



T.E.I. ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΩΝ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ
Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής & Πολυμέσων

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ

Επιχειρηματικότητα ,καινοτομικές δραστηριότητες και ανταγωνιστικότητα των μικρών μεσαίων επιχειρήσεων στον κλάδο πληροφορικής στο Νομό Ηρακλείου.

Εποπτεύοντας καθηγητής :Φραγκίσκος Ξηρουχάκης
Εργαστηριακός Συνεργάτης (ΣΤΕΦ & ΣΔΟ), Οικονομολόγος ,ΒΑ,ΜΒΑ .

Σπουδάστρια : Σεβαστάκη Χαρίκλεια Α.Μ : 1584

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2009

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Κεφάλαιο 1	4
1.1. Εισαγωγή- Περίληψη.....	4
1.2. Τι είναι επιχειρηματικότητα;	6
1.2.1.Επιχειρηματικότητα και νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες.....	9
1.2.2. Λόγοι αποτυχίας των νέων επιχειρήσεων.....	10
1.2.3 Το επιχειρηματικό περιβάλλον στην Ελλάδα.....	11
1.3.Η έννοια της μικρομεσαίας επιχείρησης.....	15
1.4.Ορισμός και Έννοια της Ανταγωνιστικότητας.....	18
1.5.Πώς Ορίζεται η Καινοτομία και ποιες μορφές έχει-- Τι σημαίνει -- Γιατί έχει τόση σημασία ;.....	20
1.5.1 Αρχές της θεωρίας για την Καινοτομία.....	22
1.5.2 Ποια βήματα περιλαμβάνει η καινοτομική διαδικασία	25
1.5.3 Ποιους παράγοντες πρέπει να προσέξει μια επιχείρηση προκειμένου να αυξήσει την καινοτομικότητα της	26
1.5.4 Πως η επιχείρηση προάγει τον καινοτόμο χαρακτήρα της	27
1.5.5.Εμπόδια στην υιοθέτηση και ανάπτυξη καινοτομίας από της Ελληνικές ΜΜΕ :.....	28
1.5.6 Η καινοτομία ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των επιχειρήσεων.....	29
1.5.7 Πώς εμπλέκεται η Περιφέρεια σε αυτή τη διαδικασία.....	30
Κεφάλαιο 2	34
2.1. Εισαγωγή	34
2.2 Φιλοσοφία και Ορισμοί του μάρκετινγκ.....	37
2.3.Περιβάλλον μάρκετινγκ.....	39
2.3.1. Εξωτερικό περιβάλλον μάρκετινγκ.....	39
2.3.2 Εσωτερικό περιβάλλον μάρκετινγκ.....	41
2.4. Οι παράμετροι του Μάρκετινγκ.....	43
2.4.1. Ανάλυση παραμέτρων Μάρκετινγκ.....	44
2.5. Προγραμματισμός της Στρατηγικής Μάρκετινγκ.....	45

2.6 Μίγμα μάρκετινγκ.....	46
Κεφάλαιο 3	48
Εισαγωγή	48
3.1.Διερεύνηση της Επιχειρηματικής Δραστηριότητας και της Καινοτομίας στην Περιφέρεια Κρήτης.....	48
3.2.Αξιολόγηση κύριων κλάδων και τομέων της Κρήτης	55
3.3.Δυνατότητες της Κρήτης στην καινοτομία και τεχνολογία.....	55
3.4.Δομικά προβλήματα της Κρητικής οικονομίας, ερευνητικά ιδρύματα ,έρευνα & ανάπτυξη.....	55
Κεφάλαιο 4	58
4.1 Έρευνα σε Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις.....	58
4.1.1 Εσωτερικό περιβάλλον των επιχειρήσεων του Νομού Ηρακλείου Κρήτης:	58
4.2.Προτάσεις – Προϋποθέσεις Ανάπτυξης.....	82
Βιβλιογραφία	91
Παραρτήματα.....	93
I . Παράρτημα	93
II . Παράρτημα.....	95
III.Παράρτημα.....	98
IV.Παράρτημα	110

Κεφάλαιο 1

1.1. Εισαγωγή- Περίληψη

Ο σκοπός της παρούσας μελέτης είναι να διερευνηθεί το είδος της σχέσης ανάμεσα στην επιχειρηματικότητα στις καινοτομικές δραστηριότητες και την ανταγωνιστικότητα των μικρών μεσαίων επιχειρήσεων στον κλάδο πληροφορικής στον νομό ηρακλείου.

Η παρούσα μελέτη για την Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα εξειδικεύει τη στρατηγική για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας και ιδιαίτερα της Κρήτης.

Παρακάτω θα αναφερθούμε περιληπτικά στις βασικές έννοιες και στις λέξεις κλειδιά τις μελέτης μας.

Επιχειρηματικότητα είναι η δραστηριότητα δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, εισαγωγής νέων προϊόντων και τεχνολογικών νεωτερισμών και γενικώς η ανάληψη των κινδύνων που συνεπάγεται η αναζήτηση επιχειρηματικών ευκαιριών προς όφελος τόσο του ατόμου που επιχειρεί όσο και του κοινωνικού και οικονομικού περιβάλλοντός του. Ειδικότερα είναι η διαδικασία δημιουργίας κάτι καινούργιου που έχει αξία (για την αγορά, την κοινωνία) , με την αφιέρωση του απαραίτητου χρόνου και προσπάθειας, και την ανάληψη των συνοδευμένων οικονομικών, ψυχολογικών και κοινωνικών κινδύνων, που λαμβάνει τις προκύπτουσες ανταμοιβές (οικονομικές, ψυχολογικές).

Η Καινοτομία ορίζεται ως «η εφαρμοσμένη χρήση της γνώσης με σκοπό την παραγωγή ή/και παροχή νέων ή ουσιαστικά βελτιωμένων προϊόντων, διαδικασιών ή/και υπηρεσιών που βρίσκουν άμεσης παραγωγικής, χρηστικής ή/και εμπορικής εφαρμογής». Εναλλακτικά μπορεί να ορισθεί ότι η καινοτομία **συνίσταται στην παραγωγή , την αφομοίωση και την εκμετάλλευση με επιτυχία των νέων επιτευγμάτων ή ιδεών στον οικονομικό και κοινωνικό τομέα.**

Με την έννοια «ανταγωνιστικότητα για μια χώρα» αναφερόμαστε στην ικανότητά της να αυξάνει τον παραγόμενο πλούτο, να αξιοποιεί το ανθρώπινο δυναμικό της και να εκμεταλλεύεται τα συγκριτικά πλεονεκτήματά της Μία επιχείρηση για να παρουσιάσει μακροχρόνια βιωσιμότητα πρέπει να είναι ανταγωνιστική.

Έτσι , θεωρείται, ότι η επιχείρηση παρουσιάζει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα όταν επιτυγχάνει κέρδη υψηλότερα του μέσου όρου των άλλων επιχειρήσεων που παράγουν το ίδιο ή παρόμοιο προϊόν.

Τα κέρδη αυτά, με τη σειρά τους είναι απαραίτητα, ώστε η επιχείρηση να έχει τη δυνατότητα να πραγματοποιήσει όλες τις απαραίτητες ενέργειες (π.χ. πρόσληψη κατάλληλου και συχνά υψηλού κόστους προσωπικού, προσέλκυση των απαραίτητων κεφαλαίων, πραγματοποίηση των απαραίτητων επενδύσεων εκσυγχρονισμού και να μπορέσει να διατηρήσει το ανταγωνιστικό αυτό πλεονέκτημα. **“Επιχειρηματικότητα και Ανταγωνιστικότητα” Δρ. Παναγιώτης Ε. Καλδής, Διευθυντής Εθνικής Σχολής Τοπικής Αυτοδιοίκησης.**

Τέλος για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι σημαντικό να αναφέρουμε ότι μια επιχείρηση θεωρείται μικρομεσαία όταν η διοίκηση ασκείται από τον ιδιοκτήτη της επιχείρησης ο οποίος έχει και τον γενικό έλεγχο της εταιρίας του, έχει σχετικά μικρό μερίδιο αγοράς, περιορισμένους οικονομικούς πόρους και απασχολεί σχετικά μικρό αριθμό εργαζομένων. Η μικρομεσαία επιχείρηση ανήκει στην κατηγορία των προσωπικών επιχειρήσεων για τον απλούστατο λόγο ότι τα εξειδικευμένα διοικητικά στελέχη είναι περιορισμένα ενώ ο ιδιοκτήτης-διευθυντής παίζει μεγάλο ρόλο στην επιτυχία ή αποτυχία της εταιρίας *«Στρατηγικό Management Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα».* Άννα Σαΐτη, Επίκουρος Καθηγήτρια, *Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο.*

Ιστορική αναδρομή :

Η έννοια της επιχειρηματικότητας έχει τις ρίζες της στις επιστήμες της οικονομικής θεωρίας και της κοινωνιολογίας. Η ιδέα της επιχειρηματικότητας ξεκίνησε από κάποιον Ιρλανδό οικονομολόγο που ζούσε στη Γαλλία, τον Ρίτσαρντ Κάντιλον το 1974. Εκείνη την εποχή όρισε τον επιχειρηματία ως «ένα άτομο με την προνοητικότητα και την αυτοπεποίθηση να λειτουργήσει σε συνθήκες όπου τα κόστη ήταν πιθανόν γνωστά αλλά τα οφέλη, όχι». Στη σύγχρονη εκδοχή της συνδυάζει στοιχεία από την οικονομία, την ψυχολογία, την κοινωνιολογία, τη διοίκηση και την βιομηχανική γεωγραφία. Στην επιχειρηματικότητα χρειάζεται να μελετηθεί ο εντοπισμός, η αξιοποίηση και η δημιουργία ευκαιριών, το προφίλ των ανθρώπων που αναλαμβάνουν μια επιχειρηματική δραστηριότητα, όπως και η σημασία του οικονομικού και κοινωνικού περιβάλλοντος μέσα στο οποίο λειτουργούν οι επιχειρήσεις.

Λέγοντας επιχειρηματικό πνεύμα εννοούμε τη διάθεση και τις ικανότητες να αξιοποιήσει κανείς τις γνώσεις και τις δεξιότητες που διαθέτει, σύμφωνα με τις εκάστοτε ανάγκες της αγοράς, ώστε να αποφέρουν οικονομικό όφελος. (Επιχειρηματικότητα και Πληροφορική Σκίκος Νικόλαος 1ο ΕΠΑ.Λ. ΑΘΗΝΩΝ nskikos@sch.gr)

1.2. Τι είναι επιχειρηματικότητα;

Πολύς λόγος γίνεται τα τελευταία χρόνια για την επιχειρηματικότητα και από ότι φαίνεται, όχι άδικα, αφού σε αυτήν έχουν εναποτεθεί οι ελπίδες για την αύξηση των θέσεων εργασίας και κατά συνέπεια του εισοδήματος των πολιτών.

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να συμβάλει στην βελτίωση πολλών πραγμάτων στη ζωή μας και όχι μόνο όσων έχουν οικονομική σημασία .

Προκειμένου λοιπόν να έχουμε μια καλύτερη εικόνα για την παραπάνω έννοια και την πρακτική της έκφραση ,που επηρεάζει την καθημερινότητα μας ,καλό είναι να την προσδιορίσουμε .

Επιχειρηματικότητα είναι η δραστηριότητα δημιουργίας νέων επιχειρήσεων, εισαγωγής νέων προϊόντων και τεχνολογικών νεωτερισμών και γενικώς η ανάληψη των κινδύνων που συνεπάγεται η αναζήτηση επιχειρηματικών ευκαιριών προς όφελος τόσο του ατόμου που επιχειρεί όσο και του κοινωνικού και οικονομικού περιβάλλοντός του.

Ειδικότερα είναι η διαδικασία δημιουργίας κάτι καινούργιου που έχει αξία (για την αγορά, την κοινωνία), με την αφιέρωση του απαραίτητου χρόνου και προσπάθειας, και την ανάληψη των συνοδευμένων οικονομικών, ψυχολογικών και κοινωνικών κινδύνων, που λαμβάνει τις προκύπτουσες ανταμοιβές (οικονομικές, ψυχολογικές).

Εννοούμε ακόμα τη δεξιότητα της οργάνωσης, του σχεδιασμού και της υλοποίησης μιας ιδέας, προκειμένου να προσφερθεί στην αγορά ένα προϊόν ή μια υπηρεσία με τρόπο έξυπνο, πρωτότυπο, ανταγωνιστικό και αποτελεσματικό.

Η ουσία της βρίσκεται στην ικανότητα του ατόμου να διακρίνει τι είναι οικονομικά εκμεταλλεύσιμο κατ' αρχήν (επιχειρηματική καινοτομία) και μετά στην ανάληψη της πρωτοβουλίας για προσπορισμό των πιθανών ωφελειών του, υπό καθεστώς αβεβαιότητας που νομιμοποιεί τα κέρδη τα οποία είναι ανάλογα συνήθως με το μέγεθος της.

Από τα προηγούμενα φαίνεται η άρρηκτη σχέση μεταξύ επιχειρηματικότητας και καινοτομίας που «νοείται ως η διαδικασία ανάπτυξης νέων ή βελτιωμένων προϊόντων ,ανεύρεση νέων αγορών ή πηγών πρώτων υλών και εισροών, ανάπτυξης νέων διαδικασιών παραγωγής και μορφών οργάνωσης »(J.Schumpeter,1934).

Επιχειρηματική καινοτομία λοιπόν είναι μόνον η οικονομικά εκμεταλλεύσιμη ιδέα και όχι κάθε εφεύρεση (ή και ανακάλυψη) ,προϊόν της ανθρώπινης νόησης και δράσης .

Η επιχειρηματικότητα είναι εκείνη που διακρίνει την οικονομική διάσταση της εφεύρεσης και η επιχειρηματική δραστηριότητα είναι αυτή που τις δίνει υπόσταση. Μεταξύ δε αυτών δε πρέπει να υπάρχει σύγχυση , γιατί αυτός που ασκεί επιχειρηματική δραστηριότητα δεν διακρίνεται κατ' ανάγκη και για την επιχειρηματικότητα του .Δηλαδή η λεγομένη «επιχειρηματικότητα ανάγκης» δεν στηρίζεται τόσο στην καινοτόμο ιδέα όσο στην ανάγκη για απασχόληση και μόνο του «επιχειρηματία».

Εκείνη που έχει μεγάλη σημασία και αποτελεί διακαή πόθο και στόχο της Ε.Ε. είναι η επιχειρηματικότητα υψηλών προσδοκιών , η οποία ,στηριζόμενη στην καινοτόμο ιδέα , προκαλεί της συνθήκες αύξησης της απασχόλησης κατά 20 τουλάχιστον θέσεις εργασίας κατά την πρώτη πενταετία από την ίδρυση της επιχείρησης. Αυτό προϋποθέτει τη βιωσιμότητα της επιχείρησης ,της οποίας η διαχείριση δεν είναι ανάγκη να γίνεται από αυτόν που διέκρινε την ευκαιρία, αλλά από άλλον ικανότερο στο μάνατζμεντ και τούτο γιατί ο πρώτος είτε δεν το μπορεί είτε δεν πρέπει να εγκλωβίζει την επιχειρηματική του ευφυΐα στην τριβή της καθημερινότητας, που του περιορίζει την καθημερινότητα (από την εφημερίδα το Βήμα του εργαστηρίου οικονομικής ανάλυσης και πολιτικής ΑΠΘ του Ηρακλή Γωνιαδή (18.2.07))

Ο όρος «επιχειρηματικότητα» έχει γίνει πολύ γνωστός τα τελευταία 7-8 χρόνια. Το βλέπει κανείς τόσο στον ακαδημαϊκό χώρο όσο και στο κοινωνικό γίνεσθαι. Χαρακτηριστικό είναι το πόσο σχετικές πολιτικές δηλώσεις έχουν γίνει πρόσφατα και το πόσες εκδηλώσεις ή και σεμινάρια έχουν οργανωθεί στην Ελλάδα τον τελευταίο χρόνο, όταν πριν από πέντε χρόνια, για παράδειγμα, δεν υπήρχε τίποτα. Η συζήτηση για την επιχειρηματικότητα έχει αρχίσει σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες από τα μέσα της δεκαετίας του '90. Οι λόγοι που ανάγκασαν πολιτικούς και ακαδημαϊκούς να ασχοληθούν με το συγκεκριμένο θέμα, είναι κυρίως δύο:

Πρώτον, ότι κατά τη διάρκεια των δεκαετιών το '80 και του '90 εμφανίστηκαν πολλές νέες επιχειρήσεις που εξελίχθηκαν ταχύτατα σε πολυεθνικούς κολοσσούς. Αυτό ασφαλώς συνεπάγεται για τη χώρα προέλευσης αυτών των επιχειρήσεων, αφενός παραγωγή τεχνογνωσίας και καινοτομιών και αφετέρου αύξηση του εθνικού πλούτου (μέσω της ανάπτυξης του ΑΕΠ, της αύξησης των εξαγωγών, αλλά και μέσω της έμμεσης και άμεσης σ φορολογίας). Με άλλα λόγια συμφέρει μια χώρα να δημιουργούνται νέες επιχειρήσεις.

Δεύτερον, και κυριότερο, όσον αφορά τους πολιτικούς, ήταν το θέμα της απασχόλησης. Πολλές και τεκμηριωμένες μελέτες απέδειξαν ότι η δημιουργία νέων αλλά και η ύπαρξη μικρομεσαίων επιχειρήσεων φέρνουν νέες θέσεις εργασίας και είναι ίσως η καλύτερη συνταγή κατά της ανεργίας. Ας σημειωθεί ότι η ανεργία είναι ο κατεξοχήν πονοκέφαλος της ελεύθερης οικονομίας (κάποιο τον ονομάζουν «αχίλλειο πτέρνα του καπιταλισμού»). Συνεπώς το θέμα της επιχειρηματικότητας, από μία ακαδημαϊκή αναζήτηση σε κάποιες Σχολές Διοίκησης Επιχειρήσεων έγινε ζήτημα κατεξοχήν πολιτικό.

Πως ορίζεται ;

Η έννοια της επιχειρηματικότητας ορίζεται διαφορετικά από χώρα σε χώρα. Στην Ευρώπη, επιχειρηματικότητα σημαίνει δημιουργία νέων επιχειρήσεων υψηλών δυνατοτήτων, δηλαδή επιχειρήσεων που θα αναπτυχθούν και θα προσφέρουν, μεταξύ άλλων, νέες θέσεις εργασίας.

Ενδιαφέρον εδώ παρουσιάζει και η ενδο-επιχειρηματικότητα (intrapreneurship), η οποία δεν σχετίζεται με την ίδρυση νέων εταιριών αλλά με τη δημιουργία νέων τομέων, κλάδων ή και προϊόντων μέσα σε μία μεγάλη εταιρία. Πολλές μεγάλες εταιρίες παροτρύνουν τα υψηλά στελέχη τους να γίνουν ενδο-επιχειρηματίες στη δουλειά τους, δηλαδή να πάρουν πρωτοβουλίες και να αναπτύξουν στα τμήματα τους φιλοσοφία επιχειρηματικότητας.

Η αναζήτηση της επιχειρηματικής ευκαιρίας-ιδέας και οι τρόποι υλοποίησης της αποτελούν τους δύο άξονες που απασχολούν τον εν δυνάμει επιχειρηματία. Για να υπάρχει επιχειρηματικότητα, θα πρέπει να υπάρχουν πρώτα απ' όλα επιχειρηματικές ευκαιρίες. Η επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει την υλοποίηση ευκαιριών, ακόμα και αν αυτές δεν φαίνεται να διαθέτουν όλους τους αναγκαίους πόρους προς εκμετάλλευση. Ασφαλώς το επιχειρείν εμπεριέχει τον παράγοντα του ρίσκου. Συνήθως μαθαίνουμε και μελετάμε περιπτώσεις επιτυχημένων

επιχειρηματικών σχεδίων. Αυτό που δεν μαθαίνουμε, είναι ότι σχεδόν ένας στους δύο νέους επιχειρηματίες εγκαταλείπει την προσπάθεια και διακόπτει την δραστηριότητα του μέσα σε 24 μήνες. Σχετικές έρευνες δείχνουν ότι το 13% των ιδιωτών που επενδύουν σε νέες επιχειρήσεις, φεύγει με μεγάλες ζημιές. Επίσης, το να είναι κανείς «αφεντικό του εαυτού του», έχει και το τίμημά του, το άγχος, όχι σταθερά εισοδήματα, αβεβαιότητα και πάνω από πενήντα ώρες εργασίας την εβδομάδα κατά μέσον όρο.

Σύμφωνα με έρευνα του IOBE (Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών), η επιχειρηματική δραστηριότητα στην Ελλάδα είναι το τελευταίο καταφύγιο για όποιον δεν έχει άλλη απασχόληση. Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα εξαντλείται σε μικρές επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, με οικογενειακή χρηματοδότηση και με έντονο τον φόβο της αποτυχίας.

1.2.1.Επιχειρηματικότητα και νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες

Η έννοια του επιχειρηματία έχει συνδεθεί με τις έννοιες του καινοτόμου, του ιδιοκτήτη, του καπιταλιστή, αλλά υπάρχουν σημαντικές διαφορές που κάνουν τον «επιχειρηματία» διαφορετικό. Είναι αυτό που «επιχειρεί», που αναλαμβάνει δράση για να συνδυάσει τους συντελεστές παραγωγής καινοτομικά, δημιουργικά, για να παράγει προϊόντα και υπηρεσίες με αποτελεσματικό και αποδοτικό τρόπο.

Η σπουδαιότητα της επιχειρηματικής διαδικασίας συχνά έχει αγνοηθεί στην προσπάθεια ερμηνείας της αποκτήσεως οικονομικής ισχύος από τα διάφορα έθνη. Μεταξύ των άλλων χωρών και η δική μας χώρα στήριξε την ανάπτυξή της όχι τόσο στους φυσικούς της πόρους, που δεν είναι άλλωστε άφθονοι, όσο στην επιχειρηματικότητα των ανθρώπων της. Χωρίς τη δραστηριότητα, την καθοδήγηση, και την αφοσίωση των επιχειρηματιών δεν θα είχαμε δημιουργία νέων επιχειρήσεων. Χωρίς την εκτεταμένη δημιουργία νέων επιχειρήσεων η οικονομία μας θα ήταν στάσιμη. Οι επιχειρηματίες έχουν αποδείξει ότι είναι οι πρωτοπόροι που μετατρέπουν ιδέες σε προϊόντα και υπηρεσίες. Όνειρα σε πραγματικότητα. Αναμιγνύουν τη δημιουργικότητα, την καινοτομία και την αντίληψη του κινδύνου με τη σκληρή εργασία και σχηματίζουν τις νέες επιχειρήσεις.

Επιχειρηματικότητα πάντως μπορεί κάποιος να συναντήσει και σε άλλες εκφάνσεις της κοινωνική ζωής. Όχι μόνο στις επιχειρήσεις. Δηλαδή, αν και η έννοια

της επιχειρηματικότητας έχει αναπτυχθεί και διαδοθεί στο πλαίσιο του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, ίσως, λόγω κάποιας μεγαλύτερης συμμετοχής που θα έχουν οι μελλοντικοί επιχειρηματίες και που θα διαμορφώνει τον τρόπο της ζωής μας, να συναντάτε και σε άλλες περιοχές, εκτός των επιχειρήσεων. Για παράδειγμα, δίνεται σήμερα στο δημόσιο τομέα, με σκοπό την αναμόρφωση των κυβερνητικών δραστηριοτήτων, έμφαση στη χρησιμοποίηση επιχειρηματικών ταλέντων για την επίλυση κάποιων ή όλων των προβλημάτων στη διακυβέρνηση των λαών (σε τοπικό και εθνικό επίπεδο). Url : <http://www.keta-ionion.gr> [Επιχειρηματικός Σύμβουλος Αντένας Κεφαλονιάς-Ιθάκης κα. Περιστέρα Πρεντάνου](#)

1.2.2. Λόγοι αποτυχίας των νέων επιχειρήσεων

Το ποσοστό αποτυχίας μεταξύ των νέων επιχειρήσεων είναι εξαιρετικά υψηλό. Μερικοί λόγοι που θεωρούνται πιο συχνά ως αιτίες αυτής της αποτυχίας, είναι:

- Η διαχειριστική ανικανότητα.
- Η έλλειψη εμπειρίας.
- Ο φτωχός προγραμματισμός.
- Ο κακός προγραμματισμός.
- Η ακατάλληλη τοποθεσία.
- Η απώλεια ελέγχου των αποθεμάτων.
- Η ανικανότητα μεταδόσεως της επιχειρηματικότητας.

Κανόνες για επιβίωση των επιχειρήσεων

Υπάρχουν μερικοί κανόνες που μπορούν να βοηθήσουν τις επιχειρήσεις όχι μόνο να επιβιώσουν αλλά και να πετύχουν:

1. **Δημιουργία, καινοτομία, δράση.** Οι επιχειρηματίες ονειρεύονται πάντα νέες ιδέες, θέτουν ερωτήματα για το τι θα γίνει αν επιδιώξουν την εφαρμογή των ιδεών τους και μετά, εφόσον το κρίνουν σωστό, εφαρμόζουν τις καινοτομίες στην πράξη.
2. **Συνεχής αναζήτηση νέων ευκαιριών.** Οι επιχειρηματίες ερευνούν συνεχώς τον ορίζοντα για νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, ή αναζητούν νέους τρόπους για δημιουργία ευκαιριών.

3. **Επιδίωξη της απλής λύσεως.** Συχνά οι πιο πετυχημένες λύσεις για ένα πρόβλημα είναι οι απλούστερες, και οι επιχειρηματίες το ξέρουν αυτό. Κρατούν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες και γενικά τις επιχειρηματικές δραστηριότητες τους όσο απλούστερες γίνεται.
4. **Προσπάθεια, εντοπισμός και εκτέλεση.** Οι επιχειρηματίες είναι υπέρ της δράσεως. Όταν οι ιδέες γεννηθούν στο νου τους, αμέσως ασχολούνται με αυτές, βρίσκουν ποιες μπορούν να πραγματοποιηθούν και ποιες όχι και αλλάζουν τα σχέδια τους ανάλογα.
5. **Επιδίωξη της κορυφής.** Οι επιχειρηματίες δεν είναι δειλοί ή σεμνοί (με την έννοια της επιχειρηματικής ατολμίας). Έχουν μεγάλα όνειρα. Αν και αυτά δεν πραγματοποιούνται πάντοτε, τα μεγάλα τους όνειρα είναι σπουδαία πηγή παρακινήσεως και οραματισμού.
6. **Έναρξη έστω και μικρής επιχείρησης.** Η επιτυχία δεν έρχεται μέσα σε μία νύχτα. Θέλει σκληρή εργασία και επιμονή.
7. **Εξαγωγή συμπερασμάτων από την αποτυχία.** Οι επιχειρηματίες γνωρίζουν ότι συχνά οι μεγάλες καινοτομίες προέρχονται από αποτυχίες. Μαθαίνουν γρήγορα να υφίστανται απώλειες...έξυπνα.
8. **Συνέχιση της προσπάθειας έστω και σε αντίξοες καταστάσεις.** Οι επιχειρηματίες δεν είναι λιπόψυχοι. Η φιλοσοφία τους αντικατοπτρίζει ότι ένα κινέζικο ιδεόγραμμα για την παγκόσμια κρίση, που περιλαμβάνει δύο χαρακτήρες: έναν για τον κίνδυνο και έναν για την ευκαιρία.

1.2.3 Το επιχειρηματικό περιβάλλον στην Ελλάδα

Είναι ενδιαφέρον να συγκρίνουμε την Ελλάδα με άλλες χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, στην οποία ανήκουμε εδώ και σχεδόν 25 χρόνια, και μάλιστα με χώρες που έχουν συναφή χαρακτηριστικά. Για παράδειγμα, θα μπορούσε η Ελλάδα να έχει δημιουργήσει μία εταιρία σαν την Nokia (τη φιλανδική εταιρία τεχνολογίας κινητής τηλεφωνίας) ή σαν τη Zara (εταιρία ένδυσης από την Ισπανία)? Θα μπορούσε ποτέ μία εταιρία ηλεκτρονικών στην Ελλάδα να εξελιχθεί όπως η Philips? Γιατί η Ολλανδία των δεκαπέντε εκατομμυρίων κατοίκων έχει τόσες πολλές πολυεθνικές εταιρίες? Ασφαλώς έχει διαφορετική ιστορία από εμάς, αλλά αυτό δεν είναι η μόνη απάντηση. Θα επένδυαν ποτέ ξένοι επιχειρηματίες σε νέες επιχειρήσεις

στην Ελλάδα, όπως έκαναν στην Ιρλανδία? Μπορεί μία μικρή ελληνική επιχείρηση να εξελιχθεί σε πολυεθνική?

Είναι γνωστές οι μελέτες του IOBE, του GEM (Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα) και οι αποφάσεις για την ενίσχυση της απασχόλησης και της επιχειρηματικότητας που απορρέουν από την Λισαβόνα. Υπάρχουν, επίσης, πολλές σοβαρές μελέτες που συγκρίνουν την επιχειρηματικότητα και την απασχόληση στα διάφορα κράτη-μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Αν συγκρίνει κανείς την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα και σε άλλα κράτη της Ευρωπαϊκής Ένωσης αλλά και, ακόμα παραπέρα αν διαβάσει συγκριτικές μελέτες για την επιχειρηματικότητα στην Ε.Ε. και στις Ηνωμένες Πολιτείες, θα συνειδητοποιήσει ότι πρόκειται για ένα σύνθετο πρόβλημα.

Οι πιο συνηθισμένες «συνταγές» για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας είναι κάποιες φορολογικές ελαφρύνσεις, και, επίσης κάποιες επιδοτήσεις ή ειδικά χρηματοδοτικά προγράμματα. Στην πραγματικότητα, αυτό που καθορίζει την επιχειρηματική δραστηριότητα σε όλες τις χώρες είναι το πλαίσιο μέσα στο οποίο αναπτύσσεται το επιχειρείς. Οι παράγοντες που συνθέτουν αυτό το πλαίσιο είναι πολιτικοί, οικονομικοί, κοινωνικοί, ακόμα και πολιτιστικοί. Τα υπόλοιπα είναι εν πολλοίς ακαδημαϊκή και πολιτική φιλολογία. Οι καλές προθέσεις υπάρχουν, για προφανείς λόγους, αλλά δεν επαρκούν. Βλέπουμε για παράδειγμα ότι το «θαύμα», όπως αποκαλείται, της Ιρλανδίας είναι αποτέλεσμα μεγάλων αλλαγών που έγιναν στο επιχειρηματικό περιβάλλον της χώρας.

Επιστρέφοντας ωστόσο στην επιχειρηματικότητα με τη "στενή" έννοια, πρέπει να αναφέρουμε ποιοι είναι οι παράγοντες όπου προβάλλονται **ως τα κυριότερα εμπόδια στην ανάπτυξή της.**

Γραφειοκρατεία

Στην Αυστραλία χρειάζονται μόλις δύο ημέρες για να ιδρυθεί μια επιχείρηση, στη Δανία τέσσερις, ενώ στην Ελλάδα 38! Σε όλα αυτά υπολογίστε επιπλέον ειδικές άδειες, πολεοδομία, επιμελητήρια κ.λ.π, με όλη την «ψυχαγωγία» που συνεπάγεται η ερωτοτροπία με τις υπηρεσίες της Ελληνικής Δημόσιας Διοίκησης. Τυχόν φαινόμενα διαφθοράς είναι ακόμη ένας παράγοντας που κάνει τους όρους του επιχειρείν ασαφείς και συνεχώς μεταβαλλόμενους.

Τράπεζες

Η γραφειοκρατία, όμως, δεν περιορίζεται στον δημόσιο τομέα. Τι ελπίδες έχει ένας νέος επιχειρηματίας χωρίς μεγάλα κεφάλαια ή σπίτι για να υποθηκεύσει

όταν πηγαίνει στην τράπεζα. Οι τράπεζες δεν θα του ανοίξουν καν εμπορικό λογαριασμό, ούτε θα του δώσουν μπλοκ επιταγών. Και δεν μπορεί κανείς να κατηγορήσει τις τράπεζες γι' αυτό, με το χάος που επικρατεί στην αγορά σε ότι αφορά τις μεταχρονολογημένες και ακάλυπτες επιταγές. Από την άλλη, στην Αγγλία (για παράδειγμα) οι τράπεζες χορηγούν μπλοκ επιταγών μέσα σε μία μέρα, ακόμη και σε έναν φοιτητή.

Επέκταση στο Εξωτερικό

Από την άλλη, κάθε ελληνική επιχείρηση που βλέπει προς το εξωτερικό, είτε για εξαγωγές είτε για επέκταση, είναι απελπιστικά μόνη. Σχεδόν όλες οι χώρες της Ε.Ε υποστηρίζουν σε διεθνές επίπεδο τις δικές τους επιχειρήσεις, μέσω των πρεσβειών τους και άλλων οργανισμών, και συχνά οι πολιτικοί τους παρεμβαίνουν δημόσια σε ξένους ομολόγους τους προκειμένου να υπερασπιστούν τα συμφέροντά τους. Εδώ, τα πάντα επαφίενται στην ιδιωτική πρωτοβουλία.

Ασφαλιστικές προσφορές

Ότι μισθό και να αποφασίσει ο επιχειρηματίας να δώσει σε έναν νέο υπάλληλο, θα πρέπει να πληρώσει επιπλέον τουλάχιστον 40% του μισθού αυτού σε κάποιο ασφαλιστικό ταμείο. Σε άλλες χώρες της Ε.Ε οι ασφαλιστικές εισφορές είναι υψηλότερες, αλλά στην Ελλάδα θεωρούνται «χαμένα λεφτά», τόσο από τους εργοδότες όσο και από τους υπαλλήλους. Αυτά τα λεφτά δίνονται με αντάλλαγμα μέτριες υπηρεσίες υγείας και στοιχειώδεις συντάξεις, τις οποίες είναι αμφίβολο αν θα λάβουν οι νεότερες γενιές. Αν τα ίδια λεφτά δίνονταν σε μία ιδιωτική ασφάλιση, οι παροχές θα ήταν ασυγκρίτως υψηλότερες. Πρέπει, όμως να στηριχθούν τα ταμεία. Έτσι σημαντικά ποσά που θα μπορούσαν να επενδυθούν σε ανθρώπινο δυναμικό από μια εταιρεία, καταλήγουν στα ταμεία.

Επιχειρηματική αποτυχία

Αν κάποιος επιχειρηματίας αποτύχει-γιατί στο επιχειρείν πάντα υπάρχει αυτό το ενδεχόμενο, αυτό θα είναι το τέλος του. Σε πολλές χώρες, όμως, αντίθετα με ότι συμβαίνει στην Ελλάδα, υπάρχουν προβλέψεις για την αντιμετώπιση της επιχειρηματικής αποτυχίας και κυρίως για την εξόφληση των πιστωτών.

Δεν υπάρχει μέλλον χωρίς την επιχειρηματικότητα

Σύμφωνα με τον DR.HARRY DOMICONE, έναν από τους διασημότερους καθηγητές του επιχειρείν διεθνώς, πιστεύει ότι η επιχειρηματικότητα είναι, πλέον, κοινωνική και οικονομική επιταγή και ότι ανεξάρτητα από το ταλέντο, η

επιχειρηματική ικανότητα μπορεί να βελτιωθεί με την εκπαίδευση, την επιμόρφωση, αλλά και την εμπειρία.

Σύμφωνα με την συνέντευξη που παραχώρησε ο ίδιος της 18/04/2005 στο ειδικό ένθετο MBA της εφημερίδας τα ΝΕΑ, υποστήριξε τα ακόλουθα:

Η επιχειρηματικότητα ήταν πάντα της μόδας, με τον έναν ή τον άλλον τρόπο. Απλώς ποικίλουν οι εκφάνσεις της, ανάλογα με το κοινωνικό και οικονομικό σύστημα στο οποίο υπάρχει.

Η επιχειρηματικότητα εκτός από ταλέντο, είναι και δεξιότητα και αυτή η δεξιότητα μπορεί να διδαχθεί. Ανεξάρτητα από το ταλέντο, η επιχειρηματική ικανότητα μπορεί να βελτιωθεί με την εκπαίδευση, την επιμόρφωση, αλλά και την εμπειρία. «Πολλοί επιτυχημένοι επιχειρηματίες έχουν τελειώσει το Πανεπιστήμιο». Το γεγονός ότι κάποιος επιτυχημένος επιχειρηματίας δεν έχει τελειώσει το Πανεπιστήμιο τραβάει την προσοχή μας και τονίζεται από τα ΜΜΕ. Κάποιες φορές όμως, η εκπαίδευση της Διοίκησης Επιχειρήσεων μπορεί να μειώσει κάποιες διαστάσεις του επιχειρηματικού πνεύματος. Οι Σχολές Διοίκησης Επιχειρήσεων τονίζουν τη σημασία της αποτελεσματικότητας και των χρηματοοικονομικών δεδομένων. Φυσικά, αυτό είναι πολύ σημαντικό, αλλά πρέπει να δίνεται έμφαση και σε άλλα δεδομένα όπως η δημιουργικότητα και η καινοτομία. Πολλές φορές, τόσο οι επιχειρήσεις όσο και οι σχολές δεν επιτρέπουν τη διαφορετικότητα. Πολλοί επιτυχημένοι επιχειρηματίες ότι έχουν διδαχθεί από την εμπειρία τους, το έχουν μάθει από τα λάθη τους παρά από τις επιτυχίες τους. Οι επιχειρηματίες αναλαμβάνουν υπολογισμένα ρίσκα και δεν φοβούνται να αποτύχουν, επειδή καταλαβαίνουν ότι ο βαθμός κινδύνου είναι ανάλογος των απολαβών.

Η ενδοεπιχειρηματικότητα (intrapreneurship) είναι η νοοτροπία της επιχειρηματικότητας που υπάρχει ή μπορεί να υπάρξει, σε μεγάλους οργανισμούς ή εταιρείες. Ποτέ δεν έχουμε δύο επιχειρηματίες που είναι ακριβώς το ίδιο. Γενικότερα όμως σε πολλούς επιτυχημένους επιχειρηματίες συναντούμε τα ακόλουθα χαρακτηριστικά επιγραμματικά:

- ✓ Είναι φανατικά προσηλωμένοι στη δουλειά τους.
- ✓ Δουλεύουν πάρα πολύ σκληρά.
- ✓ Αναζητούν και αναγνωρίζουν συνεχώς ευκαιρίες.
- ✓ Οι επιχειρηματίες είναι συνήθως ικανοί στο να αναπτύσσουν διαπροσωπικές σχέσεις και δεν κοινωνικοποιούνται τόσο πολύ.
- ✓ Οι επιχειρηματίες συνεχώς μαθαίνουν.

- ✓ Οι επιχειρηματίες συνήθως προέρχονται από επιχειρηματικές οικογένειες.

Τέλος ο DR.DOMICONE, πιστεύει ότι η επιχειρηματικότητα είναι τεράστιο φαινόμενο και μεγαλώνει. Η επιτυχία ή η αποτυχία ολόκληρων κοινωνιών θα επηρεαστεί από το επιχειρηματικό πνεύμα και τα συναφή αποτελέσματά του. Η αύξηση του πλούτου και των θέσεων εργασίας αυτόν τον αιώνα θα εξαρτηθεί από την ανακάλυψη νέων ιδεών, νέων επιχειρηματικών μοντέλων και γενικότερα από τη εφαρμογή νέων πρακτικών από την καθημερινότητά μας. Χωρίς την επιχειρηματικότητα δεν υπάρχει μέλλον.

1.3.Η έννοια της μικρομεσαίας επιχείρησης

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι και οικονομικά και πολιτικά σημαντικές για τον οικονομικό και τον κοινωνικό ιστό κάθε χώρας.

Πρώτον, γιατί η ίδια η ύπαρξή τους διαχέει τον οικονομικό πλούτο μιας χώρας σε μεγαλύτερο αριθμό ατόμων και κατά συνέπεια αναβαθμίζει την ποιότητα της δημοκρατίας. Όσο πιο ορθολογικά είναι κατανεμημένος ο πλούτος, τόσο πιο ισχυρή είναι η δημοκρατία και τόσο καλύτερη η ποιότητά της. Είναι περιφερειακά κατανεμημένες και αυτό είναι σημαντικό για την καταπολέμηση των περιφερειακών και κοινωνικών ανισοτήτων, και αποτελούν τα πρώτα βήματα για τη δημιουργία μεγάλων επιχειρήσεων, και,

Δεύτερον, γιατί οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχει αποδειχθεί ότι δημιουργούν 7 στις 10 νέες θέσεις εργασίας.

Γενικά τα τελευταία χρόνια οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, έχουν βρεθεί στο επίκεντρο πολλών συζητήσεων σε Ευρωπαϊκό αλλά και Εθνικό Επίπεδο. Τόσο πολύ, που δεν αποτελεί υπερβολή να ισχυρισθεί κανείς πως η έννοιες «επιχειρηματικότητα» και «μικρή επιχείρηση» είναι αλληλένδετες. Ο ισχυρισμός έχει βάση καθώς, όποιος έχει μια επιχειρηματική ιδέα, την οποία επιθυμεί να κάνει πράξη, προσδοκά σε μεγαλύτερες αναμενόμενες απολαβές αν ξεκινήσει τη δική του επιχείρηση.

Στις αρχές της δεκαετίας του 1970 η λέξη «επιχειρηματικότητα» ήταν σχεδόν απύσχα από την οικονομική βιβλιογραφία. Τότε σπάνια κάποιος θα υποστήριζε ότι η επιχειρηματικότητα και οι ΜΜΕ συνθέτουν αναπόσπαστα συστατικά μιας αποτελεσματικής οικονομίας. Οι έρευνες της εποχής προέβλεπαν τότε, λιγότερο ή περισσότερο, την εξαφάνιση των ΜΜΕ από τη αγορά, καθώς τεκμηρίωναν πως:

1. Οι ΜΜΕ ήταν πολύ λιγότερο αποτελεσματικές από τις μεγάλες επιχειρήσεις.

2. Οι ΜΜΕ παρείχαν χαμηλότερες αμοιβές στα στελέχη και υπαλλήλους τους. Οι αμοιβές ήταν θετική συνάρτηση του μεγέθους μιας επιχείρησης.

3. Οι ΜΜΕ δεν επένδυναν παρά ελάχιστους υλικούς και ανθρώπινους πόρους στην Έρευνα και Τεχνολογία.

4. Το ειδικό βάρος των ΜΜΕ στην οικονομία και στους δείκτες μειώνονταν με σταθερούς ρυθμούς.

Για τους λόγους αυτούς, η ύπαρξη των ΜΜΕ θεωρούνταν ως μια πολυτέλεια του οικονομικού συστήματος, που είχε θετική επίδραση στην αποκέντρωση των οικονομικών αποφάσεων, αλλά που επιβάρυνε την αποτελεσματικότητα του οικονομικού συστήματος. Προς έκπληξη όλων από τα μέσα της δεκαετίας του 1970, οι ΜΜΕ στην Ευρώπη και στη Βόρειο Αμερική ανέκαμψαν. Για παράδειγμα, στις Ηνωμένες Πολιτείες,, το 1976 οι ΜΜΕ παρήγαγαν το 20% των πωλήσεων στη βιομηχανία, ενώ το 1986 το 25%. Με απλά λόγια, οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στάθηκαν πολύ σκληρές για να πεθάνουν. <http://www.ebeh.gr/gr/index.asp>

Μια μικρομεσαία επιχείρηση έχει πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Τα πλεονεκτήματα της μικρομεσαίας επιχείρησης είναι:

- Ευελιξία και ταχύτητα στη λήψη αποφάσεων
- Καλύτερη και ευκολότερη ροή πληροφοριών
- Καινοτομίες στην παραγωγή προϊόντων και υπηρεσιών
- Δημιουργία περισσότερων θέσεων εργασίας
- Έλλειψη γραφειοκρατίας
- Συντονισμός προσπαθειών

Τα μειονεκτήματα της μικρομεσαίας επιχείρησης είναι:

- Μεγάλος επιχειρηματικός κίνδυνος
- Περιορισμένοι οικονομικοί πόροι
- Περιορισμένος αριθμός εξειδικευμένων διοικητικών στελεχών
- Αβεβαιότητα για το μέλλον
- Δεν υπάρχει τμήμα σχεδιασμού εκπαίδευσης

Η συγκέντρωση εξουσίας στο πρόσωπο του ιδιοκτήτη καθιστά δύσκολο τον προγραμματισμό για το μέλλον. Επειδή ο ιδιοκτήτης – διευθυντής είναι το πρόσωπο

κλειδί στην ανάπτυξη της μικρομεσαίας επιχείρησης θα πρέπει να είναι ένα άτομο το οποίο να διαθέτει δημιουργική φαντασία δηλαδή μια μορφή επενδυτικής δραστηριότητας και να εργάζεται σκληρά. Οι επιχειρηματίες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων παίζουν το σημαντικότερο ρόλο για την ανάπτυξη της εταιρίας αφού εκείνοι χαράσσουν συγκεκριμένη κατεύθυνση και με τις δικές τους αποφάσεις συμβάλλουν στη μεγιστοποίηση της αξίας της εταιρίας (βασικός στόχος όλων των επιχειρήσεων) και στην κατεύθυνση των αποταμιεύσεων σε παραγωγικές επενδύσεις και στην προσφορά νέων προϊόντων τα οποία ικανοποιούν τις ανάγκες της αγοράς και επομένως θα οδηγήσουν την εταιρία σε αύξηση του μεριδίου αγοράς. Το κέρδος δεν είναι το μοναδικό κίνητρο αλλά η επιθυμία της μικρομεσαίας εταιρίας για καινοτομία και επέκταση σε νέες αγορές και μεθόδους παραγωγής, δύο σημαντικά βήματα που μπορούν να οδηγήσουν την εταιρία σε ραγδαία ανάπτυξη. Ο επιχειρηματίας που διευθύνει μια μικρομεσαία επιχείρηση πρέπει να διακρίνεται για την ενεργητικότητά του, την οξυδέρκειά του και τη ριψοκινδυνότητα του αφού δεσμεύει μεγάλα χρηματικά ποσά για αναπτυξιακούς σκοπούς.

Οι επιχειρήσεις που επιθυμούν να έχουν μια σταθερή πορεία ανάπτυξης και μακροβιότητα έχουν ένα αποτελεσματικό στρατηγικό σχέδιο. Μια αποτελεσματική διοίκηση οδηγεί την επιχείρηση στην επαρκή χρήση των διαθέσιμων υλικών και ανθρώπινων πόρων και επομένως τον αποδοτικό συνδυασμό των πόρων για την παραγωγή ωφέλιμων αγαθών και υπηρεσιών αλλά και στην βαθιά κατανόηση της αγοράς στην οποία κινούνται (δηλαδή ποιοι είναι οι πελάτες τους, χρήση των προϊόντων τους ή των υπηρεσιών τους). Οι επιχειρήσεις είναι συστήματα που αποτελούνται από ανθρώπινο και φυσικό κεφάλαιο . Τα άτομα που δραστηριοποιούνται μέσα στις επιχειρήσεις εκτελούν καθήκοντα και ασκούν αρμοδιότητες που τείνουν στην πραγμάτωση καθορισμένων στόχων. Εκείνοι που λαμβάνουν αποφάσεις για τα θέματα έχοντας ως βασικό στόχο την αποδοτικότερη λειτουργία και την μεγιστοποίηση της αξίας της επιχείρησης που συνδέονται με την επιχείρηση έτσι ώστε να διασφαλίσουν την ποιότητα της διαχειριστικής λειτουργίας . Ένα βασικό κομμάτι που επηρεάζει τη διαδικασία λήψης αποφάσεων είναι η επιλογή των στόχων (δηλαδή το όραμα της επιχείρησης) και το περιβάλλον της επιχείρησης (εσωτερικό και εξωτερικό) . Οι στόχοι της εταιρίας μπορούν να διατυπωθούν είτε γενικά είτε ειδικά . Οι στόχοι και η πολιτική που ακολουθεί η επιχείρηση πρέπει να είναι στο πλαίσιο της στρατηγικής .(**«Στρατηγικό Management Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα»** Άννα

Σαΐτη,(2000). Επίκουρος Καθηγήτρια, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο (2000). Εκπαίδευση και Οικονομική Ανάπτυξη. Αθήνα: Εκδόσεις Τυπωθήτω (Gutenberg.)

1.4.Ορισμός και Έννοια της Ανταγωνιστικότητας

Με την έννοια «ανταγωνιστικότητα για μια χώρα» αναφερόμαστε στην ικανότητά της να αυξάνει τον παραγόμενο πλούτο, να αξιοποιεί το ανθρώπινο δυναμικό της και να εκμεταλλεύεται τα συγκριτικά πλεονεκτήματά της, όπως επίσης να ενισχύει τις υποδομές και τους θεσμούς της, κάνοντας τη γνώση προσβάσιμη και διαθέσιμη σε όλους, και να αναβαθμίζει το επενδυτικό και επιχειρηματικό περιβάλλον. Η ανταγωνιστικότητα ορίζεται ως ο βαθμός ικανότητας μιας χώρας να παράγει, υπό συνθήκες ελεύθερου ανταγωνισμού, αγαθά και υπηρεσίες που ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις των διεθνών αγορών, ενώ συγχρόνως διατηρούν και επεκτείνουν το πραγματικό εισόδημα των κατοίκων σε μια μακροχρόνια βάση.

Μέσα σε ένα οικονομικό περιβάλλον, που συνεχώς εξελίσσεται και διεθνοποιείται, κανείς δεν αμφισβητεί την ανάγκη για τόνωση της ανταγωνιστικότητας κάθε χώρας, η οποία αποτελεί μια διαρκή και σύνθετη διαδικασία, εξαρτώμενη από πολλούς παράγοντες. Η ανταγωνιστικότητα είναι από τη φύση της μια συγκριτική έννοια και προκύπτει από τις επιδόσεις της κάθε χώρας σε σύγκριση με άλλες τόσο σε μακροοικονομικό, όσο και σε μικροοικονομικό επίπεδο.

Το ΕΣΑΑ υιοθέτησε από την πρώτη στιγμή της λειτουργίας του μια ευρεία και πολυδιάστατη προσέγγιση στο ζήτημα της ανταγωνιστικότητας, ανάλογη αυτής που διαπνέει την ευρωπαϊκή Στρατηγική της Λισαβόνας, έχοντας ορίσει την ανταγωνιστικότητα ως την *«ικανότητα διατήρησης και βελτίωσης του βιοτικού επιπέδου των πολιτών της χώρας – αναβάθμισης του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, ενίσχυσης της απασχόλησης και της πραγματικής συνοχής, της περιβαλλοντικής προστασίας και αναβάθμισης, της διαρκούς βελτίωσης της παραγωγικότητας – υπό συνθήκες παγκοσμιοποίησης»*

Η εθνική ανταγωνιστικότητα είναι το πλέγμα εκείνο των παραγόντων, πολιτικών και θεσμών που προσδιορίζουν το επίπεδο της παραγωγικότητας μιας χώρας. Το επίπεδο της παραγωγικότητας, με τη σειρά του, προσδιορίζει το διατηρήσιμο επίπεδο ευημερίας που μπορεί να απολαμβάνει μία οικονομία. Με

άλλα λόγια, οι πιο ανταγωνιστικές οικονομίες μπορούν τείνουν να είναι σε θέση να προσφέρουν υψηλότερα επίπεδα εισοδήματος στους πολίτες τους. Το επίπεδο της παραγωγικότητας προσδιορίζει επίσης την απόδοση των επενδύσεων σε μια οικονομία. Καθώς οι αποδόσεις είναι οι καθοριστικοί προσδιοριστικοί παράγοντες στη μεγέθυνση των οικονομιών, μια πιο ανταγωνιστική οικονομία είναι μια οικονομία που πιθανότατα θα αναπτυχθεί ταχύτερα στο μέσο και μακροπρόθεσμο ορίζοντα.(World Economic Forum 2007: 3)

Η ανταγωνιστικότητα των χωρών είναι το πεδίο εκείνο της οικονομικής θεωρίας που αναλύει τα στοιχεία και τις πολιτικές εκείνες που διαμορφώνουν την ικανότητα μιας χώρας να δημιουργεί και να διατηρεί ένα περιβάλλον που υποστηρίζει μεγαλύτερη παραγωγή αξίας για τις επιχειρήσεις και μεγαλύτερη ευημερία για τους πολίτες.(Institute for Management Development 2006)

Ανταγωνιστικότητα είναι ο βαθμός στον οποίο ένα κράτος μπορεί, υπό συνθήκες ελεύθερης και δίκαιης αγοράς, να προσφέρει αγαθά και υπηρεσίες που πληρούν τα κριτήρια των διεθνών αγορών, διατηρώντας και αυξάνοντας ταυτόχρονα τα πραγματικά εισοδήματα των ανθρώπων μακροχρόνια.(OECD 1992: 237)

Η ανταγωνιστικότητα ενέχει στοιχεία παραγωγικότητας, αποτελεσματικότητας και κερδοφορίας. Αλλά δεν είναι αυτοσκοπός ή απλός στόχος. Είναι ένα ισχυρό μέσο αύξησης του βιοτικού επιπέδου και της κοινωνικής ευημερίας – ένα εργαλείο για την επίτευξη στόχων. Αυξάνοντας την παραγωγικότητα και την αποτελεσματικότητα στα πλαίσια της διεθνούς εξειδίκευσης, η ανταγωνιστικότητα προσφέρει παγκοσμίως τη βάση για την αύξηση των εισοδημάτων κατά μη πληθωριστικό τρόπο.

Πρέπει να δούμε την ανταγωνιστικότητα ως το κύριο μέσο αύξησης του βιοτικού επιπέδου, απασχόλησης των ανέργων και εξάλειψης της φτώχειας.(Competitiveness Advisory (Ciampi) Group. “Enhancing European Competitiveness”.Second report to the President of the Commission, the Prime Ministers and the Heads of State, December 1995)

Η ανταγωνιστικότητα είναι η ικανότητα μιας χώρας να πετύχει διατηρήσιμα υψηλούς ρυθμούς αύξησης του κατά κεφαλήν ΑΕΠ.(World Economic Forum 1996:19)

Η έννοια της ανταγωνιστικότητας περιλαμβάνει τόσο την αποδοτικότητα (επίτευξη στόχων με το μικρότερο δυνατό κόστος) όσο και την αποτελεσματικότητα (επιλογή των κατάλληλων στόχων). Αυτή η επιλογή βιομηχανικών στόχων είναι

κρίσιμη. Η ανταγωνιστικότητα περιλαμβάνει τόσο τους στόχους όσο και τα μέσα για την επίτευξή τους.(Buckley, et al. 1988)

Ανταγωνιστικότητα σημαίνει υποστήριξη της ικανότητας των επιχειρήσεων, κλάδων, περιφερειών, χωρών ή διακρατικών περιοχών να δημιουργούν σχετικά υψηλά επίπεδα εισοδήματος και απασχόλησης των συντελεστών τους, ενώ παραμένουν εκτεθειμένες στο διεθνή ανταγωνισμό.(OECD 1996).

Η ανταγωνιστικότητα αναφέρεται στην ικανότητα μιας χώρας να πετύχει τους βασικούς στόχους της οικονομικής της πολιτικής,ιδιαίτερα την αύξηση του εισοδήματος και της απασχόλησης, χωρίς να αντιμετωπίσει προβλήματα στο ισοζύγιο πληρωμών της.(Fagerberg 1996: 355)

Η ικανότητά μας να προσφέρουμε αγαθά και υπηρεσίες που πληρούν τα κριτήρια του διεθνούς ανταγωνισμού ενώ οι πολίτες μας απολαμβάνουν ένα βιοτικό επίπεδο που αυξάνεται και είναι διατηρήσιμο.(Tyson 1992)

Μια χώρα θεωρείται ανταγωνιστική αν πουλάει αρκετά προϊόντα και υπηρεσίες, με εισοδήματα για τους συντελεστές συμβατά με τις προσδοκίες και βλέψεις (τρέχουσες και συνεχώς μεταβαλλόμενες) της χώρας, υπό συνθήκες (μακρο-οικονομικές και κοινωνικές) που κρίνονται ως ικανοποιητικές από τους πολίτες.(Aiginger 1996: 141)

Ανταγωνιστικότητα είναι η ικανότητα μιας χώρας ή περιοχής να δημιουργεί ευημερία.

1.5.Πώς Ορίζεται η Καινοτομία και ποιες μορφές έχει-- Τι σημαίνει -- Γιατί έχει τόση σημασία ;

Καινοτομία είναι η αλλαγή , είναι η διαδικασία μετατροπής μιας νέας ιδέας σε προϊόν η υπηρεσία που θα διατεθεί στην αγορά η σε ανάπτυξη νέων η βελτιωμένων διαδικασιών .Είναι εκείνο το δυναμικό στοιχείο που διασφαλίζει την υπέρβαση υφιστάμενων προβλημάτων με καινούργια μέσα ή νέους τρόπους αφενός και αφετέρου συμβάλλει στο να προλαμβάνονται οι γοργές εξελίξεις σε κάθε χώρο ενδιαφέροντος.

Οι μορφές καινοτομίας μπορούν να διακριθούν με βάση το πεδίο εφαρμογής της η την έκταση της. Με βάση το πεδίο εφαρμογής της , η καινοτομία διακρίνεται σε καινοτομία προϊόντος (η υπηρεσίας) που αφορά σε νέα ή βελτιωμένα προϊόντα (ή υπηρεσίες) και σε διαχειριστική καινοτομία που αφορά νέες ή βελτιωμένες

διαδικασίες της επιχείρησης . Με βάση την έκταση της , η καινοτομία μπορεί να είναι οριακή , η οποία αφορά στην βελτίωση των τεχνικών και λειτουργικών χαρακτηριστικών των υπαρχόντων προϊόντων (ή υπηρεσιών) ή διαδικασιών , ή ριζική που αφορά σε νέα τεχνικά και λειτουργικά χαρακτηριστικά των προϊόντων (ή υπηρεσιών) ή σε νέες διαδικασίες ,για την επίτευξη των οποίων απαιτείται νέα γνώση .Συνεπώς, η καινοτομία δεν συνεπάγεται απαραίτητα ριζικές αλλαγές και είναι εφικτή για όλες τις επιχειρήσεις .(καινοτόμος επιχειρηματικότητα – εθνικό παρατηρητήριο του EOMMEX για της ΜΜΕς).

Για να καινοτομήσει μια επιχείρηση δεν πρέπει απαραίτητα να έχει προβεί σε κάποια εφεύρεση. Η καινοτομία μπορεί να αφορά σε μία μικρή βελτίωση του προϊόντος/υπηρεσίας της ή σε μια υπάρχουσα διαδικασία της . Επιπλέον , η εφεύρεση δε συνεπάγεται αυτομάτως και καινοτομία , καθώς η καινοτομία εμπεριέχει την εφαρμογή της νέας ιδέας ή την οικονομική αξιοποίηση της

Επίσης , η καινοτομία λανθασμένα ταυτίζεται με την τεχνολογία ,διότι δεν συνδέεται απαραίτητα με κάποιο τεχνολογικό επίτευγμα .Η τεχνολογία μπορεί , απλώς ,να χρησιμοποιείται ως εργαλείο για να μετατραπεί μια νέα ιδέα σε προϊόν/υπηρεσία ή σε μια νέα ή βελτιωμένη διαδικασία (Πιπεροπουλος Π.Γ.(2007)Επιχειρηματικότητα , Καινοτομία και Business Cluster, Θεσσαλονίκη: Πανεπιστήμιο Μακεδονίας).

- Την καινοτομία - είτε αφορά παραγόμενο προϊόν είτε αφορά παρεχόμενες υπηρεσίες- μπορούμε να την προσδιορίσουμε στην οικονομική και παραγωγική διαδικασία σε τρία βασικά επίπεδα (www.ebeh.gr):

- Σε επίπεδο μέσων παραγωγής
- Σε επίπεδο διάρθρωσης παραγωγής
- Σε επίπεδο διοίκησης μιας οικονομικής μονάδας

Για μια επιχείρηση, η καινοτομία αποκτά ιδιαίτερα βαρύνουσα σημασία.Αποτελεί γι' αυτήν το συστατικό στοιχείο της επιβίωσης και "εμπορικής επιτυχίας" σε ένα ανταγωνιστικό διεθνές περιβάλλον.

Γι' αυτό και είναι απαραίτητη.

- Η ανταγωνιστικότητα του παραγόμενου προϊόντος και των παρεχόμενων υπηρεσιών
- Ισχυροποίηση της θέσης μιας επιχείρησης.

- Δυνατότητα να προλαμβάνει τις τεχνολογικές εξελίξεις και να προσαρμόζεται σε αυτές
- Μακροχρόνια μείωση του κόστους παραγωγής.
- Εξοικονόμηση καταναλισκόμενου κεφαλαίου και ορθότερη διαχείριση των μέσων παραγωγής
- Μείωση του εναλλακτικού κόστους.
- Ανάπτυξη συνεργασιών με άλλες επιχειρήσεις εξίσου ανταγωνιστικές

1.5.1 Αρχές της θεωρίας για την Καινοτομία

Η έκφραση “οικονομία έντασης γνώσης” δημιουργήθηκε για να περιγράψει την τάση των προηγμένων οικονομιών να εξαρτώνται όλο και περισσότερο από τη γνώση, την πληροφορία και τις δεξιότητες υψηλού επιπέδου, καθώς και την αυξανόμενη ανάγκη τους για άμεση πρόσβαση σε όλα τα παραπάνω. Μία σημαντική έρευνα του ΟΟΣΑ(ΟΟΣΑ (1996), **The OECD Jobs Strategy – Technology, Productivity and Job Creation, Volume 1, Paris**) επεσήμανε τη σπουδαιότητα αυτών των τάσεων για τη χάραξη πολιτικής:

“Σήμερα, η γνώση, σε όλες τις μορφές της, κατέχει εξέχοντα ρόλο στην οικονομική διαδικασία. Έθνη που αναπτύσσουν και διαχειρίζονται αποτελεσματικά τα γνωστικά τους εφόδια παρουσιάζουν καλύτερες επιδόσεις. Επιχειρήσεις με μεγαλύτερο εύρος γνώσεων παρουσιάζουν συστηματικά καλύτερη απόδοση από εκείνες με μικρότερο εύρος γνώσεων. Άτομα με περισσότερες γνώσεις έχουν μεγαλύτερες αποδοχές. Ο στρατηγικός αυτός ρόλος της γνώσης στηρίζει τις αυξανόμενες επενδύσεις για την Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη, την εκπαίδευση και την κατάρτιση, και για άλλες άυλες επενδύσεις – οι οποίες, τις τελευταίες δεκαετίες, έχουν αναπτυχθεί στις περισσότερες χώρες με ταχύτερο ρυθμό από τις υλικές. Το πλαίσιο χάραξης πολιτικής θα έπρεπε επομένως να εστιάζει στις δυνατότητες που έχουν οι οικονομίες για καινοτομία και για παραγωγή και αξιοποίηση της γνώσης. Δεδομένου ότι η τεχνολογική αλλαγή προκύπτει από καινοτομικές δραστηριότητες, συμπεριλαμβανομένων και των άυλων επενδύσεων, όπως η ΕΤΑ, και δίνει ευκαιρίες για περαιτέρω επενδύσεις στην παραγωγική ικανότητα, δημιουργεί μακροπρόθεσμα θέσεις εργασίας και αύξηση εσόδων. Μία λοιπόν από τις βασικές υποχρεώσεις των κυβερνήσεων είναι να δημιουργήσουν τις συνθήκες που θα παροτρύνουν τις επιχειρήσεις να ασχοληθούν με τις επενδύσεις και

τις καινοτομικές δραστηριότητες που απαιτούνται για τη διεύρυνση των τεχνολογικών αλλαγών.”

Στην οικονομία εντάσεως γνώσης η καινοτομία κατέχει εξέχουσα θέση, μέχρι πρόσφατα όμως, οι πολύπλοκες διαδικασίες της καινοτομίας δεν είχαν γίνει επαρκώς κατανοητές. Εδώ και μερικά χρόνια όμως, έχει επιτευχθεί μεγαλύτερος βαθμός κατανόησης, κυρίως χάρη στις σχετικές έρευνες. Έτσι, επιβεβαιώνεται στο μακρο-επίπεδο ότι η καινοτομία αποτελεί κυρίαρχο παράγοντα για την εθνική οικονομική ανάπτυξη και για τα διεθνή εμπορικά πρότυπα, ενώ στο μικρο-επίπεδο (μέσα στις επιχειρήσεις), η ΕΤΑ θεωρείται στοιχείο που αυξάνει την ικανότητα των επιχειρήσεων να απορροφήσουν και να αξιοποιήσουν κάθε είδος νέας γνώσης, και όχι μόνο την τεχνολογική.

Σύμφωνα με την Πράσινη Βίβλο για την Καινοτομία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής: “Η καινοτομία επιχειρήσεων διαθέτει ένα σύνολο χαρακτηριστικών τα οποία μπορούμε να εντάξουμε σε δύο βασικές κατηγορίες δεξιοτήτων: **στρατηγικές δεξιότητες:** μακροπρόθεσμη αντίληψη, ικανότητα αναγνώρισης ή και πρόβλεψης των τάσεων της αγοράς, επιθυμία και ικανότητα για τη συλλογή, επεξεργασία και αφομοίωση των πληροφοριών σε σχέση με την τεχνολογία και την οικονομία **οργανωτικές δεξιότητες:** ανάληψη και διαχείριση επιχειρηματικού κινδύνου, εσωτερική συνεργασία (μεταξύ των τμημάτων της επιχείρησης), εξωτερική συνεργασία (με δημόσιους ερευνητικούς φορείς, εταιρίες συμβούλων, πελάτες και προμηθευτές), εμπλοκή ολόκληρης της επιχείρησης στις διαδικασίες αλλαγής, επένδυση σε ανθρώπινους πόρους”

Η καινοτομία βρίσκεται στο επίκεντρο της οικονομικής αλλαγής. Σύμφωνα με τον Schumpeter, οι “ριζικές” καινοτομίες διαμορφώνουν μεγάλες διεθνείς αλλαγές, ενώ οι “βαθμιαίες” καινοτομίες επηρεάζουν συνεχώς τη διαδικασία της αλλαγής. Ο Schumpeter προτείνει έναν κατάλογο των διαφόρων ειδών καινοτομίας (Schumpeter, J. (1934), *The Theory of Economic Development*, Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts) εισαγωγή ενός νέου προϊόντος ή ποιοτική αλλαγή ενός ήδη υπάρχοντος διαδικασίας καινοτομίας που αποτελεί νεωτερισμό για ένα βιομηχανικό κλάδο άνοιγμα μιας νέας αγοράς ανάπτυξη νέων πηγών προμήθειας πρώτων υλών ή άλλων εισροών αλλαγές στην οργάνωση της βιομηχανίας Είναι σημαντικό να ξέρουμε γιατί συμβαίνουν τεχνολογικές αλλαγές και γιατί καινοτομούν οι επιχειρήσεις. Η απάντηση που προτείνει ο Schumpeter είναι ότι οι επιχειρήσεις αναζητούν προσόδους. Ένα νέο τεχνολογικό εργαλείο

αποτελεί πηγή πλεονεκτημάτων για αυτόν που καινοτομεί. Στην περίπτωση των καινοτομιών στις διαδικασίες, που επιφέρουν βελτίωση της παραγωγικότητας, η επιχείρηση αποκτά ένα πλεονέκτημα από πλευράς κόστους σε σχέση με τους ανταγωνιστές της. Αυτό της επιτρέπει να διευρύνει το μερίδιό της στην αγορά και να αναζητήσει νέα οικονομικά οφέλη, είτε αυξάνοντας το περιθώριο κέρδους της, είτε (ανάλογα με την ελαστικότητα ζήτησης) συνδυάζοντας χαμηλότερες τιμές και μεγαλύτερο περιθώριο κέρδους σε σχέση με τους ανταγωνιστές. Στην περίπτωση της καινοτομίας προϊόντων, η επιχείρηση έρχεται σε μονοπωλιακή θέση, είτε κατοχυρώνοντας ένα δίπλωμα ευρεσιτεχνίας (νόμιμο μονοπώλιο), είτε κερδίζοντας το χρόνο που περνάει μέχρι να την μιμηθούν οι ανταγωνιστές της. Αυτή η μονοπωλιακή θέση επιτρέπει στην επιχείρηση να ορίσει υψηλότερες τιμές από ό,τι σε μία ανταγωνιστική αγορά, και επομένως να αποκομίσει επιπλέον κέρδη.

Άλλες σχετικές εργασίες έχουν τονίσει τη σπουδαιότητα της ανταγωνιστικής τοποθέτησης: οι επιχειρήσεις καινοτομούν τόσο για να υποστηρίξουν την ανταγωνιστικότητά τους, όσο και για να αναζητήσουν ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα.

Μία επιχείρηση μπορεί να καινοτομήσει άλλοτε “από αντίδραση”, δηλαδή με σκοπό να αποτρέψει τον περιορισμό της αγοράς της από έναν καινοτόμο ανταγωνιστή, και άλλοτε “προληπτικά”, δηλαδή με σκοπό να κερδίσει μία στρατηγική θέση στην αγορά σε σχέση με τους ανταγωνιστές της – για παράδειγμα αναπτύσσοντας και προσπαθώντας στη συνέχεια να επιβάλλει προϊόντα με υψηλότερες τεχνικές προδιαγραφές. Η τεχνολογική αλλαγή δεν είναι ομαλή διαδικασία. Οι εκάστοτε νέες τεχνολογίες ανταγωνίζονται τις υπάρχουσες και σε πολλές περιπτώσεις τις αντικαθιστούν. Πρόκειται για τις διαδικασίες τεχνολογικής διάχυσης, που συχνά αποδεικνύονται χρονοβόρες και συνήθως περιλαμβάνουν βαθμιαία βελτίωση, τόσο της νέας, όσο και της καθιερωμένης τεχνολογίας. Οι διαδικασίες αυτές επιφέρουν ένα είδος αναστάτωσης, όπου επιχειρήσεις με μειωμένη ικανότητα προσαρμογής αντικαθίστανται από νεότερες, ενώ παράλληλα γίνεται ανακατανομή των πόρων (συμπεριλαμβανομένης της εργασίας), μεταξύ τομέων και μεταξύ επιχειρήσεων. Για να χρησιμοποιήσουμε τη διατύπωση του Schumpeter, τεχνολογική αλλαγή μπορεί να σημαίνει και “δημιουργική καταστροφή”. Η τεχνολογική αλλαγή μπορεί άλλωστε να εμπεριέχει αμοιβαία πλεονεκτήματα και (αλληλο)υποστήριξη μεταξύ ανταγωνιστών ή μεταξύ προμηθευτών, παραγωγών και καταναλωτών.

Η τεχνολογική καινοτομία προϊόντων και διαδικασιών (ΤΚΠΔ) περιλαμβάνει υλοποιημένα τεχνολογικά νέα προϊόντα και διαδικασίες, καθώς και σημαντικές τεχνολογικές βελτιώσεις προϊόντων και διαδικασιών. Μια ΤΚΠΔ θεωρείται υλοποιημένη εφόσον έχει γίνει εισαγωγή της στην αγορά (όταν πρόκειται για καινοτομία προϊόντος) ή εφόσον χρησιμοποιείται στο πλαίσιο μιας διαδικασίας παραγωγής (όταν πρόκειται για καινοτομία διαδικασίας). Οι ΤΚΠΔ εμπεριέχουν μια σειρά από επιστημονικές, τεχνολογικές, οργανωτικές, οικονομικές και εμπορικές δραστηριότητες. Επιχείρηση τεχνολογικής καινοτομίας προϊόντων ή διαδικασιών είναι αυτή που έχει υλοποιήσει τεχνολογικά σημαντικά βελτιωμένα προϊόντα ή διαδικασίες. Το κριτήριο είναι ότι το προϊόν ή η διαδικασία πρέπει να είναι «καινούργιο (ή σημαντικά βελτιωμένο) για την επιχείρηση» αλλά όχι απαραίτητα «καινούργιο στον κόσμο». **(ΜΕΛΕΤΕΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΕ ΣΥΓΚΕΚΡΙΜΕΝΟΥΣ ΚΛΑΔΟΥΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ)**

1.5.2 Ποια βήματα περιλαμβάνει η καινοτομική διαδικασία .

Η καινοτομική διαδικασία αποτελείται από τέσσερα βήματα : τη γένεση τις καινοτόμου ιδέας , την αξιολόγηση της ιδέας , το σχεδιασμό της καινοτομίας και τέλος , την εφαρμογή της καινοτομίας .

Γένεση τις καινοτόμου ιδέας : Η επιχείρηση πρέπει να ενισχύσει την δημιουργικότητα της . Για να το επιτύχει αυτό , πρέπει να καταπολέμηση τον φόβο για την αποτυχία , να έχει ανοιχτό πνεύμα απέναντι στον πειραματισμό και να παραχωρήσει ελευθέρια έκφρασης στους εργαζομένους . Παράλληλα πρέπει να αναζητήσει νέες ιδέες από διάφορες πηγές , όπως οι πελάτες της , και να χρησιμοποιήσει διάφορους μεθόδους με κοινό χαρακτηριστικό το σχηματισμό ομάδων και την ελεύθερη ανταλλαγή απόψεων .

Αξιολόγηση της ιδέας : Η επιχείρηση καλείται να κρίνει εάν η ιδέα είναι ρεαλιστική και συμφέρουσα . Προκειμένου να αξιολογήσει η επιχείρηση το ένα έχει τους κατάλληλους πόρους και της ικανότητες , ώστε να υλοποιήσει μια ιδέα , μπορεί να χρησιμοποιήσει των διαγνωστικό οδηγό καινοτομίας , ο οποίος περιλαμβάνει ερωτήσεις σχετικά με το κατά πόσο η επιχείρηση είναι σε θέση να υποστηρίξει την υλοποίηση της ιδέας , καθώς επίσης να προχωρήσει στην ανάλυση των δυνατών και αδύνατων σημείων της και των ευκαιριών και απειλών του επιχειρηματικού της περιβάλλοντος . Αφού η επιχείρηση κρίνει ότι έχει ή ότι μπορεί να εξεύρει τους

απαραίτητους πόρους για να πραγματοποιήσει την καινοτομία , πρέπει να αξιολογήσει το οικονομικό όφελος που θα προκύψει από αυτήν. Για την αξιολόγηση της αποδοτικότητας της καινοτόμου ιδέας , η επιχείρηση μπορεί να χρησιμοποιήσει τον πίνακα αξιολόγησης της καινοτομίας με τον οποίο βαθμολογεί τις διάφορες διαστάσεις της ιδέας .

Σχεδιασμός της καινοτομίας : Αφού η επιχείρηση κρίνει στο προηγούμενο στάδιο ότι η ιδέα είναι ρεαλιστική και συμφέρουσα , προχωράει στον σχεδιασμό του εγχειρήματος . Θα πρέπει ,συνεπώς, να καθορίσει της απαραίτητες ενέργειες προκειμένου η ιδέα να γίνει πράξη , να εκτιμήσει το χρόνο που απαιτείτε για κάθε ενέργεια , και στην συνέχεια να καταναίμει τις ενέργειες στα μέλη της ομάδας εργασίας .Για να έχει σαφή εποπτεία του χρονοπρογραμματισμού της , η επιχείρηση μπορεί να απεικονίσει γραφικά τις διαφορές ενέργειες χρησιμοποιώντας γραφήματα και διαγράμματα με την αλληλουχία των απαιτούμενων βημάτων

Εφαρμογή της καινοτομίας: Τέλος , η επιχείρηση πρέπει να προβεί στην εφαρμογή της καινοτομίας , αποτυπώνοντας την καινοτόμο ιδέα σε κείμενο , αναθέτοντας τη συνολική επίβλεψη της σε ένα συγκεκριμένο άτομο και ελέγχοντας την πρόοδο των εργασιών κατά τακτά χρονικά διαστήματα . Επίσης , η επιχείρηση θα πρέπει να αποφασίσει κατά πόσο θα προχωρήσει στην υλοποίηση της καινοτομίας εσωτερικά ή σε ανάθεση της ανάπτυξης της καινοτομίας σε τρίτους . Γενικός κανόνας για την απόφαση αυτή είναι ότι η ανάπτυξη της καινοτομίας είναι προτιμότερο να γίνεται εσωτερικά , όταν είναι άμεσα συνδεδεμένη με την κύρια δραστηριότητα της επιχείρησης .

1.5.3 Ποιους παράγοντες πρέπει να προσέξει μια επιχείρηση προκειμένου να αυξήσει την καινοτομικότητα της .

Η επιχείρηση , προκειμένου να αυξήσει την καινοτομικότητα της , πρέπει να δώσει έμφαση σε ένα πλήθος παραγόντων : το επιχειρησιακό κλίμα , την οργανωσιακή κουλτούρα , τις οργανωτικές δομές , το διανοητικό κεφάλαιο , και την έρευνα και ανάπτυξη .

- Το επιχειρησιακό κλίμα : Ευθύνεται σημαντικά για την ενθάρρυνση η την αποθάρρυνση των καινοτομιών και για αυτό το λόγω , η επιχείρηση πρέπει να προάγει χαρακτηριστικά ,όπως η ανοιχτή επικοινωνία και συνεργασία , τα συστήματα αναγνώρισης και

- Οργανωσιακή κουλτούρα : Καθορίζει τον τρόπο με τον οποίο οι εργαζόμενοι σε μια επιχείρηση σκέφτονται , αισθάνονται και ενεργούν . Έτσι , η επιχείρηση θα πρέπει να διαπνέεται από πειραματισμού και διερεύνησης , αποδοχής της πιθανότητας κάποιων αποτυχιών , ενθάρρυνσης των εργαζομένων σχετικά με την λήψη πρωτοβουλιών και συνεργασίας μεταξύ των εργαζομένων και των διάφορων τμημάτων της επιχείρησης .
- Οργανωτική δομή : Η οργανωτική δομή της επιχείρησης που στηρίζεται σε λιγότερο ιεραρχικές δομές ευνοεί την καινοτόμο επιχειρηματικότητα . Έτσι , η επιχείρηση καλείται να διαμορφώσει την δομή της αφήνοντας ανοιχτά τα κανάλια επικοινωνίας της και δίνοντας έμφαση στο αποτέλεσμα των ενεργειών της και όχι σε τυπικές διαδικασίες .
- Διανοητικό κεφάλαιο : Η επιχείρηση καλείται να ενισχύσει και να αξιοποιήσει το διανοητικό της κεφαλαίο με τον συνδυασμό των κατάλληλων ανθρώπινων και οργανωσιακών πόρων , των δραστηριοτήτων και των σχέσεων της επιχείρησης με άλλες επιχειρήσεις και οργανισμούς .
- Έρευνα και Ανάπτυξη (E&A) : Οι ενέργειες E&A καταλήγουν στη δημιουργία νέων ή βελτιωμένων προϊόντων (ή υπηρεσιών) ή διαδικασιών .Μια επιχείρηση μπορεί να διατηρήσει ξεχωριστό τμήμα E&A ή να πραγματοποιήσει « ανοιχτή καινοτομία » διευρύνοντας τα στενά επιχειρησιακά της σύνορα και δίνοντας έμφαση στις προτάσεις των πελατών της .

1.5.4 Πως η επιχείρηση προάγει τον καινοτόμο χαρακτήρα της

Η « ανοιχτή καινοτομία» και οι ενέργειες της καινοτομικής διαδικασίας μπορούν να ευνοηθούν από την εξωστρέφεια της επιχείρησης . Οι συνεργασίες της επιχείρησης με άλλες επιχειρήσεις (ανταγωνιστές , πελάτες , προμηθευτές) , με ερευνητικά κέντρα/ πανεπιστήμια , καθώς και η συμμετοχή της σε συστάδες

επιχειρήσεων (clusters) προσφέρουν πληροφόρηση και πόρους για τη γένεση και την αξιολόγηση των καινοτόμων ιδεών , καθώς και για την ανάπτυξη του καινοτόμου εγχειρήματος .

1.5.5.Εμπόδια στην υιοθέτηση και ανάπτυξη καινοτομίας από της Ελληνικές ΜΜΕ :

- Έλλειψη διασύνδεσης παραγωγής με την έρευνα, ανεπάρκεια ενσωμάτωσης καινοτομικών εφαρμογών που μπορεί να προτείνονται ή να αναπτύσσονται από ερευνητικά κέντρα
- Υψηλό κόστος έρευνας, διάχυσης και κατ' αρχήν εφαρμογής μιας καινοτομικής ιδέας.

Είναι επίσης σημαντικό να αναφέρουμε ότι οι καινοτομικές επιδόσεις της Ελλάδας υπολείπονται των χώρων της Ευρωπαϊκής Ένωσης λόγω ενός πλήθους εξωεπιχειρησιακών και ενδοεπιχειρησιακών παραγόντων .Η χαμηλή κατάταξη της Ελλάδας στην καινοτομία οφείλεται σε ένα πλήθος εμποδίων που συναντούν οι ΜΜΕ . Τα εμπόδια που προκύπτουν από το εξωτερικό επιχειρηματικό περιβάλλοντος είναι τα εξής:

- Το ασταθές θεσμικό πλαίσιο : Το ασταθές θεσμικό πλαίσιο δυσχεραίνει την επιχειρηματική δραστηριότητα και των σχεδιασμό μακροχρονίων στρατηγικών από τις ΜΜΕ .
- Τα υψηλά γραφειοκρατικά κόστη :Οι χρονοβόρες γραφειοκρατικές διαδικασίες αποτελούν ανασταλτικό παράγοντα για πολλούς επιχειρηματίες να αναπτύξουν τη δημιουργικότητα τους .
- Η αναποτελεσματική στοχεύσει των δαπανών σε έρευνα και τεχνολογία : Οι προσπάθειες της χώρας να ανάπτυξη την έρευνα και τεχνολογία θα πρέπει να στραφούν και στην βελτίωση της κατανομής των δαπανών
- Ελλιπής ενημέρωση για χρηματοδοτικές πηγές :Πολλές ΜΜΕ δεν γνωρίζουν τις χρηματοδοτικές πηγές (π .χ επιδοτήσεις) από τις οποίες μπορούν να αντλήσουν κεφάλαιο για να χρηματοδοτήσουν τις καινοτομικές τους προσπάθειες .
- Η έλλειψη κουλτούρας καινοτόμου επιχειρηματικότητας: Οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στο φόβο που έχουν οι ΜΜΕ για την καινοτομία ,

καθώς την έχουν συνδέσει με τις μεγάλες επιχειρήσεις , υψηλό ρίσκο , και ριζικές μορφές καινοτομίας .

Ενώ τα εμπόδια που σχετίζονται με τα χαρακτηριστικά των ελληνικών επιχειρήσεων είναι η παραδοσιακή δομή και το μικρό μέγεθος , η εσωστρέφεια και ο φόβος για την αποτυχία.

Η αντιμετώπιση των εμποδίων αυτών απαιτεί μια συνολική προσπάθεια των φορέων διαμόρφωσης πολιτικής και των επιχειρήσεων . Όμως ,κάθε επιχείρηση ξεχωριστά μπορεί να αντιμετωπίσει τα παραπάνω προβλήματα μεθοδεύοντας κατάλληλα τις καινοτομικές προσπάθειες. (Πιπεροπουλος Π.Γ.(2007)Επιχειρηματικότητα , Καινοτομία και Business Cluster, Θεσσαλονίκη: Πανεπιστήμιο Μακεδονίας)

Τα Περιφερειακά Συστήματα Καινοτομίας

Με τον όρο "**Περιφερειακό σύστημα Καινοτομίας**" εννοούμε εκείνο το σύνολο των φορέων μιας περιοχής αποτελούν τον παραγωγικό και συνδετικό ιστό της οικονομικής και κοινωνικής της ζωής.

- φορείς έρευνας και προσφοράς τεχνολογίας-τεχνογνωσίας
- φορείς κατάρτισης
- φορείς που αναλαμβάνουν να μεσολαβήσουν ανάμεσα στην επιχείρηση και στην έρευνα, υποστηρίζοντας τις προσπάθειες των πρώτων
- οι επιχειρήσεις οι ίδιες

1.5.6 Η καινοτομία ως ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των επιχειρήσεων

«Ο ρόλος της καινοτομίας για την ανάπτυξη έχει ενδυναμωθεί από την πρόοδο στις νέες τεχνολογίες και την μεγαλύτερη επικέντρωση στη δημιουργία και χρήση της γνώσης ...» (Πηγή : OECD(2007))

Δεδομένων των χαρακτηριστικών του σύγχρονου οικονομικού περιβάλλοντος , όπως το άνοιγμα των αγορών , τη διεύρυνση των συναλλαγών και την ανάπτυξη της τεχνολογίας , η καινοτομία προσφέρει ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις επιχειρήσεις , καθώς :

- Συμβάλει στην προσαρμοστικότητα τους στο μεταβαλλόμενο επιχειρηματικό περιβάλλον .

- Αυξάνει την παραγωγικότητα τους .
- Αυξάνει την κερδοφορία τους .
- Αυξάνει την ευελιξία της παραγωγικής διαδικασίας
- Αυξάνει την ποιότητα των προσφερόμενων προϊόντων/υπηρεσιών .
- Συμβάλει στην αύξηση της ικανότητας των πελατών .
- Συμβάλει στην διατήρηση ή αύξηση του μεριδίου αγοράς και
- Μπορεί να δημιουργεί νέες αγορές

Τα οφέλη που μπορεί να προσφέρει η καινοτομική δραστηριότητα για την ανάπτυξη μιας επιχείρησης απεικονίζονται στον παρακάτω πίνακα :

Πίνακας 1: Lalizas Hellas A.E
Από την κατασκευή ενός σωσίβιου σε Όμιλο Εταιρειών
<p>Ο όμιλος Lalizas ξεκίνησε ως μία μικρή οικογενειακή βιοτεχνία σωστικών ειδών το 1982 με πρώτο προϊόν ένα σωσίβιο αγωνιστικής ιστιοπλοΐας. Η ιδέα για την ίδρυση της επιχείρησης γεννήθηκε το 1978 , όταν ο ιδρυτής της επιχείρησης , Σταυρός Λαλίζας συμμετείχε στην εθνική ομάδα ιστιοπλοΐας. Την περίοδο εκείνη , η αγορά των προϊόντων ναυσιπλοΐας ήταν ανεπαρκείς , με αποτέλεσμα ο κ.Λαλίζας να ράψει ο ίδιος ένα σωσίβιο για τον εαυτό του . Οι συναθλητές του εντυπωσιάστηκαν με το αποτέλεσμα και ζήτησαν να τους πουλήσει τα πρώτα 10 σωσίβια που κατασκεύασε .Αρχικά κατασκεύαζε τα σωσίβια στο σπίτι του στον Πειραιά με βοηθό την μητέρα του και έχοντας στην κατοχή του μια ραπτομηχανή , ενώ σταδιακά άρχισε να κατασκευάζει και παρεμφερή αντικείμενα</p> <p>Το 1985 η οικογενειακή επιχείρηση ναυταθλητικών ειδών μεταφέρθηκε στο Μοσχάτο, έχοντας πλέον 15 υπαλλήλους και παράγοντας 150 κωδικούς προϊόντων .Στη συνέχεια , δίνοντας έμφαση στην δημιουργικότητα , την έρευνα και ανάπτυξη την αποτελεσματική επικοινωνία μεταξύ των εργαζομένων και την αποτελεσματική δικτύωση της , η επιχείρηση εξελίχθηκε σε ένα διεθνή όμιλο εταιρειών με θυγατρικές εταιρείες σε 15 χώρες και εμπορική παρουσία σε περισσότερες από 80 χώρες .</p>

1.5.7 Πώς εμπλέκεται η Περιφέρεια σε αυτή τη διαδικασία

Στη Θεσσαλία εφαρμόζεται πιλοτικά ένα πρόγραμμα σχεδιασμού και χάραξης στρατηγικής που αποβλέπει στην καινοτόμο ανάπτυξη.

Στη δική μας Περιφέρεια και σε 19 άλλων Ευρωπαϊκών χωρών, γίνεται μια διερεύνηση όχι μόνου του υφιστάμενου τεχνολογικού και καινοτομικού επιπέδου λειτουργίας των οικονομικών μονάδων, αλλά επιπλέον επεξεργάζεται και μια μακρόπνοη στρατηγική περιφερειακής ανάπτυξης. Μια τέτοια προοπτική συνάδει τόσο με τις εξελίξεις στον Ευρωπαϊκό χώρο, όσο και με τις διεθνείς τάσεις και μεταβολές.

Η Περιφέρεια αναλαμβάνει την ευθύνη και προνοεί για το σύνολο των οικονομικών μονάδων και του περιφερειακού συστήματος, ώστε να υπάρξει η κατάλληλη προετοιμασία αναφορικά με τις μελλοντικές εξελίξεις αλλά και την ανταγωνιστική θέση της περιοχής μας. (www.ebeh.gr)

Πώς ανταποκρίνονται σε αυτό το πλαίσιο οι επιχειρήσεις

Οι επιχειρήσεις καταφεύγουν σε εξωτερικές πηγές. Τι είναι το outsourcing. Οι εξωτερικές πηγές μαζί με τις επιχειρήσεις αποτελούν ένα σύστημα περιφερειακό.

Πώς αυτό το σύστημα είναι καινοτομικό.

Στο κέντρο των πολιτικών και των δράσεων του προγράμματος έχει τεθεί η ίδια η Θεσσαλική επιχείρηση.

Η ανταπόκριση των επιχειρηματιών και η προσφορά τους στην εξέλιξη του προγράμματος είναι μεγάλη.

Η προσέγγιση που ακολουθείται είναι "από κάτω προς τα επάνω" σε μια προσπάθεια να διερευνηθούν οι πραγματικές ανάγκες τους σε τεχνολογία και καινοτομικές εφαρμογές.

Επιπλέον, εξασφαλίζεται η εξεύρεση των βέλτιστων προτάσεων σε συνδυασμό με τις καινοτομικές εφαρμογές προκειμένου για την αντιμετώπιση προβλημάτων και ποικίλων θεμάτων που καθημερινά αντιμετωπίζουν. (www.ebeh.gr)

Πώς μεταφράζεται αυτό στην πράξη

Έρευνα.

- Συμμετοχή κοινωνικών φορέων και οικονομικών μονάδων σε κάθε εκδήλωση του προγράμματος, που επιπλέον διοργανώθηκαν και με τη δική τους συμμετοχή
- Οι ίδιοι οι φορείς πρότειναν στην Επιτροπή Παρακολούθησης του προγράμματος τις δικές τους ιδέες και σκέψεις, αντικατοπτρίζοντας

τις πραγματικές ανάγκες επιβίωσης και ανάπτυξης των επιχειρήσεών τους

- Η Περιφέρεια συμμετέχει σε Ευρωπαϊκό και Εθνικό Δίκτυο που υποστηρίζει και προωθεί την Καινοτομία.

Ποια ήταν τα αποτελέσματα

- Εκπόνηση μελετών σε τομείς - κλειδιά της περιφερειακής οικονομίας για την διερεύνηση των τεχνολογικών τάσεων και εξελίξεων στην Ε.Ε. και παγκοσμίως. Τα συμπεράσματα παρουσιάστηκαν σε κλαδικές ημερίδες με τη συμμετοχή επιχειρηματιών, οι οποίοι επεσήμαναν τις συμφωνίες ή αντιθέσεις τους για την περαιτέρω επεξεργασία των συμπερασμάτων.
- Με εξειδικευμένο ερωτηματολόγιο ζητήθηκε από τους Θεσσαλούς επιχειρηματίες να προσδιορίσουν το τεχνολογικό και καινοτομικό επίπεδο λειτουργίας τους. Τα προκύψαντα αποτελέσματα διανεμήθηκαν καταρχήν σε όσους επιχειρηματίες συνέβαλλαν στην ολοκλήρωση της μελέτης, προκειμένου να τα αξιολογήσουν.
- Διερευνάται επίσης το επίπεδο των υπηρεσιών που προσφέρουν οι ενδιαμέσοι φορείς και οι φορείς κατάρτισης και προσφοράς τεχνολογίας στις τοπικές επιχειρήσεις.

Πώς χρησιμοποιούνται αυτά τα αποτελέσματα

- Τα αποτελέσματα αυτά χρησιμοποιούνται προκειμένου να θέσουμε υπόψη των επιχειρήσεων και να τις φέρουμε κοντά στις πηγές.
- Ως τελικό και πολύ ουσιαστικό αποτέλεσμα θα προκύψει ένα σχέδιο στρατηγικής που θα αφορά την μελλοντική εξέλιξη των επιχειρήσεων, την αντιμετώπιση του υφιστάμενου κενού ανάμεσα στην προσφορά και ζήτηση τεχνολογικών και καινοτομικών υπηρεσιών / εφαρμογών και τελικά την ανάπτυξη της Θεσσαλίας - ιδωμένη υπό το πρίσμα του μοντέλου ανάπτυξης των σύγχρονων Ευρωπαϊκών περιφερειών.

Ποιοι θα είναι οι άξονες στρατηγικής μας για το μέλλον με βάση αυτά τα αποτελέσματα

Πρακτικά, οι άξονες στρατηγικής θα είναι οι ακόλουθοι :

- Κατάρτιση επιχειρηματιών
- Χρηματοδότηση της Καινοτομίας

- Οδηγός όλων των εξωτερικών πηγών
- Ενίσχυση επιχειρήσεων αποφοίτων
- Δικτύωση των φορέων προσφοράς τεχνολογικών και καινοτομικών υπηρεσιών - καλύτερη προβολή τους.
- Ενθάρρυνση τοπικών επιχειρήσεων για να συμμετάσχουν σε δράσεις Έρευνας και Ανάπτυξης της Ε.Ε.
- Επικεντρωμένη Πληροφόρηση - διάχυσή της στον επιχειρηματικό κόσμο
- Επέκταση και διάδοση στη χρήση της Γεωγραφικής Βάσης των Θεσσαλικών Επιχειρήσεων
- Ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας των νέων επιστημόνων
- Αγροτικός τομέας
- Web Site

Κεφάλαιο 2

2.1. Εισαγωγή

Όταν πλησιάζει το τέλος ενός αιώνα και μιας ολόκληρης χιλιετίας, συχνά ο κόσμος αισθάνεται μια αυξανόμενη ανησυχία σχετικά με το μέλλον. Πρόσφατα βιβλία όπως το Τέλος της αφθονίας και το Τέλος της εργασίας δημιουργούν μια θλίψη σχετικά με τα εισοδήματα και τις ευκαιρίες απασχόλησης στο μέλλον. Είναι γεγονός ότι σήμερα πολλές χώρες υποφέρουν από χρόνια υψηλή ανεργία, μόνιμο έλλειμμα και επιδείνωση της αγοραστικής δύναμης. Πόσο δικαιολογημένη είναι αυτή η απαισιοδοξία;

Είναι σαφές ότι οι εθνικές οικονομίες υπόκεινται σε γρήγορες και συχνά τρομακτικές μεταμορφώσεις. Δύο δυνάμεις συνοδεύουν τις δραματικές αλλαγές. Η μία είναι η παγκοσμιοποίηση, η εκρηκτική αύξηση του παγκόσμιου εμπορίου και του διεθνούς ανταγωνισμού. Σήμερα καμία χώρα δεν μπορεί να παραμείνει απομονωμένη από την παγκόσμια οικονομία. Αν κλείσει τις αγορές της στον ξένο ανταγωνισμό, οι πολίτες της θα πληρώνουν πολύ περισσότερα για κατώτερης ποιότητας αγαθά. Αν, όμως, ανοίξει τις αγορές της, θα αντιμετωπίσει έντονο ανταγωνισμό και πολλές από τις επιχειρήσεις της θα υποφέρουν.

Η άλλη δύναμη είναι η τεχνολογική μεταβολή. Η δεκαετία που διανύουμε έχει γνωρίσει σημαντικές προόδους στη διαθεσιμότητα των πληροφοριών και στην ταχύτητα των επικοινωνιών, στα νέα υλικά, στις βιογενετικές προόδους και τα φάρμακα, καθώς και στα ηλεκτρονικά θαύματα. Όσοι γνωρίζουν τα αμερικανικά καταστήματα και τους καταλόγους τους μπορούν να μας βεβαιώσουν ότι εμφανίζονται συνεχώς νέα προϊόντα. Κάποιοι ιστορικοί υποστηρίζουν ότι οι περισσότερες ιστορικές αλλαγές ξεκινούν από την τεχνολογία.

Το παράδοξο είναι ότι η παγκοσμιοποίηση και οι τεχνολογικές πρόοδοι δημιουργούν πολλές νέες ευκαιρίες παρ' όλο που απειλούν και το σημερινό καθεστώς. Η παγκοσμιοποίηση έχει δώσει τη δυνατότητα στη Volvo να πουλάει τα αυτοκίνητα της σε αγοραστές αυτοκινήτων σ' όλο τον κόσμο που είναι ευαισθητοποιημένοι σε θέματα ασφάλειας. Επίσης έδωσε τη δυνατότητα στη McDonald's να ικανοποιεί τα γούστα στο φαγητό των εφήβων όλου του κόσμου και στη Boeing να προμηθεύεται εξαρτήματα για τα αεροσκάφη τύπου 747 από παραγωγούς δώδεκα τουλάχιστον διαφορετικών χωρών. Η τεχνολογία έχει

δημιουργήσει νέες εταιρίες με περιουσία πολλών δισεκατομμυρίων δολαρίων όπως η Microsoft, η Dell Computer, η Sun Microsystems και πολλές άλλες.

Πράγματι, οι παλιές επιχειρήσεις πεθαίνουν και στη θέση τους εμφανίζονται καινούριες. Οι εταιρίες λειτουργούν σε μια δαρβινική αγορά όπου οι αρχές της φυσικής επιλογής οδηγούν στην επιβίωση των ισχυρότερων. Οι επιτυχίες στο στίβο της αγοράς πηγαίνουν στις εταιρίες εκείνες που έχουν ταιριάζει άριστα με τις τρέχουσες περιβαλλοντικές επιταγές: εκείνες που μπορούν να προσφέρουν αυτά που ο κόσμος είναι έτοιμος ν' αγοράσει. Τα άτομα, οι επιχειρήσεις, οι πόλεις και ακόμα και ολόκληρες χώρες πρέπει να ανακαλύψουν πώς μπορούν να παράγουν εμπορεύσιμη αξία δηλαδή αγαθά και υπηρεσίες τις οποίες οι άλλοι είναι πρόθυμοι να αγοράσουν.

Οι σημερινές αγορές αλλάζουν με απίστευτο ρυθμό. Εκτός από την παγκοσμιοποίηση και τις τεχνολογικές αλλαγές, παρατηρούμε μια μετακύλιση ισχύος από τους παραγωγούς προς τους γιγαντιαίους λιανοπωλητές, μια γρήγορη ανάπτυξη και αποδοχή των μαρκών καταστήματος, νέες μορφές λιανικής πώλησης, αυξανόμενη ευαισθησία του καταναλωτή για την τιμή και την αξία, ένα φθίνοντα ρόλο για το μαζικό μάρκετινγκ και τη διαφήμιση και μια ανησυχητική διάβρωση της αφοσίωσης στη μάρκα. Οι αλλαγές αυτές προκαλούν στις εταιρίες σύγχυση όσον αφορά το ποια στρατηγική να ακολουθήσουν. Οι εταιρίες για να προστατέψουν τα κέρδη τους αρχικώς αντέδρασαν με περικοπή των εξόδων τους, με επανασχεδιασμό των διαδικασιών τους και με μείωση της δύναμης πωλήσεων. Όμως ακόμα και οι εταιρίες που κατορθώνουν να μειώσουν τα έξοδα τους μπορεί να μην σταθεί δυνατό να αυξήσουν τα έσοδα τους, αν υστερούν σε όραμα μάρκετινγκ και τεχνογνωσία μάρκετινγκ.

Δυστυχώς, το κοινό γενικότερα και ακόμα και πολλοί ανώτεροι μάντζερς, δεν καταλαβαίνουν το μάρκετινγκ. Το κοινό θεωρεί ότι το μάρκετινγκ είναι η πολύ έντονη και μερικές φορές ενοχλητική χρήση (ή κατάχρηση) της διαφήμισης και της πώλησης: Ωχ! Πάλι διαφημίσεις! Νομίζουν ότι το μάρκετινγκ επιχειρεί να κάνει τους απρόθυμους αγοραστές, να αγοράσουν κάποια αγαθά που δεν επιθυμούν. Φυσικά οι εταιρίες συχνά χρειάζεται να σπρώξουν τα πλεονάζοντα αγαθά τους και αυτό μπορούν να το κάνουν με μείωση των τιμών και καταφεύγοντας σε τεχνικές πειστικής πώλησης. Όμως αυτό απέχει πολύ απ' αυτό που είναι και κάνει το μάρκετινγκ.

Πολλοί μάνατζερς νομίζουν ότι το μάρκετινγκ είναι ένα τμήμα που αποτελείται από διαφόρων ειδών στελέχη καριέρας: σχεδιαστές μάρκετινγκ, ερευνητές μάρκετινγκ, ειδικούς στις διαφημίσεις και την προώθηση πωλήσεων, προσωπικό εξυπηρέτησης πελατών, μάνατζερς νέων προϊόντων, μάνατζερς προϊόντων και μάρκας, μάνατζερς τμημάτων αγοράς και, φυσικά, πωλητές. Η δουλειά όλων αυτών μαζί είναι να αναλύουν την αγορά, να εντοπίζουν ευκαιρίες, να διαμορφώνουν στρατηγικές μάρκετινγκ, να καταστρώνουν ειδικές τακτικές και ενέργειες, να προτείνουν κάποιο προϋπολογισμό και να καθιερώνουν ένα σύνολο ελέγχων. Όμως αυτή η άποψη δεν έχει πολύ μέλλον.

Το μάρκετινγκ, επίσης, είναι υπεύθυνο για την κίνηση της υπόλοιπης εταιρίας έτσι ώστε να έχει προσανατολισμό προς το πελάτη και να υποκινείται από την αγορά. Οι πελάτες σπανίζουν. Χωρίς αυτούς η εταιρία παύει να υπάρχει. Πρέπει να καταστρωθούν σχέδια για την απόκτηση και τη διατήρηση πελατών. Και δεδομένου ότι τόσο πολλοί παράγοντες επηρεάζουν την ικανοποίηση του πελάτη, πολλοί απ' τους οποίους βρίσκονται έξω απ' τα όρια του τμήματος μάρκετινγκ -όπως είναι η αξιοπιστία όσον αφορά την παράδοση, η ευκρίνεια του τιμολογίου και οι καλοί τρόποι στις τηλεφωνικές επαφές- το μάρκετινγκ πρέπει να εργαστεί σκληρά για να διασφαλίσει ότι όλα τα άλλα τμήματα της εταιρίας ανταποκρίνονται στις προσδοκίες των πελατών και στις υποσχέσεις της με συνέπεια.

Ωστόσο το μάρκετινγκ είναι πολύ περισσότερα από ένα τμήμα πωλήσεων της εταιρίας. Το μάρκετινγκ είναι μία μεθοδική και διορατική διαδικασία για να σκέφτεται κανείς και να καταστρώνει σχέδια για αγορές. Η διαδικασία ξεκινάει με έρευνα της αγοράς ώστε να γίνει κατανοητή η δυναμική της. Ο μάρκετερ χρησιμοποιεί την έρευνα για να εντοπίζει τις ευκαιρίες, δηλαδή να βρίσκει άτομα ή ομάδες ατόμων με μη ικανοποιημένες ανάγκες ή με ένα λανθάνον ενδιαφέρον για κάποιο προϊόν ή υπηρεσία. Η διαδικασία μάρκετινγκ περιλαμβάνει τμηματοποίηση της αγοράς και επιλογή εκείνων των αγορών-στόχων τις οποίες η εταιρία μπορεί να ικανοποιήσει με ένα ανώτερο τρόπο. Η εταιρία πρέπει να διαμορφώσει μία ευρεία στρατηγική και να ορίσει ένα συγκεκριμένο μίγμα μάρκετινγκ και σχέδιο δράσης ώστε να αριστοποιήσει την μακροχρόνια απόδοση της. Η εταιρία θέτει ένα σύνολο ελέγχων έτσι ώστε να μπορεί να αξιολογεί τα αποτελέσματα και να λειτουργεί σαν ένας οργανισμός μάθησης, βελτιώνοντας συνεχώς την τεχνογνωσία μάρκετινγκ.

Η διαδικασία μάρκετινγκ δεν εφαρμόζεται μόνο σε αγαθά και υπηρεσίες. Τα πάντα μπορούν να πουληθούν, ακόμα και οι ιδέες, τα γεγονότα, οι οργανισμοί, οι

χώροι και οι προσωπικότητες. Ωστόσο, είναι σημαντικό να τονιστεί ότι το μάρκετινγκ δεν ξεκινάει τόσο πολύ με κάποιο προϊόν ή μία προσφορά, αλλά με μία έρευνα για αναζήτηση ευκαιριών στην αγορά. (Kotler P - Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ : Τόμος Α εκδόσεις EMI INTERBOOKS) .

2.2 Φιλοσοφία και Ορισμοί του μάρκετινγκ

‘Οι σύγχρονες καπιταλιστικές οικονομίες χαρακτηρίζονται σήμερα από υψηλό ρυθμό πληθωρισμού, οικονομική στασιμότητα και έλλειψη ενέργειας. Επίσης, σύγχρονα προβλήματα θεωρούνται η μόλυνση του περιβάλλοντος και η υπερκαταναλωτική κοινωνία . Η λύση στα παγκόσμια αυτά προβλήματα, επιχειρείται να δοθεί με τη βοήθεια του Μάρκετινγκ, που λειτουργεί σαν ο συνδετικός κρίκος ανάμεσα στις κοινωνικές ανάγκες και στη βιομηχανική παραγωγή’.(Τσακλαγκάνος Άγγελος (1980), ‘Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ - Ανάλυση και Έρευνα Αγοράς’, Εκδόσεις: ΑΦΟΙ Κυριακίδη, Τόμος: 1^{ος} , Θεσσαλονίκη, σελ 3.)

‘Το Μάρκετινγκ σήμερα είναι μια δημοφιλής λέξη. Δύσκολα θα βρει κανείς δημοσιεύσεις σχετικά με τις επιχειρήσεις χωρίς να αναφέρονται στο Μάρκετινγκ. Στην τελευταία εικοσαετία οι επιχειρήσεις έχουν ιδρύσει Διευθύνσεις Μάρκετινγκ και έχουν δημιουργήσει ενδιαφέρουσες θέσεις για όσους επιθυμούν να εξειδικευτούν στο Μάρκετινγκ’.(Τζωρτζάκης Κώστας (1988), ‘ Γενικές Αρχές Μάρκετινγκ’, Εκδόθηκε από τον Κ. Τζωρτζάκη στην Αθήνα, σελ28.)

Η γενική ιδέα του Μάρκετινγκ, δεν είναι παρά μία επιχειρηματική φιλοσοφία, που στοχεύει αποκλειστικά στον ολοκληρωτικό προσανατολισμό της επιχείρησης στον καταναλωτή, και κατ’ επέκταση στα αγαθά και τις υπηρεσίες που παράγει ή και προσφέρει στον καταναλωτή, με ποικίλους τρόπους. Όταν η γενική ιδέα του μάρκετινγκ, εφαρμόζεται με συνέπεια από την πρώτη κιόλας φάση της παραγωγικής διαδικασίας, εξασφαλίζεται ο ομαλός εφοδιασμός των αγαθών και υπηρεσιών που στη πορεία θα παραχθούν από την επιχείρηση, καθώς επίσης εξασφαλίζεται ο τόπος και ο χρόνος της διάθεσης τους, και κυρίως η τιμή στην οποία θα αγοραστούν τα αγαθά/ υπηρεσίες της επιχείρησης από τους καταναλωτές.

Από πολλούς επιχειρηματίες ο όρος μάρκετινγκ, δεν είναι τίποτα περισσότερο, από τη διαδικασία που ακολουθείται από τις επιχειρήσεις, προκειμένου να επιτευχθεί η διάθεση των αγαθών και υπηρεσιών τους στην αγορά,

δηλαδή στους καταναλωτές. Όμως ένας τέτοιος ορισμός παρουσιάζει σοβαρά κενά, από πλευράς εννοιολογικού περιεχομένου του Μάρκετινγκ .

Ένας πιο ακαδημαϊκός τρόπος είναι να ορίσουμε το μάρκετινγκ σαν ένα ολοκληρωμένο σύστημα επιχειρηματικών ενεργειών και δραστηριοτήτων που εφαρμόζουν με κοινωνική υπευθυνότητα οι επιχειρήσεις, προκειμένου να διαπιστώσουν τις ανάγκες ή/ και επιθυμίες της αγοράς, ώστε στη συνέχεια να προγραμματίσουν και να αναπτύξουν προϊόντα που μπορούν να τις ικανοποιήσουν όσο το δυνατό περισσότερο γίνεται, να τιμολογήσουν σωστά τα προϊόντα αυτά και τέλος να προκαλέσουν την κατάλληλη στιγμή μία έντονη ζήτηση τους, που θα διευκολύνει την απρόσκοπτη διάθεση τους στους καταναλωτές ή χρήστες, αντί κάποιου κέρδους, που μπορεί να είναι χρηματικό, υλικό ή και ιδεολογικό ακόμα’.

(Ηγουμενάκης Νίκος (1999), ‘Τουριστικό Μάρκετινγκ’, Εκδόσεις: INTERBOOKS, Αθήνα, σελ 30)

Ο J. J. Canou, Διευθυντής της ένωσης ταμειωτηρίων Γαλλίας, σε σχετική μελέτη του υποστηρίζει ότι εννοιολογικά το Μάρκετινγκ, είναι ένας όρος μάλλον ανεπιτυχής, γι’ αυτό καλύτερα είναι να λέμε όχι τι είναι το Μάρκετινγκ, αλλά τι δεν είναι. Και μ’ αυτή την έννοια γράφει: «Το Μάρκετινγκ δεν είναι μόνο η μελέτη της Αγοράς, ούτε η αναζήτηση ενός συστήματος διανομής και πιο πολύ δεν είναι μια τεχνική πωλήσεως. Το Μάρκετινγκ είναι γενικά μια προσπάθεια , για κατάκτηση της αγοράς, που βρίσκεται συνέχεια σε κίνηση, παίρνοντας υπόψη, όλα τα δεδομένα αυτής της αγοράς, (τεχνικά, νομικά, κοινωνικά, οικονομικά, ψυχολογικά κλπ).»

(Καλφιώτης Σταύρος (1978), ‘Τουριστικό Μάρκετινγκ – Βασικές Αρχές’, Εκδόσεις: Τυροβολά, Αθήνα, σελ 43)

Ένας ακόμα ορισμός του Μάρκετινγκ είναι:

‘Το μάρκετινγκ δεν είναι τίποτα περισσότερο από τον σχεδιασμό, τον ελιγμό και τη ρύθμιση μερικών βασικών παραμέτρων της επιχειρηματικής δραστηριότητας, που σχετίζονται με την εκτίμηση και μετατροπή της αγοραστικής δύναμης του καταναλωτή σε ενεργό ζήτηση, για συγκεκριμένο προϊόν ή υπηρεσία, μίας δραστηριότητας που μεταφέρει το προϊόν ή υπηρεσία στον τελικό χρήστη – καταναλωτή’.

(Βουτσά Μαρία, Επίκουρος Καθηγήτρια(2002), «Εισαγωγή στο Τουριστικό Μάρκετινγκ», Διδακτικές Σημειώσεις, Θεσσαλονίκη, σελ 19)

2.3.Περιβάλλον μάρκετινγκ

Κάθε επιχείρηση λειτουργεί μέσα σ' ένα περιβάλλον που περιέχει όχι μόνο τους υπάρχοντες και πιθανούς πελάτες και τους ανταγωνιστές της, άλλα και πολλούς άλλους παράγοντες που δεν υπόκεινται στον έλεγχό της . Οι αλλαγές στις οποίες υπόκεινται μια επιχείρηση εξαρτώνται από:

- Τις επιθυμίες των πελατών
- Τις τάσεις της μόδας
- Το ενδιαφέρον για το περιβάλλον
- Τη νομοθεσία
- Το οικονομικό κλίμα
- Τον ανταγωνισμό κα.

Έτσι λοιπόν μπορούμε να πούμε ότι οι εταιρίες γενικότερα, λειτουργούν μέσα σ' ένα περιβάλλον το οποίο συνήθων είναι σύνθετο, πολύπλοκο και συνεχώς μεταβαλλόμενο. Η γρήγορη προσαρμογή σ' αυτό είναι και το κλειδί της επιτυχίας για κάθε σύγχρονη επιχείρηση. Ο ρόλος του διοικητή Μάρκετινγκ, είναι να μελετά το περιβάλλον με σκοπό να διακρίνει πιθανούς κινδύνους και μελλοντικές ευκαιρίες, σχεδιάζοντας ακολούθως τις κατάλληλες τακτικές και στρατηγικές, για να τους αντιμετωπίσει και να τις εκμεταλλευτεί. Το περιβάλλον μάρκετινγκ διακρίνεται σε εσωτερικό και εξωτερικό.

2.3.1. Εξωτερικό περιβάλλον μάρκετινγκ

Στο εξωτερικό περιβάλλον μάρκετινγκ(PEST Analysis) , συμπεριλαμβάνονται όλες οι δυνάμεις που βρίσκονται έξω από τα όρια – πλαίσια μιας επιχείρησης. Είναι σημαντικό για μια εταιρία να εξασφαλίσει τα μέσα για άντληση της κατάλληλης πληροφόρησης και διαχείρισης των πληροφοριών από το εξωτερικό περιβάλλον για να μπορεί να διοικεί τις αλλαγές του. Αποτελεί το πρώτο πράγμα που εξετάζεται από τα στελέχη του μάρκετινγκ, όταν καταρτίζουν το Πρόγραμμα Μάρκετινγκ της εταιρίας τους. Και αναλύεται σε 2 επιμέρους κατηγορίες, το μακροπεριβάλλον, και το μικροπεριβάλλον της εταιρίας:

2.3.1.α Μακροπεριβάλλον

Περιλαμβάνει δυνάμεις του γενικότερου περιβάλλοντος της επιχείρησης που μπορούν να την επηρεάζουν, και είναι εκτός του δικού της ελέγχου, όπως για

παράδειγμα, οι δημογραφικές, οι οικονομικές, οι τεχνολογικές, οι πολιτικές, οι κοινωνικό – πολιτισμικές και οι νομικές δυνάμεις.

Ανάλυση του μακροπεριβάλλοντος της επιχείρησης

Οι επόμενοι 4 παράγοντες αποτελούν τοτέλο P.E.S.T το οποίο έχει αναφερθεί παραπάνω (Political, Economic, Social, Technology/ Πολιτικοί – Νομικοί, Οικονομική – Δημογραφική, Κοινωνικοί – Πολιτιστικοί, Τεχνολογικοί). Σε αυτούς θα προσθέσουμε τη δημογραφική και γεωγραφική διάσταση καθώς και την διάσταση του περιβάλλοντος.

Πολιτικοί – Νομικοί

Το κράτος επηρεάζει σε κάποιο βαθμό τις συνθήκες λειτουργίας των επιχειρήσεων, γιατί δημιουργεί νόμους για ένα μεγάλο αριθμό θεμάτων που αφορούν τις επιχειρήσεις, όπως π.χ έλεγχοι αμοιβών και τιμών, ίσες ευκαιρίες απασχόλησης, ατμοσφαιρική ρύπανση, μονοπώλια, προσλήψεις και προαγωγές, φορολόγια, είδικα κίνητρα και κανονισμοί εξωτερικού εμπορίου.

Οικονομική

Η οικονομική κατάσταση της χώρας, τόσο στο παρόν όσο και στο μέλλον επηρεάζουν την προοπτική και στρατηγική της επιχείρησης. Παράγοντες που είναι ενδεικτικοί της κατάστασης είναι:

- Η φάση του οικονομικού κύκλου
- Οι πληθωριστικές και αντιπληθωριστικές τάσεις στις τιμές των προϊόντων και υπηρεσιών.
- Οι νομισματικές πολιτικές, επιτόκια καθώς και υποτίμηση / ανατίμηση.
- Το ισοζύγιο πληρωμών.
- Επίπεδο ανεργίας.
- Διεθνείς οικονομικές σχέσεις.

Κοινωνικοί – Πολιτιστικοί

Οι Κοινωνικοί – Πολιτιστικοί παράγοντες περιλαμβάνουν τις αξίες και διαθέσεις (συμπεριφορά) των καταναλωτών και εργαζομένων μιας επιχείρησης. Πιο συγκεκριμένα το Κοινωνικό – Πολιτιστικό περιβάλλον επηρεάζεται από: τις αλλαγές στον τρόπο ζωής, καριέρα, δραστηριοποίηση των καταναλωτών, ρυθμός αύξησης του πληθυσμού, κατανομή του πληθυσμού κατά ηλικία, μετακίνηση του πληθυσμού, ρυθμός γεννήσεων, εκτιμωμένη μέση διάρκεια ζωής.

Τεχνολογικοί παράγοντες

Οι τεχνολογικές μεταβολές περιλαμβάνουν όχι μόνο τις σημαντικές εφευρέσεις, οι οποίες προκαλούν σημαντικές αλλαγές στην ζωή μας, αλλά και τις βαθμιαίες φιλόπρονες βελτιώσεις σε διάφορους τομείς. Πιο συγκεκριμένα το Τεχνολογικό Περιβάλλον επηρεάζεται από: την εθνική δαπάνη για έρευνα και ανάπτυξη, τη δαπάνη της βιομηχανίας για έρευνα και ανάπτυξη, εστίαση τεχνολογικών προσπαθειών, προστασία ευρεσιτεχνιών, νέα προϊόντα, πρόοδος στην μεταφορά τεχνολογίας από το εργαστήριο στην αγορά και βελτίωση της παραγωγικότητας με αυτοματισμό.

Δημογραφικοί Παράγοντες

Οι κυριότεροι είναι:

- Μεταβολές στον πληθυσμό
- Μεταβολές στην ηλικία του πληθυσμού
- Κατανομή εισοδήματος του πληθυσμού

Γεωγραφική Παράγοντες

Οι κυριότεροι είναι:

- Μεταβολή στον γενικό πληθυσμό
- Καλύτερες συνθήκες προσφοράς εργασίας σε μία περιοχή
- Τα κόστη να είναι χαμηλότερα ή η ποιότητα ζωής να είναι καλύτερη

2.3.1.β Μικροπεριβάλλον

Το μικροπεριβάλλον, περιλαμβάνει εκείνες τις δυνάμεις που επηρεάζουν άμεσα της επιχείρηση, και βρίσκονται σε άμεση σχέση μαζί της, και κατά συνέπεια η επιχείρηση μπορεί να τις ελέγξει σε μεγάλο βαθμό. Τέτοιες δυνάμεις είναι: οι ανταγωνιστές, οι προμηθευτές, οι ενδιαμέσοι (μεσάζοντες, διανομείς, κ.λ.π.) και οι πελάτες.

2.3.2 Εσωτερικό περιβάλλον μάρκετινγκ

Το εσωτερικό περιβάλλον μάρκετινγκ, περιλαμβάνει όλους τους εσωτερικούς παράγοντες που επηρεάζουν την πορεία μίας επιχείρησης, όπως το προσωπικό, οι φυσικές δυνάμεις (εγκαταστάσεις, μηχανικός εξοπλισμός, αποθέματα πρώτων υλών κ.λ.π.), τεχνολογικές δυνάμεις και οι χρηματοδοτικές δυνάμεις (SWOT Analysis). Η ανάλυση αυτή στοχεύει στην αναγνώριση των

δυνατών σημείων και των αδυναμιών της επιχείρησης καθώς και των ευκαιριών και απειλών που θα δημιουργηθούν από την υλοποίηση ή μη της υπό εξέτασης ιδέας .Παρακάτω αναφέρουμε συνοπτικά την ΔΑΕΑ ανάλυση

ΔΑΕΑ ΑΝΑΛΥΣΗ / SWOT Analysis

Δ.Α.Ε.Α είναι Δύναμη/Αδυναμίες/Ευκαιρίες/ Απειλές και SWOT είναι Strength/Weaknesses/Opportunities/Threats .

- Μέθοδος απλή που χρησιμοποιείτε και για προσωρινό προγραμματισμό
- Ανάλογα με τον τρόπο εφαρμογής της , η ανάλυση SWOT / ΔΑΕΑ μπορεί να χρησιμοποιηθεί για δύο σκοπούς :

A. Για την ανάλυση της ανταγωνιστικής θέσης μιας οργανωτικής μονάδας της επιχείρησης ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας .

B. Για τη διάγνωση και αξιολόγηση των δεδομένων μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού γενικότερα .

A. Κανόνες για τη αποτελεσματική χρήση της Ανάλυσης ΔΑΕΑ όσο αφορά την ανάλυση ανταγωνιστικής θέσης μιας οργανωτικής μονάδας της επιχείρησης ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας .

1. Εστίαση
2. Συλλογικό όραμα
3. Αντικειμενική ανάλυση περιβάλλοντος

Βάση των παραπάνω κανόνων , η ανάλυση ΔΑΕΑ μας επιτρέπει να δημιουργήσουμε δύο ειδών συγκροτημένες στρατηγικές :

1. Συνδυαστικές στρατηγικές
2. Στρατηγικές μετατροπής ή εξουδετέρωσης

B. Για τη διάγνωση και αξιολόγηση των δεδομένων μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού γενικότερα :

1. Η ανάλυση αφορά το εσωτερικό της επιχείρησης μόνο και όχι τον περίγυρο .
2. Γίνεται σε επίπεδο επιχείρησης και όχι σε οργανωτικές μονάδες της επιχείρησης , προϊόντα ή υπηρεσίες .

- Οι δυνατότητες και οι αδυναμίες είναι εσωτερική παράγοντες που εντοπίζονται από την ανάλυση και διάγνωση του εσωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης. Δηλαδή από την ανάλυση και διάγνωση των βασικών λειτουργιών της

επιχείρησης (π.χ Μάρκετινγκ , παράγωγη , χρηματοοικονομικά , ανθρώπινο δυναμικό , οργάνωση κλπ) .

- Εντοπίζονται οι κυριότερες δυνατότητες (πλεονεκτήματα) και αδυναμίες (μειονεκτήματα) της επιχείρησης σε σύγκριση με τους καλύτερους ανταγωνιστές της και καταγράφονται με τη σειρά σημαντικότητας τους .
- Ο εντοπισμός των ευκαιριών και απειλών (κινδύνων) γίνεται με την ανάλυση και διάγνωση του εξωτερικού περιβάλλοντος της επιχείρησης και συγκεκριμένα του Μακροπεριβάλλοντος και Μικροπεριβάλλοντος της επιχείρησης .

Οι εξής παράγοντες Μακροπεριβάλλοντος επηρεάζουν την δραστηριότητα των επιχειρήσεων : Οικονομική –Δημογραφική , Πολιτικοί –Νομικοί , Κοινωνικοί – Πολιτιστικοί και Τεχνολογικοί . Από την άλλη , οι πελάτες ,ανταγωνιστές , κανάλια διανομής και οι προμηθευτές είναι οι παράγοντες του μικροπεριβάλλοντος που επηρεάζουν την ικανότητα της επιχείρησης στην αγορά να αποκομει κέρδη .

2.4. Οι παράμετροι του Μάρκετινγκ

Για την ανάπτυξη μιας στρατηγικής marketing χρησιμοποιούμε τέσσερα βασικά στοιχεία: το προϊόν, την τιμή, την προώθηση και τον τόπο πώλησης των προϊόντων. Αυτά τα στοιχεία και η αλληλεξάρτηση τους χρησιμοποιούνται έτσι, ώστε για κάθε τμήμα της αγοράς στο οποίο στοχεύει μια επιχείρηση να σχεδιαστεί μια στρατηγική marketing, μια στρατηγική δηλαδή αύξησης των πωλήσεων (τμήματα αγοράς είναι οι ομάδες πιθανών αγοραστών που ομαδοποιούνται ανάλογα με κάποια χαρακτηριστικά που κάθε φορά κρίνονται σκόπιμα, όπως η ηλικία το φύλο, κοινωνικά χαρακτηριστικά κα.).

Οι παράμετροι, τις οποίες προσπαθεί να χειριστεί ο άνθρωπος του μάρκετινγκ, και να τις προσαρμόσει στις επιταγές των πελατών της επιχείρησης, είναι τέσσερις και αναφέρονται στην παγκόσμια βιβλιογραφία ως τα 4P's από το κοινό αρχικό τους γράμμα στα Αγγλικά:

- 1) Προϊόν (Product)
- 2) Διανομή (Place)
- 3) Προβολή – Προώθηση (Promotion)
- 4) Τιμή (Price)

2.4.1. Ανάλυση παραμέτρων Μάρκετινγκ

Το προϊόν

Το πρόγραμμα μάρκετινγκ της επιχείρησης είναι η οργανωμένη έκφραση των επιλογών και ο συνδυασμός των στοιχείων μεταξύ τους.

Το προϊόν έχει διάφορα χαρακτηριστικά όπως είναι το σχέδιο, το μέγεθος, το χρώμα, η ποιότητα, η συσκευασία του κ.α. Η στρατηγική του marketing είναι αυτή που θα φροντίσει να συνδυαστούν οι ανάγκες των καταναλωτών και ειδικότερα των συγκεκριμένων τμημάτων της αγοράς με τα χαρακτηριστικά και την χρηστική αλλά και συναισθηματική αξία (στυλ, κύρος) του προϊόντος. Για παράδειγμα, μία επιχείρηση που θέλει να αυξήσει την αγορά του προϊόντος της σε μια ομάδα καταναλωτών που είναι περιβαλλοντικά ευαισθητοποιημένη, θα μπορούσε ίσως να επιτύχει τον στόχο αυτόν χρησιμοποιώντας ανακυκλωμένο χαρτί και όχι πλαστικό για την συσκευασία του προϊόντος.

Το Προϊόν, μπορεί να ένα φυσικό προϊόν ή μια υπηρεσία ή ο συνδυασμός και των δύο.

Αναλυτικότερα για το προϊόν, το στέλεχος του τμήματος μάρκετινγκ πρέπει να λάβει υπόψη του τα χαρακτηριστικά του, τις ιδιαιτερότητες του, την αξία που προσφέρει στον καταναλωτή τόσο την χρηστική (δηλαδή με την χρήση του προϊόντος), όσο και την συναισθηματική (δηλαδή το στυλ του, το κύρος του κ.λπ.). (<http://el.wikipedia.org/wiki>)

Η διανομή

Η **διανομή** του προϊόντος αναφέρεται στον τόπο, το χρόνο και τα μέσα (ανθρώπινα ή τεχνητά), με τα οποία προσφέρεται το προϊόν και πείθεται ο υποψήφιος αγοραστής να τα αγοράσει για να ικανοποιήσει την επιθυμία.

Γενικά τα κανάλια διανομής (τόπος), συνίσταται στην εξεύρεση των κατάλληλων σημείων πώλησης των προϊόντων ή των υπηρεσιών μιας επιχείρησης. Επίσης συνίσταται στην γεωγραφική κάλυψη που του παρέχεται. Αποφάσεις σχετικά με τα κανάλια διανομής έχουν πολύ μεγάλη σημασία, μιας και τα μέρη στα οποία διατίθεται το προϊόν επηρεάζουν άμεσα τις πωλήσεις της επιχείρησης.

Προώθηση

Οι δράσεις προώθησης και προβολής έχουν ως στόχο να δημιουργήσουν μια συγκεκριμένη εικόνα για την επιχείρηση και τα προϊόντα της στον καταναλωτή.

Αναπτύσσοντας τις δράσεις αυτές στόχος είναι να γίνει γνωστό το προϊόν στη αγορά και κυρίως να πειστούν οι καταναλωτές να αγοράσουν το προϊόν. Συνήθη μέσα για την ανάπτυξη της προώθησης των προϊόντων είναι η διαφήμιση, τα φυλλάδια/προσπέκτους, τα δωρεάν δείγματα, η ανάπτυξη δημοσίων σχέσεων, η συμμετοχή σε εκθέσεις κ.α.

Η προβολή – προώθηση του προϊόντος, περιλαμβάνει τα μέσα, τις τεχνικές και τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται για την παρουσίαση του, στις υποψήφιας αγορές και την πληροφόρηση των πιθανών αγοραστών. Η προώθηση ή αλλιώς το μίγμα προβολής και επικοινωνίας, συνίσταται στην διαφήμιση, στην προσωπική πώληση, στην προώθηση πωλήσεων, και στις δημόσιες σχέσεις. (<http://el.wikipedia.org/wiki>)

Τιμή

Η τιμή του προϊόντος στο πλαίσιο marketing έχει σαν στόχο να ανταποκρίνεται στα χαρακτηριστικά των καταναλωτών που θέλουμε να αγοράσουν το προϊόν , να είναι αντίστοιχη του προϊόντος και της αξίας που προσφέρει στον καταναλωτή. Έτσι, για την αύξηση των πωλήσεων, μπορούν να χρησιμοποιηθούν τεχνικές με ευκολίες στον τρόπο πληρωμής π.χ. δόσεις, εκπτώσεις ή προσφορές και άλλες τεχνικές που θα διευκολύνουν την αγορά του προϊόντος από τους καταναλωτές.

Η τιμή, δηλαδή είναι η αξιολόγηση του κόστους που καλείται να πληρώσει ο υποψήφιος πελάτης – καταναλωτής για την ικανοποίηση της ανάγκης ή της επιθυμίας του. Η τιμολόγηση, θα πρέπει να είναι αντίστοιχη του προϊόντος, της ποιότητας κατασκευής του και της αξίας που προσφέρει στον καταναλωτή. (<http://el.wikipedia.org/wiki>)

2.5. Προγραμματισμός της Στρατηγικής Μάρκετινγκ

Η μέθοδος για τον προγραμματισμό της στρατηγικής Μάρκετινγκ μπορεί να χωριστεί σε δύο φάσεις: 1) καθορισμός της κατηγορίας των πελατών, των οποίων τις συγκεκριμένες ανάγκες επιθυμεί να ικανοποιήσει η επιχείρηση και 2) ανάπτυξη του Μάρκετινγκ Μίξ. Το ειδικό τμήμα της αγοράς, που θα επιλέξει η επιχείρηση να εξυπηρετήσει είναι εκείνο, που θα καθορίσει τους ειδικούς στόχους και την αποστολή της επιχείρησης.

‘Μάρκετινγκ Μίξ είναι ο συνδυασμός του ανθρώπινου δυναμικού και των άλλων υλικών μέσων, τα οποία απαιτούνται για την εκπλήρωση των προγραμμάτων και στόχων της επιχείρησης σε μία αγορά’.(Τζωρτζάκης Κώστας (1988), ‘ Γενικές Αρχές Μάρκετινγκ’, Εκδόθηκε από τον Κ. Τζωρτζάκη στην Αθήνα, σελ53)

Το Μάρκετινγκ Μίξ είναι δυνατόν να θεωρηθεί ότι αποτελεί το σύνολο της παραγωγικής προσπάθειας μιας επιχείρησης και συνίσταται από τα στοιχεία: του προϊόντος, του συστήματος καθορισμού της τιμής, του συστήματος διανομής και του συστήματος επικοινωνίας. Πάντως τα στοιχεία αυτά δεν απαρτίζουν μόνα τους το Μάρκετινγκ Μίξ. Το Μάρκετινγκ Μίξ είναι ένας συνδυασμός έμψυχου υλικού και των παραπάνω στοιχείων, προκειμένου να δώσει σ’ ένα προϊόν ή σε μια σειρά προϊόντων την απαιτούμενη φήμη. Η φήμη αυτή είναι η αντίληψη που έχουν δημιουργήσει οι καταναλωτές για την επιχείρηση και τα προϊόντα της σε σχέση με τις ανάγκες τους.

2.6 Μίγμα μάρκετινγκ

Τα κύρια στοιχεία του μάρκετινγκ είναι τα λεγόμενα 4ρ που προκύπτουν από τις αγγλικές λέξεις: product, price, place, promotion (δηλαδή προϊόν, τιμή, τόπος, προώθηση). Τα 4 αυτά ρ σχηματίζουν το μίγμα μάρκετινγκ., τα οποία και αναλύθηκαν παραπάνω. στην σύγχρονη επιστήμη του μάρκετινγκ έχουν προταθεί και άλλα Ρ που συμπληρώνουν το βασικό μίγμα μάρκετινγκ, δηλαδή τα 4Ρ. έτσι για τις επιχειρήσεις που παράγουν υπηρεσίες μπορούν να προστεθούν τα εξής: people, processes, physical evidence. Ενώ για τον κλάδο φιλοξενίας και ταξιδίων, δηλαδή τον τουρισμό, προστίθενται στα 4Ρ τα εξής; people, packaging, physical evidence, partnerships.

Άνθρωποι (People): Η υπηρεσία δεν είναι ένα απτό αγαθό και έτσι διαμορφώνεται σε μεγάλο βαθμό από τους ανθρώπους που την παρέχουν, τόσο το προσωπικό διεπαφής (που έρχεται σε επαφή με τον πελάτη) όσο και το προσωπικό υποστήριξης (που συμμετέχει ενεργά στην παροχή της υπηρεσίας χωρίς όμως να έχει άμεση επαφή με τον πελάτη).

Διαδικασία (Process): Ο σχεδιασμός, οι κανονισμοί, οι διαδικασίες και οι μηχανισμοί που ακολουθούνται για να ολοκληρωθεί η παροχή μιας υπηρεσίας.

Απτά Στοιχεία (Physical Evidence): Αναφερόμαστε στα χειροπιαστά στοιχεία τα οποία συντελούν στην ικανοποίηση του καταναλωτή της υπηρεσίας και στη δυνατότητα της επιχείρησης να μετουσιώσει την ικανοποίηση αυτή σε προσέλκυση νέων πελατών. Πρόκειται τόσο για υλικά στοιχεία, όπως ο χώρος παροχής της υπηρεσίας, όσο και για άυλα στοιχεία, όπως ο χρόνος εξυπηρέτησης

<http://el.wikipedia.org/wiki/Μάρκετινγκ>

Κεφάλαιο 3

Εισαγωγή

Η Κρήτη είναι μία περιφέρεια της χώρας με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά λόγω του νησιωτικού της χαρακτήρα, της γεωγραφικής της θέσης και της ιστορικής της πορείας. Ένα άλλο χαρακτηριστικό της περιφέρειας είναι η αναπτυξιακή ασυμμετρία μεταξύ του βορρά και της ενδοχώρας (καθώς και της νότιας παράκτιας ζώνης), αφού το βόρειο τμήμα της περιφέρειας συγκεντρώνει το μεγαλύτερο μέρος (περίπου τα τρία τέταρτα) του πληθυσμού και της οικονομικής δραστηριότητας.

Συνολικά, η Περιφέρεια είχε καλύτερες επιδόσεις από τη χώρα τα περισσότερα από τα τελευταία έτη όσον αφορά στο ρυθμό ανάπτυξης και στην ανεργία. Σχετικά με το κατά κεφαλήν Ακαθάριστο Περιφερειακό Προϊόν της Κρήτης, διαπιστώνεται ότι βρίσκεται σε ελαφρά χαμηλότερα επίπεδα από το κατά κεφαλήν ΑΕΠ της Ελλάδας (94,6% της Ελλάδας). Συγκρίνοντας τα στοιχεία αυτά με το 2000 διαφαίνεται ότι η απόσταση της Κρήτης από τη χώρα δεν έχει αλλάξει με το Ηράκλειο να συγκλίνει και τους υπόλοιπους Νομούς να αποκλίνουν ελαφρά. Εξετάζοντας τον ομαδοποιημένο ισολογισμό για το 2006 των επιχειρήσεων (ΑΕ και ΕΠΕ) της Κρήτης σε σύγκριση με τη χώρα, διαφαίνεται ότι παρουσιάζουν χαμηλότερα περιθώρια κέρδους και δείκτες αποδοτικότητας.

3.1.Διερεύνηση της Επιχειρηματικής Δραστηριότητας και της Καινοτομίας στην Περιφέρεια Κρήτης

SWOT Ανάλυση για την Περιφέρεια Κρήτης

Στη συνέχεια συνοψίζονται τα θετικά και αρνητικά χαρακτηριστικά της περιφέρειας Κρήτης με έναν εποπτικό τρόπο, την ανάλυση S.W.O.T., δηλαδή αναλύοντας τα δυνατά σημεία (S: Strengths) και αδύνατα σημεία (W: Weaknesses), όπως και τις ευκαιρίες (O: Opportunities) και απειλές (T: Threats).

Δυνατά Σημεία

- **Η παρουσία ενός μεγάλου αστικού κέντρου.** Το Ηράκλειο είναι το τέταρτο μεγαλύτερο αστικό κέντρο της χώρας και σημαντικός πόλος δημόσιας διοίκησης, εμπορίου, μεταφορών, υπηρεσιών υγείας, εκπαίδευσης, ψυχαγωγίας και πολιτισμού.

- **Η ποικιλία του φυσικού περιβάλλοντος.** Η Κρήτη διαθέτει όμορφες παραλίες, βουνά, πεδιάδες, άφθονα νερά, δάση, σπήλαια και φαράγγια, ευνοώντας τόσο τον τουρισμό όσο και τον αγροτικό τομέα. Επίσης, διαθέτει αξιοσημείωτη ποικιλία χλωρίδας και πανίδας
- **Η πολιτιστική παράδοση.** Η Κρήτη διαθέτει σημαντικό πολιτιστικό πλούτο, που εκτείνεται στους χώρους της αρχαιολογίας, της ιστορίας, της αρχιτεκτονικής, της μουσικής, της λογοτεχνίας και της λαογραφίας. Πληθώρα μνημείων και χώρων από κάθε περίοδο της ιστορίας της Κρήτης βρίσκονται διάσπαρτοι στην Κρήτη, και είναι επισκέψιμοι.
- **Δημογραφική ανανέωση.** Ο πληθυσμός έως 15 ετών ως προς το σύνολο των ηλικιών είναι στην Κρήτη κατά 2 ποσοστιαίες μονάδες υψηλότερος σε σχέση με το σύνολο της Ελλάδας (2005). Οι γεννήσεις κυμαίνονται σε επίσης υψηλότερα επίπεδα από το αντίστοιχο μέγεθος για τη χώρα, ενώ οι θάνατοι σε χαμηλότερα. Οι δημογραφικές αυτές τάσεις θα ενισχύσουν το ανθρώπινο δυναμικό και τη ζήτηση στην περιφέρεια υποστηρίζοντας την ανάπτυξη της.
- **Κρητική κουζίνα.** Η αξία της κρητικής διατροφής έχει επανειλημμένα εκθειαστεί από διεθνείς επιστημονικούς φορείς και μέσα μαζικής ενημέρωσης. Τα κρητικά προϊόντα λαμβάνουν διαρκώς αυξανόμενη δημοσιότητα και ζήτηση από χώρες του εξωτερικού, λόγω της αναγνωρισμένης υψηλής ποιότητάς τους και των ευεργετικών επιδράσεων στην ανθρώπινη υγεία. Το κρητικό μοντέλο διατροφής προτείνεται, στο πλαίσιο της μεσογειακής διατροφής, ως παράγοντας ενισχυτικός της υγείας, της ευεξίας και της μακροβιότητας.
- **Υποδομές R&D.** Όπως περιγράφηκε εκτενώς στο σχετικό παράρτημα της παρούσας μελέτης, οι συνολικά θεωρούμενες ερευνητικές υποδομές του Νησιού είναι από τις καλύτερες στην Ελλάδα, οι χρηματικοί πόροι που διατίθενται για Έρευνα και Ανάπτυξη είναι από τους υψηλότερους στη χώρα, ενώ το ερευνητικό προσωπικό διαθέτει καριέρα διεθνούς βεληνεκούς και άρτια εκπαίδευση. Τα αποτελέσματα της έρευνας καλύπτουν ευρύτατο φάσμα

επιστημονικών περιοχών και αρκετά από αυτά έχουν τύχει διεθνούς ανταπόκρισης και διάκρισης.

- **Χαμηλότερο επίπεδο ανεργίας.** Η περιφέρεια παρουσιάζει συστηματικά χαμηλότερο επίπεδο ανεργίας (3% κατά μέσο όρο) από τη χώρα. Τα ποσοστά των μακροχρόνια άνεργων, καθώς και της ανεργίας των γυναικών και των νέων κυμαίνονται επίσης σε αρκετά χαμηλότερα επίπεδα από τη χώρα. Μόνο αρνητικό σημείο είναι η έντονη εποχικότητα λόγω της σημασίας των τουριστικών δραστηριοτήτων.

Αδυναμίες

- **Ενεργειακό πρόβλημα.** Στην Κρήτη υφίσταται εδώ και πολλά έτη έλλειμμα μεταξύ της ζήτησης ηλεκτρικής ενέργειας και της προσφοράς, με αποτέλεσμα συχνές διακοπές κατά τις περιόδους αιχμής ζήτησης οι οποίες συμπίπτουν κατά κανόνα με την αιχμή της τουριστικής περιόδου.
- **Χωροθέτηση βιομηχανικών και επιχειρηματικών περιοχών.** Στο Ηράκλειο λειτουργεί Βιομηχανική Περιοχή (ΒΙ.ΠΕ.), όπου η έκταση έχει εξαντληθεί. Επίσης, λειτουργούν τα Βιοτεχνικά Πάρκα (ΒΙΟ.ΠΑ.) Ανώπολης Ηρακλείου και Χανίων. Πρόσφατα ξεκίνησαν οι εργασίες κατασκευής του ΒΙΟ.ΠΑ. Αγίου Νικολάου στο Νομό Λασιθίου. Σε εξέλιξη βρίσκεται το ΒΙΟ.ΠΑ Ρεθύμνου. Το πανελλαδικό πρόβλημα χωροθέτησης Βιομηχανικών και Επιχειρηματικών Περιοχών εκτιμάται ότι θα αμβλυνθεί, με την ολοκλήρωση του Ειδικού Χωροταξικού Πλαισίου για τη Βιομηχανία, καθώς επίσης και τη δημιουργία 20 νέων ΒΙ.ΠΕ. σε όλη την επικράτεια (Πηγή: ΥΠΑΝ, Δελτίο Τύπου, 19 Αυγούστου 2007).
- **Έλλειψη Πανεπιστημιακού Τμήματος Τουριστικής Εκπαίδευσης.** Όπως αποδεικνύεται και από τα επίσημα στοιχεία, ο τριτογενής τομέας καλύπτει το μεγαλύτερο τμήμα της οικονομικής δραστηριότητας στην Κρήτη, με τον Τουρισμό να αποτελεί την αιχμή του δόρατος. Οι αυξημένες ποιοτικές απαιτήσεις που συνοδεύουν το σύγχρονο και αναβαθμισμένο τουριστικό προϊόν συνάδουν με την ανάγκη για στελέχη πανεπιστημιακής κατάρτισης, τόσο προπτυχιακού

όσο και μεταπτυχιακού επιπέδου. Σήμερα οι ανάγκες εκτιμάται ότι καλύπτονται από τις ανώτερες Σχολές Τουριστικών Επαγγελματιών του Ο.Τ.Ε.Κ., Ι.Ε.Κ., τμήματα τουριστικής ειδίκευσης που εντάσσονται στη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση, προγράμματα συνεχιζόμενης κατάρτισης, σπουδές σε Πανεπιστήμια του Εξωτερικού (π.χ. Μεγ. Βρετανίας) και, τέλος, από ιδιωτικά εκπαιδευτικά ιδρύματα πανεπιστημιακού επιπέδου (που διατηρούν συνεργασία με Πανεπιστήμια του εξωτερικού), τα οποία έχουν κάνει την εμφάνισή τους στην Κρήτη, στοχεύοντας στην κάλυψη του κενού.

- **Κόστος εμπορευματικών μεταφορών.** Ο νησιωτικός χαρακτήρας της περιφέρειας δημιουργεί δυσκολίες στις εμπορικές συναλλαγές με την υπόλοιπη Ελλάδα καθιστώντας απαραίτητη τη χρήση εναέριων ή υδάτινων μεταφορικών μέσων. Ως αποτέλεσμα, αυξάνεται το μεταφορικό κόστος (το οποίο είναι υψηλότερο στις υδάτινες από ότι στις χερσαίες μεταφορές για μικρές αποστάσεις) και δημιουργείται εξάρτηση από καιρικές συνθήκες.
- **Ενδοπεριφερειακές ανισότητες.** Η βόρεια ακτή της Κρήτης έχει αναπτυχθεί πολύ περισσότερο από ο εσωτερικό και τη νότια ακτή λόγω της γεωμορφολογίας του εδάφους και της ευκολότερης προσέγγισης από την ηπειρωτική Ελλάδα.
- **Χαμηλότερο μορφωτικό επίπεδο.** Το μορφωτικό επίπεδο των κατοίκων της περιφέρειας είναι χαμηλότερο από αυτό της χώρας με λιγότερους ποσοστιαία απόφοιτους της μέσης και της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης.
- **Κατακερματισμένη επιχειρηματική δραστηριότητα.** Οι κυριότεροι κλάδοι της περιφέρειας με εξαγωγική δραστηριότητα (αγροτικός τομέας και τουρισμός) είναι κατακερματισμένοι με αποτέλεσμα την αδυναμία αξιοποίησης οικονομιών κλίμακας και συντονισμένης προώθησης των προϊόντων / υπηρεσιών στο εξωτερικό.
- **Ελλείψεις στις υποδομές.** Σημαντικές αδυναμίες παρουσιάζονται στις υποδομές συγκοινωνιών της περιφέρειας. Ειδικότερα, τα αεροδρόμια Ηρακλείου και Χανίων δεν επαρκούν για να καλύψουν την έντονη κίνηση που παρουσιάζουν ιδιαίτερα κατά την τουριστική

περίοδο. Επίσης, ελλείψεις υπάρχουν στο οδικό δίκτυο, κυρίως στους κάθετους άξονες που συνδέουν το βορρά με το νότο και στην παραλιακή ζώνη του νότου.

Ευκαιρίες

- **Η αξιοποίηση ευρωπαϊκών προγραμμάτων.** Η Κρήτη μπορεί να αξιοποιήσει τους πόρους από ευρωπαϊκά προγράμματα του ΕΣΠΑ 2007 - 2013 για τη βελτίωση των υποδομών και για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων. Μπορεί τα συνολικά κονδύλια να εμφανίζονται μειωμένα σε σχέση με την αμέσως προηγούμενη περίοδο (Γ΄ ΚΠΣ), παραμένει όμως ελκυστική η ευκαιρία αποτελεσματικότερης διαχείρισης και μέγιστης αξιοποίησης των χρηματικών ενισχύσεων.
- **Η δημιουργία διεθνούς διαμετακομιστικού κέντρου στα νότια του νησιού.** Η πιθανή ίδρυση εμπορευματικού σταθμού θα είναι προς την κατεύθυνση της στρατηγικής αξιοποίησης της γεωγραφικής θέσης της Κρήτης, και ευρύτερα της Ελλάδας, θα δώσει δε αναπτυξιακή ώθηση στο νησί συνολικά, και στη νότια ακτή ειδικότερα, κεφαλαιοποιώντας παράλληλα την ελληνική τεχνογνωσία στη διαχείριση λιμένων και εμπορικών στόλων.
- **Ολοκλήρωση έργων υποδομής.** Η ολοκλήρωση προγραμματισμένων έργων υποδομής καθώς και η αρμονική χωροταξική κατανομή τους, υποβοηθούν την ισόρροπη ενδοπεριφερειακή ανάπτυξη. Σε συνδυασμό με άλλους παράγοντες, μπορούν επίσης να συμβάλλουν στην προσέλκυση ξένων επενδύσεων.
- **Περαιτέρω ανάπτυξη νέων μορφών τουρισμού.** Η πρόκληση δημιουργίας σύγχρονου, στοχευμένου και διαφοροποιημένου τουριστικού προϊόντος παραμένει ανοικτή για την Κρήτη, που έχει επιδείξει σημαντικότερες επιδόσεις στον κλάδο του τουρισμού. Νέες αγορές μπορούν αν ανοιχτούν, τόσο από άποψη προσέλκυσης τουριστών από αναδυόμενες αγορές (π.χ. Ανατολική Ευρώπη, Κίνα), όσο και από την πλευρά της δημιουργίας υποδομών για εναλλακτικές

μορφές τουρισμού (π.χ. αθλητικού, θρησκευτικού, yacht, αγροτουρισμού, συνεδριακού, γαστρονομικού ενδιαφέροντος).

- **Εδραίωση της Κρήτης ως πρώτης επιλογής μεταξύ των ελληνικών παραθεριστικών προορισμών.** Η στόχευση στη δημιουργία ανταγωνιστικού τουριστικού προϊόντος με την εφαρμογή νέου μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης, δύναται καταστήσει την Κρήτη πόλο έλξης μεγαλύτερου αριθμού τουριστών υψηλού εισοδήματος. Η Κρήτη καλείται να αποσπάσει σημαντικό μερίδιο από το αυξανόμενο προς την Ελλάδα τουριστικό κύμα.
- **Ενίσχυση του καινοτομικού προφίλ της Κρήτης.** Ήδη αποτελώντας βασικό πόλο έλξης δαπανών για έρευνα και ανάπτυξη, το νησί έχει την ευκαιρία να αξιοποιήσει περαιτέρω τα ερευνητικά αποτελέσματα, κυρίως μέσω αποτελεσματικότερης διάχυσης της γνώσης και αμεσότερης σύνδεσης με την παραγωγή, με αποδέκτες ιδιαίτερα τις ΜΜΕ, που αποτελούν το σκελετό της ελληνικής και περιφερειακής οικονομίας. Η νέα προγραμματική περίοδος έχει την πρόθεση να ενισχύσει τις επενδύσεις σε R&D, νέες τεχνολογίες και εκπαίδευση, τομείς που αποτελούν τις ελάχιστες προϋποθέσεις για αύξηση της καινοτομίας και της ανταγωνιστικότητας του κρητικού προϊόντος.
- **Ανάπτυξη εξωστρέφειας – διεθνών συνεργασιών.** Ήδη ενισχύθηκε η εξωστρέφεια τη Κρήτης με την ένταξη του νησιού στη EURIMED και την ομόφωνη εκλογή του γενικού γραμματέα στην προεδρία της επιτροπής των νησιών της CPMR, καθώς και με τη συμμετοχή του νησιού σε διεθνή fora, με στόχο να διαθέτει η Κρήτη μια δυνατή φωνή στο ευρωπαϊκό και διεθνές γίγνεσθαι (ΚΡΗΤΗ '07 – Δωδεκάνησα, Ιούλιος 2007, Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ). Επίσης, το Επιμελητήριο Ηρακλείου έχει, κατά το τρέχον έτος, αναπτύξει σημαντική συνεργασία με το Κυπριακό Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο αλλά και με Επιμελητήρια της Αιγύπτου, μέσα από την υπογραφή μνημονίων, τη συμμετοχή και τη διοργάνωση εκθέσεων και επιχειρηματικών εκδηλώσεων. Σημειώνεται ότι η Κρήτη είναι σε ένα σταυροδρόμι που συνδέει την Ευρώπη με τη Βόρεια Αφρική και τη Μέση Ανατολή.

Απειλές

- **Μη ισορροπημένη ανάπτυξη.** Η ανάπτυξη της περιφέρειας τις τελευταίες δεκαετίες στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στον τουρισμό και στον αγροτικό τομέα. Αντίθετα άλλοι κλάδοι των υπηρεσιών ή της μεταποίησης είναι πολύ μικρότερης σημασίας συγκριτικά με τη χώρα. Το γεγονός αυτό δημιουργεί εξάρτηση από ορισμένες δραστηριότητες, οι οποίες δεν είναι βέβαιο ότι θα συνεχίσουν να αναπτύσσονται και στο μέλλον με την ίδια δυναμική (βλ. τις ακόλουθες δύο παραγράφους). Επίσης, μειώνει την ικανότητα της Κρήτης να συγκρατεί το εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό εντός των ορίων της περιφέρειας.
- **Το νέο ανταγωνιστικό περιβάλλον των αγροτικών προϊόντων και η Κοινή Αγροτική Πολιτική (ΚΑΠ).** Μέχρι πρόσφατα, η στήριξη των εισοδημάτων των αγροτών πραγματοποιούνταν, κυρίως, μέσω των επιδοτήσεων των τιμών και της παραγωγής. Η αναθεώρηση της ΚΑΠ – όπου η ενιαία εισοδηματική ενίσχυση των αγροτών θα συνδέεται με την προστασία του περιβάλλοντος και την τήρηση προτύπων υγιεινής και ποιότητας, ανεξαρτήτως του είδους και του όγκου της παραγωγής - και οι διαφαινόμενες εξελίξεις στον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου (ΠΟΕ) εκτιμάται ότι θα αυξήσουν τον ανταγωνισμό στα αγροτικά προϊόντα.
- **Ανάδειξη νέων τουριστικών προορισμών σε ανταγωνίστριες χώρες.** Άλλες χώρες τόσο στη Μεσόγειο (π.χ. Κροατία, Τουρκία, Τυνησία) όσο και σε άλλες περιοχές είναι ανερχόμενοι προορισμοί που προσφέρουν υψηλού επιπέδου τουριστικές υπηρεσίες σε χαμηλό κόστος, οξύνοντας τον ανταγωνισμό στη διεθνή αγορά.
- **Περιβαλλοντική επιβάρυνση** από την υπερβολική οικοδόμηση κάποιων περιοχών και την υπερεκμετάλλευση επίγειων και θαλάσσιων πόρων, την ανεπαρκή διαχείριση απορριμμάτων και αποβλήτων και τις πυρκαγιές.

3.2.Αξιολόγηση κύριων κλάδων και τομέων της Κρήτης

- ✓ Ο τουρισμός είναι η ατμομηχανή της Κρητικής οικονομίας αλλά παράλληλα παρουσιάζει σημάδια υπερβάλλουσας προσφοράς
- ✓ Υπηρεσίες συνδεδεμένες με τον τουρισμό (ενοικίαση αυτοκινήτων, ταξιδιωτικά πρακτορεία, ψυχαγωγία) είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένες και παρουσιάζουν δυναμική
- ✓ Ο αγροτικός τομέας είναι σημαντικός για την Περιφέρεια αλλά φθίνει ως οικονομική δραστηριότητα
- ✓ Η μεταποίηση είναι μικρής βαρύτητας για την Κρητική οικονομία και εντάσσεται σε κλάδους χαμηλής τεχνολογίας αλλά παρουσιάζει κάποια δυναμική
- ✓ Οι υπόλοιπες υπηρεσίες έχουν χαμηλότερη βαρύτητα από τη χώρα και παρουσιάζουν περιθώρια ανάπτυξης

3.3.Δυνατότητες της Κρήτης στην καινοτομία και τεχνολογία

- ✓ Η Κρήτη είναι σημαντικό κέντρο έρευνας και ανάπτυξης με υψηλό μερίδιο δαπάνης ως προς το ΑΕΠ και με μεγαλύτερη βαρύτητα στην απασχόληση σε σχέση με τις περιφέρειες της χώρας
- ✓ Η διείσδυση της χρήσης του διαδικτύου στις επιχειρήσεις (ιστοσελίδες, διασύνδεση υψηλών ταχυτήτων) είναι πλέον σε ικανοποιητικά επίπεδα
- ✓ Οι καινοτομίες είναι περιορισμένης κλίμακας και αφορούν περισσότερο σε ενδοεπιχειρησιακές βελτιώσεις και όχι στο ανταγωνιστικό τους περιβάλλον
- ✓ Οι επιχειρήσεις έχουν άγνοια για τις τεχνολογίες που αναπτύσσονται από ερευνητικά κέντρα της Κρήτης

3.4.Δομικά προβλήματα της Κρητικής οικονομίας, ερευνητικά ιδρύματα ,έρευνα & ανάπτυξη.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, οι κρητικές επιχειρήσεις παρουσιάζουν ορισμένα σοβαρά μειονεκτήματα ως προς την ανταγωνιστικότητά τους στην παγκόσμια αγορά. Το μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων κάνει τις επενδύσεις σε παραγωγικό κεφάλαιο τεχνολογιών αιχμής απαγορευτικές για την πλειοψηφία των κρητικών επιχειρήσεων καθώς οι πόροι που πρέπει να διατεθούν για ένα τέτοιο σκοπό είναι πολλές φορές μεγάλου μεγέθους με μεγάλο χρόνο απόσβεσης. Οι μικρές επιχειρήσεις σε πολλές περιφέρειες του κόσμου κατάφεραν να αντιμετωπίσουν το

πρόβλημα του μικρού μεγέθους με τη δημιουργία συγκεντρώσεων επιχειρήσεων (clusters). Η επιχειρησιακή κουλτούρα των clusters όμως δεν είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένη στην Κρήτη όπως επίσης και ένα στρατηγικό πλαίσιο ανάπτυξης το οποίο προσφέρει μια δέσμη κινήτρων φιλική στη δημιουργία clusters. Αυτό που προτείνεται για την αντιμετώπιση των σοβαρών προβλημάτων των δομικών χαρακτηριστικών των κρητικών επιχειρήσεων και της κρητικής οικονομίας γενικότερα, είναι η μελέτη του διεθνούς ανταγωνισμού στις βιομηχανίες που στηρίζεται η κρητική βιομηχανία, πέραν του στρατηγικού πλαισίου ανάπτυξης, βάσει των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του νησιού. Αυτό θα μπορέσει να δώσει στις κρητικές επιχειρήσεις μια ένδειξη για το ποια σημεία της παραγωγικής διαδικασίας προσφέρονται για τη δημιουργία clusters και συνεργιών και ποια όχι.

Για παράδειγμα, η δημιουργία ενός σημαντικού brand name για την Κρήτη στην αγορά ελαιολάδου ίσως να προϋποθέτει το παγκόσμιο marketing για το κρητικό ελαιόλαδο να είναι ομοιογενές (αφού οι καταναλωτές σε τέτοια προϊόντα συνήθως επιλέγουν πρώτα βάση της προέλευσης του προϊόντος και μετά με βάση την εταιρεία), ίσως να είναι ακόμη πιο αποτελεσματικό να γίνει το marketing του ελαιολάδου π.χ. σε συμπληρωματικό μια ευρύτερης εκστρατείας παγκόσμιου marketing για την κρητική διατροφή. Φυσικά, κανείς δε μπορεί να προτείνει κάτι χωρίς τεκμηριωμένα επιστημονικά αποτελέσματα, σίγουρα όμως είναι πλέον επιβεβλημένη η εξέταση τέτοιων προτάσεων στη βάση τεκμηριωμένων μελετών.

Ένα άλλο πρόβλημα των Κρητικών επιχειρήσεων, λόγω του μικρού μεγέθους και της έλλειψης clusters, είναι η χαμηλές επενδύσεις στην καινοτομία βάσει Έρευνας & Ανάπτυξης. Έχει διατυπωθεί επανειλημμένα η άποψη ότι, ενώ το νησί έχει παγκόσμιας εμβέλειας ερευνητικά ιδρύματα, δεν έχουν σύνδεση με την οικονομία του νησιού. Αν και αυτό είναι αληθές, ευθύνη βαραίνει και τις επιχειρήσεις του νησιού.

Οικονομικά, ένα πρόγραμμα καινοτομίας έχει μεγάλο κόστος και η εμπορική του επιτυχία δεν είναι σίγουρη έχει μεγάλο επιστημονικό αλλά και επιχειρησιακό ρίσκο.

Η διάθεση επομένως ανθρώπινων και άλλων πόρων από τα ερευνητικά ιδρύματα για σημαντικά για την τοπική οικονομία ερευνητικά προγράμματα δεν είναι ιδιαίτερα εφικτή αν δεν υπάρχει ένα στρατηγικό πλαίσιο οικονομικής ανάπτυξης το οποίο θα υποδεικνύει ποιοι είναι οι σημαντικοί επιστημονικοί τομείς για έρευνα που θα μπορούσαν να βοηθήσουν την τοπική οικονομία, ποια είναι τα

πλαίσια εμπορευματοποίησης αυτής της έρευνας και τι οικονομικούς πόρους θα μπορούσε να προσφέρει ο ιδιωτικός τομέας του νησιού σε τέτοιες προσπάθειες.

Ταυτόχρονα πρέπει να επισημανθεί ότι, βάσει της παγκόσμιας εμπειρίας από τη δημιουργία γνώσης στα περιφερειακά ερευνητικά ιδρύματα, πρέπει να υπάρχει ιδιαίτερα υψηλή απορροφητικότητα της νέας αυτής γνώσης ώστε να διατηρηθεί και να ενισχυθεί η θέση τους. Ταυτόχρονα, με τη συνδρομή του ιδιωτικού τομέα πρέπει να παραμετροποιείται αυτή η έρευνα με βάση τις ανάγκες της τοπικής οικονομίας. Απόψεις οι οποίες υποστηρίζουν την ολική προσήλωση των ερευνητικών ιδρυμάτων του νησιού στις ανάγκες της τοπικής οικονομίας δεν παίρνουν υπόψη τους την παγκοσμιοποιημένη δημιουργία της γνώσης και τους όρους συμμετοχής σε αυτή.

Επίσης, ένα σημαντικό νέο συγκριτικό πλεονέκτημα για το νησί είναι οι πόροι στις Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας (Α.Π.Ε.). Το πλαίσιο αξιοποίησης αυτού του συγκριτικού πλεονεκτήματος του νησιού θα ήταν θετικό να επικεντρωθεί εκτός από τη δημιουργία μονάδων παραγωγής ενέργειας με βάση τις Α.Π.Ε. και σε εφαρμογές των Α.Π.Ε. στις ίδιες τις επιχειρήσεις αφού αυτό θα είχε άμεσες θετικές συνέπειες στην παραγωγικότητα των επιχειρήσεων. Θα ήταν προτιμότερο τέτοιες προσπάθειες να αρχίσουν από οργανωμένες οντότητες επιχειρήσεων έτσι ώστε να αντιμετωπιστεί το πρόβλημα του μικρού επιχειρησιακού μεγέθους. Οι διάφορες βιομηχανικές περιοχές και τα βιομηχανικά και βιοτεχνικά πάρκα του νησιού προσφέρουν τις καλύτερες συγκριτικά συνθήκες αυτή τη στιγμή.

Κεφάλαιο 4

4.1 Έρευνα σε Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις

4.1.1 Εσωτερικό περιβάλλον των επιχειρήσεων του Νομού

Ηρακλείου Κρήτης:

Τα δεδομένα που παρουσιάζονται στην παρούσα έκθεση προέρχονται από την έρευνα που διεξήχθη μέσω ερωτηματολογίων σε αντιπροσωπευτικές επιχειρήσεις του Νομού, με σκοπό την αποτύπωση των τάσεων και της δυναμικής σημαντικών επιχειρηματικών δεδομένων που αφορούν τις επιχειρήσεις και την ιδιωτική οικονομική δραστηριότητα του Νομού Ηρακλείου .

Χρόνος διεξαγωγής της έρευνας και μέγεθος του δείγματος.

Η έρευνα πεδίου υλοποιήθηκε κατά το χρονικό διάστημα Αυγούστου – Σεπτεμβρίου 2009 ταυτόχρονα σε όλες τις επιχειρήσεις του νομού Ηρακλείου, μέσω δομημένων ερωτηματολογίων, σε κατάλληλα επιλεγμένο, στατιστικά αντιπροσωπευτικό δείγμα επιχειρήσεων.

Το μέγεθος του δείγματος ανέρχεται σε 351 επιχειρήσεις από τις οποίες οι 200 επιλέχθηκαν(έτσι καθορίζει το δείγμα για το Νομό Ηρακλείου η ΕΣΥΕ) , και μας απάντησαν 30 επιχειρήσεις με κύριο αντικείμενο δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική. Το σταθμισμένο μέγεθος του δείγματος που χρησιμοποιήθηκε (βάσει του μητρώου επιχειρήσεων του **Επιμελητηρίου Ηρακλείου**), θεωρούμε ότι δίνει επαρκή στοιχεία που επιτρέπουν την εξαγωγή τεκμηριωμένων συμπερασμάτων που αφορούν στα υπό εξέταση δεδομένα.

Περιεχόμενα της έρευνας

Η εν λόγω έρευνα εστιάζει σε τέσσερις επιμέρους θεματικές ενότητες, που σχετίζονται με δεδομένα για τις λειτουργίες και τις επιδόσεις των επιχειρήσεων καθώς επίσης και για την αποτύπωση του επιχειρηματικού κλίματος και των επιχειρηματικών σχεδίων όπως αυτά καταγράφονται από τις ίδιες.

Στόχος του ερωτηματολογίου ήταν να διερευνηθούν κατά το δυνατόν περισσότερα σημαντικά θέματα που απασχολούν τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις του νομού μας. Αφού προχωρήσουμε σε μία παρουσίαση των ποσοτικών δεδομένων που αφορούν στο δείγμα των επιχειρήσεων (αριθμός εργαζομένων, τομέας οικονομικής δραστηριότητας, νομική μορφή κλπ), παραθέτουμε τα ευρήματα της έρευνας, κατηγοριοποιημένα σε επιμέρους ενότητες, που είναι οι ακόλουθες:

ΤΜΗΜΑ Α: Γενικά στοιχεία για την επιχείρηση

ΤΜΗΜΑ Β: Εσωτερικό περιβάλλον

ΤΜΗΜΑ Γ: Κατάσταση του ανθρώπινου δυναμικού των επιχειρήσεων, και

ΤΜΗΜΑ Δ: Αποτύπωση του επιχειρηματικού κλίματος και των

επιχειρηματικών σχεδίων

Η Μεθοδολογία της έρευνας

Στην παρούσα έρευνα ακολουθήσαμε τη μεθοδολογία παρόμοιων ερευνών που συνδέεται με ενδελεχή επιλογή του στατιστικού δείγματος των επιχειρήσεων που θα συμμετάσχουν, και στη συνέχεια λήψη των ζητούμενων από τις επιχειρήσεις αυτές δεδομένων μέσω ερωτηματολογίων που συμπληρώθηκαν από τους εκπροσώπους τους όπου η περίοδος σχεδιασμού και υλοποιήσεως ήταν το χρονικό διάστημα Αυγούστου – Σεπτεμβρίου 2009.

Τα ερωτηματολόγια σχεδιάστηκαν με τρόπο ώστε μέσω της επεξεργασίας τόσο ποσοτικών όσο και ποιοτικών δεδομένων να είμαστε σε θέση να σχηματίσουμε μία συγκεκριμένη και συγκρίσιμη εικόνα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις του νομού.

Η συλλογή των δεδομένων πραγματοποιήθηκε με την αποστολή των ερωτηματολογίων στις επιλεγμένες επιχειρήσεις καθώς και με τηλεφωνική ή προσωπική επικοινωνία μαζί τους .

Το ερωτηματολόγιο περιέλαβε «κλειστές» στην πλειονότητα τους αλλά και «ανοικτές» ερωτήσεις, που κάλυπταν ένα εκτεταμένο αριθμό στατιστικών μεταβλητών. Το σχετικό πρότυπο ερωτηματολογίου παρουσιάζεται στο σχετικό παράρτημα.

Επεξεργασία – αποτύπωση των δεδομένων

Μετά το πέρας της συλλογής των ερωτηματολογίων της έρευνας πεδίου, διεξήχθη ο έλεγχος της ορθής συμπλήρωσης των ζητούμενων στοιχείων σε κάθε ένα από τα ερωτηματολόγια. Ακολούθησε η ψηφιακή εισαγωγή των δεδομένων και περαιτέρω επεξεργασία με το πρόγραμμα Microsoft Excel.

Στο σχετικό παράρτημα φαίνεται το δείγμα που πήραμε από το επιμελητήριο Ηρακλείου. Παρακάτω φαίνονται οι Επιχειρήσεις που απάντησαν στο ερωτηματολόγιο

	Επωνυμία	Νομική Μορφή	Αντικείμενο
1	BUSINESS SOLUTIONS ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ.	ΑΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
2	EYEWIDE ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	1.Παροχή συμβουλών για τον υλικό εξοπλισμό πληροφορικής Περιλαμβάνεται:

			Η παροχή συμβουλών σχετικά με τον τύπο και τη διάταξη του υλικού εξοπλισμού πληροφορικής και του σχετικού λογισμικού εφαρμογών, όπως ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών κα 2.Υπηρεσίες σχεδιασμού, υποστήριξης και ολοκλήρωσης συστήματος λογισμικού	
3	MADCON ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗΣ	ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ	ΑΕ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική 2.Επεξεργασία δεδομένων 3.Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
4	NUTA NIKOLETA - GABRIELA ΤΟΥ GEORGE		ΑΤΟΜΙΚΗ	Επεξεργασία δεδομένων 2.Παραγωγή προγραμμάτων Η/Υ, που παράγονται ή ολοκληρώνονται κατόπιν παραγγελίας 3.Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, 4.Υπηρεσίες σχεδιασμού, υποστήριξης και ολοκλήρωσης συστήματος λογισμικού
5	RIZZA ROBERTO ΤΟΥ FRANCESCO		ΑΤΟΜΙΚΗ	Διαχείριση και λειτουργία εγκαταστάσεων επεξεργασίας δεδομένων που ανήκουν σε τρίτους, σε συνεχή βάση
6	ΑΝΑΣΤΑΣΑΚΗ ΘΕΟΝΥΜΦΗ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ		ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
7	ΑΝΩΣΙΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΑΕ-ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ	ΥΑΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
8	ΑΡΧΟΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ-ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ		ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
9	ΑΦΟΙ ΚΟΡΣΑΒΒΑΣ - Χ. ΣΙΑΗΡΟΠΟΥΛΟΣ Ο.Ε.	ΧΑΤΖΗΣΥΜΕΩΝ - Γ.	ΟΕ	Ανάπτυξη βάσεων δεδομένων: συγκέντρωση δεδομένων από μία ή περισσότερες πηγές
10	ΒΑΛΕΡΓΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Δραστηριότητες σχετικές με τράπεζες δεδομένων

11	ΓΕΡΑΚΙΑΝΑΚΗΣ Ι. ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.	ΕΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
12	ΓΕΩΡΓΑΚΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΟΥ ΣΤΥΛΙΑΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
13	Ε.ΒΕΛΗΒΑΣΑΚΗΣ - Ε.ΜΟΥΛΑΤΣΟΣ ΟΕ	ΟΕ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
14	ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΤΑΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Παροχή συμβουλών για τον υλικό εξοπλισμό πληροφορικής Περιλαμβάνεται: Η παροχή συμβουλών σχετικά με τον τύπο και τη διάταξη του υλικού εξοπλισμού πληροφορικής και του σχετικού λογισμικού εφαρμογών, όπως ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών κα
15	ΘΕΟΔΩΡΟΣ ΠΑΤΣΙΟΥΡΑΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΟΕ	ΟΕ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
16	ΘΡΑΨΑΝΙΩΤΗΣ Ε.- ΚΑΡΑΚΩΝΣΤΑΝΤΑΚΗΣ Μ.- ΜΑΡΜΑΡΙΑΗΣ Μ.Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
17	ΚΟΤΟΥΠΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΤΟΥ ΗΛΙΑ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες επαγγελματικές υπηρεσίες σχετικές με υπολογιστές
18	ΚΟΥΤΣΟΓΙΑΝΝΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΟΥ ΣΤΥΛΙΑΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Διαχείριση και λειτουργία εγκαταστάσεων επεξεργασίας δεδομένων που ανήκουν σε τρίτους, σε συνεχή βάση
19	ΜΑΓΡΙΠΛΗΣ ΣΠΥΡΙΔΑΚΗ Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
20	ΜΑΚΡΑΚΗΣ ΘΕΜΙΣΤΟΚΛΗΣ & ΣΙΑ Ε.Ε.	ΕΕ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
21	Ν. ΗΛΙΑΚΗΣ - Δ. ΝΤΕΛΑΚΗΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Δικτυακές πύλες (web portals)
22	ΞΥΛΟΥΡΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Επεξεργασία δεδομένων με τη χρήση είτε του

	ΕΥΡΙΠΙΔΗ		προγράμματος του πελάτη είτε ιδιόκτητου προγράμματος, όπως:
23	ΣΑΡΙΔΑΚΗΣ ΘΕΟΔΟΣΙΟΣ ΤΟΥ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο λογισμικού εφαρμογών
24	ΣΗΜΑΝΤΗΡΑΚΗΣ ΓΑΛΑΤΙΟΣ ΤΟΥ ΧΡΗΣΤΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
25	ΣΤΕΦΑΝΑΚΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ - ΚΙΑΜΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΟΕ	ΟΕ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
26	ΤΟΜΕΑΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Λιανικό εμπόριο λογισμικού εφαρμογών
27	ΤΣΙΜΠΟΓΙΑΝΝΗΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΤΟΥ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΥΣ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παραγωγή προγραμμάτων Η/Υ, που παράγονται ή ολοκληρώνονται κατόπιν παραγγελίας
28	ΦΑΝΟΥΡΓΑΚΗ ΔΕΣΠΟΙΝΑ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
29	ΧΑΤΖΗΛΑΚΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΤΟΥ ΜΙΧΑΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
30	ΠΛΑΤΑΚΗΣ Ε. ΖΩΓΡΑΦΙΝΗΣ Ι. & ΣΙΑ ΟΕ	ΟΕ	Υπηρεσίες ηλεκτρονικών μηνυμάτων και πληροφοριών

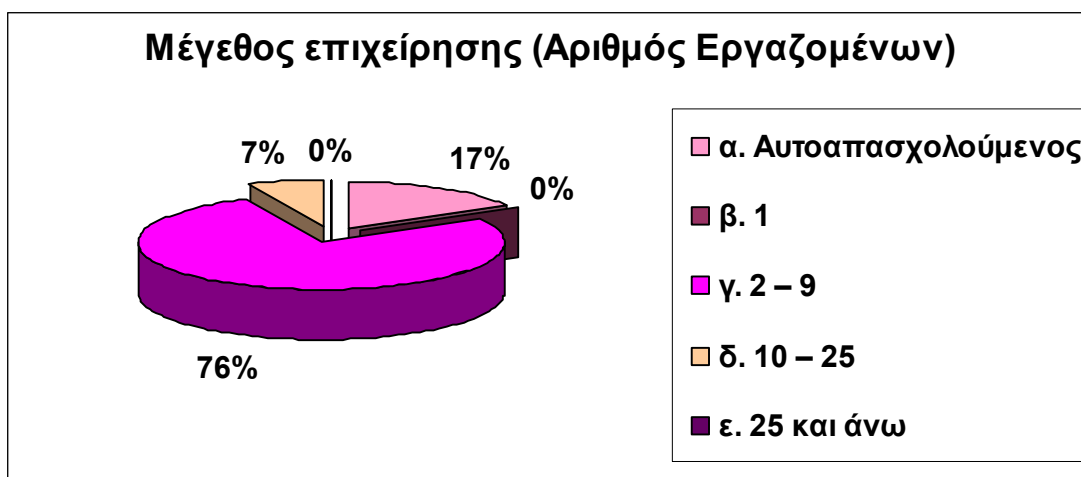
Αποτελέσματα έρευνας για τη λειτουργία των επιχειρήσεων

ΤΜΗΜΑ Γενικά στοιχεία των επιχειρήσεων της έρευνας πεδίου

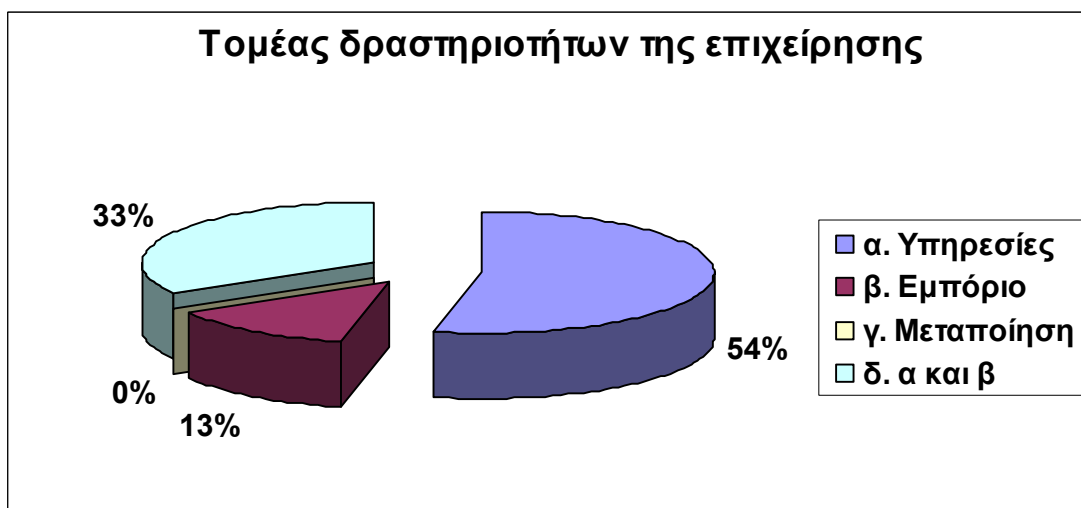
Η στατιστική κατανομή των επιχειρήσεων του δείγματος παρατίθεται στα γραφήματα που ακολουθούν .

Στο επόμενο γράφημα διαπιστώνουμε ότι ένας στους τέσσερις περίπου από τους επιχειρηματίες του δείγματος είναι αυτοαπασχολούμενοι σε ποσοστό 17% , 0 επιχειρήσεις (0%) απασχολούν έναν εργαζόμενο, ενώ η πλειονότητα του δείγματος, σε ποσοστό 76% απασχολεί από 2 έως 9 εργαζόμενους. Από 10 έως 25 εργαζόμενους απασχολεί το 7% . Ενώ από 25 και πάνω δεν υπάρχει καμία επιχείρηση(γράφημα 1). Έπίσης πρέπει να αναφέρουμε ότι το μεγαλύτερο ποσοστό των επιχειρήσεων που απάντησαν είχαν ως κύρια ασχολία τους τις υπηρεσίες(54%) , το 33% ασχολείται με τις υπηρεσίες και με το εμπόριο, το 13% μόνο με το εμπόριο ενώ δεν υπήρξε καμία επιχείρηση που να ασχολούνταν με την μεταποίηση(γράφημα 2) .

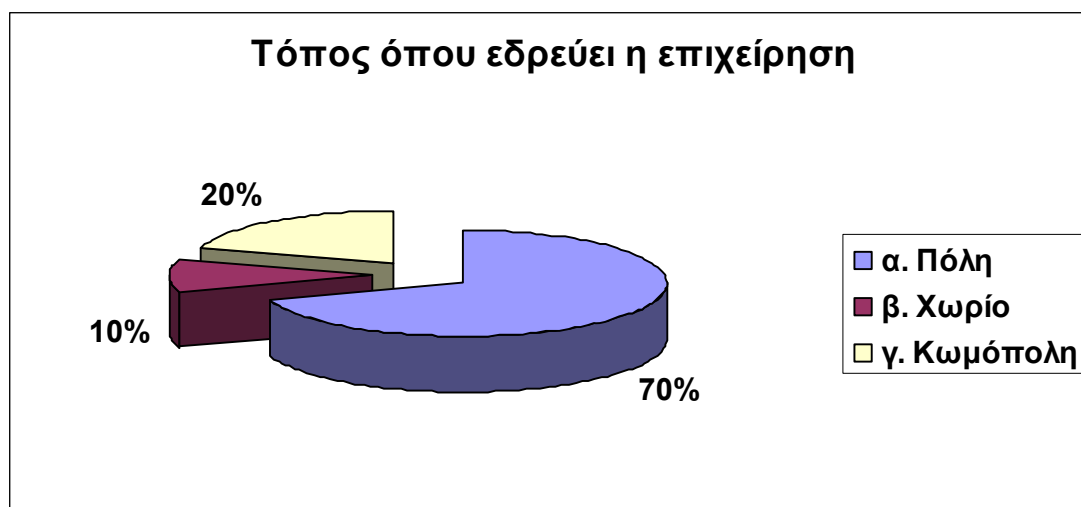
ΓΡΑΦΗΜΑ 1: Κατανομή επιχειρήσεων έρευνας σε σχέση με αριθμό προσωπικού



ΓΡΑΦΗΜΑ 2: Κατανομή των επιχειρήσεων της έρευνας ανάλογα με τον τομέα Δραστηριότητας

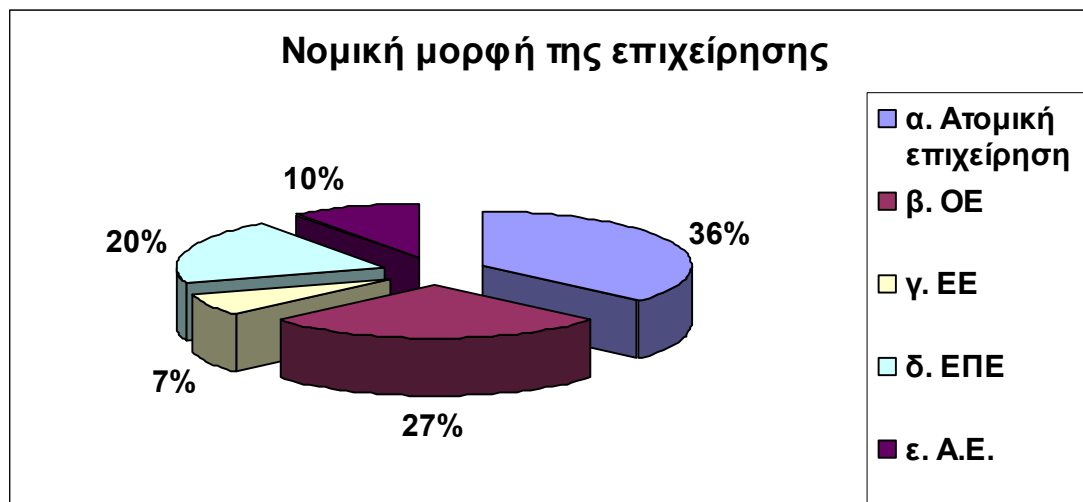


ΓΡΑΦΗΜΑ 3: Κατανομή των επιχειρήσεων της έρευνας ανάλογα με τον τόπο έδρας



Στο παραπάνω διάγραμμα παρατηρούμε ότι το 70% των επιχειρήσεων έχει ως έδρα την πόλη ενώ το 20% εδρεύει σε κωμόπολη και το 10% σε χωρίο. Ως προς την ηλικία των επιχειρήσεων του δείγματος, σε ποσοστό 70% έχουν χρόνο έναρξης δραστηριότητας μεγαλύτερο της τριετίας, ενώ το 30% λειτουργεί λιγότερο από τρία έτη, κάτι που σημαίνει ότι στην έρευνα μας συμμετείχε αρκετά μεγαλύτερο ποσοστό παλιών επιχειρήσεων. Στην παρούσα έρευνα προσπαθήσαμε να εστιάσουμε σε μια υψηλότερη αντιπροσωπευτικότητα ως προς τη νομική μορφή των επιχειρήσεων. Έτσι, όπως φαίνεται στο παρακάτω γράφημα το 36% του δείγματος αποτελούν οι ατομικές επιχειρήσεις ενώ, τέσσερις στις δέκα επιχειρήσεις του δείγματος αποτελούν νομικά πρόσωπα διαφόρων μορφών. Από τα νομικά πρόσωπα, οι ομόρρυθμες εταιρείες αποτελούν το 27% του συνόλου, οι Α.Ε. το 10%, ενώ οι Ε.Ε. (ετερόρρυθμες εταιρείες) και οι Εταιρείες Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.) το 7% και 20% αντίστοιχα.

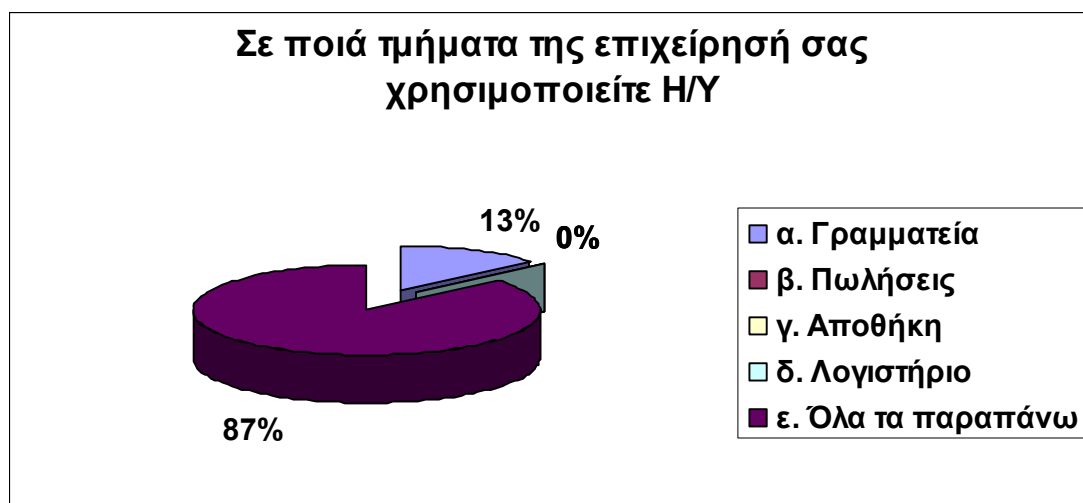
ΓΡΑΦΗΜΑ 4:Κατανομή των επιχειρήσεων της έρευνας ανάλογα με την νομική τους Μορφή



ΤΜΗΜΑ Β: Εσωτερικό περιβάλλον

Παρακάτω θα επιχειρήσουμε να ερευνήσουμε σε ποια από τα τμήματα των επιχειρήσεων χρησιμοποιείται Η/Υ, η εικόνα που αποκομίζουμε είναι η ακόλουθη:

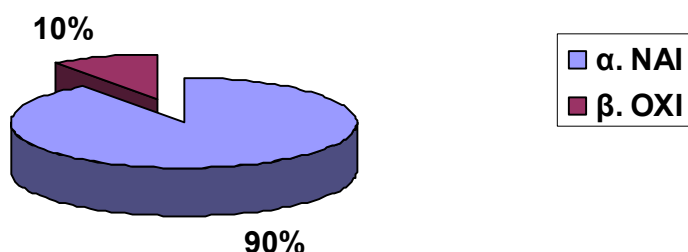
ΓΡΑΦΗΜΑ 5:Κατανομή των επιχειρήσεων της έρευνας ανάλογα με τα τμήματα της επιχείρησης που χρησιμοποιείτε Η/Υ .



Παρατηρούμε ότι μόλις το 13% χρησιμοποιεί υπολογιστή, μόνο στην γραμματεία. Το 87% των επιχειρήσεων της έρευνας χρησιμοποιεί υπολογιστή σε όλα τα τμήματα, κυρίως υποστηρικτικά (σχεδιασμού για τις μεταποιητικές, μάρκετινγκ σε παροχής υπηρεσιών, η ποιότητας σε όσες διαθέτουν).

ΓΡΑΦΗΜΑ 6:Κατανομή των επιχειρήσεων της έρευνας ανάλογα με την εισαγωγή νέων τεχνολογιών .

Χρησιμοποιείτε στην επιχείρησή σας νέες τεχνολογικές υποδομές



Σύμφωνα με διάφορες έρευνες που έχουν γίνει κατά καιρούς η Κρήτη παρουσιάζει το υψηλότερο ποσοστό δαπανών σε έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη σε σχέση με το ΑΕΠ από όλες τις περιφέρειες στη χώρα. Σε εθνικό επίπεδο όμως η συμμετοχή των επιχειρήσεων σε αυτές τις δαπάνες είναι χαμηλότερη από την Ευρωπαϊκή Ένωση. Ένας από τους στόχους της έρευνας ήταν η διερεύνηση του βαθμού χρήσης τεχνολογιών από τις επιχειρήσεις στην Κρήτη και των στάσεων και πρακτικών όσον αφορά στην καινοτομία.

Η καινοτομία ορίστηκε ως η μετατροπή μιας ιδέας σε εμπορεύσιμο προϊόν ή υπηρεσία, που διαφέρει από τα υπάρχοντα στην αγορά, μία νέα ή βελτιωμένη τεχνολογική μέθοδος παραγωγής ή διανομής, μία νέα μέθοδος οργάνωσης και διοίκησης της επιχείρησης ή μία καινούργια διαδικασία.

Στο παραπάνω διάγραμμα παρουσιάζονται τα ποσοστά των επιχειρήσεων που διαθέτουν και μπορούν να εισάγουν νέες τεχνολογίες / συστήματα. Όπως φαίνεται το 90% είναι θετικό στο να εισάγει νέα πράγματα ενώ το 10% δεν εισάγει νέες τεχνολογίες. Αυτό το 10% κατά το πλείστον είναι παλαιότερες επιχειρήσεις που έχουν μάθει να λειτουργούν με τις τότε υπάρχουσες τεχνολογίες.

Τα υψηλότερα ποσοστά για τεχνολογίες διαδικτύου εμφανίζονται στις τηλεπικοινωνίες – πληροφορική και τα χαμηλότερα στο εμπόριο. Η χρήση των υπόλοιπων τεχνολογιών διαφοροποιείται ανάλογα με τον κλάδο. Αξιοσημείωτα είναι τα υψηλά ποσοστά που εμφανίζουν στα συστήματα barcode και οι αυτοματισμοί παραγωγής στη μεταποίηση και τα συστήματα διαχείρισης ποιότητας ISO / HACCP στο εμπόριο και στις υπηρεσίες. Επίσης, σημαντική διαφορά εμφανίζεται ανάλογα με τη νομική μορφή με τις ΑΕ & ΕΠΕ να διαθέτουν σε αρκετά

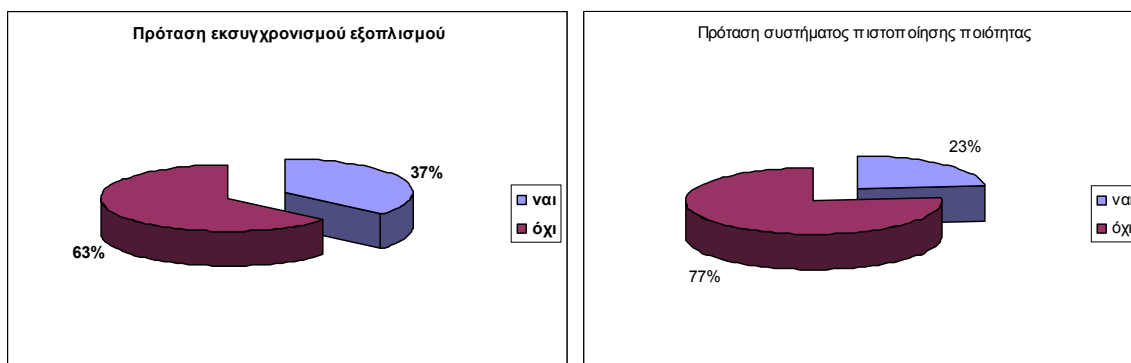
υψηλότερα ποσοστά τις περισσότερες τεχνολογίες και συστήματα από τις λοιπές νομικές μορφές.

Επενδύσεις παγίων με χρηματοδοτήσεις προγραμμάτων του Γ' Κ.Π.Σ.

Είναι εύλογο το γεγονός ότι μία σημαντική ένδειξη του επιχειρηματικού ενδιαφέροντος για την πραγματοποίηση επενδύσεων είναι το ποσοστό των επιχειρήσεων που έχουν υποβάλει αίτηση συμμετοχής σε προγράμματα που επιχορηγούν αντίστοιχες επενδύσεις. Τα δεδομένα της έρευνας του ΚΕΤΑ 2007, απλά επιβεβαιώνουν το αυξημένο ενδιαφέρον πραγματοποίησης επενδύσεων εκσυγχρονισμού αλλά και ανάπτυξης δραστηριοτήτων που καταγράφεται στην περιφέρεια εδώ και αρκετά έτη, κατατάσσοντας τις στις πρώτες θέσεις μεταξύ των περιφερειών με την μεγαλύτερη συμμετοχή και απορροφητικότητα κονδυλίων, στην πλειονότητα των σχετικών προγραμμάτων.

Έτσι, στην αντίστοιχη ερώτηση της έρευνας: «Έχετε υποβάλει πρόταση χρηματοδότησης εκσυγχρονισμού εξοπλισμού από προγράμματα του Γ' ΚΠΣ;» όπως βλέπουμε παρακάτω μεγάλο μέρος των επιχειρήσεων απάντησε αρνητικά. Είναι γνωστό ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις στην προσπάθειά τους για εξωστρέφεια και εξαγωγικό προσανατολισμό, υστερούν αρκετά σε θέματα τυποποίησης και Πιστοποιημένης διασφάλισης ποιότητας διαδικασιών, προϊόντων και υπηρεσιών. Στα θετικά στοιχεία του παρόντος τμήματος της έρευνας συγκαταλέγεται το γεγονός ότι ένα αρκετά σημαντικό ποσοστό επιχειρήσεων υπέβαλλαν αίτηση για συγχρηματοδοτήσει απόκτησης συστήματος διασφάλισης ποιότητας (ISO, HACCP κλπ): συγκεκριμένα ποσοστό 23% του συνόλου των 30 επιχειρήσεων.

ΓΡΑΦΗΜΑ 7: Έχετε υποβάλει πρόταση χρηματοδότησης εκσυγχρονισμού εξοπλισμού από προγράμματα του Γ' ΚΠΣ



Σε μία έκθεση που αναφέρεται στην αναπτυξιακή φυσιογνωμία μιας περιφέρειας, είναι σημαντικό να καταγραφούν τα ελλείμματα ανταγωνιστικότητας

των επιχειρήσεων όχι μόνο μέσα από στατιστικούς δείκτες αλλά κυρίως όπως βιώνονται από τους ίδιους τους επιχειρηματίες. Η ανταγωνιστικότητα είναι ο ακρογωνιαίος λίθος για τη βιωσιμότητα τους, ειδικά σε ένα συνεχώς μεταβαλλόμενο, παγοςμιοποιημένο περιβάλλον. Από τις απαντήσεις των εκπροσώπων των επιχειρήσεων στο συγκεκριμένο τμήμα των ερωτηματολογίων μας, γίνεται φανερό ότι έχουν επαρκώς συνειδητοποιήσει τα στοιχεία που τους λείπουν προκειμένου να είναι σε θέση να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους. Το κατά πόσο αυτό θα επιτευχθεί, είναι κάτι που θα πρέπει να καταγραφεί σε μια μελλοντική έρευνα.

Η ερώτηση της έρευνας πεδίου που κωδικοποιεί τα θέματα ελλείψεων και αναγκών για βελτίωση της ανταγωνιστικότητας είναι η ακόλουθη: «Κατά την γνώμη σας, ποιο θα ήταν το σημαντικότερο στοιχείο που θα χρειαζόσασταν προκειμένου να γίνετε περισσότερο ανταγωνιστικοί;» Η δομή της ερώτησης σχεδιάστηκε έτσι ώστε να περιέχει τόσο εξωγενείς παράγοντες (ρόλος του κράτους) όσο και ενδογενείς (οργάνωση, διοίκηση, στρατηγική κ.λ.π.), και η σημασία της έγκειται στο ότι καταδεικνύει το πώς αντιλαμβάνονται οι επιχειρήσεις τα στοιχεία που συνιστούν την ανταγωνιστικότητα.:

ΓΡΑΦΗΜΑ 8: Στοιχεία ενίσχυσης ανταγωνιστικότητας

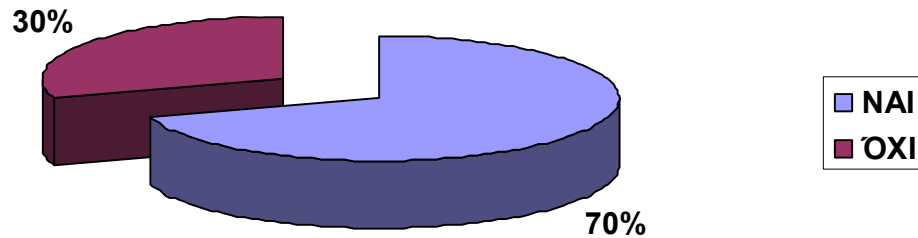


Όπως παρατηρούμε, οι ενδογενείς παράγοντες ανταγωνιστικότητας που έχουν να κάνουν με την οργανωτική λειτουργία των επιχειρήσεων, έχουν παραμείνει σχετικά χαμηλά, στην περίπτωση δε της εσωτερικής οργάνωσης έχουν μειωθεί. Αντίθετα, η ανάγκη για περισσότερα κεφάλαια κατακτά το 20%, ενώ σε ακόμη υψηλότερο ποσοστό 23% έχει αυξηθεί η ανάγκη για κίνητρα από το κράτος .

Θεωρήσαμε επίσης σημαντικό να προσθέσουμε μία νέα κατηγορία ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας, αυτής της επέκτασης σε νέες αγορές. Στην συγκεκριμένη κατηγορία οι απαντήσεις που λάβαμε είναι το 23% .

ΓΡΑΦΗΜΑ 9: Εισάγετε την καινοτομία στην επιχείρησή σας.

Εισάγετε την καινοτομία στην επιχείρησή σας



Από τις απαντήσεις προκύπτει ότι το 70% των επιχειρήσεων εισάγει την καινοτομία στις επιχειρήσεις. Σημειώνεται ωστόσο ότι περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις το 30% στο σύνολο των κλάδων δεν εισάγουν καθόλου καινοτομίες.

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της έρευνας οι καινοτομίες που έχουν εισάγει οι επιχειρήσεις αφορούν κυρίως στη βελτίωση του τρόπου παραγωγής ή των προϊόντων και υπηρεσιών συγκριτικά με την ίδια την επιχείρηση στο παρελθόν. Μικρότερα ποσοστά αναφέρουν ότι εισήγαγαν καινοτομίες σε σχέση με άλλες επιχειρήσεις της Κρήτης και της λοιπής Ελλάδας. Ελάχιστες επιχειρήσεις ανέφεραν ότι έχουν καινοτομήσει σε διεθνές επίπεδο.

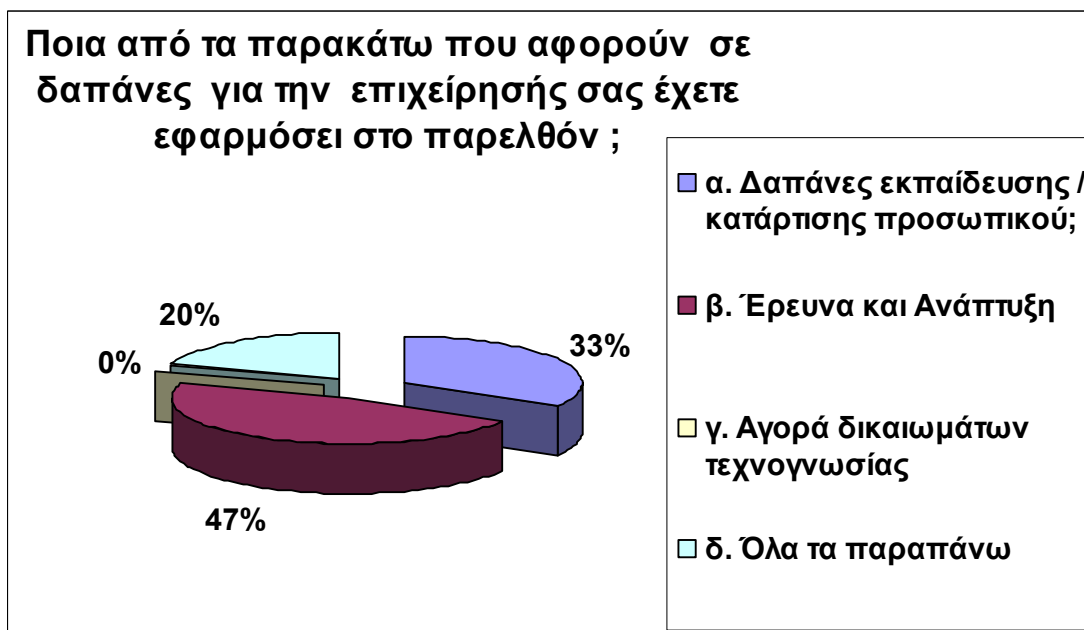
Το 60% των επιχειρήσεων δεν διαθέτουν άδειες ευρεσιτεχνίας ή εμπορικά σήματα. Παρουσιάζεται σημαντική διαφοροποίηση μεταξύ κλάδων, με το εμπόριο να έχει υψηλότερα ποσοστά επιχειρήσεων με εμπορικά σήματα και τη μεταποίηση να έχει υψηλότερα ποσοστά επιχειρήσεων με πατέντες.

ΓΡΑΦΗΜΑ 10: Διαθέτετε πατέντες ή εμπορικά σήματα



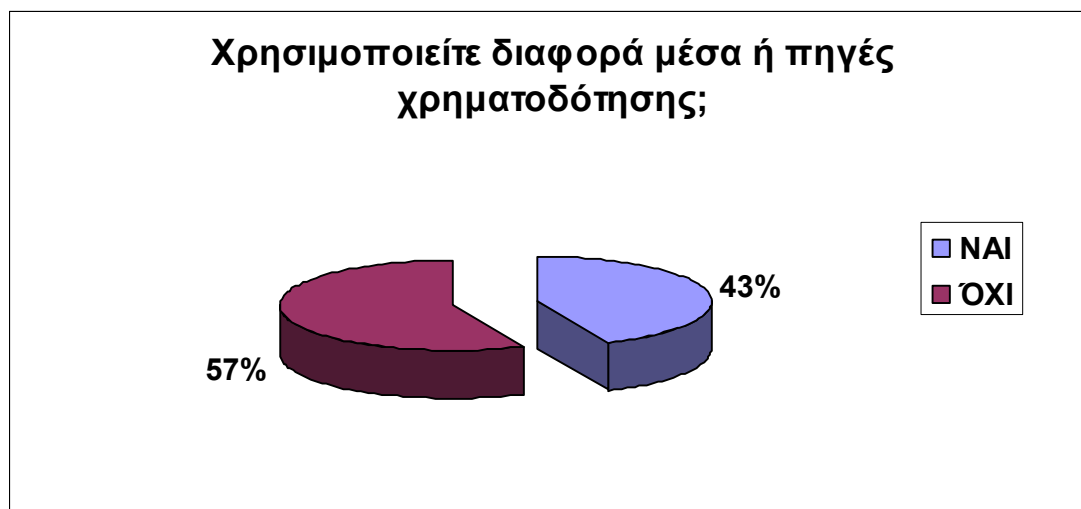
Όσον αφορά στα ποσοστά των δαπανών παρατηρούμε στο επόμενο διάγραμμα ότι αυτά που αφορούν σε έρευνα & ανάπτυξη κυμαίνονται σε αρκετά υψηλά επίπεδα, φτάνουν το 47% και αυτό έχει ως αντίκτυπο οι επιχειρήσεις να γίνουν περισσότερο αποδοτικές και αποτελεσματικές. Το 33% αφορά σε δαπάνες εκπαίδευσης/κατάρτισης προσωπικού ενώ κανένας από αυτούς δεν δαπανάει χρήματα μόνο για την αγορά δικαιωμάτων τεχνογνωσίας. Τέλος το 20% δαπανάει χρήματα για όλα όσα αναφέραμε πράγμα που τους κάνει περισσότερο ανταγωνιστικούς.

ΓΡΑΦΗΜΑ 11: Δαπάνες τις επιχειρήσεις



Στο ακόλουθο διάγραμμα παρουσιάζεται εάν χρησιμοποιούνται διάφορα μέσα ή πηγές χρηματοδότησης .Ενδιαφέρον είναι ότι δεν διαφαίνεται τα μέσα χρηματοδότησης να ενδιαφέρουν τις επιχειρήσεις και έτσι το 57% απαντάει αρνητικά και μόλις το 43% θετικά .

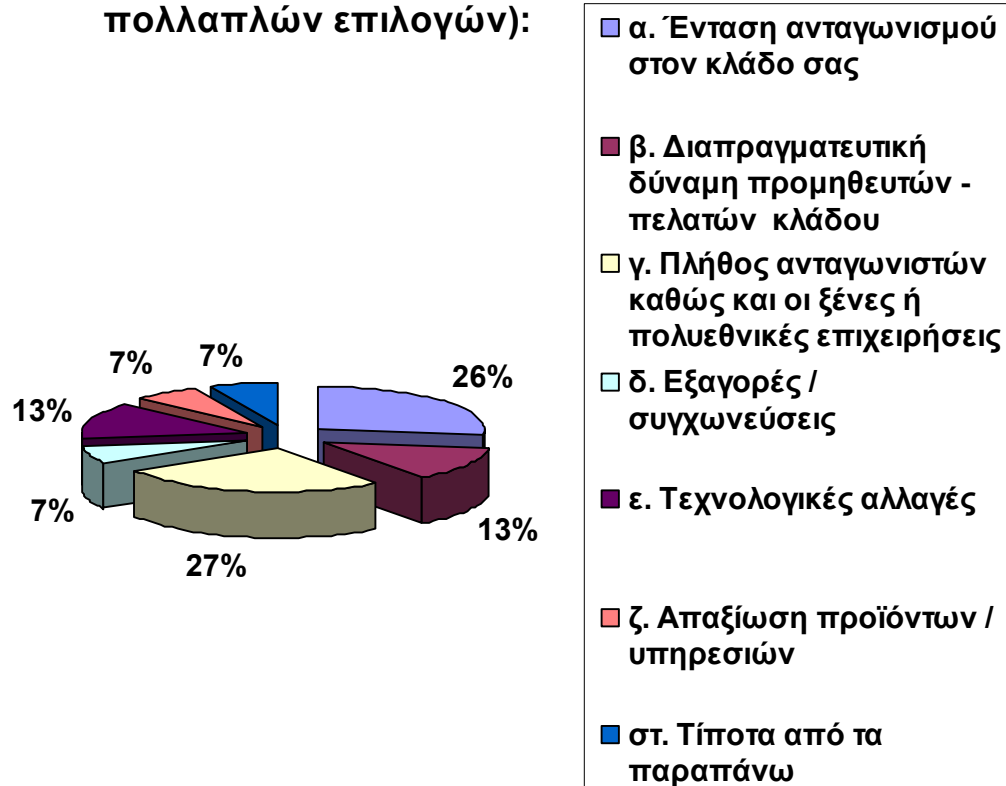
ΓΡΑΦΗΜΑ 12: Διαφορά μέσα ή πηγές χρηματοδότησης



Η ανταγωνιστική πίεση που δημιουργούν διάφοροι παράγοντες στις επιχειρήσεις παρουσιάζονται στο ακόλουθο διάγραμμα . Η ένταση ανταγωνισμού καθώς και το πλήθος των ανταγωνιστών είναι οι κυριότεροι παράγοντες σε επίπεδο 26% και 27% αντίστοιχα . Οι μεγαλύτερες διαφοροποιήσεις μεταξύ κλάδων εμφανίζονται στις τεχνολογικές αλλαγές και στην απαξίωση των προϊόντων που θεωρούνται ιδιαίτερα σημαντικοί παράγοντες ανταγωνιστικών πιέσεων στις τηλεπικοινωνίες – πληροφορική αλλά βρίσκονται σε πολύ χαμηλά επίπεδα.

ΓΡΑΦΗΜΑ 13: Παράγοντες ανταγωνιστικών πιέσεων

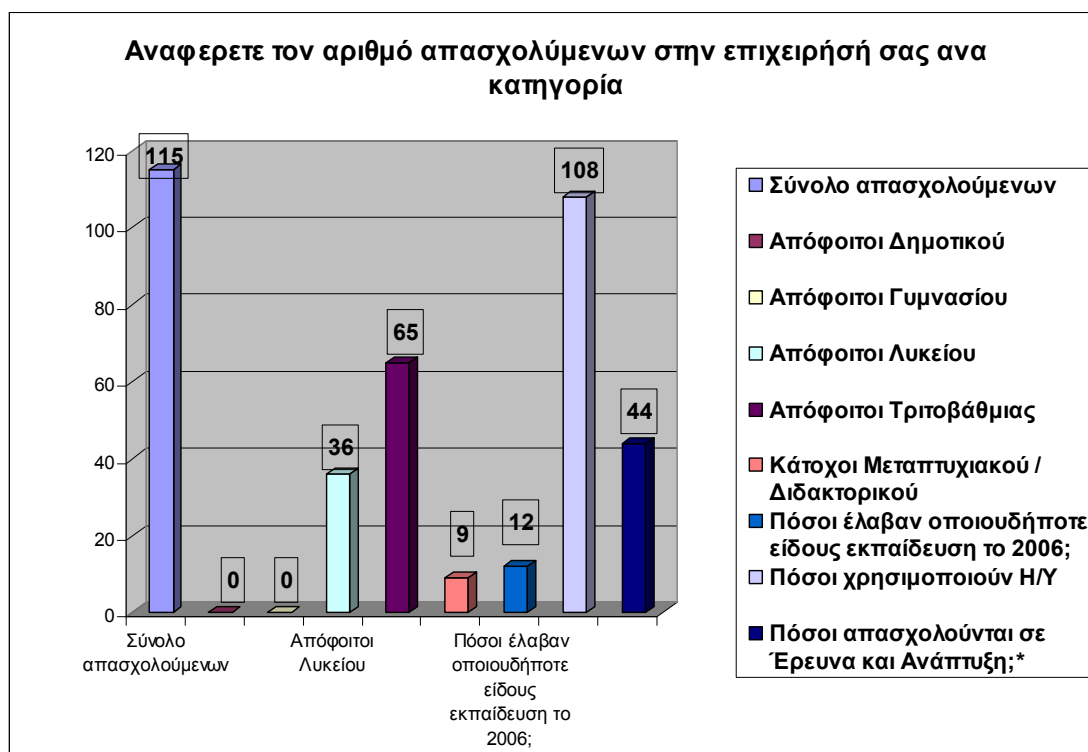
Ποιους από τους ακόλουθους παράγοντες ανταγωνιστικών πιέσεων θεωρείται ότι υπάρχουν στον κλάδο σας (δυνατότητα πολλαπλών επιλογών):



Το επίπεδο εκπαίδευσης του προσωπικού των επιχειρήσεων παρουσιάζεται στο ακόλουθο διάγραμμα. Το μορφωτικό επίπεδο γενικά φάνηκε να είναι μέτριο , στο σύνολο των 30 επιχειρήσεων έχουμε 115 εργαζομένους από τους οποίους οι 36 ήταν απόφοιτοι λυκείου οι 65 δηλαδή σχεδόν οι μίση ήταν απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, λιγοστά άτομα από το σύνολο ήταν κατοχή διδακτορικού η κάποιου μεταπτυχιακού , 12 άτομα έλαβαν κάποιου είδους εκπαίδευση ενώ στη μεταποίηση, τον τουρισμό και τις μεταφορές το επίπεδο είναι χαμηλότερο, 108 χρησιμοποιούν Η/Υ πράγμα πολύ ικανοποιητικό και μόλις 44 άτομα από τα 115 απασχολούνται σε έρευνα & ανάπτυξη.

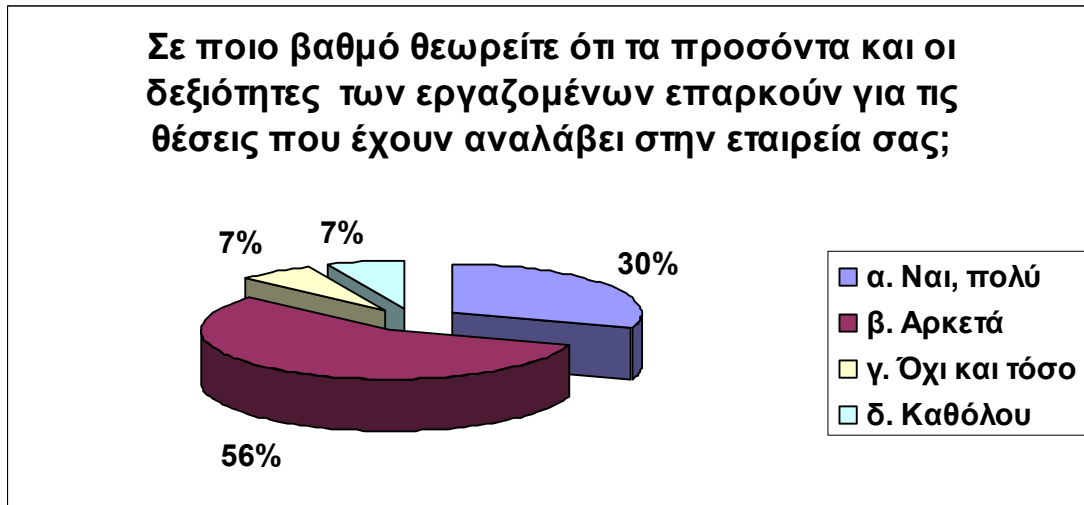
ΤΜΗΜΑ Γ: Κατάσταση του ανθρώπινου δυναμικού των επιχειρήσεων,

ΓΡΑΦΗΜΑ 14: Αριθμός απασχολημένων στην επιχείρησή σας .



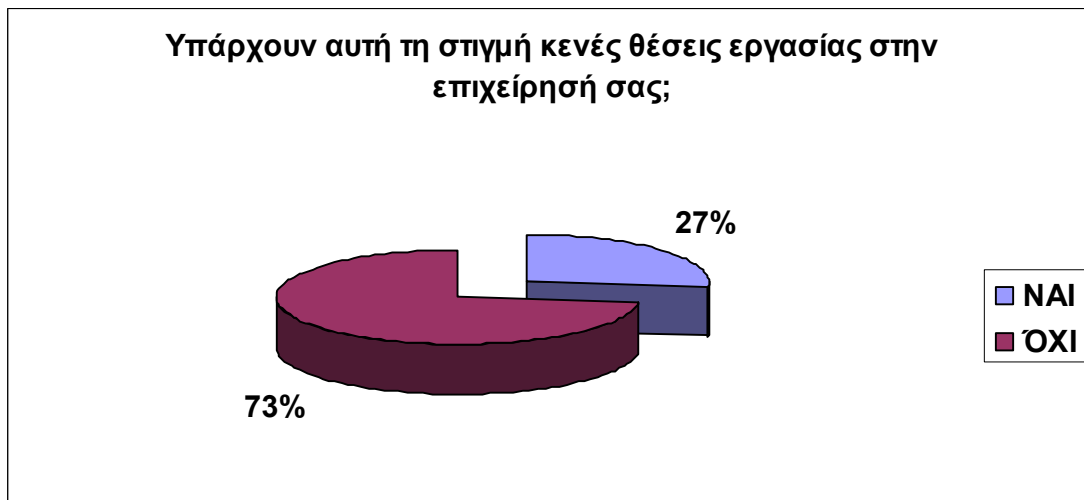
Ένα ακόμη ενθαρρυντικό στοιχείο αποτελεί το γεγονός ότι, οι επιχειρήσεις που απάντησαν στην έρευνα φαίνεται να είναι ικανοποιημένες σε μεγαλύτερη συχνότητα από τα επαγγελματικά προσόντα του υφιστάμενου ανθρώπινου δυναμικού τους. Επίσης, ένα πολύ μικρό ποσοστό του συνόλου σκέπτεται ότι υπάρχει ανάγκη αλλαγής της σύνθεσης του. Επιπρόσθετα επισημαίνουμε ότι το ποσοστό των εκπρόσωπων επιχειρήσεων που «δεν είναι και τόσο», ή «καθόλου» ικανοποιημένοι από την επάρκεια των προσόντων των εργαζομένων της επιχείρησής τους αντιστοιχεί στο 7% το καθένα. Έτσι, στην ερώτησή μας για την επάρκεια προσόντων έχουμε την παρακάτω εικόνα:

ΓΡΑΦΗΜΑ 15: Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι τα προσόντα και οι δεξιότητες των εργαζομένων επαρκούν για τις θέσεις που έχουν αναλάβει στην εταιρεία σας



Στην ερώτηση για την ύπαρξη η μη κενών θέσεων εργασίας εντός της επιχείρησης σήμερα, επιβεβαιώνει 27% των ερωτηθέντων υπευθύνων των αντίστοιχων επιχειρήσεων την ύπαρξη κενών και το 73% την μη ύπαρξη κενών

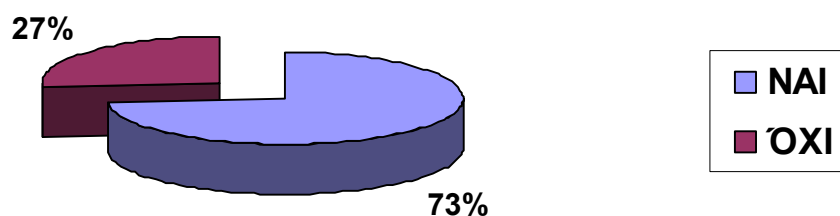
ΓΡΑΦΗΜΑ 16: Υπάρχουν κενές θέσεις εργασίας στην επιχείρησή σας .



Εν τούτοις, όπως θα δούμε αμέσως μετά, το ποσοστό των επιχειρήσεων της έρευνας που εκδηλώνει πρόθεση υλοποίησης ενός προγράμματος επαγγελματικής κατάρτισης φτάνει το 73%. Αυτή η αντιστοιχία θεωρούμε ότι δηλώνει σε ικανοποιητικά μεγάλο βαθμό την ενημέρωση για θέματα στρατηγικής ανάπτυξης των στελεχών μέσα από την ίδια την επιχείρηση.

ΓΡΑΦΗΜΑ 17: Πραγματοποιούνται διαδικασίες εκπαίδευσης/ κατάρτισης του προσωπικού στην επιχείρησή σας;

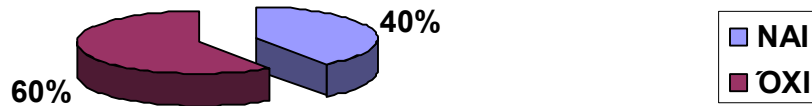
**Πραγματοποιούνται διαδικασίες εκπαίδευσης /
κατάρτισης του προσωπικού στην επιχείρησή
σας;**



Το ποσοστό του προσωπικού που εκπαιδεύτηκε το 2008 ανήλθε σε 40%. Το ποσοστό των δαπανών που αφορούν σε εκπαίδευση ανήλθε σε 1% με τις τηλεπικοινωνίες – πληροφορική να προηγούνται. Στους υπόλοιπους κλάδους εμφανίζονται αντιφάσεις στην κατάταξη τους αναφορικά με το ποσοστό του προσωπικού που εκπαιδεύτηκε και το ποσοστό των δαπανών που αφορά σε εκπαίδευση (π.χ. η μεταποίηση και οι κατασκευές εμφανίζονται σε χαμηλή θέση όσον αφορά τον αριθμό του προσωπικού που εκπαιδεύτηκε και σε υψηλή θέση σχετικά με τις δαπάνες για εκπαίδευση). Μία πιθανή εξήγηση είναι ότι διαφέρει ανά κλάδο το κόστος εκπαίδευσης ανά εργαζόμενο.

ΓΡΑΦΗΜΑ 18: Έχουν κάποιοι από το προσωπικό της επιχείρησής σας παρακολουθήσει κατά το προηγούμενο έτος κάποιο πρόγραμμα κατάρτισης / επαγγελματικής κατάρτισης;

Έχουν κάποιοι από το προσωπικό της επιχείρησής σας παρακολουθήσει κατά το προηγούμενο έτος κάποιο πρόγραμμα κατάρτισης/ επαγγελματικής κατάρτισης;



Ανάλυση κατά τομέα οικονομικής δραστηριότητας των προσδοκιών για τα αποτελέσματα του κλάδου στον οποίο δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις

Αν αναλύσουμε τις απαντήσεις των επιχειρήσεων κατά τομέα επιχειρηματικής δραστηριότητας, παρατηρούμε ότι σε σχέση με τις προσδοκίες για την πορεία των πωλήσεων του κλάδου τους, το υψηλότερο ποσοστό επιχειρήσεων κατά τομέα προβλέπει αύξηση τους.

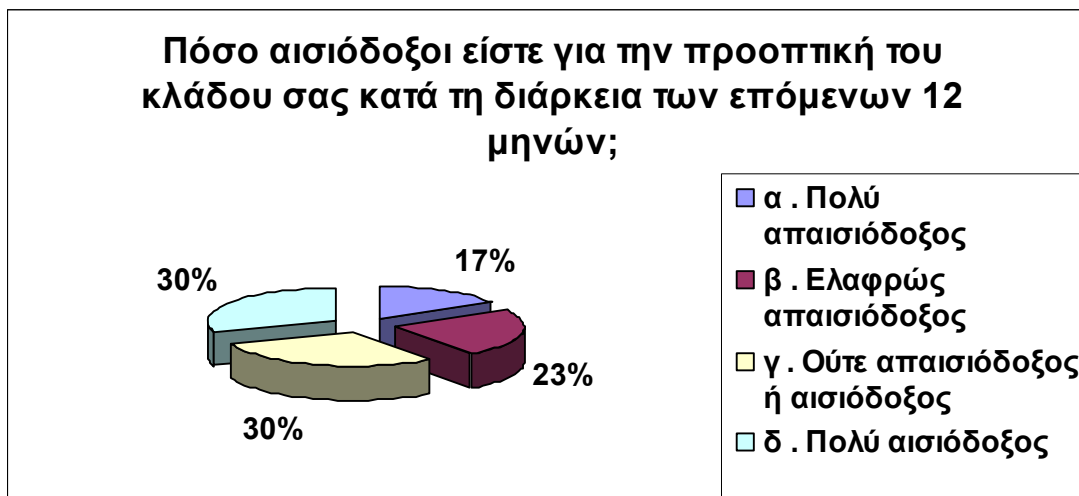
Αντίστοιχες καταγραφές ως προς τα ποσοστά θετικών η μη προσδοκιών ανά επιμέρους τομέα παρουσιάστηκαν και για την κερδοφορία, όπου όμως τα ποσοστά επιχειρήσεων που αναμένουν αύξηση της είναι γενικά χαμηλότερα από τα αντίστοιχα για την μελλοντική πορεία των πλύσεων.

Όσον αφορά την απασχόληση, προβλέπετε στασιμότητα του αριθμού των απασχολούμενων στις επιχειρήσεις.

Τέλος, αναφορικά με τις τιμές πώλησης, οι ξενοδοχειακές και οι εμπορικές είναι αυτές που σε υψηλότερο ποσοστό προβλέπουν μείωση των τιμών του κλάδου τους. Οι εμπορικές μάλιστα περιμένουν μείωση της κερδοφορίας τους σε διπλάσιο ποσοστό από ότι το αντίστοιχο αυτών που αναφέρονται στη μείωση των τιμών πώλησης. Οι λοιποί τομείς παρουσιάζουν μία, λίγο ως πολύ ομοιόμορφη κατανομή των προσδοκιών των τιμών πώλησης, σε ιδιαίτερα μάλιστα υψηλό ποσοστό ως προς αυτούς που αναμένουν αύξηση των τιμών.

ΤΜΗΜΑ Δ: Αποτύπωση του επιχειρηματικού κλίματος και των επιχειρηματικών σχεδίων

ΓΡΑΦΗΜΑ 19: Πόσο αισιόδοξοι είστε για την προοπτική του κλάδου σας κατά την διάρκεια των επόμενων 12 μηνών;



Στη συνέχεια παρουσιάζουμε τα σχετικά με τις προβλέψεις για τον κύκλο εργασιών και την απασχόληση στον κλάδο δραστηριότητας αποτελέσματα, με τη μορφή του παρακάτω πίνακα:

ΓΡΑΦΗΜΑ 20: Στοιχεία ενίσχυσης ανταγωνιστικότητας



Η ερώτηση της έρευνας, που όμως αυτή τη φορά αναφέρεται στις προβλέψεις για τα μεγέθη των ίδιων των επιχειρήσεων – και όχι του κλάδου που ανήκουν είναι η ακόλουθη: «Τι αναμένετε να εκδηλωθεί κατά τη διάρκεια του τρέχοντος έτους στις ακόλουθες παραμέτρους της επιχείρησής σας» και δίνει τα παρακάτω αποτελέσματα:

ΓΡΑΦΗΜΑ 21: Εκτίμηση της μελλοντικής πορείας των θεμελιωδών μεγεθών των επιχειρήσεων της έρευνας πεδίου: πωλήσεις και απασχόληση



Αν συγκρίνουμε τις απαντήσεις στο ερώτημα αυτό με τις απαντήσεις αναφορικά με την πορεία του κλάδου, θα διαπιστώσουμε ότι τα ποσοστά αυτών που αναμένουν αύξηση των πωλήσεων τους είναι κατά τι υψηλότερα σε σχέση με αυτές που αναμένουν αύξηση του όγκου πωλήσεων για τον κλάδο.

Όμως, πολύ μικρότερα είναι τα ποσοστά αυτών που αναμένουν μείωση πωλήσεων για τις ίδιες. Σε ότι αφορά τον αριθμό του απασχολούμενου προσωπικού εντός της επιχείρησης, οι μισές περίπου επιχειρήσεις προβλέπουν στασιμότητα της σε κάθε περίπτωση πάντως, το ποσοστό αυτών που προβλέπουν μείωση του προσωπικού των επιχειρήσεων τους, είναι πολύ μικρότερο αυτών που προβλέπουν μείωση της απασχόλησης για το σύνολο του κλάδου δραστηριότητας τους.

Σε ότι αφορά την προσδοκώμενη πορεία των κερδών των επιχειρήσεων, αξίζει να αναφέρουμε ότι το ποσοστό που αναμένει αύξηση, είναι σαφώς υψηλότερο, από αυτό που αναμένει αύξηση της κερδοφορίας του κλάδου. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι είναι λίγο χαμηλότερο από αυτό που προσδοκά αύξηση των πωλήσεων.

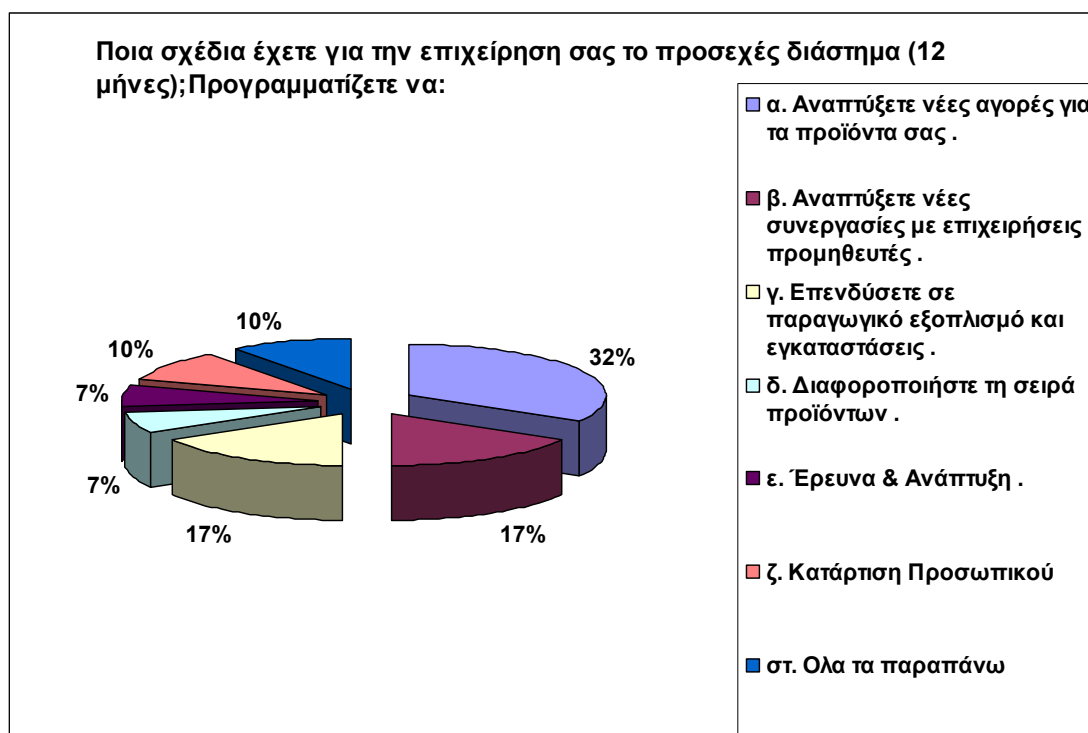
Σε γενικές γραμμές πάντως, οι αισιόδοξες προβλέψεις για την συμπεριφορά της κερδοφορίας είναι υψηλότερες για τις επιχειρήσεις σε σύγκριση με τον κύκλο εργασιών. Προφανώς, οι επιχειρήσεις αναμένουν βελτίωση της κερδοφορίας τους σε σχέση με τον κύκλο εργασιών γιατί προσβλέπουν σε βελτίωση του μικτού

περιθωρίου κέρδους τους είτε από αύξηση τιμών είτε λόγω ενίσχυσης της ανταγωνιστικής τους θέσης.

Αν αναλύσουμε τώρα τις απαντήσεις των επιχειρήσεων ανάλογα με τον τομέα δραστηριότητας τους, δεν θα συναρτήσουμε αξιοσημείωτες διαφορές.

Στη συνέχεια παρουσιάζουμε τα ποσοστά των απαντήσεων που αφορούν στα εν λόγω επιχειρηματικά σχέδια:

ΓΡΑΦΗΜΑ 22 Ποια σχέδια έχετε για την επιχείρησή σας το προσεχές διάστημα (12 μήνες); Προγραμματίζετε να



Εάν επιχειρήσουμε μια συγκριτική ανάλυση των απαντήσεων, θα διαπιστώσουμε ότι για την ιεράρχηση των προτεραιοτήτων των επιχειρηματιών σε σχέση με τα σχέδια διαφοροποίησης, με μοναδική σημαντική διαφορά όμως το υψηλότερο ποσοστό αυτών που συμπεριλαμβάνουν την ανάπτυξη νέων αγορών στον επιχειρηματικό τους σχεδιασμό, γεγονός που ενισχύσει την επιθυμητή εστίαση στην εξωστρέφεια ως σημαντικού παράγοντα ανταγωνιστικότητας των επιχειρήσεων του Νομού Ηρακλείου.

Η ανάπτυξη νέων συνεργασιών με προμηθευτές έπεται στην Κατάταξη μαζί με της επενδύσεις σε παραγωγικό εξοπλισμό και εγκαταστάσεις, ακολουθούμενη από την κατάρτιση προσωπικού. Συμπεραίνουμε συνεπώς ότι γίνεται αντιληπτό ότι η ανάγκη για σύναψη νέων αγορών αποτελεί πρώτη προτεραιότητα για τις επιχειρήσεις του Νομού.

Τέλος, σχετικά με τα σχέδια για έρευνα και ανάπτυξη (R&D), αναφέρουμε ότι καταγράφεται μεν ένα χαμηλό ποσοστό(7%), συγκρινόμενο όμως με τα αντίστοιχα στατιστικά στοιχεία που αφορούν στην επικράτεια, είναι πολύ υψηλό για να ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα. Πιθανότατα, οι επιχειρηματίες αντιλαμβάνονται τον σχετικό όρο με την ευρύτερη έννοια (τύπου έρευνα Μάρκετινγκ, έρευνα για συμφερότερες τιμές από τους προμηθευτές κλπ).

4.2.Προτάσεις – Προϋποθέσεις Ανάπτυξης

Στην παρούσα ενότητα παρουσιάζονται κάποιες προτάσεις που αποτελούν προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του Νομού Ηρακλείου.

Οι προτάσεις αυτές εστιάζουν σε κάποιους βασικούς τομείς και κλάδους της οικονομίας.

Μεταποίηση

Η μεταποίηση είναι ένας κλάδος που στις περισσότερες ανεπτυγμένες οικονομίες, όπως και στην Ελλάδα, φθίνει προς όφελος των υπηρεσιών. Η ανάλυση δυναμικών κλάδων δείχνει ότι η μεταποίηση στην Κρήτη είναι πολύ μικρότερης σημασίας από τη χώρα αλλά παρουσιάζει βελτίωση της περιφερειακής ανταγωνιστικότητας. Σε αρκετούς επιμέρους υποκλάδους η περιφέρεια παρουσιάζει γρήγορη ανάπτυξη αν και από χαμηλή βάση.

Η Κρήτη διαθέτει καλύτερη παρουσία σε κλάδους μέσης τεχνολογίας ενώ υστερεί τόσο σε ανερχόμενους κλάδους υψηλής τεχνολογίας όσο και σε φθίνοντες κλάδους χαμηλής τεχνολογίας (κάτι που είναι πλεονέκτημα καθώς η συρρίκνωση τους δεν θα επιφέρει σημαντικές επιπτώσεις στην απασχόληση και την οικονομία).

Οι κυρίες προτάσεις - προϋποθέσεις για την ανάπτυξη της μεταποίησης είναι:

- Βελτίωση και τυποποίηση της ποιότητας των προϊόντων της βιομηχανίας τροφίμων και ποτών και πιστοποίηση τους με HACCP, στενότερη συνεργασία με τους παραγωγούς των α' υλών και εισαγωγή σύγχρονων μεθόδων παραγωγής και μάρκετινγκ των προϊόντων. Σημειώνεται ότι η βιομηχανία τροφίμων και ποτών είναι ο σημαντικότερος κλάδος της μεταποίησης σε αριθμό απασχολούμενων στην Κρήτη και δημιουργεί τα υψηλότερα πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα στην υπόλοιπη οικονομία λόγω της σύνδεσης της με την τοπική γεωργία και κτηνοτροφία. Ωστόσο, ο κλάδος αυτός σε διεθνές επίπεδο έχει περάσει την τελευταία δεκαετία περιοδικές

κρίσεις εμπιστοσύνης από το κοινό λόγω της μη τήρησης των κανόνων υγιεινής και ποιότητας.

- Ανάπτυξη κλάδων μεταποίησης που χαρακτηρίζονται από ένταση κεφαλαίου και τεχνολογίας και αξιοποιούν εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό. Η πολιτεία μπορεί να υποστηρίξει τον αναπροσανατολισμό των επιχειρήσεων με την παροχή των κατάλληλων κινήτρων για επενδύσεις.
- Εξειδίκευση των επιχειρήσεων που εντάσσονται σε κλάδους μεσαίας ή χαμηλής τεχνολογίας σε επιμέρους προϊόντα στα οποία μπορούν να αποκτήσουν ένα πλεονέκτημα απέναντι σε χώρες χαμηλού κόστους εργασίας, δίνοντας έμφαση στην υψηλή ποιότητα ή τις αυτοματοποιημένες γραμμές παραγωγής ή την εξειδικευμένη εργασία.
- Στενότερη συνεργασία των φορέων έρευνας και τεχνολογικής ανάπτυξης με τις επιχειρήσεις της μεταποίησης για την αξιοποίηση καινοτομιών σε προϊόντα και παραγωγικές διαδικασίες.
- Προγράμματα κατάρτισης του ανθρώπινου δυναμικού σε ανερχόμενους κλάδους και ειδικότητες. Σύμφωνα με την έρευνα, οι επιχειρήσεις στη μεταποίηση έχουν προσωπικό χαμηλότερης βαθμίδας εκπαίδευσης και καταρτίζουν χαμηλότερα ποσοστά του προσωπικού τους από τους άλλους κλάδους.
- Χωροταξικός σχεδιασμός που θα διασφαλίσει τη λειτουργία νέων Βιομηχανικών Περιοχών (ΒΙ.ΠΕ.) ή Βιοτεχνικών Πάρκων (ΒΙΟ.ΠΑ.). Όπως ξέρουμε προγραμματίζονται νέα ΒΙΟ.ΠΑ. στο Ρέθυμνο και τον Αγ. Νικόλαο. Ο προσδιορισμός συγκεκριμένων περιοχών για την εγκατάσταση βιομηχανιών είναι βασική προϋπόθεση. Μία οριοθετημένη βιομηχανική περιοχή αποφεύγει συγκρούσεις με άλλες δραστηριότητες, παρέχει υποδομές και περιορίζει το κόστος και το χρόνο των γραφειοκρατικών διαδικασιών για την ίδρυση και την εγκατάσταση μιας νέας μονάδας (άδειες, βιομηχανικό ρεύμα, κλπ). Παράλληλα συγκεντρώνει πελάτες και προμηθευτές και διευκολύνει τη δημιουργία δικτύων ομοειδών ή/και συμπληρωματικών επιχειρήσεων (clusters). Η διεθνής εμπειρία έχει δείξει πως τέτοια

δίκτυα παρέχουν τις κατάλληλες συνθήκες για την ανάπτυξη ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων με τους ακόλουθους τρόπους:

- ✓ την τυποποίηση της ποιότητας σε όλη την εφοδιαστική αλυσίδα
 - ✓ την εμπάθυνση και καλύτερη αξιοποίηση της καμπύλης εμπειρίας (learning curve)
 - ✓ την από κοινού επίλυση προβλημάτων και προώθηση προϊόντων
 - ✓ την ανάπτυξη και διάχυση καινοτόμων διαδικασιών, προϊόντων και υπηρεσιών.
- Προσέλκυση ξένων επενδύσεων με την κατάλληλη προβολή των πλεονεκτημάτων της περιφέρειας καθώς και με την παροχή κινήτρων από την πλευρά της Πολιτείας
 - Βελτίωση των υποδομών κυρίως σε ότι αφορά το οδικό δίκτυο και τις λιμενικές υποδομές.
 - Μέριμνα για τη διαχείριση των βιομηχανικών αποβλήτων και εκπομπών σύμφωνα με τους κανόνες προστασίας του περιβάλλοντος ώστε να μην δημιουργείται πρόβλημα σε άλλους κλάδους.

Υπηρεσίες

Οι περισσότεροι κλάδοι του τριτογενή τομέα πλην του τουρισμού δεν είναι ανεπτυγμένοι σε αντίστοιχα επίπεδα με τη χώρα. Ωστόσο, ως τομέας διαθέτει θετικές προοπτικές με μεγαλύτερη δυναμική σε εθνικό και τοπικό επίπεδο από το σύνολο της οικονομίας και έχει υψηλότερα πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα στα εισοδήματα των εργαζομένων. Οι υπηρεσίες παρουσιάζουν μεγάλη αύξηση της απασχόλησης τόσο σε απόλυτους αριθμούς όσο και ως μερίδιο στο σύνολο των εργαζομένων. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι δεν αντιμετωπίζουν στον ίδιο βαθμό τον ανταγωνισμό από χώρες με χαμηλό κόστος εργασίας καθώς οι περισσότερες υπηρεσίες από τη φύση τους δεν είναι εμπορεύσιμες διεθνώς γιατί απαιτούν τη φυσική παρουσία του εργαζόμενου που παρέχει την υπηρεσία και του πελάτη που εξυπηρετείται στον ίδιο τόπο. Οι κυριότερες εξαιρέσεις, με υψηλό βαθμό εμπορευσιμότητας και διεθνούς ανταγωνισμού, είναι ο τουρισμός και οι μεταφορές, κλάδοι ωστόσο, που η χώρα μας διαθέτει ισχυρά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα. Σε κάθε περίπτωση, ο τομέας των υπηρεσιών είναι σε γενικές γραμμές εντάσεως εργασίας δημιουργώντας πολλές θέσεις απασχόλησης.

Η Κρήτη έχει δυνατότητες ανάπτυξης των ακόλουθων κλάδων:

- σε υπηρεσίες προς άλλες επιχειρήσεις όπως λογιστική, μηχανογραφική, συμβουλευτική υποστήριξη, διαφήμιση, κλπ. Σε αυτούς τους κλάδους τα αστικά κέντρα της Κρήτης έχουν τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα.
- σε υπηρεσίες προς τους επισκέπτες και εποχιακούς κατοίκους όπως το λιανικό εμπόριο και η ψυχαγωγία. Αυτοί οι κλάδοι μπορούν να αναπτυχθούν στο σύνολο της Κρήτης και κυρίως σε περιοχές με υψηλό βαθμό τουρισμού και παραθεριστικής κατοικίας.
- στον κλάδο υγείας, καθώς λόγω της γήρανσης του πληθυσμού θα αυξηθούν οι ανάγκες για περίθαλψη και κοινωνική μέριμνα.
- στην έρευνα και ανάπτυξη, σε συνεργασία με το Εκπαιδευτικά Ιδρύματα της Κρήτης και τις βιομηχανικές επιχειρήσεις της περιοχής.
- στις χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες προς ιδιώτες και επιχειρήσεις, κλάδος στον οποίο η Κρήτη υπολείπεται έναντι της χώρας.
- σε υπηρεσίες που συνδέονται με τον τουρισμό όπως η ενοικίαση αυτοκινήτων, τα ταξιδιωτικά πρακτορεία και οι επιβατικές μεταφορές.
- στις μεταφορές και στην αποθήκευση, κυρίως στις περιοχές με πρόσβαση σε θαλάσσιες και εναέριες συγκοινωνίες. Σημειώνεται ότι η Κρήτη υπολείπεται έναντι της χώρας σε αυτόν τον κλάδο στη βαρύτητα που έχει στην οικονομία.

Η υποστήριξη του τομέα των υπηρεσιών μπορεί να πραγματοποιηθεί έμμεσα με:

- τις επενδύσεις σε υποδομές συγκοινωνιών, όπως το οδικό δίκτυο για την ενίσχυση των συναλλαγών εντός της Κρήτης, τον περιορισμό του μεταφορικού κόστους και τη σύνδεση των απομακρυσμένων περιοχών με τα αστικά κέντρα, τις λιμενικές υποδομές και τα αεροδρόμια για τη σύνδεση της Κρήτης με την υπόλοιπη Ελλάδα και το εξωτερικό

- τις επενδύσεις σε τηλεπικοινωνιακές υποδομές και ειδικότερα σε ευζωνικά δίκτυα
- τον περιορισμό της γραφειοκρατίας που αποθαρρύνει την επιχειρηματική δραστηριότητα με την απλοποίηση και επιτάχυνση των διαδικασιών για την εξυπηρέτηση του πολίτη και των επιχειρήσεων
- την ενίσχυση της εκπαίδευσης και τη σύνδεση της με τις ανάγκες των επιχειρήσεων σε ειδικότητες
- τον κατάλληλο χωροταξικό σχεδιασμό

Οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται σε υπηρεσίες θα πρέπει να κατευθυνθούν στον εκσυγχρονισμό της οργάνωσης και τεχνολογικής τους υποδομής, στην τυποποίηση και βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών τους και σε συγχωνεύσεις με στόχο την επίτευξη οικονομιών κλίμακας.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον έχει η προτεινόμενη δημιουργία διεθνούς διαμετακομιστικού κέντρου για εμπορεύματα στα νότια του νησιού, η οποία θα αξιοποιήσει τη γεωγραφική θέση της Κρήτης και θα ενισχύσει την ανάπτυξη της νότιας ακτής. Ωστόσο, το σχέδιο αυτό θα πρέπει να υλοποιηθεί εφόσον υπάρχουν ασφαλείς εκτιμήσεις ότι η διεθνής ζήτηση διαμετακομιστικών υπηρεσιών θα επαρκεί για να καλύψει το κόστος των απαιτούμενων επενδύσεων και θα πρέπει να ληφθούν υπόψη οι πιθανές επιπτώσεις που θα υπάρξουν σε άλλες δραστηριότητες (π.χ. τουρισμός).

Επίσης, θα πρέπει να εξεταστεί η σύνδεση της Κρήτης για επιβατικές μεταφορές με τις χώρες της Μέσης Ανατολής και Βόρειας Αφρικής. Όπως φαίνεται σε σχετική ενότητα στο παράρτημα, η Περιφέρεια παρά τη γεωγραφική της γειτνίαση, δεν αποτελεί σήμερα σταθμό εισόδου ή διασύνδεσης για επισκέπτες από αυτές τις χώρες. Ειδικότερα, προτείνονται τα εξής:

- Διερεύνηση, με τη συνεργασία τοπικών φορέων και των ακτοπλοϊκών εταιρειών, της σκοπιμότητας δημιουργίας γραμμών θαλάσσιας σύνδεσης της Κρήτης με χώρες όπως, η Τουρκία, η Αίγυπτος και το Ισραήλ.
- Ανάπτυξη του αεροδρομίου του Ηρακλείου ως ενδιάμεσου σταθμού εναέριας σύνδεσης (hub) μεταξύ των ευρωπαϊκών χώρων και των χωρών της Μέσης Ανατολής και Βόρειας Αφρικής. Το Ηράκλειο

είναι σε στρατηγική θέση γεωγραφικά για αυτό το ρόλο ενώ διαθέτει ήδη ικανό όγκο επιβατικής κίνησης με τελικό προορισμό ή αρχικό σημείο επιβίβασης το Ηράκλειο για να υποστηρίξει την ύπαρξη πολλών δρομολογίων με χώρες του εξωτερικού. Σήμερα όμως, με την υποδομή που διαθέτει, το αεροδρόμιο δυσκολεύεται να εξυπηρετήσει επαρκώς τον υφιστάμενο αριθμό επιβατών. Απαραίτητη προϋπόθεση για την αξιοποίηση του αεροδρομίου είναι ο εκσυγχρονισμός του, η βελτίωση της εικόνας, η τήρηση μέτρων ασφάλειας και κυρίως η επέκτασή του.

Τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις μέλη του επιμελητηρίου Ηρακλείου είναι δυνατόν να κατηγοριοποιηθούν σε πέντε κατηγορίες

Η πρώτη κατηγορία αφορά τα προβλήματα Εγκατάστασης και λειτουργίας των επιχειρήσεων δεδομένου ότι η Βιομηχανική περιοχή Ηρακλείου είναι πλήρης και δεν υπάρχει χώρος για την εγκατάσταση νέων επιχειρήσεων ή την επέκταση των ήδη υφιστάμενων. Το πολύπλοκο νομικό πλαίσιο και οι ατελείωτες και δαιδαλώδεις διαδικασίες χωροθέτησης και αδειοδότησης των επιχειρήσεων εκτός των θεσμοθετημένων περιοχών σε συνδυασμό με τις απαγορευτικές αξίες γης δημιουργούν μεγάλα προβλήματα στην επιχειρηματικότητα εν γένει. Οι όποιες προσπάθειες για την εξεύρεση νέων χώρων δημιουργίας βιομηχανικών περιοχών χάνονται μέσα στο ατελείωτο και πολλές φορές αντιφατικό θεσμικό πλαίσιο.

Η δεύτερη κατηγορία προβλημάτων προέρχεται από τη έλλειψη καταρτισμένου ανθρώπινου δυναμικού στη στελέχωση των επιχειρήσεων. Παρόλο που το Επιμελητήριο Ηρακλείου είναι πρωτοπόρο στον τομέα αυτό με την ίδρυση και λειτουργία του μοναδικού επιμελητηριακού ΚΕΚ στην Ελλάδα το οποίο αποτελεί μετεξέλιξη των τεχνικών σχολών του επιμελητηρίου ηρακλείου δεν μπορεί κανείς να παραγνωρίσει το γεγονός ότι η επαγγελματική εκπαίδευση στη χώρα μας δεν ανταποκρίνεται στις ανάγκες της αγοράς εργασίας.

Δεδομένου ότι δεν παρακολουθεί τις τοπικές ανάγκες της αγοράς εργασίας και τα επιμελητήρια δεν συμμετέχουν στον κεντρικό σχεδιασμό των δράσεων κατάρτισης όπως συνηθίζεται στις αναπτυγμένες χώρες του εξωτερικού. Η κατάρτιση συνεπώς δεν παρακολουθεί τις αλλαγές και βασίζεται σε ακραίες είτε εμπειρικές μεθοδολογίες, είτε ακαδημαϊκού τύπου μεθοδολογίες. Είναι εξάλλου γνωστό ότι από τις βασικές δομές σχεδιασμού και πιστοποίησης της κατάρτισης απουσιάζει εντελώς ο μηχανισμός διάγνωσης των αναγκών της αγοράς εργασίας. Τα επαγγελματικά

δικαιώματα δεν έχουν καθοριστεί με χάρτα επαγγελματικών δικαιωμάτων ώστε οι όροι και οι προδιαγραφές της άσκησης ενός επαγγέλματος να είναι καλά καθορισμένοι.

Η Τρίτη κατηγορία προβλημάτων αφορά την φορολογία των επιχειρήσεων η οποία είναι από τις βαρύτερες της Ευρώπης. Αντί του εναλλασσόμενου συστήματος σύγκρισης λογιστικού και εξωλογιστικού αποτελέσματος, και τον τεκμαρτό προσδιορισμό στο εισόδημα των επιχειρήσεων είναι σωστότερο να γίνεται σαφής προσδιορισμός ενός συντελεστή καθαρού κέρδους ανά κλάδο, ώστε να μην δημιουργείται σύγχυση μεταξύ συναφών δραστηριοτήτων.

Η τέταρτη κατηγορία προβλημάτων αφορά τα ασφαλιστικά θέματα όπως για παράδειγμα την αναγκαιότητα εκπροσώπησης από τα οικεία Επιμελητήρια στις ΤΔΕ του ΙΚΑ όπου και θα πρέπει να επανέλθει το δικαίωμα ορισμού εκπροσώπων από τα οικεία Επιμελητήρια στις ΤΔΕ του ΙΚΑ αφού οι επιχειρήσεις μέλη μας είναι αυτές που προσέρχονται στις ΤΔΕ.

Η πέμπτη κατηγορία αφορά θέματα απομονωτισμού και χαμηλής ανταγωνιστικότητας η οποία οφείλεται στον απομονωτισμό που επιβάλλει το γεγονός ότι οι επιχειρήσεις δραστηριοποιούνται σε νησιωτική περιφέρεια. Η δημιουργία διαμετακομιστικών σταθμών και συστημάτων logistics θα μπορούσε να μεταβάλλει την αδυναμία αυτή σε πλεονέκτημα και για να γίνει αυτό χρειάζεται συντονισμένη πολιτική και επιχειρηματική βούληση από τους τοπικούς διαμορφωτές αποφάσεων σε θέματα ανάπτυξης.

Οι Επιχειρήσεις Μέλη των Επιμελητηρίων έχουν γίνει πλέον «Απαιτητικές» και τα Επιμελητήρια θα πρέπει να προσφέρουν τα ανταποδοτικά οφέλη που αναλογούν στο κόστος της συνδρομής των επιχειρήσεων «πελατών τους». Οι Επιμελητηριακοί Παράγοντες έχουν γίνει κοινωνοί εν γένει της διαπίστωσης αυτής και τα τελευταία χρόνια είναι γεγονός ότι επιχειρείται μια μεγάλη προσπάθεια προκειμένου να αναδιοργανωθούν οι λειτουργίες και οι υπηρεσίες τους. Ο τελικός στόχος είναι να μετατραπούν από τυπικές υπηρεσίες Δημόσιας Αρχής σε ουσιαστικά Κέντρα Στήριξης της Επιχειρηματικότητας. Σε υπηρεσίες δηλαδή που καλύτερα από κάθε άλλον γνωρίζουν τις ανάγκες των ΜΜΕ, που έχουν πλήρη επίγνωση των δυνατοτήτων ανάπτυξης, που αντιλαμβάνονται το διεθνές σκηνικό και εξελίξεις, που κατανοούν τις αναπτυξιακές αφετηρίες και προορισμούς της περιοχής τους και που μπορούν να προσφέρουν κάθετα και οριζόντια συγκεκριμένες, εξειδικευμένες ή και εξατομικευμένες υπηρεσίες προς τα μέλη τους.

Οι επικεντρωμένες υπηρεσίες ενός σύγχρονου φορέα παροχής υπηρεσιών προς τις ΜΜΕ θα μπορούσαν γενικά να συνοψιστούν στις παρακάτω γραμμές:

Ενδυνάμωση του ανταγωνισμού των επιχειρήσεων στις διεθνείς αλλά και τις εθνικές αγορές

Αντιμέτωπιση των αναγκών για την χρήση νέων τεχνολογιών που μεταβάλλονται από ημέρα σε ημέρα.

Η παροχή γνώσης και πληροφορίας σε συνεχή βάση και σαν απαραίτητα στοιχεία ανάπτυξης επιχειρηματικότητας.

Η πρόσβαση στις διεθνείς, κοινοτικές και εθνικές πηγές χρηματοδότησης να αποτελέσει αναπτυξιακό εργαλείο που θα παρέχεται μέσα από τις υπηρεσίες του επιμελητηριακού φορέα.

Η μεταφορά της γνώσης, της τεχνογνωσίας και των διεθνών συνεργασιών να εξασφαλίζεται ως προϋπόθεση για την αποκομιδή οφελών από τη διεθνοποίηση της παραγωγής και την παγκοσμιότητα του εμπορίου.

Το Επιμελητήριο να μπορεί να προσφέρει τεχνική βοήθεια, συνεχή κατάρτιση και επαγγελματική γνώση.

Ο φορέας να οργανωθεί ως ένας κεντρικός οργανισμός παροχών διαδικτυακών υπηρεσιών, υποστήριξης του ηλεκτρονικού εμπορίου, διασύνδεσης των επιχειρήσεων, προσφοράς ιστοχώρων για τις ΜΜΕ που έχουν ανάγκη, κεντρική οργάνωση παροχής διαδικτυακής διασύνδεσης, κλπ, σε ότι έχει σχέση με τις συνεχώς επαυξανόμενες ανάγκες της ηλεκτρονικής επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Η ενίσχυση της ευελιξίας της αγοράς εργασίας αλλά και των επιχειρηματικών συναλλαγών που συνοδεύουν την επιχειρηματική δράση αιτείται σε όλους τους τόνους από τον επιχειρηματικό κόσμο. Ιδιαίτερα στην Ελλάδα το «βαθύ κράτος» και οι αγκυλώσεις που ενυπάρχουν σε κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα καθιστούν τον επιχειρηματία δέσμιο αντιλήψεων που επικρατούν επί μισό και πλέον αιώνα. Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα αντιμετωπίζεται από την κρατική μηχανή με καχυποψία, ως περίπου «παραβατική συμπεριφορά των ιδιωτών» και συχνά είναι συνώνυμο των παρασκηνακών συναλλαγών μέσω των αλληπάλληλων διαδικασιών της περιβόητης περαίωσης, και αυτοπεραίωσης, και πάει λέγοντας. Πως αλλιώς εξάλλου θα μπορούσε να χαρακτηριστεί η φορολογία ρεκόρ για την ευρωζώνη σε επιχειρήσεις και επιτηδευματίες, με δεδομένο μάλιστα το καταγεγραμμένο επίσης ρεκόρ της φοροδιαφυγής που παρατηρείται στη χώρα μας.

Ιδιαίτερα το θεσμικό πλαίσιο που αφορά τις επιχειρήσεις οφείλει να είναι απαλλαγμένο από την πολυνομία και τις χρονοβόρες γραφειοκρατικές διαδικασίες οι οποίες συχνά διαρκούν περισσότερο και από αυτόν ακόμα το χρόνο ζωής ενός προϊόντος το οποίο καλούνται να υπηρετήσουν. Χαρακτηριστικό είναι ότι σύμφωνα με πρόσφατη έκθεση του ΟΟΣΑ στην Ελλάδα χρειάζονται διπλάσιες ή και τριπλάσιες ημέρες, υπογραφές και πιστοποιητικά για να γίνει μια εισαγωγή ή μια εξαγωγή σε σχέση με τον μέσο όρο των χωρών του ΟΟΣΑ.

Η ίδρυση μιας επιχείρησης στην Ελλάδα σήμερα δυστυχώς δεν διέπεται από ένα σαφώς καθορισμένο πλαίσιο με χαρτογραφημένες και λογικές διαδικασίες, αντίθετα αποτελεί μια κατά περίπτωση μελέτη με αβέβαια αποτελέσματα που απαιτεί χρόνο και κόπο. Τα επιμελητήριο θα έπρεπε να έχουν την δυνατότητα να παράσχουν όλη την απαραίτητη πληροφορία για την ίδρυση μιας επιχείρησης από την ιδέα μέχρι την πώληση.

Ως αποτέλεσμα των παραπάνω το αναλαμβανόμενο επιχειρηματικό ρίσκο στη χώρα μας σήμερα είναι πολύ μεγάλο κάτι που ανακλάται στις τιμές των προϊόντων. Είναι δηλαδή απαραίτητο να προβλέψει ο επιχειρηματίας το πιθανώς εποχούμενο βαθύ χέρι του κράτους μέσω των ποικίλων φορολογικών του εκφάνσεων ανεβάζοντας τις τιμές προκειμένου να καλύψει την πιθανή ζημία.

Βιβλιογραφία

- Ηγουμενάκης Νίκος (1999), ‘Τουριστικό Μάρκετινγκ’, Εκδόσεις: INTERBOOKS
- Καλφιώτης Σταύρος (1978), ‘Τουριστικό Μάρκετινγκ – Βασικές Αρχές’, Εκδόσεις: Τυροβολά
- Kotler P - Μάρκετινγκ Μάνατζμεντ : Τόμος Α εκδόσεις EMI INTERBOOKS
- Ξηρουχάκης Φραγκίσκος διδακτικές σημειώσεις στο μάθημα Marketing και επιχειρηματικότητα (του τμήματος εφαρμοσμένης πληροφορικής και πολυμέσων) .
- Πιπεροπουλος Π.Γ.(2007)Επιχειρηματικότητα , Καινοτομία και Business Cluster, Θεσσαλονίκη: Πανεπιστήμιο Μακεδονία .
- Σαΐτη Άννα,(2000). Επίκουρος Καθηγήτρια, Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο (2000). Εκπαίδευση και Οικονομική Ανάπτυξη. Αθήνα: Εκδόσεις Τυπωθήτω (Gutenberg).
- Τσακλαγκάνος Άγγελος (1980), ‘Βασικές Αρχές Μάρκετινγκ - Ανάλυση και Έρευνα Αγοράς’, Εκδόσεις: ΑΦΟΙ Κυριακίδη, Τόμος: 1^{ος}
- Βουτσά Μαρία, Επίκουρος Καθηγήτρια(2002), «Εισαγωγή στο Τουριστικό Μάρκετινγκ», Διδακτικές Σημειώσεις, Θεσσαλονίκη
- “Επιχειρηματικότητα και Ανταγωνιστικότητα” Δρ. Παναγιώτης Ε. Καλδής, Διευθυντής Εθνικής Σχολής Τοπικής Αυτοδιοίκηση
- Από την επιχειρηματική στην εθνική ανταγωνιστικότητα : Ο ρόλος των υπόδομών του Ηλία Μαντζουνέα
- «ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ & Ο ΠΟΛΥΔΙΑΣΤΑΤΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΗΓΕΤΗ» [Επιχειρηματικός Σύμβουλος Αντένας Κεφαλονιάς-Ιθάκης κα.Περιστέρα Πρεντάνου](#)
- Επιχειρηματικότητα και Πληροφορική Σκίκος Νικόλαος
1ο ΕΠΑ.Λ. ΑΘΗΝΩΝ
- Τζωρτζάκης Κώστας (1988), ‘ Γενικές Αρχές Μάρκετινγκ’, Εκδόθηκε από τον Κ. Τζωρτζάκη

- «Στρατηγικό Management Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα»
- Καινοτόμος επιχειρηματικότητα--Εθνικό Παρατηρητήριο Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων – ΕΟΜΜΕΧ
- Εφημερίδα το «Βήμα» του εργαστηρίου οικονομικής ανάλυσης και πολιτικής ΑΠΘ του Ηρακλή Γωνιαδή (18/2/2007)
- Εφημερίδα τα «ΝΕΑ» συνέντευξη που παραχώρησε ο DR.HARRY DOMICONE της 18/04/2005 στο ειδικό ένθετο MBA της εφημερίδας.
- ICAP Α.Ε Διεύθυνση Στρατηγικού και επιχειρησιακού σχεδιασμού(Πηγή ερωτηματολογίου) .
- Επιμελητήριο Ηρακλείου Κρήτης (Πηγή δείγματος επιχειρήσεων)

Ιστοσελίδες

- www.ebeb.gr
- <http://www.keta-ionion.gr>
- nskikos@sch.gr
- <http://el.wikipedia.org/wiki/Μάρκετινγκ>
- www.statistics.gr
- www.eomex.gr

Παραρτήματα

I. Παράρτημα

Διεθνής Ανταγωνισμός και MME

Ο ανταγωνισμός με αναπτυσσόμενες χώρες χαμηλού κόστους παραγωγής έφερε τις μεγάλες επιχειρήσεις μπροστά στο εξής μεγάλο δίλημμα:

- Να μειώσουν τους μισθούς και τα υπόλοιπα κόστη παραγωγής;
- Να υποκαταστήσουν το εργατικό δυναμικό με μηχανικό εξοπλισμό που απαιτεί λιγότερα εργατικά χέρια, ή
- να μεταφέρουν τη δραστηριότητά τους στις χώρες χαμηλού εργατικού κόστους;

Από τις τρεις επιλογές, προτίμησαν τις δύο τελευταίες: Εκσυγχρόνισαν το τεχνικό τους εξοπλισμό, ενώ έστησαν και θυγατρικές επιχειρήσεις στις αναπτυσσόμενες χώρες χαμηλού εργατικού κόστους. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα τη μείωση των εγχώριων παραγωγών και τη συγκράτηση της προηγούμενης τάσης μεγέθυνσης των επιχειρήσεων, κάτι που έδωσε χώρο ανάπτυξης των MME στο εσωτερικό των χωρών.

α. Παγκοσμιοποίηση & MME

Η παγκοσμιοποίηση δεν εμπόδισε τις MME να επεκταθούν, παρά την επικρατούσα αντίληψη την εποχή της δεκαετίας του '70 και του '80, ότι δηλαδή το κόστος της παγκοσμιοποίησης είναι σταθερό και επομένως δυσανάλογα μεγάλο για τις MME, αφού πρέπει να αντιληφθούν το ξένο περιβάλλον, να επικοινωνούν εκτός χώρας και να δραστηριοποιούνται σε νέες αγορές.

Στη δεκαετία του 1990, η αντίληψη αυτή αποδείχτηκε ξεπερασμένη, αφού με την ανάπτυξη της οικονομίας της πληροφορίας και των επικοινωνιών, τα υψηλά σταθερά κόστη που προηγουμένως αντιμετώπιζαν οι MME μειώθηκαν δραματικά, με αποτέλεσμα η διεθνής δραστηριότητα των MME να αυξηθεί. Σημασία στην περίπτωση αυτή δεν είχαν μόνο τα κεφάλαια, αλλά περισσότερο η ευελιξία, η γνώση και η ικανότητα αποτελεσματικής διαχείρισης της πληροφορίας, γεγονός που επέτρεψε την ανάπτυξη πολλών μικρών επιχειρήσεων.

<http://www.ebeh.gr/gr/index.asp>

β. Τι γίνεται στην Ευρώπη και στην Ελλάδα

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση, η δημιουργία ενός περιβάλλοντος μέσα στο οποίο η επιχειρηματικότητα και ειδικά οι Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις θα μπορούν να

λειτουργούν και να ευδοκιμούν, αποτελεί σήμερα ισχυρό ζητούμενο. Η διαπίστωση αυτή οδήγησε στο σχεδιασμό και στην ανάπτυξη ειδικών πολιτικών για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, οι οποίες αποτυπώθηκαν στον Ευρωπαϊκό Χάρτη για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις και στην Πράσινη Βίβλο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις.

Στο προοίμιο του δεύτερου κειμένου αναφέρεται: «Η Ευρώπη πρέπει να ενθαρρύνει ακόμη περισσότερο την επιχειρηματικότητα. Χρειάζεται περισσότερες νέες και ανθηρές επιχειρήσεις που να είναι έτοιμες να αξιοποιήσουν το άνοιγμα των αγορών και να ξεκινήσουν δημιουργικές ή καινοτόμες προσπάθειες εμπορικής εκμετάλλευσης σε μεγαλύτερη κλίμακα». Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η επιχειρηματικότητα αποτελεί νοοτροπία. Πρόκειται για την ικανότητα ενός ατόμου είτε μόνος του είτε στα πλαίσια ενός οργανισμού να αναγνωρίζει τις ευκαιρίες, να τις εκμεταλλεύεται προκειμένου να επιτύχει οικονομικό όφελος. Στην προσπάθειά του, όμως, αυτή καινοτομεί, δημιουργεί νέα προϊόντα, νέες δραστηριότητες, και απασχολεί άλλους πολίτες.

Η πολιτική αυτή επιλογή για το ρόλο και τη σημασία των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων, και τη συμβολή τους στην κοινωνική συνοχή των Χωρών μελών, αποτυπώνεται με μια σειρά δράσεων και πρωτοβουλιών σε Ευρωπαϊκό και σε Εθνικό Επίπεδο. Έτσι για παράδειγμα, στην Ελλάδα, ένα μεγάλο τμήμα των διαρθρωτικών πόρων του Γ' ΚΠΣ έχουν δεσμευθεί για την ίδρυση, ανάπτυξη και εκσυγχρονισμό των ΜΜΕ, μέσω των τομέων και περιφερειακών επιχειρησιακών σχεδίων. Επίσης η δημιουργία ενός ευνοϊκού περιβάλλοντος για την ανάπτυξη των Επιχειρήσεων, με μείωση της γραφειοκρατίας και απλοποίηση των σχέσεων Πολιτείας ΜΜΕ, αποτελεί ένα δεύτερο μεγάλο στόχο.

Προκειμένου να παρακολουθεί την εξέλιξη και την αποτελεσματικότητα των πολιτικών της για τις ΜΜΕ, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει δημιουργήσει το Παρατηρητήριο για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, για να βελτιώσει την παρακολούθηση της οικονομικής απόδοσης των ΜΜΕ στην Ευρώπη. Το Παρατηρητήριο παρέχει πληροφόρηση για τις ΜΜΕ σε πολιτικά στελέχη, ερευνητές, οικονομολόγους, καθώς και στις ίδιες τις ΜΜΕ.
<http://www.ebeh.gr/gr/index.asp>

II . Παράρτημα

Το περιεχόμενο του Μάρκετινγκ

Το περιεχόμενο του μάρκετινγκ εξετάζει τη συμπεριφορά του καταναλωτή, τον τρόπο επικοινωνίας με τους πελάτες, τη στρατηγική, το σχεδιασμό και την πολιτική των προϊόντων, καθώς και την προώθηση την προβολή και τη διαφήμισή τους

Διαφορές μεταξύ Μάρκετινγκ και πώλησης

Στο σημείο αυτό, αξίζει να σημειωθεί η ειδοποιός διαφορά μεταξύ του μάρκετινγκ των επιχειρήσεων, από τις πωλήσεις που πραγματοποιούν οι επιχειρήσεις.

Στην πώληση, η επιχείρηση παράγει ένα αγαθό ή μία υπηρεσία και στη συνέχεια προσπαθεί με κάθε μέσο να "υποτάξει" τους καταναλωτές στην απόκτηση του, χωρίς πρώτα να έχει αναπτύξει οποιαδήποτε τεχνική πώλησης, προκειμένου να πείσει τον καταναλωτή να το αγοράσει. Με άλλα λόγια θα λέγαμε, ότι η επιχείρηση προσπαθεί να επιβάλλει στην αγορά τα αγαθά και τις υπηρεσίες τις, που δεν έχουν ζήτηση.

Σε αντίθεση με το μάρκετινγκ, όπου η επιχείρηση πρωταρχικό σκοπό έχει την ανεύρεση των αναγκών- επιθυμιών του αγοραστή- καταναλωτή, και στην συνέχεια προσπαθεί να αναπτύξει ένα προϊόν που να ανταποκρίνεται στην επιθυμία του, και τέλος να το διαθέτει επικερδώς στην αγορά.

Κατηγορίες Μάρκετινγκ ανάλογα με το που απευθύνεται:

- 1) Βιομηχανικό Vs Καταναλωτικό
- 2) Υπηρεσιών
- 3) Αγροτικό
- 4) Τουριστικό
- 5) Τραπεζικό
- 6) Μη κερδοσκοπικών Οργανισμών
- 7) Εξαγωγικό

Οι βασικές και πιο γνωστές όμως κατηγορίες του μάρκετινγκ είναι:

- Το καταναλωτικό μάρκετινγκ
- Το βιομηχανικό μάρκετινγκ
- Το κρατικό μάρκετινγκ
- Το διεθνές μάρκετινγκ

Το Μάρκετινγκ προκειμένου να επιτύχει τον τελικό σκοπό του, έχει μία ιεραρχία από βήματα, τα οποία ακολουθεί καθολικά, και ξεκινάει από το πρώτο στάδιο ανάπτυξης του Μάρκετινγκ στην επιχείρηση.

Εργαλεία του μάρκετινγκ είναι τα εξής :

- έρευνα αγοράς
- διαφήμιση
- δημόσιες σχέσεις
- τεχνική προώθησης πωλήσεων
- διατομή της αγοράς
- κανάλια διανομής
- τιμολογιακή πολιτική
- συσκευασία

Οι κυριότερες λειτουργίες του Μάρκετινγκ

Στο πλαίσιο της συνολικής δραστηριότητας της επιχείρησης, έχει αναπτυχθεί ένα πλέγμα από πολλές και διάφορες μικρότερες εξειδικευμένες λειτουργίες του μάρκετινγκ, τις κυριότερες από τις οποίες θα αναφέρουμε παρακάτω.

- Έρευνα αγοράς προϊόντων
- Προγραμματισμός και ανάπτυξη προϊόντων
- Προμήθεια συντελεστών παραγωγής προϊόντων
- Τυποποίηση προϊόντων
- Αποθεματοποίηση προϊόντων
- Διανομή προϊόντων
- Χρηματοδότηση πωλήσεων προϊόντων
- Προώθηση προϊόντων

➤ Όπου η *έρευνα αγοράς προϊόντων*, εξασφαλίζει στη διοίκηση της επιχείρησης πληροφορίες σχετικά με το μέγεθος, τη σύνθεση, τις ιδιαιτερότητες και τα άλλα χαρακτηριστικά της αγοράς – στόχου, προκειμένου να εξασφαλίσουν ως επί το πλείστον τις απαραίτητες πληροφορίες για τη λήψη των κατάλληλων αποφάσεων, σχετικά με τα προϊόντα που θα παραχθούν και θα προσφερθούν στην αγορά, έτσι

ώστε να είναι κατά το δυνατόν ότι ακριβώς ζητούν οι καταναλωτές για την ικανοποίηση των αναγκών – επιθυμιών τους.

- **Ο προγραμματισμός και η ανάπτυξη προϊόντων**, εξασφαλίζει στο μεγαλύτερο δυνατό βαθμό τι ακριβώς προϊόντα θα παραχθούν, σε τι ποσότητες, με ποια χαρακτηριστικά, και σε ποια τιμή θα προσφερθούν, για να ικανοποιήσουν όσο το δυνατόν μεγαλύτερο βαθμό αναγκών και επιθυμιών των καταναλωτών.
- **Η προμήθεια συντελεστών παραγωγής προϊόντων**, καλύπτει την επιχείρηση με τους απαραίτητους παραγωγικούς συντελεστές, που προσαρμόζονται στις ανάγκες ή επιθυμίες της, προκειμένου να παράγουν τα προϊόντα, και με αυτό τον τρόπο, την προστατεύει από την αγορά περιττών παραγωγικών συντελεστών και τη δημιουργία υπερβολικών αποθεμάτων, που θ' αυξήσουν το λειτουργικό κόστος της επιχείρησης και κατ' επέκταση το κόστος παραγωγής των προϊόντων της.
- **Η τυποποίηση προϊόντων**, αποβλέπει στην καθιέρωση προδιαγραφών παραγωγής, έτσι ώστε τα προϊόντα που παράγονται και προωθούνται στην αγορά από την επιχείρηση, να είναι τα ίδια σε θέμα ποιότητας, σύνθεσης, εμφάνισης κλπ, έτσι ώστε ο καταναλωτής να γνωρίζει απ' πριν τι αγοράζει, αλλά και να έχει απόλυτη εμπιστοσύνη ότι αυτό που αγοράζει είναι αυτό που ανταποκρίνεται απόλυτα στις ανάγκες – επιθυμίες του.
- **Η αποθεματοποίηση προϊόντων**, εξασφαλίζει στην επιχείρηση την συγκέντρωση και αποθήκευση των υλικών των παραγόμενων προϊόντων της για ορισμένο χρονικό διάστημα, έτσι ώστε να είναι διαθέσιμα όταν ζητηθούν από την αγορά.
- **Η διανομή προϊόντων**, αναφέρεται στη καλύτερη δυνατή διανομή των προϊόντων της επιχείρησης μέσα στην αγορά, και στοχεύει στην καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των καταναλωτών – χρηστών. Η διανομή των προϊόντων στην αγορά, γίνεται άμεσα, ή έμμεσα, δηλαδή είτε απευθείας από την επιχείρηση στην αγορά, είτε διαμέσου των μεσαζόντων του μάρκετινγκ.
- **Η χρηματοδότηση πωλήσεων προϊόντων**, γίνεται αποκλειστικά και μόνο στους διακανονισμούς, που κρίνονται απαραίτητοι για την

απρόσκοπτη προώθηση των προϊόντων που παράγει και προωθεί η επιχείρηση, στην αγορά.

- **Η προώθηση προϊόντων**, περιλαμβάνει όλες εκείνες τις δραστηριότητες που γίνονται από την επιχείρηση, και συμβάλλουν στην σωστή παρουσίαση και υποστήριξη των προϊόντων που παράγει και προωθεί στην αγορά.

III. Παράρτημα

Τοπικοί Φορείς R&D

Οι φορείς που αναπτύσσουν δραστηριότητες E&TA στην Ελλάδα είναι τα κρατικά ερευνητικά κέντρα, τα ιδρύματα τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και οι επιχειρήσεις. Ερευνητική δραστηριότητα αναπτύσσεται σε διάφορες επιχειρήσεις, βιομηχανίες κ.λπ., ιδιαίτερα στους τομείς των τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνιών. Επισημαίνεται όμως ότι οι ιδιωτικές επενδύσεις σε E&TA είναι ιδιαίτερα περιορισμένες (25% συμμετοχή στην Ελλάδα έναντι 55% στην Ευρωπαϊκή Ένωση, πηγή ΓΓΕΤ).

Η Κρήτη αποτελεί σημαντικότατο κέντρο διεξαγωγής έρευνας και παραγωγής ερευνητικών αποτελεσμάτων. Σημειώνεται ότι η Ακαθάριστη Εγχώρια Δαπάνη για Επιστημονική Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη στην Κρήτη είναι η υψηλότερη στη χώρα.

Πίνακας

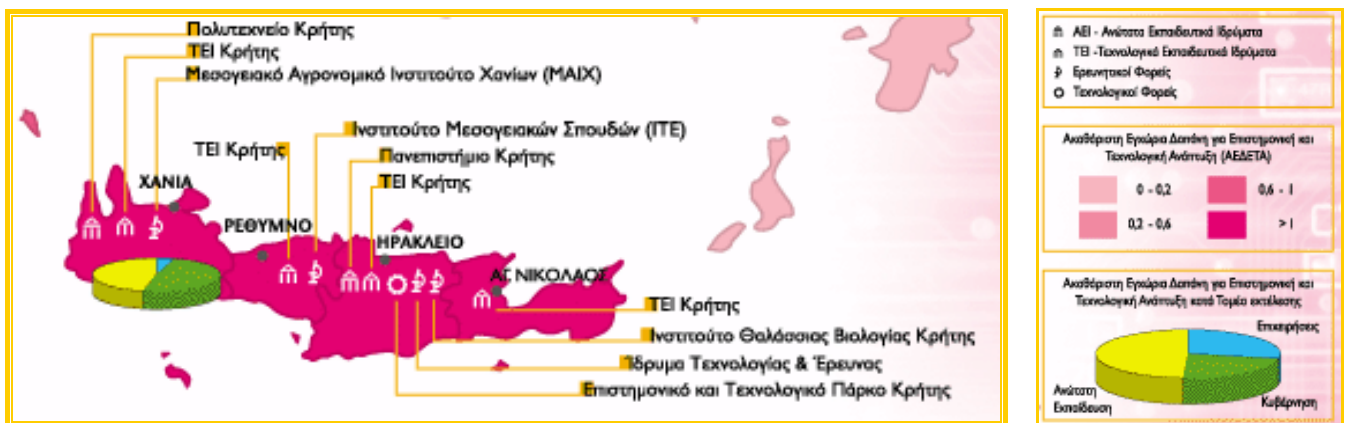
Ποσοστό Δαπανών Έρευνας & Τεχνολογικής Ανάπτυξης στο ΑΕΠ (1999)

Περιφέρεια	% Δαπανών στο ΑΕΠ
ΚΡΗΤΗ	1,03
Αττική	0,97
Δυτ. Ελλάδα	0,89
Ήπειρος	0,83
Κεν. Μακεδονία	0,62
Αν. Μακεδονία & Θράκη	0,53
Πελοπόννησος	0,46
Θεσσαλία	0,30

Β. Αιγαίο	0,24
Στερ. Ελλάδα	0,16
Ιόνια Νησιά	0,13
Δυτ. Μακεδονία	0,08
Ν. Αιγαίο	0,06

Πηγή: Eurostat

Στο παρακάτω τμήμα του *Ελληνικού Χάρτη Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης* απεικονίζονται συγκεντρωτικά οι ερευνητικοί φορείς που δραστηριοποιούνται στο νησί.



Πηγή: ΓΓΕΤ

Ιδρύματα Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης

Το **Πολυτεχνείο Κρήτης** ιδρύθηκε το 1977 στα Χανιά και δέχτηκε τους πρώτους φοιτητές τον Οκτώβριο του 1984. Σκοπός του είναι η ανάπτυξη σύγχρονων ειδικοτήτων, η ανάπτυξη έρευνας σε προηγμένες τεχνολογίες καθώς και η στενή συνεργασία με τις βιομηχανικές και λοιπές παραγωγικές μονάδες της χώρας. Τα τμήματα που λειτουργούν είναι τα εξής: Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης, Ηλεκτρονικών και Μηχανικών Η.Υ., Μηχανικών Ορυκτών Πόρων, Μηχανικών Περιβάλλοντος, Αρχιτεκτονικής και το Γενικό Τμήμα του Πολυτεχνείου που δέχεται μόνο μεταπτυχιακούς φοιτητές.

Οι θεματικές ενότητες που περικλείουν τις ερευνητικές δραστηριότητες του Πολυτεχνείου Κρήτης είναι εν γένει οι εξής:

Πίνακας

Πεδία Έρευνας στο Πολυτεχνείο Κρήτης

Πεδία Έρευνας στο Πολυτεχνείο Κρήτης	
Βιοτεχνολογία	Μεταφορές
Γεωμηχανικές Έρευνες	Οργάνωση και Τεχνολογίες Παραγωγής
Διαχείριση και Παραγωγή Ενέργειας	Ορυκτοί Πόροι
Διαχείριση Ποιότητας	Πληροφορική
Διαχείριση Πολιτισμικού Πλούτου	Προστασία Περιβ/ντος & Οικοσυστημάτων
Διοίκηση Επιχειρήσεων	Τηλεματική / Τηλεπικοινωνίες
Ηλεκτρονικά	Υδάτινοι Πόροι
Ιατρική / Υγεία	Υλικά
Κοινωνικο - Οικονομικά Θέματα	Κατασκευές

Το **Πανεπιστήμιο Κρήτης**, από την ίδρυσή του το 1977, είχε στοχεύσει να καταστεί ένα Ίδρυμα με ισχυρό προσανατολισμό στην έρευνα, στόχο που έχει πετύχει, όπως προκύπτει από την καταξίωσή του σε διεθνές επίπεδο. Στο Πανεπιστήμιο Κρήτης εκτελείται έρευνα αιχμής σε ένα μεγάλο εύρος ερευνητικών περιοχών των Επιστημών Υγείας, των Θετικών και Τεχνολογικών Επιστημών καθώς και των Ανθρωπιστικών, Κοινωνικών και Πολιτικών Επιστημών και των Επιστημών Αγωγής. Σήμερα καλλιεργείται και παράγεται νέα γνώση και τεχνολογική καινοτομία στο χώρο του Πανεπιστημίου σε ένα μεγάλο φάσμα ερευνητικών περιοχών και ειδικότερα, στην βιοϊατρική και υγεία, την βιοτεχνολογία, το περιβάλλον - χερσαίο, θαλάσσιο και ατμοσφαιρικό -, την πληροφορική, την φυσική, τα μαθηματικά και τα εφαρμοσμένα μαθηματικά, την νανοτεχνολογία, την επιστήμη των υλικών, την επιστήμη της θάλασσας, την εκπαίδευση και την γλώσσα, την ιστορία και την αρχαιολογία, την ψυχολογία, τις κοινωνικές, τις πολιτικές και τις οικονομικές επιστήμες.

Διαθέτει πέντε σχολές - Φιλοσοφική, Επιστημών Αγωγής, Κοινωνικών, Θετικών και Επιστημών Υγείας - και 17 τμήματα συνολικά. Κατά τη δεκαετία 1996 – 2006 το Τμήμα Ιατρικής έχει να επιδείξει 5.903 πρωτότυπες επιστημονικές δημοσιεύσεις (άρθρα σε επιστημονικά περιοδικά με κριτές) και τα Τμήματα της Σχολής Θετικών και Τεχνολογικών Επιστημών 2.344. Σημειώνεται ότι στα παραπάνω μεγέθη περιλαμβάνεται μόνο το ερευνητικό έργο των Σχολών και

Τμημάτων του Ηρακλείου, ενώ δεν περιλαμβάνονται βιβλία, εφευρέσεις, ευρεσιτεχνίες, πρότυπα κ.λπ., η καταγραφή των οποίων είναι σε εκκρεμότητα.

Σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Κρήτης δημιουργήθηκε ένας ιστός ιδρυμάτων και εργαστηρίων γύρω από και μέσα σε αυτό, με σημαντικότερο έργο και διεθνή προβολή, όπως το Πανεπιστημιακό Γενικό Νοσοκομείο Ηρακλείου (ΠΑ.Γ.Ν.Η.), το Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας (Ι.Τ.Ε.), το Ινστιτούτο Θαλάσσιας Βιολογίας Κρήτης (Ι.ΘΑ.ΒΙ.Κ.), το Μουσείο Φυσικής Ιστορίας, το Αστεροσκοπείο του Σκίνακα και οι Πανεπιστημιακές Εκδόσεις Κρήτης.

Το **ΤΕΙ Κρήτης** είναι ένα από τα μεγαλύτερα Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα στη χώρα και τα τελευταία χρόνια το επιστημονικό και τεχνολογικό του υπόβαθρο (μετρώντας το σε δημοσιεύσεις, συμμετοχή σε ανταγωνιστικά προγράμματα Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης - ΕΤΑ, Ελληνικά και διεθνή, τις προτάσεις για δημιουργία τεχνοβλαστών μέσα από το Ίδρυμα, την παροχή υπηρεσιών προς τρίτους) ολοένα και αυξάνεται. Το γεγονός αυτό οφείλεται αφενός στην πρόσληψη νέου προσωπικού αυξημένων ικανοτήτων, αλλά και στην διεύρυνση του με νέα τμήματα με σύγχρονο επιστημονικό προσανατολισμό.

Οι τεχνολογικές υπηρεσίες του ΤΕΙ Κρήτης απευθύνονται κυρίως στην περιφέρεια της Κρήτης (δεύτερη περιφέρεια σε καινοτομία στη Ελλάδα σύμφωνα με τους δείκτες του Innovation Scoreboard 2002) σε βιομηχανίες που σχετίζονται με την ιδιαιτερότητα της περιφέρειας (τηλεπικοινωνίες, δίκτυα, τηλεϊατρική), τους φυσικούς πόρους της περιφέρειας (ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, διατροφή και διαίτολογία, αγροτική ανάπτυξη), τη λύση προβλημάτων περιφερειακού χαρακτήρα (πρόβλεψη σεισμικού κινδύνου, επεξεργασία αποβλήτων ελαιουργείων κ.λπ.).

Λοιποί Ερευνητικοί Φορείς

Το **Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας (Ι.Τ.Ε.)** είναι ένα από τα μεγαλύτερα και από τα πιο άρτια οργανωμένα, εξοπλισμένα και στελεχωμένα ερευνητικά κέντρα της χώρας. Λειτουργεί κάτω από την εποπτεία της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας του Υπουργείου Ανάπτυξης και αποτελείται από επτά Ερευνητικά Ινστιτούτα που λειτουργούν σε κομβικά σημεία της ελληνικής περιφέρειας: Ηράκλειο, Ρέθυμνο, Πάτρα και Ιωάννινα. Η έδρα του κέντρου, καθώς και τα γραφεία της Κεντρικής Διεύθυνσης, βρίσκονται στο Ηράκλειο της Κρήτης.

Οι ερευνητικές και τεχνολογικές κατευθύνσεις του κέντρου επικεντρώνονται σε τομείς μεγάλου επιστημονικού, κοινωνικού και οικονομικού ενδιαφέροντος, όπως: Πληροφορική, Μοριακή Βιολογία, Λείζερ, Τηλεπικοινωνίες,

Μικροηλεκτρονική, Ρομποτική, Βιοτεχνολογία, Υλικά, Χημική Μηχανική, Υπολογιστικά Μαθηματικά, Βιοχημική Μηχανική και Ιστορικές Έρευνες.

Σήμερα το Ι.Τ.Ε., έχει να επιδείξει υψηλές επιστημονικές επιδόσεις, καθώς και μια σπουδαία κοινωνική και οικονομική προσφορά, στοιχεία που το καθιστούν ένα από τα κορυφαία ερευνητικά κέντρα διεθνώς

Στη δομή του υπάγονται τα εξής ινστιτούτα:

- Ινστιτούτο Πληροφορικής - ΙΠ (Ηράκλειο, Κρήτη)
- Ινστιτούτο Βιοϊατρικών Ερευνών - ΙΒΕ (Ιωάννινα)
- Ινστιτούτο Μεσογειακών Σπουδών - ΙΜΣ (Ρέθυμνο, Κρήτη)
- Ινστιτούτο Ηλεκτρονικής Δομής και Λείζερ - ΙΗΔΛ (Ηράκλειο, Κρήτη)
- Ινστιτούτο Μοριακής Βιολογίας και Βιοτεχνολογίας- ΙΜΒΒ (Ηράκλειο, Κρήτη)
- Ινστιτούτο Υπολογιστικών Μαθηματικών - ΙΥΜ (Ηράκλειο, Κρήτη)
- Ερευνητικό Ινστιτούτο Χημικής Μηχανικής και Χημικών Διεργασιών Υψηλής Θερμοκρασίας - ΕΙΧΗΜΥΘ (Πάτρα)

Το ΙΤΕ διαθέτει σημαντική εμπειρία και συμμετέχει ενεργά στην ανάπτυξη επιχειρησιακών δραστηριοτήτων και εταιριών 'spin offs'. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν η FORTHnet, η Forth-Photonics, το Επιστημονικό και Τεχνολογικό Πάρκο Κρήτης (ΕΤΕΠ-Κ), το δίκτυο ΠΡΑΞΗ.

Το **Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων (Μ.Α.Ι.Χ.)** προσφέρει μεταπτυχιακή εκπαίδευση ενώ στις κύριες δραστηριότητές του περιλαμβάνει και εφαρμοσμένη έρευνα στους τομείς Μοριακής Βιολογίας Φυτών, καθώς και Αναλυτικής Χημείας και Χημείας Φυσικών Προϊόντων. Μεταξύ άλλων, στοχεύει στην υποβοήθηση της κρατικής και ευρωπαϊκής πολιτικής, που σχετίζεται με τις μεσογειακές και βαλκανικές χώρες, μέσω της δημιουργίας κοινών ακαδημαϊκών και ερευνητικών περιοχών ενδιαφέροντος και μεταφοράς των συγκριτικών πλεονεκτημάτων που συνδέονται με αυτές.

Το **Εθνικό Ίδρυμα Αγροτικής Έρευνας (ΕΘ.Ι.ΑΓ.Ε.)** είναι ο εθνικός φορέας για την Αγροτική Έρευνα & Τεχνολογία στην Ελλάδα και λειτουργεί ως Νομικό Πρόσωπο Ιδιωτικού Δικαίου (Ν.Π.Ι.Δ.), εποπτευόμενο από το Υπ. Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων. Ιδρύθηκε το 1989. Το ΕΘ.Ι.ΑΓ.Ε. είναι υπεύθυνο για τη διεξαγωγή και ανάπτυξη της αγροτικής έρευνας και τεχνολογίας στην Ελλάδα. Διεξάγει εφαρμοσμένη έρευνα και αναπτύσσει τεχνολογία για τη

γεωργική, δασική, ζωική και αλιευτική παραγωγή, την προστασία των καλλιεργειών, την κτηνιατρική, τη διαχείριση αλιευτικών πόρων, την εδαφολογία, τις έγγειες βελτιώσεις, την μεταποίηση και συντήρηση αγροτικών προϊόντων καθώς και την αγροτική οικονομία και κοινωνιολογία.

Στην περιφέρεια Κρήτης εδρεύουν οι εξής ερευνητικές μονάδες και σταθμοί του ΕΘ.Ι.ΑΓ.Ε.:

- Ινστιτούτο Υποτροπικών Φυτών & Ελαίας Χανίων,
- Ινστιτούτο Αμπέλου, Λαχ/μίας & Ανθ/μίας Ηρακλείου,
- Ινστιτούτο Προστασίας Φυτών Ηρακλείου,
- Σταθμός Γεωργικής Έρευνας Ασωμάτων Ρεθύμνης,
- Σταθμός Γεωργικής Έρευνας Ιεράπετρας, και
- Σταθμός Γεωργικής Έρευνας Μεσσαράς

Το **Ινστιτούτο Θαλάσσιας Βιολογίας Κρήτης (Ι.ΘΑ.ΒΙ.Κ.)** ιδρύθηκε με σκοπό την προώθηση της έρευνας και τεχνολογίας στον ιδιαίτερα σημαντικό για την Ελλάδα τομέα της θαλάσσιας βιολογίας (Πηγή: Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας). Σε διάστημα μιας δεκαετίας από την ίδρυση του, το ΙΘΑΒΙΚ βρέθηκε στην αιχμή της έρευνας στη θαλάσσια βιολογία σε εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές επίπεδο. Σήμερα είναι εξοπλισμένο με σύγχρονα ερευνητικά εργαστήρια για την υδατοκαλλιέργεια, την αλιεία, τη θαλάσσια οικολογία, τη διαχείριση παράκτιων πόρων, τη βιολογική ωκεανογραφία, την τηλεμετρία και τη μοριακή βιοτεχνολογία.

Το ΙΘΑΒΙΚ συμμετέχει ενεργά στην προστασία των ακτών από την ανθρώπινη ρύπανση, στην ορθολογική διαχείριση του αλιευτικού πλούτου της χώρας, στην προώθηση της ανταγωνιστικότητας των ελληνικών ιχθυοκαλλιεργειών και στην κατανόηση του φυσικού και βιολογικού πλούτου των ελληνικών θαλασσών.

Σημειώνεται ότι από το 2003, οπότε συστήθηκε το **Κέντρο Θαλάσσιας Έρευνας (ΕΛ.ΚΕ.Θ.Ε.)**, το κέντρο λειτουργεί με ενιαία διοικητική δομή. Τώρα τα Ερευνητικά Ινστιτούτα του ΕΚΘΕ και του ΙΘΑΒΙΚ μαζί με τους σταθμούς έρευνας πεδίου έχουν ενώσει τις δυνάμεις τους καθώς και τις ερευνητικές τους δυνατότητες. Σκοπός της ίδρυσης του ΕΛΚΕΘΕ είναι ο συντονισμός της κρατικής χρηματοδοτούμενης θαλάσσιας έρευνας στην Ελλάδα.

Δομές Στήριξης / Προώθησης Επιχειρηματικότητας και R&D

Το **Παρατηρητήριο Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας της Κρήτης** (**Observatory of Innovation & Entrepreneurship of Crete - OBINNE**) λειτουργεί ως μόνιμος υποστηρικτικός μηχανισμός της περιφέρειας Κρήτης για τη συλλογή, ανάλυση, επεξεργασία και συνεχή διάχυση κρίσιμης γνώσης σε θέματα κοινωνικοοικονομικής, τεχνολογικής και επιχειρηματικής δομής της Κρήτης. Το Παρατηρητήριο Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας της περιφέρειας Κρήτης αποτελεί δράση του Προγράμματος Καινοτόμων Δράσεων Κρήτης (CRINNO) και υλοποιείται από τη Διεύθυνση Σχεδιασμού και Ανάπτυξης της περιφέρειας Κρήτης (Συντονιστής) σε συνεργασία με το Επιστημονικό & Τεχνολογικό Πάρκο Κρήτης (ΕΤΕΠ-Κ) και το Κέντρο Επιχειρηματικής & Τεχνολογικής Ανάπτυξης Κρήτης (ΚΕΤΑ Κρήτης). Τέλος, διατηρεί διαδικτυακή πύλη (www.innocrete.gr), με στόχο αυτή να αποτελέσει βασικό εργαλείο διάχυσης της πληροφορίας.

Το **Εθνικό Δίκτυο Έρευνας και Τεχνολογίας (ΕΔΕΤ / GRNET)** παρέχει, από το 1995, υπηρεσίες δικτύου κορμού στην Ελληνική Ακαδημαϊκή & Ερευνητική Κοινότητα (έργο της Γενικής Γραμματείας Έρευνας & Τεχνολογίας του Υπουργείου Ανάπτυξης). Το ΕΔΕΤ συνεργάζεται με 82 φορείς στους οποίους περιλαμβάνονται όλα τα ΑΕΙ, τα ΤΕΙ και τα Ερευνητικά Κέντρα της χώρας, εξυπηρετώντας συνολικά πάνω από 200.000 χρήστες οι οποίοι είναι ερευνητές, φοιτητές και ερευνητικό προσωπικό ΑΕΙ / ΤΕΙ, χρήστες ακαδημαϊκών και ερευνητικών ηλεκτρονικών βιβλιοθηκών, εκπαιδευτικοί και μαθητές. Η τοπολογία του Εθνικού Δικτύου Έρευνας & Τεχνολογίας περιλαμβάνει τους κόμβους του δικτύου στην Αθήνα (4 κόμβοι), Θεσσαλονίκη, Πάτρα, Ιωάννινα, Ξάνθη, Ηράκλειο και Λάρισα. Οι 10 κόμβοι έχουν τοποθετηθεί σε μισθωμένους χώρους των κτιρίων του ΟΤΕ στις αντίστοιχες πόλεις. Ο κεντρικός κόμβος βρίσκεται σε κτίριο του ΟΤΕ στην Αθήνα.

Το **Κέντρο Επιχειρηματικής και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (Κ.Ε.Τ.Α.) Κρήτης** αποτελεί έναν εξειδικευμένο φορέα υποστήριξης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και προώθησης της επιχειρηματικότητας στην περιφέρεια. Οι υπηρεσίες του ΚΕΤΑ προς τις επιχειρήσεις καλύπτουν όλο το φάσμα λειτουργίας τους, παρέχοντας συμβουλές και πληροφόρηση σχετικά με θέματα οργάνωσης και διοίκηση επιχειρήσεων, χρηματοδοτήσεων, εξωστρέφειας κ.λπ.

Πιο συγκεκριμένα, το ΚΕΤΑ επικεντρώνει το έργο του στα παρακάτω:

- Στην υποστήριξη του επιχειρηματικού κόσμου της Κρήτης για ανάπτυξη όλων των στοιχείων που καθορίζουν την επιχειρηματική και καινοτομική

δραστηριότητα και αφορούν στο εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον των επιχειρήσεων,

- Στον επιχειρηματικό σχεδιασμό,
- Στην οργάνωση του Μάρκετινγκ,
- Στην τεχνολογική υποστήριξη,
- Στην πρόσβαση σε σύγχρονες πηγές χρηματοδότησης,
- Σε εργαλεία διάγνωσης της πορείας της κάθε μεμονωμένης επιχείρησης, και
- Στην προώθηση της συνεργασίας μεταξύ των επιχειρήσεων τόσο σε Εθνικό όσο και σε Ευρωπαϊκό ή και Διεθνές επίπεδο.

Ιδρύθηκε από τα Επιμελητήρια Λασιθίου, Ηρακλείου, Ρεθύμνου και Χανίων, την Παγκρήτια Συνεταιριστική Τράπεζα, τη Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων και το Πανεπιστήμιο Κρήτης και λειτουργεί ως Αστική Μη Κερδοσκοπική Εταιρεία. Έχει έδρα το Ηράκλειο και αναπτύσσεται σε ολόκληρη την Κρήτη με αντένες που φιλοξενούνται από τα Επιμελητήρια των αντίστοιχων νομών .

Δημιουργήθηκε στο πλαίσιο της δράσης 1.4.1 (Δομές Υποστήριξης ΜΜΕ) του Επιχειρησιακού Προγράμματος 'Ανταγωνιστικότητα' του Υπουργείου Ανάπτυξης και χρηματοδοτείται κατά 75% από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ), το οποίο συμβάλλει στην άμβλυνση των ανισοτήτων που υπάρχουν στην ανάπτυξη και το βιοτικό επίπεδο διαφόρων περιφερειών και κατά 25% από Εθνική Δημόσια Δαπάνη.

Σημειώνεται ότι το ΚΕΤΑ Κρήτης εκπονεί ετήσιες εκθέσεις για την επιχειρηματική – αναπτυξιακή φυσιογνωμία της Κρήτης. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με δημοσίευμα της εφημερίδας Η ΝΑΥΤΕΜΠΟΡΙΚΗ (ΚΡΗΤΗ '07 – Δωδεκάνησα, Ιούλιος 2007), η φετινή έκθεση του ΚΕΤΑ Κρήτης, που διεξήχθη το χρονικό διάστημα Σεπτεμβρίου – Δεκεμβρίου 2006, και περιέχει δεδομένα του έτους 2006, εξάγει τεκμηριωμένα βάσει έρευνας σε 150 επιχειρήσεις συμπεράσματα σε θέματα ανθρώπινου δυναμικού, ενδοεπιχειρησιακού περιβάλλοντος και λοιπών επιχειρηματικών δεδομένων.

Για το πρώτο θέμα, αναφέρεται ότι στην πλειονότητα των περιπτώσεων προκύπτει αξιοσημείωτη συνειδητοποίηση της σημασίας του ανθρώπινου δυναμικού για την ανταγωνιστικότητα και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Σημειώνεται επίσης

ότι υπάρχουν αρκετές κενές θέσεις και ότι αναμένεται αύξηση του αριθμού προσωπικού. Ως προς τη συνεχιζόμενη επαγγελματική κατάρτιση, η έρευνα κατέδειξε βελτιωμένα αποτελέσματα, σε σχέση με την ετήσια έκθεση της προηγούμενης χρονιάς.

Σχετικά με το εσωτερικό και το γενικότερο περιβάλλον των κρητικών επιχειρήσεων, οι πληροφορίες που συνέλεξε το ΚΕΤΑ Κρήτης δείχνουν ότι οι κρητικές επιχειρήσεις τα πηγαίνουν καλά σε ορισμένους τομείς (π.χ. ενσωμάτωση τεχνολογιών πληροφορικής και επικοινωνιών, δαπάνες Μάρκετινγκ) και λιγότερο καλά σε άλλους (π.χ. χρηματοοικονομικός σχεδιασμός, επαγγελματική κατάρτιση). Οι περισσότερες δε επιχειρήσεις φάνηκαν απαισιόδοξες για τις προοπτικές της οικονομίας το επόμενο έτος, ενώ είχαν την πρόθεση να αναπτύξουν νέες συνεργασίες με προμηθευτές και να αξιοποιήσουν επιδοτούμενα προγράμματα. Τέλος, τα στοιχεία της έρευνας δείχνουν ότι οι νεότερες επιχειρήσεις –ως μέσος όρος- δραστηριοποιούνται στο Ρέθυμνο .

Στην προγενέστερη Έκθεση για την Αναπτυξιακή Φυσιονομία της περιφέρειας Κρήτης 2005 το ΚΕΤΑ επισημαίνει τη σημασία των δύο πυλώνων στήριξης της οικονομίας της Κρήτης, τη γεωργία – κτηνοτροφία και τον τουρισμό, και προτείνει την εξεύρεση όσο το δυνατόν ισχυρότερων συνεργιών μεταξύ των δύο αυτών κλάδων. Διαπιστώνει, επιπλέον, την τάση εξέλιξης του ερευνητικού και ακαδημαϊκού περιβάλλοντος του νησιού, το οποίο μπορεί να συνηγορήσει περαιτέρω στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας συνολικά.

Στην εν λόγω έκθεση γίνεται εκτενής αναφορά σε ορισμένα προβλήματα της οικονομίας της Κρήτης, και συγκεκριμένα στη χαμηλή εξειδίκευση του ανθρώπινου δυναμικού, καθώς και στην εποχικότητα της ζήτησης και στις διακυμάνσεις τιμών και στους δύο πυλώνες της κρητικής οικονομίας που αναφέρθηκαν προηγουμένως. Η εξάρτηση της περιφερειακής οικονομίας από συγκεκριμένους τομείς επιβαρύνεται περισσότερο από την έλλειψη ισχυρού εμπορικού σήματος (brand name) και από το χαμηλό βαθμό τυποποίησης προϊόντων – υπηρεσιών.

Από την πρωτογενή έρευνα που εκπονήθηκε για την έκθεση του 2005, το ΚΕΤΑ διαπιστώνει το σχετικά υψηλό βαθμό ενσωμάτωσης ΤΠΕ (67,7%) από τις επιχειρήσεις της Κρήτης, καθώς και τον ικανοποιητικό ποσοστό (37,2%) των επιχειρήσεων που είχαν πρόσφατα πραγματοποιήσει δαπάνες Μάρκετινγκ. Δίνονται στοιχεία για το ποσοστό (3,44%) των επιχειρήσεων που παρουσιάζουν ασυνέπεια ως προς τις υποχρεώσεις τους προς τα πιστωτικά ιδρύματα, ενώ επιπλέον καταγράφεται

θετικά ο υψηλός δείκτης αριθμού επιχειρήσεων ανά κάτοικο, συγκριτικά με άλλες περιοχές της Ελλάδας.

Όσον αφορά στην εσωτερική λειτουργία των επιχειρήσεων του νησιού, διαπιστώνονται αρκετά προβλήματα, όπως π.χ. στο χρηματοοικονομικό σχεδιασμό και σε δράσεις ενδοεπιχειρησιακής κατάρτισης. Τέλος, στην εν λόγω έρευνα, οι ερωτώμενοι δεν εμφανίστηκαν ιδιαίτερα αισιόδοξοι στις προσδοκίες τους για το επιχειρηματικό κλίμα.

Το 2005 εκπονήθηκαν από την εταιρεία ETAM Ε.Π.Ε., μετά από ανάθεση από το ΚΕΤΑ, μελέτες καινοτομικότητας σε συγκεκριμένους κλάδους της οικονομίας της Κρήτης. Η πρωτογενής έρευνα που πραγματοποιήθηκε σε 1.144 επιχειρήσεις (το 86,31% αποτελούν οι πολύ μικρές επιχειρήσεις, ενώ το 42% δεν απασχολεί προσωπικό) διαπιστώνει σημαντική διείσδυση τεχνολογιών ΤΠΕ, αλλά χαμηλότερη σε ορισμένα σημεία βάσει της αναμενόμενης (μέσος όρος της χώρας). Σχετικά με την ποιότητα διαπιστώθηκε ότι μόλις 1 στις 10 επιχειρήσεις διαθέτουν σύστημα διασφάλισής της. Η καινοτομία υιοθετείται από μικρό σχετικά ποσοστό επιχειρήσεων (11,14% εισαγωγή καινοτόμων προϊόντων / υπηρεσιών την τελευταία τριετία, 15% εισαγωγή οργανωτικών καινοτομιών). Συμπεραίνεται, ακολούθως, ότι μόλις το 25% των επιχειρήσεων έχουν επιδοτηθεί για καινοτομικές δράσεις, και ότι χρειάζεται μεγαλύτερη προσπάθεια και σύνδεση έρευνας - παραγωγής για σύγκλιση με τις ανεπτυγμένες οικονομίες, αφού οι επιχειρήσεις επιθυμούν την καινοτομία. Κάτι παραπάνω από προφανής καθίσταται η συσχέτιση καινοτομίας και εξωστρέφειας, δεδομένου ότι σχεδόν οι μισές επιχειρήσεις που χαρακτηρίστηκαν καινοτόμες εξάγουν, και περισσότερες από αυτές απευθύνονται και στην εθνική αγορά (58%). Γενικά, εμπορικός προσανατολισμός των κρητικών επιχειρήσεων είναι κατά 67,26% τοπικός.

Η ένταση εμφάνισης καινοτομίας στις κρητικές επιχειρήσεις αφορά κατά κύριο λόγο στην Οργάνωση, στη συνέχεια τις διαδικασίες, και τελικά τα νέα προϊόντα – υπηρεσίες. Στην ίδια μελέτη εξάγεται το συμπέρασμα τόσο ότι οι οικονομικές δυνατότητες των επιχειρήσεων για χρηματοδότηση της καινοτομίας δεν είναι μεγάλες, όσο και ότι υπάρχουν σημαντικότερες της καινοτομίας επιχειρηματικές φροντίδες για τους Κρήτες επιχειρηματίες.

Ειδικότερα, στον κλάδο νέων μορφών τουρισμού παρατηρείται υψηλότερο επίπεδο εκπαίδευσης των εργαζομένων. Ο ίδιος κλάδος εμφανίζει υψηλότερα ποσοστά διείσδυσης νέων τεχνολογιών. Το 45% των επιχειρήσεων νέων μορφών

τουρισμού είναι πεπεισμένες για την αναγκαιότητα της καινοτομίας. Ο κλάδος εμπορίου τροφίμων και ποτών παρουσιάζει ελαφρώς χαμηλότερη διείσδυση ΤΠΕ από το μέσο όρο του δείγματος. Οι επιχειρήσεις τροφίμων και ποτών είναι κατά 65% πιστοποιημένες με HACCP. Από τις επιχειρήσεις των κλάδων του πρωτογενούς τομέα, μόλις το 10% έχει ή σκοπεύει να εισάγει καινοτομίες, η χρήση ΤΠΕ κρίνεται ικανοποιητική, δεδομένου του μεγέθους των επιχειρήσεων αυτών, ενώ η εξωστρέφεια χαμηλή.

Η λειτουργία της **Περιφερειακής Θυρίδας Νεανικής Επιχειρηματικότητας στο Ρέθυμνο** για τη διάχυση πληροφόρησης και την ενθάρρυνση και στήριξη της νεανικής επιχειρηματικότητας, έχει ως στόχους:

- ενημέρωση και πληροφόρηση των σπουδαστών και φοιτητών, καθώς και εν γένει των νέων, για την αγορά εργασίας και το επιχειρηματικό περιβάλλον,
- ανάπτυξη επιχειρηματικής συνείδησης σε αυτούς, και ενθάρρυνσή τους έτσι ώστε να στραφούν στην αυτοαπασχόληση, μέσα από την ίδρυση υγιών επιχειρηματικών μονάδων,
- προσφορά των κατάλληλων γνώσεων στους νέους για την ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών.

Ειδικότεροι στόχοι της Θυρίδας είναι:

- Η ενθάρρυνση του σχεδιασμού της ίδρυσης νέων επιχειρήσεων από νέους,
- Η δημιουργία ενός καινοτομικού μοντέλου υποστήριξης των νέων επιχειρηματιών, που θα ενεργοποιεί όλους τους μηχανισμούς πληροφόρησης και συμβουλευτικής υποστήριξης,
- Η έγκαιρη, συνεπής και έγκυρη ενημέρωση όλων των εμπλεκόμενων για τις δυνατότητες που υπάρχουν για τους νέους επιχειρηματίες και για τις επιπτώσεις των οικονομικών και εργασιακών πολιτικών σε αυτούς,
- Η διαμόρφωση τοπικών και εθνικών πολιτικών για την στήριξη των νέων επιχειρηματιών,
- Η αρχική στήριξη των νέων επιχειρηματιών ώστε να δημιουργηθούν ανταγωνιστικές και βιώσιμες επιχειρηματικές μονάδες,
- Η ευαισθητοποίηση των χρηματοπιστωτικών μηχανισμών και η διαμόρφωση νέων χρηματοδοτικών εργαλείων και σχετικών πολιτικών.

Τα Ευρωπαϊκά Κέντρα Πληροφοριών δημιουργήθηκαν με πρωτοβουλία της Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων και λειτουργούν μέσα σε υφιστάμενους οργανισμούς (ΕΟΜΜΕΧ, Επιμελητήρια, Συνδέσμους Βιομηχανιών κλπ.) με στόχο την υποστήριξη των επιχειρήσεων. Τα Κέντρα διαθέτουν ενημερωμένα στελέχη, έντυπη πληροφόρηση και είναι συνδεδεμένα μεταξύ τους με ηλεκτρονικούς υπολογιστές, καθώς και με οργανωμένες Τράπεζες Πληροφοριών της Ε.Ε. Το **Ευρωπαϊκό Κέντρο Πληροφοριών του Επιμελητηρίου Ηρακλείου**, που ιδρύθηκε το 1989, καλύπτει την Κρήτη, με εμπειρία σε προώθηση κρητικών προϊόντων, οργάνωση τοπικών εκθέσεων, υποστήριξη γυναικείας επιχειρηματικότητας, προώθηση της επιχειρηματικής συνεργασίας στη Νοτιοανατολική Μεσόγειο, δημιουργία και στήριξη Κέντρου Νέων Επιχειρηματιών.

Το Επιμελητήριο Ηρακλείου έχει ιδρύσει **Γραφείο Εξυπηρέτησης και Στήριξης των Επιχειρήσεων**, ενώ σε συνεργασία με τα υπόλοιπα Επιμελητήρια, δημιούργησε **Ηλεκτρονικό Κέντρο Εμπορίου Κρήτης**, του οποίου ο διαδικτυακός κόμβος βρίσκεται σε πιλοτική λειτουργία.

Τοπικά Προγράμματα Προώθησης R&D

Το πρόγραμμα **CRINNO (Crete Innovative Region)**, στο πλαίσιο του περιφερειακού προγράμματος καινοτόμων ενεργειών 2000 – 2006, θέτει τις εξής προτεραιότητες εφαρμογής δράσεων: α) Περιφερειακή οικονομία βασισμένη στην γνώση και στην τεχνολογική καινοτομία και β) Περιφερειακή ταυτότητα και αειφόρος ανάπτυξη. Ο συνολικός προϋπολογισμός του προγράμματος ανήλθε σε 4,92 εκ. ευρώ.

Το έργο **Περιφερειακό Δίκτυο Τεχνολογικής Προσφοράς (RENTS)**, στο πλαίσιο του προγράμματος CRINNO, στοχεύει στην αξιοποίηση των αποτελεσμάτων που προέρχονται από την έρευνα που συντελείται στα Ακαδημαϊκά και Ερευνητικά Ιδρύματα της Κρήτης. Συνήθως, τα ερευνητικά αποτελέσματα των φορέων της Κρήτης δεν αξιοποιούνται αποτελεσματικά. Αυτό οφείλεται σε ένα βαθμό και στην περιορισμένη πρόσβαση του ιδιωτικού τομέα στα ερευνητικά αποτελέσματα. Το έργο αποσκοπεί στη διάχυση των ώριμων αποτελεσμάτων Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης και στην προώθηση και υποστήριξη των επιχειρήσεων και οργανισμών σε τοπικό και εθνικό επίπεδο για την αξιοποίηση τους, μέσω:

- Δημιουργίας πλατφόρμας και βάσης δεδομένων στο Internet όπου θα καταγράφονται τα σημαντικότερα και πιο ώριμα ερευνητικά αποτελέσματα,

- Διάχυσης αυτών των αποτελεσμάτων στον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα, και
- Αφύπνιση και πληροφόρηση όσον αφορά ευρεσιτεχνίες και θέματα πνευματικής ιδιοκτησίας.

IV. Παράρτημα

Το ερωτηματολόγιο που χρησιμοποιήσαμε στην έρευνας μας παρουσιάζεται παρακάτω :

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ:					
ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ:					
ΘΕΣΗ ΣΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ:	<table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="text-align: center;">ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ</td> <td style="text-align: center;">ΣΤΕΛΕΧΟΣ</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> <td style="text-align: center;"><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΣΤΕΛΕΧΟΣ	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ	ΣΤΕΛΕΧΟΣ				
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>				
ΕΙΔΟΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑΣ:					
ΤΗΛΕΦΩΝΟ:					
ΦΑΞ:					
EMAIL:					

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ-ΤΚ-ΠΟΛΗ:	
---------------------------	--

ΣΗΜΕΙΩΣΗ: ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ ΕΙΝΑΙ ΕΜΠΙΣΤΕΥΤΙΚΟ ΚΑΙ ΑΦΟΡΑ ΤΗΝ ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΩΝ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΓΙΑ ΕΡΕΥΝΗΤΙΚΟΥΣ ΣΚΟΠΟΥΣ ΚΑΙ ΜΟΝΟ. ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ ΤΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΔΕΝ ΘΑ ΚΑΤΑΧΩΡΗΘΕΙ Η ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

ΤΜΗΜΑ Α: ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
--

1) Μέγεθος επιχείρησης: (αριθμός εργαζομένων)

α. Αυτοαπασχολούμενος

β.1

γ. 2 – 9

δ. 10 – 25

ε. 25 και άνω

2) Τομέας δραστηριοτήτων της επιχείρησης:

α. Υπηρεσίες

β. Εμπόριο

γ. Μεταποίηση

δ. Υπηρεσίες και Εμπόριο

3) Ποια είναι η νομική μορφή της επιχείρησής σας;

α. Ατομική επιχείρηση

β. ΟΕ (Ομόρρυθμη Εταιρεία)

γ. ΕΕ (Ετερόρρυθμη Εταιρεία)

δ. ΕΠΕ

ε. Α.Ε.

ζ. Άλλη μορφή

4) Παρακαλούμε αναφέρατε το έτος έναρξης λειτουργίας της επιχείρησής σας;

.....

5) Τόπος δράσης της επιχείρησής σας;

α. Πόλη

β. Χωρίο

γ. Κωμόπολη

Άλλο.....

.

ΤΜΗΜΑ Β: ΕΣΩΤΕΡΙΚΟ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

1) Σε ποια τμήματα της επιχείρησής σας χρησιμοποιείτε ηλεκτρονικό υπολογιστή ;

α. Γραμματεία

β. Πωλήσεις

γ. Αποθήκη

δ. Λογιστήριο

ε. Όλα τα παραπάνω

Άλλο.....

2) Χρησιμοποιείται στην επιχείρησή σας νέες τεχνολογικές υποδομές; Αν ναι ποιες ;

α. ΝΑΙ

β. ΟΧΙ

Αν ναι ποιες ;

.....
.....

3) Έχετε υποβάλλει πρόταση χρηματοδότησης εκσυγχρονισμού εξοπλισμού ή συστήματος πιστοποίησης ποιότητας από προγράμματα του Γ' ΚΠΣ;

	ΝΑΙ	ΟΧΙ
Πρόταση εκσυγχρονισμού εξοπλισμού		
Πρόταση συστήματος πιστοποίησης ποιότητας		

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

α. Κίνητρα από το κράτος

β. Περισσότερα κεφάλαια

γ. Εξειδικευμένο προσωπικό

δ. Καλύτερη εσωτερική οργάνωση

ε. Επέκταση σε νέες αγορές

Άλλο

5) Εισάγετε την καινοτομία* στην επιχείρησή σας;

* Ως καινοτομία νοείται η μετατροπή μιας ιδέας σε εμπορεύσιμο προϊόν ή υπηρεσία, που διαφέρει από τα υπάρχοντα στην αγορά, μία νέα ή βελτιωμένη τεχνολογική μέθοδος παραγωγής ή διανομής, μία νέα μέθοδος οργάνωσης και διοίκησης της επιχείρησης ή μία καινούργια διαδικασία.

ΝΑΙ	ΟΧΙ
-----	-----

Αν ναι με ποιους τρόπους ;

.....
.....

6) Διαθέτετε πατέντες ή και εμπορικά σήματα;

ΝΑΙ	ΟΧΙ
-----	-----

7) Ποια από τα παρακάτω που αφορούν σε δαπάνες για την επιχείρησή σας έχετε εφαρμόσει στο παρελθόν ;

- α. Δαπάνες εκπαίδευσης / κατάρτισης προσωπικού;
- β. Έρευνα και Ανάπτυξη
- γ. Αγορά δικαιωμάτων τεχνογνωσίας

8) Χρησιμοποιείτε διαφορά μέσα ή πηγές χρηματοδότησης;

(για παράδειγμα : Τραπεζικό δάνειο κεφαλαίου κίνησης , Τραπεζικό επενδυτικό δάνειο μακροπρόθεσμο , Leasing / Factoring , Εταιρεία Επιχειρηματικού Κεφαλαίου , Ίδια Κεφάλαια / Αυτοχρηματοδότηση)

ΝΑΙ	ΟΧΙ
-----	-----

Αν ναι ποια ;

.....
.....

9) Ποιους από τους ακόλουθους παράγοντες ανταγωνιστικών πιέσεων θεωρείται ότι υπάρχουν στον κλάδο σας (δυνατότητα πολλαπλών επιλογών):

- α. Ένταση ανταγωνισμού στον κλάδο σας
- β. Διαπραγματευτική δύναμη προμηθευτών - πελατών κλάδου
- γ. Πλήθος ανταγωνιστών καθώς και οι ξένες ή πολυεθνικές επιχειρήσεις

ΤΜΗΜΑ Γ: ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ

δ. Εξαγορές / συγχωνεύσεις

ε. Τεχνολογικές αλλαγές

ζ. Απαξίωση προϊόντων / υπηρεσιών

Άλλο

1. Αναφέρετε τον αριθμό απασχολούμενων στην επιχείρησή σας ανά κατηγορία.

Κατηγορίες Προσωπικού	Αριθμός
Σύνολο απασχολούμενων	
Απόφοιτοι Δημοτικού	
Απόφοιτοι Γυμνασίου	
Απόφοιτοι Λυκείου	
Απόφοιτοι Τριτοβάθμιας	
Κάτοχοι Μεταπτυχιακού / Διδακτορικού	
Πόσοι έλαβαν οποιοδήποτε είδους εκπαίδευση το 2006;	
Πόσοι χρησιμοποιούν Η/Υ	
Πόσοι απασχολούνται σε Έρευνα και Ανάπτυξη;*	

*Έρευνα & Ανάπτυξη (E&A): η συστηματική απασχόληση για τη δημιουργία νέων ή και βελτιωμένων προϊόντων / υπηρεσιών ή και νέων τεχνικών ή διαδικασιών παραγωγής / διανομής.

- 2) Σε ποιο βαθμό θεωρείτε ότι τα προσόντα και οι δεξιότητες των εργαζομένων επαρκούν για τις θέσεις που έχουν αναλάβει στην εταιρεία σας;

α. Ναι, πολύ

β. Αρκετά

γ. Όχι και τόσο

δ. Καθόλου

- 3) Υπάρχουν αυτή τη στιγμή κενές θέσεις εργασίας στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ	ΟΧΙ

4) Πραγματοποιούνται διαδικασίες εκπαίδευσης / κατάρτισης του προσωπικού στην επιχείρησή σας;

ΝΑΙ	ΟΧΙ

Αν ναι με ποιο τρόπο ;

5) Έχουν κάποιοι από το προσωπικό της επιχείρησής σας παρακολουθήσει κατά το προηγούμενο έτος κάποιο πρόγραμμα κατάρτισης/ επαγγελματικής κατάρτισης; Εάν ναι, σε ποιο αντικείμενο;

ΝΑΙ	ΟΧΙ

.....

ΤΜΗΜΑ Δ: ΑΠΟΤΥΠΩΣΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΚΛΙΜΑΤΟΣ

1) Πόσο αισιόδοξοι είστε για την προοπτική του κλάδου σας κατά τη διάρκεια των επόμενων 12 μηνών;

- α . Πολύ απαισιόδοξος
- β . Ελαφρώς απαισιόδοξος
- γ . Ούτε απαισιόδοξος ή αισιόδοξος
- δ . Πολύ αισιόδοξος

2) Κατά τη διάρκεια του προηγούμενου έτους, ποια πορεία παρουσίασαν τα παρακάτω:

	Αυξήθηκαν	Μειώθηκαν	Παρέμειναν περίπου οι ίδιες
Πωλήσεις			
Κέρδη			
Αριθμός απασχολούμενου προσωπικού			

3) Παρακαλώ αναφέρετε την τάση που αναμένετε να εκδηλωθεί κατά τη διάρκεια του τρέχοντος έτους στις ακόλουθες παραμέτρους του κλάδου σας:

	Μείωση	Αύξηση	Στασιμότητα
Κύκλος εργασιών			
Απασχόληση			
Κερδοφορία			
Εξαγωγές			
Τιμές πώλησης			

4) Ποια σχέδια έχετε για την επιχείρησή σας το προσεχές διάστημα (12 μήνες); Προγραμματίζετε να:

- α . Αναπτύξετε νέες αγορές για τα προϊόντα σας .
- β . Αναπτύξετε νέες συνεργασίες με επιχειρήσεις προμηθευτές .
- γ . Επενδύσετε σε παραγωγικό εξοπλισμό και εγκαταστάσεις .
- δ . Διαφοροποιήστε τη σειρά προϊόντων .
- ε . Έρευνα & Ανάπτυξη .
- ζ . Κατάρτιση Προσωπικού .

Το **συνολικό** δείγμα το οποίο πήραμε από το επιμελητήριο Ηρακλείου :

	Επωνυμία	Νομική Μορφή	Αντικείμενο
1	BUSINESS SOLUTIONS ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ.	ΑΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
2	CAMLEY GORDON-THOMSON ΤΟΥ JAMES	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών

3	DATA TRONICS ΜΗΧΑΝΟΛΟΓΙΣΜΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
4	DONA MARK A.E.	ΑΕ	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
5	EYEWIDE ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
6	FUTURE - Β ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΕΣ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
7	GREEK ENGINEERING TECHNOLOGY S.R.L., ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΠΕ	ΕΠΕ	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
8	HODGETTS GRAHAM ΤΟΥ JOHN	ΑΤΟΜΙΚΗ	1.Υπηρεσίες δημιουργίας ιστοσελίδων στο διαδίκτυο 2.Παραγωγή προγραμμάτων Η/Υ, που παράγονται ή ολοκληρώνονται κατόπιν παραγγελίας 3.Παροχή συμβουλών για τον υλικό εξοπλισμό πληροφορικής Περιλαμβάνεται: Η παροχή συμβουλών σχετικά με τον τύπο και τη διάταξη του υλικού εξοπλισμού πληροφορικής και του σχετικού λογισμικού εφαρμογών, όπως ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών κα
9	I WORX ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
10	INFO ΕΜΠΟΡΙΚΗ & ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΗ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ & ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΑΕ	1.Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής 2.Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
11	INTERMEDIA - ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ - ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΕΧΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ	ΑΕ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των

			αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, 2.Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
12	IVAN FLORICA TOY MIHAI	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
13	LEES PHILIP-JOHN TOY HIUBERT	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
14	MADCON ΑΝΩΝΥΜΗ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΗΣΗΣ	ΑΕ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική 2.Επεξεργασία δεδομένων 3.Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
15	MURAD IHSAN ALI TOY ALI	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
16	NETMECHANICS ΠΡΟΗΓΜΕΝΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ - ΔΙΚΤΥΩΝ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Ανάπτυξη βάσεων δεδομένων: συγκέντρωση δεδομένων από μία ή περισσότερες πηγές
17	NUTA NIKOLETA - GABRIELA TOY GEORGE	ΑΤΟΜΙΚΗ	Επεξεργασία δεδομένων 2.Παραγωγή προγραμμάτων Η/Υ, που παράγονται ή ολοκληρώνονται κατόπιν παραγγελίας 3.Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, 4
18	P.C.SOS. ΕΠΕ	ΕΠΕ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής

19	PALMERA - ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΚΑΙ ΤΗΛΕΜΑΤΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
20	RIZZA ROBERTO TOY FRANCESCO	ΑΤΟΜΙΚΗ	Διαχείριση και λειτουργία εγκαταστάσεων επεξεργασίας δεδομένων που ανήκουν σε τρίτους, σε συνεχή βάση
21	STEFI NET MULTIMEDIA ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΗ ΚΑΙ ΕΞΑΓΩΓΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΗΛΕΚΤΡΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ	ΑΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
22	SYCHEM ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ - ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΝΕΡΟΥ - ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΗΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ - ΚΟΛΥΜΒΗΤΙΚΕΣ ΔΕΞΑΜΕΝΕΣ - ΑΝΤΙΔΙΑΒΡΩΤΙΚΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ	ΥΑΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
23	UNIQUE ΑΝΩΝΥΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ-ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ-ΕΜΠΟΡΙΚΗ-ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΗ-ΚΤΗΜΑΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΑΕ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
24	USABLEWEB ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
25	VIRTUAL TRIP ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών,
26	Α. ΡΑΠΤΟΠΟΥΛΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΕΠΕ	ΕΠΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών

27	Α.ΕΡΓΑΖΑΚΗΣ ΚΑΙ Κ.ΒΙΔΑΚΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΩΝ ΟΕ	ΟΕ	Δραστηριότητες σχετικές με τράπεζες δεδομένων
28	Α.ΚΑΤΖΑΓΙΑΝΝΑΚΗΣ Γ.ΜΗΛΟΛΙΔΑΚΗΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
29	Α.ΜΠΕΡΚΗΣ-Ι.ΝΕΤΤΗΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
30	Α.ΣΑΛΟΥΣΤΡΟΣ - Σ.ΠΑΝΑΓΙΩΤΑΚΗΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
31	ΑΓΓΕΛΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΟΥ ΙΩΑΝΝΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο λογισμικού εφαρμογών
32	ΑΓΓΕΛΑΚΗΣ Κ. ΚΑΙ ΣΙΑ Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
33	ΑΓΓΕΛΑΚΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο λογισμικού εφαρμογών
34	ΑΚΣΙΟΝ ΣΥΝΕΡΤΖΙ - ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΓΝΩΣΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ	ΑΕ	Ανάπτυξη βάσεων δεδομένων: συγκέντρωση δεδομένων από μία ή περισσότερες πηγές
35	ΑΛΕΞΑΚΗ ΕΥΘΥΜΙΑ ΤΟΥ ΙΩΑΝΝΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
36	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΑΛΕΞΙΟΣ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
37	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΚΑΙ ΣΙΜΩΝ ΣΛΑΝΚΕΡ Ο.Ε.	ΟΕ	Παροχή συμβουλών για τον υλικό εξοπλισμό πληροφορικής Περιλαμβάνεται: Η παροχή συμβουλών σχετικά με τον τύπο και τη διάταξη του υλικού εξοπλισμού πληροφορικής και του σχετικού λογισμικού εφαρμογών, όπως ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών κα

38	ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΜΑΥΡΟΜΙΧΑΛΗΣ & ΣΙΑ Ε.Ε.	ΕΕ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
39	ΑΛΕΞΟΠΟΥΛΟΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ ΤΟΥ ΑΘΑΝΑΣΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
40	ΑΛΜΠΑΝΗ ΦΩΤΕΙΝΗ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΠΕ	ΕΠΕ	Επεξεργασία δεδομένων
41	ΑΛΜΠΑΝΗ ΦΩΤΕΙΝΗ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΠΕ	ΕΠΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
42	ΑΝΑΣΤΑΣΑΚΗ ΘΕΟΝΥΜΦΗ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
43	ΑΝΑΣΤΑΣΑΚΗ ΜΑΡΙΑ ΤΟΥ ΙΩΑΝΝΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
44	ΑΝΔΡΕΑΔΑΚΗΣ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΕΜΜΝΑΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
45	ΑΝΘΟΥΛΑΚΗ ΑΓΓΕΛΑ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
46	ΑΝΘΟΥΛΑΚΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Διαχείριση και λειτουργία εγκαταστάσεων επεξεργασίας δεδομένων που ανήκουν σε τρίτους, σε συνεχή βάση

47	ΑΝΙΞΕ ΣΥΣΤΕΜΣ ΕΛΛΑΣ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΑΕ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
48	ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παροχή συμβουλών για τον υλικό εξοπλισμό πληροφορικής και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνεται: Η παροχή συμβουλών σχετικά με τον τύπο και τη διάταξη του υλικού εξοπλισμού πληροφορικής και του σχετικού λογισμικού εφαρμογών, όπως ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών κα
49	ΑΝΥΦΑΝΤΑΚΗΣ ΦΑΝΟΥΡΗΣ ΤΟΥ ΕΥΑΓΓΕΛΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
50	ΑΝΥΦΑΝΤΗΣ ΣΩΤΗΡΙΟΣ ΤΟΥ ΛΑΜΠΡΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
52	ΑΝΩΓΕΙΑΝΑΚΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
53	ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ - ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΝΕΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ INTERNET	ΑΕ	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
54	ΑΝΩΣΙΣ ΑΕ-ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΥΑΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
55	ΑΠΛΑΔΑΣ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
56	ΑΡΧΟΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ-ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
57	ΑΣΠΙΡΤΑΚΗΣ ΑΓΑΜΕΜΝΩΝ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Διαθεσιμότητα βάσεων δεδομένων: παροχή των δεδομένων με μία συγκεκριμένη σειρά, είτε με απευθείας ανάκληση, είτε με δυνατότητα πρόσβασης (διαχείριση μέσω Η/Υ), για οποιονδήποτε χρήστη ή ορισμένους μόνο χρήστες, επιλεγμένους

			κατόπιν αιτήσεως
58	ΑΦΟΙ ΧΑΤΖΗΣΥΜΕΩΝ - Γ. ΚΟΡΣΑΒΒΑΣ - Χ. ΣΙΔΗΡΟΠΟΥΛΟΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Ανάπτυξη βάσεων δεδομένων: συγκέντρωση δεδομένων από μία ή περισσότερες πηγές
59	ΑΦΟΙ ΚΟΥΡΤΙΚΑΚΗ Ο.Ε.	ΟΕ	Παραγωγή προγραμμάτων Η/Υ, που παράγονται ή ολοκληρώνονται κατόπιν παραγγελίας
60	ΑΦΟΙ ΝΙΚΟΛΟΥΛΑΚΗ Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
61	Β.ΣΚΟΥΤΑΡΑΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ	ΑΕ	Υπηρεσίες ηλεκτρονικών μηνυμάτων και πληροφοριών 2.Υπηρεσίες προετοιμασίας εισαγωγής δεδομένων
62	ΒΑΛΕΡΓΑΚΗΣ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Δραστηριότητες σχετικές με τράπεζες δεδομένων
63	ΒΑΡΟΥΧΑΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
64	ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ - ΛΙΑΚΑΚΗΣ ΣΟΦΟΚΛΗΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
65	ΒΕΝΙΑΝΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ - ΒΟΓΙΑΤΖΗ ΙΣΙΔΩΡΑ Ο.Ε.	ΟΕ	Υπηρεσίες δημιουργίας ιστοσελίδων στο διαδίκτυο
66	ΒΙΔΑΚΗ ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
67	ΒΙΤΣΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΤΟΥ ΣΤΑΥΡΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
68	ΒΛΑΧΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
69	ΒΟΓΙΑΤΖΗΣ ΑΡΤΕΜΙΟΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
70	ΒΟΥΖΟΥΕΡΑΚΗΣ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΦΙΛΛΙΠΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
71	Γ & Δ ΚΑΛΛΙΚΟΥΡΔΗΣ ΟΜΟΡΡΥΘΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΟΕ	Επεξεργασία δεδομένων με τη χρήση είτε του προγράμματος του πελάτη είτε

			ιδιόκτητου προγράμματος,
72	Γ. ΧΑΤΖΗΛΑΚΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
73	Γ.ΑΓΓΕΛΑΚΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.	ΟΕ	Δραστηριότητες σχετικές με τράπεζες δεδομένων
74	Γ.ΛΑΜΠΡΟΥ & ΣΙΑ Ο.Ε.	ΟΕ	Παραγωγή προγραμμάτων Η/Υ, που παράγονται ή ολοκληρώνονται κατόπιν παραγγελίας
75	Γ.ΠΑΝΤΕΡΜΑΡΑΚΗΣ - Α. ΠΑΝΤΕΡΜΑΡΑΚΗΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
76	Γ.Σ.ΜΑΣΤΟΡΑΚΗΣ - Ν.Ι.ΚΩΣΤΑΚΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
77	Γ.ΧΡΥΣΟΛΩΡΑΣ - Ν.ΔΙΑΜΑΝΤΑΚΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.	ΕΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
78	ΓΑΡΓΟΥΛΑΚΗ ΕΥΘΑΛΙΑ ΤΟΥ ΜΙΧΑΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Επεξεργασία δεδομένων με τη χρήση είτε του προγράμματος του πελάτη είτε ιδιόκτητου προγράμματος, όπως:
79	ΓΕΡΑΚΙΑΝΑΚΗΣ Ι. ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.	ΕΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
80	ΓΕΩΡΓΑΚΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΟΥ ΣΤΥΛΙΑΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
81	ΓΕΩΡΓΙΑΔΑΚΗΣ - ΜΠΛΑΒΑΚΗΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
82	ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΜΑΝΟΥΣΑΚΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
83	ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΠΑΠΑΔΑΚΗΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Ε.Π.Ε.	ΕΠΕ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
84	ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ ΤΟΥ ΣΩΤΗΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
85	ΓΙΑΛΙΤΑΚΗΣ ΖΑΧΑΡΙΑΣ - ΦΙΛΙΠΠΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
86	ΓΙΑΝΝΑΡΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
87	ΓΚΙΑΟΥΡΑΚΗΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
88	ΓΚΙΩΡΓΚΗΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών

89	ΓΡΗΓΟΡΕΛΗΣ ΧΑΡΙΛΑΟΣ ΤΟΥ ΖΑΦΕΙΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Υπηρεσίες σχεδιασμού, υποστήριξης και ολοκλήρωσης συστήματος λογισμικού
90	ΓΩΝΙΑΝΑΚΗΣ ΗΡΑΚΛΗΣ ΤΟΥ ΙΩΑΝΝΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
91	ΔΑΜΙΑΝΑΚΗ ΝΙΚΗ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
92	ΔΑΜΙΑΝΑΚΗΣ ΜΙΑΤΙΑΔΗΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
93	ΔΑΣΚΑΛΑΚΗΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
94	ΔΑΣΚΑΛΑΚΗΣ Μ.- ΚΟΝΤΟΓΙΑΝΝΗ Μ. Ο.Ε.	ΟΕ	Υπηρεσίες εισαγωγής δεδομένων
95	ΔΕΛΗΣΤΑΘΗΣ ΑΝΔΡΕΑΣ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
96	ΔΕΜΕΝΕΟΠΟΥΛΟΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ & ΣΙΑ ΕΕ	ΕΕ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
97	ΔΕΡΒΙΤΣΙΩΤΗΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
98	ΔΕΣΠΟΤΑΚΗ Α. - ΞΥΝΟΣ Ν. Ο.Ε.	ΟΕ	Παροχή συμβουλών για τον υλικό εξοπλισμό πληροφορικής Περιλαμβάνεται: Η παροχή συμβουλών σχετικά με τον τύπο και τη διάταξη του υλικού εξοπλισμού πληροφορικής και του σχετικού λογισμικού εφαρμογών, όπως ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών κα Λιανικό

			εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
99	ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΑΝΤΩΝΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
100	ΔΗΜΟΠΟΥΛΟΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΤΟΥ ΜΙΧΑΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Υπηρεσίες σχεδιασμού, υποστήριξης και ολοκλήρωσης συστήματος λογισμικού
101	ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΔΗΜΟΥ ΜΟΙΡΩΝ (Δ.ΕΠ.Α.Μ.)	ΑΕ	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
102	ΔΙΕΘΝΗΣ ΟΙΚΟΔΟΜΙΚΗ ΑΝΩΝΥΜΗ ΤΕΧΝΙΚΗ-ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ-ΕΜΠΟΡΙΚΗ-ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ-ΟΙΚΟΔΟΜΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ	ΑΕ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
103	Ε.ΒΕΛΗΒΑΣΑΚΗΣ - Ε.ΜΟΥΔΑΤΣΟΣ ΟΕ	ΟΕ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
104	ΕΘΝΙΚΗ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΕΩΣ ΑΚΙΝΗΤΩΝ ΚΑΙ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΕΩΣ ΓΕΝΙΚΩΝ ΑΠΟΘΗΚΩΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ	ΥΑΕ	Αποθήκευση δεδομένων: προετοιμασία ενός αρχείου Η/Υ για παρόμοιες πληροφορίες σε προκαθορισμένο σχήμα
105	ΕΜΜ.ΚΑΛΥΚΑΚΗΣ & ΣΙΑ ΟΕ	ΟΕ	Υπηρεσίες σχεδιασμού, υποστήριξης και ολοκλήρωσης συστήματος λογισμικού
106	ΕΝΙΑΙΟ ΚΕΝΤΡΟ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ	ΑΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
107	ΕΝΙΑΙΟ ΚΕΝΤΡΟ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ	ΑΕ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων

			έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
108	ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΕΣ ΚΡΗΤΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΤΕΧΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ	ΑΕ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
109	ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΠΡΟΟΠΤΙΚΗ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΤΑΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Παροχή συμβουλών για τον υλικό εξοπλισμό πληροφορικής Περιλαμβάνεται: Η παροχή συμβουλών σχετικά με τον τύπο και τη διάταξη του υλικού εξοπλισμού πληροφορικής και του σχετικού λογισμικού εφαρμογών, όπως ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών κα
110	ΖΑΦΕΙΡΙΑΔΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΤΟΥ ΛΑΥΡΕΝΤΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
111	ΖΑΧΑΡΙΟΥΔΑΚΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ		
112	ΖΑΧΑΡΟΠΟΥΛΟΣ ΧΡΗΣΤΟΣ ΤΟΥ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΥΣ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
113	ΖΕΡΒΑΚΗΣ Τ. - ΜΑΣΕΛΗΣ Σ. Ο.Ε.	ΟΕ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
114	ΖΕΡΒΟΣ ΘΕΟΛΟΓΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
115	ΖΕΡΒΟΥ ΕΙΡΗΝΗ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
116	ΖΩΓΡΑΦΑΚΗ ΚΥΡΙΑΚΗ ΤΟΥ ΙΩΑΝΝΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Δραστηριότητες σχετικές με τράπεζες δεδομένων
117	ΖΩΗΤΟΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Υπηρεσίες σχεδιασμού, υποστήριξης και ολοκλήρωσης συστήματος λογισμικού
118	Θ. ΑΣΣΑΡΙΩΤΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.	ΕΕ	Υπηρεσίες σχεδιασμού, υποστήριξης και ολοκλήρωσης συστήματος λογισμικού
119	Θ. ΚΟΥΤΣΟΥΡΑΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.	ΕΕ	Παραγωγή προγραμμάτων Η/Υ, που παράγονται ή ολοκληρώνονται κατόπιν παραγγελίας

120	ΘΕΟΔΩΡΟΣ ΠΑΤΣΙΟΥΡΑΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΟΕ	ΟΕ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
121	ΘΕΟΧΑΡΗΣ ΑΘΑΝΑΣΙΟΣ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Επεξεργασία δεδομένων
122	ΘΕΡΙΑΚΗΣ ΘΩΜΑΣ & ΣΙΑ Ε.Ε.	ΕΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
123	ΘΟΔΟΣΑΚΗ ΕΙΡΗΝΗ ΤΟΥ ΣΠΥΡΙΔΩΝΑ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Υπηρεσίες εισαγωγής δεδομένων
124	ΘΡΑΨΑΝΙΩΤΗΣ Ε.- ΚΑΡΑΚΩΝΣΤΑΝΤΑΚΗΣ Μ.- ΜΑΡΜΑΡΙΔΗΣ Μ.Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
125	Ι.ΒΑΣΙΛΑΚΗΣ & Π.ΚΟΤΣΑΡΙΔΗΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
126	Ι.ΔΕΡΜΙΤΖΑΚΗΣ - Γ. ΦΑΝΙΟΥΔΑΚΗΣ - Κ. ΦΘΕΝΟΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
127	Ι.ΖΑΧΑΡΑΚΗΣ - Χ.ΠΟΥΛΙΑΡΕΚΟΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
128	ΙΔΡΥΜΑ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΚΑΙ ΕΡΕΥΝΑΣ	Ν.Π.Ι.Δ.	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
129	ΙΝΣΤΟΡΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Υπηρεσίες σχεδιασμού, υποστήριξης και ολοκλήρωσης συστήματος λογισμικού
130	ΙΣΙΔ.ΒΑΓΙΑΤΗΣ - ΓΕΩΡ.ΚΛΙΝΗΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
131	ΙΣΤΟΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
132	Κ. ΚΟΥΛΑΤΣΗΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.	ΟΕ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
133	Κ.ΚΕΦΑΛΑΣ- Χ.ΠΡΟΥΝΤΖΟΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
134	Κ.ΜΑΣΤΟΡΑΚΗΣ - ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ Ε.Π.Ε	ΕΕ	Διαχείριση και λειτουργία εγκαταστάσεων επεξεργασίας δεδομένων που ανήκουν σε τρίτους, σε συνεχή βάση

	Π.ΠΑΝΤΕΛΕΡΗΣ Ε.Ε.		
135	ΚΑΚΟΥΛΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες επαγγελματικές υπηρεσίες σχετικές με υπολογιστές
136	ΚΑΛΑΘΑΚΗΣ ΣΤΑΥΡΟΣ ΤΟΥ ΖΑΧΑΡΙΑ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
137	ΚΑΛΑΡΑΚΗΣ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παραγωγή προγραμμάτων Η/Υ, που παράγονται ή ολοκληρώνονται κατόπιν παραγγελίας
138	ΚΑΛΟΜΟΙΡΗ ΖΩΗ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
139	ΚΑΛΟΥΔΑΚΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Επεξεργασία δεδομένων
140	ΚΑΟΥΚΑΚΗΣ ΣΤΑΥΡΟΣ ΤΟΥ ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
141	ΚΑΠΑΡΟΥΝΑΚΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
142	ΚΑΠΕΤΑΝΑΚΗΣ ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
143	ΚΑΠΕΤΑΝΑΚΗΣ ΝΕΚΤΑΡΙΟΣ ΤΟΥ ΙΩΑΝΝΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
144	ΚΑΡΑΓΕΩΡΓΙΟΥ ΦΙΛΙΠΠΟΣ ΤΟΥ ΙΩΑΝΝΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
145	ΚΑΡΑΔΕΔΟΣ ΧΡΗΣΤΟΣ ΤΟΥ ΧΡΥΣΟΣΤΟΜΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Δικτυακές πύλες (web portals)
146	ΚΑΣΑΠΑΚΗΣ ΚΥΡΙΑΚΟΣ - ΖΑΧΑΡΙΟΥΔΑΚΗΣ ΝΙΚΟΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
147	ΚΑΣΤΑΝΑΚΗΣ ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ ΤΟΥ ΜΙΧΑΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
148	ΚΑΣΩΤΑΚΗ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
149	ΚΑΣΩΤΑΚΗΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΤΟΥ ΜΙΧΑΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Υπηρεσίες ιστοφιλοξενίας (web hosting)
150	ΚΑΤΣΟΥΛΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΤΟΥ ΖΑΧΑΡΙΑ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
151	ΚΑΦΦΕΣΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΤΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Διαχείριση και λειτουργία εγκαταστάσεων

	ΙΩΑΝΝΗ		επεξεργασίας δεδομένων που ανήκουν σε τρίτους, σε συνεχή βάση
152	ΚΕΓΚΕΡΟΓΛΟΥ Γ. & ΣΙΑ ΟΕ	ΟΕ	Επεξεργασία δεδομένων
153	ΚΙΟΥΠΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
154	ΚΝΩΣΟΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΑΕ - ΚΝOSSOS TECHNOLOGIES SA ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΩΝ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΩΝ ΚΑΙ ΕΦΑΡΜΟΓΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ	ΑΕ	Επεξεργασία δεδομένων
155	ΚΟΚΟΛΑΚΗΣ ΤΙΤΟΣ - ΠΑΤΡΙΚΑΛΑΚΗΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΣ ΟΕ	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
156	ΚΟΠΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΑΕ	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
157	ΚΟΠΙΔΑΚΗΣ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παροχή συμβουλών για τον υλικό εξοπλισμό πληροφορικής Περιλαμβάνεται: Η παροχή συμβουλών σχετικά με τον τύπο και τη διάταξη του υλικού εξοπλισμού πληροφορικής και του σχετικού λογισμικού εφαρμογών, όπως ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών κα
158	ΚΟΡΝΗΛΑΚΗ ΚΑΛΛΙΟΠΗ ΤΟΥ ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παροχή συμβουλών για τον υλικό εξοπλισμό πληροφορικής Περιλαμβάνεται: Η παροχή συμβουλών σχετικά με τον τύπο και τη διάταξη του υλικού εξοπλισμού πληροφορικής και του σχετικού λογισμικού εφαρμογών, όπως ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών κα
159	ΚΟΤΟΥΠΑΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΤΟΥ ΗΛΙΑ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες επαγγελματικές υπηρεσίες σχετικές με υπολογιστές
160	ΚΟΥΚΟΥΜΑΚΗΣ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΣΤΥΛΙΑΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Δραστηριότητες σχετικές με τράπεζες δεδομένων
161	ΚΟΥΜΠΑΡΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ ΤΟΥ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π

162	ΚΟΥΤΣΟΓΙΑΝΝΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΟΥ ΣΤΥΛΙΑΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Διαχείριση και λειτουργία εγκαταστάσεων επεξεργασίας δεδομένων που ανήκουν σε τρίτους, σε συνεχή βάση
163	ΚΡΑΜΠΟΒΙΤΗΣ ΡΟΒΕΡΤΟΣ - ΙΑΚΩΒΟΣ ΤΟΥ ΗΛΙΑ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
164	ΚΡΑΣΣΑΣ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
165	ΚΡΗΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΥΠΟΛΟΓΙΣΤΩΝ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ	ΑΕ	Επεξεργασία δεδομένων
166	ΚΡΙΤΣΩΤΑΚΗ ΑΘΗΝΑ ΤΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
167	ΚΥΡΙΑΚΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Επεξεργασία δεδομένων
168	ΚΥΡΙΑΚΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΤΟΥ ΧΡΙΣΤΟΦΟΡΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες επαγγελματικές υπηρεσίες σχετικές με υπολογιστές
169	ΚΩΝΙΩΤΑΚΗΣ ΧΑΡΙΛΑΟΣ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
170	ΚΩΣΤΑΚΗΣ Ζ. - ΓΑΙΤΑΝΗΣ Σ. Ο.Ε.	ΟΕ	Υπηρεσίες διάθεσης εξοπλισμού επεξεργασίας δεδομένων δικτύων (υπολογιστικής ισχύος κ.λ.π.)
171	ΚΩΣΤΑΚΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΤΟΥ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
172	ΛΑΜΠΡΙΔΗΣ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
173	ΛΑΜΠΡΟΥ ΦΙΛΙΠΠΟΣ ΤΟΥ ΜΙΧΑΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
174	ΛΑΣΚΑΡΙΔΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ ΤΟΥ ΧΡΗΣΤΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Υπηρεσίες συντήρησης συστημάτων
175	ΛΟΥΡΑΚΗΣ ΝΕΚΤΑΡΙΟΣ ΤΟΥ ΜΑΡΙΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
176	ΛΥΡΑΡΑΚΗΣ ΒΑΡΘΟΛΟΜΑΙΟΣ ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ Ε.Ε.	ΕΕ	Δραστηριότητες σχετικές με τράπεζες δεδομένων
177	Μ. ΑΡΓΥΡΑΚΗΣ - Α. ΜΠΑΓΟΥΡΑΚΗΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Υπηρεσίες χρηματοδοτικής μίσθωσης ή ενοικίασης χρόνου απασχόλησης μηχανής σε σύστημα επεξεργασίας δεδομένων σε τρίτους

178	ΜΑΓΡΙΠΛΗΣ ΣΠΥΡΙΔΑΚΗ Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
179	ΜΑΪΚΡΟΚΟΥΕΣΤ ΚΡΗΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
180	ΜΑΚΡΑΚΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
181	ΜΑΚΡΥΓΙΑΝΝΑΚΗΣ ΝΙΚΗΤΑΣ ΤΟΥ ΙΩΑΝΝΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Δραστηριότητες σχετικές με τράπεζες δεδομένων
182	ΜΑΚΡΥΔΑΚΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΤΟΥ ΣΑΒΒΑ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Υπηρεσίες σχεδιασμού, υποστήριξης και ολοκλήρωσης συστήματος λογισμικού
183	ΜΑΝΔΟΥΡΑΡΗΣ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΙΩΑΝΝΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
184	ΜΑΝΟΥΣΑΚΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ ΤΟΥ ΖΑΧΑΡΙΑ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
185	ΜΑΝΟΥΣΑΚΗΣ Ε. - ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ Ε. Ε.Ε.	ΕΕ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
186	ΜΑΝΟΥΣΙΑΔΑΚΗ ΕΛΕΝΗ ΤΟΥ ΑΝΔΡΕΑ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
187	ΜΑΡΑΓΚΟΥΔΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.	ΟΕ	Υπηρεσίες εισαγωγής δεδομένων
188	ΜΑΡΑΥΓΑΚΗ ΙΩΑΝΝΑ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παραγωγή προγραμμάτων Η/Υ, που παράγονται ή ολοκληρώνονται κατόπιν παραγγελίας
189	ΜΑΡΗΣ ΘΩΜΑΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
190	ΜΑΡΗΣ ΜΑΡΚΕΤΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Υπηρεσίες σχεδιασμού, υποστήριξης και ολοκλήρωσης συστήματος λογισμικού
191	ΜΑΡΙΟΛΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΤΟΥ ΠΕΤΡΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Διαχείριση και λειτουργία εγκαταστάσεων επεξεργασίας δεδομένων που ανήκουν σε τρίτους, σε συνεχή βάση
192	ΜΑΡΙΟΣ ΛΑΣΚΑΛΑΚΗΣ & ΣΙΑ Ε.Ε.	ΕΕ	Λιανικό εμπόριο λογισμικού εφαρμογών
193	ΜΑΡΙΟΣ ΜΑΡΑΒΕΛΙΑΣ-ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΠΕΤΡΑΚΗΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Υπηρεσίες δημιουργίας ιστοσελίδων στο διαδίκτυο
194	ΜΑΡΚΑΚΗΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ ΤΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών

	ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ		γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
195	ΜΑΡΤΑΒΑΤΖΗ ΜΑΡΙΑ ΤΟΥ ΧΡΗΣΤΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
196	ΜΑΡΤΑΚΗ ΜΑΡΙΑ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
197	ΜΑΡΤΙΜΙΑΝΑΚΗ ΕΥΘΥΜΙΑ ΤΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Δραστηριότητες σχετικές με τράπεζες δεδομένων
198	ΜΑΣΤΟΡΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ ΟΕ	ΟΕ	Ανάπτυξη βάσεων δεδομένων: συγκέντρωση δεδομένων από μία ή περισσότερες πηγές
199	ΜΑΥΡΑΚΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ - ΓΙΑΝΝΑΚΑΚΗ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ ΟΜΟΡΡΥΘΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
200	ΜΕΘΥΜΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
201	ΜΕΡΑΜΒΕΛΙΩΤΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΤΟΥ ΧΑΡΙΔΗΜΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
202	ΜΕΣΟΧΩΡΙΑΝΑΚΗΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ ΤΟΥ ΤΙΜΟΛΕΩΝ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
203	ΜΗΤΑΡΑΣ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
204	ΜΗΧΑΝΟΤΕΧΝΙΚΗ ΕΠΕ	ΕΠΕ	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
205	ΜΙΖΕΡΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
206	ΜΙΧΑΗΛ ΚΑΙ ΑΝΤΩΝΙΟΣ ΦΑΝΟΥΡΙΟΥ ΠΑΠΑΔΑΚΗ ΟΜΟΡΡΥΘΜΟΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΟΕ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
207	ΜΙΧΑΗΛ ΣΕΡΠΙΕΤΣΙΔΑΚΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
208	ΜΙΧΕΛΟΥΔΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Υπηρεσίες συντήρησης συστημάτων
209	ΜΟΣΧΑΛΗΣ Α. - ΣΑΡΧΙΑΝΑΚΗΣ Ι. Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
210	ΜΟΣΧΟΒΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
211	ΜΟΤΣΑΚΟΣ Σ. & ΣΙΑ ΟΕ	ΟΕ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών

			καιεξοπλισμού πληροφορικής
212	ΜΟΥΜΟΥΡΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
213	ΜΠΑΓΛΑΝΗΣ ΕΙΡΗΝΑΙΟΣ ΤΟΥ ΣΤΕΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
214	ΜΠΑΛΤΖΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΤΟΥ ΜΙΧΑΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
215	ΜΠΕΡΝΑΡ ΛΕΚΟΝΤ ΚΑΙ ΣΙΑ Ο.Ε.	ΟΕ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
216	ΜΠΕΣΗΣ ΘΕΟΔΟΣΙΟΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
217	ΜΠΙΜΠΑΚΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
218	ΜΠΡΑΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΤΟΥ ΧΡΟΝΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
219	ΜΩΡΑΙΤΗΣ ΕΥΘΥΜΙΟΣ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
220	Ν. ΗΛΙΑΚΗΣ - Δ. ΝΤΕΛΑΚΗΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Δικτυακές πύλες (web portals)
221	Ν.Ι. ΚΩΣΤΑΚΗΣ - Γ.Σ. ΜΑΣΤΟΡΑΚΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Άλλες επαγγελματικές υπηρεσίες σχετικές με υπολογιστές
222	ΝΑΝΟΧΡΟΝΗ ΛΟΓΙΚΗ ΣΧΕΔΙΑΣΗΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΛΟΓΙΣΜΙΚΩΝ ΕΡΓΑΛΕΙΩΝ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Υπηρεσίες σχεδιασμού, υποστήριξης και ολοκλήρωσης συστήματος λογισμικού
223	ΝΕΖΗΣ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
224	ΝΕΡΑΝΤΖΟΥΛΗΣ ΑΝΔΡΟΚΛΗΣ ΤΟΥ ΑΝΤΩΝΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
225	ΝΕΤ ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ - ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΗ - ΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΗ	ΑΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου

	ΕΤΑΙΡΕΙΑ		
226	NORMAN NTEIBINT ΚΑΙ ΣΙΑ ΟΕ	ΟΕ	Υπηρεσίες σχεδιασμού, υποστήριξης και ολοκλήρωσης συστήματος λογισμικού
227	ΝΤΑΤΑ ΚΡΕΤΑ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΑΕ	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
228	ΝΥΚΤΑΡΗΣ Ν. - ΣΜΥΡΝΑΚΗΣ Κ. ΟΕ	ΟΕ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
229	ΞΕΝΙΚΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΤΟΥ ΣΤΥΛΙΑΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Υπηρεσίες χρηματοδοτικής μίσθωσης ή ενοικίασης χρόνου απασχόλησης μηχανής σε σύστημα επεξεργασίας δεδομένων σε τρίτους
230	ΞΕΝΟΚΤΙΣΤΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ ΤΟΥ ΜΥΡΩΝΑ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
231	ΞΥΛΟΥΡΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΟΥ ΕΥΡΙΠΠΙΔΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Επεξεργασία δεδομένων με τη χρήση είτε του προγράμματος του πελάτη είτε ιδιόκτητου προγράμματος, όπως:
232	ΟΙΚΟΝΟΜΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ & ΑΝΑΣΤΑΣΑΚΗΣ - ΡΑΙΝΑΚΗΣ ΣΤΥΛΙΑΝΟΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
233	ΟΙΚΟΝΟΜΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
234	ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΕΣ ΛΥΣΕΙΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΩΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
235	ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
236	Π.ΓΑΛΕΡΑΚΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΑΙ Ο.Ε.	ΟΕ	Επεξεργασία δεδομένων
237	Π.ΓΑΛΕΡΑΚΗΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΑΙ Ο.Ε.	ΟΕ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων

			έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
298	Π.ΣΑΚΚΑΔΑΚΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.	ΕΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
239	ΠΑΓΚΡΗΤΙΑ ΣΥΝΕΤΑΙΡΙΣΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ ΣΥΝ.Π.Ε.	ΣΠΕ	Υπηρεσίες χρηματοδοτικής μίσθωσης ή ενοικίασης χρόνου απασχόλησης μηχανής σε σύστημα επεξεργασίας δεδομένων σε τρίτους
240	ΠΑΜΦΙΛΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΤΟΥ ΠΑΡΙΣ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παροχή συμβουλών για τον υλικό εξοπλισμό πληροφορικής Περιλαμβάνεται: Η παροχή συμβουλών σχετικά με τον τύπο και τη διάταξη του υλικού εξοπλισμού πληροφορικής και του σχετικού λογισμικού εφαρμογών, όπως ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών κα
241	ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
242	ΠΑΝΤΕΡΜΑΡΑΚΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ ΤΟΥ ΑΛΑΜΑΝΤΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
243	ΠΑΠΑΔΑΚΗ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ ΤΟΥ ΗΛΙΑ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
244	ΠΑΠΑΔΑΚΗΣ - ΧΝΑΡΑΚΗΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
245	ΠΑΠΑΔΑΚΗΣ - ΧΝΑΡΑΚΗΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Παροχή συμβουλών για τον υλικό εξοπλισμό πληροφορικής Περιλαμβάνεται: Η παροχή συμβουλών σχετικά με τον τύπο και τη διάταξη του υλικού εξοπλισμού πληροφορικής και του σχετικού λογισμικού εφαρμογών, όπως ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών κα
246	ΠΑΠΑΔΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΟΥ ΙΩΑΝΝΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
247	ΠΑΠΑΔΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΥΑΤ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
248	ΠΑΠΑΔΑΚΗΣ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΦΑΝΟΥΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών

249	ΠΑΠΑΔΟΓΙΑΝΝΑΚΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΤΟΥ ΠΕΤΡΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
250	ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΣ - ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΤΟΥ ΠΕΤΡΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
251	ΠΑΠΑΙΩΑΝΝΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΟΥ ΘΕΟΧΑΡΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
252	ΠΑΠΑΜΑΤΘΑΙΑΚΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΤΟΥ ΙΩΑΝΝΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
253	ΠΑΠΑΝΙΚΟΛΑΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε	ΕΕ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
254	ΠΑΠΑΧΡΙΣΤΟΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΤΕΧΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΑΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
255	ΠΑΠΟΥΤΣΑΚΗΣ ΠΕΤΡΟΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
256	ΠΑΠΟΥΤΣΙΔΑΚΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
257	ΠΑΠΥΡΑΚΗΣ ΜΙΧΑΗΛΣ & ΣΙΑ Ο.Ε.	ΟΕ	Δραστηριότητες σχετικές με τράπεζες δεδομένων
258	ΠΑΡΑΣΚΕΥΑΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
259	ΠΑΡΧΑΡΙΔΗΣ ΑΝΕΣΤΗΣ ΤΟΥ ΣΑΒΒΑ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Αποθήκευση δεδομένων: προετοιμασία ενός αρχείου Η/Υ για παρόμοιες πληροφορίες σε προκαθορισμένο σχήμα
260	ΠΑΡΧΑΡΙΔΗΣ ΑΝΕΣΤΗΣ ΤΟΥ ΣΑΒΒΑ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παροχή συμβουλών για τον υλικό εξοπλισμό πληροφορικής Περιλαμβάνεται: Η παροχή συμβουλών σχετικά με τον τύπο και τη διάταξη του υλικού εξοπλισμού πληροφορικής και του σχετικού λογισμικού εφαρμογών, όπως ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών κα
261	ΠΑΣΠΑΛΑΚΗΣ Ν. & ΣΙΑ ΟΕ	ΟΕ	Υπηρεσίες δημιουργίας ιστοσελίδων στο διαδίκτυο

262	ΠΑΤΣΑΚΗΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΤΟΥ ΙΩΑΝΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Εργασίες Ψηφιοποίησης
263	ΠΕΤΡΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ ΤΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο φορητών ψηφιακών αυτομάτων συσκευών επεξεργασίας δεδομένων
264	ΠΕΤΡΟΣ ΨΑΛΙΔΑΚΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.	ΕΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
265	ΠΛΑΤΑΚΗΣ Ε. ΖΩΓΡΑΦΙΝΗΣ Ι. & ΣΙΑ ΟΕ	ΟΕ	Υπηρεσίες ηλεκτρονικών μηνυμάτων και πληροφοριών
266	ΠΟΘΟΥ ΓΕΩΡΓΙΑ ΣΥΖ. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
267	ΠΟΜΠΟΔΑΚΗΣ - ΜΕΛΕΤΑΚΗΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Εργασίες Ψηφιοποίησης
268	ΠΟΤΗΡΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
269	ΠΟΤΗΡΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
270	ΠΟΥΛΙΝΑΚΗΣ ΤΡΥΦΩΝ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Επεξεργασία δεδομένων με τη χρήση είτε του προγράμματος του πελάτη είτε ιδιόκτητου προγράμματος, όπως:
271	ΠΥΡΓΙΑΝΝΑΚΗΣ ΙΕΡΩΝΥΜΟΣ ΤΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
272	ΡΑΣΟΥΛΗ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ ΤΟΥ ΦΙΛΙΠΠΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
273	ΡΙΝΑΚΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
274	ΡΟΥΚΟΥΝΑΚΗΣ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
275	Σ.ΚΑΟΥΚΑΚΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ο.Ε	ΟΕ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
276	ΣΑΒΑΘΡΑΚΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Δραστηριότητες σχετικές με τράπεζες δεδομένων
277	ΣΑΒΒΑΚΗΣ ΑΛΚΙΒΙΑΔΗΣ ΤΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
278	ΣΑΛΟΥΣΤΡΟΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ	ΑΕ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
279	ΣΑΝΤΡΟΥΖΗΣ ΑΝΔΡΕΑΣ ΤΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και

	ΓΕΩΡΓΙΟΥ		λογισμικού εφαρμογών
280	ΣΑΡΙΔΑΚΗΣ ΘΕΟΔΟΣΙΟΣ ΤΟΥ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο λογισμικού εφαρμογών
281	ΣΑΡΧΙΑΝΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ ΤΟΥ ΑΝΤΩΝΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
282	ΣΓΟΥΡΑΚΗΣ ΜΗΝΑΣ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
283	ΣΕΒΑΣΤΗ ΚΟΡΑΟΥ ΚΑΙ ΣΙΑ ΕΕ	ΕΕ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
284	ΣΕΓΡΕΔΑΚΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Δραστηριότητες σχετικές με τράπεζες δεδομένων
285	ΣΗΜΑΝΤΗΡΑΚΗΣ ΓΑΛΑΤΙΟΣ ΤΟΥ ΧΡΗΣΤΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
286	ΣΜΑΡΑΓΔΑΚΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΤΟΥ ΙΩΑΝΝΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
287	ΣΜΑΡΙΑΝΑΚΗΣ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
288	ΣΟΥΛΑΤΑΤΟΣ - ΤΖΩΡΤΖΟΓΛΟΥ ΕΕ	ΕΕ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
289	ΣΟΥΡΑΝΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Επεξεργασία δεδομένων
290	ΣΟΥΡΑΝΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
291	ΣΠΥΡΙΔΑΚΗ ΑΛΕΞΑΝΔΡΑ ΤΟΥ ΙΩΑΝΝΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Δραστηριότητες σχετικές με τράπεζες δεδομένων
292	ΣΠΥΡΙΔΑΚΗ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Υπηρεσίες ηλεκτρονικών μηνυμάτων και πληροφοριών
293	ΣΤΑΥΡΑΚΑΚΗΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΤΟΥ ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Επεξεργασία δεδομένων με τη χρήση είτε του προγράμματος του πελάτη είτε ιδιόκτητου προγράμματος, όπως:
294	ΣΤΕΡΓΙΑΔΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΤΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής

295	ΣΤΕΦΑΝΑΚΗ ΕΛΕΝΗ & ΣΙΑ ΟΕ	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
296	ΣΤΕΦΑΝΑΚΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΣ - ΚΙΑΜΟΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΟΕ	ΟΕ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
297	ΣΤΕΦΑΝΑΚΗΣ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
298	ΣΤΕΦΑΝΑΚΗΣ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
299	ΣΤΟΥΡΑΙΤΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
300	ΣΤΡΑΤΑΝΤΩΝΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΤΟΥ ΣΤΥΛΙΑΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
301	ΣΥΛΛΙΓΑΡΔΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
302	ΣΥΛΛΙΓΑΡΔΟΣ Ι. ΚΑΙ ΣΙΑ ΟΕ	ΟΕ	Υπηρεσίες σχεδιασμού, υποστήριξης και ολοκλήρωσης συστήματος λογισμικού
303	ΣΥΜΙΑΝΑΚΗΣ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
304	ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΝΟΤΟΥ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
305	ΣΦΑΚΙΑΝΑΚΗΣ ΑΝΤΩΝΙΟΣ ΤΟΥ ΜΙΧΑΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Υπηρεσίες εισαγωγής δεδομένων
306	ΣΦΑΚΙΑΝΑΚΗΣ ΘΕΟΔΩΡΟΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Υπηρεσίες σχεδιασμού, υποστήριξης και ολοκλήρωσης συστήματος λογισμικού
307	ΣΦΥΡΑΚΗΣ ΑΡΙΣΤΕΙΔΗΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Δραστηριότητες σχετικές με τράπεζες δεδομένων
308	ΣΧΟΛΙΝΑΚΗ ΦΙΛΙΑ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
309	ΤΕΡΙΖΑΚΗ ANNA ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
310	ΤΖΑΝΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΤΟΥ ΦΩΤΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και

			εξοπλισμού πληροφορικής
311	ΤΖΕΡΜΠΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ-ΤΕΧΝΙΚΗ-ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΗ ΚΑΙ ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ	ΑΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
312	ΤΟΜΕΑΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΕΝΗΣ ΕΥΘΥΝΗΣ	ΕΠΕ	Λιανικό εμπόριο λογισμικού εφαρμογών
313	ΤΟΡΑΚΗΣ ΣΠΥΡΙΔΩΝ ΚΑΙ ΣΙΑ ΟΕ	ΟΕ	Δραστηριότητες σχετικές με τράπεζες δεδομένων
314	ΤΣΑΓΚΑΡΑΚΗΣ Ε.-ΜΠΑΜΠΟΥΚΑΣ Ε.- ΤΕΧΝΙΚΟΣ ΟΙΚΟΣ ΛΟΓΙΣΜΙΚΟΥ Ε.Ε.	ΕΕ	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
315	ΤΣΑΜΠΟΥΡΑΚΗΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΤΟΥ ΜΑΡΙΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
316	ΤΣΑΠΑΡΙΔΗΣ ΠΡΟΔΡΟΜΟΣ ΤΟΥ ΓΡΗΓΟΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
317	ΤΣΙΑΝΤΑΣ ΗΛΙΑΣ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Υπηρεσίες σχεδιασμού, υποστήριξης και ολοκλήρωσης συστήματος λογισμικού
318	ΤΣΙΒΕΡΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ ΤΟΥ ΑΝΤΩΝΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
319	ΤΣΙΜΠΟΓΙΑΝΝΗΣ ΑΝΑΣΤΑΣΙΟΣ ΤΟΥ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΥΣ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παραγωγή προγραμμάτων Η/Υ, που παράγονται ή ολοκληρώνονται κατόπιν παραγγελίας
320	ΤΣΙΧΛΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
321	ΤΣΟΜΠΑΝΑΚΗΣ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΙΩΑΝΝΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Διαχείριση και λειτουργία εγκαταστάσεων επεξεργασίας δεδομένων που ανήκουν σε τρίτους, σε συνεχή βάση
322	ΤΣΟΜΠΑΝΟΠΟΥΛΟΣ ΣΤΕΦΑΝΟΣ ΤΟΥ ΠΑΝΑΓΙΩΤΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Υπηρεσίες συντήρησης συστημάτων
323	ΦΑΖΑΚΗΣ ΙΩΑΝΝΗΣ ΤΟΥ ΜΙΧΑΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο φορητών ψηφιακών αυτομάτων συσκευών επεξεργασίας δεδομένων
324	ΦΑΝΟΥΡΓΑΚΗ ΔΕΣΠΟΙΝΑ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
325	ΦΙΛΙΠΠΑΚΗΣ ΑΓΓΕΛΟΣ ΤΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική

326	ΦΛΩΡΕΝΤΙΑ ΜΙΑΤΙΑΛΟΥ & ΣΙΑ Ε.Ε.	ΕΕ	Ανάπτυξη βάσεων δεδομένων: συγκέντρωση δεδομένων από μία ή περισσότερες πηγές
327	ΦΟΥΚΑΚΗΣ Ε. - ΒΑΣΙΛΟΠΟΥΛΟΣ Γ. Ο.Ε.	ΟΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
328	ΦΟΥΚΑΡΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΟΥ ΗΡΑΚΛΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Υπηρεσίες σχεδιασμού, υποστήριξης και ολοκλήρωσης συστήματος λογισμικού
329	ΦΡΑΓΚΙΑΔΑΚΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΤΟΥ ΑΠΟΛΛΟΔΩΡΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
330	ΦΡΑΓΚΟΥΛΗΣ ΜΑΟΥΝΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ο.Ε.	ΟΕ	Παραγωγή προγραμμάτων Η/Υ, που παράγονται ή ολοκληρώνονται κατόπιν παραγγελίας
331	ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΑ ΤΡΑΧΑΝΑΤΖΗ ΕΠΕ	ΕΠΕ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
332	ΧΑΣΟΥΡΑΚΗΣ ΠΟΛΥΔΩΡΟΣ ΤΟΥ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
333	ΧΑΤΖΑΚΗΣ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παραγωγή προγραμμάτων Η/Υ, που παράγονται ή ολοκληρώνονται κατόπιν παραγγελίας
334	ΧΑΤΖΑΚΗΣ ΖΑΧΑΡΙΑΣ ΤΟΥ ΖΑΧΑΡΙΑ		
335	ΧΑΤΖΗΓΕΩΡΓΙΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΣ ΤΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
336	ΧΑΤΖΗΔΑΚΗ ΣΤΑΜΑΤΙΝΑ ΤΟΥ ΜΙΧΑΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Πληροφορική και συναφείς δραστηριότητες
337	ΧΑΤΖΗΔΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες επαγγελματικές υπηρεσίες σχετικές με υπολογιστές
338	ΧΑΤΖΗΔΑΚΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΤΟΥ ΜΙΧΑΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και περιφερειακών
339	ΧΑΤΖΗΩΑΝΝΟΥ ΒΑΣΙΛΕΙΟΣ ΤΟΥ ΚΟΣΜΑ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Ανάπτυξη βάσεων δεδομένων: συγκέντρωση δεδομένων από μία ή περισσότερες πηγές
340	ΧΑΤΖΗΠΕΤΡΗΣ ΚΥΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Συντήρηση και επισκευή μηχανών γραφείου, λογιστικών μηχανών και εξοπλισμού πληροφορικής
341	ΧΑΧΛΑΚΗΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΤΟΥ ΝΙΚΟΛΑΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο φορητών ψηφιακών αυτομάτων συσκευών επεξεργασίας δεδομένων
342	ΧΟΡΕΥΤΑΚΗΣ ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΤΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και

	ΓΕΩΡΓΙΟΥ		λογισμικού εφαρμογών
343	ΧΟΧΛΙΑΔΑΚΗΣ ΧΡΗΣΤΟΣ ΤΟΥ ΣΠΥΡΙΔΩΝΑ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Παροχή συμβουλών σε θέματα λογισμικού και προμήθεια λογισμικού Περιλαμβάνονται: Οι δραστηριότητες που συνδέονται με την ανάλυση, τη σχεδίαση και τον προγραμματισμό συστημάτων έτοιμων προς χρήση, όπως: - Ανάλυση των αναγκών και προβλημάτων των χρηστών, π
344	ΧΡ. ΧΑΤΖΟΠΟΥΛΟΥ - ΑΘ.ΖΩΓΡΑΦΟΣ Ο.Ε.	ΟΕ	Παραγωγή προγραμμάτων Η/Υ, που παράγονται ή ολοκληρώνονται κατόπιν παραγγελίας
345	ΧΡΗΣΤΟΣ ΧΑΨΙΑΔΗΣ ΚΑΙ ΣΙΑ Ε.Ε.	ΕΕ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ και λοιπών συσκευών και μηχανών γραφείου
346	ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΑΚΗΣ ΣΤΑΥΡΟΣ ΤΟΥ ΗΡΑΚΛΗ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Επεξεργασία δεδομένων
347	ΧΡΙΣΤΟΔΟΥΛΙΔΟΥ ΑΝΑΣΤΑΣΙΑ ΤΟΥ ΧΡΗΣΤΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Υπηρεσίες ιστοφιλοξενίας (web hosting)
348	ΧΡΟΝΑΚΗΣ ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΤΟΥ ΓΕΩΡΓΙΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Υπηρεσίες χρηματοδοτικής μίσθωσης ή ενοικίασης χρόνου απασχόλησης μηχανής σε σύστημα επεξεργασίας δεδομένων σε τρίτους
349	ΧΩΡΙΑΝΟΠΟΥΛΟΥ ΕΥΑΓΓΕΛΙΑ ΤΟΥ ΧΡΗΣΤΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Άλλες δραστηριότητες συναφείς με την πληροφορική
350	ΨΑΡΡΟΣ ΜΙΧΑΗΛ ΤΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Λιανικό εμπόριο Η/Υ , περιφερειακών και λογισμικού εφαρμογών
351	ΨΙΣΤΑΚΗ ΔΕΣΠΟΙΝΑ ΤΟΥ ΕΜΜΑΝΟΥΗΛ	ΑΤΟΜΙΚΗ	Υπηρεσίες εισαγωγής δεδομένων