



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΣΧΟΛΗ ΕΠΙΣΤΗΜΩΝ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΗΣ ΕΠΙΣΤΗΜΗΣ ΚΑΙ
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ: ΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ
ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

Εισηγητής: Αρτέμη Μόσχα ΔΕ20067

Επιβλέπων: Σκουλουδάκης Εμμανουήλ

©

2024



HELLENIC MEDITERRANEAN UNIVERSITY

**SCHOOL OF MANAGEMENT AND ECONOMICS
SCIENCE**

**DEPARTMENT OF MANAGMENT SCIENCE AND
TECHNOLOGY**

**GREEK ENTREPRENEURSHIP:
TRENDS AND PROSPECTS**

DIPLOMA THESIS

Student: Artemi Moscha DE20067

Supervisor: Skouloudakis Emmanuel

©

2024

Υπεύθυνη Δήλωση : Βεβαιώνω ότι είμαι συγγραφέας αυτής της πτυχιακής εργασίας και ότι κάθε βοήθεια την οποία είχα για την προετοιμασία της, είναι πλήρως αναγνωρισμένη και αναφέρεται στην πτυχιακή εργασία. Επίσης έχω αναφέρει τις όποιες πηγές από τις οποίες έκανα χρήση δεδομένων, ιδεών ή λέξεων, είτε αυτές αναφέρονται ακριβώς είτε παραφρασμένες. Επίσης βεβαιώνω ότι αυτή η πτυχιακή εργασία προετοιμάστηκε από εμένα προσωπικά ειδικά για τις απαιτήσεις του προγράμματος σπουδών του Τμήματος Διοικητικής Επιστήμης και Τεχνολογίας του ΕΛ.ΜΕ.ΠΑ.

Πίνακας περιεχομένων

Περίληψη.....	8
Abstract	9
Συνοτομογραφίες.....	10
Εισαγωγή.....	11
Κεφάλαιο 1° : Έννοιες και θεωρίες επιχειρηματικότητας.....	13
1.1 Έννοια επιχειρηματικότητας	13
1.2 Θεωρίες επιχειρηματικότητας	13
1.3 Μορφές επιχειρηματικότητας.....	16
1.4 Προσεγγίσεις Επιχειρηματικότητας	19
Κεφάλαιο 2° : Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία	22
2.1 Ορισμός Καινοτομίας.....	22
2.2 Κατηγορίες Καινοτομίας.....	23
2.3 Σχέση Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας.....	25
2.4 Πηγές Καινοτομίας.....	26
Κεφάλαιο 3° : Επιχειρηματικότητα και Εξωστρέφεια.....	29
3.1 Τι είναι η εξωστρέφεια ;	29
3.2 Μορφές εξωστρέφειας.....	30
3.3 Η σχέση της επιχειρηματικότητας και τις εξωστρέφειας	31
3.4 Οι ελληνικές εξαγωγές	33
Κεφάλαιο 4° : Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα: Μια Στατιστική Απεικόνιση	36
4.1 Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.....	36
4.2 Γυναικεία Επιχειρηματικότητα	36
4.3 Πράσινη Επιχειρηματικότητα.....	38
4.4 Η Νεανική Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα	41
4.5 Κοινωνική Επιχειρηματικότητα	42
Κεφάλαιο 5° : Προβλήματα και εμπόδια σχετικά με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα .	46
5.1 Η Ελληνική επιχειρηματικότητα στην περίοδο της οικονομικής κρίσης.....	46
5.2 Η Ελληνική Επιχειρηματικότητα στην περίοδο της πανδημίας (Covid-19)	47
5.3 Φοροδιαφυγή.....	48
Κεφάλαιο 6°: Προοπτικές Ελληνικής Επιχειρηματικότητας.....	51
6.1 Τα Social Media στην Επιχειρηματικότητα	51
6.2 Οι Start Up επιχειρήσεις στον Ελλαδικό χώρο.....	53
6.3 Ψηφιακός Μετασχηματισμός	55
Κεφάλαιο 7 : Συμπεράσματα.....	59

Βιβλιογραφία.....	62
Κατάλογος Πινάκων.....	70
Κατάλογος Εικόνων	70
Κατάλογος Σχεδιαγραμμάτων	70

Περίληψη

Η παρούσα πτυχιακή εργασία εξετάζει την επιχειρηματικότητα και συγκεκριμένα την ελληνική, τον επιχειρηματία, την συνεισφορά της στην οικονομία της χώρας, την καινοτομία και τις μορφές της. Στην πορεία της εργασίας θα δούμε τις μορφές της επιχειρηματικότητας όπως είναι η γυναικεία επιχειρηματικότητα αλλά και την εξωστρέφεια των ελληνικών επιχειρήσεων και τον ρόλο των εξαγωγών στο ΑΕΠ της. Επιπλέον, θα δούμε την σχέση της επιχειρηματικότητας με την καινοτομία και την εξωστρέφεια. Τέλος, θα δούμε τα προβλήματα που αντιμετωπίζει η ελληνική επιχειρηματικότητα τα τελευταία σχεδόν δέκα χρόνια αλλά και τις προοπτικές τους για την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.

Λέξεις Κλειδιά : *Επιχειρηματικότητα, ελληνική επιχειρηματικότητα, επιχειρηματίας, εξωστρέφεια, καινοτομία.*

Abstract

This thesis examines entrepreneurship, namely the Greek, the entrepreneur, its consciousness in the country's economy, its innovation and its forms. In the course of the work we will see the forms of entrepreneurship and extrovation in Greek business and the role of exports to its GDP. In addition, we will see the relationship of entrepreneurship with innovation and extrovation. Finally, we will see the problems facing Greek entrepreneurship for almost ten years and their prospects for the emergence of entrepreneurship.

Keywords: *Entrepreneurship, Greek entrepreneurship, businessman, extrovation, innovation.*

Συνοτομογραφίες

- ✓ ΑΕΠ : Ακαθάριστο Εγχώριο Προϊόν.
- ✓ ΑΠΕ : Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας.
- ✓ Ε&Α: Έρευνα & Ανάπτυξη.
- ✓ Ε.Ε: Ευρωπαϊκή Ένωση.
- ✓ ΕΛΣΤΑΤ: Ελληνική Στατιστική Αρχή.
- ✓ ΕΣΠΑ: Εταιρικό Σύμφωνο για το Πλαίσιο Ανάπτυξης.
- ✓ ΙΟΒΕ: Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών.
- ✓ Κ.Α.Λ.Ο: Κοινωνική & Αλληλέγγυα Οικονομία.
- ✓ Μ.Μ.Ε: Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.
- ✓ ΟΟΣΑ: Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης.
- ✓ DEI: Digitizing European Industry.
- ✓ DESI: Digital Economy Society Index.
- ✓ GEM: Global Entrepreneurship Monitor.
- ✓ NPM: New Public Management.

Εισαγωγή

Στο πρώτο κεφάλαιο της πτυχιακής εργασίας θα ασχοληθούμε με την έννοια και τις θεωρίες της επιχειρηματικότητας όπου θα αναλύσουμε τι είναι η επιχειρηματικότητα, τι είναι επιχειρηματίας, Και θα δούμε αναλυτικά κάποιες βασικές θεωρίες που ερμηνεύτηκαν από σπουδαίους οικονομολόγους για τον ρόλο και τον στόχο του επιχειρηματία. Στην συνέχεια θα αναλύσουμε τις επτά μορφές επιχειρηματικότητας που έχουν οριστεί καθώς και τα κύρια χαρακτηριστικά τους. Και θα δούμε τις προσεγγίσεις επιχειρηματικότητας όπου η κάθε μια μας παρουσιάζει τους παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση ενός επιχειρηματία για το ξεκίνημα της δικιάς του επιχείρησης. Στο δεύτερο κεφάλαιο θα αναλύσουμε την έννοια της καινοτομίας, η οποία έχει παρόμοια στοιχεία με την επιχειρηματικότητα. Η καινοτομία παρουσιάζει την νέα ιδέα χρησιμοποιώντας την τεχνολογία και την παρουσιάζει στους καταναλωτές, την καινοτομία την χωρίζουμε σε έξι κατηγορίες: την προιοντική καινοτομία, την διαδικαστική καινοτομία, την οργανωσιακή καινοτομία, την καινοτομία της αγοράς, την εμπορική καινοτομία και την καινοτομία επιχειρηματικού μοντέλου. Θα αναλύσουμε τις δύο πηγές καινοτομίας την εσωτερική πηγή και την εξωτερική πηγή όπου θα δούμε από που πηγάζει η γνώση στην επιχειρηματικότητα, δηλαδή τους παράγοντες όπου επηρεάζουν στην κρίση για την εταιρία. Στο τρίτο κεφάλαιο θα δούμε για την εξωστρέφεια ξεκινώντας με το τι είναι η εξωστρέφεια; Τον λόγο όπου μια επιχείρηση επιλέγει να στραφεί στο διεθνές εμπόριο καθώς επίσης και τον χωρισμό της εξωστρέφειας σε δύο << κομμάτια>> αλλά και τις 8 μορφές της εξωστρέφειας. Η πρώτη είναι οι δραστηριότητες διεθνοποίησης και η δεύτερη είναι η επιλογή των αγορών. Επιπλέον θα δούμε πως συνδέεται η εξωστρέφεια με την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία, καθώς επίσης και τις εξαγωγές όπου κάνουν οι ελληνικές επιχειρήσεις στις χώρες της ΕΕ και όχι μόνο.. Στο τέταρτο κεφάλαιο θα μιλήσουμε για την επιχειρηματικότητα στην χώρα μας τις τελευταίες δεκαετίες και κυρίως για τους τομείς όπου έχουν ανθίσει. Δηλαδή, θα δούμε για την γυναικεία επιχειρηματικότητα η οποία είναι από τις σημαντικότερες μορφές επιχειρηματικότητας την τελευταία δεκαετία για την οικονομία της Ελλάδας καθώς και η πράσινη επιχειρηματικότητα η οποία προσπαθεί να χρησιμοποιήσει τους φυσικούς πόρους και να μειώσει την περιβαλλοντική καταστροφή. Επιπλέον θα δούμε την άνθιση της νεανικής επιχειρηματικότητας η οποία είναι εξίσου σημαντική καθώς οι νέοι εκδηλώνουν τις γνώσεις και την θέλησή τους για εργασία. Καθώς και για την κοινωνική

επιχειρηματικότητα η οποία προσπαθεί να επιλύσει τα κοινωνικά προβλήματα βοηθώντας τους συνανθρώπους μας με τα καθημερινά προβλήματα. Όλα αυτά που αναφέραμε θα τις αναλύσουμε παρακάτω βλέποντας τους βασικούς σκοπούς τους αλλά και τα στατιστικά στοιχεία για κάθε έτος. Στη συνέχεια στο πέμπτο κεφάλαιο θα δούμε τα κύρια προβλήματα που αντιμετωπίζει η Ελληνική επιχειρηματικότητα. Τρία είναι τα κύρια προβλήματα που αντιμετωπίζει και αντιμετωπίζει η επιχειρηματικότητα τις τελευταίες δύο (σχεδόν) δεκαετίες, την οικονομική κρίση η οποία είχε ως κύριο επιρροή την παγκόσμια κρίση του 2007 βασικός παράγοντας αφού έκλεισαν οι επιχειρήσεις και αυξήθηκε η ανεργία. Το δεύτερο πρόβλημα και το ποιο καινούργιο εμπόδιο είναι η «κρίση» της πανδημίας την χρονική περίοδο 2020, όπου έχουμε την εμφάνιση της πανδημίας covid-19 όπου πάλι επιχειρήσεις αποφάσισαν να κλείσουν, η ανεργία εξακολούθησε να υπάρχει καθώς οι επιχειρήσεις δεν αναζητούσαν προσωπικό και οι επιχειρηματίες έπρεπε να αποφασίσουν αν θα κρατήσουν ανοικτή την επιχείρησή τους ή αν θα την κλείσουν και αν την έκλειναν έπρεπε να σκεφτούν αν θα είναι μόνιμο κλείσιμο ή αν θα είναι προσωρινό. Τέλος, ο τρίτος παράγοντας προβλήματος είναι η φοροδιαφυγή, ένα πρόβλημα το οποίο υπάρχει εδώ και πολλά χρόνια στην Ελλάδα όπου επηρεάζεται από διάφορες καταστάσεις όπου υπάρχουν στην χώρα μας όπως είναι η γραφειοκρατία ,η αύξηση του ΦΠΑ κλπ. Στο τελευταίο κεφάλαιο θα αναλύσουμε τις προοπτικές της ελληνικής επιχειρηματικότητας όπου οι επιχειρηματίες μέρα-με την μέρα προσπαθούν με διάφορους τρόπους να ενισχύουν τις επιχειρήσεις τους ,τρεις είναι οι βασικοί παράγοντες κατά την γνώμη μου τα Social Media, οι Start Up επιχειρήσεις και ο ψηφιακός μετασχηματισμός. Στη συνέχεια θα δούμε αναλυτικά αυτές τις τρεις προοπτικές και κάποια χαρακτηριστικά τους , επίσης θα δούμε πως επηρεάζουν θετικά την ελληνική επιχειρηματικότητα αλλά και πως τα ‘αγκαλιάζουν’ οι καταναλωτές της εγχώριας αγοράς αλλά και πως η ελληνική κυβέρνηση βοηθάει σε κάποιες περιπτώσεις το ξεκίνημα της επιχείρησης

Κεφάλαιο 1^ο : Έννοιες και θεωρίες επιχειρηματικότητας

Στο πρώτο κεφάλαιο της πτυχιακής εργασίας θα ασχοληθούμε με την έννοια και τις θεωρίες της επιχειρηματικότητας όπου θα αναλύσουμε τι είναι η επιχειρηματικότητα, τι είναι επιχειρηματίας, Και θα δούμε αναλυτικά κάποιες βασικές θεωρίες που ερμηνεύτηκαν από σπουδαίους οικονομολόγους για τον ρόλο και τον στόχο του επιχειρηματία. Στην συνέχεια θα αναλύσουμε τις επτά μορφές επιχειρηματικότητας που έχουν οριστεί καθώς και τα κύρια χαρακτηριστικά τους. Τέλος, θα δούμε τις προσεγγίσεις επιχειρηματικότητας όπου η κάθε μια μας παρουσιάζει τους παράγοντες που επηρεάζουν την απόφαση ενός επιχειρηματία για το ξεκίνημα της δικιάς του επιχείρησης.

1.1 Έννοια επιχειρηματικότητας

Ένας σαφής ορισμός για την επιχειρηματικότητα δεν υπάρχει στις βιβλιογραφίες . Όμως τι είναι επιχειρηματικότητα ;

Ως επιχειρηματικότητα μπορούμε να ορίσουμε την υλοποίηση μια ιδέας ενός επιχειρηματία σχετικά με ένα project που έχει σκεφτεί και θέλει να το πραγματοποιήσει με σκοπό να του φέρει κέρδος και ζήτηση . Όπως για παράδειγμα το άνοιγμα ενός καταστήματος με προϊόντα ρουχισμού ή κάποιο μαγαζί εστίασης, ή και για την δημιουργία ενός προϊόντος για παράδειγμα μια δημιουργία κάποιας εφαρμογής για φοιτητές.

1.2 Θεωρίες επιχειρηματικότητας

Οικονομολόγοι έχουν δημιουργήσει θεωρίες σχετικά με την επιχειρηματικότητα, οι σημαντικότερες είναι τρεις και συγκεκριμένα 1) η θεωρία του Kinzer , 2) η θεωρία του Schumpeter και 3) η θεωρία του Knight . Παρακάτω θα παρουσιάσουμε πιο αναλυτικά αυτές τις θεωρίες.

- ❖ **Θεωρία του Kinzer :** Σύμφωνα με τον Kirzner , επιχειρηματίας μπορεί να είναι ο κάθε άνθρωπος είτε έχει τις κατάλληλες γνώσεις είτε όχι και είναι εκείνος ο οποίος αντιλαμβάνεται τις ευκαιρίες που του προσφέρονται και προσπαθεί να τις εκμεταλλευτεί σωστά για να έχει κέρδος η επιχείρησή του.
- ❖ **Θεωρία του Schumpeter :** Σύμφωνα με τον Schumpeter , επιχειρηματίας είναι εκείνο το πρόσωπο που έχει τις γνώσεις και προσπαθεί να προσθέσει στην υλοποίηση της ιδέας του την τεχνολογία όπως είναι εξελιγμένα μοντέλα υπολογιστών ή καινούργια προγράμματα , καθώς και την τεχνική νοημοσύνη όπως είναι το AI . Ουσιαστικά αυτό που προσπαθεί να πετύχει αυτή η θεωρία είναι η εισαγωγή του καινούργιου και του διαφορετικού στην αγορά , με αποτέλεσμα να υπάρχει η αύξηση του ανταγωνισμού από άλλες εταιρίες που παρέχουν την ίδια υπηρεσία ή/ και προϊόν .
- ❖ **Θεωρία του Knight :** Σύμφωνα με τον Knight, επιχειρηματίας είναι εκείνος ο οποίος αντιλαμβάνεται και λαμβάνει τον κίνδυνο και τις συνθήκες αβεβαιότητας.

Εκτός από αυτές τις θεωρίες υπάρχουν και άλλες πολλές από διάφορους οικονομολόγους κάποιες από αυτές είναι οι παρακάτω:

1) Η θεωρία του Cantillon, 2) η θεωρία του Casson και 3) η θεωρία των Zimmer & Scarborough.

- ❖ **Θεωρία του Cantillon :** Ο Cantillon ήταν ο πρώτος οικονομολόγος, ο οποίος χρησιμοποιεί τον όρο «Επιχειρηματία». Τον οποίο τον παρουσιάζει ως το κεντρικό πρόσωπο το οποίο είναι εκείνο που λαμβάνει και εντοπίζει τις ευκαιρίες παρακολουθώντας την ζήτηση που υπάρχει στην αγορά. Επίσης, πίστευε ότι ο επιχειρηματίας είναι εκείνος που διαμορφώνει την ζήτηση των αγαθών με τις τιμές και τις ποσότητες των προϊόντων που εισάγει στην αγορά καθώς και την χρήση των παραγωγικών πόρων.

- ❖ **Θεωρία του Casson :** Σύμφωνα με αυτή την θεωρία ο επιχειρηματίας και μόνο εκείνος λαμβάνει τις κατάλληλες αποφάσεις για την επιχείρησή του γνωρίζοντας τον κίνδυνο που υπάρχει αλλά και πως μια λάθος απόφαση μπορεί να φέρει την πτώση των εσόδων της. Παραπάνω , είδαμε ότι ο Cantillon, «εκμεταλλεύεται» τους παραγωγικούς πόρους έτσι σύμφωνα με

τον Casson, ο επιχειρηματίας τους χρησιμοποιεί (τους πόρους) με σκοπό το κέρδος και την αύξηση ζήτησης.

- ❖ **Θεωρία των Zimmer & Scarborough:** Η συγκεκριμένη θεωρία αφορά κυρίως τις μικρές επιχειρήσεις και ορίζει τις ευκαιρίες αλλά και τις δυσκολίες που έχει η δημιουργία ενός επιχειρηματικού σχεδίου. Ο επιχειρηματίας έχει στόχο το κέρδος και την εξέλιξη της επιχείρησής του. Επίσης, χρησιμοποιεί τις ευκαιρίες που του προσφέρονται όπως είναι η καθοδήγηση από ένα πρόσωπο με γνώσεις ή η χρήση των παραγωγικών πόρων.

Αφού έχουμε ορίσει την επιχειρηματικότητα και τις θεωρίες της, μας μένει να απαντήσουμε στο ερώτημα: Τι είναι επιχειρηματίας;

Επιχειρηματίας είναι εκείνο το φυσικό πρόσωπο το οποίο έχει την βασική ιδέα για ένα επιχειρησιακό σχέδιο και προσπαθεί να το υλοποιήσει με τις γνώσεις και το κεφάλαιο που έχει καθώς και με την χρήση των ευκαιριών που του προσφέρονται.

Οικονομολόγος	Επιχειρηματίας	Στόχος
Casson	Συνδυασμός πόρων και λήψη αποφάσεων	Κέρδος
Cantillon	Χρήση παραγωγικών πόρων	Κέρδος
Kirzner	Αντιλαμβάνεται τις ευκαιρίες που του προσφέρονται	Κέρδος
Schumpeter	Πρωτοπόρος	Κέρδος και εισαγωγή του καινούργιου στην αγορά

Knight	Αντιλαμβάνεται τον κίνδυνο	Κέρδος
Zimmer& Scarborough	Χρήση ευκαιριών	Κέρδος και εξέλιξη

Πίνακας 1: Ο ρόλος και ο στόχος του επιχειρηματία σύμφωνα με τους σπουδαίους οικονομολόγους.

Πηγή : Σουμπενιώτης Δημήτριος, Ταμπακούσης Ιωάννης, Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία, David Deakins ,Mark Freel,Επιχειρηματικότητα και Μικρές Επιχειρήσεις

1.3 Μορφές επιχειρηματικότητας

Τα τελευταία χρόνια η επιχειρηματικότητα αυξάνεται ραγδαία τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό. Πολλά νέα άτομα επιδιώκουν στην υλοποίηση ενός επιχειρηματικού σχεδίου που έχουν για να επιτύχουν και στον οικονομικό κλάδο, βγάζοντας κέρδος από την ιδέα τους αλλά και δημοσιότητα με σκοπό την αναγνωσιμότητα της ιδέας τους. Στο εξωτερικό επιτυγχάνεται μέσω του GEM (Global Entrepreneurship Monitor), το GEM ουσιαστικά είναι μια διεθνής οργάνωση η οποία επιτυγχάνει στο να κατανοήσει ο επιχειρηματίας την σχέση που δημιουργείται μεταξύ της επιχειρηματικότητας αλλά και της οικονομίας. Στην χώρα μας αυτό επιτυγχάνεται από το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE). Ως αποτέλεσμα αυτής της εξέλιξης υπάρχουν επτά μορφές επιχειρηματικότητας τις οποίες θα αναφέρουμε και θα αναλύσουμε στην συνέχεια.

- Κοινωνική Επιχειρηματικότητα.
- Δημόσια Επιχειρηματικότητα.
- Πράσινη Επιχειρηματικότητα.
- Ενδοεπιχειρησιακή Επιχειρηματικότητα.
- Ακαδημαϊκή Επιχειρηματικότητα.
- Νεανική Επιχειρηματικότητα.
- Γυναικεία Επιχειρηματικότητα.

I. Κοινωνική Επιχειρηματικότητα :

Η κοινωνική επιχειρηματικότητα , αφορά την επιχειρηματικότητα στην κοινωνία ως προς την αύξηση του κοινωνικού πλούτου και σκοπός της είναι να ενταχθούν νέες ιδέες και επιχειρηματικά μοντέλα στην κοινωνία μας . Για την αύξηση του πλούτου της χώρας αλλά και για την βοήθεια στους συνανθρώπους μας που έχουν ανάγκη είτε οικονομική είτε για την εύρεση εργασίας,

II. Δημόσια Επιχειρηματικότητα :

Η συγκεκριμένη μορφή επιχειρηματικότητας έχει εξελιχθεί τα τελευταία χρόνια και η επιρροή της ήταν το κίνημα NPM (New Public Management) . Το NPM ή στα ελληνικά το κίνημα της Νέας Δημόσιας Διοίκησης , είναι ένα κίνημα το οποίο δημιουργήθηκε με σκοπό την βελτίωση της δημόσιας διοίκησης και την βελτίωση λειτουργίας της αλλά και του δημοσίου. Προσπαθώντας να επιλύσει βασικά προβλήματα όπως η γραφειοκρατία , έτσι ώστε να γίνει πιο προσιτό στο business plan της επιχειρηματικότητας.

Η δημόσια επιχειρηματικότητα έχει κοινά στοιχεία με την κοινωνική επιχειρηματικότητα θέλοντας να επιλύσει το κομμάτι της ανεργίας και της οικονομίας .Η μόνη διαφορά τους είναι ότι η δημόσια επιχειρηματικότητα εκπροσωπεί τον δημόσιο τομέα και πρέπει να λειτουργεί βάση της δημόσιας ανάγκης όπως επιδιόρθωση κάποιων έργων ή βοήθεια εύρεσης των άνεργων δημοτών. Και σκοπός της είναι να επωφεληθεί θετικά οι δημόσιοι τομείς.

III. Πράσινη Επιχειρηματικότητα :

Τα τελευταία χρόνια και με την αύξηση των ρίπων και των οικολογικών προβλημάτων που αντιμετωπίζει ο πλανήτης μας , έχει αναπτυχθεί περισσότερο η οικολογική συνείδηση και η εύρεση εναλλακτικών λύσεων που να μην είναι επιβλαβείς για το περιβάλλον όλο και περισσότερος κόσμος ενσωματώνει στην καθημερινότητά του την ανακύκλωση και την μη χρήση πλαστικού . Η πράσινη επιχειρηματικότητα δημιουργήθηκε με σκοπό την προστασία του περιβάλλοντος και την μείωση των ρίπων , οι περισσότεροι επιχειρηματίες επιλέγουν να εντάξουν στην επιχείρησή τους

εναλλακτικά στοιχεία τα οποία να κάνουν καλό στον πλανήτη μας . Για παράδειγμα κάποιες εταιρίες οι οποίες παράγουν κουζινικά σκεύη όπως μαχαιροπήρουνα, ποτήρια , πιάτα κλπ. επιλέγουν να τα κατασκευάζουν με ανακυκλώσιμα υλικά ή με μπαμπού ακόμα και κάποιες καφετέριες επιλέγουν στα ντελίβερί τους να χρησιμοποιούν κυπελάκια από ανακυκλώσιμο χαρτί και χάρτινα καλαμάκια.

IV. Ενδοεπιχειρησιακή Επιχειρηματικότητα :

Η ενδοεπιχειρησιακή επιχειρηματικότητα αναπτύσσεται μέσα στην ίδια την εταιρεία είτε είναι πολυεθνική ή κάποια μεσαία επιχείρηση, όπου μέλη της παρουσιάζουν και προτείνουν ιδέες για καινούργια παραγωγή προϊόντων ή/και υπηρεσιών . Χρησιμοποιώντας τις τάσεις που κυκλοφορούν και πλατφόρμες όπως το Instagram , Tik-Tok και YouTube για να διαφημίσουν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες που προσφέρουν με σκοπό την αύξηση των εσόδων και την προσέλκυση του καταναλωτή. Αυτή η επιχειρηματικότητα έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση του ανταγωνισμού από πολυεθνικές ή εταιρίες που έχουν παρόμοια θεματολογία όπως για παράδειγμα κάποια εταιρεία ρουχισμού (Zara- H&M) ή εταιρεία τεχνολογίας (Apple- Samsung) να προσπαθούν να παράγουν παρόμοια προϊόντα.

V. Ακαδημαϊκή Επιχειρηματικότητα :

Η πέμπτη μορφή επιχειρηματικότητας είναι η ακαδημαϊκή και αναφέρεται στα πανεπιστήμια τα οποία ασχολούνται με την έρευνα και συγκεκριμένα την επιστημονική ή με το εικονικό επιχειρησιακό μοντέλο και σχεδιασμό . Οι φοιτητές καλούνται να αναδείξουν τις δυνατότητές τους και τις ιδέες τους χρησιμοποιώντας τις κατάλληλες γνώσεις και την φαντασία τους , όπου υλοποιούν την ιδέα τους από το χαρτί στην πραγματικότητα και παρουσιάζουν είτε την έρευνά τους ,είτε κάποιο μοντέλο προγραμματισμού που έχουν σκεφτεί ή ακόμα και κάποιο business plan . Όπως και η ενδοεπιχειρησιακή επιχειρηματικότητα έτσι και η ακαδημαϊκή αυξάνει τον ανταγωνισμό αφού οι περισσότεροι φοιτητές προσπαθούν να είναι καλύτεροι από άλλους.

VI. Νεανική Επιχειρηματικότητα:

Η προτελευταία μορφή είναι από τις σημαντικότερες του 21^{ου} αιώνα ,καθώς οι νέοι έχουν γνώσεις και γνωρίζουν την τεχνολογία κάτι που οι προηγούμενες γενιές δεν ξέρουν. Η νέα γενιά έχει αυξημένη φαντασία και περισσότερες ιδέες και γνωρίζουν τις τάσεις της εποχής και τι αρέσει στους έφηβους και στους νέους γενικά .Με την μάλιστα της ανεργίας όλο και περισσότεροι νέοι προσπαθούν να δημιουργήσουν κάτι δικό τους και κάτι το διαφορετικό με σκοπό να την μειώσουν και να αυξήσουν τα κέρδη τους , αναζητώντας συναδέλφους που να έχουν γνώσεις και θέληση για εργασία . Ως αποτέλεσμα η νεανική επιχειρηματικότητα έχει την προσπάθεια μείωσης της νεανικής ανεργίας αλλά και την αύξηση της οικονομίας της χώρας όπου ζούνε και εργάζονται .

VII. Γυναικεία Επιχειρηματικότητα :

Τέλος, έχουμε την γυναικεία η οποία είναι εξίσου σημαντική όπως και η νεανική επιχειρηματικότητα στην κοινωνία μας καθώς και επηρεάζει την εγχώρια οικονομία αλλά και την γυναικεία ανεργία . Σκοπός της είναι η ανάδειξη της γυναικείας θέλησης για εργασία καθώς και ότι οι γυναίκες είναι εξίσου δυναμικές και ικανές όπως και οι άντρες μέσα στην εταιρεία όπως θέση διευθύντριας ή υποδιευθύντριας . Όμως , παρόλο που οι σύγχρονες γυναίκες εργάζονται ακόμα δέχονται αρνητικά σχόλια και μειώνονται καθημερινά από την κοινωνία τους ,τους συναδέλφους τους ή ακόμα και από τους εργοδότες τους. Υπάρχουν και φορές που τις απορρίπτουν από εργασίες καθώς ένα μικρό ποσοστό εργοδοτών δεν τις προσλαμβάνουν καθώς πιστεύουν ότι δεν είναι αρκετά καλές για το πόστο εργασίας , με αποτέλεσμα να μην μπορούν να εργαστούν και να υπάρχει ανεργία.

1.4 Προσεγγίσεις Επιχειρηματικότητας

Παραπάνω αναφερθήκαμε στην επιχειρηματικότητα ,στις θεωρίες της και τις μορφές της, στην συνέχεια θα αναφερθούμε στις προσεγγίσεις της επιχειρηματικότητας όπου

υπάρχουν δύο τύποι προσέγγισης : 1) η Κοινωνιολογική προσέγγιση και 2) η Γνωστική προσέγγιση.

➤ **Κοινωνιολογική Προσέγγιση (Sociological Approach)**

Στην πρώτη προσέγγιση έχουμε την κοινωνιολογική στην οποία τοποθετείται ο τρόπος που αποφασίζει ένας επιχειρηματίας να ξεκινήσει ένα επιχειρηματικό μοντέλο. Σύμφωνα με την κοινωνιολογική προσέγγιση το πρόσωπο το οποίο υλοποιεί μια ιδέα αναζητά την επιτυχία και την αποδοχή απ' το κοινωνικό τους περιβάλλον (οικογένεια, φίλους, κοινωνία) και προσπαθεί να εντάξει στην κοινωνία όπου ζει ένα επιχειρηματικό μοντέλο, το οποίο θα είναι αποδεκτό και δεν θα φέρει εντάσεις και προβλήματα στην κοινωνία (συνήθως σε θρησκευτικές- αυστηρές χώρες). Επιπρόσθετα , ο επιχειρηματίας εκμεταλλεύεται τις ελλείψεις της αγοράς και προσπαθεί να εντάξει μια διαφορετική ιδέα η οποία θα φέρει κέρδος και θα είναι αποδεκτό από την κοινωνία και θα απευθύνεται σε όλα τα target groups ανεξαιρέτως ηλικίας και προτιμήσεων.

➤ **Γνωστική Προσέγγιση (Cognitive Approach)**

Η δεύτερη προσέγγιση είναι η γνωστική, η οποία είναι πολύ σημαντική καθώς αναφέρεται στις αποφάσεις όπου καλείται ένα άτομο να πάρει για την δημιουργία μιας επιχείρησης. Όπως είναι , τι επιχείρηση θα είναι ; σε ποιους θα αναφέρεται ; θα είναι φυσικό κατάστημα ή κατάστημα στο ίντερνετ ; Με τι τρόπο θα το διαφημίσω ; Καθώς επίσης, ο επιχειρηματίας κατανοεί τους κινδύνους που υπάρχουν στην αγορά και το κύριο πρόβλημα όπου είναι ο ανταγωνισμός από άλλες επιχειρήσεις με ίδιο περιεχόμενο με την δικιά του. Ο επιχειρηματίας χρησιμοποιεί τις γνώσεις , τις ικανότητές του και τους πόρους για την δημιουργία μιας επιχείρησης από την αρχή. Τέλος ,αυτή η προσέγγιση καλείται να βάλει τον επιχειρηματία να σκεφτεί και να δημιουργήσει ένα μοντέλο , όπου στην συνέχεια θα το «φέρει στην ζωή» χρησιμοποιώντας πολλούς παράγοντες και θα πρέπει να σκεφτεί πως θα ενταχθεί στην αγορά και θα πετύχει σαν σωστός επιχειρηματίας.

Συμπεράσματα:

Όπως είδαμε παραπάνω η επιχειρηματικότητα αυξάνεται ραγδαία χρόνο με τον χρόνο. Δεν υπάρχει ένας σαφής ορισμός που να μας εξηγεί τι είναι η επιχειρηματικότητα όμως μπορούμε να ορίσουμε εμείς ότι είναι η υλοποίηση μιας ιδέας όπου έχει ένας επιχειρηματίας , δηλαδή εκείνο το πρόσωπο που δημιουργεί την ιδέα. Μεγάλοι οικονομολόγοι έχουν ορίσει σχετικές θεωρίες και είναι οι έξης του Kinzer, του Schumpeter και του Knight . Ο κάθε οικονομολόγος μας παρουσιάζει τον κύριο στόχο του επιχειρηματία αλλά και τον ρόλο του μέσα στην επιχείρηση που έχει δημιουργήσει. Σημαντικές εκτός από τις θεωρίες της είναι και οι μορφές της όπου βλέπουμε επτά διαφορετικές μορφές , διαφορετικής θεματολογίας και στόχου η κάθε μια . Τέλος, υπάρχουν και οι προσεγγίσεις όπου είναι διαφορετικές μεταξύ τους καθώς υπάρχουν δύο είδη η κοινωνιολογική και η γνωστική όπου έχουν διαφορετικό περιεχόμενο και θέτουν διαφορετικούς στόχους η κάθε μια. Αυτές οι δύο προσεγγίσεις μας εξηγούν τα μέσα όπου επηρεάζουν ένα άτομο να γίνει επιχειρηματίας καθώς και τι θέλει να επιτυγχάνει και εισάγει στην αγορά.

Κεφάλαιο 2^ο : Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία

Στο δεύτερο κεφάλαιο θα αναλύσουμε την έννοια της καινοτομίας, η οποία έχει παρόμοια στοιχεία με την επιχειρηματικότητα όπου αναλύσαμε στο πρώτο κεφάλαιο. Η καινοτομία παρουσιάζει την νέα ιδέα χρησιμοποιώντας την τεχνολογία και την παρουσιάζει στους καταναλωτές, την καινοτομία την χωρίζουμε σε έξι κατηγορίες: την προιοντική καινοτομία, την διαδικαστική καινοτομία, την οργανωσιακή καινοτομία, την καινοτομία της αγοράς, την εμπορική καινοτομία και την καινοτομία επιχειρηματικού μοντέλου. Κάθε μία από αυτές τις κατηγορίες ασχολείται με κάτι διαφορετικό όσο αφορά την καινοτομία. Επιπρόσθετα, θα δούμε την σχέση δηλαδή τις διαφορές και τις ομοιότητες όπου υπάρχουν μεταξύ επιχειρηματικότητας και καινοτομίας σύμφωνα με τις απόψεις μεγάλων οικονομολόγων. Τέλος, θα αναλύσουμε τις δύο πηγές καινοτομίας την εσωτερική πηγή και την εξωτερική πηγή όπου θα δούμε από που πηγάζει η γνώση στην επιχειρηματικότητα, δηλαδή τους παράγοντες όπου επηρεάζουν στην κρίση για την εταιρία.

2.1 Ορισμός Καινοτομίας

Στο πρώτο κεφάλαιο αναφερθήκαμε στην επιχειρηματικότητα, στην συνέχεια θα ασχοληθούμε με την καινοτομία. Σύμφωνα με τον Baregheh(Σουμπενιώτης Δημήτριος, Ταμπακούδης Ιωάννης, Επιχειρηματικότητα και καινοτομία, σελ.23) καινοτομία είναι μια καινούργια ιδέα, όπου ένα άτομο που ορίζει και παρουσιάζει το νέο στην αγορά. Η καινοτομία χρησιμοποιεί την τεχνολογία και παρουσιάζει ένα καινούργιο προϊόν ή/και υπηρεσία σε συγκεκριμένα target groups όπως και η επιχειρηματικότητα. Σε αντίθεση με την επιχειρηματικότητα όπου παρουσιάζει μια ιδέα από την αρχή και την δημιουργία της , η καινοτομία προσπαθεί να κάνει καλύτερη την είδη υπάρχουσα ιδέα και να την αναβάθμιση στην αγορά.

2.2 Κατηγορίες Καινοτομίας

Η καινοτομία μπορεί να διακριθεί σε διάφορες κατηγορίες ανάλογα με το περιεχόμενο με το οποίο ασχολείται η κάθε κατηγορία. Έτσι υπάρχουν έξι μορφές καινοτομίας και είναι οι παρακάτω :

- Προϊοντική Καινοτομία.
- Διαδικαστική Καινοτομία.
- Οργανωσιακή Καινοτομία.
- Καινοτομία αγοράς.
- Εμπορική ή Καινοτομία Μάρκετινγκ.
- Καινοτομία Επιχειρηματικού Μοντέλου.

Στην συνέχεια θα αναλύσουμε τις παραπάνω κατηγορίες της καινοτομίας , ξεκινώντας με την πρώτη μορφή η οποία είναι

- i. **Προϊοντική Καινοτομία:** Η προϊοντική καινοτομία αναφέρεται στην παραγωγή και εισαγωγή ή την εξέλιξη ενός νέου ή/και υπάρχοντος προϊόντος και υπηρεσίας στην αγορά. Σκοπός είναι η κάλυψη των αναγκών των καταναλωτών και για αυτό οι επιχειρηματίες πρέπει να σκεφτούν τι προϊόν ή υπηρεσία θα κατασκευάσουν ή εξελίξουν , τι τιμή θα έχουν και σε ποιους θα αναφέρεται. Σύμφωνα με έρευνες που έχουν γίνει (Cooper R.G (2008) Product innovation,σελ.120-156) όσο αναφορά ένα καινούργιο προϊόν οι επιχειρήσεις καλούνται να σκεφτούν τρία πράγματα. Το πρώτο, είναι να σκεφτούν ένα προϊόν το οποίο να είναι εύχρηστο στην καθημερινότητα των καταναλωτών , το δεύτερο είναι να γίνει η σωστή έρευνα, σχεδίαση και δοκιμή του προϊόντος πριν ολοκληρωθεί και ενταχθεί στην αγορά και το τρίτο είναι η χρήση της τεχνολογίας. Επιπλέον, πρέπει να γίνει η σωστή έρευνα έτσι ώστε να μην δημιουργηθεί ένα μη λειτουργικό προϊόν ή/και υπηρεσία.
- ii. **Διαδικαστική Καινοτομία:** Η δεύτερη κατηγορία είναι η διαδικαστική και βοηθάει την επιχείρηση να επιτυγχάνει την ένταξη του προϊόντος καθώς βοηθάει στη σωστή παραγωγή του είτε με την χρήση τεχνολογίας, είτε με την βελτίωση του τρόπου λειτουργίας της παραγωγής προσθέτοντας καινούργια μηχανήματα και ανθρώπινο δυναμικό. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα την αύξηση

της παραγωγής και την ένταξη του προϊόντος ή υπηρεσίας στην αγορά πιο άμεσα από ότι θα έβγαινε χωρίς τις τροποποιήσεις και τις κατάλληλες αλλαγές.

- iii. **Οργανωσιακή Καινοτομία:** Η συγκεκριμένη κατηγορία είναι σημαντική καθώς όπως καταλαβαίνουμε και από την ονομασία της αναφέρεται στην οργάνωση για το τελικό προϊόν ή/και υπηρεσία, που θα δοθεί στην αγορά. Σκοπός της είναι ο συντονισμός των εργαζομένων με την σωστή καθοδήγηση από τους αρμόδιους του τμήματος. Οι υπεύθυνοι εκτός από τον έλεγχο στους εργαζόμενους, θα πρέπει να ελέγχουν την πρώτη ύλη που θα χρησιμοποιήσουν, τις δομές αν είναι κατάλληλες για την υλοποίηση της ιδέας, το περιβάλλον εργασίας αν είναι προσιτό προς το ανθρώπινο δυναμικό που απασχολεί η επιχείρηση. Η οργανωσιακή καινοτομία είναι σημαντική καθώς είναι το πρώτο πράγμα που πρέπει η επιχείρηση να αναλάβει μετά από την ιδέα που έχει σκεφτεί, καθώς χωρίς καλή οργάνωση δεν θα υπάρξει και το άριστο αποτέλεσμα που θέλει ο επιχειρηματίας.
- iv. **Καινοτομία Αγοράς:** Η καινοτομία αγοράς είναι ο συνδυασμός μεταξύ της προιοντικής, της διαδικαστικής και της οργανωσιακής καινοτομίας που αναλύσαμε παραπάνω. Η κατηγορία αυτή έχει σκοπό την εισαγωγή σε νέες αγορές όπως τις αγορές του εξωτερικού το προϊόν ή την υπηρεσία που έχει σκεφτεί να δημιουργήσει ένας επιχειρηματίας, καθώς χωρίς την βασική ιδέα ,την τεχνολογία, την βελτίωση της ιδέας, τον συντονισμό του ανθρώπινου δυναμικού και τον έλεγχο του καθώς και τον έλεγχο του περιβάλλοντος εργασίας και πρώτων υλών αυτό δεν μπορεί να επιτύχει την ένταξη του προϊόντος ή της υπηρεσίας στην εγχώρια ή διεθνής αγορά. Με αποτέλεσμα την ζήτηση και την αύξηση των κερδών της εταιρία.
- v. **Εμπορική ή Καινοτομία Μάρκετινγκ:** Αφού η επιχείρηση έχει δημιουργήσει ένα νέο ή έχει εξελίξει τον προϊόν ή την υπηρεσία θα πρέπει να το παρουσιάσει τόσο στην αγορά όσο και στους καταναλωτές. Αυτό θα το επιτύχει με το μάρκετινγκ, σε αυτή την μορφή καινοτομίας η επιχείρηση καλείτε να σκεφτεί τον τρόπο διαφήμισης της ιδέας τους ,αν θα χρησιμοποιήσουν ραδιόφωνο ,τηλεόραση ή social media για να παρουσιάσουν αυτό που δημιούργησαν. Για το προϊόν θα πρέπει να σκεφτούν τι συσκευασία θα έχουν αν θα είναι μονόχρωμη ή πολύχρωμη , τι τιμή θα έχει αν θα είναι οικονομικό για να

απευθύνεται σε όλους τους καταναλωτές ή αν θα είναι για συγκεκριμένο καταναλωτικό κοινό. Για την υπηρεσία θα πρέπει να σκεφτούν την τιμή , αν θα χρησιμοποιήσουν φυλλάδια για να προσελκύσουν περισσότερο κόσμο και ειδικά αυτούς που δεν έχουν social media ή δεν ακούν ραδιόφωνο και τηλεόραση. Τέλος, σε αυτή την κατηγορία βλέπουμε και τον ανταγωνισμό καθώς με την σωστή προώθηση του προϊόντος και της υπηρεσίας αντίστοιχες εταιρίες θα επιθυμήσουν να αντιγράψουν την συγκεκριμένη ιδέα.

- vi. **Καινοτομία Επιχειρηματικού Μοντέλου:** Τέλος ,έχουμε την καινοτομία του επιχειρηματικού μοντέλου η οποία είναι σημαντική καθώς από αυτή ξεκινάει η υλοποίηση της ιδέας . Ως επιχειρηματικό μοντέλο (Steve Mariotti, Caroline Glackin, Επιχειρηματικότητα & Διοίκηση Μικρών επιχειρήσεων ,σελ.83) ορίζουμε το βασικό σχέδιο της επιχείρησης για την ιδέα όπου θέλει η επιχείρηση να υλοποιήσει με σκοπό την ανάπτυξη και την αύξηση των κερδών από την στιγμή που θα ενταχθεί στην αγορά. Ως καινοτομία επιχειρηματικού μοντέλου οι Demil & Lecocq (Σουμπενιώτης Δημήτριος, Ταμπουκούδης Ιωάννης, Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία, σελ.39-40) ορίζουν την προσπάθεια όπου καταβάλλεται για την δημιουργία της ιδέας κάνοντας τις κατάλληλες αλλαγές ,σύμφωνα με την οργάνωση και τον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση του ανταγωνισμού και υπάρχουν ανταγωνίστριες εταιρίες όπου αντιγράφουν την ιδέα της επιχείρησης. Η συγκεκριμένη κατηγορία συνδέεται με τις πέντε μορφές που είδαμε και αναλύσαμε παραπάνω, καθώς η καινοτομία του επιχειρηματικού μοντέλου είναι η αρχή της υλοποίησης της ιδέας Καθώς γίνεται ο βασικός σχεδιασμός για το πώς θα λειτουργήσει στην συνέχεια από το πρώτο μέχρι το τελευταίο στάδιο υλοποίησης της καινούργιας ιδέας.

2.3 Σχέση Επιχειρηματικότητας και Καινοτομίας

Οι δύο αυτές έννοιες (επιχειρηματικότητα,- καινοτομία) σχετίζονται μεταξύ τους καθώς και οι δύο απευθύνονται στην υλοποίηση ή την επεξεργασία μια νέας ή υπάρχουσας ιδέας. Όπως είδαμε και στο πρώτο κεφάλαιο ως επιχειρηματικότητα ορίζουμε την υλοποίηση ενός project από την αρχή ενώ ως καινοτομία ορίζουμε την

υλοποίηση μιας καινούργιας ιδέας για ένα προϊόν ή και υπηρεσίας ή την βελτίωσή της υπάρχουσας υπηρεσίας ή προϊόντος με σκοπό το κέρδος και την αύξηση ζήτησης από τους καταναλωτές. Αυτές οι δύο έννοιες έχουν και κοινά μεταξύ τους και διαφορές, οι διαφορές τους είναι, όσο αφορά την καινοτομία ο οικονομολόγος Schumpeter (Stam E.(2008) Entrepreneurship and innovation.Micro-Foundations for innovation policy p.135) έχει ορίσει τέσσερις τρόπους για την λειτουργία της, καθώς πίστευε πώς είναι ο σωστός τρόπος για την επιτυχία στην αγορά . Ο πρώτος παράγοντας είναι το πρόσωπο που σκέφτεται την ιδέα που στην συνέχεια θα την υλοποιήσουν ή θα βελτιώσουν την υπάρχουσα ιδέα, ο δεύτερος είναι ο επιχειρηματίας που θα αναλάβει την υλοποίηση της με την βοήθεια της ομάδας του αλλά και του προσώπου που την σκέφτηκε, ο τρίτος είναι τα άτομα που παρέχουν οικονομική βοήθεια όπως είναι το ΕΣΠΑ με το πρόγραμμα επιδότησης σε καινούργιες εταιρίες και ο τέταρτος παράγοντας είναι ο μάνατζερ ο οποίος οργανώνει την ομάδα για την παραγωγή προϊόντος ή την υπηρεσία και καθημερινά οργανώνει και ελέγχει το ανθρώπινο δυναμικό στην εταιρία. Αντίθετα, στην επιχειρηματικότητα σημαντικό ρόλο έχει ο επιχειρηματίας και μόνο αυτός για την ανοδική πορεία της εταιρίας, σύμφωνα με κάποιους οικονομολόγους ο επιχειρηματίας έχει διάφορους ρόλους μέσα στην επιχείρησή του. Χρησιμοποιεί τις ευκαιρίες που του προσφέρονται στην αρχή δηλαδή όταν ξεκινάει την εταιρεία του ή/ και στην πορεία της (Zimmer & Scarborough), ο επιχειρηματίας και μόνο εκείνος μπορεί να λάβει αποφάσεις σχετικά με τον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησής του γνωρίζοντας τον κίνδυνο που υπάρχει (Casson), ο επιχειρηματίας χρησιμοποιεί τους παραγωγικούς πόρους για την υλοποίηση της ιδέας του (Cantillon).Τα κοινά χαρακτηριστικά όπου έχουν αυτές οι έννοιες είναι ότι και οι δύο έχουν σαν στόχο την εισαγωγή του καινούργιου και του διαφορετικού στην αγορά είτε είναι στην εγχωρία είτε στην διεθνή , επιθυμούν την επέκταση της εταιρίας του , αλλάζουν τον τρόπο παραγωγής χρησιμοποιώντας τεχνολογία και οργάνωση και προσπαθούν να διαφοροποιούνται από παρόμοιες-ανταγωνιστικές εταιρίες που υπάρχουν στην αγορά.

2.4 Πηγές Καινοτομίας

Για την εξασφάλιση της απόδοσης της καινοτομίας έχουν οριστεί δύο πηγές η εσωτερική και η εξωτερική πηγή. Σκοπός και των δύο είναι η απόδοση της καινοτομίας

στην επιχείρηση και η μείωση του ανταγωνισμού, ο επιχειρηματίας τα θέτει σαν στόχο (την απόδοση καινοτομίας και την μείωση ανταγωνισμού) και για να επιτύχει αυτούς τους στόχους χρησιμοποιεί την τεχνολογία και την (κατάλληλη) γνώση. Παρακάτω θα αναλύσουμε τις δύο αυτές πηγές.

I. **Εσωτερική Πηγή:** Στην εσωτερική πηγή σημαντικό ρόλο έχει το τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης(E&A) το οποίο ασχολείται με την ανάπτυξη και «εκμετάλλευση» των νέων ιδεών καινοτομίας και προσπαθεί να μειώσει των απειλών στην εταιρεία. Όπως είναι ο ανταγωνισμός ή η μείωση της ζήτησης και του κόστους, για να το επιτύχει αυτό η επιχείρηση θα πρέπει να υπάρχει η σωστή λειτουργία και συνεργασία από όλα τα τμήματα της. Σε συνεργασία με την γνώση το τμήμα E&A ενισχύεται(είτε στον οικονομικό τομέα είτε στον τομέα του ανθρώπινου δυναμικού) και εξελίξετέ και προσπαθεί να επεκτείνει την καινοτομία. Σύμφωνα με τους Sam και Wennberg (Σουμπενιώτης Δημήτριος, Ταμπακούδης Ιωάννης, Επιχειρηματικότητα κ' Καινοτομία , κεφ.3 σελ.26) το τμήμα E&A με την εξέλιξη του γίνεται πιο εύκολη και αποτελεσματική η συγχώνευση με την εξωτερική γνώση. Επιπρόσθετα, στις εσωτερικές πηγές εκτός από το τμήμα E&A σημαντικό ρόλο έχει και το ανθρώπινο δυναμικό καθώς αυτό (το τμήμα του ανθρώπινου δυναμικού) ορίζει την επιτυχία της εταιρίας αλλά και προσπαθεί να εξασφαλίσει την μείωση του φαινομένου του ανταγωνισμού.

Εξωτερική Πηγή: Στις εξωτερικές πηγές οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις εξαρτώνται από την γνώση και την καινοτομία τις χρησιμοποιούν για την σωστή λειτουργία της επιχείρησης ως προς στις ελλείψεις όπου υπάρχουν όπως για παράδειγμα σε κάποιο τομέα να υπάρχει έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού ή ελλείψεις μηχανημάτων ή τεχνολογίας. Οι εξωτερικές πηγές επηρεάζονται από άλλες επιχειρήσεις ή οργανισμούς όπου βρίσκονται είτε στην ίδια περιοχή, είτε στην ίδια Χώρα, είτε ακόμα και σε διεθνές επίπεδο κυρίως από την Αμερική ή την Κίνα, με σκοπό την εξασφάλιση της γνώσης. Όπου αποτελείται ως αφορμή για την εξέλιξη της επιχειρηματικότητας. Τέλος, όπως αναφερθήκαμε και στην αρχή η χρήση των εξωτερικών πηγών γίνεται για τον εντοπισμό των κενών όπου υπάρχουν στην λειτουργία της εταιρίας, αυτό γίνεται γιατί οι γνώσεις που υπάρχουν ή/και που αποκτούνται στην πάροδο του χρόνου από τις εσωτερικές πηγές δεν είναι επαρκής για τον εντοπισμό τους (τα κενά και τις ελλείψεις που υπάρχουν) και την επίλυσή τους.

Συμπεράσματα:

Η καινοτομία όπως είδαμε και παραπάνω είναι εξίσου σημαντική όπως και η επιχειρηματικότητα, αυτές οι δύο έννοιες έχουν και κοινά στοιχεία μεταξύ τους και κάποιες διαφορές τις οποίες είδαμε παραπάνω. Ανάλογα με το περιεχόμενο της και με τι ασχολείται η κάθε επιχείρηση η καινοτομία χωρίζεται σε έξι κατηγορίες τις οποίες αναλύσαμε . Τέλος, το πιο σημαντικό στοιχείο για μι επιχείρηση είναι η γνώση και οι πηγές όπου την επηρεάζουν καθώς και η παράγοντες έτσι υπάρχουν δύο πηγές η εσωτερική και η εξωτερική όπου μας αναλύουν αυτούς τους παράγοντες όπου επηρεάζουν την γνώση πάντα ως προς το καλό της επιχείρησης και για την επίλυση των τυχόν προβλημάτων – ελλείψεων όπου υπάρχουν.

Κεφάλαιο 3^ο : Επιχειρηματικότητα και Εξωστρέφεια

Στο τρίτο κεφάλαιο θα δούμε για την εξωστρέφεια ξεκινώντας με το τι είναι η εξωστρέφεια; Τον λόγο όπου μια επιχείρηση επιλέγει να στραφεί στο διεθνές εμπόριο καθώς επίσης θα δούμε τον χωρισμό της εξωστρέφειας σε δύο << κομμάτια>> αλλά και τις 8 μορφές της εξωστρέφειας. Η πρώτη είναι οι δραστηριότητες διεθνοποίησης και η δεύτερη είναι η επιλογή των αγορών. Οι μορφές της εξωστρέφειας είναι οι παρακάτω η διπλή συγκέντρωσή, διπλή διαφοροποίηση, γεωκεντρική στρατηγική, διακρατική τμηματοποίηση, τοπικές αγορές, διεθνείς αγορές, πολυεθνικές αγορές και παγκόσμια αγορά στην συνέχεια θα τις αναλύσουμε. Επιπλέον θα δούμε πως συνδέεται η εξωστρέφεια με την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία , καθώς επίσης και τις εξαγωγές όπου κάνουν οι ελληνικές επιχειρήσεις στις χώρες της ΕΕ και όχι μόνο. Όλα αυτά θα τα δούμε στην συνέχεια αυτού του κεφαλαίου καθώς και κάποια στατιστικά στοιχεία.

3.1 Τι είναι η εξωστρέφεια ;

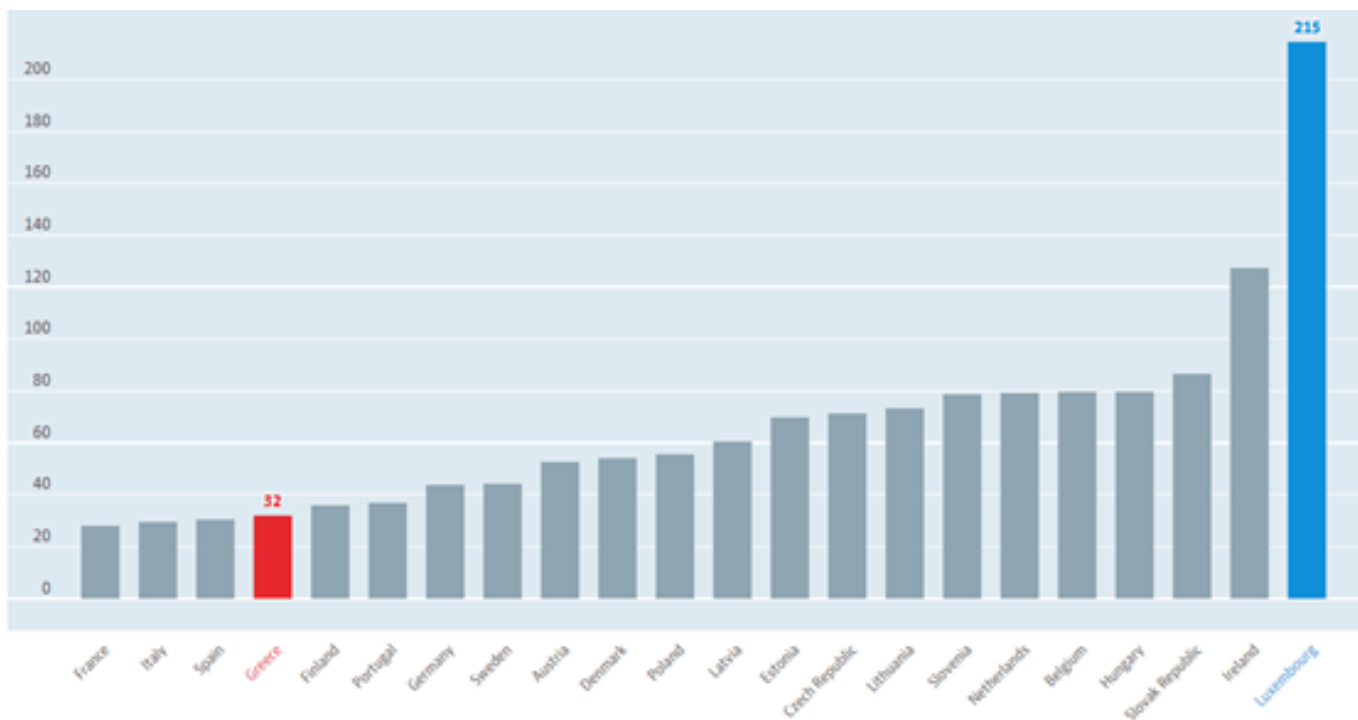
Ξεκινώντας αυτό το κεφάλαιο, θα δούμε για αρχή τι εννοούμε με τον όρο εξωστρέφεια από την ίδια την ετυμολογία της(έξω + στρέφεια) καταλαβαίνουμε ότι εννοούμε την στροφή προς τα έξω. Ουσιαστικά η εξωστρέφεια είναι η επιλογή μιας επιχείρησης ή ενός ατόμου να στραφεί στην αγορά του εξωτερικού, για αυτό τον λόγο την εξωστρέφεια την παρατηρούμε ως συχνό φαινόμενο στο διεθνές εμπόριο-η σχέση μεταξύ 2 ή περισσότερων χωρών από ανταλλάζουν προϊόντα ή/και υπηρεσίες και συμβάλουν θετικά στις εισαγωγές/εξαγωγές της κάθε χώρας. Καθώς και στις διεθνές επενδύσεις – όπου είναι η συναλλαγή όπου επιλέγει να κάνει το άτομο ή η επιχείρηση σε αγορές εξωτερικού. Επίσης, εξωστρέφεια παρατηρούμε και στις άμεσες επενδύσεις όπου αναφερόμαστε στις άμεσες μεταφορές κεφαλαίου από μια Α χώρα σε μια Β χώρα για την έναρξη μιας νέας επιχείρησης ή ακόμα να αγοράσουν τις μετοχές μιας εγχώριας επιχείρησης. Τέλος, η εξωστρέφεια δρα θετικά για τις χώρες καθώς με την είσοδο νέων αγορών δημιουργείται και αυξάνεται ο ανταγωνισμός, οι χώρες εκμεταλλεύονται τους φυσικούς πόρους τους και έχουμε την εισαγωγή της κάθε τοπικής αγοράς σε αγορές του εξωτερικού.

3.2 Μορφές εξωστρέφειας

Στη συνέχεια θα αναλύσουμε διαφορές μορφές της εξωστρέφειας. Αρχικά, την εξωστρέφεια την χωρίζουμε βάση της αγοράς αλλά και την δραστηριοτήτων διεθνοποίησης έτσι με αυτό τον χωρισμό προκύπτουν κάποιες μορφές εξωστρέφειας, στην περίπτωση των δραστηριοτήτων διεθνοποίησης έχουμε τέσσερις μορφές 1) την διπλή συγκέντρωση, 2) την διπλή διαφοροποίηση, 3) την γεωκεντρική στρατηγική και 4) την διακριτική τμηματοποίηση και στην περίπτωση της αγοράς έχουμε άλλες τέσσερις μορφές 1) τις τοπικές αγορές, 2) διεθνείς αγορές, 3) πολυεθνικές αγορές και 4) παγκόσμια αγορά. Στην συνέχεια θα δούμε αυτές τις μορφές πιο αναλυτικά ξεκινώντας με τις πρώτες τέσσερις μορφές των δραστηριοτήτων διεθνοποίησης δηλαδή οι ευκαιρίες που εμφανίζονται από τις διεθνές αγορές είναι 1) διπλή συγκέντρωση, 2) διπλή διαφοροποίηση, 3) γεωκεντρική στρατηγική, 4) διακριτική τμηματοποίηση, η πρώτη μορφή που θα αναλύσουμε είναι η διπλή συγκέντρωση είναι η ισορροπία μεταξύ των τοπικών αγορών μιας χώρας με τις αγορές ξένων χωρών καθώς και η περιορισμένη εξυπηρέτηση τους, η δεύτερη μορφή είναι η διπλή διαφοροποίηση, αφορά κυρίως τις πολυεθνικές τόσο των εγχώριων όσο και των ξένων χωρών και ο κύριος σκοπός τους είναι η διαφοροποίηση των πόρων και δραστηριοτήτων τους. Η τρίτη είναι η γεωκεντρική στρατηγική, όπως μπορούμε να καταλάβουμε και από το όνομά της αφορά το γεωγραφικό πλάτος, καθώς η συγκεκριμένη μορφή αφορά το ξεκίνημα στην ένταξη μιας επιχείρησης στην ξένη αγορά και αφορά όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες και η τελευταία μορφή είναι η διακριτική τμηματοποίηση, σε αυτή την μορφή κατατάσσεται η τμηματοποίηση και η οργάνωση των πελατών και συγκεκριμένα των πελατών ξένων χωρών αυτό συνήθως γίνεται από συγκεκριμένες επιχειρήσεις όπου εξάγουν προϊόντα. Στην δεύτερη διαχώριση της εξωστρέφειας την επιλογή των αγορών των επιχειρήσεων έχουμε άλλες τέσσερις μορφές η πρώτη είναι οι τοπικές αγορές, δηλαδή οι επιχειρήσεις οι οποίες υπάρχουν μόνο εντός των χωρών, διεθνείς αγορές οι επιχειρήσεις στις οποίες οι καταναλωτές μπορούν να προμηθευθούν τα προϊόντα και από άλλες χώρες όχι μόνο στις εγχώριες επιχειρήσεις, πολυεθνικές αγορές δηλαδή οι επιχειρήσεις όπου έχουν κεντρική έδρα σε μία χώρα και εξάγουν σε άλλες έδρες του εξωτερικού. Τέλος, έχουμε την παγκόσμια αγορά, όπου η κάθε επιχείρηση έχει ένα κεντρικό σημείο στις τοπικές αγορές μια έδρα όπου βρίσκεται και συνεργάζεται με άλλες επιχειρήσεις.

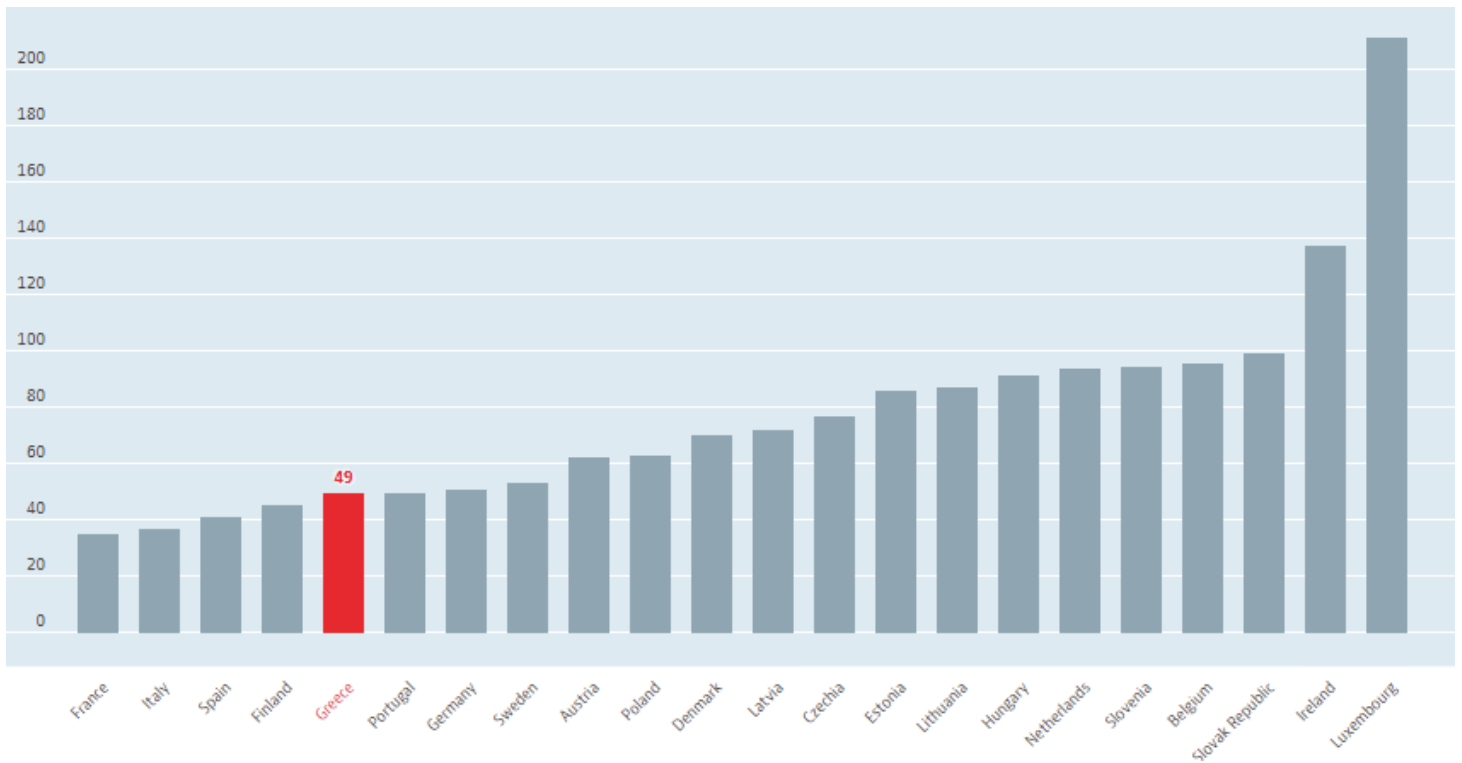
3.3 Η σχέση της επιχειρηματικότητας και τις εξωστρέφειας

Όπως είδαμε και από τα προηγούμενα κεφάλαια η επιχειρηματικότητα όπως και η καινοτομία είναι η υλοποίηση μιας ιδέας όπου έχει ένας επιχειρηματίας και προσπαθεί να εξασφαλίσει ένα καλύτερο μέλλον για την επιχείρησή του . Στην αρχή (αυτού) του κεφαλαίου είδαμε ότι η εξωστρέφεια είναι το άνοιγμα της αγοράς στο εξωτερικό κάτι το οποίο είναι θετικό για την επιτυχία της επιχείρησης καθώς η παγκοσμιοποίηση επηρεάζει τόσο τις επιχειρήσεις όσο και τους καταναλωτές και έχουν την επιθυμία να στρέφονται στις ξένες αγορές κάτι το οποίο δρα θετικά για την οικονομία της κάθε χώρας(όσο αφορά τις επιχειρήσεις). Με την εξωστρέφεια ο επιχειρηματίας καταφέρνει να αυξήσει τα έσοδα της επιχείρησής τους αφού γίνεται η <<ανταλλαγή>> των προϊόντων ή/και υπηρεσιών μεταξύ των χωρών, σαν Ελλάδα η εξωστρέφεια είναι σε πολύ χαμηλό επίπεδο καθώς οι εξαγωγές μας αποτελούν ένα μικρό ποσοστό του Ακαθάριστου Εγχώριου Προϊόντος (ΑΕΠ), καθώς υπάρχει έλλειψη της επιχειρηματικότητας κάτι το οποίο μετά την πανδημία βελτιώνεται . Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ(Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης) για το έτος 2020 οι εξαγωγές της Ελλάδας ήταν στο 32% του ΑΕΠ σε αντίθεση με το ποσοστό του 2022 όπου παρατηρούμαι μια αύξηση 17 μονάδων δηλαδή , είχε ανέλθει στο 49% του ΑΕΠ. Τέλος, πιστεύω πως στο μέλλον και με την βελτίωση θα εξαγάγουμε περισσότερα προϊόντα.



Σχεδιάγραμμα 1: Ποσοστό εξαγωγών της Ελλάδας (32 %) για το 2020.

Πηγή: [International trade – Trade in goods and services – OECD Data](#)



Σχεδιάγραμμα 2: Ποσοστό εξαγωγών της Ελλάδας (49%) για το 2022.

Πηγή: [International trade – Trade in goods and services – OECD Data](#)

3.4 Οι ελληνικές εξαγωγές

Όπως είδαμε η ελληνική αγορά δεν εξάγει ένα μεγάλο ποσοστό των αγαθών που παράγουν οι επιχειρήσεις σε αντίθεση με άλλες χώρες της Ε.Ε. Όμως την τελευταία σχεδόν δεκαετία παρουσιάζει μία άνοδο εξαγωγών σε τρόφιμα όπως το ελαιόλαδο , γαλακτοκομικά προϊόντα(τυρί, γάλα, γιαούρτι κλπ), κρασί, μέλι κλπ, σε ναυτιλιακό εξοπλισμό καθώς σαν χώρα έχουμε πλούσια ιστορία στον τομέα της ναυτιλίας αλλά και στον κλάδο κατασκευής ναυτιλιακών εξοπλισμών. Για αυτό τον λόγο οι εταιρίες που εξάγουν εξοπλισμό τα έσοδά τους είναι στο 50% των εξαγωγών. Στην κατηγορία του ναυτικού εξοπλισμού τοποθετούμαι τα συστήματα επικοινωνίας, τον εξοπλισμό των караβιών από τον εσωτερικό χώρο τους μέχρι και τα μηχανήματα, την ναυπήγηση και συντήρηση κλπ. Οι ελληνικές επιχειρήσεις εξάγουν και βιομηχανικά προϊόντα δηλαδή μηχανήματα , πρώτες ύλες , αναλώσιμα, υπηρεσίες κλπ. Αλλά και τα δομικά υλικά όπως είναι το μάρμαρο , όπου σαν χώρα έχουμε πλούσια ιστορία για το μάρμαρό μας. Σύμφωνα με την ΕΛΣΤΑΤ για τον Οκτώβριο του 2023 είχαμε 4.421,13/ ευρώ

έναντι του ποσού 4.849,4/ ευρώ για τον Οκτώβριο του 2022 , παρατηρούμαι μια μικρή πτώση των εξαγωγών

Εξαγωγές - Αποστολές (€ εκατομμύρια)

	Οκτώβριος 2023		Ιανουάριος - Οκτώβριος 2023	
	Ε.Ε	Τρίτες χώρες	Ε.Ε	Τρίτες χώρες
Σύνολο	2.418,0	2.003,3	24.728,2	18.139,3
0. Τρόφιμα και ζώα ζωντανά	418,3	195,7	4.436,3	1.804,9
1. Ποτά και καπνός	63,4	46,0	552,9	530,4
2. Πρώτες ύλες μη εδωδιμες, εκτός από καύσιμα	38,6	74,7	441,6	853,2
3. Ορυκτά καύσιμα, λιπαντικά κλπ	535,4	999,9	5.400,4	8.509,2
4. Λάδια και λίπη ζωικής ή φυτικής προέλευσης	66,3	14,4	1.151,4	150,7
5. Χημικά προϊόντα και συναφή (μ.α.κ)	339,2	183,3	3.463,2	1.608,1
6. Βιομηχανικά είδη ταξινομημένα κυρίως κατά πρώτη ύλη	421,6	205,2	4.176,2	2.031,2
7. Μηχανήματα και υλικό μεταφορών	275,3	162,1	2.645,4	1.567,6
8. Διάφορα βιομηχανικά είδη	231,1	92,4	2.267,3	769,2
9. Είδη και συναλλαγές μη ταξινομημένα κατά κατηγορίες	28,7	29,5	193,5	314,8

⁽¹⁾ Προσωρινά στοιχεία.

*Τυχόν διαφορές μεταξύ του αθροίσματος των επιμέρους ποσών και των ποσών που αναγράφονται ως σύνολα οφείλονται στη στρογγυλοποίηση

Εικόνα 1: Εξαγωγές της Ελλάδας σε χώρες της Ε.Ε και σε Τρίτες χώρες για τον Οκτώβριο του 2023.

Πηγή : ΕΛΣΤΑΤ

Συμπεράσματα :

Με την παγκοσμιοποίηση υπάρχει η αύξηση της εξωστρέφειας και η κάθε εγχώρια επιχείρηση και να επιτύχει την αύξηση των εσόδων της καθώς ανοίγεται στις χώρες του εξωτερικού και αυξάνει τα έσοδά της αλλά συμβάλει θετικά στο ΑΕΠ της χώρας. Σε σχέση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες της ΕΕ έχουμε χαμηλό ποσοστό εξαγωγών με αποτέλεσμα να υπάρχει μικρό ποσοστό του ΑΕΠ στον τομέα των εξαγωγών κάτι το οποίο χρόνο με τον χρόνο οι εταιρίες προσπαθούν να το διορθώσουν.

Σε γενικές γραφές στην σήμερον ημέρα οι εξαγωγές βοηθούν τις επιχειρήσεις να ανέλθουν οικονομικά αλλά και να διαφημίζουν στις χώρες του εξωτερικού. Σαν χώρα έχουμε πλούσια ιστορία τόσο στον τομέα της ναυτιλίας όσο και στα δομικά υλικά εξαιτίας του μαρμάρου που παράγουμε αλλά και σε τροφές όπως είναι το ελαιόλαδο , το μέλι και το κρασί, τα αγροτικά προϊόντα αλλά και τα γαλακτοκομικά προϊόντα με την εξέλιξη της τεχνολογίας και της επιχειρηματικότητας και με την εξέλιξη και βελτίωση της λειτουργίας των επιχειρήσεων στο μέλλον , θα έχουμε μια αύξηση των εξαγωγών μας αλλά και την αύξηση της οικονομίας και του ΑΕΠ .

Κεφάλαιο 4^ο :Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα: Μια Στατιστική Απεικόνιση

Στο τέταρτο κεφάλαιο θα δούμε για την επιχειρηματικότητα στην χώρα μας τις τελευταίες δεκαετίες και κυρίως για τους τομείς όπου έχουν ανθίσει. Δηλαδή, θα δούμε για την γυναικεία επιχειρηματικότητα η οποία είναι από τις σημαντικότερες μορφές επιχειρηματικότητας την τελευταία δεκαετία για την οικονομία της Ελλάδας καθώς και η πράσινη επιχειρηματικότητα η οποία προσπαθεί να χρησιμοποιήσει τους φυσικούς πόρους και να μειώσει την περιβαλλοντική καταστροφή. Επιπλέον θα δούμε την άνθιση της νεανικής επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα η οποία είναι εξίσου σημαντική καθώς οι νέοι εκδηλώνουν τις γνώσεις και την θέλησή τους για εργασία. Καθώς και για την κοινωνική επιχειρηματικότητα η οποία προσπαθεί να επιλύσει τα κοινωνικά προβλήματα βοηθώντας τους συνανθρώπους μας με τα καθημερινά προβλήματα. Όλα αυτά που αναφέραμε θα τις αναλύσουμε παρακάτω βλέποντας τους βασικούς σκοπούς τους αλλά και τα στατιστικά στοιχεία για κάθε έτος.

4.1 Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Όπως έχουμε αναφέρει στην Ελλάδα η σχέση μεταξύ της οικονομίας και της επιχειρηματικότητας επιτυγχάνεται από το IOBE όπου συλλέγει στοιχεία από το GEM όπου συλλέγει οικονομικά στοιχεία για όλο τον κόσμο. Στην Ελλάδα οι επιχειρηματικότητα συμβάλλει θετικά στην οικονομία της χώρας καθώς και στην μείωση του φαινόμενο της ανεργίας , οι σημαντικότερες επιχειρηματικότητες όπου μετρούν θετικά είναι η γυναικεία επιχειρηματικότητα, η πράσινη επιχειρηματικότητα, η νεανική επιχειρηματικότητά και η κοινωνική επιχειρηματικότητα , τις οποίες στην συνέχεια θα δούμε και θα τις αναλύσουμε.

4.2 Γυναικεία Επιχειρηματικότητα

Τα τελευταία χρόνια η επιχειρηματικότητα αυξάνεται με γρήγορους ρυθμούς όχι μόνο στις χώρες του εξωτερικού αλλά και στην χώρα μας. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα στις Ευρωπαϊκές χώρες αναπτύσσεται σιγά-σιγά με αργούς ρυθμούς σε αντίθεση με την Αμερική, οι γυναίκες αποφασίζουν να ασχοληθούν με την ιδέα της έναρξης μιας μικρομεσαίας επιχείρησης τόσο για να εξαλείψουν την ανεργία (την γυναικεία ανεργία)

με σκοπό την οικονομική "επιβίωσή" τους όσο και για να επιτύχουν έναν ανώτερο ρόλο μέσα στις επιχειρήσεις όπου εργάζονται είτε είναι μικρομεσαίες είτε είναι πολυεθνικές εταιρίες. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα συμβάλλει θετικά στην οικονομία της χώρας καθώς οι σύγχρονες γυναίκες έχουν γνώσεις και ξέρουν την αγορά εργασίας σε σύγκριση με τις παλιότερες γενιές γυναικών. Παρόλο που, οι γυναίκες προσπαθούν για να αναλάβουν μια θέση ή να δημιουργήσουν μια δικιά τους επιχείρηση, υπάρχει ακόμα η ανισότητα μεταξύ των δύο φύλων(άνδρες-γυναίκες), σε κάποιες χώρες όπως Τουρκία είναι αυξημένη αυτή η ανισότητα καθώς οι περισσότερες εταιρίες είτε διευθύνονται από άνδρες είτε έχουν κατασκευαστεί από άνδρες (Πηγή : Άρθρο: Ο "χάρτης" της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα- Banks.com-<https://banks.com.gr/chartis-tis-gynaikeias-epicheirimatikotitas-stin-ellada/>). Στην χώρα μας στις εταιρίες μόνο το 25,9% διευθύντριες είναι γυναίκες για το έτος 2023, σύμφωνα με την έρευνα της ICAP CRIF η αύξηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα υπάρχει από το 2015 (19,6%), το 2016 ανέβηκε για 1,5 μονάδες (21,1%), το 2017 στο 23,6%, το 2018 στο 24,2%, το 2019 υπήρξε αύξηση 0,7 μονάδων (24,9%). Το 2020 και με την πανδημία του Covid-19 η γυναικεία επιχειρηματικότητα αυξήθηκε στο 25,1 % και το 2021 υπήρξε αύξηση 0,8 μονάδων (25,8%), παρόλο που υπήρξε αύξηση το 2022 υπήρξε μια μικρή πτώση 0,3 μονάδων (25,5%) ,ενώ για το 2023 υπήρξε μια άνοδος 0,4 μονάδων(25,9%) (Πηγή: Μελέτη για την Γυναικεία Επιχειρηματικότητα από την ICAP CRIF(2023)). Στην Ελλάδα οι περισσότερες γυναίκες βρίσκονται σε ανώτερη θέση διοίκησης κυρίως σε μικρότερες και μικρές επιχειρήσεις, ενώ στα μεγαλύτερες εταιρίες ο αριθμός διοίκησης είναι μικρός , σε 51.140 εταιρίες μόνο σε 58 εταιρίες (μεγάλες) διοικούνται από γυναίκες σε αντίθεση με τον αριθμό 371 διοίκησης σε μεσαίες επιχειρήσεις. Τέλος, οι γυναίκες οι οποίες διοικούν επιδρούν θετικά στις επιχειρήσεις, αυτό όπου στην χώρα μας αναπτύσσεται με αργούς ρυθμούς είναι η εισαγωγή στην αγορά τις γυναικείες επιχειρήσεις δηλαδή την υλοποίηση μιας διαφορετικής ιδέας.

Κατηγορία Εταιριών	Αριθμός Εταιριών	Αριθμός Διοίκησης	Ποσοστό Διοίκησης
* Μικρότερη Επιχείρηση	13.240	3.583	27,1%
* Μικρή Επιχείρηση	9.435	2.159	22,8%
* Μεσαία Επιχείρηση	2.232	371	16,6%
*Μεγάλη Επιχείρηση	442	58	13,1%
Μη Διαθέσιμα στοιχεία	25.791	7.065	27,3%
Σύνολο	51.140	13.236	25,9%

*Μικρότερη Επιχείρηση=1-9 άτομα.

*Μικρή Επιχείρηση=10-49 άτομα.

*Μεσαία Επιχείρηση=50-249 άτομα.

*Μεγάλη Επιχείρηση= >250 άτομα.

Πίνακας 2: Αριθμός Διοίκησης Γυναικών (2023).

Πηγή : Μελέτη για την Γυναικεία Επιχειρηματικότητα από την ICAP CRIF(2023)

4.3 Πράσινη Επιχειρηματικότητα

Η πράσινη επιχειρηματικότητα έχει σαν κύριο στόχο την προστασία του περιβάλλοντος, καθώς τα τελευταία χρόνια υπάρχει έντονο το φαινόμενο της κλιματικής αλλαγής .Στην Ελλάδα η πράσινη επιχειρηματικότητα αναπτύχθηκε τις τελευταίες δεκαετίες (από το 2002), καθώς είναι πλούσια σε πόρους όπως είναι ο ήλιος και οι άνεμοι. Οι επιχειρήσεις που στρέφονται σε αυτό τον εναλλακτικό τρόπο επιχειρηματικότητας είναι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις , οι οποίες "εκμεταλλεύονται" (περισσότερο) τους φυσικούς πόρους (πετρέλαιο, κάρβουνο,

κλπ.) αλλά και την ανακύκλωση και τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας με σκοπό να δημιουργήσουν μια επιχείρηση φιλική προς το περιβάλλον, θέλοντας να αλλάξουν την άσκοπη υπερκατανάλωση των φυσικών πόρων που προσφέρει η Ελλάδα και να γίνει η σωστή χρήση τους. Στην Ελλάδα τις τελευταίες δύο δεκαετίες και κυρίως από το 2012 στρέφονται στην προσπάθεια να αξιοποιήσουν τις ΑΠΕ (Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας) χρησιμοποιώντας τις κύριες ενέργειες όπου μας προσφέρει η χώρα μας, δηλαδή τον ήλιο(ηλιακή ενέργεια) με την χρήση φωτοβολταϊκών και τον άνεμο(αιολική ενέργεια) με την χρήση των ανεμογεννητριών. Το 2022 η Ελλάδα βγήκε δεύτερη σε όλη την Ευρώπη για την χρήση της ηλιακής ενέργειας (12,6%) με τα φωτοβολταϊκά όπου υπάρχουν και με 20,7% με την χρήση των ανεμογεννητριών για την αιολική ενέργεια. Σύμφωνα με την Ember (Ember-Climate είναι ένας οργανισμός ο οποίος ασχολείται με την καθαρή ενέργεια και συλλέγει δεδομένα για κάθε χώρα), τα τελευταία 10 χρόνια στην Ελλάδα υπάρχει αύξηση στην χρήση ΑΠΕ, αλλά και στην χρήση φυσικών πόρων κυρίως το κάρβουνο και το αέριο, αν και συγκριτικά με το 2012 το κάρβουνο έχει πέσει σε ποσοστό. Το 2012 ήταν στο 51,2% ενώ το 2022 είχε πέσει στο 10,4%.

Έτος	Αιολική Ενέργεια	Ηλιακή Ενέργεια
2012	6,3%	2,7%
2013	7,2%	6,3%
2014	7,3%	7,5%
2015	8,9%	7,5%
2016	9,4%	7,2%
2017	10,0%	7,2%
2018	11,8%	7,1%

2019	14,9%	9,1%
2020	19,3%	9,2%
2021	19,1%	9,6%
2022	20,7%	12,6%

Πίνακας 3 : Ποσοστά των ΑΠΕ στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία.

Πηγή : Ember-Climate (<https://ember-climate.org/countries-and-regions/regions/europe/>)

Έτος	Κάρβουνο	Αέριο
2012	51,2%	22,1%
2013	46,2%	19,0%
2014	51,1%	13,4%
2015	42,6%	17,5%
2016	34,7%	27,5%
2017	34,0%	31,0%
2018	32,28%	26,4%
2019	24,9%	29,8%
2020	13,7%	39,9%
2021	8,6%	41,1%
2022	10,4%	37,3%

Πίνακας 4: Ποσοστό φυσικών πόρων στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία.

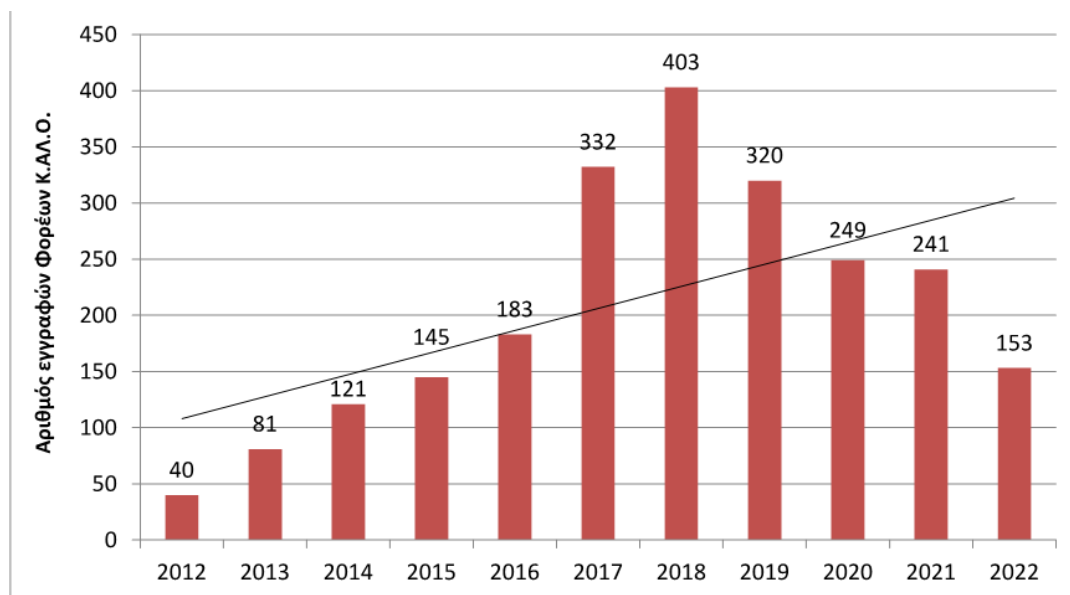
Πηγή: Ember-climate(<https://ember-climate.org/countries-and-regions/regions/europe/>)

4.4 Η Νεανική Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Η νεανική επιχειρηματικότητα είναι η επιχειρηματικότητα στην οποία οι νέοι προσπαθούν να ανταπεξέλθουν στις ευκαιρίες που τους εμφανίζονται και με την βοήθεια της τεχνολογίας να ανέλθουν οικονομικά. Αυτό το είδος επιχειρηματικότητας άρχισε να εμφανίζεται από τις αρχές του 21^{ου} αιώνα, η νεανική επιχειρηματικότητα όπως καταλαβαίνουμε και από το όνομά της αφορά τους νέους ηλικίας 18-34 χρονών, οι οποίοι έχουν γνώσεις καθώς σπουδάζουν και γνωρίζουν για την επιχειρηματικότητα ,την διοίκηση , το μάρκετινγκ, την χρήση της τεχνολογίας κλπ. Και για αυτό τον λόγο επιθυμούν να δημιουργήσουν κάτι δικό τους αλλά υπάρχουν και οι νέοι οι οποίοι έχουν οικογενειακές επιχειρήσεις και επιθυμούν να τις αναλάβουν και στις δύο περιπτώσεις στόχος είναι να έχουν δικό τους εισόδημα αλλά και να εξασφαλίσουν μι θέση εργασίας, με αυτό τον τρόπο προσπαθούν να επεκτείνουν την επιχείρηση είτε εργάζονται σε αυτή είτε είναι δική τους μικρών λαθών όπου υπάρχουν στον τρόπο λειτουργίας της επιχείρησης. Βέβαια στην χώρα μας μεγαλύτερο ποσοστό είναι η επιχειρηματικότητα μεγάλων ηλικιών (35-64 χρόνων) σε σχέση με μικρότερες ηλικίες (18-34), για το έτος 2013 το ποσοστό επιχειρηματικότητας ηλικιών 18-34 χρονών ήταν 12% σε αντίθεση της επιχειρηματικότητας ηλικιών 35-64 το ίδιο έτος ήταν 33,3%(Πηγή IOBE,Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2013-2014, η δυναμική της νεανικής επιχειρηματικότητας). Σύμφωνα με το GEM η νεανική επιχειρηματικότητα σε ηλικιακό επίπεδο 18-34 το 2020 ήταν στο 8,6% ενώ το 2021 υπήρχε πτώση 3,1 μονάδων (5,5%) λόγω της πανδημίας. Η νεανική επιχειρηματικότητα συμβάλλει θετικά στο ΑΕΠ της Ελλάδας καθώς μειώνει την ανεργία. Για την υλοποίηση μιας νέας επιχείρησης υπάρχουν επιδοτούμενα προγράμματα από φορείς όπως είναι το ΕΣΠΑ (Εταιρικό Σύμφωνο για το Πλαίσιο Ανάπτυξης) όπου προσφέρεται για νέες επιχειρήσεις κυρίως μικρές ή μεσαίες επιχειρήσεις ένα Α΄ Κεφάλαιο για την έναρξη της επιχείρησης σαν οικονομική ενίσχυση για την νέα αρχή .

4.5 Κοινωνική Επιχειρηματικότητα

Άλλη μια μορφή επιχειρηματικότητας η οποία άνθισε τον 21^ο αιώνα τόσο στην Ελλάδα όσο και στην Ευρώπη είναι η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα. Ως κοινωνική επιχειρηματικότητα ορίζουμε την επιχειρηματικότητα η οποία δημιουργεί αξίες στοχεύοντας την εξάλειψη βασικών κοινωνικών προβλημάτων όπως είναι η ανεργία, η φτώχεια και την μείωση των αστεγών. Η συγκεκριμένη επιχειρηματικότητα απασχολείται από φορείς οι οποίοι δεν είναι ούτε ιδιωτικοί αλλά ούτε δημόσιοι και προσπαθούν με διάφορες δραστηριότητες να μειώσουν τα βασικά κοινωνικά προβλήματα τα οποία αναφέραμε πιο πάνω. Στην Ελλάδα οι κοινωνικές επιχειρήσεις άρχισαν να εμφανίζονται περισσότερο το 2011, οι οποίες έχουν σημαντικό ρόλο ως προς την επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων όπου απασχολούν ένα σύνολο πολιτών και προσπαθούν να καλυτερεύσουν τις ανάγκες τους. Αυτό το είδος επιχειρηματικότητας συμβάλλει τόσο στην οικονομία της χώρας όσο και στην προσπάθεια επίλυσης των αναγκών των συμπολιτών μας (πηγή: Κοινωνικό Επιχειρο.eu > Social- entrepreneurship). Όπως έχουμε αναφέρει η κοινωνική επιχειρηματικότητα και συγκεκριμένα η κοινωνική οικονομία με τους φορείς της έχουν σημαντικό ρόλο στην οικονομία της χώρας. Στην Ελλάδα έχουμε ένα σύνολο φορέων όπου κύριες δραστηριότητές τους αφορούν την οικονομία αλλά και την κοινωνική αλληλεγγύη προς τον συνάνθρωπο μας, αυτό το σύνολο φορέων είναι γνωστό ως Κ.Α.Λ.Ο (Κοινωνική & αλληλέγγυα Οικονομία). Οι εγγραφές των φορέων άρχισαν να αυξάνονται από το 2017 δηλαδή το 2012 είχαμε 40 εγγραφές και το 2017 είχαμε 332 ενώ από το 2020 έχουμε πτώση εγγραφών (249),241 για το 2021 και 153 για το 2022. Στην Ελλάδα οι φορείς Κ.Α.Λ.Ο έχουμε 2.268 εγγεγραμμένους φορείς συνολικά σε όλες τις περιφέρειες με μεγαλύτερο ποσοστό στις περιφερειακές ενότητες της Αττικής και της Κεντρικής Μακεδονίας, οι φορείς εγγράφονται κάθε χρόνο κυρίως αφορά τους καινούργιους οργανισμούς στο Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.Α.Λ.Ο. Οι συγκεκριμένοι φορείς μπορεί να είναι συνεταιρισμοί, σωματεία, σύλλογοι, ιδρύματα όπου έχουν ως κύριο σκοπό την κύρια κάλυψη των βασικών αναγκών του κοινωνικού πληθυσμού όπου ασχολούνται οι φορείς αυτοί.



Πηγή: Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.Α.Λ.Ο.

Σχεδιάγραμμα 3: Ο αριθμός εγγραφών φορέων Κ.Α.Λ.Ο.

Πηγή: Κ.Α.Λ.Ο Έκθεση 2021-2022

& << Επικαιροποιημένο Σχέδιο Δράσης για την Κοινωνική Οικονομία με ενσωμάτωση δράσεων κοινωνικής καινοτομίας και ευθυγράμμιση της Στρατηγικής με το Ευρωπαϊκό Σχέδιο Δράσης για την Κοινωνική Οικονομία>>.

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ	ΑΡΙΘΜΟΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ	ΣΦΡΕΥΜΕΝΟ
		%	ΠΟΣΟΣΤΟ
			%
ΑΤΤΙΚΗΣ	875	39	39
ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	269	12	51
ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ	178	8	59
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	175	8	66
ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ	146	6	73
ΚΡΗΤΗΣ	134	6	79
ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ	111	5	84
ΑΝ. ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ & ΘΡΑΚΗΣ	97	4	88
ΝΟΤΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	76	3	91
ΗΠΕΙΡΟΥ	57	3	94
ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΩΝ	54	2	96
ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ	53	2	99
ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ	43	2	100
ΣΥΝΟΛΟ	2.268	100	-

Πηγή: Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.Α.Λ.Ο.

Πίνακας 5: Φορείς όπου είναι εγγεγραμμένοι στο Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.Α.Λ.Ο

Πηγή: Κ.Α.Λ.Ο Έκθεση 2021-2022

& << Επικαιροποιημένο Σχέδιο Δράσης για την Κοινωνική Οικονομία με ενσωμάτωση δράσεων κοινωνικής καινοτομίας και ευθυγράμμιση της Στρατηγικής με το Ευρωπαϊκό Σχέδιο Δράσης για την Κοινωνική Οικονομία>>.

Συμπεράσματα :

Σε αυτή την ενότητα είδαμε κάποιες σημαντικές κατηγορίες επιχειρηματικότητας όπου έχουν σημαντικό ρόλο στην οικονομία της Ελλάδας. Την τελευταία δεκαετία βλέπουμε έντονη ανάπτυξη της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας ακόμα και την περίοδο της πανδημίας υπάρχει ανάπτυξη, όπου ως βασικό στόχο είναι η άνοδος της γυναίκας. Η χώρα μας είναι πλούσια σε φυσικούς πόρους οπότε έχουμε την ανάπτυξη της πράσινης επιχειρηματικότητας, όπως είδαμε η νέα γενιά έχει περισσότερη γνώση αλλά και όρεξη για να δημιουργήσουν κάτι καινούργιο, κάτι δικό τους και να μειώσουν το φαινόμενο που πλήττει την χώρα μας τα τελευταία χρόνια δηλαδή την ανεργία. Άλλη μια μορφή

(σημαντική) είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα η οποία βοηθάει τον συνάνθρωπό μέσω των οργανισμών όπου υπάρχουν. Γενικά σαν χώρα οι άνθρωποι προσπαθούν να δημιουργήσουν κάτι από την αρχή για να βοηθήσουν τόσο τον συνάνθρωπο τους όσο και την χώρα τους (ως προς την αύξηση της δημόσιας οικονομίας).

Κεφάλαιο 5^ο : Προβλήματα και εμπόδια σχετικά με την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα

Στη συνέχεια στο πέμπτο κεφάλαιο θα δούμε τα κύρια προβλήματα που αντιμετωπίζει η Ελληνική επιχειρηματικότητα. Τρία είναι τα κύρια προβλήματα που αντιμετωπίζει και αντιμετωπίζει η επιχειρηματικότητα τις τελευταίες δύο (σχεδόν) δεκαετίες, την οικονομική κρίση η οποία είχε ως κύριο επιρροή την παγκόσμια κρίση του 2007 βασικός παράγοντας αφού έκλεισαν οι επιχειρήσεις και αυξήθηκε η ανεργία. Το δεύτερο πρόβλημα και το πιο καινούργιο εμπόδιο είναι η «κρίση» της πανδημίας την χρονική περίοδο 2020, όπου έχουμε την εμφάνιση της πανδημίας covid-19 όπου πάλι επιχειρήσεις αποφάσισαν να κλείσουν, η ανεργία εξακολουθούσε να υπάρχει καθώς οι επιχειρήσεις δεν αναζητούσαν προσωπικό και οι επιχειρηματίες έπρεπε να αποφασίσουν αν θα κρατήσουν ανοικτή την επιχείρησή τους ή αν θα την κλείσουν και αν την έκλειναν έπρεπε να σκεφτούν αν θα είναι μόνιμο κλείσιμο ή αν θα είναι προσωρινό. Τέλος, ο τρίτος παράγοντας προβλήματος είναι η φοροδιαφυγή, ένα πρόβλημα το οποίο υπάρχει εδώ και πολλά χρόνια στην Ελλάδα όπου επηρεάζεται από διάφορες καταστάσεις όπου υπάρχουν στην χώρα μας όπως είναι η γραφειοκρατία ,η αύξηση του ΦΠΑ κλπ. Στο συγκεκριμένο κεφάλαιο θα δούμε αναλυτικά αυτά τα τρία βασικά εμπόδια της Ελληνικής επιχειρηματικότητας όπου αναφέραμε παραπάνω. Ξεκινώντας με την οικονομική κρίση στην Ελλάδα.

5.1 Η Ελληνική επιχειρηματικότητα στην περίοδο της οικονομικής κρίσης

Η χώρα μας από το 2009 έως και το 2018 αντιμετώπισε το φαινόμενο της οικονομικής κρίσης δηλαδή την αύξηση του ελλείματος δηλαδή τα έξοδα της χώρας ήταν περισσότερα από τα έσοδά της και το χρέος προς τις ξένες χώρες ήταν αυξημένο. Ως χρέος εννοούμε τα δάνεια τα οποία η Ελληνική κυβέρνηση από τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η οικονομική κρίση ήταν επηρεασμένη από την παγκόσμια κρίση η οποία είχε ξεκινήσει το 2007(τελειώσε το 2009). Όταν λέμε παγκόσμια κρίση εννοούμε πτώχευση μεγάλων χρηματοπιστηριακών ιδρυμάτων της Αμερικής, όπου είχε ως αποτέλεσμα να υπάρχει η αύξηση ελλείματος και χρέους σε πολλές χώρες της Ευρώπης. Στην Ελλάδα η οικονομική κρίση επηρέασε όλους τους τομείς εργασίας τόσο στον δημόσιο όσο και στον ιδιωτικό τομέα, χτυπώντας περισσότερο την

επιχειρηματικότητα καθώς αρκετές επιχειρήσεις αναγκάστηκαν να κλείσουν. Όπως έχουμε αναφερθεί και στην αρχή αυτής της εργασίας η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα επιτυγχάνεται από τον IOBE. Με το ξέσπασμα της κρίσης όλο και περισσότεροι Έλληνες στρέφονται είτε στην απόφαση να κλείσουν την επιχείρησή τους είτε στην δημιουργία μιας νέας επιχείρησης για την εξασφάλιση τόσο της εργασίας όσο και το μέλλον τους σε εκείνη την δύσκολη περίοδο της οικονομικής κρίσης την χρονική περίοδο 2009-2010 ήταν αρκετά δύσκολη η απόφαση και υλοποίηση μιας καινούργιας επιχείρησης.

5.2 Η Ελληνική Επιχειρηματικότητα στην περίοδο της πανδημίας (Covid-19)

Εκτός από την οικονομική κρίση άλλο ένα εμπόδιο που αντιμετώπισε η επιχειρηματικότητα τον Μάρτιο του 2020 όπου έχουμε την έξαρση μιας νέας πανδημίας, της πανδημίας του covid-19 τόσο σε παγκόσμιο όσο και σε εγχώριο επίπεδο. Στην χώρα μας κύριος παράγοντας όπου συμβάλλει θετικά στην οικονομία της είναι ο τομέας του τουρισμού, το 2020 και με το ξέσπασμα της πανδημίας αλλά και της καραντίνας τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό ο τουρισμός ήταν μειωμένος σε σχέση με το 2019. Καθώς με το lockdown στην χώρα μας και στις χώρες του εξωτερικού ήταν δύσκολη η μετακίνηση και με το άνοιγμα του ήταν δύσκολη η πρόσβαση με τα μέτρα όπου υπήρχαν. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα την μείωση του εγχώριου ΑΕΠ, όσο αφορά τις επιχειρήσεις (κυρίως τις μικρομεσαίες) ένα μεγάλο ποσοστό περίπου 75,7% (Πηγή: ICAP GROUP- Αποτέλεσμα Έρευνας για τις επιπτώσεις της πανδημίας Covid-19 στις επιχειρήσεις και στους κλάδους της Ελληνικής οικονομίας) είτε σταμάτησαν να λειτουργούν κατά την διάρκεια του lockdown είτε έκλεισαν οριστικά λόγω της μείωσης των εσόδων τους καθώς υπήρχαν τα μέτρα για την κυκλοφορία. Ο Covid-19 επηρέασε περισσότερο τις επιχειρήσεις όπου έχουν σαν κύριο στοιχείο απασχόλησης την εστίαση (καφετέρια , μπαρ, εστιατόριο), τις επιχειρήσεις διαμονής (ξενοδοχείο, ενοικιαζόμενα δωμάτια) καθώς ο κόσμος δεν έβγαινε ή με την καραντίνα δεν ούτε επιθυμούσαν να ταξιδέψουν αλλά ούτε να βρίσκεται σε κάποιο κλειστό χώρο με πολλά άτομα. Κατά την διάρκεια της πανδημίας έγιναν πιο έντονα δυο φαινόμενα εργασίας το πρώτο ήταν το Click away και το δεύτερο

ήταν το φαινόμενο της τηλεργασίας, το Click away ήταν ένα μέτρο που ορίστηκε για την ασφαλή αγορά προϊόντων κατά το οποίο φάνηκε να έχει αρνητική διάθεση από τους καταναλωτές καθώς ένα μεγάλο ποσοστό(47%) θεώρησαν αρνητικό αυτό το μέτρο αφού ήταν πιο δύσκολο από την δια ζώσης εξυπηρέτηση (Πηγή: Έρευνα ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ για την πανδημία του κορωνοϊού : Στάσεις και αντιλήψεις για τις επιπτώσεις στην οικονομία και την κοινωνία, σελ.20). Κατά την διάρκεια του Covid-19 είδαμε πολλές εταιρίες είτε ήταν μικρομεσαίες είτε ήταν πολυεθνικές να χρησιμοποιούν ένα καινούργιο τρόπο εργασίας, δηλαδή την τηλεργασία- εργασία εξ 'αποστάσεως κάτι που αποδείχθηκε ότι δεν ήταν τόσο αποτελεσματικό και παραγωγικό όσο είναι η εργασία από κοντά .Για αυτό τον λόγο όσες εταιρίες χρησιμοποίησαν την τηλεργασία μετά τις καραντίνες την απόσυραν και συνέχισαν να εργάζονται από κοντά σε αντίθεση με λίγες επιχειρήσεις οι οποίες συνέχισαν την τηλεργασία και συνεχίζουν μέχρι σήμερα.

5.3 Φοροδιαφυγή

Άλλο ένα πρόβλημα που αντιμετωπίζει η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα είναι το φαινόμενο της φοροδιαφυγής , ένα σοβαρό πρόβλημα που υπάρχει στην χώρα μας. Αρχικά πρέπει να ερμηνεύσουμε τον όρο φοροδιαφυγή, είναι η ανέντιμη πράξη ενός νόμιμου προσώπου το οποίο προσπαθεί να αποφύγει την πληρωμή των φορολογικών δηλώσεων. Οι πολίτες ή/και οι επιχειρηματίες στρέφονται στην φοροδιαφυγή καθώς το ίδιο το κράτος τους προωθεί, αφού υπάρχουν κάποια χρόνια προβλήματα όπως η γραφειοκρατία. Νούμερο ένα πρόβλημα στην Ελλάδα κυρίως στον δημόσιο τομέα καθώς αφιερώνουν περισσότερο χρόνο στην διαδικασία και τα χαρτιά όπου ορίζει η κρατική νομοθεσία από ότι στην άμεση εξυπηρέτηση με αποτέλεσμα να υπάρχουν αυξημένες παρεμβάσεις. Άλλος ένας βασικός παράγοντας όπου επηρεάζει την φοροδιαφυγή είναι η αύξηση του φόρου ένα φαινόμενο όπου επηρεάζει την φοροδιαφυγή είναι η αύξηση του φόρου, ένα φαινόμενο όπου τα τελευταία περίπου δέκα χρόνια (από την περίοδο της οικονομικής κρίσης) αυξάνεται όλο και περισσότερο. Μερικά παραδείγματα αύξησης φόρου είναι τα εξής:1) η αύξηση του ΦΠΑ σε προϊόντα ή/και υπηρεσίες,2) αύξηση φορολογικού εισοδήματος μισθωτών, 3) αύξηση φορολογικού εισοδήματος νομικών προσώπων κλπ. Αυτή η αύξηση έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση " κρυψίματος" του φορολογικού εισοδήματος των φυσικών

προσώπων. Η φοροδιαφυγή δεν εμφανίζεται μόνο στα φυσικά πρόσωπα(μισθωτούς, αυτοαπασχολούμενους ,κλπ.) αλλά και στα νομικά πρόσωπα στις επιχειρήσεις κυρίως στις μικρομεσαίες όπου προσπαθούν με αυτό τον τρόπο να μειώσουν το ΦΠΑ και το εισόδημά αλλά και να πλασάρουν “ ψεύτικες” ζημίες, στα λογιστικά βιβλία. Επιπλέον, οι επιχειρήσεις έχουν μετόχους κάτι το οποίο κάνει εύκολο την “ κάλυψη” της διαφυγής, τέλος, θα ήταν καλό να αναφέρουμε το γεγονός ότι στις μεγάλες επιχειρήσεις δεν είναι τόσο αυξημένο το φαινόμενο φοροδιαφυγής καθώς ελέγχονται από παγκόσμιους φορείς ή αλλιώς τους φοροεισπρακτικούς μηχανισμούς.

Συμπεράσματα:

Όπως είδαμε παραπάνω η χώρα μας ενώ προσπαθεί να αναδείξει την επιχειρηματικότητα αντιμετωπίζει διάφορα προβλήματα. Ένα βασικό εμπόδιο όπως είδαμε είναι η οικονομική κρίση όπου βρέθηκε ο ελληνικός λαός αντιμέτωπος με το φαινόμενο της ανεργίας καθώς πολλές επιχειρήσεις έκλεισαν λόγω της αύξησης του ΦΠΑ , την αύξηση των φόρων και την μείωση των λεφτών, η οικονομική κρίση είχε ως αποτέλεσμα την ανεργία καθώς ο κόσμος δεν μπορούσε να βρει δουλειά καθώς με την αύξηση όπου υπήρχε ο μισθός δεν κάλυπτε τις βασικές ανάγκες των εργαζομένων πολιτών και το κλείσιμο κυρίως μικρομεσαίων επιχειρήσεων καθώς οι επιχειρηματίες δεν μπορούσαν να καλύψουν τις ανάγκες της επιχείρησής τους. Ένα σχετικό καινούργιο εμπόδιο είναι η πανδημία του Covid-19, όπου πάλι έχουμε την αύξηση της ανεργίας και πάλι χτυπάει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις , όπου οι επιχειρηματίες αποφασίζουν να κλείσουν τις επιχειρήσεις τους είτε είναι για ένα σύντομο χρονικό διάστημα είτε μόνιμα, υπήρχε και η μείωση του τουρισμού όπου επηρέασε τόσο το ΑΕΠ της χώρας όσο και τις τουριστικές επιχειρήσεις, παρόλο που ήταν μια δύσκολη περίοδο τόσο στην εγχώρια όσο και στην διεθνή αγορά εμφανίστηκε ένα πρωτόγνωρο φαινόμενο και αυτό ήταν η εμφάνιση της τηλεργασίας τόσο σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις όσο και σε πολυεθνικές. Ένα φαινόμενο το οποίο ήταν και καλό σύμφωνα με κάποιες επιχειρήσεις αλλά και κάτι το οποίο ήταν δύσκολο και όχι τόσο παραγωγικό σε σχέση με την δια ζώσης εργασία. Επιπρόσθετα ένα χρόνιο πρόβλημα είναι η φοροδιαφυγή όπου οι πολίτες αλλά και οι επιχειρηματίες επιλέγουν να φοροδιαφύγουν

γιατί η ίδια η χώρα τους προωθεί καθώς υπάρχει η αύξηση κάθε χρόνο είτε στο ΦΠΑ των προϊόντων/ υπηρεσιών, την αύξηση των φόρων, την μείωση της μισθοδοσίας κλπ. Και επιλέγουν (όσο αφορά τις επιχειρήσεις) να "δείχνουν" στο κράτος τις "ζημίες" όπου είχαν σε ένα (φορολογικό) έτος και να έχουν μειωμένη φορολογική δήλωση και επομένως να πληρώνουν λιγότερα λεφτά στο κράτος.

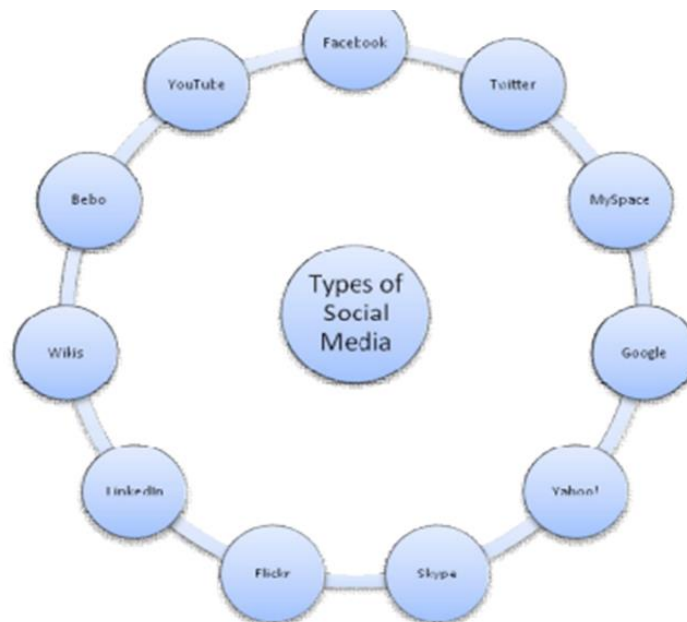
Κεφάλαιο 6^ο: Προοπτικές Ελληνικής Επιχειρηματικότητας

Στο τελευταίο κεφάλαιο θα δούμε για τις προοπτικές της ελληνικής επιχειρηματικότητας όπου οι επιχειρηματίες μέρα-με την μέρα προσπαθούν με διάφορους τρόπους να ενισχύουν τις επιχειρήσεις τους ,τρεις είναι οι βασικοί παράγοντες κατά την γνώμη μου τα social media, οι start up επιχειρήσεις και ο ψηφιακός μετασχηματισμός. Στη συνέχεια του κεφαλαίου θα δούμε αναλυτικά αυτές τις τρεις προοπτικές, θα δούμε κάποια χαρακτηριστικά τους , επίσης θα δούμε πως επηρεάζουν θετικά την ελληνική επιχειρηματικότητα αλλά και πως τα ‘αγκαλιάζουν’ οι καταναλωτές της εγχώριας αγοράς αλλά και πως η ελληνική κυβέρνηση βοηθάει σε κάποιες περιπτώσεις το ξεκίνημα της επιχείρησης.

6.1 Τα Social Media στην Επιχειρηματικότητα

Ο 21^{ος} αιώνας είναι ο αιώνας όπου η τεχνολογία, τα κινητά και οι υπολογιστές έχουν ενσωματωθεί στην καθημερινότητά μας, η προώθηση των προϊόντων και το μάρκετινγκ έχει εξελιχθεί έτσι και τα τελευταία χρόνια παρατηρούμε την εξέλιξη των MME(Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης) ή αλλιώς όπως όλοι τα γνωρίζουμε social media όπως είναι το Facebook, Instagram, tik-tok κλπ. Οι ‘χρήστες’ των MME τα χρησιμοποιούν στην καθημερινότητά τους είτε για να εκφράσουν τις απόψεις τους , είτε για να επικοινωνήσουν με φίλους και συγγενείς όπου βρίσκονται στην κοντινή τους εμβέλεια ή είναι μακριά τους. Πλέον τα social media είναι μέρος της ζωής μας και έχουν σημαντικό ρόλο στην επιχειρηματικότητα καθώς οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τα MME για να προσελκύουν καθημερινά καινούργιους πελάτες κυρίως νέους (έφηβους και ηλικιακό target group 18-30), αλλά και για να κάνουν διαφήμιση των προϊόντων ή/και υπηρεσιών όπου παράγουν. Οι χρήστες των social media καθημερινά έχουν βρεθεί αντιμέτωποι κατά την διάρκεια που βρίσκονται σε κάποια εφαρμογή (πχ Facebook, Instagram) και ‘χαζεύουν’ να τους πεταχτεί κάποια διαφήμιση για ρούχα ή προϊόντα τεχνολογίας ή ακόμα και διαφήμιση για ένα καινούργιο κατάστημα (πχ βιβλιοπωλείο ή καφετέρια). Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να τραβήξει το ενδιαφέρον του καταναλωτή και να επισκεφθεί είτε το ηλεκτρονικό(στο διαδίκτυο) είτε/ και το φυσικό κατάστημα(αν υπάρχει), έτσι με αυτό τον τρόπο οι επιχειρήσεις καταφέρνουν την αύξηση των πωλήσεων τους , να προωθούν τα προϊόντα

και τις υπηρεσίες τους και να έχουμε την αύξηση του ηλεκτρονικού εμπορίου, δηλαδή τις αγορές όπου επιλέγουν οι καταναλωτές να κάνουν μέσω ιστοσελίδων ηλεκτρονικών καταστημάτων. Επιπρόσθετα τα social media προσφέρουν την δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας της εταιρίας με τον καταναλωτή κυρίως όσο αφορά τις ηλεκτρονικές αγορές όπως για παράδειγμα για τυχόν έλλειψη προϊόντων ή για επιβεβαίωση παραγγελίας ή ακόμα και στο να στέλνουν διαφημιστικά μηνύματα μέσω email για τυχόν προσφορές σε επιλεγμένα ή όλα τα προϊόντα της εταιρίας, τις καινούργιες προσθήκες των προϊόντων τους αλλά και εκπτωτικά κουπόνια για τις επόμενες αγορές τους.



Εικόνα 2 : Τα είδη των MME

Πηγή: The Social Media and Entrepreneurship



Εικόνα 3 : Τα πλεονεκτήματα των social media στην επιχείρηση.

Πηγή : Linkedin-Top 20 Benefits of Social Media Marketing

6.2 Οι Start Up επιχειρήσεις στον Ελλαδικό χώρο

Η Ελληνική κοινωνία μετά το πέρασμα τις οικονομικής κρίσης βρέθηκε αντιμέτωπη με το χρόνιο φαινόμενο της ανεργίας. Έτσι θέλοντας (η κοινωνία) να αναπτυχθεί γρήγορα η οικονομία της αλλά και να μειώσει την ανεργία στράφηκε στην δημιουργία start up επιχειρήσεων δηλαδή, οι επιχειρήσεις που έχουν ξεκινήσει την λειτουργία τους σε λίγο χρονικό διάστημα. Αλλά και για να τοποθετήσουν στην αγορά καινούργια επιχειρηματικά μοντέλα, η ιδέα και η υλοποίηση των start up επιχειρήσεων έχει ενταχθεί στην αγορά περίπου τα τελευταία χρόνια σχεδόν από το 2013 με σκοπό την ανάδειξη των νέων ιδεών επιχειρηματικότητας κυρίως των νέων, αλλά και το άνοιγμα καινούργιων εργασιακών θέσεων για άνεργους αλλά και για νέους όπου ψάχνουν μια θέση εργασίας, σημαντικός παράγοντας είναι και η θέληση για την αύξηση της οικονομίας. Στην Ελλάδα ακόμα και κάποια πανεπιστήμια διδάσκουν για την νεοφυούς επιχειρηματικότητα με σκοπό οι φοιτητές να δημιουργήσουν μια δικιά τους επιχείρησης, οι start up επιχειρήσεις έδειξαν την δυναμική τους και συνεχίζουν

δυναμικά κατά την διάρκεια/και μετά την πανδημία καθώς ο Covid-19 και το lockdown ήταν βασικός παράγοντας για να αναβαθμιστούν οι start up καθώς και να τοποθετήσουν καινούργιες ιδέες, εκείνη την θλιβερή περίοδο, αναπτύχθηκαν πολλά εξ' αποστάσεως σεμινάρια σχετικά με την νεοφυούς επιχειρηματικότητα όπου τα τελευταία χρόνια έχουν δημιουργηθεί πολλές καινούργιες επιχειρηματικές ιδέες. Για την υλοποίηση της start up πρέπει να σκεφτούμε κάποια βασικά ζητήματα όπως είναι οι πελάτες μας να σκεφτούμε σε ποιους απευθυνόμαστε, η επιβεβαίωση πελατών είναι το επόμενο βήμα μετά την εύρεση των πελατών, ανάπτυξη προϊόντος αφού βρούμε τι θέλουμε να κάνουμε αρχίζουμε να αναπτύζουμε το προϊόν ή την υπηρεσία που θέλουμε να δημιουργήσουμε. Στην συνέχεια έχουμε την αποδοτικότητα όπου έχουμε την ανάπτυξη, την απόκτηση πελατών, κλιμάκωση ανάπτυξης είναι το προτελευταίο βήμα στον κύκλο της start up όπου έχουμε την εισαγωγή της ιδέας μας στην αγορά και τέλος έχουμε την ωρίμανση όπου έχουμε την εξέλιξη της ιδέας μας κατά την πορεία λειτουργίας της. Τέλος, πιστεύω πως η νεοφυούς επιχειρηματικότητα είναι μια προοπτική της ελληνικής αγοράς καθώς ο κόσμος που θέλει να υλοποιήσει την ιδέα του έχει γνώσεις είτε επειδή έχουν παρακολουθήσει σεμινάρια, είτε επειδή έχει επαφή με το αντικείμενο, μετά την πανδημία του Covid-19 οι start up είναι πιο δυναμικές καθώς έχουν αλλάξει την νοοτροπία τους και τον τρόπο λειτουργίας τους από το να εντάξουν νέα μοντέλα τεχνολογίας μέχρι και την υποστήριξη από την Ελληνική Κυβέρνηση. Επιπλέον, η Ελληνική Κυβέρνηση έχει βοηθήσει τις start up επιχειρήσεις ως προς την οικονομική βοήθεια με την χρηματοδότηση είτε από ιδιωτικούς φορείς είτε από δημόσιους φορείς όπως είναι το ΕΣΠΑ όπου καταβάλλουν μια α' προμήθεια χρημάτων ή κεφαλαίων και βοηθούν τις νεοσύστατες επιχειρήσεις στο ξεκίνημά τους ως μια μικτή βοήθεια για το πρώτο διάστημά λειτουργίας τους.



Εικόνα 4: Τα στάδια ανάπτυξης μιας Start up επιχείρησης

Πηγή: ΚΕΜΕΛ –Χρηματοδότηση νεοφυούς επιχείρησης. Τι και Πως ;

6.3 Ψηφιακός Μετασχηματισμός

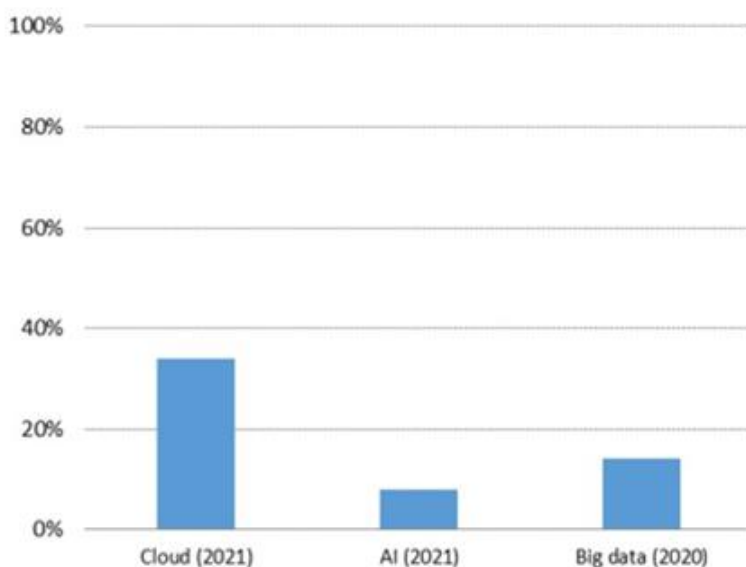
Όπως έχουμε αναφέρει και παραπάνω ο 21^{ος} αιώνας έχει φέρει την ανάπτυξη της τεχνολογίας, σήμερα οι επιχειρηματίες είναι υποχρεωμένοι να ‘υιοθετούν’ την τεχνολογία(όπως τα social media ,AI, κλπ.) καθώς φέρνουν αύξηση των εισόδων της επιχείρησης. Έτσι, με αυτό τον σκοπό το 2016 η Ευρωπαϊκή Ένωση δημιούργησε την Digitizing European Industry- DEI Strategy (Ψηφιοποίηση της Ευρωπαϊκής Βιομηχανίας), θέλοντας να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα αλλά και την οικονομική ενίσχυση των ευρωπαϊκών χωρών από τον ψηφιακό μετασχηματισμό. Στην χώρα μας ,τα τελευταία χρόνια οι επιχειρήσεις κυρίως οι μικρομεσαίες ή οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις έχουν τοποθετήσει στην λειτουργία τους την εξυπηρέτηση των πελατών

μέσο τεχνολογίας ή την χρήση των social media για την προώθηση των προϊόντων ή/ και υπηρεσιών. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις σταδιακά αλλάζουν την λειτουργία τους προσπαθώντας να συνυπάρχουν με την τεχνολογία, όπως προσπαθούν να αλλάξουν την εξυπηρέτηση πελατών όπου έχουν επιτύχει την άμεση και γρήγορη εξυπηρέτηση σε online αγορές, έχουν βελτιωθεί οι τραπεζικές συναλλαγές, έχουν γίνει πιο ασφαλές και έτσι οι πελάτες δεν χρειάζεται να ανησυχούν για την υποκλοπή των προσωπικών στοιχείων τους ή το να πέσουν θύμα απάτης. Σύμφωνα με έρευνα της eurobank η Ελλάδα δεν έχει δείξει τεράστια πρόοδο βελτίωσης όσο αφορά τον ψηφιακό μετασχηματισμό σε σχέση με τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες της E.E, το 2019 μόνο το 16% των επιχειρήσεων είχε τοποθετήσει κάποιο στοιχείο ψηφιακού μετασχηματισμού. Σύμφωνα με τον δείκτη DESI-Digital Economy and Society Index (ή στα ελληνικά δείκτης Ψηφιακής Οικονομίας και Κοινωνίας) στον ψηφιακό μετασχηματισμό τοποθετούνται όλες οι μορφές τεχνολογίας όπως είναι τα social media, οι τεχνολογίες cloud- με λίγα λόγια είναι η δυνατότητα που δίνετε στον χρήστη να αποθήκευση προσωπικών δεδομένων (φωτογραφίες, αρχεία) και εφαρμογές μέσω διαδικτύου, η ανάλυση δεδομένων(big data)- η χρήση-ανάλυση μεγάλου φόρτου δεδομένων για την προσθήκη νέων ιδεών στην αγορά σύμφωνα με τις τάσεις,άλλη μια μορφή είναι η τεχνική νοημοσύνη – AI(Artificial Intelligence) που είναι η πιο καινούργια μορφή που έχει εμφανιστεί τα τελευταία χρόνια. Τέλος, σαν χώρα έχουμε το πλεονέκτημα του ανθρώπινου δυναμικού κάτι το οποίο δρα θετικά στην εργασία και με την σταδιακή αύξηση χρήσης τεχνολογίας θα έχουμε μια 'δυνατή' επιχειρηματικότητα.

Έργα	Χρονικός Ορίζοντας
1. Ψηφιοποίηση του συνόλου των δημόσιων υπηρεσιών προς τις επιχειρήσεις	Μεσοπρόθεσμος
2. Ενίσχυση της νεοφυούς επιχειρηματικότητας μέσω του προγράμματος ΚΕΠ-Plus	Μεσοπρόθεσμος
3. Ανάπτυξη συστήματος αποτίμησης της ψηφιακής ωριμότητας των επιχειρήσεων και τεκμηρίωσης του σχεδιασμού των κρατικών ενισχύσεων για τον ψηφιακό μετασχηματισμό τους (Digitometer)	Μεσοπρόθεσμος
4. Προηγμένα και ολοκληρωμένα συστήματα παραγωγής, αυτοματισμού και ρομποτικής	Μεσοπρόθεσμος
5. Ανάπτυξη ψηφιακών υπηρεσιών/συστημάτων για την υποστήριξη των νεοφυών (start-up) ή εδραιωμένων επιχειρήσεων (scale-up)	Μεσοπρόθεσμος
6. Αξιοποίηση εργαλείων πληροφορικής για τη λήψη αποφάσεων (evidence based policy) στο Δημόσιο	Μεσοπρόθεσμος

Πίνακας 6: Τα έργα του ψηφιακού μετασχηματισμού

Πηγή: Βιβλό Ψηφιακού Μετασχηματισμού 2020-2025.



Source: Eurostat, European Union survey on ICT usage and e-commerce in enterprises

Σχεδιάγραμμα 4 : Η χρήση των προγραμμάτων τεχνολογίας (Cloud, AI, Big data) από την ΕΕ.

Πηγή : The Digital Economy and Society Index(DESI)

Συμπεράσματα:

Η Ελλάδα μετά την ‘σκοτεινή’ περίοδο της οικονομικής κρίσης, προσπαθεί να αυξήσει την επιχειρηματικότητα της χρησιμοποιώντας διάφορους τρόπους όπως είδαμε σε αυτό το κεφάλαιο. Τα social media πλέον είναι μέρος της καθημερινότητάς μας, εκτός από την επικοινωνία τα χρησιμοποιούμε και για την διασκέδασή μας αλλά και για να αναζητούμε προϊόντα που μας προωθούνται από τις διαφημίσεις που δεχόμαστε όλη την ώρα. Σαν χώρα έχουμε δείξει την επιχειρηματικότητα με τις start up επιχειρήσεις μας, ακόμα και με τον ψηφιακό μετασχηματισμό μπορεί να μην έχουμε αυξημένη χρήση σε σχέση με τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες αλλά σιγά-σιγά αναπτυσσόμαστε θετικά και στο μέλλον θα έχουμε φτάσει σε ένα ικανοποιητικό επίπεδο με την χρήση του ψηφιακού μετασχηματισμού.

Κεφάλαιο 7 : Συμπεράσματα

Η επιχειρηματικότητα όπως είδαμε είναι η υλοποίηση μιας ιδέας όπου έχει ένας επιχειρηματίας , δηλαδή εκείνο το πρόσωπο που δημιουργεί την ιδέα. Μεγάλοι οικονομολόγοι έχουν ορίσει σχετικές θεωρίες και μας παρουσιάζουν τον κύριο στόχο του επιχειρηματία αλλά και τον ρόλο του μέσα στην επιχείρηση που έχει δημιουργήσει, σημαντικές εκτός από τις θεωρίες της είναι και οι μορφές της. Όσο για την καινοτομία όπως είδαμε και παραπάνω είναι σημαντική όπως και η επιχειρηματικότητα, καθώς αυτές οι δύο έννοιες έχουν και κοινά στοιχεία μεταξύ τους και κάποιες διαφορές τις οποίες είδαμε παραπάνω. Το πιο σημαντικό στοιχείο για μια επιχείρηση είναι η γνώση και οι παράγοντες όπου την επηρεάζουν. Με την παγκοσμιοποίηση λοιπόν υπάρχει η αύξηση της εξωστρέφειας και η κάθε εγχώρια επιχείρηση θέλει να αυξήσει τα έσοδά της και για αυτόν τον λόγο ανοίγεται στις χώρες του εξωτερικού και αυξάνει και τα έσοδά της αλλά συμβάλει θετικά στο ΑΕΠ της χώρας. Σε γενικές γραφές στην σήμερον ημέρα οι εξαγωγές βοηθούν τις επιχειρήσεις να ανέλθουν οικονομικά αλλά και την εξασφάλιση στην διαφήμιση και πώληση στις χώρες του εξωτερικού. Σαν χώρα έχουμε πλούσια ιστορία τόσο στον τομέα της ναυτιλίας όσο και στα δομικά υλικά εξαιτίας του μαρμάρου που παράγουμε αλλά και σε τροφές όπως είναι το ελαιόλαδο , το μέλι και το κρασί, τα αγροτικά προϊόντα αλλά και τα γαλακτοκομικά προϊόντα. Με την εξέλιξη της τεχνολογίας και της επιχειρηματικότητας και την συνεχούς βελτίωση τόσο της λειτουργίας όσο και της αναβάθμισης της τεχνολογίας στον επιχειρησιακό τομέα εξασφαλίζουμε το μέλλον των επιχειρήσεων και θα έχουμε την αύξηση των εξαγωγών μας αλλά και την αύξηση της οικονομίας και του ΑΕΠ .Την τελευταία δεκαετία βλέπουμε έντονη ανάπτυξη της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας ακόμα και κατά την περίοδο της πανδημίας υπήρχε μια αύξηση, όπου έχει ως βασικό στόχο την άνοδο της γυναίκας. Η χώρα μας είναι πλούσια σε φυσικούς πόρους και για αυτό έχουμε την ανάπτυξη της πράσινης επιχειρηματικότητας, όπως είδαμε η νέα γενιά έχει περισσότερη γνώση αλλά και όρεξη για να δημιουργήσουν κάτι καινούργιο, κάτι δικό τους και να μειώσουν το φαινόμενο που πλήττει την χώρα μας τα τελευταία χρόνια δηλαδή την ανεργία. Άλλη μια μορφή (σημαντική) είναι η κοινωνική επιχειρηματικότητα η οποία βοηθάει τον συνάνθρωπό μέσω των οργανισμών όπου υπάρχουν. Γενικά στην Ελλάδα οι άνθρωποι προσπαθούν να δημιουργήσουν κάτι από την αρχή για να βοηθήσουν τόσο τον συνάνθρωπο τους όσο και την χώρα τους (ως

προς την αύξηση της δημόσιας οικονομίας). Όπως είδαμε σε αυτήν την πτυχιακή εργασία η χώρα μας ενώ προσπαθεί να αναδείξει την επιχειρηματικότητα αντιμετωπίζει διάφορα προβλήματα. Ένα βασικό εμπόδιο όπως είδαμε και στο πέμπτο κεφάλαιο είναι η οικονομική κρίση όπου βρέθηκε ο ελληνικός λαός αντιμέτωπος με το φαινόμενο της ανεργίας καθώς πολλές επιχειρήσεις έκλεισαν λόγω της αύξησης του ΦΠΑ , την αύξηση των φόρων και την μείωση των μισθών , η οικονομική κρίση είχε ως αποτέλεσμα την ανεργία καθώς ο κόσμος δεν μπορούσε να βρει δουλειά καθώς με την αύξηση όπου υπήρχε, ο μισθός δεν κάλυπτε τις βασικές ανάγκες των εργαζομένων πολιτών και το κλείσιμο κυρίως μικρομεσαίων επιχειρήσεων αφού οι επιχειρηματίες δεν μπορούσαν να καλύψουν τις ανάγκες της επιχείρησής τους. Ένα σχετικό καινούργιο εμπόδιο είναι και η πανδημία του Covid-19, όπου πάλι έχουμε την αύξηση της ανεργίας και πάλι χτυπάει τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις , όπου οι επιχειρηματίες αποφασίζουν να κλείσουν τις επιχειρήσεις τους είτε είναι για ένα σύντομο χρονικό διάστημα είτε μόνιμα, υπήρχε και η μείωση του τουρισμού όπου επηρέασε τόσο το ΑΕΠ της χώρας όσο και τις τουριστικές επιχειρήσεις, παρόλο που ήταν μια δύσκολη περίοδο τόσο στην εγχώρια όσο και στην διεθνή αγορά εμφανίστηκε ένα πρωτόγνωρο φαινόμενο και αυτό ήταν η εμφάνιση της τηλεργασίας τόσο σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις όσο και σε πολυεθνικές. Ένα φαινόμενο το οποίο ήταν και καλό σύμφωνα με κάποιες επιχειρήσεις αλλά και κάτι το οποίο ήταν δύσκολο και όχι τόσο παραγωγικό σε σχέση με την δια ζώσης εργασία. Επιπρόσθετα ένα χρόνιο πρόβλημα είναι η φοροδιαφυγή όπου οι πολίτες αλλά και οι επιχειρηματίες επιλέγουν να φοροδιαφύγουν γιατί η ίδια η χώρα τους προωθεί καθώς υπάρχει η αύξηση κάθε χρόνο είτε στο ΦΠΑ των προϊόντων/ υπηρεσιών, την αύξηση των φόρων, την μείωση της μισθοδοσίας κλπ. Και επιλέγουν (όσο αφορά τις επιχειρήσεις) να " δείχνουν" στο κράτος τις "ζημιές" όπου είχαν σε ένα (φορολογικό) έτος και να έχουν μειωμένη φορολογική δήλωση και επομένως να πληρώνουν λιγότερα λεφτά στο κράτος. Τα social media πλέον είναι μέρος της καθημερινότητάς μας, εκτός από την επικοινωνία τα χρησιμοποιούμε και για την διασκέδασή μας αλλά και για να αναζητούμε προϊόντα που μας προωθούνται από τις διαφημίσεις που δεχόμαστε όλη την ώρα. Σαν χώρα έχουμε δείξει την δυναμική της επιχειρηματικότητας μας με τις start up επιχειρήσεις , ακόμα και με τον ψηφιακό μετασχηματισμό μπορεί να μην έχουμε αυξημένη χρήση των νέων τεχνολογιών σε αντίθεση με τις άλλες ευρωπαϊκές χώρες, αλλά σιγά-σιγά αναπτυσσόμαστε θετικά και πιστεύω ότι στο μέλλον θα έχουμε φτάσει σε ένα ικανοποιητικό επίπεδο με την χρήση του ψηφιακού μετασχηματισμό. Επιπρόσθετα, κατά την γνώμη μου η

επιχειρηματικότητα είναι πολύ σημαντική καθώς ένας επιχειρηματίας αναδεικνύει τις ιδέες του και την θέληση του να τοποθετήσει ένα επιχειρηματικό μοντέλο στην αγορά. Για να το καταφέρει αυτό πρέπει να έχει γνώσεις και ερεθίσματα από διάφορους παράγοντες, η κάθε εγχώρια επιχείρηση έχει ως κύριο στόχο να ανέλθει και οικονομικά αλλά και να εξάγει τα προϊόντα της για την προσέλκυση καταναλωτών, αυτό όσο δύσκολο να είναι με την θέληση , την χρήση τεχνολογίας και την σωστή οργάνωση μπορεί μια επιχείρηση να τα καταφέρει. Σαν Ελλάδα και με τόσα προβλήματα όπου έχει η επιχειρηματικότητα, οι επιχειρηματίες δείχνουν την θέληση για την εξέλιξη των επιχειρήσεων, αναβαθμίζοντας τόσο την τεχνολογία όσο και το ανθρώπινο δυναμικό. Τέλος, πιστεύω ότι η ελληνική επιχειρηματικότητα έχει τις προοπτικές να αναβαθμιστεί και να ανέλθει και οικονομικά και σε δημοσιότητα από τους καταναλωτές (παλιούς και νέους) αλλά και να αυξήσει τις εξαγωγές της.

Βιβλιογραφία

Ξένη Βιβλιογραφία:

- Autio, E., 2005. Global entrepreneurship monitor. 2005 Report on high-expectation entrepreneurship, Pp.13-16
- Asvestas, G. (2018). Evaluation of Start-Up evolution patterns in Greece and science and technology spinoffs.
- Arabatzis, G., Galatsidas, S., Intze, C., Chalikias, M. S., Tsiantikoudis, S., & Mamalis, S. (2015, September). Green Entrepreneurship and Green Products: Consumers' Views and Attitudes in Regional Unit of Evros. In HAICTA (pp. 291-297).
- Brahma, A., & Dutta, R. (2020). Role of social media and e-commerce for business entrepreneurship. *International Journal of Scientific Research in Computer Science, Engineering and Information Technology*, 01-18.
- Brown, C., & Thornton, M. (2011). Entrepreneurship theory and the creation of economics: insights from Cantillon's Essai.
- Blanchflower, D. G., & Oswald, A. (2009). What makes a young entrepreneur. *Handbook of Youth and Young Adulthood. New Perspectives and Agendas*, New York, Routledge, 188-199.
- Casson, M. (1982). *The entrepreneur: An economic theory*. Rowman & Littlefield.
- Cooper, R. G. (2005). Product innovation (pp. 120-156). Basic books.

David Deakins ,Mark Freel, 2017,Επιχειρηματικότητα και Μικρές Επιχειρήσεις, Εκδόσεις Rosili, σελ.4-15

Grebel, T., Pyka, A., & Hanusch, H. (2003). An evolutionary approach to the theory of entrepreneurship. *Industry and innovation*, 10(4), 493-514.

Islam, F., 2015. New Public Management (NPM): A dominating paradigm in public sectors. *African Journal of Political Science and International Relations*, 9(4), p.141.

Jagongo, A., & Kinyua, C. (2013). The social media and entrepreneurship growth. *International journal of humanities and social science*, 3(10), 213-227.

Johne, A. (1999). Successful market innovation. *Innovationsmanagement*, 163-170.

Kalimullah, N.A., Alam, K.M.A. and Nour, M.A., 2012. New public management: Emergence and principles. *Bup Journal*, 1(1), pp.1-22.

Koulouris, S. (2022). The Ecosystem of Startups in Greece: An Explorative Study.

Korres, G. (2016). Entrepreneurship and Growth.

Krueger Jr, N. F. (2003). The cognitive psychology of entrepreneurship. In *Handbook of entrepreneurship research: An interdisciplinary survey and introduction* (pp. 105-140). Boston, MA: Springer US.

Leading Digital, Turning Technology Into Business Transformation,2019,George Westerman, Didier Bonnet, Andrew McAfee, Harvard Business Review Press.

McFarlane, J. (2016). Economic theories of entrepreneurship. *Enterprise: Concepts and issues*, 15-34.

Reynolds, P.D., Hay, M. and Camp, S.M., 1999. Global entrepreneurship monitor. *Kansas City, Missouri: Kauffman Center for Entrepreneurial Leadership*.

Read, A. (2000). Determinants of successful organisational innovation: a review of current research. *Journal of management practice*, 3(1), 95-119.

- Reavis, C. (2012). The global financial crisis of 2008: The role of greed, fear, and oligarchs
- Skrt, B., & Antoncic, B. (2004). Strategic planning and small firm growth: An empirical examination. *Managing Global Transitions*, 2(2), 107-122.
- Stam, E. (2008). Entrepreneurship and innovation. Micro-foundations for innovation policy, 18.,p.135-137.
- Svetina, A. C., & Prodan, I. (2008). How internal and external sources of knowledge contribute to firms' innovation performance. *Managing Global Transitions*, 6(3), p.277-294
- Steve Mariotti, Caroline Glackin, 2^η έκδοση 2022, *Επιχειρηματικότητα και Διοίκηση Μικρών Επιχειρήσεων*, Εκδόσεις Τζιόλα,σελ.3-17,σελ.83-86.
- Ungerman, O., Dedkova, J., & Gurinova, K. (2018). The impact of marketing innovation on the competitiveness of enterprises in the context of industry 4.0. *Journal of competitiveness*, 10(2), 132.
- Vasilopoulos, A., & Tsitsakis, C. (2023). How Start-up Ecosystem in Greece is Recovering from the Effects of the COVID-19 Pandemic. *KnE Social Sciences*, 324-334.
- Virtanen, M. (1997, June). The role of different theories in explaining entrepreneurship. In *Entrepreneurship: the engine of global economic development. Journal of Best Papers of the 42nd World Conference, International Council for Small Business*.

Ελληνική Βιβλιογραφία :

- Βαγιανός, Δ., Βέττας Ν., Μεγήρ, Κ., (2010) Η οικονομική κρίση στην Ελλάδα, μεταρρυθμίσεις και ευκαιρίες σε μια κρίσιμη συγκυρία.
- Βαβούρας, Ι. (2010). Πράσινη ανάπτυξη: ορισμένες επισημάνσεις και συγκρίσεις με την αειφόρο ανάπτυξη. Στο

Πάντειο πανεπιστήμιο από το Ε.Κ.Ε.Π.Ε.Κ., εισήγηση στο συνέδριο το περιβάλλον στη δίνη μιας παγκόσμιας κρίσης, Κοπεγχάγη 2009 (σ.1-13). Αθήνα.

Βίβλος Ψηφιακού Μετασχηματισμού 2020-2025, Ιούνιος 2021, Υπουργείο ψηφιακής διακυβέρνησης, κεφ.7^ο Στρατηγικοί άξονες παρέμβασης, 7.3 σελ.131-138 ψηφιακός μετασχηματισμός των επιχειρήσεων.
https://digitalstrategy.gov.gr/vivlos_pdf?page=131.

Γκαγκάτσιος, Ι., 2011. Καινοτομία–Επιχειρηματικότητα–Επιχειρήσεις, σελ 39-48

Εγχειρίδιο Πράσινης Επιχειρηματικότητας για Μικρές και Μεσαίες Επιχειρήσεις, 2010, έκδοση ΕΟΜΜΕΧ/Εθνικό Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, σελ.15-23.
E-Book Νεανικής Επιχειρηματικότητας, Ινστιτούτο Ανάπτυξης Επιχειρηματικότητας, 2018.

https://gr.eye-project.eu/wp-content/uploads/2020/01/E-book-for-Entrepreneurship_GR.pdf.

Θανόπουλος, Γ. & Γιακούλας, Δ. (2021) Έρευνα ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ για την πανδημία του κορωνοϊού: Στάσεις και αντιλήψεις για τις επιπτώσεις στην οικονομία και την κοινωνία, Αθήνα: ΙΜΕ ΓΣΕΒΕΕ.

Ιωάννης Γκαγκάτσιος, 2008, Καινοτομία-Επιχειρηματικότητα-Επιχειρήσεις, Εκδόσεις Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων(ΙΔΕΚΕ), σελ.57-64.

Ιωαννίδης, Σ., Τσακανίκας, Α., & Χατζηχρήστου, Σ. (2010). Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2009-2010: Αναζητώντας διέξοδο από την κρίση. *IOBE, Αθήνα*.

Κακούρης, Α. (2013). Καινοτομία–Επιχειρηματικότητα–Διοίκηση Επιχειρήσεων. Αθήνα: Κέντρο Δια Βίου Μάθησης. Σελ.6-13.

Καρασαββίδου, Ε. (2002). Το προφίλ των γυναικών επιχειρηματιών και οι παράγοντες που επηρεάζουν τη γυναικεία επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Πρωτογενής έρευνα στο νομό Θεσσαλονίκης. Κέντρο Εργάνη. Πρόγραμμα AWAKE. Θεσσαλονίκη. σελ.251-269.

Κατηχωρίτης, Σ. (2016). Η Κοινωνική Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα και Ευρώπη του 2020. Εκπαίδευση, Δια Βίου Μάθηση, Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη, Καινοτομία και Οικονομία, 1, 325-350.

Κ.Α.Λ.Ο Έκθεση 2021-2022

& << Επικαιροποιημένο Σχέδιο Δράσης για την Κοινωνική Οικονομία με ενσωμάτωση δράσεων κοινωνικής καινοτομίας και ευθυγράμμιση της Στρατηγικής με το Ευρωπαϊκό Σχέδιο Δράσης για την Κοινωνική Οικονομία>>, Υπουργείο Εργασίας και Κοινωνικών Υποθέσεων ,Γενική Γραμματεία Ενίσχυσης της Απασχόλησης, Διεύθυνση Κοινωνικής και Αλληλέγγυας Οικονομίας 2023.

Μπασαράς, Α. (2012). Ελληνική Οικονομική Κρίση. Ανασκόπηση, Ανάλυση και Προοπτική. *Ανασκόπηση, Ανάλυση και Προοπτική*.

Σταματίνα Παντελαίου, 2020, Αποτελέσματα έρευνας για τις επιπτώσεις της πανδημίας Covid-19 στις Επιχειρήσεις και στους κλάδους της Ελληνικής Οικονομίας, ICAP GROUP.

Σταύρος Ιωαννίδης, Ιωάννης Γιωτόπουλος, Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2013-2014, η δυναμική της νεανικής επιχειρηματικότητας, 2015, IOBE,σελ.79-112.

Σταύρος Ιωαννίδης, Ιωάννης Γιωτόπουλος, Η Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2012-13:

Ενδείξεις Ανάκαμψης της Μικρής Επιχειρηματικότητας, 2014, , Φεβρουάριος 2014.

Σουμπενιώτης Δημήτριος, Ταμπακούσης Ιωάννης, 2019, Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία, Εκδόσεις NAMATA,σελ.1-4,23-30,39-42,81-82

Τοπική Αυτοδιοίκηση και Κοινωνική & Αλληλέγγυα Οικονομία(Κ.Α.Λ.Ο), Ιανουάριος 2021, Ηλία Γάτσιου, Σπύρου Σπυρίδων, Ελληνική Εταιρεία Τοπικής Ανάπτυξης και Αυτοδιοίκησης (Ε.Ε.Τ.Α.Α.Α.Ε),σελ.9-40.

Τα Social Media και οι Ηλεκτρονικές Κοινότητες- Η Χρήση των Social Media για την Επιχειρηματική Δράση,2019,e-lerning Ε.Κ.Π.Α, Πετράκης, κεφ.1 και κεφ.3.

<https://freecourses.elearningekpa.gr/enotites/psd003-c1-u1/ReloadContentPreview.htm>

https://dir.icapcrif.com/mailimages/PublishingServer/PR_ICAP-CRIF/2023/ICAP-CRIF-Women-2023-Study.pdf.

Άρθρα

Εξαγωγές και Εξαγωγικές Επιχειρήσεις στην Ελλάδα, διανέοσις, Δεκέμβριος 2018, Διονύσης Νικολάου

<https://www.dianeosis.org/2018/12/eksagoges-kai-eksagogikes-epixeiriseis-stin-ellada/>

EKT.gr Αφιέρωμα στην Πράσινη Επιχειρηματικότητα

https://www.ekt.gr/sites/ekt-site/files/magazine/feature-files/afierwma67_PrasinhEpixeirhmatikothta.pdf

Η Εξωστρέφεια των μικρομεσαίων επιχειρήσεων- <<ατμομηχανή>> για την Ανάπτυξη της Ελληνικής Οικονομίας, 24 Οκτωβρίου 2021, ΟΔΕΘ, Ιωάννα Ντίνη.

<https://odeth.eu/%CE%B7-%CE%B5%CE%BE%CF%89%CF%83%CF%84%CF%81%CE%AD%CF%86%CE%B5%CE%B9%CE%B1-%CF%84%CF%89%CE%BD-%CE%BC%CE%B9%CE%BA%CF%81%CE%BF%CE%BC%CE%B5%CF%83%CE%B1%CE%AF%CF%89%CE%BD-%CE%B5%CF%80%CE%B9%CF%87%CE%B5/>

Η ΦΟΡΟΔΙΑΦΥΓΗ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΑΙΤΙΕΣ, ΕΚΤΑΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΤΑΠΟΛΕΜΗΣΗΣ ΤΗΣ ERNST & YOUNG (EY) ΙΟΥΝΙΟΣ 2016

https://www.dianeosis.org/wp-content/uploads/2017/03/Tax_Evasion_diaNEOsis_Upd_17_03_2017.pdf

Τι είναι Ψηφιακός Μετασχηματισμός ;, Eurobank, Digital Academy
<https://www.eurobank.gr/el/business/digital-academy-business/ti-einai-o-psifiakos-metaximatismoshttpw>

Υποχώρησε η νέα επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα το 2021-2022, Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών(eea.gr),2023

[https://www.eea.gr/arthra-eea/ypochorise-i-nea-epicheirimatikotita-stin-ellada-to-2021-22/.](https://www.eea.gr/arthra-eea/ypochorise-i-nea-epicheirimatikotita-stin-ellada-to-2021-22/)

Χρηματοδότηση νεοφυούς επιχείρησης(startup) – Τι και Πως ; , ΚΕΜΕΛ, Αναστασία Αυγερινού. <https://www.kemel.gr/library/chrmatodotisi-neofyous-epicheirisis-startup-ti-kai-pos>

Banks. Ο “ Χάρτης” της Γυναικείας Επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα. 10/11/2022, newsroom2.

<https://banks.com.gr/chartis-tis-gynaikeias-epicheirimatikotitas-stin-ellada/>

CNN Greece (2021). Γυναικεία επιχειρηματικότητα: Τα παραδείγματα που κάνουν τη διαφορά.

<https://www.cnn.gr/oikonomia/epixeiriseis/story/256996/gynaikeia-epixeirimatikotita-ta-paradeigmata-poy-kanoun-ti-diafora>

Power Game : Ember: Τα ρεκόρ της Ελλάδας στις ΑΠΕ για το 2022 ,Φώτης Κόλλιας, 02/2023.

<https://www.powergame.gr/green-power/383634/ember-ta-rekor-tis-elladas-stis-ape-gia-to-2022/>

Top 20 Benefits of Social Media Marketing, Md. Joynal Abdin,6 May 2023, LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/top-20-benefits-social-media-marketing-md-joynal-abdin>

Κατάλογος Πινάκων

Κεφάλαιο 1^ο – Πίνακας 1: Ο ρόλος του επιχειρηματία σύμφωνα με σπουδαίους οικονομολόγους , σελ.17.

Κεφάλαιο 4^ο – Πίνακας 2: Αριθμός Διοίκησης Γυναικών(2023), σελ.39.

Κεφάλαιο 4^ο – Πίνακας 3: Ποσοστά των ΑΠΕ στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία, σελ.40.

Κεφάλαιο 4^ο – Πίνακας 4: Ποσοστό Φυσικών Πόρων στην Ελλάδα την τελευταία δεκαετία, σελ.41.

Κεφάλαιο 4^ο – Πίνακας 5: Φορείς όπου είναι εγγεγραμμένοι στο Γενικό Μητρώο Φορέων Κ.Α.Λ.Ο,σελ.45.

Κεφάλαιο 6^ο – Πίνακας 6: Τα έργα του Ψηφιακού Μετασχηματισμού,σελ.58.

Κατάλογος Εικόνων

Κεφάλαιο 3^ο – Εικόνα 1:Εξαγωγές της Ελλάδας σε χώρες της Ε.Ε και σε Τρίτες χώρες για τον Οκτώβριο του 2023,σελ.35.

Κεφάλαιο 6^ο – Εικόνα 2: Τα είδη των ΜΜΕ,σελ.53.

Κεφάλαιο 6^ο – Εικόνα 3: Τα πλεονεκτήματα των social media στην επιχείρηση, σελ.54.

Κεφάλαιο 6^ο – Εικόνα 4: Τα στάδια ανάπτυξης μιας start up επιχείρησης, σελ.56.

Κατάλογος Σχεδιαγραμμάτων

Κεφάλαιο 3^ο – Σχεδιάγραμμα 1: Ποσοστό Εξαγωγών της Ελλάδας (32%) για το 2020,σελ.33.

Κεφάλαιο 3^ο – Σχεδιάγραμμα 2 : Ποσοστό Εξαγωγών της Ελλάδας (49%) για το 2022,σελ.34.

Κεφάλαιο 4^ο – Σχεδιάγραμμα 3: Ο αριθμός εγγραφών φορέων Κ.Α.Λ.Ο,σελ.44.

Κεφάλαιο 6^ο – Σχεδιάγραμμα 4: Η χρήση των προγραμμάτων τεχνολογίας (Cloud, AI, Big data) από την Ε.Ε, σελ.58.