστηκε στον σύνθετο δείκτη Summary Innovation Index (SII). Σύμφωνα με αυτήν, τα κράτη-μέλη ταξινομήθηκαν σε τέσσερις διαφορετικές κατηγορίες, ανάλογα με την επίδοσή τους στον τομέα της καινοτομίας:

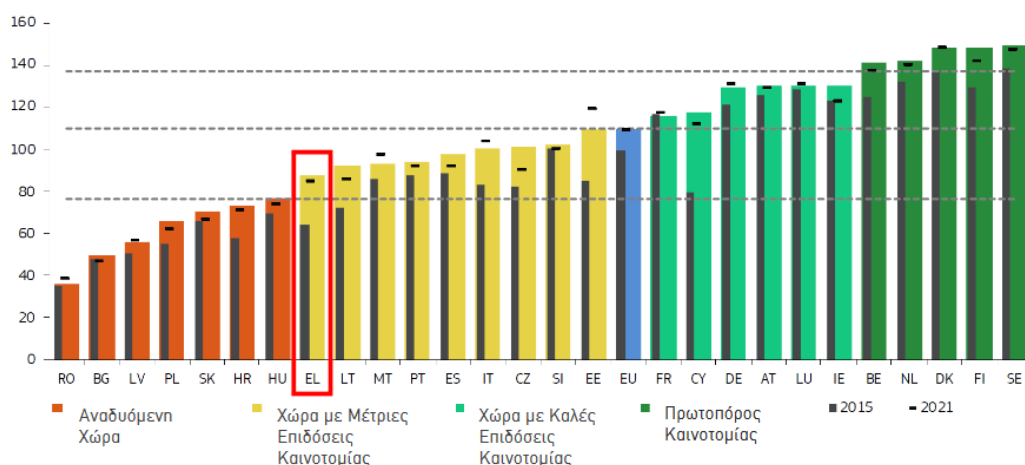
---

<sup>6</sup> Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities,

- Πρωτοπόροι Καινοτομίας (Innovation Leaders): Χώρες που ξεχωρίζουν για την υψηλή επίδοσή τους στην καινοτομία, εμφανίζοντας αξιοσημείωτη πρωτοπορία και επιρροή στον τομέα.
- Χώρες με Καλές Επιδόσεις Καινοτομίας (Strong Innovators): εμφανίζουν ισχυρή καινοτομική δραστηριότητα και απόδοση, αναδεικνύοντας την ικανότητά τους στη δημιουργία καινοτόμων λύσεων.
- Χώρες με Μέτριες Επιδόσεις Καινοτομίας (Moderate Innovators): παροysi;azoyrn μέτρια επίδοση στον τομέα της καινοτομίας, χρειάζονται περαιτέρω βελτιώσεις για να αυξήσουν την καινοτομική τους απόδοση.
- Αναδυόμενες Χώρες (Emerging Innovators): βρίσκονται σε αναδυόμενο στάδιο καινοτομίας, αναπτύσσοντας σταδιακά τις καινοτομικές τους δυνατότητες.

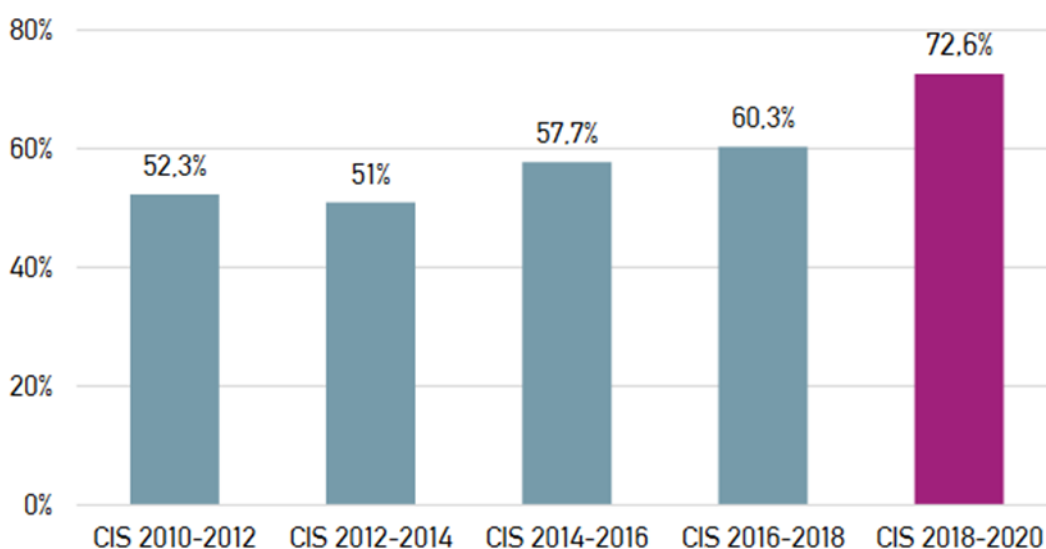
Η κατάταξη αυτή βασίστηκε στην ανάλυση του συνόλου των παραμέτρων που αφορούν την καινοτομική απόδοση των χωρών-μελών και παρέχει μια συνολική εικόνα για τη θέση της Ελλάδας στο πλαίσιο της καινοτομίας.

Όπως προκύπτει από το παρακάτω Σχήμα 3, η επίδοση της καινοτομίας για το έτος 2022, σε σύγκριση με το 2015, έχει αυξηθεί σχεδόν σε όλα τα κράτη μέλη. Σε σύγκριση με το 2021, το έτος 2022 έχει δείξει βελτίωση της απόδοσης της καινοτομίας για 19 κράτη μέλη, ενώ έχει μειωθεί για οκτώ κράτη μέλη. Ενδεικτικά, παρατηρείται ότι η Ελλάδα, παρά τις μέτριες επιδόσεις της στον τομέα της καινοτομίας, παρουσιάζει επιδόσεις που βρίσκονται σε κοντινή απόσταση από την ομάδα των αναδυόμενων χωρών.



Σχήμα 3: Επίδοση των Συστημάτων Καινοτομίας των Κρατών-Μελών (2022) Πηγή: ΕΚΤ (2022), Η θέση της Ελλάδας στο European Innovation Scoreboard 2015-2022, Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης και Ηλεκτρονικού Περιεχομένου

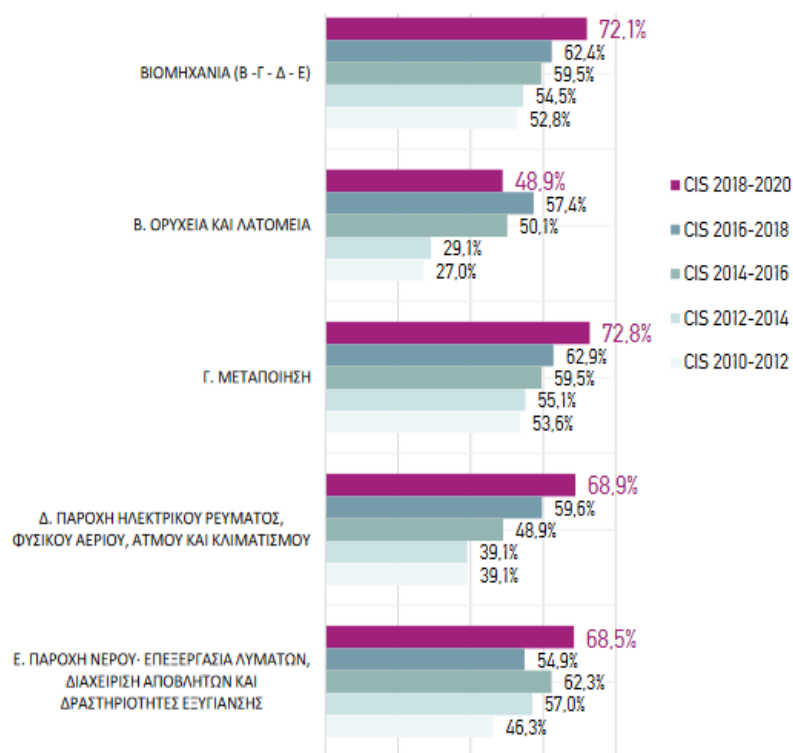
Σύμφωνα με την πρόσφατη έρευνα για την καινοτομία στις επιχειρήσεις, που διεξήγαγε η ΕΚΤ με τίτλο "Βασικοί δείκτες για την καινοτομία στις ελληνικές επιχειρήσεις, 2018-2020, 2022", ανακοινώθηκε ότι το ποσοστό των καινοτόμων επιχειρήσεων στην Ελλάδα ανέρχεται σε 72,6%. Αυτό αντιστοιχεί σε μια αύξηση της τάξης του 12,3% σε σχέση με την προηγούμενη τριετία 2016-2018 (Σχήμα 4).



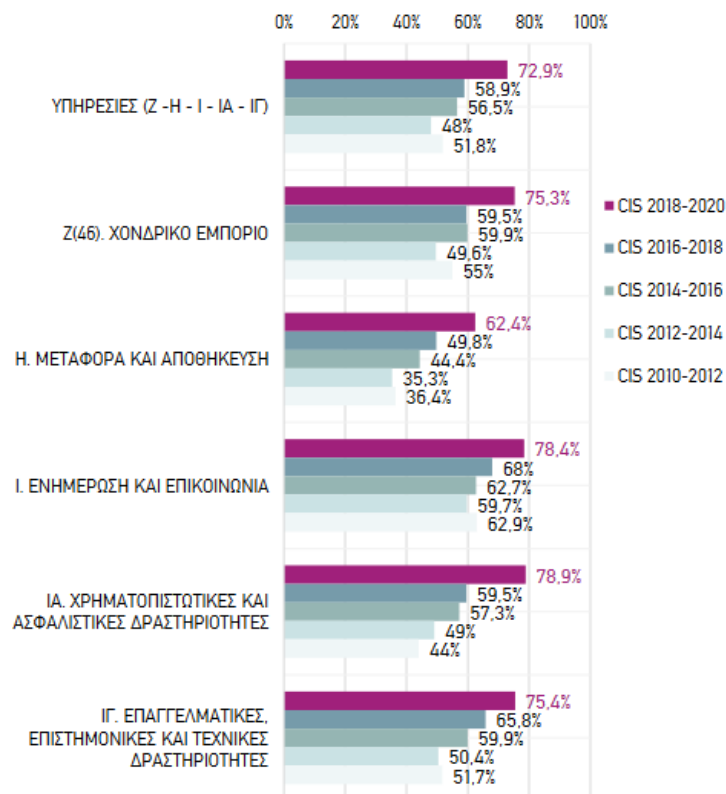
Σχήμα 4: Ποσοστό (%) καινοτόμων επιχειρήσεων, CIS 2012, 2014, 2016, 2018, 2020

Η βελτίωση του ποσοστού καινοτόμων επιχειρήσεων αφορά τόσο τη βιομηχανία όσο και τις υπηρεσίες. Συγκεκριμένα, αναλύοντας την κλαδική διάσταση της καινοτομίας στη βιομηχανία και τις υπηρεσίες, προκύπτουν τα Σχήματα 5 και 6.

Στον βιομηχανικό τομέα, το ποσοστό των καινοτόμων επιχειρήσεων για την περίοδο 2018-2020 ανέρχεται σε 72,1%, έναντι του 62,4% που καταγράφηκε για την περίοδο 2016-2018, προκαλώντας αύξηση κατά 9,7 ποσοστιαίες μονάδες. Αυτή η αύξηση είναι εμφανής και σε συγκεκριμένους υποκλάδους, όπως η 'Μεταποίηση', η 'Παροχή νερού - επεξεργασία λυμάτων, διαχείριση αποβλήτων και δραστηριότητες εξυγίανσης', και η 'Παροχή ηλεκτρικού ρεύματος, φυσικού αερίου, ατμού και κλιματισμού'. Εξαιρετικά υψηλό ποσοστό καινοτόμων επιχειρήσεων (72,8%) παρατηρείται στον ευρύ κλάδο της μεταποίησης. Εν τούτοις, σε έναν από τους υποκλάδους, τους 'Ορυχεία και λατομεία', παρατηρείται μικρή μείωση στο ποσοστό καινοτομίας σε σχέση με την προηγούμενη τριετία (2016-2018), λόγω της μικρής αριθμητικής εκπροσώπησης των επιχειρήσεων σε αυτόν τον κλάδο, καθώς και της ευαισθησίας του σε οικονομικές διακυμάνσεις.



Σχήμα 5: Ποσοστό (%) καινοτόμων επιχειρήσεων ανά πρωτεύοντα κλάδο οικονομικής δραστηριότητας στη Βιομηχανία, CIS 2012, 2014, 2016, 2018, 2020.

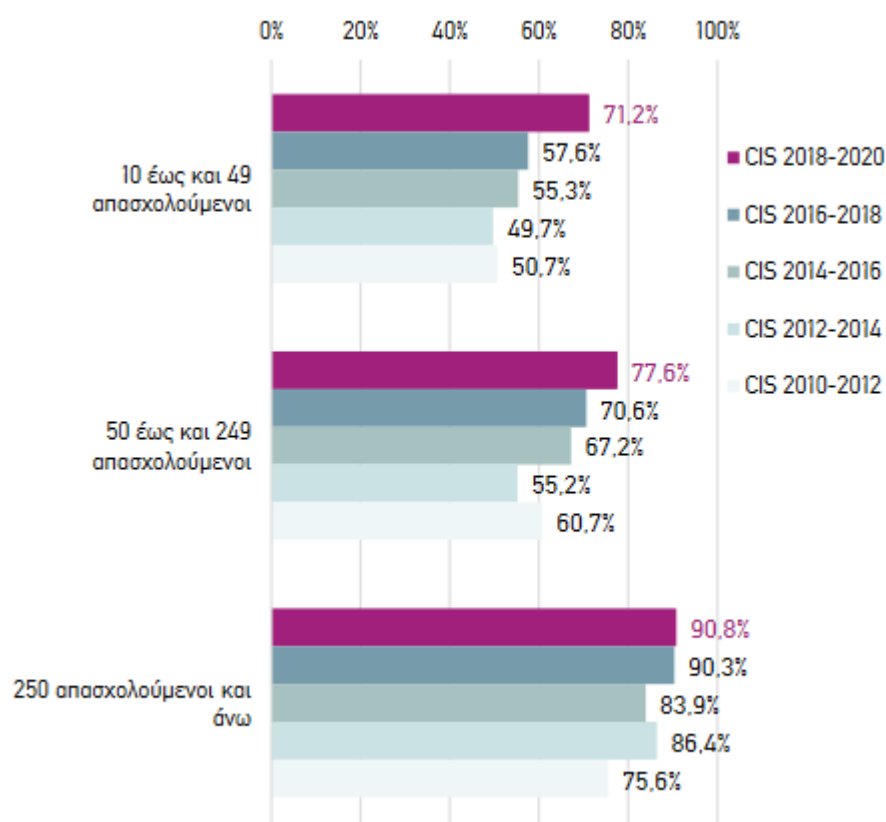


Σχήμα 6: Ποσοστό (%) καινοτόμων επιχειρήσεων ανά πρωτεύοντα κλάδο οικονομικής δραστηριότητας στις Υπηρεσίες, CIS 2012, 2014, 2016, 2018, 2020

Στην έρευνα εξετάζονται τρεις διαφορετικές κατηγορίες μεγέθους επιχειρήσεων, λαμβάνοντας υπόψη τον αριθμό των απασχολούμενων: επιχειρήσεις με 10-49 απασχολούμενους, με 50-249 απασχολούμενους και με 250 ή περισσότερους απασχολούμενους.

Κατά την περίοδο 2018-2020, σε σχέση με την προηγούμενη τριετία 2016-2018, παρατηρείται αύξηση του ποσοστού των καινοτόμων επιχειρήσεων σε όλες τις κατηγορίες μεγέθους, με ποσοστά πάνω από 70%. Ειδικότερα, το ποσοστό αυξάνεται με την αύξηση του μεγέθους της επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα, το ποσοστό καινοτομίας ανέρχεται από 71,2% στις επιχειρήσεις με 10-49 απασχολούμενους, φτάνει στο 77,6% στις επιχειρήσεις με 50-249 απασχολούμενους και φυσικά αυξάνεται σημαντικά στο 90,8% για τις επιχειρήσεις με 250 και περισσότερους απασχολούμενους. Αυτή η τάση προς αύξηση του ποσοστού καινοτομίας με την

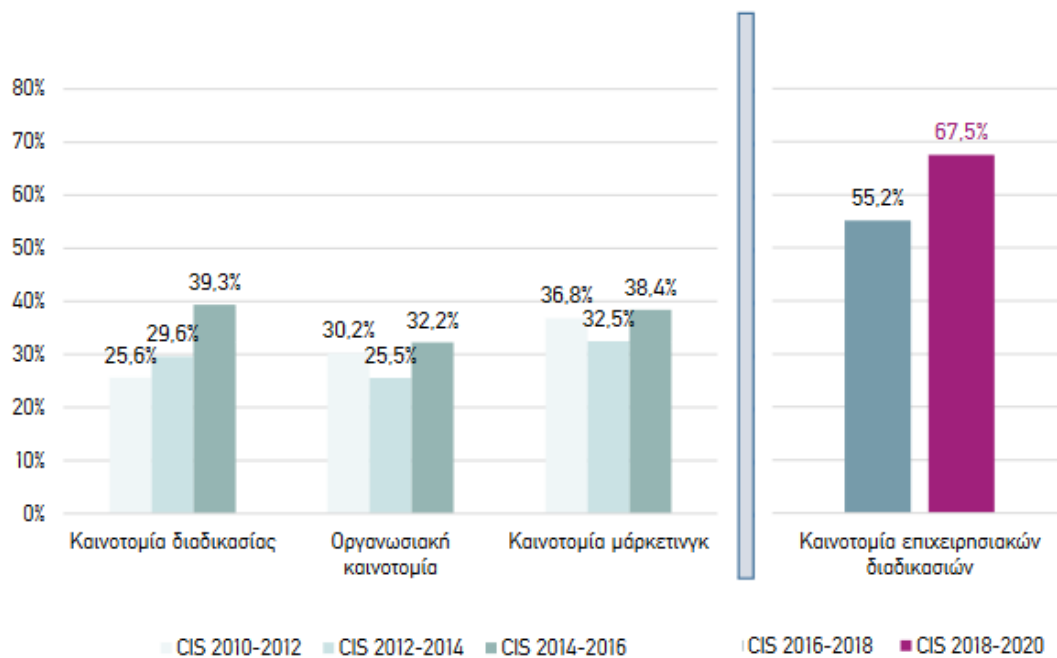
αύξηση του μεγέθους της επιχείρησης επιβεβαιώνεται σε όλες τις περιόδους αναφοράς.



Σχήμα 7: Ποσοστό (%) καινοτόμων επιχειρήσεων ανά τάξη μεγέθους επιχείρησης, CIS 2012, 2014, 2016, 2018, 2020.

Η καινοτομία επιχειρηματικών διαδικασιών αναφέρεται σε νέες ή βελτιωμένες διαδικασίες που εισάγονται για μία ή περισσότερες επιχειρηματικές λειτουργίες εντός ενός οργανισμού. Οι καινοτομίες επιχειρηματικών διαδικασιών υλοποιούνται όταν χρησιμοποιούνται σε λειτουργίες για εσωτερική ή εξωτερική χρήση σε μια επιχείρηση. Η καινοτομία επιχειρηματικών διαδικασιών μπορεί να περιλαμβάνει τη βελτίωση μιας ή περισσότερων πτυχών της λειτουργίας μιας επιχείρησης ή ενός συνδυασμού διαφορετικών λειτουργιών μιας επιχείρησης. Νέες επιχειρηματικές διαδικασίες μπορούν να αναπτυχθούν εσωτερικά εντός μιας επιχείρησης ή εξωτερικά. Για παράδειγμα, μια επιχείρηση μπορεί να υιοθετήσει μια νέα ή βελτιωμένη επιχειρηματική υπηρεσία που έχει ανατεθεί σε εξωτερικούς συνεργάτες, όπως ένα λογιστικό σύστημα ή ένα σύστημα διαχείρισης ανθρώπινων πόρων.

Όπως φαίνεται στο Σχήμα 8, την περίοδο 2018-2020 ποσοστό 67,5% των επιχειρήσεων ανέπτυξε καινοτομίες που αφορούσαν επιχειρησιακές διαδικασίες, ποσοστό αυξημένο κατά 12,3 ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με την περίοδο 2016-2018.



Σχήμα 8: Ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία επιχειρησιακών διαδικασιών 2018-2020 και 2016- 2018 (νέος τύπος καινοτομίας από 2016-2018 και εφεξής) και ποσοστό (%) επιχειρήσεων με καινοτομία διαδικασίας, οργανωσιακή καινοτομία και καινοτομία μάρκετινγκ 2010-2012, 2012-2014 και 2014-2016 (οι τρεις αυτοί τύποι δεν καταγράφονται πλέον διακριτά).

### **3. Χρηματοδότηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων**

Η χρηματοδότηση μιας επιχείρησης αποτελεί μία από τις κρίσιμες παραμέτρους που επηρεάζουν την επιτυχία της, είτε στην αρχική φάση προώθησης μιας επιχειρηματικής ιδέας, είτε κατά τη λειτουργία μιας πιο εδραιωμένης επιχείρησης. Η έννοια της οικονομικής χρηματοδότησης επιχείρησης, γνωστή και ως εταιρική χρηματοδότηση, αφορά τη συνολική διαδικασία διάθεσης κεφαλαίων προς μία επιχείρηση, ανεξαρτήτως του τύπου της, με σκοπό την προώθηση και ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της. Ο οικονομικός όρος "χρηματοδότηση επιχείρησης", επίσης γνωστός ως "εταιρική χρηματοδότηση", αναφέρεται στο σύνολο των δράσεων που αφορούν την παροχή κεφαλαίων σε μια επιχείρηση, ανεξαρτήτως του τύπου της, με στόχο την προώθηση και ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της. Υπάρχουν διάφορα είδη χρηματοδότησης, ανάλογα με την πηγή, τη χρήση των κεφαλαίων και τη διάρκεια της χρηματοδότησης. Οι χρηματοδοτικές ανάγκες των επιχειρήσεων είναι πολυάριθμες, ιδίως των ΜΜΕ οι οποίες έχουν περιορισμένες πηγές χρηματοδότησης. Οι κύριες χρηματοδοτικές ανάγκες των ΜΜΕ είναι το κεφάλαιο κίνησης και οι επενδύσεις σε πάγια περιουσιακά στοιχεία. Παρά την ποικιλία πηγών χρηματοδότησης που υπάρχουν, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) αντιμετωπίζουν συχνά προβλήματα στην πρόσβαση σε χρηματοδότηση και αντιμετωπίζουν δυσκολίες στον εντοπισμό των απαραίτητων κεφαλαίων για τη λειτουργία και την ανάπτυξή τους. Τα τελευταία χρόνια, λόγω του γενικά δυσμενούς οικονομικού κλίματος, του περιβάλλοντος, της χρηματοπιστωτικής κρίσης το χρηματοδοτικό κενό για τις ΜΜΕ έχει διευρυνθεί. Ως αποτέλεσμα, το πρόβλημα της πρόσβασης στη χρηματοδότηση έχει επιδεινωθεί, κινδυνεύοντας την επιβίωση πολλών μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Σε τέτοιες περιόδους, η χρηματοδοτική στήριξη των ΜΜΕ και η ανάπτυξη εναλλακτικών πηγών χρηματοδότησης αποτελεί επείγον καθήκον για την επιχειρηματική κοινότητα.

#### **3.1 Χρηματοδότηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ευρώπη**

Οι ΜΜΕ συμβάλλουν σημαντικά στη δημιουργία θέσεων εργασίας, στην προστιθέμενη αξία και στο ΑΕΠ. Επιπροσθέτως διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην προώθηση της απασχόλησης, της ανταγωνιστικότητας και της καινοτομίας καθώς και στη διασφάλιση της κοινωνικής σταθερότητας.

Ωστόσο, δεν είναι εύκολο για τις εταιρείες αυτές να επιβιώσουν στο σημερινό ανταγωνιστικό παγκόσμιο περιβάλλον. Αυτό επιβάλλει την διαρκή ενημέρωση των μεθόδων παραγωγής και διαχείρισης, την ανάπτυξη καινοτόμων υπηρεσιών και προϊόντων, τη διασφάλιση πρόσβασης σε σχετικές πληροφορίες και χρηματοδότηση, την ενσωμάτωση προηγμένης τεχνολογίας, τη χρήση δεδομένων και την ενεργοποίηση δικτύων και συνεργασιών. Ο ρόλος του κράτους στη στήριξη των ΜΜΕ αποκτά κρίσιμη σημασία μέσω της δημιουργίας ευνοϊκού περιβάλλοντος και της εγκαθίδρυσης υποστηρικτικών μηχανισμών.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) έχουν κρίσιμο ρόλο στην οικονομική δυναμική των χωρών μελών του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ). Η συμβολή τους είναι εξαιρετικά σημαντική και οι αριθμοί που παρέχει ο ΟΟΣΑ αποδεικνύουν τη σημασία τους:

- σχεδόν το 99,7% των επιχειρήσεων στα κράτη μέλη του ΟΟΣΑ είναι ΜΜΕ, καθιστώντας τις κυρίαρχη δύναμη στον τομέα της επιχειρηματικότητας.
- οι ΜΜΕ συμβάλλουν με περίπου 60% της συνολικής απασχόλησης στις χώρες του ΟΟΣΑ, αποτελώντας σημαντικό παράγοντα στη δημιουργία θέσεων εργασίας
- το 50-60% της προστιθέμενης αξίας της οικονομίας προέρχεται από τις ΜΜΕ, αναδεικνύοντας τη συμβολή τους στην παραγωγικότητα και την ανάπτυξη

Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ, η πρόσβαση στη χρηματοδότηση είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη και τη δημιουργία των ΜΜΕ. Τον Φεβρουάριο του 2018, ο ΟΟΣΑ διοργάνωσε συνάντηση για τις ΜΜΕ στο Μεξικό. Σύμφωνα με την έκθεση «Financing SMEs and Entrepreneurs 2018: OECD Scoreboard» που δημοσιεύθηκε κατά την Διάσκεψη του ΟΟΣΑ, το χρηματοπιστωτικό περιβάλλον για τις ΜΜΕ έχει βελτιωθεί και περισσότερες ΜΜΕ στρέφονται σε εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης, καθώς ο δανεισμός μέσω των παραδοσιακών καναλιών τείνει να μειωθεί σε ορισμένες χώρες. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι ΜΜΕ είναι απαραίτητες για την καινοτομία, την ανταγωνιστικότητα και την ανάπτυξη σε κάθε οικονομία και, ως εκ τούτου, πρέπει να διασφαλίζεται η πρόσβασή τους σε αξιόπιστη χρηματοδότηση καθ' όλη τη διάρκεια της ύπαρξής τους, ώστε να μεγιστοποιείται η συμβολή τους στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη.

Μέχρι σήμερα, η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα έχει διενεργήσει έρευνα με θέμα «Πρόσβαση στη χρηματοδότηση για τις επιχειρήσεις της ζώνης του ευρώ» μεταξύ Οκτωβρίου 2022 και Μαρτίου 2023. Το δείγμα περιλαμβάνει 10.983 επιχειρήσεις στη

ζώνη του ευρώ. Στην έρευνα αυτή, το 4% των επιχειρήσεων ανέφερε αύξηση της ζήτησης για τραπεζικά δάνεια, από 9% στην προηγούμενη έρευνα, ενώ το 13% των επιχειρήσεων ανέφερε αύξηση της ζήτησης για πιστωτικές γραμμές, από 16% στην προηγούμενη έρευνα.

Αυτό συνάδει με την επιβράδυνση του τραπεζικού δανεισμού προς τις επιχειρήσεις μεταξύ του τελευταίου τριμήνου του 2022 και του Μαρτίου 2023. Συνδέεται επίσης με τη μείωση του μεριδίου των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν εξωτερική χρηματοδότηση για αποθέματα, καθώς οι περιορισμοί της προσφοράς χαλαρώνουν. Μειώσεις στη ζήτηση εξωτερικής χρηματοδότησης έχουν επίσης αναφερθεί για την εμπορική πίστωση, τη χρηματοδοτική μίσθωση και τις μετοχές, και είναι γενικά μεγαλύτερες για τις μεγάλες επιχειρήσεις από ό,τι για τις μικρές επιχειρήσεις.

Ειδικότερα, οι επιχειρήσεις ανέφεραν μείωση της διαθεσιμότητας τραπεζικών δανείων (-5%) και πιστωτικών ορίων (-2%), παρόμοια με την προηγούμενη έρευνα. Η αλληλεπίδραση μεταξύ των χρηματοδοτικών αναγκών και της διαθεσιμότητας εξωτερικής χρηματοδότησης σημαίνει ότι το χρηματοδοτικό κενό σε όλα τα χρηματοδοτικά μέσα (π.χ. τραπεζικά δάνεια, πιστωτικές γραμμές και εμπορικές πιστώσεις) αυξήθηκε ελαφρώς για όλες τις επιχειρήσεις. Το καθαρό ποσοστό των επιχειρήσεων που ανέφεραν αύξηση του χρηματοδοτικού κενού μέσω εξωτερικής χρηματοδότησης μειώθηκε από 9% σε 6%. Αυτό οφείλεται κυρίως στη μείωση του καθαρού ποσοστού των μεγάλων επιχειρήσεων που ανέφεραν διεύρυνση του χρηματοδοτικού κενού.

Πίνακας 3 :Τελευταίες εξελίξεις στα αποτελέσματα των χωρών του SAFE για τις επιχειρήσεις στη ζώνη του ευρώ. Πηγή: European Central Bank (2023): Survey on the Access to Finance of Enterprises in the euro area (SAFE) – October 2022 to March 2023

(καθαρά ποσοστά των ερωτηθέντων)

	Χρειάζ εται				Διαθεσιμότητα				Χρηματοδοτικό κενό		Χρηματοδοτικά εμπόδια	
	Τραπεζικά δάνεια		Πιστωτικές γραμμές		Τραπεζικά δάνεια		Πιστωτικές γραμμές					
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)	(12)
	2022 H1	2022 H2	2022 H1	2022 H2	2022 H1	2022 H2	2022 H1	2022 H2	2022 H1	2022 H2	2022 H1	2022 H2
Ζώνη του ευρώ	9	4	16	13	-7	-5	-3	-2	9	6	7	7
BE	21	16	20	16	-12	-11	-1	-6	11	12	6	7
DE	6	2	22	15	-10	-4	-3	0	10	5	5	6
IE	2	2	10	6	-1	-3	5	-2	4	2	2	2
GR	16	11	18	26	15	16	10	15	5	0	17	14
ES	5	2	16	11	-8	-8	-8	-3	9	6	9	11
FR	15	9	12	17	-12	-11	-7	-9	12	12	6	6
IT	8	9	10	7	-1	5	-1	3	6	2	6	6
NL	-3	-10	1	9	-4	-15	-1	-7	0	4	5	6
AT	1	7	16	13	-11	-18	-5	-12	7	11	2	3
PT	10	-1	3	10	-2	-1	0	-4	7	4	10	9
SK	16	13	17	22	-10	-7	-3	0	11	12	9	9
FI	9	-7	14	13	-12	-16	-1	-1	8	6	4	6

Οι παράγοντες που εξηγούν την πιθανότητα εξωτερικής χρηματοδότησης έχουν γενικά επιδεινωθεί στις γενικές οικονομικές προοπτικές, αλλά λιγότερο απ' ό,τι στην προηγούμενη έρευνα. Ενώ το 35% των επιχειρήσεων ανέφερε επιδείνωση των γενικών οικονομικών προοπτικών, το ποσοστό αυτό κορυφώθηκε στο 48% στην προηγούμενη έρευνα. Ομοίως, οι ειδικές επιχειρηματικές προοπτικές επιδεινώθηκαν επίσης, με καθαρό 3% των επιχειρήσεων να αναφέρει επιδείνωση των προοπτικών, σε σύγκριση με καθαρό 16% στην προηγούμενη έρευνα.

Συνολικά, οι αντιλήψεις των επιχειρήσεων για την προθυμία των τραπεζών να δανείσουν παρέμειναν σε γενικές γραμμές αμετάβλητες, γεγονός που αντανακλά την αποστροφή των τραπεζών προς τον κίνδυνο. Συνολικά, το 3% των επιχειρήσεων δήλωσε ότι η προθυμία των τραπεζών να δανείσουν είχε βελτιωθεί, σε σύγκριση με το 0% στην προηγούμενη έρευνα. Από την άλλη πλευρά, οι ΜΜΕ δήλωσαν ότι η προθυμία των τραπεζών να δανείσουν ήταν σχεδόν αμετάβλητη (-1%).

Ενώ οι περισσότερες επιχειρήσεις στην τρέχουσα έρευνα ανέφεραν αύξηση των τραπεζικών επιτοκίων και σημαντική επιδείνωση του λοιπού κόστους χρηματοδότησης, τα καθαρά επιτόκια έφτασαν στο υψηλότερο επίπεδο από την έναρξη της έρευνας το 2009. Ειδικότερα, το 87% (από 71%) του συνόλου των επιχειρήσεων ανέφερε αύξηση των τραπεζικών επιτοκίων, γεγονός που αντανακλά το γεγονός ότι η νομισματική πολιτική έχει αυξήσει το κόστος δανεισμού για τις επιχειρήσεις.

Οι επιχειρήσεις αναμένουν ότι τα τραπεζικά δάνεια και τα πιστωτικά όρια θα μειωθούν στο μέλλον. Όσον αφορά την εξωτερική χρηματοδότηση, οι επιχειρήσεις είναι ιδιαίτερα απαισιόδοξες σχετικά με την πρόσβαση σε τραπεζικά δάνεια και πιστωτικές γραμμές, με το 17% και το 12% των επιχειρήσεων να αναμένουν επιδείνωση τους επόμενους έξι μήνες, αντίστοιχα. Εκτός από την υψηλότερη καθαρή αύξηση των επιχειρήσεων που αναμένουν αύξηση των πωλήσεων τους επόμενους έξι μήνες, οι επιχειρήσεις αναμένουν ότι η διαθεσιμότητα εσωτερικών κεφαλαίων θα βελτιωθεί.

Οι επιχειρήσεις της Ευρωζώνης ανέφεραν αύξηση της ζήτησης για εξωτερική χρηματοδότηση, αλλά λιγότερες επιχειρήσεις ανέφεραν αύξηση της ζήτησης σε σχέση με την προηγούμενη έρευνα. Το 4% των επιχειρήσεων ανέφερε αύξηση της ζήτησης για τραπεζικά δάνεια (έναντι 9% στην προηγούμενη έρευνα) και το 13% ανέφερε αύξηση της ζήτησης για πιστωτικές γραμμές (έναντι 16%). Μεταξύ των μεγάλων επιχειρήσεων της ζώνης του ευρώ, μεγαλύτερο ποσοστό των γαλλικών και των ιταλικών επιχειρήσεων (9% έκαστη) δήλωσε ότι η ζήτηση για τραπεζικά δάνεια είχε αυξηθεί. Η συνολική επιβράδυνση των χρηματοδοτικών αναγκών συνάδει με την επιβράδυνση του τραπεζικού δανεισμού προς τις επιχειρήσεις μεταξύ του 4ου τριμήνου του 2022 και του Μαρτίου του 2023. Σε καθαρή βάση, οι επιχειρήσεις ανέφεραν επίσης επιβράδυνση της ζήτησης για εμπορικές πιστώσεις, χρηματοδοτική μίσθωση και μετοχικούς τίτλους. Η επιβράδυνση της ζήτησης για εξωτερική χρηματοδότηση είναι εντονότερη μεταξύ των μεγαλύτερων επιχειρήσεων από ό,τι των ΜΜΕ για τα περισσότερα χρηματοπιστωτικά μέσα. Η διαθεσιμότητα τραπεζικών δανείων, πιστωτικών ορίων και τίτλων επιδεινώθηκε ελαφρώς, αλλά η μείωση ήταν μικρότερη από ό,τι στην προηγούμενη έρευνα. Το καθαρό ποσοστό των επιχειρήσεων που ανέφεραν επιδείνωση της διαθεσιμότητας τραπεζικών δανείων και πιστωτικών γραμμών ήταν 5% και 2% αντίστοιχα. Σε όλες τις κατηγορίες μεγέθους, οι ΜΜΕ ανέφεραν επιδείνωση της διαθεσιμότητας τραπεζικών δανείων και πιστωτικών γραμμών σε σύγκριση με τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις (και οι δύο παρέμειναν σε

μεγάλο βαθμό αμετάβλητες, καθαρά -8% και -5% αντίστοιχα). Συνολικά, οι επιχειρήσεις ανέφεραν περαιτέρω μείωση της διαθεσιμότητας χρεωστικών μέσων (-7% έναντι -24% την προηγούμενη φορά), με την επίδραση να είναι ισχυρότερη για τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις (-9%) από ό,τι για τις ΜΜΕ (-5%). Όσον αφορά άλλες πηγές εξωτερικής χρηματοδότησης, η διαθεσιμότητα αναφέρθηκε ότι παρέμεινε σε γενικές γραμμές αμετάβλητη σε όλες τις κατηγορίες μεγέθους. Οι αυξημένες ανάγκες εξωτερικής χρηματοδότησης των επιχειρήσεων, σε συνδυασμό με τη μείωση της διαθεσιμότητας, οδήγησαν σε διεύρυνση του χρηματοδοτικού κενού (βλ. Πίνακα 3). Στη ζώνη του ευρώ, το χάσμα εξωτερικής χρηματοδότησης (η διαφορά μεταξύ της μεταβολής της ζήτησης εξωτερικής χρηματοδότησης και της μεταβολής της προσφοράς εξωτερικής χρηματοδότησης) αναφέρθηκε σε 6% (προηγουμένως 9%). Η διεύρυνση του χρηματοδοτικού κενού ήταν παρόμοια για όλα τα μεγέθη επιχειρήσεων, αλλά μεγαλύτερη για τις γαλλικές επιχειρήσεις (12%) και μικρότερη για τις ιταλικές επιχειρήσεις (2%).

### **3.2 Χρηματοδότηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων στην Ελλάδα**

Οι πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις (ΜΜΕ) αποτελούν τη σπονδυλική στήριξη της ελληνικής οικονομίας. Προσφέρουν σημαντική συνεισφορά σε πολλούς τομείς όπως στην απασχόληση αλλά και στη δημιουργία προστιθέμενης αξίας στην οικονομία με επιπτώσεις που αντανakλούν σε εθνικό, κοινωνικό και οικονομικό επίπεδο. Η επιχειρηματικότητα μικρής κλίμακας συμβάλλει σημαντικά στην οικονομία, τόσο από την άποψη της απασχόλησης όσο και της προστιθέμενης αξίας, αλλά η πρόσβαση στη χρηματοδότηση είτε με τη μορφή επιδότησης (grant) μέσω συγχρηματοδοτούμενων δράσεων κρατικών ενισχύσεων, είτε μέσω χρηματοδοτικών εργαλείων δεν είναι υψηλή. Ειδικότερα, σύμφωνα με έρευνα του ΥπΑνΕπ/ΓΤΒ (2021), η κύρια πηγή χρηματοδότησης για τις μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις είναι τα ίδια κεφάλαια, γεγονός που συχνά οδηγεί στην απόφαση να μην υλοποιήσουν επενδυτικά σχέδια, επειδή δεν μπορούν να εξασφαλίσουν την απαραίτητη χρηματοδότηση.

Κατά την τριετία 2018-2020, μόνο 2 από κάθε 10 μικρομεσαίες επιχειρήσεις χρησιμοποίησαν την επιδότηση ως μορφή χρηματοδότησης για την υλοποίηση επενδυτικών σχεδίων, σύμφωνα με τα στοιχεία από το Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων (ΥπΑνΕπ/ΓΤΒ, 2021). Αυτό υποδηλώνει ότι η πρόσβαση σε επιδοτήσεις δεν αποτελεί τον κυριότερο τρόπο χρηματοδότησης για τις ΜΜΕ κατά τη διάρκεια

αυτής της περιόδου, ενώ σχεδόν 8 στις 10 χρησιμοποίησαν ίδια κεφάλαια κατά την ίδια τριετία, και μόλις 3 στις 10 έκαναν χρήση επιχορήγησης (grant) από συγχρηματοδοτούμενη δράση κρατικής ενίσχυσης. Επισημαίνεται, ότι οι επιχορηγήσεις αποτελούν το πλέον ζητούμενο μέσο ενίσχυσης από την πλευρά των πολύ μικρών επιχειρήσεων που αποτελούν την πλειοψηφία σε κλάδους της χειροτεχνίας και της καλλιτεχνικής βιοτεχνίας, όπου το σχετικό ποσοστό για τη ζήτηση επιχορηγήσεων ανέρχεται σε 75%, ακολουθούμενο από 60,8% για φοροαπαλλαγές και 28,4% από τις μικροπιστώσεις (ΥπΑνΕπ, 2022). Το αποτέλεσμα αυτό υπογραμμίζει την ανάγκη σχεδιασμού κατάλληλων δράσεων για τη στήριξη της επιχειρηματικότητας μικρής κλίμακας, ιδίως δεδομένου ότι πολλές πολύ μικρές και μικρές επιχειρήσεις αποκλείονται από την πρόσβαση σε τραπεζικές πιστώσεις. Το πρόβλημα είναι ιδιαίτερα οξύ ειδικά εάν ληφθούν υπόψη τα αποτελέσματα της πρόσφατης έρευνας για το οικονομικό κλίμα από τη ΓΣΕΒΕΕ για το πρώτο εξάμηνο του 2022. Σύμφωνα με αυτήν, οι μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα ρευστότητας. Πιο συγκεκριμένα, μόνο μία στις τρεις επιχειρήσεις (ποσοστό 37,1%) δήλωσαν ότι διαθέτουν μηδενικά ρευστά διαθέσιμα (27,8%) ή διαθέσιμα που επαρκούν για λιγότερο από ένα μήνα (9,2%). Επιπλέον, οι ελληνικές ΜΜΕ δεν φαίνεται να γνωρίζουν τα εναλλακτικά χρηματοδοτικά μέσα, όπως η χρηματοδοτική μίσθωση (leasing), εμπορική πίστωση (credit finance), μικρο-πιστώσεις (microfinance), πρακτορεία επιχειρηματικών απαιτήσεων (factoring) κ.α.

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) παρουσιάζουν μια ευρεία γκάμα αναγκών και χαρακτηριστικών, που διαφέρουν ανάλογα με παράγοντες όπως το επιχειρηματικό μοντέλο, το μέγεθος, η ηλικία και το προφίλ των επιχειρηματιών. Συγκεκριμένα, οι επιχειρηματίες μπορεί να ανήκουν σε διάφορες κατηγορίες, όπως ελεύθεροι επαγγελματίες και πολύ μικρές επιχειρήσεις στον τομέα των υπηρεσιών, μεσαίες βιομηχανικές επιχειρήσεις, παραδοσιακές βιοτεχνίες ή νεοφυή επιχειρήσεις (start-ups) υψηλής τεχνολογίας.

Συνολικά, οι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) αντιμετωπίζουν διάφορα καίρια προβλήματα, τα οποία περιλαμβάνουν την υψηλή φορολογία, την έλλειψη ρευστότητας και τον περιορισμένο βαθμό πρόσβασης σε χρηματοδότηση. Σε πρόσφατη χρονική περίοδο, αυτά τα προβλήματα επιδεινώθηκαν ακόμη περισσότερο λόγω του υψηλού κόστους της ενέργειας και των πρώτων υλών λόγω του ρωσο-ουκρανικού πολέμου. Ένα ενδιαφέρον γεγονός που προκύπτει είναι ότι από το σύνολο των ΜΜΕ,

το 70% δεν έχει καμία πρόσβαση σε χρηματοδότηση και εξαρτάται αποκλειστικά από τα δικά της κεφάλαια για τη χρηματοδότηση των επιχειρηματικών της δραστηριοτήτων. Σε αυτήν την κατάσταση, είναι κοινό το φαινόμενο της αποφυγής τους να αναζητήσουν δάνεια λόγω του υψηλού φόβου απόρριψης της αίτησής τους ή των πολύπλοκων διαδικασιών. Αντί αυτού, στρέφονται σε άλλες μεθόδους χρηματοδότησης, με αποτέλεσμα να δημιουργούν υποχρεώσεις σε τρίτους.

Η πολιτική των τραπεζικών ιδρυμάτων παίζει αναμφίβολα κρίσιμο ρόλο στη δυσκολία που αντιμετωπίζουν πολλές ΜΜΕ όσον αφορά την πρόσβαση σε χρηματοδότηση. Στην Ελλάδα, τα τραπεζικά ιδρύματα είναι οι κύριοι πάροχοι χρηματοδότησης για τις επιχειρήσεις, και οι συγκεκριμένες πολιτικές που ακολουθούν έχουν μεγάλη επίδραση στο ποιες επιχειρήσεις θα έχουν πρόσβαση σε δάνεια. Πολλές φορές, τα τραπεζικά ιδρύματα επιλέγουν να χρηματοδοτήσουν επιχειρήσεις που πληρούν αυστηρά τα τραπεζικά κριτήρια για δάνεια. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να αποκλείονται πολλές ΜΜΕ που δεν μπορούν να πληρούν αυτά τα κριτήρια, ακόμη και αν έχουν τη δυνατότητα να αναπτύξουν επιτυχημένες επιχειρηματικές δραστηριότητες. Επιπλέον, οι τράπεζες συχνά απαιτούν τραπεζικές εξασφαλίσεις για να χορηγήσουν δάνεια, κάτι που δυσχεραίνει την πρόσβαση σε χρηματοδότηση για τις ΜΜΕ που δεν διαθέτουν τέτοιες εξασφαλίσεις. Αυτή η κατάσταση οδηγεί σε μια έλλειψη χρηματοδότησης επιχειρηματικότητας μικρής κλίμακας, ακόμα και νέων επιχειρήσεων με σημαντικές προοπτικές ανάπτυξης, οι οποίες είναι σύνηθες να μην έχουν αξιόπιστο ιστορικό χρηματοοικονομικών στοιχείων και αδυναμία παροχής εξασφαλίσεων και τελικά η χρηματοδότηση των λεγόμενων “bankable” επιχειρήσεων, οι οποίες όμως, ούτως ή άλλως, έχουν πρόσβαση σε κεφάλαια.

Λαμβάνοντας υπόψη την περίοδο της οικονομικής κρίσης και την εφαρμογή των μνημονίων, πρέπει να σημειωθεί ότι η πρόκληση της πρόσβασης σε χρηματοδότηση έχει αναδυθεί ως ένα από τα πλέον κρίσιμα ζητήματα που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ). Αυτό προκύπτει από την έρευνα SAFE (Survey on Access to Finance for SMEs), που πραγματοποιείται δύο φορές ετησίως από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα σε συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Το εν λόγω ερευνητικό έργο περιλαμβάνει δείγμα ΜΜΕ από όλα τα κράτη-μέλη.

Τα πρόσφατα στοιχεία του ΟΟΣΑ για το 2022 αναδεικνύουν ότι τα νέα δάνεια προς τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) αυξήθηκαν κατά 1,7 φορές το 2020 σε σύγκριση με το 2019. Αυτή η αύξηση προέκυψε ως αποτέλεσμα της επεκτατικής δημοσιονομικής

πολιτικής που εφαρμόστηκε σε πολλές χώρες, συμπεριλαμβανομένης της Ελλάδας, μέσω της παροχής εγγυήσεων και δανείων με ευνοϊκούς όρους προς τις επιχειρήσεις. Ωστόσο, παρά την αύξηση των νέων δανείων προς τις ΜΜΕ το 2020, ο συγκεκριμένος δείκτης παραμένει σε εξαιρετικά χαμηλά επίπεδα σε σύγκριση με τα επίπεδα πριν από την οικονομική κρίση και τη μνημονιακή περίοδο, καθώς μειώθηκε κατά 1,2 φορές σε σχέση με το 2009. Επιπλέον, το ανεξόφλητο απόθεμα δανείων προς μικρομεσαίες επιχειρήσεις συνέχισε να μειώνεται για έκτη συνεχόμενη χρονιά μετά το 2014, με μείωση περίπου 30%. Αυτό αποδεικνύει την επιμονή της κατάστασης και τις δυσκολίες που παραμένουν παρότι έχουν γίνει προσπάθειες για βελτίωση της πρόσβασης των ΜΜΕ σε χρηματοδότηση.

Σύμφωνα με την έρευνα SAFE της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η Ελλάδα εμφανίζει συνεχώς υψηλά ποσοστά μικρομεσαίων επιχειρήσεων που αντιμετωπίζουν προβλήματα στην πρόσβαση σε χρηματοδότηση. Αυτή η κατάσταση παραμένει σταθερή από την περίοδο της οικονομικής κρίσης και έπειτα. Επιπλέον, η έρευνα αναφέρει ότι η Ελλάδα έχει το υψηλότερο ποσοστό φόβου απόρριψης αίτησης για τη χορήγηση δανείου μεταξύ των κρατών-μελών της ΕΕ. Αυτό υποδηλώνει το υψηλό επίπεδο ανασφάλειας και αβεβαιότητας που αισθάνονται οι επιχειρηματίες στην Ελλάδα όσον αφορά την επιτυχία των αιτήσεών τους για δανειακή χρηματοδότηση. Τα ανωτέρω στοιχεία καταδεικνύουν με σαφήνεια την έντονη και μακροχρόνια πρόκληση που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα σε θέματα πρόσβασης σε χρηματοδότηση. Μία σειρά σημαντικών παραγόντων επηρεάζει την ικανότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ) να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες χρηματοδότησης και συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων.

Καταρχάς, η έλλειψη επαρκούς πληροφόρησης σχετικά με τις δυνατότητες που προσφέρουν τα συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα και δράσεις μπορεί να αποτελεί εμπόδιο για τις ΜΜΕ να αξιοποιήσουν αυτές τις πηγές χρηματοδότησης. Η έλλειψη πληροφόρησης μπορεί να οδηγήσει σε μη εκμετάλλευση των ευκαιριών για χρηματοδότηση που είναι διαθέσιμες για τις ΜΜΕ. Επίσης, η έλλειψη επαρκών γνώσεων των ΜΜΕ σχετικά με χρηματοοικονομικά θέματα μπορεί να δημιουργήσει εμπόδια στη λήψη αποφάσεων σχετικά με την εξωτερική χρηματοδότηση την επιλογή της κατάλληλης μορφής χρηματοδότησης. Τα υψηλά επιτόκια δανεισμού που αντιμετωπίζουν οι μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις στην ελληνική περίπτωση αποτελούν ένα σημαντικό ζήτημα που επηρεάζει την οικονομική τους δραστηριότητα.

Αυτό το φαινόμενο έχει πολλαπλές αιτίες και επιπτώσεις. Καταρχάς, η χρηματοδότηση των μικρών επιχειρήσεων αντιμετωπίζει συχνά μεγαλύτερο κίνδυνο σε σχέση με τις μεγάλες επιχειρήσεις, καθώς οι προβλεπόμενες αποδόσεις από αυτές είναι λιγότερο προβλέψιμες και συχνά επηρεάζονται περισσότερο από τις διακυμάνσεις της αγοράς. Αυτό το υψηλότερο ρίσκο μπορεί να αντανακλάται σε υψηλότερα επιτόκια δανεισμού, καθώς οι χρηματοπιστωτικοί φορείς απαιτούν μεγαλύτερες αποδόσεις για να αντισταθμίσουν το αυξημένο ρίσκο που αναλαμβάνουν. Επιπλέον, το οικονομικό περιβάλλον της χώρας, όπως οι υψηλοί φορολογικοί συντελεστές και η περίπλοκη γραφειοκρατία, μπορεί επίσης να επηρεάζουν την ικανότητα των επιχειρήσεων να πληρώσουν τα δάνεια τους και, ως αποτέλεσμα, τα επιτόκια που τους επιβάλλονται. Τέλος, η σύγκριση με άλλες χώρες μπορεί να αποκαλύπτει ότι οι επιτοκιακές συνθήκες σε μια χώρα δεν είναι αποκλειστικά θέμα των μικρών επιχειρήσεων, αλλά είναι συνδεδεμένες με τις γενικότερες οικονομικές συνθήκες, τις χρηματοοικονομικές πολιτικές και τη χρηματοπιστωτική αγορά της χώρας. αποτελούν έναν επιπρόσθετο φραγμό και δρουν ανασταλτικά στην ανάπτυξη και την επέκταση των ΜΜΕ. (OECD Stas/Finance/SME Financing, OECD, 2022).

Σύμφωνα με όσα αναφέρθηκαν παραπάνω οι μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις που αποτελούν τον σημαντικότερο μέρος του επιχειρηματικού τομέα στην Ελλάδα, αντιμετωπίζουν σημαντικές προκλήσεις στον παραδοσιακό τραπεζικό δανεισμό. Η δυσκολία στην πρόσβαση σε αυτόν τον τύπο χρηματοδότησης μπορεί να αναστείλει την ανάπτυξη και την καινοτομία τους, περιορίζοντας τις δυνατότητές τους να αντιμετωπίσουν τις οικονομικές προκλήσεις. Σε αυτό το πλαίσιο, η λήψη επιχορηγήσεων (grants) μέσω κρατικών προγραμμάτων ενισχύσεων αποτελεί σημαντική εναλλακτική λύση. Οι επιχορηγήσεις αυτές μπορούν να λειτουργήσουν ως καίριο εργαλείο για τη στήριξη των ΜΜΕ, προσφέροντάς τους τα απαραίτητα κεφάλαια για την ανάπτυξη, την επέκταση και την υλοποίηση νέων ιδεών.

#### 4. Οικονομική κρίση σε Ευρώπη & Ελλάδα

Η χρηματοπιστωτική κρίση της περιόδου 2007-2008 και η επακόλουθη ευρωπαϊκή κρίση χρέους διέκοψαν την προσοδοφορία και ενέτειναν το ερευνητικό, ακαδημαϊκό και πολιτικό ενδιαφέρον για τις ΜΜΕ. Ειδική προσοχή δόθηκε στον αντίκτυπο της κρίσης στις ΜΜΕ, οι οποίες αποτελούν ζωτικό τομέα της οικονομίας, και στα απαραίτητα μέτρα που πρέπει να ληφθούν για την ενίσχυσή τους. Πρόσφατες αναλύσεις αποκαλύπτουν ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ) υπέστησαν μεγαλύτερη επίδραση από την παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση σε σύγκριση με τις μεγάλες επιχειρήσεις, σύμφωνα με τα ευρήματα του ΟΟΣΑ (2015). Παρόλα αυτά, παρατηρείται σημαντική ανομοιογένεια όσον αφορά τον τρόπο και την έκταση των επιπτώσεων της κρίσης στις διάφορες χώρες, με τις ΜΜΕ στις νότιες ευρωπαϊκές οικονομίες να εκτίθενται σε αυξημένο βαθμό (ΟΟΣΑ, 2015). Σύμφωνα με εκτιμήσεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (European Commission, 2015), μεταξύ 2008 και 2014, ο αριθμός των ΜΜΕ στην Ελλάδα μειώθηκε κατά περίπου 20% και το μερίδιό τους στην απασχόληση και την προστιθέμενη αξία συρρικνώθηκε κατά 19 % και 33 % αντίστοιχα. Μεταξύ 2008 και 2014, η απασχόληση στις ΜΜΕ εκτιμάται ότι μειώθηκε κατά περισσότερες από 450.000 θέσεις εργασίας. Οι μικρές επιχειρήσεις με 10-49 εργαζομένους επλήγησαν περισσότερο, αντιμετωπίζοντας συνεχή μείωση της προστιθέμενης αξίας. Το χονδρικό και λιανικό εμπόριο επλήγη ιδιαίτερα: Από το 2008, η προστιθέμενη αξία των ΜΜΕ στους τομείς αυτούς μειώθηκε κατά 39% και η απασχόληση κατά περίπου 21%. Ειδικότερα, οι επιδόσεις των ΜΜΕ επιδεινώθηκαν σημαντικά, με την απασχόληση και την προστιθέμενη αξία να μειώνονται κατά περίπου 30 και 47% αντίστοιχα.

*«Σε αυτή την εξαιρετικά δυσμενή οικονομική συγκυρία οι ΜΜΕ στην Ελλάδα υφίστανται ιδιαίτερα σημαντικές πιέσεις. Αν και οι ραγδαίες εξελίξεις δεν προσφέρονται για την εξαγωγή αξιόπιστων στατιστικών δεδομένων, στην Ελλάδα το διάστημα της ύφεσης διέκοψαν τη δραστηριότητά τους περίπου 250 χιλ. ΜΜΕ. Την ίδια περίοδο, η Ακαθάριστη Αξία των ΜΜΕ σημείωσε κάμψη κατά 38,2%. Ειδική αναφορά χρειάζεται να γίνει στον κλάδο του εμπορίου στον οποίο από το 2009 καταγράφεται πολύ μεγάλη πτώση του κύκλου εργασιών σε όλες τις συνιστώσες του (λιανικό -26,2%, χονδρικό -37,1% και αυτοκίνητα -61,9%). Είναι σαφές από τα παραπάνω ότι διαπιστώνεται μία ιδιαίτερα δυσμενής συνθήκη για την ελληνική οικονομία»* ανέφερε ο κ. Κορκίδης Πρόεδρος της Ε.Σ.Ε.Ε σε ομιλία του που πραγματοποιήθηκε στις 22 Απριλίου 2016.

Η επίδραση της κρίσης στη χρηματοδότηση των ΜΜΕ μπορεί να αποδοθεί κυρίως στις εξελίξεις που σημειώθηκαν στον χρηματοπιστωτικό τομέα. Η μείωση της οικονομικής εμπιστοσύνης των τραπεζών (λόγω περιορισμένης πρόσβασης στη διατραπεζική αγορά, προσπαθειών εξυγίανσης των ισολογισμών τους και αυξημένων μη εξυπηρετούμενων δανείων) είχε ως αποτέλεσμα την περιορισμένη παροχή δανείων από τις τράπεζες προς τον ιδιωτικό τομέα, ιδιαίτερα προς τις επιχειρήσεις. Συνεπώς, πολλές επιχειρήσεις βρέθηκαν σε δυσχερή θέση να αντιμετωπίσουν προβλήματα στη χρηματοδότηση των δραστηριοτήτων τους (Τράπεζα της Ελλάδος (ΤτΕ), 2014). Η στενότητα στον τραπεζικό δανεισμό, σε συνδυασμό με τις δυσκολίες στην έκδοση ομολόγων και μετοχών λόγω της αρνητικής αντιμετώπισης των ελληνικών επιχειρήσεων λόγω της κρίσης του χρέους, έχει ως αποτέλεσμα την έλλειψη διαθέσιμων χρηματοδοτικών πόρων. Αυτή η κατάσταση αποτελεί ένα από τα κύρια ζητήματα που αντιμετωπίζουν οι ελληνικές επιχειρήσεις και αποτελεί μία από τις πλέον κρίσιμες προκλήσεις για τη διασφάλιση της επιβιώσής τους.

Σύμφωνα με την έκθεση της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας για τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων (European Central Bank, 2013), η Ελλάδα, μαζί με την Ιταλία και την Κύπρο, είχε έναν από τους υψηλότερους δείκτες τραπεζικού δανεισμού (ως ποσοστό της συνολικής χρηματοδότησης) τόσο πριν όσο και κατά τη διάρκεια της κρίσης. Πιο συγκεκριμένα, την περίοδο 2003-2008, ο λόγος των δανείων προς τη συνολική χρηματοδότηση ήταν 70,6%, έναντι 49,01% για το σύνολο της ζώνης του ευρώ- κατά τη διάρκεια της κρίσης (2009-2012), ο ίδιος λόγος ήταν υψηλός, δηλαδή 72,9%, έναντι 49,9% για το σύνολο της ζώνης του ευρώ παρέμεινε υψηλός.

Η μεγάλη εξάρτηση από τα τραπεζικά δάνεια για τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων οφείλεται εν μέρει στο γεγονός ότι η πλειονότητα των ελληνικών επιχειρήσεων είναι μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις (ΜΜΕ), οι οποίες λόγω των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών τους δεν έχουν εύκολη πρόσβαση σε εξωτερικά χρηματοδοτικά μέσα.

Συνεπώς, η κρίση είχε σημαντικό αντίκτυπο στη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων. Μετά το 2009, η χρηματοδότηση των επιχειρήσεων μειώθηκε σημαντικά, με διάφορους τομείς της οικονομίας να πλήττονται ιδιαίτερα και να χάνουν την πρόσβαση σε βραχυπρόθεσμες και μακροπρόθεσμες πιστώσεις. Δεδομένης της σημασίας των τραπεζικών δανείων για τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων στην Ελλάδα, είναι σαφές ότι η μείωση των επιτοκίων τραπεζικού δανεισμού τα τελευταία χρόνια είχε

σημαντικό αντίκτυπο στην κερδοφορία και τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων και ιδίως των ΜΜΕ.

Συγχρόνως, οι αρχικές προσπάθειες των ελληνικών τραπεζών να αντισταθούν στην παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση δεν κατάφεραν να επιτύχουν τον επιθυμητό στόχο και δεν μπόρεσαν να αποφύγουν τις συνέπειες της κρίσης δημοσίου χρέους. Αυτή η κρίση δημοσίου χρέους είχε ως αποτέλεσμα τη βύθιση της Ελλάδας σε μια παρατεταμένη ύφεση και οδήγησε σε μια πρωτοφανή πιστωτική στενότητα. Ειδικότερα, η χρηματοδοτική ικανότητα των ελληνικών τραπεζών αποδυναμώθηκε σημαντικά λόγω της μειωμένης πρόσβασης σε διεθνή κεφάλαια, των μεγάλων εκροών καταθέσεων και της πτώσης της αξίας των κρατικών ομολόγων που κατείχαν οι τράπεζες. Η έκθεση των ελληνικών τραπεζών σε ελληνικά κρατικά ομόλογα ήταν υψηλότερη από ό,τι σε άλλες χώρες του ΟΟΣΑ, φθάνοντας το 25% του ΑΕΠ (OECD, 2015). Οι ελληνικές τράπεζες δέχτηκαν σημαντικές πιέσεις από τα μη εξυπηρετούμενα δάνεια (NPLs), τα οποία αυξήθηκαν ραγδαία κατά τη διάρκεια της κρίσης, ξεπερνώντας τα 100 δισεκατομμύρια ευρώ (Τράπεζα της Ελλάδος, 2016). Ειδικότερα, τον Σεπτέμβριο του 2015, το μερίδιο των μη εξυπηρετούμενων δανείων ήταν υψηλότερο για τις πολύ μικρές επιχειρήσεις και τους αυτοαπασχολούμενους (66,5%), τις ΜΜΕ (58,2%) και τους κατασκευαστές ακινήτων (46,3%). Το μερίδιο των μη εξυπηρετούμενων δανείων ήταν χαμηλότερο για τις μεγάλες επιχειρήσεις (28,5%) και τις εταιρείες μεταφορών (26,7%).

Την τελευταία πενταετία οι τράπεζες έχουν γίνει πιο απρόθυμες να χορηγήσουν νέα δάνεια και να αναλάβουν πρόσθετο πιστωτικό κίνδυνο. Είναι αδιαμφισβήτητο ότι τα πιστωτικά πρότυπα έχουν αυστηροποιηθεί από την έναρξη της χρηματοπιστωτικής κρίσης και οι παραπάνω παράγοντες ανάγκασαν τα πιστωτικά ιδρύματα είτε να μειώσουν τα πιστωτικά όρια προς τους υφιστάμενους δανειολήπτες είτε να απαιτήσουν πρόσθετες εξασφαλίσεις - εξασφαλίσεις αντί για χρέος - τόσο για τους υφιστάμενους όσο και για τους νέους πελάτες.

Εστιάζοντας στις αιτήσεις δανείων για ΜΜΕ, τα ευρήματα της έρευνας της Ευρωπαϊκής Κεντρικής Τράπεζας για την πρόσβαση των επιχειρήσεων στη χρηματοδότηση (SAFE) είναι ιδιαίτερα αποκαλυπτικά. Συγκεκριμένα, δείχνουν ότι μικρότερο ποσοστό επιχειρήσεων στην Ελλάδα (24%) υπέβαλε αίτηση για τραπεζικό δάνειο την περίοδο Οκτωβρίου 2014-Σεπτεμβρίου 2015, σε σύγκριση με το 30% στη ζώνη του ευρώ. Σημειώνεται ότι σύμφωνα με την πραγματοποιηθείσα έρευνα, το

ποσοστό αυξήθηκε από το 18% που είχε καταγραφεί κατά τη διάρκεια της περιόδου Απριλίου - Σεπτεμβρίου 2014. Αξίζει να σημειωθεί, επίσης, ότι κατά τον ίδιο χρονικό διάστημα, οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις αναφέρουν ένα από τα υψηλότερα ποσοστά απόρριψης των αιτημάτων τους για χρηματοδότηση από τις τράπεζες, φθάνοντας στο 16%. Αξίζει να σημειώσουμε ότι αυτό το ποσοστό έχει μειωθεί από τα επίπεδα του 21% που βρισκόταν κατά την περίοδο Οκτωβρίου 2014 - Μαρτίου 2015. Επιπλέον, το αντίστοιχο ποσοστό στην Ευρωζώνη δεν υπερβαίνει το 8%.

Όσον αφορά τα εμπόδια στη χορήγηση δανείων από τις τράπεζες προς τις ΜΜΕ, ο φόβος απόρριψης των αιτήσεων δανειοδότησης αναφέρεται περισσότερο από κάθε άλλο παράγοντα και θεωρείται ως το σημαντικότερο εμπόδιο στην Ελλάδα και σε άλλες χώρες της ζώνης του ευρώ. Το ποσοστό των ΜΜΕ που αναφέρουν το φόβο απόρριψης ως σημαντικό χρηματοδοτικό εμπόδιο είναι 31% στην Ελλάδα, αυξημένο κατά δύο ποσοστιαίες μονάδες σε σχέση με την περίοδο Απριλίου-Σεπτεμβρίου 2014, έναντι λιγότερο από 5% στη Γερμανία και λιγότερο από 8% στη ζώνη του ευρώ (Τράπεζα της Ελλάδος, 2015). Όσον αφορά άλλους παράγοντες, το σχετικά υψηλό ποσοστό που καταγράφεται στην Ελλάδα υποδηλώνει ότι τα εμπόδια αυτά είναι πιο σημαντικά για τον τραπεζικό δανεισμό προς τις ΜΜΕ στην Ελλάδα από ό,τι για τον δανεισμό προς τις ΜΜΕ σε άλλες χώρες. Όσον αφορά τις συνθήκες τραπεζικού δανεισμού, η πλειονότητα των ελληνικών επιχειρήσεων ανέφερε υψηλότερα επιτόκια δανεισμού κατά την εξεταζόμενη περίοδο, όπως και στο παρελθόν, αλλά σε υψηλότερο ποσοστό σε σύγκριση με τις αρχές του 2014 (το καθαρό μέσο ποσοστό των επιχειρήσεων που ανέφεραν υψηλότερα επιτόκια ήταν 18%, έναντι 9% στις 4-9 Απριλίου 2014). Τα ποσοστά αυτά είναι χαμηλότερα από το μέγιστο ποσοστό που καταγράφηκε την περίοδο 4-9/2011 (78%). Όσον αφορά τους λοιπούς όρους τραπεζικής πίστωσης, τα ευρήματα είναι πολύ σαφή: το καθαρό ποσοστό των επιχειρήσεων που ανέφεραν αύξηση της ζήτησής τους για τραπεζικά δάνεια με εξασφαλίσεις μειώθηκε σταδιακά κατά την περίοδο Οκτωβρίου 2014-Σεπτεμβρίου 2015 (από 62% τον Απρίλιο-Σεπτέμβριο 2012 σε 54% τον Απρίλιο-Σεπτέμβριο 2014, και μειώθηκε σε 39%).

Το καθαρό ποσοστό των επιχειρήσεων που ανέφεραν μείωση των διαθέσιμων τραπεζικών πιστώσεων αυξήθηκε στις δύο τελευταίες έρευνες (13% την περίοδο Απριλίου-Σεπτεμβρίου 2014 και 21% κατά μέσο όρο σε σύγκριση με 43% την περίοδο Απριλίου-Σεπτεμβρίου 2012). Ορισμένες μεταβολές στις πιστωτικές συνθήκες

αποκαλύπτουν το γεγονός ότι η πρόσβαση σε τραπεζικά δάνεια δεν αποτελεί πλέον χρηματοδοτικό εργαλείο για πολλές ελληνικές επιχειρήσεις.

## **5. Παρουσίαση Έρευνας**

Οι έρευνες για τις επιχειρήσεις (Enterprise Surveys – ES) της Παγκόσμιας Τράπεζας εστιάζουν σε διάφορες πτυχές του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Οι παράγοντες που εξετάζονται στις έρευνες αυτές μπορεί να διευκολύνουν ή να περιορίζουν τις επιχειρήσεις ενώ παράλληλα παίζουν σημαντικό ρόλο στο αν ο ιδιωτικός τομέας μιας οικονομίας θα ευδοκιμήσει ή όχι. Ένα ευνοϊκό επιχειρηματικό περιβάλλον είναι αυτό που ενθαρρύνει τις επιχειρήσεις να λειτουργούν αποτελεσματικά. Τέτοιες συνθήκες ενισχύουν τα κίνητρα για τις επιχειρήσεις να καινοτομούν και να αυξάνουν την παραγωγικότητα – βασικοί παράγοντες για τη βιώσιμη ανάπτυξη. Ένας πιο παραγωγικός ιδιωτικός τομέας δύναται με τη σειρά του να επεκτείνει την απασχόληση και να συνεισφέρει φόρους που είναι απαραίτητοι για δημόσιες επενδύσεις όπως στην υγεία, εκπαίδευση και άλλες υπηρεσίες. Οι ερωτήσεις που περιέχονται στην έρευνα για τις επιχειρήσεις αποσκοπούν στην κάλυψη των περισσότερων από τα προαναφερθέντα θέματα. Τα θέματα περιλαμβάνουν τις υποδομές, το εμπόριο, τη διαφθορά, την πρόσβαση σε χρηματοδότηση, την καινοτομία, την εργασία και τις αντιλήψεις σχετικά με τα εμπόδια στην άσκηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Οι έρευνες για τις επιχειρήσεις (Enterprise Surveys) διεξάγονται από την Παγκόσμια Τράπεζα και σε όλες τις γεωγραφικές περιοχές και καλύπτουν μικρές, μεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις. Το μέγεθος της επιχείρησης καθορίζεται από τον αριθμό των εργαζομένων: 5 ως 19 (μικρές), 20 ως 99 (μεσαίες) και 100 ή περισσότεροι (μεγάλες). Οι επιχειρήσεις με λιγότερους από 5 υπαλλήλους δεν είναι επιλέξιμες για την έρευνα όπως και οι επιχειρήσεις που ανήκουν 100% στο κράτος.

Η κάλυψη των τομέων ορίζεται με συνέπεια σε όλες τις οικονομίες και περιλαμβάνει το σύνολο του μεταποιητικού τομέα και τους περισσότερους τομείς των υπηρεσιών: λιανικό εμπόριο, χονδρικό εμπόριο, επισκευή αυτοκινήτων, ξενοδοχείων κατασκευές και πληροφορική. Οι τομείς των δημόσιων υπηρεσιών κοινής ωφέλειας, των κυβερνητικών υπηρεσιών, της υγειονομικής περίθαλψης και των χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών δεν περιλαμβάνονται στο δείγμα. Η συνέντευξη για την έρευνα πραγματοποιείται με ανώτατα στελέχη και ιδιοκτήτες επιχειρήσεων.

Τέτοιες έρευνες για τις επιχειρήσεις επαναλαμβάνονται περίπου κάθε 4 χρόνια για μια συγκεκριμένη οικονομία (ή περιφέρεια). Οι επαναλαμβανόμενες έρευνες συμβάλλουν στη μελέτη της εξέλιξης του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και του τρόπου με τον οποίο αυτό επηρεάζει τη δυναμική του ιδιωτικού τομέα.

Η έρευνα που εξετάστηκε στην παρούσα εργασία αφορά τις επιχειρήσεις στην Ελλάδα. Οι ιδιοκτήτες και τα ανώτατα διευθυντικά στελέχη 600 επιχειρήσεων συμμετείχαν σε συνεντεύξεις μεταξύ του Σεπτεμβρίου 2018 και Απριλίου 2019. Στην παρούσα εργασία θα γίνει αναφορά και επεξεργασία αποτελεσμάτων για συγκεκριμένα σημεία της έρευνας όπως οι επιχειρήσεις, η χρηματοδότηση και η καινοτομία αυτών, καθώς αυτό είναι το θέμα που διαπραγματεύεται η εργασία. Έχει γίνει επιλογή των ερωτήσεων από τα ερωτηματολόγια των συνεντεύξεων πάνω στις θεματικές ενότητες που διαπραγματεύεται η παρούσα εργασία (ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι).

Το δείγμα για την έρευνα του 2018 για την Ελλάδα επιλέχθηκε με στρωματοποιημένη τυχαία δειγματοληψία έναντι της απλής δειγματοληψίας και χρησιμοποιήθηκαν τρία επίπεδα διαστρωμάτωσης:

1. Κλάδος
2. Μέγεθος εγκατάστασης
3. Περιφέρεια

Η στρωματοποίηση των κλάδων σχεδιάστηκε με τον ακόλουθο τρόπο: το σύνολο στρωματοποιήθηκε σε τρεις κλάδους μεταποίησης (μεταποιημένα μεταλλικά προϊόντα, άλλες μεταποιητικές επιχειρήσεις) και δύο κλάδους υπηρεσιών-τρόφιμα και ποτά (λιανικό εμπόριο και άλλες υπηρεσίες).

Όσον αφορά το μέγεθος η διαστρωμάτωση του μεγέθους ορίστηκε ως εξής: μικρές (5 ως 19 εργαζόμενους), μεσαίες (20 ως 99 εργαζόμενους) και μεγάλες (100 ή περισσότεροι εργαζόμενοι).

Η περιφερειακή διαστρωμάτωση έγινε σε 4 περιφέρειες: Ελλάδα, Κεντρική Ελλάδα, Αττική και Νησιά Αιγαίου και Κρήτη.

### **5.1 Εφαρμογή δειγματοληψίας**

Ο κύριος ανάδοχος για τη διεξαγωγή της έρευνας στην Ελλάδα ήταν η Kappa Research σε συνεργασία με το ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ Ινστιτούτο Μικρών Επιχειρήσεων. Από τις 600 επιχειρήσεις που αποτελούν το δείγμα της έρευνας οι 323 ανήκαν στον κατάλογο της

Ευρωπαϊκής Τράπεζας Ανασυγκρότησης και Ανάπτυξης από την έρευνα του 2016, ενώ για τις νέες επιχειρήσεις που δεν καλυφθήκαν το 2016 χρησιμοποιήθηκαν δεδομένα επιχειρήσεων σε επίπεδο εγκατάστασης από το ERGANI.

## **5.2 Δομή Βάσης δεδομένων**

Τα ερωτηματολόγια που χρησιμοποιήθηκαν για την έρευνα έχουν κοινές ερωτήσεις (βασική ενότητα) και αντίστοιχα πρόσθετες ερωτήσεις για τη μεταποίηση και τις υπηρεσίες. Οι επιλέξιμες μεταποιητικές βιομηχανίες ερευνήθηκαν με τη χρήση του ερωτηματολογίου για τη μεταποίηση (περιλαμβάνει τη βασική ενότητα καθώς και ειδικές ερωτήσεις για τη μεταποίηση), ενώ οι επιχειρήσεις λιανικού εμπορίου ερωτήθηκαν χρησιμοποιώντας το ερωτηματολόγιο υπηρεσιών (περιλαμβάνει τη βασική ενότητα καθώς και ειδικές ερωτήσεις λιανικού εμπορίου). Οι υπόλοιπες επιλέξιμες υπηρεσίες καλύφθηκαν χρησιμοποιώντας το ερωτηματολόγιο υπηρεσιών (περιλαμβάνει τη βασική ενότητα). Κάθε παραλλαγή του ερωτηματολογίου προσδιορίζεται από τη μεταβλητή-δείκτη, *a0*.

Όλες οι μεταβλητές ονομάζονται χρησιμοποιώντας, πρώτον, το γράμμα της κάθε ενότητας και δεύτερον, τον αριθμό της μεταβλητής εντός της ενότητας, π.χ. *a1* δηλώνει την ενότητα Α, ερώτηση 1. Τα ονόματα των μεταβλητών με πρόθεμα GRC υποδεικνύουν ερωτήσεις που αφορούν ειδικά την Ελλάδα. Όλες οι μεταβλητές είναι αριθμητικές, με εξαίρεση τις μεταβλητές με κατάληξη «x» στο τέλος της ονομασίας τους που δηλώνει ότι η μεταβλητή είναι αλφαριθμητική.

Οι μεταβλητές *a2* (μεταβλητή που περιγράφει τις περιοχές δειγματοληψίας), *a6* (μεταβλητή που δηλώνει το μέγεθος της επιχείρησης) και *a4a* (τομέας δειγματοληψίας) περιέχουν την ταξινόμηση της εγκατάστασης στα στρώματα που επιλέγονται για κάθε χώρα χρησιμοποιώντας πληροφορίες από το πλαίσιο του δείγματος. Οι προαναφερόμενες μεταβλητές περιέχουν πληροφορίες από το πλαίσιο δειγματοληψίας. Οι μεταβλητές αυτές περιλαμβάνονται στο σύνολο των δεδομένων, παρά το γεγονός ότι μπορεί να περιέχουν πληροφορίες ανακριβείς ή ξεπερασμένες πληροφορίες, για τους ερευνητές που μπορεί να θέλουν να διερευνήσουν περαιτέρω τα στατιστικά χαρακτηριστικά της έρευνας.

Οι έρευνες υλοποιήθηκαν με διαδικασία δύο σταδίων. Συνήθως, πρώτα εφαρμόζεται ένα ερωτηματολόγιο διαλογής μέσω τηλεφώνου για να καθοριστεί η επιλεξιμότητα και να γίνουν τα δια ζώσης ραντεβού. Στη συνέχεια πραγματοποιείται η προσωπική

συνέντευξη με τον διευθυντή/ιδιοκτήτη κάθε επιχείρησης. Ωστόσο, υπήρχαν περιπτώσεις όπου οι τηλεφωνικοί αριθμοί δεν ήταν διαθέσιμοι στο πλαίσιο του δείγματος και έτσι οι καταμετρητές εφάρμοσαν τους διαλογείς αυτοπροσώπως. Οι μεταβλητές a4b και a6c περιέχουν τον κλάδο και το μέγεθος της εγκατάστασης από το ερωτηματολόγιο διαλογής.

Η πλειοψηφία των επιχειρήσεων που ερωτήθηκαν είχαν ως τελευταίο πλήρες οικονομικό έτος τον Ιανουάριο 2017 έως το Δεκέμβριο 2017, ενώ οι ερωτήσεις που αφορούν χρηματικά ποσά, η μονάδα είναι το ευρώ.

#### Μη ανταπόκριση

Στις περιπτώσεις επιχειρηματικών ερευνών συναντάται συχνά το φαινόμενο της άρνησης συμμετοχής ή της άρνησης απάντησης σε ορισμένες περιπτώσεις, για το λόγο αυτό απαιτείται να διαφοροποιηθεί η μη ανταπόκριση στην έρευνα από τη μη ανταπόκριση στο στοιχείο.

Η μη απάντηση στοιχείων αντιμετωπίστηκε με δύο στρατηγικές:

1. Για τις ευαίσθητες ερωτήσεις που μπορεί να προκαλέσουν αρνητικές αντιδράσεις από τον ερωτώμενο, όπως η διαφθορά ή φοροδιαφυγή, οι καταμετρητές έλαβαν οδηγίες να συλλέγουν την άρνηση απάντησης (-8) ως διαφορετική επιλογή από το δεν γνωρίζω (-9)
2. Οι εγκαταστάσεις με ελλιπείς πληροφορίες προσεγγίστηκαν εκ νέου για να συμπληρωθούν οι πληροφορίες αυτές, όποτε είναι απαραίτητο. Για την παρούσα έρευνα υπήρχαν μηδενικές μη απαντήσεις για τη μεταβλητή πωλήσεων, d2. Στη συγκεκριμένη ερώτηση, οι ερωτήσεις δεν προσδιορίστηκαν χωριστά από τις απαντήσεις «Δεν γνωρίζω».

### **5.3 Παρουσίαση δείγματος**

Όπως αναφέρθηκε παραπάνω το σύνολο του δείγματος αποτελείται από 600 ελληνικές επιχειρήσεις. Παρακάτω παρουσιάζονται σημαντικά χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων αυτών όσον αφορά το είδος των επιχειρήσεων, το μέγεθος τους αλλά και τα οικονομικά τους στοιχεία κατά το τελευταίο κλεισμένο οικονομικό έτος.

Η μεταβλητή a4a αφορά τον τομέα της δειγματοληψίας, δηλαδή τον κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται η κάθε επιχείρηση που ανήκει στο επιλεγμένο δείγμα. Παράλληλα,

η μεταβλητή a6a περιγράφει το μέγεθος της επιχείρησης σύμφωνα με τη στρωματοποίηση που αναφέρθηκε παραπάνω.

### 5.3.1 Χαρακτηριστικά Επιχειρήσεων Δείγματος

Όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 4) 150 επιχειρήσεις του δείγματος ανήκουν στην κατηγορία μεγάλες επιχειρήσεις μεγάλες (100 ή περισσότεροι εργαζόμενοι) με τις περισσότερες επιχειρήσεις να δραστηριοποιούνται στον τομέα «άλλες μεταποιητικές δραστηριότητες», ενώ μόνο 6 επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται στον τομέα των κατασκευών μεταλλικών προϊόντων. Στην κατηγορία των μεσαίων επιχειρήσεων ανήκουν 181 επιχειρήσεις 45 από τις οποίες δραστηριοποιούνται στον τομέα του λιανικού εμπορίου ενώ το 11% των μεσαίων επιχειρήσεων δραστηριοποιούνται σε λοιπές υπηρεσίες. Τέλος, στο δείγμα συμπεριλαμβάνονται 269 μικρές επιχειρήσεις εκ των οποίων το 27% αυτών ανήκουν στον τομέα της κατασκευής μεταλλικών προϊόντων ενώ σε ποσοστό 16% υπολογίζονται οι επιχειρήσεις που ασχολούνται με τα τρόφιμα.

Πίνακας 4: Συχνότητες για τη μεταβλητή a4a σε σχέση με τη μεταβλητή a6a

<b>a6a</b>	<b>a4a</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
Large	Fabricated Metal Products	6	4,000
	Food	34	22,667
	Other Manufacturing	43	28,667
	Other Services	40	26,667
	Retail	27	18,000
	Missing	0	0,000
	Total	150	100,000
Medium	Fabricated Metal Products	38	20,994
	Food	44	24,309
	Other Manufacturing	34	18,785
	Other Services	20	11,050
	Retail	45	24,862
	Missing	0	0,000
	Total	181	100,000
Small	Fabricated Metal Products	74	27,509
	Food	43	15,985
	Other Manufacturing	44	16,357
	Other Services	59	21,933
	Retail	49	18,216
	Missing	0	0,000
	Total	269	100,000

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 5) παρουσιάζεται ο μέσος όρος των πωλήσεων των επιχειρήσεων ανάλογα με το μέγεθος τους (μεταβλητή d2). Στην ερώτηση για τις συνολικές ετήσιες πωλήσεις της επιχείρησης για το τελευταίο έτος απάντησαν και οι 600 επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα. Για τις ετήσιες συνολικές πωλήσεις των 150 μεγάλων επιχειρήσεων του δείγματος προέκυψε μέσος όρος 37.920.000€, για τις 181 μεσαίες 6.843.000€ και για τις 269 μικρές επιχειρήσεις 1.059.000€.

Πίνακας 5: Μέσος όρος ετήσιων πωλήσεων των επιχειρήσεων ανάλογα με το μέγεθος τους (μεταβλητή d2)

	<b>d2</b>		
	<b>Large</b>	<b>Medium</b>	<b>Small</b>
Valid	150	181	269
Missing	0	0	0
Mean	$3,792 \times 10^{+7}$	$6,843 \times 10^{+6}$	$1,059 \times 10^{+6}$
Std. Deviation	$5,129 \times 10^{+7}$	$1,015 \times 10^{+7}$	$1,219 \times 10^{+6}$
Minimum	45000,000	170000,000	22000,000
Maximum	$3,270 \times 10^{+8}$	$7,000 \times 10^{+7}$	$8,500 \times 10^{+6}$

### 5.3.2 Καινοτομία επιχειρήσεων

Στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 6) περιγράφεται κατά πόσο οι ελληνικές επιχειρήσεις την τελευταία τριετία εισήγαγαν νέα ή βελτιωμένα προϊόντα ή υπηρεσίες (μεταβλητή h1). Παρατηρείται πως από τις 600 επιχειρήσεις του δείγματος μόνο οι 159 επιχειρήσεις απάντησαν θετικά στην ερώτηση αυτή ενώ οι υπόλοιπες 441 απάντησαν αρνητικά για την εισαγωγή νέων προϊόντων ή υπηρεσιών.

Πίνακας 6: Συχνότητες για τη μεταβλητή h1

<b>h1</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
No	441	73,500
Yes	159	26,500
Missing	0	0,000
Total	600	100,000

Πίνακας 7: Συχνότητες για τη μεταβλητή h5

<b>h5</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
Don't know (spontaneous)	1	0,167
No	506	84,333
Yes	93	15,500

<b>h5</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
Missing	0	0,000
Total	600	100,000

Στο ίδιο πλαίσιο κινήθηκαν οι επιχειρήσεις απαντώντας στην ερώτηση αν εισήγαγαν κάποια νέα ή βελτιωμένη διαδικασία όπως για παράδειγμα μέθοδοι παραγωγής προϊόντων ή προσφοράς υπηρεσιών-μέθοδοι εφοδιαστικής, παράδοσης ή διανομής εισροών ή υποστηρικτικές διαδικασίες (μεταβλητή h5). Το 84% των επιχειρήσεων απάντησε αρνητικά στην εισαγωγή νέας διαδικασίας, ενώ μόνο μία επιχείρηση απάντησε πως δεν γνωρίζει αν έχει προβεί σε κάποια τέτοια κίνηση (Πίνακας 7).

### 5.3.3 Χρηματοδότηση Επιχειρήσεων

Ένα ακόμα θέμα που θίγει η εν λόγω έρευνα και απασχολεί και την παρούσα εργασία είναι η χρηματοδότηση των ελληνικών επιχειρήσεων καθώς και η πρόσβαση σε αυτήν. Στην κύρια ερώτηση κατά πόσο η πρόσβαση σε χρηματοδότηση αποτελεί εμπόδιο για τις τρέχουσες δραστηριότητες της επιχείρησης (μεταβλητή k30) ο παρακάτω πίνακας (Πίνακας 8) παρουσιάζει πως 225 επιχειρήσεις από το σύνολο του δείγματος θεωρούν πως δεν αποτελεί εμπόδιο η πρόσβαση στη χρηματοδότηση, 114 επιχειρήσεις κρίνουν την πρόσβαση στη χρηματοδότηση σημαντικό εμπόδιο, ενώ 78 επιχειρήσεις θεωρούν ως πολύ σοβαρό εμπόδιο την πρόσβαση σε χρηματοδότηση.

Πίνακας 8: Συχνότητες για τη μεταβλητή k30

<b>k30</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
Does not apply	3	0,500
Don't know (spontaneous)	1	0,167
Major obstacle	114	19,000
Minor obstacle	96	16,000
Moderate obstacle	83	13,833
No obstacle	225	37,500
Very severe obstacle	78	13,000
Missing	0	0,000
Total	600	100,000

Ωστόσο σχεδόν το 50% των επιχειρήσεων δήλωσε πως διαθέτει πιστωτική γραμμή ή κάποιο δάνειο από χρηματοπιστωτικό ίδρυμα, ενώ το υπόλοιπο 50% δεν διαθέτει κάτι από τα δύο (Πίνακας 9).

Πίνακας 9: Συχνότητες για τη μεταβλητή k9

<b>k8</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
Don't know (spontaneous)	1	0,167
No	300	50,000
Yes	299	49,833
Missing	0	0,000
Total	600	100,000

Πίνακας 10: Συχνότητες για τη μεταβλητή BMk7

<b>BMk7</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
Because the approval of the application for a loan or line of credit is still pending	5	0,833
Because the last application for a loan or line of credit was turned down	16	2,667
Because this establishment did not apply for a loan or line of credit	273	45,500
Don't know (spontaneous)	6	1,000
Missing	300	50,000
Total	600	100,000

Σε συνέχεια της προηγούμενης ερώτησης ο λόγος που δεν έχει η επιχείρηση δάνειο ή πιστωτική γραμμή (μεταβλητή BMk7) 300 επιχειρήσεις δεν απάντησαν στις συγκεκριμένη ερώτηση ενώ από τις υπόλοιπες επιχειρήσεις οι 273 έδωσαν την απάντηση πως δεν έχει υποβληθεί κάποια σχετική αίτηση για δάνειο ή πιστωτική γραμμή. Απορριπτέα αίτηση για δάνειο είχαν 16 επιχειρήσεις, ενώ 5 αναμένουν την εξέλιξη της αίτησή τους από το χρηματοπιστωτικό ίδρυμα (Πίνακας 10).

Ο λόγος που δεν έχει υποβάλλει αίτηση η επιχείρηση για οποιαδήποτε πιστωτική γραμμή ή δάνειο (μεταβλητή k17) παρουσιάζεται στον παρακάτω πίνακα (Πίνακας 11). Το 58,33% των επιχειρήσεων που ερωτήθηκαν απάντησαν πως δεν υπήρχε ανάγκη για δάνειο καθώς η επιχείρηση διέθετε επαρκή κεφάλαια, το 6,8% θεώρησε πως τα επιτόκια δεν ήταν ευνοϊκά συνεπώς δεν προέβη σε κάποια αίτηση χρηματοδότησης ενώ μόλις 9 (1,5%) επιχειρήσεις θεώρησαν την διαδικασία υποβολής αίτησης πολύπλοκη. Αξίζει να σημειωθεί πως το 20% των επιχειρήσεων δεν απάντησαν τη συγκεκριμένη ερώτηση, ενώ 5 μόνο δεν γνώριζαν το λόγο που δεν έχουν υποβάλλει αίτηση.

Πίνακας 11: Συχνότητες για τη μεταβλητή k17

<b>k17</b>	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>
Application procedures were complex	9	1,500
Collateral requirements were too high	21	3,500
Did not think it would be approved	33	5,500
Don't know (spontaneous)	5	0,833
Interest rates were not favorable	41	6,833
No need for a loan - establishment had sufficient capital	350	58,333
Other	18	3,000
Size of loan and maturity were insufficient	3	0,500
Missing	120	20,000
Total	600	100,000

Για τις επιχειρήσεις οι οποίες διαθέτουν πιστωτικές γραμμές ή δάνειο παρακάτω παρουσιάζονται τα συνολικά ανεξόφλητα υπόλοιπα όλων των ανοικτών πιστωτικών γραμμών και δανείων που κατέχει το κάθε ίδρυμα (μεταβλητή k15c). Ο μέσος όρος των υπολοίπων των 237 επιχειρήσεων που ερωτήθηκαν και έδωσαν απάντηση υπολογίστηκε σε 8.084.000€ ενώ 363 είτε δεν απάντησαν είτε δεν γνώριζαν το ανοιχτό υπόλοιπο (Πίνακας 12).

Πίνακας 12: Μέσος όρος των ανεξόφλητων υπολοίπων (μεταβλητή k15c)

	<b>k15c</b>
Valid	237
Missing	363
Mean	$8,084 \times 10^{+6}$
Std. Deviation	$3,616 \times 10^{+7}$
Minimum	0,000
Maximum	$4,800 \times 10^{+8}$

## 6. Αποτελέσματα

Για την επεξεργασία των αποτελεσμάτων της έρευνας χρησιμοποιούνται παλινδρομήσεις για να αναλυθούν οι σχέσεις μεταξύ των εξαρτημένων και ανεξάρτητων μεταβλητών. Αρχικά αναπτύχθηκαν μοντέλα διατεταγμένης παλινδρόμησης (ordinal regression) προκειμένου να εξεταστούν οι παράγοντες που εξηγούν τις απαντήσεις που δόθηκαν από τις επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα όσον αφορά τη σημαντικότητα του προβλήματος της πρόσβασης σε πηγές χρηματοδότησης. Για την υλοποίηση της ανάλυσης, οι απαντήσεις στην αντίστοιχη ερώτηση του ερωτηματολογίου, κωδικοποιήθηκαν σε μια 5βάθμια κλίμακα από 0 (επιχειρήσεις για τις οποίες η πρόσβαση σε χρηματοδότηση δεν αποτελεί πρόβλημα) έως 4 (επιχειρήσεις για τις οποίες η πρόσβαση σε χρηματοδότηση αποτελεί πολύ σημαντικό πρόβλημα).

Τα αντίστοιχα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 13. Ως ανεξάρτητες ποσοτικές μεταβλητές ορίζονται χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων όπως ο ετήσιος τζίρος (λογάριθμος των εσόδων από πωλήσεις, LnD2), το ιδιοκτησιακό καθεστώς των επιχειρήσεων δηλαδή το ποσοστό των επιχειρήσεων που ανήκουν σε μία οικογένεια (BMb1) καθώς και το ποσοστό των εσόδων της επιχείρησης που προέρχεται από εθνικές πωλήσεις (d3a). Ως ποιοτικές ανεξάρτητες μεταβλητές ορίζονται μεταβλητές σχετικά με την καινοτομία των επιχειρήσεων όπως αν η επιχείρηση την τελευταία τριετία εισήγαγε νέα προϊόντα (h1) ή κάποια νέα ή βελτιωμένη διαδικασία (h5) όπως και αν η επιχείρηση δαπάνησε για δραστηριότητες έρευνας και ανάπτυξης εντός ή εκτός της επιχείρησης (BMh23). Τέλος, συμπεριελήφθησαν και μεταβλητές σχετικά με τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων όπως η ύπαρξη τρεχούμενου λογαριασμού ή λογαριασμό ταμειευτηρίου (k6), αν υπάρχει από την επιχείρηση δυνατότητα υπερανάλληψης (k7) και τέλος αν η επιχείρηση διαθέτει πιστωτική γραμμή ή δάνειο (k8).

Πίνακας 13: Αποτελέσματα διατεταγμένης γραμμικής παλινδρόμησης (μεταβλητή k30)

Μεταβλητή	Συντελεστής	p-value
Σταθερός όρος 1	-0,615	0,600
Σταθερός όρος 2	0,133	0,910
Σταθερός όρος 3	0,809	0,491
Σταθερός όρος 4	2,078	0,077
BMb1	0,003	0,121
LnD2	-0,177	< 0,001
d3a	0,006	0,029
h1	-0,568	0,003
h5	-0,210	0,340
BMh23	0,588	< 0,001
k6	1,420	0,064
k7	-0,348	0,026
k8	1,183	< ,001

Η μεταβλητή LnD2 (ο συνολικός ετήσιος τζίρος των επιχειρήσεων) είναι στατιστικά σημαντική μεταβλητή (p-value <0,001) και διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην πρόσβαση των επιχειρήσεων στη χρηματοδότηση. Επιχειρήσεις με υψηλό ετήσιο τζίρο δήλωσαν πως η πρόσβαση στη χρηματοδότηση δεν αποτελεί εμπόδιο στη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων. Παράλληλα, όσοι απάντησαν «ΝΑΙ» στην ερώτηση h1 για το αν η επιχείρηση εισήγαγε την τελευταία τριετία νέα προϊόντα ή υπηρεσίες δεν θεωρούν εμπόδιο την πρόσβαση στη χρηματοδότηση, καθώς η μεταβλητή h1 είναι στατιστικά σημαντική (p-value 0,003). Το ίδιο συμβαίνει και με τη μεταβλητή h5, δηλαδή η πρόσβαση στη χρηματοδότηση δεν θεωρείται σημαντικό πρόβλημα από επιχειρήσεις που έχουν εισάγει νέα βελτιωμένη διαδικασία. Αξίζει ωστόσο να σημειωθεί ότι αυτή η μεταβλητή φαίνεται να μην είναι σημαντική (p-value 0,340). Όσοι απάντησαν θετικά στην ερώτηση αν η επιχείρηση δαπάνησε για δραστηριότητες εντός ή εκτός επιχείρησης (BMh23) θεωρούν πως η πρόσβαση τη χρηματοδότηση αποτελεί ένα αρκετά σημαντικό πρόβλημα για τις επιχειρήσεις. Η μεταβλητή αυτή θεωρείται στατιστικά σημαντική (p-value <0,001). Στο πεδίο της χρηματοδότησης των επιχειρήσεων, οι επιχειρήσεις που διαθέτουν τρεχούμενο λογαριασμό ή λογαριασμό ταμειευτηρίου (k6) και πιστωτική γραμμή ή δάνειο από τράπεζα (k8) θεωρούν την πρόσβαση σε χρηματοδότηση σημαντικό εμπόδιο για τις δραστηριότητες των επιχειρήσεων. Η μεταβλητή k6 κρίνεται στατιστικά μέτρια σημαντική ενώ η k8 πολύ σημαντική. Τέλος, οι επιχειρήσεις που διαθέτουν δυνατότητα υπερανάλληψης (k7) δεν

κρίνουν την πρόσβαση σε χρηματοδότηση σοβαρό εμπόδιο για τις δραστηριότητες τους. Η μεταβλητή αυτή κρίνεται αρκετά στατιστικά σημαντική.

Σε δεύτερο επίπεδο η παραπάνω ανάλυση επεκτάθηκε εισάγοντας τις απαντήσεις στην ερώτηση k17 ως επιπλέον εξαρτημένες μεταβλητές. Η συγκεκριμένη ερώτηση εξετάζει τους λόγους για τους οποίους μια επιχείρηση δεν υπέβαλλε αίτηση για πιστωτική γραμμή ή δάνειο. Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 14.

Πίνακας 14: Αποτελέσματα διατεταγμένης παλινδρόμησης (μεταβλητή k30) λαμβάνοντας υπόψη τις απαντήσεις στην ερώτηση k17

Μεταβλητή03	Συντελεστής	p value
Σταθερός όρος 1	-0,040	0,976
Σταθερός όρος 2	0,787	0,560
Σταθερός όρος 3	1,580	0,242
Σταθερός όρος 4	3,133	0,021
BMb1	0,004	0,139
LnD2	-0,132	0,025
d3a	0,005	0,132
h1	-0,540	0,017
h5	-0,469	0,105
BMh23	0,462	0,029
k6	0,511	0,533
k7	-0,060	0,742
k8	0,918	< ,001
k17_Application procedures were complex	1,572	0,045
k17_Collateral requirements were too high	2,347	< ,001
k17_Did not think it would be approved	2,968	< ,001
k17_Interest rates were not favorable	1,767	0,002
k17_No need for a loan - establishment had sufficient capital	0,539	0,289
k17_Size of loan and maturity were insufficient	1,457	0,207

Παρατηρείται λοιπόν, πως όσοι απάντησαν πως ο λόγος που δεν έχουν υποβάλλει αίτηση για δάνειο είναι οι υψηλές απαιτήσεις εξασφαλίσεων (k17\_Collateral requirements were too high) αλλά και ο φόβος ότι δεν θα εγκριθεί η αίτηση (k17\_Did not think it would be approved) αποτελούν σημαντικές μεταβλητές και θεωρούν την πρόσβαση σε χρηματοδότηση πολύ σημαντικό εμπόδιο για τις δραστηριότητες της επιχείρησης. Όσοι απάντησαν πως είναι πολύπλοκη διαδικασία της αίτησης

χρηματοδότησης (k17\_Application procedures were complex), τα επιτόκια δεν είναι ευνοϊκά (k17\_Interest rates were not favorable) αλλά και το μέγεθος και η διάρκεια του δανείου είναι ανεπαρκής (k17\_Size of loan and maturity were insufficient) κρίνουν την πρόσβαση σε χρηματοδότηση αρκετά σημαντικό εμπόδιο. Από τις τρεις αυτές μεταβλητές, το μέγεθος και η διάρκεια του δανείου δεν θεωρείται στατιστικά καθόλου σημαντική μεταβλητή (p-value 0,289), ενώ οι άλλες δύο θεωρούνται αρκετά σημαντικές. Τέλος, οι επιχειρήσεις με επαρκή κεφάλαια και χωρίς ανάγκη για αίτηση δανείου (k17\_No need for a loan - establishment had sufficient capital), παρότι θεωρούν σοβαρό εμπόδιο την πρόσβαση σε χρηματοδότηση, η αντίστοιχη μεταβλητή δεν είναι στατιστικά σημαντική (p-value 0,207).

Τέλος, αναπτύχθηκε και ένα μοντέλο λογιστικής παλινδρόμησης (logistic regresstion), εστιάζοντας σε επιχειρήσεις που είχαν υποβάλει αίτημα χρηματοδότησης σε κάποιο χρηματοπιστωτικό ίδρυμα. Με βάση τις απαντήσεις στη σχετική ερώτηση του ερωτηματολογίου (ερώτηση k20), ορίστηκαν δύο κατηγορίες επιχειρήσεων:

- α) Επιχειρήσεις που το αίτημά τους απορρίφθηκε ή αποσύρθηκε (κατηγορία 0).
- β) Επιχειρήσεις που το αίτημά τους εγκρίθηκε πλήρως ή μερικώς (κατηγορία 1).

Τα αποτελέσματα παρουσιάζονται στον Πίνακα 15.

Πίνακας 15: Αποτελέσματα λογιστικής παλινδρόμησης (k20)

Μεταβλητή	Συντελεστής	p-value
Σταθερός όρος	20,122	0,999
BMb1	0,022	0,062
LnD2	-0,159	0,206
d3a	-0,065	0,042
h1	1,154	0,353
h5	18,401	0,994
BMh23	-2,419	0,037
k6	-11,630	0,999
k7	1,320	0,158

Οι μεταβλητές που σχετίζονται με τα χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων (LnD2, d3a) παρατηρείται πως επηρεάζουν αρνητικά την έγκριση δανείων, για παράδειγμα επιχειρήσεις υψηλό τζίρο δυσκολεύονται στο να λάβουν έγκριση για δάνειο, όπως και

αυτές που το μεγαλύτερο μέρος των εσόδων τους προέρχεται από την ελληνική αγορά (μεταβλητή d3a). Βέβαια η μεταβλητή LnD2 δεν θεωρείται στατιστικά σημαντική στη συγκεκριμένη περίπτωση (p-value 0,206). Το ιδιοκτησιακό καθεστώς της επιχείρησης φαίνεται πως επηρεάζει και αυτό την λήψη δανείου, αποτελεί μέτρια σημαντική μεταβλητή. Από τις υπόλοιπες ανεξάρτητες μεταβλητές δεν παρουσιάζουν καμία σημαντικότητα καθώς εμφανίζουν υψηλές τιμές p-value, εκτός από τη μεταβλητή BMh23 η οποία είναι στατιστικά σημαντική σε επίπεδο 5% (p-value 0,037). Το αρνητικό πρόσημο του συντελεστή της συγκεκριμένης μεταβλητής δείχνει ότι οι επιχειρήσεις που έχουν δαπανήσει για έρευνα εντός ή εκτός της επιχείρησης δεν λαμβάνουν έγκριση για δάνειο.

## 7. Συμπεράσματα

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις συνιστούν το σύνολο σχεδόν (99,7%) των χωρών του Οργανισμού Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ), συμβάλλουν στο 60% της συνολικής απασχόλησης και στο 50-60% της προστιθέμενης αξίας. Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ η πρόσβαση στη χρηματοδότηση είναι κρίσιμη προϋπόθεση για την ανάπτυξη και δημιουργία των ΜμΕ.

Όπως επισημαίνεται στην έκθεση "Financing SMEs and Entrepreneurs 2018: An OECD Scoreboard" η οποία παρουσιάστηκε στο Υπουργικό Συνέδριο του ΟΟΣΑ για τις ΜμΕ που πραγματοποιήθηκε τον Φεβρουάριο 2018 στο Μεξικό, το χρηματοοικονομικό περιβάλλον για τις ΜμΕ έχει βελτιωθεί και αυξάνει ολοένα ο αριθμός των ΜμΕ που στρέφονται σε εναλλακτικές πηγές χρηματοδότησης, καθώς ο δανεισμός με παραδοσιακούς τρόπους τείνει να μειώνεται σε αρκετές χώρες.

Η παρούσα εργασία διαπραγματεύτηκε την καινοτομία των επιχειρήσεων αλλά και την πρόσβαση των επιχειρήσεων σε χρηματοδότηση εστιάζοντας στην περίπτωση της Ελλάδας. Η Ελλάδα έχει καταφέρει να αυξήσει την επίδοση της στον τομέα της καινοτομίας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων τον τελευταίο χρόνο σε σχέση με την προηγούμενη τριετία φτάνοντας τις επιδόσεις μεγάλων αναπτυγμένων αναδυόμενων χωρών. Ωστόσο, παρά την καλή επίδοση στον τομέα της καινοτομίας και της ανάπτυξης οι ελληνικές μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν προβλήματα στην πρόσβαση στη χρηματοδότηση καθώς δυσκολεύει η πρόσβαση τους στον κλασσικό τραπεζικό δανεισμό και αναζητούν άλλες λύσεις χρηματοδότησης. Παρόλο που οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν τη συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών επιχειρήσεων, συχνά αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην πρόσβασή τους στον παραδοσιακό τραπεζικό δανεισμό. Στο πλαίσιο αυτό, η λήψη επιχορηγήσεων (grants) μέσω κρατικών ενισχύσεων αποτελεί σημαντική επιλογή για την ενίσχυση της ανθεκτικότητάς τους και την περαιτέρω προώθηση της ανάπτυξής τους.

Εν κατακλείδι, αξίζει να σημειωθεί πως οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν ζωτική σημασία για την καινοτομία, την ανταγωνιστικότητα και την ανάπτυξη, και γι' αυτό το λόγο θα πρέπει να εξασφαλίζεται σε αυτές τις επιχειρήσεις αξιόπιστη πρόσβαση στη χρηματοδότηση καθ' όλη τη διάρκεια της ζωής τους, ώστε να συνεισφέρουν τα μέγιστα στις οικονομίες και την κοινωνική ανάπτυξη.

## Βιβλιογραφία

Avlonitis, G., Kouremenos A., Tzokas N., (1994). «Assessing the Innovativeness of Organizations and its Antecedents: Project Innovstrab», European Journal of Marketing, Vol 28, No 11, 5-28.

Becker, S. W. and Whisler, T.L. (1967). «The innovative organization: A selective view of current theory and research», Journal of Business, 40, 462-469.

Carter, C. F. and Williams, B. R. (1959). «The characteristics of technically progressive firms», The Journal of Industrial Economics, Vol. 7, No. 2, 87-104

European Central Bank (2015): Survey on the Access to Finance of Enterprises in the euro area (SAFE) - April to September 2015 (<https://shorturl.at/mALPQ>)

European Central Bank (2023): Survey on the Access to Finance of Enterprises in the euro area (SAFE) – October 2022 to March 2023 (<https://shorturl.at/quzHM>)

European Commission (2022), SME Performance Review (<https://shorturl.at/iwNUX>).

European Commission (2022), 2022 SME Country Factsheet's evidence background document – Greece (<https://shorturl.at/uABJW>).

Hage, J., and Aiken, M. (1970). Social Change in Complex Organizations. New York: Random House

Lawless, M. (2014), “Age or Size? Determinants of Job Creation”, Research Technical Papers 02/RT/13, Central Bank of Ireland

Mezias, S.J. and Glynn, M.A. (1993). «The three faces of corporate renewal: Institution, revolution, and evolution», Strategic Management Journal, 14, 77-101.

Moch, M. K. and Morse, E. V. (1977). «Size, centralization and organizational adoption of innovations», American Sociological Review, 42, 716-25.

OECD (1993), Proposed Standard Practice for Surveys of Research and Experimental Development - Frascati Manual, 5<sup>th</sup> edition.

OECD (1999). Managing national innovation systems, OECD Publishing, Paris  
European Commission (2015). Annual Report on European SMEs 2014 / 2015

OECD (2016), Entrepreneurship at a Glance 2016 (<https://shorturl.at/kCIOY>).

OECD (2017), Entrepreneurship at a Glance 2017 (<https://shorturl.at/brCN5>).

OECD (2017), Enhancing the Contributions of SMEs in a Global and Digitalized Economy (<https://shorturl.at/hszHO>).

OECD, (2022), Financing SMEs and Entrepreneurs: An OECD Scoreboard (<https://shorturl.at/chlxL>).

- Quinn, J. B. (1992). *Intelligent Enterprise : A Knowledge and Service-based Paradigm for Industry*. New York: Free Press
- Robertson. T. S. and Wind, Y. (1980). «Organizational psychographics and innovativeness», *Journal of Consumer Research*, 7, 24-31
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovation*. New York: Free Press
- Russell R. & Russell C.(1992). «An Examination of the Effects of Organizational Structure and Environmental Uncertainty on Entrepreneurial Strategy», *Journal of Management*, Vol 18. No 4, 639-656
- Schumpeter, J. (1934), *The Theory of Economic Development*, Cambridge, Mass: Harvard University Press.
- Schumpeter, J.A. (2005). *Development*, *Journal of Economic Literature*, 43(1), 108 - 120.
- Solow, R. (1956), “A Contribution to the Theory of Economic Growth”, *Quarterly Journal of Economics*, 70, pp. 65-94.
- Thompson, V.A. (1965). «Bureaucracy and innovation», *Administrative Science Quarterly*, 10: 1-20
- Thurik, R. (2009), “Entrepreneurship: Entrepreneurship, Economic Growth, and Policy”, in *Entrepreneurship, Growth and Public Policy* (ed. Acs Z., Audretsch D., Strom R.), Cambridge University Press,
- Ward, S. (2020), “What are SMEs? Definitions and examples of SMEs” (<https://shorturl.at/ejDTY>).
- Βάλβη Θ. (2017), «Καινοτομία και επιχειρηματικότητα: ο ρόλος στην ανάπτυξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων» Εθνικό Καποδιστριακό Πανεπιστήμιο Αθηνών, ΕΚΠΑ
- ΕΚΤ (2022), Βασικοί δείκτες για την καινοτομία στις ελληνικές επιχειρήσεις, 2018-2020, Αθήνα: Εθνικό Κέντρο Τεκμηρίωσης και Ηλεκτρονικού Περιεχομένου.
- Καραγιάννης, Η. και Μπάκουρος, Γ. (2010). *Καινοτομία και επιχειρηματικότητα: Θεωρία και πράξη*, Εκδόσεις Σοφία, Αθήνα
- Κοκκόλης Γ. (2016), «Η οικονομική κρίση και η χρηματοδότηση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στην Ελλάδα» Πανεπιστήμιο Πειραιώς, Αθήνα
- Ρέκκας, Τ. (2023), «Εμπόδια στην πρόσβαση των μικρών επιχειρήσεων σε συγχρηματοδοτούμενα προγράμματα», *Ερευνητικά Κείμενα ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ* 31, Αθήνα: ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ, σσ. 112
- Ρεκλείτης Π. (1998), «Καινοτομίες και ανταγωνιστικότητα: Η περίπτωση της ελληνικής Βιομηχανίας», Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο (ΕΜΠ), Αθήνα.

Τράπεζα της Ελλάδας (Ιούνιος 2014): Οικονομικό δελτίο, αριθμός 39

Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων (ΥπΑνΕπ), (2022), Π.Β1: Εφαρμογή της έρευνας – Πρωτογενείς έρευνες. Μελέτη για τη χαρτογράφηση του τομέα της Χειροτεχνίας Καλλιτεχνικής Βιοτεχνίας ανά κλάδο.

Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων/Γενική Γραμματεία Βιομηχανίας (ΥπΑνΕπ/ΓΓΒ), (2021), Έρευνα - Μελέτη για την ενίσχυση της ρευστότητας των ελληνικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων με σύγχρονα χρηματοδοτικά εργαλεία, προς δημοσίευση

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ**

Ερωτήσεις που επιλέχθηκαν από τα ερωτηματολόγια συνεντεύξεων.

### **Ερωτήσεις σχετικά με την Καινοτομία**

**H.1** During the last three years, has this establishment introduced new or improved products or services?

**H.5** During the last three years, has this establishment introduced any new or improved process? These include: methods of manufacturing products or offering services; logistics, delivery, or distribution methods for inputs, products, or services; or supporting activities for processes?

**BMh.2** Over the last three years, did this establishment spend on research and development activities within the establishment?

**BMh.3** Over the last three years, did this establishment spend on research and development activities contracted with other companies?

**H.8** During last fiscal year, did this establishment spend on research and development activities, either in-house or contracted with other companies, excluding market research surveys?

**H.9** During last fiscal year, how much did this establishment spend on research and development activities, either in-house or contracted with other companies?

### **Ερωτήσεις σχετικά με την Επιχειρήσεις**

**BMB.1** What percentage of the firm is owned by the same family? (If more than one family, refer to the one with largest ownership)

**B.5** In what year did this establishment begin operations?

**B.6** How many full-time employees did this establishment employ when it started operations? Please include all employees and managers

**D.2** In fiscal year [Insert last complete fiscal year], what were this establishment's total annual sales for all products and services?

**D.3** Coming back to fiscal year [Insert last complete fiscal year], what percentage of this establishment's sales were: National sales [d3a], Indirect exports (sold domestically to third party that exports products) [d3b], Direct exports [d3c].

**a4a** Sampling sector

**a6a** Sampling size

**Ερωτήσεις σχετικά με τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεων**

**K.3** Over fiscal year [Insert last complete fiscal year], please estimate the proportion of this establishment's working capital, that is the funds available for day-to-day operations, that was financed from each of the following sources?

- Internal funds or retained earnings [k3a]
- Borrowed from banks: private and state-owned [k3bc]
- Borrowed from non-bank financial institutions, which include microfinance institutions, credit cooperatives, credit unions, or finance companies [k3e] %
- Purchases on credit from suppliers and advances from customers [k3f]
- Government grants [BMk3a]
- Issued bonds [BMk3b]
- Other, moneylenders, friends, relatives, etc. [BMk3hd]

**K.5** Over fiscal year [Insert last complete fiscal year], please estimate the proportion or EUR amount of this establishment's total purchases of fixed assets that were financed from the following sources:

- Internal funds or retained earnings [k5a]
- Owners' contribution or issued new equity shares [k5i]
- Borrowed from banks: private and state-owned [k5bc]
- Borrowed from non-bank financial institutions, which, include microfinance institutions, credit cooperatives, credit unions, or finance companies [k5e]
- Purchases on credit from suppliers and advances from customers [k5f]
- Government grants [BMk5a]
- Issued bonds [BMk5b]
- Other, moneylenders, friends, relatives, etc. [BMk5hdj]

**K.6** At this time, does this establishment have a checking (current) or savings account?

**K.7** At this time, does this establishment have an overdraft facility?

**K.8** At this time, does this establishment have a line of credit or a loan from a financial institution?

**BMK.7** What is the reason for not having a loan or line of credit at the moment?

- Because this establishment did not apply for a loan or line of credit
- Because the last application for a loan or line of credit was turned down
- Because the approval of the application for a loan or line of credit is still pending
- Don't know

**K.15b** What is the total number of open lines of credit and outstanding loans held by this establishment?

**K.15c** What is the total outstanding balance of all open lines of credit and loans held by this establishment?

**K.16** Referring again to the last fiscal year [Insert last complete fiscal year], did this establishment apply for any lines of credit or loans?

**K.17** What was the main reason why this establishment did not apply for any line of credit or loan?

- No need for a loan - establishment had sufficient capital
- Application procedures were complex
- Interest rates were not favorable
- Collateral requirements were too high
- Size of loan and maturity were insufficient
- Did not think it would be approved
- Other
- Don't know

**K.20** Referring only to this most recent application for a line of credit or loan, what was the outcome of that application?

- Application was approved in full
- Application was approved in part
- Application was rejected
- Application was withdrawn

**K.30** Using the response options on the card; To what degree is Access to Finance an obstacle to the current operations of this establishment?

- No obstacle
- Minor obstacle

- Moderate obstacle
- Major obstacle
- Very Severe Obstacle