

Αρ ΕΙ6 402

Τ.Ε.Ι. ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

Βιβλιοθήκη ΤΕΙ/Μ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ & ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ

"ΟΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ
ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΜΑΣ"

ΥΠΟΨΗΦΙΑΚΕΣ

ΚΑΡΑΝΙΚΟΪΛΑ ΜΑΡΙΑ Α.Μ. 2564

ΚΥΡΡΙΤΣΗ ΑΘΑΝΑΣΙΑ Α.Μ. 3411

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

ΓΚΙΚΑΣ ΓΡΗΓΟΡΙΟΣ



ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 1997

Τ.Ε.Ι. ΜΕΣΟΛΟΓΓΙΟΥ

ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ: ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΩΝ ΟΡΓΑΝΩΣΕΩΝ & ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ

**"ΟΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ
ΣΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΜΑΣ"**

ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΕΣ

ΚΑΡΑΝΙΚΟΛΑ ΜΑΡΙΑ Α.Μ. 3564

ΚΥΡΙΤΣΗ ΑΘΑΝΑΣΙΑ Α.Μ. 3490

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ

ΓΚΙΚΑΣ ΓΡΗΓΟΡΙΟΣ

ΜΕΣΟΛΟΓΓΙ 1997

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ	1
1.1. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ	4
1.1.1. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	6
1.1.2. ΟΡΙΣΜΟΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	7
1.1.3. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	10
1.2. ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	10
1.3. ΟΙ ΤΡΕΙΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	13
1.4. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ - ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ MANAGEMENT	15
1.5. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	17
1.5.1. ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΠΙΔΟΣΗ.....	19
1.5.2. ΚΑΙΝΟΤΟΜΗΣΗ.....	20
1.5.3. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΝΕΩΝ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ.....	21
1.5.4. ΕΞΑΡΤΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΓΑΛΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	22
1.6. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	23
1.7. ΘΝΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	24
1.7.1. ΑΙΤΙΑ ΘΝΗΣΙΜΟΤΗΤΑΣ	28
1.8. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΜΕ ΤΙΣ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	31
1.9. ΟΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΝΤΑΞΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΕΝΙΑΙΑ ΑΓΟΡΑ - ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ - ΚΙΝΔΥΝΟΙ.....	32

τα μείονεκτήματα που προκύπτουν μέσα από την λειτουργία των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.

Στο δεύτερο κεφάλαιο αναφερόμαστε στα προβλήματα των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων που συγκεντρώνονται στο νομικό, θεσμικό, οικονομικό και τεχνολογικό πλαίσιο μέσα στο οποίο λειτουργούν.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Ι

**Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΙΣ
ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

1.1. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ ΣΤΗΝ

ΕΛΛΑΔΑ

Ο ρόλος της μικρής βιομηχανίας στην Ελληνική μεταποίηση είναι πολύ σημαντικός. Αποτέλεσμα, αυτού είναι η ιδιαίτερη έμφαση που δίδει ο κρατικός φορέας στην ανάπτυξη της μικρής βιομηχανίας και τούτο γιατί η Ελληνική μικρή βιομηχανία μπορεί να προσφέρει τα μέγιστα στην προσπάθεια για την οικονομική ανάκαμψη της Ελληνικής Οικονομίας γιατί:

α. Οι μικρές βιομηχανίες μπορούν να αντλήσουν πόρους (πέρα από τις οικογενειακές αποταμιεύσεις και τα επάναπενδυμένα κέρδη) οι οποίοι ουδέποτε θα ελάμβαναν τη μορφή παραγωγικού κεφαλαίου πλήν μόνο δια μέσου της μικρής επιχειρήσεως. Το ισοδύναμο ποσό υπήρχε περίπτωση να κατευθύνεται προς επενδύσεις οι οποίες είναι μη παραγωγικές για την οικονομία.

β. Τα τελευταία χρόνια παρατηρούνται αυξητικές τάσεις του ποσοστού της ανεργίας επί του συνολικού ενεργού πληθυσμού. Οι μικρές βιοτεχνίες στον Ελλαδικό χώρο θα μπορούσαν να συμβάλουν σημαντικά στην μείωση του ποσοστού, γιατί η παραγωγική τους διαδικασία είναι εντάσεως εργασίας.

γ. Το περιορισμένο μέγεθος της αγοράς της Ελληνικής πραγματικότητας καθιστά ανέφικτη την παραγωγή σε τέτοια κλίμακα η

οποία παρατηρείται στις βιομηχανικές χώρες. Οι μικρές βιομηχανίες μπορούν να παράγουν ποσότητες οι οποίες απαιτούνται από την μικρότερη αγορά και σε κάποιο λογικό κόστος εάν έχουν την απαραίτητη περί των ευκαιριών παραγωγής και εάν τους δοθούν τεχνικές και διοικητικές οδηγίες και κίνητρα για αποδοτική λειτουργία, κάτι τέτοιο όμως δεν συμβαίνει στην σύγχρονη Ελληνική πραγματικότητα και η βοήθεια η οποία προσφέρεται πολλές φορές από τους δημόσιους Οργανισμούς δεν γίνεται δεκτή από αρκετούς βιοτέχνες.

δ. Οι μικρού μεγέθους βιομηχανικές μονάδες μπορούν να παίξουν σημαντικό ρόλο στην τοπική και περιφερειακή ανάπτυξη. Η τάση υπερβολικής συγκεντρώσεως σε μία κεντρική μητροπολιτική περιοχή, όπως συμβαίνει σήμερα στην Ελλάδα (π.χ. Αθήνα, Θεσσαλονίκη), δημιουργεί σοβαρά προβλήματα. Η αντιμετώπιση του προβλήματος αυτού γίνεται δια της παραγωγής της βιομηχανικής ανάπτυξης στις επαρχιακές πόλεις που παρουσιάζουν τις μεγαλύτερες προοπτικές και γειτονικές αγροτικές περιοχές, απαιτεί την προαγωγή σχετικών μικρών αλλά παρόλα αυτά αποδοτικών μεταποιητικών μονάδων σε συνδυασμό με μεγάλες βιομηχανικές μονάδες όπου είναι αυτό δυνατό.

1.1.1. ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Διάφορα κριτήρια μπορεί να χρησιμοποιηθούν για τον ορισμό του τι είναι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις. Τα κριτήρια που εφαρμόζονται συνηθέστερα είναι:

α) Ποιοτικά κριτήρια

Η μικρομεσαία επιχείρηση χαρακτηρίζεται ουσιαστικά από ένα ορισμένο τρόπο διοίκησης - διαχείρισης και ιδιοκτησίας και αν θέλαμε να δώσουμε ένα γενικό ποιοτικό ορισμό, θα λέγαμε ότι "Μικρομεσαία Επιχείρηση" είναι η επιχείρηση στην οποία ο ιδιοκτήτης - διευθυντής συμμετέχει και ελέγχει άμεσα όλες τις λειτουργίες της επιχείρησης.

Ειδικότερα και κατά κανόνα, τα γενικά ποιοτικά χαρακτηριστικά της Μικρομεσαίας Επιχείρησης είναι:

- Δεν διαθέτει ή διαθέτει σε πολύ περιορισμένη έκταση επιτελικά διοικητικά στελέχη.
- Ο ιδιοκτήτης - φορέας, συμμετέχει και ελέγχει άμεσα όλες τις λειτουργίες της επιχείρησης και διατηρεί στενές προσωπικές σχέσεις με το προσωπικό την πελατεία και τους προμηθευτές.
- Η προέλευση του επιχειρηματία (τεχνίτη - πωλητή - κληρονόμου), το επίπεδο γνώσεων, η ηλικία, η κατάσταση της υγείας και η οικογενειακή κατάσταση, επηρεάζουν άμεσα και αποφασιστικά την επιχείρηση.

- Η δυνατότητα να ανταποκρίνεται σε ειδικές ανάγκες και απαιτήσεις των πελατών ή σε ειδικές παραγγελίες που δεν μπορούν να περιληφθούν μέσα σε ένα αυστηρό πρόγραμμα παραγωγής σε σειρά ή στην προγραμματισμένη οργάνωση της παραγωγικής διαδικασίας.
- Ελέγχει και καλύπτει ένα μικρό μέρος της τοπικής ή εθνικής αγοράς του κλάδου, στον οποίο ανήκει.

β) Ποσοτικά κριτήρια

Σαν ποσοτικά κριτήρια μπορούν να χρησιμοποιηθούν:

- Το απασχολούμενο προσωπικό
- Ο κύκλος εργασιών
- Η εγκαταστημένη ισχύς
- Το απασχολούμενο συνολικό ή ίδιο κεφάλαιο
- Ο πάγιος εξοπλισμός και άλλα.

1.1.2. ΟΡΙΣΜΟΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Στην Ελλάδα χωρίς να υπάρχει νομικός ορισμός επικράτησε να χαρακτηρίζονται ως μικρομεσαίες μεταποιητικές επιχειρήσεις, οι μεταποιητικές ή επισκευαστικές οικονομικές μονάδες που απασχολούν μέχρι 50 άτομα.

Σχετικά με τον ορισμό αυτό πρέπει να παρατηρήσουμε τα εξής:

- Η χρησιμοποίηση ποσοτικών μόνο κριτηρίων, παρόλο που δεν ανταποκρίνεται πάντοτε στην πραγματικότητα, αποτελεί ωστόσο τη μοναδική αναγκαία λύση για ένα ενιαίο και γενικό ορισμό, που να εξυπηρετεί τις ανάγκες του προγραμματισμού και την εφαρμογή αναπτυξιακών μέτρων.
- Ο αριθμός των απασχολούμενων σαν κριτήριο μεγέθους πλεονεκτεί σοβαρά από άλλα ποσοτικά κριτήρια, επειδή εκφράζει καλύτερα στις περισσότερες περιπτώσεις το μέγεθος της επιχείρησης και έχει το μεγαλύτερο πρακτικό πλεονέκτημα να διαπιστώνεται και να μετρείται σχετικά εύκολα και με ικανοποιητική ακρίβεια.
- Ο καθορισμός των 50 ατόμων ως όριο μεγέθους των Μικρομεσαίων Μεταποιητικών Επιχειρήσεων ανταποκρίνεται στην σημερινή διάρθρωση της Ελληνικής μεταποίησης, όπου οι επιχειρήσεις που απασχολούν μέχρι 50 άτομα, καλύπτουν το 98,8% του συνολικού αριθμού των μεταποιητικών επιχειρήσεων και απασχολούν το 60% των εργαζομένων στην μεταποίηση.
- Ο ορισμός των Μικρομεσαίων Μεταποιητικών Επιχειρήσεων προσδιορίζει κατ'αρχήν και γενικά το χώρο των Μικρομεσαίων Μεταποιητικών Επιχειρήσεων αποτελώντας σημείο αναφοράς για την πολιτική υποστήριξη των επιχειρήσεων αυτών, σε ορισμένο τόπο και χρόνο. Δεν πρέπει για αυτό να θεωρείται ούτε ως απόλυτος, ούτε ως μοναδικός για όλα τα μέτρα και όλους τους κλάδους.

- Αντίθετα επιβάλλεται η προσαρμογή του και η χρησιμοποίηση διαφορετικών κριτηρίων, εφόσον προσδιορίζουν ακριβέστερα το χώρο και εξυπηρετούν καλύτερα το σκοπό για τον οποίο παίρνονται ειδικά διοικητικά οικονομικά και αναπτυξιακά μέτρα.

Άσχετα όμως από το κριτήριο και το μέτρο που θα εφαρμοστεί Μικρομεσαία Μεταποιητική Επιχείρηση μπορεί να χαρακτηριστεί μια επιχείρηση μόνο όταν συντρέχουν οι ακόλουθες προϋποθέσεις:

1. Κάθε μία από αυτές ελέγχει και επηρεάζει ένα μικρό μέρος της αγοράς.
2. Η διοίκηση εξασκείται από τον ιδιοκτήτη προσωπικά.
3. Έχει οικονομική ανεξαρτησία και επιχειρηματική ευελιξία όπου ο επιχειρηματίας - ιδιοκτήτης έχει τον πραγματικό έλεγχο της επιχείρησης.
4. Ο επιχειρηματίας - ιδιοκτήτης διοικεί μόνος του την επιχείρηση έχοντας την ευθύνη όλων των λειτουργιών της (παραγωγή, εμπορία, προμήθειες, λογιστήριο κ.τ.λ.). Η επιχείρηση διαθέτει ελάχιστα στελέχη ή κανένα. Σε πολλές περιπτώσεις στελέχη της επιχείρησης προέρχονται από μέλη της οικογένειας του επιχειρηματία. Η ευθύνη των αποφάσεων ανήκει στον ίδιο τον επιχειρηματία.
5. Ο επιχειρηματίας - ιδιοκτήτης έχει ταυτίσει την περιουσία της επιχείρησης με την προσωπική του περιουσία την οποία χρησιμοποιεί και σαν εγγύηση για την λήψη δανείων. Αφιερώνει όλο

τον χρόνο στην διοίκηση της επιχείρησης και νιώθει ο μοναδικός υπεύθυνος για την ανάπτυξη της. Δεν στηρίζεται ούτε καλύπτεται στις αποφάσεις του από συμβούλια και επιτροπές.

1.1.3. ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της μικρομεσαίας επιχείρησης, τα οποία καθιστούν τη μικρή βιομηχανία ανταγωνιστική και της επιτρέπουν να συνυπάρξει και πολλές φορές να βοηθά σημαντικά τις μεγάλες βιομηχανικές επιχειρήσεις είναι τα εξής:

1. Η προέλευση του επιχειρηματία (εργάτης, τεχνίτης, υπάλληλος, κληρονόμος), το επίπεδο της μορφώσεως του, η ηλικία του, η κατάσταση της υγείας του, και η οικογενειακή του κατάσταση επηρεάζουν αποφασιστικά στην εξέλιξη της επιχείρησης του.
2. Η επιχείρηση του καλύπτει ένα μικρό μέρος της τοπικής και εθνικής αγοράς του κλάδου στον οποίο ανήκει.

1.2. ΣΠΟΥΔΑΙΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αποτελούν πολύτιμο απόθεμα δυνάμεων και ισχυρό παράγοντα για την οικονομική ανάπτυξη και την κοινωνική πρόοδο του τόπου.

Που οφείλεται όμως η μεγάλη σπουδαιότητα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων:

- Στον κοινωνικό-οικονομικό τους ρόλο. Οι ιδιοκτήτες μικρομεσαίων επιχειρήσεων, μαζί με τα συγγενικά τους πρόσωπα που η στατική υπηρεσία τα χαρακτηρίζει σαν μη αμοιβόμενους συνεργάτες τους, αποτελούν περίπου ένα εκατομμύριο. Συγκροτούν δηλαδή το τρίτο σε μέγεθος παραγωγικό στρώμα της Ελληνικής κοινωνίας, μετά τους αγρότες και τους εργατοϋπαλλήλους.

Αναλυτικότερα οι κοινωνικές αυτές δυνάμεις των μικρομεσαίων καλύπτουν το 20-25% του ενεργού πληθυσμού της χώρας και το 90% και περισσότερο των απασχολούμενων σε οικονομικές δραστηριότητες. Συντελούν έτσι σημαντικά στην μείωση της ανεργίας με την απασχοληση ενός ποσού μεγάλου βαθμού εργαζομένων:

- Παρέχει ευκαιρίες απασχόλησης σε σημαντικό αριθμό ατόμων.
- Εκμεταλλεύονται εγχώριες πρώτες ύλες ακόμα και όταν προσφέρονται σε μικρές ποσότητες.
- Καλύπτουν τα κενά της παραγωγής που δημιουργεί η ανάπτυξη μεγάλων μονάδων και αξιοποιούν μεγάλο μέρος της λαϊκής αποταμίευσης.
- Συμβάλλουν στην άμβλυνση των ανισοτήτων στην ανάπτυξη των διαφόρων περιοχών.

- Παρακολουθούν την εξέλιξη των μικρών εισοδημάτων και καλύπτουν βασικές τοπικές ανάγκες ευρύτερων στρωμάτων του πληθυσμού.
- Συμβάλλουν αποφασιστικά στην οικονομική ανάπτυξη, τον ανταγωνισμό, την καινοτομία και την κοινωνική εξισορρόπηση.

Για την Ελληνική οικονομία η θέση των Μικρομεσαίων Μεταποιητικών Επιχειρήσεων είναι ιδιαίτερα σημαντική αφού αντιπροσωπεύουν το 99% του συνόλου της μεταποίησης εξάλλου απασχολούν το 60% περίπου των εργαζομένων στην μεταποίηση και παράγουν το 40% περίπου του προϊόντος της μεταποίησης.

Οι παραπάνω αριθμοί είναι χαρακτηριστικοί και προσδιορίζουν την μεγάλη κοινωνικοοικονομική σημασία των Μικρομεσαίων Μεταποιητικών Επιχειρήσεων στην χώρα μας, αλλά ταυτόχρονα θέτουν σ'όλη του την έκταση και το πρόβλημα του κατακερματισμού της παραγωγής, με όλα τα συναφή προβλήματα και μειονεκτήματα. Άλλωστε με την εισχώρηση της Ελλάδας στην ΕΟΚ η ελληνική οικονομία και φυσικά με ένα μεγάλο μέρος αυτής, που το αποτελούν οι Μικρομεσαίες Μεταποιητικές Επιχειρήσεις, βρίσκονται σε μια φάση ίσως την πιο κρίσιμη της εξελικτικής τους πορείας. Το πιο κρίσιμο χαρακτηριστικό στοιχείο της φάσης αυτής είναι αναμφισβήτητα η ένταση του διεθνούς ανταγωνισμού, σαν απόρροια της μεγάλης διάδοσης του εμπορίου της μείωσης των δασμολογικών φραγμών με το αντιστοιχο άνοιγμα των συνόρων της μεταβολής στις "παραδοσιακές"

εκτιμήσεις των διαστάσεων του χώρου και του χρόνου, των νέων δυνατοτήτων επικοινωνίας και μεταφορών, της διεθνοποίησης του κεφαλαίου. Η ελληνική Μικρομεσαία Μεταποιητική Επιχείρηση είναι υποχρεωμένη αν θέλει να επιβιώσει στις νέες ανταγωνιστικές συνθήκες, να συμμετάσχει στο παιχνίδι, του διεθνούς ανταγωνισμού. Να καταφέρει δηλαδή να γίνει πιο αποτελεσματική από τους ανταγωνιστές της και να προσαρμόζεται στις ανάγκες και στα νέα διαφοροποιημένα καταναλωτικά πρότυπα των εκάστοτε κοινωνιών και να έχει περιθώρια ανάπτυξης.

1.3. ΟΙ ΤΡΕΙΣ ΠΑΡΑΓΟΝΤΕΣ ΕΠΙΤΥΧΙΑΣ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η επιτυχία των Μικρομεσαίων Μεταποιητικών Επιχειρήσεων προσδιορίζεται από τρεις κατηγορίες παραγόντων ο οποίοι είναι αλληλόμεταρτώμενοι. Οι παράγοντες αυτοί είναι:

α) ο Μικρομεσαίος Επιχειρηματίας β) το προϊόν και οι δραστηριότητες της Μικρομεσαίας Επιχείρησης και γ) το περιβάλλον της Μικρομεσαίας Επιχείρησης το παρακάτω σχήμα μας δείχνει τη σχέση που υπάρχει μεταξύ των προσδιοριστικών αυτών παραγόντων με την επιτυχία της Μικρομεσαίας Επιχείρησης καθώς και την μεταξύ τους σχέση

Μικρομεσαίος Επιχειρηματίας



Προϊόν - δραστηριότητες
Μικρομεσαίας Επιχείρησης



ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑΣ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Περιβάλλον Μικρομεσαίας
Επιχείρησης



Οι τρεις παράγοντες επιτυχίας των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.

Ο καθένας από αυτούς τους παράγοντες και όλοι μαζί είναι απαραίτητοι για την επιτυχία της Μικρομεσαίας Επιχείρησης με την έννοια ότι δύο μόνο από τους προαναφερθέντες παράγοντες δεν αρκούν χωρίς τη συμβολή του τρίτου για την επιτυχία της μικρομεσαίας επιχείρησης.

Στη συνέχεια θα αναλύσουμε ξεχωριστά το ρόλο που παίζει κάθε παράγοντας για την επιτυχία της Μικρομεσαίας Επιχείρησης. Ο ρόλος του περιβάλλοντος της Μικρομεσαίας Επιχείρησης. Κάθε επιχείρηση σαν ένα δυναμικό σύστημα δέχεται εισροές από το περιβάλλον της και θέτει στη διάθεση του εκροές δηλαδή τα προϊόντα για το περιβάλλον. Και αυτός ακριβώς είναι ο λόγος που κάνει το περιβάλλον να παίζει ένα σημαντικό ρόλο στην επιτυχία ή αποτυχία της επιχείρησης. Στην Μικρομεσαία επιχείρηση η σχέση αυτή είναι πιο έντονη για το λόγο του ότι αυτού του είδους οι επιχειρήσεις λόγω της φύσεως τους παρουσιάζουν μια αυξημένη ευπάθεια σε κάθε τυχόν μεταβολή του περιβάλλοντος σε σχέση με άλλες επιχειρήσεις.

Αυτό βέβαια δεν σημαίνει ότι η Μικρομεσαία Επιχείρηση έχει και μικροτερη δυνατότητα προσαρμογής απ' ότι οι μεγάλες. Αντίθετα μάλιστα, ένα από τα χαρακτηριστικά της Μικρομεσαίας Επιχείρησης είναι η μεγάλη προσαρμοστικότητα που παρουσιάζει στις μεταβολές του περιβάλλοντος.

Τα πιο σημαντικά στοιχεία τα οποία συνθέτουν το περιβάλλον μέσα στο οποίο ζει και δρα η Μικρομεσαία Επιχείρηση είναι τα εξής: α) Κρατική πολιτική, β) Το τραπεζικό σύστημα, γ) Η αγορά, δ) Το σύστημα εκπαίδευσης, ε) Το ερευνητικό σύστημα, στ) Το οικολογικό και κοινωνικό περιβάλλον. Καθ' ένα από αυτά τα στοιχεία επιδρά έντονα στην εξέλιξη της Μικρομεσαίας Επιχείρησης και όλα μαζί βρίσκονται σε μια δυναμική αλληλεπίδραση, σχηματίζοντας έτσι ένα σύνθετο περιβάλλον για την Μικρομεσαία Επιχείρηση.

1.4. ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ - ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ

MANAGEMENT

Απαραιτήτως προσδιοριστικός παράγοντας για την επιτυχία κάθε Μικρομεσαίας Επιχείρησης.

Ενας από τους βασικότερους προσδιοριστικούς παράγοντες της ανταγωνιστικότητας και επομένως της επιτυχίας της Μικρομεσαίας

Επιχείρησης είναι σήμερα και θα είναι περισσότερο για το μέλλον του Management.

Αρκετοί ιδιοκτήτες των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων πιστεύουν ότι η αύξηση της παραγωγικότητας γίνεται μόνο μέσω της αγοράς καινούργιων μηχανημάτων και αγνοούν την σημασία των διοικητικών και οργανωτικών βελτιώσεων. Αλλά όπως έχει αποδειχθεί από έρευνες και στατιστικά στοιχεία, ο τεχνολογικός εκσυγχρονισμός δεν είναι από μόνος του πανάκεια για την ανάπτυξη της διεθνούς ανταγωνιστικότητας της Ελληνικής Μικρομεσαίας Επιχείρησης. Όπως επίσης και οι πρώτες ύλες, τα κεφάλαια, το ανθρώπινο δυναμικό, η πληροφόρηση, που αποτελούν τους βασικότερους προσδιοριστικούς παράγοντες της ανταγωνιστικότητας, ο καθένας από μόνος του και όλοι μαζί δεν είναι ικανοί να εξασφαλίσουν την ανάπτυξη της Μικρομεσαίας Επιχείρησης χωρίς το Management.

Η αποτελεσματικότητα των λειτουργιών της επιχείρησης εξαρτάται στη Μικρομεσαία Επιχείρηση από τις γνώσεις και τις ικανότητες του ιδιοκτήτη - επιχειρηματία και τη διάθεση του να εφαρμόζει τις λειτουργίες του Management.

1.5. ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Τα πλεονεκτήματα που παρουσιάζουν οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις για την οικονομική και κοινωνική ζωή της χώρας.

1. Είναι φυτώρια νέων επιχειρηματιών, λόγω της ευκαιρίας που δίνουν σε νέους να ασκήσουν μόνοι τους μία δραστηριότητα.
2. Είναι πηγή νέων εφευρέσεων και καινοτομιών λόγω της ανάγκης να επιβιώσουν και λόγω του ότι σε χώρες με μικρή βιομηχανική διαφοροποίηση οι μικράς κλίμακας βιομήχανοι μπορούν να παρουσιάσουν προϊόντα τα οποία είναι νέα στη χώρα, αν και όχι απαραίτητως νέα στη διεθνή αγορά.
3. Είναι ευέλικτες και προσαρμόζονται στις κυκλικές διακυμάνσεις της οικονομίας λόγω του μικρού της μεγέθους.
4. Βοηθούν τον καταμερισμό της εργασίας και στην αύξηση της παραγωγικότητας κατασκευάζοντας διάφορα εξαρτήματα για λογαριασμό άλλων επιχειρήσεων (υπεργολαβία), λόγω της εξειδικεύσεως του και του μικρού μεγέθους.
5. Αξιοποιούν κατά τον καλύτερο τρόπο τις διαθέσιμες πρώτες ύλες σε τοπικό και εθνικό επίπεδο.
6. Εκπαιδεύουν νέους στα διάφορα επαγγέλματα δίνοντας τους τη δυνατότητα να αποκτήσουν σχεδόν όλη την πρακτική πείρα του

επαγγέλματος λόγω της μής ύπαρξης μεγάλου καταμερισμού εργασίας στις μεθόδους παραγωγής.

7. Συντελούν στη διατήρηση του ελεύθερου ανταγωνισμού λόγω του μεγάλου αριθμού τους.
8. Μειώνουν τις δυνατότητες μόλυνσεως και καταστροφής του περιβάλλοντος, λόγω των σχετικών απλών μεθόδων παραγωγής και του μικρού τους όγκου.
9. Συμβάλλουν στην εξοικονόμηση ενέργειας λόγω των απλών μεθόδων παραγωγής που χρησιμοποιούν και τη σχετικά μικρή χρήση των μηχανημάτων που κάνουν.
10. Αξιοποιούν άτομα που διαφορετικά δεν θα μπορούσαν να εργαστούν (μέλη οικογένειας, ανειδίκευτο προσωπικό, άτομα που κατοικούν στην περιφέρεια), λόγω των απλών μεθόδων παραγωγής που χρησιμεύουν και τον οικογενειακό χαρακτήρα που έχουν.
11. Κατανέμουν την ιδιοκτησία, τη δύναμη και την ευθύνη οικονομικών αποφάσεων σε μεγάλο αριθμό ατόμων (επιχειρηματιών), λόγω του μεγάλου αριθμού τους, συστέλλοντας έτσι στη διατήρηση των δημοκρατικών θεσμών.
12. Ικανοποιούν τις εξειδικευμένες ανάγκες κάθε κατηγορίας καταναλωτών, μικρής ή μεγάλης αστικής ή αγροτικής λόγω της κοντινής επαφής που έχει ο επιχειρηματίας με τους καταναλωτές.

13. Δίνουν την δυνατότητα σε δημιουργικά άτομα να αναπτύξουν τις ικανότητες και τα ταλέντα τους μέσω της διαχείρισης της επιχείρησης.
14. Συντελούν στη μείωση της ανεργίας με την απασχόληση μεγάλου αριθμού εργαζομένων, επειδή χαρακτηρίζονται από ένταση εργασίας.
15. Συμβάλλουν στην αποκέντρωση και στη δημιουργία θέσεων εργασίας στην περιφέρεια επειδή εγκαθίστανται εύκολα και σε περιοχές που δεν υπάρχει επαρκής βιομηχανική υποδομή και δημιουργούνται από άτομα της περιοχής.

Πιο κάτω φαίνονται αναλυτικά τα εξής βασικά πλεονεκτήματα:

- α. Οι καλύτερες συγκριτικά οικονομικές επιδόσεις.
- β. Οι μεγαλύτερες επιδόσεις σε καινοτομήσεις.
- γ. Η δημιουργία περισσότερων θέσεων εργασίας.
- δ. Η σημασία τους για τις μεγάλες επιχειρήσεις.

1.5.1. ΚΑΛΥΤΕΡΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΕΠΙΔΟΣΗ

Πολλοί πιστεύουν ότι οι μικρές επιχειρήσεις αποδίδουν λιγότερο από τις μεγάλες, εντούτοις σε αρκετές χώρες και περιόδους συμβαίνει το αντίθετο κυρίως αν ληφθεί σαν κριτήριο η απόδοση των ίδιων

κεφαλαίων. Σαν παράδειγμα μπορεί να αναφερθεί η περίπτωση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στις ΗΠΑ.

Σαν λόγοι καλύτερων επιδόσεων των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων μπορούν να αναφερθούν:

- I. Η ευελιξία τους καθόσον ανταποκρίνονται, ταχύτερα και με μικρότερο κόστος στις γρήγορες εναλλαγές προϊόντων και υπηρεσιών, μεθόδων και αγορών.
- II. Η ελκυστικότητα τους προς ταλαντούχους και δυναμικούς νέους.

1.5.2. ΚΑΙΝΟΤΟΜΗΣΗ

Ορισμένες έρευνες συμπεραίνουν ότι η αύξηση του μεγέθους μιας μονάδας δεν σημαίνει και ανάλογη αύξηση των προσπαθειών της για έρευνα σε νέες μεθόδους και προϊόντα ή ακόμη ότι σε μερικούς κλάδους η αύξηση του μεγέθους ακριβώς εμποδίζει την αύξηση της έρευνας.

Αναφέρονται πολλές περιπτώσεις που πολύ μεγάλες επιχειρήσεις παράγουν πρωτοποριακά προϊόντα τα οποία όμως σαν εφευρέσεις δεν προέρχονται από τις ίδιες αλλά από μικρές επιχειρήσεις ή άτομα - ερευνητές π.χ. η General Electric αποδίδει σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις πολλές από τις καινοτομίες της, όπως φρυγανιέρες, ψυγεία, πλυντήρια πιάτων, ηλεκτρικές σκούπες, καταψύκτες κ.τ.λ.

Επίσης από μικρομεσαίες επιχειρήσεις ή άτομα προέρχονται εφευρέσεις σαν την ξυριστική λεπίδα, το τρανζίστορ, το φωτοαντιγραφικό μηχάνημα, τις τουρμπίνες αεριωθούμενων, τις γρήγορες φωτογραφίες τύπου Polaroid, το ελικόπτερο τα σεβρόφρενα, ο αυτόματος συμπλέκτης κ.τ.λ.

Πιθανώς στο σημείο αυτό θα πρέπει να γίνει διευκρινιστικός διαχωρισμός της εφευρέσεως που αναφέρεται σε μία καινούργια ιδέα, από την καινοτομία που αφορά την εφαρμογή της ιδέας αυτής για παραγωγή νέων προϊόντων.

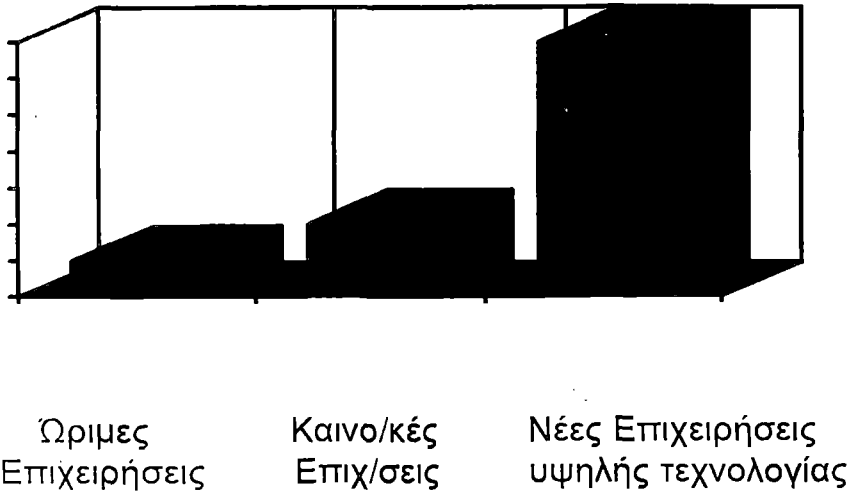
1.5.3. ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΝΕΩΝ ΘΕΣΕΩΝ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Οι περισσότερες από τις νέες θέσεις εργασίας έχει αποδειχτεί ότι δεν προέρχονται από τις μεγάλες επιχειρήσεις αλλά από τις μικρές.

Ο λόγος φαίνεται να είναι ότι οι μικρές δυναμικές κι ευέλικτες οικονομικές μονάδες όπου κυριαρχεί η ιδιωτική πρωτοβουλία, αναζητούν πιο δραστήρια τις νέες ευκαιρίες απ' ότι ο πολύ μεγαλύτερες σχετικά απρόσωπες και βραδυκίνητες επιχειρήσεις, όπως χημείας και ηλεκτρικής. Το φαινόμενο αυτό παρουσιάζεται στο διάγραμμα Νο. 2.

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 2

Μέσος όρος ετήσιας αύξησεως του αριθμού των θέσεων εργασίας.



1.5.4. ΕΞΑΡΤΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΓΑΛΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΑΠΟ ΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η εξάρτηση αυτή παρουσιάζεται όχι μόνο στις καινοτομίες, όπως αναφέραμε πιο πάνω, αλλά και στην παροχή ειδικών υπηρεσιών από τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις προς τις μεγάλες στην προμήθεια υλικών και εξαρτημάτων, στην πώληση των προϊόντων των μεγάλων επιχειρήσεων από τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις κτλ. Πέρα από τη συνεργασία αυτή οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις υπερτερούν και στον κατευθείαν ανταγωνισμό με τις μεγάλες επιχειρήσεις, επειδή μπορούν να πουλούν πιο φθηνά αγαθά και υπηρεσίες με μικρές πωλήσεις, όπου υπάρχει ανάγκη στενής επαφής με το πελάτη και όπου χρειάζεται προσαρμογή σε εξατομικευμένες προδιαγραφές των πελατών.

1.6. ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Σαν τέτοια θεωρούνται τα ακόλουθα:

1. Προμήθειες πρώτων υλών σε μικρές ποσότητες με υψηλό κόστος και όχι πάντοτε ικανοποιητικής ποιότητας.
2. Υποαπασχόληση πάγιων εγκαταστάσεων.
3. Μικρή παραγωγική ικανότητα και αδυναμία κάλυψης συνήθως μεγάλων παραγγελιών εξωτερικού.
4. Αδυναμία έρευνας και ανάπτυξης, εξαντλητικά ωράρια εργασίας.
5. Μικρή οικονομική επιφάνεια, χαμηλό επίπεδο στελεχών, περιορισμένες δυνατότητες χρηματοδότησης και ανάπτυξη συστημάτων Management.
6. Υποτυπώδη εμπορική οργάνωση (ανεπάρκεια πληροφοριών αγοράς ανεπάρκεια δικτύων πωλήσεων κτλ).
7. Έλλειψη ειδικευμένων στελεχών και προσωπική απασχόληση του φορέα. μ' όλα τα θέματα στα οποία μπορεί να δώσει ο ίδιος λύσεις.
8. Έλλειψη επαρκών κεφαλαίων και σοβαρές δυσχέρειες προσφυγής σε μακροπρόθεσμο δανεισμό.

Το κυριότερο όμως μειονέκτημα των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι η μεγάλη "νηπιακή θνησιμότητα". Ο κυριότερος λόγος της νηπιακής θνησιμότητας είναι η μεγάλη "ευκολία εισόδου" (μερικές φορές είναι ευκολότερο να ανοίξεις μια καινούργια επιχείρηση από το να βρεις δουλειά) και το γεγονός ότι δεν υπάρχουν προϋποθέσεις

απαγορευτικές για την ίδρυση μιας μικρής επιχείρησης. Στην προκειμένη περίπτωση δηλαδή αποδεικνύεται ότι η ελευθερία εισόδου στον τομέα αυτό δεν σημαίνει μόνο ελευθερία επιτυχίας αλλά και αποτυχίας.

Κύριος υπαίτιος των τόσο αποτυχιών είναι η κακή διοίκηση, με τις πιο συχνές αιτίες τα υψηλά λειτουργικά έξοδα τους κακοπληρωτές, την κακή επιλογή τοποθεσίας, διάφορες ανταγωνιστικές αδυναμίες, δυσκολίες και προβλήματα με τα αποθέματα και υπερβολικό μεγάλο ποσοστό παγίων ενεργητικών.

1.7. ΘΝΗΣΙΜΟΤΗΤΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Παρόλο το ότι οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις είναι η σπονδυλική στήλη της οικονομίας, η επιβίωση τους είναι δύσκολη, και έχουμε το θλιβερό αποτέλεσμα της μη συνέχισης της ζωής τους (θνησιμότητα). Όπως είπαμε παραπάνω οι παράγοντες που θεωρούνται σημαντικοί για την πορεία μιας Μικρομεσαίας Επιχείρησης είναι: α) ο μικρομεσαίος επιχειρηματίας β) το προϊόν και οι δραστηριότητες της Μικρομεσαίας Επιχείρησης γ) Το περιβάλλον της Μικρομεσαίας Επιχείρησης (βλέπε διάγραμμα 1).

Σύμφωνα με αποτελέσματα συνεδρίου της ΣΟΓΕΕ και με άλλες επισημάνσεις, διαπιστώθηκε πως τα 9/10 των μικρομεσαίων

επιχειρήσεων μόλις που φτάνουν τα 5 χρόνια ζωής, ενώ το 1/3 δεν συμπληρώνει περισσότερο από ένα χρόνο λειτουργίας.

Δυστυχώς υπάρχει σχετική έλλειψη στοιχείων από τις αρμόδιες υπηρεσίες λόγω του ότι δεν έχουν γίνει σχετικές έρευνες που αφορούν το θέμα.

Μεγαλύτερη έξαρση παρουσιάζουν οι βιομηχανίες ειδών διατροφής, οι υφαντικές βιομηχανίες, οι βιομηχανίες ειδών υπόδησης, ειδών ενδυμασίας και διαφόρων ειδών από ύφασμα, καθώς επίσης και οι βιομηχανίες προϊόντων από ελαστικό και πλαστική ύλη, χημικών προϊόντων, προϊόντων από μή μεταλλικά ορυκτά εκτός από τα παράγωγα πετρελαίου και άνθρακος και οι βιομηχανίες κατασκευής μηχανών και συσκευών εκτός από τις ηλεκτρικές και τα μέσα μεταφοράς. Οι βιομηχανίες καπνού βαδίζουν σταθερά και ακολουθούν με μικρά ποσοστά θνησιμότητας οι βιομηχανίες δέρματος, γουναρικών και ειδών από δέρμα και γούνα, εκτός από τα είδη υπόδησης και ενδυμασίας, καθώς επίσης οι βιομηχανίες παράγωγων πετρελαίου και άνθρακος.

Ένας από τους λόγους χρεοκοπίας των μικρών επιχειρήσεων είναι οι δραστηριότητες των μεγάλων μονοπωλιακών επιχειρήσεων.

Η διαφορική τιμολογιακή πολιτική και ο πόλεμος των τιμών που ασκούνται από τις επιχειρήσεις αυτές βγάζουν εκτός μάχης τις μικρές επιχειρήσεις.

Από την άποψη μιας θεωρίας του Μονοπωλιακού καπιταλισμού η μικρότερη επιχείρηση πρέπει να εξετάζεται ειδικά σαν τμήμα μάλλον του περιβάλλοντος μέσα στο οποίο δρά η μεγάλη επιχείρηση, παρά σαν πρόσωπο στην σκηνή.

Βέβαια μέσα στις συνθήκες της μονοπωλιακής οικονομίας, η Μικρομεσαία Επιχείρηση δεν εξαφανίζεται γιατί το μονοπώλιο δεν εξαλείφει την Μικρομεσαία Επιχείρηση αλλά την καταστρέφει στον ένα τομέα και την αναπαράγει στον άλλον.

Πέρα όμως της βασικής αιτίας της θνησιμότητας της Μικρομεσαίας Επιχείρησης δεν πρέπει να παραληφθούν και άλλες αιτίες που αφορούν τη διάρθρωση, την οργάνωση και την λειτουργία της (Διάγραμμα 3).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 3

Βαθύτερες αιτίες

Προφανείς αιτίες

Βαθύτερες αιτίες		Προφανείς αιτίες
1. Αμέλεια	Οφειλόμενη σε	Κακές συνήθειες Κακή υγεία Συζυγικές δυσκολίες κλπ.
2. Πόλος	Από το μέρος των επιχειρήσεων που εμφανίζονται σαν	παραπλανητικό όνομα παραπονημένες οικονομολογιστικές καταστάσεις Παραμελημένες, υπερβολικές προμήθειες Ακανόνιστες διαθέσεις περιουσιακών στοιχείων κ.τ.λ.
3 Έλλειψη εμπειρίας στα προϊόντα. Έλλειψη διοικ. Πείρας. Μη ισορροπημένη πείρα. Ανικανότητα.	Εμφανιζόμενοι σαν αδυναμία να αποφευχθούν καταστάσεις που έχουν σαν αποτέλεσμα	Ανεπαρκείς πωλήσεις Υψηλές λειτουργικές δαπάνες Δυσκολίες με χρεώστες Δυσκολίες με αποθέματα Υπερπαιγιοποιήσεις Ακαταλ. Περιοχή εγκατ. Έλλειψη ανταγωνιστικότητας κ.τ.λ.
4. Καταστροφές	Μερικά από τα συμβάντα που θα μπορούσε να είχαν αντιμετωπιστεί με ασφάλειες	Πυρκαγιά Πλημμύρα Ληστεία Απάτη υπαλλήλων Απεργίες κ.τ.λ.
5. Άγνωστες αιτίες		

1.7.1. ΑΙΤΙΑ ΘΝΗΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

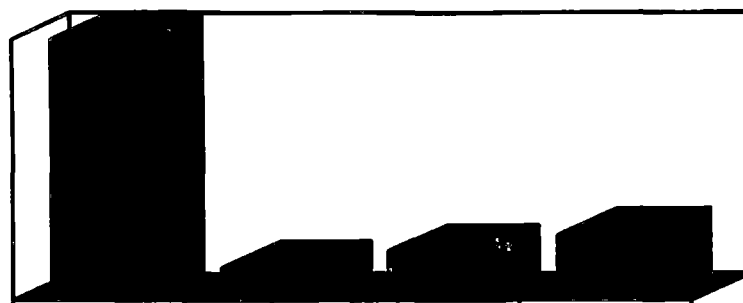
Ορισμένες ενδείξεις που μπορούμε να αναφέρουμε είναι:

1. Η ανικανότητα του επιχειρηματία είναι υπεύθυνη για το 41% από τις αποτυχίες.
2. Η έλλειψη εμπειρίας στα προϊόντα, στη διοίκηση ή η έλλειψη πείρας για μια συγκεκριμένη επιχείρηση είναι υπεύθυνη για το 52% από τις αποτυχίες.
3. Οι παραπάνω δύο βασικές περιοχές, με τα βαθύτερα αίτια που είναι υπεύθυνη για το 93% από τις αποτυχίες, εμφανίζονται με μια πιο πλατιά συμπτωματολογία, που όμως μόνο κατά το 20% περίπου βρίσκεται καθαρά στη χρηματοδότηση αποθεμάτων και υπερπαγιοποίησης.

Όμως στην καθημερινή πράξη κυρίως στην Ελλάδα, με ευκολία, όλοι αποδίδουν τις αποτυχίες ή τις δυσκολίες σε έλλειψη κεφαλαίου κίνησης. Σύμφωνα όμως με τις ενδείξεις ο επιχειρηματίας είναι ο πιο σοβαρός παράγοντας αποτυχίας ή επιτυχίας των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Στον πιο κάτω πίνακα (4) παρουσιάζεται ένας άλλος κατάλογος των αιτιών αποτυχίας Μικρομεσαίας Επιχείρησης και επεξηγήσεως. Τα ίδια δείχνει και το διάγραμμα (4).

ΔΙΑΓΡΑΜΜΑ 4



Κακή Διοίκηση Παραμέληση Απάτη ή καταστροφή Άγνωστη αιτία

ΠΙΝΑΚΑΣ 4

Ποσοστά αποτυχιών επιχ/σεων	Ακαταλληλότητα	Επεξήγηση
44%	Ακαταλληλότητα	Έλλειψη ικανότητας να διευθύνει την επιχείρηση (φυσική, ηθική, διανοητική).
17%	Έλλειψη διοικητικής εμπειρίας	Λίγη ή καθόλου εμπειρία στη διοίκηση ανθρώπων και άλλων πόρων πριν από την έναρξη της επιχ/σεως.
16%	Ανισσομερής εμπειρία	Έλλειψη σφαιρικής εμπειρίας σε Μάρκετινγκ, χρηματοοικονομικά προμήθειες και παραγωγή.
15%	Άγνοια του αντικειμένου	Μικρή ή καθόλου εμπειρική στο προϊόν ή υπηρεσία της επιχ/σης πριν από την έναρξή της.
1%	Παραμέληση	Πολύ μικρή προσοχή στην επιχ/ση που οφείλεται σε κακές συνήθειες σε κακή υγεία ή σε συζυγικές-οικογενειακές δυσκολίες.
1%	Απάτη ή καταστροφή	Απάτη. Παραπλανητικό όνομα, ψευδείς οικονομικές καταστάσεις - δηλώσεις, μη σωστή διάθεση των ενεργητικών ή λανθασμένες αγορές. Καταστροφή, Πυρκαγιά, πλημμύρα, ληστεία, κλοπή υπαλλήλων ή απεργία.
6%	Άγνωστη αιτία	

Αλλά αυτά που αποκαλούμε αποτυχίες δεν είναι πάντοτε οι μόνες αποτυχίες.

Αν αποτυχία σημαίνει πτώχευση, τότε εκείνοι οι επιχειρηματίες που δεν επέτυχαν οικονομικά αλλά παρόλα έπεσαν έξω αγωνίζονται να μην πτωχεύσουν για να κρατήσουν την υπερηφάνεια τους, δεν θα θεωρηθούν αποτυχημένοι, εξ' άλλου λέγεται ότι υπάρχουν και πτωχεύσεις χωρίς πράγματι η επιχείρηση να έχει πέσει έξω.

Αν από την άλλη πλευρά αποτυχία σημαίνει σταμάτημα εργασιών θα θεωρήσουμε αποτυχημένους και όσους σταματούν τη δραστηριότητά τους επειδή κουράστηκαν ή βαρέθηκαν ή έφτασαν σε ηλικία σύνταξης αλλά δεν έχουν διαδόχους να αφήσουν την επιχείρηση.

Ακόμα όμως θα πρέπει να διερωτηθούμε πόσο κακή είναι η αποτυχία. Υπάρχουν πολλοί εκπληκτικοί επιχειρηματίες που απέτυχαν τουλάχιστον μία φορά.

Μήπως η προσπάθεια και αποτυχία μπορεί να θεωρηθεί καλύτερη εκπαίδευση από ότι σεμιναριακά μαθήματα που έχουν συχνά πολύ σχέση με την πράξη και την επιχειρηματικότητα.

1.8. ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΜΕ ΤΙΣ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Το γεγονός ότι οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις παρουσιάζουν πράγματι τα πλεονεκτήματα που προαναφέρθηκαν, δεν σημαίνει ότι ο γενικός ρόλος τους στην οικονομία σαν σύνολο συνεχώς ισχυροποιείται. Συνήθως αντιμετωπίζουν δυσκολίες στον ανταγωνισμό με τις μεγάλες επιχειρήσεις, αφού αυτές έχουν ισχυρή θέση μέσα στην οικονομία. Αυτό μπορούμε να το συμπεράνουμε αφού οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν έχουν τις ίδιες δυνατότητες με τις μεγάλες επιχειρήσεις, αλλά μειονεκτούν σε σχέση μ' αυτές στα εξής σημεία:

1. Δεν μπορούν να ανταποκριθούν στις αυξημένες διοικητικές απαιτήσεις που παρουσιάζει ο κλάδος αυτός με την πάροδο του χρόνου.
2. Δεν έχουν περιθώρια να καλυτερεύσουν την τεχνολογία της επιχείρησης σε σχέση με τις μεγάλες επιχειρήσεις που διαθέτουν συνήθως άριστη τεχνολογία.
3. Έχουν συνήθως υψηλότερες τιμές από τις μεγάλες επιχειρήσεις λόγω του ότι οι προμήθειες τους γίνονται σε μικρές ποσότητες με υψηλό κόστος.
4. Έχουν μικρή παραγωγή και δεν μπορούν να καλύψουν τις ανάγκες της αγοράς σε αντίθεση με τις μεγάλες επιχειρήσεις.

Πέρα όμως την ανταγωνιστική σχέση που υπάρχει μεταξύ όλων των επιχειρήσεων και βέβαια και μεταξύ μικρών και μεγάλων πρέπει να

σημειώσουμε ότι στη σημερινή εποχή όλο και περισσότερες μεγάλες επιχειρήσεις βοηθούν μικρές να στηθούν και να προοδεύσουν.

Οι μικρές όμως αυτές επιχειρήσεις που έχουν την εύνοια των μεγάλων είναι "μικρές με μεγάλα μυαλά". Δηλαδή είναι επιχειρήσεις που βασίζονται σε υψηλές επιστημονικές γνώσεις κυρίως υψηλής τεχνολογίας, όπως χημικές, ηλεκτρολογικές και άλλες.

Σαν τέτοιες επιχειρήσεις γίγαντες υποστηρικτές μικρών αναφέρονται η XEROX, η SONY, η POLAROID, SIEMENS και άλλες.

1.9. ΟΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΕΝΤΑΞΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΕΝΙΑΙΑ ΑΓΟΡΑ - ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ - ΚΙΝΔΥΝΟΙ

Το 1992 με την πραγματοποίηση της μεγάλης εσωτερικής αγοράς της Ευρωπαϊκής Κοινότητας δεν ωφελήθηκαν αποκλειστικά και μόνο οι μεγάλες επιχειρήσεις, αλλά επίσης και οι μικρομεσαίες. Με την ολοκλήρωση της εσωτερικής αγοράς έγινε και η εξάλειψη των φυσικών και τεχνικών δημοσιονομικών συνόρων με 3 σοβαρές συνέπειες σε μεγάλες και μικρές επιχειρήσεις των κρατών μελών, συνέπειες που διαφέρουν από κλάδο σε κλάδο και από επάγγελμα σε επάγγελμα. Σε γενικές γραμμές ορισμένες επιπτώσεις από αυτές είναι:

1. Αμοιβαία αναγνώριση εθνικών προδιαγραφών, και καθορισμός προτύπων σε κοινοτικό επίπεδο.

2. Εξάλειψη συνοριακών ελέγχων - και χρησιμοποίηση απλοποιημένων συνοδευτικών εγγράφων στο εμπόριο.
3. Ενοποίηση και απλοποίηση του νομικού πλαισίου δράσης μιας ευρωπαϊκής επιχείρησης.
4. Μειωμένο κόστος εμπορικών συναλλαγών.
5. Απελευθέρωση της κίνησης κεφαλαίων.
6. Ελεύθερη επιλογή μεταφορικών εταιρειών και μέσων, μειωμένο κόστος μεταφοράς.
7. Μεγαλύτερη πρόσβαση στις κρατικές προμήθειες και στα δημόσια έργα άλλων χωρών.

Έτσι μετά το 1992 οι εταιρείες προσπαθούν να γίνουν πιο σύγχρονες και πιο ανταγωνιστικές για να αντέξουν στην ενιαία εσωτερική αγορά και να προσαρμοστούν στις συνθήκες αυτής της αγοράς ώστε να αντεπεξέλθουν στον εντεινόμενο ανταγωνισμό, ημεδαπών και αλλοδαπών επιχειρήσεων.

Τα μέσα με τα οποία αντιδρούν οι επιχειρήσεις είναι τα εξής:

- Αναζήτηση περισσότερης και πιο λεπτομερειακής πληροφόρησης για κοινοτικά θέματα και τις επιπτώσεις της ενοποίησης της αγοράς.
- Μελέτη των δυνατοτήτων συνεργασίας με άλλες επιχειρήσεις της ίδιας ή και άλλης χώρας, ανήκουσες στον ίδιο ή σε διαφορετικό κλάδο Οικονομίας.

- Συμμετοχή στα κατάλληλα κοινοτικά όργανα, μέσω των οργανώσεων που τον αντιπροσωπεύουν, για τον καθορισμό ευρωπαϊκών προδιαγραφών, χάραξη κοινοτικής πολιτικής, αντιμετώπιση εθνικών ιδιαιτεροτήτων κ.τ.λ.
- Επανεένταξη της διαφημιστικής πολιτικής της επιχείρησης των επικοινωνιών, των δημόσιων σχέσεων υπό το φως του αναγκαίου ανοίγματος προς την Ευρωπαϊκή αγορά.
- Βελτίωση της ποικιλίας των προσφερομένων, προϊόντων και υπηρεσιών καθώς και της ποιότητας τους.
- Αναθεώρηση της ακολουθούμενης πολιτικής προσωπικού (π.χ. πρόσληψη ξένου ή γλωσσομαθούς προσωπικού).

ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΙΙ

ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΩΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

2.1. ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Οι μικρές επιχειρήσεις έχουν ανάγκη από σωστό και μελετημένο προγραμματισμό, ίσως μάλιστα πιο μεγάλη ανάγκη και απ' ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις.

Και αυτό γιατί πολύ λίγες διαθέτουν αρκετά μέσα για να αντιμετωπίσουν μελλοντικά προβλήματα πραγματοποιώντας μεγάλες δαπάνες.

Ακόμη λιγότερες θα είναι σε θέση να ξεπεράσουν τις ζημιές που πιθανόν να πάθουν και που γίνονται πιο σοβαρές όταν η τύχη τους βασίζεται σε ένα μόνο προϊόν ή σε μερικούς μόνο πελάτες.

Ο μακροχρόνιος προγραμματισμός είναι η διαδικασία του συνειδητού και συστηματικού προβληματισμού για το μέλλον μιας επιχείρησης.

Είναι ένα απαραίτητο εργαλείο για την εξασφάλιση της ανταγωνιστικότητας μιας επιχείρησης και για την προσπάθεια μείωσης των κινδύνων που μπορεί να δημιουργηθούν σε οικονομικές κρίσεις στο μέλλον.

Οι περισσότερες μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν ασχολούνται με μακροπρόθεσμο προγραμματισμό, παρά το γεγονός ότι θα μπορούσε να τις ωφελήσει σημαντικά. Ο προγραμματισμός π.χ. μπορεί να

βοηθήσει τον πολυάσχολο ιδιοκτήτη - διευθυντή μιας μικρής επιχείρησης να προσδιορίσει έγκαιρα τις απαραίτητες ενέργειες που θα πρέπει να κάνει για να διασφαλίσει το μέλλον της επιχείρησής του.

Πολλοί ιδιοκτήτες μικρών επιχειρήσεων θεωρούν ότι ασχολούνται αρκετά με θέματα προγραμματισμού όταν καταφέρουν να αφιερώσουν λίγο χρόνο για να καταρτίσουν κάποια βραχυχρόνια πρόβλεψη πωλήσεων, κάποιο προϋπολογισμό εξόδων ή κάτι άλλο παρόμοιο. Αν ερωτηθούν όμως για κάπως πιο μακροπρόθεσμο προγραμματισμό, σχεδόν απορρίπτουν την ιδέα. "Αυτά είναι για τις μεγάλες επιχειρήσεις" λένε. Τίποτα βέβαια δεν μπορούσε να είναι πιο λάθος. Ο γρήγορος ρυθμός με τον οποίο αλλάζει ο κόσμος γύρω από κάθε επιχείρηση είναι πολύ πιθανό να μετατρέψει τις σημερινές τους μεθόδους παραγωγής σε τελείως ακατάλληλες, ακόμα και σε διάστημα 1-2 χρόνων. Άλλο ενδεχόμενο είναι τα προϊόντα που σήμερα κυριαρχούν στην αγορά να έχουν εξαφανιστεί σε λίγα χρόνια από τώρα.

Οι μικρές επιχειρήσεις έχουν ανάγκη από σωστό και μελετημένο προγραμματισμό, ίσως μάλιστα πιο μεγάλη ανάγκη από τις μεγάλες επιχειρήσεις. Και αυτό γιατί πολύ λίγες διαθέτουν αρκετά μέσα, για να αντιμετωπίσουν μελλοντικά προβλήματα πραγματοποιώντας μεγάλες δαπάνες.

2.1.1. ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΑΠΟ ΤΟΝ ΜΑΚΡΟΠΡΟΘΕΣΜΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ

Όταν ένας επιχειρηματίας ασχολείται συστηματικά και προβληματίζεται για το μέλλον της επιχείρησής του, χωρίς αμφιβολία, έχει μερικά πολύ σημαντικά οφέλη.

1) ΕΓΚΑΙΡΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΗΣΗ

Ορισμένες ενέργειες μέσα στην επιχείρηση απαιτούν χρόνο. Ο ιδιοκτήτης της αρκεί να προβλέψει ποιές είναι οι ενέργειες που θα χρειαστεί να κάνει, αλλά και τι χρόνος θα χρειαστεί για την εφαρμογή τους

2) ΜΑΚΡΟΧΡΟΝΙΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ

Ο Προγραμματισμός βοηθά στη σωστή διαμόρφωση αποφάσεων για ενέργειες που τα αποτελέσματά τους κυριολεκτικά θα επηρεάζουν την ζωή και την ευημερία της επιχείρησής, για πολλά μετέπειτα χρόνια. Πολλές από τις αποφάσεις, αφορούν επενδύσεις δηλαδή δαπάνη χρόνου, ώσπου και χρημάτων σήμερα για να δημιουργηθούν οφέλη μελλοντικά.

3) ΑΠΟΔΟΤΙΚΗ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ ΠΟΥ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΔΙΑΘΕΤΕΙ

Ο προγραμματισμός βοηθά στην καλύτερη και πιο αποδοτική αξιοποίηση των μέσων που η επιχείρηση έχει στην διάθεσή της, μια ιδιαίτερα σημαντική προσφορά όταν τα μέσα κάθε άλλο παρά άφθονα είναι. Όταν ο εξοπλισμός, το προσωπικό και τα κεφάλαια είναι περιορισμένα, κάθε επιχειρηματίας πρέπει να είναι πολύ προσεκτικός στο πώς τα χρησιμοποιεί. Οι αποφάσεις που πρέπει να παρθούν αφορούν στο τι θα πρέπει να γίνει, στο πώς και στο πότε. Πρέπει να εξεταστούν εναλλακτικές λύσεις και να εκτιμηθούν οι επιπτώσεις κάθε μιας τους στη γενική ευημερία της επιχείρησης, και πάλι για σωστή απόφαση ο προγραμματισμός είναι απαραίτητος.

4) ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΤΗΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Με τον προγραμματισμό βοηθείται η επιχείρηση ακόμα και στην βελτίωση της γενικής καθημερινής λειτουργίας της. Επειδή στη διαδικασία του προγραμματισμού απαιτείται να αξιολογηθεί πρώτα η κατάσταση στην οποία βρίσκεται σήμερα η επιχείρηση, μπορεί απ' αυτό να φανούν και τα θέματα στα οποία μπορούν να γίνουν βελτιώσεις. Μπορεί π.χ. να ανακαλύψει κανένας ότι οι πωλητές ξοδεύουν αδικαιολόγητα πολύ χρόνο, προωθώντας τον τύπο προϊόντος με το χαμηλότερο συντελεστή κέρδους. Η ακόμα ότι μια

μικρή μείωση στο κόστος πρώτων υλών μπορεί να καταλήξει σε μεγαλύτερη αύξηση των κερδών από ότι μια αύξηση του αριθμού των πωλητών.

2.1.2. ΤΑ ΕΜΠΟΔΙΑ ΑΝΑΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΙ ΣΤΟΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟ

Αν και τα πλεονεκτήματα του μακροπρόθεσμου προγραμματισμού είναι φανερά για την Μικρομεσαία Επιχείρηση πολλοί λίγοι επιχειρηματίες ασχολούνται μαζί του. Και αυτό γιατί ανάμεσα σ' αυτούς και τον προγραμματισμό παρεμβάλλονται μερικά χαρακτηριστικά εμπόδια όπως: ο φόβος ή καλύτερα ακόμα η αντιπάθεια για κάθε μελλοντολογία, ή αοριστία που από τη φύση του έχει ο προγραμματισμός, η ταχύτητα με την οποία αλλάζουν οι συνθήκες η ανεπάρκεια χρόνου, τόπου, από τον επιχειρηματία, το γεγονός ότι δεν γνωρίζει πως να προγραμματίσει και άλλα εμπόδια που θα πρέπει να ξεπεραστούν.

Για να υπερπηδηθούν τα εμπόδια που αναφέρθηκαν, θα πρέπει ο επιχειρηματίας να γνωρίζει, πιο ακριβώς είναι εκείνο το εμπόδιο που συμβάλει στο να μην γίνεται σωστός προγραμματισμός.

1. ΦΟΒΟΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

Ο φόβος είναι σημαντικός παράγοντας που δημιουργεί προβλήματα στον επιχειρηματία.

Πολλοί από αυτούς αποφεύγουν να αντιμετωπίσουν τα μακροχρόνια προβλήματα τους, φοβούμενοι ότι θα βρεθούν μπροστά σε άγνωστες καταστάσεις.

Το να αποφεύγεται να βρεθεί μια λύση αυτό δεν βελτιώνει την κατάσταση. Και ο πραγματικός φόβος του επιχειρηματία είναι η αντιμετώπιση του μέλλοντος. Χωρίς προγραμματισμό, χωρίς να υπάρχουν οι αναγκαίες εναλλακτικές λύσεις σε κάθε περίπτωση.

2. ΈΛΜΕΙΨΗ ΑΚΡΙΒΕΙΑΣ

Πολλοί επιχειρηματίες υποστηρίζουν ότι ο προγραμματισμός είναι τόσο ανακριβής σε σχέση με την πραγματικότητα, ώστε να μην αξίζει η πραγμάτωσή του.

Ότι όσο και προσεκτικά και αν του ετοιμάζουν τα πράγματα δεν ακολουθούν το πρόγραμμα.

Εν μέρει αυτό είναι σωστό. Γιατί ο προγραμματισμός είναι ένα αβέβαιο γεγονός και γιατί εκτός των άλλων, το μέλλον, όπου και να απευθύνεται είναι αβέβαιο.

3. ΜΗ ΕΦΙΚΤΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΣ

Πολλοί επιχειρηματίες μικρομεσαίων επιχειρήσεων υποστηρίζουν ότι ο μακροχρόνιος προγραμματισμός δεν είναι εφικτός γιατί πολλοί από τους στόχους και τα σχέδια τους αλλάζουν πολύ συχνά. Οπωσδήποτε αυτό είναι σοβαρό πρόβλημα, αλλά η λύση του βρίσκεται στην ελαστικότητα του σχεδιασμού παρά την απόρριψη του.

4. ΕΛΛΕΙΨΗ ΤΟΠΟΥ ΚΑΙ ΧΡΟΝΟΥ

Είναι μια δικαιολογία που χρησιμοποιούν οι επιχειρηματίες για να αποφύγουν την διαδικασία του προγραμματισμού. Λένε δηλαδή ότι δεν έχουν χρόνο ή ότι οι καθημερινές τους ασχολίες δεν τους επιτρέπουν να ασχοληθούν με τον προγραμματισμό.

Έχει όμως διαπιστωθεί ότι τόσο η παραγωγή όσο και οι πωλήσεις πηγαίνουν πολύ καλύτερα όταν αυτοί απουσιάζουν.

Επομένως ο επιχειρηματίας πρέπει να βρεί τον κατάλληλο τόπο και χρόνο για να ασχοληθεί με τον προγραμματισμό.

Για τον σκοπό αυτό πρέπει να δημιουργηθούν οι απαραίτητες προϋποθέσεις δηλαδή ησυχία και ηρεμία, μακριά από διάφορες ενοχλήσεις που αποσπούν την προσοχή από τον κύριο σκοπό.

5. ΕΛΛΕΙΨΗ ΓΝΩΣΕΩΝ ΓΥΡΩ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ

Το να αναγνωρίσεις ότι τέτοια εμπόδια πράγματι υπάρχουν είναι ήδη ένα σοβαρό βήμα στην προσπάθεια να τα ξεπεράσεις και να προχωρήσεις στον ίδιο μακροπρόθεσμο προγραμματισμό. Δεν πρέπει εξάλλου να ξεχνάει κανείς ότι ένα ακόμα από τα παραπάνω εμπόδια μπορεί από μόνο του να εμποδίζει την Μικρομεσαία Επιχείρηση να προγραμματίσει.

Άλλος μπορεί π.χ. να ενοχλείται από την αντικειμενική αδυναμία να προσδιορίσει τι σημαίνει γι' αυτόν ένας ορίζοντας δύο ετών από σήμερα. Αντίθετα άλλος θεωρεί ότι όλα αυτά είναι χάσιμο χρόνου, που έτσι και αλλιώς θεωρεί ότι δεν του φτάνει για άλλες σοβαρότερες κατά την γνώμη του δουλειές.

Σκοπός της οργάνωσης σαν δραστηριότητα είναι να επιτύχει και να προάγει την ομαλή και απρόσκοπτη λειτουργία της οικονομικής μονάδας.

Βασικά στοιχεία μιας επιτυχημένης οργάνωσης είναι:

- κατανομή εργασίας
- κλιμακωτή αλυσίδα (αλυσίδα εξουσίας από την κορυφή έως την βάση).
- Συντονισμός όλων των εργασιακών δραστηριοτήτων.

2.2. ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ

Η οργάνωση σε όλα τα επίπεδα αναπτύξεως της Μικρομεσαίας Επιχείρησης είτε αναπτύσσεται οριζόντια είτε κάθετα είναι υποτυπώδης.

Στο χώρο της Μικρομεσαίας Επιχείρησης (βιοτεχνίες) θα πρέπει να γίνει διάκριση ανάμεσα στις μικρές και στις μεσαίες επιχειρήσεις. Στις μικρές επιχειρήσεις το πρόβλημα της οργάνωσης εντοπίζεται σε στοιχειώδη κοστολογική ανάλυση και στην εφαρμογή απλών αρχών οργάνωσης στην παραγωγή.

Στην μεσαία επιχείρηση τα οργάνωτικά προβλήματα γίνονται περισσότερο πολύπλοκα με αποτέλεσμα την ανάγκη εφαρμογής ανώτερων μορφών οργανωτικών συστημάτων όπως ελλείψεως πληροφοριών, εφαρμογή οργανογραμμάτων, προγραμμάτων πωλήσεων, παραγωγής, εφοδιασμού, χρηματοδοτήσεως, επενδύσεων καθορισμού προτύπων (STANDARDS).

Στην Ελληνική βιομηχανία και ειδικότερα βιοτεχνία παρατηρείται έλλειψη οργάνωσης και στις πιο στοιχειώδεις μορφές της.

Το πιο σημαντικό πρόβλημα όμως, στον τομέα της οργάνωσης της Μικρομεσαίας Επιχείρησης είναι η απροθυμία και η δυσπιστία με την οποία αντιμετωπίζει ο βιοτέχνης κάθε προσπάθεια του οργανωτικού επιπέδου της επιχείρησης του, από οπουδήποτε και αν προέρχεται αυτή.

2.3. ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

Πολλοί μικρομεσαίοι επιχειρηματίες κάνουν συχνά λάθος να παραμελούν το οργανωτικό μέρος της παραγωγής τους. Τα αποτελέσματα φαίνονται στη μείωση των κερδών τους. Μερικές φορές το λάθος ξεκινάει από το ότι ο επιχειρηματίας συγκεντρώνει την προσοχή του σε κάποια άλλη λειτουργία. Η άλλοτε πάλι αν και φροντίζει την φάση της παραγωγής, μπορεί να τα κάνει με λάθος τρόπο.

Ορισμένες βασικές αρχές της παραγωγής που χρειάζονται οργάνωση είναι:

2.3.1. ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΗΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ

α) Μία και η εργασία αποτελεί ένα σημαντικό στοιχείο στο συνολικό κόστος παραγωγής πρέπει να ελέγχεται προσεκτικά.

β) Τα υλικά πρέπει να αντικαθιστούνται από τα υλικά που εμφανίζονται στην αγορά, τα οποία δίνουν την ίδια απόδοση με χαμηλότερο κόστος.

Προσδιορισμός με ακρίβεια της ποσότητας και του τύπου των υλικών που πρέπει να χρησιμοποιηθούν για κάθε προϊόν που

παράγεται έλεγχος φοράς που δημιουργήθηκε στη παραγωγή και σε τι οφείλεται, ώστε να ελαττωθεί όσο το δυνατόν περισσότερο.

Επίσης ένας κακός έλεγχος των αποθεμάτων μπορεί να καταλήξει σε δαπανηρές καθυστερήσεις είτε γιατί δεν υπάρχουν τα κατάλληλα υλικά όταν χρειάζονται είτε άλλοτε θα υπάρχουν μεγάλες ποσότητες από υλικά που κινούνται πολύ αργά.

γ) Η κανονική και τακτική συντήρηση των μηχανημάτων είναι απαραίτητη για να διατηρηθεί η αποδοτικότητα τους. Επίσης η τοποθέτηση των μηχανημάτων πρέπει να είναι σωστή και να εξετάζεται άν με τις παραγωγές που διαμορφώνονται από χρόνο σε χρόνο, είναι πραγματικά εξυπηρετική.

2.3.2 ΕΛΕΓΧΟΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

Ένα άλλο πολύ σπουδαίο μέρος της παραγωγής είναι ο ποιοτικός έλεγχος. Η διατήρηση καλής ποιότητας είναι πάντα μια πολύ καλή μορφή πολιτικής της επιχείρησης. Μπορεί κανείς να το επιδιώξει με τους εξής απλούς τρόπους:

- Με το να ορίσει την αγορά στην οποία απευθύνεται.
- Με το να προσδιορίσει την ποιότητα που η αγορά αυτή απαιτεί.
- Με το να ορίσει μια τιμή για το προϊόν, αρκετή για να διασφαλίσει την απαιτούμενη ποιότητα.

- Με το να προσφέρει και να συνεχίσει να προσφέρει σταθερό επίπεδο ποιότητας.

Για σταθερότητα καλής ποιότητας ο ποιοτικός έλεγχος είναι απαραίτητος.

2.3.3. ΝΟΡΜΕΣ - ΣΤΑΝΤΑΡΤΣ ΑΠΟΔΟΣΗ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΥΛΙΚΩΝ

Πρέπει να υπάρχει μια κάποια ένδειξη του τι πρέπει να περιμένει η επιχείρηση να τις αποδώσει μια εργασία, τα μηχανήματα και τα υλικά που χρησιμοποιεί:

Γι' αυτό πρέπει να διαμορφωθεί μια σειρά από τέτοιες "νόρμες" οι οποίες θα μεταφερθούν στο τεχνικό προσωπικό της επιχείρησης και οι οποίοι θα πρέπει να τις θεωρήσουν σαν στόχους που θα πρέπει να πετύχουν.

Αυτό είναι απαραίτητο για να παρακολουθείται η πραγματική απόδοση και να εντοπίζονται οι αποκλίσεις από τις νόρμες.

2.4. ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΩΝ ΠΩΛΗΣΕΩΝ - ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η εισαγωγή του Μάρκετινγκ στις μικρομεσαίες ελληνικές επιχειρήσεις θα μπορούσε να οδηγήσει στον περιορισμό της εισαγωγής

ξένων προϊόντων και ακόμα στην προώθηση των πωλήσεων στις αγορές του εξωτερικού.

Καλύτερο Μάρκετινγκ σημαίνει αύξηση των πωλήσεων και αύξηση των πωλήσεων σημαίνει καταρχήν και αύξηση του βαθμού ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης ή του προϊόντος και αντίστροφα.

Θα μπορούσαμε να πούμε χωρίς καμία υπερβολή ότι το τμήμα των πωλήσεων είναι το πιο παραμελημένο και πιο ανοργάνωτο τμήμα, στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις. Μία αιτιολογία του φαινομένου αυτού μπορεί να αναζητηθεί στο γεγονός ότι συνηθέστατα ο βιοτέχνης προέρχεται από την παραγωγή, είναι τεχνίτης και αισθάνεται "παραγωγός". Δεν είναι σπάνια η αποστροφή του όταν πιέζεται να ασχοληθεί με θέματα πωλήσεων "δεν είμαι έμπορος εγώ".

Αποτέλεσμα αυτής της νοοτροπίας είναι να αφιερώνει πολύ λίγο χρόνο στον τομέα της πώλησης, όντας απασχολημένος με τα προβλήματα της παραγωγής. Χαρακτηριστικό εξάλλου αυτής της νοοτροπίας είναι ότι τα ποσά που διαθέτει για την προώθηση πωλήσεων τα θεωρεί δαπάνη-έξοδα, ενώ τα ποσά που διαθέτει στην παραγωγή για αγορά μηχανών τα θεωρεί "επένδυση".

Στην ουσία και τα δύο αποτελούν επένδυση. Υπάρχουν μηχανές που παράγουν και μηχανές που πουλάνε. Η διαφορά είναι ότι οι πρώτες είναι ορατές και μπορεί να τις δει, να τις επιλέξει και να τις αγοράσει κανείς σε κάποια έκθεση ή αντιπροσωπεία, ενώ οι δεύτερες

δεν είναι μηχανές, αλλά μηχανισμός και τεχνικές Μάρκετινγκ που δεν μπορεί να τις βρεί κανείς σε εκθέσεις και να τις δοκιμάσει.

Ουσιαστικά και κατά κανόνα η Μικρομεσαία Επιχείρηση δεν εφαρμόζει Μάρκετινγκ, απλώς πουλάει τα προϊόντα της. Μάρκετινγκ όμως και πώληση δεν είναι το ίδιο. Η πώληση βασίζεται στην ανάγκη του πωλητή να πουλήσει ενώ το Μάρκετινγκ βασίζεται στην ανάγκη του αγοραστή να αγοράσει. Η διαφορά είναι τεράστια.

Η έλλειψη νοοτροπίας μάρκετινγκ στην Μικρομεσαία Επιχείρηση και η μικρή σημασία που δίνει στην οργάνωση των πωλήσεων εκδηλώνεται με:

- Την έλλειψη βασικών εμπορικών εντόπιων (προσπέκτους, τιμοκαταλόγων κ.τ.λ.) ή την πρόχειρη και τελείως αντιεμπορική εκτύπωση τους. Το προσπέκτους είναι ο πρεσβευτής της επιχείρησης στους πελάτες τους και στην αγορά δημιουργεί την πρώτη θετική ή αρνητική εντύπωση για την επιχείρηση.
- Έλλειψη κατάλληλων εμπορικού σήματος ή εμπορικής επωνυμίας.
- Την έλλειψη συστήματος παρακολούθησης των υφισταμένων αλλά και των δυνητικών πελατών.
- Την έλλειψη συστηματικών σχέσεων με την αγορά και την αδυναμία συλλογής και αξιοποίησης πληροφοριών.
- Την έλλειψη πολιτικής πωλήσεων και τιμολογιακής πολιτικής.

- Την ακατάλληλη πολλές φορές συσκευασία ή την έλλειψη "φινιρίσματος" και εμφάνιση στο τελικό προϊόν.

Οι παραπάνω αδυναμίες δεν εμφανίζονται βεβαίως σε όλες τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στον ίδιο βαθμό και στην ίδια έκταση. Ποικίλουν από επιχείρηση σε επιχείρηση και από κλάδο σε κλάδο, ενώ τα τελευταία χρόνια κάτω από την πίεση του ανταγωνισμού, συνεχώς μεγαλύτερος αριθμός Μικρομεσαίας Επιχείρησης αρχίζει να εφαρμόζει συστηματικά βασικές αρχές και τεχνικές προώθησης των πωλήσεων και Μάρκετινγκ με πολύ ενθαρρυντικά αποτελέσματα εις την εσωτερική αγορά, αλλά και σε αγορές του εξωτερικού.

Είναι φανερό ότι οι παραπάνω αδυναμίες στον τομέα του Μάρκετινγκ, που κυρίως οφείλονται στην έλλειψη ενημέρωσης και εμπειρίας του βιοτέχνη για τις βασικές αρχές και τελικές του Μάρκετινγκ, σε συνδυασμό με τις εγγενείς με το μικρό μέγεθος αδυναμίες (αδυναμία διαφήμισης, έρευνας αγορών, μελέτες προϊόντων κ.τ.λ.), έχουν σοβαρή άμεση και έμμεση αρνητική επίδραση στην ανταγωνιστικότητα των προϊόντων των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων επειδή οδηγούν σε απώλεια πωλήσεων, απώλεια κερδών, υποαπασχόληση προσωπικού και παραγωγικών εγκαταστάσεων και ακόμη στην παραγωγή προϊόντων μη προσαρμοσμένων στις ανάγκες της αγοράς και του καταναλωτή.

Αν οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις είχαν συνηθειοποιήσει ότι το Μάρκετινγκ προσφέρει δυνατότητες για παραγωγή και ότι, όπως υπάρχουν μέθοδοι και διαδικασίες παραγωγής, υπάρχουν και μέθοδοι και διαδικασίες πώλησης, τότε ο τομέας του Μάρκετινγκ θα ήταν ο πρώτος παράγοντας που θα επηρέαζε σημαντικά την αύξηση της ανταγωνιστικότητας των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων.

ΠΡΟΫΠΟΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΕΣ

Είναι γνωστό ότι κεντρικό και κύριο σημείο αναφοράς για την αύξηση της ανταγωνιστικότητας των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων είναι ο ίδιος ο φορέας της επιχείρησης, ο οποίος είναι και διευθυντής παραγωγής και διευθυντής πωλήσεων και οικονομολόγος. Είναι ο "άνθρωπος - ορχήστρα".

Η εποχή μας απαιτεί και επιβάλλει την ειδίκευση και την ειδικότητα. Στον χώρο της Μικρομεσαίας Επιχείρησης αυτό σημαίνει ότι πρέπει να περάσουμε από τον ανειδίκευτο στον ειδικευμένο Μικρομεσαίο Επιχειρηματία.

Στον τομέα των πωλήσεων αυτό σημαίνει ότι ο Μικρομεσαίος Επιχειρηματίας οφείλει να υιοθετήσει και να εφαρμόζει τις αρχές:

α) Να τηρεί και να εφαρμόζει ενεργητική επιθετική συμπεριφορά απέναντι στην αγορά. Οφείλει να παρακολουθεί συστηματικά την

αγορά, να αναζητάει και να πείθει τον πελάτη, να προωθεί τα προϊόντα, να οργανώνει την διανομή κ.λ.π.

β) Να δίνει, στο Μάρκετινγκ την ίδια τουλάχιστον σημασία και βαρύτητα, που δίνει στις άλλες βασικές λειτουργίες της επιχείρησης.

γ) Να είναι ενήμερος των βασικών μεθόδων και τεχνικών του Μάρκετινγκ.

Η συνειδητοποίηση και εφαρμογή στην πράξη από τον Μικρομεσαίο Επιχειρηματία των τρίτων αυτών βασικών αρχών θα έχει ως άμεσο αποτέλεσμα τον προσανατολισμό της επιχείρησης σε νέες δραστηριότητες με σκοπό την αύξηση των πωλήσεων, όπως π.χ.

- Βελτίωση της εικόνας της επιχείρησης στην αγορά.
- Βελτίωση του προϊόντος (ποιότητα, συσκευασία).
- Βελτίωση των σχέσεων με την πελατεία και αναζήτηση νέων πελατών ή νέων αγορών - εφαρμογή σωστής τιμολογιακής πολιτικής.
- Καθορισμός βασικών στόχων και πολιτικής.
- Συμμετοχή σε εκθέσεις εσωτερικού και εξωτερικού.

Μιλάμε βεβαίως για απλές εφαρμογές βασικών αρχών ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ, τέτοιες που να προσφέρονται για την μικρή επιχείρηση και να μπορούν να εφαρμοστούν χωρίς πολυδάπανα συστήματα, έρευνες και στελέχη που εκ των πραγμάτων δεν μπορεί να αντέξει η μικρή επιχείρηση.

Πρόκειται στην ουσία για το πέρασμα της νοοτροπίας και της φιλοσοφίας του MARKETING των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων. Και αυτό είναι το πρώτο και πολύ σοβαρό βήμα. Πως θα περάσουμε το Μάρκετινγκ στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις;

Η εύκολη απάντηση θα ήταν "να φροντίσει το κράτος". Χωρίς να παραγνωρίζει κανείς τον ρόλο του κράτους, η απάντηση είναι ότι η ευθύνη ανήκει πρώτα, στον ίδιο τον βιοτέχνη. Πρέπει ο ίδιος να θελήσει και να ενδιαφερθεί.

2.5. ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΗΣ ΡΕΥΣΤΟΤΗΤΑΣ

Τα έσοδα είναι ένα θέμα, η είσπραξη των χρημάτων είναι άλλο. Για την Μικρομεσαία Επιχείρηση το πότε θα εισπράξει χρήματα και πότε θα καταβάλλει χρήματα, είναι ίσως το σπουδαιότερο οικονομικό θέμα που πρέπει να παρακολουθεί. Η στενότητα ρευστών χρημάτων είναι συνήθως το σημαντικότερο οικονομικό πρόβλημα της Μικρομεσαίας Επιχείρησης. Μια αιτία αυτού του προβλήματος είναι η έλλειψη δανειοδοτών. Συνήθως μια μεγάλη εταιρεία έχει άνετη πρόσβαση στις τράπεζες. Η Μικρομεσαία Επιχείρηση δεν μπορεί να υποστηρίξει τις απαιτήσεις της τόσο θετικά. Έτσι μια καθυστερημένη είσπραξη ή μια απροσδόκητη δαπάνη μπορεί να καταστρέψει κυριολεκτικά μια Μικρομεσαία Επιχείρηση.

Οι υπολογισμοί για την απόδοση των επενδυσόμενων κεφαλαίων έρχονται δεύτεροι από άποψη προτεραιοτήτων.

2.6. ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΗΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

Το χρηματοδοτικό πρόβλημα στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις παρουσιάζει σοβαρές ιδιομορφίες και δυσχέρειες και μπορούμε να πούμε ότι προσδιορίζεται από τους εξής παράγοντες:

1. Έλλειψη εταιρικών κεφαλαίων.
2. Έλλειψη οικονομικού προγράμματος.
3. Δυσχέρειες προσφυγής στις πηγές χρηματοδότησης.

Συνηθέστατα η μικρή μονάδα ξεκινάει με περιορισμένα κεφάλαια που είναι το αποτέλεσμα προσωπικών και οικογενειακών οικονομιών.

Η επέκταση της μονάδας γίνεται χωρίς οικονομικό πρόγραμμα και πολλές φορές τα κέρδη δεν φτάνουν να καλύψουν τις επενδύσεις.

Πράγματι οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις κατά κανόνα δεν επενδύουν "συνεχώς και συνεπώς", αλλά η επενδυτική συμπεριφορά τους χαρακτηρίζεται από την εμφάνιση μεγάλων, συγκριτικά με το μέγεθος, επενδύσεων σε άτακτα χρονικά διαστήματα, με αποτέλεσμα να εκτίθενται σε σοβαρούς κινδύνους και κυρίως να στερούνται και να υποφέρουν από χρόνια έλλειψη κεφαλαίων κινήσεως.

Είναι πολύ συνηθισμένο φαινόμενο στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, το διαπιστώνουμε καθημερινά, να προβαίνουν σε αγορές μηχανικού εξοπλισμού με δικά τους διαθέσιμα ή βραχυπρόθεσμες πιστώσεις, εξαντλώντας έτσι τα κεφάλαια κίνησης και να καταφεύγουν ύστερα στην τράπεζα για κεφάλαια κίνησης, συνήθως πολύ αργά, όταν αρχίζουν να πιέζουν διάφορες ληξιπρόθεσμες υποχρεώσεις.

Εξάλλου η έλλειψη σωστής ενημέρωσης και πληροφόρησης των βιοτεχνών για τις πηγές, τους όρους και τις διαδικασίες χρηματοδότησης και η έλλειψη ειδικευμένων στη χρηματοδότηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων τραπεζικών στελεχών ή ακόμα περισσότερο η έλλειψη ειδικευμένου φορέα στη χρηματοδότηση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων που θα μπορούσε και θα έπρεπε να παίζει και το ρόλο του συμβούλου χρηματοδότησης του βιοτέχνη, αποτελούν τους βασικούς ανασταλτικούς παράγοντες που μέχρι σήμερα εξουδετερώνουν στην πράξη σε μεγάλο βαθμό τα ευνοϊκά μέτρα χρηματοδότησης των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων που έχουν θεσπιστεί.

Μέσα και κάτω από τις συνθήκες αυτές διάφοροι οργανισμοί καλούνται να παίξουν τον ρόλο του καταλύτη, που από τη μία θα διευκολύνει τις μικρές επιχειρήσεις στην πρόσβασή τους στη χρηματοδότηση και από την άλλη συνδυάζοντας την χρηματοδότηση με

την παροχή τεχνικής βοήθειας, θα συμβάλλει στην καλύτερη αξιοποίηση των χορηγουμένων βιοτεχνικών δανείων.

Στο πρόβλημα της χρηματοδότησης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων προσφέρονται να βοηθήσουν ορισμένοι φορείς, όπως είναι ο Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ., οι διάφορες εμπορικές τράπεζες, η Ε.Ο.Κ. μέσω της Ευρωπαϊκής τράπεζας επενδύσεων (Ε.Τ.Ε.) και η θέσπιση ορισμένων νόμων και αποφάσεων.

Ο Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ.

- Αξιολογεί να επενδύσει (μέχρι 40 εκατ. δρχ.) με χρηματοδοτήσεις βάσει του αναπτυξιακού νόμου 1962/82 (και τροποποιήσεων του).
- Δανειοδοτεί βιοτεχνίες με βάση την 197 απόφαση της Ν.Ε. (χωρίς να ζητά κάλυψη με εξωεπιχειρησιακές εγγυήσεις).
- Επιχορηγεί συνεταιρισμούς και κοινοπραξίες νέων, ηλικίας μέχρι 35 ετών που εγκαθίστανται στην περιφέρεια.

Επίσης στους ίδιους συνεταιρισμούς και κοινοπραξίες παρέχει άτοκα δάνεια.

Η χρηματοδότηση προς τη βιοτεχνία είναι απαραίτητο να συνδυάζεται με την παροχή τεχνικής βοήθειας. Η τράπεζα ή οποιοσδήποτε οργανισμός που αποφασίζει για την χρηματοδότηση, δεν πρέπει να είναι μόνο ο κριτής, αλλά ο σύμβουλος, ο συνεργάτης, ο πραγματικός συμπαραστάτης του βιοτέχνη. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι ο αρμόδιος υπάλληλος της τράπεζας ή οποιουδήποτε οργανισμού, δεν

αρκείται να εξετάσει τα τυπικά στοιχεία μιας αίτησης για δάνειο, αλλά να συζητήσει με τον βιοτέχνη, να τον συμβουλέψει, να τον καθοδηγήσει, να δει και να εξετάσει το πρόβλημά του σαν σύμβουλος και πέρα από τα πλαίσια της τοπικής διαδικασίας χρηματοδότησης. Αυτό έχει ανάγκη ο βιοτέχνης, γιατί δεν έχει ειδικές γνώσεις και δεν διαθέτει και στελέχη για να μπορέσει όμως να παίξει τον ρόλο αυτό η τράπεζα ή οποιοσδήποτε χρηματοδοτικός οργανισμός χρειάζεται ειδικευμένα κέντρα, στελέχη που και τις γνώσεις αλλά και το χρόνο θα διαθέτουν, για να βοηθήσουν ουσιαστικά τη χρηματοδότηση της βιοτεχνίας.

2.7. ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Με τη συνεχή άνοδο του επιπέδου της τεχνολογίας η ζωή γενικότερα γίνεται πιο πολύπλοκη αλλά και ειδικά η διοίκηση των επιχειρήσεων περιλαμβανομένων και των μικρομεσαίων γίνεται πιο απαιτητική με την έννοια ότι χρειάζονται όλο και περισσότερες γνώσεις και ακόμα διαφορετικές σε σχέση με εκείνες του παρελθόντος.

Παραδοσιακές τεχνολογίες φθάνουν, παλιά προϊόντα και παλιές μέθοδοι πεθαίνουν.

Οι αλλαγές στην τεχνολογία και στην διοίκηση γίνονται συχνότερες, εντονότερες και πιο απότομες. Γι' αυτό και οι μικρομεσαίες

επιχειρήσεις δεν είναι δυνατόν πλέον να επιβιώνουν με διοίκηση που βασίζεται στην διαίσθηση, τον κοινό νού και παραδοσιακές γνώσεις. Και στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις χρειάζονται επομένως στελέχη με περισσότερες γνώσεις και δεξιότητες και μάλιστα όπως και στις άλλες επιχειρήσεις, χρειάζεται πολύ συχνότερη ανανέωση και εμπλουτισμός αυτών από ότι στο παρελθόν.

Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο σε πιο προηγμένες τεχνολογικά χώρες υπάρχει μια ραγδαία αύξηση ειδικών μαθημάτων που προσφέρονται για την διοίκηση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων.

Καθίσταται αναγκαία η δημιουργία προγραμμάτων που σκοπό θα έχουν την επιμόρφωση του ανθρώπινου δυναμικού των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και που θα πρέπει να έχουν την πρέπουσα αποδοχή από τους εργαζόμενους σε αυτές ώστε να αποδώσουν το μέγιστο των παραγωγικών δυνατοτήτων τους.

2.8. ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΟΥ ΜΗΧΑΝΟΓΡΑΦΙΚΟΥ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ

Είναι αναμφισβήτητο ότι με την εμφάνιση των Η/Υ άλλαξε ο ρυθμός της εξέλιξης του πολιτισμού της ανθρωπότητας χάρη στις μεγάλες δυνατότητες που παρέχουν: α) μεγάλη ταχύτητα επεξεργασίας, β) σχεδόν απεριόριστες δυνατότητες αποθηκεύσεως στοιχείων, γ) ακρίβεια και πιστότητα υπολογισμού και δ) ικανότητα αυτόματης

εκτελέσεως οποιασδήποτε επαναληπτικής ή υπολογιστικής διαδικασίας.

Είναι προφανές ότι με τον κατάλληλο συνδυασμό των πλεονεκτημάτων που παρέχει ένας Η/Υ αφ' ενός, και της σωστής αναλύσεως των αναγκαίων αφ' ετέρου, μπορούμε να επιτύχουμε το ιδανικό σημείο λειτουργίας μιας επιχείρησης, στην πορεία για την πραγμάτωση των στόχων της.

Οι περισσότερες εφαρμογές Η/Υ που λειτουργούν σήμερα στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις αφορούν κυρίως την τιμολόγηση, τους πελάτες - προμηθευτές και τη μισθοδοσία του προσωπικού τους. Ένα μεγάλο ποσοστό επίσης από αυτές αφορούν την γενική λογιστική και της αποθήκης.

Συγκριτικά λοιπόν με τις τεράστιες δυνατότητες που προσφέρει ένας Η/Υ το μόνο που έχει κατορθώσει η μέση Ελληνική Επιχείρηση είναι να τον μετατρέψει σε ένα τεράστιο άχρηστο, τις πιο πολλές φορές, αρχείο.

Η εικόνα της μηχανογραφήσεως, γενικά στην χώρα μας δεν είναι και πολύ ελπιδοφόρα.

Οι δαπάνες για την διάχυση της πληροφορικής και της μηχανογράφησης των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων διεθνώς, έχουν συγκεντρωθεί για ορισμένες βιομηχανικές χώρες από τις οποίες συμπεραίνεται ότι οι Η.Π.Α., Ιαπωνία, η Δυτική Γερμανία, η Γαλλία, η

Μεγάλη Βρετανία και η Ιταλία δαπανούν για την μηχανογράφηση το 80% του συνολικού ποσού που δαπανάται διεθνώς για την μηχανογράφηση.

Αυτό πρέπει επιτέλους να δώσει και σε εμάς το έναυσμα για το μεγαλύτερο εκσυγχρονισμό των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων το ταχύτερο δυνατόν.

Η δυνατότητα και οι προϋποθέσεις υπάρχουν αρκεί μόνο η σωστή εκμετάλλευση αυτών.

2.9. ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΩΝ ΕΞΑΓΩΓΩΝ

Το θέμα του Μάρκετινγκ των εξαγωγών είναι εξαιρετικής σπουδαιότητας ιδιαίτερα για χώρες μικρές αλλά ανοιχτές στον κόσμο, σαν την Ελλάδα, οι οποίες εκ της φύσεως που επικρατούν πρέπει να είναι σε πολύ μεγάλο βαθμό εξωστρεφείς, ώστε να μπορέσουν οι επιχειρήσεις και ιδιαίτερα οι μικρομεσαίες να επιβιώσουν. Εφ' όσον η αγορά μιας χώρας είναι σχετικά μικρή τόσο από απόψεως αριθμού κατοίκων, όσο και από απόψεως εισοδήματος και τρόπου με τον οποίο το καταναλίσκουν, θα πρέπει οι επιχειρήσεις όχι μόνο να φροντίζουν να αποκαθιστούν με επιτυχία εισαγόμενα προϊόντα αλλά ταυτόχρονα να στρέφονται και προς τις ξένες αγορές, οι οποίες αποτελούν ένα πελώριο πεδίο για επιτυχημένες πωλήσεις. Οι εξαγωγές που γίνονται

από τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις είναι πάρα πολύ μικρές σε σχέση με το σύνολο.

Εντούτοις όμως το φαινόμενο αυτό δεν αποδίδει τον πραγματικό δυναμισμό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Αυτό σημαίνει ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν πολύ περισσότερες δυνατότητες να κάνουν εξαγωγές από εκείνες που πραγματικά πραγματοποιούν, το γεγονός όμως ότι δεν επιτυγχάνουν αρκετά στο θέμα αυτό οφείλεται στους εξής παράγοντες:

- Φόβος του αγνώστου. Πολλοί επιχειρηματίες πιστεύουν ότι η έλλειψη γνώσεων σχετικά με τις αγορές εξωτερικού αποτελεί ένα ανυπέρβλητο εμπόδιο και γι' αυτό δεν επιχειρούν και να κάνουν εξαγωγές. Υποστηρίζουν μάλιστα, ότι εφόσον ήδη στο εγχώριο περιβάλλον τους το οποίο γνωρίζουν αρκετά καλά είναι τόσο δύσκολο να επιτύχουν καλύτερες πωλήσεις, πόσο μάλλον σε χώρους τους οποίους δεν γνωρίζουν και στους οποίους έχουν πολύ ελλιπής και συχνά αργοπορημένες πληροφορίες για τα όσα συμβαίνουν και για τις συνθήκες που επικρατούν.
- Ο φόβος των μακρινών αποστάσεων από τις αγορές. Πολλοί επιχειρηματίες επίσης πιστεύουν ότι οποιαδήποτε σχέση με μια ξένη χώρα θα ήταν πολύ δύσκολο να ρυθμιστεί αποτελεσματικά και ομαλά ιδιαίτερα εάν επιθυμούν να ασκήσουν επιτόπιο έλεγχο στις αγορές αυτές.

- Φόβος για την πολυπλοκότητα των σχέσεων με το εξωτερικό. Πολλοί επιχειρηματίες πιστεύουν, ότι αυτή καθαυτή η δημιουργία μιας σχέσεως με το εξωτερικό είναι ένα πολύπλοκο γεγονός και συχνά ούτε καν θέλουν να το σκέφτονται. Οι άνθρωποι αυτοί πιστεύουν ότι είναι έξω από τις ικανότητες τους να αντιληφθούν την πολυπλοκότητα των στοιχείων που υπάρχουν στις αγορές του εξωτερικού, όπου οι άνθρωποι μιλούν ξένη γλώσσα υπάρχει διαφορετικό νομικό σύστημα όπου υπεισέρχονται οι παράγοντες των διαφορετικών νομισμάτων και των συχνών διακυμάνσεών τους και όπου η νοοτροπία και οι απόψεις και διαθέσεις των ανθρώπων διαφέρουν σε πολλές περιπτώσεις ριζικά από εκείνες της χώρας στην οποία οι ίδιοι συνήθως ζούν.

ΣΚΕΨΕΙΣ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Όπως τονίστηκε, η Μικρομεσαία Επιχείρηση αποτελεί έναν ζωντανό οργανισμό στην Ελλάδα που χρειάζεται άμεσες και σχετικές ανταποκρίσεις στα προβλήματα της που πολλές φορές είναι μοναδικά και βραχυπρόθεσμα. Το μέλλον της Μικρομεσαίας Επιχείρησης είναι δεμένο με την ταχύτητα που θα προσαρμοστεί στις σύγχρονες διοικητικές - οργανωτικές τεχνικές.

Θα πρέπει να υπάρξει πολιτική ανάπτυξη του Μάνατζμεντ στην Μικρομεσαία Επιχείρηση, είτε με επιμόρφωση των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων είτε με συμβολή διαφόρων οργανισμών (Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ.) μέσω τεχνικής βοήθειας προς τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις.

Η αύξηση της επιχειρηματικότητας στον χώρο των μικρομεσαίων μπορεί να γίνει ή με την αύξηση των Μικρομεσαίων Επιχειρηματιών ή με αύξηση των επιχειρηματικών ικανοτήτων των ήδη υπαρχόντων Μικρομεσαίων Επιχειρηματιών.

Το σημαντικότερο μέσο πολιτικής αποτελούν τα χρηματοδοτικά μέτρα τα οποία πρέπει όμως να ακολουθούνται από έναν προγραμματισμό.

Θα πρέπει να υπάρχει συνεχής πληροφόρηση μέσω μιας τράπεζας πληροφοριών που να μπορεί να εξυπηρετήσει οποιαδήποτε Μικρομεσαία Επιχείρηση ζητά κάποια βοήθεια.

Νομίζουμε ακόμα ότι θα πρέπει να υπάρξει μία στροφή του Δημοσίου προς τους μικρομεσαίους προμηθευτές, ώστε να υπάρχει μια διεύρυνση της αγοράς.

Τέλος, νομίζουμε ότι θα πρέπει να αναβαθμιστεί ο κυριότερος παράγοντας επιτυχία της Μικρομεσαίας Επιχείρησης που είναι ο Μικρομεσαίος Επιχειρηματίας ο οποίος θα πρέπει να εναρμονιστεί στις νέες συνθήκες αγοράς - τεχνολογίας - σκέψης - πληροφόρησης και γενικά να έχει γίνει αποδέκτης του σύγχρονου Μάνατζμεντ.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ I & II

Στο κεφάλαιο I μας δόθηκε η ευκαιρία να κατανοήσουμε τι εννοούμε λέγοντας Μικρομεσαία Μεταποιητική Επιχείρηση, καθώς και τη διαπίστωση - αναγνώριση του σημαντικού ρόλου των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της χώρας μας.

Η ιδιαίτερη σημασία, προκύπτει από τον πολύ μεγάλο αριθμό των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και το πολύ μεγάλο ποσοστό που καταλαμβάνουν επί του συνόλου των επιχειρήσεων, αλλά επιπλέον και από τον αριθμό των ατόμων που συνολικά απασχολούνται σε αυτές καθώς, από την μεγάλη συμβολή τους στην παραγωγή του Εθνικού Προϊόντος και του Εθνικού Εισοδήματος.

Είναι γνωστό ότι η Μικρομεσαία Επιχείρηση δηλαδή, οι μεταποιητικές επιχειρήσεις που απασχολούν μέχρι 50 άτομα, αποτελούν το 98,8% του συνόλου των Μεταποιητικών Επιχειρήσεων, απασχολούν το 60% των εργαζομένων στην μεταποίηση και παράγουν το 40% της προστιθέμενης αξίας του Βιομηχανικού προϊόντος.

Δύο επιπλέον στοιχεία που κάνουν τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις να έχουν ιδιαίτερη σπουδαιότητα είναι τα ακόλουθα: Οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις αποτελούν ισχυρό μοχλό δημιουργίας καινοτομιών, που με τη σειρά τους, αποτελούν ισχυρό παράγοντα τόσο

διατηρήσεως της ανταγωνιστικότητας των Ελληνικών προϊόντων και επιχειρήσεων, όσο και διαφυλάξεως, άν όχι αυξήσεως, του αριθμού των θέσεων εργασίας στην χώρα μας.

Τέλος φαίνεται ότι ο ρόλος του ανεξάρτητου επιχειρηματία, ταιριάζει πολύ στην Ελληνική ψυχοσύνθεση, ευελιξία και εφευρετικότητα. Αυτό έχει αποδειχτεί και με πρόσφατες διεθνείς μελέτες και έχει ευρεία διάδοση (στο εξωτερικό, η άποψη, ότι οι Έλληνες είναι από τους πλέον επιχειρηματικούς λαούς).

Η διαπίστωση της αυξήσεως της σημασίας των επιχειρήσεων αυτών στο σύνολο της κάθε Εθνικής Οικονομίας, αποτελεί ένα διεθνές φαινόμενο. Συνέπεια της σε διεθνή κλίμακα διαπιστώσεως αυτής, είναι ότι οι κυβερνήσεις κυρίως των ανεπτυγμένων χωρών, λαμβάνουν τώρα περισσότερα μέτρα τονώσεως της επιχειρηματικότητας των λαών τους δημιουργώντας Ινστιτούτα - Φυτώρια αναπτύξεως, επιχειρηματικού πνεύματος, κυρίως στους νέους.

Κατανοώντας τον τεράστιο ρόλο και την σημασία που έχουν οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στην Οικονομία της Χώρας, τόσο πιο πολύ επισημαίνεται η ανάγκη για να μπορούν να ανταποκριθούν μπροστά στην πρόκληση του 1992, να αντιδράσουν έγκαιρα και σωστά, να προσαρμοστούν στις συνθήκες της μεγάλης αγοράς και τέλος να αντεπεξέλθουν στον συνεχές εκτεινόμενο ανταγωνισμό.

Για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις που θα αντιδράσουν και θα ανταποκριθούν στις συνθήκες και απαιτήσεις του 1997, το έτος αυτό θα σημαίνει για αυτές μεγάλη ευκαιρία για αναβάθμιση, ανανέωση και επέκταση σε προϊόντα, υπηρεσίες, παραγωγικού εξοπλισμού και αγορές.

Εκτιμώντας τη σημασία που έχουν οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη της χώρας μας, στο κεφάλαιο II αναφέρουμε διάφορα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι μικρομεσαίες αυτές επιχειρήσεις τα οποία αποτελούν φραγμό για την παραπέρα ανάπτυξη τους, καθώς επίσης και στην δυνατότητα ανταπόκρισης τους στις απαιτήσεις του μέλλοντος.

Από τα προβλήματα που αναφέραμε στο κεφάλαιο αυτό, αναλύσαμε και τονίσαμε περισσότερο το πρόβλημα του προγραμματισμού, επισημαίνοντας έτσι τη μεγάλη σημασία του, καθώς και τη σπουδαιότητα του, ως το πιο σημαντικό και καθοριστικό παράγοντα της Μικρομεσαίας Επιχείρησης.

Ο προγραμματισμός, είναι η δραστηριότητα που βοηθάει τον μικρομεσαίο επιχειρηματία να κάνει προβλέψεις για το μέλλον του, ώστε να ανακαλύπτει ενδεχόμενες αιτίες που μπορεί να εμποδίσουν την επίτευξη των στόχων τους και να προετοιμάσει την συγκεκριμένη εκείνη στιγμή.

Επομένως, είναι βέβαιο ότι καθένας μπορεί να επιτύχει καλύτερα αποτελέσματα, εάν έχει προβλέψει σωστά και έχει προετοιμαστεί για την αντιμετώπιση ενδεχομένων εμποδίων.

Δυστυχώς όμως το θέμα του προγραμματισμού αντιμετωπίζεται από τους ιδιοκτήτες των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων με μεγάλη επιπολαιότητα διότι, σαν Έλληνες, έχουν την τάση να είναι βιαστικοί, να αναζητάνε πολύ γρήγορα αποτελέσματα και συχνά να καταλήγουν σε προχειρολογία, που σημαίνει δραστηριοποίηση προς μία κατεύθυνση, κατόπιν διαπίστωσης ότι αυτό που κάνουν ή επιτυγχάνουν δεν είναι ακριβώς εκείνο που ήθελαν αλλαγή κατευθύνσεως και έτσι σπατάλη χρόνου και πόρων. Η πείρα έδειξε ότι διάφορες δυσκολίες και εμπόδια αποθαρρύνουν τους επιχειρηματίες στον προγραμματισμό. Αυτά τα εμπόδια συνήθως είναι: φόβος για το μέλλον, έλλειψη ακρίβειας στους υπολογισμούς, υψηλός ρυθμός αλλαγών, έλλειψη κατάλληλου χρόνου και τόπου κλπ.

Το κυριότερο εμπόδιο όμως όπου οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες καταλήγουν στη μη εφαρμογή του, είναι η έλλειψη γνώσεων γύρω από τον προγραμματισμό, όπου αποτελεί το μεγαλύτερο πρόβλημα και εμπόδιο για την δημιουργία του.

Ακόμη και όταν υπάρχουν οι άλλες προϋποθέσεις, η έλλειψη γνώσεων αποτελεί σοβαρό ανασταλτικό παράγοντα.

Επίσης στις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, οι ιδιοκτήτες και τα στελέχη δεν είναι εξειδικευμένα, ώστε να αφιερώνουν σε ένα είδος μόνο τη δραστηριότητα τους πρέπει να ασχολούνται με πολλά και ποικίλα θέματα, με αποτέλεσμα να ξοδεύουν τον χρόνο τους με τη λύση άλλων προβλημάτων, παρά με το να προγραμματίζουν για το μέλλον, ώστε να είναι καλύτερα εξοπλισμένοι για να το αντιμετωπίσουν.

Ένα άλλο επίσης σοβαρό πρόβλημα, το πρόβλημα της οργάνωσης, αντιμετωπίζεται και αυτό με την ίδια επιπολαιότητα και προχειρολογία από τους ιδιοκτήτες των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων αγνοώντας ή δυσπιστώντας τη μεγάλη ανάγκη της οργανωτικής δομής της στις διάφορες λειτουργίες της επιχείρησης, είτε αφορούν την παραγωγή, τις πωλήσεις, τις αγορές τις οικονομικές υπηρεσίες, είτε τα θέματα προσωπικού.

Παρατηρούμε ότι η οργάνωση της παραγωγής αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα προβλήματα που πρέπει να προσέξει η επιχείρηση, γιατί η παραγωγή είναι γεμάτη "παγίδες", κακής απόδοσης, με αποτέλεσμα το χαμηλό κέρδος της.

Πρέπει να μεριμνά πάντα για την μεγιστοποίηση της αποδοτικής χρήσης υλικών, εργασίας και μηχανών (δηλαδή την ελαχιστοποίηση του κόστους της), να διατηρεί σταθερή ποιότητα και να κρατά το κόστος στα επίπεδα των ανταγωνιστών.

Το τμήμα των πωλήσεων, είναι τοπίο παραμελημένο και ανοργάνωτο τμήμα στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις.

Η προώθηση των πωλήσεων είναι ένα σύνολο δραστηριοτήτων, οι οποίες περιλαμβάνουν την διαφήμιση, αλλά και πολλούς άλλους τρόπους, ώστε να κάνουν το προϊόν γνωστό και ανταγωνιστικό, τόσο στην εσωτερική αγορά, όσο και στην αγορά του εξωτερικού. Η προώθηση των πωλήσεων, σε συνδυασμό με την χρησιμοποίηση του Μάρκετινγκ, επιτυγχάνουν αύξηση των πωλήσεων και ταυτόχρονα, αύξηση της ανταγωνιστικότητας. Το αποτελεσματικό μάρκετινγκ, είναι ουσιαστικό για την επιτυχία της επιχείρησης, συχνά όμως, είναι το πιο αδύνατο σημείο στις μικρές επιχειρήσεις και αυτό οφείλεται στην έλλειψη ενημέρωσης και εμπειρίας του βιοτέχνη για τις βασικές αρχές και τεχνικές του Μάρκετινγκ.

Επομένως συμπεραίνουμε ότι η μή σωστή εφαρμογή του μάρκετινγκ και η αδυναμία προώθησης πωλήσεων, είναι δύο άμεσα προβλήματα που πρέπει να ξεπεραστούν, γιατί έχουν αρνητική επίδραση τόσο στην ανταγωνιστικότητα των προϊόντων, όσο και στην απώλεια πωλήσεων και επομένως και στην απώλεια των κερδών.

Προβλήματα όμως παρουσιάζουν και σε οικονομικά θέματα της επιχείρησης, όπου είναι και αυτά εξίσου σημαντικά και θα πρέπει να δει με μεγάλη σοβαρότητα ο επιχειρηματίας. Ο επιχειρηματίας θα πρέπει να παρακολουθεί σε καθημερινή βάση την κίνηση της ταμειακής του

ροής, ώστε τα ρευστά του να είναι ανά πάσα στιγμή διαθέσιμα να καλύψουν τις βραχυπρόθεσμες ανάγκες του.

Οι επενδύσεις που θα πραγματοποιήσει ο επιχειρηματίας θα πρέπει να είναι σωστά προγραμματισμένες, ώστε οι εκροές της επιχείρησης να μην υπερβαίνουν τις εισροές της, γιατί αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα την έλλειψη κεφαλαίων κίνησης και την αναγκαστική αναζήτηση άλλων πηγών χρηματοδότησης.

Από όλα αυτά τα προβλήματα που παραθέσαμε παραπάνω, καταλαβαίνουμε ότι μια Μικρομεσαία Επιχείρηση για να μπορέσει να ορθοποδήσει και να σταθεί πλάι στις μεγάλες επιχειρήσεις, πρέπει να διοικείται από άτομα ικανά και έμπειρα με πολλές γνώσεις και δεξιότητες, ώστε να υπερπηδήσει τα εμπόδια που την περικλείουν και δεν την αφήνουν να αναπτυχθεί. Γι' αυτό είναι απαραίτητη τόσο η άμεση βοήθεια της πολιτείας, όσο και η προθυμία των ίδιων των στελεχών και του προσωπικού, για την επιμόρφωση και την εκπαίδευση τους.

Η ανάγκη για Μηχανογραφικό εξοπλισμό στις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις γίνονται ολοένα και μεγαλύτερη αφού με την βοήθεια του Η/Υ, ο ιδιοκτήτης μιας μικρής επιχείρησης, θα μπορεί να έχει τις πληροφορίες που του χρειάζονται έγκαιρα και με ακρίβεια.

Τέλος ένα ακόμη θέμα, είναι το πρόβλημα των εξαγωγών. Πρέπει να συνειδητοποιήσει ο μικροεπιχειρηματίας, ότι για να μπορέσει

να επιβιώσει η επιχείρηση του, απαραίτητη προϋπόθεση είναι να επεκτείνει τις δραστηριότητες του όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και στο εξωτερικό.

Ο επιχειρηματίας παρ' όλους τους κινδύνους και τα εμπόδια που θα πρέπει να αντιμετωπίζει σ' ένα ξένο περιβάλλον, εάν θέλει να αυξήσει τις πωλήσεις του θα πρέπει να αποβεί στην προώθηση των προϊόντων του, όχι μόνο στην εσωτερική αλλά και στην εξωτερική αγορά.

Όλα αυτά αποτελούν φραγμούς, που θα πρέπει να ξεπεραστούν, ώστε να μπορέσει η Ελληνική Μικρομεσαία Επιχείρηση να επιβιώσει ανάμεσα στις μεγάλες επιχειρήσεις και να είναι ανταγωνιστική. Απαραίτητη προϋπόθεση επομένως είναι, να μάθει να πουλάει γνώσεις και όχι μόνο προϊόντος της, να καταφέρει να διεισδύσει σε αγορές αναπτυσσόμενων χωρών με τις καλύτερες προϋποθέσεις.

Στην κατεύθυνση αυτή η Ελληνική Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις πρέπει να έχει, τόσο την αμέριστη βοήθεια της πολιτείας όσο και το άμεσο ενδιαφέρον του βιοτέχνη.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. ΧΑΡ Κ. ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΣ

"Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα"

Αθήνα, 1987

2. Ν.Γ. ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ & Γ.Α. ΜΑΝΤΕΣ

"Μάνατζμεντ μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων" Canadian Federation of Independent business, Αθήνα 1988.

3. RICK BROWN

"Μάρκετινγκ μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων" Αθήνα, 1987.

ΠΗΓΕΣ:

ΕΘΝΙΚΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ (ΕΣΥ)

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΩΝ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (Ε.Ο.Μ.Μ.Ε.Χ.).