



Διεύθυνση Στρατηγικής και Οικονομικής Ανάλυσης

## Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις: Έρευνα συγκυρίας

Ειδικό Θέμα: Εξωστρέφεια



**Παύλος Μυλωνάς**

*Γενικός Διευθυντής Στρατηγικής και  
Δραστηριοτήτων Εξωτερικού  
Chief Economist*

**Ανδρέας Αθανασόπουλος**

*Γενικός Διευθυντής Λιανικής  
Τραπεζικής*

Μάρτιος 2013



## Σύνοψη

- Κατά τους τελευταίους μήνες του 2012, ο **δείκτης εμπιστοσύνης** της ΕΤΕ για τις ΜμΕ, αν και παρέμεινε σε αρνητικά επίπεδα, σημείωσε άνοδο (κυρίως στους κλάδους της **εξαγωγικής βιομηχανίας** και του **τουρισμού**). Συγκεκριμένα, αν και το κομμάτι των προσδοκιών παρέμεινε σταθερό διαχρονικά, το κομμάτι αξιολόγησης της τρέχουσας ζήτησης βελτιώθηκε.
- Η έρευνα επιβεβαιώνει ότι στα τέλη του 2012 εντάθηκαν τόσο οι **απολύσεις** (αγγίζοντας το 51% των ΜμΕ έναντι 43% στις αρχές του 2012) όσο και το **κλείσιμο καταστημάτων** (αγγίζοντας το 17% των ΜμΕ έναντι 13% στις αρχές του 2012). Παράλληλα, η **έλλειψη ρευστότητας** παραμένει έντονο πρόβλημα για το 40% των ΜμΕ στο τέλος του 2012 (κυρίως υπό την πίεση της μείωσης των ημερών πληρωμής προμηθευτών και του περιορισμού χρήσης μεταχρονολογημένων επιταγών).
- Με σκοπό τη διερεύνηση των προοπτικών ανάπτυξης, το μεγαλύτερο μέρος αυτής της μελέτης επικεντρώνεται στο πιο δυναμικό κομμάτι των ΜμΕ – τις **εξωστρεφείς επιχειρήσεις**.
  - ✓ Στην Ελλάδα, οι ΜμΕ συνεισφέρουν το **35% των εξαγωγών** έναντι 24% για τις ευρωπαϊκές ΜμΕ. Συγκεκριμένα, το 1/3 των ελληνικών ΜμΕ είναι εξωστρεφείς, με το 1/4 αυτών να πραγματοποιεί το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεών του στο εξωτερικό.
  - ✓ Το **συγκριτικό πλεονέκτημα των μεσαίων επιχειρήσεων** όσον αφορά τη δυνατότητα προώθησης πωλήσεων στο εξωτερικό είναι εμφανές, καθώς το 42% των μεσαίων εξαγουν έναντι 17% των μικρών με αποτέλεσμα οι μεσαίες επιχειρήσεις να καλύπτουν σημαντικό κομμάτι των εξαγωγών (21% έναντι 12% στην Ευρώπη).
  - ✓ Αρκετές ΜμΕ ξεκινούν την εξαγωγική τους δραστηριότητα από λιγότερο ανταγωνιστικές αγορές της ΝΑ Ευρώπης και στη συνέχεια καταφέρνουν να εισβάλλουν σε αναπτυγμένες αγορές της **Δυτικής Ευρώπης**.
  - ✓ Σημαντικό ποσοστό των ΜμΕ (της τάξης του 1/3) εξαγουν χωρίς δική τους πρωτοβουλία (δηλαδή, προσεγγίστηκαν από πελάτες του εξωτερικού). Το στοιχείο αυτό είναι ενδεικτικό του **σημαντικού περιθωρίου περαιτέρω διεύδυσης των ελληνικών προϊόντων στις αγορές του εξωτερικού** (κυρίως σε χώρες της Δυτικής Ευρώπης) σε περίπτωση που οι ελληνικές ΜμΕ ακολουθήσουν πιο ενεργητική εξωστρεφή στρατηγική.



## ➤ **Εξωστρέφεια των ΜμΕ**

- ✓ *Ελληνικές ΜμΕ σε σύγκριση με ευρωπαϊκές*
- ✓ *Αποτελέσματα έρευνας ΕΤΕ για την εξωστρέφεια των ΜμΕ*
- ✓ *Πολιτικές στήριξης της εξωστρέφειας των ΜμΕ*

## ➤ **Συγκυρία και Δείκτης εμπιστοσύνης για τις ΜμΕ: Δεύτερο εξάμηνο 2012**

- ✓ *Κύρια ευρήματα έρευνας ΕΤΕ για το σύνολο των ΜμΕ*
- ✓ *Διαφοροποιήσεις ανά κλάδο*
- ✓ *Πολιτικές στήριξης της ρευστότητας των ΜμΕ*

## ➤ **Παράρτημα**

- ✓ *Χαρτογράφηση του τομέα των ΜμΕ στην Ελλάδα*
- ✓ *Περιγραφή δείγματος*
- ✓ *Κατασκευή δείκτη εμπιστοσύνης*
- ✓ *Ταυτότητα της δειγματοληπτικής έρευνας*

---

# ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ ΤΩΝ ΜμΕ

## Αποτελέσματα έρευνας ΕΤΕ

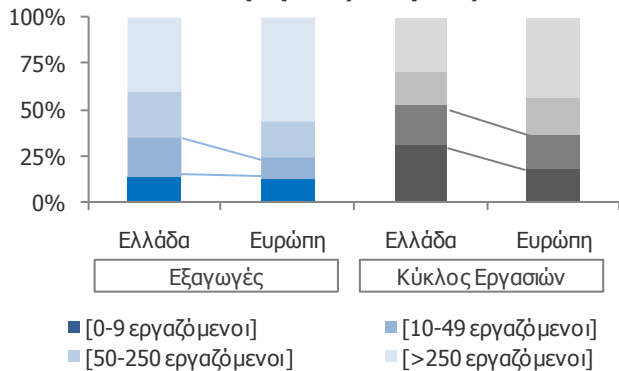
---





# Οι ΜμΕ στην Ελλάδα συνεισφέρουν μεγαλύτερο μέρος των εξαγωγών από τις αντίστοιχες στην Ευρώπη

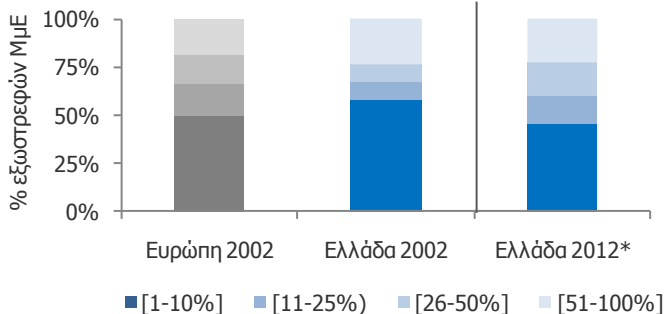
**Σύνθεση εξαγωγών και κύκλου εργασιών ανά μέγεθος εταιρείας**



\*ΕΕ-27 εκτός από Ιταλία, Μάλτα, Λετονία, Σλοβενία, Λουξεμβούργο

Πηγή: Eurostat (στοιχεία 2010). Υπολογισμοί ΕΤΕ

**Εξωστρεφείς ΜμΕ ανά βαθμό εξωστρέφειας (% πωλήσεων στο εξωτερικό)**



\* Τα στοιχεία 2002 αφορούν εταιρείες με λιγότερους από 250 εργαζομένους, ενώ τα στοιχεία 2012 από την έρευνα συγκυρίας της ΕΤΕ, αφορούν εταιρείες με κύκλο εργασιών έως €10 εκατ.

Πηγή: ENSR Enterprise Survey 2003, Έρευνα συγκυρίας ΜμΕ ΕΤΕ

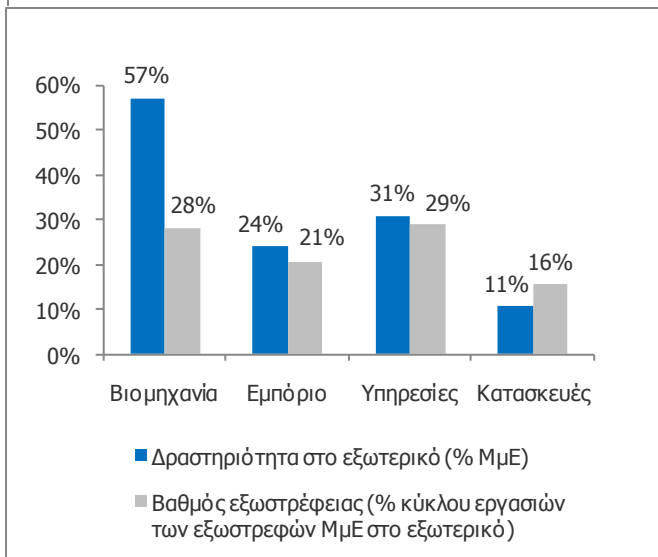
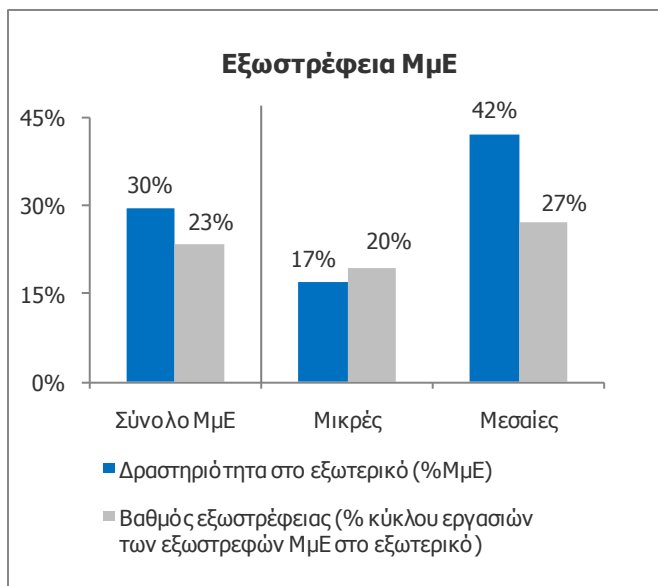
➤ Στην Ελλάδα, οι ΜμΕ (εταιρείες με λιγότερους από 50 εργαζόμενους) **συνεισφέρουν το 35% των εξαγωγών**, έναντι 24% για τις ευρωπαϊκές ΜμΕ. Η διαφορά αυτή αποτυπώνει σε μεγάλο βαθμό το γεγονός ότι άνω του 1/2 των πωλήσεων του εταιρικού τομέα παράγεται από ΜμΕ στην Ελλάδα, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό είναι κοντά στο 1/3 για την Ευρώπη.

➤ Την τελευταία δεκαετία το ποσοστό των ΜμΕ που **εξάγουν περισσότερο από το 10% του κύκλου εργασιών** αυξήθηκε σε 55% του συνόλου των εξωστρεφών ΜμΕ (από 45% το 2002) – προσεγγίζοντας έτσι ευρωπαϊκά δεδομένα.

➤ Ενδεικτικό της σημαντικής εξωστρέφειας των ελληνικών ΜμΕ είναι ότι:

- ✓ οι **έντονα εξωστρεφείς ΜμΕ** (που εξάγουν το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεών τους) αποτελούν μεγαλύτερο κομμάτι των εξωστρεφών ΜμΕ στην Ελλάδα σε σχέση με την Ευρώπη (23% έναντι 18%).
- ✓ οι **μεσαίες επιχειρήσεις** (10-50 εργαζόμενοι) στην Ελλάδα, ενώ έχουν αντίστοιχη συμμετοχή στο συνολικό κύκλο εργασιών με την Ευρώπη (20%), καλύπτουν μεγαλύτερο τμήμα των εξαγωγών (21% στην Ελλάδα, έναντι 12% στην Ευρώπη).

# Το 1/3 των ΜμΕ είναι εξωστρεφείς\* και το ¼ αυτών πραγματοποιούν το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεών τους στο εξωτερικό



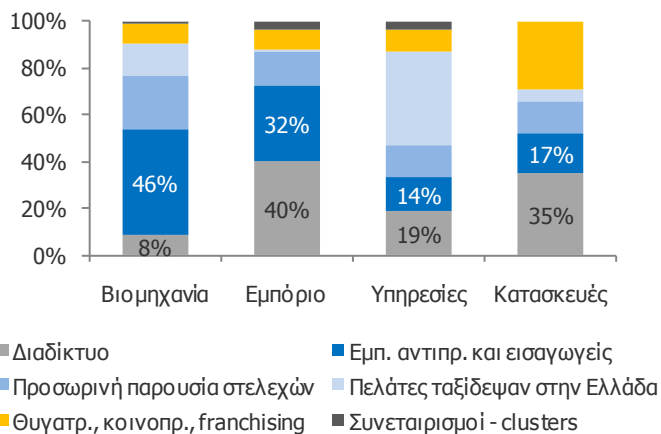
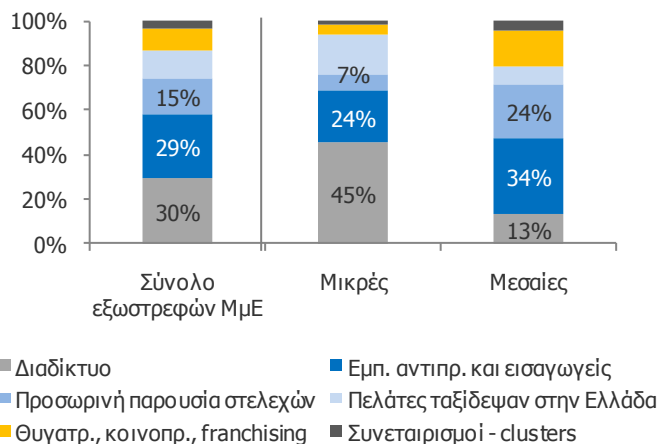
- Βάσει της έρευνάς μας, σχεδόν **το 1/3 των ΜμΕ δραστηριοποιείται στο εξωτερικό**, με τις πωλήσεις εκτός Ελλάδας να καλύπτουν το 23% του κύκλου εργασιών των εξωστρεφών εταιρειών.
- Το συγκριτικό πλεονέκτημα των μεσαίων επιχειρήσεων όσον αφορά τη δυνατότητα προώθησης στο εξωτερικό είναι εμφανές, καθώς το 42% των μεσαίων επιχειρήσεων εξάγουν έναντι 17% των μικρών. Συνεπώς, **το μέγεθος της επιχείρησης** αποτελεί σημαντικό προσδιοριστικό παράγοντα της εξωστρέφειάς της.
- Όσον αφορά τους επιμέρους τομείς, σημειώνουμε ότι:
  - ✓ **Υψηλότερη εστίαση στις αγορές του εξωτερικού** εντοπίζεται στον κλάδο της **βιομηχανίας** (άνω του ½ των εταιρειών, έναντι κάτω του 30% για τους λοιπούς κλάδους).
  - ✓ **Χαμηλότερη εξωστρέφεια** χαρακτηρίζει τον κλάδο **κατασκευών** (τόσο στον αριθμό εταιρειών όσο και στο βαθμό εξωστρέφειας), όπου συγκεντρώνονται και οι εταιρείες με τη μικρότερη χρονικά εμπειρία σε διεθνείς δραστηριότητες (7 έτη έναντι 11 ετών κατά μέσο όρο για το σύνολο των εξωστρεφών ΜμΕ).

\* Για τους σκοπούς της παρούσας ανάλυσης ορίζουμε ως **εξωστρεφείς** τις ΜμΕ που πραγματοποιούν έστω και μία πώληση εκτός Ελλάδας.



# Ενώ οι μεσαίες επιχειρήσεις επιλέγουν παραδοσιακούς τρόπους εξαγωγών, οι μικρές στηρίζονται στο διαδίκτυο

### Κύριος τρόπος πώλησης στο εξωτερικό

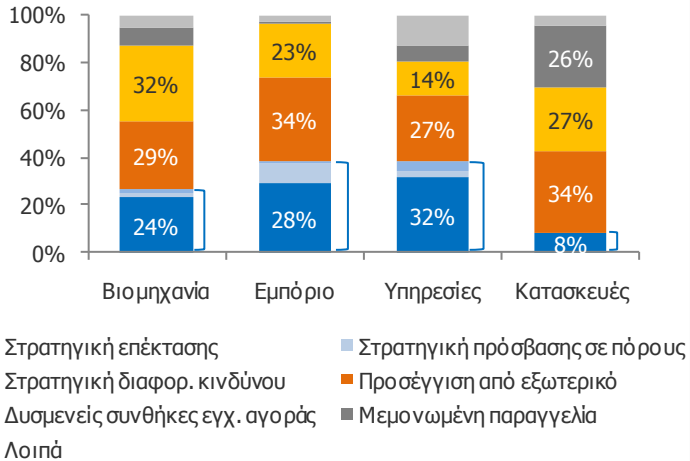
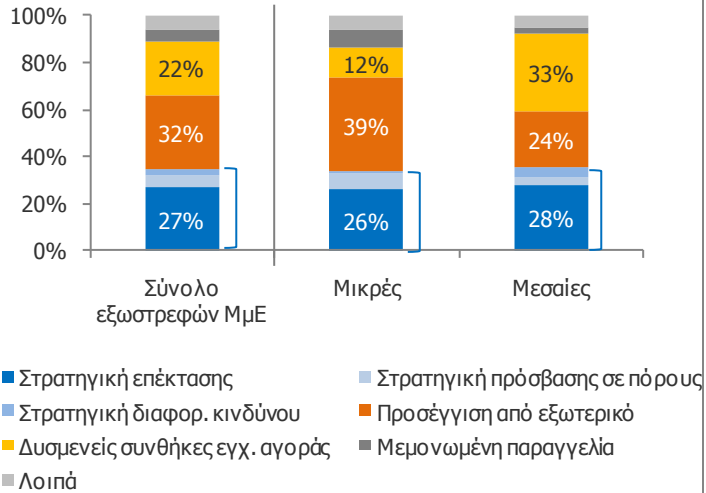


- Οι μεσαίες επιχειρήσεις προσεγγίζουν τις αγορές του εξωτερικού κυρίως μέσω **εμπορικών αντιπροσώπων και εισαγωγών** (σε ποσοστό 34%). Από την άλλη πλευρά, οι μικρές επιχειρήσεις έχουν ως κύριο τρόπο πωλήσεων στο εξωτερικό το **διαδίκτυο** (σε ποσοστό 45%) – γεγονός που σε μεγάλο βαθμό αντικατοπτρίζει τη δυσκολία πρόσβασής τους σε άλλα κανάλια διανομής.
- Όσον αφορά συγκεκριμένους κλάδους, σημειώνουμε ότι:
  - ✓ Ο **βασικός τρόπος πωλήσεων στο εξωτερικό** για τις **υπηρεσίες** είναι οι πωλήσεις σε πελάτες από το εξωτερικό που ταξίδεψαν στην Ελλάδα (σε ποσοστό 40% έναντι 6% για τους υπόλοιπους κλάδους) – αντικατοπτρίζοντας κυρίως την επίδραση των τουριστικών επιχειρήσεων.
  - ✓ Οι **κατασκευαστικές** δηλώνουν υψηλή προτίμηση σε πωλήσεις μέσω θυγατρικών και κοινοπραξιών, (κύριος τρόπος πώλησης για το 30% των κατασκευαστικών, έναντι λιγότερο του 10% των λοιπών κλάδων).
- Αξίζει να σημειωθεί ότι οι πωλήσεις μέσω **συνεταιρισμών και clusters**, που θα μπορούσαν να ενισχύσουν σημαντικά την προώθηση προϊόντων των ΜμΕ στο εξωτερικό, πραγματοποιούνται μόλις από το 6% των εξωστρεφών ΜμΕ (κυρίως μεσαίες εταιρείες στους κλάδους εμπορίου και υπηρεσιών).



# Η εξωστρέφεια είναι στρατηγική επιλογή μόνο για το 1/3 των εξωστρεφών ΜμΕ

### Κίνητρο διεθνούς δραστηριότητας



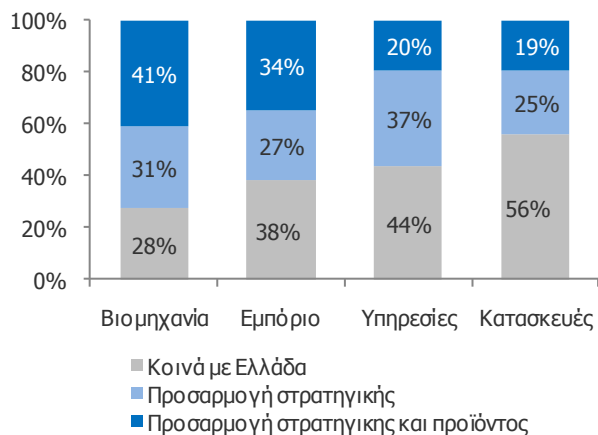
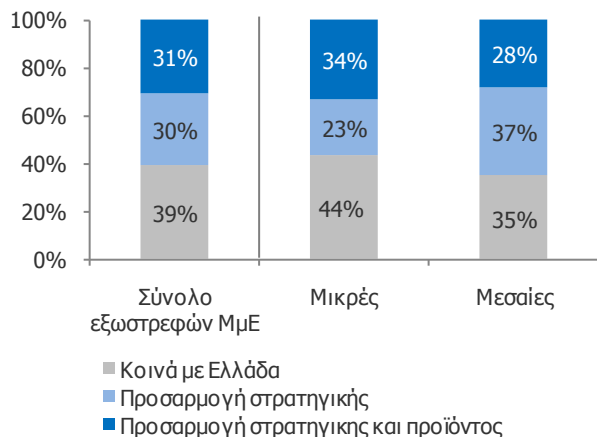
- Εξετάζοντας τα πρωταρχικά κίνητρα για την εξωστρέφεια των ΜμΕ διαπιστώνουμε ότι
  - ✓ το 1/3 των εξωστρεφών ΜμΕ πραγματοποιεί πωλήσεις στο εξωτερικό κατά κύριο λόγο από **στρατηγική επιλογή** (κυρίως λόγω στρατηγικών επέκτασης).
  - ✓ το 1/3 επειδή **προσεγγίστηκε από πελάτες του εξωτερικού** (φαινόμενο που είναι συχνότερο στις μικρές επιχειρήσεις).
  - ✓ οι υπόλοιπες κατέφυγαν στο εξωτερικό για λόγους όπως οι **δυσμενείς συνθήκες στην εγχώρια αγορά** ή **μεμονωμένες παραγγελίες**.
- Σημειώνουμε ότι το υψηλό ποσοστό των ΜμΕ που εξάγουν χωρίς δική τους πρωτοβουλία (δηλαδή προσεγγίστηκαν από πελάτες του εξωτερικού) είναι ενδεικτικό **σημαντικής δυνατότητας περαιτέρω εξαγωγών** σε περίπτωση που οι ελληνικές ΜμΕ τις θέσουν ως σημαντική τους προτεραιότητα.
- Όσον αφορά τις διαφορές ανά κλάδο,
  - ✓ οι ΜμΕ **εμπορίου και υπηρεσιών** σημειώνουν τα υψηλότερα ποσοστά εξαγωγών από στρατηγική επιλογή,
  - ✓ οι **βιομηχανικές** ΜμΕ δηλώνουν ότι αναγκάζονται να εξάγουν κυρίως λόγω χαμηλής εγχώριας ζήτησης, ενώ
  - ✓ η φύση της **κατασκευαστικής** δραστηριότητας οδηγεί σε υψηλό ποσοστό μεμονωμένων παραγγελιών.





# Με εξαίρεση τη βιομηχανία, οι ΜμΕ σε μεγάλο βαθμό διατηρούν ίδιο προϊόν και στρατηγική ανεξαρτήτως αγοράς

### Προσαρμογή στις διεθνείς αγορές

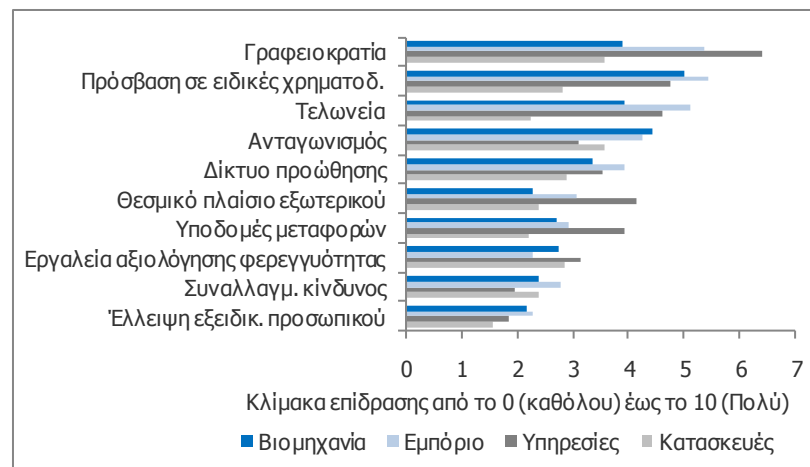
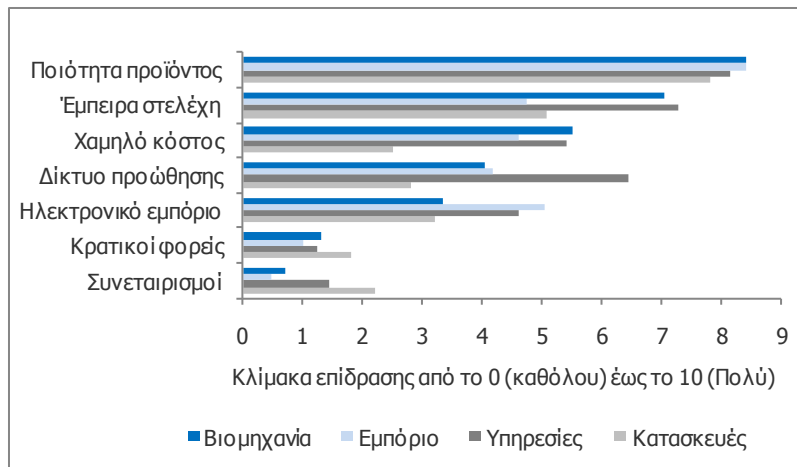


- Όσον αφορά τη **στρατηγική προώθησης**, το 60% των εξωστρεφών ΜμΕ προσαρμόζει το προϊόν, τη στρατηγική ή και τα δύο στις ανάγκες της αγοράς στόχου, ενώ το υπόλοιπο 40% διατηρεί τα στοιχεία αυτά ίδια με της εγχώριας αγοράς. Συγκεκριμένα:
  - ✓ Οι μεσαίες επιχειρήσεις προσαρμόζουν σε μεγαλύτερο βαθμό την στρατηγική τους (65% έναντι 56% για τις μικρές), ενώ οι βιομηχανικές επιχειρήσεις σε μεγάλο βαθμό προσαρμόζουν τόσο τη στρατηγική όσο και το προϊόν τους στην αγορά προορισμού.
  - ✓ Οι υπόλοιπες ΜμΕ τείνουν να υιοθετούν ίδια στρατηγική και χαρακτηριστικά προϊόντος ανεξαρτήτως αγοράς προορισμού, με τις κατασκευαστικές επιχειρήσεις να παρουσιάζουν τον μικρότερο βαθμό προσαρμογής στις ανάγκες των αγορών εξωτερικού.
- Η διαφοροποίηση αυτή των **βιομηχανικών** έναντι των υπολοίπων ΜμΕ αποτυπώνει το μεγαλύτερη δυνατότητα των βιομηχανιών να εστιάσουν ουσιαστικά στις αγορές του εξωτερικού καθώς και το υψηλότερο ενδιαφέρον τους να επενδύσουν σε αυτές.
- Στο σημείο αυτό είναι σημαντικό να τονίσουμε και το γεγονός ότι μόνο το 1/3 των εξωστρεφών ΜμΕ προσδίδει τόση σημασία στις πωλήσεις εκτός Ελλάδας ώστε να έχει θέση **αρμοδίου για τις διεθνείς δραστηριότητες** (36% των μεσαίων επιχειρήσεων και 21% των μικρών επιχειρήσεων).



# Η εξωστρέφεια στηρίζεται σε συγκριτικά πλεονέκτημα της επιχείρησης, ενώ περιορίζεται από εξωγενείς παράγοντες

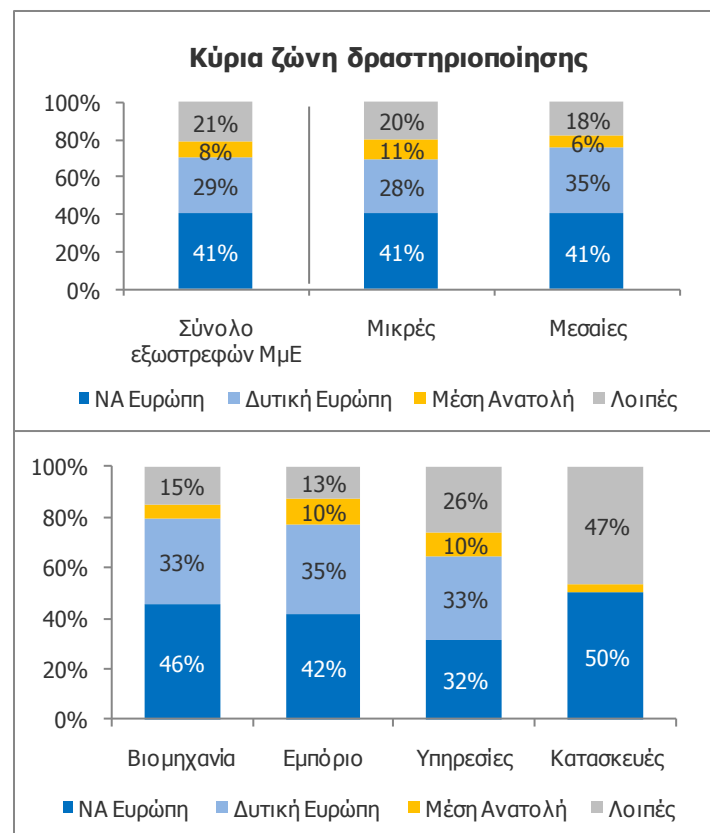
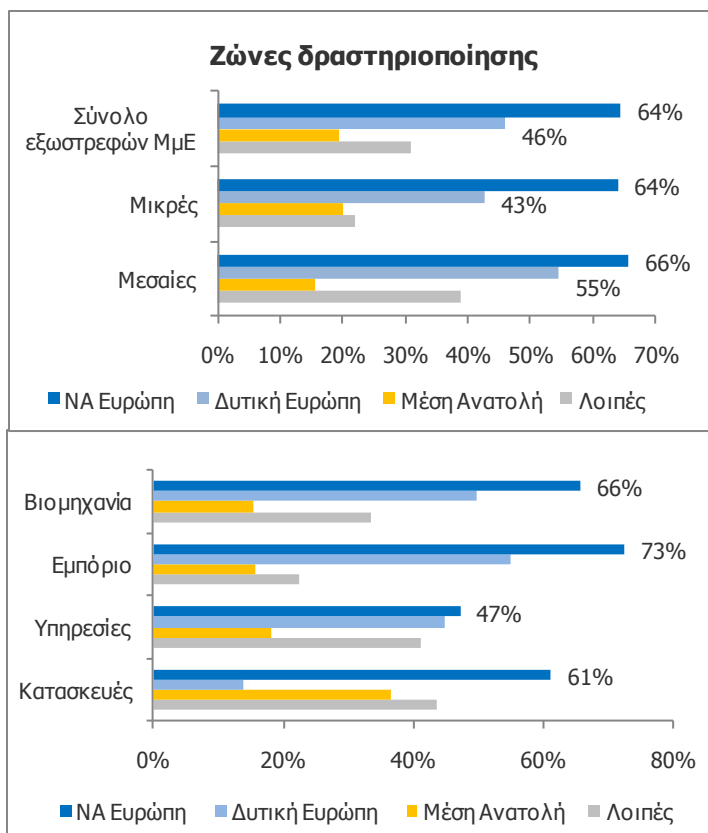
- ✓ Η εξωστρέφεια ενισχύεται κυρίως από ενδογενείς στην επιχείρηση παράγοντες, όπως η ποιότητα του προϊόντος, η ικανότητα των στελεχών και το χαμηλό κόστος.
- ✓ Αντίθετα, οι παράγοντες που δρουν επιβαρυντικά είναι κυρίως εξωγενείς, όπως η γραφειοκρατία, η πρόσβαση σε ειδικές χρηματοδοτήσεις και τα τελωνεία.





# Βασική παράμετρος επιλογής προορισμού για τις εξαγωγές των ΜμΕ είναι η γεωγραφική εγγύτητα

- Η ΝΑ Ευρώπη αποτελεί τον δημοφιλέστερο προορισμό για τις εξαγωγές των ΜμΕ (με το 64% να την επιλέγει ως προορισμό) και ακολουθεί η Δυτική Ευρώπη (προορισμός για το 46% των εξωστρεφών ΜμΕ).
- Η Μέση Ανατολή βρίσκεται υψηλά στις προτιμήσεις των κατασκευαστικών επιχειρήσεων.
- Η πιο ανταγωνιστική αγορά της Δυτικής Ευρώπης αποτελεί τον κύριο προορισμό του 35% των μεσαίων επιχειρήσεων (έναντι 28% για τις μικρές), αποτυπώνοντας έτσι τη σημασία του μεγέθους της επιχείρησης για τη διεθνή ανταγωνιστικότητα των προϊόντων της.

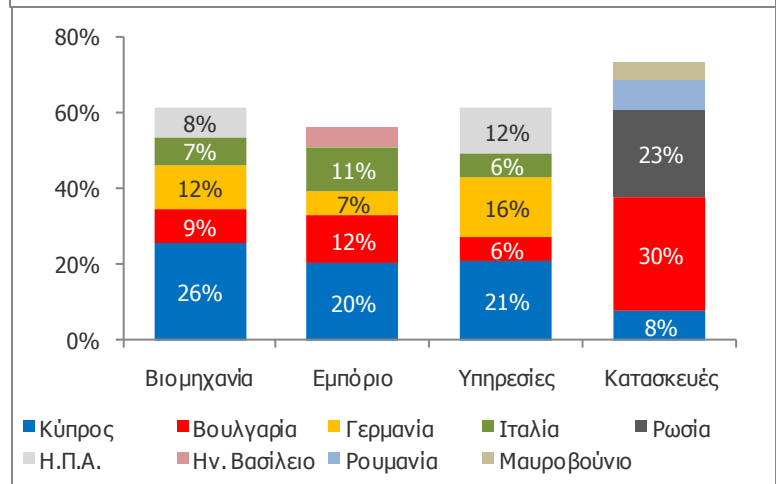
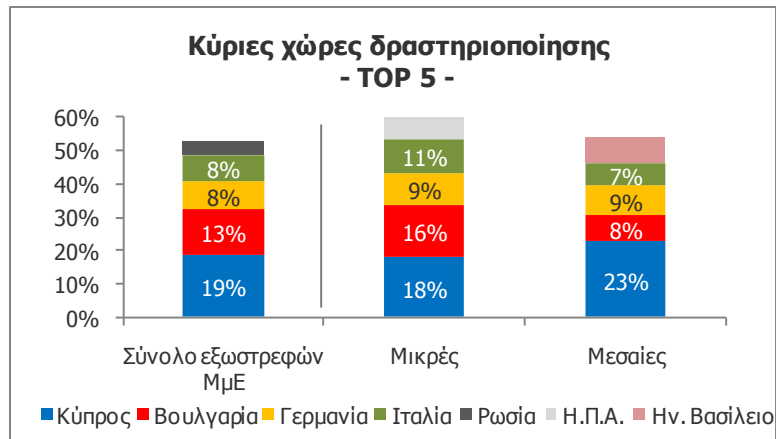
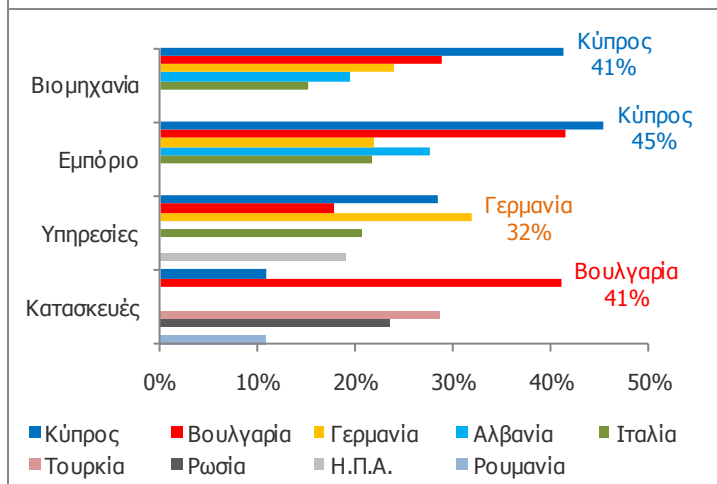
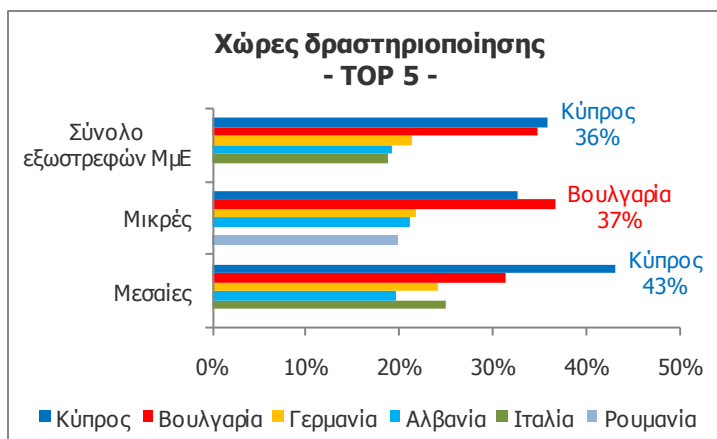


\* Οι προορισμοί εξαγωγών των ελληνικών ΜμΕ κατανέμονται στις ακόλουθες γεωγραφικές ζώνες: **Νοτιοανατολική Ευρώπη** (Αλβανία, Βουλγαρία, Κύπρος, Μαυροβούνιο, Ουγγαρία, Ουκρανία, ΠΓΔΜ, Ρουμανία, Σερβία, Σλοβενία), **Δυτική Ευρώπη** (Βέλγιο, Γαλλία, Γερμανία, Δανία, Ελβετία, Ην.Βασιλείο, Ισπανία, Ιταλία, Λουξεμβούργο, Ολλανδία, Σουηδία, Πολωνία, λοιπή Ευρώπη), **Μέση Ανατολή** (Αίγυπτος, Ην.Αρ.Εμιράτα, Ισραήλ, Λίβανος, Σ.Αραβία, Συρία, Τουρκία) και **Λοιπές** χώρες (Αμερικής, Αφρικής, Ασίας).



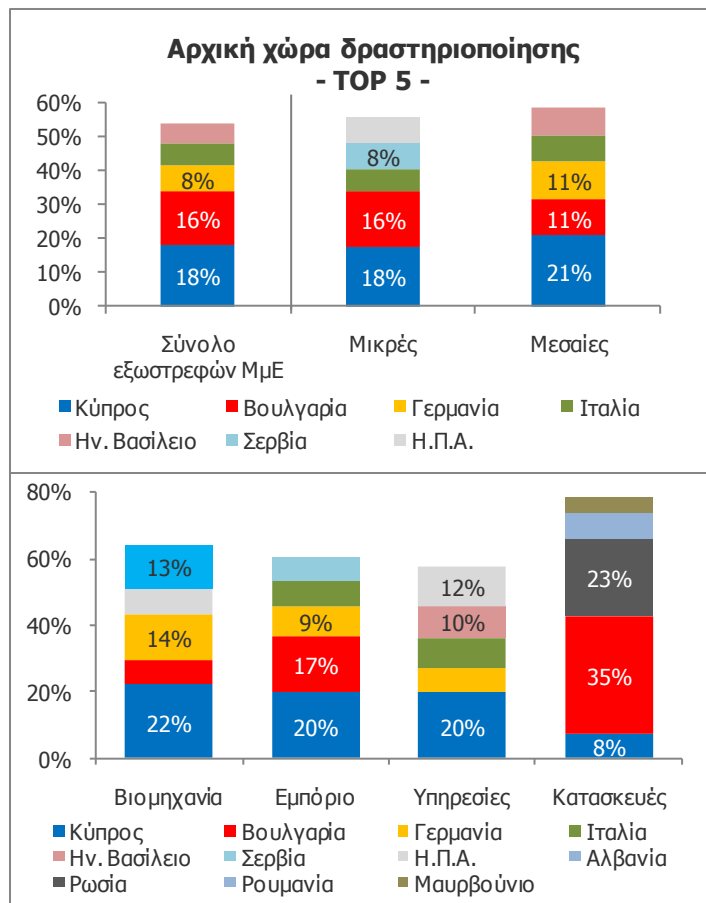
# Κύπρος, Βουλγαρία και Γερμανία ξεχωρίζουν ως βασικοί προορισμοί των ελληνικών εξαγωγών

- Οι 5 πρώτοι εμπορικοί εταίροι που ξεχωρίζουν είναι:
  - ✓ Η Κύπρος, κυρίως στις μεσαίες επιχειρήσεις (βιομηχανικές και εμπορικές)
  - ✓ Η Βουλγαρία, κυρίως στις μικρές επιχειρήσεις (κατασκευαστικές και εμπορικές)
  - ✓ Η Γερμανία, κυρίως στις υπηρεσίες (σε μεγάλο βαθμό τουριστικές και μεταφορικές εταιρείες)
  - ✓ Η Ιταλία, κυρίως στο εμπόριο
  - ✓ Η Ρωσία, κυρίως στις κατασκευές



# Αρκετές ΜμΕ ξεκινούν από λιγότερο ανταγωνιστικές αγορές της ΝΑ Ευρώπης και στη συνέχεια κατευθύνονται στη Δυτική Ευρώπη

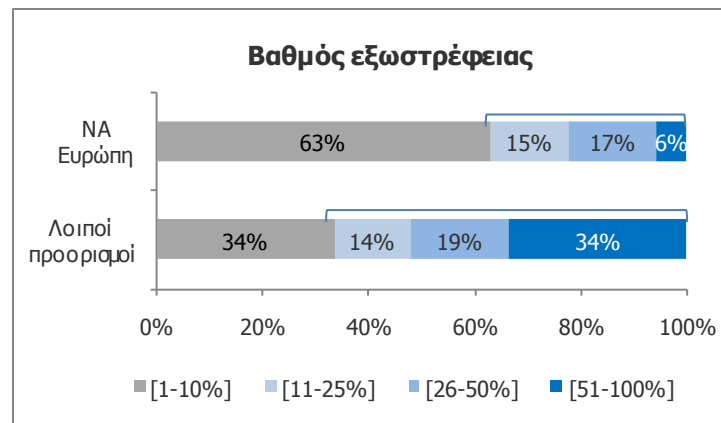
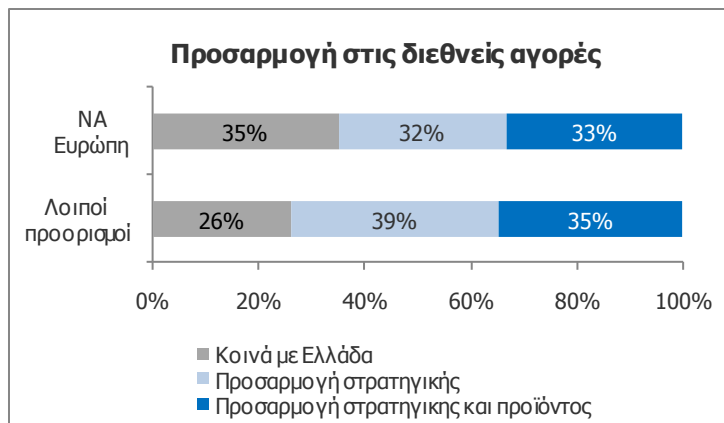
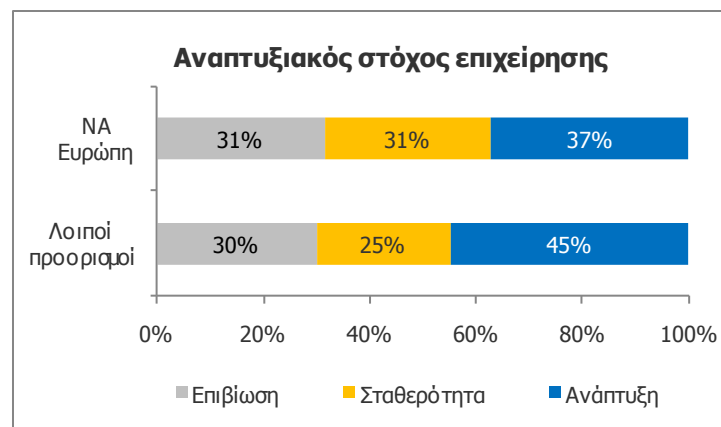
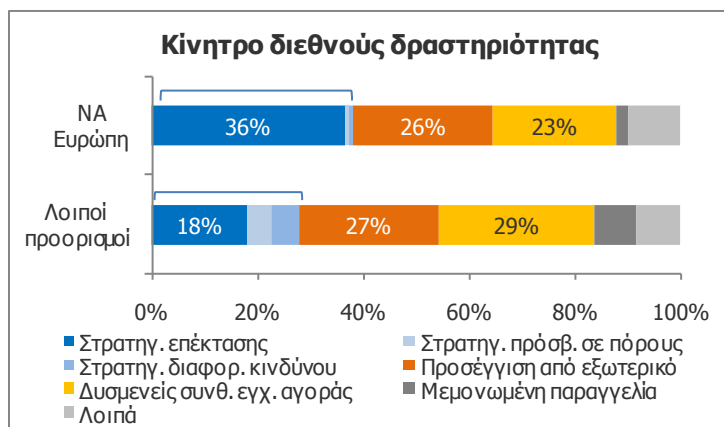
- Η αρχική χώρα δραστηριοποίησης στο εξωτερικό παραμένει κύρια χώρα δραστηριοποίησης μόνο για το 60% των ΜμΕ., με το ¼ των ΜμΕ να έχει αλλάξει ακόμα και γεωγραφική ζώνη δραστηριοποίησης.
- Η συνηθέστερη περίπτωση αλλαγής γεωγραφικής ζώνης δραστηριοποίησης είναι οι ΜμΕ που ξεκίνησαν από τις λιγότερο ανταγωνιστικές αγορές της ΝΑ Ευρώπης και στη συνέχεια χτίζοντας εμπειρία και τεχνογνωσία έκαναν το επόμενο βήμα κατευθυνόμενες προς τις πιο αναπτυγμένες χώρες της Δυτικής Ευρώπης.





# ΝΑ Ευρώπη: Επιλέχθηκε από τις ΜμΕ λόγω εγγύτητας, ωστόσο η κρίση των τελευταίων ετών δεν έχει επιτρέψει την άντληση σημαντικών κερδών

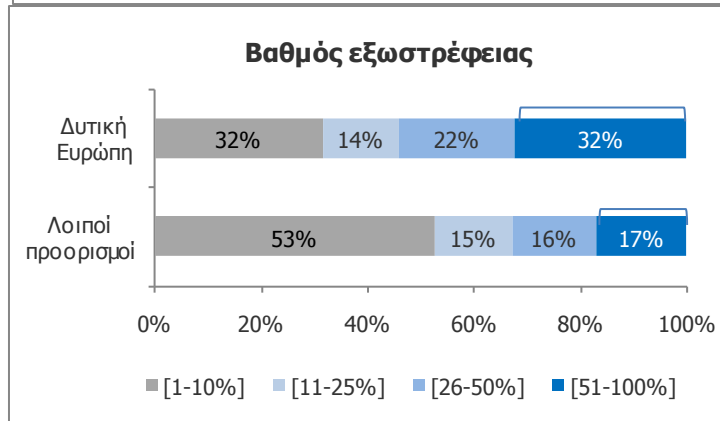
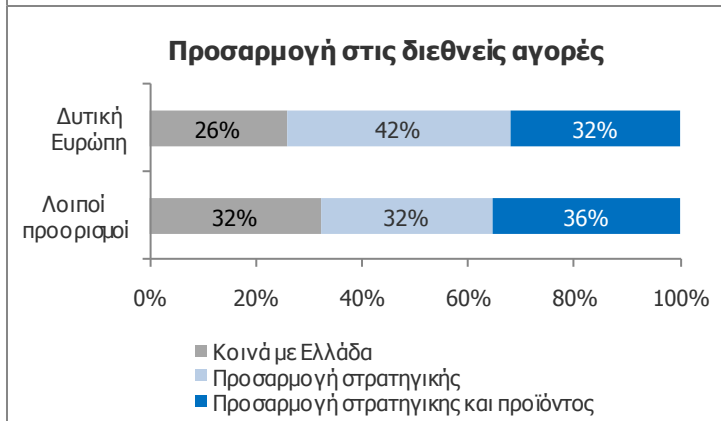
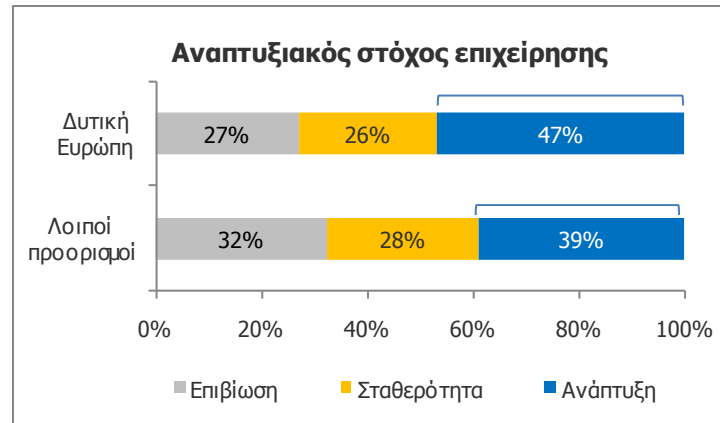
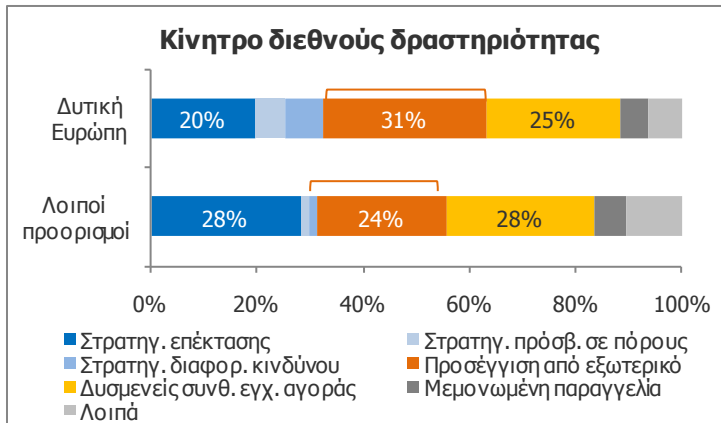
- Οι ΜμΕ που οδηγήθηκαν στην ΝΑ Ευρώπη το έκαναν κυρίως από στρατηγική επιλογή (38% έναντι 28% για τις υπόλοιπες εξωστρεφείς ΜμΕ) και κυρίως διατήρησαν ίδια στρατηγική και προϊόν με της ελληνικής αγοράς.
- Η βαθιά κρίση των τελευταίων ετών δεν έχει επιτρέψει την άντληση των προσδοκόμενων κερδών, καθώς
  - ✓ Οι ΜμΕ με εξαγωγές στην ΝΑ Ευρώπη έχουν χαμηλό ποσοστό επιχειρήσεων σε φάση ανάπτυξης (37% έναντι 45% για τις υπόλοιπες εξωστρεφείς ΜμΕ).
  - ✓ Το 63% των εξωστρεφών προς ΝΑ Ευρώπη ΜμΕ εξάγει κάτω από 10% των πωλήσεών τους (ενώ μόνο το 34% των εξωστρεφών ΜμΕ προς άλλους προορισμούς εξάγει κάτω από 10% των πωλήσεών τους).





# Δυτική Ευρώπη: Σημαντικό περιθώριο περαιτέρω διείσδυσης σε αυτή την αγορά, αν οι ελληνικές ΜμΕ κινηθούν πιο επιθετικά

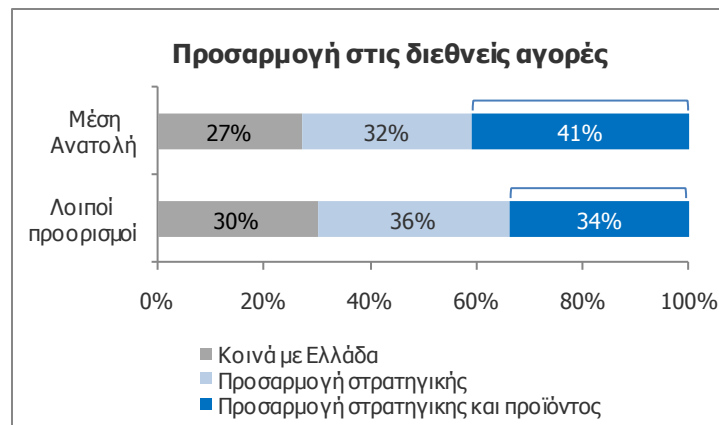
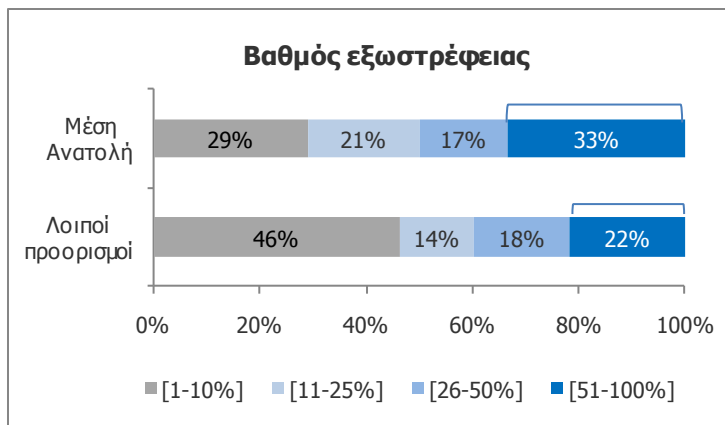
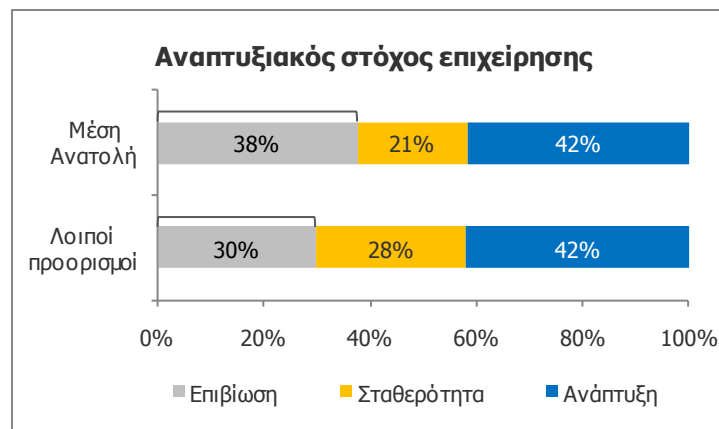
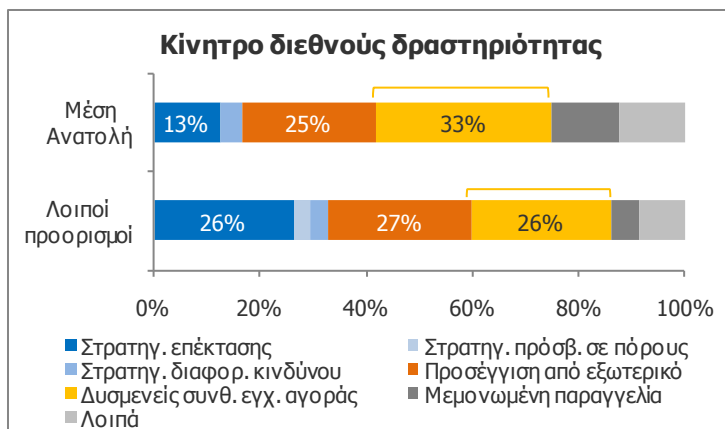
- Η προσέγγιση έγινε σε μεγάλο βαθμό από την πλευρά των εισαγωγέων όσον αφορά τη Δυτική Ευρώπη (31% έναντι 24% για τις υπόλοιπες εξωστρεφείς ΜμΕ). Το γεγονός αυτό είναι ενδεικτικό της υψηλής δυνητικής ζήτησης για ελληνικά προϊόντα στο εξωτερικό – την οποία οι ελληνικές ΜμΕ μπορούν να εκμεταλλευθούν.
- Επιπλέον, οι ΜμΕ που έχουν στραφεί στη Δυτική Ευρώπη φαίνεται να ωφελούνται σημαντικά:
  - ✓ Μεγάλο ποσοστό αυτών είναι σε φάση ανάπτυξης (47% έναντι 39% για τις εξωστρεφείς σε άλλους προορισμούς ΜμΕ).
  - ✓ Το 1/3 των εξωστρεφών προς Δυτική Ευρώπη ΜμΕ εξάγει το μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεών του (έναντι 17% για τις εξωστρεφείς σε άλλους προορισμούς ΜμΕ).
- Σημειώνουμε ότι από τις ΜμΕ που εξάγουν στη Δυτική Ευρώπη το 1/2 είναι βιομηχανίες, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τις ΜμΕ που εξάγουν σε άλλες γεωγραφικές ζώνες είναι κοντά στο 1/4.





# Μέση Ανατολή: Η προσφυγή εκεί είναι σε μεγάλο βαθμό ένας τρόπος αντίδρασης στην ελληνική κρίση

- Σημαντικό ποσοστό των ΜμΕ που κατέφυγαν στη Μέση Ανατολή φαίνεται να αναγκάστηκε να το κάνει ως αντίδραση στην ελληνική κρίση (33% έναντι 26% για τις εξωστρεφείς ΜμΕ προς άλλους προορισμούς), ενώ σε μεγάλο βαθμό αναγκάστηκαν να προσαρμόσουν τη στρατηγική αλλά και το προϊόν τους (41% έναντι 34% για τις εξωστρεφείς ΜμΕ προς άλλους προορισμούς).
- Η στροφή των ΜμΕ προς τη Μέση Ανατολή αποδεικνύεται δυναμική, καθώς το 1/3 εξάγει το μεγαλύτερο κομμάτι του κύκλου εργασιών τους (έναντι 22% των εξωστρεφών ΜμΕ προς άλλους προορισμούς) αλλά και υψηλού κινδύνου, καθώς το 38% αυτών βρίσκεται σε φάση επιβίωσης (έναντι 30% για τις εξωστρεφείς προς άλλους προορισμούς ΜμΕ).

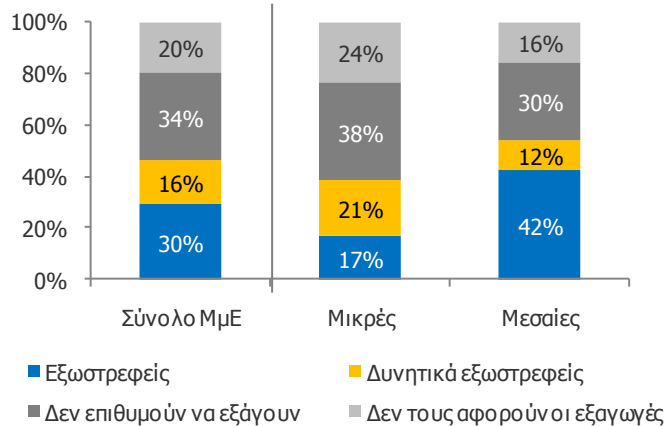






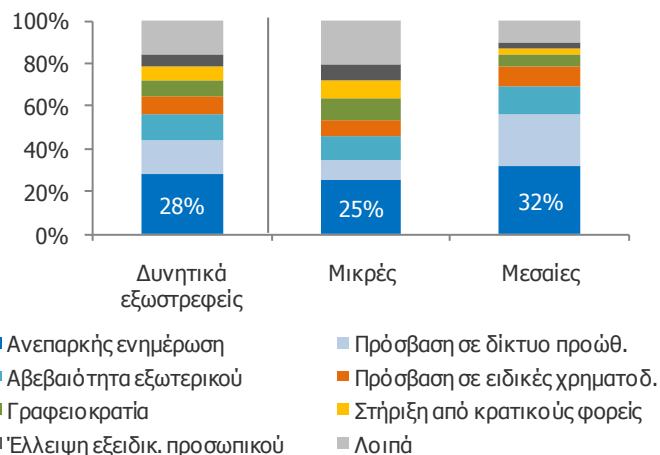
# Πέρα από το 30% των ΜμΕ που είναι εξωστρεφείς, υπάρχει άλλο ένα 16% που είναι δυνητικά εξωστρεφείς

### Διεθνής δραστηριότητα ΜμΕ



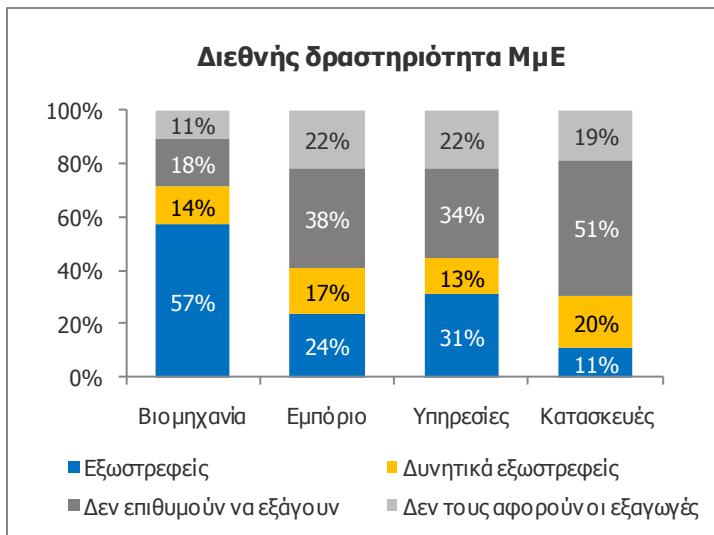
- Εκτός από το 30% των ΜμΕ οι οποίες ήδη δραστηριοποιούνται στο εξωτερικό, υπάρχουν εταιρείες που είτε **εστιάζουν στην εγχώρια αγορά** από στρατηγική επιλογή (34%), είτε θεωρούν ότι **δεν τους αφορούν οι εξαγωγές** για λόγους που σχετίζονται κυρίως με τον τύπο προϊόντος ή υπηρεσίας που παράγουν (20%).
- Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι υπόλοιπες ΜμΕ, οι οποίες είναι **δυνητικά εξωστρεφείς** και καλύπτουν το 16% του τομέα των ΜμΕ (21% των μικρών και 12% των μεσαίων επιχειρήσεων).
- Το βασικό εμπόδιο που αντιμετωπίζουν οι δυνητικά εξωστρεφείς ΜμΕ είναι η **έλλειψη ενημέρωσης** (είτε για τις αγορές είτε για τις απαιτούμενες διαδικασίες), που αποτελεί κύριο εμπόδιο για το 28% των εταιρειών (25% των μικρών και του 32% των μεσαίων εταιρειών). Επιπλέον, σημαντικά εμπόδια για τις μεσαίες επιχειρήσεις είναι η έλλειψη πρόσβασης σε **δίκτυα προώθησης** (24% έναντι 10% των μικρών), η **αβεβαιότητα** των αγορών εξωτερικού και η ανεπαρκής πρόσβαση σε **ειδικές χρηματοδοτήσεις** εξαγωγών. Οι μικρές επιχειρήσεις εκτός από τα άνω προβλήματα, αναγνωρίζουν σε μεγαλύτερο βαθμό βασικά εμπόδια από παράγοντες όπως η **γραφειοκρατία** και η ανεπαρκής **στήριξη από κρατικούς φορείς**.

### Δυνητικά εξωστρεφείς: Κύριος λόγος απουσίας εξαγωγών





# Η έλλειψη ενημέρωσης αποτελεί το βασικό εμπόδιο εξωστρέφειας σε όλους τους κλάδους



- Εστιάζοντας στα χαρακτηριστικά των επί μέρους κλάδων διαπιστώνουμε ότι περισσότερες δυνητικά εξωστρεφείς ΜμΕ συγκεντρώνονται στις **κατασκευαστικές** (20%, έναντι περίπου 15% στους λοιπούς κλάδους), οι οποίες έχουν και τον χαμηλότερο βαθμό εξωστρέφειας.
- Όσον αφορά τους βασικούς λόγους που δεν αφήνουν τις δυνητικά εξωστρεφείς ΜμΕ να επεκταθούν στο εξωτερικό, σημειώνουμε ότι:
  - ✓ Η **έλλειψη ενημέρωσης** φαίνεται να επηρεάζει περισσότερο τις ΜμΕ βιομηχανίας (38% των δυνητικών εξαγωγέων, έναντι 25% σε άλλους κλάδους)
  - ✓ Η πρόσβαση σε ειδικές **χρηματοδοτήσεις εξαγωγών** μπορεί να βοηθήσει περισσότερο το εμπόριο και τη βιομηχανία.
  - ✓ Οι υπηρεσίες και οι κατασκευές αναζητούν γενικότερη **στήριξη από κρατικούς και ευρωπαϊκούς φορείς**.
- Συνεπώς, υπάρχει άμεσα δυνατότητα περαιτέρω αύξησης της εξωστρέφειας ΜμΕ (κυρίως των βιομηχανικών) μέσω πολιτικών προώθησης της ενημέρωσης σχετικά με τις συνθήκες στις αγορές εξωτερικού και τις απαιτούμενες κινήσεις από την πλευρά των εταιρειών.



## Πολιτικές στήριξης: Εθνική Στρατηγική Εξαγωγών

- Οι εξωστρεφείς ΜμΕ επισήμαναν ως βασικά εμπόδια την γραφειοκρατία και τα τελωνεία, ενώ οι δυνητικά εξωστρεφείς τόνισαν την έλλειψη ενημέρωσης. Τα προβλήματα αυτά στοχεύουν να αμβλύνουν οι νέες πολιτικές στήριξης της εξωστρέφειας, που προωθούνται στα πλαίσια της **Εθνικής Στρατηγικής Εξαγωγών** η οποία βασίζεται:
  - ✓ στη διεύρυνση της εξαγωγικής βάσης (αύξηση του αριθμού εταιρειών και των προϊόντων που εξάγονται)
  - ✓ στην προώθηση των εξαγωγών (επαναπροσέγγιση παραδοσιακών αγορών και διείσδυση σε νέες)
  - ✓ στη διευκόλυνση των διαδικασιών πραγματοποίησης τους, μέσω των παρακάτω δράσεων:
    - Συγκέντρωση και απλοποίηση (κωδικοποίηση) της εθνικής νομοθεσίας
    - Καταγραφή και ανάλυση υφιστάμενων επιχειρησιακών διαδικασιών με στόχο την απλοποίηση τους
    - Μείωση του κόστους για τους εξαγωγείς (μείωση/εξάλειψη των τελών με βάσει τα πρότυπα της ΕΕ)
    - Εκσυγχρονισμός των εσωτερικών τελωνειακών διαδικασιών (και προώθηση εκτελωνισμού από τις επιχειρήσεις)
    - Εκσυγχρονισμός και επέκταση των υφιστάμενων εργαλείων εκτίμησης και ανάλυσης κινδύνου
    - Ηλεκτρονική υποβολή των αιτήσεων για πιστοποιητικά, άδειες και εξουσιοδοτήσεις
    - Λειτουργία εθνικής ενιαίας ηλεκτρονικής θυρίδας που θα καλύπτει όλες τις ανάγκες του εξαγωγέα
- Οι βασικοί **ποσοτικοί στόχοι του προγράμματος** αυτού είναι:
  - ✓ Οι εξαγωγές αγαθών να καλύψουν το 16% του ΑΕΠ το 2014 από 10,3% σήμερα.
  - ✓ Η μείωση του αριθμού ημερών που απαιτούνται για τη διεκπεραίωση μιας εξαγωγής στις 10 ημέρες στα τέλη του 2014 από 19 ημέρες σήμερα.
  - ✓ Η μείωση του διοικητικού κόστους εξαγωγής κατά 20% μέχρι τα τέλη του 2014 (στα \$892 ανά εμπορευματοκιβώτιο από \$1.115 ανά εμπορευματοκιβώτιο σήμερα).
- Πέρα από τη γραφειοκρατία και τα τελωνεία, οι εξωστρεφείς ΜμΕ (και οι δυνητικά εξωστρεφείς) υπογράμμισαν την ανεπαρκή **πρόσβαση σε ειδικές χρηματοδοτήσεις** ως εμπόδιο. Στα πλαίσια του ΕΣΠΑ και υπό τη στήριξη της ΕΤΕπ, προωθούνται προγράμματα στήριξης των εξωστρεφών ΜμΕ με εγγυήσεις (βλ. σελ.31).

---

# ΣΥΓΚΥΡΙΑ ΚΑΙ ΔΕΙΚΤΗΣ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗΣ

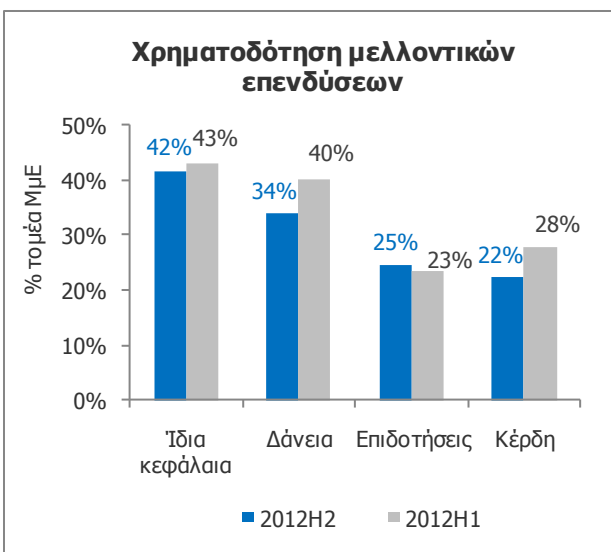
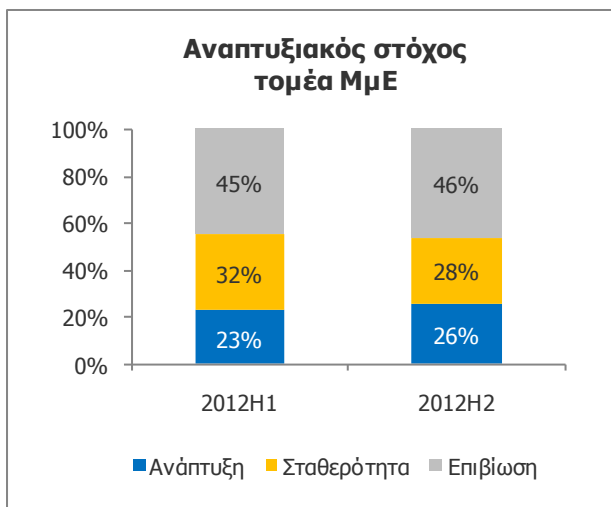
Δεύτερο εξάμηνο 2012

---





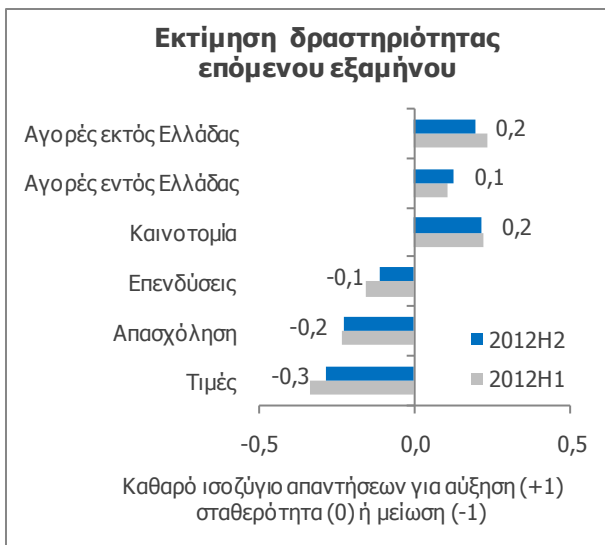
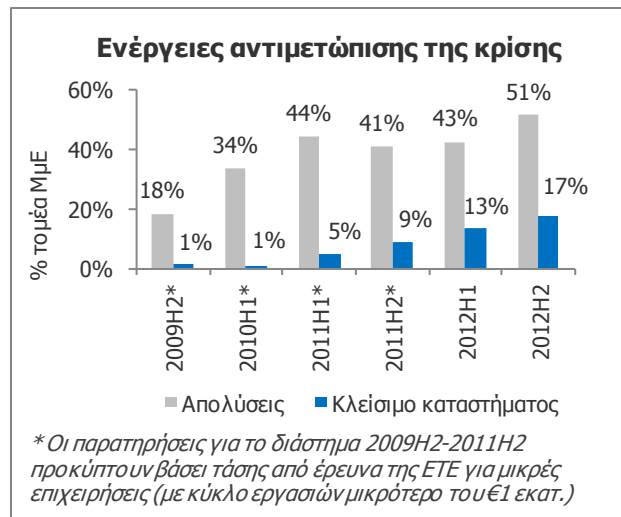
## Η επιβίωση παραμένει πρωταρχικός στόχος για τις ΜμΕ



- Κατά το δεύτερο εξάμηνο του 2012, η τρέχουσα οικονομική κρίση συνεχίζει να ασκεί ισχυρή επίδραση στις ΜμΕ, με το ½ αυτών να συνεχίζουν να δηλώνουν την **επιβίωση ως πρωταρχικό τους στόχο**.
- Η οριακή αύξηση του ποσοστού των επιχειρήσεων που δηλώνουν ότι ακολουθούν **αναπτυξιακή πολιτική** (26% από 23% κατά το πρώτο εξάμηνο του έτους) αποτελεί ένα θετικό δείγμα σταθεροποίησης της οικονομικής συγκυρίας.
- Ωστόσο, μια πιο λεπτομερής ματιά στους τρόπους που προτίθενται οι ΜμΕ να **χρηματοδοτήσουν την ανάπτυξή** τους εγείρει εκ νέου αμφιβολίες, καθώς:
  - ✓ Η συρρικνωμένη κερδοφορία περιορίζει τη χρηματοδότηση των μελλοντικών επενδύσεων μέσω κερδών.
  - ✓ Η τάση χρήσης δανειακών κεφαλαίων για την χρηματοδότηση επενδυτικών αναγκών βαίνει συνεχώς μειούμενη.



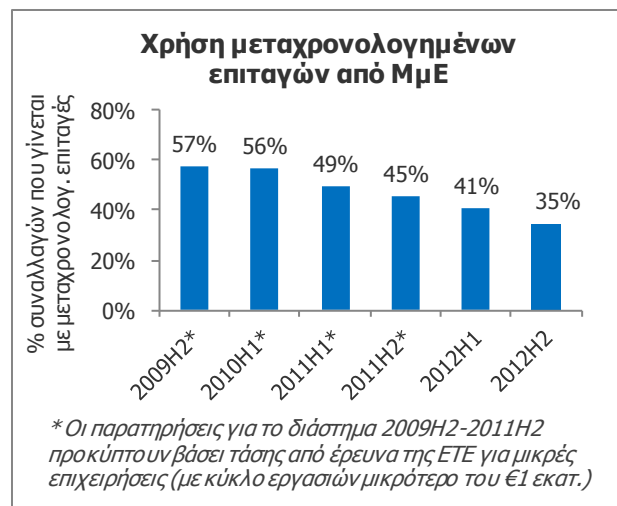
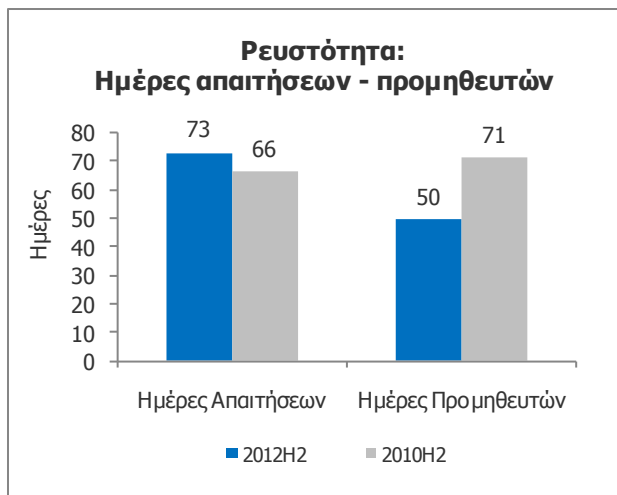
# Οι αντιδράσεις στις συνθήκες μειωμένης ζήτησης εντείνονται



- Οι ΜμΕ δείχνουν να προσαρμόζονται όλο και περισσότερο στα νέα δεδομένα της οικονομίας, υιοθετώντας **διαρθρωτικά μέτρα** αντιμετώπισης των συνθηκών μειωμένης ζήτησης. Έτσι, οι απολύσεις αφορούν πλέον το 51% του εταιρικού τομέα των ΜμΕ (από 18% το 2009), ενώ το 17% των ΜμΕ δηλώνει ότι έχει προχωρήσει σε κλείσιμο καταστημάτων (από 1% το 2009).
- Υπό αυτό το κλίμα, οι **βραχυπρόθεσμες στρατηγικές** για την πλειοψηφία των ΜμΕ παραμένουν περιοριστικές, καθώς
  - ✓ το 21% εκτιμά ότι θα μειώσει τις επενδύσεις του κατά το επόμενο εξάμηνο (έναντι 24% στις αρχές του 2012), ενώ
  - ✓ το 30% δηλώνει ότι θα περιορίσει την απασχόληση στην επιχείρησή του κατά το επόμενο εξάμηνο (έναντι 31% στις αρχές του 2012).
- Ωστόσο, υπάρχουν και πιο **υγιείς αντιδράσεις** στην τρέχουσα υφεσιακή συγκυρία και αποτυπώνονται:
  - ✓ στην σταθερά υψηλή τάση για καινοτομία κατά το επόμενο εξάμηνο (που αφορά το 30% των ΜμΕ από 32% στις αρχές του 2012), καθώς και
  - ✓ στην σταθερά υψηλή τάση για εξωστρέφεια κατά το επόμενο εξάμηνο (που αφορά το 22% των ΜμΕ από 28% στις αρχές του 2012).



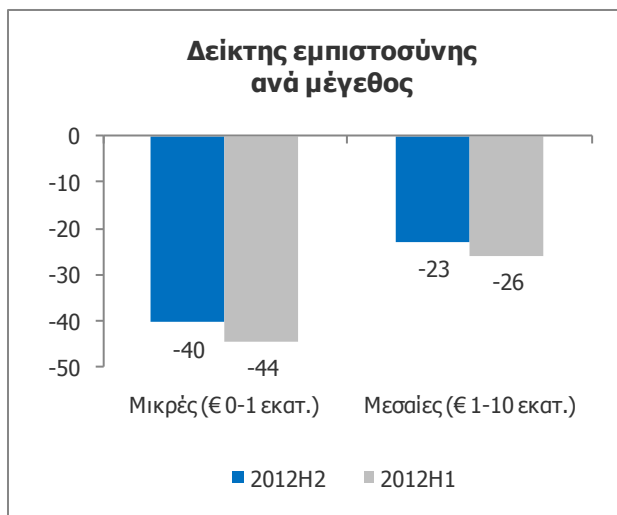
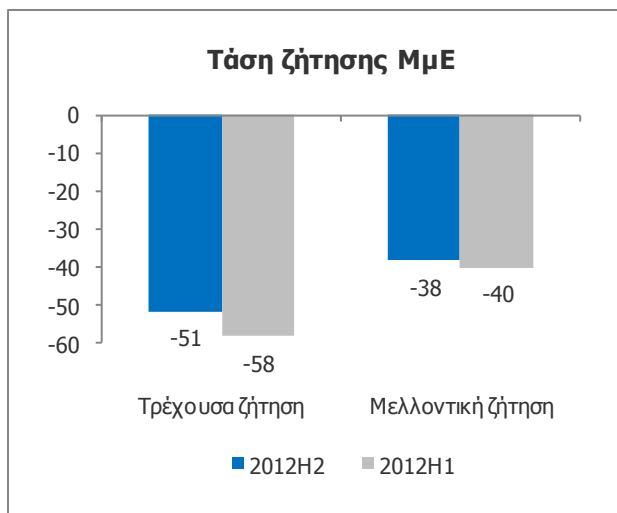
# Η έλλειψη ρευστότητας συνεχίζει να αποτελεί καίριο πρόβλημα για τις ΜμΕ



- Η **έλλειψη ρευστότητας** αποτελεί έντονο πρόβλημα για το 40% του εταιρικού τομέα των ΜμΕ. Πράγματι, κατά την τελευταία διετία οι καθυστερήσεις εισπράξεων από πελάτες έχουν αυξηθεί ενώ οι πληρωμές προς προμηθευτές γίνονται συντομότερα. Συγκεκριμένα, η χρονική απόκλιση μεταξύ εισπραξης απαιτήσεων και πληρωμής προμηθευτών προσεγγίζει τις 25 ημέρες (ενώ το 2010 ο χρόνος εισπράξεων και πληρωμών ήταν πιο ισορροπημένος).
- Η διαρκής μείωση της χρήσης **μεταχρονολογημένων επιταγών** (35% των συναλλαγών των ΜμΕ το δεύτερο εξάμηνο του 2012, από 57% το 2009) συρρικνώνει ένα βασικό κανάλι στήριξης της ρευστότητας και επιδεινώνει το πρόβλημα ρευστότητας των επιχειρήσεων.
- Όσον αφορά τη **μόχλευση**, σχεδόν τα  $\frac{3}{4}$  του τομέα ΜμΕ έχουν κάποιο δάνειο και από αυτό το τμήμα το 30% νιώθει ότι έχει πρόβλημα υπερδανεισμού βάσει τρέχουσας συγκυρίας (από  $\frac{1}{4}$  το πρώτο εξάμηνο του 2012). Ωστόσο, η πρόσβαση σε δανειακά κεφάλαια αξιολογείται από τις επιχειρήσεις ως δυσχερέστερη συγκριτικά με το προηγούμενο έτος, ενώ η γενικότερη δυσκολία πρόσβασης σε χρηματοδότηση αποτελεί το πλέον πιεστικό πρόβλημα για το  $\frac{1}{3}$  των ΜμΕ.



## Ο δείκτης εμπιστοσύνης των ΜμΕ βελτιώνεται οριακά



\* Οι δείκτες εμπιστοσύνης αντιστοιχούν στο καθαρό ισοζύγιο των απαντήσεων για μείωση (-10) σταθερότητα (0) ή αύξηση (10).

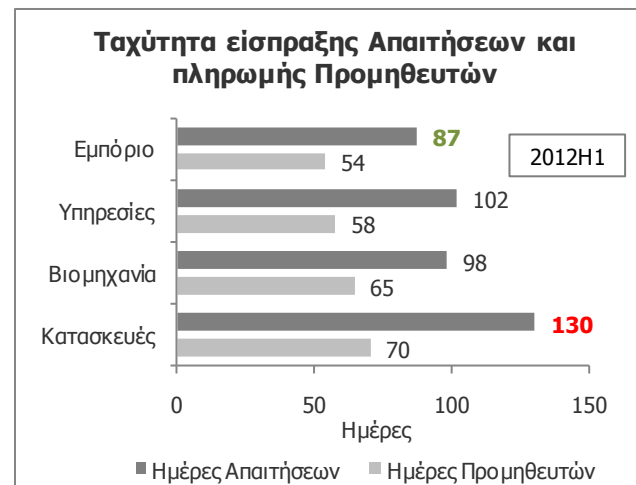
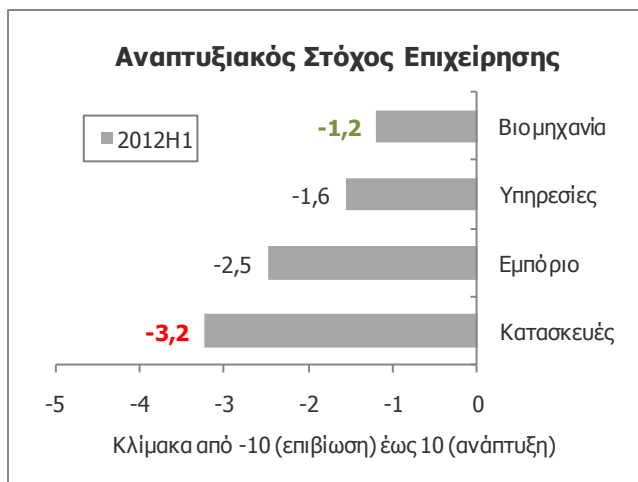
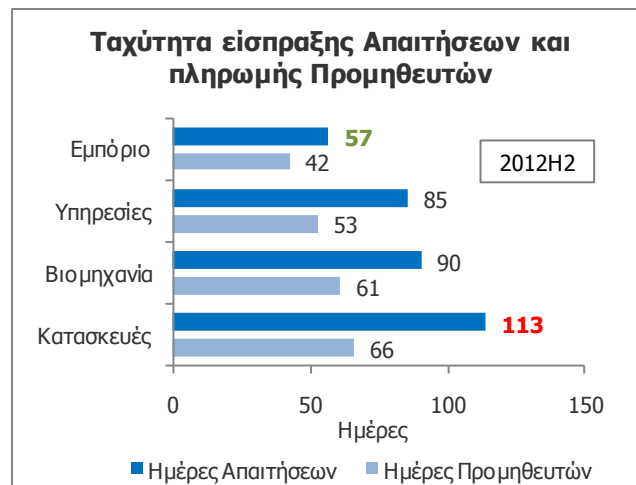
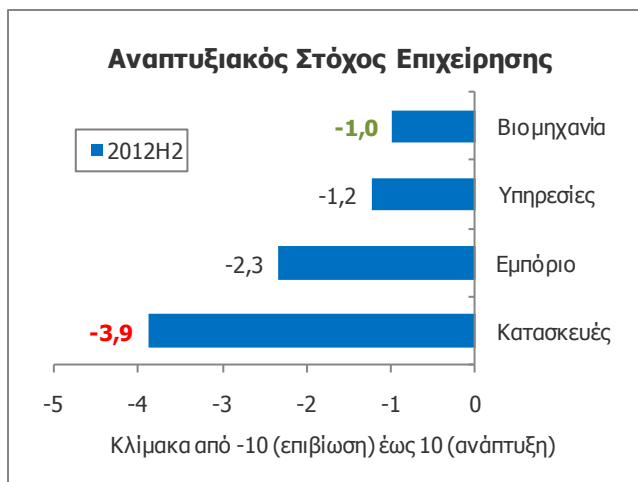
- Ο **δείκτης εμπιστοσύνης** των ΜμΕ, αν και παρέμεινε σε αρνητικά επίπεδα, σημείωσε οριακή άνοδο 3 μονάδων κατά το δεύτερο εξάμηνο του 2012 (-32, έναντι -35 στο πρώτο εξάμηνο του 2012). Συγκεκριμένα, αν και το κομμάτι των προσδοκιών του δείκτη (η αποτύπωση της τάσης της μελλοντικής ζήτησης) παρέμεινε σταθερό, το κομμάτι αξιολόγησης της τρέχουσας ζήτησης βελτιώθηκε. Έτσι, αύξηση ζήτησης κατά το προηγούμενο εξάμηνο δήλωσε το 13% των ΜμΕ (από 11% κατά το πρώτο εξάμηνο του έτους).
- Η πορεία του δείκτη εμπιστοσύνης είναι ανοδική, τόσο για τις **μικρές** όσο και για τις **μεσαίες** επιχειρήσεις, καθώς και για όλους του κλάδους ΜμΕ. Αξίζει ωστόσο να σημειωθεί ότι:
  - ✓ οριακά μεγαλύτερη αύξηση εντοπίζεται στις **βιομηχανικές** επιχειρήσεις, με αύξηση 4 μονάδων, έναντι 3,2 κατά μέσο όρο στους λοιπούς κλάδους.
  - ✓ στους επι μέρους τομείς **μικρών επιχειρήσεων κατασκευών και υπηρεσιών**, σημειώνεται πτώση του δείκτη εμπιστοσύνης, υπό την επίδραση κυρίως των προοπτικών του επόμενου εξαμήνου.





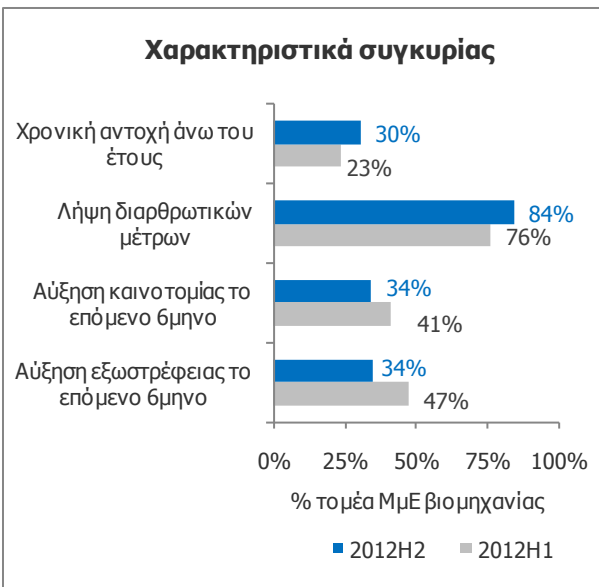
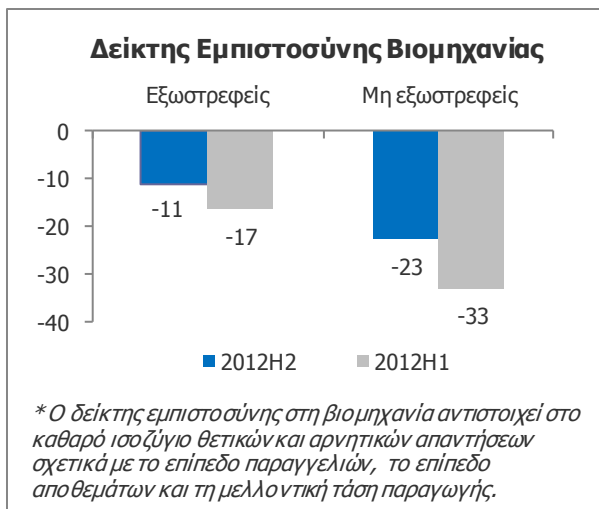
# Διαφοροποιήσεις ανά κλάδο

- Με εξαίρεση τον κατασκευαστικό κλάδο, οι υπόλοιποι κλάδοι παρουσιάζουν βελτιωμένη εικόνα όσον αφορά τις **προοπτικές** τους (με το 26% να δηλώνει ότι στοχεύει σε ανάπτυξη από 23% το πρώτο εξάμηνο του 2012).
- Αν και οι **ημέρες των απαιτήσεων** παραμένουν σημαντικά υψηλότερες σε σχέση με των προμηθευτών, παρατηρείται μια σημαντική μείωση των ημερών απαιτήσεων κατά το δεύτερο εξάμηνο του 2012 (κυρίως στο τομέα του εμπορίου, όπου οι ημέρες απαιτήσεων μειώθηκαν στις 57 από 87 κατά το πρώτο εξάμηνο του 2012).





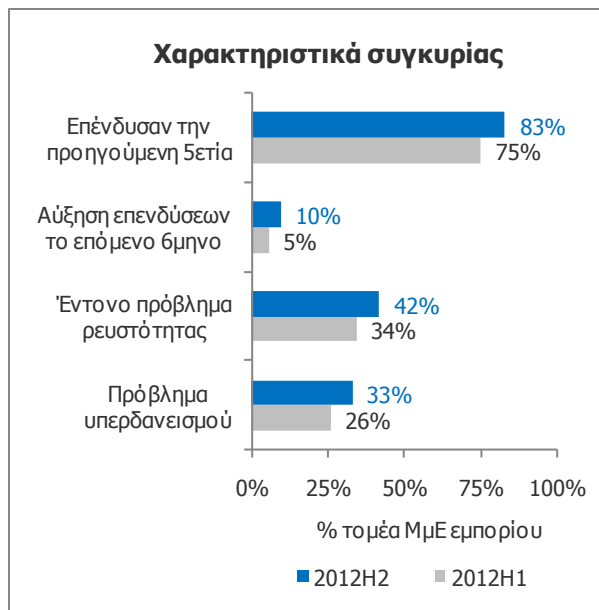
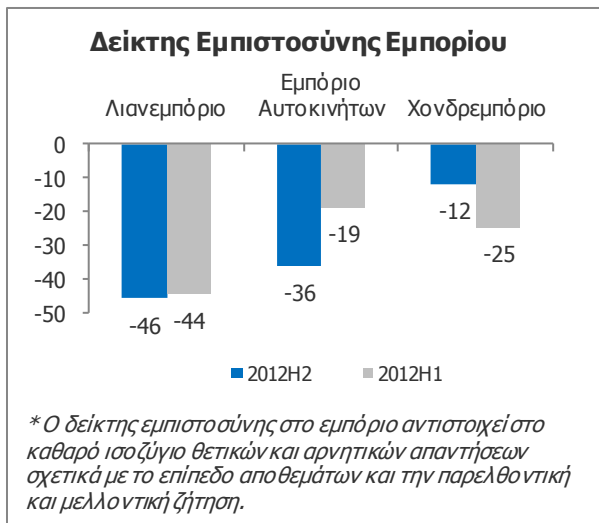
# Βιομηχανία: Ο κλάδος με τη μεγαλύτερη βελτίωση του δείκτη εμπιστοσύνης



- Ο τομέας μικρομεσαίων επιχειρήσεων βιομηχανίας σημειώνει την μεγαλύτερη αύξηση του **δείκτη εμπιστοσύνης** μεταξύ του πρώτου και του δεύτερου εξαμήνου 2012, τάση που είναι ακόμα εντονότερη στο επιμέρους δείγμα των εξωστρεφών επιχειρήσεων (αύξηση 10 μονάδων, έναντι 5 για τις μη εξωστρεφείς). Αξίζει να σημειωθεί ότι θετικές προοπτικές για τη ζήτηση του επόμενου εξαμήνου αναμένει το 23% των βιομηχανιών, έναντι 12% των λοιπών κλάδων (κατά μέσο όρο).
- Παράλληλα, η βιομηχανία συνεχίζει κατά το δεύτερο εξάμηνο του 2012 να συνδυάζει τη χαμηλότερη επίδραση από την κρίση και τον πιο **αναπτυξιακό στόχο** σε σύγκριση με τους υπόλοιπους κλάδους. Ειδικότερα, το 34% του κλάδου στοχεύει στην ανάπτυξη έναντι 23% για τον υπόλοιπο εταιρικό τομέα ΜμΕ.
- Θετική κρίνεται η αύξηση του ποσοστού των βιομηχανικών επιχειρήσεων που δήλωσαν χρονική αντοχή άνω του έτους (30% κατά το δεύτερο εξάμηνο του 2012 έναντι 23% κατά το πρώτο εξάμηνο). Ωστόσο, παράλληλα, η **πολιτική** που φαίνεται να ακολουθούν γίνεται όλο και πιο περιοριστική, καθώς:
  - ✓ αυξάνεται η λήψη διαρθρωτικών μέτρων,
  - ✓ περιορίζεται η στροφή στην καινοτομία, και
  - ✓ περιορίζεται η τάση εξωστρέφειας (πιθανότατα υποδηλώνοντας ότι οι περισσότερες ΜμΕ έχουν ήδη κινηθεί προς αυτή την κατεύθυνση).



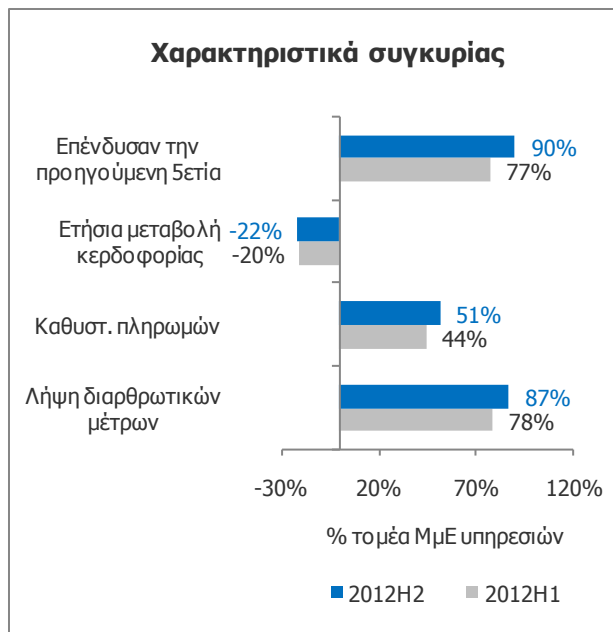
# Εμπόριο: Το χονδρικό εμπόριο πλεονεκτεί



- Η θέση των χονδρεμπόρων εμφανίζεται σε πλεονεκτική θέση στην τρέχουσα συγκυρία, δεδομένου ότι εμφανίζουν τον υψηλότερο **δείκτη εμπιστοσύνης** ο οποίος έχει και ανοδική πορεία έναντι του προηγούμενου εξαμήνου (λιγότερο αρνητικές προσδοκίες). Αντίθετα τόσο το λιανεμπόριο όσο και το εμπόριο αυτοκινήτων πλήττονται περισσότερο ως προς τη ζήτηση, με το 80% των ΜμΕ σε κάθε κλάδο να έχει σημειώσει πτώση πωλήσεων το προηγούμενο εξάμηνο (έναντι 54% των χονδρεμπόρων) και περίπου 60% να εκτιμά περαιτέρω πτώση το επόμενο εξάμηνο (έναντι 40% των χονδρεμπόρων).
- Παράλληλα, το **χονδρικό εμπόριο** συνεχίζει να πλεονεκτεί έναντι του λοιπού εμπορίου, διατηρώντας τη στήριξη της εξαγωγικής δραστηριότητας (σχεδόν 1/2 του τομέα εξάγει).
- Χαρακτηριστικό της συγκυρίας είναι η αυξημένη τάση των εμπορικών επιχειρήσεων για επενδύσεις – η πραγματοποίηση των οποίων, ωστόσο, πρέπει να υπερνικήσει τα συνεχώς αυξανόμενα προβλήματα ρευστότητας και υπερδανεισμού. Συγκεκριμένα, το **λιανεμπόριο** και το **εμπόριο αυτοκινήτων** αντιμετωπίζουν εντονότερα προβλήματα ρευστότητας (που οδηγούν σε καθυστερήσεις πληρωμών), τα οποία συγκρούονται με τις υψηλές ανάγκες για επενδύσεις την επόμενη 5ετία (χαρακτηρίζουν τα 3/4 των ΜμΕ λιανεμπορίου και εμπορίου αυτοκινήτων, έναντι 58% των χονδρεμπόρων).



# Υπηρεσίες: Ο κλάδος του τουρισμού εμφανίζεται σημαντικά ενισχυμένος

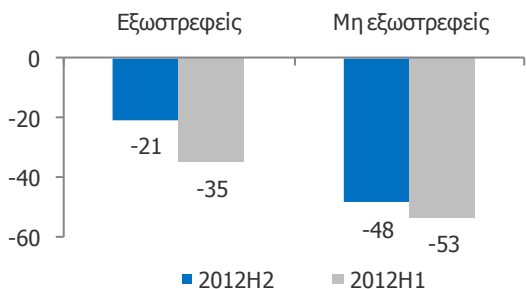


- Ο τομέας των υπηρεσιών χαρακτηρίζεται από έντονη ανομοιογένεια, όσον το αφορά το κλίμα εμπιστοσύνης. Ενδεικτικά:
  - ✓ Ο δείκτης εμπιστοσύνης αυξήθηκε σημαντικά στον κλάδο **τουρισμού** κατά το δεύτερο εξάμηνο του 2012 (28 μονάδες έναντι περίπου 10 μονάδων στις λοιπές υπηρεσίες), αντανakλώντας πιθανότατα τις αυξημένες κρατήσεις που σημειώνονται για το 2013 (αύξηση της τάξης του 15%-20% σε σχέση με το 2012). Στο σημείο αυτό, σημειώνουμε ότι ο τουρισμός παρουσιάζει και τη μεγαλύτερη **αντοχή στην κρίση** (άνω των 2 ετών, έναντι 15 μηνών για τις λοιπές υπηρεσίες).
  - ✓ Αντίθετα, ο δείκτης εμπιστοσύνης για τους **ελεύθερους επαγγελματίες** σημειώνει πτώση 15 μονάδων. Η επιδείνωση του επιχειρηματικού κλίματος του συγκεκριμένου τομέα μπορεί να συνδέεται με τη σταδιακή εφαρμογή αυξημένων φορολογικών επιβαρύνσεων και το άνοιγμα των κλειστών επαγγελμάτων.
- Όσον αφορά την **αντίδραση του κλάδου υπηρεσιών** στις συνθήκες μειωμένης ζήτησης, φαίνεται ότι:
  - ✓ Εντείνονται οι καθυστερήσεις πληρωμών δανείων και προμηθευτών (51% του κλάδου έναντι 44% κατά το πρώτο εξάμηνο του 2012).
  - ✓ Αυξάνεται η λήψη διαρθρωτικών μέτρων, όπως απολύσεις και κλείσιμο καταστημάτων (87% του κλάδου έναντι 78% κατά το πρώτο εξάμηνο του 2012).



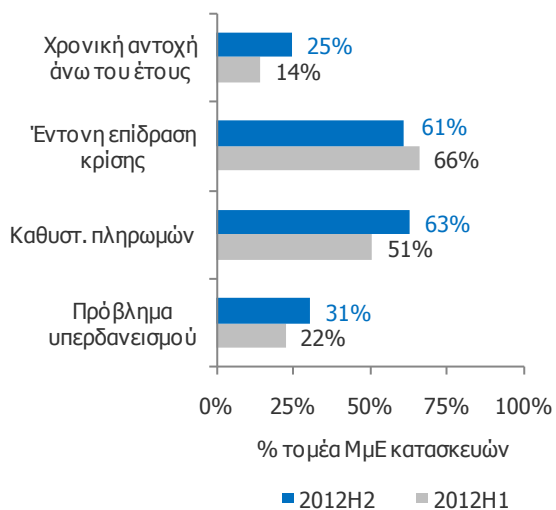
# Κατασκευές: Οι ΜμΕ με δραστηριότητα εκτός Ελλάδας εμφανίζουν υψηλότερη αντοχή στην κρίση

## Δείκτης Εμπιστοσύνης Κατασκευών



\* Ο δείκτης εμπιστοσύνης στις κατασκευές αντιστοιχεί στο καθαρό ισοζύγιο θετικών και αρνητικών απαντήσεων σχετικά με το επίπεδο ανεκτέλεστου υπολοίπου και τη μελλοντική τάση απασχόλησης.

## Χαρακτηριστικά συγκυρίας



- Ο κλάδος των κατασκευών συνεχίζει να βρίσκεται στη **δυσχερέστερη θέση**, καταγράφοντας τον υψηλότερο βαθμό επίδρασης της κρίσης και τη μικρότερη στροφή σε στόχο ανάπτυξης (μόλις 16% του τομέα, έναντι 30% των λοιπών κλάδων). Σε αυτό συμβάλλουν τα συνεχιζόμενα προβλήματα ρευστότητας που αντιμετωπίζει ο κλάδος (44% των κατασκευών έναντι 38% των λοιπών κλάδων) καθώς το διάστημα μεταξύ πληρωμής προμηθευτών και είσπραξης απαιτήσεων έχει αυξηθεί κατά 1,5 μήνα την τελευταία διετία (έναντι λιγότερο του 1 μήνα για τους λοιπούς κλάδους).
- Ως αποτέλεσμα της συνεχούς επιδείνωσης της ρευστότητας, οι καθυστερήσεις πληρωμών δανείων και προμηθευτών καθώς και η δυσκολία αποπληρωμής φαίνεται να αγγίζουν όλο και περισσότερες κατασκευαστικές. Ως μόνο σημάδι σταθεροποίησης ξεχωρίζουμε την αύξηση των ΜμΕ που δηλώνουν **χρονική αντοχή άνω του έτους** (25% κατά το δεύτερο εξάμηνο του 2012 από 14% κατά το πρώτο εξάμηνο).
- Καλύτερη εικόνα παρουσιάζουν οι κατασκευαστικές με **δραστηριότητα εκτός Ελλάδος**, οι οποίες σημειώνουν μεγαλύτερη βελτίωση του δείκτη εμπιστοσύνης και υψηλότερη αντοχή στην κρίση (16 μήνες, έναντι λιγότερο από 1 έτος για τις μη εξωστρεφείς). Παράλληλα, εκφράζουν εντονότερη διάθεση για επενδύσεις και μεγαλύτερη στήριξη σε χρηματοδότηση μέσω ιδίων κεφαλαίων. 29



# Προγράμματα στήριξης ρευστότητας των ελληνικών ΜμΕ

Η ρευστότητα παραμένει κυρίαρχο πρόβλημα για τις ελληνικές ΜμΕ. Υπό αυτό το πρίσμα, πραγματοποιείται μια σημαντική προσπάθεια στήριξης της ρευστότητας, κυρίως μέσω των παρακάτω τρόπων χρηματοδότησης:

## ➤ ΕΤΕΑΝ

- ✓ **Ταμεία Δανειοδοτήσεων** για χαμηλότοκα δάνεια με επιδοτούμενα επιτόκια μέσω ΕΤΕΑΝ
  - i. **Επιχειρηματικής Ανάπτυξης:** Μέσω του νέου αυτού ταμείου θα διοχετευτεί στις ΜμΕ ρευστότητα ύψους **€450 εκατ.** μέσω χαμηλότοκων δανείων κεφαλαίου κίνησης 4ετούς διάρκειας.
  - ii. **Ταμείου Επιχειρηματικότητας:** Συνεχίζεται με κονδύλια ύψους **€315 εκατ.** η παροχή χαμηλότοκων δανείων μέσω 5 τραπεζικών προγραμμάτων με προτεραιότητες την επιχειρηματικότητα, εξωστρέφεια, θεματικό τουρισμό, ΑΠΕ και καινοτομία (ενώ μπορούν χρηματοδοτηθούν και κεφάλαια κίνησης).
- ✓ **Ταμείο Εγγυοδοσίας** το οποίο ενεργοποιείται με στόχο την παροχή εγγυήσεων σε ΜμΕ για δάνεια κεφαλαίου κίνησης και επενδύσεων. Το ταμείο έχει ίδιους πόρους €100 εκατ. ενώ εκτιμάται ότι θα εγγυηθεί συνολικά δάνεια ύψους **€350 εκατ.**
- ✓ **Πρόγραμμα Εγγυοδοσίας** μέσω του οποίου διατίθενται €45 εκατ. για την κάλυψη εγγυτικών επιστολών αξίας **€90 εκατ.** που χορηγούνται από τράπεζες σε προμηθευτές των ΜμΕ με αντάλλαγμα παροχή προϊόντων και υπηρεσιών. Αφορά μέγιστη κάλυψη €150,000 ανά εταιρεία και ισχύει για 2 έτη.

## ➤ ΕΣΠΑ

- ✓ Μετά από αναδιάρθρωση προγραμμάτων του ΕΣΠΑ, είναι **διαθέσιμες προς ΜμΕ ενισχύσεις ύψους €450 εκατ. για πραγματοποίηση επενδύσεων** στους τομείς μεταποίησης, τουρισμού, εμπορίου και υπηρεσιών.

## ➤ Εγγυήσεις ΕΤΕπ

- ✓ **Στήριξη ΜμΕ με χαμηλότοκα δάνεια ύψους €1,44 δισ. έως το 2015** που προέρχονται από πόρους του ΕΣΠΑ και του ειδικού Ταμείου Εγγυήσεων της ΕΤΕπ για στήριξη ελληνικών ΜμΕ. Ήδη έχουν υπογραφεί συμφωνίες με εμπορικές τράπεζες (έχουν ρόλο μεσολαβητή) για δάνεια ύψους €600 εκατ..
- ✓ **Στήριξη εξωστρεφών ΜμΕ με εγγυήσεις €500 εκατ.** για συναλλαγές εξωτερικού εμπορίου (εισαγωγές και εξαγωγές). Ως ανακυκλούμενες, οι άνω εγγυήσεις αναμένεται να ενισχύσουν συναλλαγές €1,5 δισ.30 ετησίως.

---

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

---

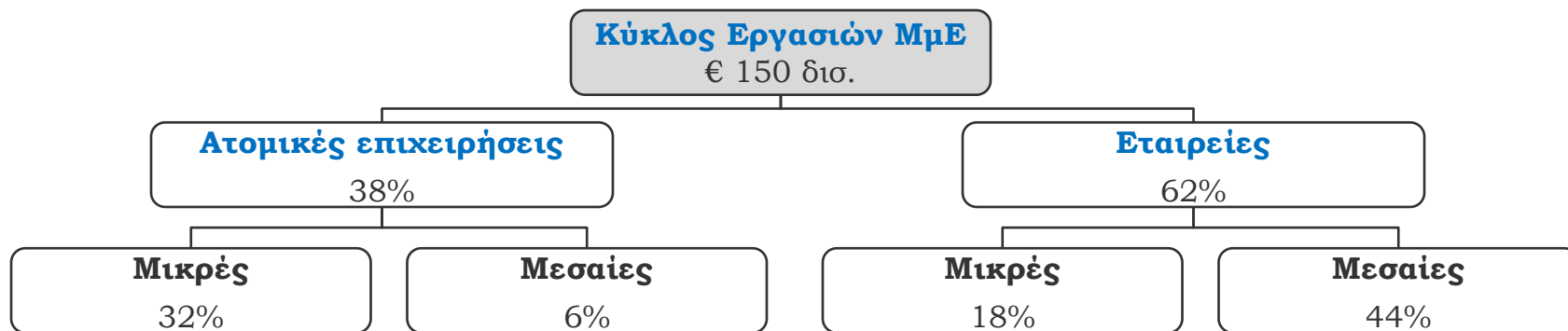




# Χαρτογράφηση του τομέα των ΜμΕ στην Ελλάδα



\* Για τους σκοπούς της ανάλυσης ορίζονται: **μικρές** οι επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών χαμηλότερο του €1 εκατ. και **μεσαίες** οι επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών μεταξύ €1 εκατ. και €10 εκατ..



\* Για τους σκοπούς της ανάλυσης ορίζονται: **μικρές** οι επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών χαμηλότερο του €1 εκατ. και **μεσαίες** οι επιχειρήσεις με κύκλο εργασιών μεταξύ €1 εκατ. και €10 εκατ..

- Οι σχεδόν 750.000 ΜμΕ στην Ελλάδα συνεισφέρουν ετησίως κύκλο εργασιών της τάξης των €150 δισ..
- Τα 4/5 των ΜμΕ αντιστοιχούν σε ατομικές επιχειρήσεις, οι οποίες καλύπτουν αντίστοιχο μερίδιο στο σύνολο του εγχώριου εταιρικού τομέα (έναντι μόλις 1/2 του εταιρικού τομέα στην Ευρώπη).
- Αν και σε αριθμό υπερτερούν οι ατομικές επιχειρήσεις, το μεγαλύτερο μερίδιο του κύκλου εργασιών (άνω του 60%) παράγεται από εταιρείες διάφορων νομικών μορφών (ΑΕ, ΟΕ, ΕΕ, ΕΠΕ κτλ.).





## Περιγραφή Δείγματος

### Κατανομή αριθμού εταιρειών δείγματος\*

Κύκλος εργασιών (€ εκατ.)	Βιομηχανία	Εμπόριο	Υπηρεσίες	Κατασκευές	ΣΥΝΟΛΟ
(0 - 0,1]	40	40	40	40	160
(0,1 - 0,5]	40	40	40	40	160
(0,5 - 1]	40	40	40	40	160
(1 - 2,5]	40	40	40	40	160
(2,5 - 5]	40	40	40	40	160
(5 - 10]	40	40	40	40	160
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>240</b>	<b>240</b>	<b>240</b>	<b>240</b>	<b>960</b>

\*Ανάλογα με τη διαθεσιμότητα των στοιχείων υπάρχει πιθανότητα αποκλίσεων της τάξης του 10%.

### Σύνθεση εταιρικού τομέα ΜμΕ (βάσει κύκλου εργασιών)

Κύκλος εργασιών (€ εκατ.)	Βιομηχανία	Εμπόριο	Υπηρεσίες	Κατασκευές	ΣΥΝΟΛΟ
(0 - 0,1]	1%	4%	5%	1%	11%
(0,1 - 0,5]	3%	14%	6%	2%	24%
(0,5 - 1]	2%	9%	3%	1%	15%
(1 - 2,5]	3%	11%	4%	2%	20%
(2,5 - 5]	3%	8%	3%	1%	15%
(5 - 10]	3%	8%	3%	1%	15%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	<b>15%</b>	<b>53%</b>	<b>23%</b>	<b>8%</b>	<b>100%</b>

\* Πηγή: Μητρώο επιχειρήσεων ΕΛ.ΣΤΑΤ. (2007)

- Η ανάλυση που ακολουθεί αφορά δείγμα επιχειρήσεων με κύκλο εργασιών έως €10 εκατ., τις οποίες για τους σκοπούς της ανάλυσης ορίζουμε ως μικρομεσαίες επιχειρήσεις (ΜμΕ).
- Η επιλογή των εταιρειών έγινε μέσω διαστρωματικής δειγματοληψίας (stratified sampling method), κατά τα πρότυπα αντίστοιχων ερευνών που πραγματοποιούνται από διεθνείς οργανισμούς. Ειδικότερα, επιλέχθηκαν συνολικά 960 εταιρείες, με τρόπο τέτοιο ώστε να κατανέμονται ομοιόμορφα βάσει δύο βασικών παραγόντων: την τάξη του κύκλου εργασιών (6 τάξεις μεγέθους) και τον κλάδο δραστηριοποίησης (Βιομηχανία, Εμπόριο, Υπηρεσίες, Κατασκευές).
- Προκειμένου να προκύψουν συμπεράσματα αντιπροσωπευτικά του εταιρικού τομέα ΜμΕ, πραγματοποιήθηκε στάθμιση των απαντήσεων ανάλογα με τη συμμετοχή της κάθε υποκατηγορίας στο συνολικό κύκλο εργασιών του τομέα. Με αυτόν τον τρόπο προέκυψαν συμπεράσματα (i) ανά μέγεθος, (ii) ανά κλάδο και (iii) συνολικά για τον εταιρικό τομέα ΜμΕ. Βάσει της μεθοδολογίας, οι διακρίσεις που γίνονται κατά την ανάλυση που ακολουθεί αναφέρονται σε μερίδια βάσει κύκλου εργασιών και όχι βάσει αριθμού εταιρειών.



## Κατασκευή Δείκτη Εμπιστοσύνης

- Στοχεύοντας στην κατασκευή ενός δείκτη εμπιστοσύνης για τις ΜμΕ, έχουμε συμπεριλάβει κάποιες βασικές ερωτήσεις που αποτυπώνουν το επίπεδο δραστηριότητας κατά το προηγούμενο και επόμενο εξάμηνο. Το πρότυπο των ερωτήσεων βασίζεται στο εναρμονισμένο ερωτηματολόγιο που προτείνουν ο ΟΟΣΑ και η Ευρωπαϊκή Επιτροπή, βελτιώνοντας έτσι τη συγκρισιμότητα του δείκτη.
- Οι ερωτήσεις του δείκτη έχουν 3 εναλλακτικές απαντήσεις: αύξηση (+), σταθερότητα (=), μείωση (-) ή υψηλότερο από το κανονικό (+), κανονικό (=), χαμηλότερο από το κανονικό (-). Αρχικά μετατρέπουμε τον αριθμό των απαντήσεων ανά κατηγορία (+,=,-) σε ποσοστά και στη συνέχεια υπολογίζουμε το καθαρό ισοζύγιο αφαιρώντας το ποσοστό των (-) από το ποσοστό των (+). Τέλος, ο δείκτης εμπιστοσύνης για κάθε κλάδο είναι ο μέσος όρος των καθαρών ισοζυγίων για τις παρακάτω ερωτήσεις:
  - ✓ Για τη **βιομηχανία**: Επίπεδο παραγγελιών, επίπεδο αποθεμάτων και μελλοντική τάση παραγωγής.
  - ✓ Για τις **υπηρεσίες**: Κατάσταση επιχείρησης προηγούμενου εξάμηνου, παρελθοντική και μελλοντική τάση ζήτησης.
  - ✓ Για το **εμπόριο**: Επίπεδο αποθεμάτων, παρελθοντική και μελλοντική ζήτηση.
  - ✓ Για τις **κατασκευές**: Επίπεδο ανεκτέλεστου υπολοίπου και μελλοντική τάση απασχόλησης.
- Για το σύνολο του εταιρικού τομέα των ΜμΕ, ο δείκτης εμπιστοσύνης εκτιμήθηκε ως ένας σταθμισμένος μέσος όρος των επιμέρους κλάδων (με σταθμίσεις τα μερίδια του κύκλου εργασιών των κλάδων στην οικονομία).
- Η τακτική διενέργεια της έρευνας σε εξαμηνιαία βάση θα μας προσφέρει την εικόνα της διαχρονικής πορείας των ΜμΕ, όπως θα αποτυπώνεται στο δείκτη. Για την εξαγωγή αξιόπιστων συμπερασμάτων, η σύγκριση θα διενεργείται μεταξύ του τρέχοντος επιπέδου του δείκτη και του μακροχρόνιου μέσου όρου του (με σκοπό τη διόρθωση ενδεχόμενης υπέρμετρης αισιοδοξίας ή απαισιοδοξίας (over-optimism or over-pessimism bias)).



## Ταυτότητα της δειγματοληπτικής έρευνας

- *Εταιρία: TNS ICAP*
- *Μεθοδολογία: Ποσοτική έρευνα, με τη μορφή τηλεφωνικών συνεντεύξεων (Computer Aided Telephone Interviewing- C.A.T.I.), με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου 25 λεπτών.*
- *Δείγμα: Συνολικά διεξήχθησαν 960 συνεντεύξεις στην τρέχουσα μέτρηση:*
  - ✓ *480 επιχειρήσεις με τζίρο μέχρι 1εκ. ευρώ (ελεύθεροι επαγγελματίες, ατομικές επιχειρήσεις, ΟΕ, ΕΕ, ΕΠΕ, ΑΕ)*
  - ✓ *480 επιχειρήσεις με τζίρο από 1-10εκ. ευρώ (ΟΕ, ΕΕ, ΑΕ, ΕΠΕ)*
- *Γεωγραφική κάλυψη: Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο, Ιωάννινα, Καβάλα, Λάρισα, Πάτρα.*
- *Δειγματοληψία: Πολυσταδιακή, στρωματοποιημένη, μη αναλογική δειγματοληψία ως προς κλάδο, την τάξη μεγέθους τζίρου & την περιοχή σε κάθε ένα από τα δύο υπο-δείγματα.*
- *Στατιστικό σφάλμα: στο σύνολο κάθε υπο-δείγματος των 480 επιχειρήσεων το μέγιστο στατιστικό σφάλμα είναι +/- 4,5% σε επίπεδο εμπιστοσύνης 95%.*
- *Περίοδος διεξαγωγής: 01/11/2012 - 20/12/2012*
- *Διεξαγωγή: Η έρευνα διεξήχθη σύμφωνα με τους κώδικες δεοντολογίας της ESOMAR και του ΣΕΔΕΑ και τις προδιαγραφές ποιοτικού ελέγχου που ορίζονται από τον ΠΕΣΣ (Ποιοτικός Έλεγχος Συλλογής Στοιχείων). Για την διεξαγωγή της έρευνας πεδίου εργάστηκαν 33 ερευνητές και 3 επιθεωρητές, με εμπειρία και εξειδίκευση σε έρευνες επιχειρήσεων.*

## Διεύθυνση Στρατηγικής και Οικονομικής Ανάλυσης

### Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις: Έρευνα συγκυρίας Μάρτιος 2013



Αναλύτριες:  
Φραγκίσκα Βουμβάκη,  
(+30210) 334 1549,  
e-mail: fvoumv@nbg.gr

Μαρία Σάββα,  
(+30210) 334 1646,  
e-mail: sava.maria@nbg.gr

Αθανασία Κουτούζου,  
(+30210) 334 1528,  
e-mail: koutouzou.ath@nbg.gr

---

Το παρόν δελτίο προορίζεται αποκλειστικά για την ενημέρωση επαγγελματιών επενδυτών οι οποίοι καλούνται να προβούν στην υλοποίηση των επενδυτικών τους αποφάσεων χωρίς να στηρίζονται στα περιεχόμενά του. Σε καμία περίπτωση το παρόν δελτίο δεν θα πρέπει να χρησιμοποιηθεί ή να θεωρηθεί ως πρόταση για πώληση είτε ως παρότρυνση για οποιαδήποτε πρόταση αγοράς. Τα στοιχεία που αναφέρονται στο παρόν δελτίο προέρχονται από πηγές που θεωρούνται αξιόπιστες. Μη όντας σε θέση να αποκλείσει το ενδεχόμενο λάθους από μέρους των εν λόγω πηγών η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος δεν εγγυάται για ακρίβεια, την επικαιρότητα ή τη χρησιμότητα οποιασδήποτε πληροφορίας. Η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος και οι θυγατρικές της εταιρίες δε φέρουν καμία ευθύνη για οποιαδήποτε άμεση ή παρεπόμενη ζημία απορρέει από οποιαδήποτε χρήση της παρούσας αναφοράς.