

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ



ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

**ΘΕΜΑ: Εννοιολογικές προσεγγίσεις στην
Επιχειρηματικότητα και την Οικονομική Ανάπτυξη.**



**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ : ΞΗΡΟΥΧΑΚΗΣ ΦΡΑΓΚΙΣΚΟΣ
ΟΙΚΟΝΟΜΟΛΟΓΟΣ ΒΑ, ΜΒΑ ΕΡΓΑΣΤΗΡΙΑΚΟΣ
ΣΥΝΕΡΓΑΤΗΣ ΣΔΟ-ΣΤΕΦ ΑΤΕΙ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ
ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ : ΚΟΥΡΚΟΥΒΗ ΧΡΥΣΩ Α.Μ.3545**

ΗΡΑΚΛΕΙΟ, ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2012

Copyright © Κουρκουβή Χρύσω, 2012

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΤΕΙ Κρήτης δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του Τμήματος

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Σε αυτό τα σημείο θα ήθελα να ευχαριστήσω τον καθηγητή μου Φραγκίσκο Ξηρουχάκη που με την πολύτιμη βοήθειά του πάντα όποτε την χρειαζόμουν κατάφερα και εκπόνησα την πτυχιακή μου εργασία με θέμα: Εννοιολογικές προσεγγίσεις στην επιχειρηματικότητα και την οικονομική ανάπτυξη. Επίσης να ευχαριστήσω την οικογένεια μου για την υποστήριξη που μου παρείχαν.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Ευχαριστίες.....	3
Εισαγωγή.....	6

ΜΕΡΟΣ Α

ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

Κεφάλαιο 1:Ορισμοί και έννοιες βασικών οικονομικών μεγεθών.....	9
1.1 Η έννοιας της επιχείρησης.....	9
1.2 Η έννοιας της επιχειρηματικότητας.....	11
1.3 Η θεωρία της οικονομικής ανάπτυξης.....	13
1.4 Βασικοί οργανισμοί που χρησιμοποιούνται για την έρευνα.....	14
Κεφάλαιο 2:Αναλυτικοί ορισμοί της επιχειρηματικότητας και της οικονομικής ανάπτυξης.....	16
2.1 Γενικές θεωρίες της επιχειρηματικότητας.....	17
2.1.1 Θεωρίες της επιχειρηματικότητας από μεγάλους οικονομολόγους.....	21
2.2 Η επιχειρηματικότητα και το μέγεθος των επιχειρήσεων.....	21
2.2.1 Οι επιχειρηματικότητας στις ΜΜΕ και στις ΜΕ.....	22
2.2.2 Η ανταγωνιστικότητα της επιχείρησης.....	22
2.3 Οικονομική ανάπτυξη και λειτουργίες της επιχειρηματικότητας.....	23
2.3.1 Επιχειρηματικότητα και οικονομική ανάπτυξη.....	23
2.3.2 Επιχειρηματικές δραστηριότητες.....	25
2.3.3 Επιχειρηματική ευκαιρία.....	26
2.3.4 Επιχειρηματικός σχεδιασμός.....	27
2.4 Πηγές χρηματοδότησης και οικονομικά αποτελέσματα επιχειρηματικότητας.....	28
2.4.1 Πηγές χρηματοδότησης.....	29
2.4.2 Οικονομικά αποτελέσματα επιχειρηματικότητας.....	30
Κεφάλαιο 3:Καινοτομία επιχειρηματικότητας και οικονομική ανάπτυξη.....	32
3.1 Καινοτομία και οικονομική ανάπτυξη.....	32
3.1.1 Η έννοια της καινοτομίας.....	32
3.1.2 Καινοτομία ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης.....	36
3.2 Η καινοτομία με την <<ματιά>> του ΟΟΣΑ.....	37
3.3 Τύποι καινοτομίας και ανταγωνιστικές στρατηγικές.....	41
3.3.1 Τύποι καινοτομίας.....	41
3.3.2 Ανταγωνιστικές στρατηγικές.....	42
3.4 Διαδικασία της καινοτομίας και η αναγκαιότητα της.....	43
3.5 Ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών.....	46
3.5.1 Διαδικασία ανάπτυξης νέων προϊόντων.....	46
3.5.2 Καινοτομία και τεχνολογική στρατηγική.....	47
3.5.3 Καινοτομία και σχεδιασμός νέων προϊόντων.....	48
3.5.4 Εμπορικά σήματα και πατέντες.....	49
3.6 Η συμπερασματική σχέση της οικονομικής ανάπτυξης και της καινοτομίας.....	50
Κεφάλαιο 4:Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση.....	52
4.1 Η Ελλάδα και η Ευρώπη: Νομοθετικά πλαίσια για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας.....	52
4.1.1 Η Στρατηγική της Λισσαβόνας.....	53
4.1.2 Πράσινη Βίβλο για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη.....	54
4.1.3 Πράσινη Βίβλος για την καινοτομία.....	56
4.1.4 Έκθεση IOBE: επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.....	57

4.1.5 Εθνικό Πρόγραμμα Μεταρρυθμίσεων για την Ανάπτυξη και την Απασχόληση.....	58
4.2 Η οικονομική ανάπτυξη της Ε.Ε.....	62
Κεφάλαιο 5: Η σημερινή κατάσταση της Ελλάδας για την επιχειρηματικότητα.....	64
5.1 Γενικά η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα.....	65
5.2 Καινοτομία επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.....	69
5.2.1 Δείκτες καινοτομίας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.....	69
5.2.2 Καλές πρακτικές καινοτομίας.....	73
5.3 Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2011.....	75
5.4 Επιχειρηματικότητα των ΜΜΕ στην Ελλάδα.....	78

ΜΕΡΟΣ Β

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ

Κεφάλαιο 6: Η επιχειρηματικότητα στην εποχή της κρίσης και η διαχείριση της.....	82
6.1 Γενικότερα η οικονομική κρίση.....	82
6.2 Επιχειρηματικότητα και οικονομική κρίση.....	85
6.2.1 Η κρίση στην ανάπτυξη και ίδρυση επιχειρήσεων.....	85
6.2.2 Οι συνθήκες ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας της κρίσης.....	88
6.2.3 Η καινοτομία στην κρίση.....	90
6.3 Διαχείριση της οικονομικής κρίσης.....	93
Κεφάλαιο 7: Συμβουλές-Συμπεράσματα.....	96
7.1 Αντιμετώπιση των προβλημάτων της επιχειρηματικότητας για ένα καλύτερο μέλλον.....	96
7.1.1 Τι πρέπει να γίνει στην Ελλάδα.....	96
7.2 Γενικά συμπεράσματα.....	103
Βιβλιογραφία.....	106
Παράρτημα.....	110

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η οικονομία στηρίζεται πάνω σε οικονομικούς οργανισμούς που μέσω αυτών γίνεται ανταλλαγή προϊόντων και υπηρεσιών. Οι επιχειρήσεις είναι οικονομικοί οργανισμοί που έχουν απώτερο στόχο το κέρδος. Μέσω των επιχειρήσεων το άτομο προσπαθεί να αναπτυχθεί από πολλές πλευρές. Έτσι για να αναπτυχθεί θα πρέπει να κάνει μια διαδικασία που ίσως είναι καινοτόμα με αποτέλεσμα την ανάπτυξη της ήδη υπάρχουσας επιχείρησης ή μια νέας επιχείρησης αυτό είναι η επιχειρηματικότητα.

Επομένως επιχειρηματικότητα είναι οι διαδικασίες που συνήθως προβαίνουν τα άτομα που έχουν μια γενική ιδέα και θέλουν να εφαρμόσουν κάποιες τεχνικές ώστε να υλοποιηθεί η ιδέα σε προϊόν ή υπηρεσία με αποτέλεσμα την ανάπτυξη της επιχείρησης και την αύξηση του κέρδους. Στην πτυχιακή εργασία αυτό που αναφέρεται είναι οι αναλυτικοί ορισμοί της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας, σε τι κατάσταση βρίσκεται η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα και στην Ευρωπαϊκή Ένωση και τέλος πως μπορούν να αντιμετωπιστούν τα προβλήματα της επιχειρηματικότητας στην κρίση. Η μέθοδος που ακολουθείται στην εργασία είναι η συλλογή δευτεροβάθμιων στοιχείων δηλαδή η ανάλυση στοιχείων από έρευνες που έχουν γίνει και απλά αναφέρονται διάφορες έρευνες που έχουν κάνει παγκόσμιοι και πανελλήνιοι οργανισμοί για την επιχειρηματικότητα. Η εργασία χωρίζεται σε δύο μέρη το πρώτο κάνει την θεωρητική ανασκόπηση ενώ το δεύτερο μέρος δίνει τις προτεινόμενες πολιτικές.

Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύονται κάποιοι βασικοί ορισμοί που θα χρησιμοποιηθούν μέσα στην εργασία. Αυτό γίνεται για την καλύτερη κατανόηση των οικονομικών μεγεθών που αναφέρονται. Επίσης αναλύονται και οι βασικοί οργανισμοί που μελετούν την επιχειρηματικότητα για να κατανοηθεί ο σκοπός τις ιδρύσεις τους και η δράση τους.

Στο δεύτερο κεφάλαιο διατυπώνονται αρχικά η έννοια της επιχειρηματικότητας από οικονομολόγους της παλαιάς και νέας εποχής. Καθώς επίσης το μέγεθος της επιχείρησης, η ανταγωνιστικότητα και η οικονομική ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Και ότι έχει σχέση με τις λειτουργίες και το σχεδιασμό μιας επιχειρηματικής διαδικασίας.

Στο τρίτο κεφάλαιο μεγαλύτερης διάστασης ανάλυση στην καινοτόμο επιχειρηματικότητα που αυτό περιλαμβάνει πολλές επιμέρους υπολειτουργίες όπως η ανάπτυξη και η σχεδίαση νέων προϊόντων, οι τύποι καινοτομίας που υπάρχουν και οι στρατηγικές που ακολουθούνται. Επίσης αυτό το κεφάλαιο είναι από τα πιο σημαντικά γιατί η καινοτομία είναι η πιο κύρια πηγή της ίδρυσης και της ανάπτυξης μιας επιχείρησης με βλέμμα πάντα στην επιτυχία ή την αποτυχία του καινοτόμου προϊόντος ή υπηρεσίας.

Στο τέταρτο κεφάλαιο συγκρίνεται η κατάσταση της Ελλάδας με την Ευρωπαϊκή Ένωση. Η σύγκριση γίνεται ανάμεσα σε νομοθετικό πλαίσιο. Δηλαδή πως ενισχύεται η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα από το κράτος αλλά και τι ρόλο έχει παίξει η Ε.Ε. για κάθε χώρα και πιο συγκεκριμένα για την ενίσχυση και τις χρηματοδοτήσεις που έχει προσφέρει στην Ελλάδα με σκοπό της ενίσχυση των επιχειρήσεων σε καινοτόμες διαδικασίες. Επίσης αναφέρεται και η οικονομική ανάπτυξη της Ε.Ε. και κάποιες καλές πρακτικές επιχειρήσεων που έχουν βοηθηθεί από τα προγράμματα ενίσχυσης που αναφέρονται.

Στο πέμπτο κεφάλαιο αναλύεται η σημερινή κατάσταση της Ελλάδας με βάση τη επιχειρηματικότητα. αυτό γίνεται μέσω πολλών ερευνών και μελετών της Ε.Ε. και της Ελλάδας για τους δείκτες καινοτομίας και επιχειρηματικότητας. Επίσης φαίνονται

ξεκάθαρα στοιχεία που αποδεικνύουν ότι η Ελλάδα δεν βρίσκεται σε πολλή καλή θέση βάση των Ευρωπαϊκών χωρών.

Στο έκτο κεφάλαιο που αποτελεί το μέρος δεύτερο της εργασίας αναφέρεται η οικονομική κρίση και πως επηρεάζει την επιχειρηματικότητα και την οικονομική ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Ειδικότερα αναλύονται με ποσοστά η καινοτομία της επιχειρηματικότητας και η ίδρυση και η ανάπτυξη επιχειρήσεων μέσα στην κρίση και τι συνθήκες επικρατούν.

Στο έβδομο κεφάλαιο αναφέρονται η αντιμετώπιση των προβλημάτων της επιχειρηματικότητας. Δηλαδή κάποιες προβλέψεις με μελλοντικά σχέδια που μπορούν να κάνουν για να αναπτυχθεί η επιχειρηματικότητα. Επίσης αναφέρονται σε τομείς που πρέπει να ενισχυθούν ώστε μέσα από αυτά ενισχύεται και η επιχειρηματικότητα. Τέλος αναφέρονται τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την συγκεκριμένη εργασία.

ΜΕΡΟΣ Α

ΘΕΩΡΗΤΙΚΗ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: ΟΡΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΕΝΝΟΙΕΣ ΒΑΣΙΚΩΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΜΕΓΕΘΩΝ

1.1 Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ο ορισμός που θα πρέπει να αναλυθεί είναι η επιχείρηση. Πιο συγκεκριμένα είναι ένας από τους πιο βασικούς οικονομικούς όρους αφού οι περισσότερες δραστηριότητες γίνονται με βάση την επιχείρηση που υπάρχει. Επομένως θα αναφερθούν οι ορισμοί και οι λειτουργίες των κάθε είδους επιχείρησης ξεχωριστά.

Υπάρχουν πολλοί ορισμοί της επιχείρησης άλλοι είναι πιο σύντομοι και άλλοι πιο αναλυτικοί γι αυτό θα αναφερθεί ένα για κάθε είδος.

Όπως αναφέρουν οι Τζωρτζάκης Κ και Τζωρτζάκη Α (2002) στο βιβλίο <<Οργάνωση και Διοίκηση>>, <<Επιχείρηση είναι μία οργανωμένη προσπάθεια ανθρώπων που αποσκοπεί, με την ικανοποίηση των αναγκών των πελατών της, να μεγιστοποιήσει τα κέρδη της κατά επαναλαμβανόμενο τρόπο.>>. (σελ32)

Ένας άλλος πιο αναλυτικός ορισμός, όπως επισημαίνουν οι Πολυχρονόπουλος Γ, Κορρές Γ και Ρόντος Κ (2005) στο βιβλίο <<Βασικές αρχές Οικονομίας και Διοίκησης>>, <<Επιχείρηση είναι ένας ανεξάρτητος οικονομικός οργανισμός που έχει στη διάθεσή του κινητή και ακίνητη περιουσία με αντικειμενικό σκοπό συνήθως την μεγιστοποίηση του κέρδους. Επομένως, επιχείρηση είναι μία αυτοτελής οικονομική μονάδα, η οποία συνδυάζει τους συντελεστές παραγωγής (φύση, εργασία, κεφάλαιο) με διαφορετικούς τρόπους, έχοντας με τελικό στόχο την παραγωγή και διάθεση αγαθών και υπηρεσιών στην εγχώρια και διεθνή αγορά, διατρέχοντας μικρό ή μεγάλο κίνδυνο κατά την διεξαγωγή των εργασιών της για την επίτευξη του κέρδους.>>. (σελ 21)

Τα συστατικά μέρη της επιχείρησης είναι οι εισροές, η παραγωγική διαδικασία και οι εκροές¹. Οι εισροές αποτελούνται από το ανθρώπινο δυναμικό, τις γνώσεις, τη μεθοδολογία και το κεφάλαιο. Η παραγωγική διαδικασία προσαρμόζεται ανάλογα με το είδος της επιχείρησης. Οι εκροές σημαίνουν την μορφή των προϊόντων ή εκφράζουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες. Τα συστατικά μέρη της επιχείρησης είναι ο τρόπος διαμόρφωσης της και η επιρροή στον τρόπο λειτουργίας της, που μεταβάλλεται λόγω του περιβάλλοντος. Πιο συγκεκριμένα υπάρχει το εξωτερικό και εσωτερικό περιβάλλον, που επηρεάζει την λειτουργία μιας επιχείρησης. Οι παράγοντες που αποτελούν το εξωτερικό περιβάλλον είναι κοινωνικοί, πολιτικοί, οικονομικοί και τεχνικοί. Σε αντίθεση το εσωτερικό περιβάλλον απαρτίζεται από παράγοντες, οι οποίοι απορρέουν από το εσωτερικό της επιχείρησης και είναι φυσικοί, ανθρώπινοι, τεχνολογικοί και χρηματοδοτικοί πόροι.

Επιπλέον σε ένα γενικό επίπεδο πρέπει να αναφερθούν οι μορφές και τα είδη των επιχειρήσεων. Η διάκριση γίνεται σε κερδοσκοπικές επιχειρήσεις, που στόχος τους είναι αποκλειστικά το κέρδος και σε μη κερδοσκοπικές, που δεν επιδιώκεται το οικονομικό αποτέλεσμα

¹ Βλ. Τζωρτζάκης Κ και Τζωρτζάκη Α (2002) «Οργάνωση και Διοίκηση» , Αθήνα, Εκδόσεις Rosili σελ 34

Μια ακόμη πιο εμφανής διάκριση παρατηρείται στο αντικείμενο δραστηριότητας. Σε πρώτο πλάνο υπάρχει η επιχείρηση πρωτογενούς παραγωγής, σε αυτό το είδος ανήκουν οι επιχειρήσεις καλλιέργειας και εκμετάλλευσης εδάφους, θαλασσών, λιμνών και οτιδήποτε άλλο σχετίζεται με το έδαφος και τη φύση. Έπειτα υπάρχουν οι επιχειρήσεις δευτερογενούς παραγωγής, που επεξεργάζονται και μεταποιούν τα προϊόντα παραγωγής των πρωτογενών επιχειρήσεων. Ακόμη υπάρχουν οι επιχειρήσεις τριτογενούς παραγωγής, που έχουν ως αντικείμενο την παροχή υπηρεσιών, πιο γνωστές είναι ως εμπορικές επιχειρήσεις και παίζουν σημαντικό ρόλο στην διαμόρφωση της οικονομικής και επιχειρηματικής ζωής. Τέλος υπάρχουν οι επιχειρήσεις μικτής δραστηριότητα που είναι συνδυασμός των παραπάνω κατηγοριών

Επιπλέον υπάρχουν διακρίσεις² σε νομικές μορφές επιχειρήσεων που είναι οι ιδιωτικές, οι δημόσιες, οι δημοτικές και κοινοτικές, οι μικτές, οι ατομικές, οι εταιρικές και οι συλλογικές επιχειρήσεις. Οι εταιρικές χωρίζονται σε προσωπικές και κεφαλαιουχικές. Οι προσωπικές εταιρίες διακρίνονται σε ομόρρυθμες, σε ετερόρρυθμες, σε συμπλοιοκτησίας και σε συμμετοχικής ή αφανής εταιρεία. Οι κεφαλαιουχικές χωρίζονται σε εταιρίες περιορισμένης ευθύνης και σε ανώνυμες εταιρίες. Οι συλλογικές διακρίνονται σε συνεταιρισμούς, σε συλλόγους και σε σωματεία. Οι δημόσιες επιχειρήσεις έχουν τρεις διακρίσεις σε νομικά πρόσωπα δημόσιου δικαίου, σε νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου και σε αυτονομημένες διοικητικές υπηρεσίες. Οι δημοτικές και κοινοτικές είναι νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου και τέλος οι μικτές που είναι από φορείς του κράτους και ιδιώτες.

Τελευταία και εξίσου σημαντική είναι η διάκριση επιχειρήσεων με βάση το μέγεθος. Η διάκριση είναι σε μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις ενώ συχνά χρησιμοποιείται και η τρίτη κατηγορία των μεσαίων επιχειρήσεων. Τα κριτήρια που χρησιμοποιούνται για την διάκριση είναι ο αριθμός των απασχολούμενων, η ανεξαρτησία της επιχείρησης ο κύκλος εργασιών και το ύψος του ισολογισμού. Στην Ελλάδα δεν υπάρχουν πολλές μεγάλες επιχειρήσεις συνήθως δημιουργούνται από μεσαίες ή μικρές επιχειρήσεις.

Σύμφωνα με τα κριτήρια διακρίσεις οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις έχουν από 50 έως 250 εργαζομένους, ο ετήσιος κύκλος εργασιών είναι άνω των 40 εκ ευρώ ή ο ετήσιος ισολογισμός να μην υπερβαίνει τα 27 εκ ευρώ. Ενώ στις μικρές επιχειρήσεις έχουν λιγότερους από 50 εργαζομένους, κύκλο εργασίας 7 εκ ευρώ ή ετήσιο ισολογισμό 5 εκ ευρώ. Τέλος οι μικρές έχουν λιγότερους από 10 εργαζομένους.

Σημαντικό σημείο³ είναι τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των μεγάλων, των μικρομεσαίων και των μικρών επιχειρήσεων για να κατανοηθεί καλύτερα η λειτουργία τους.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΕΓΑΛΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

- ❖ Έχουν την δυνατότητα να χρησιμοποιούν υψηλή τεχνολογία και έτσι παράγουν τυποποιημένα προϊόντα.
- ❖ Καταμερισμός της εργασίας με αποτέλεσμα την αύξηση της παραγωγικότητας.
- ❖ Προμήθεια μεγάλων ποσοτήτων πρώτων υλών με πιο ευνοϊκούς όρους.
- ❖ Καλύτερο προσωπικό λόγω της αυξημένης ζήτησης.

² Βλ. Κυριαζόπουλος Π και Τερζίδης Κ (2000) «Διοίκηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων», Αθήνα, Εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική σελ. 17,25

³ Βλ. Τζωρτζάκης Κ και Τζωρτζάκη Α (2002) «Οργάνωση και διοίκηση», Αθήνα, Εκδόσεις Rosili σελ. 60

- ❖ Διαθέτουν τα μέσα να ερευνηθούν την αγορά ώστε να πάρουν σωστές επιχειρηματικές αποφάσεις.
- ❖ Έχουν μεγάλη πιστοληπτική ικανότητα και μπορούν να πάρουν δάνεια με ευνοϊκότερους όρους.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΕΓΑΛΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

- ❖ Δεν προσαρμόζονται εύκολα στις αλλαγές του περιβάλλοντος λόγω δυσκολίας λήψης απόφασης.
- ❖ Δεν υπάρχει επικοινωνία μεταξύ επιχειρηματία και πελάτη.
- ❖ Υπάρχουν δυσκολίες στην ίδρυση, λειτουργία και διάλυση της επιχείρησης.
- ❖ Έχουν μεγάλα έξοδα και επηρεάζει την βιωσιμότητα της επιχείρησης.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

- ❖ Ευελιξία και ταχύτητα στην λήψη αποφάσεων.
- ❖ Καλύτερη και ευκολότερη ροή πληροφοριών.
- ❖ Έλλειψη γραφειοκρατίας.
- ❖ Συντονισμός προσπαθειών.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

- ❖ Μεγάλος επιχειρηματικός κίνδυνος.
- ❖ Περιορισμένοι οικονομικοί πόροι.
- ❖ Δεν υπάρχουν πολλοί εργαζόμενοι με αποτέλεσμα να μην υπάρχουν εξειδικευμένα στελέχη.

ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΙΚΡΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

- ❖ Προσαρμόζονται πιο εύκολα στις αλλαγές του περιβάλλοντος.
- ❖ Υπάρχει επικοινωνία ανάμεσα στον επιχειρηματία και στον πελάτη λόγω του ότι ο επιχειρηματίας έχει μικρότερο φόρτο εργασίας.
- ❖ Δεν υπάρχουν δυσκολίες για την ίδρυση της.

ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜΙΚΡΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

- ❖ Δεν υπάρχει υψηλή τεχνολογία.
- ❖ Προμηθεύοντα μικρές ποσότητες πρώτων υλών.
- ❖ Υπάρχει χαμηλή παραγωγικότητα γιατί δεν έχουν καταμερισμό εργασίας.
- ❖ Δεν υπάρχουν μεγάλα κεφάλαια με αποτέλεσμα να μην μπορούν να δανειστούν.

1.2 ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Στην σημερινή εποχή έχουν αναπτυχθεί πολλοί κλάδοι της οικονομική επιστήμης επομένως και η επιχειρηματικότητα έχει αναπτυχθεί τόσο πολύ που έχουν διατυπωθεί πολλές έννοιες και ορισμοί. Σ' αυτό το μέρος θα αναλυθούν σε μικρή έκταση η έννοια της επιχειρηματικότητας γιατί θα γίνει πιο αναλυτική έρευνα στα παρακάτω κεφάλαια.

Ο όρος της επιχειρηματικότητας προέρχεται από το ρήμα << επιχειρώ>> που σημαίνει ενεργώ με συγκεκριμένο τρόπο. Έτσι περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες των πόρων που υπάρχουν με σκοπό την διάθεση στην αγορά προϊόντων ή υπηρεσιών χωρίς να υπάρχει σιγουριά για το τελικό αποτέλεσμα. Επομένως η επιχειρηματικότητα αποτελεί μια νοοτροπία που διαμορφώνεται ανάλογα με το είδος και την οργάνωση της κάθε επιχείρησης. Επίσης αφορά τα άτομα που εργάζονται στην επιχείρηση διότι πρέπει να αναγνωρίζουν και να εκμεταλλεύονται τις ευκαιρίες ώστε να επιτύχουν το καλύτερο οικονομικό όφελος.

Σήμερα η έννοια της επιχειρηματικότητας έχει επεκταθεί, δεν υπάρχει η κλασική αντίληψη της δημιουργίας μιας επιχείρησης. Επομένως επιχειρηματικότητα μπορεί να υπάρξει και σε νέα επιχείρηση και σε παλαιά επιχείρηση και σε κάθε είδους επιχείρηση. Για την πραγματοποίηση της επιχειρηματικότητας ή της επιχειρηματικής ιδέας απαιτείται συνδυασμός δύο βασικών όρων της δημιουργίας και της καινοτομίας καθώς και να προσαρμοστούν στις τρέχουσες εξελίξεις της συγκεκριμένης αγοράς.

Δημιουργικότητα είναι η διαδικασία της σκέψης μέσω της φαντασίας, της εφευρετικότητας, της έμπνευσης και της διαφώτισης. Έχοντας σκοπό την δημιουργία νέων ιδεών, που να μπορούν να χρησιμοποιηθούν για τους στόχους της επιχείρησης.

Ο όρος καινοτομίας σύμφωνα με την επιχειρηματικότητα είναι ότι κάθε είδος καινοτομίας συνεπάγεται με το << καινούργιο>>. Έτσι η καινοτομία είναι απλά μία επινοήση που αποτελεί τμήμα μόνο της διαδικασίας της. Όπως αναφέρει οι David Deakins και Mark Freel (2007) στο βιβλίο <<Επιχειρηματικότητα>>, << Η έννοια της καινοτομίας έχει περισσότερο να κάνει με την εμπορική εφαρμογή των επινοήσεων. Άρα η καινοτομία ενσωματώνει τόσο την πτυχή της δημιουργίας όσο και την πτυχή της διάδοσης και της αξιοποίησης>>. (σελ 240)

Ένας άλλος ορισμός που προτείνει ο Ο.Ο.Σ.Α << πρόκειται για την μετατροπή μιας ιδέας σε εμπορεύσιμο προϊόν, υπηρεσία, λειτουργική μέθοδο παραγωγής ή διανομής, καθώς και σε νέα βελτιωμένη μέθοδος κοινωνικής υπηρεσίας>>. Και στους δύο ορισμούς αναφέρεται ο εμπορικός όρος και υποδηλώνεται η καινοτομία ενός νέου βελτιωμένου προϊόντος ή υπηρεσίας που εμφανίζεται επιτυχώς στην αγορά.

Σε γενικότερο επίπεδο η επιχειρηματικότητα δεν έχει οφέλη μόνο μέσα στην επιχείρηση ή σε έναν οικονομικό οργανισμό αλλά και σε ολόκληρη την χώρα. Επομένως η επιχειρηματικότητα συμβάλει στην οικονομική πρόοδο, στην κοινωνική ευημερία και στην ανάπτυξη της συγκεκριμένης χώρας. Επίσης η επιχειρηματικότητα δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας και αποτελεί βασικό παράγοντα ανταγωνιστικότητας.

Τα τελευταία χρόνια έχουν αναπτυχθεί δύο σημαντικοί κλάδοι της επιχειρηματικότητας, που είναι η γυναικεία και η πράσινη επιχειρηματικότητα. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα έχει αναπτυχθεί σε ικανοποιητικά επίπεδα και έχουν διεξαχθεί αρκετές έρευνες για τα ποσοστά επιχειρηματικής δράσης ανάμεσα στους άντρες και στις γυναίκες. Από αποτελέσματα ερευνών που έγιναν κατά καιρούς εμφανίστηκε αύξηση στην συμμετοχή της γυναίκας σε επιχειρήσεις είτε ως συνέταιρος είτε ως ιδιοκτήτης των επιχειρήσεων. Φυσικά εκτός από τα θετικά στοιχεία της έρευνας υπάρχουν και τα εμπόδια που κάνουν δύσκολη την επιχειρηματική δράση. Τα σοβαρότερα εμπόδια που συναντούν οι γυναίκες στην έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας τους είναι η πρόσβαση σε επίσημες πηγές χρηματοδότησης και σε επίσημα και ανεπίσημα επιχειρηματικά δίκτυα.

Σύμφωνα με το EOMMEX και με το εγχειρίδιο πράσινης⁴ επιχειρηματικότητας για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις που έχει αναρτηθεί στις 1/9/2009 << πράσινη επιχειρηματικότητα είναι εκείνη η μορφή οικονομικής δραστηριότητας η οποία θέτει

⁴Internet sites: http://observatory.eommex.gr/eommex/egxeiridio_prasinis-epixeirimatikotitas.pdf

την προστασία του περιβάλλοντος και της φύσης γενικότερα στο επίκεντρο της στρατηγική της. Τα περισσότερα από τα σύγχρονα συστήματα παραγωγής και κατανάλωσης δημιουργήθηκαν σε εποχές όπου οι φυσικοί πόροι και οι αντοχές του φυσικού περιβάλλοντος θεωρούνταν ανεξάντλητοι>>.

Σήμερα υπάρχει θετική στάση στην πράσινη επιχειρηματικότητα γιατί συμφέρει οικονομικά αφού μπορεί να μειώσει το λειτουργικό κόστος της επιχείρησης, δημιουργεί νέες εμπορικές εμπειρίες, αξιοποιούνται οι ευκαιρίες και τα κίνητρα δίνονται από το κράτος και την Ευρωπαϊκή Ένωση και τα οποία στοχεύουν στην λήψη δανείου με πιο ευνοϊκούς όρους, στην προσέλκυση της <<πράσινης>> επένδυσης και εξασφαλίζουν πιο ευνοϊκούς όρους ασφάλισης.

Τέλος η επιχειρηματικότητα είναι πολύπλευρη και ο κάθε άνθρωπος και επιχειρηματίας την αντιλαμβάνεται βάσει της δραστηριότητας της επιχείρησης του και επίσης οι οικονομολόγοι έχουν διαμορφώσει ο καθένας τις θεωρίες του τις οποίες θα αναλυθούν στα επόμενα κεφάλαια.

1.3 ΘΕΩΡΙΑ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Στην συγκεκριμένη έρευνα η οικονομική ανάπτυξη προσδιορίζει την επιχειρηματικότητα όμως θα αναλυθεί γενικά ο όρος της οικονομικής ανάπτυξης. Επομένως η οικονομική ανάπτυξη είναι ένας στόχος κρατικής οικονομικής πολιτικής σε αναπτυσσόμενες ή μη αναπτυσσόμενες χώρες. Ως θεωρία προσπαθεί να δείξει και να καθορίσει τους αναπτυξιακούς παράγοντες και την διαδικασία ανάπτυξης μίας αναπτυσσόμενης οικονομίας.

Στα οικονομικά χρησιμοποιούνται οι όροι μεγέθυνση και ανάπτυξη. Η μεγέθυνση αναφέρεται στα οικονομικά μεγέθη της οικονομία μέσω του μηχανισμού της αγοράς. Ενώ η ανάπτυξη θεωρείται η χρήση οικονομικών και μη οικονομικών παραγόντων βάσει των όρων διαβίωσης και του επιπέδου ευημερίας. Η οικονομική μεγέθυνση χρησιμοποιείται για τις αναπτυσσόμενες χώρες ενώ ο όρος οικονομική ανάπτυξη χρησιμοποιείται για τις μη αναπτυσσόμενες χώρες.

Ορισμοί της οικονομικής ανάπτυξης⁵ έχουν διατυπωθεί πολλοί ένας από τους πιο περιεκτικούς επισημαίνει ότι η ανάπτυξη είναι η αύξηση της παραγωγικής δυναμικότητας της οικονομίας, η οποία είναι δυνατή για την αύξηση του συνολικού ή του κατά κεφαλή Εθνικού Προϊόντος. Ένα από τα σημαντικότερα μεγέθη του ΑΕΠ είναι το κατά κεφαλή Ακαθάριστο Εθνικό Εισόδημα, που μετρά το εισόδημα κάθε κατοίκου. Επιπλέον άλλοι τρόποι μέτρησης της οικονομικής ανάπτυξης είναι το κατά κεφαλή Πραγματική Κατανάλωση και το πραγματικό Ακαθάριστο Εθνικό Προϊόν.

Αφού αναλύθηκε γενικά ο όρος της οικονομικής ανάπτυξης σε ένα πιο συγκεκριμένο επίπεδο θα αναφερθεί τώρα ο όρος της οικονομικής ανάπτυξης με βάση την επιχειρηματικότητα. Εφόσον υπάρχει μια θετική σχέση μεταξύ της επιχειρηματικότητας και της ανάπτυξης ακόμα περισσότερο μέσω της έννοιας της παραγωγικότητας και της καινοτομίας. Για την καινοτομία έγινε μια μικρή ανάλυση αλλά είναι σημαντικό να αναφερθεί ξανά το γενικό της πλαίσιο όπου τονίζεται ότι ο επιχειρηματίας πρέπει να αντιλαμβάνεται τις ευκαιρίες στην αγορά με στόχο το κέρδος μέσα από την προώθηση ενός νέου προϊόντος/ υπηρεσία ή μιας καινοτόμου διαδικασίας. Μέσα από αυτήν την σχέση προκύπτει ότι υπάρχουν

⁵ Internet sites: <http://dlabs.it.teithe.gr/epixeir/epix3/3.htm>

μηχανισμοί που παροτρύνουν την παραγωγική επιχειρηματικότητα μεταξύ της προσοδοθηρίας. Κάτι επιπλέον που προκύπτει σχετίζεται με τις συνθήκες της οικονομίας που ευνοούνται περισσότερο στην επιχειρηματικότητα ευκαιρίας παρά στην επιχειρηματικότητα ανάγκης. Αυτό γίνεται πιο αντιληπτό από το οικονομικό περιβάλλον που επικρατεί στην χώρα.

Σ' αυτήν την ανάλυση όμως δεν αναφέρονται γενικά στοιχεία μόνο για την οικονομική ανάπτυξη σε όρους αύξησης του κατά κεφαλή ΑΕΠ αλλά και για ποικιλία άλλων θεμάτων οικονομικού ενδιαφέροντος όπως είναι η περιφερειακή ανάπτυξη, η ανεργία, η παραγωγική διαδικασία όπως η γυναικεία και η πράσινη επιχειρηματικότητα. Η σχέση της επιχειρηματικότητας με αυτά τα μεγέθη είναι πολύ ενδιαφέρουσα καθώς σχετίζεται με συγκεκριμένους πολιτικοοικονομικούς στόχους. Γι αυτό το λόγο θα γίνει εκτενής αναφορά στα επόμενα κεφάλαια σχετικά με την οικονομική ανάπτυξη με βάση την επιχειρηματικότητα και μεγάλη ανάλυση στους οργανισμούς που ασχολούνται με έρευνες και μετρήσεις της οικονομικής ανάπτυξης ανάλογα την χώρα και την επιχείρηση.

1.4 ΒΑΣΙΚΟΙ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝΤΑΙ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ

Σ' αυτό το κομμάτι της εργασίας θα γίνει αναφορά σε κάποιους οργανισμούς που θα χρησιμοποιηθούν στην συλλογή δευτερογενών στοιχείων. Η έρευνα που θα ακολουθήσει είναι δευτερογενής δηλαδή θα χρησιμοποιηθούν τα ήδη υπάρχοντα στοιχεία.

Αρχικό και πολύ σημαντικό είναι το Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) που είναι ιδιωτικός, μη κερδοσκοπικός, κοινωφελής, ερευνητικός οργανισμός. Ιδρύθηκε το 1975 και έχει δύο σκοπούς να κάνει επιστημονική έρευνα για τα προβλήματα της Ελληνικής οικονομίας και να παρέχει αντικειμενική πληροφόρηση και να δίνει προτάσεις. Οι λειτουργίες του IOBE είναι να διεξάγει επιστημονικές έρευνες για τα προβλήματα της Ελληνικής οικονομίας. Αναλύει οικονομικές τάσεις, παρακολουθεί το επιχειρηματικό περιβάλλον και κάνει προβλέψεις για τις προοπτικές της οικονομίας. Δίνει αξιόπιστες και συνεχείς πληροφορίες για τους τομείς και τους κλάδους της οικονομίας. Τέλος συνεργάζεται με ξένα ερευνητικά ινστιτούτα και διεθνείς οργανισμούς, όπου συγκρίνουν τα αποτελέσματα.

Όπως αναφέρθηκε το IOBE συμμετέχει σε διεθνή ερευνητικά προγράμματα από το 2003 συμμετέχει στο διεθνές πρόγραμμα Global Entrepreneurship Monitor (GEM). Το πρόγραμμα αυτό συλλέγει από όλες τις χώρες τις ετήσιες έρευνες, κάνει αναλύσεις και συγκρίσεις και το παρουσιάζει στην ετήσια έκδοση του World Report on Entrepreneurship. Η συμμετοχή του IOBE στο πρόγραμμα GEM έχει δύο λειτουργίες η πρώτη είναι υπεύθυνη για την διεξαγωγή ερευνών στον ελληνικό πληθυσμό και την επεξεργασία των αποτελεσμάτων ώστε να δοθούν στο GEM με στόχο την διεθνής συγκρισιμότητα των στοιχείων, και δεύτερον είναι υπεύθυνο για την συγγραφή της ετήσιας έκθεσης της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα ώστε να δείξει τις εθνικές ιδιαιτερότητες. Το ερευνητικό πρόγραμμα άρχισε το 1999 με 10 χώρες, το 2004 συμμετείχαν 34 χώρες και έχουν μελετήσει συνολικά 43 χώρες. Οι στόχοι του είναι να μετρήσει το επίπεδο επιχειρηματικότητας σε μια χώρα και να εξηγήσει τις διαφορές που εμφανίζονται ανάμεσα στις εξεταζόμενες χώρες. Να ανακαλύψει και να προτείνει πολιτικές για το επίπεδο της επιχειρηματικότητας.

Ένας άλλος οργανισμός είναι ο Οργανισμός Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξης (ΟΟΣΑ) είναι διεθνείς οργανισμοί των αναπτυγμένων χωρών. Στην

αρχή δημιουργήθηκε ως Οργανισμός Ευρωπαϊκής Οικονομικής Συνεργασίας και το 1960 μετασηματίστηκε με την σημερινή ονομασία. Η έδρα του είναι στο Παρίσι. Μέσω του οργανισμού οι κυβερνήσεις μπορούν να συγκρίνουν πολιτικές εφαρμογές ή κοινά προβλήματα, να βρουν καλές πρακτικές και να συντονίσουν τις εσωτερικές και διεθνείς πολιτικές. Όπως και στους άλλους οργανισμούς ο ΟΟΣΑ συλλέγει στοιχεία, αναλύει και παρακολουθεί γενικά την οικονομική ανάπτυξη. Επίσης ο ΟΟΣΑ ασχολείται με κοινωνικά και περιβαλλοντικά ζητήματα. Έχει σημαντική δράση εναντίων της δωροδοκίας και της διαφθοράς.

Τέλος δύο λόγια για τον Ελληνικό Οργανισμό Μικρών-Μεσαίων Επιχειρήσεων και Χειροτεχνίας (ΕΟΜΜΕΧ) που ιδρύθηκε το 1997 είναι Ελληνικός οργανισμός με στόχο την προώθηση και ανάπτυξη της Ελληνικής Βιοτεχνίας και Χειροτεχνίας. Δυστυχώς δεν υπάρχουν αρκετές πληροφορίες γιατί ίσως έχει διαλυθεί ή έχει γίνει κάποια συγχώνευση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2° : ΑΝΑΛΥΤΙΚΟΙ ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ



2.1 ΓΕΝΙΚΕΣ ΘΕΩΡΙΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Σε αυτό το κεφάλαιο θα αναλυθεί και θα μελετηθεί οι εννοιολογικές προσεγγίσεις της επιχειρηματικότητας που καταλήγει την επιχείρηση στην οικονομική ανάπτυξη. Αρχικά θα αναφερθεί ο ρόλος του επιχειρηματία ως βασικό όν μέσα στον οικονομικό οργανισμό έπειτα θα αναλυθεί η έννοια της επιχειρηματικότητας ανάλογα τις διατυπώσεις της παλαιάς και της σημερινής εποχής. Επίσης θα γίνει αναφορά στις λειτουργίες της, στα επιχειρησιακά πλάνα και πιο σημαντικό στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις που τα τελευταία χρόνια κάνουν και πιο έντονη την εμφάνισή τους. Τέλος και σε πολλά άλλα θέματα που αφορά την επιχειρηματικότητα γιατί είναι μια από τις πιο σημαντικές δραστηριότητες της επιχείρησης που έχει μεγάλο εύρος λειτουργιών και μεγάλο κομμάτι ευθυνών.

Για να αρχίσει η ανάλυση της επιχειρηματικότητας πρέπει πρώτα να αναφερθεί ο όρος επιχειρηματίας. Επομένως με τον όρο επιχειρηματία έχουν αναφερθεί αρκετοί οικονομολόγοι. Σαν γενικός όρος επιχειρηματίας είναι το άτομο που παίζει σημαντικό ρόλο στην επιχείρηση αναλαμβάνει τους κινδύνους με ανταμοιβή το κέρδος. Αλλά αν εισχωρήσουν πιο πολύ στην έννοια του επιχειρηματία υπάρχουν διαφορετικές απόψεις. Όλα αυτά έχουν αναφερθεί πιο διεξοδικά στα πιο πάνω κεφάλαια. Όπως επίσης και η έννοια της επιχείρησης είναι εξίσου σημαντική που έχει ήδη αναφερθεί. Επομένως επιχείρηση είναι ένας οικονομικός οργανισμός που με οργανωμένη

ανθρώπινη προσπάθεια αποσκοπεί στην ικανοποίηση των αναγκών των πελατών με σκοπό το κέρδος.

Επομένως στο κομμάτι αυτό θα αναπτυχθεί η σχέση του επιχειρηματία με την επιχείρηση και την επιχειρηματικότητα. Το πιο σημαντικό είναι να υπάρχει επιχείρηση χωρίς τον οικονομικό οργανισμό άλλες δύο δραστηριότητες δεν μπορούν να έχουν ύπαρξη. Έτσι βάση της επιχείρησης υπάρχει ένας ιδιοκτήτης ή επιχειρηματίας ο οποίος για να ασκεί σωστά το καθήκον του πρέπει να έχει κάποια προσόντα για να ασκεί καλά την επιχειρηματικότητα. Η επιχειρηματικότητα έχει δύο ξεχωριστές ιδιότητες τον έλεγχο και την υπευθυνότητα. Έτσι ο επιχειρηματίας θα πρέπει να έχει τέτοια προσωπικότητα που θα παίρνει το ρίσκο μιας επένδυσης και τον έλεγχο της επιχείρησης σε περίπτωση αποτυχίας. Τέλος διακρίνεται μια αμφίδρομη σχέση ανάμεσα στις τρεις έννοιες που είναι αλληλένδετες και δεν γίνεται να προχωρήσει μια επιχείρηση αν δεν έχει επιχειρηματία ή επιχειρηματική δραστηριότητα ούτε όταν δεν υπάρχει σωστός επιχειρηματίας για να αναλαμβάνει τις ευθύνες να υπάρξει σωστή άσκηση της επιχειρηματικότητας.

2.1.1 ΘΕΩΡΙΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΠΟ ΜΕΓΑΛΟΥΣ ΟΙΚΟΝΟΜΟΛΟΓΟΥΣ

❖ ΘΕΩΡΙΕΣ ΤΟΥ KNIGHT

Ο Knight⁶ ένας από τους σημαντικότερους οικονομολόγους έκανε μια σημαντική διάκριση στις έννοιες του <<κινδύνου>> και της <<αβεβαιότητας>>. Ο κίνδυνος επικρατεί μέσα από την αβεβαιότητα. Η έννοια της αβεβαιότητας προκύπτει από τα μελλοντικά σχέδια που ο επιχειρηματίας δεν μπορεί να προβλέψει τι θα συμβεί την ώρα που δρα άρα δεν γνωρίζει τις πιθανότητες που υπάρχουν για κάτι σωστό ή κάτι λανθασμένο. Αυτές οι δύο έννοιες προκύπτουν από τις συνθήκες του τέλειου ανταγωνισμού.

Βάση αυτής την αρχική ανάλυση των δύο εννοιών το πρόβλημα λύνεται με την έννοια και τα καθήκοντα του επιχειρηματία. Κατά των Knight⁷ επιχειρηματίας είναι το άτομο που αναλαμβάνει ευθύνες και υπολογίσιμους κινδύνους για να αντιμετωπίσει την αβεβαιότητα. Βέβαια για να αναλαμβάνει τέτοιες ευθύνες θα πρέπει να είναι ικανός να μελετάει όλες τις προβλέψεις των μελλοντικών δεδομένων. Με αποτέλεσμα να επιτύχει τον στόχο του που είναι η ανταμοιβή των κερδών για την αβεβαιότητα που ανέλαβε. Αυτήν την ανάλυση που έκανε ο Knight δεν την ανέπτυξε πλήρως τις μικρές επιχειρήσεις. Αβεβαιότητα προκύπτει όταν δεν υπολογίζεται η πιθανότητα έτσι μπορούν πολλοί να δημιουργήσουν μια επιχείρηση αλλά δεν μπορούν να προβλέψουν το ενδεχόμενο επιχειρηματικής αποτυχίας.

Ο Knight αναφέρεται στην επιχειρηματικότητα που έχει σχέση με δύο ιδιότητες του ελέγχου και την υπευθυνότητα. Ο επιχειρηματίας πρέπει να έχει πλήρη έλεγχο ώστε να διαθέτει τις αμοιβές των πόρων στον τρόπο που θα χρησιμοποιηθούν. Ενώ για την υπευθυνότητα γίνεται γνωστό ότι ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει όλη την ευθύνη των πράξεων τους. Επομένως ο επιχειρηματίας κατά τον Knight πρέπει να θεωρεί τους πόρους ιδιοκτησία ώστε να αναλαμβάνει αυτές τις ευθύνες για τυχόν αποτυχία της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Ως αποτέλεσμα προκύπτει ότι η έννοια της επιχειρηματικότητας είναι συνδεδεμένη λειτουργία με την ανάληψη κινδύνων και

⁶ Βλ. Deakins D και Freel M (2007) «Επιχειρηματικότητα», Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική σελ 45

⁷ Βλ. Ιωαννίδης Σ (2001) «Επιχείρηση και Επιχειρηματικότητα», Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση σελ 25

θέλει την επιχειρηματικότητα να επικεντρώνεται στην προσωπικότητα και να αγνοεί τις διοικητικές δεξιότητες.

Όπως όλοι οι οικονομολόγοι υπάρχουν κάποια ζητήματα μέσα στις θεωρίες που αναπτύσσουν είναι ανεπαρκείς. Έτσι στην θεωρία του Knight έχει τρεις λόγους ο πρώτος είναι ότι θεωρεί την επιχειρηματικότητα σαν μια λειτουργία την ανάληψη κινδύνων. Δεύτερων θεωρεί ότι ο επιχειρηματίας έχει το μοναδικό κίνητρο της επιχειρηματικής τους δράσης που είναι τα κέρδη. Και τέλος στο θέμα της υπευθυνότητας δείχνει ότι ο επιχειρηματίας είναι και ιδιοκτήτης των πόρων.

❖ ΘΕΩΡΙΕΣ ΤΟΥ SCHUMPETER

Εξίσου σημαντικός οικονομολόγος στις αρχές του 20^ο αιώνα ήταν ο Schumpeter⁸ ο οποίος θεωρούσε ότι η γενική ισορροπία βιάζεται με την λειτουργία του οικονομικού συστήματος. Ανέπτυξε την θεωρία ότι σε κατάσταση γενικής ισορροπίας δεν υπάρχει επιχειρηματική δράση με αποτέλεσμα να μην υπάρχουν κέρδη. Έτσι για την οικονομική ανάπτυξη πρέπει να μεταβάλλεται το σύστημα για να μην υπάρχει ισορροπία. Επόμενος η μεγαλύτερη συμβολή που έκανε ο Schumpeter ήταν να εξηγήσει την φύση αυτών των δυνάμεων που προκύπτει η ενδογενείς δύναμη της αλλαγής.

Αυτές οι ενδογενείς δυνάμεις είναι η επιχειρηματικότητα δηλαδή η προσπάθεια κάποιων ατόμων να δημιουργήσουν καινοτομίες, νέα προϊόντα, νέες τεχνολογικές μεθόδους παραγωγής. Η εισαγωγή στην καινοτομία αλλάζει τις ήδη υπάρχουσες συνθήκες ισορροπίας της οικονομίας ενώ οδηγεί σε μια θέση ισορροπίας. Μέσα από αυτό τον συνδυασμό ο Schumpeter περιγράφει την <<διαδικασία της δημιουργικής καταστροφής>> δηλαδή είναι το τέλος των παλαιών μεθόδων παραγωγής που έχει ως αποτέλεσμα την καινοτομία και οδηγεί σε καλύτερες τεχνολογικές μεθόδους προωθούν έτσι την οικονομική ανάπτυξη.

Κατά των Schumpeter⁹ ο επιχειρηματίας είναι καινοτόμος και είναι ένα άτομο που επιφέρει σημαντικές αλλαγές στο επιχειρησιακό περιβάλλον. Ενώ αναφέρει την σημαντική συνεισφορά του επιχειρηματία λόγω των καινοτομικών ιδεών του αντίθετα θεωρεί ότι ο ρόλος του είναι προσωρινός νομίζοντας ότι οι τεχνολογικές αλλαγές που γίνονται μπορούν να πραγματοποιηθούν από ομάδες εργαζομένων ή από ειδικευμένα άτομα μέσα στην επιχείρηση.

Ο Schumpeter ανέπτυξε μια θεωρία ανάμεσα στις μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις θεωρεί ότι η καινοτομία έχει σχέση με την ικανότητα ενός συγκεκριμένου ατόμου να ανακαλύψει τις τεχνολογικές εξελίξεις μέσα από το εργαστήριο Έρευνας και Ανάπτυξης των μεγάλων επιχειρήσεων. Έτσι είναι αντιληπτό ότι δίνει υποκειμενική έννοια στον όρο επιχειρηματικότητα γιατί τα συνδέει με μεγάλους οργανισμούς. Αυτό σημαίνει ότι και ο επιχειρηματίας σαν άτομο δεν μπορεί να ιδρύσει νέες μικρές επιχειρήσεις αλλά μπορεί να εδρεύει μόνο σε μεγάλους οργανισμούς που θα μπορούν να έχουν τεχνολογική εξέλιξη μέσα από το τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης. Ιδιαίτερη σημασία μέσα από αυτήν την θεωρία είναι αν η καινοτομία παράγεται τότε η επιχειρηματικότητα μπορεί να θεωρηθεί ως συντελεστής παραγωγής.

❖ ΘΕΩΡΙΕΣ ΤΗΣ EDITH PENROSE

⁸ Βλ. Ιωαννίδης Σ (2001) «Επιχείρηση και Επιχειρηματικότητα», Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση σελ 27

⁹ Βλ. David Deakins και Mark Freel (2007) «Επιχειρηματικότητα», Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική σελ. 43

Η Penrose¹⁰ έκανε μια πολύ σημαντική διάκριση ανάμεσα στους πόρους και στις υπηρεσίες. Αυτό σημαίνει ότι κάθε πόρος χρησιμοποιείται με διαφορετικούς τρόπους ώστε να αποδίδει υπηρεσίες στη διαδικασία της παραγωγής. Με αποτέλεσμα για την καλύτερη λειτουργία της επιχείρησης πρέπει να χρησιμοποιεί τόσους πόρους και με συγκεκριμένο τρόπο ώστε να επιτυγχάνει την καλύτερη δυνατή απόδοση. Επίσης κάτι εξίσου σημαντικό είναι η αποκάλυψη καλύτερης δυνατής υπηρεσίας και σε σχέση με την διοίκηση επιχειρήσεων. Που σημαίνει ότι αν η επιχείρηση παράγει καινούργιες υπηρεσίες και με την λειτουργία των συντελεστών της βρίσκει νέους τρόπους διασύνδεσης και συντονισμό μεταξύ τους.

Η έννοια της επιχειρηματικότητας κατά την Penrose είναι περιορισμένοι γιατί πιστεύει ότι αυτοί μόνο που δραστηριοποιείται επιχειρηματικά είναι μόνο εκείνοι που ασχολούνται με την διοίκηση της επιχείρησης. Αυτοί που διοικούν είναι άτομα που έχουν ευθύνη και μπορούν να ελέγχουν τις λειτουργίες της επιχείρησης. Επίσης αυτά τα άτομα μπορούν να διαμορφώσουν τους διαθέσιμους πόρους που έχουν ώστε να προκύψει ένα επιθυμητό αποτέλεσμα.

Η Penrose περιορίστηκε στις επιστήμες της διοίκησης και ήταν ανύπαρκτη στο χώρο της οικονομικής θεωρίας. Έτσι γίνεται κατανοητό το ότι έχει αναπτύξει περισσότερο την σύγχρονη θεωρία της επιχείρησης παρά της επιχειρηματικότητας. Έτσι θεωρείται ο ιδρυτής ενός ρεύματος που αντιλαμβάνεται την επιχείρηση από ένα σύνολο ικανοτήτων. Άλλες απόψεις οικονομολόγων για την επιχειρηματικότητα..

Σύμφωνα με τον Shailer η επιχειρηματικότητα είναι μία διαδικασία και βρίσκεται στο στάδιο όπου η εταιρία διοικείται από τον ιδιοκτήτη-μάντζερ. Αυτό σημαίνει ότι η διοίκηση της επιχείρησης αναλαμβάνει τους κανόνες και τις ευθύνες. Ενώ όσο μεγαλώνει η επιχείρηση ο ιδιοκτήτης μπορεί να αναθέτει τη διοίκηση σε επαγγελματίες μάντζερ.

Επίσης η έννοια της επιχειρηματικότητας έχει κεντρίσει και τους Steverson και Jarillo που αναφέρουν ότι <<Επιχειρηματικότητα είναι μία διαδικασία με την οποία τα άτομα αναζητούν ευκαιρίες ανεξάρτητα από τους πόρους που ελέγχουν.>>. Αυτοί οι δύο οικονομολόγοι δεν στοχεύουν στην επιχειρηματικότητα αλλά στον επιχειρηματία δηλαδή στον τρόπο δράσης του καθώς και στα αποτελέσματα που φέρει στην επιχείρηση. Επιπλέον εμβαθύνουν την ανάλυσή τους στα ψυχολογικά χαρακτηριστικά γνωρίσματα της επιχειρηματικότητας .

Για τον Shackle ο επιχειρηματίας είναι δημιουργικός και επινοητικός. Ο επινοητικός επιχειρηματίας προσπαθεί και βρίσκει ευκαιρίες ώστε να τις εκμεταλλευτεί. Έτσι οι ευκαιρίες αυτές είναι πως θα διαπραγματευτεί τους διαθέσιμους πόρους ώστε να οδηγηθεί σε μια απόφαση με αποτέλεσμα την ανάληψη επιχειρηματικής δράσης. Ως συμπέρασμα προκύπτει ότι η δημιουργικότητα και η επινοήση είναι βασικά στοιχεία της επιχειρηματικής διαδικασίας.

Ένα εξίσου σημαντικός οικονομολόγος είναι ο Casson που και αυτός ανέλυσε τον επιχειρηματία και την επιχειρηματικότητα. Έτσι για τον Casson ο επιχειρηματίας είναι ένα άτομο που έχει διαφορετικές ικανότητες και μπορεί να διαχειρίζεται κρίσεις μέσα στην επιχείρηση. Ο επιχειρηματίας πρέπει να ελέγχει τους πόρους του ώστε να στηρίζει τις αποφάσεις για επενδύσεις. Ανάλογα με τις συνθήκες που επικρατούν οι λήψη αποφάσεων θα είναι μια δύσκολη διαδικασία. Επίσης ο Casson προσπαθεί να εξηγήσει γιατί σε κάποιες χώρες υπάρχουν πολλοί επιχειρηματίες και σε κάποιες άλλες χώρες το ποσοστό είναι μικρό. Υπάρχουν πολλοί λόγοι που εμφανίζεται αυτό

¹⁰ Βλ. Ιωαννίδης Σ (2001) «Επιχείρηση και Επιχειρηματικότητα», Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση σελ. 30

το φαινόμενο όπως η έλλειψη ιδεών, η έλλειψη επενδύσεων. Αν προκύψει κάποια αλλαγή γενικά στην οικονομία θα αναδεικνύοντας ευκαιρίες και θα υπάρξει μεγαλύτερη επιχειρηματικότητα. Έτσι αν οι επιχειρηματίες ανταγωνίζονται μεταξύ τους τα ποσοστά επιχειρηματικότητας θα αυξηθούν.

❖ Η ΑΥΣΤΡΙΑΚΗ ΘΕΩΡΙΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Ένας από τους σημαντικότερους εκπροσώπους της αυστριακής σχολής είναι ο Israel Kirzner ο οποίος διατύπωσε πιο πρόσφατα την θεωρία της επιχειρηματικότητας. Κατά των Kirzner <<η επιχειρηματική δραστηριότητα κατανοεί ως μέρος της ανθρώπινης φύσης και, άρα, είναι ανεξάρτητη από το γενικό κοινωνικό πλαίσιο στο οποίο εκδηλώνεται>>. Μέσα από τις σκέψεις του θεώρησε ότι η βασική προϋπόθεση της επιχειρηματικότητας είναι η εγρήγορση. Αυτό εξηγεί στο ότι για να κάνει κάποιο άτομο επιχειρηματικές κινήσεις σημαίνει ότι είναι σε εγρήγορση για να ανακαλύψει πιο γρήγορα τις ευκαιρίες της αγοράς. Εφόσον είναι σε εγρήγορση προσπαθεί να ξεπεράσει την βασική άγνοια για να γίνει κατανοητή αυτή η θεωρία πρέπει να γίνει στην πράξη.

Ο επιχειρηματίας κατά τον Kirzner¹¹ είναι ένα άτομο που βρίσκεται σε εγρήγορση για να αντιλαμβάνεται τις επικερδείς ευκαιρίες συναλλαγής. Έτσι ο επιχειρηματίας εδώ λειτουργεί ως μεσάζων που διευκολύνει την συναλλαγή. Για να επιτύχει τις επικερδείς ευκαιρίες ο επιχειρηματίας πρέπει να έχει πρόσθετες γνώσεις τις οποίες οι άλλοι δεν διαθέτουν. Επομένως πρέπει να γνωρίζει καλά την αγορά και αν υπάρχουν κάποια κενά πληροφόρησης αλλιώς δεν μπορεί να επιφέρει το αποτέλεσμα που επιθυμεί δηλαδή το κέρδος.

Μέσα από τις αναλύσεις του ο Kirzner¹² ανακάλυψε τα συστατικά της επιχειρηματικότητας που είναι η εγρήγορση, η άγνοια, το λάθος, η αντίληψη και η ανακάλυψη. Επίσης θέλησε να ανακαλύψει και τα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής δράσης που είναι τρία. Το πρώτο είναι το κίνητρο του κέρδους που γίνεται αναφορά για την τιμή του προϊόντος και πως μπορεί να πωληθεί υψηλότερα το τελικό προϊόν και έτσι προκύπτει η ευκαιρία κέρδους. Το δεύτερο χαρακτηριστικό είναι το λάθος που προκύπτει από τις αρχικές επιχειρηματικές επιλογές. Υποστηρίζει ότι μπορούν να υπάρξουν ανεκμετάλλετες ευκαιρίες κέρδους και οδηγούν εύκολα στην επιχειρηματική αποτυχία. Το τρίτο και τελευταίο είναι ότι η επιχειρηματική δράση είναι ανεξάρτητη με την ιδιοκτησία συντελεστών παραγωγής. Δηλαδή αυτό είναι ένα είδος γνώσης της επιχειρηματικής δράσης το οποίο δεν είναι γνωστό στον επιχειρηματία πριν από την ανακάλυψη της. Έτσι αναπτύσσει την σχέση επιχειρηματία και την ιδιοκτησία πόρων. Επομένως δεν χρειάζεται ο επιχειρηματίας να είναι κεφαλαιούχος αλλά ούτε ο κεφαλαιούχος δεν μπορεί να είναι επιχειρηματίας. Από όλες τις απόψεις του πέφτει σε αντιφάσεις και αυτό γίνεται εμφανές στο σημείο ότι η επιχειρηματικότητα είναι ανεξάρτητη του παράγοντα ιδιοκτησίας αντίθετα η επιχειρηματική δράση απαιτεί δαπάνη πόρων.

Γενικά όλες οι θεωρίες που αναπτύχθηκαν από τους πιο σημαντικούς οικονομολόγους έχουν πολλά κοινά στοιχεία. Σε αρκετές θεωρίες έγινε αναφορά για την άγνοια και για τις ικανότητες των επιχειρηματιών, πως θα επιφέρουν το αποτέλεσμα που είναι το κέρδος. Επίσης έγινε αναφορά στον ανθρώπινο παράγοντα και στην επιχειρηματική συμπεριφορά που διακρίνεται η συνεργασία για την ανταλλαγή αγαθών και υπηρεσιών στην αγορά.

¹¹ Βλ. David Deakins και Mark Freel (2007) «Επιχειρηματικότητα», Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική σελ. 42

¹² Βλ. Ιωαννίδης Σ (2001) «Επιχείρηση και Επιχειρηματικότητα», Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση σελ. 40

2.2 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΑ ΜΕΓΕΘΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

2.2.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΙΣ ΜΜΕ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΜΕ

Σε αυτό το μέρος του κεφαλαίου θα αναλυθεί το μέγεθος των επιχειρήσεων και που συμβάλει στην επιχειρηματική δράση. Οι επιχειρήσεις όπως έχει αναφερθεί βάση του μεγέθους τους χωρίζονται σε τρία μέρη τις μεγάλες, τις μικρομεσαίες και τις μικρές επιχειρήσεις.

Τα τελευταία χρόνια μεγάλη εντύπωση έχουν κάνει η εμφάνιση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Αυτό συμβαίνει γιατί η διάκριση έχει γίνει σχετικά πρόσφατα και γιατί ο ρυθμός ανάπτυξης τους είναι πολύ μεγάλος. Έχουν ασχοληθεί και μελετηθεί από πολλούς οργανισμούς για διάφορα οικονομικά ζητήματα. Ορισμοί για τις ΜΜΕ δεν έχουν διατυπωθεί αλλά υπάρχουν πολλά χαρακτηριστικά που τις αναγνωρίζουν.

Σημαντικά χαρακτηριστικά των ΜΜΕ είναι ο ρόλος του επιχειρηματία. Ο επιχειρηματίας πρέπει να έχει ικανότητες και επενδυτικό πνεύμα ώστε να μπορεί να συνεχίσει να υπάρχει η επιχείρηση. Και ένα άλλο εξίσου σημαντικό χαρακτηριστικό είναι ο κίνδυνος που υπάρχει για χρεοκοπία στις νέες επιχειρήσεις. Ένα άλλο φαινόμενο που απασχολεί τους οικονομολόγους είναι η ανάπτυξη επιχειρήσεων με διαφορετικό μέγεθος. Μια εξήγηση που έχει ειπωθεί είναι οι διαφορετικές ικανότητες των επιχειρηματιών. Επίσης στις πλούσιες περιοχές η ανάπτυξη μιας μικρομεσαίας επιχείρησης είναι μεγαλύτερη.

Η διαφοροποίηση στα μεγέθη των επιχειρήσεων εξαρτάται από δύο παράγοντες την επιχειρηματικότητα και την πρόσβαση στους παραγωγικούς συντελεστές. Οι επιχειρηματίες έχουν την ικανότητα να προμηθεύουν πρώτες ύλες πιο γρήγορα και σε μικρότερο κόστος. Έτσι κάποιες επιχειρήσεις θα παράγουν πιο αποτελεσματικά από τις άλλες. Βάση του οριακού κόστους οι μεγάλες επιχειρήσεις έχουν χαμηλότερο. Ενώ οι μικρές επιχειρήσεις έχουν μικρότερο κόστος μεταβολής της παραγωγικής διαδικασίας. Κάποιοι οικονομολόγοι πιστεύουν ότι η ανάπτυξη των επιχειρήσεων είναι διαφορετική από το μέγεθος τους. Τέλος οι μεγάλες επιχειρήσεις αλλάζουν πιο εύκολα την παραγωγή τους για να καλύψουν την ζήτηση ενώ οι μικρές πιο δύσκολα.

Ειδικότερα οι ΜΜΕ στις προσωπικές επιχειρήσεις που δεν διαθέτουν ειδικευμένα στελέχη αλλά σημαντικό ρόλο παίζει ο ιδιοκτήτης-διευθυντής. Παρόλο που τα τελευταία χρόνια έχουν αναπτυχθεί αρκετά και έχουν πάρει πιο ευέλικτη μορφή απειλούνται με υψηλούς δείκτες θνησιμότητας. Αυτό συμβαίνει γιατί μονοπωλούν οι μεγάλες επιχειρήσεις και το βάρος πέφτει στην τιμολογιακή πολιτική. Εκτός από το πόλεμο των τιμών, οι ΜΜΕ εξαρτώνται από την οργάνωση, διοίκηση και λειτουργία τους. Όπως αναφέρθηκε ο επιχειρηματίας-ιδιοκτήτης θα πρέπει να διαθέτει δημιουργική φαντασία, επενδυτική δραστηριότητα και να εργάζεται σκληρά.

Ο επιχειρηματίας-ιδιοκτήτης παίζει σπουδαίο ρόλο στην επιχείρηση γιατί είναι αυτός που κατευθύνει με τις αποφάσεις του την πορεία της εταιρίας. Επίσης να κάνει σωστές επενδύσεις στην προσφορά νέων προϊόντων ώστε να αυξήσει το μερίδιο αγοράς. Το βασικότερο κίνητρο δεν είναι το κέρδος αλλά να καινοτομήσει η ΜΜΕ ώστε να κερδίσει μερίδιο νέων αγορών και νέους μεθόδους παραγωγής.

Η σωστή διοίκηση των ΜΜΕ είναι να χρησιμοποιεί όσο γίνεται τα διαθέσιμα υλικά και τους ανθρώπινους πόρους. Ο καλύτερος δυνατός συνδυασμός πόρων αυξάνει την

παραγωγικότητα και γίνεται καλύτερη γνώση των αναγκών της αγοράς. Επίσης οι ανθρωπίνοι πόροι πρέπει να χρησιμοποιούνται αποδοτικά αφού λαμβάνουν αποφάσεις για την λειτουργία και την επέκταση της επιχείρησης. Για να αναπτυχθεί το πνεύμα της επιχειρηματικότητας θα πρέπει να υπάρχει συντονισμός προσπαθειών σε οργανωτικό και λειτουργικό επίπεδο ώστε να παρθούν οι σωστές αποφάσεις και να μειωθεί αρκετά ο κίνδυνος αποτυχίας.

Φυσικά όλα αυτά διατυπώνονται για να φανεί η χρησιμότητα των ΜΜΕ στην οικονομία και την κοινωνία γενικότερα. Η επιχειρηματικότητα των ΜΜΕ είναι σπουδαία για όλα τα κράτη γιατί υπάρχουν ΜΜΕ που είναι ευέλικτες και οι ιδιοκτήτες τους παίρνουν υψηλά ρίσκα ώστε να επενδύουν σε μεγάλα κεφάλαια. Μεγάλο ποσοστό επιχειρήσεων που επενδύουν πετυχαίνει επομένως δημιουργούνται μεγάλες επιχειρήσεις λόγω των επενδύσεων και της επεκτατικής στρατηγικής που ακολουθούν. Ωστε μέσα από την σωστή επιχειρηματική κίνηση μια ΜΜΕ μπορεί να φτάσει σε κολοσσό επιχείρησης. Σε αυτό θα παίξει σημαντικό ρόλο αρκετά πράγματα αφού υπάρχουν αρκετές διαφορές ανάμεσα στις μικρομεσαίες και τις μεγάλες επιχειρήσεις.

2.2.2 Η ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Η εξέλιξη της ανταγωνιστικότητας¹³ είναι πολύ πρόσφατη και προκύπτει από την σύνθεση οικονομικών εννοιών προκύπτοντας από την διοικητική επιστήμη. Ορισμοί έχουν διατυπωθεί αρκετοί και με μεγάλη επιχειρηματολογία. Ένας από αυτούς είναι σύμφωνα με τον κ. Αγαπητό <<ανταγωνιστικότητα είναι η μονάδα που μετράει την αντοχή μιας οικονομίας στον διεθνή ανταγωνισμό ή στον ανταγωνισμό ενός προϊόντος που παράγεται στο εσωτερικό μιας χώρας έναντι ενός όμοιου προϊόντος που παράγεται στο εσωτερικό ή εξωτερικό>>. Ένας άλλος ορισμός της ανταγωνιστικότητας είναι <<ότι αποτελεί το μερίδιο μιας χώρας για τα προϊόντα της στις παγκόσμιες αγορές και καθιστά την ανταγωνιστικότητα ένα παιχνίδι με άθροισμα μηδέν, αφού η ωφέλεια μιας χώρας προκύπτει ανταγωνιστικά εις βάρος άλλων χωρών>>. Αυτός ο ορισμός έχει θετικά στοιχεία για τους επιχειρηματίες γιατί έλκονται περισσότερο στην ιδέα του μεριδίου αγοράς και ότι απευθύνεται άμεσα στα ανταγωνιστικά τους ενδιαφέροντα.

Ένα άλλο σημαντικό του ορισμού της ανταγωνιστικότητας είναι οι πηγές ευημερίας μιας χώρας. Το βιοτικό επίπεδο προσδιορίζεται από την παραγωγικότητα της οικονομίας η οποία έχει τις δικές τις λειτουργίες. Για να αυξηθεί η εθνική παραγωγικότητα θα πρέπει να αυξηθούν οι εξαγωγές προϊόντων και υπηρεσιών μιας χώρας. Αυτό που μας ενδιαφέρει από τις εγχώριες επιχειρήσεις ή θυγατρικές ξένων επιχειρήσεις είναι η αποτελεσματική παραγωγική δραστηριότητα μέσα στην χώρα. Για τις τοπικές επιχειρήσεις η παραγωγικότητας τους επηρεάζεται από το κόστος ζωής, το κόστος επιχειρηματικότητας και το επίπεδο ημερομισθίων. Έτσι η παραγωγικότητα επηρεάζει το σύνολο της οικονομίας και όχι μόνο το εμπόριο. Σε συντομία τα στοιχεία της παραγωγικότητας είναι η αποδοτικότητα, η αποτελεσματικότητα και η κερδοφορία.

Σημαντικός παράγοντας για να υπάρξει οικονομική ανάπτυξη είναι η ανταγωνιστικότητα μιας οικονομίας. Για να επιτευχθεί η ανταγωνιστικότητα γίνεται με δύο τρόπους είτε με χαμηλό μισθών των εργαζομένων είτε με την βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων, με καινοτομία και δημιουργικότητα. Έτσι οι αναπτυγμένες

¹³ Internet sites

[http://nemertes.lis.upatras.gr/jspui/bitstream/10889/2965/3/Nimertis_Zouganeli\(de\).pdf](http://nemertes.lis.upatras.gr/jspui/bitstream/10889/2965/3/Nimertis_Zouganeli(de).pdf)

χώρες προσπαθούν να φέρουν αλλαγές και με τους δύο τρόπους όμως αυτό αρχίζει και γίνεται παράδειγμα για τις μη αναπτυγμένες χώρες που θα πρέπει να ακολουθήσουν το μοντέλο της παγκοσμιοποίησης ώστε να γίνουν πιο ανταγωνιστικές σε διεθνές επίπεδο. Για την ανταγωνιστικότητα ενός έθνους έχουν εκφραστεί πολλές απόψεις και έχουν διετάχθη πολλές έρευνες. Σύμφωνα με το Εθνικό Συμβούλιο Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητα (ΕΣΑΑ) η ανταγωνιστικότητα αναφέρεται στην <<ικανότητα διατήρησης και βελτίωσης του βιοτικού επιπέδου των πολιτών της χώρας – αναβάθμισης του επιχειρηματικού περιβάλλοντος, ενίσχυση της απασχόλησης και της πραγματικής συνοχής, της περιβαλλοντικής προστασίας και αναβάθμισης, της διαρκούς βελτίωσης της παραγωγικότητας- υπό συνθήκες πραγματοποίησης>>. Τέλος ένας άλλος ορισμός σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ είναι <<η ανταγωνιστικότητα ενός έθνους ορίζεται ως ο βαθμός στον οποίο το εν λόγω κράτος υπό δίκαιες συνθήκες ελεύθερου εμπορίου μπορεί να παράγει προϊόντα τα οποία ικανοποιούν τις διεθνείς αγορές ενώ ταυτόχρονα εξασφαλίζει τη μακροπρόθεσμη διατήρηση και αύξηση των πραγματικών εισοδημάτων των πολιτών του>>.

Αυτό που κεντρίζει το ενδιαφέρον είναι η ανταγωνιστικότητα στο επίπεδο της επιχείρησης. Επομένως ανταγωνιστικότητα είναι η επιβίωση και η ανάπτυξη μιας επιχείρησης παίρνοντας υπόψη της τον ανταγωνισμό των άλλων επιχειρήσεων. Συνήθως ανάμεσα στις επιχειρήσεις υπάρχει ανταγωνισμός σε διάφορες λειτουργίες του εξωτερικού περιβάλλοντος. Κάποιες από αυτές είναι η αγορά και οι πόροι με αποτέλεσμα να μπορεί να μετρηθεί η ανταγωνιστικότητα σε μερίδιο αγοράς ή σε καινοτομικά προϊόντα. Επίσης μια επιχείρηση θεωρείται ανταγωνιστική αν μπορεί να παράγει προϊόντα ή υπηρεσίες με χαμηλό κόστος όμως με υψηλά ποιοτικά επίπεδα σε σχέση με τις άλλες επιχειρήσεις της χώρα και διεθνώς και τέλος να μπορέσει να κράτηση το ανταγωνιστικό της πλεονέκτημα για μεγάλο χρονικό διάστημα.

Ένα πολύ σημαντικό σημείο που θα πρέπει να αναφερθεί είναι τι πρέπει να γνωρίζουν οι επιχειρηματίες πριν αρχίσουν την επιχειρηματική τους δραστηριότητα. Αρχικά πρέπει να γνωρίζουν την γνώμη του καταναλωτή για τις άλλες ανταγωνιστικές επιχειρήσεις. Την οικονομική άνεση που τυχόν έχουν οι ανταγωνιστικές επιχειρήσεις. Το μερίδιο αγοράς που καταλαμβάνει κάθε επιχείρηση και ίσως βρει κάποιο κενό ή αποσπάσει κάποιο μερίδιο αγοράς. Έτσι μπορεί να ανακαλύψει κάποιες καινοτομίες ώστε να διαφοροποιηθεί από τους ανταγωνιστές του. Επομένως γνωρίζοντας όλα αυτά εκ των προτέρων ο επιχειρηματίας μπορεί να έχει μια γενική εικόνα αν θα πάρει σωστές αποφάσεις και να ανακαλύψει τους κινδύνους και τις ευκαιρίες που κρύβονται.

Τέλος η ανταγωνιστικότητα εξαρτάται και από το εσωτερικό και από το εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Υπάρχουν πολλές διαφορές ανάμεσα στην διεθνή ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων. Ο καθένας αποβλέπει στα δικά του συμφέροντα που μπορεί να είναι οικονομικά ή ποιοτικά. Όμως τα κράτη αγωνίζονται για ένα πιο καλό περιβάλλον και πιο παραγωγικό για κάθε είδος επιχείρησης που υπάρχει μέσα σε μια χώρα. Κατά συνέπεια η ανταγωνιστικότητα μιας χώρας θέλει να παρέχει στους πολίτες τις ένα ικανοποιητικό βιοτικό επίπεδο για πολλά χρόνια.

2.3 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

2.3.1. ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

Η οικονομική θεωρία αντιμετωπίζει τον επιχειρηματία ως ξεχωριστό παραγωγικό συντελεστή όπως είναι η γη, η εργασία και το κεφάλαιο. Σύμφωνα με τον

Schumpeter¹⁴ θεωρεί τον επιχειρηματία ως μηχανισμό οικονομικής μεταβολής. Στην οικονομική μεταβολή βασικό συστατικό είναι το επιχειρηματικό περιστατικό. Η σημασία του επιχειρηματικού περιστατικού είναι ο νέος συνδυασμός των οικονομικών πόροι οπότε χαρακτηρίζονται από αβεβαιότητα και εφήμερα κέρδη. Βάση θεωρίας το επιχειρηματικό περιστατικό θα πρέπει να έχει και εμπορικό χαρακτήρα. Για να κατανοηθεί η σχέση της οικονομικής ανάπτυξης και της επιχειρηματικότητας πρέπει να αποδειχθεί ότι υπάρχει αλληλεσύνδεση και αλληλεξάρτηση της οικονομικής δραστηριότητας. Επομένως η κυκλική ροή των δραστηριοτήτων και η σύνδεση με όλες τις λειτουργίες της οικονομίας είναι συνεχιζόμενη ώστε αυτή η λειτουργία να επιφέρει την οικονομική ανάπτυξη.

Σ αυτό το σημείο υπάρχει ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας και η οικονομική ανάπτυξη δεν συνυπάρχουν αν δεν υπάρχουν κάποιες αντιστάσεις. Αρχικά ο επιχειρηματίας μπορεί να είναι διστακτικός και να μην θέλει να αναλάβει την ευθύνη της επιχειρηματικής δραστηριότητας γιατί το αποτέλεσμα της είναι αβέβαιο. Όμως ο παράγοντας που κάνει τους επιχειρηματίες να αναλαμβάνουν τις ευθύνες είναι το επιχειρηματικό κέρδος. Επομένως εφαρμόζεται ένας νέος συνδυασμός παραγωγικών συντελεστών που είναι το επιχειρηματικό κέρδος και η αμοιβή του. Όπως αναφέρει ο Schumpeter ο επιχειρηματίας δεν μπορεί να προβλέψει τα κέρδη ούτε την διάρκεια τους αντίθετα αναπτύσσει μια εσωτερική θεωρία της οικονομικής ανάπτυξης που στηρίζεται καθ'αυτό στην επιχειρηματική δραστηριότητα.

Η οικονομική ανάπτυξη περιγράφεται ως εξής τα επιχειρηματικά περιστατικά μπορεί να επιτύχουν αλλά υπάρχουν κάποιες αλλαγές στην κυκλική ροή των πόρων. Όστε να χαλάει το σημείο ισορροπίας και με διάφορες αυξομειώσεις των επιχειρηματικών γεγονότων και της παραγωγής να προσπαθεί να βρει νέο σημείο ισορροπίας .

Οι παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματική ανάπτυξη είναι οι ικανότητες και η προσωπικότητα του επιχειρηματία και του καταναλωτή, οι διαθέσιμοι πόροι, η εξειδίκευση εργασίας και η τεχνολογική εξέλιξη. Επίσης είναι η διάρθρωση της αγοράς, οι τεχνικές προδιαγραφές και τέλος τα επιχειρηματικά και φορολογικά κίνητρα.

Η θεωρία του Leibenstein για την επιχειρηματικότητα επικεντρώνεται στον επιτυχημένο επιχειρηματία που προβλέπει τις αγορές και τις βελτιωμένες μεταβολές στα προϊόντα και στις διαδικασίες.

Βάση αυτών των θεωριών ,δηλαδή του Schumpeter και του Leibenstein ξεχωρίζουν δύο τύποι επιχειρηματία. Πρώτα αυτός που προκαλεί την οικονομική ανάπτυξη με την εφαρμογή νέων ιδεών και δεύτερο αυτός που προκαλεί μικρές μεταβολές στις ήδη υπάρχον διαδικασίες. Και στην συνέχεια εφαρμόζει και δύο τύπους επιχειρηματικών περιστατικών που ο πρώτος είναι το καταλυτικό δηλαδή είναι η δημιουργία του νέου συνδυασμού καταστάσεων και δεύτερων είναι το καταναλωτικό ή ανακαταναλωτικό που εξηγείται ως οι επιπτώσεις στην οικονομική δραστηριότητα.

Όπως έχουν αναφέρει αρκετοί οικονομολόγοι υπάρχει θετική σχέση ανάμεσα στην επιχειρηματικότητα και την οικονομική ανάπτυξη. Γι αυτό το θέμα έχουν ασχοληθεί εκτενώς το Παγκόσμιο Παρατηρητήριο για την Επιχειρηματικότητα (GEM) με διάφορες έρευνες και έχει κατάληξη στον ορισμό που είναι <<η αύξηση της επιχειρηματικότητας οδηγεί σε υψηλότερους ρυθμούς οικονομικής μεγέθυνσης >>.

¹⁴ Βλ. Πετράκης Π (1996) «Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη», Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση σελ. 139

Έτσι τονίζουν ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα είναι συνέπεια παρά αίτιο της οικονομικής μεγέθυνσης.

Σύμφωνα με τους Audretsch και Thurik¹⁵ πιστεύουν ότι <<οι χώρες που έχουν σημειώσει αύξηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας απολαμβάνουν ψηλότερους ρυθμούς οικονομικής μεγέθυνσης, καθώς και μεγαλύτερη μείωση της ανεργίας>>. Όσο αφορά τις μικρές επιχειρήσεις αν το επίπεδο οικονομικής ανάπτυξης είναι δεδομένο και το επίπεδο επιχειρηματικότητας είναι υψηλό τότε ο ρυθμός των μικρών επιχειρήσεων θα αυξηθεί με αποτέλεσμα να περιοριστή η οικονομική μεγέθυνση και φυσικά ισχύει το αντίστροφο.

Ο Wennekers και Thurik στόχευσαν στην ανταγωνιστικότητα και στην επιλογή από την ποικιλία δηλαδή η πολιτική θα πρέπει να μην δυσκολεύουν τα εμπόδια εσόδων και εξόδων από την επιχειρηματική δραστηριότητα ώστε να υπάρχει ο καλύτερος αριθμός επιχειρήσεων.

Βάση της επιχειρηματικότητας δεν απορρέει μόνο η οικονομική ανάπτυξη αλλά και η ανάπτυξη μιας χώρας. Έτσι έχουν θεσπιστεί κάποιοι οικονομικοί θεσμοί μέσα σε κάθε χώρα. Σύμφωνα με τους Boettke και Kozne που πιστεύουν ότι υπάρχουν δύο θεσμοί την ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας που είναι τα δικαιώματα ιδιοκτησίας και την επιβολή του νόμου.

Σύμφωνα με τον Adam Smith <<για να περάσει ένα κράτος από την μέγιστη βαρβαρότητα στο μέγιστο βαθμό αφθονίας δεν χρειάζεται σχεδόν τίποτα άλλο εκτός από ειρήνη, χαλαρή φορολογία και ανεκτή απονομής δικαιοσύνης όλα τα υπόλοιπα προκύπτουν φυσιολογικά>>.

Τέλος ως αποτέλεσμα βγαίνει ότι οι επιχειρήσεις έχουν το πλεονέκτημα της εθνικής οικονομικής ανάπτυξης και ο επιχειρηματίας συνήθως μέσα από μικρές επιχειρήσεις είναι ο πρώτος που φέρνει την οικονομική μεγέθυνση, την καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα. Επίσης όπως φαίνεται η επιχειρηματικότητα έχει θετική σχέση με την οικονομική ανάπτυξη.

2.3.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Στους πιο πάνω παραγράφους έχει διατυπωθεί η έννοια της επιχειρηματικότητας από πολλούς οικονομολόγους. Σ αυτό το κομμάτι θα αναλυθούν οι θεωρίες των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Επομένως υπάρχουν έξι επιχειρηματικές δραστηριότητες¹⁶.

Πρώτων και σημαντικό είναι η ανάληψη των κινδύνων από την αβεβαιότητα πολλοί επιχειρηματίες καλούνται να πάρουν αποφάσεις και να αναλαμβάνουν κινδύνους από την αβεβαιότητα. Οι κίνδυνοι αυτοί μπορούν να διαχωριστούν σε αυτούς που μπορούν να προβλεφθούν και σε αυτούς που η οικονομική τους αξία δεν μπορεί να προβλεφτεί και αυτοί προέρχονται από την αβεβαιότητα στην πραγματική οικονομική ζωή. Η αβεβαιότητα προέρχεται κυρίως από τις οικονομικές μεταβλητές, από το χρόνο λήψης των αποφάσεων και από την έλλειψη γνώσης ή η σωστή πληροφόρηση. Επομένως ο επιχειρηματίας δεν μπορεί να ελέγξει τις ενέργειες του

¹⁵ Βλ. David Deakins και Mark Freel (2007) «Επιχειρηματικότητα», Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική σελ. 92

¹⁶ Βλ. Καραγιάννης Α και Χασσίδ Ι (1999) «Η Επιχειρηματικότητα στην Ελληνική Οικονομία», Αθήνα, Εκδόσεις Interbooks σελ.13

για την λήψη σωστών αποφάσεων για αυτό συνηθίζεται να αναλαμβάνουν μετρίους κινδύνους φυσικά εδώ παίζει ρόλο και ο χαρακτήρας του επιχειρηματία.

Δεύτερη είναι η οργάνωση της επιχείρησης. Σύμφωνα με τη θεωρία ο επιχειρηματίας προσπαθεί να επιτύχει την οργάνωση των πραγματικών συντελεστών που θα του δώσουν οικονομικά κέρδη και την αποτελεσματικότητά τους. Η θεωρία του Leibenstein αναφέρει την απροσδιόριστη αναποτελεσματικότητα που μειώνεται από τη δράση του παράγοντα επιχειρηματικότητας μέσω κάποιων ενεργειών.

Τρίτη δράση είναι η λήψη αποφάσεων για να συντονιστούν οι συντελεστές παραγωγής. Εδώ αναφέρεται ότι ο επιχειρηματίας καλείται να πάρει μία σημαντική απόφαση όπου τη συνθέτουν τα εξής στάδια: Αρχικά πρέπει να εντοπίσει τις οικονομικές ευκαιρίες, η επιλογή αυτών των ευκαιριών ως κατάλληλες για την επιχείρηση καθώς και την εκτίμηση των εμποδίων. Τέλος πρέπει να προνοήσει για την αντιμετώπιση τυχών προβλημάτων.

Τέταρτο είναι η καινοτομική δράση. Σύμφωνα με τη θεωρία του Schumpeter για τον καινοτόμο επιχειρηματία, πρέπει τα άτομα αυτά να προσπαθούν να ανακαλύψουν κάποιες τεχνολογικές ή επιστημονικές καινοτομίες με στόχο την αύξηση του κέρδους. Και ένας άλλος όρος που χρησιμοποιείται είναι οι εφευρέσεις όμως υπάρχουν διαφορές από την καινοτομία. Η βασική διαφορά είναι ότι οι εφευρέσεις δημιουργούνται από επιστήμονες που μετά τις παίρνει ο επιχειρηματίας και τις αξιοποιεί στην παραγωγική διαδικασία ώστε να χρησιμοποιηθούν με τέτοιο τρόπο για την μεγιστοποίηση των οφελών του.

Πέμπτον είναι η αξιοποίηση ευκαιριακού κέρδους. Αυτή η θεωρία αναπτύχθηκε από τον Kirzner ο οποίος τονίζει τον επιχειρηματία ως άτομο που μπορεί να αναγνωρίσει και να αξιοποιήσει κάθε ευκαιρία κέρδους. Επίσης τονίζει ότι ο επιχειρηματίας πρέπει να αντλεί γνώσεις και καλή πληροφόρηση ώστε να αναγνωρίζει την ευκαιρία κέρδους, ειδικότερα στη σύγχρονη εποχή που η ανταγωνιστικότητα και η παραπληροφόρηση έχουν φθάσει στο απόγειο.

Τέλος υπάρχει η συνθετική θεωρία που συγκεντρώνει όλες τις παραπάνω θεωρίες και φυσικά έχει ως αποτέλεσμα την μεγιστοποίηση των κερδών της επιχείρησης.

2.3.3 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΕΥΚΑΙΡΙΑ

Για να δημιουργηθεί κάθε επιχείρηση ο επιχειρηματίας πρέπει να αναγνωρίζει τις επιχειρηματικές ευκαιρίες. Επομένως επιχειρηματική ευκαιρία δεν είναι τίποτα άλλο παρά να ικανοποιήσουμε μια ανάγκη της αγοράς. Πιο αναλυτικά είναι το οικονομικό όφελος από την ικανοποίηση μιας ανάγκης που οι άλλοι άνθρωποι αδυνατούν να την δουν και έτσι χρειάζεται γνώση και σωστή πληροφόρηση.

Αυτή η ανάγκη όμως μπορεί να μην γνωρίζεται από τον επιχειρηματίας και έτσι θα πρέπει να την καλύψουμε. Υπάρχουν πέντε τύποι επιχειρηματικών ευκαιριών¹⁷. Αρχικά υπάρχουν τα όνειρα δηλαδή η ανάγκη είναι άγνωστη αλλά και η λύση τους είναι άγνωστη. Έπειτα είναι η επίλυση προβλήματος δηλαδή η ανάγκη είναι γνωστή και η λύση είναι άγνωστη. Όπως κάποιες ανάγκες δεν μπορούν να καλυφθούν με καμία τεχνολογική εξέλιξη. Επίσης υπάρχει η μεταφορά τεχνολογίας που μέσω της υπάρχουσας τεχνολογίας αναπτύσσουν νέα προϊόντα ή βελτιώνουν τα ήδη υπάρχον.

¹⁷ Internet site <http://www.lib.teiher.gr/webnotes/sdo/Epixeirimatikotita/index.html>

Τέλος είναι η δημιουργία επιχείρησης που ο επιχειρηματίας γνωρίζει τις ανάγκες των καταναλωτών και προσπαθεί να τις καλύψει.

Λόγω των συχνών αλλαγών στο επιχειρησιακό περιβάλλον δημιουργούνται όλο και περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες. Έτσι ο επιχειρηματίας πρέπει να είναι σε εγρήγορση και να αντιληφτεί και να εκμεταλλευτεί την ευκαιρία. Αυτό γίνεται με έρευνες για να ανακαλύψεις την ευκαιρία και τις περισσότερες φορές η ευκαιρία υπάρχει και οι ανάγκες έχουν κωδικοποιηθεί έτσι που να μην γίνονται εμφανές. Επομένως από μια έρευνα και από καλές πηγές πληροφόρησης ο επιχειρηματίας μπορεί να δημιουργήσει επιχειρηματική ευκαιρία.

Όπως ήδη αναφέρθηκε η γνώση είναι ένας σημαντικός παράγοντας εντοπισμού της επιχειρηματικής ευκαιρίας. Γι αυτό οι επιχειρηματίες συχνά ιδρύουν επιχειρήσεις με αντικείμενο την προηγούμενη δουλειά τους που πέρα από την γνώση διαθέτουν και την εμπειρία. Ο εντοπισμός όμως της ευκαιρίας σε σχέση με την γνώση γίνεται στο ότι μπορεί πολλά άτομα να έχουν την ίδια πληροφορία την ίδια στιγμή αλλά να μην μπορούν να κρίνουν ότι αυτή είναι η επιχειρηματική ευκαιρία. Επίσης οι γνώσεις βοηθούν πολύ στην αγορά, στους τρόπους εξυπηρέτησης της αγοράς και στα προβλήματα των πελατών. Βέβαια για περισσότερες πληροφορίες οι επιχειρηματίες μπορούν να κάνουν έρευνες που υπάρχουν δύο μέθοδοι η πρωτογενείς και η δευτερογενείς.

Επομένως για την διαδικασία εντοπισμού της επιχειρηματικής ευκαιρίας υπάρχουν τρία στάδια τα οποία είναι. Το πρώτο στάδιο είναι η αναγνώριση της ευκαιρίας. Αυτό το στάδιο περιλαμβάνει να βρουν την ανάγκη της αγοράς. Να βρουν αν υπάρχουν κοινά χαρακτηριστικά με τις ανάγκες και με τους ήδη υπάρχον πόρους της επιχείρησης. Και τέλος να βρουν ένα τρόπο να ταιριάξουν τους άσχετους πόρους με τις ανάγκες της αγοράς. Επομένως σε αυτό το σημείο μελετούν το περιβάλλον και προσπαθούν να ανακαλύψουν πιθανές ευκαιρίες.

Το δεύτερο στάδιο είναι η ανάπτυξη όπου ο επιχειρηματίας έχει συλλάβει την ιδέα και αρχίζει στο μυαλό του να υλοποιείται. Γι αυτό στο στάδιο αυτό πρέπει να ελέγξουν της λεπτομέρειες της αγοράς, τους καταναλωτές και στα ανταγωνιστικά προϊόντα.

Το τρίτο και το τελευταίο στάδιο είναι η αξιολόγηση της ευκαιρίας. Εδώ ο επιχειρηματίας πρέπει να θέσει κάποια κριτήρια και να ανακαλύψει αν μπορούν να ικανοποιηθούν πριν ακόμα να αναλάβει αυτήν την επιχειρηματική ευκαιρία. Τα κριτήρια αυτά μπορούν να είναι οικονομικά είτε προσωπικά ανάλογα με τον χαρακτήρα του ατόμου.

2.3.4 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Σ αυτό το κομμάτι του κεφαλαίου θα αναφερθεί ο χρήσιμος ρόλος του επιχειρηματικού σχεδιασμού. Ο κάθε επιχειρηματίας πριν φτιάξει μια καινούργια επιχείρηση ή πριν προβεί σε αλλαγές της ήδη υπάρχουσας επιχείρησης θα είναι πολύ χρήσιμο και απαραίτητο ένα επιχειρηματικό σχέδιο. Επομένως επιχειρηματικό σχέδιο είναι ένα έγγραφο που αναλύει τον τρόπο διαχείρισης μιας δραστηριότητας και το χρονικό διάστημα που θα εκπληρωθεί η δραστηριότητα. Το χρονικό διάστημα καθορίζεται από τον επιχειρηματία και φυσικά παίζει ρόλο η δραστηριότητα και η λειτουργία του οργανισμού.

Οι λόγοι που είναι χρήσιμο και απαραίτητο το επιχειρηματικό σχέδιο είναι πολλοί και σημαντικοί. Αρχικά είναι ένας καθοδηγητής του επιχειρηματία που μπορεί να

τροποποίηση κάποια πράγματα παρακολουθώντας τις εξελίξεις του περιβάλλοντος. Έπειτα εξασφαλίζει στον επιχειρηματία χρηματοδότηση αυτό συμβαίνει γιατί οι τράπεζες και κάθε χρηματοδότης πρέπει να έχουν μια σιγουριά και έτσι το επιχειρηματικό σχέδιο δείχνει ξεκάθαρα την πορεία και τις προθέσεις του επιχειρηματία. Δίνει πληροφορίες για τα επενδυτικά κεφάλαια και το κεφάλαιο κίνησης, για το χρόνο που θα χρειαστεί και πως θα τα αποκτήσει. Παρακολουθεί και καταγράφει τον ανταγωνισμό που έχει. Επίσης προστατεύει την επιχείρηση από τους κινδύνους που θα υπάρξουν ώστε να αντιμετωπιστούν πιο εύκολα και πιο γρήγορα. Τέλος του διασφαλίζει το ερώτημα αν όντως είναι ικανός να ανοίξει και να διαχειριστή μια επιχείρηση ή να κάνει της αλλαγές στην ήδη υπάρχουσα και μέσα από τον προγραμματισμό που θα τον οδήγησε αυτή η κίνηση.

Τα τρία βασικά σημεία που θα πρέπει να έχει διαλευκάνει ο επιχειρηματίας για την σύσταση του επιχειρηματικού σχεδίου είναι τι θα παράγει η επιχείρηση, πόσο θα παράγει και πως θα τα παράγει. Αυτά ήταν τα αρχικά σημεία όμως για να θεωρηθεί ένα επιχειρηματικό σχέδιο πλήρες πρέπει να γίνει πιο αναλυτικό και να περιλαμβάνει τις πιο βασικές λειτουργίες της επιχείρησης. Επομένως τα στοιχεία που πρέπει να αναλυθούν για την συγγραφή του επιχειρηματικού σχεδίου¹⁸ είναι:

-Στοιχεία για την επιχείρηση

- ❖ Περιγραφή της επιχείρησης και των προϊόντων της
- ❖ Μάρκετινγκ
- ❖ Αγορά και Ανταγωνισμός
- ❖ Λειτουργικές - Παραγωγικές Διαδικασίες
- ❖ Τόπος Εγκατάστασης
- ❖ Η Τεχνολογία που θα χρησιμοποιηθεί
- ❖ Ανθρώπινο Δυναμικό

- Οικονομικά Στοιχεία

- ❖ Διάρθρωση Χρηματοδότησης
- ❖ Κατάσταση Εξοπλισμού
- ❖ Ισολογισμός τριών έως πέντε τελευταίων ετών
- ❖ Προβλέψεις για τις πωλήσεις και τα κέρδη για την επόμενη τριετία.
- ❖ Προϋπολογιστικά Αποτελέσματα Χρήσεως για τα επόμενα τρία χρόνια με
- ❖ προβλέψεις που στηρίζονται σε συγκεκριμένες παραδοχές-υποθέσεις.
- ❖ Προϋπολογιστική Ταμειακή Ροή για τα επόμενα τρία χρόνια.

-Συμπληρωματικά στοιχεία τα οποία περιλαμβάνονται στο παράρτημα και τα αναφέρουμε πιο κάτω.

Μέσα από το επιχειρηματικό σχέδιο πρέπει να είναι εμφανείς οι στόχοι της επιχείρησης και θα πρέπει να γράφονται αναλυτικά. Επομένως για να είναι πιο αποτελεσματικό πρέπει αρχικά να έχει ποσοτικοποιημένα δηλαδή να εκφράζονται σε μετρήσιμα μεγέθη. Πολύ σημαντικό να είναι χρονικά δυνατές δηλαδή να πραγματοποιούνται στο χρονικό διάστημα που έχει ορίσει ο επιχειρηματίας. Επίσης να είναι ρεαλιστικοί και να μπορούν να πραγματοποιηθούν δηλαδή να χαρακτηρίζονται από πραγματικό περιβάλλον και να μπορούν να επιτευχθούν. Παίζουν ένα ρόλο δεικτών δηλαδή προσανατολίζουν την πορεία της επιχείρησης και τέλος ορίζουν ποιοτικά κριτήρια δηλαδή πέρα από την επίτευξη των χρηματοοικονομικών στόχων προσπαθούν να βελτιώσουν και τα ποιοτικά μεγέθη μη μετρήσιμα.

2.4 ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ

¹⁸ Internet site <http://www.lib.teiher.gr/webnotes/sdo/Epixeirimatikotita/index.html>

2.4.1. ΠΗΓΕΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗΣ

Σ αυτό το σημείο θα γίνει μια αναφορά για τις πηγές χρηματοδότησης των επιχειρήσεων. Πολλοί επιχειρηματίες και πολλές μικρομεσαίες επιχειρήσεις δεν μπορούν να εισαχθούν στο χρηματιστήριο ώστε να έχουν κάποια πηγή χρηματοδότησης. Επίσης δεν μπορούν ούτε να συνάψουν μακροπρόθεσμα δάνεια λόγω του υψηλότερου κινδύνου που έχουν. Επομένως υπάρχουν αρκετές δυσκολίες σε μικρές επιχειρήσεις σε ότι αφορά την μακροπρόθεσμοι χρηματοδότηση γι αυτό θα πρέπει να αφεθούν στις αποταμιεύσεις και στο προσωπικό κεφάλαιο. Αυτά που αναφέρθηκαν ανήκουν στις εσωτερικές πηγές χρηματοδότησης και μια άλλη κατηγορία είναι η άντληση χρημάτων από φίλους ή συγγενής ή τα αδιανέμητα κέρδη της επιχείρησης.

Όσο αφορά την εξωτερική χρηματοδότηση¹⁹ μπορεί να αντληθεί από πολλές πηγές. Μερικές από αυτές είναι οι βραχυπρόθεσμες τραπεζικές χορηγήσεις, οι Εταιρίες Κεφαλαίου Επιχειρηματικών Συμμετοχών (ΕΚΕΣ), οι ανεπίσημοι- άτυποι επενδυτές, Επιχειρηματικά Κεφάλαια Υψηλού Κινδύνου (ΕΚΥΚ), βραχυπρόθεσμες εμπορικές πιστώσεις. Κάποιες άλλες πηγές είναι η χρηματοδοτική μίσθωση, η μίσθωση και η εξαγορά και η πρακτόρευση απαιτήσεων.

Πολλές τράπεζες πλημμυρίζονται από αιτήσεις για δάνεια από επιχειρηματίες και μικρές επιχειρήσεις. Όμως έχουν πολλά που πρέπει να εξετάσουν πριν χορηγήσουν κάποιο δανεισμό. Για τις τράπεζες δυο είναι τα προβλήματα η δυσμενής επιλογή και ο ηθικός κίνδυνος. Όμως από τότε που έχει αναπτυχθεί ο επιχειρηματικός σχεδιασμός τα πράγματα έχουν γίνει πιο ελαστικά αφού εξετάζουν την πορεία που θέλει να ακολουθήσει η επιχείρηση. Με αυτό τον τρόπο η τράπεζα δεν παίρνει μεγάλο ρίσκο με αποτέλεσμα να είναι πιο σίγουρη για την επιλογή τους.

Όσο αφορά τις Εταιρίες Κεφαλαίου Επιχειρηματικών Συμμετοχών (ΕΚΕΣ) ο ορισμός δόθηκε από τον Amit²⁰ <<οι ΕΚΕΣ δραστηριοποιούνται σε περιβάλλοντα όπου η σχετική αποτελεσματικότητα τους στην επιλογή και παρακολούθηση επενδύσεων τους προσδίδει ένα συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των άλλων επενδυτών. Οι ΕΚΕΣ θα πρέπει να παίζουν σημαντικό ρόλο σε κλάδους όπου η πληροφόρηση έχει μεγάλη σημασία, όπως η βιοτεχνολογία, η παραγωγή λογισμικού κ.λπ., παρά σε <<συνηθισμένες>> νεοσύστατες επιχειρήσεις, όπως τα εστιατόρια, τα καταστήματα λιανικού εμπορίου κ.λπ. οι δεύτερες φέρουν κίνδυνο, επειδή οι αποδόσεις τους παρουσιάζουν μεγάλες διακυμάνσεις, αλλά η παρακολούθηση τους είναι σχετικά εύκολη από τους παραδοσιακούς φορείς χρηματοπιστωτικής διαμεσολάβησης>>

Σκοπό των ΕΚΕΣ είναι η συμμετοχή στο κεφάλαιο επιχειρήσεων οι οποίες δεν έχουν εισαχθεί στο χρηματιστήριο. Οι εταιρίες αυτές παίρνουν υψηλές κρατικές επιχορήγησης που φτάνουν στο 20% της συμμετοχή τους γιατί επενδύουν στην υψηλή τεχνολογία και καινοτομία.

Επίσης μια άλλη πηγή χρηματοδότησης είναι τα Επιχειρηματικά Κεφάλαια Υψηλού Κινδύνου (ΕΚΥΚ). Τα τελευταία χρόνια έχουν μεγάλη αύξηση και όλο περισσότερες επιχειρηματίες μικρών επιχειρήσεων αναζητούν μια πρόσβαση σε αυτά τα κεφάλαια. Επομένως τα ΕΚΥΚ είναι επενδύσεις σε μη εισαγόμενες στο χρηματιστήριο

¹⁹ Βλ. David Deakins και Mark Freel (2007) «Επιχειρηματικότητα», Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική σελ. 161

²⁰ Βλ. David Deakins και Mark Freel (2007) «Επιχειρηματικότητα», Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική σελ. 203

επιχειρήσεις με δυνατότητα ανάπτυξης, με στόχο την εξασφάλιση κεφαλαιακών κερδών, που έχουν υψηλό κίνδυνο και χαμηλή ρευστότητα στην επένδυση και ο επενδυτής δεσμεύεται στην επιχείρηση. Επίσης τα ΕΚΥΚ είναι κατά βάση επιλεγμένα να επενδύουν το μετοχικό κεφάλαιο.

Όπως αναφέρουν οι Mason και Harrison <<αντικειμενικός στόχος των ΕΚΥΚ είναι να επιτύχουν υψηλή απόδοση επένδυσης, με την μορφή κεφαλαιακών κερδών μέσω της εξόδου, η οποία επιτυγχάνεται με την πώληση του μετοχικού μεριδίου παρά μέσω των εσόδων από μερίσματα. Φυσιολογικά η έξοδος επιτυγχάνεται είτε μέσω αρχικής δημόσιας προσφοράς μετοχών, η οποία περιλαμβάνει την εισαγωγή της εταιρείας σε κάποιο χρηματιστήριο, όπου οι μετοχές της αποτελούν αντικείμενο ελεύθερης διαπραγματεύσεως, ή μέσω πώλησης, στο πλαίσιο της οποίας η ΕΚΕΣ, συνήθως σε συνεργασία με τους άλλους μετόχους της επιχείρησης, πουλά την συμμετοχή της σε κάποια άλλη εταιρεία>>.

Τέλος θα αναφερθούν επιγραμματικά τα διάφορα είδη των ΕΚΥΚ τα οποία είναι αρχικά τα θεσμικά ή επίσημα ΕΚΥΚ δηλαδή πρόκειται για επενδύσεις σε επιχειρήσεις υψηλού κινδύνου από εταιρείες που είναι επαγγελματίες. Έπειτα τα άτυπα ΕΚΥΚ ή επιχειρηματικούς αγγέλους τα οποία είναι επενδύσεις από πλούσιους ανθρώπους που το μόνο που επιδιώκουν είναι να αξιοποιήσουν τους οικονομικούς πόρους με την εμπειρία και τα συμφέροντα τους. Ένα άλλο είναι τα εταιρικά ΕΚΥΚ που πρόκειται για επενδύσεις από μεγάλες επιχειρήσεις σε μικρές επιχειρήσεις με μόνο σκοπό στρατηγικά κίνητρα και των ανταγωνισμό. Τέλος είναι τα ΕΚΥΚ δημοσίου τομέα τα οποία βρίσκονται σε μικρότερο ποσοστό και η διαδικασία είναι η συγκέντρωση κεφαλαίου σε ιδιωτικό και δημόσιο τομέα και η διαχείριση τους γίνεται με ιδιωτικά κριτήρια.

2.4.2 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Κάθε επιχειρηματική δραστηριότητα έχει κάποια αποτελέσματα για αυτό σε αυτήν την παράγραφο θα δοθούν τα οικονομικά αποτελέσματα²¹ της επιχειρηματικότητας.

Αρχικό αποτέλεσμα είναι η καινοτομία στην αγορά. Αυτό εξηγείτε στο ότι έχει μονοπωλιακά κέρδη μόνο για λίγο χρονικό διάστημα. Αυτό συμβαίνει γιατί μόλις το προϊόν ή υπηρεσία εισάγεται στην αγορά υπάρχουν οι μιμητές που θα πάρουν κάποιο ποσοστό της αγοράς. Έπειτα είναι ότι μέσα από την καινοτομία δραστηριότητα υπάρχουν βελτιώσεις προϊόντων ή υπηρεσιών που χρησιμοποιούνται ως όφελος των καταναλωτών. Έτσι θα αναπτυχθούν και τεχνολογική εξέλιξη και προώθηση προϊόντων που θα πρέπει να καλυφθούν από εξειδικευμένο προσωπικό και επομένως δημιουργούνται καινούργιες θέσεις εργασίας. Κατά συνέπεια όλων αυτών η παραγωγή θα αυξηθεί με αποτέλεσμα την μείωση κόστους και λόγω της μεγάλης ζήτησης θα χρειασθούν μεγάλες ποσότητες πρώτων υλών με στόχο ευνοϊκότερους όρους και πιο φτηνές πρώτες ύλες.

Ένα εξίσου σημαντικό αποτέλεσμα είναι η ανάπτυξη νέων μορφών οργάνωσης των επιχειρήσεων. Με αποτέλεσμα την καλύτερη εκμετάλλευση των γνώσεων και των επιδεξιοτήτων των εργαζομένων. Έτσι θα υπάρξει καλύτερη πληροφόρηση, νέα στρατηγική και θα δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας. Ένα ακόμα είναι ότι μέσω της νέας αγοράς θα ανοίξουν και άλλες επιχειρήσεις ανταγωνιστικές με σκοπό την καλύτερη οικονομική ανάπτυξη.

²¹ Βλ. Καραγιάννης Α και Χασσίδ Ι (1999) <<Η Επιχειρηματικότητα στην Ελληνική Οικονομία>>, Αθήνα, Εκδόσεις Interbooks σελ.19

Όπως αναφέρεται πιο πάνω για τις μιμητικές επιχειρήσεις αυτές με την σειρά τους ίσως μέσα από την διαμόρφωση του προϊόντος να κάνουν οι ίδιοι μια πρωτοποριακή καινοτομία. Επίσης μέσω της αναζήτησης και αξιοποίησης κάθε ευκαιρία κέρδους καρποφορεί η επιχειρηματικότητα με αποτέλεσμα να υπάρχει οικονομική ισορροπία.

Φυσικά υπάρχουν και αρνητικά αποτελέσματα στην επιχειρηματική δράση. Αρχικά μειώνεται η δράση του καταναλωτή μέσω της καινοτομικής δράσης. Επίσης αυξάνεται η αβεβαιότητα που έχουν οι επιχειρηματίες αλλά και οι εργαζόμενοι. Και τέλος αυξάνεται η διαρθρωτική ανεργία.

Γενικά τα αρνητικά και τα θετικά αποτελέσματα της επιχειρηματικότητας παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο μέσα σε μια χώρα γιατί από αυτά οδηγούνται στην οικονομική ανάπτυξη και μπορούν να χρησιμοποιηθούν ως βάση για την κατάληξη της οικονομικής και κοινωνικής πολιτικής.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3° : ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σ αυτό το κεφάλαιο θα γίνει μια εκτενής ανάλυση για την καινοτομία. Αρχικά θα αναφερθεί ο καινοτόμος επιχειρηματίας, η καινοτομική επιχειρηματικότητα και τα μεγέθη των επιχειρήσεων σε σχέση με την επιχειρηματικότητα. Έπειτα θα αναλυθεί και η οικονομική ανάπτυξη που προκύπτει από τα προηγούμενα. Τέλος θα αναφερθεί η διαδικασία της καινοτομίας, η ιδέα της, η δημιουργικότητα, το πώς εισάγονται τα νέα προϊόντα στην αγορά και η λειτουργία του τμήματος Έρευνας και Ανάπτυξης.

3.1 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ

3.1.1. Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ²² <<καινοτομία είναι η διαδικασία μετατροπής μια νέας ιδέας σε προϊόν ή υπηρεσία που θα διατεθεί στην αγορά ή σε ανάπτυξη νέων ή βελτιωμένων διαδικασιών>>. Ο συγκεκριμένος ορισμός είναι πολύ σύντομος όμως έχουν διατυπωθεί πολλοί ορισμοί της καινοτομίας από αρκετούς οικονομολόγους. Υπάρχουν τρία βασικά χαρακτηριστικά της καινοτομίας και αυτά είναι η διαδικασία εφαρμογής και η διαχείριση μιας νέας ιδέας ή εφεύρεσης. Έπειτα η συνολική

²² Βλ. ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, (2009). «Καινοτόμος Επιχειρηματικότητα». Αθήνα σελ 16

διαδικασία που αναφέρει την δημιουργία, την αξιολόγηση και την εφαρμογή της ιδέας και τέλος η ιδέα μπορεί να μην είναι μια τεχνολογική εξέλιξη.

Λίγο πιο πάνω αναφέρθηκε η λέξη δημιουργικότητα²³ στην ουσία αποτελεί το πρώτο στάδιο της διαδικασίας της καινοτομίας. Αρκετοί πιστεύουν ότι μέσα από το κατάλληλο επιχειρηματικό περιβάλλον και την δημιουργικότητα βγαίνει σαν αποτέλεσμα η καινοτομία. Άλλοι πάλι πιστεύουν ότι σημαντικό ρόλο στην καινοτομία παίζει η σωστή διοίκηση ανθρώπινου δυναμικού.

Στις μέρες που αναπτύσσεται η καινοτομία υπάρχει μεγάλη συσχέτιση με την εφεύρεση ή την πατέντα. Γενική άποψη που επικρατεί είναι ότι η καινοτομία περιλαμβάνει την εφεύρεση αλλά δεν είναι ταυτόσημες έννοιες. Αυτό εξηγείται στο ότι ο καινοτόμος επιχειρηματίας μπορεί να προβεί σε μια εφεύρεση αλλά δεν μένει μόνο εκεί. Ουσιαστικά μέσα από την εφεύρεση του αν είναι επιτυχημένη πρέπει να προωθήσει στην αγορά. Ως αποτέλεσμα προκύπτει ότι δεν αρκεί μόνο μια εφεύρεση ή πατέντα για να είναι καινοτόμος πρέπει να περάσει και από της άλλες λειτουργίες της επιχείρησης ώστε να είναι επιτυχής.

❖ ΑΠΟΨΕΙΣ ΟΙΚΟΝΟΜΟΛΟΓΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Ο Joseph Schumpeter ήταν ο πρώτος οικονομολόγος που ασχολήθηκε με την έννοια της καινοτομίας στην οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη. Επίσης έγινε γνωστός ως ο ιδρυτής της θεωρίας της καινοτομίας και ανήκει στην αυστριακή σχολή. Κατά τον Schumpeter²⁴ << οι καινοτομίες είναι νέα και βελτιωμένα προϊόντα και διαδικασίες, νέα οργανωτικά πρότυπα, η εφαρμογή της υπάρχουσας τεχνολογίας σε νέα πεδία, η ανακάλυψη νέων πόρων και το άνοιγμα νέων αγορών>>. Επομένως ο επιχειρηματίας είναι που δημιουργεί και επιλύει τις παραγωγικές ανισορροπίες με αλλαγές στην τεχνολογία και στην οργάνωση. Ο ορισμός της τεχνολογίας κατά την νεοκλασική θεωρία έχει περιορισμένο εύρος ώστε να μην λαμβάνει υπόψη του την καινοτομία. Η τεχνολογία και η καινοτομία σχετίζονται με τον σχεδιασμό, την ποιότητα του προϊόντος και των πρώτων υλών.

Ο Schumpeter ανέδειξε πέντε τύπους καινοτομίας

- ❖ Νέα προϊόντα ή αλλαγή σε ήδη υπάρχοντα προϊόντα
- ❖ Καινοτομία στην παραγωγή
- ❖ Πρόοδο νέων πηγών προμηθειών για πρώτες ύλες
- ❖ Ανάπτυξη μεθόδων οργάνωσης της επιχείρησης
- ❖ Εύρεση νέων αγορών

Το επόμενο βήμα του Schumpeter ήταν να ερευνήσει την σύσταση της καινοτομικής διαδικασίας. Έτσι ανέπτυξε τέσσερα βασικά συστατικά καινοτομικής διαδικασίας.

- ❖ Εφεύρεση
- ❖ Καινοτομία
- ❖ Σχεδιασμός
- ❖ Διαδοχή της τεχνολογίας

Όπως ήδη αναφέρθηκε η καινοτομία υπάρχει ως οικονομική αλλαγή και στην ήδη υπάρχουσα ανάπτυξη και σε μία καινούργια. Έτσι οι καινοτομίες μπορεί να είναι <<ριζικές>> ή <<βαθμιαίες>> σύμφωνα με τον Schumpeter. Οι <<ριζικές καινοτομίες>> είναι αυτές που προκαλούν μεγάλες διεθνή αλλαγές δηλαδή στις περισσότερες περιπτώσεις οι αλλαγές γίνονται πολύ γρήγορα και σε μεγάλο εύρος. Ενώ οι <<βαθμιαίες καινοτομίες >> είναι αυτές που η αλλαγή προέρχεται πιο σταδιακά δηλαδή η αλλαγή γίνεται σιγά-σιγά και σε πιο μικρό εύρος.

²³ Internet sites <http://www.lib.teiher.gr/webnotes/sdo/Epixeirimatikotita/index.html>

²⁴ Βλ. Deakins D και Freel M (2007) «Επιχειρηματικότητα», Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική σελ 240

Κάποιοι άλλοι οικονομολόγοι έχουν αναπτύξει διαφορετικές θεωρίες και προσεγγίσεις για την καινοτομία. Αυτό συμβαίνει γιατί υπάρχουν διάφορα είδη καινοτομίας και ο κάθε ερευνητής τα έχει ταξινομήσει ανάλογα με την δική του διαδικασία, πηγή και την ένταση της καινοτομίας. Οι πηγές καινοτομίας αποτελούνται από την τεχνολογία, την αγορά και την ροή της πληροφορίας. Αυτά παγκοσμίως αναφέρονται ως μοντέλα που συνδέουν την καινοτομία με τους παραπάνω παράγοντες. Το πρώτο είναι η ώθηση της τεχνολογίας που συνδέεται με την καινοτομία. Το μοντέλο της καινοτομίας είναι γραμμικό. Αυτό μας δείχνει ότι όταν υπάρξει μια καινοτομία με μια καινούργια τεχνολογία αυτά που θα προκύψουν είναι η σχεδίαση, η παραγωγή, το μάρκετινγκ και η πώληση δηλαδή κανονικά η λειτουργίες της επιχείρησης.

Δεύτερο μοντέλο είναι η ώθηση της αγοράς που έχει σχέση με την καινοτομική ανάπτυξη. Το μοντέλο αυτό αναλύθηκε από τους Kamien και Schwarz που εξηγούν ότι η καινοτομία σχετίζεται με μία εκτιμώμενη ζήτηση της αγοράς η οποία εμποδίζει την τεχνολογική ανάπτυξη.

Οι Rothwell²⁵ και Zegveld ανέπτυξαν ότι αυτά τα δύο μοντέλα έχουν μεγάλη αλληλεπίδραση μεταξύ τους που τα ονόμασαν <<σύζευξη>> δηλαδή είναι ο συνδυασμός των δυο παραπάνω. Πιστεύουν ότι η καινοτομία έχει επικοινωνία και ενδοεταιρικά και εξωεταιρικά, που έτσι συνδέουν τις διάφορες λειτουργίες του εσωτερικού της επιχείρησης και της αγοράς με την τεχνολογική εξέλιξη. Επομένως μπορούν να ενσωματώνουν παράλληλες δραστηριότητες μεταξύ των τμημάτων ενώ μεταξύ της αγοράς και της τεχνολογίας μπορεί να διαφέρουν οι φάσεις μιας καινοτομικής διαδικασίας.

Κάποια άλλα μοντέλα που υπάρχουν επικεντρώνονται στην διαδικασία της καινοτομίας. Το πρώτο μοντέλο αναπτύχθηκε από τους Kline και Rosenbery που ονομάζεται <<αλυσιδωτό>>. Αυτό το μοντέλο συνδέει τις σχέσεις μεταξύ της Έρευνα και της Ανάπτυξης του μάρκετινγκ, την παραγωγή την διανομή στην καινοτομική διαδικασία. Η διαδικασία αυτή αρχίζει με την ανάγκη της αγοράς. Το δεύτερο μοντέλο είναι το ταξίδι της καινοτομίας από τον Van de Ven που αναπτύσσει την καινοτομία ως μη γραμμικό σύστημα και δίνει μια σχέση στους διοικητικούς παράγοντες μεταξύ των εξωτερικών δραστηριοτήτων. Υπάρχουν πολλά περισσότερα μοντέλα που έχουν αναπτυχθεί και αναλυθεί τα τελευταία χρόνια, μερικά από αυτά είναι η ορθή διαχείριση της γνώσης και η αποτελεσματική χρήση της τεχνολογίας.

Ο Rothwell που είναι ένας από τους σημαντικότερους οικονομολόγους του 1970 που προσπαθούσε σύμφωνα με τους Deakins και Freel στο βιβλίο <<Επιχειρηματικότητα>>, <<τα υποδείγματα ώθησης της καινοτομίας από την επιστημονική έρευνα η έλκυση από τη ζήτηση αποτελούσαν ακραία και μη τυπικά παραδείγματα μιας γενικότερης διαδικασίας αλληλεπίδρασης μεταξύ, αφενός των τεχνολογικών δυνατοτήτων και αφετέρου των αναγκών της αγοράς>> (σελ 244). Αυτή εδώ η θεωρία στηρίζεται στην ιδέα της αλληλεπίδρασης. Σύμφωνα με τα μοντέλα που ήταν ξεχωριστά δηλαδή το μοντέλο ώθησης της τεχνολογίας και το μοντέλο ώθησης της αγοράς, ονόμασε αυτές τις γραμμικές προσεγγίσεις <<διαδικασία καινοτομίας πρώτης γενιάς>> και <<διαδικασία καινοτομίας δεύτερης γενιάς>> αντιστοίχως. Όμως για το μοντέλο <<ζεύξεις>> το χαρακτήρισε ως τρίτη γενιά και υπάρχει τέταρτη γενιά που ονόμασε <<παραλληλισμό/ ολοκλήρωση>> και πέμπτη γενιά <<την ολοκλήρωση συστημάτων και δικτύωσης>>. Στην τρίτη γενιά χαρακτηρίζει την καινοτομία ως <<αμφίδρομη μάθηση και συλλογικής επιχειρηματικότητας>>. Τέλος ο όρος καινοτομία των επιχειρήσεων δεν μπορεί να

²⁵ Βλ. Deakins D και Freel M (2007) «Επιχειρηματικότητα», Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική σελ 244

γίνει κατανοητός μόνο με την λήψη αποφάσεων που παίρνονται από διαφορετικά επίπεδα της επιχείρησης.

Κάποιοι άλλοι οικονομολόγοι διατύπωσαν την θεωρία για την καινοτομία. Όπως ο Tether υποστηρίζει ότι << οι παλιές διαφωνίες περί μεγέθους επιχείρησης, διάθρωσης αγοράς και καινοτομίας αρχίζουν να ξεπερνιούνται, καθώς τα όρια της επιχείρησης γίνονται όλο και πιο "ακαθόριστα">>. Σύμφωνα με αυτόν τον ορισμό για την ιδέα των <<δικτύων καινοτομίας>> που μπορεί να έχουν ιδιαίτερη σημασία στις μικρές επιχειρήσεις.

Ένας άλλος οικονομολόγος ο Schmookler²⁶ διατύπωσε για την καινοτομία ότι << όταν μια επιχείρηση παράγει ένα αγαθό ή μια υπηρεσία ή χρησιμοποιεί μέθοδο ή εισροή που αποτελεί κάτι καινούργιο για την ίδια, τότε προβαίνει σε μια τεχνολογική αλλαγή. Η πρώτη εταιρεία που πραγματοποιεί μια δεδομένη τεχνική αλλαγή είναι καινοτόμος. Η πράξη της αποτελεί καινοτομία>>.

Σύμφωνα με τον Drucker²⁷ (1985) << η καινοτομία είναι το συγκεκριμένο εργαλείο της επιχειρηματικότητας. Είναι μια πράξη που προικίζει τους οικονομικούς πόρους της επιχείρησης με μια νέα ικανότητα δημιουργίας πλούτου. Σύμφωνα με την προσέγγιση αυτή η καινοτομία δημιουργεί οικονομικούς πόρους για την επιχείρηση.

Και τέλος ο Freeman²⁸ δίνει έναν ορισμό για την καινοτομία και της λειτουργίες που συμβάλουν σ'αυτή. Έτσι ορίζει ότι << η βιομηχανική καινοτομία περιλαμβάνει τις δραστηριότητες τεχνικού σχεδιασμού παραγωγής διοίκησης και εμπορίας που σχετίζεται με την εισαγωγή ενός καινούργιου ή βελτιωμένου προϊόντος ή υπηρεσίας ή με την πρώτη εμπορική εφαρμογή μιας νέας ή βελτιωμένης διαδικασίας ή εξοπλισμού>>.

Έχουν διατυπωθεί αρκετοί ορισμοί για την καινοτομία. Συμπερασματικά η καινοτομία δεν είναι μόνο η σχεδίαση ή εισαγωγή ενός νέου προϊόντος ή ενός βελτιωμένου είναι βέβαια και η προώθηση του και η διακίνηση του στην αγορά. Έτσι φαίνεται ότι η καινοτομία <<εκμεταλλεύεται>> όλες τις λειτουργίες της επιχείρησης ώστε το νέο προϊόν να είναι επιτυχές.

Για την καλύτερη ανάλυση του όρου έχουν γίνει πολλοί διαχωρισμοί. Μια ταξινόμηση που έχει γίνει για την καινοτομία είναι: καινοτομία προϊόντος, καινοτομία διαδικασίας, οργανωσιακή καινοτομία, διαχειριστική καινοτομία, καινοτομία παραγωγής, εμπορική καινοτομία και καινοτομία υπηρεσιών. Ένας άλλος διαχωρισμός είναι με βάση την φύση της καινοτομίας που είναι: η δραστική ή βηματική, η αρχιτεκτονική ή τμηματική, η διατηρούμενη ή ανατρεπτική και η συνεχής ή ασυνεχής.

Υπάρχουν δυο μορφές καινοτομίας που μπορούν να εφαρμοστούν μέσα σε μια επιχείρηση. Η πρώτη είναι η καινοτομία προϊόντος ή υπηρεσίας που αφορά την βελτίωση ή την δημιουργία προϊόντων ή υπηρεσιών. Κάποια παραδείγματα είναι οι βιοτεχνίες ρούχων που σχεδιάζουν διαφορετικά ρούχα ή με διαφορετικά υφάσματα, ένα άλλο παράδειγμα είναι μια βιοτεχνία καφέ που μπορεί να παράγει κάποια εναλλακτικά είδη καφέ. Η δεύτερη μορφή είναι η διαχειριστική καινοτομία που είναι κάποιες αλλαγές ή βελτιώσεις στις λειτουργίες της επιχείρησης που συνδέονται με την παραγωγικές διαδικασίες και την προώθηση του προϊόντος ή της υπηρεσίας.

²⁶ Βλ. Deakins D και Freel M (2007) «Επιχειρηματικότητα», Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική σελ 241

²⁷ Βλ. Ματσατσίνης Ν, Γρηγορούδης Ε, Γαλάνης Χ και Ζοπουνίδης Κ (2010) «Ανάπτυξη και Λειτουργία Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων», Αθήνα, Εκδόσεις Κλειδάριθμος σελ 177

²⁸ Βλ. Ματσατσίνης Ν, Γρηγορούδης Ε, Γαλάνης Χ και Ζοπουνίδης Κ (2010) «Ανάπτυξη και Λειτουργία Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων», Αθήνα, Εκδόσεις Κλειδάριθμος σελ 177

Μερικά παραδείγματα είναι τα εστιατόρια και οι καφετέριες μπορούν να εισάγουν συστήματα ηλεκτρονικής παραγγελίας για την μείωση του χρόνου εξυπηρέτησης του πελάτη. Επίσης άλλο παράδειγμα είναι ένα κατάστημα μπορεί να κατασκευάσει μια ιστοσελίδα και να προωθήσει ηλεκτρονικά τα προϊόντα που πουλάει.

Τα τελευταία χρόνια έχει αυξηθεί η ζήτηση της καινοτομίας αυτό συμβαίνει λόγω της παγκοσμιοποίησης και του έντονου φαινομένου του ανταγωνισμού που θα αναλυθεί στο πιο κάτω μέρος του κεφαλαίου. Ένα σημαντικό κομμάτι του ενδιαφέροντος της καινοτομίας είναι η σύνδεση που έχει με την επιχειρηματική και οικονομική ανάπτυξη. Όλες οι έννοιες και οι ορισμοί που αναφέρθηκαν συμβάλλουν στην σωστή κατανόηση για τους παράγοντες της καινοτομίας και πως συνδέονται με τις λειτουργίες της επιχείρησης και με το εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον.

3.1.2 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΑΝΑΛΟΓΑ ΜΕ ΤΟ ΜΕΓΕΘΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Ένα σημαντικό κομμάτι της καινοτομίας είναι το μέγεθος της επιχείρησης. Σύμφωνα με το μέγεθος της επιχείρησης εξαρτάτε από πολλές λειτουργίες της που μια από αυτές είναι η καινοτομία που επηρεάζεται από το μέγεθος της επιχείρησης. Αυτό το θέμα έχει εξετασθεί και ερευνηθεί από πολλούς οικονομολόγους όμως ο καθένας έχει τις δικές του απόψεις που είναι αντίθετες μεταξύ τους και πιο ολοκληρωμένο συμπέρασμα δεν έχει βγει. Σύμφωνα με το Drucker αναλύει και τις δύο πλευρές δηλαδή ότι υπάρχουν μεγάλες επιχειρήσεις που τα έχουν καταφέρει και καινοτομούν με επιτυχία γιατί έχουν τα μέσα να ερευνούν και να υλοποιούν πιο εύκολα και πιο εύστοχα μια επιχειρηματική ιδέα. Από την άλλη πλευρά αναφέρει ότι και οι μικρές ή μεσαίες επιχειρήσεις πρέπει να είναι καινοτόμες και κάποιες όντως είναι. Αυτό φαίνεται από το ότι και οι μεγάλες επιχειρήσεις για να φτάσουν στο τωρινό τους μέγεθος θα έχουν αρχίσει από πιο μικρό μέγεθος ώστε βάση της καινοτομίας να αναπτύχθηκαν σε μεγάλες. Αυτό το σύστημα που περιγράφει ο Drucker μπορεί να μην ισχύει για όλες τις επιχειρήσεις απλά αναφέρεται σε ένα ποσοστό επιχειρήσεων που ισχύει η αλλαγή τους ή η αφάνεια τους.

Ο πρώτος οικονομολόγος που μίλησε για την καινοτομία ήταν ο Schumpeter. Αξίζει να αναφερθούν τα σημεία που εστίασε για να καταλήξει στον ορισμό και την διατύπωση της έννοιας της καινοτομίας. Στο βιβλίο του Καπιταλισμός Σοσιαλισμός και Δημοκρατία αναφέρει ότι <<η μονοπωλιακή επιχείρηση θα παράγει μεγαλύτερο αριθμό καινοτομιών επειδή διαθέτει πλεονεκτήματα τα οποία, αν και δεν είναι απολύτως αδύνατον να επιτευχθούν από επιχειρήσεις που λειτουργούν ανταγωνιστικά, εξασφαλίζονται, στην πραγματικότητα, μόνο στο μονοπωλιακό επίπεδο>>. Με αυτόν τον ορισμό ο Schumpeter εξηγεί ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις έχουν κάποια πλεονεκτήματα που δεν έχουν οι μικρές ανταγωνιστές τους επίσης αναφέρεται έντονα στο μονοπώλιο. Αυτό εξηγείται στο ότι μέσα από τις ευρεσιτεχνίες και τα δικαιώματα που κατακτούν το μόνο που κάνουν είναι παραγωγή και πώληση του συγκεκριμένου προϊόντος ή υπηρεσίας .ώστε να δημιουργούνται μονοπώλια για κάποιο συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, με αυτό τον τρόπο οι επιχειρήσεις προσπαθούν να ισοσκελίσουν τα έξοδα από την Έρευνα και την Ανάπτυξη. Ως αποτέλεσμα προκύπτει ότι η διάρθρωση της αγοράς παρακινεί την καινοτομία και όχι το μέγεθος της επιχείρησης όμως η μεγάλη δύναμη επί της αγοράς συνήθως συνεπάγεται με το μεγάλο μέγεθος της επιχείρησης.

Σύμφωνα με τον Galbraith για την σχέση με το μέγεθος και την καινοτομία υποστηρίζει ότι <<δεν υπάρχει πιο διασκεδαστικό παραμύθι από το ότι η τεχνική αλλαγή αποτελεί προϊόν της απaráμιλλης εφευρετικότητας του ανθρωπάκου που εξαναγκάζεται από τον ανταγωνισμό να χρησιμοποιήσει την ευφυΐα του για να ξεπεράσει το γείτονα του..... Επειδή η ανάπτυξη κοστίζει, έπεται ότι μπορεί να

υλοποιηθεί μόνο από μια επιχείρηση που διαθέτει πόρους, οι οποίοι συνδέονται με το μεγάλο μέγεθος>>. Σε αυτόν τον ορισμό ο Galbraith υποστηρίζει ξεκάθαρα ότι το μέγεθος της επιχείρησης έχει καθοριστικό ρόλο για την καινοτομία. Άρα οι μεγάλες επιχειρήσεις μπορούν να καινοτομήσουν γιατί διαθέτουν πόρους και πλούτο. Αυτή όμως ήταν η θεωρία μέχρι πρόσφατα. Από έρευνες που έγιναν αυτό έχει αλλάξει και έχει διατυπωθεί ότι οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να ανταγωνιστούν τις μεγάλες επιχειρήσεις στο θέμα της καινοτομίας.

Ο Rothwell υποστηρίζει ότι η τόσο σημαντική διαφορά των επιχειρήσεων για το μέγεθος του σε σχέση με την καινοτομία εξαρτάται από την ηλικία ενός συγκεκριμένου κλάδου. Επίσης προσθέτει ότι η καινοτομία είναι σημαντική για τις μικρές και μεγάλες επιχειρήσεις που μπορούν να εκπληρώσουν διαφορετικούς και συμπληρωματικούς ρόλους έτσι ονομάζει αυτή του την θεωρία <<δυναμική συμπληρωματικότητας>>. Ένα ακόμα υπόδειγμα του Rothwell είναι η <<δυναμική της καινοτομίας>> που το ανέπτυξε ο Utterback. Αυτό το υπόδειγμα εξηγεί ότι οι δείκτες των καινοτομικών προϊόντων και οι διαδικασίες έχουν έμμεση σχέση με τον κύκλο ζωής της βιομηχανίας που παρουσιάζει διάφορες αλλαγές κατά την διάρκεια του.

Οι Deakins και Freel από το βιβλίο τους <<Επιχειρηματικότητα>> εξετάζουν τους κλάδους για τις μικρές επιχειρήσεις. <<εμφανίζουν να διαθέτουν συγκριτικό καινοτομικό πλεονέκτημα, θα μπορούσαμε να συμπεράνουμε ότι δραστηριοποιούνται καλύτερα σε κλάδους όπου η ευελιξία και η επινοητικότητα είναι πολύτιμα, ενώ υστερούν σε κλάδους όπου οι πόροι και η διαχείρισή τους έχουν μεγάλη σημασία>>. (σελ 259)

Σε κάθε είδος επιχείρησης πρέπει να υπάρχει επικοινωνία μέσα στον οργανισμό και εκτός οργανισμού και στην παρακολούθηση της αγοράς. Ωστε να προσαρμόζονται ανάλογα με τις αλλαγές που γίνονται σε προϊόντα και στις διαδικασίες. Ωστόσο η ιδιότητα της καινοτομίας μεταφέρεται στα προϊόντα και στις διαδικασίες τότε ο άτυπος έλεγχος δεν χρησιμοποιείται και δίνεται έμφαση στην δομή και στους στόχους της επιχείρησης. Οι ΜΜΕ έχουν πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα στην διαδικασία της καινοτομίας σε σύγκριση με τις μεγάλες επιχειρήσεις . όμως μια ΜΜΕ όταν αρχίζει να αυξάνει το μέγεθος της υπάρχει πάντοτε το πρόβλημα του ελέγχου. Κάθε μέσω που χρησιμοποιείται για να εφαρμόσουν τον έλεγχο οι επιχειρήσεις, καταλήγει στον περιορισμό της ευελιξίας. Έτσι εισάγονται διοικητικά επίπεδα που γίνονται τυποποιημένες και προγραμματισμένες διαδικασίες ώστε ο οργανισμός να παύει από οικονομικός και να μεταφέρεται σε γραφειοκρατική επιχείρηση.

3.2 Η ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

❖ ΤΟ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑΣ ΤΟΥ FRASCATI

Το εγχειρίδιο Frascati²⁹ είναι μια από τις σημαντικότερες εκδόσεις του ΟΟΣΑ. Μέσω της έρευνας και της εμπειρίας από τις χώρες του ΟΟΣΑ, ο οργανισμός δίνει μεγάλη έμφαση στην καινοτόμο διαδικασία. Έπειτα δίνει την έννοια της Έρευνας και Ανάπτυξης στις βιομηχανικές και πιο συγκεκριμένα στις υπηρεσίες και στην χαμηλή

²⁹ Βλ. Organisation For Economic Co-Operation and Development Statistical Office Of The European Communities (2002) «*Frascati Manual Proposed Standard Practice for Surveys on Research and Experimental Development*», Εκδόσεις OECD PUBLISHING σελ 20

τεχνολογία κατασκευής. Γενικότερα επικεντρώνεται στον ορισμό της καινοτομίας και τις Έρευνας και Ανάπτυξης.

Αρχικά η τεχνολογική καινοτομία είναι οι επιστημονικές, οι τεχνολογικές, οργανωτικές και εμπορικές διαδικασίες που συμπεριλαμβάνουν τις επενδύσεις σε νέες γνώσεις. Η Έρευνα και Ανάπτυξη μπορεί να εφαρμοστεί σε όλες τις διαδικασίες της καινοτομίας. Το πρόβλημα στην E&A είναι η δυσκολία τοποθετήσεις του σημείου καμπής μεταξύ της πειραματικής ανάπτυξης και των δραστηριοτήτων καινοτομίας. Επίσης ακόμα ένα λάθος είναι ότι θεωρούν ότι η καινοτομία είναι δαπανηρή στην E&A ενώ το κόστος προετοιμασίας της παραγωγής είναι ακόμα πιο δαπανηρή.

Η E&A έχει τρεις δραστηριότητες. Πρώτων η βασική έρευνα είναι η θεωρητική εργασία για την απόκτηση νέων γνώσεων στις αιτίες των φαινομένων που παρατηρούνται δεν έχει εφαρμογή ή χρήση. Δεύτερο είναι η εφαρμοσμένη έρευνα που έχει σκοπό τις νέες γνώσεις όμως με πρακτικό στόχο. Τρίτων η πειραματική ανάπτυξη που είναι η συστηματική εργασία και οι γνώσεις που αποκτήθηκαν από τις έρευνες με σκοπό την παραγωγή νέων προϊόντων ή υπηρεσιών ή την βελτίωση των ήδη παραγόμενων προϊόντων.

Έπειτα θα αναφερθούν οι δραστηριότητες που δεν περιλαμβάνονται στην E&A το εγχειρίδιο της έχει χωρίσει σε τέσσερις κατηγορίες. Αρχικά είναι η εκπαίδευση και η κατάρτιση που θα πρέπει να αποκλείσει τις σπουδές σε πανεπιστήμια, σε ιδρύματα τριτοβάθμιας και δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης. Αντιθέτως θα πρέπει να θεωρείται δραστηριότητα της E&A οι έρευνες που κάνουν σε διδακτορικό επίπεδο οι φοιτητές. Επόμενο είναι οι επιστημονικές και τεχνολογικές δραστηριότητες που είναι εξειδικευμένες που πρέπει να αποκλείονται εκτός και αν εξυπηρετούν την E&A. Έπειτα είναι ο γενικός σκοπός συλλογής δεδομένων που πρέπει να εξαιρεθούν τα στοιχεία όπως η τριμηνιαία δειγματοληψία της ανεργίας και οι έρευνες αγοράς. Τρίτων είναι οι βιομηχανικές δραστηριότητες που είναι η παραγωγή και οι τεχνικές δραστηριότητες. Αυτό εδώ συνδυάζει την βιομηχανική παραγωγή, την διανομή αγαθών και υπηρεσιών σε συνδυασμό με δραστηριότητες τις έρευνας αγοράς. Τελευταίο είναι η διοίκηση και άλλες δραστηριότητες υποστήριξης που είναι η διαχείριση και διανομή κεφαλαίου E&A σε υπουργία, σε οργανισμούς, σε ιδρύματα και σε φιλανθρωπικές οργανώσεις. Δηλαδή αυτά εδώ είναι μια σειρά δραστηριοτήτων της E&A ώστε να αποκλείονται από τις δραστηριότητες της. Γενικότερα για να γίνει διάκριση στις δραστηριότητες της E&A το σημαντικότερο είναι να βρεθεί η λύση στο πρόβλημα των ειδικευμένων γνώσεων αντί να σκέφτονται τις εύκολες και κοινές λύσεις που έχουν συνηθίσει.

❖ ΤΟ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑΣ CANBERRA

Σε αυτό το εγχειρίδιο ο ΟΟΣΑ συνδυάζει την επιστήμη και την τεχνολογία με τους ανθρώπινους πόρους³⁰. Επίσης το θεωρεί ένα σημαντικό κομμάτι για την ανταγωνιστικότητα και την οικονομική ανάπτυξη και την βελτίωση του επιχειρησιακού περιβάλλοντος.

Ο όρος ανθρώπινο δυναμικό στην επιστήμη και την τεχνολογία έχει βγει από τον ΟΟΣΑ και θέλει να περιγράψει την εξειδίκευση του εργατικού δυναμικού. Πιο συγκεκριμένα αναφέρεται σε αυτούς που έχουν τελειώσει την πανεπιστημιακή και μεταπανεπιστημιακή εκπαίδευση και με αυτούς που εργάζονται στην E&T πάνω στο

³⁰ Βλ. Organisation For Economic Co-Operation and Development Statistical Office Of The European Communities (1995) «*Canberra Manual on the Measurement of Human Resources Devoted to S&T*», Παρίσι Εκδόσεις OECD PUBLISHING σελ 16

αντικείμενο σπουδών τους. Φυσικά υπάρχουν στοιχεία που επηρεάζουν την ΑΔΕΤ και εκείνα είναι η μελλοντική ισορροπία της προσφοράς και της ζήτησης των ανθρώπινων πόρων. Έπειτα είναι τα δημογραφικά προβλήματα που σε πολλές ανεπτυγμένες χώρες τοποθετούνται εμπόδια στην μελλοντική προσφορά και σε άλλες χώρες μπορεί να δημιουργηθεί πλεόνασμα σε ειδικούς ΑΔΕΤ.

Για την προσφορά και την ζήτηση των ΑΔΕΤ, ο ορισμός που δόθηκε επικεντρώνεται στα προσόντα και στο επάγγελμα. Τα προσόντα αναφέρονται στην διαθεσιμότητα των ανθρώπων που θέλουν να εργαστούν σε ένα ορισμένο επίπεδο. Η ζήτηση των ανθρώπων που πραγματικά χρειάζονται στην Ε&Τ σε ένα συγκεκριμένο επίπεδο δεν ανταποκρίνεται πάντα με την προσφορά και τις δεξιότητες. Αυτό συμβαίνει γιατί μπορεί να είναι εκτός του επίσημου εκπαιδευτικού συστήματος.

Ο ορισμός των ΑΔΕΤ σχετίζεται με την τρέχουσα απασχόληση. Απασχόληση είναι οποιαδήποτε είδος εργασίας που έχει ως στόχο την αμοιβή ή το κέρδος κατά την διάρκεια της απασχόλησης. Ένα άλλο βασικό σημείο είναι ότι οι άνθρωποι ολοκλήρωσαν την εκπαίδευση τους είτε είναι ανανεώσιμη περίπτωση ή μη ανανεώσιμη διαφορετικά είναι η απασχόληση ή η εκπαίδευση. Το κάθε άτομο έχει διαφορετική εξέλιξη μπορεί να έχει άλλη εκπαίδευση και στην σημερινή κατάσταση να κάνει άλλο επάγγελμα ή να μην υπάρχουν τα απαραίτητα προσόντα και να είναι στο τομέα του ΑΔΕΤ. Επομένως επηρεάζονται οι αριθμοί του ΑΔΕΤ και επίσης μπορούν να επηρεαστούν από την αύξηση ή την μείωση του επιχειρηματικού κύκλου ή τις οικονομικές συνθήκες. Γενικότερα η εκπαίδευση των ατόμων μπορούν να μετρηθούν εύκολα όμως τα στοιχεία για το επάγγελμα βασίζονται σε υποκειμενικό κριτήριο και είναι αναξιόπιστα.

Το βασικό πρόβλημα των ατόμων που είναι ΑΔΕΤ είναι να επιλέγουν με βάση μόνο το επάγγελμα τους και να μην διαθέτουν απλά τα τυπικά προσόντα. Αυτό όμως μπορεί να αφομοιωθεί με την επαγγελματική εμπειρία των ατόμων. Δηλαδή ένα άτομο αν δεν διαθέτει τα απαραίτητα προσόντα όταν πρωτοαπασχοληθεί σε μια επιχείρηση και δεν έχει εμπειρία πρέπει να λαμβάνεται υπόψη ότι μέσα από τα χρόνια εμπειρίας το άτομο θα αποκτήσει τα προσόντα που χρειάζεται. Όμως ακόμα δεν έχει γίνει γνωστό το χρονικό διάστημα που το άτομο θεωρεί ότι έχει επαρκή επαγγελματική εμπειρία. Ένα υποσύστημα του ΑΔΕΤ είναι η εκπαίδευση και η αξιολόγηση του κατόχου διδακτορικού διπλώματος. Είναι πολύ σημαντικό κομμάτι των ΑΔΕΤ να εκπαιδεύεται το εργατικό δυναμικό όμως αυτό αντιλαμβάνεται διαφορετικά από χώρα σε χώρα.

Το εγχειρίδιο ξεχωρίζει δέκα (10) επαγγελματικές ομάδες όμως εδώ δίνει ιδιαίτερη προσοχή σε δύο. Αρχικά την ομάδα επαγγελματιών με άτομα που το επάγγελμα τους απαιτεί υψηλό επίπεδο επαγγελματικών γνώσεων και εμπειρίας. Τα κύρια καθήκοντα είναι τέλειες γνώσεις σε έννοιες και θεωρίες της επίλυσης των προβλημάτων με συστηματική διαδικασία. Η επόμενη ομάδα είναι οι τεχνικοί βοηθοί και συναφή ομάδα επαγγελματιών. Τα κύρια καθήκοντα είναι τεχνικές γνώσεις και εμπειρία. Δηλαδή απαιτούνται εφαρμογή εννοιών και επιχειρησιακών μεθόδων στην διαδικασία των επιπέδων εκπαίδευσης.

❖ ΤΟ ΕΓΧΕΙΡΙΔΙΟ ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑΣ ΤΟΥ OSLO

Το εγχειρίδιο του Oslo³¹ καλύπτει αναλυτικά την έννοια της καινοτομίας. Μέσα από έρευνες που έχουν γίνει, ο ΟΟΣΑ έκανε ένα αναλυτικό εγχειρίδιο που περιλαμβάνει

³¹Βλ. Organisation For Economic Co-Operation and Development Statistical Office Of The European Communities (2005) « Oslo Manual Guidelines For Collecting and Interpreting Innovation Data», Εκδόσεις OECD PUBLISHING σελ 45

όλες τις λειτουργίες και τις πτυχές της καινοτομίας. Ο στόχος του εγχειριδίου είναι να αναφερθούν οι θεωρίες και η έρευνα της καινοτομίας και πως επηρεάζεται γενικότερα η καινοτομία από αυτά. Οι διαδικασίες ανάπτυξης της καινοτομίας χωρίζονται σε βιομηχανία, σε περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο.

Ο πρώτος που αναφέρθηκε στην καινοτομία ήταν ο Schumpeter που ανέδειξε πέντε είδη καινοτομιών: i) η εισαγωγή νέων προϊόντων, ii) εισαγωγή νέων μεθόδων παραγωγής, iii) το άνοιγμα νέων αγορών, iv) ανάπτυξη νέων πηγών προμήθειας πρώτων υλών και άλλων εισροών και v) δημιουργία νέων δομών της αγοράς σε ανά κλάδο. Οι λόγοι που καινοτομούν είναι για βελτιώσουν τις επιδόσεις η επιχείρηση, να μειώσει το κόστος της για να αναδείξει ένα νέο προϊόν ή διαδικασία ώστε να έχει πλεονέκτημα στην αγορά και να υπερασπιστεί την ανταγωνιστική της θέση. Η απόφαση για την καινοτομία κυριαρχείται από αβεβαιότητα. Η αβεβαιότητα πηγάζει από τις μελλοντικές εξελίξεις της τεχνολογίας, της ζήτησης και άλλα που ποικίλουν ανάλογα με τις οικονομικές συνθήκες και το κύκλο ζωής του προϊόντος.

Το εγχειρίδιο του Oslo περιλαμβάνει τα χαρακτηριστικά της καινοτομίας αυτά είναι, η καινοτομία συνδέεται με την αβεβαιότητα, απαιτεί επενδύσεις και εξαρτάται από δευτερογενείς επιπτώσεις. Επίσης η καινοτομία όπως έχει αναφερθεί χρειάζεται νέες γνώσεις και τέλος στοχεύει στην βελτίωση επιδόσεων της επιχειρήσεις από το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα.

Θα αναφερθούν και κάποιες άλλες δραστηριότητες της καινοτομίας όπως η καινοτομία στις υπηρεσίες που είναι μια σειρά αλλαγές σε προϊόντα και διαδικασίες, είναι η οργάνωση εκδηλώσεων όπως της εφαρμογή μιας σημαντικής αλλαγής σε προϊόντα. Έπειτα είναι η δραστηριότητα στο τομέα της χαμηλής και μέσης τεχνολογικής βιομηχανίας. Που είναι η υιοθετήσει νέων τεχνολογιών στην παραγωγή, την διαφοροποίηση των προϊόντων και στο μάρκετινγκ. Τέλος είναι οι MME που είναι πιο δύσκολο να καινοτομήσουν γιατί δεν μπορούν να βρουν πηγές χρηματοδότησης για E&A ώστε να μπορούν να διαχειριστούν ένα έργο καινοτομίας.

Σύμφωνα με τον ορισμό του εγχειριδίου του Oslo που είναι << Μια καινοτομία είναι η εφαρμογή μιας νέας ή σημαντικά βελτιωμένα προϊόντος (αγαθού ή υπηρεσίας), ή διαδικασία, μια νέα μέθοδος μάρκετινγκ, ή μια νέα οργανωτική πρακτικές επιχειρησιακών μέθοδος, οργάνωση του χώρου εργασίας ή στις εξωτερικές σχέσεις>>. Αυτός ο ορισμός καλύπτει ένα ευρύ φάσμα δυνατοτήτων της καινοτομίας. Μέσα από τον ορισμό δεν μπορεί να προβάλει τις πολιτικές και τις ανάγκες της έρευνας. Ένα προϊόν ή μια διαδικασία καινοτομία στην επιχείρησης είναι αυτό που έκανε εφαρμόσιμο ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία ή βελτίωσε ένα προϊόν που υπήρχε.

Διακρίνονται τέσσερις τύποι καινοτομίας³² σύμφωνα με το εγχειρίδιο και αυτοί είναι:

- 1) Καινοτομία προϊόντων είναι εισαγωγή ενός νέου προϊόντος ή υπηρεσίας ή η βελτίωση ενός ήδη υπαρχών προϊόν ή υπηρεσία που περιλαμβάνει βελτιώσεις σε τεχνικές προδιαγραφές σε εξαρτήματα και σε υλικά και γενικά αλλαγές σε λειτουργικά χαρακτηριστικά. Για να φτιαχτεί ένα νέο προϊόν πρέπει να συνδυαστούν αποτελεσματικά νέες γνώσεις ή τεχνολογίες με τις ήδη υπάρχουσες γνώσει. Υπάρχουν διαφορές στις γνώσεις των ήδη παλαιών προϊόντων με τις γνώσεις νέων ή βελτιωμένων προϊόντων. Η καινοτομία των υπηρεσιών είναι ως προς τον τρόπο που παρέχονται οι υπηρεσίες και ίσως νέες λειτουργίες ή νέα χαρακτηριστικά των υπηρεσιών.

³² Internet site:

http://www.oecd.org/document/23/0,3746,en_2649_34269_35595607_1_1_1_1,00.html

- 2) Η διαδικασία καινοτομίας είναι η εφαρμογή μιας νέας ή βελτιωμένης μεθόδου παραγωγής ή άλλων λειτουργιών της επιχείρησης. Αυτή η διαδικασία μπορεί να συμβάλει στην μείωση του κόστους, στην αύξηση της ποιότητας ή της παραγωγής και γενικά στην βελτίωση του προϊόντος. Επίσης μπορεί να συμβάλει στην κάλυψη νέων ή βελτιωμένων τεχνικών , εξοπλισμού και σε διάφορες βοηθητικές δραστηριότητες υποστήριξης.
- 3) Η καινοτομία στο μάρκετινγκ σύμφωνα με το εγχειρίδιο του Oslo στοχεύει στην καλύτερη εξυπηρέτηση των αναγκών του πελάτη, σε νέες αγορές ή την εισαγωγή νέων προϊόντων στην αγορά με στόχο την αύξηση των πωλήσεων της επιχείρησης. Βασικό χαρακτηριστικό είναι οι αλλαγές στα εργαλεία που χρησιμοποιεί το μάρκετινγκ και οι καινοτόμες στρατηγικές που χρησιμοποιείται στην επιχείρηση. Επίσης ασχολείται και με τις αλλαγές στο σχεδιασμό του προϊόντος που είναι μια νέα εμπορική στρατηγική. Νέοι μέθοδοι του μάρκετινγκ είναι η τοποθέτηση προϊόντος σε νέο κανάλι πωλήσεων και νέες έννοιες προώθησης του προϊόντος ή υπηρεσιών μιας επιχείρησης.
- 4) Τέλος οργανωτικές καινοτομίες είναι η προσπάθεια αυτή των επιδόσεων της επιχείρησης με την μείωση των διοικητικών δαπανών, βελτίωσης στο χώρο εργασίας ή την μείωση του κόστους προμηθειών. Έχουν ως στόχο την εφαρμογή νέων μεθόδων οργάνωσης και τις διαδικασίες για την διευκόλυνση των εργασιών. Η καινοτομία της οργάνωσης του χώρου εργασίας εννοεί τις μεθόδους για την κατανομή των ευθυνών και την λήψη αποφάσεων. Επίσης δραστηριοποιείται στο τομέα των εξωτερικών σχέσεων με καινοτομία σε νέους τρόπους οργάνωσης των σχέσεων με άλλες επιχειρήσεις ή οργανισμούς.

Τέλος το εγχειρίδιο του Oslo αναφέρεται και σε ένα πολύ σημαντικό τομέα την Έρευνα και Ανάπτυξη. Όμως αναφέρεται και στο εγχειρίδιο Frascati το οποίο σε αυτό το μέρος του κεφαλαίου έχει αναπτυχθεί, τα πιο βασικά σημεία του. Γενικότερα τα εγχειρίδια του ΟΟΣΑ είναι πάρα πολλά και πολύ αναλυτικά. Προσπαθούν να βοηθήσουν στην κατανόηση των βασικών οικονομικών εννοιών. Εμείς εδώ ενδιαφερόμαστε για την καινοτομία της επιχειρηματικότητας και αναφέρθηκαν τα πιο βασικά σημεία των εγχειρημάτων για την βοήθεια της κατανόησης των εννοιών από τις έρευνες που έχουν γίνει στις χώρες του ΟΟΣΑ συνήθως με ποιοτικά στοιχεία και όλα αυτά που αναφέρονται είναι από αντικειμενικά αποτελέσματα όλων των χωρών.

3.3 ΤΥΠΟΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ

3.3.1 ΤΥΠΟΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Μέσα από την καινοτομία αναδείχθηκαν πολλές λειτουργίες μιας επιχείρησης και κάποιοι οικονομολόγοι κατηγοριοποίησαν τις καινοτομίες και ανέδειξαν τους τύπους της καινοτομίας. Οι Abernathy και Clark θεώρησαν ότι η σύγχρονη και ριζοσπαστική καινοτομία μιας επιχείρησης είναι ένα μοντέλο λειτουργίας που είναι ανταγωνιστικό και πρέπει να το ακολουθήσουν και οι άλλες επιχειρήσεις. Μια τέτοια λειτουργία της επιχείρησης για να είναι επιτυχής πρέπει να έχει νέες ικανότητες, δεξιότητες και γνώσεις. Η ανάλυση αυτή τους οδήγησε σε τέσσερις (4) τύπους³³ καινοτομίας.

³³ Βλ. Σπαής Γ (2007) «Εισαγωγή στη διαχείριση τεχνολογικών καινοτομιών» , Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική σελ 53

Ο πρώτος τύπος είναι ο αρχιτεκτονικός δηλαδή κάποιες αλλαγές καινοτομίας για να συντηρήσουν τις υπάρχουσες ικανότητες του κλάδου. Αυτές οι καινοτομίες ίσως δημιουργήσουν μια νέα αγορά και διατηρήσουν αυτό το μοντέλο λειτουργίας. Ο δεύτερος τύπος είναι ο ρυθμικός εδώ οι καινοτομίες ακολουθούν ένα συνήθεις μοντέλο λειτουργίας ώστε να επιτύχουν βελτιώσεις στις ικανότητες και στις σχέσεις μεταξύ παραγωγών και αγοραστών. Ο τρίτος τύπος είναι ο κατάλληλος ή ταιριαστός δηλαδή οι καινοτομίες υποστηρίζουν τις υπάρχουσες ικανότητες αλλά φέρνουν αλλαγές στις σχέσεις αγοράς ώστε να δημιουργούνται άλλες ικανότητες στην καινοτόμο επιχείρηση. Τέλος ο τέταρτος τύπος καινοτομίας είναι ο επαναστατικός. Σ' αυτόν τον τύπο μπορεί οι καινοτομίες να αλλάζουν τις υπάρχουσες ικανότητες αλλά δεν αλλάζουν τις σχέσεις αγοράς. Ως αποτέλεσμα διακρίνονται τέσσερεις τύποι καινοτομίας με διαφορετικό στυλ ο καθένας, αυτό προκύπτει από τις συνθήκες αγοράς και τις ικανότητες που έχει ως λειτουργία κάθε επιχείρηση.

3.3.2 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ

Ο βασικός σκοπός της στρατηγικής καινοτομίας είναι να αποκτήσει η επιχείρηση ανταγωνιστικό πλεονέκτημα προς την αγορά. Για να επιτύχει όμως αυτό θα πρέπει να κάνει μια στρατηγική προϊόντος ώστε με μέσο της μείωσης του κόστους ή στην διαφοροποίηση του προϊόντος να γίνει πιο ανταγωνιστική στην αγορά.

Ο Porter (1985) θεωρεί ότι για να έχουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα οι επιχειρήσεις θα πρέπει να έχουν μια στρατηγική. Έτσι διέκρινε τρεις (3) βασικές ανταγωνιστικές στρατηγικές³⁴. Η πρώτη είναι η ηγεσία του κόστους που έχει ως στόχο της να ανταγωνιστή της άλλες επιχειρήσεις ώστε να επιτύχει το χαμηλότερο κόστος παραγωγής των προϊόντων ή των υπηρεσιών της. Αυτή η στρατηγική όμως αναφέρεται σε συνηθισμένα προϊόντα, σε τυπικούς πελάτες και σε μια μεγάλη αγορά-στόχος. Τα πλεονέκτημα της είναι η βελτίωση της απόδοσης της που θα προσφέρει το προϊόν σε χαμηλότερη τιμή από τους ανταγωνιστές της.

Η δεύτερη είναι η στρατηγική διαφοροποίησης που στόχος της είναι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε σχέση με τις άλλες επιχειρήσεις. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι στην παραγωγή και στην διάθεση του προϊόντος το οποίο οι καταναλωτές το αντιλαμβάνονται ως μοναδικό και ποιοτικό. Αυτά τα προϊόντα έχουν την δυνατότητα η τιμολογήσει τους να είναι υψηλότερη από την μέση τιμή της αγοράς γιατί έχουν διαφοροποιηθεί στην κατασκευή τους. Σε εκείνα τα προϊόντα λόγω της τεχνολογική τους εξελίξει έχουν υψηλά περιθώρια κέρδους αν και είναι ευρείας κατανάλωσης.

Και τέλος είναι η στρατηγική εστίασης που έχει δύο παραλλαγές την εστίαση με ηγεσία κόστους και την εστίαση με διαφοροποίηση. Που είναι οι παραπάνω τύποι και φαίνονται πιο ξεκάθαρα στο παρακάτω σχήμα:

3.1 ΣΧΕΔΙΑΓΡΑΜΜΑ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗΣ

³⁴Βλ. Σπάτης Γ (2007) «Εισαγωγή στη διαχείριση τεχνολογικών καινοτομιών» , Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική σελ 55



Από την άλλη πλευρά ο Freeman (1982) διατύπωσε έξι (6) στρατηγικούς τύπους³⁵ που εξαρτώνται από τεχνολογικές πηγές. Αυτοί οι τύποι δεν είναι τεχνολογικά επιτεύγματα αλλά αποτελούνται από γνώσεις, δεξιότητες και εξειδίκευση. Οι στρατηγικοί τύποι είναι:

- ❖ Επιθετικό είναι σχεδιασμένος για να πάρει προβάδισμα από τους ανταγωνιστές.
- ❖ Αμυντικός είναι η επιχείρηση που δεν θέλει να έχει την πρωτιά αλλά θέλει μόνο κάποιες τεχνολογικές αλλαγές.
- ❖ Μιμητικός είναι η αντιγραφή των άλλων καινοτομικών επιχειρήσεων ως προς τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες ώστε αυτό να προκαλεί καθυστέρηση στον κύκλο ζωής του προϊόντος ή της υπηρεσίας.
- ❖ Εξαρτημένος είναι ο κατώτατος ρόλος στην τεχνολογική καινοτομία.
- ❖ Παραδοσιακός είναι οι επιχειρήσεις που δεν εξελίσσονται καθόλου γιατί δεν υπάρχει κάποια αλλαγή στο ανταγωνιστικό τους περιβάλλον ώστε να τους εξαναγκάσει για κάτι τέτοιο.
- ❖ Καιροσκοπικός είναι η καινοτόμος επιχείρηση που εντοπίζει κάποιες ευκαιρίες στην αγορά και χωρίς έρευνες και σχεδιασμούς προωθεί το προϊόν ή την υπηρεσία στην αγορά που κανένας δεν έχει σκεφτεί.

3.4 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ΚΑΙ Η ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ

Η καινοτομική διαδικασία περιλαμβάνει κάποια βήματα ώστε να γίνουν οι κατάλληλοι χειρισμοί για να υπάρξει το επιθυμητό αποτέλεσμα. Τα βήματα της καινοτομικής διαδικασίας είναι η γένεση καινοτόμων ιδέας, η αξιολόγηση της ιδέας, ο σχεδιασμός καινοτομίας και η εφαρμογή καινοτομίας.

Αρχικά υπάρχει η γένεση καινοτόμου ιδέας που είναι απαραίτητη για να ενθαρρύνει την δημιουργικότητα. Όστε να μετατρέψει τις ευκαιρίες που εντοπίζει σε εμπορικά εκμεταλλεύσιμες ιδέες. Για να ενισχυθεί η δημιουργικότητα δεν πρέπει το άτομο να έχει εγωιστικές συμπεριφορές. Να μην έχει το αίσθημα της αποτυχίας και να είναι ανοιχτός στους πειραματισμούς και στο ρίσκο. Όλα αυτά μπορούν να ευδοκιμήσουν

³⁵ Βλ. Σπάης Γ (2007) «Εισαγωγή στη διαχείριση τεχνολογικών καινοτομιών», Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική σελ 61

σε ένα καλό εταιρικό κλίμα με προώθηση του ομαδικού πνεύματος, καλή σχέση όχι μόνο ανάμεσα στους υπαλλήλους αλλά σε πελάτες και σε άλλες επιχειρήσεις.

Οι νέες ιδέες μπορεί να προέρθουν από πολλές πηγές μέσα στην εταιρία. Αυτές οι πηγές μπορεί να είναι οι εργαζόμενοι, οι πελάτες, οι συνεργάτες, οι ανταγωνιστές και το τμήμα Έρευνα και Ανάπτυξης.

Για να ενισχυθεί η δημιουργικότητα³⁶ υπάρχουν τρεις (3) μέθοδοι που ακόλουθη κάθε επιχείρηση. Αυτές οι μέθοδοι είναι ο καταϊγισμός ιδεών, η μέθοδος <<ομάδες εστίασης>> και η μέθοδο <<αναίρεση κανόνων>>.

Στην μέθοδο καταϊγισμού ιδεών διαμορφώνονται ομάδες μέσα στην επιχείρηση ώστε να δώσουν κάποιο μεγάλο αριθμό ιδεών, δεν τους ενδιαφέρει η ποιότητα αλλά η ποσότητα. Ανταλλάσσουν μεγάλο αριθμό ιδεών και μέσα και έξω από την επιχείρηση συναναστρεφόμενα με πολλά άτομα. Υπάρχουν διάφορες παραλλαγές της μεθόδου αυτής. Αλλά και πολλοί τρόποι όπως μια λίστα ερωτήσεων για όλες τις ιδέες ώστε να εξετασθούν αν μπορούν να σταθούν επιχειρηματικά.

Η μέθοδος <<ομάδες εστίασης>> είναι πάλι η δημιουργία μιας ομάδας μέσα στην επιχείρηση που γίνεται μία εις βάθος συζήτηση και υπάρχει ένα μέλος συντονιστής. Αυτή μέθοδος μπορεί να συνδυαστεί με την πρώτη μέθοδο δηλαδή να υπάρξει πρώτα καταϊγισμός ιδεών ώστε να συγκεντρωθούν όσο το περισσότερο ιδέες και μετά να δημιουργηθεί μια ομάδα εστίασης που θα συζητήσει, θα αναλύσει και θα διαλέξει τις καλύτερες ιδέες.

Η τελευταία μέθοδο είναι η <<αναίρεση κανόνων>> που στόχος της είναι η καταγραφή των κανόνων που ακολουθεί η επιχείρηση και στην συνέχεια να βρεθούν τρόποι αναίρεσης των κανόνων αυτών ή η βελτιώσει τους. Η μέθοδο αυτή είναι κατάλληλη για την αλλαγή διαδικασιών ή την αντιμετώπιση ενός προβλήματος.

Δεύτερη διαδικασία είναι η αξιολόγηση της ιδέας. Αυτό εξηγείται στο ότι η ιδέα μπορεί να είναι πρωτοποριακή και καινοτομική αλλά μπορεί να μην είναι επιχειρηματική ευκαιρία. Για να είναι μια ιδέα επιχειρηματική ευκαιρία υπάρχουν δύο προϋποθέσεις η μια είναι ρεαλιστική δηλαδή να έχει η επιχείρηση κατάλληλους πόρους για να πραγματοποιηθεί. Και η άλλη είναι συμφέρουσα δηλαδή να υπάρχει ανάγκη στην αγορά να μην μπορεί να την αντιγράψουν οι ανταγωνιστές τις και να είναι κερδοφόρα.

Πριν ληφθεί οποιαδήποτε απόφαση πρέπει να διερευνηθούν τα δυνατά σημεία και οι αδυναμίες που θα δημιουργηθούν από την υιοθέτηση της καινοτομίας. Δύο είναι τα πιο γνωστά εργαλεία ο Διαγνωστικός οδηγός και η Ανάλυση SWOT δυνατών-αδύνατων σημείων ευκαιρίες-απειλές.

Ο Διαγνωστικός οδηγός περιλαμβάνει μια σειρά από ερωτήσεις που πρέπει να απαντήσει ο επιχειρηματίας δηλαδή σε ποια θέση είναι η επιχείρηση και αν μπορεί να υλοποιήσει αυτήν την ιδέα. Επίσης μπορεί να δίνει ρεαλιστικές απαντήσεις ώστε να γίνεται κατανοητή η πραγματική κατάσταση της επιχείρησης. Να αξιολογήσει με σκοπό την βελτίωση ώστε να αντιμετωπίζεται ως δείκτη ανάγκης. Και τέλος να βρίσκεται σε ευθυγράμμιση με την προτεινόμενη ιδέα δηλαδή δεν ενδιαφέρεται τόσο για την γενική εικόνα των πόρων και των ικανοτήτων της επιχείρησης αλλά την αξιολόγηση πλήρως ευθυγραμμισμένης ιδιαιτερότητας της ιδέας.

³⁶ Βλ. ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, (2009). «Καινοτόμος Επιχειρηματικότητα». Αθήνα σελ 33

Η ανάλυση SWOT³⁷ έχει ως στόχο της να αναλύσει και να διευκρινίσει πλήρως τα δυνατά-αδύνατα σημεία και της ευκαιρίες-απειλές που θα δημιουργηθούν για την υλοποίηση μιας ιδέας. Δηλαδή ο επιχειρηματίας πρέπει να απαντήσει σε ερωτήσεις που καλύπτουν τις παραπάνω διαδικασίας. Οι απαντήσεις στις ερωτήσεις θα πρέπει να έχουν πολύπλευρη οπτική, να αξιολογούν όλες τις πιθανές ευκαιρίες και να αξιολογούν τις διάφορες χρήσεις του εργαλείου.

Μια από τις βασικότερες αξιολογήσεις είναι η αξιολόγηση του οικονομικού οφέλους της ιδέας. Ένα από τα πιο συχνά εργαλεία που χρησιμοποιούνται είναι ο πίνακας αξιολόγησης καινοτομίας. Αυτή η μέθοδος είναι η αξιολόγηση καινοτομίας ιδεών που οι επιχειρήσεις πρέπει να βαθμολογήσουν αυτήν την ιδέα. οι βαθμοί για κάθε κριτήριο αξιολόγησης είναι το ένα έτος έως τα δέκα και το καθένα έχει δικό του συντελεστή βαρύτητας. Τα αποτελέσματα είναι ότι όσο μεγαλύτερη είναι η βαθμολογία τόσο η ιδέα γίνεται αποδεκτή.

Επίσης οι επιχειρήσεις μπορούν να συνάψουν και ένα επιχειρηματικό σχέδιο. Το επιχειρηματικό σχέδιο που δείχνει την πορεία της επιχείρησης και τους στόχους που μπορεί να αποτελεί βάση ελέγχου της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Για το επιχειρηματικό σχέδιο έχει αναφερθεί πιο πάνω.

Η Τρίτη διαδικασία είναι ο σχεδιασμός που καθορίζει τον τρόπο που θα υλοποιηθεί η ιδέα, η ομάδα πρέπει να προγραμματίσει όλες τις ενέργειες και να τις αποτύπωση. Αφού καθοριστούν όλες οι ενέργειες θα πρέπει να καθοριστεί και ο χρόνος που θα χρειαστεί. Θα πρέπει να κατανεμηθεί ο χρόνος ανάλογα με τις ενέργειες του κάθε ατόμου ώστε να μειώσουν όσο μπορούν το συνολικό χρόνο υλοποίησης του έργου. Οι υπεύθυνοι θα πρέπει να χρονοπρογραμματίσουν τις ενέργειες έτσι ώστε να βρουν αν κάποιες μπορεί να γίνουν ταυτόχρονα ή κάποιες πρέπει να ολοκληρωθούν πρώτες και να συνεχίσουν οι άλλες. Με αυτό τον τρόπο μπορούν να ελέγχουν τα κρίσιμα σημεία του έργου. Τα εργαλεία που χρησιμοποιεί ο χρονοπρογραμματισμός είναι το διάγραμμα GANTT και το διάγραμμα ροής.

Το διάγραμμα GANTT είναι ένα οριζόντιο ιστόγραμμα που χρησιμοποιείται για τον έλεγχο και την υλοποίηση του έργου. Το σχήμα είναι αναλυτικό ώστε να διακρίνεται κάθε λειτουργία του κάθε έργου που θα πραγματοποιηθεί στο συγκεκριμένο χρόνο. Για να υπάρχει μια κατεύθυνση και οργάνωση του έργου για να πραγματοποιηθεί και ο συνολικός χρόνος.

Το διάγραμμα ροής³⁸ είναι μία σειρά διαδοχικών ενεργειών σε σχήμα ροής. Αφού σχεδιάζεται αυτό το διάγραμμα η επιχείρηση αποκτά συνολική εικόνα των ενεργειών της ιδέας. Όμως αυτό το διάγραμμα δεν περιλαμβάνει διαμόρφωση προγράμματος ενεργειών ώστε να το χρησιμοποιήσουν πιο πρόχειρο και μετά να σχεδιάσουν ένα διάγραμμα GANTT που είναι πιο αναλυτικό.

Η τέταρτη και τελευταία διαδικασία είναι η Ανάπτυξη εφαρμογής. Αυτό το στάδιο είναι από την θεωρία στην πράξη. Η ανάπτυξη της καινοτομίας μπορεί να γίνει και από την επιχείρηση και από εξωτερικούς συνεργάτες. Αυτό συμβαίνει γιατί η ανάπτυξη νέων καινοτομικών προϊόντων ή υπηρεσιών χρειάζεται πόρους που απαιτούνται ιδιαίτερες ικανότητες. Η ανάπτυξη της καινοτομίας γίνεται εσωτερικά γιατί η καινοτομία συνδέεται άμεσα με την δραστηριότητα της επιχείρησης και προϋποθέτει αλλαγή στην παραγωγική διαδικασία. Όσο αφορά την ανάθεση σε τρίτους και αυτό συμφέρει

³⁷ Βλ. ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, (2009). «Καινοτόμος Επιχειρηματικότητα». Αθήνα σελ 35

³⁸ Βλ. ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, (2009). «Καινοτόμος Επιχειρηματικότητα». Αθήνα σελ 41

μόνο όταν η καινοτομία δεν είναι συνδεδεμένη με την δραστηριότητα της επιχείρησης και όταν απαιτεί πολύ χρόνο και ειδικές δεξιότητες.

Η ανάπτυξη της καινοτομίας πρέπει να έχει πιλοτική εφαρμογή για να ελέγχει τα καινοτόμα προϊόντα αν ανταποκρίνεται στις ανάγκες των πελατών και να εντοπίζονται τυχόν αδυναμίες ή ελαττώματα ώστε να διορθωθούν πιο γρήγορα. Μετά την πιλοτική εφαρμογή το τελικό στάδιο είναι η παραγωγή και η προώθηση του προϊόντος στην αγορά. Για να γίνει αυτό πρέπει να έχει ένα καλό σχέδιο μάρκετινγκ και να βελτιώσει αρκετές λειτουργίες της επιχείρησης, ώστε να επιτύχει ένα σωστό σχέδιο προώθησης της καινοτομίας ιδέας.

3.5 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΝΕΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ

3.5.1 ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΝΕΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

Η διαδικασία ανάπτυξης νέων προϊόντων είναι η διαδικασία που έχει περιγραφεί πιο πάνω δηλαδή τα τέσσερα (4) στάδια. Αυτά τα στάδια είναι η γένεση της καινοτομίας ιδέας, η αξιολόγηση, ο σχεδιασμός και η εφαρμογή της καινοτομίας. Μια άλλη προσέγγιση για την διαδικασία ανάπτυξης νέων προϊόντων την έκανε ο Γ. Σπαής στο βιβλίο του <<Εισαγωγή στη διαχείριση τεχνολογικών καινοτομιών>> διατυπώνει ότι η διαδικασία έχει έξι (6) στάδια³⁹ και αυτά είναι η γένεση της ιδέας, οι πηγές της, η διαλογή, η δοκιμή, η επιχειρησιακή ανάλυση, η έρευνα αγοράς και η τεχνική εφαρμογή. Συμπερασματικά διακρίνεται ότι και οι δύο διαδικασίες είναι ιδέες απλά η δεύτερη είναι πιο αναλυτικός στην θεματολογία αλλά αυτά αναφέρονται και στην πρώτη διαδικασία χωρίς ξεχωριστά κομμάτια. Γενικά αυτά τα στάδια πρέπει να ακολουθηθεί όποια επιχείρηση θέλει πραγματικά να καινοτομήσει.

Σύμφωνα με την διαδικασία καινοτομίας υπάρχουν κάποια στάδια που διέρχεται για να ολοκληρωθεί ένα καινοτόμο προϊόν. Έτσι και στην ανάπτυξη νέων προϊόντων η πιο γνωστή πηγή για να αντλήσει ιδέες είναι η έρευνα αγοράς. Εφόσον η ιδέα έχει καταχωρηθεί και έχει περάσει από τα άλλα στάδια διαδικασίας, θα πρέπει να ελεγχθεί σε τυπικές καταστάσεις χρήσης και αγοράς. Αυτό θα επιτευχθεί μέσω συνεντεύξεων με ομάδες αγοραστών ώστε από τα αποτελέσματα που θα προκύψουν να γίνουν οι απαραίτητες διορθώσεις για να ικανοποιηθούν με τον καλύτερο τρόπο οι πελάτες.

Τα καινούργια προϊόντα που προωθούνται θα πρέπει να πάρουν μια ισχυρή θέση στην αγορά. Μερικά παραδείγματα επιχειρήσεων είναι το Walkman και Play station της Sony, το χάμπουργκερ του McDonalds που είναι μερικά από τα πιο επιτυχημένα προϊόντα που εισάχθηκαν μέσα στην αγορά. Βέβαια υπάρχουν πολλές επιχειρήσεις που έχουν αυτό το προβάδισμα αν και έχουν καινοτομήσει δεν έχουν πετύχει τόσο πολύ τα προϊόντα τους. Και επίσης υπάρχουν επιχειρήσεις που από πολλά θέματα και κυρίως οικονομικά δεν μπορούσαν να καινοτομήσουν ώστε απλά να μιμούνται τις καινοτόμες επιχειρήσεις.

Ο όρος ανάπτυξη νέων προϊόντος σημαίνει ο σχεδιασμός και η ανάπτυξη ενός καινούργιου προϊόντος για την αγορά. Αυτό είναι η ριζική καινοτομία που είναι οι αλλαγές στις δραστηριότητες των επιχειρήσεων. Ενώ μπορεί να γίνεται ανάπτυξη νέου προϊόντος από την βελτίωση του ήδη υπάρχοντος προϊόντος. Σ αυτή την περίπτωση σχεδιάζουν βελτίωση κάποιων χαρακτηριστικών του προϊόντος ή να διορθώσουν κάποιες ατέλειες. Επομένως στην βελτίωση διακρίνεται μια σταδιακή

³⁹Βλ. Σπάης Γ (2007) «Εισαγωγή στη διαχείριση τεχνολογικών καινοτομιών» , Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική σελ 68

καινοτομία η οποία αποτελείται από δραστηριότητες βελτίωσης στις διαδικασίες της επιχείρησης και στο παραγόμενο προϊόν της.

Μέσα από τη ανάπτυξη λειτουργίας νέων προϊόντων που είναι η ίδια διαδικασία της καινοτομίας. Αυτή η ιδιαίτερη ικανότητα κάποιων νέων προϊόντων με επιτυχία συνδέεται με τους τεχνολογικούς παράγοντες και με τις τεχνολογικές υποδομές που υπάρχουν στην επιχείρηση. Μέσα από αυτήν την επιτυχία πρέπει να διερευνηθούν και η αγορά και οι ανάγκες των καταναλωτών. Επίσης από την μεριά της επιχείρησης πρέπει να εκπαιδεύει το προσωπικό της ώστε να υπάρχουν νέες ιδέες με αποτέλεσμα να συμβάλει στην προώθηση και προβολή του προϊόντος για να επιτύχουν όλοι μαζί τους στόχους που έχουν θέσει για το νέο προϊόν.

3.5.2 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ

Όπως ήδη έχει αναφερθεί ότι για να αναπτυχθεί ένα νέο προϊόν πρέπει όλα τα τμήματα της επιχείρησης να συνεργάζονται έτσι και στην τεχνολογική στρατηγική απαιτεί όλη την υποδομή της επιχείρησης. Χρειάζονται οργανωσιακές μεταβολές που μετατοπίζουν την ευθύνη της διαχείρισης της τεχνολογικής στρατηγικής στο τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης. Ενώ η στρατηγική της καινοτομίας θέλει να υποστηρίξει του τμήματος Έρευνα και Ανάπτυξης που συνδέεται και με όλες τις άλλες λειτουργίες της επιχείρησης. Έτσι αποδεικνύεται ότι η στρατηγική καινοτομία δεν ταυτίζεται με την τεχνολογική στρατηγική.

Σύμφωνα με τον Quintella (1993) τεχνολογική στρατηγική ορίζεται ως <<ένας συνδυασμός τεχνικών και επιστημονικών πόρων και ικανοτήτων, που σχεδιάζονται με τέτοιο τρόπο για την επίτευξη τεχνολογικού στόχου που καθορίζεται από την ανάλυση των δυνάμεων του ανταγωνισμού>>. Η τεχνολογική στρατηγική είναι απαραίτητη για τις επιχειρήσεις προκειμένου να προμηθευτούν τις κατάλληλες τεχνολογίες με αποτέλεσμα να προβούν στην στρατηγική καινοτομίας. Η στρατηγική καινοτομίας καθορίζεται από εταιρικούς και ανταγωνιστικούς στόχους.

Στις σημερινές εποχές που ο κύκλος ζωής του προϊόντος έχει μειωθεί, οι επιχειρήσεις ταξινομούν τους οικονομικούς πόρους με βάση την ανάπτυξη ενώ προϊόντος με στόχο το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Οι επιχειρήσεις στις τεχνολογικές επενδύσεις πρέπει να εντοπίσουν και να ελέγξουν τα έξοδα που θα προκύψουν για μια τέτοια Έρευνα και Ανάπτυξη. Ταξινομήσεις των εξόδων και των τεχνολογιών έχουν διατυπωθεί αρκετοί. Όμως και οι δύο επικεντρώνονται στον ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που πρέπει να αποκτήσει η επιχείρηση μέσω της τεχνολογικής στρατηγικής.

Σύμφωνα με τους δύο ορισμούς που αναπτύχθηκαν για την καινοτομία και την τεχνολογική στρατηγική τώρα θα αναφερθεί η βαθύτερη σχέση μεταξύ τους. Μια καλή προσέγγιση του θέματος έκανε ο Pavitt (1984) << πρότεινε ότι τα ευρύτερα τεχνολογικά χαρακτηριστικά μιας επιχείρησης είναι αποτέλεσμα των τεχνολογικών πόρων της επιχείρησης καθώς και των σχέσεων με τους πελάτες και τους προμηθευτές>>. Έκανε μια ταξινόμηση των τεχνολογικών τομέων⁴⁰ που είναι τέσσερεις (4) η ένταση της κλίμακας, οι εξειδικευμένοι προμηθευτές, η επιστημονική βάση και η ένταση πληροφόρησης.

⁴⁰Βλ. Σπάης Γ (2007) «Εισαγωγή στη διαχείριση τεχνολογικών καινοτομιών» , Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική σελ 89

Η ένταση της κλίμακας είναι μεγάλες επιχειρήσεις με πολυάριθμο ανθρώπινο δυναμικό και το μεγαλύτερο μέρος της τεχνολογίας εφαρμόζεται και αναπτύσσεται ώστε να υπάρχουν βελτιωμένα συστήματα παραγωγής. Οι εξειδικευμένοι προμηθευτές είναι επιχειρήσεις που έχουν ήδη το τεχνολογικό πλεονέκτημα και προσπαθούν βάση αυτού να αναπτύξουν νέα προϊόντα για να συνδέονται με τα συστήματα παραγωγής των πελατών τους. Η επιστημονική βάση είναι επιχειρήσεις που έχουν τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης με βάση αυτό το τμήμα δραστηριοποιούνται σε εξειδικευμένα πεδία όπως φυσική, χημεία για να έχουν υψηλή διαφοροποίηση σε νέες αγορές. Τέλος είναι η ένταση πληροφόρησης που χαρακτηρίζει επιχειρήσεις που έχουν ήδη τεχνολογία πληροφορικής αλλά προσπαθούν να δημιουργήσουν τεχνικές αλλαγές σε επίπεδο λογισμικού. Ως αποτέλεσμα αυτή η ταξινόμηση έχει να περιγράψει την σχέση της στρατηγικής καινοτομίας και της πηγής ανταγωνιστικής στρατηγικής σε επιχειρησιακά επίπεδα.

3.5.3 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΝΕΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ

Πολλές επιχειρήσεις δεν έχουν την δυνατότητα να καινοτομήσουν όπως κάποιες άλλες ανεξάρτητα από το μέγεθος τους. Για να καινοτομήσει μια επιχείρηση πρέπει να έχει τις ικανότητες που εξαρτάται από της υποδομές ή από την αγορά που κινείται. Όμως για να ανακαλύψουν τις ικανότητες κάθε επιχείρηση πρέπει πρώτα να αποκτήσουν την γνώση. Η γνώση είτε υπάρχει μέσα από την επιχείρησης είτε μπορούν να την αποκτήσουν με την έρευνα. Η γνώση βοηθά την επιχείρηση να βρουν τις ανάγκες και τις ευκαιρίες της αγοράς για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες των καταναλωτών και να προωθήσουν σωστά το καινούργιο προϊόν.

Για να σχεδιαστή ένα νέο προϊόν συμβάλλουν πολλοί παράγοντες. Αυτοί οι παράγοντες μπορεί να είναι ενδοεπιχειρησιακοί ή στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης. Οι ενδοεπιχειρησιακοί⁴¹ παράγοντες μπορεί να είναι:

- 1) Τα υπάρχοντα προϊόντα που αυτά είναι η βάση για την ανάπτυξη ιδεών ή την βελτίωση τους. Τα προϊόντα έχουν πολλά χαρακτηριστικά που ένα να τροποποιηθεί ή να βελτιωθεί το προϊόν θεωρείται καινούργιο.
- 2) Είναι οι πελάτες και το προσωπικό που έχει σχέση με τους πελάτες και τους καταναλωτές ώστε να δίνουν χρήσιμες πληροφορίες στην επιχείρηση για τον ανταγωνισμό και την αγορά. Επομένως η επιχείρηση έχει μια γενικότερη εικόνα για να προχωρήσει σε κάποιο νέο προϊόν ή στην βελτίωση του ήδη υπάρχον. Με αυτόν τον τρόπο το προσωπικό μπορεί να βοηθήσει και στην προώθηση του προϊόντος.
- 3) Η εκπαίδευση του προσωπικού είναι ένας πολύ σημαντικός παράγοντας που συμβάλλει στην εξέλιξη νέων τεχνολογιών και της αγοράς. Η εκπαίδευση συμβάλλει στην γένεση νέων ιδεών και κάποιες επιχειρήσεις επιβραβεύουν τέτοιες ενέργειες ώστε το προσωπικό να έχει κάποια κίνητρα με αποτέλεσμα η επιχείρηση να γίνεται πιο ανταγωνιστική.
- 4) Η διοίκηση από την δική της οπτική γωνία θεωρούν πως αυτοί καινοτομούν και δημιουργούν ένα κλίμα που δεν αφήνουν περιθώρια να καινοτομήσουν και τα πιο κατώτερα επίπεδα.
- 5) Και τέλος η τεχνολογία και η έρευνα που και αυτό είναι εξίσου σημαντικό. Πολλές επιχειρήσεις επενδύουν αρκετά χρήματα στο τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης. Που μέσω αυτού του τμήματος αναπτύσσονται νέες και καινοτόμες ιδέες. Επομένως αυτό το τμήμα θεωρείται ως βάση για την ανάπτυξη νέων προϊόντων.

⁴¹Βλ. Ματσατσίνης Ν, Γρηγορούδης Ε, Γαλάνης Χ και Ζοπουνίδης Κ (2010) «Ανάπτυξη και Λειτουργία Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων», Αθήνα, Εκδόσεις Κλειδάριθμος σελ 191

Όπως ήδη έχει αναφερθεί εκτός από το εσωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης επηρεάζει την ανάπτυξη και τον σχεδιασμό νέων προϊόντων και το εξωτερικό⁴² περιβάλλον που αυτοί οι παράγοντες μπορεί να:

1) Οι πελάτες γίνεται έρευνα είτε μέσω ερωτηματολογίων είτε μέσω συνεντεύξεων για παράπονα έτσι οι πελάτες είναι μια πηγή δημιουργίας νέων ιδεών.

2) Οι προμηθευτές μέσω των συζητήσεων μπορούν να προκύψουν ιδέες από την ζήτηση νέων προϊόντων που ζητούν οι πελάτες τους.

3) Ο ανταγωνισμός πολύ σημαντικός παράγοντας, μέσω της παρακολούθησης του ανταγωνισμού προκύπτουν νέες ιδέες για προϊόντα ή τρόπους κατασκευής τους. Χρησιμοποιούνται πολλοί μέθοδοι για τον ανταγωνισμό η πιο γνωστή είναι η αντιστροφή μηχανική.

4) Οι πατέντες μέσω της καταχωρήσεις τους από της επιχειρήσεις αποτελούν στόχο άλλων επιχειρήσεων στο να αναπτύξουν με τη ν αρχική πατέντα και να καινοτομήσουν στο ήδη υπάρχων προϊόν μιας άλλης επιχείρησης.

3.5.4 ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΣΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΑΤΕΝΤΕΣ

Όπως έχει ήδη αναφερθεί η καινοτομία είναι μια διαδικασία που ευνοεί το οικονομικό οργανισμός και του δίνει ώθηση για να γίνει πιο ανταγωνιστικός. Έτσι καινοτομία είναι η δημιουργία ή η τροποποίηση ενός προϊόντος ή μίας υπηρεσίας ακόμα και μια νέα λειτουργία του οργανισμού. Μέσα όμως από την καινοτομία μπορεί να δημιουργηθεί και μια εφεύρεση. Όμως για να προστατέψει⁴³ κάποιος δημιουργός την εφεύρεση του ουσιαστικά έχει το δικαίωμα της πατέντας.

Πατέντα είναι το δικαίωμα για μια εφεύρεση, που μπορεί να είναι ένα προϊόν ή μια διαδικασία και να αποτελεί λύση ενός προβλήματος. Όμως για να χαρακτηριστεί μια εφεύρεση πατέντα πρέπει να ικανοποιηθούν κάποιες προϋποθέσεις. Ο δημιουργός της πατέντας έχει το δικαίωμα που μπορεί να προστατέψει την εφεύρεση του σε νομικά πλαίσια και η διάρκεια της προστασίας της εφεύρεσης είναι περίπου 20 έτη. Ο ιδιοκτήτης της πατέντας έχει δικαίωμα να αναφέρει ποιος μπορεί να χρησιμοποιήσει την εφεύρεση του και μπορεί με νομικές διαδικασίες να δώσει την άδεια, φυσικά με κάποιους όρους. Αν περάσουν τα χρόνια ο ιδιοκτήτης χάνει το δικαίωμα και η εφεύρεση μπορεί να γίνει δημόσιας χρήσης.

Τα εμπορικά σήματα είναι ένα σήμα που υποδεικνύει ένα αγαθό ή μια υπηρεσία ή μια συγκεκριμένη επιχείρηση. Το σήμα κάθε προϊόντος ή υπηρεσίας δημιουργήθηκε από την ώρα που κατασκευάστηκε το συγκεκριμένο, με αυτών των τρόπο ο καταναλωτής ή ο κάθε ενδιαφερόμενος επιλέγει και ξεχωρίζει τα προϊόντα ή της υπηρεσίες που ικανοποιούν τις ανάγκες τους. Το δικαίωμα του εμπορικού σήματος το έχει ο ιδιοκτήτης για να το χρησιμοποιεί ή να το πουλήσει με κάποιο αντίτιμο.

Το βασικό χαρακτηριστικό που έχει ένα εμπορικό σήμα είναι να είναι διαφορετικό από τα σήματα άλλων προϊόντων. Για να γίνει αυτή η διαφοροποίηση τα σήματα καταχωρούνται σε τοπικούς κρατικούς φορείς. Αυτή η καταχώρηση γίνεται με διαφορετικές διαδικασίες σε κάθε χώρα γιατί έχουν διαφορετικό νομικό πλαίσιο.

Ένας άλλος νομικός όρος είναι τα δικαιώματα δημιουργού (copyrights). Αυτά τα δικαιώματα εκχωρούνται στους δημιουργούς πνευματικών και καλλιτεχνικών

⁴²Βλ. Μασατσίνης Ν, Γρηγορούδης Ε, Γαλάνης Χ και Ζοπουνίδης Κ (2010) «Ανάπτυξη και Λειτουργία Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων», Αθήνα, Εκδόσεις Κλειδάριθμος σελ 192

⁴³ Ξηρουχάκης Φ. (2008) «Διδακτικές Σημειώσεις : Marketing και Επιχειρηματικότητα» Β 'Έκδοση', Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής και Πολυμέσων, Σχολή ΣΤΕΦ, ΑΤΕΙ Κρήτης

κομματιών. Πιο συγκεκριμένα τα δικαιώματα καταχωρούνται στα συγγραφικά έργα, στις μουσικές συνθέσεις, στα γλυπτά και σε άλλες ίδιες ομάδες καλλιτεχνικών. Η προστασία δικαιώματος ταξινομείται σε δύο κατηγορίες στα οικονομικά και ηθικά δικαιώματα. Τα οικονομικά δικαιώματα είναι για την αναπαραγωγή και την μεταποίηση αυτών των κομματιών. Και τα ηθικά δικαιώματα είναι αν τυχόν κάποιος άλλος βλάπτει με αρνητική φήμη αυτό το δημιούργημα ώστε ο δημιουργός να έχει το δικαίωμα να κινηθεί νομικά και να αποκαταστήσει την φήμη του.

Η άσκηση του δικαιώματος εκτός από την νομική διαφυγή μπορεί ο ιδιοκτήτης να απαγορεύσει σε κάποιον τρίτο να χρησιμοποιήσει την δουλειά του ή να την μεταποιήσει σε κάποιο άλλο. Η διάρκεια του δικαιώματος μπορεί να έχει διάφορες μορφές. Το πιο σύνηθες είναι να ισχύει κατά την διάρκεια της ζωής του δημιουργού έως και 50 χρόνια μετά το θάνατο του.

Όλα αυτά τα δικαιώματα, η κατοχύρωση και η προστασία τους στην Ελλάδα γίνονται από τον αρμόδιο φορέα που είναι ο Οργανισμός Βιομηχανικής Ιδιοκτησίας. Ο ΟΒΙ κατοχυρώνει τρεις τίτλους προστασίας εφευρέσεων, το Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας, το Δίπλωμα Τροποποίησης και το Πιστοποιητικό Υποδείγματος Χρησιμότητας.

Το Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας είναι είτε προϊόντα, είτε μέθοδοι παραγωγής που χορηγούνται μόνο σε εφευρέσεις που έχουν βιομηχανική εφαρμογή. Η διάρκεια του είναι συνήθως 20 χρόνια. Το Δίπλωμα Τροποποίησης είναι η προστασία μιας εφεύρεσης που έχει ήδη κατοχυρωθεί στο Δίπλωμα Ευρεσιτεχνίας, απλά γίνεται μια διαφοροποίηση. Δηλαδή το Δίπλωμα Τροποποίησης παραχωρείται μόνο στον δημιουργό του Διπλώματος Ευρεσιτεχνίας που ήδη έχει πάρει. Τέλος υπάρχει το Πιστοποιητικό Υποδείγματος Χρησιμότητας που ισχύει για 7 χρόνια. Αυτό το πιστοποιητικό γίνεται σε δημιουργούς που κατασκευάζουν τρισδιάστατα αντικείμενα με συγκεκριμένα σχήματα και μορφή. Για να πάρει κάποιος δημιουργός το Πιστοποιητικό Υπόδειγμα Χρησιμότητας θα πρέπει αυτό που θα κατασκευάσει να είναι νέο και βιομηχανικά εφαρμόσιμο όπως ένα εξάρτημα ή ένα ειδικευμένο εργαλείο που θα λύσει κάποιο πρακτικό πρόβλημα.

Ως αποτέλεσμα προκύπτει ότι το κάθε δικαίωμα προστασίας χορηγείται στον δικαιούχο για να τον προστατεύει σε τυχόν παρέμβασης ή σε τυχόν μίμηση του προϊόντος που θα εφεύρει. Αυτό συμβαίνει γιατί στις μέρες μας κάθε εφεύρεση μπορεί να είναι τόσο εμπορεύσιμη ώστε να τον προστατεύει και οικονομικά και ηθικά από τρίτους που θέλουν να τον κλέψουν την εφεύρεση ή την δημιουργία.

3.6 Η ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΙΚΗ ΣΧΕΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜΕ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Για την καινοτομία έγινε μεγάλη αναφορά όμως μέσα από την καινοτομία προέρχεται και η οικονομική ανάπτυξη όχι μόνο της χώρας σαν γενική έννοια αλλά και του ίδιου του οικονομικού οργανισμού. Μέσω της ανάπτυξης επιτυχημένων νέων προϊόντων επιτυγχάνουν οι επιχειρήσεις τους στόχους τους για αυτό η σχέση αυτή είναι πολύ σημαντική. Επομένως υπάρχουν ωφέλει και μέσα στην επιχείρηση αλλά και στην οικονομία της χώρας. Σύμφωνα με τον Solow (1909-1949) ανέπτυξε ότι η αύξηση της ολικής εισροής συντελεστών δηλαδή της εργασίας και του κεφαλαίου είναι πολύ μικρά στην οικονομική ανάπτυξη ενώ το μεγαλύτερο κομμάτι ήταν στην ολική παραγωγικότητα των συντελεστών.

Φυσικά την μεγαλύτερη ανάλυση στην οικονομική ανάπτυξη με βάση την καινοτομία την έκανε ο Schumpeter που ήταν ο πρώτος που έθιξε την έννοια της καινοτομίας. Διατύπωσε ότι η ανάπτυξη δεν έχει καμία σχέση με την έννοια της ισορροπίας και της προσαρμογής στα νέα δεδομένα. Η ανάπτυξη είναι αποτέλεσμα επαναστατικών αλλαγών. Αυτές οι αλλαγές είναι νέοι συνδυασμοί που με συνεχείς άνοδο τους και την αυτονομία τους χαρακτηρίζουν την ανάπτυξη. Γενικά αυτοί οι νέοι συνδυασμοί είναι οι καινοτομίες. Στο άρθρο του με τίτλο <<Η αστάθεια του καπιταλισμού>> διατύπωσε ότι <<η οικονομική ανάπτυξη δεν είναι το σημείο εκκίνησης, ικανό να αποτελέσει το ρόλο του αιτίου, αλλά είναι αυτή καθαυτή αποτέλεσμα μιας πιο θεμελιώδους ' οικονομικής δυναμικής ', στην οποία οφείλεται τόσο η ανάπτυξη, όσο και η αλυσίδα των επιπτώσεων που απορρέουν από αυτήν>>. Στην έννοια οικονομικής προόδου θεωρούμε ότι θυσιάζονται κάποιοι παραγωγικοί πόροι για την παραγωγή κάποιου άλλου νέου προϊόντος αυτή η διαδικασία θεωρείται καινοτομία.

Επίσης η οικονομική ανάπτυξη μέσω της καινοτομίας σχετίζεται και με άλλα πεδία όπως την επιστήμη και την καινοτομία που υπάρχουν μεταξύ τους αλληλεπιδράσεις. Οι επιχειρήσεις είναι το σημείο αναφοράς της καινοτομίας. Καθετή αλλαγή είτε στο προϊόν είτε στην παραγωγή είτε στην διοίκηση είναι η καινοτομία. Έτσι μέσα από τις καινοτομικές διαδικασίες η επιχείρηση έχει και οικονομική ανάπτυξη όχι μόνο στα κέρδη της αλλά και στις επιμέρους λειτουργίες της.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4°: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΕΝΩΣΗ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ένας παράγοντας που προωθεί την οικονομική ανάπτυξη είναι η επιχειρηματικότητα όχι μόνο μέσα στην επιχείρηση αλλά γενικά και στην χώρα και στην παγκόσμια οικονομία. Επομένως σε όλες τις οικονομίες και σε όλες τις χώρες θεσπίζονται νόμοι και στρατηγικές για την προώθηση και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων μέσα στην χώρα. Η Ελλάδα έχει στηρίξει αρκετά της επιχειρήσεις της χώρας αλλά μέσα στα χρόνια της κρίσης τα μέτρα που λαμβάνονται απωθούν την επιχειρηματική δραστηριότητα. Όσο αφορά την Ευρωπαϊκή Ένωση στηρίζει τις περισσότερες χώρες που προσπαθούν να προωθήσουν την επιχειρηματικότητα με διάφορα χρηματοδοτικά προγράμματα.

Από το 2000 και μετά έχουν ιδρυθεί αρκετοί οργανισμοί στην Ελλάδα και στην Ευρώπη που μέσω προγραμμάτων στήριξης και χρηματοδοτήσεων βοηθούν την παγκόσμια επιχειρηματικότητα και ανταγωνιστικότητα. Το κάθε κράτος συντάσσει νόμους για την φορολογία, την ανάπτυξη, την χρηματοδότηση των επιχειρήσεων για να βοηθήσει στην προστασία των επιχειρηματιών, την ανταγωνιστικότητα και τον καταναλωτή.

Σε αυτό το κεφάλαιο θα γίνει αναφορά στα προγράμματα στήριξης επιχειρήσεων στην Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση, τους νόμους που θέσπισε η Ελλάδα για την επιχειρηματικότητα. Και τέλος καλές πρακτικές που έχουν γίνει στην Ελλάδα μέσω αυτών των προγραμμάτων.

4.1 Η ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ Η ΕΥΡΩΠΗ: ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΑ ΠΛΑΙΣΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΝΙΣΧΥΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ



4.1.1 Η ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ ΛΙΣΣΑΒΟΝΑΣ

Το Μάρτιο του 2000 έγινε η Σύνοδος Κορυφής της Λισσαβόνας⁴⁴ που συναντήθηκαν οι ηγέτες όλων των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης και συμφώνησαν για ένα νέο στρατηγικό στόχο δηλαδή την ανάδειξη μιας πιο ανταγωνιστικότερης οικονομίας του κόσμου έως το 2010. σε αυτήν την Σύνοδο έγιναν αρκετές νομοθετικές διατάξεις για τον οικονομικό τομέα και ειδικότερα για τα μέτρα προστασίας που θα παρθούν για τους καταναλωτές, τους εργαζομένους, του περιβάλλοντος και των δημοσίων υπηρεσιών.

Αυτή η Σύνοδος Κορυφής έγινε γνωστή ως στρατηγική της Λισσαβόνας που διαθέτη καθοριστικό χαρακτήρα που θέλησε να αλλάξει και να νομοθέτηση αρκετά πράγματα. Όμως πολλά από τα μέτρα δεν είναι νομοθετικά αλλά διακυβερνητικά δηλαδή είναι μια κατευθυντήρια γραμμή που ακολουθούν όλες οι χώρες και απλά δεν έχουν γίνει νόμοι. Στα θέματα που έδωσαν μεγάλη βαρύτητα είναι η δημιουργία θέσεων απασχόλησης, η εσωτερική αγορά, οι χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες, το περιβάλλον της επιχείρησης, η κοινωνία των πληροφοριών, το μείγμα πολιτικής και η Έρευνα και Εκπαίδευση όλα αυτά θα αναλυθούν παρακάτω.

Η δημιουργία θέσεων εργασίας ήταν ο πρωτοπόρος στόχος της στρατηγικής της Λισσαβόνας. Μέσα από την δημιουργία θέσεων θα ύπαρξη οικονομική ανάπτυξη, ανταγωνιστικότητα και μείωση της γραφειοκρατίας. Ο στόχος ήταν να αυξηθεί στο 70% το ποσοστό απασχόλησης μέχρι το 2010 που φαίνεται ότι ήταν δύσκολο να αναπτυχθεί. Αυτό που επισημάνθηκε στο κοινοβούλιο είναι η ενθάρρυνση να εργαστούν όλο και περισσότερες γυναίκες και να συνδυαστούν αρμονικά και η επαγγελματική και η οικογενειακή ζωή.

Η Στρατηγική της Λισσαβόνας θεώρησε κύριο στοιχείο την εσωτερική αγορά δηλαδή το άνοιγμα των αγορών σε ενιαία ευρωπαϊκή αγορά. Για να έρθει οικονομική ανάπτυξη θα πρέπει να μην υπάρχουν εμπόδια στον ανταγωνισμό και η κάθε εταιρία να έχει πρόσβαση στην εθνική αγορά. Με νομοθεσία το ευρωπαϊκό κοινοβούλιο έκρινε το άνοιγμα πολλών αγορών όπως την ηλιακή ενέργεια και το φυσικό αέριο έως το 2007. Φυσικά αυτή η νομοθεσία επηρεάζει αρκετά και την δημόσια διοίκηση κάθε κράτους.

Ένα ακόμα θέμα στην συζήτηση της Συνόδου ήταν οι χρηματοπιστωτικές υπηρεσίες. Σε αυτό το θέμα ενέκριναν νομοθετικές διατάξεις για τον ανταγωνισμό μεταξύ τραπεζών και χρηματιστηρίου σχετικά με την εκτέλεση εντολών, το φραγμό των επενδύσεων σε συνταξιοδοτικά ταμιά, την ασφάλιση, την προστασία των μετοχών και της απαιτήσεις για τις εταιρίες που εισάγονται στο χρηματιστήριο.

Κατά την Σύνοδο τα κράτη-μέλη κλήθηκαν να ανακαλύψουν βέλτιστες λύσεις για την μείωση της γραφειοκρατίας στην ίδρυση εταιριών και σε ένα πιο φιλικό περιβάλλον προς τις επιχειρήσεις. Μέσω διατάξεων και νομοθετημάτων κατέληξαν στην βοήθεια των μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων ώστε να έχουν πρόσβαση σε έρευνες της Ε.Ε. και να γίνουν πιο ανταγωνιστικές σε δημόσιες συμβάσεις. Ένας ακόμα νόμος που θεσπίστηκε ήταν η ενίσχυση των πνευματικών δικαιωμάτων ιδιοκτησίας, την κατοχύρωση εφευρέσεων με στόχο την δημιουργικότητα και την καινοτομία.

⁴⁴ Internet sites: <http://www.europarl.europa.eu/highlights/el/1001.html>

Η κοινωνία των πληροφοριών ένα σημαντικό θέμα που συζητήθηκε στην Σύνοδο για να βοηθήσει στην σωστή πληροφόρηση των ανθρώπων. Μια οικονομία με σωστές γνώσεις και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας με στόχο των ανταγωνισμό στον τομέα τηλεπικοινωνιών και την σωστότερη χρήση του διαδικτύου. Με νομοθεσία εγκρίθηκε η χρήση του διαδικτύου με την δημιουργία μιας περιοχής με τα αρχικά της Ε.Ε. για την σωστή ενημέρωση, τα μαζικά μηνύματα και την διεύρυνση των αγορών μέσω του διαδικτύου.

Τέλος η Στρατηγική της Λισσαβόνας ασχολήθηκε με την έρευνα και την ανάπτυξη, θεωρώντας ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες της ανάπτυξης και της απασχόλησης. Δηλαδή αυτό που τυπώθηκε είναι η επένδυση στους ανθρώπινους πόρους και την δια βίου μάθηση βελτιώνει τις δεξιότητες και ενισχύει την απασχόληση. Όμως ούτε αυτό έγινε αντικείμενο νομοθεσίας για την Ε.Ε.

Η Στρατηγική της Λισσαβόνας αποτέλεσε σημαντικό κομμάτι για τα επόμενα χρόνια της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Πάνω σε αυτήν την στρατηγική έγιναν πολλές μελέτες και δόθηκε η αφορμή για μια πιο ενωμένη Ευρώπη με ένα κοινό όραμα και με στόχο την ανάπτυξη της οικονομίας και της επιχειρηματικότητας.

4.1.2 ΠΡΑΣΙΝΗ ΒΙΒΛΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

Μετά την Στρατηγική της Λισσαβόνας, το 2003 συντάχθηκε η πράσινη βίβλος⁴⁵ για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη. Το 2002 στην Σύνοδο της Βαρκελώνης αποφασίστηκε μια έκθεση που θα τονίσει την ενίσχυση των νέων επενδύσεων, την απασχόληση, την ανάπτυξη της καινοτομίας και της επιχειρηματικής δυναμικότητας. Αυτοί οι τομείς θα αναλυθούν στο πιο κάτω μέρος του κειμένου.

Η επιχειρηματικότητα αξιοποιεί την δημιουργικότητα και την καινοτομία. Η επιχειρηματική δραστηριότητα μπορεί να εφαρμοσθή σε κερδοσκοπικούς και μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς. Επίσης η επιχειρηματικότητα είναι σημαντική γιατί συμβάλλει στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας αφού στις χώρες που υπάρχει ανάπτυξη επιχειρήσεων το ποσοστό της ανεργίας μειώνεται. Έπειτα είναι βασικός παράγοντας της ανταγωνιστικότητας όχι μόνο μέσα σε μια χώρα αλλά μέσω της επιχειρηματικότητας η χώρα γίνεται ανταγωνιστική μεταξύ άλλων κρατών. Η ανάπτυξη των επιχειρήσεων δίνει το έναυσμα του ανταγωνισμού ώστε να αυξηθεί η παραγωγικότητα, η δημιουργικότητα και η καινοτομία.

Η επιχειρηματικότητα στην Ε.Ε. έχει πολλές πτυχές. Σύμφωνα με την πράσινη επιχειρηματικότητα οι ευρωπαίοι πολίτες έχουν ώθηση προς την αυτοαπασχόληση σε σχέση με τα υπόλοιπα κράτη. Έπειτα έχουν έντονο το αίσθημα της αποτυχίας για αυτό θα πρέπει να σιγουρευτούν αρκετά μέχρι να ιδρύσουν μια νέα επιχείρηση. Αυτό γίνεται εμφανές από αυτά που αναφέρθηκαν στην Πράσινη Βίβλο για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη:<< η πρόκληση για την Ευρωπαϊκή Ένωση συνιστάται στην επισήμανση των βασικών παραγόντων που συμβάλλουν στη δημιουργία ενός κλίματος στο οποίο να μπορούν να ευδοκιμήσουν η επιχειρηματική πρωτοβουλία και οι επιχειρηματικές δραστηριότητες. Τα μέτρα πολιτικής θα πρέπει να στοχεύουν στην αύξηση των επιπέδων επιχειρηματικότητας μέσω της υιοθέτησης της καλύτερης δυνατής προσέγγισης για τη δημιουργία περισσότερων επιχειρηματιών και την ανάπτυξη περισσότερων επιχειρήσεων>> (σελ 11). Επίσης

⁴⁵ Internet sites: http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/el/com/2003/com2003_0027el01.pdf

αναφέρει ότι για να αναπτυχθεί η επιχειρηματική δραστηριότητα θα πρέπει να παρθούν κάποια ευνοϊκά μέτρα πολιτικής.

Για να ιδρυθεί μια νέα επιχείρηση θα πρέπει να υπάρχουν κάποιες προδιαγραφές έτσι στην Ευρώπη οι φραγμοί που αντιμετωπίζουν είναι αρχικά η χρηματοδότηση αφού το 76% των ευρωπαίων υποστηρίζει ότι έχει έλλειψη χρηματοδότησης. Ένα άλλο είναι αν έχει κέρδος η επιχειρηματική δραστηριότητα και ο ανταγωνισμός που δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν. Η εκπαίδευση είναι ένα σημαντικό κομμάτι αφού μορφώνει τον επιχειρηματία για να αντιλαμβάνεται τις ευκαιρίες και να ανταπεξέλθει στις ανάγκες του οργανισμού. Στην Ελλάδα οι σπουδαστές της Σιβιτανιδιος Τεχνικής Σχολής Αθηνών έχουν την ευκαιρία να διευθύνουν μια εικονική επιχείρηση. Αυτό είναι ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα που συμβάλει στην προσωπικότητα και τις δεξιότητες του φοιτητή.

Έπειτα δεν είναι μόνο η ίδρυση μιας επιχείρησης αλλά και η ανάπτυξη μιας υπάρχουσας επιχείρησης. Από την Πράσινη Βίβλο επισημαίνεται ότι υπάρχει πρόβλημα με την γραφειοκρατία. Έτσι πρέπει να παρθούν μέτρα για την βελτίωση της δημόσιας διοίκησης ώστε να στηριχθούν οι επιχειρήσεις. Για παράδειγμα στην Δανία το κράτος εισήγαγε ένα νέο σύστημα διαχείρισης των μισθών το Easy Pay που χορηγείται δωρεάν στους εργοδότες. Επίσης πολύ σημαντικό κομμάτι για την υποστήριξη των επιχειρήσεων είναι τα φορολογικά μέτρα. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει αναλάβει μια σειρά από φορολογικά εμπόδια που έχει προβεί σε προτεινόμενες λύσεις. Μεγάλη κλίμακα συζητήσεων έχουν οι ΜΜΕ λόγω το ότι είναι πιο ευάλωτες στην φορολογία και στο ότι είναι μεγάλος ρυθμός αύξηση τους στην Ευρώπη. Ένα ακόμα πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι ΜΜΕ είναι η πρόσβαση στην χρηματοδότηση. Η Ευρωπαϊκή Ένωση εξακολουθεί να βρει λύση στην δανειοδότηση των ΜΜΕ αφού το μεγαλύτερο ποσοστό των ευρωπαίων ΜΜΕ δανειοδοτούνται από τράπεζες με δυσμενής όρους. Έτσι η Ε.Ε. όρισε το Ευρωπαϊκό Ταμείο Επενδύσεων που χρηματοδοτεί σε πολυετές πρόγραμμα τις επιχειρήσεις και την επιχειρηματικότητα.

Η Πράσινη Βίβλος για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη ανέδειξε αρκετά προβλήματα που μαστίζουν τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Μέσα στο εγχειρίδιο αναφέρεται και η κοινωνική πλευρά της επιχειρηματικότητας. Τα σημαντικότερα προβλήματα γενικά είναι η γραφειοκρατία, η φορολογία και η χρηματοδότηση που αυτά προωθούν να βρουν οι ευρωπαίοι βουλευτές σε κάθε Σύνοδο Κορυφής ώστε να ενισχύσουν και να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις και την επιχειρηματικότητα.

4.1.3 ΠΡΑΣΙΝΗ ΒΙΒΛΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Εκτός από την Πράσινη Βίβλο για την επιχειρηματικότητα η Ευρώπη έχει εκδόσει και Πράσινη Βίβλο για την καινοτομία⁴⁶. Η καινοτομία πρέπει να υπάρχει γιατί ικανοποιεί περισσότερες ανάγκες ενισχύοντας το επιχειρηματικό πνεύμα και κάνει πιο ανταγωνιστική την επιχείρηση και γενικά την χώρα. Επομένως οι επιχειρήσεις για να διατηρήσουν την ανάπτυξη τους προβαίνουν σε νέες τεχνικές κάθε επιπέδου ώστε να γίνουν εμπορικές επιτυχίες.

Γενικά η Ευρώπη στο θέμα της καινοτομίας υστερεί αρκετά σε σχέση με τους ανταγωνιστές της. Το παράξενο είναι ότι διαθέτη αρκετά ερευνητικά κέντρα όμως δεν αξιοποιεί σωστά και αποδοτικά το ανθρώπινο δυναμικό όσο αφορά τα νέα προϊόντα και το μερίδιο αγοράς ιδιαίτερα στην υψηλή τεχνολογία. Η κάθε χώρα και η κάθε

⁴⁶ Internet sites: <http://hirc.ekt.gr/opencms/opencms/hirc/services/newsletter/inn1/green.htm>

επιχείρηση προσπαθεί να λύσει τα δικά της προβλήματα για αυτό υπάρχουν πολυάριθμες προτάσεις και δράσεις της καινοτομίας. Κάποιες από αυτές είναι η εσωτερική αγορά, η σωστή πολιτική ανταγωνισμού, η οικονομική ανάπτυξη, η νομισματική ένωση και η απλούστευση των διαδικασιών συμμετοχής των ΜΜΕ.

Η Ευρώπη αντιμετωπίζει αρκετά εμπόδια για να αναπτυχθεί η καινοτομία. Κάποια από τα εμπόδια είναι οι δυσκολίες στις διοικητικές διαδικασίες, η έλλειψη στον τομέα έρευνας και η έλλειψη των συστημάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης. Επίσης υπάρχουν διαχωρισμοί στην έρευνα πανεπιστημίων και βιομηχανίας. Η γενική ανεπάρκεια η έλλειψη χρηματοδότησης και η ανεπαρκής σχέση των επιχειρήσεων και του κράτους είναι κάποια βασικά προβλήματα που αντιμετωπίζει η Ευρώπη στον τομέα της καινοτομίας. Επομένως η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προσπαθεί από μια σειρά στόχων που θέτει στην Πράσινη Βίβλο για την καινοτομία να κατηγοριοποιήσει τα προβλήματα και μετά με διάφορα μέσα να τα αντιμετωπίσει.

Οι στόχοι που έχει θέση η Ευρωπαϊκή Επιτροπή είναι πέντε. Αρχικά να υπάρξει προσανατολισμός στην έρευνα με βάση την καινοτομία δηλαδή μέσω της έρευνας να αναδεικνύουν στοιχεία και προβλέψεις των τεχνολογικών εξελίξεων, των αγορών και των ανταγωνιστών για να γίνει πιο σωστή παρακολούθηση και πληροφόρηση του τομέα της έρευνας. Δεύτερος στόχος είναι η ενίσχυση του ανθρώπινου δυναμικού είναι η κατάρτιση και η εκπαίδευση δια βίου. Για τους εργαζομένους ήδη σε επιχειρήσεις για περαιτέρω γνώσεις και για φοιτητές να κινηθούν σε πανεπιστήμια της Ευρωπαϊκής Ένωσης και σε παγκόσμιο επίπεδο ώστε να εξειδικεύονται σε ερευνητικά κέντρα και να αποκτήσουν άμεση σχέση με τις επιχειρήσεις. Τρίτον είναι η διευκόλυνση της χρηματοδότησης της καινοτομίας. Η Ευρωπαϊκή Ένωση πρέπει να προβλέψει μέτρα ενίσχυσης για να χρηματοδοτούνται με ιδιωτικά κεφάλαια η καινοτομία και να κάνουν πιο ευνοϊκό φορολογικό περιβάλλον. Τέταρτος στόχος είναι η δημιουργία νομικού πλαισίου που να ευνοεί την καινοτομία. Σε αρκετές περιπτώσεις παραβιάζονται διάφοροι κανονισμοί για την διαχείριση της καινοτομίας και καταπατώνται κάποια πνευματικά δικαιώματα. Επομένως θα πρέπει να εφαρμόσει ένα πλαίσιο που θα είναι πιο διευκρινιστικό και θα καλύπτει αναλυτικά όλες τις ομάδες των επιχειρηματιών. Τέλος είναι η σχέση των δημόσιων υπηρεσιών για την καινοτομία που σημαίνει λήψη αποφάσεων για την καινοτομία σε νέα τεχνολογικά επιτεύγματα των ΜΜΕ. Επίσης την συνοχή και συνεργασία του δημόσιου τομέα και του ιδιωτικού στην προσπάθεια απλούστευσης των διοικητικών διαδικασιών.

4.1.4 ΕΚΘΕΣΗ ΤΟΥ ΙΟΒΕ: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Στα πιο πάνω μέρη του κεφαλαίου αναφέρθηκαν προγράμματα που αφορούσαν την Ε.Ε. όμως σε αυτό το κομμάτι θα αναφερθούν τα εμπόδια και οι προκλήσεις της επιχειρηματικότητας της Ελλάδας βάση των προηγούμενων στρατηγικών που έχουν αναφερθεί. Στην έκθεση του ΙΟΒΕ⁴⁷ << η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2005-2006 >> αναφέρονται τα προβλήματα που έχουν διατυπωθεί στις πιο πάνω εκθέσεις σε σχέση με την συμβαίνει στην Ελλάδα.

Η επιχειρηματική δραστηριότητα είτε είναι κατά επιλογή είτε αναγκαστική λόγω έλλειψης άλλης εργασίας. Στην Ελλάδα υπάρχει μεγάλη αύξηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας που από έρευνες φαίνεται ότι δεν έχουν ως κίνητρο την ανάγκη. Η πολιτική που εφαρμόζεται βάζει εμπόδια στην έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας. Για να διορθωθεί αυτό θα πρέπει να θεσπιστούν μέτρα που θα

⁴⁷ Internet sites: <http://www.gemconsortium.org/docs/download/510>

βοηθήσουν αυτούς που πραγματικά είναι ικανοί μια επιχειρηματική δραστηριότητα. Αυτό το πρόβλημα δεν είναι μόνο της Ελλάδας όπως έχουν διατυπωθεί στην Πράσινη Βίβλο(2003) και στο Σχέδιο Δράσης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (2004-2006) είναι από το πρώτο άξονα που έχουν θέσει η ευρωπαίοι. Ως στόχος της Ευρώπης είναι οι ειδικές κοινωνικές ομάδες όπως οι γυναίκες και οι μετανάστες. Από την άλλη μεριά στην Ελλάδα έχει ήδη αναπτυχθεί η γυναικεία επιχειρηματικότητα με το πρόγραμμα ΕΠΑΝ Ι ενώ για τους μετανάστες δεν έχει γίνει καμιά ενέργεια.

Στην Ελλάδα λαμβάνονται κάποια σημαντικά μέτρα για την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Το 2005 εισάχθηκαν δύο σημαντικά νομοθετήματα ο νόμος 3325/2005 για την αδειοδότηση μεταποιητικών επιχειρήσεων και νόμος << Εκσυγχρονισμό επιμελητηριακής νομοθεσίας>> που έχουν ο στόχο την μείωση της γραφειοκρατίας και την παροχή <<υπηρεσιών μιας στάσης>>. Τα προβλήματα για το Ελληνικό κράτος συνεχίζουν να υπάρχουν, σε έρευνα του 2006 η Ελλάδα βρισκόταν στην 109^η θέση για το εύκολο επιχειρεί ανάμεσα σε 175 χώρες και ακόμα πιο χειρότερα έλαβε την 140^η θέση στον δείκτη ευκολίας ίδρυσης επιχειρήσεων. Αυτά τα νούμερα όντως είναι απογοητευτικά αλλά το κράτος με το πρόγραμμα ΕΠΑΝ ΙΙ και σε συνεργασία με το Υπουργείο Ανάπτυξης (2006) προσπαθεί να αντιστρέψει το κλίμα.

Άλλο ένα πρόβλημα που αντιμετωπίζει η Ελλάδα είναι ότι η επιχειρηματική δραστηριότητα έχει ως αντικείμενο την παροχή προϊόντων και υπηρεσιών στον τελικό καταναλωτή. Με το φαινόμενο αυτό οι επιχειρήσεις απλώς αναπαράγουν ώστε να μην προβαίνουν σε ανάπτυξη της ταμειακής κατανομής της επιχειρηματικότητας. Με αυτήν την πολιτική των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην Ελλάδα δεν υπάρχει οικονομική ανάπτυξη σε αντίθεση αν είχαν αυξήσει όλα τα στάδια της παραγωγικής διαδικασίας από ότι μόνο τελευταίο. Ο σοβαρός κίνδυνος που κρύβει είναι το χάσμα ανάμεσα στα μεγέθη των επιχειρήσεων και φαίνεται ότι οι μικρές επιχειρήσεις είναι πελάτες των μεγάλων επιχειρήσεων το αντίθετο δεν θα υπάρξει ποτέ. Σύμφωνα με στοιχεία της Ευρώπης αυτό το φαινόμενο βρίσκεται σε όλες τις χώρες της Νότιας Ευρώπης. Οι ευρωπαϊκές πολιτικές προσπαθούν να λύσουν το πρόβλημα στοχεύοντας στην ενίσχυση της <<δικτύωσης>> και στην ενθάρρυνση της σχέσης ανάμεσα στις ΜΜΕ και τις μεγαλύτερες επιχειρήσεις. Στην Ελλάδα η πολιτική που κατευθύνεται είναι το πρόγραμμα ΕΠΑΝ ΙΙ που για να καλύψει όλα τα θέματα έχει δύο παράγοντες να πάρει υπόψη του. Αρχικά θα πρέπει να προκύψει θετική στάση των επιχειρήσεων απέναντι στην προώθηση της δικτύωσης. Έπειτα είναι η αναπτυξιακή πολιτική που θα πρέπει να γίνει για την παροχή υπηρεσιών και την ενίσχυση των ΜΜΕ ως προς τις μεγάλες επιχειρήσεις. Η αλλαγή που θα γίνει επηρεάζει την τομεακή διάρθρωση της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα.

Το επόμενο πρόβλημα στην Ελλάδα είναι η χρηματοδότηση νέων εγχειρημάτων που έχει χαρακτήρα οικογενειακό. Οι οικογένειες χρηματοδοτούν τους νέους επιχειρηματίες την λεγόμενη <<άτυπη επένδυση>> και αυτό συμβαίνει για δύο λόγους. Πρώτων όταν είσαι νέος επιχειρηματίας η πρόσβαση στο τραπεζικό σύστημα είναι δύσκολη ώστε η λύση να βρίσκεται μόνο στον οικογενειακό κύκλο. Και δεύτερος λόγος είναι ότι οι άτυποι επενδυτές δεν το κάνουν για οικονομικό όφελος και οι περισσότεροι πιστεύουν ότι δεν θα πάρουν κάποιο κέρδος από την επένδυση τους. Αυτό το πρόβλημα έχει επισημανθεί και στην Πράσινη Βίβλο της Ευρώπης, ενώ στην Ελλάδα παίρνουν σοβαρά μέτρα ενίσχυσης νέων χρηματοδοτικών θεσμών μέσα από το πρόγραμμα ΕΠΑΝ ΙΙ.

Ένα αντιφατικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει το ελληνικό κράτος είναι ο φόβος της αποτυχίας. Αν και υπάρχει αύξηση της επιχειρηματικότητας που συνδέεται με τις γνώσεις, τις εμπειρίες και τις ικανότητες και την μεγάλη τους αυτοπεποίθηση κατατάσσοντας στην πρώτη θέση ως προς το φόβο της αποτυχίας. Όπως

επισημαίνει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στην έκθεση της για να επίλυση το πρόβλημα θα πρέπει να αναμορφωθεί το πτωχευτικό δίκαιο στην Ελλάδα και να υπάρχει δεύτερη ευκαιρία. Επίσης μπορεί να μείωση το κίνδυνο της αποτυχίας μέσα από την σωστή εκπαίδευση των μελλοντικών επιχειρηματιών. Μέσα από αυτό προκύπτει και το ζήτημα του ασφαλιστικού και η μεταβίβαση της επιχείρησης που επηρεάζει πολλά στην επιλογή του επιχειρηματία. Αυτό το θέμα έχει απασχόληση πού την Πράσινη Βίβλο και τη Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Από την μεριά της Ελλάδας ασχολείται το ΕΠΑΝ που στοχεύει αποκλειστικά στην διευκόλυνση την μεταβίβαση των επιχειρήσεων.

Η εκπαίδευση στην Ελλάδα υστερεί κατά πολλοί. Γενικά αφορά την επιχειρηματικότητα, οι νέοι δεν έχουν αρκετές γνώσεις. Αυτό βέβαια δεν αποκλείει τους πολίτες να μην ξεκινήσουν μια επιχειρηματική δραστηριότητα. Στην τριτοβάθμια εκπαίδευση δεν υπάρχει κάποια γνώση ούτε εξοικείωση στους φοιτητές για την επιχειρηματικότητα. Γενικά και η Ευρώπη μέσα από συγκριτικές εκθέσεις φαίνεται ότι δεν μπορούν να φτάσουν τους αμερικάνους στο επίπεδο της εκπαίδευσης. Στην Ελλάδα με το Σχέδιο Ανάπτυξης (2006) προβλέπει το πρόγραμμα να ενισχύσει το επιχειρηματικό πνεύμα στην δευτεροβάθμια εκπαίδευση και να ενισχύσει την στενότερη σύνδεση της έρευνας και της εκπαίδευσης.

Τέλος είναι η σχέση της κοινωνίας προς την επιχειρηματικότητα και την δημιουργία. Η Ελλάδα και σε αυτό το θέμα έχει αντιφατικό χαρακτήρα από την μία βλέπει τον επιχειρηματία ως κοινωνικά αποδεκτό επάγγελμα και από την άλλη απεχθάνεται τις μεγάλες διαφορές στα επίπεδα εισοδήματος. Γενικά οι Έλληνες δεν θέλουν κανένα πάνω από το κεφάλι τους. Η κοινωνία δεν αντιμετωπίζει με θετική στάση την επαγγελματική επιτυχία κάποιου γιατί υπάρχει γενική καχυποψία και υποθέτει ότι δεν μπορεί ο επιχειρηματίας να έχει επιτύχει μέσα από πολλοί δουλειά και δημιουργικότητα.

4.1.5 ΕΘΝΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΡΡΥΘΜΙΣΕΩΝ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ 2005-2008

Στην προηγούμενη ενότητα έγινε αναφορά της Ελλάδας σε σχέση με τις στρατηγικές που ακολουθεί η Ευρωπαϊκή Ένωση. Έγινε σύγκριση σε πιο επίπεδο βρίσκεται η Ελλάδα στα προβλήματα που αντιμετωπίζει σε σχέση με την νομοθέτηση νόμων τόσο του κράτους όσο και στην προσπάθεια επιλύσεις των προβλημάτων της Ε.Ε. Γενικά η Ευρώπη ευελπιστεί σε μια ενιαία στρατηγική της επιχειρηματικότητας και προσπαθεί με κοινή συνεννόηση της Ελλάδας να επιλυθούν προβλήματα που επηρεάζουν τις χώρες της Ευρώπης και το μέσο όρο της επιχειρηματικότητας.

Όπως ήδη αναφέρθηκε έχουν θεσπιστεί αρκετοί νόμοι και στρατηγικές από μεριά της Ελλάδας τα προηγούμενα χρόνια όμως σε αυτό το μέρος θα αναπτυχθούν πιο συγκεκριμένοι νόμοι που έχουν θεσπιστεί για την βελτίωση των προβλημάτων. Το Εθνικό Πρόγραμμα Μεταρρυθμίσεων (2005-2008)⁴⁸ περιλαμβάνει μέτρα και στρατηγικές για όλο το οικονομικό σύστημα της Ελλάδας, όμως εδώ αναφέρονται μόνο για την επιχειρηματικότητα και τα ευνοϊκά μέτρα για τις επιχειρήσεις στην Ελλάδα σε σχέση με το μέγεθος τους.

Τα προβλήματα της Ελληνικής κοινωνίας που ήδη έχουν αναφερθεί θα πρέπει με κάποιο τρόπο να επιλυθούν και βάση των εκθέσεων και της επισήμανση τους οι κυβέρνηση να νομοθέτηση κάποιους νόμους ώστε να βοηθήσουν την επιχειρηματική

⁴⁸ Internet sites:

http://www.espa.gr/elibrary/Ethniko_Programma_Metarrythmisewn_2005_2008.pdf

δραστηριότητα. Το φορολογικό σύστημα στην Ελλάδα το σοβαρότερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν όλοι οι κλάδοι. Αυτό που θα πρέπει να κάνει η μείωση των φορολογικών συντελεστών των επιχειρήσεων μέσα στην συγκεκριμένη τριετία. Έπειτα η φορολογική μεταρρύθμιση συνεχίζεται με την μείωση των συντελεστών για τα επιχειρηματικά κέρδη των Α.Ε. από το 35% το 2004 θα μειωθούν στο 25% το 2007 αντίστοιχα για τις Ο.Ε. και τις Ε.Ε. από 25% σε 20%. Τέλος θα γίνει πιο εύκολο το φορολογικό σύστημα με στόχο την μείωση του διοικητικού βάρους των επιχειρήσεων.

Ένας άλλο πρόβλημα που αντιμετωπίζει το ελληνικό κράτος είναι οι επενδύσεις . Αυτό επιλύθηκε με τα νέο επενδυτικό νόμο που ενισχύει τις νέες και παλαιές επιχειρήσεις καθώς επίσης προώθησε τα ων εκσυγχρονισμό της τεχνολογίας και της καινοτομίας. Μέσω τις πίεσης της Ευρωπαϊκής Ένωσης δημιουργήθηκε ο νόμος που διορθώνει πολλές αστοχίες των προηγούμενων νόμων. Από τους πρώτους μήνες έγινε εμφανής η βελτίωση αφού αυξήθηκαν τα επενδυτικά σχέδια με αποτέλεσμα να εισέρθουν πολλά εκατομμύρια ευρώ, να δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας και γενικότερη οικονομική ανάπτυξη.

Ο νέος νόμος 3325/2005 έχει αναφερθεί πιο πάνω και η είναι για την αδειοδότηση των επιχειρήσεων της μεταποίησης ενισχύοντας την επιχειρηματικότητα και την ανταγωνιστικότητα. Με την νέα νομοθεσία επιλύεται το πρόβλημα με το κόστος ίδρυσης στις μεταποιητικές μονάδες και στις μικρές επιχειρήσεις καθώς επίσης μειώνεται η γραφειοκρατία και η διαφθορά. Ένα από τα σημαντικά προβλήματα που έχει αναφέρει η έκθεση της Πράσινης Βίβλου (2003) και το Σχέδιο Δράσης της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (2004-2006) η Ελλάδα προσπάθησε και σε μεγάλο βαθμό το κάλυψε.

Μια σειρά από άλλα μέτρα που λαμβάνει υπόψη του το Πρόγραμμα Μεταρρυθμίσεων (2005-2008) είναι η διαδικασία σύστασης Ανώνυμων Εταιριών που είναι υπό κατασκευή η αναθεώρηση του παλαιότερου νόμου. Μέσο νομοθετικού προγραμματισμού η ελληνική κυβέρνηση προσπαθεί να προώθηση κίνητρα για να εγκατασταθούν στην Ελλάδα ξένες και εγχώριες επιχειρήσεις. Έπειτα αναθεωρεί το νόμο του πτωχευτικού δικαίου αφού είναι πολλοί παλαιός και δεν ανταποκρίνεται στις ανάγκες της εποχής. Τέλος κατατέθηκε στην βουλή νομοσχέδιο για <<Ευρωπαϊκή Εταιρία>> που έχει ως στόχο την δημιουργία μιας εταιρίας που θα μπορούν τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. να ενώσουν τις δυνάμεις τους.

Ένα από τα βασικότερα θέματα στην Ελλάδα είναι η ενίσχυση των ΜΜΕ. Αυτό συμβαίνει γιατί τα τελευταία χρόνια ο ρυθμός αύξηση τους είναι μεγάλος και νόμοι που έχουν θεσπιστώ μπορεί να μην έχουν συμπεριλάβει κάποια καινούργια κατηγορία. Ο στόχος του προγράμματος είναι η απελευθέρωση του ανθρώπινου δυναμικού της επιχείρησης, η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας και η κοινωνική συνοχή.

Η κυβέρνηση και το Υπουργείο Ανάπτυξης έχουν λάβει μέτρα για τις ΜΜΕ. Αρχικά την συγκρότηση του Εθνικού Συμβουλίου Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων με στόχο την ενίσχυση της παραγωγής και του εμπορείου της χώρας. Την βελτίωση των υποδομών των ΜΜΕ, την αύξηση της χρηματοδότησης, τις συνθήκες του ανταγωνισμού, την ενημέρωση των προβλημάτων των ΜΜΕ στις περιφέρειες και τέλος την συμμετοχή των ΜΜΕ σε προγράμματα και κίνητρα που προωθούν στις επιχειρήσεις.

Αυτά τα μέτρα που αναφέρθηκαν έχουν αρχίσει και εφαρμόζονται όμως μέσα από το Πρόγραμμα των Μεταρρυθμίσεων ελέγχει και άλλα μέτρα που θέλουν να εφαρμόσουν για την επόμενη τριετία (2005-2008). Αρχικό και σημαντικότερο είναι η

συμμετοχή των ΜΜΕ στο πρόγραμμα του ΕΣΠΑ (2007-2013). Την εφαρμογή των μέτρων μεταβίβασης των ΜΜΕ. Την βελτίωση του συστήματος χρηματοδότησης και του τραπεζικού συστήματος μέσω του Ταμείου Εγγυοδοσίας Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων (ΤΕΜΠΜΕ). Η ίδρυση Ινστιτούτο Μελετών και Ερευνών για τις ΜΜΕ με στόχο την υπάρχουσα κατάσταση και την εξέλιξη της ανταγωνιστικότητας, πιο στενή σχέση συνεργασίας Ελλάδας και Ευρώπης. Η εξωστρέφεια και η διεθνοποίηση των ΜΜΕ για εκμετάλλευση ευκαιριών μέσω Ευρώπης και τέλος η δικτύωση και η στήριξη των ΜΜΕ.

Στο Πρόγραμμα Μεταρρυθμίσεων (2005-2008) έγινε αναφορά για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας. Με τον νόμο 3373/2005 αναβαθμίζεται ο ρόλος της Επιτροπής ανταγωνισμού. Δηλαδή οι αλλαγές που γίνονται είναι η αύξηση του προσωπικού, η ουσιαστική συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή και με τις Αρχές Ανταγωνισμού των άλλων κρατών-μελών της Ε.Ε. με στόχο την ενίσχυση του ανταγωνισμού και την επιβολή μέτρων και κυρώσεων.

Τέλος έδωσαν προτεραιότητα στον τομέα Έρευνας και Ανάπτυξης που στόχο έχουν την χρηματοδότηση της έρευνας, την καινοτομία και την τεχνολογία σε σχέση με τις χώρες της Ε.Ε. Αρχικά υπάρχουν οι δαπάνες για την έρευνα που θέλουν να τις αυξήσουν από 0,65% στο 1.5% έως το 2010. Με την εισαγωγή του νέου επενδυτικού νόμου που δίνει κίνητρο επενδύσεων μέσω απαλλαγής φορολογικού, έμμεσων ή άμεσων επιχορηγήσεων και δημιουργία εφαρμοσμένων εργαστηρίων έρευνα και επενδύσεις στις υπηρεσίες υψηλής τεχνολογίας.

Η εθνική στρατηγική για την Έρευνα και την Τεχνολογία έχει την υποστηρίξει των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων << ανταγωνιστικότητας>> και της << κοινωνία της πληροφορίας>>. Αυτά τα προγράμματα είναι πολύ σημαντικά για την Ελλάδα αφού χρηματοδοτούν διάφορες δράσεις πάνω στην καινοτομία και στην Έρευνα και Ανάπτυξη. Κάποιες δράσεις είναι να ελκύσουν το ενδιαφέρον ξένων επενδύσεων, να αναπτύσσουν την έρευνα και να εισάγουν ειδικευμένο προσωπικό. Να δημιουργήσουν Περιφερειακές Πόλεις και ζώνες καινοτομίας για να γίνουν ερευνητικά κέντρα σε όλη την Ελλάδα ώστε να αναπτυχθεί η Έρευνα και η Ανάπτυξη σε επιχειρήσεις και πανεπιστήμια. Τέλος να γίνουν συνεργασία με τα δημόσια εργαστήρια έρευνας και με τις ιδιωτικές επιχειρήσεις.

Ως αποτέλεσμα προκύπτει ότι το Εθνικό Πρόγραμμα Μεταρρυθμίσεων για την Ανάπτυξη και την Απασχόληση 2005-2008 συνέβαλλε αρκετά σε πολλούς τομείς της επιχειρηματικότητας. Η Ελλάδα έχει πολλά προβλήματα που κάθε κυβέρνηση με νόμους που θεσπίζει προσπαθεί να τα επιλύσει. Γενικά το επιχειρηματικό κλίμα της Ελλάδας πρέπει να γίνει πιο φιλικό και να υπάρχει συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Ένωση αφού μέσω αυτής η Ελλάδα αποκομεί αρκετά κονδύλια για επενδύσεις στην επιχειρηματικότητα και γενικότερη στήριξη των επιχειρήσεων.

Το Πρόγραμμα Μεταρρυθμίσεων για να επιτύχει τους στόχους του που είναι η αύξηση της παραγωγικότητας και της απασχόλησης και η βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος προώθησε το Γ΄ Κοινοτικό Πλαίσιο Στήριξης 2000-2006 (Γ΄ ΚΠΣ) και τον Εθνικό Στρατηγικό Πλαίσιο Αναφοράς 2007-2013(ΕΣΠΑ).

Σύμφωνα με το Εθνικό Πρόγραμμα Μεταρρυθμίσεων για την Ανάπτυξη και την Απασχόληση 2005-2008 αναφέρει χαρακτηριστικά ότι << Η στρατηγική του παρόντος ΕΠΜ σε σχέση με το Γ ΚΠΣ αφορά κυρίως στο επιχειρησιακό επίπεδο και στο επίπεδο της εφαρμογής. Βασικός στόχος είναι η αποτελεσματική ενσωμάτωση των ευρωπαϊκών προτεραιοτήτων της Λισσαβόνας στις παρεμβάσεις της τρέχουσας περιόδου, με ορίζοντα την ολοκλήρωση του ΚΠΣ (2008), καθώς και η αξιοποίηση του ΚΠΣ ως εργαλείου για την εφαρμογή των εθνικών προτεραιοτήτων του παρόντος

ΕΠΜ>> (σελ 57) . Αυτό γίνεται μέσω της συστηματικής παρακολούθησης του ΚΠΣ για τους στόχους που έχει θέσει ο ΕΠΜ. Η υλοποίηση και η επιτύχει ολοκλήρωση του έργου του ΚΠΣ. Η παρακολούθηση των ενεργειών που κάνουν οι τελικοί δικαιούχοι.

Το Πρόγραμμα Μεταρρυθμίσεων εισήγαγε το πρόγραμμα ΕΣΠΑ (2007-2013) είναι το πρόγραμμα το οποίο λειτουργεί μέχρι σήμερα και έχει βοηθήσει πολλές επιχειρήσεις να ιδρυθούν και να αναπτυχθούν. Το ΕΠΜ αναφέρει ότι <<Με βάση την ανωτέρω γενική θεώρηση καθίσταται σαφές ότι η στρατηγική του νέου ΕΣΠΑ 2007-2013 θα πρέπει να στοχεύει στην ενίσχυση της ανάπτυξης, της απασχόλησης, της κοινωνικής συνοχής και στην προώθηση της πραγματικής σύγκλισης με τις πιο ανεπτυγμένες οικονομίες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ένα νέο αναπτυξιακό όραμα επομένως θα πρέπει να συνδέεται με την ανάπτυξη του βιοτικού επιπέδου των Ελλήνων πολιτών και τη σύγκλιση με το ευρωπαϊκό μέσο (σε όρους εισοδήματος και αγοραστικής δύναμης, βασικών υπηρεσιών, επιπέδου κοινωνικής προστασίας). Ο στρατηγικός στόχος της βιώσιμης οικονομικής ανάπτυξης με κοινωνική συνοχή μπορεί να επιτευχθεί με την προώθηση μιας ανταγωνιστικής και δυναμικής οικονομίας βασιζόμενης στη γνώση, που να οδηγεί στην πλήρη απασχόληση με τη δημιουργία ποιοτικών θέσεων εργασίας>> (σελ 58). Δηλαδή μέσα από αυτές τις εκφράσεις θεωρεί το στόχο που θα έχει το ΕΣΠΑ και που θα πρέπει να εστιάσει ώστε να επιλύσει σοβαρά προβλήματα του Ελληνικού κράτους μέσω της βοήθειας της Ε.Ε. Ως απώτερος στόχος είναι η επιχειρηματικότητα και η ανταγωνιστικότητα της Ελλάδας.

Μέσα στο ΕΠΜ αναφέρεται ο προγραμματισμός που θα ακολουθήσει το ΕΣΠΑ έτσι παρουσιάζονται επτά (7) Στρατηγικοί Άξονες Ανάπτυξης⁴⁹. Αυτοί οι άξονες έχουν ως βασική προτεραιότητα την αναθεώρηση της Στρατηγικής της Λισσαβόνας και τις Κοινοτικές Στρατηγικές Κατεύθυνσης για την πολιτική συνοχή. Οι Άξονες Προτεραιότητας είναι

1. Περιφερειακή Ανάπτυξη
2. Επιχειρηματικότητα & Εξωστρέφεια
3. Ενίσχυση της Προσπελασιμότητας και των Υπηρεσιών Γενικού Οικονομικού Συμφέροντος
4. Ψηφιακή Σύγκλιση & Οργανωτική Αναδιάρθρωση της Δημόσιας Διοίκησης
5. Αειφόρος Ανάπτυξη
6. Ανάπτυξη Ανθρώπινου Δυναμικού
7. Προώθηση της διασυνοριακής, διακρατικής και διαπεριφερειακής συνεργασίας

4.2 Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΙΚΗΣ ΕΝΩΣΗ

⁴⁹ Internet sites:

http://www.espa.gr/elibrary/Ethniko_Programma_Metarrythmisewn_2005_2008.pdf



Η Ευρώπη προσπαθεί να κάνει ένα κράτος ισχυρό για να μπορέσει να ανταπεξέλθει από την κρίση. Για αυτό το λόγο θέλει να φέρει την οικονομική ανάπτυξη της Ε.Ε. και της κάθε χώρας ξεχωριστά. Επομένως έχει εκδώσει αρκετές στρατηγικές και προγράμματα που έχει θέσει στόχους για την ανάπτυξη και μιας ανταγωνιστικής θέσεις και να βγει πιο ισχυρή από την κρίση. Έτσι η Ευρωπαϊκή Επιτροπή συνεδριάζει και προσπαθεί να βρει λύσεις για την οικονομική ανάπτυξη της Ε.Ε. Στις μέρες μας αναμένεται να εκδοθεί ένα αναλυτικό σχέδιο οικονομικής ανάπτυξης που σύμφωνα με τα μέσα ενημέρωσης είναι σχεδόν έτοιμο.

Επομένως η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει εντοπίσει τα προβλήματα της Ε.Ε. και προσπαθεί σε περίοδο να τα επιλύσει. Σε αυτό το κομμάτι θα αναφερθούν κάποια από τα βασικά σημεία που έχει εστιάσει η Επιτροπή για την βελτίωση της ανάπτυξης των χωρών της Ε.Ε.

Αρχικά εστιάζεται στις Εθνικές Κυβερνήσεις που πρέπει να εφαρμόσουν μια πολιτική ώστε να εξυπηρετεί κάποια πολύ σημαντικά σημεία. Αυτό που συνήθως είναι στις πρώτες πολιτικές είναι η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας ώστε να μειωθεί αρκετά η ανεργία. Στις θέσεις εργασίας να περιοριστούν οι φόροι που συνδέονται με την απασχόληση και να επιβαρύνουν τους φόρους της περιουσίας. Επίσης αυτές οι θέσεις εργασίας είναι για την ενέργεια και για το περιβάλλον και για την μείωση των ρύπων.

Έπειτα ένα πολύ σημαντικό είναι πάλι οι άνεργοι που η Ε.Ε. πρέπει να σταματήσει τον περιορισμό της κινητικότητας των εργαζομένων εντός της Ε.Ε. Καθώς πολύ εξειδικευμένοι άνεργοι δεν μπορούν να μετακινηθούν σε χώρες που υπάρχουν κενές θέσεις εργασίας. Φυσικά αυτό το θέμα είναι λίγο επικίνδυνο αφού θα υπάρξουν μεγάλες αντιδράσεις στις πιο ανεπτυγμένες χώρες της Ε.Ε. Ειδικότερα αν καταργηθούν οι περιορισμοί των Ρουμάνων και των βουλγάρων εργαζομένων σύμφωνα με την Επιτροπή θα προκαλέσει μεγάλη αναστάτωση στην Ε.Ε.

Τέλος σύμφωνα με δημοσιεύματα αναφέρεται χαρακτηριστικά στο προσχέδιο της οικονομικής ανάπτυξης ότι <<Η κρίση έχει περαιτέρω αποκαλύψει την αλληλεξάρτηση των οικονομιών και των αγορών εργασίας της ΕΕ, υπογραμμίζοντας την ανάγκη να συνοδευτεί η νέα οικονομική διακυβέρνηση με ενισχυμένο συντονισμό των πολιτικών απασχόλησης και των κοινωνικών πολιτικών>>⁵⁰.

Γενικότερα οι κίνδυνοι⁵¹ που διατρέχει η οικονομία της Ε.Ε. είναι τρεις που δημιουργούν προβλήματα στην οικονομία και πρέπει να επιλυθούν. Αρχικά είναι η αβεβαιότητα που επικρατεί λόγω του δημόσιου χρέους, η αδυναμία του χρηματοπιστωτικού τομέα και ο χαμηλός ρυθμός αύξησης του παγκόσμιου εμπορίου.

⁵⁰ Internet sites: <http://www.voria.gr/index.php?module=news&func=display&sid=88781>

⁵¹ Internet sites: http://ec.europa.eu/news/economy/111110_el.htm

Επίσης ο χαμηλός ρυθμός ανάπτυξης επηρεάζει τους δανειστές και κάνει χειρότερη την εικόνα του χρηματοπιστωτικού τομέα που αυτός με την σειρά του δεν μπορεί να στηρίξει την ανάπτυξη.

Συμπερασματικά προκύπτει ότι η Ε.Ε. προβλέπει την αναθέρμανση των επενδύσεων και της ιδιωτικής κατανάλωσης με επιδοτήσεις που θα χορηγήσει στα κράτη-μέλη της. Επίσης προσπαθεί να βελτιώσει της συνθήκες εμπορίου ώστε να ωθήσει της εξαγωγές της Ε.Ε. Τέλος θα μειώσει τις τιμές των αγαθών πρώτης ανάγκης για να μπορούν να τρέφονται περισσότεροι άνθρωποι και να μειωθεί η φτώχεια. Καθώς επίσης μέσα από τις προβλέψεις που κάνει για το μέλλον πιστεύει να βγει η Ε.Ε. από την κρίση και να υπάρξει ένα καλύτερο και πιο ανταγωνιστικό μέλλον με την πολιτική συνοχής που προσπαθεί να επιδείξει.

Όσο αφορά τα αριθμητικά ποσά σύμφωνα με τις προβλέψεις της Ε.Ε. κάποια διορθώνονται και κάποια μένουν στάσιμα. Αρχικά ο ρυθμός ανάπτυξης της Ε.Ε. το 2012 μένει στάσιμη ενώ το 2013 αρχίζει σταδιακά να αυξάνεται αλλά πολύ λίγο. Το δημόσιο έλλειμμα σύμφωνα με τις προβλέψεις το 2012 θα διαμορφωθεί στο 4,2% για την Ε.Ε. ενώ στην Ελλάδα θα φτάσει στο 7,6%. Το δημόσιο χρέος σύμφωνα με την Επιτροπή θα αυξηθεί, το 2011 ήταν στο 81,8% του ΑΕΠ και το 2012 θα φτάσει στο 83,3% του ΑΕΠ στην Ε.Ε. Ενώ στην Ελλάδα το δημόσιο χρέος ήταν στο 150,2% του ΑΕΠ το 2011 ενώ του 2012 προβλέπεται να φτάσει στο 156% του ΑΕΠ.

Το σοβαρότερο πρόβλημα είναι η ανεργία που ο δείκτης της όσο πάει αυξάνεται για την Ε.Ε. το 2012 αναμένεται να φτάσει στο 9,8% ενώ το 2012 θα μειωθεί λίγο στο 9,6%. Η Ελλάδα από την άλλη έχει μεγάλο ρυθμό αύξησης της ανεργίας, το 2012 προβλέπεται να φτάσει στο 18% του πληθυσμού ενώ το 2011 ήταν περίπου στο 15%.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο Η ΣΗΜΕΡΙΝΗ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ



ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Σε αυτό το κεφάλαιο θα αναφερθούν η επιχειρηματικότητα και η οικονομική ανάπτυξη στην πραγματική οικονομία. Μέσα από την συλλογή ερευνών θα παρουσιαστούν μελέτες και έρευνες που έχουν γίνει από δημόσιους φορείς όπως του IOBE⁵² και του GEM⁵³. Αυτοί οι οργανισμοί μελετούν και διατυπώνουν την πραγματική εικόνα της οικονομίας γενικά, αλλά ασχολούνται ιδιαίτερα με την επιχειρηματικότητα για τους δείκτες της και της λειτουργίες της. Μέσο της οικονομικής κρίσης που διανύει η παγκόσμια οικονομία το κεφάλαιο επιχειρηματικότητα έχει αποκτήσει μεγάλο ενδιαφέρον έτσι μελετάτε πάρα πολύ και διατυπώνεται τι το επηρεάζει ή τι το ευνοεί. Οι δείκτες που χρησιμοποιούνται για την έρευνα είναι για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων που θα αναλυθεί η έννοια και τα ποσοστά που υπάρχουν στην Ελλάδα.

Έπειτα θα αναφερθούν οι δείκτες καινοτομίας που έχει γίνει μελέτη και έχουν εκδοθεί στοιχεία από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή για τις 27 χώρες της Ε.Ε. Αυτή η Επιτροπή έχει συγκέντρωση 25 δείκτες σε << πίνακα αποτελεσμάτων της Ένωσης καινοτομίας >> που δείχνει αναλυτικά όλα τα ποσοστά των δεικτών για κάθε χώρα. Επίσης θα μελετηθεί και μια άλλη έρευνα που έχει εκδώσει ο ΟΟΣΑ και αφορά βασικούς δείκτες επιχειρηματικότητας. Αυτοί η έκθεση ονομάζεται << επιχειρηματικότητα με μια ματιά 2011 >>. Τέλος θα γίνει αναφορά και στις ΜΜΕ που βρίσκονται στην Ελλάδα και πως μπορούν να κρατηθούν μέσα από την οικονομική κρίση.

Πιο γενικά θα αναφερθούν οι έρευνες που έχουν γίνει και τα ποσοστά που έχουν διαμορφωθεί. Όστε να μελετηθεί η στάση της Ελλάδας στην επιχειρηματικότητα και σε ποια θέση βρίσκονται οι Έλληνες επιχειρηματίες που είτε θέλουν να ιδρύσουν μια νέα επιχείρηση, είτε θέλουν να καινοτομήσουν, είτε να αναπτύξουν την ήδη υπάρχουσα. Η σύγκριση φυσικά γίνεται και με άλλες χώρες της Ε.Ε. και με το μέσο

⁵²Internet sites: http://www.iobe.gr/index.asp?a_id=46

⁵³Internet sites: <http://www.gemconsortium.org/>

όρο της Ε.Ε. Επομένως θα τοποθετηθεί με άριστο τρόπο η υπάρχουσα κατάσταση της χώρας στο τομέα της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας.

5.1 ΓΕΝΙΚΑ Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Οι βασικοί δείκτες μέτρησης της επιχειρηματικότητας σύμφωνα με το GEM είναι το επίπεδο της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Οι δείκτες έχουν δύο κατηγορίες ατόμων τους επίδοξους επιχειρηματίες είναι αυτοί που έχουν αρχίσει κάποιες ενέργειες για να στήσουν μια επιχείρηση, και οι άλλοι είναι οι νέοι επιχειρηματίες που έχουν ήδη ξεκινήσει την επιχείρηση και δουλεύουν. Σύμφωνα από μελέτες του GEM για Τρίτη συνεχόμενη χρονιά δηλαδή 2008-2010 οι χώρες που στηρίζονται στην καινοτομία έχουν χαμηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ενώ το αντίθετο ισχύει για τις άλλες χώρες.

Όπως αναφέρει το IOBE στην έκθεση⁵⁴ του για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-2011 επισημαίνει ότι <<η σχέση μεταξύ του επιπέδου οικονομικής ανάπτυξης μιας χώρας και του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων μπορεί να αναλυθεί ως εξής: οι αναπτυσσόμενες χώρες με χαμηλό κατά κεφαλή εισόδημα χαρακτηρίζονται από την ύπαρξη πολλών πολύ μικρών επιχειρήσεων, υψηλό ρυθμό γεννήσεων/ θανάτων επιχειρήσεων, άρα και υψηλή επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων. Όσο το βιοτικό επίπεδο αυτών των χωρών βελτιώνεται και αυτές αναπτύσσονται, αποκτούν ταυτόχρονα χαρακτηριστικά πιο αναπτυγμένων οικονομιών. Σταδιακά, ο ρόλος των μεγαλύτερων και πιο καθιερωμένων επιχειρηματικών μονάδων γίνεται σημαντικότερος λόγω των βελτιωμένων οικονομιών κλίμακας και έτσι αυτές οι επιχειρήσεις είναι σε θέση να καλύψουν με μεγαλύτερη επιτυχία την αυξανόμενη ζήτηση>> σελ. 22.

Μέσω της ανάπτυξης των επιχειρήσεων σε αυτές τις χώρες έχουν χαμηλά επίπεδα επιχειρηματικότητας. Επομένως μέσω της ανάπτυξης θα υπάρξει μετάβαση σε υψηλότερο βιοτικό επίπεδο. Φυσικά αυτό δεν συμβαίνει σε όλες τις χώρες και έτσι το φαινόμενο αυτό ερμηνεύεται με διαφορετικούς τρόπους.

Λόγω της δημοσιονομικής κρίσης της Ελλάδας οι δείκτες της χώρας για το 2010 έχουν φτάσει στα χαμηλότερα ποσοστά της πενταετίας. Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων για τους επίδοξους επιχειρηματίες αποτελεί την κύρια αιτία πτώσης στο 2% έναντι του 4,5% το 2009. Από τον Ιούνιο του 2010 υπάρχει μεγάλη τάση εξόδου των επιχειρήσεων από την αγορά. Μόνο το 14,4% των ατόμων 18-64 ετών είχαν το 2010 την πρόθεση για έναρξη επιχειρηματικής δραστηριότητας που το αντίστοιχο ποσοστό το 2009 ήταν στο 17,2%. Αυτό το φαινόμενο είναι πολύ παράξενο γιατί οι άνθρωποι στην περίοδο κρίσης βρίσκουν καταφύγιο στην αυτοαπασχόληση.

Οι επιπτώσεις της κρίσης είχαν σαν αποτέλεσμα και την έξοδο πολλών επιχειρηματιών από την επιχειρηματική δραστηριότητα. Ο δείκτης αυτός έχει ανοδική πορεία από το 2008. Στην Ελλάδα ο δείκτης ήταν στο 71,9% ενώ ο μέσος όρος για την Ευρώπη ήταν στο 32% το πρόβλημα που αντιμετώπιζαν ήταν η μη κερδοφορία

⁵⁴ Βλ. Ιωαννίδης Σ.& Χατζηχρήστου Σ.,(2012). «*Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-2011 η «Μικρή» Επιχειρηματικότητα σε περίοδο κρίσης*» Εκδόσεις Ίδρυμα Οικονομικών και Βιομηχανικών Ερευνών (IOBE) σελ 22

της επιχείρησης. Έπειτα λίγο πιο αυξημένος είναι ο λόγος έλλειψης χρηματοδότησης και ο λόγος συνταξιοδότηση που στην Ελλάδα πάλι συναντούν μεγαλύτερα ποσοστά από τις άλλες χώρες. Αν και το 2010 δημιουργήθηκε ο Μηχανισμός Στήριξης αλλά κάποιες επιχειρήσεις δεν μπόρεσαν να επιβιώσουν.

Τα κίνητρα της επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι η επιχειρηματική ευκαιρία και η επιχειρηματική ανάγκη. Το 2010 μόνο το 1,5% του πληθυσμού 18-64 ετών έχει ως βασικό κίνητρο την επιχειρηματική ανάγκη έναντι το 2009 ήταν στο 2,3%. Αυτός ο δείκτης επηρεάζεται από το δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Το 2010 το ποσοστό επιχειρηματικής ευκαιρίας ήταν στο 38,6% για την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων ενώ για την επιχειρηματικότητα ανάγκης ήταν στο 27,4%. Αυτό το φαινόμενο το προκαλεί η οικονομική κρίση και κάποιοι επαγγελματίες έλκονται από τις επαγγελματικές ευκαιρίες που έχει φέρει αυτή η κατάσταση.

Όσο αφορά τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων η επιχειρηματικότητα ανάγκης⁵⁵ αυξάνεται από το 2009 που ήταν στο 26% το 2010 στο 27,4%. Ενώ η επιχειρηματικότητα ευκαιρίας μειώνεται από το 2009 ήταν στο 26,8% το 2010 έφτασε στο 18,6%. Αυτά προκύπτουν από το κλίμα αβεβαιότητας που επικρατεί στην Ελλάδα λόγο της κρίσης οι επιχειρηματίες δεν επενδύουν πια.

Αν και η εποχή που διανύει η Ελλάδα δεν είναι και η καλύτερη υπάρχει ανάγκη ανάπτυξης κάθε είδους επιχειρηματικότητας. Δηλαδή θα συμβάλλει σημαντικά στην εγχώρια οικονομία, στην προώθηση επιχειρήσεων που καινοτομούν, που έχουν γνώσεις και που είναι ανταγωνιστικές σε εθνικό επίπεδο. Εδώ το GEM ερευνά αυτές τις περιπτώσεις και τα χαρακτηριστικά των νέων εγχειρημάτων. Σύμφωνα με τους κλάδους έχει μια πολύ μικρή αύξηση το 2010 στο 1,9% και το 2009 που ήταν στο 1,8%. Μεγάλη αύξηση παρατηρείται στις υπηρεσίες προς επιχειρήσεις που το 2009 ήταν στο 15,2% ενώ το 2010 διαμορφώθηκε στο 28,1% αυτό έχει θετική εξέλιξη γιατί οι επιχειρήσεις μπορούν να επηρεάσουν την προστιθέμενη αξία και την καινοτομία ώστε να είναι περιζήτητοι στην εγχώρια οικονομία. Όμως οι μεταποιητικές επιχειρήσεις έχουν μεγάλη πτώση το 2009 ήταν στο 36,5% ενώ το 2010 ήταν στο 23,7% επιστρέφοντας στα επίπεδα του 2008 που ήταν στο 23,2%. Αυτές οι αυξομειώσεις δεν μπορούν να αποδώσουν ένα ασφαλές συμπέρασμα, αυτό μόνο που διατυπώνουν είναι οι κρίσεις χρέους που διέπεται η Ελλάδα και επιδρούν αρνητικά στην γενικότερη οικονομία της χώρας.

Εκτός από τα ποσοτικά χαρακτηριστικά που αναφέρθηκαν στις πιο πάνω παραγράφους υπάρχουν και τα ποιοτικά χαρακτηριστικά της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων. Δηλαδή μέσα από την έρευνα του GEM ποιοτικά χαρακτηριστικά ευνοούν τις προσδοκίες που έχουν ως μέσω της οικονομικής ανάπτυξης. Αρχικά υπάρχουν οι προοπτικές δημιουργίας νέων θέσεων εργασίας που μπορούν να προσφέρουν οι επιχειρήσεις αρχικών σταδίων. Στην Ελλάδα οι προοπτικές για 20 θέσεις εργασίας το 2008 ήταν 9,9% ενώ το 2009 δεν υπήρχαν ήταν μηδενικό το ποσοστό, αυτό συνέβη με την κορύφωση της κρίσης και την υπογραφή του πρώτου μνημονίου, ενώ το 2010 αυξήθηκε στο 4,4%. Αντίθετα στις λιγότερες θέσεις εργασίας (6 έως 9) το 2009 έπεσε το ποσοστό στο 7,4% ενώ το 2008 και το 2010 κυμαινόταν

⁵⁵ Internet sites: <http://epixeirein.gr/2012/01/26/iobe/>

στα ίδια επίπεδα (2008 ήταν 13,8% και 2010 ήταν 13,3%). Γενικά η Ελλάδα σε σύγκριση με τις άλλες χώρες του GEM στις προοπτικές απασχόλησης για 20 θέσεις εργασίας βρίσκεται στις τελευταίες θέση με 2,8% για την τριετία 2008-2010 ενώ ο γενικός μέσος όρος είναι 8,8%. Αντίθετα για τις θέσεις εργασίας από 5 έως 19 άτομα το ποσοστό είναι πιο υψηλό στο 19,6% αλλά πάλι σε σύγκριση με τις άλλες χώρες είναι στις τελευταίες θέσεις.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.1 Προοπτικές απασχόλησης στα νέα εγχειρήματα στην Ελλάδα

	Προοπτικές απασχόλησης τουλάχιστον 20 θέσεις εργασίας	Προοπτικές απασχόλησης 6 έως 19 θέσεις εργασίας
2007	2,9	19,9
2008	9,9	13,8
2009	0,0	7,4
2010	4,4	13,3

Πηγή: IOBE Επεξεργασία στοιχείων GEM

Ένα άλλο ποιοτικό χαρακτηριστικό⁵⁶ είναι ο βαθμός καινοτομίας προϊόντος ένα πολύ σημαντικό κομμάτι που θα γίνει πιο εκτενείς αναφορά πιο κάτω. Όμως τα στοιχεία δεν είναι τόσο ικανοποιητικά γιατί μόνο το 13% των επιχειρήσεων αρχικών σταδίων προσφέρει εντελώς νέα προϊόντα ή υπηρεσίες. Στην Ελλάδα η καινοτομία υστερεί πολύ και καταγράφεται μεγάλο ποσοστό επιχειρήσεων που δεν καινοτομεί.

Επίσης είναι πολύ σημαντικό η ένταση του ανταγωνισμού. Οι επιχειρήσεις αρχικών σταδίων για να εισέρθουν στην αγορά έχουν αρκετούς ανταγωνιστές, ελάχιστες είναι αυτές οι επιχειρήσεις που διαμορφώνουν μια νέα αγορά χωρίς ανταγωνιστές. Η Ελλάδα κατατάσσεται στην τρίτη χαμηλότερη θέση στις καινοτόμες οικονομίες με ποσοστό 7,2% το 2009. Αντιθέτως το 55% των επιχειρήσεων εισέρχεται σε αγορά με πολλούς ανταγωνιστές. Η καινοτομία στην επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων σύμφωνα με έρευνες του GEM κατατάσσει την Ελλάδα στην πέμπτη θέση που σημαίνει ότι είναι πολύ ενθαρρυντικό για την χώρα.

Έπειτα είναι ο βαθμός εξωστρέφειας που είναι εξίσου σημαντικό και μετράει τον εξαγωγικό προσανατολισμό των εγχώριων επιχειρήσεων. Η Ελλάδα υστερεί πολύ σε αυτόν τον τομέα από έρευνες που γίνονται το 2010 είχε 49,3% μόνο εγχώριους πελάτες ενώ εξωτερικούς μόνο 4,8% και για το 2009 το ποσοστό δεν ξεπερνούσε το 6,6%. Σε σχέση με τις αναπτυσσόμενες χώρες οι αποκλίσεις είναι μεγάλες που έχουν σαφώς μεγαλύτερα ποσοστά από την Ελλάδα αυτό συμβαίνει από την κακή οργάνωση των επιχειρήσεων και την νομοθεσία της χώρας.

Τέλος είναι το επίπεδο της τεχνολογίας που εδώ είναι αυξημένο για τις επιχειρήσεις αρχικών σταδίων. Έτσι στην Ελλάδα το 2009 μόνο το 10% χρησιμοποιούσε

⁵⁶ Internet sites: <http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=12336&subid=2&pubid=112808188>

τεχνολογία ενώ το 2008 το 22%. Για το 2010 αυτές οι επιχειρήσεις που χρησιμοποιούν νέες τεχνολογίες ήταν στο 34,7% ενώ αυτές που χρησιμοποιούσαν και νέες τεχνολογίες ήταν στο 10,6%. Επομένως φαίνεται ότι μέσα από τις νέες τεχνολογίες υπάρχει εκσυγχρονισμός των εγχώριων επιχειρήσεων που είναι θετικό βήμα για την Ελλάδα και η θέση που έχει λάβει με τις άλλες χώρες είναι ικανοποιητική.

Η εξέλιξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι πολύ εμφανές στις μέρες μας. Στην Ελλάδα αυξήθηκε η γυναικεία επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων το 2009 ήταν στο 34% ενώ το 2010 διαμορφώθηκε στο 34,9%. Κάθε έρευνα που γίνεται για την γυναικεία επιχειρηματικότητα συγκρίνεται με τους άντρες επιχειρηματίες. Το βασικό κίνητρο εισόδου των γυναικών είναι η επιχειρηματική ανάγκη ενώ στους άντρες είναι η επιχειρηματική ευκαιρία. Η θέση της Ελλάδας στην γυναικεία επιχειρηματικότητα βρίσκεται σε μια πολύ ικανοποιητική θέση. Η κρίση που υπάρχει διογκώνει το κίνητρο της ανάγκης και της ευκαιρίας στην γυναικεία επιχειρηματικότητα.

Βάση της έρευνας του GEM για το προφίλ του επιχειρηματία αρχικών σταδίων κατάληξε σε κάποια αποτελέσματα που αφορά την γυναικεία και αντρική επιχειρηματικότητα. Η ηλικία μεταβλήθηκε από το 2009 ήταν 35-44 ετών και για άντρες και για γυναίκες το 2010 έγινε 45-54 ετών με ποσοστά για γυναίκες είναι 38,9% και για άντρες 33%. Έπειτα η εκπαίδευση, οι γυναίκες είναι στο 52,6% για σπουδές μετά το λύκειο και οι άντρες είναι στο 37%. Στις μεταπτυχιακές σπουδές οι γυναίκες είναι στο 2,6% και οι άντρες είναι στο 5,9%. Η δικτύωση πάλι οι γυναίκες έχουν πιο μικρό ποσοστό από τους άντρες γιατί δεν πιστεύουν στην στις ικανότητες τους (για γυναίκες 43,2% και για άντρες 68,1% για το 2010). Οι γυναίκες δραστηριοποιούνται σε κλάδους μεσαίας και υψηλής τεχνολογίας. Επίσης οι γυναίκες επιχειρηματίες αρχικών σταδίων ασχολούνται περισσότερο από τους άντρες σε προϊόντα ή υπηρεσίες με άμεσο αποδέκτη τον καταναλωτή δηλαδή τα ποσοστά για τις γυναίκες το 2010 ήταν 65% ενώ για τους άντρες 36,2%. Τέλος η καινοτομία για τις γυναίκες είναι στο 16,2% που δηλώνουν ότι το προϊόν είναι καινούργιο και για τους άντρες είναι στο 11,6%, οι μισές γυναίκες μπαίνουν στην αγορά χωρίς ανταγωνιστές ενώ στους άντρες είναι 42%.

Επίσης υπάρχουν και προσωπικοί παράγοντες που επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων και αυτοί διερευνήθηκαν από το GEM. Αρχικά ο παράγοντας που παίζει ρόλο σημαντικό είναι η συναναστροφή του ατόμου με κάποιους επιχειρηματίες πριν αρχίσουν οι ίδιοι την επιχειρηματικής τους δραστηριότητα, στην Ελλάδα τα ποσοστά είναι μεγαλύτερα από τις άλλες χώρες (2009 ήταν στο 60% ενώ το 2010 στο 59,4%).

Ένας πολύ σημαντικό είναι ο παράγοντας επιχειρηματικών ευκαιριών⁵⁷ που έχει σχέση με την οικονομική ανάπτυξη της χώρας. Έτσι η Ελλάδα σε σχέση με τις άλλες χώρες βρίσκεται σε πολύ χαμηλή θέση. Οι έλληνες εμφανίζουν υψηλά ποσοστά γνώσεις και ικανότητας σε σχέση με τις χώρες του GEM. Αυτός ο σημαντικός παράγοντας έχει ως ποσοστά στην Ελλάδα για το 2010 έχει 52,2% που έχουν τις

⁵⁷ Internet sites: <http://www.anko-eunet.gr/articles/el/News/atpage/1/readabout/i-mikri-epixeirimatikotita-se-periodo-krisis>

γνώσεις και τα προσόντα για την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Τέλος ο παράγοντας που οι έλληνες κατέχουν την πρώτη θέση είναι ο φόβος της αποτυχίας που το 2010 το ποσοστό ήταν στο 50,9% ,αυτό είναι παράδοξο φαινόμενο γιατί ενώ υπάρχουν μεγάλα ποσοστά αυτοπεποίθησεις για γνώσεις και ικανότητες ταυτόχρονα υπάρχει έντονο το αίσθημα του φόβου αποτυχίας. Φυσικά υπάρχουν και πολιτισμικοί παράγοντες που το επηρεάζουν αλλά αυτά διαμορφώνονται από το κλίμα που επικρατεί σε κάθε χώρα.

5.2 ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

5.2.1 ΔΕΙΚΤΕΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Έχουν διεξαχθεί αρκετές μελέτες σύγκρισης των Ευρωπαϊκών Χωρών και άλλων Βαλκανικών για την καινοτομία της επιχειρηματικότητας. Όμως με την κρίση που διέρχεται η παγκόσμια οικονομία τα στοιχεία δεν είναι και τόσο ενθαρρυντικά. Παρά τις θετικές εξελίξεις για την Έρευνα και Καινοτομία σε πολλά Ευρωπαϊκά κράτη δεν μπόρεσε να ανταγωνιστή την ΗΠΑ και την Ιαπωνία σε αυτόν τον τομέα. Αυτά προκύπτουν από την έκθεση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που είναι << ο πίνακας αποτελεσμάτων της Ένωσης καινοτομίας>> του 2011 (Innovation Scoreboard 2011)⁵⁸ θα αναφερθούν πιο πολλά στοιχεία παρακάτω.

Αρχικά με βάση τους δείκτες καινοτομίας τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. χωρίζονται σε τέσσερις (4) ομάδες. Αρχικά η πρώτη ομάδα είναι οι <<ηγέτες της καινοτομίας>> που ανήκουν οι χώρες Δανία, Φιλανδία, Γερμανία και Σουηδία. Το επόμενο χαρακτηρίζεται ως <<οπαδοί της καινοτομίας>> και είναι οι χώρες Αυστρία, Βέλγιο, Κύπρος, Εσθονία, Γαλλία, Ιρλανδία και Λουξεμβούργο. Έπειτα είναι η <<μέτρια νεωτεριστές>> εκεί κατατάσσονται Ελλάδα, Τσεχία, Ουγγαρία, Ιταλία, Μάλτα και Πολωνία. Τέλος είναι η <<μέτρια καινοτόμο>> που είναι οι χώρες τις Βουλγαρίας, Λετονίας, Λιθουανίας και Ρουμανίας. Η απόδοση των χωρών αυτών πάει με αυξητικό ρυθμό, στην πρώτη κατηγορία ήταν αυτές που οι δείκτες τους ήταν πολύ πιο πάνω από το μέσο όρο των 27 κρατών-μελών της Ε.Ε. και συνεχίζει με τον ρυθμό στις επόμενες κατηγορίες.

Μέσα από έρευνες για την διάσταση της καινοτομίας η πρώτη ομάδα δηλαδή οι ηγέτες της καινοτομίας κυριαρχούν στις επενδύσεις ενώ υστερούν στο ανθρώπινο δυναμικό, στις χρηματοδοτήσεις και στην σχέση επιχειρηματικότητας και οικονομικές επιπτώσεις. Οι οπαδοί της καινοτομίας είναι σε ικανοποιητικά επίπεδα στο σύστημα έρευνας και τις διασυνδέσεις και επιχειρηματικότητα. Η μέτρια καινοτομία είναι και αυτή καλή στην καινοτομία όμως υστερεί στον ανθρώπινο παράγοντα.

Αυτοί οι δείκτες στοχεύουν στην καλύτερη ερμηνεία της καινοτομίας⁵⁹ ώστε να γίνουν γνωστές οι αδυναμίες και οι ευκαιρίες που μπορεί να υπάρξουν. Σε αυτή την έρευνα θα επικεντρωθεί στην Ελλάδα που θα αναλυθούν σε ποιους δείκτες υστερεί και σε ποιους πάει καλύτερα. Με αυτόν τον τρόπο η έκθεση δίνει ένα έναυσμα στις χώρες

⁵⁸ Βλ. Maastricht Economic and Social Research Institute on Innovation and Technology (2012). « *Innovation Union Scoreboard 2011 The Innovation Union's performance scoreboard for Research and Innovation*» Εκδόσεις INNO METRICS σελ 8

⁵⁹ Internet site: <http://www.epixeiro.gr/>

της Ε.Ε. να βελτιώσουν την εικόνα τους και προς τα έξω αλλά να δώσουν κίνητρα και προνόμια ώστε να αυξηθεί η καινοτομία. Ειδικότερος στην Ελλάδα που παρατηρείται ότι κάποιοι δείκτες βρίσκονται κάτω από το μέσο όρο της Ε.Ε.

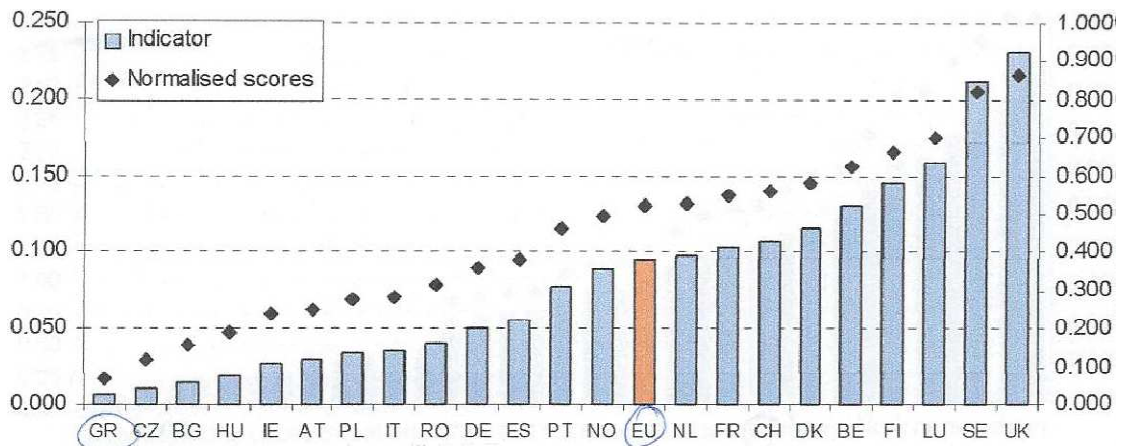
Πιο ειδικά για την Ελλάδα θα αναφερθούν οι σημαντικότεροι δείκτες. Αρχικά υπάρχουν δείκτες που αναδεικνύουν το επίπεδο εκπαίδευσης των Ελλήνων. Τα επίπεδα γενικά της εκπαίδευσης είναι καλά φυσικά εννοεί τα επίπεδα εκπαίδευσης που βρίσκεται το ανθρώπινο δυναμικό της κάθε επιχειρήσεις. Στην Ελλάδα οι νέοι με διδακτορικό δίπλωμα σε ηλικία 25-34 ετών είναι πολύ μικρό το ποσοστό περίπου στο 0,7% του πληθυσμού, πολύ μικρότερο από το μέσο όρο της Ευρώπης που είναι στη 1,5%. Επίσης χαμηλοί είναι και οι δείκτες των ατόμων που έχουν τελειώσει την τριτοβάθμια εκπαίδευση σε ηλικία 30-34 ετών σε ποσοστό 29% ενώ ο μέσος όρος της Ε.Ε. είναι 33,6%. Μόνο στους δείκτες των νέων που έχουν ανώτερη δευτεροβάθμια εκπαίδευση σε ηλικία 20-24 ετών είναι πιο αυξημένος ο μέσος όρος από την Ευρώπη (στην Ελλάδα είναι 84% ενώ στην Ε.Ε. είναι 80%).

Επόμενη κατηγορία έχει να κάνει με τις επιστημονικές συνεργασίες. Βασικά στις διεθνείς επιστημονικές συνεργασίες η Ελλάδα βρίσκεται λίγο πιο πάνω από το μέσο όρο της Ε.Ε. δηλαδή η Ελλάδα έχει ποσοστό περίπου 6% ενώ η Ε.Ε. έχει περίπου 5%. Ο επόμενος δείκτης είναι λίγο καλύτερος από τον άλλο και αφορά τις κορυφαίες επιστημονικές δημοσιεύσεις που αναφέρουν συχνότερες εκδόσεις το ποσοστό στην Ελλάδα είναι στο 6% ενώ στην Ε.Ε μόλις στο 2%.

Σημαντικό ρόλο παίζει ο τομέας Έρευνας και Ανάπτυξης η Ελλάδα βρίσκεται κοντά στο μέσο όρο της Ε.Ε. Στον δείκτη για δαπάνες στην Ε&Α προς το δημόσιο τομέα η Ελλάδα βρίσκεται στο 2% πολύ χαμηλό ενώ η Ε.Ε. είναι στο διπλάσιο δηλαδή στο 4%. Ο δείκτης για τα επιχειρηματικά κεφάλαια στην Ελλάδα είναι σχεδόν μηδενικός ως προς το ΑΕΠ. Αυτό συμβαίνει γιατί η Ελλάδα δεν διαθέτει αρκετές μεγάλες επιχειρήσεις ώστε να επενδύουν κεφάλαια επιχειρηματικού κινδύνου. Αλλά γενικά στην Ευρώπη το ποσοστό είναι χαμηλό και μόνο μερικές χώρες είναι ανεβασμένες. Όμως ο ρυθμός αύξησης των επιχειρηματικών κεφαλαίων όσο περνά ο καιρός αυξάνεται γιατί όρχησαν να ενισχύουν επιχειρηματικά τις ΜΜΕ.

Συνεχίζοντας στον τομέα της Ε&Α οι δαπάνες που κάνουν οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα είναι μόλις το 0,25% του ΑΕΠ ενώ υπάρχει διαφορά από το Ευρωπαϊκό μέσο όρο που είναι στο 1,25%. Υπάρχει μια μεγάλη απόκλιση της Ελλάδας με την Ε.Ε. Ένας άλλος δείκτης είναι η μη δαπάνες σε Ε&Α της καινοτομίας στο συνολικό κύκλο εργασιών δηλαδή είναι οι δαπάνες καινοτομίας όπως επενδύσεις σε εξοπλισμό και μηχανήματα, σε απόκτηση διπλώματος ευρεσιτεχνίας πιο γενικά δεν περιλαμβάνει δαπάνες για την Ε&Α. Σε αυτό το τομέα η Ελλάδα βρίσκεται πιο κάτω από το μέσο όρο της Ε.Ε. δηλαδή η Ελλάδα είναι στο 0,75% ενώ η Ε.Ε στο 0,70%.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.2 Τα επιχειρηματικά κεφάλαια (% του ΑΕΠ)



Πηγή: European Innovation Scoreboard

Οι ΜΜΕ έχουν αρκετές ιδιομορφίες που αξίζει να διερευνηθούν αφού καταλαμβάνουν ένα μεγάλο ποσοστό των επιχειρήσεων σε κάθε κράτος. Ο δείκτης είναι η καινοτομία των ΜΜΕ σε σπίτι ως προς το ΑΕΠ, για την Ελλάδα το ποσοστό είναι στο 33% του ΑΕΠ και για την Ε.Ε. στο 30% του ΑΕΠ. Ένας άλλος δείκτης είναι οι καινοτομίες των ΜΜΕ που συνεργάζονται με άλλες επιχειρήσεις ή οργανισμούς για τη μεταφορά γνώσεις και έρευνας. Η Ελλάδα είναι πολύ ψηλά σε ποσοστό 15% του ΑΕΠ ενώ η Ευρώπη είναι στο 11% του ΑΕΠ. Ο επόμενος δείκτης είναι ο δημόσιος-ιδιωτικός φορέας επιστημονική συνεργασία που δημοσιεύονται. Αυτός ο δείκτης μετρά τις διασυνδέσεις έρευνας και την συνεργασία που έχουν ερευνητές τους δημοσίου και ερευνητές ιδιωτικού τομέα με αποτέλεσμα την ακαδημαϊκή δημοσίευση. Δεν υπάρχουν πολλά στοιχεία για αυτόν τον δείκτη, σύμφωνα με την έρευνα το ποσοστό της Ελλάδας είναι στο 4,4% ενώ η Ευρώπη είναι σε πολύ μικρότερο ποσοστό σχεδόν μηδαμινό.

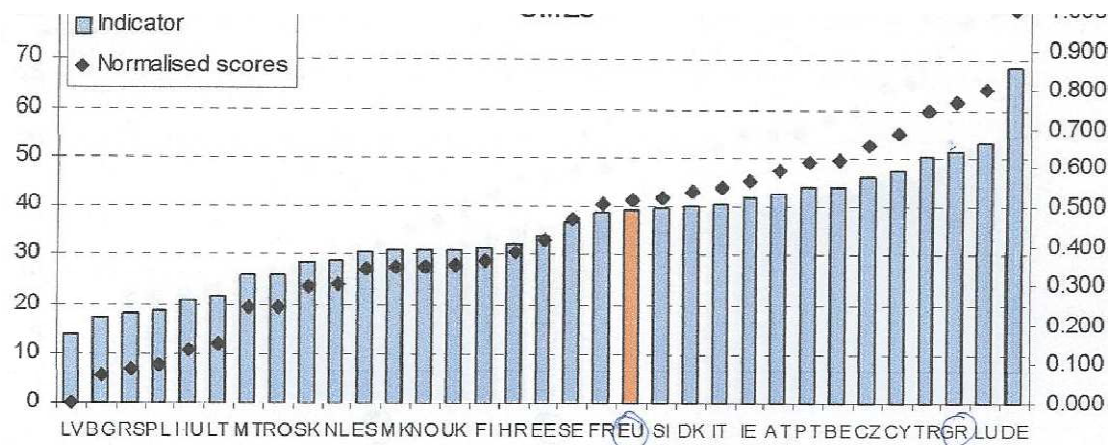
Η κατηγορία είναι για τα διπλώματα ευρεσιτεχνίας και τα εμπορικά σήματα. Γενικά η Ελλάδα δεν είναι κοντά στο Ευρωπαϊκό μέσο όρο. Ο δείκτης αίτησης για δίπλωμα ευρεσιτεχνίας σε ποσοστό του ΑΕΠ. Αυτός ο δείκτης μετράει τον αριθμό της συνθήκη συνεργασίας ευρεσιτεχνίας που σε μεγάλο ποσοστό υπάρχουν προβλήματα μεροληψίας για αυτούς που καταθέτουν αιτήσεις για διπλώματα ευρεσιτεχνίας. Η Ελλάδα και πολλές άλλες χώρες βρίσκονται κάτω τις μίας αίτησης για δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Ένας άλλος δείκτης είναι τα κοινοτικά σήματα που παρέχει στον δικαιούχο το δικαίωμα εφαρμογής σε όλα τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. Ο ρυθμός αύξησης των εμπορικών σημάτων είναι σε υπανάπτυχτες χώρες ενώ οι ρυθμοί αύξησης της Ελλάδας είναι πολύ μικρότεροι του Ευρωπαϊκού μέσου όρου.

Γίνεται πάλι αναφορά για τις ΜΜΕ που η Ελλάδα έχει ανεβασμένα ποσοστά από τις άλλες Ευρωπαϊκές χώρες. Στον δείκτη ΜΜΕ στην εισαγωγή καινοτομικών προϊόντων ή διαδικασιών μετρά τον ρυθμό ανάπτυξης της εισαγωγής καινοτόμων προϊόντων και διαδικασιών στις ΜΜΕ. Στην Ελλάδα το ποσοστό βρίσκεται στο 37% ενώ στην Ε.Ε. περίπου το 35% υπάρχουν και χώρες που βρίσκονται και κάτω του 20.

Ένας άλλος δείκτης είναι οι ΜΜΕ την εισαγωγή της εμπορίας ή οργανωτικής καινοτομίας εννοώντας πολλές επιχειρήσεις στους τομείς των υπηρεσιών να καταφεύγουν σε διάφορες μορφές καινοτομίας. Η αύξηση αυτού του δείκτη είναι

ραγδαία στην Ελλάδα το 51% των ΜΜΕ καινοτομεί σε οργανωτικό επίπεδο. Ο μέσος όρος της Ευρώπης είναι στο 40%.

ΠΙΝΑΚΑΣ 5.3 ΜΜΕ η εισαγωγή εμπορίας ή οργανωτικές καινοτομίες ως % των ΜΜΕ



Πηγή: European Innovation Scoreboard

Οι τελευταίοι δείκτες έχουν να κάνουν με την γνώση και την τεχνολογία της καινοτομίας. Ο δείκτης εδώ είναι η απασχόληση σε δραστηριότητες έντασης γνώσης που αντικαθιστά την Ευρωπαϊκή καινοτομία. Η ένταση της γνώσης σε απασχόληση στην Ελλάδα είναι στο 11% ενώ της Ε.Ε. στο 13,5% φαίνεται ότι είναι πιο κάτω από πολλές χώρες που διαθέτουν γνώσεις και τις αξιοποιούν σωστά. Ο επόμενος δείκτης είναι η μέση και υψηλή τεχνολογία σε εξαγωγές προϊόντων που μετρά την τεχνολογική ανταγωνιστικότητα της Ε.Ε. Αυτό εξηγείται ότι μπορεί να βγουν αποτελέσματα από την E&A και την καινοτομία ώστε να γίνουν εμπορικά εκμεταλλεύσιμα σε διεθνείς αγορές. Επίσης φαίνεται και η εξειδίκευση του προϊόντος στην χώρα, δυστυχώς η Ελλάδα έχει μειωμένο ποσοστό που φτάνει στο 29% ενώ στην Ε.Ε. το 50%. Εδώ φαίνεται ότι η Ελλάδα δεν είναι και τόσο ανταγωνιστική ούτε διαθέτη ανεπτυγμένη την E&A στην καινοτομία όσο αφορά την εξαγωγή του προϊόντος. Όσο αφορά τον δείκτη για εξαγωγές των υπηρεσιών εκεί βρίσκεται στο χαμηλότερο επίπεδο που είναι το 0,8%.

Ο τελευταίος δείκτης είναι οι πωλήσεις νέων για την αγορά και νέων για την εταιρία καινοτομίας. Αυτός ο δείκτης μετρά το μερίδιο του κύκλου εργασιών για νέα ή βελτιωμένα προϊόντα καθώς επίσης και προϊόντα που είναι νέα μόνο για την εταιρία και τέλος νέα για την αγορά. Σε αυτόν τον δείκτη η Ελλάδα έχει το μεγαλύτερο ποσοστό από τις άλλες Ευρωπαϊκές χώρες που φτάνει πάνω από το 25% ενώ ο μέσος όρος είναι 13%.

Σύμφωνα με προβλέψεις των Ευρωπαίων⁶⁰ η Ελλάδα θα μπορέσει να αποκτήσει ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον όπου θα εξασφαλίζεται η καινοτομία και τα νέα προϊόντα.

⁶⁰Βλ. Maastricht Economic and Social Research Institute on Innovation and Technology (2012). « *Innovation Union Scoreboard 2011 The Innovation Union's performance scoreboard for Research and Innovation*» Εκδόσεις INNO METRICS σελ 35

Σύμφωνα με την έκθεση οι ρυθμοί ανάπτυξης της Ελλάδας βρίσκονται σε μεσαία επίπεδα ώστε να μην υπάρχουν ακραία φαινόμενα μόνο κάνα δύο τα οποία ισοσκελίζουν την γενική ανάπτυξη της χώρας. Επομένως τα δυνατά σημεία της χώρας όπως και φάνηκαν από τους δείκτες που αναλύθηκαν είναι οι ανθρωπίνι πόροι, οι φορείς καινοτομίας και τα προϊόντα που ήταν οι τελευταίοι δείκτες που αναπτύχθηκαν. Σε ενδιάμεση κατάσταση βρίσκονται τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών που τώρα προσπαθούν να αναπτυχθούν, τα κοινοτικά σήματα και οι πωλήσεις νέων προϊόντων. Στις χειρότερες θέσεις είναι οι δαπάνες μη τεχνολογικής καινοτομίας και στην έντασης της γνώση σε εξαγωγικές υπηρεσίες (αν και οι τελευταίοι δείκτες έχουν μεγάλο ρυθμό αύξησης).

5.2.2 ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Αρχικά οι καλές πρακτικές χρησιμοποιούνται για να γίνουν πιο κατανοητικά ότι έχει ειπωθεί. Στο κεφάλαιο αυτό αναλύεται η επιχειρηματικότητα του σήμερα και πιο ουσιαστικά αναλύεται η καινοτομία των προϊόντων και των υπηρεσιών. Έχουν αναπτυχθεί αρκετοί καινοτομίας για να γίνει εμφανές σε ποιο επίπεδο βρίσκεται η Ελλάδα. Επομένως εδώ θα αναφερθούν Ελληνικές επιχειρήσεις⁶¹ που μέσα από μια καινοτόμο ιδέα που έγινε καινοτόμο προϊόν αναπτύχθηκαν και κέρδισαν ένα αξιόλογο μερίδιο αγοράς.

Η εταιρία <<ΚΟΡΡΕΣ ΦΥΣΙΚΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ>> ιδρύθηκε το 1996 από τον Γιώργο Κορρές. Στην αρχή ήταν ένα ομοιοπαθητικό φαρμακείο που με τους πειραματισμούς και τους σχεδιασμούς βοτάνων παρασκεύασε ένα σιρόπι για τον λαιμό από μέλι και γλυκάνισο. Αυτό ήταν μόνο η αρχή, η καινοτομία της επιχείρησης ήταν να αντικαθιστά τα συνθετικά σκευάσματα με φυσικά παρασκευάσματα που ήταν πιο φιλικά προς το δέρμα με φυσικά συστατικά. Τα προϊόντα είναι φτιαγμένα από βότανα και φάρμακα φυσικής προέλευσης που έφτασαν στην παρασκευή φυσικών καλλυντικών, τα προϊόντα της εταιρίας έχουν μεγάλη ζήτηση με τις καινοτομικές διαδικασίες που ακολουθεί όπως η δημιουργία ηλεκτρονικού καταστήματος ώστε να αναπτυχθεί ακόμα περισσότερο η εταιρία και να εξυπηρετεί περισσότερους πελάτες.

Μια άλλη εταιρία είναι ο όμιλος <<LALIZAS>> που το 1982 ξεκίνησε ως οικογενειακή επιχείρηση με ιδρυτή του τον Σταύρο Λάλιζα. Ο Λάλιζας συμμετείχε στην εθνική ομάδα ιστιοπλοΐας και η αγορά προϊόντων ναυσιπλοΐας ήταν δυσεύρετη, έτσι ο ίδιος κατασκεύασε ένα δικό του σωσίβιο με αποτέλεσμα να ζητήσουν και οι συναθλητές του να κατασκευάσει και άλλα. Το 1985 η εταιρία ναυαθλητικών ειδών αναπτύχθηκε μέσω της καινοτομικής ιδέας ενός σωσιβίου, με την δημιουργικότητα, την έρευνα και ανάπτυξη και την καλή συνεννόηση του προσωπικού εξελίχθηκε σε διεθνείς εταιρία που έχει σε 15 χώρες θυγατρικές εταιρίες και πάνω από 80 χώρες εμπορική παρουσία.

Η επόμενη επιχείρηση που καινοτόμησε είναι η <<ms PASCHALIS Collection>> που απασχολεί τρία άτομα και δραστηριοποιείται στην πώληση δερμάτινων ειδών και σε επιχειρηματικά δώρα. Όταν ιδρύθηκε η επιχείρηση εμπορευόταν μόνο είδη ταξιδιού

⁶¹ Βλ. ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, (2009). «Καινοτόμος Επιχειρηματικότητα». Αθήνα σελ 66

όμως αυτό το κομμάτι είχε καθοδική πορεία. Η ανάπτυξη της καινοτομικής ιδέας προέκυψε λόγω της καθοδικής πορείας της εταιρίας από ένα πελάτη που ήθελε να αγοράσει μεγάλη ποσότητα προϊόντων του καταστήματος για επιχειρηματικά δώρα. Η ιδέα αυτή μελετήθηκε ώστε να αναγνωρισουν τα δυνατά και αδύνατα σημεία της επιχείρησης και αν προκύπτει κέρδος. Εφόσον έγινε η μελέτη και απέδιδε η επένδυση άρχισαν την επιχειρηματική δραστηριότητα με το παλαιό πελατολόγιο τους και μέσω του ηλεκτρονικού καταστήματος. Για καλύτερο προγραμματισμό της καινοτόμου δράσης, η επιχείρηση δημιούργησε ένα πλάνο που περιγράφει κάθε κίνηση τους ώστε να το ακολουθούν για την υλοποίησή του. Τέλος το σημαντικότερο στην προώθηση της καινοτομίας ήταν η ανάπτυξη του δικτύου με τους πελάτες. Αφού ενημερώθηκαν οι ήδη πελάτες για το καινοτόμο προϊόν σταδιακά διαμόρφωσαν νέο πελατολόγιο.

Οι εκδόσεις <<ΕΥΡΑΣΙΑ>> απασχολούν πέντε άτομα και δραστηριοποιούνται στις εκδόσεις και την διοργάνωση εκδηλώσεων. Οι καινοτομικές υπηρεσίες είναι η έκδοση Ελλήνων συγγραφέων στο εξωτερικό, η συντηρήσει και η διαχείριση πνευματικών δικαιωμάτων σε Ελλάδα και Κύπρο, η αγορά και η αξιολόγηση του Ιστορικού Αρχείου των Ηνωμένων Φωτορεπόρτερ και η παραγωγή και επιμέλεια ένθετων για εφημερίδες και περιοδικά. Η ιδέα για τις καινοτόμες υπηρεσίες προέρχονται από εκθέσεις βιβλίων, εκδοτικούς οίκους εξωτερικού και συναντήσεις με υψηλόβαθμα στελέχη άλλων επιχειρήσεων με σκοπό την ανταλλαγή απόψεων για νέα προϊόντα. Για να υλοποιηθεί όλη αυτή η προσπάθεια η επιχείρηση έχει κάνει ένα δίκτυο επιστημών και συνεργατών και συγγραφέων της επιχείρησης αλλά και εξωτερικούς συνεργάτες. Αυτή η στρατηγική του εξωτερικού συνεργάτη είναι ένα μέρος της καινοτομίας.

Η επιχείρηση για να υποστηρίξει την καινοτομία εγκατέστησε ένα Σύστημα Ενδοεπιχειρησιακού Σχεδιασμού (ERP) και την εγκατάσταση ηλεκτρονικού καταστήματος. Αυτά τα συστήματα συντονίζουν τις δραστηριότητες της επιχείρησης ώστε να αναπτυχθεί και να αναβαθμιστεί. Στην δημιουργία του ηλεκτρονικού καταστήματος συνέβαλλε το ΕΟΜΜΕΧ με το πρόγραμμα <<Δικτυωθείτε>> που γίνεται ευρέως γνωστό. Στο εσωτερικό της επιχείρησης όλοι οι εργαζόμενοι εντάσσονται στο ίδιο επίπεδο και η επιχείρηση είναι ανοιχτή σε νέες ιδέες από όλους τους εργαζομένους.

Μια ακόμα εταιρία είναι η <<BLUEVIDE>> που απασχολεί δέκα άτομα και δραστηριοποιείται στην παροχή υπηρεσιών σε κινητά τηλέφωνα ανάλογα στο χώρο που βρίσκεται ο κάτοχος του κινητού τηλεφώνου. Η ιδέα αναπτύχθηκε από δύο φοιτητές πληροφορικής στο Πανεπιστήμιο Κρήτης και είχε σκοπό την ίδρυση μιας εταιρίας με τεχνολογικής εξέλιξης και την εμπορία μια πλατφόρμας υπηρεσιών. Η αξιολόγηση της ιδέας έκριναν ότι ήταν μια καινοτόμο υπηρεσία αφού στην Ελλάδα δεν υπήρχε κάτι παρόμοιο και στο εξωτερικό τώρα αναπτύσσεται. Αυτό φυσικά ήταν το δυνατό σημείο της επιχείρησης η πρωτοποριακή καινοτομία αλλά το αδύνατο σημείο ήταν αν γίνει αποδεκτό το προϊόν από την αγορά. Για να αναπτυχθεί η επιχείρηση έκαναν ένα σχεδιασμό που είχαν ως στόχο την ανάπτυξη της πλατφόρμας στο μέλλον και για κάποιες άλλες επιχειρηματικές δραστηριότητες. Για να αποκτήσει πελατολόγιο η επιχείρηση χρησιμοποίησε το πελατολόγιο της Cytech. Έτσι προσέλκυσε πελάτες επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν την πλατφόρμα για να προωθήσουν προϊόντα στους δικούς τους πελάτες. Σήμερα η επιχείρηση έχει

βελτιώσει τις υπηρεσίες της και το ανθρώπινο δυναμικό της έχει υψηλά επίπεδα εκπαίδευσης ώστε να απασχολούνται στην έρευνα και ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

Η επόμενη επιχείρηση είναι η <<ΓΑΙΑ ΟΙΝΟΠΟΙΗΤΙΚΗ>> που απασχολεί δώδεκα άτομα και δραστηριοποιείται στα τρόφιμα και ποτά στον τομέα παραγωγής και διανομής κρασιού. Διαθέτει δύο οινοποιεία στην Νεμέα και την Σαντορίνη. Η καινοτομία είναι η διαδικασία παραγωγής του κρασιού δηλαδή στην ανάπτυξη μια ζύμης που χρησιμοποιείται για την μετατροπή του μούστου σε κρασί. Το κρασί αποτελεί βιολογικό προϊόν που παράλληλα εξοικονομεί 15% του κόστους αφού δεν χρειάζεται προμήθεια χημικής ζύμης. Αρχίζοντας δύο συνεταιρι οι επιχείρηση από μικρό κεφάλαιο για να αξιολογήσουν την ιδέα τους ανέλυσαν τα δυνατά και αδύνατα σημεία καθώς τις απειλές και τις ευκαιρίες του περιβάλλοντος. Τα πλεονεκτήματα τους ήταν η εμπειρία των ιδρυτών τους, η ειδικευμένη γνώση πάνω στην ζύμη, το μικρό κεφάλαιο επένδυσης και η στήριξη του EOMMEX. Φυσικά για να γίνει πρακτική εφαρμογή της ιδέας χρειάστηκαν την βοήθεια ενός εξειδικευμένου συμβούλου και επιστήμονες από το εξωτερικό που δραστηριοποιούνται σε όλα τα στάδια παραγωγής κρασιού. Σήμερα οι ιδρυτές εργάζονται σε όλα τα στάδια παραγωγής κρασιού, προσπαθούν να αναπτύξουν πρωτοβουλίες και συνεργατικό πνεύμα μεταξύ των εργαζομένων που αυτό δεν γίνεται πάντα εφικτό γιατί μια τέτοια επιχείρηση που διαθέτει πολλά τμήματα συνήθως συγκρούονται οι προτεραιότητες τους.

Υπάρχουν επιχειρήσεις που καινοτομούν όχι απαραίτητα για το μεγαλύτερο κέρδος αλλά για την προστασία του περιβάλλοντος⁶². Αρχικά μια εταιρία είναι η <<APIVITA>> που δραστηριοποιείται στην κατασκευή φυσικών καλλυντικών. Η εταιρία χρησιμοποιεί ανακυκλώσιμες πρώτες ύλες στις συσκευασίες της και τα προϊόντα της παράγονται με βιολογικά εκχυλίσματα και αιθέρια έλαια.

5.3 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΤΟ 2011

Ο ΟΟΣΑ⁶³ έκδωσε μια νέα έκθεση <<Επιχειρηματικότητα με μια ματιά 2011>>⁶⁴ που αναλύει τους βασικούς δείκτες για την επιχειρηματικότητα. Αυτή η έκθεση συγκεντρώνει στατιστικά στοιχεία σε παγκόσμιο επίπεδο φυσικά περιλαμβάνει και στοιχεία για την Ελλάδα. Σε αυτό το μέρος του κεφαλαίου θα αναλυθούν οι βασικοί δείκτες επιχειρηματικότητας σύμφωνα με το ΟΟΣΑ για την Ελλάδα.

Η εικόνα που παρουσιάζεται δεν είναι και πολύ ικανοποιητική. Σε πολλά σημεία η Ελλάδα είναι σε πολύ χαμηλά επίπεδα με βάση την παγκόσμια επιχειρηματικότητα. Σκοπός της έκθεσης είναι να παρουσιάσει τους δείκτες επιχειρηματικότητας και εστιάζει στην προσοχή του ώστε να αξιοποιηθούν οι ανεκμετάλλετοι πόροι για να βελτιωθεί η επιχειρηματικότητα. Τα τελευταία χρόνια η κάθε χώρα προσπαθεί να χαράξει μια πολιτική ώστε να γίνεται κατανοητή η σημασία της επιχειρηματικότητας και να γίνονται συμφωνίες για την βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Ο

⁶² Βλ. ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις, (2009). « Εγχειρίδιο Πράσινης επιχειρηματικότητας για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις». Αθήνα σελ 36

⁶³ Internet sites: http://www.oecd.org/home/0,2987,en_2649_201185_1_1_1_1_1_1_1,00.html

⁶⁴ Βλ. Organisation for Economic Co-Operation and Development (2011). «*Entrepreneurship at a Glance 2011*» Εκδόσεις OECD publishing σελ 18

βασικός στόχος αυτής της έκδοσης είναι να αναδεικνύονται τα σημεία που υστερεί κάθε χώρα ώστε να βελτιωθούν. Γιατί μέσα από την βελτίωση της επιχειρηματικότητας επέρχεται και η οικονομική ανάπτυξη της χώρας.

Η Ελλάδα όμως φαίνεται ότι υστερεί σε αρκετά σημεία όμως σε κάποια άλλα είναι καλύτερη. Όπως υπάρχουν πολλά εμπόδια στην επιχειρηματικότητα και την έναρξη νέας επιχείρησης και υπάρχουν ελάχιστα επιχειρηματικά κεφάλαια. Αντίθετα είμαστε πρώτη στις μικρές επιχειρήσεις και υπάρχουν πολλοί περισσότεροι επιχειρηματίες. Φυσικά αυτά αντιφάσκουν αλλά δυστυχώς έτσι συμβαίνει στην Ελλάδα θα αναλυθούν και σε ποσοστά για την καλύτερη κατανόηση.

Αρχικά ο πρώτος δείκτης επιχειρηματικότητας είναι οι επιχειρήσεις κατά κατηγορία μεγέθους. Μεγάλη σημασία έχει η σχέση του πληθυσμού με την δραστηριότητα των επιχειρήσεων και το μέγεθος της επιχείρησης. Η Ελλάδα το 90% των επιχειρήσεων απασχολούν 1-9 άτομα. Ενώ για περισσότερα από 10 άτομα το ποσοστό είναι κάτω του 10% σύμφωνα με στοιχεία του ΟΟΣΑ για το 2007. Η κατάσταση της Ελλάδας σε αυτό το δείκτη είναι τελευταία με βάση τις 25 χώρες του ΟΟΣΑ.

Ένας άλλος δείκτης είναι η απασχόληση κατά τάξη μεγέθους που εννοεί την κατανομή της απασχόλησης μεταξύ των διαφόρων μεγεθών επιχειρήσεων. Στην Ελλάδα πάνω από το 40% της απασχόλησης είναι επιχειρήσεις με λιγότερο από 10 άτομα. Σε επιχειρήσεις με περισσότερα άτομα το ποσοστό στην χώρα μας είναι πιο μικρό. Αυτό συμβαίνει λόγω της αύξησης των ΜΜΕ και η μη ίδρυση μεγάλων επιχειρήσεων λόγω των κεφαλαίων.

Επόμενος δείκτης είναι η προστιθέμενη αξία από την τάξη μεγέθους. Αυτό ο δείκτης δείχνει στοιχεία του 2007 και είναι η συνεισφορά των επιχειρήσεων στο σύνολο της προστιθέμενης αξίας του επιχειρηματικού τομέα. Η προστιθέμενη αξία είναι η διαφορά της παραγωγής από την ενδιάμεση κατανάλωση. Εδώ θέλει να επισημάνει την βελτίωση των ειδών των επιχειρήσεων που παράγουν την προστιθέμενη αξία στην οικονομία. Στην Ελλάδα η προστιθέμενη αξία των επιχειρήσεων που απασχολούν κάτω από 10 άτομα φτάνει στο 30% ενώ σύμφωνα με την έρευνα του ΟΟΣΑ υπάρχει ποσοστό 20% για τις επιχειρήσεις που απασχολούν 25 άτομα και πάνω. Επομένως είναι πολύ σημαντική η μεγάλη επιχείρηση για την οικονομία αφού ανεβάζει την προστιθέμενη αξία.

Οι δείκτες που αναφέρονται έχουν να κάνουν με το διοικητικό φορτίο μιας νέας επιχείρησης. Αυτό εννοεί ότι είναι οι κανονισμοί και οι ρυθμίσεις που λαμβάνονται από μια χώρα νομοθετικά για την επιχειρηματική δράση. Φυσικά όλοι οι νόμοι δυστυχώς στις περισσότερες χώρες επιβαρύνουν την διοίκηση της νέας επιχείρησης. Στην Ελλάδα ο δείκτης δείχνει ότι βρίσκεται κοντά στο 3% (ο δείκτης είναι τις κλίμακας 0 έως 6) υπάρχει μεγάλη διαφορά από τις άλλες χώρες του ΟΟΣΑ και αυτό δείχνει ένα από τα εμπόδια που βάζει το Ελληνικό κράτος σε νέες επιχειρήσεις. Ο άλλος δείκτης είναι η έναρξη μιας νέας επιχείρησης. Αυτός ο δείκτης μετράει την διαδικασία, τον χρόνο και το κόστος ώστε να εγγραφεί ως νέα επιχείρηση. Η Ελλάδα εδώ διαθέτει την πρωτιά έχει το μεγαλύτερο ποσοστό από τις υπόλοιπες χώρες το 2010 αγγίζει τα 30%.

Άλλοι δείκτες⁶⁵ που απεικονίζουν την εικόνα της Ελλάδας και όχι με ευχάριστο τρόπο είναι τα επιχειρηματικά κεφάλαια που αντικειμενικά δεν υπάρχουν στην Ελλάδα. Ο πρώτος δείκτης είναι τα επιχειρηματικά κεφάλαια ως % του ΑΕΠ το 2009 που εκφράζουν ένα τύπο χρηματοδότησης που είναι σημαντικό για νέες επιχειρήσεις και βοηθάει στην καινοτομία και την οικονομική ανάπτυξη είτε να δοθούν επιχειρηματικά κεφάλαια σε επιχειρήσεις για επενδύσεις. Όμως ο δείκτης της Ελλάδας για νέες επιχειρήσεις είναι σχεδόν στο μηδέν και άλλου είδους επιχειρηματικά κεφάλαια είναι στο 0,01%. Ο άλλος δείκτης έχει να κάνει με τα επιχειρηματικά κεφάλαια και τα κεφάλαια ανάπτυξης ως % του ΑΕΠ 2009. Που αυτό είναι οι επιχειρήσεις που ήδη υπάρχουν και βρίσκονται στο στάδιο της ανάπτυξης να υποστηριχτούν από επιχειρηματικά κεφάλαια, όμως η Ελλάδα δεν έχει αναλάβει κάποια τέτοια πρωτοβουλία ώστε ο δείκτης να κινείται στο μηδέν το 2009.

Οι τελευταίοι δείκτες είναι η γενικότερη εικόνα των επιχειρηματιών για το 2010. Η έρευνα του ΟΟΣΑ έγινε μέσω ερωτηματολογίων. Ο δείκτης θέλει να δείξει την κουλτούρα που επικρατεί σε κάθε χώρα με βάση την επιχειρηματικότητα. Επίσης τι φιλοδοξίες έχουν ως επαγγελματική καριέρα αν πετύχουν ή αποτύχουν και τι ρόλο παίζει η στήριξη της οικογένειας των μελλοντικών επιχειρηματιών. Τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν ανάλογα με τις εξής επιλογές σχεδόν ευνοϊκή, ευνοϊκή, σχεδόν μη ευνοϊκή και δεν ξέρω δεν απαντώ. Η έρευνα στην Ελλάδα έδειξε ότι το 40% του πληθυσμού των ερωτηθέντων απάντησαν σχεδόν ευνοϊκή και ευνοϊκή ενώ το 20% απάντησε σχεδόν μη ευνοϊκή. Αυτό εξηγείται στο ότι η Ελλάδα έχει πολλά εμπόδια στην ίδρυση επιχειρήσεων και στην διατήρησή της η εικόνα που δείχνει δεν είναι ικανοποιητική προς το εξωτερικό. Ο άλλος δείκτης έχει να κάνει με τις σχολές που βοηθούν στην κατανόηση του ρόλου των επιχειρηματιών για το 2010. Η έρευνα έχει τις εξής απαντήσεις συμφωνείται απόλυτα η συμφωνώ και διαφωνείται απόλυτα ή διαφωνείται και δεν ξέρω δεν απαντώ. Στην Ελλάδα το ποσοστό που διαφωνεί είναι στο 60% ενώ το 40% συμφωνεί. Γενικότερα έχει διατυπωθεί αρκετές φορές το πρόβλημα της εκπαίδευσης στην επιχειρηματικότητα για το ελληνικό κράτος, ίσως οι άνθρωποι που συμφωνούν να έχουν δει κάποια βελτίωση στα εκπαιδευτικά κέντρα της χώρας. Γενικότερα υπάρχουν πολλές χώρες που συμφωνούν και πολλές που διαφωνούν αυτό συμβαίνει γιατί η κάθε χώρα έχει την δικιά της κουλτούρα.

Συμπερασματικά προκύπτουν ότι μέσα από την έρευνα του ΟΟΣΑ η Ελλάδα έχει πολλές δυσκολίες. Αρχικά υπάρχουν πολλά εμπόδια στην επιχειρηματικότητα σε σύγκριση με άλλες χώρες. Έπειτα υπάρχει μεγάλη αύξηση των μικρών επιχειρήσεων που είμαστε πρώτη στο κλάδο των επιχειρήσεων με κάτω από 10 άτομα αυτό επιβαρύνει αρκετά την προστιθέμενη αξία γιατί δεν αναπτύσσονται μεγάλες επιχειρήσεις. Επίσης υπάρχουν πολλοί επιχειρηματίες στην Ελλάδα αν και έχουν πολλά εμπόδια ο Ελληνικός λαός θέλει να αυτοαπασχολήται. Καθώς επίσης λόγω της έλλειψης επιχειρηματικών κεφαλαίων δεν βοηθούν τις ελληνικές επιχειρήσεις να αναπτυχθούν αφού ο δείκτης είναι στο 0,01% του ΑΕΠ και τα επενδυτικά επιχειρηματικά κεφάλαια είναι στο 0,08% του ΑΕΠ. Τέλος η εικόνα των

⁶⁵ Internet site: <http://www.epixeiro.gr/%CE%8C%CE%BB%CE%B5%CF%82-%CE%BF%CE%B9-%CE%95%CE%B9%CE%B4%CE%AE%CF%83%CE%B5%CE%B9%CF%82/84>

επιχειρηματιών στην Ελλάδα είναι αρνητική και ο δείκτης της εκπαίδευσης και αυτός αρνητικός αφού διαμορφώθηκε στο 60% που πιστεύουν ότι το σχολείο δεν βοηθάει τα παιδιά να καταλάβουν το ρόλο του επιχειρηματία.

5.4 Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΜΜΕ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Σε περίοδο κρίσης που διανύουν οι οικονομίες του κόσμου οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι ο πιο ευαίσθητος κρίκος της οικονομίας. Στην Ελληνική οικονομία λόγω της κρίσης περιμένουν πιο δυσάρεστη κατάσταση για τις ΜΜΕ όμως μέχρι στιγμής είναι κάπως πιο ήπια από αυτά που έχουν προβλέψει σε σύγκριση με τις άλλες χώρες. Φυσικά στην Ελλάδα περισσότερες ΜΜΕ κλείνουν και πολύ λιγότερες ανοίγουν. Τα επίσημα στοιχεία⁶⁶ για την Ελλάδα είναι ότι κατά μέσο όρο το πρώτο εξάμηνο του 2009 το κλείσιμο ΜΜΕ είναι πολύ λιγότερο από το 2008. Υπήρξε μεγάλος πανικός στην Ελλάδα ώστε το τραπεζικό σύστημα διέκοψε την χορήγηση καταναλωτικών και επιχειρηματικών δανείων. Έτσι διαμορφώθηκε μεγάλο πρόβλημα στις ΜΜΕ που το κράτος απλά παρέβη με μια χρηματοδότηση των τραπεζών αλλά αυτό δεν έδωσε πολλά αποτελέσματα. Σημαντικό ρόλο έπαιξε η πολιτική των τιμών που οι ΜΜΕ μείωσαν εθελοντικά τις τιμές τους και περιόρισαν το περιθώριο κέρδους.

Βάση της Ευρωπαϊκής Ένωσης που επιβεβαιώνει ότι υπάρχουν δυσμενείς συνθήκες λειτουργίας των ΜΜΕ και οι έρευνες της ΕΣΕΕ δείχνουν ότι οι ΜΜΕ καταρρέουν. Αν και έχουν ληφθεί μέτρα από το κράτος για τις ΜΜΕ τα βασικά προβλήματα υπάρχουν και αυτά είναι η γραφειοκρατία, η έλλειψη χρηματοδότησης, το φορολογικό πλαίσιο και οι καθυστερήσεις σε πληρωμές του δημοσίου μεταξύ των επιχειρήσεων. Δυστυχώς η κατάσταση επιδεινώθηκε και τα επόμενα χρόνια βάση των προβλέψεων θα είναι πολύ δύσκολα στην Ελλάδα με βαθεία ύφεση, κλείσιμο επιχειρήσεων και μεγάλη ανεργία. Για να κατανοηθεί καλύτερα το μέγεθος της κρίσης που διέρχονται οι ΜΜΕ θα αναφερθούν συγκριτικά στοιχεία ανάμεσα στην Ελλάδα και στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Αρχικά το βασικό ρόλο των ΜΜΕ τον παίζει η απασχόληση που στην Ελλάδα αντιπροσωπεύει το 85% του εργατικού δυναμικού πολύ μεγαλύτερο από το μέσο όρο της Ε.Ε. Οι μεγάλες επιχειρήσεις στην Ελλάδα δημιουργούν το 14% θέσεων εργασίας ενώ στην Ε.Ε. το ποσοστό διαμορφώνεται στο 33%. Πολλοί μεγάλη απόκλιση υπάρχει στην απασχόληση των ατόμων που η Ελλάδα απασχολεί 2,9 άτομα ενώ η Ευρώπη 4,2 άτομα.

Οι ΜΜΕ δημιουργούν προστιθέμενη αξία που είναι στο 35,3% στην Ελλάδα ενώ στην Ε.Ε. είναι 21,8%. Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών στην Ελλάδα είναι στο 34% ενώ ο μέσος όρος της Ε.Ε. είναι στο 44%. Οι ΜΜΕ στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται περισσότερο με το εμπόριο σε ποσοστό 42% σε αντίθεση με το 31% της Ε.Ε. Με την έναρξη της οικονομικής κρίσης οι πρώτες επιχειρήσεις που βάζουν λουκέτο είναι οι ΜΜΕ για αυτό υπάρχουν 30.000 λιγότερες επιχειρήσεις το 2010 από το 2003 στην Ελλάδα.

⁶⁶ Internet sites: <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=450179>

Η επιχειρηματικότητα στη Ελλάδα το 2010-2011⁶⁷ στο μέσο όρο της Ε.Ε. Όπως ήδη έχει αναφερθεί δύο δείκτες μετρούν την επιχειρηματική απόδοση το ποσοστό της επιχειρηματικότητας και το ποσοστό των επιχειρηματιών που έχουν ως κίνητρο τις ευκαιρίες. Μέσα στην κρίση ο ρυθμός δημιουργίας των ΜΜΕ στην Ελλάδα είναι στο 14% ενώ της Ευρώπης είναι στο 12%, πιο πάνω από το μέσο όρο. Όμως διακρίνεται μεγάλη απόκλιση στις επιχειρηματικές ευκαιρίες, για την ίδρυση μιας επιχείρησης στην Ελλάδα είναι 39% ενώ στην Ε.Ε. είναι 55%. Αυτό δείχνει ότι οι Έλληνες ανοίγουν επιχειρήσεις λόγω ανάγκης και όχι επιχειρηματικής ευκαιρία.

Επίσης παρατηρείται ότι οι Έλληνες δεν προβάλλουν την θετική εικόνα του επιχειρηματία προς τα μέσα ενημέρωσης. Το κράτος παίρνει μέτρα τον Απρίλιο του 2010 μέσω του Υπουργείου Παιδείας ενέκρινε ένα νέο πρόγραμμα για την υποστήριξη της επιχειρηματικότητας των νέων και διοργάνωσε διαγωνισμό επιχειρηματικότητας. Έπειτα υποστήριξε την γυναικεία επιχειρηματικότητα με χρηματοδότηση άνεργων γυναικών ηλικίας 22-64 ετών για την ίδρυση νέας επιχείρησης.

Ένας βασικός τομέας των ΜΜΕ είναι η χρηματοδότηση που τα στοιχεία της Ελλάδας σε σχέση με την Ε.Ε. είναι πολύ απογοητευτικά αφού η Ελλάδα βρίσκεται πιο κάτω από το μέσο όρο χαμηλή επίσης είναι η απόδοση της Ελλάδας σε ότι αφορά τις επενδύσεις των ΜΜΕ και της επιχειρηματικότητας μέσω των Ευρωπαϊκών Ταμείων. Το ίδιο συμβαίνει και στις δημόσιες χρηματοδοτήσεις του ελληνικού κράτους και τα ιδιωτικά κεφάλαια στην Ελλάδα καλύπτουν μεγάλο ποσοστό ανεπιτυχών για την συνάψει δανείου το ποσοστό ανέρχεται στο 36% για την Ελλάδα και το 23% για την Ε.Ε. Οι καθυστέρηση των πληρωμών στην Ελλάδα κάνουν ακόμα πιο δύσκολη την λειτουργία της επιχείρησης. Από την πλευρά των πολιτικών μέτρων φαίνεται μια θετική στάση των Οκτώβριο του 2010 από το Υπουργείο Ανάπτυξης και Ανταγωνιστικότητας και το Ταμείο Εγγυήσεων για τις ΜΜΕ που ανέδειξε ένα νέο πρόγραμμα. Αυτό το πρόγραμμα παρέχει δάνεια στις ΜΜΕ με χαμηλό επιτόκιο για να καλύψουν τα τρέχων έξοδα και τις οφειλές τους προς το δημόσιο. Το Φεβρουάριο του 2011 με το πρόγραμμα JEREMIE που χρηματοδοτεί με δάνεια της ΜΜΕ με χαμηλούς τόκους, με χαμηλούς κινδύνους και παροχή εγγυήσεων σε επενδύσεις επιχειρηματικού κινδύνου.

Τέλος διακρίνεται η οικονομική σχέση των ΜΜΕ με το κράτος. Η συνολική αξία των κρατικών συμβολαίων για την Ελλάδα είναι 31% ενώ για την Ε.Ε. είναι 38%. Για τις προκηρύξεις προμηθειών για την Ελλάδα είναι μόνο 43% σε μεγαλύτερο ποσοστό είναι η Ευρώπη στο 73%. Ωστόσο σε επίπεδο επενδύσεων υψηλού επιχειρηματικού ρίσκου η Ελλάδα υστερεί πολύ σε σχέση με την Ε.Ε. Αντίθετα οι Ελληνικές επιχειρήσεις προωθούν νέες μεθόδους μάρκετινγκ και καινοτομίας είναι πολύ εμφανές η διαφορά με τις Ευρωπαϊκές χώρες.(η Ελλάδα είναι στο 51,29% και η Ε.Ε. είναι στο 39,09%).

Ως αποτέλεσμα προκύπτει ότι η Ελλάδα πρέπει να πάρει δραστικά μέτρα για την ενίσχυση των ΜΜΕ. Τα στοιχεία που παρουσιάστηκαν είναι για την τετραετία 2008-2011 την Ελλάδα και τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Φαίνεται ότι στους

⁶⁷Internet sites: http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/countries-sheets/2010-2011/greece_el.pdf

περισσότερους δείκτες της επιχειρηματικότητας των ΜΜΕ υπάρχει πρόβλημα σε σύγκριση με την Ε.Ε. που με διάφορα πρόγραμμα προσπαθεί να ενισχύσει τις ΜΜΕ. Από πολλές συνεδριάσεις που έχουν γίνει από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχουν θέσει στόχους να ενισχύσουν την Ελλάδα στις ΜΜΕ γιατί είναι οι μόνες επιχειρήσεις που στηρίζουν την οικονομία της χώρας αφού το ποσοστό των μεγάλων επιχειρήσεων είναι πολύ μικρό.

ΜΕΡΟΣ Β
ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΗΝ ΕΠΟΧΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΚΑΙ Η ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ



6.1 ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΑ Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

Η οικονομική κρίση⁶⁸ ξεκίνησε το 2007 από της Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής (ΗΠΑ), όμως στην Ελλάδα έφτασε στο τέλος του 2008 με αρχές του 2009. Ως οικονομική κρίση στις μέρες μας, ορίζεται η μεγάλη παραγωγή ή μεγάλη προσφορά αγαθών και υπηρεσιών αλλά και η έλλειψη αντίστοιχης ζήτησης. Δηλαδή οι καταναλωτές είναι αδύνατον να αγοράσουν προϊόντα ή υπηρεσίες είτε λόγω μικρού εισοδήματος είτε λόγω ανεργίας. Η μείωση της ζήτησης έχει σαν αποτέλεσμα ένα φαύλο κύκλο. Αυτό συμβαίνει γιατί, μειώνεται η παραγωγή παράλληλα και το προσωπικό και επέρχεται και μείωση των πρώτων υλών. Επομένως, έχουμε αύξηση της ανεργίας και περαιτέρω μείωση της αγοραστικής δύναμης που αυτό καταλήγει σε μεγέθυνση του φαύλου κύκλου που εξαπλώνεται διεθνώς με συνέπεια τη μείωση των εισαγωγών και των εξαγωγών. Έτσι εξηγείται το γεγονός ότι η κρίση ξεκίνησε από τις ΗΠΑ αλλά εξαπλώθηκε σε όλες της χώρες δημιουργώντας σε άλλες μικρότερα δημοσιονομικά προβλήματα και σε άλλες μεγαλύτερα.

Μόλις άρχισε να αναπτύσσεται και να εφαρμόζονται οι οικονομικές θεωρίες ο κόσμος άρχισε να πλουτίζει με διάφορα τεχνάσματα. Μια άποψη για την γενικότερη εικόνα της οικονομικής κρίσης διατύπωσε ο Τόνι Λόσον στο άρθρο του <<Η τρέχουσα οικονομική κρίση: φύση και πορεία της ακαδημαϊκής οικονομία>> που εκδόθηκε το 2009⁶⁹. Ο Λόσον υποστηρίζει ότι το χρηματοπιστωτικό σύστημα κλονίστηκε πρώτο και έπειτα οι επενδυτικές τράπεζες. Πιο ειδικότερα οι οργανισμοί αξιολόγησης έδιναν υψηλή βαθμολογία ενώ τα προϊόντα να έχουν πιο υψηλή η πιστωτική αξία από τις δυνατότητες των ταμειακών ροών. Με αυτές τις συνθήκες που επικρατούσαν και χωρίς καμία επίβλεψη των ανθρώπων που εισέρχονταν στο χρηματιστήριο ή σε κάποια επένδυση το σύστημα κλονίστηκε. Μέσα από αυτή την παγίδα οι τράπεζες κατέρρευσαν και δεν μπορούσαν να καλύψουν τις δανειακές του υποχρεώσεις. Από την άλλη πλευρά επιχειρήσεις φαλίσσαν γιατί δεν διέθεταν πλέον πηγές

⁶⁸ Internet site: www.imf.org/external/np/exr/facts/crislend.htm

⁶⁹ Βλ. Τόνι Λόσον (2009) «Η τρέχουσα οικονομική κρίση: η φύση και η πορεία της ακαδημαϊκής οικονομίας» σελ 2

χρηματοδότησης ώστε να μπορέσουν να καλύψουν τα τρέχον έξοδα και αυξήθηκε κατά πολλοί το ποσοστό των ανέργων. Όλο αυτό φυσικά ξεκίνησε στα τέλη του 2007 και μέχρι σήμερα η κατάσταση είναι ρευστή και με μεγάλα χρέη.

Γύρω από την κρίση που διέρχονται οι οικονομίες του κόσμου πολλοί σύγχρονοι οικονομολόγοι έχουν διατυπώσει τις απόψεις τους. Ο Philip Arestis και Ajit Singh στο άρθρο τους <<Η χρηματοοικονομική παγκοσμιοποίηση και η κρίση, θεσμική μετατροπή και μετοχές>> που εκδόθηκε στο Cambridge Journal of Economics το 2010⁷⁰. Αναφέρει τον αριθμό των φτωχών ανθρώπων με την προσέγγιση των κεφαλαίων κίνησης. Γενικότερα επεξηγεί ότι μέσω της κρίσης ο αριθμός των ατόμων που ζουν στα όρια της φτώχειας αυξάνεται. Έτσι γίνεται μια μελέτη από τον Arestis και τον Caner που θέλουν να διαπιστώσουν αν τα κεφάλαια κίνησης αυξηθούν ταυτόχρονα θα μειωθεί η φτώχεια. Η μια πλευρά φαίνεται θετικά γιατί πιστεύουν ότι αν ελευθερωθούν τα κεφάλαια κίνησης και μπορούν οι επιχειρηματίες να έχουν εξωτερικές πηγές χρηματοδότησης μειώνεται η ανεργία, αφού θα υπάρξει ανάπτυξη άρα νέες θέσεις εργασίας. Από την αρνητική πλευρά θεωρούν ότι αν διορθωθεί το χρηματοπιστωτικό σύστημα θα επωφεληθούν οι πλούσιοι και αυτοί που ανακατεύονται με τα πολιτικά και η φτώχεια θα μείνει σε στάσιμο σημείο. Όμως από την έρευνα συμπεράνουν σαν πρώτη εκτίμηση ότι η κίνηση των κεφαλαίων θα αυξήσει την φτώχεια.

Αυτό μπορεί εύκολα να ερμηνευτεί γιατί οι άνθρωποι που ζουν στην φτώχεια είναι άνθρωποι που εργάζονται ως αυτοαπασχολούμενοι σε μικρές ή μεσαίες επιχειρήσεις. Αυτοί οι άνθρωποι τα σοβαρότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν είναι η έλλειψη γνώσεων στο μάρκετινγκ, στις πιστώσεις και σε πολλά άλλα που αυτά επιλύονται μόνο από άτομα που έχουν γνώσεις και μπορούν να προσεγγίσουν τους ξένους επενδυτές. Επιπλέον αν δεν έχουν χρηματοδοτικές πηγές δεν μπορούν να αναπτυχθούν και να καινοτομήσουν ώστε είναι πιο ευάλωτοι στον ανταγωνισμό.

Για το συγκεκριμένο θέμα η Financial Times (2 Ιανουαρίου 2009) υποστήριξε ότι οι τωρινές χρηματοπιστωτικές αγορές είναι αναγκαίο κακό όμως για να λειτουργήσει η παγκόσμια οικονομία καλύτερα θα πρέπει να υπάρξουν καλύτερες ρυθμίσεις σε αυτές τις αγορές. Έτσι μέσω νέων θεσμικών ρυθμίσεων σε διεθνείς οικονομικά θέματα θα μπορέσει να αντιμετωπιστεί η οικονομική κρίση.

Η οικονομική κρίση μπορεί να αποτελείται από τέσσερα στάδια πρώτο είναι το στάδιο διαμόρφωσης της κατάστασης, το δεύτερο είναι το στάδιο εκδήλωσης και κορύφωσης της κρίσης, το τρίτο είναι το στάδιο των επιπτώσεων της κρίσης και τέταρτο είναι το στάδιο επίλυσης και ομαλοποίησης του οικονομικού συστήματος από την κρίση.

Η κρίση που διέρχεται σήμερα η ελληνική οικονομία αποτυπώνεται στην ραγδαία υποχώρηση των βασικών οικονομικών μεγεθών. Το πιο βασικό είναι το έλλειμμα της Ελλάδας που το 2009 διαμορφώθηκε σε διψήφιο ποσοστό του ΑΕΠ φτάνοντας στο

⁷⁰ Βλ. Philip Arestis & Ajit Singh (2010) στο άρθρο τους με τίτλο «Η χρηματοοικονομική παγκοσμιοποίηση και η κρίση, θεσμική μετατροπή και μετοχές» Εκδόθηκε Cambridge Journal of Economics σελ 7

13,6%. Ενώ το 2008 ήταν στο 6,1% του ΑΕΠ και προβλέπεται συμφώνα με τα στοιχεία της ΕΣΥΕ να φτάσει το 2010 στο 14,7% του ΑΕΠ. Το έλλειμμα οφείλετε κυρίως σε στέρση εσόδων και σε τυχών υπέρβαση των δαπανών. Παράλληλα όμως με το έλλειμμα αυξάνεται και το δημόσιο χρέος. Συγκεκριμένα, το χρέος της γενικής κυβέρνησης το 2008 έφτασε στο 94,6% ενώ το δημόσιο χρέος το 2009 αυξήθηκε στο 115,1% του ΑΕΠ εξαιτίας της τρέχουσας δυσμενούς οικονομικής συγκυρίας. Σε κανονικές συνθήκες της οικονομίας τα δημόσια ελλείμματα και το χρέος⁷¹ χρηματοδοτούνται από την εγχώρια αποταμίευση. Όμως, στην Ελλάδα η ακαθάριστη εθνική αποταμίευση μόλις ξεπερνούσε το 5% του ΑΕΠ και αυτό οφείλεται στα μεγάλα δημοσιονομικά ελλείμματα τα τελευταία χρόνια. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με εισηγητική έκθεση το χρέος της γενικής κυβέρνησης διαμορφώθηκε σε 300,8 δις ευρώ το 2009 και το 2010 αναμένεται να ξεπεράσει τα 382 δις ευρώ δηλαδή στο 133,6% του ΑΕΠ .

Όσο αφορά την υπάρχουσα κατάσταση το ΑΕΠ το δ' τρίμηνο του 2011 έφτασε στο 7,5% ενώ η ύφεση στην Ελλάδα διαμορφώθηκε στο 6,95%. Όλες οι προβλέψεις της Ελληνικής Στατιστικής Αρχής δεν βεβαιώθηκαν με τα υπάρχουσα στοιχεία σε πολλά σημεία υπάρχουν μεγάλες διαφορές με τα πραγματικά στοιχεία που ισχύουν στην Ελλάδα.

Όλα αυτά τα φαινόμενα που έχουν αναφερθεί για όλα τα οικονομικά μεγέθη της Ελλάδας κάνουν την θέση της πιο δύσκολη. Για αυτούς τους λόγους και με τις μειώσεις ή τις αυξήσεις που υπάρχουν στα οικονομικά η Ελλάδα έπρεπε από κάπου να ζητήσει βοήθεια. Φυσικά λεφτά δεν υπήρχαν στα ταμεία και έπρεπε να δανειστούν αλλά λόγω του τεράστιου δημοσιονομικού ελλείμματος ήταν δύσκολο. Με αποτέλεσμα να υπάρχει κίνδυνος για στάση πληρωμών του Ελληνικού δημοσίου και μετά πτώχευση της χώρας. Για αυτούς τους λόγους η Ελλάδα ζήτησε βοήθεια από το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο(ΔΝΤ), την Ευρωπαϊκή Ένωση και την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα. Για να χρηματοδοτήσουν την Ελλάδα αυτοί οι οργανισμοί πρέπει να εφαρμόσουν κάποια μέτρα λιτότητας ώστε να μπορέσουμε να διαχειριστούμε το χρέος.

Για να συμφωνηθεί και να δοθεί η δανειακή δόση πρέπει να εφαρμοστεί ένα πακέτο οικονομικών μέτρων. Το πρώτο πακέτο μέτρων ήταν για το πάγωμα των μισθών και τις περικοπές κάποιων επιδομάτων. Το δεύτερο πακέτο μέτρων ήταν ακόμα πιο σκληρά με περισσότερους τομείς στα νέα μέτρα. Σε αυτό το πακέτο περιλαμβάνονται τα δώρα των εορτών, περισσότερες μειώσεις των επιδομάτων, μειώσεις των μισθών των δημοσίων υπαλλήλων. Τέλος επαναφορά τεκμηρίου διαβίωσης των αυτοκινήτων και των ακινήτων.

Ανεξάρτητα από τα ήδη μέτρα που έχει λάβει το Ελληνικό κράτος δεν μπόρεσε να βελτιωθεί έτσι χρειάστηκαν και άλλες δόσεις των δανείων για να αποφύγει την πτώχευση. Έτσι οδηγηθήκαμε στο τρίτο πακέτο μέτρων που είναι πάλι μισθολογικές μειώσεις στους δημοσίου υπαλλήλους. Μείωση του κατώτατου μισθού, αύξηση του ΦΠΑ που έχει φτάσει στο 23%, αύξηση φόρων αυτοκινήτων. Επίσης αλλάζουν πολλά στο ασφαλιστικό τομέα για τους δημόσιους υπαλλήλους κάποια μέτρα θεωρήθηκαν αντισυνταγματικά. Οι Έλληνες πολίτες δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν

⁷¹ Internet sites: www.statistics.gr

στις σημερινές ανάγκες και με την επιβολή των μέτρων πολλοί μένουν άνεργοι ώστε να μειώνεται δραματικά το βιοτικό επίπεδο της χώρας.

Φυσικά η κατάσταση της χώρας είναι ακόμα σε ύφεση που σημαίνει ότι εξακολουθούν να επιβάλλονται οικονομικά μέτρα και πολλούς φόρους προς το δημόσιο για να μπορέσει να πληρώσει τους μισθούς, τις συντάξεις και να διαχειριστεί το δημόσιο χρέος. Γενικά η εικόνα της Ελλάδας είναι αρνητική ώστε οι ξένοι επενδυτές να μην επενδύουν στην χώρα μας αφού υπάρχει αβεβαιότητα. Όλα αυτά έχουν δημιουργηθεί από το 1974 με τα πρώτα δάνεια που πήρε η Ελλάδα από το εξωτερικό και κορυφώθηκαν με την κρίση του 2008. Το Ελληνικό κράτος δεν μπορεί να αποπληρώσει το χρέος του για αυτό το Μάρτιο του 2011 υπήρξε μια συμφωνία με την Ευρωπαϊκή Τράπεζα για μείωση του δανείου και επιμήκυνση του χρόνου απόσβεση του. Υπάρχουν πολλοί λόγοι και αιτίες που έχει διογκωθεί τόσο πολλοί το δημόσιο έλλειμμα και ο δανεισμός για να φτάσει η χώρα σε τέτοια εξαθλίωση.

Στην αρχή του υποκεφαλαίου αναφέρθηκε ο Λόσον⁷² που στο ίδιο του άρθρο αναφέρει και κάποιες πιθανές λύσεις της οικονομικής ανάπτυξης με βάση τις χρηματοπιστωτικές αγορές. Αρχικά θεωρεί ότι για να καταπολεμηθεί η κρίση απαιτείται σύγχρονα ακαδημαϊκά οικονομικά δηλαδή ένα διαφορετικό είδος μαθηματικών ή να επικεντρωθούν σε ένα μοντέλο ατόμων που είτε έχουν άλλες προσδοκίες ή να θέσουν ως επίκεντρο την δυνατότητα εξελίξεις των ισορροπιών. Αυτό φυσικά θα γίνει αν μπορέσουν να απελευθερώσουν κάποιους πόρους τα πανεπιστήμια και γίνουν οι κατάλληλες έρευνες ώστε να βρεθεί η βέλτιστη λύση. Γενικότερα κάποια από τους τρόπους αντιμετώπισης της κρίσης είναι να δημιουργηθεί μια εμπιστοσύνη στον πιστωτή και να γίνεται καλύτερος έλεγχος από την πλευρά των πιστωτών.

6.2 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ

6.2.1. Η ΚΡΙΣΗ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΤΗΝ ΙΔΡΥΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Βάση της έρευνας του GEM⁷³ οι επιχειρηματίες κλήθηκαν να απαντήσουν σε μερικές ερωτήσεις που είναι οι δυσκολίες της ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης, οι δυσκολίες ανάπτυξης μιας επιχείρησης και αν επηρεάζει τις επιχειρηματικές ευκαιρίες. Πιο κάτω θα αναφερθούν όλα τα ευρήματα της έρευνας με βάση τις άλλες χώρες που συμμετέχουν στο πρόγραμμα GEM. Γενικά η θέση της Ελλάδας είναι πολύ χαμηλή από το προηγούμενο έτος αυτό είναι εμφανές γιατί η χώρα διέρχεται επιδείνωση της ύφεσης.

Αρχικά το πρώτο ερώτημα είναι η κρίση και οι δυσκολίες μιας νέας επιχείρησης. Τα αποτελέσματα της έρευνας καταλήγουν ότι στην Ελλάδα υπάρχει επιδείνωση του επιχειρηματικού κλίματος το 2010 από τα προηγούμενα χρόνια. Οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων θεωρούν σε ποσοστό 60,4% ότι είναι πολύ δύσκολη η ίδρυση μιας νέας επιχείρησης. Επίσης φαίνεται ότι και οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες είναι πολύ

⁷² Βλ. Τόνι Λόσον (2009) «Η τρέχουσα οικονομική κρίση: η φύση και η πορεία της ακαδημαϊκής οικονομίας» σελ 4

⁷³ Internet sites: <http://www.gemconsortium.org/>

απαισιόδοξοι αφού το 78,2% πιστεύει ότι η ίδρυση μιας νέας επιχείρησης είναι πιο δύσκολη ενώ το ποσοστό το 2009 ήταν 65,2%. Η κατάσταση της Ελλάδας με τις άλλες χώρες του GEM δείχνει ότι το 2010 υπήρχε μια επιδείνωση σε σχέση με το 2009 και μόνο η Ισπανία έχει την ίδια αλλά μικρότερη επιδείνωση αυτού του δείκτη. Αυτό σημαίνει ότι η βελτίωση του δείκτη σε όλες τις χώρες θεωρείται ως ένδειξη εξόδου από την ύφεση και προμηνύει ανάπτυξη όμως στην Ελλάδα συμβαίνει το αντίθετο.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.1 Απόψεις των Ελλήνων επιχειρηματιών σχετικά με την δυσκολία ίδρυσης μιας επιχείρησης το 2010 και το 2009

	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες		Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	
	2009	2010	2009	2010
Πιο δύσκολη	65,9	78,2	53,1	60,4
Σχετικά πιο δύσκολη	9,1	8,4	15,9	15,2
Αμετάβλητος βαθμός δυσκολίας	14,5	9,3	20,7	17,6
Σχετικά λιγότερο δύσκολη	6,0	3,1	5,8	2,5
Λιγότερο δύσκολη	4,5	1,0	4,5	4,2
ΣΥΝΟΛΟ	100	100	100	100

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Το επόμενο σημείο που ερευνήθηκε από το GEM ήταν οι δυσκολίες ανάπτυξης των επιχειρήσεων μέσα στην κρίση. Γενικά και σε αυτό τον δείκτη η Ελλάδα δεν δείχνει κάποια βελτίωση. Οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων⁷⁴ όπως και πριν είναι απαισιόδοξοι με ποσοστό που φτάνει στο 47,2% ενώ το 2009 ήταν στο 35,8%. Για τους καθιερωμένους επιχειρηματίες τα ποσοστά είναι πιο μεγάλα (2010 ήταν στο 55,8% και το 2009 ήταν στο 44,9%) που δείχνει ότι θεωρούν πολύ δύσκολη την ανάπτυξη της υπάρχουσας επιχείρησης. Η σημασία αυτού του δείκτη αφορά τις λειτουργίες της επιχείρησης στην Ελληνική οικονομία και οι δυσκολίες της ανάπτυξης έχει αρνητικές επιπτώσεις στην απασχόληση προοπτική του μέλλον. Η σύγκριση της Ελλάδας με τις άλλες χώρες δεν διαφέρει από το προηγούμενο ερώτημα δηλαδή η Ελλάδα και η Ιταλία υπάρχει επιδείνωση του δείκτη. Αυτό δείχνει ότι στις άλλες χώρες η οικονομία αυξάνεται ενώ στην Ελλάδα η οικονομία συρρικνώνεται.

⁷⁴ Βλ. Ιωαννίδης Σ. & Χατζηχρήστου Σ. (2012) «Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-2011, η «μικρή» επιχειρηματικότητα σε περίοδο κρίσης» εκδόθηκε από το IOBE σελ 67

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.2 Απόψεις των Ελλήνων επιχειρηματιών διαφορετικών σταδίων σχετικά με την δυσκολία ανάπτυξης μιας επιχείρησης το 2010 και το 2009

	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες		Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	
	2009	2010	2009	2010
Πιο δύσκολη	44,9	55,8	35,8	47,2
Σχετικά πιο δύσκολη	17,3	14,2	11,9	13,8
Αμετάβλητος βαθμός δυσκολίας	23,5	20,1	34,8	23,9
Σχετικά λιγότερο δύσκολη	9,4	3,1	10,5	3,3
Λιγότερο δύσκολη	4,9	6,7	6,9	11,8
ΣΥΝΟΛΟ	100	100	100	100

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Τέλος αυτό που μελετήθηκε είναι οι επιχειρηματικές ευκαιρίες μέσα στην κρίση. Και αυτός ο δείκτης δεν κρίνεται από αισιοδοξία. Οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες αναγνωρίζουν λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες σε σύγκριση με τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων. Αυτό συμβαίνει και σε σύγκριση του 2009 και του 2010 το ποσοστό των καθιερωμένων επιχειρηματιών το 2010 ήταν στο 63,3% που θεωρούν ότι υπάρχουν λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες σε σχέση του 2009 που ήταν στο 48,9%. Αντίστοιχα οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων είναι πιο αισιόδοξοι αυτό φαίνεται στο ότι το 2010 το 12,6% από τους επιχειρηματίες πιστεύουν ότι υπάρχουν περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες ενώ το 2009 το ποσοστό ήταν μόλις στο 3%.

Ως συμπέρασμα βγαίνει ότι μέσα από αυτά τα ποσοστά διεγείρονται δύο ζητήματα. Το πρώτο είναι η μεγάλη απαισιοδοξία των καθιερωμένων επιχειρηματιών σε σύγκριση με των αρχικών σταδίων. Αυτό εξηγείται από μια έρευνα του IOBE ότι οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες έχουν μεγαλύτερη εμπειρία, βαθύτερη αντίληψη της λειτουργίας μιας επιχείρησης και η καθημερινή τριβή με τα προβλήματα. Και ίσως οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες έχουν ένα συγκεκριμένο τρόπο δράσης εδώ και χρόνια που να μην μπορούν να το αλλάξουν. Ενώ οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων έχουν εισέλθει τώρα στην αρένα ώστε να είναι πιο ευέλικτοι στις αλλαγές και στις δυσκολίες του περιβάλλοντος. Το δεύτερο ζήτημα είναι η αισιοδοξία των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων. Αυτό εξηγείται στο ότι η κρίση δημιουργεί ευκαιρίες και είναι ένα σημαντικό εύρημα. Γενικά και οι δύο απόψεις συμπεραίνουν ότι για να εντοπιστούν οι ευκαιρίες που υπάρχουν θα πρέπει να απεγκλωβιστεί από το παρελθόν και να αντιμετωπίσει το μέλλον με μεγαλύτερη αισιοδοξία αλλά πάντα ρεαλιστικά.

6.2.2. ΟΙ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ⁷⁵ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΣΤΗΝ ΚΡΙΣΗ

Η επιχειρηματικότητα είναι πολύ σημαντική λειτουργία του κάθε οικονομικού οργανισμού. Έτσι κάθε ερευνητικό κέντρο προσπαθεί να δει την εξέλιξη του δείκτη της επιχειρηματικότητας, το GEM έκανε μια μελέτη για το δείκτη της επιχειρηματικότητας των αρχικών σταδίων στην Ελλάδα από το 2003-2010. Αυτός ο δείκτης δείχνει ότι τα πρώτα πέντε χρόνια υπήρχε μικρό εύρος διακύμανσης που το μεγαλύτερο ήταν το 7,9% (2006) και το χαμηλότερο 5,7% (2007). Όμως η διακύμανση αυξάνεται από το 2008 έως το 2010. Που το 2009 είναι η μεγαλύτερη τιμή που έχει πάρει το 9,9% ενώ το 2010 ήταν στο 5,3% αντίθετα το 2011 εκτινάσσεται περίπου στο 8%. Αυτά τα ποσοστά εξηγούνται στο ότι οι Έλληνες ιδρύουν μικρές επιχειρήσεις με απώτερο σκοπό την αυτοαπασχόληση.

Ένα σημαντικό χαρακτηριστικό που πρέπει να σημειωθεί είναι η επιχειρηματική ανάγκη και η επιχειρηματική ευκαιρία που παρατηρείται ότι μέσα από την κρίση έχουν μεταβληθεί αυτές οι δύο έννοιες πιο συγκεκριμένα από τους νέους επιχειρηματίες. Οι νέοι επιχειρηματίες έχουν διαφορετικές αντιλήψεις και διαφορετικό σημείο εκκίνησης. Λόγω της έλλειψης θέσεων εργασίας ο καθένας βρίσκει επαγγελματική στέγη στην ίδρυση δικιά του επιχείρηση έτσι κατανοείται περισσότερο ως ασφαλή επιλογή και ο επιχειρηματίας την αντιλαμβάνεται ως ανάγκη. Όμως η επιχειρηματική ευκαιρία αντιλαμβάνεται ως την εργασιακή τους ανεξαρτησία που υπάρχει το αίσθημα ανασφάλειας για την εργασιακή τους θέση ενώ μειώνεται το αίσθημα του υψηλότερου εισοδήματος. Επίσης αυτό μπορεί να εξηγηθεί με την εξέλιξη του εκπαιδευτικού επιπέδου του επιχειρηματία. Στις μέρες μας φαίνεται ότι το επίπεδο εκπαίδευσης των επιχειρηματιών αυξάνεται. Για το 2008 και το 2009 το ποσοστό ήταν 0,0% για το κάτοχο μεταπτυχιακού διπλώματος ενώ το 2010 εκτινάσσεται στο 5,8%. Έτσι φαίνεται ότι το κίνητρο των ανθρώπων για την επιχειρηματική του σταδιοδρομία είναι η ανάγκη αφού διαθέτουν προσόντα που μπορούν να τους εξασφαλίσουν μια καλύτερη πορεία στο μέλλον.

Η κρίση αναδεικνύει και ένα άλλο χαρακτήρα που είναι η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων με βάση την ηλικία. Στην Ελλάδα παρατηρείται αύξηση της επιχειρηματικότητας σε ηλικία 45-54 ετών ενώ αισθητή μειώσε σε ηλικία 18-24 και 25-34 ετών. Δηλαδή το 2009 η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων σε ηλικία 45-54 ήταν στο 13,1% το 2010 εκτινάχτηκε στο 35,2%. Αντίθετα το 2009 ήταν στο 12,5% για ηλικία 18-24 ετών το 2010 μειώθηκε στο 6,7%, και για ηλικία 25-34 ετών το 2009 ήταν 35,2% ενώ το 2010 διαμορφώθηκε στο 22,9. Αυτό εξηγείται ότι στην Ελλάδα λόγω της κρίσης που διέρχεται η ανεργία μαστίζει όλες τις ηλικίες αλλά η μεγαλύτεροι άνθρωποι δυσκολεύονται ακόμα περισσότερο στο να βρουν δουλειά επομένως ιδρύουν μια μικρή επιχείρηση. Επίσης είναι το ασφαλιστικό σύστημα της χώρας που παίζει σημαντικό ρόλο και τα μεγαλύτερα άτομα της χώρας έχουν συνηθίσει σε άλλες απολαβές εισοδήματος. Παγκοσμίως αυτό φαίνεται ως αρνητικό πλεονέκτημα για την Ελλάδα ότι δεν δραστηριοποιούνται επιχειρηματικά οι νέοι. Όμως τα μεγαλύτερα σε ηλικία άτομα έχουν εμπειρία και μακροχρόνια σταδιοδρομία στην αγορά και

⁷⁵ Βλ. Ιωαννίδης Σ. & Χατζηχρήστου Σ. (2012) «Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-2011, η «μικρή» επιχειρηματικότητα σε περίοδο κρίσης» εκδόθηκε από το IOBE σελ 69

αντιλαμβάνονται καλύτερα τις ευκαιρίες που μπορούν να εκμεταλλευτούν. Αν και μέσα από αυτή την ηλικία πηγάζει ένας συντηρητισμός αυτό δεν είναι απαραίτητα αρνητικό γιατί μπορούν να αποφύγουν κάποιες παγίδες και να υπάρξει ανάπτυξη όχι μόνο στην επιχείρηση αλλά γενικά της χώρας που μπορεί να θεωρηθεί και θετικό σημάδι της εικόνας της χώρας προς το εξωτερικό.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6.3 Οι ηλικίες των επιχειρηματιών αρχικών σταδίων

	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	ΣΥΝΟΛΟ
2007	12,7	23,6	24,0	21,4	18,3	100
2008	9,3	41,2	21,6	17,0	10,8	100
2009	12,5	35,2	30,7	13,1	8,5	100
2010	6,7	22,9	26,7	35,2	8,6	100

Πηγή: IOBE, Επεξεργασία στοιχείων GEM

Ένα τρίτο χαρακτηριστικό είναι η κλαδική διαμόρφωση μέσα στην επιχειρηματικότητα πριν από την κρίση η Ελλάδα είχε υψηλά ποσοστά σε σχέση με τις άλλες χώρες του GEM στα νέα εγχειρήματα σε προϊόν ή υπηρεσίες προς τον τελικό καταναλωτή. Με έρευνα του IOBE αυτό θεωρείται αρνητικό χαρακτηριστικό γιατί οι επιχειρηματίες σκέφτονται σαν καταναλωτές και έτσι αποφάσιζαν ποια αγαθά ή υπηρεσίες θα είχαν ζήτηση. Το λάθος ήταν ότι σκεφτόντουσαν μόνο τον τελευταίο κρίκο την αλυσίδας αξίας και όχι την προστιθέμενη αξία ολόκληρης της αλυσίδας έτσι μειώνει τις αναπτυξιακές επιπτώσεις της χώρας. Μέσα στην κρίση αυτό γίνεται αμέσως αντιληπτό από το κλείσιμο των μαγαζιών που απευθύνονται στον τελικό καταναλωτή. Το GEM επισημαίνει ότι οι νέοι επιχειρηματίες προσπαθούν να μειώσουν τις αντιλήψεις του παρελθόντος. Η μείωση αυτή αυξάνει το ποσοστό των νέων επιχειρηματιών στο κλάδο της μεταποίησης είτε στο κλάδο των υπηρεσιών. Σε κάθε περίπτωση η κρίση αποφεύγει τα αρνητικά χαρακτηριστικά με άλλες έρευνες που έγιναν αποδεικνύεται ότι τα νέα επιχειρηματικά εγχειρήματα εκδηλώνονται και στα αρχικά στάδια της αλυσίδας αξίας σε μεγαλύτερο βαθμό σε σύγκριση με τα προηγούμενα χρόνια.

Έχουν διατυπωθεί αρκετές συζητήσεις για τις συνθήκες ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας έτσι το 2008 το GEM σχημάτισε ένα νέο μοντέλο με εννέα (9) συνθήκες που έχουν αναγνωριστεί παγκοσμίως. Αυτοί οι εννέα θεσμοί είναι:

- ❖ Χρηματοοικονομική Στήριξη
- ❖ Κυβερνητικές Πολιτικές
- ❖ Κυβερνητικά Προγράμματα
- ❖ Εκπαίδευση και κατάρτιση
- ❖ Έρευνα και Ανάπτυξη
- ❖ Εμπορική και Επαγγελματική Υποδομή
- ❖ Ανταγωνιστικότητα Εγχώριας Αγοράς-Διευκόλυνση Εισόδου
- ❖ Πρόσβαση σε Υλικές Υποδομές
- ❖ Κουλτούρα και Νοοτροπία

Μέσα από αυτούς τους θεσμούς μπορεί να αξιολογηθεί η κάθε χώρα για να παρατηρήσει που υστερεί και που έχει προτεραιότητα. Σε γενικές γραμμές τα πράγματα στην Ελλάδα δεν είναι πολύ ικανοποιητικά πρέπει να προσεχθούν πολλά η παιδεία, η έρευνα και η καινοτομία. Έτσι οι συνθήκες ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας παραμένουν με προβλήματα και η κρίση τα αυξάνει. Πρέπει να παρθούν δραστικά μέτρα για την ανάκαμψη της επιχειρηματικότητας και κατά συνέπεια την ανάπτυξη της Ελληνικής οικονομίας.

6.2.3. Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΤΗΝ ΚΡΙΣΗ

Η καινοτομία όπως έχει αναφερθεί μέσα από την εργασία είναι ένα πολύ σημαντικό κομμάτι της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Στην σημερινή κρίση που διανύουν όλες οι οικονομίες του κόσμου προσπαθούν να βρουν λύση ώστε να αναπτυχθεί η επιχειρηματικότητα μέσω της καινοτομίας. Στην Ελλάδα η καινοτομία είναι σε πολύ δύσκολη κατάσταση με βάση της χώρες της Ε.Ε. Σε αυτό το κομμάτι θα αναφερθούν στοιχεία της καινοτομίας για την Ελλάδα από το 2011 σύμφωνα με τις έρευνες του IOBE που προσπαθούν να απεικονίσουν την καινοτομία και να βρεθούν λύσεις.

Στην έρευνα⁷⁶ του IOBE και το Εργαστήριο Βιομηχανικής και Ενεργειακής Οικονομίας του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου ανέδειξαν την οικονομική κρίση που επηρεάζει την επιχειρηματικότητα στην χώρα μας. Στην έρευνα συμμετείχαν 2000 μεγάλες επιχειρήσεις με συνολικά 320.000 εργαζομένους. Τα σημεία τα οποία εστίασε η έρευνα ήταν η οικονομική κρίση πόσο έχει επηρεάσει τις επιχειρήσεις σε διάφορους κλάδους και συγκεκριμένες λειτουργίες όπως στην μείωση των πωλήσεων, στην έλλειψη ρευστότητας, την μείωση τραπεζικού δανεισμού και στις οικονομικές επιδόσεις των επιχειρήσεων βάση την εξωστρέφεια, τις επενδύσεις, την καινοτομία και τους ανθρώπινους πόρους.

Μέσα στην έρευνα αναφέρεται μια μικρή σύγκριση των μεγάλων επιχειρήσεων με τις μικρές ελληνικές επιχειρήσεις. Αναφέρουν συμπερασματικά ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις είναι πιο ισχυρές από τις μικρές σε λειτουργίες όπως η καινοτομία, οι επενδύσεις, οι εξαγωγές και προς το βαθμό επηρεασμού στην οικονομική κρίση. Όμως υπάρχουν μικρές επιχειρήσεις που αντιστέκονται στην οικονομική κρίση και πετυχαίνουν στην καινοτομία σε συγκεκριμένες αγορές.

Γενικότερα το 28% των επιχειρήσεων μπορούν να ανταπεξέλθουν στην κρίση και αυτές είναι οι επιχειρήσεις που είχαν κέρδος το 2010 και αύξηση πωλήσεων το 2011. Οι μισές επιχειρήσεις εμφανίζουν μέτριες οικονομικές επιδόσεις. Ενώ το 20% των επιχειρήσεων στην Ελλάδα είχε ζημία το 2010 και όσες έχουν κρατηθεί το 2011 συνεχιζόταν η ζημία. Εδώ φαίνεται η διαφορά των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν τις βασικές λειτουργίες της καινοτομίας και αυτές που δεν τις χρησιμοποιούν θα αναφερθούν πιο αναλυτικά παρακάτω.

Βασικό σημείο είναι οι καλές επιδόσεις των επιχειρήσεων που εξάγουν. Αυτές οι επιχειρήσεις φαίνεται ότι αντιστέκονται στην κρίση γιατί καλύπτουν τα μειωμένα έσοδα τις ενδοχώριας αγοράς από τις εξαγωγές, που υπολογίζεται κατά μέσο όρο το 30% του κύκλου εργασιών αυτών των επιχειρήσεων. Οι επενδύσεις από την άλλη

⁷⁶ Internet sites: http://www.iobe.gr/index.asp?a_id=359&news_id=1052

έχει κάποια θετική τροπή το 73% των επιχειρήσεων που επενδύει το 2011-2012 είναι επιχειρήσεις οι οποίες είχαν κέρδος κατά το οικονομικό έτος του 2010. Ενώ το 63% των επιχειρήσεων που επένδυσαν ευελπιστεί σε σταθερότητα ή άνοδο των πωλήσεων. Όμως λόγω της αβεβαιότητας που επικρατεί το 2012 μόνο το 40% των επιχειρήσεων προβλέπεται να επενδύει.

Το μεγαλύτερο κομμάτι της έρευνας έχει να κάνει με την καινοτομία και τις συναφή λειτουργίες της όπως η E&A και η εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού⁷⁷. Η καινοτομία δείχνει μια πιο μπερδεμένη εικόνα. Αν και η καινοτομία είναι ικανοποιητική από την άλλη η ποιότητα των καινοτομιών δεν είναι και τόσο καλή. Περίπου το 50% των επιχειρήσεων που καινοτομούν το 2011-2012 παρήγαγαν νέα προϊόντα για τις άλλες επιχειρήσεις. Μόνο μια στις τρεις καινοτόμησε στον τομέα της τεχνολογικής πληροφορικής και επικοινωνίας. Ενώ το 38% των επιχειρήσεων εισήγαγε οργανωτική καινοτομία. Αυτό συμβαίνει γιατί η Ελλάδα δεν επενδύει σε E&A όμως όπως φαίνεται από την έρευνα μία στις τρεις επιχειρήσεις διαθέτει εξοπλισμένα εργαστήρια έρευνας όμως δεν διοχετεύουν σωστά την εκπαίδευση και δεν συνεργάζονται με ερευνητικά κέντρα ή φορείς όπως πανεπιστήμια.

Επίσης φαίνεται ότι οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν σύγχρονα εργαλεία διοίκησης και νέες τεχνολογίες. Από την άλλη τα ποσοστά είναι τόσο χαμηλά γιατί δεν αξιοποιούνται τόσο αποδοτικά και τόσο συχνά. Όταν μεταβάλετε η ζήτηση πολλές επιχειρήσεις δηλώνουν ότι ανταποκρίνονται αρκετά ικανοποιητικά. Επίσης αρκετές επιχειρήσεις περίπου οι μισές αναφέρουν ότι μπορούν να βελτιώσουν την τεχνολογία τους.

Τα ποσοστά των καινοτόμων επιχειρήσεων χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες: πρώτα υπάρχουν με ποσοστό 22% των επιχειρήσεων που έχουν υψηλή καινοτομική επίδοση αυτές οι επιχειρήσεις εισήγαγαν καινοτόμα προϊόντα ή υπηρεσίες. Έπειτα οι μισές περίπου επιχειρήσεις έχουν μέτρια καινοτομική δράση ενώ το 30% των επιχειρήσεων δεν έχουν εισάγει καμία καινοτομία το 2011-2012. Οι επιχειρήσεις που έχουν υψηλή καινοτομία προβλέπεται ότι διαθέτουν αυτόνομο εργαστήριο E&A και ειδικευμένα στελέχη ώστε να κατορθώνουν με επιτυχία να αντιστέκονται στην κρίση σε αντίθεση με τις άλλες επιχειρήσεις που δεν έχουν επενδύσεις σε E&A.

Ένας ακόμα σημαντικός τομέας που είναι υποστηρικτικός για την καινοτομία είναι η εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού. Μέσα από την έρευνα φαίνονται εντυπωσιακά αποτελέσματα δηλαδή τρεις στις τέσσερις επιχειρήσεις στην Ελλάδα την διετία 2011-2012 φαίνεται ότι εφαρμόζουν προγράμματα εκπαίδευσης προσωπικού. Αυτό το σύστημα στην Ελλάδα όμως γίνεται με άτυπο τρόπο και δεν υπάρχουν πολλές επιχειρήσεις που χρηματοδοτούνται για επιχειρησιακά σεμινάρια. Το 73% των επιχειρήσεων δεν μπορούν να βρουν κατάλληλο εξειδικευμένο προσωπικό ώστε να το τοποθετήσουν σε θέσεις-κλειδιά. Αντίστοιχα επισημαίνουν ότι δεν υπάρχει άριστη γνώση και δεξιότητα του υφιστάμενου προσωπικού ώστε να επιλέξει το κατάλληλο άτομο στην κατάλληλη θέση.

⁷⁷ Internet sites:

http://www.sevstegi.org.gr/sites/default/files/ekthesi_apotelesmaton_erevnas_SEV_IOBE.pdf

Τα αποτελέσματα τις έρευνας για την ανάπτυξη του ανθρώπινου δυναμικού είναι ότι το 30% των επιχειρήσεων στην Ελλάδα το 2011-2012 χαρακτηρίζεται από υψηλές δεξιότητες που αυτές οι επιχειρήσεις εφαρμόζουν μια σειρά από μορφές άτυπες και τυπικής εκπαίδευσης. Πολύ λιγότερες από τις μισές επιχειρήσεις χρησιμοποιούν μόνο άτυπες μορφές εκπαίδευσης. Ενώ μία στις τέσσερις επιχειρήσεις δεν εφαρμόζουν καμιά μορφή εκπαίδευσης. Όπως φαίνεται οι πρώτες επιχειρήσεις έχουν κατά συνέπεια καλύτερες αποδόσεις σε εξαγωγές και καινοτομία και αντιστέκονται περισσότερο στην κρίση.

Συμπερασματικά φαίνεται όπως αναφέρει χαρακτηριστικά ο καθηγητής του ΕΜΠ κ Καλογήρου <<Η ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας⁷⁸ εντάσεως γνώσης – με επένδυση στη γνώση και τον ανθρώπινο παράγοντα και με αιχμή «την ποιότητα, τη διαφοροποίηση και την κάλυψη των αναγκών απαιτητικών χρηστών» – αποτελεί τη μόνη βιώσιμη επιλογή, αν θέλουμε να διατηρήσουμε το βιοτικό μας επίπεδο, στο πλαίσιο ενός έντονα ανταγωνιστικού διεθνούς περιβάλλοντος. Η προώθηση της καινοτομίας, η αξιοποίηση της τεχνολογίας παντού και για όλους (στις επιχειρήσεις, στη δημόσια διοίκηση και στην κοινωνία ευρύτερα) σε συνδυασμό με την ανάπτυξη και τη διαχείριση του ανθρώπινου δυναμικού, την καλλιέργεια μιας κουλτούρας δημιουργικότητας, ανοιχτών οριζόντων και οργανωμένης αλλά και συστηματικής προσπάθειας, αποτελούν τους βασικούς πυλώνες μιας αναγκαίας εθνικής κινητοποίησης και ενός νέου κοινωνικού συμβολαίου για την ανάπτυξη>>. Επομένως φαίνεται ξεκάθαρα για την ευημερία μιας επιχείρησης και γενικά της χώρας πρέπει να προσεγγίσουν την επιχειρηματικότητα και πιο συγκεκριμένα την στήριξη της καινοτομίας. Αν και στην Ελλάδα κάποιες επιχειρήσεις ξεχωρίζουν, όμως το κράτος δεν έχει μεριμνήσει ώστε να στηρίξει και τις άλλες επιχειρήσεις στο τομέα της Ε&Α. Επίσης μέσα από την καινοτομία στην επιχειρηματικότητα φαίνεται ότι αντιμετωπίζεται η κρίση και ευνοεί κάθε επιχείρησης που το εφαρμόζει. Καθώς επίσης μέσα από την προώθηση της καινοτομίας η Ελλάδα γίνεται πιο ανταγωνιστική και γενικά συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη.

Από μια άλλη έρευνα⁷⁹ που έχει κάνει το IOBE αναφέρεται χαρακτηριστικά για την καινοτομία των Ελληνικών επιχειρήσεων με τις επιχειρήσεις των χωρών της Ε.Ε. Η καινοτομία έχει πολλούς προσδιοριστικούς παράγοντες και για να υπάρξει ένα επιτυχές αποτέλεσμα πρέπει να συνδεθούν όλοι οι παράγοντες με τέτοιο τρόπο ώστε το προϊόν ή υπηρεσία να κάνει μεγάλες πωλήσεις. Οι μεγάλες επιχειρήσεις για δημιουργήσουν ένα καινοτόμο προϊόν διαθέτουν ένα εξοπλισμένο τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης που απλά μέσα από την έρευνα προσπαθεί να βρει τις ανάγκες της αγοράς και να τις ικανοποιήσει με όποιο μέσο διαθέτη.

Η έρευνα και η καινοτομία στην Ελλάδα σε σχέση με τις άλλες χώρες της Ε.Ε. είναι σε μέτρια επίδοση. Κάποιοι δείκτες όπως έχουν αναφερθεί είναι πολύ χαμηλότεροι από το μέσο όρο της Ευρώπης. Σημαντική βοήθεια δίνουν το Διαθρωτικό Ταμείο που παρέχει κάποιες χρηματικές ενισχύσεις για την καινοτομία και την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Η καινοτομία της Ελλάδας στα τεχνολογικά επιτεύγματα είναι πολύ χαμηλή. Αυτό συμβαίνει γιατί η εξειδίκευση του ανθρώπινου δυναμικού στην Ελλάδα

⁷⁸ Internet sites: <http://www.energyonline.gr/?p=9229#more>

⁷⁹ Βλ. Ιωαννίδης Σ. & Χατζηχρήστου Σ. (2012) «Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-2011, η «μικρή» επιχειρηματικότητα σε περίοδο κρίσης» εκδόθηκε από το IOBE σελ 82

είναι μειωμένη. Το ανθρώπινο δυναμικό σε ερευνητικό επίπεδο η Ελλάδα διαθέτει 4,2% ερευνητές το 2010-2011 ενώ στην Ευρώπη είναι 6,3%. Αν και υπάρχουν πιο λίγοι ερευνητές στην Ελλάδα οι επιστημονικές δημοσιεύσεις ξεπερνούν το μέσο όρο της Ευρώπης.

Η έρευνα ασχολήθηκε πιο εκτεταμένα με την επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων στην Ελλάδα που και εδώ φαίνεται ότι η καινοτομία είναι σε πολύ χαμηλά επίπεδα. Χαρακτηριστικά το 2010 μόνο το 13% από τις επιχειρήσεις που εισήγαγαν στην αγορά θεωρούν το προϊόν καινοτόμο και που το προσφέρουν σε μια νέα αγορά πελατών. Ένα άλλο πρόβλημα που επισημαίνεται είναι οι χρηματοδοτήσεις στην καινοτομία η Ελλάδα κατατάσσεται στην 9^η θέση σε σχέση με τις άλλες χώρες για τις χρηματοδοτήσεις από το κράτος.

Συμπερασματικά προκύπτει ότι η καινοτομία επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από την οικονομική κρίση όμως η Ελλάδα προσπαθεί με κάθε μέσο που τις δίνεται να κρατηθεί και να βοηθηθεί από το κράτος. Η προώθηση της επιχειρηματικότητας και τις καινοτομίας αποτελεί σημαντικό κομμάτι για να ξεπεραστεί η κρίση. Τα στοιχεία που δόθηκαν εκφράζουν την ανάγκη για μεγαλύτερη προσπάθεια των Ελληνικών επιχειρήσεων να προωθήσουν την καινοτομία και να βγουν πιο ανταγωνιστικές στην εθνική αγορά.

6.3 ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΡΙΣΗΣ

Η οικονομική κρίση στην σημερινή εποχή έχει πάρει μεγάλες διαστάσεις ώστε να υπάρχει αβεβαιότητα⁸⁰ για το μέλλον. Στην Ελλάδα η κρίση έχει γίνει εντονότερη από το 2010 και μετά. Σε αυτό το μέρος θα γίνει μια προσπάθεια για την διαχείριση και την αντιμετώπιση της κρίσης ως βασικό συστατικό της καινοτομίας των επιχειρήσεων. Αν και στην Ελλάδα τα πράγματα γίνονται όλο και πιο δύσκολα, πραγματικά υπάρχουν κάποια σημεία που αναφέρουν οι οικονομολόγοι ότι όντως μπορεί να υπάρξει μια οικονομική ανάπτυξη τα επόμενα χρόνια.

Γενικότερα η οικονομία της χώρας έχει σε όλα τα στάδια της προβλήματα. Τα εντονότερα προβλήματα δημιουργήθηκαν όταν το κράτος δεν είχε χρήματα να πληρώσει τις υποχρεώσεις του απέναντι στους εργαζομένους και του συνταξιούχους. Έτσι προέβησαν σε μια διαδικασία πολύ σκληρή για το Ελληνικό κράτος αλλά δυστυχώς δεν υπήρχε κάποια άλλη λύση. Χρειάστηκε το Ελληνικό δημόσιο και δανείστηκε χρήματα από το ΔΝΤ και έπρεπε να μετριάσει το δημοσιονομικό του έλλειμμα που έχει φτάσει στα υψηλότερα επίπεδα με τις αντίστοιχες χώρες της Ε.Ε. Μέσα από αυτή την κατάσταση οι δανειστές εφάρμοσαν κάποια δυσβάσταχτα μέτρα λιτότητας για να καταβάλλεται κάθε δόση του δανείου αυτά τα μέτρα εφαρμόζονταν μόλις υπογραφόταν το γνωστό μνημόνιο που ήταν η ώθηση των καινούργιων μέτρων. Η κάθε ελληνική κυβέρνηση αναγκαζόταν να υπογράψει αυτά τα μέτρα γιατί διαφορετικά δεν θα μπορούσαν να πάρουν την δόση ώστε να έρθουν τα λεφτά στους Έλληνες πολίτες. Με αποτέλεσμα να αυξάνεται το δημόσιο χρέος της Ελλάδας και συνάμα να αυξάνεται και το δημόσιο έλλειμμα αφού η Ελλάδα είναι από τις ελάχιστες χώρες που κάνει περισσότερες εισαγωγές και λιγότερες εξαγωγές. Δηλαδή με λίγα

⁸⁰ Internet sites: http://news.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_columns_1_22/04/2012_479785

λόγια η Ελλάδα δεν παράγει πολλά μόνο υπηρεσίες προσφέρει. Επομένως το κράτος δεν είχε έσοδα αφού υπάρχουν πολλοί άνεργοι και πολλές χρεοκοπημένες επιχειρήσεις. Πρέπει να παρθούν δραστικά μέτρα για την έξοδο της Ελλάδας από την κρίση αν και είναι δύσκολο αφού έχουν διατυπωθεί αρκετές γνώμες που θεωρούν με διάφορες στρατηγικές ότι θα επανέλθει η οικονομική ανάπτυξη.

Η πιο πρόσφατη στρατηγική που έχει συζητηθεί στην Ε.Ε. είναι η <<Στρατηγική της Ευρώπης του 2020⁸¹>> που έχει θέσει τρεις προτεραιότητες. Αυτές οι προτεραιότητες έχουν να κάνουν με την καινοτομία που η Ευρώπη πιστεύει ότι αν δεν επενδύσουν στην καινοτομία οι χώρες δεν θα μπορέσουν να έχουν ανάπτυξη. Γενικά η επιχειρηματικότητα είναι ένα κομβικό σημείο που επιφέρει την οικονομική ανάπτυξη. Έτσι το ελληνικό κράτος από τις δόσεις των δανείων που παίρνει πρέπει να αφιερώνει ένα ποσό σε επενδύσεις για την αύξηση της επιχειρηματικότητας των Ελληνικών επιχειρήσεων. Όμως τα προβλήματα είναι τόσα πολλά και η οικονομία είναι σε δύσκολη θέση ώστε να κινδυνεύει όλο το κράτος. Οι τρεις προτεραιότητες είναι 1) την έξυπνη ανάπτυξη που στηρίζεται στην γνώση και καινοτομία, 2) διατηρήσιμη ανάπτυξη να χρησιμοποιούνται σωστά οι πόροι, για να υπάρχει πράσινη ανάπτυξη και ανταγωνιστική οικονομία., 3) ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς όσο των δυνατών η κοινωνική και εδαφική συνοχή. Επομένως τα σημεία που πρέπει να επικεντρωθεί τα επόμενα χρόνια η Ελλάδα με την βοήθεια της Ευρώπης και της στρατηγικής του 2020 είναι σε τομείς έρευνας και καινοτομίας, εκπαίδευσης και υγείας.

Πολλοί πρόεδροι των οργανισμών και φορείς που μελετούν την επιχειρηματικότητα υποστηρίζουν ότι η κρίση θα καταπολεμηθεί με την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα. Αρχικά θα πρέπει οι έλληνες επιχειρηματίες να αξιοποιήσουν της ευκαιρίες που βρίσκονται ακριβώς μπροστά τους. Αφού όπως έχει αναφερθεί η κρίση έχει εμφανίσει πολλές ευκαιρίες. Επίσης υπάρχει γενική αβεβαιότητα για το μέλλον αλλά στην επιχειρηματικότητα η αβεβαιότητα υπήρχε πάντα και όσο εξαλείφεται η επιχειρηματική ανάγκη τόσο μεγαλώνει η επιχειρηματική ευκαιρία.

Ένας άλλος κλάδος είναι η έρευνα και η καινοτομία που έτσι αναπτύσσεται η ανταγωνιστικότητα. Από έρευνες που γίνονται έδειξαν ότι στην κρίση γίνεται όλο και πιο έντονο το αίσθημα έρευνας και καινοτομίας αφού αυξάνεται η ανταγωνιστικότητα και πολλοί περισσότεροι επενδύουν σε αυτούς τους τομείς. Η Ελλάδα υστερεί σε πηγές χρηματοδότησης της έρευνας και καινοτομίας γιατί το Ελληνικό κράτος δεν μπορεί να διαθέσει χρήματα αντιθέτως η Ευρώπη βοηθάει πολύ στην έρευνα και καινοτομία σε ελληνικές επιχειρήσεις με τα διάφορα προγράμματα Στήριξης και Ανάπτυξης που έχουν δοθεί.

Για να αντιμετωπιστεί η κρίση, η επιχειρηματικότητα πρέπει να προσανατολιστεί στον τομέα εκπαίδευση και κατάρτιση του προσωπικού⁸². Πρέπει να γίνουν αποτελεσματικές και ευέλικτες πολιτικές ώστε να δοθούν περισσότερες δεξιότητες και γνώσεις σε ανθρώπους ήδη εργαζόμενοι σε μια επιχείρηση ώστε να ανταπεξέλθουν στις αυξημένες απαιτήσεις των αγορών που διαμορφώνονται μέσα από την κρίση.

⁸¹ Internet sites:

http://portal.tee.gr/portal/page/portal/INTER_RELATIONS/espa/info/%C5%C5_2020.pdf

⁸² Internet sites: <http://www.acci.gr/acci/Home/tabid/28/ItemID/2076/View/Details/language/el-GR/Default.aspx>

Βάση της εκπαίδευσης του ανθρώπινου δυναμικού επωφελείται και η E&A αφού οι άνθρωποι αποκτούν περισσότερες γνώσεις ώστε να επεξεργάζονται σωστά τα καινούργια στοιχεία και προβαίνουν πιο εύκολα στην δημιουργία ή αναβάθμιση ενός προϊόντος ή διαδικασίας. Επίσης μέσα από την εκπαίδευση προωθείται η καινοτομία, ενισχύεται η ανταγωνιστικότητα της οικονομίας και φτάνουμε στην οικονομική ανάπτυξη και την ευημερία της χώρας. Πολλά ιδρύματα και οργανισμοί έχουν καταθέσει προτάσεις για την ενίσχυση της εκπαίδευσης και την κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού.

Επίσης έχουν αναφερθεί αρκετοί στην σύγκριση⁸³ των μεγάλων και των μικρών επιχειρήσεων με βάση την οικονομική κρίση. Η κρίση επηρεάζει περισσότερο της μικρές επιχειρήσεις γιατί αυτές δεν διαθέτουν όλα τα μέσα για να αναπτύξουν την επιχειρηματικότητα τους και τώρα που δεν μπορούν να χρηματοδοτηθούν από επενδύσεις ούτε από τράπεζες είναι πιο δύσκολα τα πράγματα. Οι μικρές επιχειρήσεις μπορούν να αντισταθούν στην κρίση αν μπορέσουν να κερδίσουν ένα μερίδιο αγοράς που έχει αφήσει ανεκμετάλλευτο η μεγάλη επιχείρηση ή μπορούν να βελτιώσουν το μάρκετινγκ με την προώθηση του internet κάνοντας ένα ηλεκτρονικό μαγαζί που δεν έχει μεγάλο κόστος. Επίσης οι μεγάλες επιχειρήσεις αναθέτουν ένα μεγάλο μέρος των δραστηριοτήτων τους σε άλλες επιχειρήσεις για να μειώσουν τα κόστη τους, έτσι μπορούν οι μικρές επιχειρήσεις να αρπάξουν την ευκαιρία.

Συμπερασματικά προκύπτει ότι για να διαχειριστεί η κρίση θα πρέπει να βοηθηθούν οι επιχειρήσεις σε καινοτομία, σε E&A και σε ανθρώπινο δυναμικό. Η ανάπτυξη στην Ελλάδα θα επανέλθει αν προωθηθεί η καινοτομία επιχειρηματικότητας ώστε να ανοίξουν και άλλες θέσεις εργασίας και μέσα από την φορολόγηση το κράτος θα έχει έσοδα. Καθώς επίσης θα σταματήσουν οι υπερβολικές εισαγωγές αφού θα υπάρχουν τα προϊόντα στην εγχώρια αγορά. Τέλος το σημαντικότερο να προσπαθήσει η χώρα να γίνει πιο ανταγωνιστική ώστε να προσελκύσουν και ξένες επενδύσεις στην Ελλάδα που θα αυξηθούν τα έσοδα της και θα ανέβει το βιοτικό επίπεδο της χώρας.

⁸³ Internet sites: <http://winwinnet.wordpress.com/2011/09/15/>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7^ο ΣΥΜΒΟΥΛΕΣ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στο τελευταίο κεφάλαιο της εργασίας θα αναφερθούν οι τρόποι που μπορούν να γίνουν καλύτερα τα πράγματα προς την επιχειρηματικότητα. Πιο ειδικά θα αναφερθούν τα προβλήματα που υπάρχουν στην Ελληνική οικονομία για την καινοτομία της επιχειρηματικότητας. Η Ελληνική κυβέρνηση παίρνει μέτρα για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας αλλά σχεδόν πάντα με πρόκληση της Ε.Ε.

Τέλος θα δοθούν τα γενικά συμπεράσματα της εργασίας και που κατέληξε αυτή η έρευνα. Θα υπάρξουν σημαντικά σημεία που έχουν αναφερθεί κατά την διάρκεια της εργασίας και είναι αυτά που αναπτύσσουν και ενισχύουν την καινοτομία στην χώρα μας αλλά και σε πολλές χώρες της Ευρώπης που αντιμετωπίζουν μια παρόμοια κατάσταση. Για αυτούς τους λόγους έχουν δοθεί στην δημοσιότητα πολλές έρευνες για την αντιμετώπιση των προβλημάτων τώρα που κατάσταση της οικονομίας έχει ξεφύγει από τον έλεγχο.

7.1 ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗ ΤΩΝ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΓΙΑ ΕΝΑ ΚΑΛΥΤΕΡΟ ΜΕΛΛΟΝ

7.1.1 ΤΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΓΙΝΕΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα για να αντιμετωπίσει τα προβλήματα της επιχειρηματικότητας θα πρέπει να συμβάλουν σε αυτή την προσπάθεια πρώτα το κράτος που φέρνει και την μεγαλύτερη ευθύνη για τα πράγματα που έφτασαν μέχρι εδώ και μετά οι ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων. Όπως έχουν ήδη ειπωθεί τα βασικά προβλήματα που πρέπει να καταπολεμηθούν είναι η εκπαίδευση και η κατάρτιση των ανθρωπίνων πόρων, η γραφειοκρατία, η ενίσχυση της καινοτομίας και της E&A, και γενικά θα πρέπει να βρεθεί λύση για όλους τους τομείς μιας επιχείρησης.

❖ ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΔΡΑΣΗΣ⁸⁴ ΓΙΑ ΜΙΑ "ΕΛΛΑΔΑ ΦΙΛΙΚΗ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ"

Το σχέδιο δράσης έχει δημιουργηθεί από το υπουργείο Ανάπτυξης, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας που αφορά την δημιουργία ενός φιλικού επιχειρηματικού περιβάλλοντος για να ενισχυθεί η επιχειρηματικότητα της Ελλάδας. Το σχέδιο περιλαμβάνει 80 δράσεις για να καταπολεμηθούν αρκετά εμπόδια στην επιχειρηματικότητα και την ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας.

Οι δράσεις που αναλαμβάνει να αντιμετωπίσει το σχέδιο κάποιες έχουν τεθεί από το μνημόνιο και κάποιες άλλες από τις ανάγκες του κράτους. Οι αλλαγές που γίνονται

⁸⁴ Internet site: www.mindev.gov.gr/wp.../2012/03/12.03.05_bfg_actionplan_gr.ppt

αφορούν δέκα (10) πεδία και είναι τα προβλήματα του κύκλου ζωής μιας επιχείρησης. Αυτά θα αναφερθούν πιο αναλυτικά παρακάτω.

Η πρώτη δράση είναι η σύσταση επιχείρησης, το να δημιουργήσεις μια επιχείρηση είναι αρκετά δύσκολο κομμάτι στην Ελλάδα. Έτσι η δράση είναι η δημιουργία μια νέας νομικής μορφής εταιρία με ελάχιστο κεφάλαιο ώστε να βελτιωθεί η επιχειρηματικότητα και το επιχειρησιακό περιβάλλον. Αυτή η νέα μορφή εταιρία είναι νομοθεσία από την Ε.Ε. για όλα τα κράτη-μέλη της και θα έχει πολύ ζήτηση. Επόμενη δράση είναι η κατάργηση των περιορισμών στις μικρές καινοτόμες επιχειρήσεις. Αυτό θα γίνει με την μείωση των διαδικασιών για μια αδειοδότηση, η ανάπτυξη διαδικτυακών υπηρεσιών, η χρήση ηλεκτρονικής υπογραφής, η ανάπτυξη στατιστικών στοιχείων για δημογραφικούς λόγους των επιχειρηματιών και η εφαρμογή νέου νόμου για το καταστατικό των εταιριών. Το μνημόνιο με την δράση που συμπληρώνει είναι η απλούστερη δημοσίευση των εταιρικών στοιχείων.

Η δεύτερη δράση είναι η εγκατάσταση της επιχείρησης, που τα εμπόδια εδώ είναι αρκετά. Πρώτο εμπόδιο είναι η χωροθέτηση και οι περιβαλλοντικές άδειες. Σε αυτό το εμπόδιο υπάρχουν δράσης και από την Ελλάδα αλλά και του μνημονίου. Αρχικά οι δράσης της Ελλάδας είναι η τροποποίηση του Στρατηγικού Πλαισίου για το Χωροταξικό Σχεδιασμό του Τουρισμού και οι τροποποίησης σε πολλές άδειες που αφορούν της αρχαιολογικές έρευνες, την διαχείριση των επικίνδυνων και μη αποβλήτων, τα λιπάσματα και την νομοθεσία των βιομηχανικών ορυκτών και αδρανών υλικών. Από την άλλη οι δράσης του μνημονίου είναι να αναθεώρηση και να τροποποίηση τις νομοθεσίες για πολεοδομία και χωροταξία ώστε να αφήσει πιο ευέλικτη την αξιοποίηση των ακινήτων και των επενδύσεων, λιγότεροι κανονισμοί και νόμοι ώστε να δημιουργούνται πρωτοβουλίες, να απλοποιήσουν τις περιβαλλοντικές αδειοδοτήσεις. Επίσης κάνει αναφορά για την σωστή διαχείριση της περιβαλλοντικής άδειας από σωστές υπηρεσίες, χορηγεί άδεια για δύο χώρους διάθεσης των επικίνδυνων αποβλήτων και απλοποίηση των οικοδομικών αδειών και τρόπους ελέγχου της κατασκευής των στεγαστικών και οικοδομικών δραστηριοτήτων. Δεύτερο εμπόδιο είναι η άδεια εγκαταστάσεις και η οικοδομική άδεια. Σε αυτό το εμπόδιο υπάρχουν δράσης όπως απλούστευση διαδικασιών σε αδειοδότησης μηχανολογικών εγκαταστάσεων, ενημέρωση με εγχειρίδιο για τους επιχειρηματίες, σχεδιασμός ηλεκτρονικής εξυπηρέτησης οικοδομικών αδειών και ψηφιακή ταυτότητα των κτηρίων. Τέλος το τρίτο εμπόδιο είναι η άδεια λειτουργίας που δραστηριοποιείται στην πιο εύκολη διαδικασία έκδοση αδειών για επενδύσεις στον τουρισμό.

Η Τρίτη δράση⁸⁵ είναι στον τομέα εργασιακά και ασφαλιστικά θέματα που εδώ αναπτύσσονται από το Ελληνικό κράτος μόνο. Αρχικά το πρόβλημα είναι η ενημέρωση των όλων των δημόσιων υπηρεσιών για ένα γεγονός αυτό μπορεί να γίνει με κοινοποίηση σε όλες τις υπηρεσίες ή με την καταχώρηση σε ηλεκτρονικό κύκλωμα. Επόμενο η πρόσληψη ενός υπαλλήλου μπορεί να γίνει με πιο απλή διαδικασία να καταγραφεί το βιβλίο ασφάλισης νεοπροσλαμβανομένων. Τελευταίο πρόβλημα είναι η χρονοβόρα διαδικασία πρόσληψης ατόμων από άλλες χώρες η δράση είναι πιο γρήγορη άδεια διαμονής αυτών των ατόμων και για αυτούς που

⁸⁵ Internet site: http://www.mindev.gov.gr/?page_id=6506

απλά εργάζονται ως ειδικευμένο προσωπικό αλλά και σε αυτούς που συμμετέχουν σε επενδυτικά σχέδια.

Το τέταρτο εμπόδιο έχει να κάνει με τις μεταφορές εγχώριες και διασυνοριακές. Οι δράσεις έχουν να κάνουν για την Ελλάδα με την απαγόρευση των μέγιστων φορτηγών που διαθέτη η κάθε εταιρία, να σταματήσει η διπλή φορολογία σε χώρες που δεν είναι στην Ε.Ε. Από το μνημόνιο διαφαίνονται οι εξής δράσης να χορηγηθούν άδειες κυκλοφορίας στα φορτηγά για όλες της χώρες-κράτη της Ε.Ε., να καταργήσουν τα Μητρώο και να γράφονται σε μια νέα βάση δεδομένων, να βελτιωθούν οι συνθήκες εκτελωνισμού με κατά τόπους διαδικασίες και να περιοριστούν οι διαδικασίες και τα έγγραφα των εξαγωγών.

Το πέμπτο εμπόδιο έχει να κάνει με την λειτουργία των αγορών, φυσικά εδώ οι δράσης είναι πάρα πολλές για αυτό θα αναφερθούν οι πιο σημαντικές που έχουν να κάνουν με το παράνομο εμπόριο. Οι δράσης του παράνομου εμπορίου είναι να γίνουν αλλαγές στην νομοθεσία για την διαδικασία κατασχεμένων προϊόντων και να μειωθεί δραστικά η γραφειοκρατία με βάση την Ε.Ε. Έπειτα να συσταθεί μια επιτροπή που θα καταπολεμά το παράνομο εμπόριο ώστε να ενθαρρύνεται η επιχειρηματικότητα. Και τέλος να προστατεύονται τα εμπορικά σήματα με στόχο ενός νέου συστήματος προστασίας.

Το έκτο εμπόδιο είναι οι συναλλαγές με το δημόσιο που είναι και το πιο σοβαρό αφού υπάρχει τεράστιο πρόβλημα στο διαγωνισμό προμηθειών, στην προκήρυξη του διαγωνισμού και στην αποπληρωμή της προμήθειας. Η δράση εδώ έχουν να κάνουν με την εφαρμογή μητρώων στους προμηθευτές για να είναι γνωστό το προφίλ τους και το μνημόνιο θεωρεί ότι πρέπει να δημιουργηθεί ένα κεντρικό ηλεκτρονικό μητρώο δημόσιων συμβάσεων που θα παρακολουθεί την σωστή εκτέλεση των συμβάσεων.

Το έβδομο εμπόδιο είναι η φορολογία που η δράση του είναι να καταγράφονται όλες οι δαπάνες που δεν είναι στο φορολογικό εισόδημα. Το μνημόνιο θέτει πιο δραστικά μέτρα την κατάργηση του Κώδικα Βιβλίων και Στοιχείων και σε ένα άλλο σύστημα ελέγχου των επιχειρήσεων και εννοείται η καταπολέμηση της φοροδιαφυγής.

Το όγδοο είναι το ΕΣΠΑ που στην Ελλάδα υπάρχουν εμπόδια που αντιμετωπίζονται ως εξής με την τήρηση χρονοδιαγράμματος με σκοπό την αξιολόγηση των επενδύσεων και αύξηση της επιχειρηματικότητας. Και το μνημόνιο δραστηριοποιήθηκε με την εφαρμογή καλύτερου ελέγχου της υλοποίησης στην περιφέρεια με την <<Μεταρρύθμιση του Καλλικράτη>>.

Το ένατο είναι η Έρευνα και η Καινοτομία που η δράση της Ελληνικής κυβέρνησης είναι η χρηματοδότηση της έρευνας, κίνητρα για ίδρυση νέων καινοτόμων εταιριών και επιχειρήσεις με ερευνητικούς φορείς, να απλοποιηθεί η διαδικασία των δαπανών για Έρευνα και Τεχνολογία και απαλλαγή του Φ.Π.Α. για εκτέλεση ερευνητικών συγχρηματοδοτούμενων προγραμμάτων.

Τέλος το δέκατο έχει να κάνει με την λύση και εκκαθάριση επιχείρησης είναι από τις τελευταίες διαδικασίες μιας επιχείρησης όμως και εδώ συναντάς προβλήματα όμως με τις δράση που αναλαμβάνουν όλα γίνονται πιο εύκολα. Οι δράσης είναι η απλούστευση και η μεταρρύθμιση των μεθόδων λύσης και εκκαθάρισης επιχειρήσεων καθώς επίσης η μείωση του χρόνου της λύσης της επιχείρησης.

❖ ΜΕΤΡΑ ΑΝΤΙΜΕΤΩΠΙΣΗΣ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Η καινοτομία⁸⁶ ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες που πρέπει να στηρίξει η Ελλάδα στην περίοδο της κρίσης και να λάβει μέτρα για την ενίσχυση τους. Η επενδύσεις στην καινοτομία εξυπηρετούν το καταναλωτικό κοινό και αυξάνεται η ανταγωνιστικότητα και από απόψεις οικονομολόγων μέσα της ανάπτυξης της καινοτομίας αυξάνονται η ελπίδες εξόδου από την κρίση.

Από έρευνα⁸⁷ που έχει γίνει στο Οικονομικό πανεπιστήμιο των Αθηνών για την καινοτομία στην οικονομική κρίση δείχνει αξιολογικά συμπεράσματα. Αρχικά ασχολείται με το κόστος παραγωγής που προσπαθούν να μειώσουν. Μέσα από την κρίση δημιουργούνται ευκαιρίες για νέα προϊόντα που θα έχουν καλή ποιότητα αλλά θα είναι εύχρηστα και προσιτά έτσι μειώνεται το κόστος αφού θα υπάρξει ζήτηση.

Έπειτα ερευνά ότι οι ελληνικές επιχειρήσεις δεν είναι έτοιμες να αντέξουν την κρίση. Αν και βάση της Ε.Ε. η Ελλάδα βρίσκεται στο μέσο όρο στο τομέα της ικανότητας μάνατζερ δεν έχει ισχυρή ανταγωνιστική θέση. Ενώ ταυτόχρονα αντιμετωπίζει δυσκολίες στο θεσμικό περιβάλλον της λειτουργίας μιας επιχείρησης που αυτά θα πρέπει να αντιμετωπιστούν ώστε να επενδύσουν οι ξένοι κεφάλαια και να επανέρθει η ανάπτυξη. Αντίθετα υπάρχουν πολλοί κλάδοι που καινοτομούν και έχουν υψηλά επίπεδα ανταγωνιστικότητας.

Αρχικά σε τεχνολογικούς κλάδους οι καινοτομίες αναπτύσσονται από έλληνες σε ερευνητικά προγράμματα με συνεργασία των επιχειρήσεων με τα Ελληνικά Πανεπιστήμια. Ένας άλλος κλάδος είναι της μεταποιήσεις που εκεί υπάρχουν επιχειρήσεις που έχουν καινοτομήσει όμως υπάρχουν αρκετά εμπόδια. Αυτό που πρέπει να γίνει είναι να παρθούν νομοθετικά μέτρα για τα τελικά προϊόντα ώστε να αυξήσουν την ανταγωνιστικότητα και την καινοτομία αλλά και να καταπολεμήσουν τον αθέμιτο ανταγωνισμό και τις απομιμήσεις των προϊόντων.

Μια ακόμα λύση που προτείνεται από την έρευνα είναι η κυβερνήσεις να ενισχύσουν την αγροτική γη και να δώσουν κίνητρα στις ΜΜΕ να ασχοληθούν με αγροτικά προϊόντα. Φυσικά με σκοπό την αύξηση των εξαγωγών και την διεθνείς εξαπλώση των μεσογειακών προϊόντων με στόχο την συντήρηση του τουρισμού.

Μέσα από την έρευνα διαφαίνονται κάποιες λύσεις που μπορούν να κάνουν την Ελλάδα πιο δυνατή και να καταπολεμήσουν την κρίση. Όμως υπάρχουν αρκετά προβλήματα γιατί δεν υπάρχουν δαπάνες για Ε&Α ώστε πολλές επιχειρήσεις να μην μπορούν να καινοτομήσουν. Και το κράτος πρέπει να βελτίωση το οικονομικό περιβάλλον της χώρας και να ενισχύσει την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία αφού μέσω αυτής αναπτύσσονται και πολλοί άλλοι κλάδοι της οικονομίας.

⁸⁶ Internet site: www.anko-eunet.gr/download/ellinikos-xartis-kainotomias-2010

⁸⁷ Internet site: http://mke.eap.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=37:crisi&catid=5:casestudies&Itemid=13

Σε μια συνάντησι του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών τέθηκε το θέμα της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας για την κρίση⁸⁸. Από ότι γνωρίζεται η ανταγωνιστικότητα μιας επιχείρησης κρίνεται από την καινοτομία που διαθέτη. Στην χώρα μας γενικά έχουμε αναπτύξει την καινοτομία αλλά δεν διαθέτουμε υψηλό τεχνολογικό εξοπλισμό. Όμως κατά την συνάντηση η θέμα προσανατολίστηκε προς την καινοτομία και την ανώτατη εκπαίδευση και την και την ανάπτυξη του ανθρώπινου παράγοντα.

Η ενίσχυση στην εκπαίδευση και την κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού μιας επιχείρησης, της δίνει το προβάδισμα να αναπτύξει την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα. Στην σημερινή εποχή πρέπει να επενδύσουμε στον ανθρώπινο παράγοντα. Έτσι θα ενισχυθούν οι τεχνικές δεξιότητες των εργαζομένων με αποτέλεσμα να έχουν πιο αποδοτικές καινοτόμες ιδέες που αυτές μέσω των γνώσεων θα μπορέσουν να τις αξιοποιήσουν για να γίνουν κερδοφόρες.

Στην συζήτηση ανέπτυξαν και μια σειρά πρωτοβουλιών για την καλύτερη εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού. Αρχικά να ενημερωθούν οι επιχειρήσεις για χρηματοδοτούμενα προγράμματα ανέργων. Έπειτα από την μεριά των ανέργων να ενημερωθούν για χρηματοδοτούμενα προγράμματα εκπαίδευσης και κατάρτισης. Οι επιχειρήσεις να οργανώνουν προγράμματα μέσα στην επιχείρηση για την εκπαίδευση του προσωπικού σε νέες τεχνολογίες. Και γενικά οι επιχειρήσεις να αναπτύξουν ένα δίκτυο επικοινωνίας με τα πανεπιστήμια και να βοηθάνε με χρηματοδοτήσεις για έρευνες αλλά και για υποτροφίες ή πρακτική άσκηση.

Όπως αναπτύχθηκε η εκπαίδευση και η κατάρτιση είναι η σημαντικότερη πηγή για την αντιμετώπιση των προβλημάτων μιας επιχείρησης και για την ανάπτυξη της. Παράλληλα η εκπαίδευση βοηθά στην καταπολέμηση της κρίσης και κάνει την επιχείρηση να βγει πιο δυνατή. Έχουν γίνει πολλές έρευνες για την εκπαίδευση του προσωπικού άλλη μια έρευνα που έγινε από τον Καπερελιότη και την Ζαρκάδα είναι <<Εκπαίδευση σε νεαρές γυναίκες επιχειρηματίες σε Εθνική κλίμακα>> μελέτη του έργου <<Γένεσις>> η Ελληνική περίπτωση. Αυτή έρευνα εξηγεί ότι τα τελευταία χρόνια οι γυναικεία επιχειρηματικότητα έχει αναπτυχθεί αρκετά με αποτέλεσμα να υπάρχουν πολλά προβλήματα και εμπόδια ώστε με διάφορους τρόπους να αντιμετωπιστούν.

Οι γυναίκες επιχειρηματίες λόγω της ραγδαίας αναπτύξει τους είχαν δημιουργήσει ένα κλίμα ενώσεως που βοηθούσαν να βελτιώσουν και να αναπτύξουν τις επιχειρήσεις τους. Αντίθετα είναι περιορισμένα στην εκπαίδευση και κατάρτιση για θέματα επιχειρηματικότητας. Οι επιχειρηματίες πολλές φορές αποτυγχάνουν λόγω κακής εκπαίδευσης. Κυρίως στις ΜΜΕ οι ιδιοκτήτες τους έχουν καταλάβει ότι χωρίς την σωστή εκπαίδευση και κατάρτιση πιο σίγουρη είναι η αποτυχία.

Υπάρχουν βάση της έρευνας τρία βασικά ζητήματα για την κατάρτιση της επιχειρηματικότητας. Αρχικά είναι η αναγνώριση των ικανοτήτων και των δεξιοτήτων της επιχειρηματικής επιτυχίας. Έπειτα είναι η κατάρτιση των επιχειρηματιών σε

⁸⁸ Internet site: <http://www.acci.gr/acci/Home/tabid/28/ItemID/2076/View/Details/language/el-GR/Default.aspx>

θέματα ασφάλειας ελέγχου και προώθηση καινοτομίας. Τέλος είναι και το σημαντικότερο ο ρόλος που παίζει ο εκπαιδευτής στην ανάπτυξη ενός επιχειρηματία.

Ένα ακόμα σημαντικό σημείο που ανέδειξε η έρευνα είναι η ισότητα μεταξύ των δύο φύλων πρέπει να έχουν την ίδια μεταχείριση και να πιστεύουν ότι μπορούν να αναπτυχθούν και τα δύο εξίσου καλά αφού οι στρατηγικές και η εκπαίδευση είναι ακριβώς τα ίδια. Ένα πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι γυναίκες επιχειρηματίες είναι περισσότερες δυσκολίες σε πρόσβαση χρηματοδοτικών πόρων με αποτέλεσμα να διαλέγουν επιχειρηματικές δραστηριότητες που απαιτούν χαμηλές επενδύσεις κεφαλαίου. Επίσης οι γυναίκες έχουν ένα επιπλέον φορτίο την οικογένεια που πολλοί θεωρούν ότι δεν μπορούν να ανταπεξέλθουν αλλά τα σοβαρότερα προβλήματα δημιουργούνται μέσα στην επιχειρηματικότητα παρά σε εξωτερικούς παράγοντες.

Αυτοί οι έρευνα συνέβαλλε αρκετά στην Ελλάδα γιατί προσπάθησε να δώσει λύσεις ώστε να αποτραπούμε από την ολοκληρωτική καταστροφή που πορεύεται το κράτος. Αρχικά το σημαντικότερο που πρέπει να γίνει είναι να δοθούν κίνητρα για την επιχειρηματικότητα. Έπειτα η έρευνα αναφέρει ότι στόχος της ήταν να βελτιώσει την ανταγωνιστικότητα των ελληνικών επιχειρήσεων μέσω της γυναικείας εκπαίδευσης και κατάρτισης για την επιχειρηματικότητα. Να προώθηση την επιχειρηματικότητα και εκτός των πόλεων σε πιο αγροτικές περιοχές. Τέλος να κάλυψη κάποια κοινωνικά προβλήματα υπέρ της ισότητας και των ίδιων ευκαιριών.

Για την καινοτομία έχουν γίνει αρκετές μελέτες για το πώς μπορεί να αναπτυχθεί, όμως οι παράγοντες που επηρεάζουν την καινοτομία είναι αρκετοί. Αναφέρεται μια ακόμα έρευνα για την καινοτομία των ΜΜΕ αυτοί έχει γίνει από ξένους επιστήμονες τους Sarel Gronum, Martie-Louise Verreynne, και Tim Kastle με θέμα << Ο ρόλος των δικτύων σε μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και η καινοτομία>> (The Role of Networks in Small and Medium-Sized Enterprise Innovation)⁸⁹. Τα δίκτυα είναι μια από της σημαντικότερες πηγές πληροφοριών των ΜΜΕ.

Τα δίκτυα έχουν αναγνωριστεί μια από τους πιο σημαντικούς παράγοντες της διαδικασίας της καινοτομίας. Μέσω της δομής, των συνδέσεων και τις διαχείρισης των δικτύων βελτιώνεται η καινοτομία και αναπτύσσεται η επιχειρηματικότητα. Η καινοτομική διαδικασία των μεγάλων επιχειρήσεων γίνεται με διαφορετικό τρόπο από των ΜΜΕ. Οι ΜΜΕ γίνονται όλο και πιο ανοιχτές γιατί δεν έχουν διαθέσιμους πόρους και προσπαθούν να αναπτύξουν νέα προϊόντα με την συνεργασία άλλων οργανισμών. Τα δίκτυα παρέχουν πρόσβαση σε πολλούς πόρους που μπορούν να εκμεταλλευτούν οι ΜΜΕ για να αναπτυχθούν να πάρουν πληροφορίες και βοήθεια για την κατασκευή ενός καινοτόμου προϊόντος και την προώθηση του.

Στην έρευνα αναφέρονται δύο αντίθετες απόψεις για την σύνδεση των δικτύων και την σταθερή αποδώσει τους. Η πρώτη άποψη θεωρεί ότι η δημιουργία δικτύων θα οδηγήσει σε μεγαλύτερη καινοτομία. Η δεύτερη άποψη υποστηρίζει ότι αν υπάρχει άμεση σχέση των δικτύων με την απόδοση της επιχείρησης τότε η καινοτομία δεν έχει λόγο υπάρξει σε αυτή την σχέση. Από την έρευνα καταλήγουν και υποστηρίζουν ότι οι ΜΜΕ είναι πιθανών να αναπτυχθούν και να κατακτήσουν τους στόχους τους με τυχαίες δραστηριότητες δικτύωσης, αντίθετα η δικτύωση θα πρέπει να σε παραγωγικές δραστηριότητες έπειτα η καινοτομία να επηρεάζει την απόδοση .

⁸⁹ Βλ. Sarel Gronum, Martie-Louise Verreynne, και Tim Kastle (2012) « *Journal of Small Business Management* », σελ 257-282

Οι ΜΜΕ αντιμετωπίζουν πολλά προβλήματα δεν διαθέτουν πόρους για έρευνα και έχουν μικρότερη πρόσβαση σε πληροφορίες. Έτσι αναπτύχθηκαν τα δίκτυα σχέσεων που μπορούν να ανταγωνιστούν τις μεγάλες επιχειρήσεις αφού έχουν το ίδιο πλεονέκτημα όμως δεν φορτώνονται τα ίδια μειονεκτήματα. Φυσικά χρειάζονται γνώσεις και εκπαίδευση για να προσαρμοστείς σε δίκτυα που σου παρέχονται πληροφορίες και σε υποστηρίζουν.

Ο ρόλος των δικτύων έχει να κάνει με το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα των ΜΜΕ από τις Μεγάλες επιχειρήσεις. Οι ΜΜΕ θα πρέπει να συνεχίσουν την στρατηγική της δημιουργία δικτύων με εξωτερικές πηγές με αυτό τον τρόπο δεν δημιουργείται μόνο προώθηση της καινοτομίας αλλά εκδηλώνεται και βελτίωση στο οργανωτικό κομμάτι της επιχείρησης. Γενικότερα η δημιουργία δικτύων συμβάλουν στην καινοτομία και υπάρχει ένας ικανοποιητικός βαθμός στην απόδοση των ΜΜΕ.

Πέρα από την καινοτομία γενικότερα για την επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα το IOBE έχει διαμορφώσει μια άποψη για το τι πρέπει να γίνει τους επόμενους μήνες ώστε να προσπαθήσουν να φέρουν τις ισορροπίες και μετά την ανάπτυξη. Στο άρθρο <<IOBE Τα οικονομικά διλήμματα της χώρας>>⁹⁰ που δημοσιεύτηκε στο διαδίκτυο στις 17 Μαΐου 2012 αναφέρεται χαρακτηριστικά στα εξής λόγια<< Οι απόψεις του IOBE για τον τρόπο εξόδου της χώρας από την κρίση με ένα μείγμα πολιτικής που στοχεύει παράλληλα στην δημοσιονομική εξυγίανση και στην οικονομική ανάπτυξη, έχουν διατυπωθεί κατ' επανάληψη και με ποικίλους τρόπους επικοινωνίας>>. Με αυτήν την πρόταση ο οργανισμός προσπαθεί μέσω της πολιτικής και των κυβερνήσεων να προάγει ένα αναπτυξιακό πρόγραμμα ώστε να βγούμε από την κρίση και να επιβιώσει ο ελληνικός λαός.

Ας αρχίσουμε από την αρχή τα προηγούμενα χρόνια υπήρξαν και άλλες απόπειρες με αναπτυξιακά προγράμματα αλλά αυτά στηριζόντουσαν μόνο στην χρηματοδότηση από εξωτερικό δανεισμό με αποτέλεσμα να διογκωθεί το δημόσιο χρέος της Ελλάδας. Αυτό που προτείνεται τώρα είναι ένα δεκαετούς πρόγραμμα ανάπτυξης και προσαρμογής της ελληνικής οικονομίας.

Πιο ειδικά προτείνει κάποια συγκεκριμένα πράγματα. Αρχικά στόχος είναι να μειωθεί όσο γίνεται δυνατό το δημόσιο έλλειμμα. Έπειτα να διαμορφωθούν προγράμματα και μέτρα για την μείωση της ανεργίας και ιδιαίτερα των νέων. Επίσης ένα σημαντικό είναι το πρόγραμμα ΕΣΠΑ που βοηθάει και ενισχύει τις ελληνικές επιχειρήσεις και προωθεί την καινοτομία. Τα κονδύλια αυτού του προγράμματος πρέπει να δοθούν σε σωστά χέρια ώστε να αξιοποιηθούν με τον κατάλληλο τρόπο, να δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας και να αναπτυχθεί η ανταγωνιστικότητα. Το δημόσιο μέσω του δανείου που παίρνει ένα μέρος του να το αφιερώσει για να αποπληρώσει τις υποχρεώσεις του προς τον ιδιωτικό τομέα. Με αυτόν τον τρόπο θα μπορέσουν αρκετές επιχειρήσεις να επιβιώσουν και ίσως κάποιες αναπτυχθούν.

Συμπερασματικά προκύπτει ότι και από έρευνες του εξωτερικού και από έρευνες της Ελλάδας πρέπει να καινοτομήσουμε για να επανέλθει η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Όσο αφορά όλη την κατάσταση της χώρας τα πράγματα είναι αρκετά δύσκολα και πρέπει να λάβουμε κάποια μέτρα ώστε να αποφύγουμε τα

⁹⁰ Internet site: <http://www.epixeiro.gr/Αρχική/78/3358-IOBE-Τα-οικονομικά-διλήμματα-της-χώρας>

χειρότερα που έρχονται. Αυτά τα μέτρα αντιμετώπισης είναι αρκετά αλλά δύσκολο να πραγματοποιηθούν αφού δεν υπάρχουν χρηματοδοτικές πηγές και η ανάπτυξη είναι κορεσμένη ώστε ξένοι επενδυτές να μην έρχονται να επενδύσουν στην Ελλάδα.

7.2 ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Σε όλη την έκταση της εργασίας έγινε μια θεωρητική προσέγγιση στις έννοιες της επιχειρηματικότητας και της οικονομικής ανάπτυξης που απορρέει από αυτήν την δραστηριότητα. Επίσης έγινε μια προσπάθεια να δώσουμε κάποιες λύσεις για να ενισχυθεί η επιχειρηματικότητα μέσα στην τρέχουσα οικονομική κρίση. Όλη η αναφορά έγινε σε σύγκριση της Ελλάδας με τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Επομένως συμπερασματικά προκύπτει ότι η επιχειρηματικότητα σαν έννοια είναι πολύ περίπλοκη και ευρείς. Υπάρχουν πολλές δραστηριότητες της που οι περισσότεροι επιχειρηματίες δεν τις γνωρίζουν καθόλου και ότι μέσα από την γνώση της επιχειρηματικότητας και της εμπειρίας προκύπτουν πολλές καινοτομικές ιδέες. Για την έννοια της επιχειρηματικότητας έχουν μιλήσει πολλοί σπουδαίοι οικονομολόγοι και ο καθένας την έχει προσέγγιση με διαφορετικό τρόπο για αυτό και πολλές φορές για να γίνει κάποιος επιχειρηματίας πρέπει να φέρεται πιο διπλωματικά ώστε να αναπτύξει όσες περισσότερες πτυχές της επιχειρηματικότητας μπορεί.

Η επιχειρηματικότητα έχει να κάνει και με το μέγεθος της επιχείρησης πολλοί υποστηρίζουν ότι οι μεγάλες επιχειρήσεις ασκούν σωστή επιχειρηματικότητα γιατί διαθέτουν το κατάλληλο προσωπικό, κεφάλαια και πόρους. Ενώ αντίθετα άλλοι υποστηρίζουν ότι ασκούν οι μικρές επιχειρήσεις επιχειρηματικότητα και με αυτό τον τρόπο γίνονται μεγάλες μέσω της σωστής διαχείρισης. Γενικά το μέγεθος της επιχείρησης παίζει πολύ σημαντικό ρόλο στην επιχειρηματική δραστηριότητα. Υπάρχουν περιπτώσεις που έχουν καινοτόμες επιχειρηματικές ιδέες αλλά δεν διαθέτουν τους απαραίτητους πόρους για να εκμεταλλευτούν την ιδέα και να την διαμορφώσουν σε προϊόν με σκοπό το οικονομικό όφελος.

Υπάρχει μια πολλή σημαντική έννοια και είναι η καινοτομία. Η καινοτομία είναι το παν για την έναρξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Καινοτομία είναι η διαδικασία μετατροπής μιας ιδέας σε προϊόν ή υπηρεσία ή η αναβάθμιση κάποιων προϊόντων ή κάποιας παραγωγικής διαδικασίας, πιο γενικά είναι κάθε μετατροπή ή κάτι νέο που βγαίνει για να κερδίσει ένα μερίδιο στην αγορά. Σε αυτό το μέρος αναλύεται όχι μόνο το μέγεθος της επιχείρησης αλλά ολόκληρη η διαδικασία και οι διαφορές στην καινοτομία ανάγκης και της ευκαιρίας. Για να σχεδιαστεί ένα νέο προϊόν συμβάλλουν εξωτερικοί και ενδοεπιχειρησιακοί παράγοντες. Επομένως η καινοτομία είναι μια δύσκολη έννοια και ακόμα πιο δύσκολη στην εφαρμογή και για αυτό έχουν θεσπιστεί σε όλο τον κόσμο διπλώματα ευρεσιτεχνίας και διπλώματα πατέντας που προστατεύουν τους δημιουργούς των καινοτόμων προϊόντων.

Η Ελλάδα ανήκει στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης για αυτό παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον η συναναστροφή της και η σύγκριση τους. Μέσα από πολλές μελέτες και έρευνες που έχουν γίνει από ευρωπαϊκούς οργανισμούς της Ευρώπης καταλήγουν σε αρκετά συμπεράσματα. Η Ευρώπη έχει διαμόρφωση ένα ενιαίο νομοθετικό

πλαίσιο που ευνοεί την επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Όμως μέσω προγραμμάτων στήριξης προσπαθεί να ενισχύει την επιχειρηματικότητα της Ελλάδας και άλλων χωρών. Μέσω των στρατηγικών και των Πράσινων Βίβλων που έχει εκδώσει προσπαθεί να δώσει τους στόχους της Ε.Ε. και τι πρέπει να κάνουν οι χώρες για να πετύχουν αυτούς τους στόχους. Σε αρκετές περιπτώσεις οι στόχοι είναι εύκολοι ενώ σε μερικές περιπτώσεις δεν μπορούν να επιτευχθούν. Από την άλλη και η Ελλάδα έχει ένα νομοθετικό πλαίσιο που προσπαθεί να κάνει το καλύτερο για τις επιχειρήσεις και να δώσει κάποια κίνητρα όμως στις μέρες που διανύουμε αυτό δεν είναι και τόσο εύκολο. Ευτυχώς υπάρχει μια μικρή χρηματοδότηση από την Ε.Ε. μέσω του ΕΠΑΝ και του ΕΣΠΑ. Το βασικότερο είναι ότι η Ελλάδα πρέπει να ασχοληθεί με την ενίσχυση των μειονοτήτων όπως γυναικεία και νεανική επιχειρηματικότητα.

Στην σημερινή εποχή τα πράγματα είναι πολύ δύσκολα για την επιχειρηματικότητα και γενικά για την οικονομία. Στην Ελλάδα η επιχειρηματικότητα βρίσκεται σε μεσαία επίπεδα αν και αντιμετωπίζει πολλά προβλήματα και εμπόδια. Από έρευνες που γίνονται φαίνεται ότι η Ελλάδα βρίσκεται σχεδόν στο μέσο όρο με την Ε.Ε. σε πολλούς τομείς της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Αρχικά δεν υπάρχουν γνώσεις και ικανότητες για την έναρξη μιας επιχείρησης. Έπειτα η Ευρώπη πιστεύει ότι θα υπάρξει ανταγωνιστικότητα σε καινοτομία και νέα προϊόντα γιατί οι ρυθμοί ανάπτυξης της Ελλάδας βρίσκονται σε μεσαία επίπεδα. Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ η Ελλάδα έχει πολλές δυσκολίες και επικεντρώνεται στο μέγεθος της επιχείρησης που εδώ επικρατούν επιχειρήσεις με κάτω από 10 εργαζόμενους. Συμπεράνει ότι υπάρχουν πολλοί επιχειρηματίες στην Ελλάδα ας υπάρχουν πολλά εμπόδια. Η χώρα μας διαθέτει τις περισσότερες ΜΜΕ και για αυτό το λόγο οι Ευρωπαίοι έχουν δώσει κίνητρα σε αυτές τις επιχειρήσεις γιατί αυτές στηρίζουν την ελληνική οικονομία.

Η υπάρχουσα οικονομική κρίση μαστίζει όλες τις χώρες του κόσμου έτσι και στην Ελλάδα τα πράγματα είναι πολύ δύσκολα και προσπαθεί να μειώσει το δημόσιο χρέος και το τεράστιο δημοσιονομικό έλλειμμα. Επομένως μέσα στην κρίση υπάρχουν κάποιες ευκαιρίες αλλά είναι πολύ δύσκολη η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Από μελέτες του GEM γίνεται γνωστό ότι οι συνθήκες ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας είναι απογοητευτικές αλλά προτείνεται να επικεντρωθούν στην εκπαίδευση και την Ε&Α. Η καινοτομία κλονίζεται αφού δεν υπάρχουν οι χρηματοδοτικοί πόροι ώστε να γίνουν οι έρευνες της αγοράς. Για αυτό η Ελλάδα θα πρέπει να επενδύσει στο ανθρώπινο προσωπικό ώστε μέσα από τις γνώσεις έρχονται καινοτόμες ιδέες, η καλύτερη κατανόηση της αγοράς και οι γνώσεις της ιδέας σε κατασκευή προϊόντος.

Τώρα το πώς θα βγούμε από την κρίση είναι ένα πολύ μεγάλο κεφάλαιο και όλα είναι δυνατά. Η Ελλάδα έχει εισέρθει σε ένα φαύλο κύκλο γιατί δανείζεται χρήματα ώστε να μπορέσει να αποπληρώσει τα έξοδα που έχει, ώστε να μην τα αξιοποιεί σε επενδύσεις και στην ενίσχυση της επιχειρηματικότητας. Πολλοί οικονομολόγοι πιστεύουν ότι η λύση της κρίσης βρίσκεται στην επιχειρηματικότητα και την καινοτομία. Γενικότερα οι προτεινόμενες λύσεις είναι η μείωση του ελλείμματος, η μείωση της γραφειοκρατίας, η εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού της επιχείρησης. Έτσι μέσω της εκπαίδευσης θα αναπτυχθεί η Ε&Α και η καινοτομία. Να αναπτυχθούν δίκτυα επικοινωνίας με άλλες επιχειρήσεις και να υπάρχει ενημέρωση μέσω αυτών. Να πάψουν να κοιτούν ρατσιστικά την γυναικεία

επιχειρηματικότητα και άρση των εμποδίων της. Η Ελλάδα έχει βγάλει πρόσφατα ένα σχέδιο δράσης για μια φιλική Ελλάδα προς τις επιχειρήσεις που υποστηρίζει τις ΜΜΕ, τις αδειοδοτήσεις για την πράσινη επιχειρηματικότητα, την καλύτερη αξιοποίηση του δημόσιου τομέα, τροποποίηση της φορολογίας για τις επιχειρήσεις και τέλος την Ε&Α σε συνδυασμό με τα προγράμματα στήριξης. Φυσικά υπάρχουν πολλά προβλήματα σε όλους τους τομείς μια επιχείρησης που πρέπει η Ελλάδα να πάρει σοβαρά υπόψη της γιατί με δύο ενέργειες μπορεί να ανάπτυξη την επιχειρηματικότητα και τα ωφέλει της να είναι πάρα πολλά και ως προς το δημόσιο και στους πολίτες αφού θα υπάρξουν νέες θέσεις εργασίας.

Από την άλλη μεριά η Ευρώπη έχει βάλει κάποιους στόχους για όλες τις χώρες της Ε.Ε. ώστε να μπορέσουν να βγουν από την κρίση πιο δυνατή και επιμένει στην πολιτική συνοχή. Αυτοί οι στόχοι που θεωρεί αν τους πετύχει θα βγούνε από την κρίση είναι η ανάπτυξη της καινοτομίας, η ανάπτυξη της πράσινης επιχειρηματικότητας με την σωστή αξιοποίηση όλων των πόρων, και γενικά μια ανταγωνιστική οικονομία που δεν θα υπάρχει πρόβλημα ανεργίας, φτώχειας και αυτά γίνονται μέσω του δια βίου μάθησης και το μορφωτικό επίπεδο κάθε χώρας. Αυτοί είναι οι τομείς που υστερούν οι περισσότερες χώρες και σε αυτές πρέπει να επικεντρωθούν ώστε να αναπτυχθεί η οικονομία.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Deakins, D. & Freel, M. (2007). *Επιχειρηματικότητα*. Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Druker, P. (1985). *Καινοτομία και επιχειρηματικότητα*, Αθήνα: Εκδόσεις ΑΣΕ Α.Ε. Βιβλιοθήκη Μάνατζμεντ.
- ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις. (2009). *Καινοτόμος Επιχειρηματικότητα*. Αθήνα.
- ΕΘΝΙΚΟ ΠΑΡΑΤΗΡΗΤΗΡΙΟ για τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις. (2009). *Εγχειρίδιο πράσινης επιχειρηματικότητας για μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις*. Αθήνα.
- Ιωαννίδης Σ. & Χατζηχρήστου Σ., (2012) .επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-2011, η «μικρή» επιχειρηματικότητα σε περίοδο κρίσης εκδόθηκε από το ΙΟΒΕ.
- Ιωαννίδης, Σ. (2001). *Επιχείρηση και επιχειρηματικότητα*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Κανελλόπουλος Κ. (1987). *Διοίκηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων και επιχειρηματικότητα*, Αθήνα: Εκδόσεις καθηγητή ΑΒ.Σ.Π.
- Κυριαζόπουλος, Π. & Τερζίδης, Κ. (2000). *Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων*. Αθήνα: Εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική.
- Ματσατσίνης, Ν, Γρηγορούδης, Ε, Γαλάνης, Χ. & Ζοπουνίδης, Κ. (2010). *Ανάπτυξη & Λειτουργία Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων*, Αθήνα: Εκδόσεις Κλειδάριθμος.
- Ξηρουχάκης Φ. (2008), *Διδακτικές Σημειώσεις στη Διοίκηση Επιχειρήσεων*, Γ 'Έκδοση', Τμήμα Πολιτικών Δομικών Έργων, Σχολή ΣΤΕΦ, ΑΤΕΙ Κρήτης.
- Ξηρουχάκης Φ. (2008), *Διδακτικές Σημειώσεις : Marketing και Επιχειρηματικότητα*, Β 'Έκδοση', Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής και Πολυμέσων, Σχολή ΣΤΕΦ, ΑΤΕΙ Κρήτης.
- Ξηρουχάκης Φ. (2010), *Διδακτικές Σημειώσεις: Ανάπτυξη Ευρωπαϊκών Προϊόντων*, Β Έκδοση', Τμήμα Εφαρμοσμένης Πληροφορικής και Πολυμέσων, Σχολή ΣΤΕΦ, ΑΤΕΙ Κρήτη.
- Πετράκης, Ε. (1996). *Επιχειρηματικότητα και ανάπτυξη*. Αθήνα: Εκδόσεις Παπαζήση.
- Πολυχρονόπουλος, Γ. Κορρές, Γ. & Ρόντος, Κ.(2005). *Βασικές Αρχές Οικονομίας και Διοίκησης*. Αθήνα: Εκδόσεις Σταμούλης.
- Σπάης, Γ. (2007). *Εισαγωγή στη διαχείριση τεχνολογικών καινοτομιών*, Αθήνα: Εκδόσεις Κριτική.
- Τζωρτζάκης, Κ. & Τζωρτζάκη Α. (2002). *Οργάνωση και Διοίκηση*. Αθήνα: Εκδόσεις Rosili.
- Χασσίδ, Ι. & Καραγιάννης, Α. (1999). *Η Επιχειρηματικότητα στην Ελληνική Οικονομία*. Αθήνα: Εκδόσεις Interbooks.

ΞΕΝΟΓΛΩΣΣΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Maastricht Economic and Social Research Institute on Innovation and Technology.2012.*Innovation Union Scoreboard 2011 The Innovation Union's performance scoreboard for Research and Innovation* Εκδόσεις INNO METRICS.

- Organisation For Economic Co-Operation and Development Statistical Office Of The European Communities, 2002 *Frascati Manual Proposed Standard Practice for Surveys on Research and Experimental Development*, Εκδόσεις OCED PUBLISHING.
- Organisation For Economic Co-Operation and Development Statistical Office Of The European Communities.,1995*Canberra Manual on the Measurement of Human Resources Devoted to S&T*,Παρίσι Εκδόσεις OCED PUBLISHING.
- Organisation For Economic Co-Operation and Development Statistical Office Of The European Communities.,2005.*Oslo Manual Guidelines For Collecting and Interpreting Innovation Data* ,Εκδόσεις OCED PUBLISHING.
- Organisation for Economic Co-Operation and Development.2011. *Entrepreneurship at a Glance 2011* Εκδόσεις OECDpublishing.
- Philip Arestis & Ajit Singh, 2010.στο άρθρο τους με τίτλο *Η χρηματοοικονομική παγκοσμιοποίηση και η κρίση, θεσμική μετατροπή και μετοχές* Εκδόθηκε Cambridge Journal of Economics.
- Sarel Gronum, Martie-Louise Verreyne, και Tim Kastle.,2012. *Journal of Small Business Management*.

INTERNET SITES

- <http://www.teicrete.gr/diatmim/notes/Epixeirhmatikothta/notes1.pdf>
- <http://www.lib.teiher.gr/webnotes/sdo/Epixeirimatikotita/index.html>
- http://observatory.eommex.gr/eommex/egxeiridio_prasinis-epixeirimatikotitas.pdf
- <http://dlabs.it.teithe.gr/epixeir/epix3/3.htm>
- <http://www.serresbiz.com/312c/el/other/third/businessguide.pdf>
- <http://mahitotekmirio.wordpress.com/2008/10/04/03-15/>
- http://kallithea.hua.gr/epixeirein/dihmerida1/Saiti_17.03.2005.pdf
- http://www.iobe.gr/index.asp?a_id=46
- <http://el.wikipedia.org>
- <http://www.teicrete.gr/diatmim/notes/Epixeirhmatikothta/notes1.pdf>
- [http://nemertes.lis.upatras.gr/jspui/bitstream/10889/2965/3/Nimertis_Zouganeli\(de\).pdf](http://nemertes.lis.upatras.gr/jspui/bitstream/10889/2965/3/Nimertis_Zouganeli(de).pdf)
- http://observatory.eommex.gr/eommex/233_ELL_HTML.aspx
- <http://estia.hua.gr:8080/dspace/bitstream/123456789/598/1/nakh.pdf>
- http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECDFrascatiManual02_en.pdf
- http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/BTYPD/kilavuzlar/Canberra.pdf
- http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECDOSloManual05_en.pdf
- http://www.oecd.org/document/23/0,3746,en_2649_34269_35595607_1_1_1_1,00.html
- <http://www.larissa-chamber.gr/Uploads/Files/meletes/krapsitis.pdf>
- <http://www.europarl.europa.eu/highlights/el/1001.html>
- http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/site/el/com/2003/com2003_0027el01.pdf

- <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2004:0070:FIN:EL:PDF>
- <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2004:0070:FIN:EL:PDF>
- <http://www.gemconsortium.org/docs/download/510>
- http://www.espa.gr/elibrary/Ethniko_Programma_Metarrythmisewn_2005_2008.pdf
- http://www.economia.gr/index.php?dispatch=pages.view&page_id=1024
- http://epan2.antonistikitita.gr/uploads/6_MOUNTAIN_ACTION_GR.pdf
- http://epan2.antonistikitita.gr/uploads/9_ALUMINCO.pdf
- http://epan2.antonistikitita.gr/uploads/14_PIPELIFE_HELLAS.pdf
- <http://www.antonistikitita.gr/greek/works1.asp?perifereia=13>
- <http://hirc.ekt.gr/opencms/opencms/hirc/services/newsletter/inn1/green.htm>
- <http://www.voria.gr/index.php?module=news&func=display&sid=88781>
- http://ec.europa.eu/news/economy/111110_el.htm
- http://www.iobe.gr/index.asp?a_id=46
- <http://www.gemconsortium.org/>
- http://www.iobe.gr/index.asp?a_id=88&news_id=1062
- <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/11/114&format=HTML&aged=0&language=EL&guiLanguage=en>
- http://www.oecd.org/home/0,2987,en_2649_201185_1_1_1_1_1,00.html
- http://www.oecd.org/document/0/0,3746,en_2649_37461_48107008_1_1_1_37461,00.html
- <http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=450179>
- http://ec.europa.eu/enterprise/policies/sme/facts-figures-analysis/performance-review/files/countries-sheets/2010-2011/greece_el.pdf
- <http://www.greekfinanceforum.com/elladaipioafiloxenhxwrrw.html>
- <http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=IP/10/1288&format=HTML&aged=0&language=el>
- <http://epixeirein.gr/2012/01/26/iobe/>
- <http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=12336&subid=2&pubid=112808188>
- <http://www.anko-eunet.gr/articles/el/News/atpage/1/readabout/i-mikri-epixeirimatikotita-se-periodo-krisis>
- <http://www.epixeiro.gr/www.statistics.gr>
- www.imf.org/external/np/exr/facts/crislend.htm
- <http://www.gemconsortium.org/>
- http://www.iobe.gr/index.asp?a_id=88&news_id=1062
- <http://www.iobe.gr/media/Hmerides/gem2612012.zip>
- http://www.iobe.gr/index.asp?a_id=359&news_id=1052
- http://www.sevsteqi.org.gr/sites/default/files/ekthesi_apotelesmaton_erevnas_SEV_IOBE.pdf
- <http://www.energyonline.gr/?p=9229#more>
- http://news.kathimerini.gr/4dcgi/w_articles_columns_1_22/04/2012_479785
- http://portal.tee.gr/portal/page/portal/INTER_RELATIONS/espa/info/%C5%C5_2020.pdf
- <http://www.acci.gr/acci/Home/tabid/28/ItemID/2076/View/Details/language/el-GR/Default.aspx>
- <http://winwinnet.wordpress.com/2011/09/15/>
- http://mke.eap.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=37:crisi&catid=5:casestudies&Itemid=13
- http://www.express.gr/news/business/592800oz_20120424592800.php3
- <http://cje.oxfordjournals.org/content/33/4/759.short>

- <http://cie.oxfordjournals.org/content/34/2/225.full>
- http://www.mindev.gov.gr/?page_id=6506
- www.anko-eunet.gr/download/ellinikos-xartis-kainotomias-2010
- http://mke.eap.gr/index.php?option=com_content&view=article&id=37:crisi&catid=5:casestudies&Itemid=13
- <http://www.acci.gr/acci/Home/tabid/28/ItemID/2076/View/Details/language/el-GR/Default.aspx>
- <http://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1111/j.1540-627X.2012.00353.x/pdf>
- http://ec.europa.eu/europe2020/index_el.htm
- http://portal.tee.gr/portal/page/portal/INTER_RELATIONS/espa/info/conclu_5_cr_part1_el%5B1%5D.pdf
- http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/reports/cohesion5/pdf/conclu_5cr_part1_el.pdf
- <http://www.europarl.europa.eu/highlights/el/1001.html>

ΠΑΡΑΤΗΜΑ

➤ Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΚΑΙ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Στο πρώτο κεφάλαιο αναλύονται μερικοί βασικοί ορισμοί που θα χρησιμοποιηθούν στην εργασία. Αυτό γίνεται με σκοπό την βοήθεια του αναγνώστη για την καλύτερη δυνατή κατανόηση της εργασίας.

Αρχικά αναλύεται η οργάνωση και η διοίκηση επιχειρήσεων. Επεξηγώντας ξεχωριστά τις λέξεις γίνεται πιο εύκολα κατανοητό το νόημα τους. Επομένως διοίκηση είναι η διαδικασία επιλογής στόχων, καταμερισμού ανθρώπινου δυναμικού, τεχνολογικών και φυσικών πόρων για την επίτευξη των στόχων καθώς και η διαδικασία συντονισμού της δράσης για μεγιστοποίηση της απόδοσης των κατανεμημένων πόρων.

Οργάνωση είναι η διαδικασία καταμερισμού πόρων για την επίτευξη στόχων και καθορίζει την εξουσία και την ευθύνη των διοικητικών στελεχών και γενικά διαμορφώνει της δομές της επιχείρησης .

Ο γενικός και πιο πρόσφατος ορισμός της οργάνωσης και διοίκησης (μάνατζμεντ) σύμφωνα με τους Τζωρτζάκη Κ και Τζωρτζάκη Α (2002) είναι << η δραστηριότητα κατά την οποία εργάζεται κανείς μαζί και μέσω άλλων ανθρώπων, για την ολοκλήρωση τόσο των στόχων της επιχείρησης όσο και των στόχων των ατόμων που εργάζονται σε αυτήν>>. (σελ 77)

Τα δύο βασικά στοιχεία του μάνατζμεντ είναι η αποδοτικότητα και η αποτελεσματικότητα. Η αποδοτικότητα είναι πολύ σημαντική γιατί εάν η εκροή είναι μεγαλύτερη από την εισροή τότε υπάρχει αύξηση της αποδοτικότητας και αντίστροφα. Όμως δεν αρκεί μόνο η αποδοτικότητα υπάρχει και η αποτελεσματικότητα που δείχνει εάν τα στελέχη επιτυγχάνουν τους στόχους της επιχείρησης.

Οι βασικές δραστηριότητες της διοίκησης είναι:

- A) Ο προγραμματισμός και η λήψη αποφάσεων συνιστούν τη μελλοντική πορεία δράση και επίτευξη των στόχων.
- B) Η οργάνωση.
- Γ) Η στελέχωση είναι η επιλογή κατάλληλου προσωπικού, η εκπαίδευση και ενεργοποίηση της.
- Δ) Η διεύθυνση του ανθρώπινου παράγοντα είναι τα διοικητικά στελέχη να επιλέγουν τον πιο αποτελεσματικό τρόπο επικοινωνίας και να ασχολούνται με την δραστηριότητα της διεύθυνσης και της καθοδήγησης.
- E) Έλεγχος είναι η αποδοτική ολοκλήρωση των στόχων της επιχείρησης και μετράει τον βαθμό απόδοσης όλων των διοικητικών στελεχών.

Όσο περνούν τα χρόνια όλο και περισσότεροι άνθρωποι ασχολούνται με τα οικονομικά ο κλάδος εξελίσσεται και δημιουργούνται καινούργια φαινόμενα. Επομένως στην οργάνωση και διοίκησης διαμορφώνονται καινούργιοι ορισμοί που απασχολούν τους οικονομολόγους και τα στελέχη των επιχειρήσεων. Κάποιες από τις έννοιες αυτές είναι το μάνατζμεντ ολικής ποιότητας, η διοίκηση κινδύνου, το ιαπωνικό μάνατζμεντ, ο επιχειρηματικός επανασχεδιασμό.

➤ **ΕΝΝΟΙΕΣ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ, ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ ΚΑΙ ΗΓΕΤΗ**

Στο συγκεκριμένο μέρος του κεφαλαίου αναλύεται ένα σημαντικό κομμάτι μέσα στην επιχείρηση. Το κομμάτι αυτό που παίζει καθοριστικό ρόλο στην πορεία και στην διάρκεια ζωής της επιχείρησης είναι ο επιχειρηματίας, ο διευθυντής και ο ηγέτης των οποίων για την επεξήγηση του οι ορισμοί και τα χαρακτηριστικά δίνονται παρακάτω.

Επιχειρηματίας σαν έννοια έχουν διατυπωθεί πολλοί και σημαντικοί ορισμοί. Έτσι είναι ένας ρόλος πολύ καθοριστικός γι αυτό έχουν ασχοληθεί εκτεταμένα πολλοί οικονομολόγοι όχι μόνο της παλαιάς εποχής αλλά και της νέας. Φυσικά πολλές από αυτές τις απόψεις είτε συγκρούονται μεταξύ τους είτε εμπλουτίζουν τον ρόλο του επιχειρηματία. Επομένως θα αναφερθούν κάποιοι ορισμοί από σπουδαίους οικονομολόγους.

Σύμφωνα με τον Cantillon και τον Say αναγνωρίζουν τον επιχειρηματία⁹¹ στην οικονομική αλλαγή και ανάπτυξη. Φυσικά είναι της παλαιάς σχολής και αναφέρονται στην αγροτική οικονομία. Για τον Kirzner ο επιχειρηματίας εντοπίζει επικερδείς ευκαιρίες συναλλαγής και είναι δημιουργικός. Έπειτα σύμφωνα με τον Schumpeter ο επιχειρηματίας είναι καινοτόμος και φέρνει την αλλαγή με καινούργιο τεχνολογικό εξοπλισμό. Για τον Knight επιχειρηματίας είναι αυτός που αναλαμβάνει κινδύνους και ανταμείβεται από την απόδοση των κερδών. Ο Shackle υποστηρίζει ότι ο επιχειρηματίας είναι δημιουργικός και επινοητικός. Τέλος σύμφωνα με τον Casson αναφέρεται ότι ο επιχειρηματίας έχει διαφορετικές ικανότητες από τα άλλα άτομα και αποφασίζει για την οργάνωση των πόρων.

Γενικότερα ο επιχειρηματίας έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά αναλαμβάνοντας υψηλά ρίσκα με ανταμοιβή τα κέρδη των δραστηριοτήτων του. Και επίσης παίζει σημαντικό ρόλο στην οικονομική ανάπτυξη και στην καινοτομία.

Όπως αναφέρουν οι David Deakins και Mark Freel (2007)
<<ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΑ

- ❖ Ανάγκη για επιτεύγματα
- ❖ Αναλαμβάνει κινδύνους
- ❖ Υψηλός βαθμός εσωτερικού ελέγχου
- ❖ Δημιουργικότητα
- ❖ Καινοτόμος
- ❖ Ανάγκη αυτονομίας
- ❖ Ανοχή στην ασάφεια
- ❖ Όραμα
- ❖ Προσωπική αποτελεσματικότητα>> σελ. 53

Έπειτα αναλύεται ο διευθυντής ή διοικητικό στέλεχος που ονομάζεται το μέλος του οργανισμού που του δίνει το δικαίωμα να ανταμείβει ή να τιμωρεί και να κατευθύνει τις δραστηριότητες των άλλων μελών του οργανισμού. Το στέλεχος – διευθυντής έχει την ικανότητα να επηρεάζει τους άλλους και παράλληλα με το διοικητικό του έργο να παρέχει και εκτελεστικό έργο.

⁹¹ Βλ. David Deakins και Mark Freel (2007) «Επιχειρηματικότητα», Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική σελ. 40

ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ⁹² ΤΟΥ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗ

- ❖ Οι γνώσεις των οικονομικών και τεχνικών χαρακτηριστικών της επιχείρησης
- ❖ Να έχει γνώση κάποιων βασικών νομικών θεμάτων ώστε να είναι πιο αποτελεσματικός σε τυχών προβλήματα
- ❖ Να αντιλαμβάνεται το περιβάλλον της επιχείρησης για να παίρνει πιο σωστές αποφάσεις.
- ❖ Να είναι επικοινωνιακός
- ❖ Να έχει ανεβασμένο ηθικό και κατάλληλο κλίμα στο εργασιακό χώρο
- ❖ Να προσαρμόζουν την πολιτική της επιχείρησης ανάλογα με τις υπάρχουσες οικονομικές συνθήκες.

Ένας άλλος όρος που συνήθως είναι παρεξηγημένος όμως παίζει σημαντικό ρόλο μέσα στην επιχείρηση είναι ο ηγέτης. Ηγέτης είναι ένας άνθρωπος που μπορεί να έχει αναλάβει μία θέση ή να έχει εμφανισθεί μέσα από μία ομάδα και μπορεί να επηρεάσει τους άλλους με θετικές και αρνητικές σκέψεις. Ο ηγέτης μπαίνει πάντα μπροστά έχει αρχηγικό στυλ και κατευθύνει μια ομάδα για να επιτύχει τους στόχους της. Υπάρχουν θεωρίες που υποστηρίζουν ότι ο ηγέτης γεννιέται δεν γίνεται και αυτό το στηρίζουν στο ότι γεννιέται με τις επιχειρηματικές ηγετικές ικανότητες και ότι δεν μπορούν να διδαχθούν. Ως συμπέρασμα ο ηγέτης έχει την ικανότητα να παρακινεί και να κατευθύνει πρόσωπα και καταστάσεις με την κατάλληλη συνεργασία για την σωστή εκτέλεση ενός έργου.

ΤΑ ΒΑΣΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ⁹³ ΤΟΥ ΗΓΕΤΗ

- ❖ Εξαιρετική ευφυΐα
- ❖ Επιβλητική εμφάνιση
- ❖ Αυτοπεποίθηση
- ❖ Επικοινωνιακός
- ❖ Ικανότητα να επηρεάζει και να υποκινεί τους άλλους
- ❖ Ανάγκη επιτυχίας
- ❖ Αποφασιστικότητα
- ❖ Δημιουργικότητα

Τέλος και οι τρεις ορισμοί που αναλύθηκαν έχουν κάποια ταυτόσημα σημεία και σε κάποια διαφορετικά. Αρχικά και οι τρεις όροι που χρησιμοποιήθηκαν είναι άτομα που ασχολούνται σε ένα οικονομικό οργανισμό με απώτερο σκοπό την επίτευξη των στόχων τους. Έπειτα και οι τρεις έχουν άριστες γνώσεις οικονομικών και το αίσθημα της αποφασιστικότητας. Φυσικά ο κάθε ρόλος έχει διαφορετικές λειτουργίες και χρειάζονται διαφορετικά χαρακτηριστικά. Οι δύο τελευταίοι είναι συνήθως υπάλληλοι αλλά προσδοκούν και στους εταιρικούς και στους προσωπικούς στόχους. Ενώ ο επιχειρηματίας είναι και ιδιοκτήτης της επιχείρησης ή του κεφαλαίου που επενδύει ώστε να έχει ως στόχο το αναμενόμενο κέρδος. Ως συμπέρασμα μπορεί να μην έχουν όλοι του ίδιους στόχους αλλά προσπαθούν με πυγμή να τους κατακτήσουν ώστε να διακρίνουν και πολλά κοινά χαρακτηριστικά τους είτε για την προσωπικότητα είτε για την εργασία τους.

➤ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

⁹² Βλ. Κυριαζόπουλος Π και Τερζίδης Κ (2000) « Διοίκηση μικρομεσαίων επιχειρήσεων » , Αθήνα, Εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική σελ 45

⁹³ Βλ. Πολυχρονόπουλος Γ, Κορρές Γ και Ρόντος Κ (2005) «Βασικές αρχές οικονομίας και διοίκησης» , Αθήνα, Εκδόσεις Σταμούλης σελ 249

Η προσφορά⁹⁴ της επιχειρηματικότητας είναι σημαντική όμως πρέπει να διερευνηθούν όχι τόσο η προσφορά αλλά οι τύποι των επιχειρηματικών συμβάντων. Σύμφωνα με τον Schumpeter επισημαίνει τον επιχειρηματία ως τον καθοριστικό παράγοντα και πολύ αναγκαίο. Υπάρχουν τρεις τύποι για την αποτελεσματικότητα της επιχειρηματικότητας. Ο πρώτος είναι η ανάπτυξη μέσω της πραγματοποίησης των επιχειρηματικών γεγονότων. Ο δεύτερος είναι η χρήση των μέσων της πραγματοποίησης και ο τρίτος είναι ο καθοριστικός χαρακτήρας αυτών των γεγονότων. Ως αποτέλεσμα των τριών τύπων είναι ότι μπορούν να έχουν ιδέες και εξελίξεις στην βελτίωση της επιχειρηματικότητας. Επομένως η προσφορά των επιχειρηματιών και της επιχειρηματικότητας ίσως αυξηθεί αν εφαρμοστούν οι παραπάνω τύποι.

Επίσης η προσφορά επιχειρηματιών εξαρτάται από την οργάνωση, την εκπαίδευση, την κοινωνικότητα και από το εισόδημα ώστε να αναπτυχθεί το ενδιαφέρον του επιχειρηματία. Σημαντικό είναι η αμοιβή του επιχειρηματία που είναι βραχυπρόθεσμη δηλαδή η μονοπωλιακή αποζημίωση που κάνει την καλύτερη επιχειρηματική επιλογή. Ή η μακροχρόνια που προσπαθεί να προσεγγίσει την μονοπωλιακή αποζημίωση γιατί έχει προσελκύσει και άλλους επιχειρηματίες για την διανομή κερδών.

Τέλος θα γίνει αναφορά στην μορφή και την διάρθρωση του επιχειρηματικού σχεδίου. Επομένως θα πρέπει να είναι ευρύ ώστε να καλύπτει όλες τις λειτουργίες της επιχείρησης προς τις αλλαγές αλλά και να είναι περιεκτικό για να κρατάει το ενδιαφέρον του αναγνώστη. Οι αναγνώστες μπορεί να είναι κρατικοί φορείς ή επενδυτές ή τραπεζίτες. Συνήθως συντάσσουν 40 (σαράντα) σελίδες αλλά γενικά είναι 10 (δέκα) σελίδες χωρίς το παράρτημα. Θα δοθεί ένα ενδεικτικό περιεχόμενο ενός επιχειρηματικού σχεδίου:

1. Περιεχόμενα - Περίληψη και συνοπτική περιγραφή
2. Περιγραφή της επιχείρησης
 - ❖ Προϊόντα και υπηρεσίες που παράγει η επιχείρηση
 - ❖ Τόπος Εγκατάστασης της επιχείρησης
 - ❖ Μέγεθος της επιχείρησης
 - ❖ Χώροι που διαθέτει η επιχείρηση
 - ❖ Εμπειρία του επιχειρηματία
3. Ανάλυση Κλάδου - Αγοράς
 - ❖ Η επιχείρηση και ο κλάδος στον οποίο ανήκει
 - ❖ Η γενική κατάσταση της αγοράς
 - ❖ Ανταγωνισμός
4. Το σχέδιο Μάρκετινγκ (Marketing Plan)
 - ❖ Τιμολογιακή Πολιτική & Πωλήσεις
 - ❖ Διαφήμιση & Δημόσιες Σχέσεις
5. Διοίκηση & Λειτουργική Διαχείριση (Management Plan)
 - ❖ Οργάνωση παραγωγής
 - ❖ Διοίκηση / Διαχείριση (Management)
 - ❖ Ανθρώπινο Δυναμικό
6. Οικονομικός Σχεδιασμός και Χρηματοοικονομική κατάσταση
 - ❖ Διάρθρωση Χρηματοδότησης
 - ❖ Προϋπολογισμοί Έναρξης & Λειτουργίας
 - ❖ Προϋπολογισμός Ταμειακής Ροής
 - ❖ Προβλεπτικοί Ισολογισμοί & καταστάσεις αποτελεσμάτων χρήσεως (τριετίας)

⁹⁴ Βλ. Πετράκης Π (1996) «Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη», Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση σελ. 34

➤ **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ**

Επιχειρηματική διαδικασία⁹⁵ είναι η συλλογή όλων των παραγόντων που έχουν ως αποτέλεσμα την δημιουργία μιας επιχείρησης. Κύριος άξονας είναι το άτομο το οποίο έχει μια ιδέα ή μια καινοτομία. Για να γίνει η ιδέα πράξη το άτομο πρέπει να γνωρίζει και να εξετάζει κάποια σημεία τα οποία θα παίξουν καταλυτικό ρόλο στην δημιουργία της επιχείρησης. Αυτά τα σημεία είναι πέντε τα οποία θα αναλυθούν πιο κάτω.

Αρχικά αυτό που επηρεάζει την λειτουργία της επιχείρησης είναι το επιχειρηματικό περιβάλλον. Από αυτό εξαρτάται και η επιβίωση της επιχείρησης όμως είναι ένας παράγοντας που δυστυχώς δεν μπορούν να το ελέγξουν οι επιχειρηματίες γιατί μπορεί να επηρεάζονται από κάποιες νομοθεσίες και οικονομικές πολιτικές.

Έπειτα είναι η επιχειρηματική ευκαιρία που έχει γίνει ήδη η αναλύσει της. Επομένως είναι μια ιδέα με εμπορική αξία και είναι μια καινοτόμο ιδέα που βρίσκει δέκτες τους καταναλωτές. Γι αυτό κάθε επιχείρηση πρέπει να κυνηγά και να ερευνά νέες ευκαιρίες και στο οικονομικό και στο κοινωνικό περιβάλλον.

Άλλο ένα που θα αναλυθεί στα πιο κάτω κομμάτια του κεφαλαίου είναι ο σχεδιασμός της νέας επιχείρησης. Από την ώρα που ο επιχειρηματίας σκεφτεί μια νέα επιχείρηση θα πρέπει να βρει ένα τρόπο για να κάνει σωστό σχεδιασμό. Αυτός ο σχεδιασμός περιέχει τα προϊόντα, της υπηρεσίες, το κόστος της επιχείρησης, την αγορά, τον προϋπολογισμό και γενικά όλες τις δραστηριότητες που χρειάζονται να λειτουργήσει μια επιχείρηση.

Επομένως είναι η εξασφάλιση των απαραίτητων πόρων δηλαδή η αναγνώριση από τον επιχειρηματία να εξασφαλίσει τους διαθέσιμους πόρους που υπάρχουν για να διαπιστώσει αν είναι αρκετοί.

Τελευταίο είναι η λειτουργία της επιχείρησης είναι το στάδιο που η επιχείρηση έχει αρχίσει να κάνει την εμφανίσει της αλλά δυστυχώς υπάρχουν κάποια προβλήματα όπως η μεγέθυνση της και η λειτουργία της γενικά.

➤ **ΚΙΝΗΤΡΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**

Τα κίνητρα που δρουν στην απόφαση ενός ατόμου να γίνει επιχειρηματίας χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες⁹⁶. Αρχικά υπάρχουν οι ψυχολογικές επιδράσεις, τα αποτελέσματα των εμπειριών και τα προσωπικά χαρακτηριστικά του. Πιο γενικά υπάρχουν δύο τύποι κινήτρων τα θετικά και τα αρνητικά κίνητρα.

Τα θετικά κίνητρα είναι αυτά που ελκύουν το άτομο να ακολουθήσει την επιχειρηματική δράση. Τα βασικότερα είναι η επιδίωξη κέρδους, η αρέσκεια της ανεξαρτησίας, η επιδίωξη κοινωνικού κύρους. Ένα σημαντικό κίνητρο που ανέπτυξε ο Rotter ήταν εμπιστοσύνη στις προσωπικές ικανότητες δηλαδή είναι ένας παράγοντας που επηρεάζει την προσφορά της επιχειρηματικότητας ώστε να δείξει το άτομο ότι μπορεί να τα καταφέρει χωρίς την βοήθεια των άλλων. Με αποτέλεσμα να φέρει την επιχείρηση του σε ένα ικανοποιητικό επίπεδο. Επομένως τον κάνει πιο ανταγωνιστικό με τα άλλα άτομα.

⁹⁵ Internet site <http://www.lib.teiher.gr/webnotes/sdo/Epixeirimatikotita/index.html>

⁹⁶ Βλ Καραγιάννης Α και Χασσίδ Ι (1999) «Η Επιχειρηματικότητα στην Ελληνική Οικονομία», Αθήνα, Εκδόσεις Interbooks σελ.157

Τα αρνητικά κίνητρα είναι αυτά που ώθησαν το άτομο να ασκήσει την επιχειρηματική δραστηριότητα χωρίς να θέλει να το ασκήσει από ανάγκη. Κάποια από αυτά είναι η αναγκαστική μετανάστευση, η απόλυση από την εργασία ή η ανεργία, οι προστριβές με τους προϊσταμένους και η μονοτονία στο εργασιακό περιβάλλον. Τέλος και σημαντικό είναι η τυχόν αποτυχία στον επαγγελματικό προσανατολισμό να ώθησαν αρκετά άτομα στην άσκηση τις επιχειρηματικής δραστηριότητας.

Υπάρχουν και άλλες καταστάσεις που επιδρούν στα άτομα και αυτά ονομάζονται ουδέτερα κίνητρα. Σε αυτά ανήκουν η τύχη, οι περιβαλλοντικές επιδράσεις και γενικά από πού επηρεάζεται το άτομο.

Τέλος έχουν γίνει αρκετές έρευνες πάνω στο τι κίνητρα έχουν τα άτομα για να ακολουθήσουν το δρόμο της επιχειρηματικότητας. Οι διακρίσεις γίνονται ανάμεσα στα κίνητρα της επιχειρηματικότητας και στους τομείς του επιχειρηματία και της επιχείρησης. Αυτοί οι τομείς είναι το φύλλο του επιχειρηματία, το επίπεδο εκπαίδευσης, η ηλικία τομέας δραστηριότητας, ο τόπος καταγωγής το επάγγελμα του πατέρα και το μέγεθος της επιχείρησης.

➤ **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΥΧΙΑ**

Σ αυτό το σημείο θα εξετασθεί ο βαθμός επιτυχίας των επιχειρηματιών από τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες. Επίσης θα αναφερθούν παράγοντες και προβλήματα που συνήθως συναντούν οι επιχειρηματίες κατά την διεξαγωγή των επιχειρηματικών τους ενεργειών.

Οι παράγοντες⁹⁷ για την επιτυχία της επιχειρηματικής δραστηριότητας είναι αρκετοί αλλά εδώ θα αναφερθούν οι πιο σημαντικοί. Φυσικά από την μεριά του επιχειρηματία είναι ο βαθμός ασχολίας τους, η συμπεριφορά του ως προς τους πελάτες, η οργανωτική ικανότητα και οι γνώσεις. Επίσης λιγότερο σημαντικοί είναι η ίδια η επιχειρηματική ιδέα, η τύχη και η κοινωνικές γνωριμίες.

Αντίθετα υπάρχουν και οι παράγοντες της επιχειρηματικής αποτυχίας. Οι πιο σημαντικοί είναι η ελάχιστη στήριξη του κράτους, η κακή οικονομική κατάσταση και ο έντονος ανταγωνισμός. Λιγότερο πιο σημαντική παράγοντες είναι η καθόλου ικανοποιητική προετοιμασία, τα χαρακτηριστικά του προϊόντος που ίσως δεν είναι τα σωστά και η κακή τύχη.

Ας αναφερθούν τα πιο συχνά προβλήματα που υπάρχουν κατά την ανάπτυξη μίας επιχείρησης μέσα από την επιχειρηματική δραστηριότητα. Τα πιο σημαντικά προβλήματα είναι τρία. Αρχικό πρόβλημα είναι η έλλειψη κεφαλαίου φυσικά αυτό αντιμετωπίζεται με την επενδυτική ενέργεια, με τα κέρδη της επιχείρησης και με την μείωση της δανειοληψίας. Ένα άλλο πρόβλημα είναι ο ανταγωνισμός από ίδιους κλάδους επιχειρήσεις αυτό λύνεται με το αν ο επιχειρηματίας μπορεί να κρατηθεί στην αγορά και το αντιμετωπίζει με την βελτίωση του προϊόντος ή των υπηρεσιών και την μείωση του κόστους παραγωγής. Γενικά ο επιχειρηματίας πρέπει να είναι καινοτόμος ώστε να αντιμετωπίζει τον ανταγωνισμό. Τέλος το τρίτο και πιο έντονο πρόβλημα που έρχονται αντιμετώπι οι επιχειρηματίες είναι η γραφειοκρατία και η αστάθεια της οικονομικής πολιτικής του κράτους. Όμως αυτό δεν είναι πρόβλημα που μπορεί να λύση η επιχείρηση αυτό για να αντιμετωπισθεί πρέπει να αλλάξει η

⁹⁷ Βλ. Καραγιάννης Α και Χασσίδ Ι (1999) <<Η Επιχειρηματικότητα στην Ελληνική Οικονομία>>, Αθήνα, Εκδόσεις Interbooks σελ.217

νομοθεσία. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα όχι μόνο να υπάρχουν πολλές δυσκολίες κατά την ίδρυση μιας επιχείρησης αλλά και κατά την ανάπτυξη της.

➤ **ΜΟΝΤΕΛΟ** **ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΗΣ** **ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑΣ**

Το κύριο χαρακτηριστικό του μοντέλου επιχειρηματικής συμπεριφοράς είναι οι ενδογενείς και εξωγενείς μεταβλητές⁹⁸. Η ανάλυση που θα γίνει σε αυτό το κομμάτι είναι πιο σύντομη και πιο περιγραφική.

Οι ενδογενείς μεταβλητές χωρίζονται σε τρεις που είναι η μεγέθυνση του ρυθμού μεταβολής των πωλήσεων, η επένδυση ετήσιας ροή επενδύσεων και η επιδόσεις.

Ενώ οι εξωγενείς μεταβλητές είναι αρκετές και η κάθε μια έχει την δική της διάκριση. Αρχικά υπάρχει η επιχειρηματικότητα που είναι η αναγνώριση του κινδύνου, η εύρεση του κέρδους, η ικανοποίηση, επιχειρηματική συμπεριφορά και πολλά άλλα που έχουν αναφερθεί. Δεύτερο είναι ο παραγωγικός χώρος και το περιβάλλον που αυτό χωρίζεται σε τρεις κατηγορίες αυτές είναι 1) οι επιδράσεις από πλευρά της προσφοράς που ασχολείται με τις πρώτες ύλες και τον ανθρώπινο παράγοντα. 2) οι επιδράσεις από την πλευρά της ζήτησης δηλαδή είναι η ζήτηση που υπάρχει στην αγορά, οι επενδύσεις και τα ποσοστά πωλήσεων. 3) η πρόσβαση στα δημόσια αγαθά και στην πληροφόρηση που αυτό ασχολείται με το καθετί του δημοσίου και την γραφειοκρατία. Τρίτων είναι ο χρηματοδοτικός χώρος που θα γίνει ανάλυση πιο κάτω γενικά χωρίζεται σε τρεις κατηγορίες 1) τραπεζικές μεταβλητές που είναι τα δάνεια, 2) η μη τραπεζική χρηματοδότηση που είναι τα χρήματα που διαθέτη η επιχείρηση και 3) οι επιχορηγήσεις. Τέταρτον ο χώρος εργασίας που είναι το μη ειδικευμένο προσωπικό και η εκπαίδευση τους. Πέμπτο η μεταβολή της τεχνολογικής εξέλιξης δηλαδή η επιχείρηση διαθέτη τα μέσα και τα χρήματα για την καινοτομία και την εξέλιξη. Και τέλος είναι οι δυνατότητες των αγορών.

Ως αποτέλεσμα διατυπώνεται ότι ανάλογα με τι έχει να αντιμετωπίσει ένας επιχειρηματίας παίρνει τις ανάλογες αποφάσεις. Επίσης διαπιστώνεται ότι υπάρχουν τόσοι πολλοί παράγοντες που μπορούν να κάνουν τον επιχειρηματία να αλλάξει γνώμη και που μπορεί να παρακινηθεί στο λάθος αν δεν υπάρχει σωστή πληροφόρηση και γνώση. Για αυτούς τους λόγους έγινε μια μικρή περιγραφή στο μοντέλο της επιχειρηματικής συμπεριφοράς για να δείξει πόσοι παράγοντες και μεταβλητές επηρεάζουν την κρίση του κάθε επιχειρηματία και την πορεία της επιχείρησης.

➤ **ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΚΕΣ ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ**

Σύμφωνα με τον Drucker οι επιχειρηματίες πρέπει να εφαρμόζουν συστηματική καινοτομία. Ο Drucker στο βιβλίο του καινοτομία και επιχειρηματικότητα (1985) αναφέρει ότι <<η συστηματική καινοτομία λοιπόν συνιστάται στο οργανωμένο και με συγκεκριμένο τρόπο ψάξιμο για αλλαγές και στην συστηματική ανάλυση των ευκαιριών που αυτές οι αλλαγές ενδέχεται να προσφέρουν για οικονομική ή κοινωνική καινοτομία>> .(σελ 50) Μέσα από αυτόν τον ορισμό προκύπτει ότι οι επιτυχημένοι καινοτόμοι εκμεταλλεύονται τις αλλαγές μέσα από μεγαλύτερες τεχνικές

⁹⁸ Βλ. Πετράκης Π (1996) «Επιχειρηματικότητα και Ανάπτυξη», Αθήνα, Εκδόσεις Παπαζήση σελ. 95

καινοτομίες. Η συστηματική καινοτομία έχει επτά (7) πηγές⁹⁹ προέλευσης καινοτομιών.

Αυτές οι επτά πηγές είτε βρίσκονται μέσα στις επιχειρήσεις είτε από αλλαγές έξω από την επιχείρηση. Οι πρώτες τέσσερις (4) πηγές προελεύσεις προέρχονται από το εσωτερικό της επιχείρησης αυτές είναι:

- ❖ Το απρόσμενο δηλαδή η απρόσμενη επιτυχία ή αποτυχία
- ❖ Η δυσαρμονία που είναι ανάμεσα στην αντικειμενική και στην υποτιθέμενη πραγματικότητα
- ❖ Η καινοτομία ως λειτουργική ανάγκη
- ❖ Η αλλαγή στην δομή του κλάδου της οικονομίας

Οι άλλες τρεις (3) πηγές καινοτομικών ευκαιριών προέρχονται από τις εξωτερικές αλλαγές

- ❖ Δημογραφικά στοιχεία
- ❖ Αλλαγές στις αντιλήψεις
- ❖ Νέα γνώση και επιστημονικά επιτεύγματα

Η κάθε πηγή προέλευσης έχει την δική της πλευρά και τα δικά της χαρακτηριστικά. Ανάλογα με την βαρύτητα και την προσοχή που διακρίνεται σε κάθε πηγή ευκαιρίας μπορούν να διατυπωθούν είτε επιτυχείς καινοτομίες είτε αποτυχίες. Αυτό εξαρτάται όχι μόνο από την αξιοποίηση της ευκαιρίας αλλά και από πολλούς άλλους παράγοντες.

➤ **ΑΝΑΓΚΗ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ**

Το κάθε προϊόν ή υπηρεσία που βγαίνει στην αγορά έχει ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα ζωής. Αυτό το προϊόν περνά πολλές διάφορες φάσεις που είναι ο κύκλος ζωής του προϊόντος. Επειδή αυτός ο κύκλος ζωής του προϊόντος είναι ίσως σύντομο και τα προϊόντα έχουν φτάσει στο στάδιο παρακμής. Αναγκάζονται οι επιχειρήσεις να καινοτομήσουν ώστε να είναι ανταγωνιστική με τις άλλες επιχειρήσεις. Επομένως κάθε επιχείρηση φροντίζει εγκαίρως για την δημιουργία και εφαρμογή των ιδεών.

Η ανάγκη¹⁰⁰ γίνεται πιο πειστική στην σημερινή εποχή γιατί υπάρχει ταχύτερη αλλαγή του περιβάλλοντος και των συνθηκών. Με αποτέλεσμα να μειώνεται ο κύκλος ζωής του προϊόντος ή της υπηρεσίας ώστε σε πιο σύντομο χρονικό διάστημα να παρουσιάζονται και να δοκιμάζονται νέα προϊόντα. Οι παράγοντες που δημιουργούν τόσο γρήγορη αλλαγή του περιβάλλοντος είναι η τεχνολογία, το οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον.

Στην τεχνολογία η εξέλιξη είναι ραγδαία και σχεδόν καθημερινά σε όλο τον κόσμο εμφανίζονται νέα προϊόντα. Κάποια παραδείγματα είναι το chip χρησιμοποιείται στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές και μια μεγάλη γκάμα προϊόντων που εξελίσσεται με μεγάλη ταχύτητα.

Μέσα από την τεχνολογική εξέλιξη έρχονται και μεγάλες αλλαγές στο οικονομικό περιβάλλον. Αυτό συμβαίνει γιατί αν το προϊόν προωθηθεί στην αγορά οι επιχειρήσεις θα έχουν οικονομικά ωφέλει. Αυτό επηρεάζει και την γενική οικονομία της χώρας και επηρεάζει και την ανταγωνιστικές επιχειρήσεις. Αυτό γίνεται και διεθνές αφού δημιουργούνται τόσες ιδέες νέων προϊόντων ώστε όλες οι χώρες να

⁹⁹ Βλ. Druker P (1985) <<Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα>>, Αθήνα, Εκδόσεις ΑΣΕ Α.Ε. σελ 51

¹⁰⁰ Βλ. Κανελλόπουλος Κ (1987) «Διοίκηση Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων και Επιχειρηματικότητα», Αθήνα, Εκδόσεις ΑΒ.Σ.Π. σελ 147

αρχίζουν να μοιάζουν. Γι αυτό γίνεται και λόγος για το διεθνές εμπόριο που βοηθάει πολλοί την διεθνές ανταγωνιστικότητα.

Οι κοινωνικοί παράγοντες επηρεάζουν το περιβάλλον της αγοράς δημιουργούνται επιθυμίες και διαφορετικές συνήθειες των καταναλωτών. Σημαντικό ρόλο παίζει το μορφωτικό επίπεδο, η ενημέρωση των καταναλωτών και τα μέσα μαζικής επικοινωνίας ώστε να υπάρχουν περισσότερα προϊόντα που θα ικανοποιήσουν τις ανάγκες των καταναλωτών. Επομένως και σε αυτό το σημείο υπάρχει αναγκαιότητα για καινοτομία.

➤ **ΣΥΝΤΕΛΕΣΤΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΝΕΩΝ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ**

Οι συντελεστές ανάπτυξης νέων προϊόντων είναι άτομα ή ομάδες που χρησιμοποιούνται είτε για την δημιουργία των νέων προϊόντων είτε για την προώθηση και είτε για την προβολή του. Επομένως η ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος στηρίζεται στην συλλογική λειτουργία των ατόμων που βρίσκονται σε μια ομάδα. Φυσικά θεωρητικά αυτή η ομάδα πρέπει να έχει λίγα μέλη για να είναι πιο ευέλικτη.

Κανονικά για την ανάπτυξη ενός νέου προϊόντος πρέπει να συμμετέχουν όλα τα τμήματα της επιχείρησης. Αυτό γίνεται αντιληπτό στο ότι κάθε προϊόν απασχολεί όλες τις λειτουργίες της επιχείρησης έτσι και ένα καινοτόμο προϊόν θα πρέπει να ελεγχθεί αν θα μπορέσει να ανταποκριθεί από όλα τα τμήματα της επιχείρησης. Όμως εδώ ας αναφερθούν τα πιο βασικά τμήματα¹⁰¹ που θα πρέπει να ασχοληθούν με την ανάπτυξη του καινοτομικού προϊόντος.

Αρχικά είναι το τμήμα σχεδιασμού που προσαρμόζει την γενική φόρμα του προϊόντος ώστε να καλύπτει τις ανάγκες των καταναλωτών. Δεύτερο είναι το τμήμα παραγωγής στο οποίο πρέπει να προσαρμόσει έτσι την λειτουργία του για να εισέλθει το νέο προϊόν στην παραγωγή ώστε να συνεχίσει μέσω της εφοδιαστικής αλυσίδας να διανέμεται στον πελάτη. Και το τρίτο τμήμα είναι τα μάρκετινγκ που είναι ο βασικός συνδετικός κρίκος που ενώνει την επιχείρηση με τον πελάτη καταναλωτή που προσπαθεί μέσα από διάφορα εργαλεία που χρησιμοποιούνται να ανακαλύψει και να ικανοποιήσει τις ανάγκες τους.

➤ **ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΤΥΧΙΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ**

Η καινοτομία είναι μια διαδικασία μέσα σε μια επιχείρηση που αναλαμβάνει κινδύνους. Μπορεί να υπάρχει επιτυχία ή αποτυχία στην ανάπτυξη νέου προϊόντος. Οι παράγοντες που συμβάλουν σε αυτό είναι πάρα πολλοί. Σε αυτό το σημείο θα αναφερθεί γενικά οι κίνδυνοι που υπάρχουν και πως μπορούν οι επιχειρηματίες και κάθε επιχείρηση να καταλάβει το ρίσκο που παίρνει για μια επένδυση, αυτή η επένδυση είναι καινοτομία.

Εδώ θα αναφερθεί η απρόσμενη επιτυχία από μια καινοτομική δράση στην οποία απλά την έκαναν από διάφορους λόγους όχι όμως για τον πρωταρχικό δηλαδή την καινοτομία αλλά για τον ανταγωνισμό και το κέρδος. Μια επιχείρηση μπορεί να αναγκαστεί να βελτίωση ένα προϊόν της μόνο και μόνο για χάρη ενός καλού πελάτη της που τους εξέφρασε τις ανάγκες του. Όστε να μην το χάσουν προέβησαν σε

¹⁰¹ Βλ. Ματσατσίνης Ν, Γρηγορούδης Ε, Γαλάνης Χ και Ζοπουνίδης Κ (2010) «Ανάπτυξη και Λειτουργία Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων», Αθήνα, Εκδόσεις Κλειδαριθμός σελ 188

βελτίωση του προϊόντος και αυτό οδηγεί σε μια επιτυχή καινοτομία που κανένας δεν περίμενε ότι το προϊόν θα πουλήσει. Έτσι φαίνεται ότι οι περισσότεροι αντιδρούν στην ανεπιθύμητη επιτυχία όπως για παράδειγμα ο διευθυντής του Μείσις που είδε ότι το προϊόν που θεωρούσε ανεπιθύμητο να παίρνει θέση στις αγαπημένες οικιακές συσκευές των καταναλωτών. Αυξάνοντας την παραγωγή του, τα κέρδη του και την ανταγωνιστικότητα.

Συχνά η επιτυχία ενός προϊόντος δεν γίνεται αντιληπτή ώστε να μην δίνουν σημασία κάποιες επιχειρήσεις όμως αυτό μπορεί να εκμεταλλευτεί από κάποιες άλλες και να πάρουν αυτοί τα κέρδη. Μια αιτία αυτό του φαινομένου είναι ότι από την αρχή το προϊόν ήταν αποτυχημένο και η βελτίωση του μπορεί να μην του δώσει ώθηση. Η αναζήτηση πρέπει να είναι οργανωμένη δηλαδή οι απρόσμενη επιτυχία θα γίνει αντιληπτή και θα υπάρξει προσοχή. Πρέπει να υπάρχει καλή πληροφόρηση που θα μελετήσει η ομάδα που έχει αναλάβει την ανάπτυξη των νέων προϊόντων. Οι ομάδες αυτές πρέπει να βρουν χρόνο και να αναλύσουν τις απρόσμενες επιτυχίες ώστε να σκεφτούν πως θα γίνουν εκμεταλλεύσιμες.

Σύμφωνα με τον Drucker (1985) στο βιβλίο του <<καινοτομία και επιχειρηματικότητα>> ερευνά για την απρόσμενη επιτυχία και καταλήγει στο ότι <<Η απρόσμενη επιτυχία αποτελεί μια ευκαιρία, αλλά έχει απαιτήσεις. Απαιτεί να την παίρνουν σοβαρά. Απαιτεί να στελεχώνεται με τους ικανότερους ανθρώπους που υπάρχουν διαθέσιμοι, αντί με οποιονδήποτε μας περισσεύει. Απαιτεί, από την άλλη πλευρά της διευθυντικής ομάδας, σοβαρότητα και υποστήριξη ανάλογη με το μέγεθος της ευκαιρίας. Και η ευκαιρία είναι αξιόλογη>> (σελ 63).

Όσο αφορά τις αποτυχίες δεν μπορούν να περάσουν απαρατήρητες. Πολλές αποτυχίες συμβαίνουν γιατί δεν υπάρχει επαρκή γνώση σε λάθη, στην ανικανότητα του σχεδιασμού. Αλλά αν και είχαν προγραμματιστή όλα τόσο καλά μπορεί να υπάρξει αποτυχία λόγω κάποιας αλλαγής. Οι αλλαγές αυτές μπορεί να είναι οι αντιλήψεις και οι αξίες των πελατών. Ή μπορεί να έχουν αλλάξει οι συνθήκες της αγοράς αλλά οποιαδήποτε αλλαγή μπορεί να αποτελέσει ευκαιρία για καινοτομία. Η αποτυχία θα πρέπει να αντιλαμβάνεται ως σύμπτωμα καινοτομικής ευκαιρίας και να αντιλαμβάνεται ως σοβαρό θέμα κάθε επιχείρησης ή κάθε επιχειρηματία.

Μια σημαντική μορφή απρόσμενης αποτυχίας είναι κάποιου ανταγωνιστή. Έτσι η επιχείρηση θα πρέπει να το αναλύει και να βγαίνει για εξωτερική έρευνα. Η καινοτομία είναι μια οργανωμένη, συστηματική και λογική εργασία. Ο καθένας πρέπει να αντιλαμβάνεται την καινοτομία ως λογική ανάλυση και όχι συναισθηματική. Αλλά παρόλο την αυστηρή ανάλυση μπορεί να προκύψουν παράγοντες που δεν έχουν προβλεφθεί. Όπως η κάθε ευκαιρία να είναι μια πραγματικότητα για την αγορά και ίσως να αλλάξει τον σχεδιασμό και το προϊόν να αποτύχει.

Ένα πολύ σημαντικό και γνωστό παράδειγμα αποτυχίας είναι το μοντέλο του έντσελ της φορντ το 1957. Αν και κατασκεύασαν ένα πολύ καλό μοντέλο αυτό απέτυχε. Μέσα σε λίγο καιρό το μοντέλο του αυτοκινήτου είχε διαφημιστή τόσο πολύ και είχε προσελκύσει αρκετό κόσμο στις εκθέσεις. Το βασικό πρόβλημα ήταν ότι δεν άρεσε στους καταναλωτές αν και είχε πολλές καλές λειτουργίες και καινοτόμες, δεν τους άρεσε ο σχεδιασμός του. Όπως έδειξαν τότε οι έρευνες τα καινοτομικά χαρακτηριστικά άρεσαν στους καταναλωτές αλλά δεν ήταν διευθετημένοι να πληρώσουν μια περιουσία να αποκτήσουν αυτό το αυτοκίνητο. Και ένα ακόμα χαρακτηριστικό της αποτυχίας ήταν ότι δεν είχαν προβλέψει την οικονομία της χώρας που το 1950 η Αμερική περνούσε οικονομική κρίση και οι καταναλωτές είχαν στραφεί σε πιο οικονομικά αυτοκίνητα με χαμηλότερη κατανάλωση. Ως αποτέλεσμα προκύπτει ότι αν και προώθησαν ένα καινοτόμο προϊόν αυτό έγινε μια απρόσμενη αποτυχία για τις

προσδοκίες της επιχείρησης γιατί απλά δεν είχαν ελέγξει σωστά όλους τους παράγοντες.

➤ **ΣΥΝΤΗΡΗΤΙΚΟΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΟΣ**

Για τον συντηρητικό καινοτόμο εννοείται η προσωπικότητα κάθε επιχειρηματία. Κανείς δεν μπορεί να πει με σιγουριά ότι ο κάθε επιχειρηματίας που καινοτομεί είναι συντηρητικός. Αυτό έχει να κάνει με την προσωπικότητα του και με τα ρίσκα τα οποία θέλει να αναλάβει. Πολλοί πιστεύουν ότι ο επιχειρηματίας είναι ριψοκίνδυνη προσωπικότητα αλλά από έρευνες που έχουν γίνει διαπιστώνεται ότι παίρνει πολλά ρίσκα αλλά αυτό δεν ταιριάζει στην προσωπικότητα του.

Οι επιχειρηματίες είναι άνθρωποι που αφιερώνουν πολύ χρόνο στους υπολογισμούς της χρηματικής τους ρευστότητας παρά να αυξήσουν τα ρίσκα. Κάθε οικονομική δραστηριότητα διατρέχει υψηλό ρίσκο. Για να καινοτομήσεις υπάρχει μεγάλο ρίσκο, όμως η καινοτομία είναι επιτυχείς μόνο όταν προσπαθούν να προσδιορίσουν και να περιορίσουν τους κινδύνους. Επίσης αναλύουν τις πηγές προέλευσης καινοτομικών ευκαιριών κι έπειτα εκμεταλλεύονται την ευκαιρία. Αυτές οι ευκαιρίες μπορεί να είναι μικρού και ξεκάθαρου ρίσκου που αφορά τις ανάγκες ή μπορεί να είναι μεγάλου και ξεκάθαρου ρίσκου που αφορά καθαρά τις καινοτομίες.

Σύμφωνα με τον Drucker (1985) στο βιβλίο του <<καινοτομία και επιχειρηματικότητα>> αναφέρει <<οι επιτυχημένοι καινοτόμοι είναι συντηρητικοί. Πρέπει να είναι. Δεν επιζητούν τους κινδύνους. Επιζητούν τις ευκαιρίες>> (σελ 168).

➤ **Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΓΥΝΑΙΚΕΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**

Τα τελευταία χρόνια έχει απασχολήσει αρκετά τους επιστήμονες η αύξηση της γυναικείας επιχειρηματικότητας. Φυσικά δεν έχουν φτάσει στα ίδια επίπεδα με την αντρική επιχειρηματικότητα. Αυτή η τάση έχει δημιουργηθεί γιατί η γυναίκα έχει πιο ευνοϊκές συνθήκες εργασίας στην δική της επιχείρηση παρά εκεί που ήταν μισθωτή. Επομένως εδώ φαίνεται ότι οι γυναίκες κατευθύνονται στην επιχειρηματικότητα ανάγκης παρά στην επιχειρηματικότητα ευκαιρίας.

Πολλές έρευνες έχουν γίνει για την αποδοτικότητα και την αντιμετώπιση των περιορισμών της ανάπτυξης της επιχειρηματικότητας, σε σχέση με τις γυναίκες και τους άντρες. Τα εμπόδια στην ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας είναι η εμπειρία από προηγούμενες δουλειές, η χρηματοδότηση και η ανάπτυξη σε δίκτυα¹⁰². Πρέπει να υπάρχουν δίκτυα αποκλειστικά για τις γυναίκες ώστε να έχουν πρόσβαση σε συμβουλές για την εξέλιξη της επιχειρήσεώς τους. Διάφορες μελέτες δείχνουν ότι οι γυναίκες δυσκολεύονται περισσότερο να αποκτήσουν πρόσβαση στους πόρους παρά οι άντρες επιχειρηματίες. Επίσης όσο αφορά της χρηματοδοτήσεις και εκεί υπάρχει μεγάλο πρόβλημα γιατί οι γυναίκες δεν έχουν πρόσβαση σε επίσημες πηγές χρηματοδότησης.

Οι γυναίκες όμως στην χώρα μας υπερέχουν σε παράγοντες όπως η έλλειψη εκπαίδευσης, του σωστού επαγγελματικού προσανατολισμού και η μεγάλη

¹⁰² Βλ. David Deakins και Mark Freel (2007) <<Επιχειρηματικότητα>>, Αθήνα, Εκδόσεις Κριτική σελ. 120

γραφειοκρατία για την δημιουργία και έναρξη επιχείρησης. Υπάρχουν και τα κοινωνικά προβλήματα όπως αυξημένες οικονομικές υποχρεώσεις και η έλλειψη υποδομών της χώρας. Η γυναικεία επιχειρηματικότητα κερδίζει έδαφος στον αγροτικό τομέα περισσότερο με τους συνεταιριστικούς συλλόγους. Ενώ σε πιο μεγάλα αστικά κέντρα η γυναικεία επιχειρηματικότητα διακρίνεται στους κλάδους του εμπορείου και πιο συγκεκριμένα στους τομείς της ένδυσης και της υπόδησης. Τα τελευταία χρόνια ο κλάδος της μεταποιήσεως έχει μείνει στάσιμος, σε αυτό το κλάδο συνήθως τυπικά άνηκε σε γυναίκες όμως την διοίκηση την ανέλαβαν άντρες.

Γενικά ο ρόλος της γυναικείας επιχειρηματικότητας ενισχύεται σημαντικά παρόλο των προβλημάτων και των εμποδίων, που αυτά μπορούν να ξεπεραστούν αλλά ο εντοπισμός τους είναι δύσκολος. Οι γυναίκες αποτελούν αναξιοποίητη πηγή ανθρώπινου δυναμικού, θα πρέπει να αποκτήσουν αυτοπεποίθηση και γνώσεις για να φοβούνται να ξετάσουν τα δεδομένα και να ενημερώνονται από υπηρεσίες για την επιχειρηματική τους δράση. Στο πιο κάτω κεφάλαιο θα γίνει αναφορά για την γυναικεία επιχειρηματικότητα στην χώρα μας και στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Το κράτος από την μεριά του έχει ενισχύσει την γυναικεία επιχειρηματικότητα με το πρόγραμμα <<Ενίσχυση Γυναικείας Επιχειρηματικότητας>> τον οργανισμό επιχειρηματικού προγράμματος <<Ανταγωνιστικότητα>> (ΕΠΑΝ). Στόχος του είναι να αναπτύξει, να στηρίξει και να προωθήσει την γυναικεία επιχειρηματικότητα μέσω χρηματοδότησης για την δημιουργία ΜΜΕ. Φυσικά για να ενταχθεί κάθε επιχειρηματίας σε αυτό το πρόγραμμα προϋποθέτει κάποια κριτήρια επιλογής.

➤ Η ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΠΡΑΣΙΝΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η επιχειρηματική δραστηριότητα αποτελεί τον πιο κύριο εχθρό του περιβάλλοντος και τους φυσικούς πόρους. Για να συνεχίσουν να υπάρχουν αυτά πρέπει να αξιοποιηθούν και όχι να καταστραφούν. Έτσι τα τελευταία χρόνια στο χώρο των επιχειρήσεων και στην διάθεση των προϊόντων έχει εμφανιστή ο κλάδος της πράσινης επιχειρηματικότητας. Με αυτόν τον τρόπο προσπαθούν να αποτρέψουν την καταστροφή του πλανήτη και να μειώσουν τα ακραία φυσικά φαινόμενα όπως επίσης και να προληφθούν μέτρα για τους ρύπους των εργοστασίων που πριν λίγα χρόνια η καταστροφή ήταν τεράστια. Επομένως μέσα από τα ωφέλη της επιχειρηματικότητας αναδύεται όχι μόνο το κέρδος αλλά και η περιβαλλοντική συνείδηση.

Η πράσινη επιχειρηματικότητα¹⁰³ είναι μια νέα μορφή οικονομικής δραστηριότητας που βασίζεται από δύο ανάγκες της εποχής μας, την αναβάθμιση της ποιότητας ζωής και την αξιοποίηση του περιβάλλοντος. Μέσα από την προστασία του περιβάλλοντος αυξάνεται κατά πολύ η ανταγωνιστικότητα αυτό συμβαίνει γιατί οι επιχειρήσεις για να καλύψουν τις ανάγκες της εποχής εφαρμόζουν τεχνολογικές καινοτομίες που επιβάλλουν η Ευρωπαϊκή Ένωση και το κάθε κράτος. Οι δραστηριότητες των πράσινων επιχειρήσεων είναι να καλύπτουν και να εφαρμόζουν όλες της λειτουργίες που έχουν οι επιχειρήσεις. Επίσης μπορεί να εφαρμοστεί σε όλους τους τομείς όπως στον πρωτογενή τομέα με την καλλιέργεια βιολογικών προϊόντων, στον δευτερογενή τομέα με την ανακύκλωση και την αξιοποίηση των φυσικών πόρων σε παραγωγή ενέργειας, στον τριτογενή τομέα με το εμπόριο και την προώθηση τέτοιων προϊόντων και στον τεταρτογενή με τις υπηρεσίες πιστοποίησης και την προβολή τέτοιων επιχειρήσεων.

¹⁰³Internet sites http://observatory.eommex.gr/eommex/233_ELL_HTML.aspx

Η κάθε επιχείρηση ου θέλει να επενδύσει στην πράσινη επιχειρηματικότητα έχει πολλά ωφέλει. Αρχικά την συμφέρει οικονομικά γιατί μπορεί να μειώσει το λειτουργικό της κόστος, δημιουργούνται νέες ευκαιρίες στην παραγωγή και διάθεση πράσινων προϊόντων, μπορούν να αξιοποιήσουν όλα τα άλλα κίνητρα και τις ευκαιρίες που παρέχονται από το κράτος και την Ευρωπαϊκή Ένωση και μπορούν να αποκτήσουν δάνεια με ευνοϊκότερους όρους. Έπειτα γίνεται πιο εύκολη η εφαρμογή της περιβαλλοντικής νομοθεσίας που προβλέπει το κράτος γιατί είναι πιο ενημερωμένοι και έχουν ήδη αναπτύξει την περιβαλλοντική συνείδηση. Γενικά η πράσινη επιχειρηματικότητα αυξάνεται όλο και περισσότερο, ελκύει πολλούς επιχειρηματίες και πολλούς καταναλωτές για να υπάρχει υγιής περιβάλλον και στο μέλλον.

Το μείγμα πολιτικής είναι τα εργαλεία της οικονομικής πολιτικής που εφαρμόζει κάθε κράτος. Σε αυτό το θέμα η Ε.Ε. υστερεί αν και έχουν τεθεί νόμοι για μία κοινή οικονομική πολιτική το κάθε κράτος έχει το δικό του σύστημα. Τα βασικά θέματα που συζητήθηκαν είναι για την φορολογία, για της δημόσιες δαπάνες και την μείωση του ετήσιου ελλείμματος της Ε.Ε. Επίσης συζητήθηκαν κανόνες για τις επενδύσεις και την σταθερότητα και ανάπτυξη όμως δεν υπάρχουν πλειοψηφία βουλευτών για να τεθεί νομοθετικά.

➤ **ΝΕΑΝΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ 2008**

Βασικός στόχος της Ελλάδας είναι να ανάπτυξη την νεανική επιχειρηματικότητα. Αυτό το θέμα έχει απασχολήσει αρκετά την Ευρώπη ώστε να προωθήσει προγράμματα για την ενίσχυση της νεανικής επιχειρηματικότητας. Στην Ελλάδα το πρόγραμμα της νεανικής επιχειρηματικότητας είναι το λεγόμενο <<Θυρίδες Νεανικής επιχειρηματικότητας>> από την Γενική Γραμματεία Νέας Γενιάς (ΓΓΝΓ). Αυτό το πρόγραμμα εφαρμόζει τα δίκτυα πληροφόρησης που έχουν αναφερθεί στις πιο πάνω στρατηγικές. Τα δίκτυα δομών πληροφόρησης παρέχουν συμβουλές και υποστήριξη των νέων για την έναρξη της επιχειρηματική τους δραστηριότητα τα οποία χρησιμοποιούνται από την Ε.Ε. του προγράμματος ΕΠΕΑΕΚ II.

Στην Ελλάδα η ενίσχυση της νεανικής επιχειρηματικότητας γίνεται μέσω προγραμμάτων του ΟΑΕΔ αυτό είναι το <<Πρόγραμμα 3000 Νέων Ελεύθερων Επαγγελματιών Ηλικίας 22-32 ετών – Νέοι και Επιχειρηματικότητα>> (ΦΕΚ 1005/ΤΒ/20-5-2008)¹⁰⁴. Ο βασικός σκοπός του προγράμματος είναι η προώθηση της νεανικής επιχειρηματικότητας και η οικονομική ενίσχυση αυτών των ενεργειών. Αφορμή του προγράμματος ήταν η ενίσχυση της απασχόλησης, οι δυσκολίες εισόδων νέων στην αγορά εργασίας και η ομαλή μετάβαση των νέων από το εκπαιδευτικό σύστημα στην απασχόληση δηλαδή στην αγορά εργασίας και ειδικότερα στις καινοτομικές ιδέες και στην αξιοποίηση της νέας τεχνολογίας.

Τα εμπόδια που συναντά η νεανική επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα είναι ότι δεν διακρίνουν τις επιχειρηματικές ευκαιρίες, η επιχειρηματικότητα εδρεύει μόνο στο προϊόν του τελικού καταναλωτή, ο οικογενειακός χαρακτήρας χρηματοδότησης της νεανικής επιχειρηματικότητας, ο φόβος της αποτυχίας, δεν υπάρχει εκπαιδευτικό σύστημα και η στάση της ελληνικής κοινωνίας απέναντι στην επιχειρηματικότητα.

Η Ελλάδα πρέπει να ασχοληθεί με τα προβλήματα των νέων και μέσα από τα προγράμματα να γίνεται συστηματική δουλειά ώστε να υπάρξουν θετικά

¹⁰⁴ Internet sites: http://www.economia.gr/index.php?dispatch=pages.view&page_id=1024

αποτελέσματα. Το βασικό που πρέπει να κοιτάξει είναι η σωστή εκπαίδευση των νέων όχι μόνο στην επιχειρηματικότητα αλλά και σε γενικές γνώσεις έτσι ο νέος θα ανάπτυξη μέσω των εμπειριών ένα σωστό επιχειρηματικό πνεύμα. Όπως είχε πει ο Henry Ford <<Η ανταγωνιστικότητα μιας χώρας δεν ξεκινά από τα πατώματα ενός εργοστασίου ή στο μηχανολογικό εργοστάσιο, ξεκινά στην αίθουσα διδασκαλίας>>.

➤ **ΚΑΛΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΧΡΙ ΤΩΡΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ**

Οι καλές πρακτικές είναι επιχειρήσεις που μέσα από προγράμματα ενισχύσεις που ήδη έχουν αναφερθεί μέχρι το 2008 βοηθούν για να αναπτυχθούν ή να ιδρυθούν. Πιο αναλυτικά θα γίνει αναφορά στο επόμενο κεφάλαιο για τις καλές πρακτικές. Εδώ θα αναφερθούν ενδεικτικά κάποιες επιχειρήσεις που μέσα από το Επιχειρησιακό Πρόγραμμα "Ανταγωνιστικότητας" ξεπέρασαν τα εμπόδια εισαγωγής τους ή αναπτύχθηκαν πιο πολύ από ότι ήταν. Αυτό το πρόγραμμα βοηθάει μέσω της χρηματοδότησης που γίνεται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και να απευθύνεται αποκλειστικά σε επιχειρήσεις που ανήκουν στην περιφέρεια της Ελλάδας.

Αρχικά η επιχείρηση είναι το <<Mountain Action>>¹⁰⁵ το πρόγραμμα υλοποιήθηκε στην Περιφέρεια της Στερεάς Ελλάδας από το νομό Ευρυτανίας στο δήμο Καρπενησίου. Το ποσό χρηματοδότησης ήταν 58.644,17 ευρώ δηλαδή το 50% όλου του έργου. Η περίοδος υλοποίησης του έργου ήταν 15/6/2001- 31/12/2006. το <<Mountain Action>> είναι ένα γραφείο γενικού τουρισμού με ειδίκευση στην οργάνωση υπαίθριων δραστηριοτήτων και στην εκπαίδευση ορεινών σπορ. Οι άνθρωποι που συνεργάζονται στο γραφείο είναι άτομα ειδικευμένα και για την υλοποίηση του προγράμματος συνεργάστηκαν με ειδικευμένα στελέχη και διπλωματούχους εκπαιδευτές για να προσαρμόσουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας και μέγιστης ασφάλειας.

Αυτό το πρόγραμμα εισάγεται από το ΕΠΑΝ και ο άξονας προτεραιότητας είναι η στήριξη και η ενθάρρυνση επιχειρηματικότητας με την ενίσχυση της νεανικής επιχειρηματικότητας.

Επόμενο παράδειγμα είναι η επιχείρηση ALUMINCO¹⁰⁶ που είναι ανώνυμη εταιρία αλουμινίου και συναφών μετάλλων. Εδρεύει στα Οινόφυτα Βοιωτίας η περίοδος υλοποίησης του προγράμματος είναι 22/12/2003-30/10/2006. Η χρηματοδότηση φτάνει το ποσοστό 32,5% δηλαδή τα 176.000 ευρώ το ταμείο είναι το ΕΤΠΑ.

Το πρόγραμμα χρηματοδοτεί ένα έργο για την εγκατάσταση συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και εγκατάσταση εξοπλισμού για να μειωθούν οι ρύποι των φούρνων τήξεως του αλουμινίου. Μέσω του προγράμματος εφαρμόζονται μέθοδοι και τεχνολογίες σε ευρωπαϊκό επίπεδο. Επίσης εγκαθιστούν εξοπλισμούς για μείωση των σωματιδίων και της σκόνης για να μειωθούν τα απόβλητα αερίων. Πολύ σημαντικό κομμάτι που προκύπτει μέσα από την ενίσχυση της περιβαλλοντικής συνειδήσεις η ασφάλεια του εργαζομένου, η οικονομία στις πρώτες ύλες, βελτιώνεται η εικόνα της επιχείρησης προς τα έξω και αυξάνεται η ανταγωνιστικότητα.

Αυτό το πρόγραμμα έχει άξονα προτεραιότητας την στήριξη και ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας και την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στο τομέα του περιβάλλοντος.

¹⁰⁵ Internet sites: http://epan2.antonistikotita.gr/uploads/6_MOUNTAIN_ACTION_GR.pdf

¹⁰⁶ Internet sites: http://epan2.antonistikotita.gr/uploads/9_ALUMINCO.pdf

Ένα ακόμα παράδειγμα είναι η επιχείρηση Αρβανιτίδης ΕΠΕ που είναι μια εταιρία με εκδόσεις και εκτυπώσεις. Η έδρα της επιχείρησης είναι στον Ύπατο της Θήβας. Η περίοδο υλοποίησης του προγράμματος είναι 25/5/2005-18/5/2007, το ποσό της χρηματοδότησης φτάνει στο 65% δηλαδή 996.700 ευρώ από το ταμείο ΕΤΠΑ.

Το επενδυτικό έργο είναι η εγκατάσταση εξειδικευμένου και σύγχρονου παραγωγικού εξοπλισμού για να γίνεται παραγωγή νέων ψηφιακών προϊόντων εκτύπωσης. Μέσω του επιχειρηματικού σχεδίου η επιχείρηση αναπτύχθηκε τεχνολογικά ώστε να αυξηθεί ποσοτικά και ποιοτικά η παραγωγική δυνατότητα επίσης μείωσε τα ελαττωματικά προϊόντα. Με τα συγκεκριμένα τεχνολογικά μέσα η επιχείρηση μπόρεσε να ανταπεξέλθει στην αυξημένη ζήτηση της παραγωγής και να μείωση το κόστος παραγωγής με αύξηση του μεικτού περιθωρίου.

Αυτό το πρόγραμμα έχει ως άξονας προτεραιότητας την στήριξη και την ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας πιο συγκεκριμένα την ενίσχυση ανταγωνιστικότητας των ΜΜΕ και ΠΜΕ.

Η επιχείρηση PIPELIFE¹⁰⁷ Α.Ε. είναι μια εταιρία που επενδύει πάνω στο περιβάλλον. Η έδρα της είναι στο 5^ο χλμ Πέο Θήβας-Χαλκίδας με περίοδο υλοποίησης του έργου 15/4/2003- 4/4/2005, το ποσοστό χρηματοδότηση του κυμάνθηκε στο 32,5% πιο συγκεκριμένα δόθηκαν 175.500 ευρώ από το ΕΤΠΑ.

Το έργο της επένδυσης περιλαμβάνει σχεδιασμό, ανάπτυξη και πιστοποίησης του συστήματος Περιβαλλοντικής Διαχείρισης κατά EMAS. Με την χρηματοδότηση η επιχείρηση εγκατέστησε αυτοματοποιημένο σύστημα τροφοδοσίας πρώτων υλών και μια σειρά από φίλτρα σε συγκεκριμένα σημεία παραγωγής. Ως αποτέλεσμα της επένδυσης για την διαχείριση των ρύπων της επιχείρησης είναι η προστασία του περιβάλλοντος, η μείωση του κόστους, η αύξηση της ανταγωνιστικότητας και πιο ασφαλές περιβάλλον εργασίας για τους εργαζομένους.

Αυτό το πρόγραμμα έχει ως άξονας προτεραιότητας την στήριξη και την ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητας με συγκεκριμένο στόχο την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στο τομέα του περιβάλλοντος.

Τελευταίο παράδειγμα είναι η ΕΛΦΙΚΟ ΑΕΕ που είναι εταιρία με επενδύσεις για την εξοικονόμηση ενέργειας. Εδρεύει στο Σχηματάρι Βοιωτίας με περίοδο υλοποίησης 23/11/2001-15/6/2007 και η χρηματοδότηση είναι στο 22,5% με 1.636.14 ευρώ το χρηματικό ποσό του ΕΤΠΑ.

Έπειτα η εταιρία <<ΜΟΝΟΛΙΘΟΣ>> που δραστηριοποιείται στην συλλογή απενεργοποιημένων καταλυτών μετατροπών οχημάτων. Η εταιρία αυτή συλλέγει τους καταλύτες, τους αποθηκεύει προσωρινά και τους εξάγει έπειτα στο εξωτερικό για ανακύκλωση που αφορά πολύτιμα μέταλλα.

Τέλος ο τουρισμός προωθεί αρκετά την περιβαλλοντική συνείδηση αρκετές επιχειρήσεις έχουν λάβει κάποιες δραστηριότητες για την προστασία του περιβάλλοντος. Όπως μια μικρή οικογενειακή επιχείρηση η <<Daphne's club hotel apartments>> που δραστηριοποιείται στο τουρισμό έχοντας 11 διαμερίσματα στο Ξυλόκαστρο Κορινθίας και παρέχει τουριστικές υπηρεσίες. Η επιχείρηση κάνει προσπάθειες για περιβαλλοντική ενίσχυση με την ανακύκλωση χαρτιού και

¹⁰⁷ Internet sites: http://epan2.antonistikotita.gr/uploads/14_PIPELIFE_HELLAS.pdf

μπαταρίες, την κομποστοποίηση οργανικών απορριμμάτων, την χρήση ενεργειακών λαμπτήρων, την χρήση βιολογικών προϊόντων για τα πρωινά οικολογικά στρώματα στα κρεβάτια και η παροχή ποδηλάτου στους πελάτες για τις μετακινήσεις τους κατά την φιλοξενία τους. Τέλος ενεργοποιείται και σε άλλες περιβαλλοντικές δράσεις ανεξάρτητα από τον τουρισμό όπως δεντροφυτεύσεις και καμπάνιες για περιβαλλοντική συνείδηση.

Μέσω του ΕΠΑΝ δόθηκαν οικονομικά κίνητρα για να γίνουν επενδύσεις σε εξοικονόμηση συμβατικής ενέργειας και Αναλώσιμων Πηγών Ενέργειας. Οι επενδύσεις εξοικονόμησης ενέργειας έγιναν για την ίδια βιομηχανία η οποία καταναλώνει πολύ μεγάλες ποσότητες ενέργειας που σηματοδοτεί την έναρξη της αυξημένης ανταγωνιστικότητας. Το έργο παρείχε ηλεκτρομηχανολογικές εγκαταστάσεις και προμηθεύτηκε ενεργειακό εξοπλισμό μειωμένης κατανάλωσης για να εξοικονόμηση θερμική και ηλεκτρική ενέργεια. Η επένδυση αυτή το ενεργειακό ισοζύγιο της χώρας αφού ήταν αρκετά μεγάλη ώστε να την επηρεάσει, μείωσε τα λειτουργικά έξοδα της επιχείρησης και το κόστος παραγωγής.

Ο άξονας προτεραιότητας είναι η στήριξη και η ενθάρρυνση της επιχειρηματικότητα και πιο συγκεκριμένα η ενίσχυση επενδύσεων σε συστήματα συμπαραγωγής ΑΠΕ και εξοικονόμηση ενέργειας.

Γενικότερα στο κεφάλαιο αυτό αναφέρθηκαν προγράμματα ενίσχυσης της επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα και την Ευρώπη από το 2000-2008. Συζητήθηκαν τα σημαντικότερα θέματα που πρέπει να επιλυθούν για να υπάρξει μια ομαλή εξέλιξη της επιχειρηματικότητας όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά και στην Ευρώπη. Η Ευρωπαϊκή Ένωση μέσα από Συνόδους αναφέρει χαρακτηριστικά και επανειλημμένα την κοινή πορεία όλων των χωρών της Ευρώπης. Έτσι και για αυτόν τον λόγο μέσα από προγράμματα χρηματοδότησης ενισχύει την Ελλάδα για να αναπτυχθεί η επιχειρηματικότητα σωστά χωρίς να υπάρχουν εμπόδια. Μέσω της Ε.Ε. που προτείνει στην Ελλάδα κάποια μέτρα ενισχύσεις, η ελληνική κυβέρνηση έχει νομοθέτηση πιο ευνοϊκούς νόμους ώστε να δίνει κίνητρα στους Έλληνες πολίτες να προβούν σε μια επιχειρηματική δραστηριότητα ειδικότερα σε γυναίκες, νέους και σε μειονότητες του πληθυσμού.

Τα βασικά θέματα των σύγχρονων οικονομιών αλλά και όλου του οικονομικού συστήματος μιας χώρας είναι οι διαρθρωτικές αλλαγές και οι μεταρρυθμίσεις στη δημοσιονομική και νομισματική πολιτική. Το βασικό πρόβλημα των δημοσιονομικών ελλειμμάτων σε πολλές χώρες αναιρεί την θεωρία ότι μόνο οι υποανάπτυκτες χώρες έχουν δημοσιονομικά ελλείμματα καθιστώντας αναγκαία την αναζήτηση και εφαρμογή δημοσιονομικών λύσεων.

Δραματική ήταν και η πτώση των επενδύσεων και της κατανάλωσης για το 2011. Πιο συγκεκριμένα η συνολική καταναλωτική δαπάνη διαμορφώθηκε στο 7,9%. Ενώ οι ακαθάριστες επενδύσεις πάγιου κεφαλαίου μειώθηκαν κατά 22,2%.

Σε ένα ακόμα τομέα που υπήρχε δραματική μείωση είναι το έλλειμμα του εμπορικού ισοζυγίου διαμορφώνεται το 2011 στο 31,8%. Πιο συγκεκριμένα υπήρξε μείωση στο 6,1% για τις εξαγωγές των αγαθών ή υπηρεσιών και 14,2% μείωση για τις εισαγωγές αγαθών ή υπηρεσιών.

➤ **ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΔΡΑΣΗΣ: ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΑΤΖΕΝΤΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ**

Το Πρόγραμμα Δράσης για την επιχειρηματικότητα συντάχθηκε στις Βρυξέλες το 2004. με αφορμή την Πράσινη Βίβλο για την επιχειρηματικότητα το ευρωπαϊκό συμβούλιο συγκλήθηκε για να μπορέσει να δώσει λύση στα προβλήματα που ανέδειξε η Πράσινη Βίβλος. Το Πρόγραμμα Δράσης¹⁰⁸ παρέχει ένα στρατηγικό πλαίσιο για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στις ευρωπαϊκές χώρες. Στην ουσία προσπαθεί να βρει λύσεις στα προβλήματα που ανέδειξε η Πράσινη Βίβλος συμπληρώνοντας το πρόγραμμα δράσης για τις επιχειρήσεις και την επιχειρηματικότητα που έχει ήδη ξεκινήσει από το 2000.

Το Πρόγραμμα Δράσης έθεσε πέντε (5) στρατηγικούς τομείς¹⁰⁹ πολιτικής για την ώθηση περισσότερων ατόμων να αναλάβουν επιχειρηματική δραστηριότητα. Αυτοί οι πέντε τομείς είναι:

1. Καλλιέργεια επιχειρηματικής νοοτροπίας
2. Παρότρυνση περισσότερων ατόμων να γίνουν επιχειρηματίες
3. Προετοιμασία των επιχειρηματιών για την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα
4. Βελτίωση της ροής της χρηματοδότησης
5. Δημιουργία φιλικότερου κανονιστικού και διοικητικού πλαισίου για τις ΜΜΕ.

Επίσης μέσα στο Πρόγραμμα Δράσης θέτει μια σειρά από καίριες δράσεις που θα αρχίζουν να εφαρμόζονται από το 2004 και μετά. Πιο κάτω θα αναπτυχθούν οι στρατηγικοί τομείς.

Ο πρώτος τομέας είναι η καλλιέργεια επιχειρηματικής νοοτροπίας με αυτήν την κίνηση η Ευρώπη προσπαθεί να αναδείξει τις ικανότητες και τα προσόντα ατόμων που θέλουν να ασχοληθούν με τις επιχειρήσεις. Έτσι η επιτροπή διοργανώνει εκδηλώσεις για την επιχειρηματικότητα σε αρκετές χώρες της Ε.Ε. ώστε να αναπτυχθεί η επιχειρηματική νοοτροπία. Επίσης προωθεί την εκπαίδευση για την επιχειρηματικότητα που θα είναι διαθέσιμη σε ερευνητές και σε μαθητές. Η καίρια δράση είναι η επιχειρηματικότητα μεταξύ των νέων. Το 2004 διοργανώνεται συγκριτική διαδικασία αξιολόγησης για την χρήση των ΜΜΕ. Ενώ το 2005 μέσα από έμπειρη ομάδα παρουσιάζεται παράγοντες τις επιτυχίας και κινδύνου για την επιχειρηματικότητα. Γενικά η επιτροπή προωθεί σε όλα τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. να διεξαχθέν εκπαιδευτικά σεμινάρια για την επιχειρηματικότητα.

Ο δεύτερος τομέας είναι η παρότρυνση περισσότερων ατόμων να γίνουν επιχειρηματίες. Για να ωθήσουν τα άτομα να γίνουν επιχειρηματίες θα πρέπει να βελτιώσουν κάποια πράγματα όπως την γραφειοκρατία στην έναρξη επιχείρησης, την επιχειρηματική αποτυχία, το σύστημα κοινωνικής ασφάλισης, την μεταβίβαση επιχειρήσεων και κοινωνικά θέματα του πληθυσμού της κάθε χώρας. Η καίρια δράση του προγράμματος είναι ο σιγματισμός της αποτυχίας. Έτσι η επιτροπή το 2004 θα κατάρτιση ένα οδηγό με τις αρχές της πτώχευσης ώστε να αναπτύσσει μέσα τους λόγους αποτυχίας, τους φραγμούς και μια ευκαιρία για νέα αρχή. Αυτό θα βοηθήσει ώστε να μειωθεί το αίσθημα τις αποτυχίας και οι επιχειρηματίες να αντιμετωπίζουν τα χρηματοοικονομικά προβλήματα χωρίς φόβο.

Ο τρίτος τομέας είναι η προετοιμασία των επιχειρηματιών για την ανάπτυξη και την ανταγωνιστικότητα. Βασικός στόχος του προγράμματος δράσης είναι η ανάπτυξη της γυναικείας επιχειρηματικότητας και τις επιχειρηματικότητας που προέρχεται από

¹⁰⁸ Internet sites: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2004:0070:FIN:EL:PDF>

¹⁰⁹ Internet sites: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2004:0070:FIN:EL:PDF>

εθνικές μειονότητες. Η διεθνοποίηση παρέχει πρόσβαση στην ευρύτερη αγορά και αναπτύσσει τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα των επιχειρήσεων. Έπειτα η επιτροπή προωθεί δίκτυα, εκδηλώσεις συνεργασίας και ομίλους που βοηθούν στην συνεργασία στρατηγικών σχέσεων. Το Συμβούλιο θα αύξηση της επενδύσεις σε έρευνα και τεχνολογική ανάπτυξη ώστε να παρέχει κονδύλια για τις ΜΜΕ. Επίσης ενσωματώνει την γνώση στα ΜΜΕ για να προώθηση την καινοτομία και την δημιουργικότητα μέσω ανταλλαγή πείρας σε ευρωπαϊκό και ενδοχώριο επίπεδο. Τέλος η Επιτροπή θα προσπαθήσει να συγκεντρώσει σωστές πολιτικές για να εμφανιστούν περισσότερο Ταχέως Αναπτυσσόμενες Επιχειρήσεις (ΤΑΕ).

Η καίρια δράση του προγράμματος είναι η στήριξη της γυναίκας και των εθνικών μειονοτήτων. Αυτό θα μπορούσε να υλοποιηθεί με την ανταλλαγή πρακτικών μελετών για τις ανάγκες των επιχειρήσεων και την βοήθεια τους. Για περιπτώρων ενίσχυση παροτρύνει δημιουργία δικτύων για την σωστή ενημέρωση των μειονοτήτων. Μέσω των δικτύων το πρόγραμμα αναφέρει ότι καίρια δράση είναι και η στήριξη των επιχειρήσεων για την δημιουργία διαπροσωπικών σχέσεων. Αυτά τα δίκτυα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για σωστή πληροφόρηση και ανταλλαγή εμπειριών. Το 2004 θα έχουν δημιουργηθεί κέντρα επιχειρηματικής καινοτομία, ευρωπαϊκά κέντρα πληροφόρησης που θα έχουν υποστηρικτικά μέσα για πληροφορίες και για οργάνωση εκδηλώσεων. Αυτό το βήμα είναι πολύ σημαντικό για τις ΜΜΕ γιατί μπορούν πιο εύκολα να συμβουλευονται για την επιχειρηματική τους δραστηριότητα.

Ο τέταρτος τομέας είναι η βελτίωση της ροής της χρηματοδότησης. Είναι ένας πολύ σημαντικός κομμάτι γιατί χωρίς την χρηματοδότηση ανάπτυξη στην επιχείρηση δεν μπορεί να υπάρξει. Η Επιτροπή θα βοηθήσει τους αρμόδιους φορείς να χαράξουν μια πολιτική για την στήριξη και την αξιολόγηση των κινδύνων. Όστε να βελτιωθεί το χρηματοοικονομικό περιβάλλον και να δίνονται πιο εύκολα δάνεια για μικρές επιχειρήσεις. Επίσης θα παροτρύνει την διαθεσιμότητα κεφαλαίων επιχειρηματικού κινδύνου, χρηματοδότηση επιχειρηματικών αγγέλων και επενδύσεις από ιδιώτες.

Τέλος ο πέμπτος τομέας είναι η δημιουργία φιλικότερου κοινωνικού και διοικητικού πλαισίου για τις ΜΜΕ. Σύμφωνα με το Συμβούλιο θα πρέπει να μειωθούν οι επιβάρυνσης στα ΜΜΕ όσο αφορά την φορολογία, την απασχόληση και το περιβάλλον. Το 2002 η Επιτροπή παρουσίασε ένα πρόγραμμα για την βελτίωση της νομοθεσίας. Επίσης σημαντική είναι η εσωτερική αγορά που έχει αναπτυχθεί πολλοί όμως υπάρχουν ακόμα πολλά εμπόδια. Η στρατηγική 2003-2006 για την εσωτερική αγορά προσπάθησε να λάβει κάποια μέτρα πιο βέλτιστης αντιμετώπισης των ΜΜΕ. Η Επιτροπή του 2004 ανέπτυξε το θέμα για τις κρατικές ενισχύσεις των ΜΜΕ που δεν θα επηρεάσουν τον ανταγωνισμό. Οι καίριες δράσης έχουν να κάνουν αρχικά με την άποψη των ΜΜΕ αυτό γίνεται από διάφορες απόψεις και συζητήσεις που αντιμετωπίζει η συγκεκριμένη Επιτροπή για την βελτίωση φλέγων θεμάτων των ΜΜΕ. Αυτό το πρόγραμμα γίνεται ξεχωριστά για κάθε κράτος-μέλος και το 2005 θα παρουσιαστούν οι βέλτιστες λύσεις και η χάραξη της πολιτικής. Έπειτα ασχολήθηκαν με την νομοθετική φορολογία των ΜΜΕ. Δηλαδή οι υποχρεώσεις και οι κανονισμοί του Φόρου Προστιθέμενης Αξίας (ΦΠΑ) που διαθέτει κάθε κράτος. Η Επιτροπή πρότεινε το 2004 ένα ενιαίο σύστημα πρόσβασης από εταιρίες που εδρεύουν σε κράτη-μέλη της Ε.Ε. για τις υποχρεώσεις τους στο ΦΠΑ και σε ένα σύστημα ενιαίας φορολογικής αρχής.

Ως αποτέλεσμα προκύπτει ότι το πρόγραμμα δράσης έχει θέσει στόχους που θα πρέπει να επιτευχθούν με την βοήθεια των αρμόδιων φορέων και των κρατών της Ε.Ε. Αυτό θα γίνει με την απόφαση μιας κοινής πολιτικής που θα συμφωνήσει όλη η Ε.Ε. Όπως διαπιστώθηκε η βαρύτητα στην επιχειρηματικότητα των ΜΜΕ. Δόθηκαν κάποια καίρια σημεία δράσης που είναι η φορολογία, η χρηματοδότηση και γενικά το

νομοθετικό πλαίσιο της Ε.Ε. και του κάθε κράτους-μέλους. Μέσα από αυτά τα προγράμματα δράσης ο επιχειρηματίας αποκτά διεθνές γνώσεις και γίνονται κινήσεις βελτίωσης της επιχειρηματικής δραστηριότητας.

➤ **ΟΙ ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΟΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ**

Σε αυτό το κομμάτι αναφέρονται οι προτεραιότητες που έχει θέση η Ευρωπαϊκή Ένωση για να αντιμετωπίσει γενικότερα την οικονομική κρίση και πιο συγκεκριμένα στον τομέα της επιχειρηματικότητας, την ανάπτυξη της καινοτομίας και την ανταγωνιστικότητα. Αυτά όμως γίνονται με βάση όλα τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. και προσπαθεί να θέσει στόχους και με ποιους τρόπους θα τους επιτύχει καθώς επίσης τι πρέπει να γίνει για κάθε κράτος που προσπαθεί να βγει πιο δυνατό από την οικονομική κρίση.

Φυσικά η Ελλάδα ανήκει στις χώρες της Ε.Ε. και αυτοί οι στόχοι και τα μέτρα την αφορούν άμεσα. Όμως όπως έχει αναφερθεί αντιμετωπίζει πολλά προβλήματα και η λύση της δεν είναι τόσο εύκολη γιατί πρέπει να γίνουν αλλαγές σε πολλούς τομείς της οικονομίας και του κράτους ώστε να αναπτυχθεί η επιχειρηματικότητα και η καινοτομία.

➤ **ΟΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ ΤΟΥ 2020¹¹⁰**

Η Σύνοδος της Ευρωπαϊκής Επιτροπής συναντήθηκαν για να συζητήσει την στρατηγική για την Ευρώπη του 2020. αυτό το γεγονός έγινε στις 3 Μαρτίου 2010 με αφορμή την τρέχουσα κρίση που μαστίζει όλο τον κόσμο. Η Ευρώπη χρειάζεται μια στρατηγική που θα βοηθήσει να βγούμε από την κρίση και θα την κάνει πιο ισχυρή και πιο ανταγωνιστική. Για αυτό η στρατηγική της Ευρώπης 2020 έθεσε τρεις προτεραιότητες: 1) την έξυπνη ανάπτυξη που στηρίζεται στην γνώση και καινοτομία, 2) διατηρήσιμη ανάπτυξη να χρησιμοποιούνται σωστά οι πόροι, για να υπάρχει πράσινη ανάπτυξη και ανταγωνιστική οικονομία., 3)ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς όσο των δυνατών η κοινωνική και εδαφική συνοχή.

Αρχικά η Ε.Ε. καθορίζει κάποιους στόχους μέχρι το 2020 και αυτοί είναι το 75% του πληθυσμού 20-64 ετών να έχει απασχόληση. Να γίνονται επενδύσεις σε Ε&Α τουλάχιστον 3% του ΑΕΠ. Επίσης στοχεύουν ως προς την κλιματική ενέργεια. Έπειτα έχει να κάνει με την εκπαίδευση τουλάχιστον το 40% των νέων να έχουν πτυχίο τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και τέλος οι άνθρωποι που ζουν στην φτώχεια πρέπει να μειωθούν στους 20 εκ.

Πέρα από τους στόχους που έχει θέσει και τις προτεραιότητες συνεχίζει να εμβαθύνει σε πολλούς τομείς που αφορούν τις προτεραιότητες. Για να επιτευχθούν όλα αυτά θα πρέπει να λάβουν πολλά μέτρα και να δρουν σε ένα ενιαίο πλαίσιο. Η Επιτροπή πέρα από τις προτεραιότητες προτείνει επτά (7) πρωτοβουλίες που θα έχουν

¹¹⁰ Inetrnet site:

http://portal.tee.gr/portal/page/portal/INTER_RELATIONS/espa/info/%C5%C5_2020.pdf

καταλυτικό χαρακτήρα για τις τρεις προτεραιότητες. Αρχικά πρότειναν την <<Ένωση καινοτομίας>> είναι ένας σημαντικός παράγοντας που θα πρέπει να χρηματοδοτούν τέτοια προγράμματα ώστε οι οικονομικές ιδέες να γίνονται προϊόντα ή υπηρεσίες και έτσι να δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας. Έπειτα είναι η <<Νεολαία σε κίνηση>> που είναι η κατάρτιση εκπαιδευτικών προγραμμάτων για να διευκολύνουν τους νέους στην είσοδο της αγοράς εργασίας. Μια άλλη πρωτοβουλία είναι το <<Ψηφιακό θεματολόγιο για την Ευρώπη>> που είναι η ανάπτυξη των υπηρεσιών πρόσβασης στο διαδίκτυο υψηλής ταχύτητας. Επίσης είναι <<Μια Ευρώπη που χρησιμοποιεί αποτελεσματικά τους πόρους>>¹¹¹ αυτή η πρωτοβουλία έχει να κάνει με την ενίσχυση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας ώστε να μην κατασπαταλώνται άλλοι πόροι για την οικονομική ανάπτυξη. Καθώς επίσης έχουν πρωτοβουλία <<Μια βιομηχανική πολιτική για την εποχή της παγκοσμιοποίησης >> που θέλει με αυτόν τον τρόπο να στηρίξει τις ΜΜΕ και να ενισχύσει τον ανταγωνισμό σε παγκόσμιο επίπεδο. Έπειτα είναι η <<Ατζέντα για νέες δεξιότητες και θέσεις εργασίας>> που ενισχύει τις δεξιότητες με την παροχή δυνατοτήτων και κινήτρων με σκοπό την ενεργή θέση των πολιτών στην απασχόληση και την προσφορά και την ζήτηση στην αγορά εργασίας. Τέλος είναι <<Η Ευρωπαϊκή πλατφόρμα για την καταπολέμηση της φτώχειας>> ενισχύει τις νέες θέσεις εργασίας ώστε να μπορούν να εργαστούν τα άτομα που ζουν στην φτώχεια και στον κοινωνικό αποκλεισμό.

Αυτά που αναφέρθηκαν ήταν μια μικρή αναφορά των προτεραιοτήτων που έχει θέση η Ε.Ε. για να αναπτυχθεί η Ευρώπη και να βγει από την κρίση πιο ανταγωνιστική.

ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ 1^η Έξυπνη Ανάπτυξη-μια οικονομία βασισμένη στην γνώση και την καινοτομία.

Γενικά με το πρώτο εννοεί της ενίσχυση της γνώσης και της καινοτομίας ως πρωταρχικό παράγοντα της οικονομικής ανάπτυξης. Επομένως η Ευρώπη θα πρέπει να δραστηριοποιηθεί στην καινοτομία που οι δαπάνες για Ε&Α είναι χαμηλότερη σε σύγκριση με τις μεγάλες χώρες παγκοσμίως. Πιο συγκεκριμένα η Ευρωπαϊκή Επιτροπή θα πρέπει να καταρτίσει ένα στρατηγικό ερευνητικό πρόγραμμα που θα έχει ως στόχο την κλιματική αλλαγή και την χρησιμοποίηση πόρων. Έπειτα μπορεί να κάνει ένα ενιαίο πλαίσιο για επιχειρήσεις στον τομέα της καινοτομίας όπως για ένα ενιαίο Ευρωπαϊκό δίπλωμα ευρεσιτεχνίας. Επίσης μπορούν να κάνουν ευρωπαϊκές συμπράξεις καινοτομίας σε επίπεδο Ε.Ε. ώστε μέσω της ανάπτυξης και των τεχνολογιών να επιλυθούν αρκετά προβλήματα. Τέλος να αναπτυχθεί ο ρόλος των μέσω της Ε.Ε. για να στηρίξει την καινοτομία και να ενσωματώνεται η εκπαίδευση των επιχειρήσεων για να προωθηθούν νέες καινοτόμες επιχειρήσεις.

Έπειτα έχει ως στόχο την εκπαίδευση, κατάρτιση και δια βίου μάθηση. Γενικά το επίπεδο εκπαίδευσης της Ε.Ε. δεν είναι και τόσο καλό σε σχέση με άλλα κράτη του πλανήτη για να γίνει πιο κατανοητό μόνο δύο ευρωπαϊκά πανεπιστήμια βρίσκονται στην λίστα των 20 καλύτερων πανεπιστημίων του κόσμου. Επομένως η Επιτροπή έχει ως σκοπό την ενίσχυση των προγραμμάτων της Ε.Ε. για την κινητικότητα των φοιτητών και των ερευνητών σε πανεπιστήμια όπως το πρόγραμμα ERASMUS. Να κάνει προγράμματα εκσυγχρονισμού στην τριτοβάθμια εκπαίδευση για τις επιχειρήσεις. Να προωθήσει τους τρόπους της επιχειρηματικότητας μέσω της εκπαίδευσης νέων επαγγελματιών. Τέλος να δημιουργήσει ένα πλαίσιο για την απασχόληση των νέων ώστε να μειώσει την ανεργία στους νέους.

¹¹¹ Internet site: http://ec.europa.eu/europe2020/index_el.htm

Τέλος έχει ως στόχο την Ψηφιακή κοινωνία. Η Ευρώπη υστερεί στο διαδίκτυο υψηλής ταχύτητας που αυτό σημαίνει ότι δεν μπορεί να αναπτύσσει την καινοτομία σε σχέση με την παγκόσμια τεχνολογική πρόοδο. Ο στόχος είναι να ανατηχθούν οικονομικά και κοινωνικά ωφέλει μέσα από μια ενιαία ψηφιακή αγορά με υψηλότερες ταχύτητες στο διαδίκτυο. Ο σκοπός της Επιτροπής είναι η νομοθέτηση ενός πλαισίου για την προσέλκυση επενδύσει για μια πιο ανταγωνιστική τεχνολογική εξέλιξη στην υψηλή ταχύτητα του διαδικτύου. Να χρηματοδοτήσει τα ταμεία της Ε.Ε. για την υλοποίηση του προγράμματος. Να δημιουργήσει μια ενιαία αγορά μέσω διαδικτυακής σύνδεσης που θα γίνεται με ασφάλεια και τέλος να κάνει αλλαγές στα ταμεία Έρευνας και Καινοτομίας και να ενισχύσει το ταμείο ΤΠΕ ώστε να ενισχυθεί τεχνολογική ισχύει της Ευρώπης.

ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ 2^η Διατηρήσιμη Ανάπτυξη-προώθηση μας πιο πράσινης και πιο ανταγωνιστικής οικονομίας στην οποία οι πόροι θα χρησιμοποιούνται πιο αποδοτικά.

Γενικά με την δεύτερη προτεραιότητα εννοεί την ενίσχυση μιας οικονομίας που θα είναι πιο βιώσιμη και πιο ανταγωνιστική στην οποία οι πόροι θα χρησιμοποιούνται πιο αποδοτικά. Αναπτύσσει νέες πράσινες τεχνολογίες ώστε να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα των ΜΜΕ. Η Ε.Ε. κάνει εξαγωγές σε όλο τον κόσμο για αυτό θα πρέπει να αυξήσουμε την ανταγωνιστικότητα μέσω της αύξησης της παραγωγικότητας. Επίσης η Ε.Ε. διαθέτ μεγάλο πλεονέκτημα στην πράσινη επιχειρηματικότητα σε σχέση με τα άλλα κράτη. Για αυτό θα πρέπει να κρατήσει ηγετική θέση στην αγορά πράσινων τεχνολογιών.

Έπειτα η Ε.Ε. θέλει να καταπολεμήσει την κλιματική αλλαγή δηλαδή ως βασικός στόχος είναι να μειωθούν σε γρήγορο χρονικό διάστημα εκπομπές των ρύπων και μέσω αξιοποίηση νέων τεχνολογιών να απομονωθεί το διοξείδιο του άνθρακα. Αν γίνει αποδοτική χρήση των πόρων εξοικονομώντας χρήματα και προωθείται η οικονομική ανάπτυξη. Πιο συγκεκριμένα στόχος της Ε.Ε. είναι να υποβάλλονται προτάσεις για την απαλλαγή του διοξειδίου του άνθρακα. Να ολοκληρωθεί η εσωτερική αγορά ενέργειας ώστε να υπάρξει στρατηγικό σχέδιο ενεργειακών τεχνολογιών. Να θεσπίσει σχέδιο δράσης για την ενεργειακή αποδοτικότητα ώστε να στηριχθούν οι ΜΜΕ και τα νοικοκυριά, και να χρησιμοποιηθούν τα ταμεία μέσω νέων χρηματοδοτήσεων. Τέλος το περιβάλλον είναι πολύ σημαντικό φια αυτό πρέπει να διαμορφωθεί σχέδιο δράσης με τεχνολογικές αλλαγές μέχρι το 2050.

Τέλος υπάρχει η καθαρή και αποδοτική ενέργεια ευνοούνται οι στόχοι για να εξοικονομηθούν 60 δις ευρώ από εισαγωγές πετρελαίου και φυσικού αερίου μέχρι το 2020. Μέσω των επενδύσεων στις αναλώσιμες πηγές ενέργειες η Ε.Ε. εκτός της χρηματικής εξοικονόμησης δημιουργεί πάνω από 600.000 νέες θέσεις εργασίας. Η Ε.Ε. θα πρέπει να έχει ως στόχο την βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος και ιδίως των ΜΜΕ, να προώθηση την δημιουργία συστάδων επιχειρήσεων. Να δημιουργήσει τεχνολογικές μεθόδους για την παραγωγή ώστε να περιορίσουν την χρήση των φυσικών πόρων και να αυξηθούν οι επενδύσεις σε αυτό το τομέα.

ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ 3^η Ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς-μια οικονομία με υψηλά ποσοστά απασχόλησης που επιτυγχάνει οικονομική, κοινωνική και εδαφική συνοχή.

Γενικότερα ανάπτυξη χωρίς αποκλεισμούς εννοούν να παρέχουν στους πολίτες εκπαίδευση, δεξιότητες και να καταπολεμήσουν την φτώχεια. Μέσω των υψηλών ποσοστών απασχόλησης, αυτό θα να διερευνηθεί σε όλες τις περιφέρειες της Ε.Ε. έτσι ενισχύεται η εδαφική συνοχή. Η Ευρώπη πρέπει να επενδύει πάνω στο ανθρώπινο δυναμικό της για να καταπολέμηση την γήρανση του πληθυσμού και να αυξήσει των ανταγωνισμό της. Πιο συγκεκριμένα ενισχύεται η απασχόληση λόγω των δημογραφικών αλλαγών το ανθρώπινο δυναμικό βρίσκεται σε συρρίκνωση. Μεγάλο

πλήγμα υπέστη από την κρίση το ποσοστό ανεργίας στους νέους που ξεπερνάει το 21%.

Έπειτα οι δεξιότητες πρέπει να ενισχυθούν μέσω της δια βίου μάθησης .κυρίως σε άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο. Απαιτούνται πολλά προσόντα για νέες θέσεις εργασίας. Όπως αναφέρει η στρατηγική της Ευρώπης 2020 στοχεύει να εφαρμόσει ένα πρόγραμμα ώστε να διαχειριστή τα οικονομικά και να αύξηση τα ποσοστά απασχόλησης. Να κάνουν νομοθετικό πλαίσιο για να ενημερώσουν τους νέους για τα νέα πρότυπα ασφάλισης και υγείας στην εργασία. Τέλος να κάνει ένα γενικό πλαίσιο δια βίου μάθησης και αγορά εργασίας που θα αναγνωρίζονται οι δεξιότητες σε μια κοινή πολιτική. Αυτό θα είναι ένα ευρωπαϊκό πλαίσιο δεξιοτήτων, προσόντων και επαγγελματών (ESCO).

Τέλος υπάρχει η καταπολέμηση της φτώχειας που η κρίση έχει προκαλέσει 80 εκ πολίτες να κινδυνεύουν από την φτώχεια. Ακόμα και οι εργαζόμενοι δεν έχουν αρκετά έσοδα και ζουν στα όρια της φτώχειας. Η Επιτροπή έχει ως στόχο να εφαρμόσει ένα πρόγραμμα να δημιουργήσει μια κοινωνική καινοτομία για τα ευάλωτα άτομα που να τους παρέχονται καινοτόμες ευκαιρίες στην εκπαίδευση και στην απασχόληση. Να αναλάβει να διαχειρίζεται σωστά και με τον καλύτερο τρόπο το σύστημα κοινωνικής προστασίας και συνταξιοδότησης. Επίσης να βρουν τρόπους για πιο εύκολη πρόσβαση στα συστήματα υγειονομικής περιθάλψεις.

Συμπερασματικά προκύπτει ότι η στρατηγική της Ευρώπης 2020 έχει επικεντρωθεί σε συγκεκριμένα σημεία δηλαδή στοχεύει σε τρεις βασικούς τομείς. Αυτοί οι τομείς είναι τα σοβαρότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν όλα τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. Φυσικά βάση των προηγούμενων στρατηγικών έγινε η ώθηση για να παρθούν πιο δραστικά μέτρα ώστε να προκύψουν θετικά αποτελέσματα και όντως να βρεθούν αποτελεσματικές λύσεις. Βασικό σημείο και αυτής της στρατηγικής είναι μια ενιαία πολιτική που θα πρέπει να ολοκληρώσουν όλες οι χώρες που ανήκουν στην Ε.Ε. Έχουν διατυπωθεί πάρα πολλές απόψεις γύρω από το θέμα μιας ενιαίας πολιτικής όμως για να γίνει αυτό θα πρέπει να επικεντρωθούν και να ενισχυθούν όλα τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. και να διορθωθούν πολλά προβλήματα που υπάρχουν σε καθένα από αυτά. Για την ενιαία πολιτική θα αναφερθούν δυο λόγια παρακάτω.

➤ **ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΠΕΜΠΤΗΣ ΕΚΘΕΣΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ, ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΚΑΙ ΕΔΑΦΙΚΗΣ ΣΥΝΟΧΗΣ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΣΥΝΟΧΗΣ¹¹²**

Η Ευρώπη του σήμερα μαστίζεται από την οικονομική κρίση για αυτό πρέπει να βρει διεξόδους από την κρίση και να μειώσει την ανεργία και να προάγει μια οικονομία με χαμηλή εκπομπή διοξειδίου του άνθρακα. Για αυτούς τους λόγους πρέπει να δράση γρήγορα σε πολλά μέτωπα σύμφωνα με το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο που ενέκρινε την στρατηγική της Ευρώπης του 2020. Για να γίνουν όλα αυτά πραγματικότητα πρέπει

¹¹² Internet site:

http://portal.tee.gr/portal/page/portal/INTER_RELATIONS/espa/info/conclu_5cr_part1_el%5B1%5D.pdf

να υπάρχει μια πολιτική συνοχή σε όλα τα επίπεδα σε ευρωπαϊκό, σε εθνικό και σε περιφερειακό.

Η πολιτική συνοχή ενισχύει την ανάπτυξη και την ευημερία όλης της Ε.Ε. Για να γίνει αυτό αρχικά θα πρέπει να ενισχυθεί ο στρατηγικός προγραμματισμός. Δηλαδή πρέπει να υπάρχει μια κατευθυντήρια γραμμή που θα ακολουθούν όλα τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. Επομένως να γίνει ένας κοινό στρατηγικό πλαίσιο (ΚΣΠ) που θα έχει ως στόχο τις επενδυτικές προτεραιότητες. Αυτό το πλαίσιο θα ενισχύεται από το Ταμείο Συνοχής, το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο. Επίσης με βάση το ΚΠΣ θα θεσπιστώ μια σύμβαση εταιρικής σχέσης στον τομέα της ανάπτυξης και των επενδύσεων. Αυτό γίνεται για να δώσει προτεραιότητα στις επενδύσεις και να χορηγηθούν πόροι για τους τομείς του προγράμματος ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι. Αυτή η σύμβαση γίνεται το σημείο αναφοράς των συζητήσεων στα εθνικά προγράμματα μεταρρύθμισης και στο συντονισμό των Ταμείων της Ε.Ε. Τέλος υπάρχουν τα επιχειρησιακά προγράμματα (ΕΠ) τα οποία θα είναι τα μόνα χρήσιμα εργαλεία που μετρούν ποσοτικά στοιχεία και αναμένεται στην επίτευξη των εθνικών στόχων που καθορίστηκαν στην στρατηγική της Ευρώπης του 2020.

Κατά την περίοδο 2007-2013 αναπτύχθηκαν νέες μορφές χρηματοδότησης των επενδύσεων. Τα χρηματοοικονομικά μέσα¹¹³ βοηθούν στην δημιουργία νέων μορφών χρηματοδότησης για να μπορέσει να ανταπεξέλθει στις σημερινές ανάγκες των νέων αγορών και να είναι πιο βιώσιμες. Για να βελτιωθούν αυτά τα χρηματοοικονομικά η Ευρώπη του 2020 εξετάζει διάφορα μέτρα. Αρχικά πρέπει να δοθεί μεγαλύτερη σαφήνεια στους κανόνες που θεσπίζονται για τις μορφές ενισχύσεις και για την εκλεξιμότητα των δαπανών. Επίσης θα πρέπει να παρθούν μέτρα για την γενική οικονομική στήριξη των επιχειρήσεων με επιδότηση και με προγράμματα στήριξης. Τέλος είναι η επέκταση του πεδίου εφαρμογής ώστε να συμπεριλαμβάνει νέες δραστηριότητες όπως η κλιματική αλλαγή και το περιβάλλον. Καθώς επίσης να εφαρμόζει τεχνικές χρηματοδότησης που να συνδυάζει την επιδότηση του επιτοκίου με το δανειακό κεφάλαιο.

Τα σημαντικότερο κομμάτι είναι η εδαφική συνοχή που έχει γίνει συζήτηση από την συνθήκη της Λισσαβόνας¹¹⁴. Στην συγκεκριμένη έκθεση έχουν ως στόχο να αποτυπωθεί ένα πρόγραμμα για το αστικό περιβάλλον. Για να επανέλθει η ανάπτυξη στα αστικά κέντρα πρέπει να δημιουργηθούν νέες θέσεις εργασίας. Επίσης οι αστικές περιοχές έχουν πολλά προβλήματα όπως το περιβάλλον και ο κοινωνικό αποκλεισμός. Επομένως για να λυθούν αυτά τα προβλήματα πρέπει μέσα στο πρόγραμμα να αναγράφονται οι στρατηγικές που θα ακολουθήσουν. Έπειτα επισημαίνεται ένα ρυθμιστικό πλαίσιο πολιτικής συνοχής που θα πρέπει να δίνει μεγαλύτερη ευελιξία στην οργάνωση επιχειρησιακών προγραμμάτων. Αυτό θα δίνει μια γενικότερη εικόνα για την ανάπτυξη ως προς την φύση και την γεωγραφία και μπορεί να γίνεται σε εθνικό επίπεδο.

Επίσης η έκθεση επισημαίνει τα γεωγραφικά ή τα δημογραφικά χαρακτηριστικά. Σε όλα τα κράτη-μέλη της Ε.Ε. υπάρχουν ποικιλόμορφα χαρακτηριστικά του πληθυσμού ώστε πρέπει να γίνει προγραμματισμός για να δώσουν κίνητρα σε αυτές τις περιφέρειες για να αναπτυχθούν. Επομένως να λάβουν μέτρα και για απομακρυσμένες περιοχές ώστε να καταπολεμήσουν τα προβλήματα των

¹¹³ Internet site:

http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docoffic/official/reports/cohesion5/pdf/conclu_5cr_part1_el.pdf

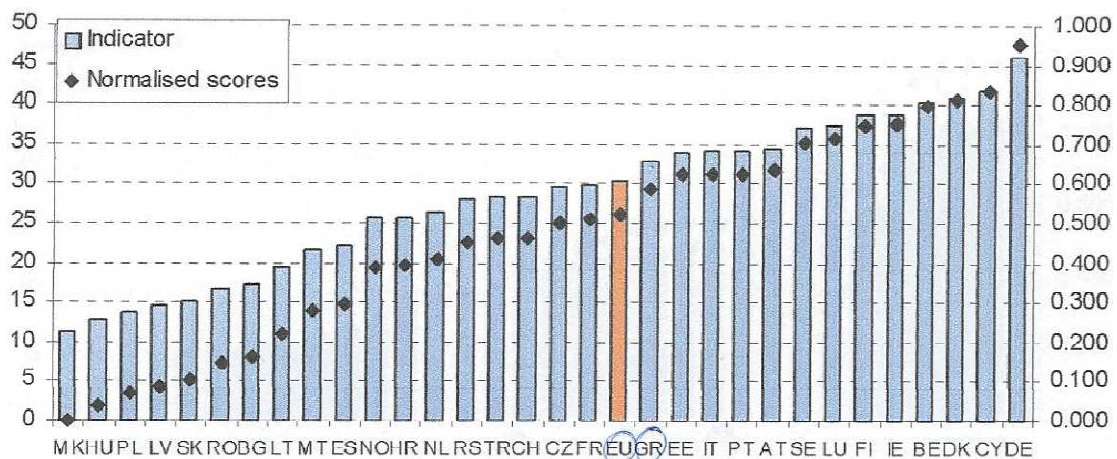
¹¹⁴ Internet site: <http://www.europarl.europa.eu/highlights/el/1001.html>

περιθωριοποιημένων κοινοτήτων. Τέλος όμως για να γίνουν όλα αυτά στην πράξη και να μην μείνουν ως απλή στόχοι η στρατηγική θα πρέπει να εξετάσει πόσα προβλήματα μπορεί να καλύψει ανάλογα με τους διαθέσιμους πόρους της. Συνήθως οι χρηματοδοτικοί πόροι προέρχονται από εθνικά και περιφερειακά προγράμματα που συγχρηματοδοτούνται από την πολιτική συνοχής.

Ως συμπέρασμα προκύπτει ότι η πολιτική συνοχής έχει ως στόχο την ανάπτυξη της Ε.Ε. και των περιφερειών της με την μείωση των περιφερειακών ανισοτήτων. Αυτό που στοχεύει είναι η ενίσχυση της στρατηγικής της Ευρώπης του 2020 που θεωρεί να φτιάξει ένα αναπτυξιακό μοντέλο με τα προβλήματα που αντιμετωπίζει για όλα τα κράτη-μέλη και τις περιφέρειες τους. Αυτό που επιδιώκει είναι μια επενδυτική στρατηγική για να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα να αυξήσει την απασχόληση και την προστασία του περιβάλλοντος. Επομένως η πολιτική συνοχή είναι για να αντιμετωπίσει όλα τα προβλήματα που υπάρχουν όμως προωθεί την εδαφική διάσταση της συνεργασίας. Γενικότερα με μια πολιτική συνοχής μπορούν να φτάσουν οι στόχοι των στρατηγικών σε ένα ικανοποιητικό επίπεδο αφού το πρόβλημα αντιμετωπιστεί στην ρίζα του και όχι επιφανειακά γιατί στοχεύουν στην ενίσχυση όχι μόνο του κράτους αλλά και των περιφερειών.

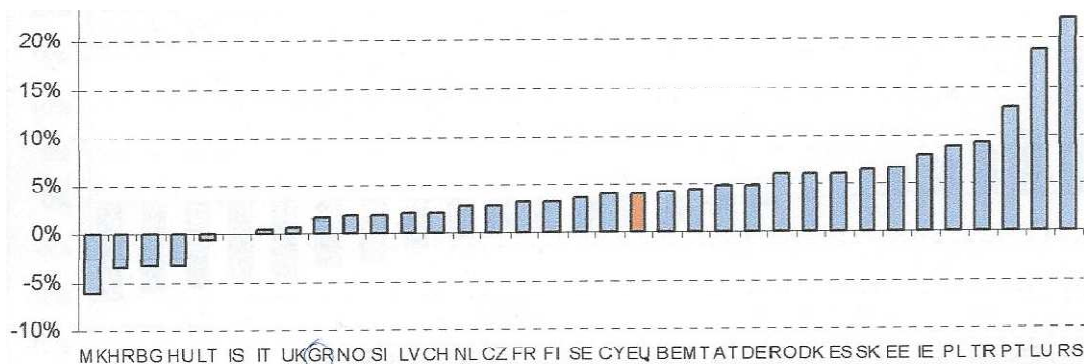
ΠΙΝΑΚΕΣ

Η καινοτομία των ΜΜΕ σε σπίτι ως % των ΜΜΕ



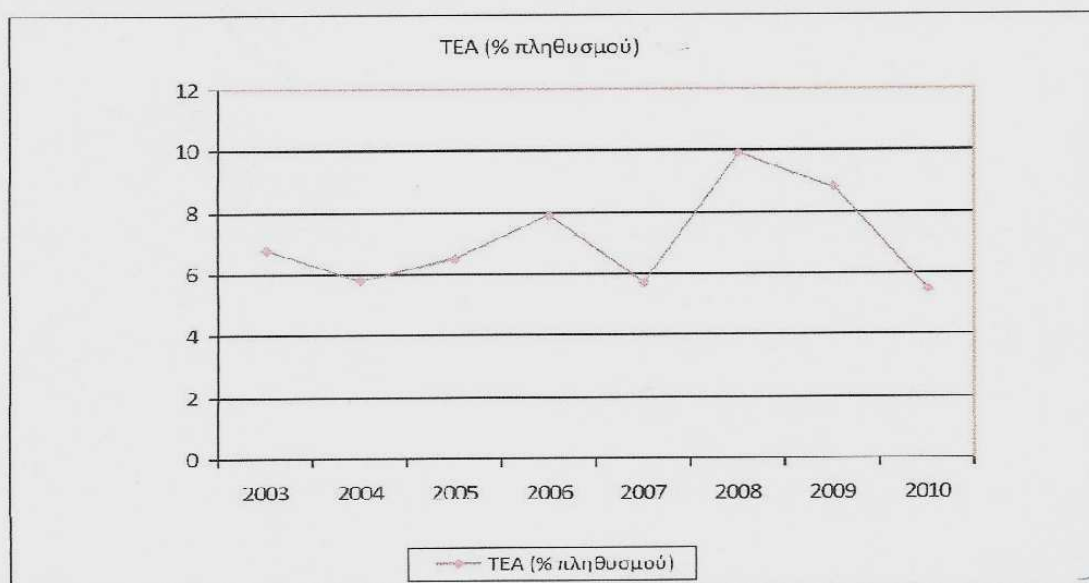
Πηγή: European Innovation Scoreboard

Έρευνα και Ανάπτυξη Δαπάνες στον δημόσιο τομέα ως % του ΑΕΠ



Πηγή: European Innovation Scoreboard

Εξέλιξη του δείκτη επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων (TEA) στην Ελλάδα, 2003-2010



Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

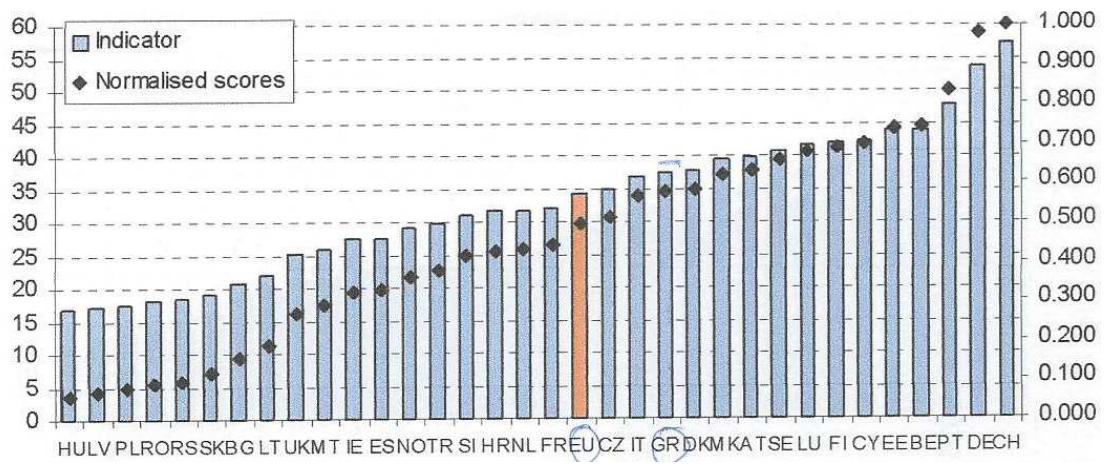
Ποσοστιαία κατανομή της επιχειρηματικής δραστηριότητας αρχικών σταδίων κατά τομέα στην Ελλάδα

	Πρωτογενής τομέας	Βιομηχανική δραστηριότητα	Υπηρεσίες προς επιχειρήσεις	Προϊόντα υπηρεσίες προς καταναλωτές
2008	3,0	23,2	15,3	58,5
2009	1,8	36,5	15,2	46,5
2010	1,9	23,7	28,1	46,3

Πηγή: IOBE Επεξεργασία στοιχείων GEM

ΠΙΝΑΚΑΣ

MME η εισαγωγή νέων προϊόντων και διαδικασιών ως % των MME



Πηγή: European Innovation Scoreboard