

Τ. Ε. Ι. ΚΡΗΤΗΣ

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

ΤΜΗΜΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΗΣ



ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ
ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ

ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟ ΚΡΙΣΗΣ



ENTREPRENEURSHIP AND INNOVATION IN A TIME OF FINANCIAL CRISIS

Εισηγήτριες : Κουλουριώτη Δέσποινα Α.Μ:8172

Παναγιωτοπούλου Γεωργία Α.Μ:8734

Ταμπουρά Βαρβάρα Α.Μ:8329

Επιβλέπων : Θωμάκης Ζαφείρης

ΗΡΑΚΛΕΙΟ, ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2012

Copyright @ Κουλουριώτη Δέσποινα, Παναγιωτοπούλου Γεωργία, Ταμπουρά Βαρβάρα 2012

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της εργασίας από το Τμήμα Λογιστικής του ΤΕΙ Κρήτης δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων των συγγραφέων εκ μέρους του Τμήματος.

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τον Καθηγητή μας και επιβλέποντα κ. Ζαφείρη Θωμάκη, για την ευκαιρία που μας έδωσε να ασχοληθούμε με ένα τόσο ενδιαφέρον και χρήσιμο θέμα. Με γνώμονα τις σαφείς υποδείξεις του, η παρούσα διπλωματική έλαβε την τελική μορφή και παρουσιάζει όλες τις έννοιες συστηματοποιημένες, με κατηγορίες όπως «ορισμός», «ρόλος», «στόχοι», «στάδια» και «παραδείγματα». Τον ευχαριστούμε επίσης, για την διαρκή υποστήριξη και ενθάρρυνση που μας παρείχε καθ' όλη τη διάρκεια της εκπόνησης της διπλωματικής εργασίας και την εμπιστοσύνη που μας επέδειξε στην εν λόγω προσπάθεια.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Καινοτομία, ανταγωνιστικότητα, επιχειρηματικότητα αποτελούν θεματικές ενότητες και έννοιες που κατακλύζουν τα μέσα ενημέρωσης και περιγράφουν τις πολιτικές για αναδιάρθρωση της οικονομίας της Ελλάδας. Τις τελευταίες τρεις δεκαετίες και συγκεκριμένα από τις αρχές της δεκαετίας του 1980, η Ελληνική οικονομία γνώρισε μια περίοδο έντονων αλλαγών στις δομές της οι οποίες συνοδεύτηκαν από αξιόλογες αλλαγές στις πρακτικές και τις τεχνικές της καινοτομίας τόσο στην μεταποίηση όσο και στον τομέα των υπηρεσιών. Σήμερα η οικονομική στρατηγική της Ελλάδας παρουσιάζεται να έχει ελάχιστη ή σχεδόν καμία σχέση με την καινοτομία.

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία θα αναφερθούμε στο πως η καινοτομία και η επιχειρηματικότητα διανύουν μια περίοδο κρίσης και γιατί τα συστήματα καινοτομίας και επιχειρηματικότητας αποτελούν σημείο αναφοράς και στόχου για όλες τις επιχειρήσεις στον αιώνα που ήδη διανύουμε. Θα επικεντρώσουμε την προσοχή μας στο γεγονός ότι για να μπορέσει μια επιχείρηση να επιβιώσει σε ένα ολοένα και πιο ανταγωνιστικό κόσμο, ανεξάρτητα από το μέγεθος της, θα πρέπει να ανταπεξέλθει και να αναπροσαρμόζεται στις αλλεπάλληλες προκλήσεις.

Περιεχόμενα

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	4
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	8
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ	10
1.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΘΕΩΡΙΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ.....	10
1.2 Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΩΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΩΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ	14
1.3 Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ ...	16
1.4 ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	21
2.1 Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ	22
2.2 ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	26
2.3 ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ	30
2.4 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ	29
2.5 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ	30
2.6 ΕΜΠΟΔΙΑ ΕΝΑΡΞΗΣ ΝΕΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	32
2.7 ΛΟΓΟΙ ΑΠΟΤΥΧΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΒΙΩΣΗΣ ΝΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	34
2.8 ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΔΙΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ	36
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜμΕ.....	39
3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	39
3.2 ΟΡΙΣΜΟΣ	39
3.3 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜμΕ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ	41
3.4 ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ.....	42
3.4.1.ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ	43
3.4.2 ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΣΤΟΧΩΝ.....	43
3.5 ΑΡΧΕΙΟΘΕΤΗΣΗ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ	43
3.5.1 ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ	44
3.5.2 ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗ ΔΟΜΗ.....	44

3.6 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ.....	45
3.6.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ	458
3.6.2 Η ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ.....	49
3.7 ΕΜΠΟΔΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜμΕ.....	48
3.8 ΚΙΝΔΥΝΟΙ	49
3.9 ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	50
3.10 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ.....	51
3.11 ΜΙΑ ΒΙΩΣΙΜΗ ΜμΕ	54
3.12 ΜμΕ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ.....	59
3.13 ΠΕΛΑΤΕΣ.....	60
3.14 ΜμΕ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ.....	61
3.15 ΜμΕ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΑΓΟΡΑ.....	593
3.16 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ.....	615
3.17 ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΤΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ	627
3.18 ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ.....	67
3.19 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ - ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ.....	68
3.20 ΜμΕ ΚΑΙ ΚΡΙΣΗ	661
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟ ΚΡΙΣΗΣ.....	693
4.1 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΙΔΡΥΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	704
4.2 Η ΑΝΤΟΧΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΚΡΙΣΗ.....	794
4.3 ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ.....	84
4.4 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ	86
4.5 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΠΟΥ ΕΝΙΣΧΥΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΣΠΑ 2007 - 2013.....	89
4.6 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΓΙΑ ΔΙΕΘΝΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ.....	95
4.7 ΣΧΕΔΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΕΛΕΥΘΕΡΩΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....	99
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	101
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	103

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

“Τα αποτελέσματα για την εγχώρια επιχειρηματικότητα υποχωρούν αισθητά. Υπογραμμίζουν το κλίμα αβεβαιότητας που επικρατεί στην πραγματική οικονομία. Η επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων φτάνει στο χαμηλότερο ποσοστό της πενταετίας (5,3% από 8,8% το 2009), με τους επίδοξους επιχειρηματίες να αποτελούν την κυριότερη αιτία της πτώσης (2,0% έναντι 4,5% το 2009). Οι δυσμενείς οικονομικές συνθήκες και η αβεβαιότητα για το μέλλον απέτρεψαν σημαντικό ποσοστό ατόμων με επιθυμία έναρξης επιχειρηματικής δραστηριότητας να υλοποιήσουν το σχέδιό τους. Το γεγονός ότι η καθιερωμένη επιχειρηματικότητα συρρικνώνεται αντικατοπτρίζει την τάση εξόδου κάποιων επιχειρήσεων από την αγορά. Το ποσοστό των ατόμων του πληθυσμού ηλικίας 18-64 ετών που δηλώνει πως σκέφτεται να ξεκινήσει επιχειρηματική δράση τους επόμενους 36 μήνες μειώνεται (14,4% έναντι 17,2% πέρυσι), φτάνοντας στη δεύτερη χαμηλότερη επίδοση από το 2006. Η εξέλιξη αυτή είναι πολύ ενδιαφέρουσα, μιας και συνήθως σε περιόδους οικονομικής κρίσης, η επιχειρηματικότητα αποτελεί «καταφύγιο» επαγγελματικής στέγης.” (IOBE, 2012)¹

Μέσα σε ένα οικονομικό περιβάλλον που συνεχώς εξελίσσεται και διεθνοποιείται, η καινοτομία μπορεί να δώσει σημαντική ώθηση στην ανάπτυξη και στην ανταγωνιστικότητα μιας χώρας και να αποτελέσει οδηγό της ευημερίας των πολιτών. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έχει ορθά επισημάνει ότι οι επιστημονικές και τεχνολογικές καινοτομίες αποτελούν τα «γονίδια ανάπτυξης» για την ευρωπαϊκή οικονομία. Η καινοτομία σήμερα θεωρείται ως η σημαντικότερη πηγή ανάπτυξης, τόσο σε εθνικό επίπεδο όσο και στο μικρό επίπεδο των επιχειρήσεων, και τείνει να γίνει κύρια προτεραιότητα όλων των εθνικών πολιτικών.

Παρόλα αυτά τα στοιχεία παραπάνω υποδηλώνουν ότι οι η μικρή επιχειρηματικότητα βρίσκεται σε μια περίοδο κρίσης. Επομένως είναι λογικό και η επιχειρηματικότητα και καινοτομία, χαρακτηριστικά τα οποία πρέπει να είναι υιοθετημένα από κάθε επιχείρηση, να αντιμετωπίζουν δυσκολίες στον τρόπο εφαρμογής τους στις νεοσύστατες και υπάρχουσες επιχειρήσεις.

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία θα αναλύσουμε τα εξής κεφάλαια:

¹ ¹ ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ., Σ., ΧΑΤΖΗΧΡΗΣΤΟΥ., Σ. (2012). *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010 – 2011. Η μικρή επιχειρηματικότητα σε περίοδο κρίσης*. ΙΔΡΥΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ

Στο πρώτο κεφάλαιο θα εξηγήσουμε πως και γιατί οι διάφοροι ερευνητές και μελετητές συνδέουν συχνά την επιχειρηματικότητα με την καινοτομία. Επίσης θα γίνει μια παράθεση ποικίλων ορισμών και τύπων της έννοιας της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας παρουσιάζοντας τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που οι καινοτομίες φέρνουν στην επιχείρηση και πως μπορούν να κατακτηθούν.

Στο δεύτερο κεφάλαιο θα επικεντρωθούμε στην κατανόηση της έννοιας και της σημασίας της επιχειρηματικότητας αναλύοντας τα είδη και τις επιλογές των επιχειρηματικών δράσεων. Θα γίνει μια μικρή ανάλυση στο πως μια επιχείρηση μπορεί να γίνει ανταγωνιστική, ποια είναι τα εμπόδια έναρξης μιας επιχείρησης και πως μπορεί να επιβιώσει.

Στο τρίτο κεφάλαιο θα γίνει μια παράθεση ορισμών και τύπων των μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Θα διευρύνουμε επίσης τα χαρακτηριστικά των ΜμΕ, όπως, το στυλ διοίκησης και οι διάφορες μορφές μανάτζμεντ, ο ρόλος που διαδραματίζουν οι επιχειρηματίες και επίσης οι επιχειρησιακοί περιορισμοί τους.

Στο τέταρτο κεφάλαιο θα αναλύσουμε με παραδείγματα και στατιστικά στοιχεία ποιες είναι οι επιπτώσεις της κρίσης στην ίδρυση και ανάπτυξη των επιχειρήσεων και συγκεκριμένα ποιες είναι οι δράσεις και τα προγράμματα στήριξης των ελληνικών επιχειρήσεων.

Τέλος θα ολοκληρώσουμε την εργασία μας με τα συμπεράσματα και περαιτέρω προτάσεις.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1: ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Στις τελευταίες δεκαετίες έχει γίνει παγκοσμίως αποδεκτό ότι οι καινοτομίες οποιουδήποτε είδους είναι σημαντικές πηγές αύξησης παραγωγικότητας. Θεωρούνται ως σημαντικά μέσα μέσω των οποίων όχι μόνο οι οργανώσεις αλλά και οι χώρες μπορούν να αποκομίσουν και να στηρίξουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις διεθνείς ανταγωνιστικές αγορές.

Η ανάγκη για καινοτομία και επιχειρηματικότητα αποτελεί το κλειδί στον ορίζοντα του 21^{ου} αιώνα που θα υποκινήσει το κοινωνικό – οικονομικό στερέωμα. Για να μπορέσει μια επιχείρηση να επιβιώσει σε έναν ολοένα και πιο ανταγωνιστικό κόσμο, ανεξάρτητα από το μέγεθος της, θα πρέπει να μπορεί να ανταπεξέλθει και να αναπροσαρμόζεται στις συνεχόμενες προκλήσεις. Κάθε επιχείρηση θα πρέπει να είναι ανοιχτή σε νέες ιδέες, διαδικασίες και μεθόδους οργάνωσης και να μπορεί να τις απορροφήσει δημιουργικά. Οι στρατηγικές και μέθοδοι καινοτομίας και επιχειρηματικότητας πρέπει να εφαρμόζονται σε κάθε σύγχρονη επιχείρηση.

Παρά τη γενική συναίνεση, ότι κάθε επιχείρηση πρέπει να επενδύσει σε καινοτόμες πρακτικές, για να μπορέσουν να γίνουν πιο ανταγωνιστικές, η καινοτομία, όπως και αν ορισθεί, αποδεικνύεται ως μια πολύ σύνθετη διαδικασία. Όταν τα στελέχη μιας επιχείρησης στρέφονται στην επιστημονική βιβλιογραφία του μάνατζμεντ, αναζητώντας συμβουλές για το πώς να γίνουν καινοτόμοι στις οργανώσεις ή τις επιχειρήσεις τους, ανακαλύπτουν ποικίλες και όχι μόνο διαφορετικές αλλά μερικές φορές και αντικρουόμενες θεωρίες που πολλές φορές είναι πολύ δύσκολο να εφαρμοσθούν.

Αν και πολλοί μελετητές επισημάνουν την ασάφεια στα ερευνητικά αποτελέσματα της καινοτομίας, άλλοι θεωρούν ότι «επιχειρηματικότητα και καινοτομία», είναι δύο έννοιες αλληλοσυνδεόμενες. Ο Drucker (1985) στο έργο του «Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα» υποστηρίζει ότι αυτές οι δύο έννοιες, συνδυασμένες, είναι οι κατευθυντήριες δυνάμεις αναζωογόνησης σε οποιαδήποτε επιχειρηματική κοινωνία. Από τη δική του προοπτική η καινοτομία γίνεται κατανοητή ως μια ταυτόχρονη διαδικασία της συνέχισης και του μετασχηματισμού ανάπτυξης. Η καινοτομία και η επιχειρηματικότητα τείνουν να είναι συνεχώς επαυξητικές (ένα προϊόν, μια πολιτική, μια διαδικασία, ένα βήμα τη φορά). Οι δύο έννοιες στέφονται προς μια ευκαιρία ή μια ανάγκη που είναι προσωρινή και θα εξαφανιστεί, εάν δεν πραγματοποιηθεί σύντομα, ή εάν δεν πετύχει. Με άλλα λόγια, είναι πραγματικές και μπορούν υπό αυτήν την μορφή να διατηρήσουν κάθε κοινωνία, οικονομία δημόσια ή ιδιωτική επιχείρηση

πλήρης και αναζωογονούμενη. Είναι η νέα έννοια μιας επανάστασης, η οποία δεν οδηγείται στην καταστροφή, δεδομένου ότι ελέγχεται και έχει ένα θετικό στόχο και κατεύθυνση².

1.1 ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΘΕΩΡΙΕΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Η έννοια της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας ξεκινά να εμφανίζεται από την αρχαιότητα, στην οποία οι αρχαίοι Έλληνες αποδέχονται το ρόλο του επιχειρηματία και τη χρησιμότητα στην οικονομική ζωή της πόλης όπου ζει. Θεωρούσαν ότι το κυνήγι του κέρδους, όταν γίνεται σε ηθικά και νομικά πλαίσια, έχει θετικά αποτελέσματα για την οικονομική ανάπτυξη της πόλης, και φυσικά οδηγεί σε ανάπτυξη των τεχνών και του πολιτισμού και επιτυγχάνει ισορροπία μεταξύ αγοράς και ζήτησης. Θα πρέπει να διευκρινίσουμε ότι στα κείμενα των αρχαίων Ελλήνων φιλοσόφων και συγγραφέων η επιχειρηματικότητα εμφανιζόταν κατά κύριο λόγο στο εμπόριο μέσω της θάλασσας. Παρά ταύτα, η έννοια της επιχειρηματικότητας εντοπιζόταν σε δύο σημαντικούς άξονες:

- Την ανακάλυψη και, κυρίως, την υλοποίηση κερδοφόρων ευκαιριών.
- Τη σύλληψη της καινούργιας ιδέας για την πραγματοποίηση μιας καινούργιας επιχείρησης.

Οι αρχαίοι Αθηναίοι αναγνώρισαν ότι με τη βοήθεια της επιχειρηματικότητας όχι μόνο επιτύγχαναν μεγάλη οικονομική ανάπτυξη και αύξαναν το επίπεδο της γενικής ευημερίας, αλλά ενίσχυαν και τη λειτουργία και αποτελεσματικότητα της οικονομίας τους. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο η επιτυχία των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων ανταμειβόταν από την πόλη με διάφορες τιμές, εάν συσσωρεύονταν πλούτος που ξοδεύονταν με κοινωνικά υπεύθυνο τρόπο, παρέχοντας άτοκα δάνεια σε νέους επιχειρηματίες και αναλαμβάνοντας δαπανηρές δημόσιες δαπάνες («λειτουργίες») υπέρ του κοινού οφέλους.

Με την πολιτική που ακολουθούνταν παρέχονταν ειδικά κοινωνικοοικονομικά κίνητρα, όπως η κοινωνική εξέλιξη στους πολίτες και τους μέτοικους και η απελευθέρωση των δούλων. Με τον τρόπο αυτό η επιχειρηματικότητα δεν αποτέλεσε μόνο «όχημα» κοινωνικής ανέλιξης των ατόμων όλων των τάξεων, αλλά επιδρούσε

² DRUCKER., P., F., (1985), *Innovation and Entrepreneurship*, Harper Business, U.S.A.

στη μείωση της έντονης ανισοκατανομής του πλούτου, στην αύξηση της γενικής ευημερίας και στην ενδυνάμωση της οικονομικής ανάπτυξης. Δηλαδή, απώτερος στόχος, κυρίως των πολιτών της, δεν ήταν η συγκέντρωση με επιχειρηματικές δράσεις «πλούτου χάριν του πλούτου», αλλά «πλούτου χάριν και του κοινωνικού συνόλου». Όλα αυτά δείχνουν ότι η λειτουργία και οι θετικές επιπτώσεις της επιχειρηματικότητας είναι ένα φαινόμενο που μας συνοδεύει για περίπου δύομισι χιλιετηρίδες³.

Έτσι και σήμερα πολλοί συγγραφείς υποστηρίζουν ότι ο δημιουργικός ανταγωνισμός καθιστά την καινοτομία απαραίτητη για κάθε επιχείρηση που θέλει να επιβιώσει. Ο Nonaka και ο Kenney (1991)⁴ υποστηρίζουν ότι «Ολοένα και περισσότερο η επιτυχία των επιχειρήσεων εξαρτάται από την αποτελεσματικότητα της διοίκησης της καινοτομίας...».

Η καινοτομία μπορεί να διακριθεί σε δυο ξεχωριστές λειτουργίες σε ό' τι αφορά το χρόνο και τον τόπο στον οποίο λαμβάνει χώρα. Ένας τύπος καινοτομίας αφορά την εξέλιξη νέων προϊόντων και διαδικασιών, ενώ ένας δεύτερος τύπος είναι η βελτίωση στη γραμμή παραγωγής ενός προϊόντος ή μιας διαδικασίας. Η πολυπλοκότητα της διαδικασίας και της έννοιας της καινοτομίας καθώς και οι ποικίλοι τρόποι εμφάνισης της σε επιχειρήσεις και κλάδους διαφόρων ειδών δεν επιτρέπουν πάντα τη χρήση ενός και μόνο ορισμού της καινοτομίας.

Σε αυτήν την περίπτωση θα εξηγήσουμε πως και γιατί οι διάφοροι ερευνητές και μελετητές συνδέουν την επιχειρηματικότητα με την καινοτομία παρουσιάζοντας βασικές θεωρίες που στηρίζουν την σχέση αυτή, αλλά και πως βασικές οικονομικές θεωρίες δεν υποστηρίζουν την συμβατότητα της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας.

Η **κλαστική οικονομική θεωρία**, ή, όπως αλλιώς ονομάζεται, η κλασική θεωρία της ανάπτυξης, εξετάζει την λειτουργία της αγοράς ως μηχανισμό κατανομής των πόρων στον οποίο οι λειτουργίες της ζήτησης αλληλεπιδρούν με τις λειτουργίες της προσφοράς, προκειμένου να καθοριστούν οι τιμές, να επιτευχθεί και να διατηρηθεί ισορροπία στην αγορά. Η θεωρία αυτή προχωρά κατά τρόπο κανονικό σύμφωνα με τους οικονομικούς νόμους της προσφοράς και της ζήτησης, ως εκ τούτου η

³ *Αρχαίο (Επιχειρηματικό) Πνεύμα Αθάνατο*. (2010). Ημερομηνία πρόσβασης 25/5/2010 στη διεύθυνση http://kbourletidis.blogspot.gr/2010/05/blog-post_28.html

⁴ NONAKA., I., and KENNEY., M., (1991), *Towards a New Theory of Innovation Management: A case study comparing canon inc. and Apple computer inc.*, Journal of Engineering and Technology Management, Vol.8, pp.67-83.

καινοτομία αντιμετωπίζεται ως μια ανεξήγητη και απροσδόκητη μετατόπιση στη λειτουργία της προσφοράς και τίποτε περισσότερο. Δηλαδή, οι κλασσικοί οικονομολόγοι έχουν βασίσει τα συμπεράσματα τους στην πεποίθηση ότι η αύξηση παραγωγικότητας προκαλεί αντίστοιχη αύξηση πληθυσμών, η οποία στην συνέχεια, γίνεται αιτία πτώσης της παραγωγικότητας. Θεωρούσαν, ότι όποτε η οικονομική ανάπτυξη αυξάνει τα εισοδήματα επάνω από το επίπεδο επιβίωσης, ο πληθυσμός θα αυξάνεται. Η πληθυσμιακή αύξηση φέρνει μειωμένες επιστροφές που τείνουν να χαμηλώσουν την παραγωγικότητα. Κατά συνέπεια, τα εισοδήματα πρέπει διαρκώς να μειώνονται στο επίπεδο επιβίωσης. Σε ένα τέτοιο σύστημα η έννοια της επιχειρηματικότητας και καινοτομίας είναι ασυμβίβαστες (Parkin, 1997)⁵.

Η **νεοκλασική ανάπτυξη της οικονομικής θεωρίας** συνεχίζεται σύμφωνα με τον Fonseca (2002)⁶, στο πλαίσιο αναφοράς που θεωρεί την καινοτομία ως μια μεταβλητή στη λειτουργία προσφοράς – παραγωγής της ισορροπίας της αγοράς. Η νεοκλασική θεωρία ανάπτυξης είναι μια θεωρία της οικονομικής ανάπτυξης που εξηγεί πώς η αποταμίευση, η επένδυση και η οικονομική ανάπτυξη ανταποκρίνονται στην αύξηση πληθυσμών και την τεχνολογική αλλαγή. Σύμφωνα με τον Fonseca (2002), η καινοτομία προκαλείται από ανεξάρτητες μεταβλητές και μηχανισμούς και έτσι τα στελέχη που λειτουργούν με λογικά κριτήρια δράσης μπορούν να την ελέγξουν, μέχρι ένα βαθμό, αλλά όχι να επηρεάσουν τον ρυθμό της. Η καινοτομία που προκαλείται συχνά από τεχνολογικές αλλαγές διαταράσσει την ισορροπία αγοράς, συνήθως με την αλλαγή της θέσης και της μορφής της λειτουργίας παραγωγής και την αντικατάσταση του παράγοντα εργασίας της παραγωγής με τον κεφαλαιακό παράγοντα. Συνεπώς οι δυνάμεις της αγοράς θα αντιδράσουν, για να παράγουν μια νέα κατάσταση ισορροπίας. Εντούτοις, οι τεχνολογικές και οργανωτικές καινοτομίες δεν εξηγούνται σύμφωνα με τον Fonseca στη νεοκλασική θεωρία, αλλά εκλαμβάνονται απλώς ως αιτίες που ενσωματώνονται στο κεφάλαιο ή τη γνώση που είναι απαραίτητη για τη διαχείριση του κεφαλαίου και των ανθρώπινων πόρων. Αυτός ο τρόπος σκέψης οδήγησε τους νεοκλασικούς οικονομολόγους στην αναζήτηση των συγκεκριμένων μεταβλητών και των περιστάσεων που γεννούν την καινοτομία και να βοηθήσουν έτσι τους μάνατζερ να τη διαχειρισθούν.

Η εξελικτική οικονομική θεωρία, η πατρότητα της οποίας αποδίδεται στον **Schumpeter** (1942), είναι μια από τις πρώτες και με τη μεγαλύτερη επίδραση

⁵ PARKIN., M., POWELL., M., and MATTHEWS., K., (1997), *Economic*, 3rd ed., Addison Wesley Longman Limited, England.

⁶ FONSESCA., J., (2002), *Complexity and Innovation in Organizations*, Routledge, London.

οικονομικές θεωρίες που εξηγούν την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα και συνδέουν τις δύο έννοιες μεταξύ τους. Η καινοτομία σύμφωνα με τον Schumpeter ορίζεται ως η πραγματοποίηση νέων συνδυασμών. Αυτή η προσέγγιση της έννοιας καλύπτει τις ακόλουθες πέντε περιπτώσεις:

- Η εισαγωγή ενός νέου αγαθού, με το οποίο οι καταναλωτές δεν είναι ακόμη εξοικειωμένοι, ή μια νέα ποιότητα ενός αγαθού.
- Η εισαγωγή μιας νέας μεθόδου παραγωγής η οποία δεν έχει ακόμη δοκιμασθεί εμπειρικά από το σχετικό κατασκευαστικό κλάδο.
- Το άνοιγμα μιας νέας αγοράς, δηλαδή μιας αγοράς στην οποία η χώρα που εξετάζεται δεν είχε μέχρι στιγμής δραστηριοποιηθεί, άσχετα με το εάν αυτή η αγορά προϋπήρχε ή όχι.
- Η κατάκτηση μιας νέας πηγής πρώτων υλών και πάλι ανεξάρτητα από ένα αυτή η πηγή προϋπήρχε η εάν πρέπει να δημιουργηθεί εξαρχής.
- Η εισαγωγή νέας μορφής οργάνωσης οποιασδήποτε βιομηχανίας, όπως π.χ. η δημιουργία μιας μονοπωλιακής θέσης ή αντίθετα το διαμελισμό μιας μονοπωλιακής θέσης⁷.

Η πραγμάτωση των παραπάνω συνδυασμών περιλαμβάνει κάτι περισσότερο από «μία πράξη θέληση» και απαιτεί έλεγχο των μέσων παραγωγής. Στις περισσότερες περιπτώσεις ο επιχειρηματίας πρέπει να καταφύγει στην «πίστωση», ειδικά επειδή οι περισσότερες από τις νέες επιχειρηματικές δραστηριότητες δεν έχουν εισοδήματα από προηγούμενη παραγωγή. Συνεπώς, εάν ένα άτομο επιθυμεί να γίνει επιχειρηματίας, πρέπει να πετύχει στην προσπάθεια άντλησης κεφαλαίων, να πείσει δηλαδή κάποιον να στηρίξουν και να χρηματοδοτήσουν τις ιδέες τους.

Ο Schumpeter δεν ενδιαφέρεται τόσο πολύ για την προσωπικότητα των επιχειρηματιών και για τους συγκεκριμένους παράγοντες της αλλαγής, αλλά για την μέθοδο με την οποία αυτοί λειτουργούν, με το μηχανισμό της αλλαγής. Βλέπει τον επιχειρηματία «απλά ως φορέα του μηχανισμού της αλλαγής». Αυτές οι αλλαγές, δηλαδή η εμφάνιση των νέων αγορών και τα νέα επιστημονικά ευρήματα, παράγονται από την εξελικτική πορεία των κοινωνικοοικονομικού συστήματος και θα είχαν εμφανιστεί ούτως ή άλλως, αλλά απαιτείται να πραγματοποιηθούν από ένα ενεργούν

⁷ SCHUMPETER., J.A., (1942), *Capitalism, Socialism and Democracy*, George Allen & Unwin, London.

άτομο, τον επιχειρηματία. Οι θεωρίες αυτές αποτελούν μια σημαντική συμβολή στην μελέτη της τεχνολογικής αλλαγής, της καινοτομίας και της επιχειρηματικότητας⁸.

1.2 Η ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΩΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ ΚΑΙ ΩΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑ

Πολλοί μελετητές θεωρούν ότι η καινοτομία είναι η συγκεκριμένη λειτουργία της επιχειρηματικότητας. Είναι ο τρόπος με τον οποίο ο επιχειρηματίας είτε δημιουργεί τους νέους παραγωγικούς πόρους είτε ενισχύει τους υπάρχοντες πόρους με την αυξημένη δυνατότητα για τη δημιουργία του νέου πλούτου. Ο επιχειρηματίας πρέπει σκόπιμα και συστηματικά να ανιχνεύσει τις πηγές καινοτομίας, τις αλλαγές και τις ενδείξεις που δημιουργούν τις ευκαιρίες για μια επιτυχή καινοτομία.

Οι περισσότερες καινοτομίες προκύπτουν από μια συνειδητή, σκόπιμη αναζήτηση ευκαιριών καινοτομίας. Πιο συγκεκριμένα ο Drucker (1985) προσδιορίζει επτά πηγές ευκαιριών καινοτομίας οι οποίες είναι οι εξής:

- *Το απρόσμενο ή απροσδόκητο.* Είναι η ευκολότερη και απλούστερη μορφή ευκαιρίας καινοτομίας, καθώς υποστηρίζει ότι η απροσδόκητες επιτυχίες και αποτυχίες ή τα απροσδόκητα γεγονότα είναι παραγωγικές πηγές ευκαιριών καινοτομίας.
- *Η δυσαρμονία.* Συνήθως οι δυσαρμονίες εμφανίζονται στα στατιστικά δεδομένα και τις ποιοτικές εκτιμήσεις που περιέχουν οι εκθέσεις που παίρνουν στα χέρια τους τα ανώτερα στελέχη μιας επιχείρησης και αποτελεί σύμπτωμα κάποιας αλλαγής και συνεπώς μιας καινοτόμου ευκαιρίας. Μια δυσαρμονία μέσα στη λογική ή το ρυθμό μιας διαδικασίας είναι μια δυνατότητα από την οποία οι ευκαιρίες καινοτομίας μπορούν να προκύψουν.
- *Καινοτομία βασιζόμενη σε λειτουργική ανάγκη.* Η ανάγκη ξεκινάει από τη δουλειά που πρέπει να γίνει. Είναι πολύ συγκεκριμένη και πολύ σαφής. Τελειοποιεί μια δουλειά που πρέπει να γίνει και μέσα από αυτήν μπορεί να αναπτυχθούν νέες διαδικασίες καινοτομίας.
- *Αλλαγές στην δομή του κλάδου της οικονομίας ή στην δομή της αγοράς.* Όταν κάτι αλλάζει στον κλάδο των υπηρεσιών, η επιχείρηση πρέπει να έχει την δυνατότητα αλλά και την ικανότητα να περάσει στην αντεπίθεση και να

⁸ SCHUMPETER., J.A., (1934), *The theory of Economic Development: An inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*, Oxford University Press London.

εκμεταλλευθεί την αλλαγή για να επιβιώσει η και να πρωτοπορήσει. Τα διευθυντικά στελέχη πιστεύουν ότι οι δομές της βιομηχανίας είναι σταθερές, αλλά μπορούν να αλλάξουν μέσα με μια νύχτα. Τέτοιες αλλαγές δημιουργούν τεράστιες ευκαιρίες για καινοτομία.

- *Δημογραφικά στοιχεία ή δημογραφικές αλλαγές.* Αυτές οι αλλαγές επηρεάζουν σημαντικά τις αποφάσεις για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες που θα πρέπει να παραχθούν, να αγοραστούν και να καταναλωθούν. Από τις εξωτερικές πηγές καινοτομίας, οι δημογραφικές αλλαγές είναι οι πιο αξιόπιστες, καθώς παρέχουν τους χρόνους που θα συμβούν αλλά τα άτομα που ευθύνονται για τη χάραξη πολιτικής συχνά τις παραμελούν.
- *Αλλαγές στις αντιλήψεις, στις διαθέσεις και στο νόημα.* Η αλλαγή στην αντίληψη ενός στελέχους μπορεί να δημιουργήσει μεγάλες ευκαιρίες καινοτομίας.
- *Νέα γνώση, επιστημονική και μη-επιστημονική.* Η καινοτομία που βασίζεται στην γνώση διαφέρει από όλες τις άλλες καινοτομίες για τον λόγο ότι προσελκύει τη δημοσιότητα, που φέρνει το χρήμα. Ανάμεσα στις πιο σημαντικές καινοτομίες, αυτές που στηρίζονται στην γνώση βρίσκονται σε πιο ψηλά επίπεδα.

Με βάση τα παραπάνω η σκόπιμη καινοτομία αρχίζει με την ανάλυση των πηγών νέων ευκαιριών. Επίσης η καινοτομία πρέπει να είναι απλή και εστιασμένη. Η καινοτομία πρέπει να πετυχαίνει μόνο ένα πράγμα για να μπορέσει να αποδώσει σωστά. Όσο πιο σύνθετη και προβληματική είναι τόσο μεγαλύτερος είναι ο αριθμός των προβλημάτων που θα πρέπει να αντιμετωπισθούν⁹.

Ένας επίσης μεγάλος θεωρητικός ο οποίος αναγνώρισε το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που οι καινοτομίες φέρνουν στην επιχείρηση και σε ένα έθνος είναι ο Michael Porter (1990). Υποστηρίζει συγκεκριμένα ότι οι επιχειρήσεις δεν θα πετύχουν τελικά, εκτός αν θεμελιώσουν τις στρατηγικές τους στην βελτίωση και την καινοτομία, είναι πρόθυμες να ανταγωνισθούν και κατέχουν μια πλήρη κατανόηση του εθνικού περιβάλλοντος και των τρόπων να το βελτιώσουν.

Για τον Porter, οι εταιρείες δημιουργούν και συντηρούν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα με την αντίληψη ή την ανακάλυψη νέων και βελτιωμένων τρόπων ανταγωνισμού σε μια βιομηχανία και τη μεταφορά τους στην αγορά, η οποία

⁹ DRUCKER., P., F., (1985), *Innovation and Entrepreneurship*, Harper Business, USA.

αποτελεί μια πράξη καινοτομίας. Βλέπει την καινοτομία σε πολύ ευρύ ορίζοντα και ως έμφυτη στο στρατηγικό και ανταγωνιστικό πλαίσιο της επιχείρησης.

Σύμφωνα με τον Porter, οι πέντε πιο χαρακτηριστικές αιτίες των καινοτομιών που μετατοπίζουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι οι ακόλουθες:

- Νέες τεχνολογίες. Η τεχνολογική αλλαγή δημιουργεί νέα προϊόντα, νέες δυνατότητες για το σχεδιασμό ενός υπάρχοντος προϊόντος ακόμη και νέες βιομηχανίες. Θεωρείται ο πλέον κοινός δημιουργός στρατηγικής καινοτομίας.
- Νέες ή μετατοπιζόμενες ανάγκες αγοραστών. Όταν οι άνθρωποι αλλάζουν προτεραιότητες γεννιέται μια καινοτόμος ευκαιρία που θα μπορούσε να οδηγήσει σε απόκτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.
- Η εμφάνιση ενός νέου τομέα βιομηχανίας. Μια άλλη ευκαιρία να δημιουργηθεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα παρουσιάζεται, όταν εμφανίζεται ένας νέος τομέας σε μια βιομηχανία. Αυτό θα μπορούσε να οδηγήσει σε νέους πελάτες, νέους τρόπους μάρκετινγκ και προσέγγισης συγκεκριμένων πελατών και νέους τρόπους παραγωγής συγκεκριμένων προϊόντων.
- Μετατόπιση προστιθέμενων δαπανών ή διαθεσιμότητας. Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα είναι συχνά αποτελέσματα αλλαγών στις προστιθέμενες δαπάνες, όπως εργασία, μεταφορά, μηχανήματα κ.α. Τέτοιες αλλαγές μπορούν να μετατοπίζουν το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις επιχειρήσεις που ήταν σε θέση να βελτιστοποιήσουν τις διαδικασίες οργάνωσης και διοίκησης σύμφωνα με τις νέες καταστάσεις.
- Αλλαγές στους κυβερνητικούς κανονισμούς. Αλλά ερεθίσματα στην καινοτομία, είναι οι αλλαγές σε κυβερνητικούς κανονισμούς που αφορούν στα πρότυπα προϊόντων, προστασία περιβάλλοντος κ.α. Μικρές ή ευέλικτες επιχειρήσεις που μπορούν να προσαρμοστούν σιγά σιγά σε τέτοιες αλλαγές μπορούν να κερδίσουν ένα πλεονέκτημα ενάντια στις καθιερωμένες βιομηχανικές επιχειρήσεις που έχουν δομήσει τις δραστηριότητες πάνω σε συγκεκριμένο καθεστώς κυβερνητικών κανονισμών¹⁰.

1.3 Η ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΤΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

¹⁰ PORTER., M., E., (1990), *The competitive advantage of nations*, The Free Press, USA.

Η έννοια των συστημάτων καινοτομίας αποτελεί μια νέα προσέγγιση στη μελέτη της καινοτομίας, η οποία θεωρείται ένα πολύ ελκυστικό και σύγχρονο εργαλείο για όσους έχουν επιφορτιστεί με τις ευθύνες χάραξης εθνικής πολιτικής και στρατηγικής εθνικών οικονομιών και διεθνών οργανισμών.

Η έννοια των συστημάτων καινοτομίας μεταφέρει την άποψη ότι οι καινοτομίες δεν αποτελούν μεμονωμένα, ξεχωριστά φαινόμενα μέσα σε μια εταιρεία, αλλά δημιουργούνται από την αλληλεπίδραση διαφόρων οντοτήτων, πρωταγωνιστών και δομών (Πιπερόπουλος, 2008).

Στον πυρήνα της σύγχρονης σκέψης, για τις διαδικασίες καινοτομίας οι μελετητές προσπαθούν να περιγράψουν, να εξηγήσουν, να κατανοήσουν και να επηρεάσουν ενδεχομένως τη δομή και το δυναμισμό των συστημάτων καινοτομίας. Υπάρχουν πολλές θεωρίες πάνω στον ορισμό των συστημάτων καινοτομίας. Μερικές από αυτές παρουσιάζονται από τον Bengt-Ake Lundvall (1995), Nelson Richard και Rosenberg Nathan (1993), και Charles Edquist (1997).

Συγκεκριμένα σύμφωνα με τον Lundvall, η καινοτομία είναι ένα πανταχού παρόν φαινόμενο στη σύγχρονη οικονομία. Οποιαδήποτε τομέας μιας οικονομίας και αν εξετάσουμε θα βρούμε πάντα μια τρέχουσα διαδικασία μάθησης, αναζήτησης και εξερεύνησης που οδηγεί τελικά σε νέες αγορές, προϊόντα και μορφές οργάνωσης όπως και νέων τεχνικών¹¹.

Επίσης σε ό' τι αφορά την καινοτομία, οι Nelson και Rosenberg δεν παραθέτουν ένα συγκεκριμένο ορισμό. Για αυτούς, η καινοτομία ως έννοια περιλαμβάνει τις διαδικασίες με τις οποίες οι εταιρείες συλλαμβάνουν και σχεδιάζουν προϊόντα και εφαρμόζουν στην πράξη διαδικασίες παραγωγής που είναι νέα γι' αυτούς, εάν όχι για τη χώρα τους ή και ολόκληρο τον πλανήτη¹².

Μια άλλη προσέγγιση στην έννοια των συστημάτων της καινοτομίας προτείνει ο Edquist ο οποίος υποστηρίζει στην εργασία του ότι οι καινοτομίες είναι η σημαντικότερη πηγή αύξησης της παραγωγικότητας, της υλικής ευημερίας, και αποτελούν μια σημαντική αιτία καταστροφής των παλαιών τύπων εργασίας και της δημιουργίας νέων μορφών απασχόλησης. Οι καινοτόμες διαδικασίες σύμφωνα με τον

¹¹ LUNDVALL., B., A., (1995), *National systems of innovation: Towards a theory of innovation and interactive learning*, Pinter, New York.

¹² NELSON., R., R., and ROSENBERG.,N., (1993), *Technical Innovation and National Systems, in Nelson., R., R., (Ed): National Innovation Systems: A comparative analysis*, Oxford University Press, New York.

Edquist δημιουργούνται και εξελίσσονται στην πάροδο του χρόνου και επηρεάζονται από ποικίλους αλληλοεξαρτώμενους και αλληλεπιδρώντες παράγοντες¹³.

Έχοντας ορίσει την έννοια των συστημάτων καινοτομίας σημαντικό είναι να προσδιορίσουμε τους παράγοντες που συνθέτουν την προσέγγιση των συστημάτων καινοτομίας. Παρακάτω θα παρουσιάσουμε μερικά χαρακτηριστικά που οι διαφορές προσεγγίσεις συστημάτων καινοτομίας έχουν από κοινού.

A) Η Έννοια της μάθησης

Παρά τις κάπως διαφορετικές ερμηνείες της καινοτομίας, όλοι εμφανίζονται να τοποθετούν την καινοτομία ως διαδικασία παραγωγής νέας γνώσης και στη συνέχεια τη μεταμόρφωση της σε προϊόντα ή διαδικασίες που έχουν κάποια οικονομική σπουδαιότητα. Φυσικά αυτή την περίοδο βιώνουμε την οικονομία της γνώσης και την οικονομία της μάθησης, γι' αυτό σημαντικός στόχος είναι η ανάλυση της γνώσης και της μάθησης ως πτυχών του συστήματος καινοτομίας καθώς επίσης και άλλων διαδικασιών μάθησης που είναι συνδεδεμένες με τις τυπικές οικονομικές δραστηριότητες.

B) Η Έννοια της Διάχυσης Πληροφοριών και Γνώσης

Στο πλαίσιο των διαφόρων ερευνών για καινοτομία έχουν επισημανθεί διάφοροι παράγοντες που είναι σημαντικοί για την ανάπτυξη της καινοτομίας σε επιχειρηματικό επίπεδο και που βασίζονται στην έννοια της εκμάθησης. Το εγχειρίδιο Όσλο (2000) παρουσιάζει τους σημαντικότερους παράγοντες μεταφοράς γνώσης οι οποίοι παρατίθενται παρακάτω:

- Σύνδεσμοι μεταξύ επιχειρήσεων
- Τεχνολογικοί δέκτες
- Διεθνείς διασυνδέσεις
- Κινητικότητα
- Πρόσβαση
- Δεοντολογία, συστήματα αξιών, εμπιστοσύνης και ειλικρίνειας
- Γνώση που κωδικοποιείται.

Γ) «Ολιστικό» Σύστημα

¹³ EDQUIST., C., (1997), *Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations*, Pinter, London.

Επιπλέον τα συστήματα καινοτομίας μπορούν να χαρακτηρισθούν ως ολιστικά υπό την έννοια ότι, αντίθετα με τις θεωρίες της καινοτομίας που εξετάσαμε παραπάνω, η συγκεκριμένη προσέγγιση προσπαθεί να καλύψει μια ευρεία ποικιλία, εάν όχι όλους, τους καθοριστικούς παράγοντες που συμβάλλουν στη διαδικασία της καινοτομίας. Επιπρόσθετα αυτή η προσέγγιση ερευνά την καινοτομία σε διεθνείς, εθνικό, περιφερειακό και τοπικό πλαίσιο ή σε κάποιον τομέα της οικονομίας.

Φυσικά υπάρχουν και αλλά χαρακτηριστικά που οι διαφορές προσεγγίσεις συστημάτων καινοτομίας έχουν από κοινού, αλλά με βάση την ανάλυση και εξέταση της έννοιας των συστημάτων καινοτομίας, μπορούμε να υποστηρίξουμε πως θεμελιώνει την άποψη ότι διερεύνηση της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας απαιτεί πλήρη κατανόηση του περιβάλλοντος μέσα στο οποίο οι έννοιες υπάρχουν.

1.4 ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Η επιχειρηματικότητα μπορεί να έχει πολλούς ορισμούς και διαφορετικές προσεγγίσεις, που εκτείνονται από το δημιουργείν έως το επιβιώνειν, από την ανάληψη ρίσκου έως την άσκηση ηγεσίας για την πραγμάτωση του στόχου και από την επιθυμία αυταπασχόλησης έως την πραγμάτωσή της. Πάνω από όλα όμως, η επιχειρηματικότητα είναι νοοτροπία, κυρίως ατόμων που ανήκουν σε μια ετερογενή ομάδα και που έχουν το ταλέντο να αναγνωρίζουν ευκαιρίες εκεί που οι άλλοι δεν τις βλέπουν και να οργανώνονται για να επιτύχουν το τελικά επιδιωκόμενο όφελος. Η επιχειρηματικότητα λοιπόν είναι στενά συνδεδεμένη με την καινοτομία που αναζητά διαρκώς κάτι νέο, όπως επίσης με τη κοινωνική υπευθυνότητα και το σεβασμό στη οικολογική ισορροπία, προκειμένου να παραμείνει ωφέλιμη και επομένως βιώσιμη¹⁴. Έτσι λοιπόν, αναπόσπαστο στοιχείο της επιχειρηματικότητας αποτελεί η καινοτομία. Για μια επιχείρηση η καινοτομία μπορεί να είναι ένα νέο προϊόν, μια νέα υπηρεσία, μία νέα μέθοδος παραγωγής ή διακίνησης προϊόντων ή ακόμα και η υιοθέτηση πρωτοποριακών μεθόδων στη διοίκηση και στην προβολή της επιχείρησης. Η καινοτομία είναι πράγματι ένα ισχυρό μέσο οικονομικής ανάπτυξης που επιτρέπει τη δημιουργία νέων αγορών ή την ενίσχυση και τη διατήρηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος σε μία υπάρχουσα αγορά.

¹⁴ ΜΙΧΙΩΤΗΣ., Σ., ΟΙΚΟΝΟΜΟΥ., Κ., (2006), *Η Έννοια και η σημασία της επιχειρηματικότητας σήμερα*, Εθνικό Ίδρυμα Νεότητας

Η ίδρυση και ανάπτυξη μιας νέας επιχείρησης είναι ένα συναρπαστικό εγχείρημα το οποίο όμως απαιτεί μεθοδικότητα και προσεκτικές ενέργειες. Ο νέος επιχειρηματίας θα πρέπει να γνωρίζει τις διαδικασίες που απαιτούνται κατά τη σύσταση μιας νέας επιχειρήσεως, όπως η αναζήτηση χρηματοδότησης και η εκπόνηση ενός ολοκληρωμένου επιχειρηματικού σχεδίου. Θα πρέπει, επίσης, να είναι προετοιμασμένος για να αντιμετωπίσει προβλήματα, τα οποία μπορούν να προκύψουν κατά την ανάπτυξη της επιχείρησης, η οποία, για να παραμείνει ανταγωνιστική, θα πρέπει να καινοτομεί συνεχώς. Για τη δημιουργία όμως καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών απαιτείται η κατανόηση αναγκών και των επιθυμιών των καταναλωτών, αλλά και της επιχειρησιακής βιωσιμότητας. Έτσι λοιπόν, αναγνωρίζοντας ότι απαιτείται συνδυασμός ικανοτήτων για τον εντοπισμό ή την παραγωγή επιχειρηματικών ευκαιριών, νεοσύστατες και υπάρχουσες επιχειρήσεις εκπαιδεύουν ή αναζητούν στελέχη με πλήρεις ικανότητες, δηλαδή με σαφή κατανόηση των διαδικασιών και των προκλήσεων μιας επιχείρησης αλλά και γνώσεις των τεχνολογιών αιχμής που θα υποστηρίξουν την δημιουργία καινοτόμων προϊόντων.

Είναι λοιπόν σαφές ότι η κατάρτιση στους τομείς της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας, είναι απολύτως αναγκαία τόσο για τους αυτοαπασχολούμενους, όσο για τους εργαζόμενους σε κάποια επιχείρηση. Τα εκπαιδευτικά συστήματα θα πρέπει να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις της κοινωνίας, της γνώσης και να εξοπλίσουν τους νέους με τις γνώσεις και τις ικανότητες που απαιτούνται για τη νέα οικονομία. Θα πρέπει να υπάρξουν καινοτόμα προγράμματα σπουδών που συνδυάζουν τους δύο αυτούς μοχλούς οικονομικής ανάπτυξης και ενίσχυσης της ανταγωνιστικότητας, προγράμματα που ενισχύουν το αίσθημα αυτοπεποίθησης των αποφοίτων προκειμένου να μετατρέψουν τις καινοτόμες ιδέες σε πρωτοπόρες επιχειρήσεις υψηλής τεχνολογίας του αύριο¹⁵.

¹⁵ ΧΑΤΖΗΑΠΟΣΤΟΛΟΥ., Θ., (2011), *Τεχνολογία, Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα*, Λέκτορας, Τμήμα Επιστήμης Πληροφορικής, CITY COLLEGE

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2: Η ΚΑΤΑΝΟΗΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η επιχειρηματικότητα ως οικονομική δραστηριότητα είναι ένα σχετικά πρόσφατο κοινωνικό φαινόμενο. Σε παλαιότερες κοινωνίες, οι περισσότερες δραστηριότητες που σήμερα περιγράφουμε ως επιχειρηματικές δεν ήταν κοινωνικά αποδεκτές, ειδικά όταν τα αποτελέσματα τους φαίνονταν ότι βάζουν σε κίνδυνο τους παραδοσιακούς τρόπους της κοινωνικής ζωής. Σήμερα αυτό που έχει αλλάξει είναι ότι έχει επικρατήσει ένα σύστημα οργάνωσης της οικονομίας που ήταν αδιανόητο σε παλαιότερες μορφές κοινωνιών. Πρόκειται για το σύστημα που βασίζεται στο θεσμό της αγοράς, στην ύπαρξη δηλαδή μιας θεσμικής σφαίρας στο πλαίσιο της οποίας κάθε άτομο μπορεί να συναλλάσσεται με όποιον επιθυμεί και με μοναδικό κριτήριο την ικανοποίηση του ατομικού του οφέλους. Στην θεσμική σφαίρα της αγοράς λοιπόν, δεν διασφαλίζεται μόνον η ελευθερία της οικονομικής δράσης, αλλά ταυτόχρονα προάγεται και η γενική ευημερία της κοινωνίας (Smith, 1776)¹⁶.

Η επιχειρηματικότητα λοιπόν είναι ένας όρος που χρησιμοποιείται στην καθημερινή γλώσσα, στις πολιτικές δηλώσεις και φυσικά στις ακαδημαϊκές αναλύσεις. Ο λόγος που συμβαίνει αυτό είναι η κοινή διαπίστωση ότι η οικονομική ανάπτυξη μιας χώρας είναι συνάρτηση, εξαρτάται και προσδιορίζεται μεταξύ άλλων παραγόντων και από την επιχειρηματικότητα. Η ανάληψη επιχειρηματικών πρωτοβουλιών, οι οποίες δε θα επικεντρώνονται μόνο στη δημιουργία των επιχειρήσεων αλλά και στον εκσυγχρονισμό τους, συνεπάγεται για τη χώρα αύξηση του εθνικού πλούτου, παραγωγή τεχνογνωσίας και καινοτομιών, αφθονία και ποικιλία προϊόντων και υπηρεσιών και φυσικά δημιουργία νέων θέσεων απασχόλησης.

Μέχρι σήμερα, ο όρος «επιχειρηματικότητα» δεν έχει λάβει ένα ακριβές περιεχόμενο κοινά αποδεκτό. Αυτό σχετίζεται με το γεγονός ότι ο επιχειρηματίας, ο οποίος κατά

¹⁶ ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ., Σ., (2005), *Η έννοια και η σημασία της επιχειρηματικότητας*, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο.

κύριο λόγο την ασκεί, ανάλογα με τον τρόπο που δρα, το είδος και το μέγεθος της επιχείρησης που ιδρύει και τα μέσα που διαθέτει ενσωματώνει πολλές και διαφορετικές δραστηριότητες, έτσι ώστε να είναι εύκολο να δοθεί το πλήρες περιεχόμενο του ρόλου του.

Με την επιχειρηματικότητα ο άνθρωπος επιχειρεί, δηλαδή, προσπαθεί να κάνει κάτι καινούργιο, χωρίς βεβαιότητα για το τελικό αποτέλεσμα της προσπάθειας. Σε αυτή τη διαδικασία ο επιχειρηματίας εκτελεί πολύ χρήσιμες και αναντικατάστατες λειτουργίες για τον εαυτό του και για την επιχείρηση.

Περιγράφοντας την επιχειρηματικότητα μέσω των δραστηριοτήτων του επιχειρηματία που την υλοποιεί θα λέγαμε ότι η έννοια αυτή:

- Σημαίνει τον άριστο τρόπο οργάνωσης και συνδυασμού των συντελεστών της παραγωγής για τη δημιουργία αγαθών και υπηρεσιών.
- Εμπεριέχει το στοιχείο της εισαγωγής και εφαρμογής καινοτομιών καθώς και της δημιουργικής μίμησης κάθε πρωτοποριακής επιχειρηματικής προσπάθειας.
- Εμπεριέχει το στοιχείο του κινδύνου.
- Εκφράζει την ικανότητα κάποιου να διαβλέπει, να αναγνωρίζει και να αξιοποιεί τις ευκαιρίες κέρδους που δημιουργούνται στην αγορά, η οποία συνήθως λειτουργεί με ατέλειες.
- Η επιχειρηματικότητα μπορεί να ασκηθεί συνδυάζοντας όλες τις παραπάνω δραστηριότητες¹⁷.

2.1 Η ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η επιχειρηματικότητα είναι πολυδιάστατη και παρότι εμφανίζεται σε διάφορα πλαίσια οικονομικά και αλλά, μπορούμε να πούμε ότι κατά κύριο λόγο αποτελεί νοοτροπία. Πρόκειται για την δραστηριοποίηση και την ικανότητα που έχει ένα άτομο, μεμονωμένα ή στο πλαίσιο ενός οργανισμού, να αναγνωρίζει τις ευκαιρίες και να τις εκμεταλλεύεται προκειμένου να επιτύχει προστιθέμενη αξία ή να έχει

¹⁷ ΓΚΑΓΚΑΤΣΙΟΣ., Ι., ΛΕΛΕΔΑΚΗΣ., Γ., (2008), *Καινοτομία – Επιχειρηματικότητα Επιχειρήσεις*, Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων.

οικονομικό όφελος. Η δημιουργικότητα και η καινοτομία τον βοηθούν να εισέλθει σε μια υπάρχουσα αγορά ή να βελτιώσει την ανταγωνιστική θέση του σε αυτήν¹⁸.

Η επιχειρηματικότητα αφορά τα άτομα, τις επιλογές τους και τις ενέργειες στις οποίες προβαίνουν κατά την εκκίνηση, εξαγορά ή λειτουργία μιας επιχείρησης ή τη συμμετοχή τους στη διαδικασία λήψης στρατηγικών αποφάσεων μιας επιχείρησης. Οι επιχειρηματίες αποτελούν μια ανομοιογενή ομάδα και προέρχονται από όλους τους χώρους. Ωστόσο υπάρχουν ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά επιχειρηματικής συμπεριφοράς, συμπεριλαμβανομένης της ετοιμότητας για ανάληψη κινδύνων και της επιθυμίας για ανεξαρτησία και αυτοπραγμάτωση. Από τη βρετανική έρευνα οικογενειακών προϋπολογισμών προκύπτει ότι όσοι σκέπτονται σοβαρά το ενδεχόμενο να ιδρύσουν μία επιχείρηση θεωρούν τους εαυτούς τους πιο ευφάνταστους και δημιουργικούς από τους υπόλοιπους¹⁹.

Συγκεκριμένα η επιχειρηματικότητα προέρχεται από το ρήμα «επιχειρώ» που σημαίνει ενεργώ με συγκεκριμένο στόχο. Ο στόχος είναι η δημιουργία και διάθεση μελλοντικών προϊόντων και υπηρεσιών χωρίς να υπάρχει βεβαιότητα για το τελικό αποτέλεσμα της προσπάθειας. Επιτυγχάνεται με την κινητοποίηση όλων των απαραίτητων διαθέσιμων πόρων.

Επίσης η Επιχειρηματικότητα” είναι η αναγνώριση και η οικονομική εκμετάλλευση των ευκαιριών μίας κατάστασης κατά τρόπο παραγωγικό και συνήθως με οικονομικό ρίσκο του επιχειρηματία. Αυτό σημαίνει ότι:

A) ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ, δηλαδή αναγνώριση των αναγκών της αγοράς και των τρόπο ικανοποίησης των αναγκών.

Η γνωστότερη θεωρία είναι εκείνη του Maslow, (1968,1970) η οποία εάν και δεν διατυπώθηκε συγκεκριμένα για τα εργασιακά κίνητρα, οι επιπτώσεις της στον εργασιακό χώρο γρήγορα αναγνωρίστηκαν και έλαβαν εκτενή προσοχή. Συγκεκριμένα, ο Maslow (1968,1970), κύριος εκπρόσωπος της ανθρωπιστικής ψυχολογίας, υποστήριξε ότι υπάρχουν πέντε τύποι ταξινομημένοι ιεραρχικά αναγκών έτσι ώστε η ικανοποίηση της κατώτατης ανάγκης να αποτελεί προϋπόθεση για το πέρασμα στην επόμενη (satisfaction progress hypothesis). Στόχοι της θεωρίας είναι τόσο η αναγνώριση των βασικών αναγκών που αποτελεί τη βάση των κινήτρων

¹⁸ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΙΚΩΝ ΚΟΙΝΩΤΗΤΩΝ, *Πράσινη Βίβλος για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη*, Βρυξέλλες 2003.

¹⁹ *Findings from the Household Survey*, SBS Performance Analysis,2002.

εργασίας όσο και η εξήγηση της μεταξύ τους σχέσης (Porter, 1962 στο McCormick & Ilgen, 1987)²⁰.

Πίνακας 1: Πυραμίδα Maslow



Πηγή: Νέοι & Επιχειρηματικότητα, Πανεπιστήμιο Πειραιώς²¹

Β) ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣ, Προδιαγραφές προϊόντος (υπηρεσίας) και προδιαγραφές διαδικασίας παραγωγής προϊόντος (υπηρεσίας).

Γ) ΠΑΡΑΓΩΓΙΚΟΤΗΤΑ (PRODUCTIVITY), Πολύ συχνά συγχέεται με την:

- Αποτελεσματικότητα (effectiveness). Είναι ο βαθμός επίτευξης ενός προκαθορισμένου επιθυμητού αποτελέσματος (όπως αυτό το αντιλαμβάνεται ο πελάτης – αποδέκτης).
- Αποδοτικότητα (efficiency). Είναι το ληφθέν αποτέλεσμα (προϊόν / εκροή) σε σχέση με τους χρησιμοποιηθέντες πόρους (προσπάθεια / εισροή).

²⁰ PORTER, L. W. (1962). *Job attitudes in management: Perceived deficiencies in need fulfillment as function of job level*. In E. J. McCormick & D. Ilgen. (1987). *Industrial and organizational psychology*, 8th Ed. London: Raetledge.

²¹ ΚΟΝΔΥΛΗΣ., Ε., (2009), *Νέοι & Επιχειρηματικότητα*, Πανεπιστήμιο Πειραιώς.

- Επίδοση (performance).

Ένας γενικός ορισμός της παραγωγικότητας είναι ότι αποτελεί τη σχέση μεταξύ των δημιουργημένων *εκροών* από ένα σύστημα παραγωγής ή παροχής υπηρεσιών και των *εισροών* που είναι απαραίτητες για την δημιουργία αυτών των εκροών. Η παραγωγικότητα συνδέεται σημαντικά με την χρήση των πόρων, όπως εργασία, κεφάλαιο, γη, ενέργεια και πληροφορίες, κατά την παραγωγή αγαθών και υπηρεσιών²².

Πρέπει να επισημάνουμε ότι είναι πολλοί παράγοντες που επηρεάζουν την παραγωγικότητα σε μακροοικονομικό και μικροοικονομικό επίπεδο.

Σε μακροοικονομικό επίπεδο, οι κυριότεροι είναι:

- Η δομή της οικονομίας
- Η οικονομική σταθερότητα
- Η απασχόληση
- Η ανεργία
- Οι υποδομές.

Σε μικροοικονομικό επίπεδο, οι κυριότεροι είναι:

- Οι γνώσεις και οι δεξιότητες του προσωπικού
- Η χρησιμοποιούμενη τεχνολογία.
- Η οργάνωση της εργασίας
- Οι διευθυντικές πρακτικές
- Η καινοτομία
- Ο ανταγωνισμός.
- Δ) ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟ ΡΙΣΚΟ, Η πιθανότητα να είναι: $ΕΣΟΔΑ < ΕΞΟΔΑ$

Όλα αυτά είναι χαρακτηριστικά που αναδεικνύουν ότι η επιχειρηματικότητα είναι νοοτροπία και τρόπος δημιουργίας και ανάπτυξης οικονομικής δραστηριότητας μέσω του συνδυασμού της ανάληψης κινδύνου, της δημιουργικότητας και/ή της καινοτομίας.

²² ΜΑΝΟΥΣΟΠΟΥΛΟΣ., Γ., (2008). *Παραγωγικότητα, Διοίκηση αντικειμενικούς σκοπούς και σύστημα ανταμοιβής σαν κίνητρο παραγωγικότητας*. Άρθρο Διοίκησης στο www.specisoft.gr/smp.

2.2 ΤΑ ΕΙΔΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Με την επιχειρηματικότητα αντιμετωπίζονται προβλήματα που σχετίζονται με την έλλειψη ειδικευμένων στελεχών, τη δυσλειτουργία μεταξύ των τμημάτων της επιχείρησης, των εμποδίων στη ροή πληροφοριών και στη λήψη των αποφάσεων που υπάρχουν σε μια επιχείρηση. Επίσης γίνεται σωστή επιλογή ατόμων και αξιοποιούνται καλύτερα οι γνώσεις και οι δεξιότητες των εργαζομένων σε μια επιχείρηση, με αποτέλεσμα να αυξάνεται η παραγωγικότητα της επιχείρησης.

Επίσης το να είναι κανείς επιχειρηματίας σημαίνει να μάθει να διαχειρίζεται τον κίνδυνο. Με άλλα λόγια να έχει την διάθεση να πειραματισθεί και να βρει τρόπους να ελαχιστοποιεί τους κινδύνους στις οικονομικές του δραστηριότητες. Τέλος η επιχειρηματικότητα αφορά την ικανότητα του επιχειρηματία να αντιλαμβάνεται τις ευκαιρίες κέρδους και να δρα με βάση αυτές.

Τα είδη της επιχειρηματικότητας είναι τα εξής:

A) Η **αμιγής επιχειρηματικότητα** εξασκείται χωρίς ο επιχειρηματίας να διαθέτει άλλα παραγωγικά μέσα (π.χ. μηχανήματα), αλλά μόνο από την προσωπική του συμβολή. Κεντρικό ρόλο παίζει η προσωπικότητα του με όλα τα χαρακτηριστικά της, τα οποία εκφράζονται με τη σύλληψη για αξιοποίηση μιας νέας παραγωγικής ιδέας. Η αμιγής επιχειρηματικότητα περιλαμβάνει εκείνες τις δραστηριότητες που δεν μπορούν εξίσου με τον επιχειρηματία να πραγματοποιηθούν από μισθωτούς εργαζομένους ή άλλους φορείς (π.χ. δημόσιες υπηρεσίες).

Ωστόσο η επιχειρηματικότητα με αυτή τη μορφή δεν συναντάται συχνά στην πραγματική οικονομική ζωή. Όταν ο επιχειρηματίας αναλαμβάνει δράση, τις περισσότερες φορές, είναι υποχρεωμένος για διάφορους λόγους να αναλάβει δραστηριότητες που θα μπορούσαν να αναληφθούν από άλλα άτομα χωρίς να μειωθεί το αποτέλεσμα της επιχειρηματικότητας του. Έτσι στην πράξη ο ρόλος του επιχειρηματία εκπληρώνεται με μία από τις μορφές της μικτής επιχειρηματικότητας.

B) Η **μικτή επιχειρηματικότητα**, ασκείται όταν ο επιχειρηματίας δραστηριοποιείται αναλαμβάνοντας και ρόλους που εύκολα μπορούν να υλοποιηθούν από άλλα άτομα ή φορείς της οικονομίας (διοικητικά στελέχη, τραπεζικό σύστημα κ.λ.π.).

Το είδος αυτό διακρίνεται σε επιχειρηματικότητα εργαζομένων και επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων.

- Η μικτή επιχειρηματικότητα εργαζομένων περιλαμβάνει δραστηριότητες οι οποίες θα μπορούσαν να αναληφθούν από άλλα άτομα χωρίς να μειωθεί η

αποτελεσματικότητα της επιχείρησης. Συνήθως αυτό το είδος επιχειρηματικότητας εφαρμόζεται σε περιπτώσεις που ο επιχειρηματίας ιδρύει μια επιχείρηση. Η μικτή επιχειρηματικότητα σήμερα τείνει να εκλείψει γιατί:

- Ο επιχειρηματίας είναι δύσκολο να είναι τέλειος γνώστης διαφόρων ειδικών θεμάτων.
 - Το εκπαιδευτικό σύστημα παρέχει αυτές τις γνώσεις σε άτομα πρόθυμα να εργασθούν. Αρά αυτό που απαιτείται είναι η σωστή επιλογή προσωπικού.
 - Είναι πιο αποδοτικό να αφιερώνει το χρόνο στην ανακάλυψη μιας νέας ευκαιρίας για κέρδος.
- Μικτή επιχειρηματικότητα κεφαλαιούχων, ασκεί το άτομο που προχωρά στην αξιοποίηση της επιχειρηματικής ιδέας του, παρέχοντας κεφάλαια στην υπό ίδρυση ή νεοϊδρυθείσα επιχείρηση του. Αυτή η μορφή τείνει σήμερα να περιορισθεί γιατί:
 - Αυξάνονται οι δυνατότητες άντλησης κεφαλαίων από το χρηματοπιστωτικό σύστημα και τα διάφορα σχήματα επιχειρηματικής συνεργασίας.
 - Η διάκριση ρόλων και προτιμήσεων μεταξύ κεφαλαιούχων και επιχειρηματιών – επενδυτών έχει γίνει πιο φανερή²³.

2.3 ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΔΡΑΣΕΩΝ

Υπάρχουν τρεις τύποι επιχειρηματικότητας, η *διαμεσολάβηση*, η *κερδοσκοπία* και η *καινοτομία* που όπως θα δούμε παρακάτω το κεντρικό ζήτημα στη διάκριση ανάμεσα στους τρεις τύπους είναι το στοιχείο του χρόνου.

Ο πρώτος τύπος επιχειρηματικότητας, η διαμεσολάβηση, αφορά μια επιχειρηματική δραστηριότητα που λαμβάνει χώρα στιγμιαία. Ο επιχειρηματίας ανακαλύπτει μια ευκαιρία κέρδους, που έχει τον χαρακτήρα της δυνατότητας αγοράς ενός προϊόντος σε ένα σημείο της αγοράς και ταυτόχρονα πώλησής του σε ένα άλλο, σε τιμή

²³ ΓΚΑΓΚΑΤΣΙΟΣ., Ι., ΛΕΛΕΔΑΚΗΣ., Γ., (2008), *Καινοτομία – Επιχειρηματικότητα Επιχειρήσεις*, Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων.

υψηλότερη. Ο επιχειρηματίας λοιπόν διαμεσολαβεί ανάμεσα σε έναν πωλητή και έναν αγοραστή ενός προϊόντος στιγμιαία. Το γεγονός ότι η συναλλαγή αυτή γίνεται ουσιαστικά σε μηδενικό χρόνο σημαίνει ότι ο επιχειρηματίας δεν χρειάζεται να χρησιμοποιήσει πόρους για να αποκομίσει το κέρδος, πρόκειται λοιπόν για μια περίπτωση όπου η επιχειρηματική δράση ταυτίζεται απόλυτα με την έννοια της «καθαρής» επιχειρηματικότητας του Kirzner.

Ο δεύτερος τύπος επιχειρηματικότητας, η κερδοσκοπία, αφορά την εκμετάλλευση μιας διαχρονικής διαφοράς στην τιμή ενός αγαθού. Ο επιχειρηματίας αγοράζει ένα αγαθό σήμερα, με σκοπό να το πουλήσει σε υψηλότερη τιμή σε κάποια στιγμή στο μέλλον. Και εδώ, η ανακάλυψη του επιχειρηματία αναφέρεται σε μια διαφορά στην τιμή του αγαθού. Ωστόσο, σε αντίθεση με τον πρώτο τύπο, το δεύτερο σκέλος της συναλλαγής, η μεταπώληση του αγαθού στο μέλλον, δεν είναι μια πραγματικότητα αλλά απλά μια προσδοκία του επιχειρηματία ότι η τιμή θα είναι όντως υψηλότερη. Και πάλι σε αντίθεση με τον πρώτο τύπο, η συγκεκριμένη επιχειρηματική ενέργεια, καθ' ότι διεξάγεται μέσα στο χρόνο, απαιτεί τη χρήση πόρων που ο καθαρός επιχειρηματίας, αυτός δηλαδή που ανακάλυψε τη συγκεκριμένη ευκαιρία κέρδους, μπορεί να κατέχει ή όχι. Από την άλλη πλευρά, οι δύο πρώτοι τύποι έχουν ένα κοινό σημείο: η επιχειρηματική δράση έχει και στις δύο περιπτώσεις τον χαρακτήρα της αγοράς και πώλησης ενός αγαθού το οποίο μένει αναλλοίωτο από την ίδια την επιχειρηματική δράση.

Τέλος, περνάμε στον τύπο της καινοτομίας. Όπως ακριβώς και η κερδοσκοπία, η καινοτομική δράση διεξάγεται σε πραγματικό χρόνο και απαιτεί την αφιέρωση πόρων. Εδώ όμως δεν έχουμε να κάνουμε μόνο και κυρίως με ρευστούς πόρους, δηλαδή κεφάλαιο, αλλά με ανθρώπινο και φυσικό κεφάλαιο, το οποίο ο επιχειρηματίας πρέπει να οργανώσει κατά καινοτομικό τρόπο, κατά τρόπο δηλαδή που θα είναι σε θέση να καταλήξει σε ένα νέο προϊόν ή στο ίδιο προϊόν μέσω μιας νέας παραγωγικής διαδικασίας. Στην περίπτωση της καινοτομίας λοιπόν, η επιχειρηματική δράση δεν απαιτεί απλώς την ύπαρξη πόρων αλλά εμπεριέχει το στοιχείο της αναδιάρθρωσής τους ως βασικού παράγοντα για την επιτυχία της καινοτομίας²⁴.

²⁴ ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ., Σ., (2005), *Η Έννοια και η σημασία της Επιχειρηματικότητας*, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο

2.4 Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΗΣ

Το ερώτημα το οποίο πρέπει να θέσουμε είναι για ποιο λόγο η επιχειρηματικότητα είναι σημαντική και φυσικά ποια είναι η συμβολή της στην κοινωνία και συγκεκριμένα στις επιχειρήσεις.

Πρώτον, η επιχειρηματικότητα συμβάλει στη *δημιουργία νέων θέσεων εργασίας* και στην ανάπτυξη κάθε επιχειρήσεις. Έρευνες έχουν αποδείξει ότι οι χώρες που παρουσιάζουν τη μεγαλύτερη αύξηση στα ποσοστά επιχειρηματικότητας τείνουν να παρουσιάζουν και τη μεγαλύτερη μείωση των ποσοστών ανεργίας. Ειδικότερα κατά την δεκαετία του 1990, οι αναπτυσσόμενες επιχειρήσεις συνέβαλαν σημαντικά στη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Για παράδειγμα στις Κάτω Χώρες, στο διάστημα μεταξύ 1994 και 1998, το 8% των ταχέως αναπτυσσόμενων επιχειρήσεων δημιούργησαν το 60% των νέων θέσεων εργασίας στο πλαίσιο υφιστάμενων επιχειρήσεων²⁵.

Επίσης η επιχειρηματικότητα είναι *βασικός παράγοντας ανταγωνιστικότητας*. Δηλαδή οι επιχειρήσεις οι οποίες προωθούν νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες δίνουν ώθηση στην παραγωγικότητα. Αυξάνουν την ανταγωνιστική πίεση αναγκάζοντας άλλες επιχειρήσεις να αντιδράσουν βελτιώνοντας τις επιδόσεις τους ή καινοτομώντας.

Ένα άλλο χαρακτηριστικό της επιχειρηματικότητας είναι ότι *απελευθερώνει το δυναμικό του ατόμου (χαρακτηριστικά όπως η ελευθερία, ανεξαρτησία και πρόκληση)*.

Η άσκηση ενός επαγγέλματος δεν αποτελεί μόνο μέσο προσπορισμού χρημάτων. Υπάρχουν και άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν την επιλογή επαγγέλματος, όπως είναι η ασφάλεια, η ανεξαρτησία, η ποικιλία καθηκόντων και το ενδιαφέρον που προσφέρει η εργασία. Η επιδίωξη υψηλότερων εισοδηματικών επίπεδων μπορεί να παρακινήσει τα άτομα να θέσουν «υψηλότερους στόχους», όπως η αυτοπραγμάτωση και η ανεξαρτησία, μέσω της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Για ορισμένους οι οποίοι δεν είναι σε θέση να βρουν μια θέση εργασίας που να τους καλύπτει, η επιλογή να γίνουν επιχειρηματίες ενδεχομένως να οφείλεται σε οικονομική ανάγκη ή επίσης να τους δίνει την δυνατότητα να μπορέσουν να βελτιώσουν την θέση τους.

Οι επιχειρηματίες αποτελούν *την κινητήρια δύναμη της οικονομίας της αγοράς* και τα επιτεύγματά τους προσφέρουν στην κοινωνία πλούτο, θέσεις εργασίας και στους

²⁵ Entrepreneurship in the Netherlands, Innovative entrepreneurship. New policy challenges' Υπουργείο Οικονομικών και ΕΙΜ, Φεβρουάριος 2002.

καταναλωτές ποικιλία επιλογών. Ανταποκρινόμενες στις αυξανόμενες προσδοκίες της κοινής γνώμης όσον αφορά τον αντίκτυπο των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στην κοινωνία και στο περιβάλλον, πολλές μεγάλες εταιρείες υιοθέτησαν επίσημες στρατηγικές για την εταιρική κοινωνική ευθύνη, που συνεπάγεται την προαιρετική ενσωμάτωση κοινωνικών και περιβαλλοντικών παραμέτρων στην επιχειρηματική πρακτική και στη συνεργασία με τα ενδιαφερόμενα μέρη εφόσον οι επιχειρήσεις αναγνωρίζουν πλέον ότι η υπεύθυνη επιχειρηματική στάση συμβάλλει στην επιχειρηματική επιτυχία. Η στάση αυτή μπορεί να περιλαμβάνει, για παράδειγμα, τη δέσμευση για την αύξηση της παραγωγικής δραστηριότητας κατά έναν φιλικό προς το περιβάλλον τρόπο ('οικολογική αποδοτικότητα') ή για το σεβασμό των θεμάτων που συγκεντρώνουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών και για την προώθηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας κατά έναν φιλικό προς τους καταναλωτές τρόπο. Οι ΜΜΕ επιδεικνύουν «υπεύθυνο επιχειρηματικό πνεύμα» με έναν πιο άτυπο τρόπο αλλά ωστόσο αποτελούν τον κεντρικό ιστό για πολλές κοινωνίες²⁶.

Με βάση τα παραπάνω, η επιχειρηματικότητα συμβάλει στην οικονομική ανάπτυξη, στην δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και δίνει την δυνατότητα στους επιχειρηματίες να αναπτύξουν περισσότερο το επιχειρηματικό πνεύμα τους και να λάβουν την κατάλληλη στήριξη για την ανάπτυξη επιχειρηματικών δεξιοτήτων.

2.5 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΕΣ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ

Κάθε επιχείρηση για να μπορέσει να πετύχει και να γίνει ανταγωνιστική πρέπει να βασίσει την στρατηγική της σε στοιχεία διαφορετικότητας και μοναδικότητας. Αν καταφέρει να συνδυάσει όλους τους παράγοντες που αναφέραμε παραπάνω θα μπορέσει να αυξήσει τις δυνατότητες για δημιουργία νέων καινοτομικών προσφορών στο σύγχρονο καταναλωτή.

Οι νέες συνθήκες που διαμορφώνονται στην αγορά θέτουν υπό αμφισβήτηση την όλη σύνθεση και ανάπτυξη της επιχειρηματικής στρατηγικής. Ποια στρατηγική είναι κατάλληλη για μια μικρομεσαία επιχείρηση που δραστηριοποιείται στην Ελλάδα; Η στρατηγική πρέπει να στηριχθεί σε διακριτό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για να έχει μέλλον. Όπως αναφέραμε θα πρέπει να αναζητηθούν στοιχεία διαφορετικότητας και μοναδικότητας τα οποία απαραίτητα δεν πρέπει να εκφράζουν νέες τεχνολογίες όμως

²⁶ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΙΚΩΝ ΚΟΙΝΩΤΗΤΩΝ, *Πράσινη Βίβλος για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη*, Βρυξέλλες 2003.

μπορεί να εκφράσουν τη διαφορετική σκέψη των Ελλήνων, να έχουν τις ρίζες τους στην παράδοση, στον τρόπο που εμείς βλέπουμε την προσφορά στον σύγχρονο καταναλωτή.

Η αναζήτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος μπορεί να καθοδηγηθεί με τον συνδυασμό τριών βασικών παραγόντων οι οποίοι είναι οι εξής:

- **Σχεδίαση.** Η σχεδίαση έχει απεριόριστες δυνατότητες για δημιουργία καινοτομικών λύσεων. Περιλαμβάνει τόσο την αισθητική πτυχή, την άυλη διάσταση του ωραίου, όσο και την τεχνολογική, δηλαδή την λειτουργικότητα των λύσεων, του τρόπου εξυπηρέτησης.
- **Ποιότητα.** Σε μεγάλο βαθμό έχει γίνει στοιχείο προαπαιτούμενο και λιγότερο στοιχείο διαφοροποίησης. Για να σταθεί κανείς στην αγορά πρέπει να έχει ποιότητα.
- **Περιβάλλον.** Η αειφόρα, η οικολογική διάσταση προσφέρει νέες ευκαιρίες διαφοροποίησης. Δεν πρέπει να το βλέπουν οι επιχειρήσεις ως περιορισμό, ως συμμόρφωση σε ρυθμίσεις και νομοθεσία. Μπορεί να αποτελέσει ευκαιρία για δημιουργία νέων προσφορών στον προβληματισμένο σύγχρονο καταναλωτή.

Η αναζήτηση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος στις παραπάνω διαστάσεις μπορεί να οδηγήσει σε καινοτομίες. Πολύ περισσότερο αν τα τρία στοιχεία παραπάνω συνδυασθούν και επιδιωχθούν ολοκληρωμένα. Αυτό για τις περισσότερες επιχειρήσεις αποτελεί ριζικό αναπροσανατολισμό. Επιδίωξη του νέου, της καινοτομίας σε όλο το σύστημα. Μικρές καινοτομίες, που αλλάζουν την προσφορά στον καταναλωτή είναι πιο κατάλληλες για τους προϋπολογισμούς της ελληνικής επιχείρησης. Υπάρχουν απεριόριστες δυνατότητες για μικρές, προοδευτικής φύσης καινοτομίες:

- σε εφαρμογές νέας, βασικής τεχνολογίας στις παραγωγικές διαδικασίες
- στο προσφερόμενο προϊόν και στον τρόπο εξυπηρέτησης
- στην ανάδειξη λύσεων και ιδεών που στηρίζονται στην Ελληνική παράδοση και το Ελληνικό περιβάλλον.

Οι μικρές καινοτομίες συνήθως περνούν απαρατήρητες, όμως διαμορφώνουν πορεία. Ένα χαρακτηριστικό, μια κουλτούρα, η οποία πρέπει να προωθηθεί από τις ελληνικές επιχειρήσεις καθώς υστερούν στην κουλτούρα αναζήτησης του νέου, προώθησης βελτιώσεων και αλλαγών. Ο τομέας των επιχειρήσεων υστερεί ιδιαίτερα στην καινοτομία. Σε άλλες μικρές χώρες οι επιχειρήσεις έχουν πολύ υψηλότερες επιδόσεις σε καινοτομία (π.χ Σκανδιναβικές χώρες). Αυτό δεν σημαίνει ότι πρέπει να

αντιγράψουμε τις πολιτικές των χωρών αυτών. Απλά να ξεκινήσουμε μια προσπάθεια συζήτησης για προώθηση μορφών καινοτομίας που ταιριάζουν στις ιδιαίτερες συνθήκες του Ελληνικού περιβάλλοντος καθώς και του τρόπου ενίσχυσής τους. Στο ανοιχτό παγκόσμιο περιβάλλον η ανταγωνιστικότητα της Ελληνικής οικονομίας θα κριθεί κυρίως από την ικανότητα των ίδιων των επιχειρήσεων να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις για καινοτομία, για δημιουργία νέων προσφορών στις διεθνείς αγορές. Από την ικανότητά τους να υλοποιήσουν ένα ολοκληρωμένο προσανατολισμό στο τρίπτυχο σχεδίαση – ποιότητα – περιβάλλον. Ο προσανατολισμός αυτός πρέπει να ενσωματωθεί στο σύστημα, να γίνει σκοπός και τρόπος λειτουργίας της επιχείρησης. Αναπόσπαστο μέρος της κουλτούρας της. Έτσι η επιχείρηση θα μπορεί να βρίσκει συνεχώς νέα στοιχεία καινοτομίας και να ανανεώνει τη στρατηγική διαφοροποίησης χωρίς να αλλοιώνει την ταυτότητά της²⁷.

2.6 ΕΜΠΟΔΙΑ ΕΝΑΡΞΗΣ ΝΕΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Παρά την πρόοδο που έχει σημειωθεί τα τελευταία χρόνια, οι δυσκολίες έναρξης μιας νέας επιχειρήσεως γίνονται όλο και περισσότερες. Συγκεκριμένα, το κόστος και ο χρόνος για την έναρξη μιας νέας επιχείρησης παραμένουν υψηλά. Με βάση τα στατιστικά στοιχεία από την Ευρωπαϊκή Βιομηχανία και Επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα απαιτούνται 15 ημέρες και 1.101 ευρώ, για την σύσταση μιας νέας επιχείρησης. Αντίστοιχα, στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, απαιτούνται 8 ημέρες και 417 ευρώ. Παρά το γεγονός ότι υπάρχει τεράστια διαφορά μεταξύ της Ελλάδας και των χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, κατά την περίοδο 2007-2008 παρατηρήθηκε τεράστια βελτίωση των επιδόσεων καθώς μέχρι τότε η σύσταση μιας νέας επιχείρησης απαιτούσε 30 ημέρες και 1.336 ευρώ στην Ελλάδα και 12 ημέρες και 485 ευρώ στην Ευρωπαϊκή Ένωση²⁸.

Τα σημαντικότερα εμπόδια έναρξης μιας νέας εταιρείας είναι τα εξής:

1. Απαιτήσεις σε κεφάλαια

²⁷ ΛΙΟΥΚΑΣ., Σ., (2006): *Επιχειρηματικές Στρατηγικές για Διεθνή Ανταγωνιστικότητα*, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Ελληνική Βιομηχανία: προς την οικονομία της γνώσης, Αθήνα.

²⁸ Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών. (2010). *Υπέρογκη η γραφειοκρατία για τις νέες επιχειρήσεις*. Οικονομία – Αγορά, Τεύχος 519, Ιούλιος – Αύγουστος 2010. Διαθέσιμο στη διεύθυνση <http://www.eea-info.gr/viewcon.asp?typ=1&aID=120001167>.

2. Νομικά εμπόδια. Διοικητικές δυσκολίες και γραφειοκρατία. Επισημάνεται ότι η γραφειοκρατία αποτελεί το νούμερο ένα εχθρό της ιδιωτικής πρωτοβουλίας και της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Στη δύσκολη οικονομική περίοδο που διανύουμε, η προσπάθεια για την ανάκαμψη και την ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας αλλά και για την καταπολέμηση της ανεργίας απαιτεί απλές πρακτικές παρεμβάσεις, όπως την άρση των γραφειοκρατικών δυσκολιών για τη σύσταση μιας επιχείρησης και την ενίσχυση της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης μέσω της διαδικτυακής παροχής του συνόλου των δημόσιων υπηρεσιών, που απαιτούνται για τη σύσταση μιας νέας επιχείρησης.
3. Δυσκολίες που προέρχονται από το ύψος της φορολογίας και τις κοινωνικές - ασφαλιστικές επιβαρύνσεις.
4. Έντονος ανταγωνισμός.
5. Έλλειψη υποστήριξης.
6. Έλλειψη υποδομών.
7. Στρατηγικά εμπόδια από τις μεγάλες εταιρείες.
8. Πολιτιστικά εμπόδια (θεωρία επιχειρηματικότητας & καινοτομίας, τεχνολογικό Ίδρυμα Λάρισας. Δομή απασχόλησης και σταδιοδρομίας).

Η δυσκολία σύστασης μιας νέας επιχείρησης εξαρτάται επίσης από την ποικιλομορφία των συστημάτων, που υπάρχουν στα διάφορα κράτη-μέλη. Είναι σημαντική λοιπόν η θέσπιση ενός ενιαίου συστήματος για τη σύσταση των επιχειρήσεων, σύμφωνα με το οποίο η διεκπεραίωση της διαδικασίας θα γίνεται σταδιακά και θα είναι δυνατή η δημιουργία μιας επιχείρησης εντός 48 ωρών. Σημειώνεται εξάλλου ότι η αντιμετώπιση αυτών των δυσκολιών αποτελεί μέρος της πολιτικής της Επιτροπής για παραπάνω από δέκα χρόνια. Τα 1997 εκδόθηκε για πρώτη φορά σύσταση όπου προτείνει μέτρα για την επιτάχυνση και την απλοποίηση των διαδικασιών εκκίνησης μιας εταιρίας, ενώ το 2000 ο Χάρτης για τις Μικρές Επιχειρήσεις περιείχε «λιγότερο δαπανηρές και ταχύτερες διαδικασίες εκκίνησης» ως ένα από τα 10 σημεία, στα οποία δίνουν έμφαση οι πολιτικές των μικρομεσαίων επιχειρήσεων (ΜΜΕ).

2.7 ΛΟΓΟΙ ΑΠΟΤΥΧΙΑΣ ΚΑΙ ΕΠΙΒΙΩΣΗΣ ΝΕΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Αν και πολλές επιχειρήσεις κατάφεραν να δημιουργήσουν κάτι καινούριο, πολλές από αυτές δεν μπόρεσαν να επιβιώσουν και να διατηρήσουν σε ισχύ την νεοσύστατη επιχείρηση. Υπάρχουν όμως επιχειρηματίες που εξακολουθούν να υφίστανται περήφανοι και ικανοποιημένοι, ανακαλύπτοντας νέες αγορές για τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους και μεταφέροντας το μήνυμα της αισιοδοξίας σε αυτούς που θα ήθελαν να ακολουθήσουν το παράδειγμά τους.

Οι λόγοι αποτυχίας αφορούν όχι μόνο την ποιότητα ή ορθότητα των διάφορων επενδυτικών επιδοτούμενων προγραμμάτων και αναπτυξιακών νόμων αλλά και τους ίδιους τους επιχειρηματίες. Παρακάτω θα αναφέρουμε μερικούς από τους λόγους που αφορούν τους υποψήφιους ή εν δυνάμει επιχειρηματίες και τις λάθος (κατά την προσέγγισή μας) εκτιμήσεις τους που οδηγούν στην αποτυχία.

- Δεν είναι όλοι ικανοί να γίνουν επιχειρηματίες. Πολύ συχνά, τα παιδιά κάποιου επιχειρηματία είναι υποχρεωμένα να συνεχίσουν την γονική επιτυχημένη επιχείρηση. Είναι όμως έτοιμοι να αναλάβουν μια τέτοια ευθύνη; Διαθέτουν την αίσθηση της επιχειρηματικότητας; Φυσικά δεν την έχουν όλοι και αυτό έχει ως αποτέλεσμα η επιχείρηση να οδηγείται σε σύντομο χρονικό διάστημα σε χρεοκοπία.
- Λανθασμένη εκτίμηση των κεφαλαιακών αναγκών τους. Πολλοί νέοι επιχειρηματίες δεν αναλογίζονται ότι η βιωσιμότητα μιας επιχείρησης δεν προσδιορίζεται μόνο από τα κτίρια ή τα μηχανήματα, αλλά κυρίως από την πώληση των προϊόντων που θα καλύπτουν τις καθημερινές ταμειακές τους ανάγκες και θα προσφέρουν ένα ικανοποιητικό κέρδος. Το σημαντικότερο είναι πως προσδιορίζεται η κάλυψη των λειτουργικών ταμειακών αναγκών και ποια είναι η πηγή των κεφαλαίων αυτών (δανεισμός, ίδια κεφάλαια, συνδυασμός τους κλπ).
- Ανυπαρξία καταγεγραμμένου επιχειρηματικού σχεδίου (business plan). Πολλοί επιχειρηματίες πιστεύουν ότι μπορεί να πετύχουν επιχειρηματικά κέρδη χωρίς να καταγράφουν τις επιχειρηματικές τους ιδέες και τον τρόπο υλοποίησής τους, μα έχοντας όλα μέσα στο μυαλό τους. Δυστυχώς η νοοτροπία αυτή είναι λανθασμένη. Η γραπτή απεικόνιση του επιχειρηματικού σχεδίου δίνει την δυνατότητα συχνού ελέγχου αυτών που έχουν τεθεί ως

στόχοι και μπορούμε με αυτό τον τρόπο να αναπροσαρμόσουμε τον αρχικό σχεδιασμό με βάση τις νέες, πραγματικές επιχειρηματικές συνθήκες.

- Υπερεκτίμηση των ικανοτήτων. Πολλοί επιχειρηματίες, παλιοί και νέοι, θεωρούν τους εαυτούς τους ικανούς για όλα. Πολλές φορές όμως αυτή η συμπεριφορά οδηγεί σε αποτυχία παρά σε επιτυχία. Ο επιχειρηματίας πρέπει να εντοπίζει τις πιθανές ελλείψεις του και να βρίσκει τρόπους αντιμετώπισης τους, επί πλέον εκπαίδευση, συνεργασία με ειδικευμένους συμβούλους και πρόσληψη έμπειρων στελεχών.

Από την άλλη μεριά όμως υπάρχουν επιχειρήσεις οι οποίες καθημερινά αποδεικνύουν ότι είναι σε θέση να επιβιώσουν και να γίνουν ακόμα πιο ανταγωνιστικές στην αγορά. Και αυτό γιατί ο επιχειρηματίας αξιολογεί το εσωτερικό και εξωτερικό Επιχειρησιακό Περιβάλλον. Κάνει μια ανάλυση Δυνάμεων, Αδυναμιών, Ευκαιριών και Απειλών της επιχείρησης (γνωστή και ως SWOT Analysis), κατά την οποία αξιολογούνται τα δεδομένα του παρελθόντος και του παρόντος σε συνδυασμό με τις προβλέψεις του μέλλοντος.

Είναι σημαντικό να επισημάνουμε ότι κάθε επιχειρηματίας για να μπορεί να συνεχίσει να επιβιώνει σε ένα συνεχή ανταγωνιστικό περιβάλλον οφείλει να εντοπίσει και να προσδιορίσει το σύστημα αξιών της εταιρίας του. Να αποφασίσει τι αντιπροσωπεύει η επιχείρησή του και ποιο είναι εκείνο το γνώρισμά της για το οποίο θα αισθάνεται υπερήφανος. Κατόπιν, ο επιχειρηματίας πρέπει να επιδείξει κλίση προς τη δράση. Να μη διστάσει να ενεργήσει, να πειραματιστεί, να τολμήσει, να εργαστεί, να δημιουργήσει, να αφιερώσει χρόνο και κόπο στην επιχειρηματική του δράση.

Ο λήθαργος και η αδράνεια καθιστούν δυστυχώς πολλές επιχειρήσεις αναποτελεσματικές. Πρέπει να καταλαβαίνει τους πελάτες του, να είναι σε θέση να ικανοποιήσει τις ανάγκες τους και να προβλέψει τις επιθυμίες τους. Δυστυχώς σε πάρα πολλές επιχειρήσεις ο πελάτης θεωρείται μία φοβερή ενόχληση που μπορεί ανά πάσα στιγμή να ανατρέψει τα ήδη καταστρωμένα στρατηγικά σχέδια. Αυτή η νοοτροπία πρέπει να εκλείψει. Ο καλός επιχειρηματίας οφείλει πάντοτε μέσα του να διατηρεί ψήγματα νεωτερισμού και καινοτομίας για τα προϊόντα του ή τις υπηρεσίες του. Οφείλει σε κάθε ενδεδειγμένη νέα ιδέα να παράσχει την απαιτούμενη ενέργεια για να την κάνει πράξη. Μέσα σε κάθε λειτουργία της επιχείρησης, ο κάθε εργαζόμενος πρέπει να θεωρείται η βασική πηγή ποιότητας και παραγωγικότητας.

Αβίαστα προκύπτει το συμπέρασμα πως για να διατηρηθεί μία οικονομική μονάδα ζωντανή και ενημερωμένη, ανταγωνιστική και αποτελεσματική, απαιτούνται

συστηματικός σχεδιασμός και προϋπολογισμοί, πολιτικές, σχέδια και στρατηγικές. Κυρίως, χρειάζεται η ανάπτυξη ενός ιδιαίτερου κλίματος, όπου η αξία συναντά την πράξη και όπου η κρίση συναντά την ορθολογική σκέψη. Νικητής θα αναδειχθεί εκείνος ο επιχειρηματίας που θα εργαστεί σκληρά για να κρατήσει τα πράγματα απλά σε έναν πολύπλοκο επιχειρηματικό κόσμο.

2.8 ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΔΙΑ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Οι σύγχρονες επιχειρήσεις λειτουργούν σε ένα γρήγορα μεταβαλλόμενο περιβάλλον. Γι αυτό είναι αναγκαίο κάθε επιχείρηση να εντοπίζει νέες ιδέες και στρατηγικές δράσης για την επίλυση των προβλημάτων. Η δημιουργική σκέψη επιτρέπει την καλύτερη κατανόηση των προβληματικών καταστάσεων, τον εντοπισμό πολλών προβλημάτων, τη δημιουργία πολλαπλών λύσεων και την εξέταση εναλλακτικών λύσεων σε διάφορες καταστάσεις που θα προκύψουν στο μέλλον. Επίσης μπορεί να διαδραματίσει ένα ουσιαστικό ρόλο στην καινοτομία.

Η επιτυχία πολλών εταιρειών οφείλεται σε μεγάλο βαθμό στην καινοτομικότητα τους.

Η ανάγκη για καινοτομία υπαγορεύεται από παράγοντες όπως:

- Οι τεχνολογικές βελτιώσεις καθώς αναπτύσσεται με γρήγορο ρυθμό, και προσφέρει πάρα πολλές ευκαιρίες για καινοτομίες.
- Οι ενέργειες των ανταγωνιστών. Η επιχείρηση που δεν καινοτομεί μπορεί να δει τις πωλήσεις της να μειώνονται και οι καταναλωτές να στρέφονται σε ένα ανταγωνιστικό προϊόν που ικανοποιεί τις ανάγκες των καταναλωτών γρηγορότερα και φθηνότερα.
- Η επιθυμία καταπολέμησης των αδυναμιών της επιχείρησης.
- Η προσπάθεια εκμετάλλευσης πλεονεκτημάτων που διαθέτει η επιχείρηση.
- Η στρατηγική της αγοράς.
- Οι μεταβαλλόμενες κοινωνικό – οικονομικές συνθήκες και οι πολιτιστικές αξίες.
- Η εμφάνιση νέων αναγκών.

- Η επέκταση της επιχείρησης με νέα προϊόντα σε άλλους κλάδους της αγοράς με σκοπό την ανάπτυξη της επιχείρησης και την αύξηση των κερδών της.

Μια επιχείρηση αν δεν είναι σε θέση να υιοθετήσει έναν καινοτομικό χαρακτήρα, να αναγνωρίσει ότι κάτω από τις σύγχρονες συνθήκες αγοράς και ανταγωνισμού η στήριξη των πωλήσεων αποκλειστικά σε υπάρχοντα προϊόντα και η χρησιμοποίηση των ίδιων μεθόδων μπορεί να οδηγήσει σε αργό αλλά βέβαιο μαρασμό των ίδιων επιχειρήσεων.

Οι πετυχημένες καινοτομίες προϋποθέτουν:

- Διαμόρφωση στρατηγικής ως προς τις κατευθύνσεις που θα επιδιώξει η επιχείρηση. Αυτές θα καθορίσουν τους στόχους, τα μέσα, τα πλαίσια μέσα στα οποία θα κινηθεί η προσπάθεια και τα κριτήρια έγκρισης ιδεών η προτάσεων.
- Δημιουργική σκέψη για την παραγωγή πρωτότυπων καινοτομιών.
- Προγραμματισμό, ο οποίος θέτει τα πλαίσια μέσα στα οποία θα κινείται η δημιουργικότητα και ελέγχει «τα προϊόντα της δημιουργικής σκέψης ως προς την εφαρμοστικότητα τους (Εμπορική βιωσιμότητα).

Σε μια μικρή επιχείρηση είναι σημαντικό να υπάρχει τρόπος μεθόδευσης στην καινοτομία διότι μια και μόνο αποτυχία μπορεί να οδηγήσει σε χρεοκοπία. Αναγνωρίζοντας την ανάγκη προσαρμογής στις αλλαγές του περιβάλλοντος, οι επιχειρήσεις επενδύουν τεράστια ποσά και αναπτύσσουν ένα μεγάλο αριθμό νέων προϊόντων και υπηρεσιών κάθε χρόνο. Παρά τη σημασία της καινοτομίας για την οικονομική ευρωστία μιας επιχείρησης, οι αριθμοί δείχνουν ότι η δραστηριότητα αυτή καταλήγει συχνά σε αποτυχία παρά σε επιτυχία. Η αποτυχία εκφρασμένη σε αποτυχημένες επενδύσεις, μείωση γοήτρου στην αγορά ή ψυχολογικές επιδράσεις στο προσωπικό έχει σοβαρές συνέπειες, γι' αυτό και έχει αναπτυχθεί ένα ζωηρό ενδιαφέρον για τον εντοπισμό και την καταπολέμηση των αιτιών του μεγάλου ποσοστού αποτυχίας και τη διαμόρφωση κατάλληλων μεθόδων για την αποτελεσματική προώθηση νέων προϊόντων.

Οι σημαντικότεροι λόγοι αποτυχίας είναι οι εξής:

- Ανεπαρκή γνώση για τις τεχνολογικές και άλλες συνθήκες που απαιτούνται για να κατασκευαστεί το νέο προϊόν.

- Ανεπαρκής οικονομική στήριξη και έρευνα αγοράς.
- Απρόβλεπτες αντιδράσεις των ανταγωνιστών.
- Λανθασμένη επιλογή χρονικής στιγμής εισόδου του προϊόντος στην αγορά.
- Λανθασμένη στόχευση του προϊόντος η τμηματοποίηση και επιλογή τμήματος.
- Έλλειψη υποστήριξης για το προϊόν εξαιτίας διαφορών στον τρόπο αντίληψης μεταξύ των στελεχών της επιχείρησης²⁹.

²⁹ ΓΚΑΓΚΑΤΣΙΟΣ., Ι., ΛΕΛΕΔΑΚΗΣ., Γ., (2008), *Καινοτομία – Επιχειρηματικότητα Επιχειρήσεις*, Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3: ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΜμΕ

3.1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο Erkki Liikannen (μέλος της ευρωπαϊκής επιτροπής, αρμόδιος για τις επιχειρήσεις και την κοινωνία της πληροφορίας) σε μια από τις ομιλίες του αναφέρθηκε ότι «... η επιχειρηματικότητα και οι μικρές επιχειρήσεις αποτελούν – ιδίως για την ευρωπαϊκή οικονομία – βασική πηγή θέσεων απασχόλησης, επιχειρηματικού δυναμισμού και καινοτομίας. Γύρω στα 25 εκατομμύρια ΜμΕ στην Ευρώπη προσφέρουν πάνω από τα 2/3 του συνόλου των θέσεων απασχόλησης στον ιδιωτικό τομέα. Αυτό σημαίνει ότι οι ΜμΕ απασχολούν πάνω από 100 εκατομμύρια άτομα. Στις πιο δυναμικές ΜμΕ μας αντιστοιχεί περίπου το 80% των νέων θέσεων εργασίας που δημιουργούνται.» Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις εκτός του ότι δημιουργούν πολλές νέες θέσεις εργασίας, οι περισσότερες δραστηριοποιούνται σε μικρές αγορές και έτσι είναι πιο εύκολο να πλησιάσουν τους καταναλωτές. Ο κυριότερος κανόνας για την ανάπτυξη μιας οποιασδήποτε επιχείρησης είναι να «σκέφτεσαι πρώτα σε μικρή κλίμακα» (think small first).

Κάτι που μας δείχνει και στην πράξη τα λεγόμενα του Erkki Liikannen είναι τα αποτελέσματα μιας έρευνας που πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο του 2012 όπου και διαπιστώθηκε ότι το 85% των θέσεων εργασίας που δημιουργήθηκαν στην Ευρωπαϊκή Ένωση μεταξύ του 2002 και του 2010 προερχόταν από τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

3.2 ΟΡΙΣΜΟΣ

Ο προσδιορισμός του μεγέθους μιας επιχείρησης δεν ήταν καθορισμένος από την αρχή. Το μέγεθος μιας επιχείρησης προσδιοριζόταν ανάλογα με τα πρότυπα και τους σκοπούς που είχε μια επιχείρηση, ίσως και συγκριτικά με άλλες εταιρίες. Τώρα όμως έχουν θεσπιστεί κάποια κριτήρια μεγέθους τα οποία βοηθάνε στον καλύτερο προσδιορισμό για το μέγεθος της κάθε επιχείρησης και είναι τα εξής :

- Αριθμός εργαζομένων (σημαντικότερο μέτρο ορισμού ΜΜΕ).
- Κύκλος εργασιών (ετήσια έσοδα πωλήσεων μιας επιχείρησης).

- Σύνολο ενεργητικού (σύνολο οικονομικών αγαθών της επιχείρησης).
- Καθαρή θέση (κεφάλαια που έχουν επενδυθεί στο ενεργητικό).

Όσον αφορά τον υπολογισμό των ορίων του κύκλου εργασιών διακρίνουμε 3 τύπους επιχειρήσεων:

- Την αυτόνομη επιχείρηση με τα χρηματοοικονομικά στοιχεία και τον αριθμό του προσωπικού που βασίζονται αποκλειστικά στους λογαριασμούς της εν λόγω επιχείρησης.
- Την επιχείρηση η οποία διαθέτει συνεργαζόμενες επιχειρήσεις, της οποίας τα όρια του κύκλου εργασιών είναι το αποτέλεσμα της άθροισης των δεδομένων της επιχείρησης και των δεδομένων των συνεργαζομένων εταιριών.
- Την επιχείρηση που συνδέεται με άλλες επιχειρήσεις και που προστίθεται στα δεδομένα της το 100% των δεδομένων των επιχειρήσεων με τις οποίες αυτή συνδέεται.

Μία επιχείρηση χαρακτηρίζεται ως μικρομεσαία όταν πληροί τις παρακάτω προϋποθέσεις:

- Απασχολεί λιγότερους από 250 εργαζομένους.
- Έχει ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν υπερβαίνει τα 50 εκ. € ή έχει ετήσιο συνολικό ισολογισμό που δεν υπερβαίνει τα 43 εκ. €.
- Και τέλος, πληροί το κριτήριο ανεξαρτησίας, δηλαδή δεν ανήκουν κατά 25% ή περισσότερο του κεφαλαίου ή των δικαιωμάτων ψήφου, σε μια επιχείρηση ή, από κοινού, σε περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες δεν ανταποκρίνονται στους ορισμούς της ΜμΕ ή της μικρής επιχείρησης (ανάλογα με την περίπτωση).

Συγκεντρωτικά αναφέρουμε τους κανονισμούς για την διάκριση του μεγέθους των επιχειρήσεων μεταξύ πολύ μικρών, μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων:

- Πολύ μικρές επιχειρήσεις : απασχολούν λιγότερα από 10 άτομα
- Μικρές επιχειρήσεις : απασχολούν λιγότερα από 49 άτομα και έχουν είτε ένα ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν ξεπερνά τα 10 εκ. € ή ένα ετήσιο σύνολο ισολογισμού που δεν ξεπερνά τα 10 εκ. €
- Μεσαίες επιχειρήσεις : απασχολούν λιγότερα από 249 άτομα και έχουν είτε ένα ετήσιο κύκλο εργασιών που δεν ξεπερνά τα 50 εκ. €, ή ένα ετήσιο σύνολο ισολογισμού που δεν ξεπερνά τα 43 εκ. €.

3.3 ΜΕΙΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΜμΕ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΜΕΓΑΛΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν κάποιες δυσκολίες, οι οποίες δεν υφίσταται στις μεγαλύτερες. Τα κυριότερα μειονεκτήματα των ΜμΕ έναντι των μεγάλων επιχειρήσεων είναι τα εξής:

- Ανυπαρξία οικονομίων κλίμακας
- Υψηλή νηπιακή θνησιμότητα
- Μικρές δυνατότητες χρηματοδότησης
- Έλλειψη εκπαιδευμένων στελεχών και εξειδικευμένου προσωπικού
- Ανεπάρκεια πληροφοριών σχετικά με τις εξελίξεις στην τεχνολογία παραγωγής και με τις διαφοροποιήσεις των αναγκών και προτιμήσεων των καταναλωτών, με αποτέλεσμα να λαμβάνονται αποφάσεις που στηρίζονται στη διαίσθηση και φυσικά εμπεριέχουν μεγαλύτερο κίνδυνο
- Ελλιπείς γνώσεις και εμπειρίες στη διοίκηση διεθνών δραστηριοτήτων που δεν δίνουν τη δυνατότητα πλήρους αξιοποίησης των παρουσιαζόμενων ευκαιριών στις διεθνείς αγορές

Βέβαια παρά τα μειονεκτήματα που παρουσιάζουν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, υπάρχουν και κάποια πλεονεκτήματα τα οποία τα αντισταθμίζουν και είναι τα εξής:

- Την έλλειψη γραφειοκρατίας, την ευελιξία των οργανωτικών τους δομών και τη δυνατότητα ταχύτερης λήψης αποφάσεων
- Την πλήρη αφοσίωση ή και πλήρη ταύτιση των διοικούντων και των στελεχών τους με την επιχειρηματική κουλτούρα και με τους επιχειρηματικούς στόχους
- Την ταχύτερη αντίδραση στις ενέργειες του ανταγωνισμού
- Την εξειδίκευσή τους σε μικρές πολύ συγκεκριμένες και εξειδικευμένες αγορές
- Τις στενές σχέσεις των διοικούντων με τους πελάτες τους
- Την υπερεκμετάλλευση που επιβάλλουν οι επιχειρηματίες και οι οικείοι τους στους εαυτούς τους, εργαζόμενοι πολύ περισσότερες ώρες από το μέσο εργαζόμενο κάθε κλάδου

- Τη μεγαλύτερη υποκίνηση των στελεχών τους, σε ορισμένες περιπτώσεις, που τους δίνει τη δυνατότητα ανάπτυξης της δημιουργικότητάς τους και ανάληψης πρωτοβουλιών για την ανάπτυξη πρωτοπόρων τεχνολογιών και νέων προϊόντων.

3.4 ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ

Οποιαδήποτε επιχείρηση, μικρή ή μεγάλη, δεν μπορεί να λειτουργήσει χωρίς το κατάλληλο προσωπικό. Το προσωπικό είναι το πολυτιμότερο «γρανάζι» στην μηχανή της επιχείρησης. Βέβαια με το πέρασμα των καιρών, ο αριθμός του προσωπικού μειώθηκε σημαντικά και αντικαταστάθηκε με τεχνολογικά ευρήματα. Με την τάση των επιχειρήσεων να αυτοματοποιούν αν όχι όλες, τις περισσότερες εργασίες πρέπει να υπάρχει συνεχής έλεγχος για τον αριθμό των ατόμων που απαιτούνται για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες της εταιρίας.

Σε κάθε επιχείρηση πρέπει να γίνεται σχεδιασμός του ανθρωπίνου δυναμικού, σύμφωνα με τον οποίο να γίνεται η πρόσληψη νέου προσωπικού έτσι ώστε να γίνει η επιλογή του καταλληλότερου εργαζομένου. Το προσωπικό που θα επιλεγεί για μια μικρομεσαία επιχείρηση πρέπει να έχει μεγάλο εύρος γνώσεων και ικανοτήτων όμως η επιλογή του να γίνεται με ιδιαίτερη προσοχή. Για να ενταχθεί ή και να παραμείνει κάποιος στο προσωπικό της επιχείρησης θα πρέπει να έχει τα ακόλουθα χαρακτηριστικά : ενθουσιασμό, δέσμευση, διανόηση, ικανότητα αποδοχής συνεχούς αλλαγής, ικανότητες σχετικές με την επιχείρηση, ικανότητα εκπαίδευσης σε διάφορες λειτουργίες της επιχείρησης.

Όσον αφορά την διοίκηση, σε μια μικρομεσαία επιχείρηση, στην αντίστοιχη θέση του επιχειρηματία στις μεγάλες επιχειρήσεις, ονομάζεται «ιδιοκτήτης – μάνατζερ». Στις πρώτες μέρες δραστηριοποίησης της ΜμΕ ο ιδιοκτήτης - μάνατζερ αναλαμβάνει όλους τους ρόλους μέσα στην επιχείρηση. Τέτοιοι ρόλοι είναι : να παίρνει αποφάσεις, να είναι ο πωλητής, ο λογιστής, ο manager παραγωγής κ.ά. Όσο η επιχείρηση μεγαλώνει κ γίνεται η πρόσληψη του προσωπικού οι ρόλοι διανέμονται στο εξειδικευμένο προσωπικό ή υπηρεσία. «Ο ιδιοκτήτης – μάνατζερ πρέπει να έχει τρεις βασικές ικανότητες : την ικανότητα να οργανώνει τον εαυτό του, την ικανότητα να

οργανώνει τους άλλους και την ικανότητα εκχώρησης εξουσιών στους κατάλληλους ανθρώπους.»³⁰

3.4.1.ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ

Αμέσως μετά την πρόσληψη είναι απαραίτητη η εκπαίδευση νέου ή και παλιού προσωπικού έτσι ώστε να μπορεί να αξιοποιηθεί στο μέγιστο παραγωγικό βαθμό αλλά και η επιχείρηση να είναι πιο ευέλικτη στην αγορά.

Σήμερα οι αλλαγές στην τεχνολογία αλλά και στην αγορά είναι ταχείες και έτσι απαιτείται η «δια βίου» εκπαίδευση. Για αυτό σε κάθε ευκαιρία που εμφανίζεται πρέπει το προσωπικό, από τον πρόεδρο μέχρι και τον τελευταίο εργαζόμενο, να εκπαιδεύονται για να μπορούν να ανταπεξέλθουν σε διάφορους τομείς αλλά και σε πολλά τμήματα έτσι ώστε να αυξηθεί η αποδοτικότητα της επιχείρησης και κατ' επέκταση τα κέρδη της. Η εκπαίδευση δεν οδηγεί μόνο στην αύξηση της απόδοσης του εργαζομένου, αλλά αυξάνει και την εξειδίκευση.

3.4.2 ΕΠΙΤΕΥΞΗ ΣΤΟΧΩΝ

Κάθε επιχείρηση κατά την έναρξη των εργασιών της βάζει κάποιους στόχους. Είναι ιδιαίτερα αποδοτικό αυτοί οι στόχοι να μπορούν να επιτευχθούν από τον εργαζόμενο. Με τον τρόπο αυτό αυξάνονται οι ευθύνες του και έτσι γνωρίζει ποιες απαιτήσεις έχει από εκείνον η επιχείρηση αλλά και ποιες ευκαιρίες θα του προσφέρει, με την σειρά της η επιχείρηση, με την επίτευξη των στόχων αυτών. Το τελευταίο αποτελεί και το δυνατότερο κίνητρο για την καλύτερη δυνατή απόδοση.

Ο κυριότερος στόχος μιας επιχείρησης είναι τα κέρδη. Η ορθή χρήση του εργασιακού χρόνου, η πλήρης αξιοποίηση των ικανοτήτων του προσωπικού, καθώς και οι μοντέρνες διοικητικές μέθοδοι μπορούν να οδηγήσουν όχι μόνο στην μείωση του κόστους, αλλά ακόμα και στην αύξηση κερδών μιας επιχείρησης.

3.5 ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

³⁰ *Στρατηγικά Σχέδια Ανάπτυξης ΜμΕ*, David Butler, σελ. 119, 2004

Η οργάνωση είναι πολύ σημαντική για την εύρυθμη λειτουργία της επιχείρησης. «Οργάνωση είναι ο τρόπος με τον οποίο δομούνται και καθορίζονται σε οργανωσιακές μονάδες, οι λειτουργίες και οι δραστηριότητες της επιχείρησης. Οι οργανωσιακές μονάδες αντιπροσωπεύονται από το διευθυντικό προσωπικό, τους εργοδηγούς και το εργατικό δυναμικό και έχουν ως στόχο το συντονισμό και τον έλεγχο της αποδόσεως της επιχείρησης και την επίτευξη των επιχειρηματικών στόχων. Η οργανωσιακή δομή μιας επιχείρησης δείχνει την μεταβίβαση υπευθυνότητας (εξουσιοδότηση) στις διάφορες λειτουργικές μονάδες της εταιρίας, και είναι στην πραγματικότητα ένα διάγραμμα, που συχνά αναφέρεται και ως οργανόγραμμα. Όμως δεν υπάρχει ένα και μόνο οργανωτικό πρότυπο.»³¹

3.5.1 ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ

Οργανωσιακές λειτουργίες είναι οι δομικοί λίθοι μιας επιχείρησης. Οι λειτουργίες αυτές μπορούν να ομαδοποιούνται στις παρακάτω οργανωσιακές μονάδες :

- Γενική διεύθυνση της επιχείρησης
- Χρηματοοικονομική διοίκηση, χρηματοοικονομικός έλεγχος και λογιστήριο
- Διοίκηση προσωπικού
- Μάρκετινγκ, πωλήσεις και διανομή

3.5.2 ΟΡΓΑΝΩΣΙΑΚΗ ΔΟΜΗ

Η πιο συνηθισμένη μορφή οργανωσιακής δομής είναι η πυραμιδοειδής μορφή, η οποία έχει τα εξής τρία οργανωσιακά επίπεδα:

- Το κορυφαίο μάνατζμεντ: ασχολείται με τον μακροπρόθεσμο στρατηγικό προγραμματισμό, προϋπολογισμό, συντονισμό και έλεγχο
- Το μεσαίο μάνατζμεντ: ασχολείται με τον προγραμματισμό και τον έλεγχο των οργανωσιακών λειτουργιών

³¹ *Μεθοδολογία Τεχνικές και Θεωρία για Οικονομοτεχνικές Μελέτες*, Σωτήρης Κ. Καρβούνης, σελ. 497, 2006

- Το εποπτικό μανάτζμεντ: προγραμματίζει και ελέγχει τις καθημερινές λειτουργίες και δραστηριότητες στις οργανωσιακές μονάδες που βρίσκονται υπό την εποπτεία του.

3.6 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

10 βήματα για ισχυρότερο επιχειρηματικό σχεδιασμό

1. Κατανόηση αγοράς και εξασφάλιση επιχειρηματικού σχεδίου μέσα στην αγορά
2. Καινοτομήστε
3. Απόκτηση συνεργατών προς όφελος της επιχείρησης
4. Σεβασμός προς τον πελάτη
5. Πραγματοποίηση αλλαγών για ανταγωνιστικό πλεονέκτημα
6. Διαχωρισμός σχεδιασμού επιχείρησης σε βασικό και αναπτυξιακό
7. Το σχέδιο να ενημερώνεται συνεχώς
8. Αναζήτηση νέων τεχνολογιών και εφαρμογή τους
9. Εξασφάλιση ανάπτυξης και εκπαίδευσης ανώτατου προσωπικού
10. Διατήρηση και εστίαση στην αγορά μέσα στο πλαίσιο της επιχείρησης.

3.6.1 ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ

Η σύνταξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου (Business Plan) είναι ένα σημαντικό εργαλείο για την βελτίωση της απόδοσης της επιχείρησης. Τα τελευταία χρόνια η κατάθεση επιχειρηματικού σχεδίου είναι απαραίτητη για επιχειρηματικά δάνεια – επιδοτήσεις από την Ε.Ε. και άλλες παρόμοιες ενέργειες. Το επιχειρηματικό σχέδιο είναι μία γραπτή περιγραφή του επιχειρησιακού μοντέλου το οποίο η επιχείρηση θα ακολουθήσει στο μέλλον. Σκοπός του είναι η ανάλυση της υπάρχουσας κατάστασης, της αγοράς αλλά και της επιχείρησης, λαμβάνοντας υπόψη όλες τις πιθανές παραμέτρους που μπορούν να επηρεάσουν θετικά ή αρνητικά, την οικονομική ανάπτυξη και βιωσιμότητα της επιχείρησης.

«Η σύνταξη ενός επιχειρηματικού σχεδίου είναι απαραίτητη και χρήσιμη για κάθε επιχείρηση γιατί:

- Συμβάλλει στην δομή και οργάνωση της επιχείρησης
- Βοηθάει στην λήψη αποφάσεων με βάση τους στόχους και την πολιτική της επιχείρησης
- Παρέχει μια ξεκάθαρη εικόνα για την αγορά, τους πελάτες και τους ανταγωνιστές
- Αποτελεί σημείο αναφοράς για τον έλεγχο της επίτευξης ή όχι των στόχων της επιχείρησης
- Δείχνει τις αδυναμίες αλλά και τα δυνατά σημεία της επιχείρησης στον κλάδο που δραστηριοποιείται
- Θεωρείται πλέον απαραίτητο δικαιολογητικό για την σύναψη δανείων, ανάληψη εθνικών και ευρωπαϊκών επιδοτήσεων και προσέλκυση επενδυτών»³²

Δεν υπάρχει κάποιο πρότυπο το οποίο να μπορούν να το επακολουθήσουν όλες οι επιχειρήσεις αλλά πρέπει να διαμορφώνουν το κάθε επιχειρηματικό σχέδιο σύμφωνα με τα δεδομένα της κάθε επιχείρησης.

3.6.2 Η ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΟΥ

1) Περίληψη – σύνοψη

2) Εισαγωγή

Περιέχει κάποια βασικά στοιχεία για την επιχείρηση, τα στελέχη-κλειδιά, καθώς και την φύση της επιχείρησης και του κλάδου του οποίου ανήκει. Επίσης περιέχει και τους σκοπούς του επιχειρηματικού σχεδίου.

3) Ανάλυση και έρευνα αγοράς

Παρουσιάζονται τα αποτελέσματα έρευνας αγοράς που έχει πραγματοποιήσει η επιχείρηση με σαφή και περιεκτικό τρόπο. Επίσης εδώ πρέπει να εξηγήσουμε τις παραδοχές που αφορούν στις πηγές των εσόδων στις καταστάσεις των ταμειακών ροών. Επιπλέον μπορεί να παρουσιαστεί συνοπτικά η πολιτική διανομής και τοποθέτησης ενός προϊόντος στην αγορά.

4) Στρατηγική παραγωγής

Υπάρχει στην περίπτωση αγροτικής ή μεταποιητικής επιχείρησης.

³² *Επιχειρησιακό σχέδιο*
(<http://sykepi.teikav.edu.gr/subpages/guide/guide4.php>)

5) Επιλογή χρόνου

Η επιλογή του χρόνου είναι σημαντική επειδή οι πόροι και η χρηματοδότηση πρέπει να υπάρχουν πριν να παραχθούν τα προϊόντα, πριν τις πωλήσεις και πριν την είσπραξη των εσόδων. Αυτό πρέπει να φαίνεται στις καταστάσεις ταμειακών ροών έτσι ώστε να φανούν εξαρχής οι χρηματοδοτικές ανάγκες του επιχειρηματικού σχεδίου.

6) Σχεδία δράσης

Σκοπός του είναι να απεικονίζει διάφορες ενέργειες σε σχέση με τον χρόνο και την παραγωγική διαδικασία και μπορεί να καταρτιστεί για κάθε τύπο επιχείρησης και μπορεί να τροποποιείται όποτε κρίνεται αναγκαίο.

7) Ανάλυση ΔΑΕΑ (S.W.O.T.)

Η ανάλυση ΔΑΕΑ είναι ο προσδιορισμός των δυνατών και αδυνάτων σημείων καθώς και τον ευκαιριών και των απειλών για την επιχείρηση. Η παρουσίαση αυτών των σημείων πρέπει να γίνεται εν συντομία για να μπορεί να τα εντοπίσει εύκολα ο αναγνώστης. Επίσης πρέπει να συμβαδίζουν τα αποτελέσματα της ανάλυσης με τα άλλα τμήματα του επιχειρηματικού σχεδίου. Ο επιχειρηματίας είναι το καταλληλότερο πρόσωπο για την πραγματοποίηση της ανάλυσης ΔΑΕΑ.

8) Ανταγωνισμός

Η ανάλυση ανταγωνισμού προκύπτει από τον εντοπισμό απειλών από την ανάλυση ΔΑΕΑ. Μπορούν να εντοπιστούν οι κυριότεροι ανταγωνιστές και τα δυνατά τους σημεία και να αναφερθούν σε αυτό το τμήμα του επιχειρησιακού σχεδίου. Παρόλο που οι ανταγωνιστές είναι ήδη καθιερωμένοι στην αγορά αυτό δεν σημαίνει ότι είναι τόσο ευέλικτοι όσο και οι μικρές επιχειρήσεις όσον αφορά τις νέες ευκαιρίες αλλά και τις νέες αγορές. Επίσης θα πρέπει να διερευνηθεί και ο δυνητικός ανταγωνισμός. Με την ανάπτυξη των ευκαιριών αναπτύσσεται και ο ανταγωνισμός είτε από ήδη υπάρχουσες είτε από νέες επιχειρήσεις. Τέλος σε αυτό το τμήμα μπορούν να συμπεριληφθούν και σχέδια αντιμετώπισης έκτακτων αναγκών.

9) Στρατηγική ανταγωνισμού

Ίσως το σημαντικότερο κεφάλαιο του επιχειρηματικού σχεδίου αφού θα πρέπει να χαράξει την στρατηγική επιβίωσης, ανάπτυξης και επέκτασης της επιχείρησης. Η ανάπτυξη της στρατηγικής ανταγωνισμού θα προκύψει από την διαδικασία έρευνας των ευκαιριών της αγοράς, τη φύση του προϊόντος ή της υπηρεσίας, την ανάλυση ΔΑΕΑ και την ανάλυση ανταγωνισμού.

10) Κρίσιμοι συντελεστές επιτυχίας

Αντικατοπτρίζει τις προσωπικές εκτιμήσεις του επιχειρηματία για τους παράγοντες οι οποίοι είναι κρίσιμοι για την επιτυχία της επιχείρησης.

11) Κατάσταση ταμειακών ροών (cash-flow statement)

Η κατάσταση ταμειακών ροών περιλαμβάνει τα προβλεπόμενα έσοδα καθώς και όλες τις δαπάνες που συνδέονται με την εκκίνηση και την λειτουργία της επιχείρησης. Η σημασία της κατάστασης ταμειακών ροών είναι στο ότι παρουσιάζει το χρόνο πραγματοποίησης των ταμειακών εισροών και εκροών της επιχείρησης για ένα συνεχόμενο χρονικό διάστημα. Παρέχει ένδειξη της ρευστότητας της επιχείρησης σε κάθε χρονική στιγμή και αντικατοπτρίζει τις ταμειακές της ανάγκες, και άρα τις ανάγκες άντλησης κεφαλαίων.

12) Πρόβλεψη αποτελεσμάτων χρήσης (κέρδη ή ζημιές)

Αυτό γίνεται με την πρόσθεση όλων των λειτουργικών εσόδων και την αφαίρεση του κόστους πωληθέντων, για να προκύψουν τα λειτουργικά αποτελέσματα χρήσης. Έπειτα μπορούν να αθροιστούν τα γενικά έξοδα του έτους, μεταξύ των οποίων και η απόσβεση, για να αφαιρεθούν από το λειτουργικό κέρδος προκειμένου να προκύψει το καθαρό κέρδος τέλους χρήσης.

13) Πρόβλεψη ισολογισμού

Δείχνει την εικόνα του ενεργητικού και του παθητικού της επιχείρησης σε μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή. Η πρόβλεψη του ισολογισμού συνήθως απαιτείται κυρίως από τις τράπεζες.

14) Ανάλυση ευαισθησίας

Σκοπός της ανάλυσης ευαισθησίας είναι να ελέγξει πόσο επηρεάζεται η επιχείρηση σε αλλαγές ή σε τι βαθμό η επιχειρηματική πρόταση μπορεί να ανταποκριθεί με επιτυχία σε απρόβλεπτες μεταβολές. Επίσης διερευνά τις επιπτώσεις από αλλαγές στη χρονική στιγμή των ταμειακών ροών και των χρηματοδοτικών αναγκών.

3.7 ΕΜΠΟΔΙΑ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΜμΕ

Ο Barber και άλλοι ερευνητές σε μία μελέτη τους υποστηρίζουν ότι υπάρχουν τρεις κατηγορίες εμποδίων στην διαδικασία ανάπτυξης της επιχείρησης:

α) Διοίκηση και κίνητρα: όπου υπάρχει η έλλειψη διοικητικής κατάρτισης, το χαμηλό επίπεδο προσόντων, η έλλειψη σχεδιασμού και μακροπρόθεσμης

στρατηγικής, μη αναζήτηση επαγγελματικών συμβουλών, ανικανότητα προσδιορισμού της έλλειψης εσωτερικών δεξιοτήτων καθώς και απροθυμία απόκτησης πρόσβασης στις δεξιότητες αυτές, ανάγκη νέων διοικητικών δεξιοτήτων και τεχνικών καθώς αναπτύσσεται ο οργανισμός και τέλος η απροθυμία εξουσιοδότησης.

β) Πόροι: που αφορούν την πρόσβαση σε χρηματοδότηση, έλλειψη κεφαλαίου κίνησης (λόγω κακής διαχείρισης) και επενδυτικού κεφαλαίου, πρόσβαση σε εξειδικευμένη αγορά και τέλος πρόσβαση σε τεχνολογία.

γ) Ευκαιρίες και διάρθρωση της αγοράς: όπου υπάρχει το πρόβλημα του ρυθμού ανάπτυξης και του χαρακτήρα των αγορών, των συντηρητικών δραστηριοτήτων των μεγάλων αγοραστών και το πρόβλημα της συμπεριφοράς των ανταγωνιστών.

Εκτός από τους παράγοντες στο εσωτερικό μιας επιχείρησης, που εμποδίζουν την ανάπτυξή της, υπάρχουν και οι εξωτερικοί παράγοντες δηλαδή η αγορά. « Το περιβάλλον της αγοράς έχει καταστεί ασφυκτικό λόγω:

1. Δραματικής μείωσης της ζήτησης
2. Γραφειοκρατικών αγκυλώσεων σε οτιδήποτε αναπτυξιακό
3. Σοβαρής έλλειψης ρευστότητας που συνδυάζεται με την δυσκολία πρόσβασης στο χρηματοπιστωτικό σύστημα
4. Εντελώς αναπτυξιακού και ασταθούς φορολογικού συστήματος
5. Δυστοκιών των ευρωπαϊκών προγραμμάτων και έλλειψης χρηματοδότησης
6. Καθυστερήσεων στις πληρωμές τόσο από το δημόσιο όσο και μεταξύ των επιχειρήσεων.»³³

3.8 ΚΙΝΔΥΝΟΙ

Κάθε άνθρωπος και ειδικότερα κάθε επιχειρηματίας κατά την διάρκεια της ζωής του έρχεται αντιμέτωπος με κάθε είδους κινδύνων που καθορίζουν την οικονομική του κατάσταση, εφόσον αυτοί οι κίνδυνοι επηρεάζουν την επιχείρησή του. Οι κίνδυνοι που μπορούν να συναντηθούν διακρίνονται ανάλογα με: Α) την προέλευσή τους και Β) τη φύση τους.

Α) Ανάλογα με την προέλευσή τους οι κίνδυνοι χωρίζονται σε :

i) ενδογενείς ως προς την επιχείρηση (δηλ. κίνδυνοι που σχετίζονται άμεσα με την λειτουργία της επιχείρησης) και ii) εξωγενείς ως προς την επιχείρηση (δεν

³³ *Βήματα στην Ανάπτυξη*, Επιμελητήριο Ηρακλείου Νο 66, τεύχος Σεπτεμβρίου '11, σελ 37

σχετίζονται με την λειτουργία της επιχείρησης και προέρχονται από το εξωτερικό οικονομικό περιβάλλον της επιχείρησης) .

B) Ανάλογα με την φύση τους διακρίνονται στους κινδύνους που :

i) μπορούν να υπολογιστούν με μαθηματικό τρόπο (υπολογίζονται συγκεκριμένα με την θεωρία πιθανοτήτων και επίσης μπορούν να ασφαλιστούν και να συμπεριληφθούν στο κόστος λειτουργίας της επιχείρησης) και ii) σε αυτούς που δεν μπορούν να υπολογιστούν με μαθηματικό τρόπο.

Εκτός από τους παραπάνω κινδύνους υπάρχει και ο κίνδυνος από αυξημένα πάγια έξοδα.

Παράγοντες που μπορούν να προκαλέσουν αυτόν τον κίνδυνο είναι οι εξής :

«1) χαμηλότερες πωλήσεις από τις αναμενόμενες, 2) υποβίβαση των μικτών περιθωρίων κέρδους, 3) κακή διαχείριση της εισροής χρήματος, 4) απώλειες της εταιρίας και 5) θεμελιώδεις αλλαγές στην αγορά.»³⁴

Πέρα από την συνηθισμένη έννοια του κινδύνου υπάρχουν και οι ελεγχόμενοι κίνδυνοι οι οποίοι βοηθούν στην ανάπτυξη της επιχείρησης.

Ο κάθε επιχειρηματίας αντιμετωπίζει τον κάθε κίνδυνο με διαφορετικό τρόπο. Υπάρχει ο επιχειρηματίας ο οποίος θα επιδιώξει τον κίνδυνο με προσδοκία μεγάλου κέρδους αλλά και ο επιχειρηματίας ο οποίος δεν θα προσπαθήσει να τον αντιμετωπίσει.

3.9 ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Με την δημιουργία κάθε επιχειρηματικής δραστηριότητας υπάρχει το ενδεχόμενο επιτυχίας όπως επίσης και της αποτυχίας. Η αποτυχία της επιχειρηματικής δραστηριότητας μιας επιχείρησης οφείλεται σε ενδογενείς (δηλαδή που συνδέονται με την εσωτερική λειτουργία και τις αποφάσεις της επιχείρησης) και σε εξωγενείς παράγοντες (δηλαδή που είναι ανεξάρτητοι από τη βούληση και τις ικανότητες των διοικούντων). Οι ενδογενείς παράγοντες αναφέρονται είτε σε ποιοτικά είτε σε ποσοτικά στοιχεία που σχετίζονται με την διάρθρωση της οικονομικής δομής της μονάδας και την ύπαρξη αδυναμιών στη παραγωγικοσυναλλακτική της λειτουργία. Οι εξωγενείς παράγοντες σχετίζονται με καταστροφικά φυσικά και κοινωνικοπολιτικά γεγονότα.

³⁴ *Βιωσιμότητα ΜμΕ*, P. Webb – S. Webb, σελ 43, 2004

Συνήθως πριν από την εμφάνιση των επιχειρηματικών αδυναμιών υπάρχουν κάποια συμπτώματα τα οποία μπορούν να βοηθήσουν με την έγκαιρη ανακάλυψή τους, την αντιμετώπιση του προβλήματος στο αρχικό στάδιο της εμφάνισής τους.

3.10 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΙΑΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Για να αναπτυχθεί μία επιχείρηση πρέπει πρώτα να διασφαλίσει ότι έχει επαρκές κεφάλαιο κίνησης και δεύτερον ότι μπορεί να παρακολουθεί και να ελέγχει την ροή ρευστού μέσα στη επιχείρηση.

Υπάρχουν κάποια στάδια ανάπτυξης για την πλειοψηφία των μικρομεσαίων επιχειρήσεων όπως αναφέρονται στο βιβλίο «Στρατηγικά σχέδια ανάπτυξης ΜμΕ» και είναι τα εξής:

- **Αρχικό στάδιο:** Το αρχικό στάδιο διαρκεί από 6 μήνες με 3 χρόνια. Πρωταρχικοί στόχοι της επιχείρησης σε αυτό το στάδιο είναι η επιβίωση της επιχείρησης και η επίτευξη ενός επιπέδου εξισορρόπησης (ώστε να μην έχει η επιχείρηση ούτε κέρδος ούτε ζημία) και κερδοφορίας πριν εξαντληθούν τα περιορισμένα κεφάλαια κίνησης της επιχείρησης. Προσωπικοί στόχοι του επιχειρηματία είναι η επίτευξη κερδοφορίας με την πρώτη ευκαιρία προκειμένου να μειωθεί το ενδεχόμενο προσωπικού χρηματοοικονομικού κινδύνου και η αίσθηση επιτυχίας/ προσωπική ικανοποίηση. Τυπικό χαρακτηριστικό συμπεριφοράς στο αρχικό στάδιο είναι η επικέντρωση στην απόκτηση επιπρόσθετης οριακής συμμετοχής στα έξοδα και όχι στην συνολική κερδοφορία. Οι διαδικασίες λήψης αποφάσεων σε αυτό το στάδιο γίνονται κυρίως σε λειτουργικό επίπεδο καθώς επίσης γίνεται επικέντρωση σε βραχυπρόθεσμες αποδόσεις χωρίς πολλή στρατηγική σκέψη.
- **Σχετική σταθερότητα:** διαρκεί ένα έως δύο χρόνια, η επιχείρηση σε αυτό το σημείο έχει σαν στόχους την εδραίωση και να κάνει ανασκόπηση και να επανεξετάσει τις λειτουργικές διαδικασίες της επιχείρησης. Ο ιδιοκτήτης – μάνατζερ έχει βλέψεις στην αύξηση του κέρδους με σκοπό την διασφάλιση της μακροπρόθεσμης επιβίωσης και σταθερότητας της επιχείρησης και στον προσανατολισμό προς την απόδοση των κεφαλαιουχικών δαπανών και ανταμοιβή της προσωπικής του προσπάθειας. Τα χαρακτηριστικά συμπεριφοράς σε αυτό το στάδιο είναι η περισσότερο επιλεκτική στάση απέναντι στους πελάτες, περισσότερο ενδιαφέρον για τις ανάγκες του πελάτη, την ποιότητα και τις μακροχρόνιες σχέσεις, εδραίωση των δραστηριοτήτων.

Σε περίπτωση μεγάλης διάρκειας υπάρχει ο κίνδυνος για στασιμότητα. Όσον αφορά τις διαδικασίες λήψης αποφάσεων υπάρχει μεταστροφή από λειτουργικό τρόπο σκέψης σε τακτική και υπάρχει σταδιακή ανάπτυξη στρατηγικού σχεδιασμού.

- **Οικονομική μεγέθυνση και ανάπτυξη:** αυτό είναι το τελευταίο στάδιο και οι κύριοι στόχοι είναι ο σχεδιασμός επικείμενης επέκτασης για την αύξηση του μεριδίου που κατέχει η επιχείρηση στην αγορά, για την αύξηση του κύκλου εργασιών, του κέρδους και την αύξηση του κεφαλαίου. Οι πλέον προσωπικοί στόχοι του επιχειρηματία είναι:1) η αύξηση του μεριδίου που κατέχει η επιχείρηση στην αγορά και του κύκλου εργασιών για την δημιουργία και αύξηση του προσωπικού πλούτου,2) η συνέχιση προσπάθειας αποτροπής ενός ενδεχόμενου προσωπικού χρηματοοικονομικού κινδύνου και 3) η διεύρυνση της προσωπικής δύναμης και επιρροής. Τα τυπικά χαρακτηριστικά συμπεριφοράς σε αυτό το στάδιο είναι ότι η μελλοντική ανάπτυξη της επιχείρησης χρηματοδοτείται από τα κέρδη και την εξωτερική χρηματοδότηση που τώρα είναι πιο εύκολο να αποκτηθεί και τέλος γίνεται εισαγωγή ή ανάπτυξη πιο εξειδικευμένων ικανοτήτων διοίκησης και μεγαλύτερη εκχώρηση ευθυνών. Οι διαδικασίες λήψης αποφάσεων γίνονται κυρίως σε στρατηγικό αλλά και σε επίπεδο τακτικής. Οι λειτουργικές αποφάσεις τείνουν να εκχωρούνται σε τρίτους όσο μεγαλώνει η επιχείρηση.

Η διαδικασία στρατηγικού σχεδιασμού είναι η εξής:

1. «Στρατηγική ανάλυση της επιχείρησης
2. Καθορισμός στόχων
3. Δημιουργία στρατηγικών επιλογών
4. Επιλογές αξιολόγησης
5. Καθορισμός λειτουργικών στόχων για την υλοποίηση συγκεκριμένων επιλογών
6. Εντοπισμός ποσοτικών ζητημάτων (προβλέψεις πωλήσεων/έσοδα από πωλήσεις)
7. Εντοπισμός των δαπανών (γενικά έξοδα, κόστος παραγωγής, πωλήσεις, μάρκετινγκ, προϋπολογισμός διοίκησης κτλ.)
8. Εντοπισμός των αναγκών για επένδυση κεφαλαίων
9. Εντοπισμός της ροής κεφαλαίων και της ανάγκης για κεφάλαια κίνησης
10. Εντοπισμός των πόρων και διαθέσιμα κεφάλαια

11. Η ανασκόπηση και αναθεώρηση των αριθμητικών δεδομένων (απόφαση σχετικά με το εφικτό – αλλαγή ή συνέχιση) (σε περίπτωση αλλαγής επιστροφή στο 3)
12. Εφαρμογή
13. Αποτέλεσμα εποπτείας και ελέγχου
14. Πληροφορίες για το επόμενο στάδιο (επιστροφή στο 1)»³⁵

Η ανάπτυξη της επιχείρησης έρχεται με την επίτευξη των στόχων που έχει θέσει η κάθε μία επιχείρηση. Σύμφωνα με τους Johnson και Scholes (1997) θεωρούν ότι υπάρχουν τρεις στρατηγικές που βοηθούν στην επίτευξη των στόχων αυτών: «Πρώτον την ηγεσία σε επίπεδο κόστους, που είναι η στρατηγική μέσω της οποίας η επιχείρηση διατηρεί το συγκριτικό πλεονέκτημα στην αγορά σε σχέση με τους ανταγωνιστές της, μέσω του σχεδιασμού και της διαχείρισης της δομής του κόστους (συγκριτική τιμή) των προϊόντων και υπηρεσιών της. Δεύτερον την στρατηγική διαφοροποίησης, η οποία επικεντρώνεται στην επιλογή του προϊόντος, στην ποιότητα, στην υπηρεσία και στο πως εκλαμβάνει την αξία της ο πελάτης.» (η δεύτερη στρατηγική είναι πιο εφικτή από την πρώτη στις ΜμΕ). «Τρίτον τη στρατηγική επικέντρωσης με βάση την οποία η επιχείρηση επικεντρώνει τις προσπάθειές της σε ειδικευμένες αγορές δηλαδή σε αγορές που απευθύνονται σε συγκεκριμένες ομάδες του πληθυσμού.»³⁶

Με αυτήν την στρατηγική οι επιχειρήσεις κερδίζουν μερίδιο στην αγορά και αντιμετωπίζουν τους μεγάλους ανταγωνιστές.

Οι Johnson και Scholes έχουν σκεφτεί επίσης τρεις βασικές μεθόδους με την εφαρμογή των οποίων οι επιχειρήσεις θα μπορούν να αναπτυχθούν. Η πρώτη μέθοδος είναι η εσωτερική ανάπτυξη, δηλ. ανάπτυξη με πόρους που ήδη έχει στην κατοχή της ή συνηθέστερα με δανειζόμενους πόρους. Η δεύτερη μέθοδος είναι η αγορά ακινήτου, δηλ. όταν η επιχείρηση αναλαμβάνει ακόμα μία επιχείρηση η οποία είναι στην ίδια αγορά έτσι ώστε να αυξήσει το μερίδιό της στην αγορά ή αν υπάρχει ποικιλία προϊόντων και έτσι να αυξηθούν τα κέρδη της. Και τέλος η τρίτη μέθοδος, η ονομαζόμενη, κοινή ανάπτυξη έχει την ίδια έννοια με τον όρο «όμιλος επιχειρήσεων». Αυτή η μέθοδος συναντάται συνήθως στις ΜμΕ με την μορφή της δικαιοχρησίας προϊόντων ή υπηρεσιών.

³⁵ *Στρατηγικά Σχέδια Ανάπτυξης ΜμΕ*, D. Butler, σελ 15, 2004

³⁶ *Στρατηγικά Σχέδια Ανάπτυξης ΜμΕ*, D. Butler, 2004, σελ. 48

3.11 ΜΙΑ ΒΙΩΣΙΜΗ ΜμΕ

Αυτές τις μέρες η βιωσιμότητα μιας ΜμΕ βρίσκεται σε μια κρίσιμη καμπή και αυτό μπορεί να αλλάξει με το να ενθαρρύνονται οι επιχειρήσεις να πραγματοποιούν επενδύσεις, να μειωθεί η γραφειοκρατία, το φορολογικό σύστημα να είναι σταθερό και αξιόπιστο και το τραπεζικό σύστημα να είναι «φιλικό» προς τις επιχειρήσεις.

Τα κύρια χαρακτηριστικά που πρέπει να διαθέτει μία επιχείρηση, σύμφωνα με την διεθνή εμπειρία και πρακτική, για να μπορέσει να αναπτυχθεί και να επιβιώσει σε οποιοδήποτε περιβάλλον, και σε οποιαδήποτε αγορά, είναι όραμα, ανταγωνιστική στρατηγική, οργάνωση και εξωστρέφεια.

- Όραμα: Το όραμα μπορεί να κάνει την στρατηγική της επιχείρησης να είναι περισσότερο ανταγωνιστική.

- Ανταγωνιστική στρατηγική: Η επιχείρηση πρέπει να παρέχει διαφορετικότητα σε σύγκριση με τις άλλες επιχειρήσεις, δηλαδή να παρέχει διαφορετικές δραστηριότητες και έτσι να είναι πιο ανταγωνιστική στην παγκόσμια αγορά. Η στρατηγική αυτή πρέπει να ενσωματώνει τεχνολογική γνώση και γνώση της αγοράς για να μπορέσει η εταιρία να ανακαλύψει και να εκμεταλλευτεί τις νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες που συνεχώς προκύπτουν.

- Οργάνωση: Πρόκειται για πλαίσιο σύμφωνα με το οποίο η επιχείρηση ορίζει τις δραστηριότητες των επιμέρους τμημάτων.

- Εξωστρέφεια: Η εξωστρέφεια επιτρέπει στην επιχείρηση την αποτελεσματική επικοινωνία και πληροφόρηση με όλες τις παραμέτρους της παγκόσμιας αγοράς και τη λειτουργία της μέσα σε αυτή. Αυτό το χαρακτηριστικό οδηγεί την επιχείρηση σε αναζήτηση νέων ευκαιριών και έτσι μπορεί να εξελιχθεί σε μία παγκόσμια επιχείρηση.

Υπάρχουν διάφοροι τρόποι για να κάνει ο ιδιοκτήτης – μάνατζερ βιώσιμη την επιχείρησή του. Πρέπει να κατανοήσει, ο κάθε ιδιοκτήτης – μάνατζερ τη ζώνη άνεσής του και τον τρόπο με τον οποίο μπορεί να διευρύνει τα όριά του. Οι ζώνες άνεσης είναι «γυάλινες οροφές» οι οποίες εμποδίζουν την επαγγελματική ανάπτυξη. Πρέπει να μπορεί να προκαλέσει τον εαυτό του και την ίδια την επιχείρηση αρκετά συχνά, έτσι ώστε να γνωρίζει τις δυνατότητες της επιχείρησης και πιθανότατα να υπάρξει κέρδος. Επίσης άλλος ένας τρόπος είναι να ενεργοποιήσει το προσωπικό έτσι ώστε να αποδίδει καλύτερα με αποτέλεσμα η επιχείρηση να λειτουργεί στην μέγιστη απόδοση.

Πάνω από όλα θα πρέπει να μπορεί ο ιδιοκτήτης – μάνατζερ να έχει πειθαρχία στον χειρισμό και τον έλεγχο των παραπάνω τρόπων.

Ένας τρόπος ανάλυσης και αξιολόγησης της κάθε επιχείρησης είναι η ανάλυση S.W.O.T. η οποία αναλύει τα δυνατά σημεία (Strengths), τις αδυναμίες (weaknesses), τις ευκαιρίες (opportunities), και τις απειλές (threats) της εκάστοτε επιχείρησης. Αυτή η ανάλυση πρέπει να γίνει για όλα τα τμήματα των διαδικασιών της επιχείρησης (προώθηση, πώληση, διαχείριση κλπ.). Μόλις πραγματοποιηθεί η αξιολόγηση θα πρέπει τα αποτελέσματα να συνοψιστούν.

Εκτός από την ανάλυση S.W.O.T., έλεγχοι για την αξιολόγηση της απόδοσης της επιχείρησης γίνονται και μέσω κάποιων οικονομικών στοιχείων.

Τα σημαντικότερα είναι:

1. Δείκτες ρευστότητας
2. Δείκτες αποδοτικότητας
3. Δείκτες αποτελεσματικότητας
4. Δανειοληπτική ικανότητα

Ακόμη ένας τρόπος αξιολόγησης μίας μικρομεσαίας επιχείρησης είναι η διαδικασία της συγκριτικής αξιολόγησης. Όμως σε αυτήν την διαδικασία αξιολόγησης οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν τρία βασικά προβλήματα. «Πρώτον, πολύ σπάνια μπορούν να διαθέσουν πόρους για έρευνα και ανάλυση στοιχείων. Δεύτερον, επειδή τα περισσότερα στοιχεία πηγάζουν από τις μεγάλες επιχειρήσεις δεν θεωρούνται αξιόπιστα. Τρίτον, υπάρχουν σχετικά λίγα συγκριτικά στοιχεία απόδοσης για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις ορισμένων βιομηχανιών.»³⁷

3.12 ΜμΕ ΚΑΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ

Ένα βασικό στοιχείο επιβίωσης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων είναι η εύρεση συνεργατών. Ως συνεργάτες ορίζονται οι εταιρίες που έχουν δική τους πελατεία, οι οποίες μπορεί να χρειαστούν τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες της άλλης επιχείρησης. Συνήθως οι συνεργάτες έχουν τον ρόλο του συμπληρωματικού και όχι του ανταγωνιστή.

Για να είναι μια συνεργασία επιτυχημένη πρέπει και οι δύο εταιρίες να αντιμετωπίζουν με τον ίδιο τρόπο τους πελάτες τους, και η μέση σειρά προϊόντων του

³⁷ *Στρατηγικά Σχέδια Ανάπτυξης ΜμΕ*, D. Butler, 2004, σελ. 133

συνεργάτη πρέπει να είναι παρόμοια. Αρκετά συχνά πρέπει να γίνεται μία εκτίμηση για το πόσο είναι κερδοφόρα αυτή η συνεργασία.

Τα εμπορικά περιοδικά, οι εκθέσεις, τα σεμινάρια και οι αναφορές πελατών είναι κάποια από τα σημεία έρευνας για τον εντοπισμό του σωστού συνεργάτη. Μόλις εντοπιστεί ο υποψήφιος συνεργάτης, ο ενδιαφερόμενος ιδιοκτήτης – μάνατζερ, πρέπει να ελέγξει την οικονομική του θέση καθώς επίσης και τις τυχόν ιστοσελίδες τους για να εξεταστεί η καταλληλότητά τους.

Κάποια από τα πλεονεκτήματα του να έχει μία επιχείρηση συνεργάτες είναι τα εξής:

- «η δύναμη πώλησης του συνεργάτη μπορεί να θεωρηθεί ως μία επέκταση
- Οι κοινές πρωτοβουλίες προώθησης καλύπτουν μεγαλύτερο έδαφος με μικρότερο κόστος
- Οι πελατειακές βάσεις και των δύο επιχειρήσεων μπορούν να καλλιεργηθούν για κοινές ανταμοιβές
- Ο αριθμός των βασικών πελατών θα επεκταθεί
- Μπορεί να υπάρχει πρόσβαση σε διαφορετικές αγορές μέσω του συνεργάτη»³⁸

3.13 ΠΕΛΑΤΕΣ

Όταν μία επιχείρηση μπαίνει σε μία αγορά πρέπει να καταλάβει τις προτιμήσεις και τις τάσεις του πελάτη για να μπορεί να τον προσεγγίσει.

Ο πελάτης μπορεί να βοηθήσει μια ΜμΕ να δει ότι καθώς περνάει ο καιρός αλλάζουν οι εποχές και μαζί με αυτές και οι ανάγκες του πελάτη. Η αλλαγή των αναγκών του πελάτη συνεπάγεται την αλλαγή των προϊόντων – υπηρεσιών που προσφέρει.

Με την αγορά που θα πραγματοποιήσει ο κάθε πελάτης πρέπει ο ιδιοκτήτης – μάνατζερ να καταλάβει για ποιο λόγο ο πελάτης προτίμησε τη δική του επιχείρηση. Αν καταφέρει να το καταλάβει αυτό τότε είναι πολύ κοντά στο να συντάξει την «συνταγή της επιτυχίας» της επιχείρησής του.

Ο καλύτερος τρόπος να προσελκύσει μία επιχείρηση έναν πελάτη είναι με το να βάλει στα έξοδά της, τα έξοδα προώθησης. Η προώθηση αναδεικνύει την επιχείρηση μέσω δημοσίων σχέσεων, εκδόσεων, φυλλαδίων ή διαφημίσεων. Ένας ακόμη τρόπος προώθησης είναι και η προβολή μέσω ειδικά σχεδιασμένης ιστοσελίδας, όπου οι εσωτερικές δαπάνες μπορούν να μειωθούν σημαντικά. Στις μικρομεσαίες

³⁸ *Βιωσιμότητα Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων*, P. Webb – S. Webb, 2004, σελ 104-105

επιχειρήσεις η δραστηριότητα της προώθησης στη διαφήμιση και στις δημόσιες σχέσεις έχει σαν αποτέλεσμα την μεγάλη προσέλευση πελατών.

Βέβαια αν οι δαπάνες της προώθησης δεν έχει τα επιθυμητά αποτελέσματα, με βάση των αποτελεσμάτων των πωλήσεων τότε πρέπει να γίνουν περικοπές σε αυτές τις δαπάνες. Βέβαια μετά από μερικούς μήνες θα ήταν επιθυμητό να ξαναγίνει μία ακόμα προσπάθεια.

3.14 ΜμΕ ΚΑΙ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ

Καλό είναι μία επιχείρηση να αρπάζει την ευκαιρία, όποτε αυτή υπάρχει, για να είναι καινοτομική και όχι να παρακολουθεί απλά την αγορά, γιατί με αυτόν τον τρόπο ενισχύεται η μοναδικότητά της, αυξάνοντας έτσι την ανταγωνιστικότητά της.

Αρκετές μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι φορείς καινοτομίας και αντίθετα με τις μεγάλες επιχειρήσεις, απολαμβάνουν κάποια πλεονεκτήματα. «Τα πλεονεκτήματα αυτά έχουν να κάνουν με την συμπεριφορά και σχετίζονται με την εσωτερική οργάνωση των δραστηριοτήτων και τον τρόπο με τον οποίο οι ΜμΕ έρχονται σε επαφή με τους πελάτες και τις αγορές. Η ευελιξία, η επινοητικότητα και η ταχύτητα αποτελούν τη βάση του καινοτομικού πλεονεκτήματος της μικρής επιχείρησης.»³⁹.

Παράλληλα με τα πλεονεκτήματα οι ΜΜΕ υπόκεινται και σε περιορισμούς διότι οι περισσότερες ΜΜΕ δεν εισάγουν κάποιο νέο προϊόν ή διαδικασία.

Στον παρακάτω πίνακα αναφέρονται τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των ΜμΕ ως προς την καινοτομία:

³⁹ *Επιχειρηματικότητα*, D. Deakins – M. Freel, σελ 269

Πίνακας 1

Πλεονεκτήματα	Μειονεκτήματα
<p>Διοίκηση: Έλλειψη γραφειοκρατίας, μεγαλύτερος βαθμός αποδοχής κινδύνου, επιχειρηματική διοίκηση, ταχεία λήψη αποφάσεων</p>	<p>Έλλειψη επίσημων/τυπικών διοικητικών δεξιοτήτων</p>
<p>Μάρκετινγκ: Η εγγύτητα στις αγορές διασφαλίζει ταχεία αντίδραση στις μεταβαλλόμενες απαιτήσεις της αγοράς, πιθανότητα κυριαρχίας σε ειδικευμένες – «οριακές» αγορές</p>	<p>Μικρή ή ανύπαρκτη δύναμη επί της αγοράς, ανεπαρκείς εγκαταστάσεις διανομής και εξυπηρέτησης, η γεωγραφική επέκταση της αγοράς μπορεί να αποδειχθεί απαγορευτικά δαπανηρή</p>
<p>Τεχνικό ανθρώπινο δυναμικό: Σημαντικά περιθώρια διαλειτουργικότητας, οι τεχνολόγοι συχνά βοηθούν άλλα τμήματα</p>	<p>Συνήθως δεν διαθέτουν ειδικευμένο προσωπικό με τα κατάλληλα προσόντα (γεγονός που μπορεί να περιορίσει και την εξωτερική δικτύωση) , συχνά δεν έχουν την δυνατότητα να υποστηρίξουν επίσημες προσπάθειες E&A</p>
<p>Επικοινωνίες: η αποδοτική και ανεπίσημη/άτυπη εσωτερική επικοινωνία διευκολύνει την ταχεία επίλυση εσωτερικών προβλημάτων</p>	<p>Έλλειψη χρόνου και πόρων για την ανάπτυξη εξωτερικών τεχνολογικών διασυνδέσεων</p>
<p>Χρηματοδότηση: Συχνά οι ΜΜΕ θεωρούνται πιο «αποδοτικές για Έρευνα και Ανάπτυξη» (δηλ. η καινοτομία μπορεί να είναι σχετικά λιγότερο δαπανηρή) , πιθανή η προσφυγή σε ίδια μέσα</p>	<p>Δυσκολίες πρόσβασης σε εξωτερική χρηματοδότηση, σχετικά υψηλό κόστος κεφαλαίου, εξάρτηση από βραχυπρόθεσμα δάνεια, αδυναμία επιμερισμού κινδύνων</p>
<p>Ανάπτυξη: Δυνατότητες ανάπτυξης μέσω ειδικευμένων – οριακών αγορών ή στρατηγικών διαφοροποίησης</p>	<p>Δυσκολίες πρόσβασης σε αναπτυξιακή χρηματοδότηση, οι επιχειρηματίες συχνά αδυνατούν να διαχειριστούν την ανάπτυξη</p>
<p>Κρατικά σχέδια: Δημιουργία κρατικών σχεδίων για την</p>	<p>Η πρόσβαση στα σχέδια συνεπάγεται υψηλό</p>

διευκόλυνση της καινοτομίας στις μικρές επιχειρήσεις	κόστος συναλλαγών, διατίθενται ελάχιστοι πόροι για την διαχείριση συνεργατικών σχεδίων, έλλειψη συνειδητοποίησης
Ρυθμιστικό πλαίσιο: Κάποιες ρυθμίσεις ισχύουν με λιγότερη αυστηρότητα για τις μικρές επιχειρήσεις	Γενικά, ωστόσο, το σχετικό μοναδιαίο κόστος της συμμόρφωσης με το ρυθμιστικό πλαίσιο είναι υψηλότερο για τις μικρές επιχειρήσεις, το σύστημα διπλωμάτων ευρεσιτεχνίας είναι απαγορευτικά πολύπλοκο και δαπανηρό
Συνεργασία: Η ευελιξία και η ταχεία λήψη αποφάσεων μπορεί να καταστήσουν τις επιχειρήσεις ελκυστικούς εταίρους	Οι μικρές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν προβλήματα λόγω ασυμμετριών ισχύος στη συνεργασία τους με μεγαλύτερους εταίρους ή επιχειρήσεις, η επιρροή τους στην αλυσίδα προσφοράς είναι μικρή ή ανύπαρκτη
Οργάνωση: Λιγότερα προβλήματα ρουτίνας και αδράνειας	Μεγαλύτερα προβλήματα αβεβαιότητας και συναφούς κόστους
Ανθρώπινοι πόροι: Ενιαίες – σταθερές διοικητικές δομές και πιθανή άμεση συμμετοχή στην προσπάθεια	Υψηλός ρυθμός κινητικότητας του προσωπικού, ελάχιστη επίσημη κατάρτιση

Πηγή: Επιχειρηματικότητα, D. Deakins – M. Freel (σελ 260-262)

3.15 ΜμΕ ΚΑΙ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΑΓΟΡΑ

Όλοι ανεξαιρέτως επηρεαζόμαστε από τις αλλαγές που γίνονται στην οικονομία ανά τον κόσμο. Οι επιχειρήσεις για να μπορούν να επιβιώσουν ανάλογα με τις αλλαγές που συμβαίνουν, πρέπει να αλλάζουν και αυτές. Και με αυτήν την διαδικασία γίνεται η παγκοσμιοποίηση της οικονομίας. Μερικοί σημαντικοί παράγοντες που έχουν συμβάλει στην ανάπτυξη της παγκόσμιας οικονομίας είναι :

- « Η αύξηση κινητικότητας του εργατικού δυναμικού και των εργασιακών δεξιοτήτων
- Η βελτίωση των μεθόδων επικοινωνίας και πληροφόρησης
- Οι νέες τεχνολογικές εξελίξεις που ευνοούν τις μικρές επιχειρήσεις

- Ο περιορισμός των εμπορικών εμποδίων μέσω της σύναψης συμφωνιών στο πλαίσιο της Γενικής Συμφωνίας Δασμών και Εμπορίου (General Agreement on Tariffs and Trade- GATT), που υπάγεται πλέον στον Παγκόσμιο Οργανισμό Εμπορίου (World Trade Organization – WTO), καθώς και η ενίσχυση των ζωνών ελεύθερου εμπορίου
- Η αύξηση των ρυθμών μεταβολής και η ανάγκη ανταπόκρισης με ευέλικτες πολιτικές
- Η ιδιωτικοποίηση και ο περιορισμός των εμποδίων εισόδων σε αναδυόμενες χώρες, παράλληλα με την ανάπτυξη των υπό μετάβαση οικονομιών
- Η ανάπτυξη της κινητικότητας άλλων πόρων πέρας της εργασίας
- Η ανάπτυξη των παγκόσμιων κεφαλαιαγορών
- Ο περιορισμός των πολιτισμικών εμποδίων»⁴⁰

Ενώ οι περισσότερες ΜμΕ είναι στην εγχώρια αγορά υπάρχουν και μερικές άλλες οι οποίες εξαρτώνται και δραστηριοποιούνται στην παγκόσμια αγορά. Οι παράγοντες που κάνουν τις επιχειρήσεις να θέλουν να δραστηριοποιηθούν στην παγκόσμια αγορά είναι λόγοι επιχειρηματικής ανάπτυξης και παράγοντες που βασίζονται περισσότερο στην αγορά και συνδέονται με την διεθνοποίηση μέσα από την συμμετοχή στις αγορές του εξωτερικού.

Η δραστηριοποίηση μίας επιχείρησης στο εξωτερικό μπορεί να έχει τις εξής μορφές:

- « Εγχώρια παραγωγή και εξαγωγές μέσω συνεταιρίων ή αντιπροσώπων
- Εγχώρια παραγωγή και παραχώρηση αδείας σε άλλη εταιρία για παραγωγή στο εξωτερικό
- Συμμετοχή σε στρατηγική κοινοπραξία ή συνεταιρισμό με στόχο την εκμετάλλευση των αγορών του εξωτερικού
- Ιδιοκτησία και έλεγχος επιχείρησης στο εξωτερικό είτε μέσω ίδρυσης νέας μονάδας είτε μέσω αγοράς την μονάδας που ήδη υπάρχει»⁴¹

Η στρατηγική μορφή που θα επιλέξει η κάθε επιχείρηση εξαρτάται από πολλούς παράγοντες όπως το κόστος, την διαθεσιμότητα χρηματοδότησης, συναλλαγματικοί κίνδυνοι, η επιχειρηματική κουλτούρα κ.ά.

Με την συμμετοχή της μικρομεσαίας επιχείρησης στην παγκόσμια αγορά αυτόματα έχει τα εξής πλεονεκτήματα:

⁴⁰ *Επιχειρηματικότητα*, D. Deakins – M. Freel, σελ 356-357

⁴¹ *Επιχειρηματικότητα*, D. Deakins – M. Freel, σελ 360

- Αυξάνει την παραγωγικότητα και την ανταγωνιστικότητά της λόγω προσπαθειών εκσυγχρονισμού των οργανωτικών της δομών και μεθόδων
- Ανοίγει νέους ορίζοντες σε πιο κερδοφόρες αγορές
- Δίνει πρόσβαση σε νέες ιδέες για προϊόντα, για καινοτομίες παραγωγής και νέες τεχνολογίες
- Επεκτείνεται ο κύκλος ζωής των προϊόντων της
- Μειώνονται τα κόστη της (έρευνας και ανάπτυξης, διοίκησης, παραγωγής και μάρκετινγκ)
- Εξομαλύνονται οι διακυμάνσεις της παραγωγής, λόγω εποχικότητας των παραγομένων προϊόντων
- Δίνονται διέξοδοι στην πλεονάζουσα παραγωγική της δυναμικότητα σε περιόδους ύφεσης
- Δίνεται η δυνατότητα ανάπτυξης πέραν των ορίων μιας μικρής και κορεσμένης αγοράς.

3.16 ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΤΙΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Με βάση τους παράγοντες διεθνοποίησης έχουν αναπτυχθεί διάφορες ανταγωνιστικές θεωρίες περί διεθνοποίησης. Στις θεωρίες αυτές περιλαμβάνονται : 1. το παραδοσιακό υπόδειγμα σταδίων , 2. το υπόδειγμα δικτύων και 3. το υπόδειγμα των νέων διεθνών καινοτόμων επιχειρηματικών προσπαθειών.

1. Παραδοσιακό υπόδειγμα σταδίων της διεθνοποίησης : σε αυτό το υπόδειγμα ο επιχειρηματίας θα επεκταθεί στο εξωτερικό αφού έχει αποκτήσει τις γνώσεις για αυτές τις αγορές. Η εισαγωγή στις ξένες αγορές γίνεται μέσω αντιπροσώπων, έχοντας καθιερώσει μια ασφαλή εγχώρια βάση. Έπειτα υπάρχουν επαρκείς γνώσεις έτσι ώστε να γίνει η θυγατρική στην ξένη αγορά. Αφού συμβεί θα υπάρχουν υπάλληλοι και έτσι δεν θα υπάρχει ανάγκη να λειτούργει η επιχείρηση μέσω των αντιπροσώπων. Τέλος, καθώς θα αυξάνεται η γνώση για την αλλοδαπή αγορά και για τις πρακτικές της, θα μπορεί η παραγωγική δραστηριότητα της θυγατρικής να ξεκινήσει.
2. Υπόδειγμα δικτύων : σύμφωνα με το υπόδειγμα δικτύων, οι επιχειρηματικές ενώσεις, όπως τα Εμπορικά Επιμελητήρια, θα αποτελούν διάυλους

προσέγγισης με τις αγορές του εξωτερικού, που θα οδηγήσουν στη διεθνοποίηση.

3. Υπόδειγμα των νέων διεθνών καινοτόμων επιχειρηματικών προσπαθειών (INV): αναφέρεται σε επιχειρηματίες, με παγκόσμια προοπτική, οι οποίοι επιδιώκουν η πρώτη τους δραστηριοποίηση να είναι στην διεθνή αγορά και αργότερα στην εγχώρια . Αυτές οι επιχειρήσεις είναι γνωστές με τον όρο «παγκοσμιοποιημένες από την ίδρυση».

Κάποιες επιχειρήσεις (βιομηχανικές και εμπορικές) όσον αφορά τον τομέα έρευνας και ανάπτυξης είναι πολύ ανταγωνιστικές. Άλλες όμως επιχειρήσεις έχουν την δυνατότητα συνεργασίας με τους ανταγωνιστές για λόγους αποτελεσματικότητας.

Οι κύριοι ανταγωνιστές είναι εκείνοι οι οποίοι έχουν στοιχεία τα οποία χαρακτηρίζονται άμεσα στοιχεία ανταγωνισμού (δηλαδή το όνομα, μέγεθος, χρόνος στην αγορά κ.ά.). Εκτός από αυτά, τα άμεσα στοιχεία πρέπει να ελέγχονται και οι οικονομικές τους καταστάσεις. Επίσης ένας τρόπος έλεγχου των ανταγωνιστών είναι η επίσκεψη στην ιστοσελίδα τους.

Η μοναδικότητα μιας επιχείρησης ισοδυναμεί με την ανταγωνιστικότητα. Η μοναδικότητα μπορεί να έχει την μορφή τεχνικού πλεονεκτήματος, γεωγραφικής παρουσίας.

Όταν η μοναδικότητα είναι το ατού της επιχείρησης τότε ο πελάτης οφείλει να το αναγνωρίσει.

Σύμφωνα με τους Philip και Sarah Webb « για να επιβιώσει μία επιχείρηση, πρέπει να είναι τουλάχιστον τόσο καλή όσο και οι περισσότεροι ανταγωνιστές της. Ωστόσο για να πετύχει μία επιχείρηση, πρέπει να είναι καλύτερη από τους περισσότερους ανταγωνιστές της.»⁴²

3.17 ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΤΕ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ

Το πρόγραμμα «επιχειρείτε ηλεκτρονικά» έχει σαν στόχο την προτροπή των επιχειρήσεων στο να χρησιμοποιούν τεχνολογικές επενδύσεις, οι οποίες συμβάλλουν στην αύξηση της ανταγωνιστικότητας της επιχείρησης και στην αξιοποίηση των ευκαιριών που προσφέρει η κοινωνία της πληροφορίας (βλέπε www.e-pixeireite.gr).

⁴² *Βιωσιμότητα των ΜμΕ*, Philip και Sarah Webb, 2004, σελ. 19

Το πρόγραμμα αυτό χρηματοδοτεί επενδυτικά σχέδια μικρομεσαίων επιχειρήσεων για την εισαγωγή τους στην ψηφιακή οικονομία μέσω:

- « της βελτίωσης της διαχείρισης της πληροφορίας και της ολοκληρωμένης ηλεκτρονικής υποστήριξης ενδοεπιχειρησιακών διαδικασιών
- Της προώθησης σύγχρονων πρακτικών χρήσης πληροφοριακών συστημάτων με την μορφή υπηρεσιών
- Της ενίσχυσης δικτύων συνεργατών, πελατών και προμηθευτών με σύγχρονα εργαλεία υποστήριξης ηλεκτρονικών συναλλαγών
- Της δημιουργίας και αξιοποίησης ηλεκτρονικού περιεχομένου ως βασικού καταλύτη για την ουσιαστική εισαγωγή στην κοινωνία της πληροφορίας»⁴³

Αυτό το πρόγραμμα δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη συμμετοχή των ΜμΕ στις ηλεκτρονικές αγορές (e-marketplaces). Οι αγορές αυτές διευκολύνουν τις συναλλαγές μεταξύ αγοραστών και πωλητών. Επίσης είναι οργανωμένες ανά κλάδο εμπορικής δραστηριότητας, προκειμένου να μπορούν να προσελκύσουν συναλλασσόμενους με κοινά ενδιαφέροντα.

3.18 ΤΑΜΕΙΑΚΕΣ ΡΟΕΣ

Για να επιβιώσει μία επιχείρηση πρέπει να ελέγχει την ροή ρευστού για να μπορεί να εξοφλεί τις υποχρεώσεις της. Η παρακολούθηση της τρέχουσας ροής ρευστού της επιχείρησης, μαζί με την παρακολούθηση των προϋπολογιστικών σχεδίων, είναι η πιο σημαντική διαδικασία για την διασφάλιση της επίτευξης των στρατηγικών στόχων. Με την παρακολούθηση της κατάστασης ροής ρευστού της μικρομεσαίας επιχείρησης, βλέπει ο κάθε επιχειρηματίας εάν η επιχείρησή του είναι φερέγγυα έτσι ώστε να συνεχίσουν να γίνονται εμπορικές συναλλαγές και να μπορούν να εντοπιστούν τυχόν προβλήματα.

Οι κύριοι παράγοντες που επηρεάζουν τη ροή ρευστού μέσα στην επιχείρηση είναι οι εξής:

- Αύξηση κερδών άρα και αύξηση ύψους κεφαλαίου κίνησης

⁴³ *Επιχειρηματικότητα*, D. Deakins – M. Freel, σελ 451

- Με την πώληση παγίων του ενεργητικού αυξάνεται το διαθέσιμο ταμειακό υπόλοιπο
- Λήψη μακροπρόθεσμης υποχρέωσης (π.χ. δάνειο) οδηγεί σε αύξηση κεφαλαίου κίνησης. Ωστόσο η αποπληρωμή της υποχρέωσης θα οδηγήσει στην μείωσή του
- Έσοδα από επενδύσεις προστίθενται στο κεφάλαιο κίνησης αλλά φορολογούνται
- Η αύξηση σε πιστωτές και η ελάττωση σε χρεώστες θα βελτιώσουν την ροή ρευστού

3.19 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ - ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ

Υπάρχουν δύο μορφές χρηματοδότησης των επιχειρήσεων. Η εσωτερική χρηματοδότηση (από τα ίδια κεφάλαια της επιχείρησης) και η εξωτερική χρηματοδότηση (κάλυψη κεφαλαιακών αναγκών της επιχείρησης από ξένες πηγές) .

Η κύρια πηγή χρηματοδότησης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στη Ελλάδα είναι το τραπεζικό σύστημα αλλά δυστυχώς δεν έχει αναπτύξει επαρκώς τον αναπτυξιακό του ρόλο.

Η επιλογή των τραπεζών σαν βασικό χρηματοδότη είναι εξαιτίας του ότι είναι προσιτές και παρέχουν βραχυπρόθεσμη δανειακή χρηματοδότηση. Όμως οι τράπεζες απ' την πλευρά τους αντιμετωπίζουν κάποια προβλήματα ως προς την αξιολόγηση των αιτήσεων των επιχειρηματιών. Όσον αφορά τις τράπεζες δύο είναι τα κυρίως προβλήματα: η δυσμενής επιλογή και ο ηθικός κίνδυνος.

Το πρόβλημα της δυσμενούς επιλογής λαμβάνει χώρα διότι η τράπεζα διαθέτει ελλιπή πληροφόρηση λόγω του κόστους απόκτησης των πληροφοριών αυτών και έτσι η τράπεζα δεν μπορεί να αξιολογήσει σωστά την αίτηση της κάθε επιχείρησης. Οπότε η δυσμενής επιλογή προκύπτει είτε όταν η τράπεζα χρηματοδοτεί μια επιχείρηση και αυτή μετά από λίγο χρεοκοπεί είτε αποφασίζει, η τράπεζα την μη χρηματοδότησή της και τελικά η επιχείρηση λειτουργεί επιτυχώς.

Ο ηθικός κίνδυνος αντίθετα από την δυσμενή επιλογή ελέγχεται πιο δύσκολα από την τράπεζα. Μόλις χρηματοδοτηθεί ο επιχειρηματίας δεν υπάρχει καμιά εγγύηση ότι θα ενεργήσει κατά το συμφέρον της τράπεζας και γι' αυτό οι τράπεζες συνήθως ζητούν εξασφαλίσεις.

Από την μεριά της επιχείρησης η επιλογή του τραπεζικού δανεισμού μπορεί να παρουσιάσει αρκετά προβλήματα. Τα πιο εμφανή προβλήματα είναι ότι τα δανειακά

κεφάλαια είναι βραχυπρόθεσμα και απουσιάζει το στοιχείο της δέσμευσης. Οι τράπεζες δίνουν μεν το δάνειο αλλά θέλουν μία εγγύηση ότι τελικά θα αποπληρωθεί το δάνειο και για αυτό το λόγο βάζουν ενέχυρο την περιουσία της επιχείρησης.

Ο σκοπός της χρηματοδότησης για αρκετές επιχειρήσεις είναι η ανάπτυξη. Ο Storey υποστηρίζει πως «όσες εταιρίες χρηματοδοτούνται με ίδια κεφάλαια ή είναι διατεθειμένες να επιτρέψουν την διάθεση μετοχών σε τρίτους έχουν περισσότερες πιθανότητες να αναπτυχθούν από τις υπόλοιπες. Αυτή η ανταλλαγή κεφαλαίων με μετοχές επιτρέπει στις επιχειρήσεις να παρακάμπτουν τον περιορισμό που θέτει η βραχυπρόθεσμη δανειακή χρηματοδότηση.» όπως επισημαίνει ο Storey οι μόνες επιχειρήσεις οι οποίες προσελκύουν τρίτους στο μετοχικό τους κεφάλαιο είναι εκείνες οι οποίες έχουν ήδη αναπτυχθεί ή παρουσιάζουν μεγαλύτερες πιθανότητες ανάπτυξης.

Για να επιλέξει ο οποιοσδήποτε οργανισμός την δανειακή επιβάρυνσή του πρέπει να συγκρίνει τα ίδια κεφάλαια και τα αποθεματικά της επιχείρησης με τις μακροπρόθεσμες υποχρεώσεις και έτσι διασφαλίζεται ότι το δάνειο θα αποπληρωθεί. Κάθε επιχείρηση πρέπει να έχει πολιτική πιστωτικού έλεγχου έτσι ώστε να υπάρχει ισορροπία χρεωστών- πιστωτών, δηλαδή να συγκρίνεται ο αριθμός χρεωστικών ημερών με το σύνολο πιστωτικών ημερών. Για να πραγματοποιηθεί αυτή η ισορροπία πρέπει να διασφαλιστεί ότι η περίοδος πίστωσης και τα συνολικά νούμερα είναι επωφελή για την επιχείρηση. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί προσφέροντας κίνητρα ταχείας αποπληρωμής στους χρεώστες ή ζητώντας μεγαλύτερο χρονικό περιθώριο αποπληρωμής από τους πιστωτές.

Το ποσό του απαιτούμενου μακροπρόθεσμου δανεισμού καθορίζεται από το κεφάλαιο κίνησης μαζί με τα στοιχεία του κεφαλαιουχικού προϋπολογισμού.

«Ο ιδανικός δανεισμός συνδυάζει ένα σύνολο διαφορετικών τύπων δανεισμού από διαφορετικές πηγές και πιο συγκεκριμένα συνδυάζει τόσο μακροπρόθεσμα όσο και βραχυπρόθεσμα δάνεια.»⁴⁴

Η καταλληλότερη μορφή δανεισμού καθορίζεται από :

- Τον σκοπό δανειοληψίας
- Το ποσό δανεισμού (αναλόγως το ποσό είναι και το είδος της εγγύησης , δηλαδή απλή εγγύηση ή υποθήκευση κ.ά.)

⁴⁴ *Στρατηγικά Σχέδια Ανάπτυξης ΜμΕ*, D. Butler, 2004, σελ154

- Την ασφάλεια και την πρόσθετη ασφάλεια (π.χ. στις νέες ΜΜΕ το ποσό δανεισμοί αγγίζει το 50% του περιουσιακού στοιχείου)
- Την περίοδο μέσα στην οποία θα γίνει η αποπληρωμή του δανείου
- Την μηνιαία δόση του δανείου στην οποία μπορεί να ανταποκριθεί ο δανειζόμενος

Αν ο ιδιοκτήτης – μάνατζερ μιας μικρομεσαίας επιχείρησης θέλει να πραγματοποιήσει τους στρατηγικούς του στόχους (όσον αφορά τα χρηματοοικονομικά του) , πρέπει :

- Η επιχείρηση να έχει αρκετή ροή ρευστού και διαθέσιμων , για να χρηματοδοτήσει την ανάπτυξή της.
- Το ύψος της χρηματοδότησης πρέπει να είναι αρκετό για να πραγματοποιηθεί ο σκοπός της χρηματοδότησης.
- Οι όροι λήψης δανείου πρέπει να είναι ανταγωνιστικοί για να μην έχουν αρνητική επίδραση στα περιθώρια κέρδους.
- Η αναλογία δανεισμού και εγγυήσεων πρέπει να είναι συμφέρουσα
- Οι όροι αποπληρωμής πρέπει να ανταποκρίνονται στις δυνατότητες της επιχείρησης

3.20 ΜμΕ ΚΑΙ ΚΡΙΣΗ

Σε κάθε περίοδο κρίσης οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι ο πιο ευαίσθητος κρίκος της οικονομίας αλλά και ο δείκτης της έντασής της.

Η μικρομεσαία επιχείρηση εν μέσω κρίσης δίνει καθημερινό αγώνα με τις τράπεζες και τους πιστωτές της για να μείνει ζωντανή. Βέβαια η σημερινή μικρομεσαία επιχείρηση έχει αναπτυχθεί ιδιαίτερα σε σχέση με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις της προηγούμενης δεκαετίας, οι επιχειρηματίες είναι περισσότερο ενημερωμένοι, έχουν εφαρμόσει νέες κερδοφόρες ιδέες και έχουν εκσυγχρονιστεί. Η ποιότητα και αξιοπιστία τους είναι αυτό που κρατάει τους πελάτες τους.

Η αδυναμία του Έλληνα μικρομεσαίου επιχειρηματία να ανταποκριθεί στις αλλαγές και στα νέα δεδομένα οφείλεται στο ότι δεν διδάχθηκε και δεν εφάρμοσε το σύγχρονο «επιχειρείν».

Η σημερινή οικονομική κρίση εξαφανίζει κυρίως τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και ενισχύει τις μεγάλες πολυεθνικές. Δύο ξεχωριστές εκθέσεις, μία της ΕΚΤ και μία του ΟΟΣΑ, δείχνουν το γεγονός αυτό, αλλά και το ότι η αλλαγή του επιχειρηματικού

σκηνικού έχει επιταχυνθεί τα τελευταία τέσσερα χρόνια, εφόσον η πρόσβαση των μεσαίων στη χρηματοδότηση γίνεται ολοένα πιο δύσκολη.

Στη χώρα μας φέτος, περίπου 180.000 μικρομεσαίες επιχειρήσεις κινδυνεύουν να βάλουν λουκέτο, σύμφωνα με έρευνα της ΓΣΕΒΒΕΕ. Η ίδια αναφέρει και για τον κίνδυνο απώλειας 240.000 θέσεων απασχόλησης, μέσα σε έναν χρόνο. Αυτή τη στιγμή, το 1/3 των μικρομεσαίων επιχειρήσεων αδυνατεί να φανεί συνεπές στις υποχρεώσεις του προς τα δημόσια ταμεία και οργανισμούς, ενώ 4 στις 10 επιχειρήσεις χρωστούν ασφαλιστικές εισφορές στον ΟΑΕΕ.

Παράλληλα, στοιχεία της ΕΣΕ (Εθνική Συνομοσπονδία Εμπόρων) αναφέρουν ότι τα χρέη των ΜμΕ ξεπερνούν τα 193,2 δισ. ευρώ, οι ληξιπρόθεσμες οφειλές προς την εφορία τα 41,1 δισ. ευρώ, στο ΙΚΑ οι οφειλές ξεπερνούν τα 1,2 δισ. ευρώ και στη ΔΕΗ τα 1,2 δισ. ευρώ.

Εκτός από τα χρέη που αντιμετωπίζουν οι ΜμΕ, συνεχίζεται και η πτώση του τζίρου, λόγω της διαρκώς μειωμένης κατανάλωσης. Το 2011 ο τζίρος μειώθηκε κατά μέσο όρο 33%, ενώ οι προβλέψεις των ΜμΕ για το 2012 κάνουν λόγο για επιδείνωση στον κύκλο εργασιών σε ποσοστό 78,6% των ερωτηθέντων, στη ζήτηση σε 76,5% και στη ρευστότητα σε ποσοστό 79,9%.

Οι τράπεζες πλέον δεν δανείζουν ή αναχρηματοδοτούν παλαιότερα δάνεια, και αυτό να έχει ως αποτέλεσμα να μην μπορούν να καλύψουν τις καθημερινές τους ανάγκες ακόμα και οι υγιείς επιχειρήσεις. Αυτό βέβαια χτυπάει στη ραχοκοκαλιά της ελληνικής οικονομίας αφού η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων είναι μικρομεσαίες. Σύμφωνα με την Κομισιόν, το 2010 η Ελλάδα είχε 742.600 μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις που απασχολούσαν 2.512.493 άτομα, ποσοστό μεγαλύτερο από το 85% των συνολικά εργαζομένων στη χώρα, και ρεκόρ σε ολόκληρη την Ευρωπαϊκή Ένωση.

Με βάση έκθεση της ΕΚΤ που δημοσιοποιήθηκε, οι ΜμΕ στην Ευρωζώνη εξακολουθούν να αντιμετωπίζουν δυσκολίες στην εξασφάλιση τραπεζικής χρηματοδότησης, παρά το γεγονός ότι η ίδια έχει χορηγήσει στο σύστημα 1 τρις ευρώ⁴⁵.

⁴⁵ Στέλιος Μορφίδης, «Υπό εξαφάνιση οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις» διαθέσιμο στο <http://www.isotimia.gr/default.asp?pid=24&ct=6&artid=111887>

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4: Η ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟ ΚΡΙΣΗΣ

Τις τελευταίες τρεις δεκαετίες, και συγκεκριμένα από τις αρχές τις δεκαετίας του 1980, η Ελληνική οικονομία γνώρισε μια περίοδο έντονων αλλαγών στις δομές της οποίες συνοδεύτηκαν από αξιόλογες αλλαγές στις πρακτικές και τις τεχνικές της καινοτομίας τόσο στην μεταποίηση όσο και στον τομέα των υπηρεσιών. Σήμερα όμως, η ελληνική οικονομία διέρχεται τη σοβαρότερη ύφεση της μεταπολιτευτικής περιόδου. Μολονότι η οικονομική πολιτική έχει θέσει στο επίκεντρο, και δικαίως, τα δημοσιονομικά προβλήματα, είναι φανερό ότι η επανεκκίνηση της ανάπτυξης αποτελεί επιτακτική ανάγκη.

Συχνά οι προτεινόμενες αναπτυξιακές πολιτικές περιγράφονται ως προσανατολισμένες στην «απελευθέρωση της επιχειρηματικότητας». Εκτός από τις ξένες άμεσες επενδύσεις και τις ήδη λειτουργούσες επιχειρήσεις, μια σημαντική εισροή στην υφιστάμενη επιχειρηματικότητα είναι οι νέες επιχειρήσεις που ιδρύονται, οι οποίες στο πλαίσιο του GEM (Global Entrepreneurship Monitor) αναφέρονται ως «επιχειρηματικότητα αρχικών σταδίων». Για μια χώρα σαν την Ελλάδα, όπου το 98% των επιχειρήσεων απασχολούν λιγότερα από δέκα άτομα, η επιχειρηματικότητα αυτή συνιστά προφανώς μια σοβαρή συνιστώσα της συνολικής επιχειρηματικότητας σε ετήσια βάση. Πολλοί ερευνητές, υποστηρίζουν ότι ένα νέο επιχειρηματικό περιβάλλον έχει δημιουργηθεί στη χώρα μας, λόγω της κρίσης που αντιμετωπίζει η ελληνική οικονομία. Ωστόσο την ίδια στιγμή παρουσιάζονται και άλλες ευκαιρίες, αρκεί οι επιχειρήσεις να διακατέχονται από οργάνωση και δημιουργικότητα. Φυσικά όλα αυτά δεν είναι εύκολο να πραγματοποιηθούν, αφού η έλλειψη ρευστότητας από το τραπεζικό σύστημα εμποδίζει την ανάπτυξη ακόμα και την επιβίωση των επιχειρήσεων. Παρότι υπάρχουν δυσκολίες, ορισμένοι επιχειρηματικοί κλάδοι έχουν επιδείξει υψηλά επίπεδα ανταγωνιστικότητας και καινοτομίας, γεγονός που προσφέρει βέλτιστες πρακτικές προς μίμηση και ελπίδες επιβίωσης.

Στο παρόν κεφάλαιο, θα προσπαθήσουμε να εξετάσουμε τις επιπτώσεις της τρέχουσας οικονομικής κρίσης στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας αρχικών σταδίων στην χώρα μας⁴⁶.

⁴⁶Ανώνυμος (2012): *Επιχειρηματικότητα ενάντια στην κρίση*, Διαθέσιμο από το www.apofitos.com

4.1 ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΚΡΙΣΗΣ ΣΤΗΝ ΙΔΡΥΣΗ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Η Ελλάδα βρίσκεται σήμερα στην δυσκολότερη θέση λόγω μιας κρίσης χωρίς προηγούμενο. Η κρίση βέβαια είναι παγκόσμια, αλλά γνωρίζουμε ότι η έξοδος από την κρίση δε μπορεί παρά να ξεκινήσει από την αντίστροφη του βασικού προβλήματος, τη δημοσιονομική δηλαδή σταθερότητα. Επομένως, το αίτημα της επανεκκίνησης της ανάπτυξης αποκτά κεντρική σημασία.

Σε διάφορες έρευνες, οι οποίες έγιναν, τέθηκαν κάποια βασικά ερωτήματα σε όλους τους επιχειρηματίες, σχετικά με το πώς η κρίση έχει επηρεάσει τις επιχειρηματικές τους προοπτικές. Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρηματίες κλήθηκαν να απαντήσουν α) αν οι δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης είναι περισσότερες ή λιγότερες σε σχέση με τα προηγούμενα έτη, β) αν οι δυσκολίες ανάπτυξης μιας επιχείρησης είναι λιγότερες ή περισσότερες και γ) αν η κρίση έχει επηρεάσει τον αριθμό των επιχειρηματικών ευκαιριών. Όπως θα δούμε και παρακάτω, όλα τα ευρήματα δείχνουν σοβαρή επιδείνωση της κατάστασης στην Ελλάδα συγκριτικά με το προηγούμενα έτη⁴⁷.

Πριν ξεκινήσουμε την ανάλυση στα ερωτήματα τα οποία τέθηκαν παραπάνω, θα ήταν σημαντικό να κάνουμε μια μικρή αναφορά στις καινοτομικές επιδόσεις της Ελλάδας σε σχέση με τις χώρες της ευρωπαϊκής ένωσης συγκρίνοντας την περίοδο 1991-2005 και την περίοδο 2001/2 -2010/11 . Τα στοιχεία που θα παρουσιάσουμε παρακάτω καταγράφηκαν από την Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας του Υπουργείου Ανάπτυξης σε συνεργασία με την EUROSTAT χρησιμοποιώντας επίσης στοιχεία από το Παγκόσμιο Οικονομικό Φόρουμ (World Economic Forum).

Σύμφωνα με πληροφορίες του CIS για την περίοδο 1989-1991 μόνο 297 μεταποιητικές επιχειρήσεις ανέπτυξαν κάποια μορφή καινοτομίας, ενώ ο συνολικός αριθμός αυξήθηκε σημαντικά σε 1045 την περίοδο 1994-1996, μια μεταβολή της τάξης του 25% (πίνακας 1). Από την άλλη πλευρά, φαίνεται ότι το ποσοστό των μικρών επιχειρήσεων με 10-19 εργαζομένους από 3,6% έχει μειωθεί σε 2,1% την περίοδο 1994-1996. Το ποσοστό των καινοτόμων επιχειρήσεων είναι πολύ

⁴⁷ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ Σ., ΧΑΤΖΗΧΡΗΣΤΟΥ Σ.: *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-2011*, Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών, Ιανουάριος 2012

υψηλότερο για εκείνες τις επιχειρήσεις που απασχολούν πάνω από 20 εργαζομένους, ξεπερνώντας το 30% στον τομέα της μεταποίησης για την περίοδο 1997-1998⁴⁸.

Πίνακας 1: Αριθμός καινοτόμων επιχειρήσεων. Επιχειρήσεις με 10 και πλέον εργαζομένους.

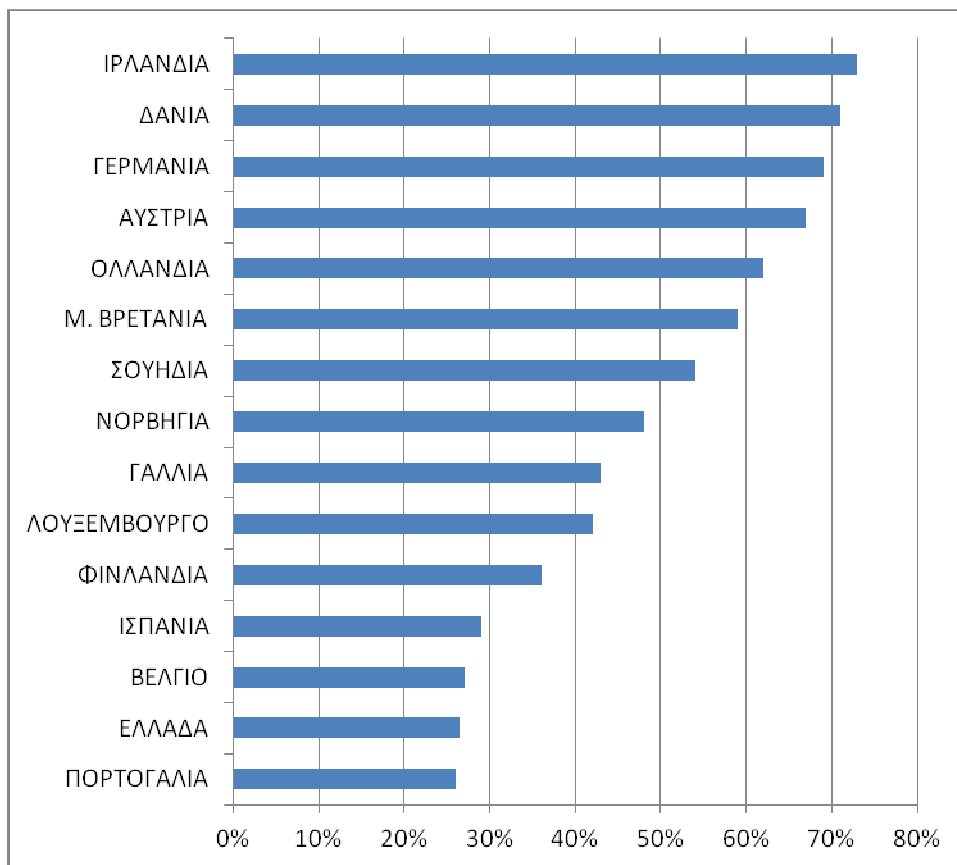
Κατηγορία Επιχειρήσεων	1994 - 1996		1997 - 1998	
	Αριθμός	Μερίδιο στην κατηγορία (%)	Αριθμός	Μερίδιο στην κατηγορία (%)
10-19 Εργαζόμενοι	94	3,6	53	2,1
20 + Εργαζόμενοι	951	26,5	1088	30,3
Σύνολο	1045	16,9	1141	18,4

Πηγή: ΓΓΕΤ (2001), Εθνική Καινοτομίας των Επιχειρήσεων 1994 – 1998, σελ. 16

Η εντύπωση που δημιουργεί η μεγάλη αύξηση του αριθμού των καινοτόμων επιχειρήσεων που παρατηρήθηκε στην ελληνική οικονομία την δεκαετία του 1990, σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα, μετριάζεται αισθητά, όταν σκεφτεί κανείς ότι οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στην Ελλάδα είναι πάνω από 800.000, ενώ η συντριπτική πλειοψηφία αυτών είναι πολύ μικρές επιχειρήσεις από 0-9 εργαζομένους, στις οποίες η έννοια της καινοτομίας είναι σχεδόν ανύπαρκτη σύμφωνα με τα παραπάνω στοιχεία. Αυτό που γίνεται άμεσα αντιληπτό παρατηρώντας το Διάγραμμα 1 είναι ότι η Ελλάδα τη δεκαετία του 1990 βρίσκεται στην προτελευταία θέση στην καινοτομία, στο τομέα της μεταποίησης και των υπηρεσιών σε σύγκριση με τα υπόλοιπα 14 κράτη μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Διάγραμμα 1: Μερίδιο επιχειρήσεων που εισήγαγαν καινοτομίες προϊόντος (1994 – 1996)

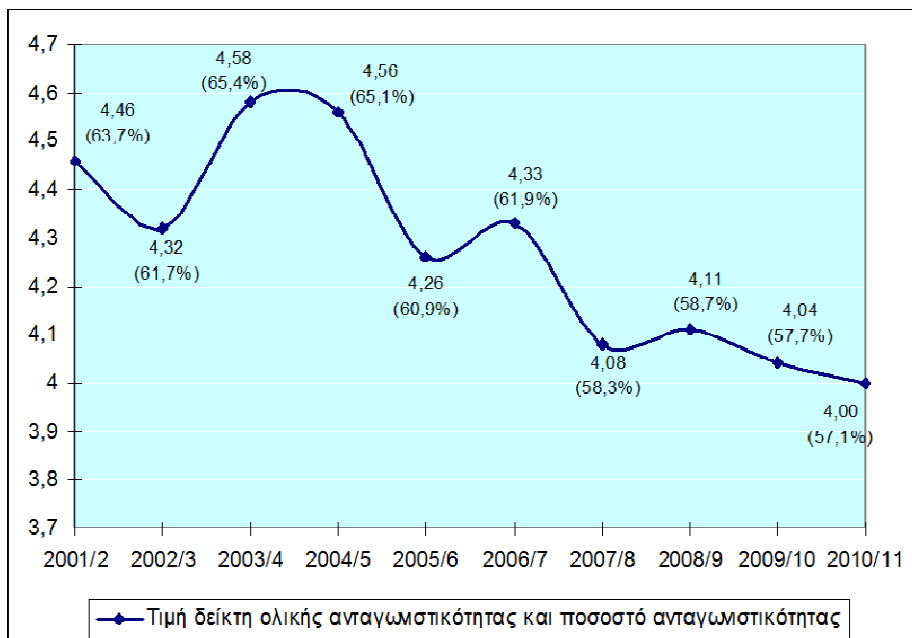
⁴⁸ ΠΗΠΕΡΟΠΟΥΛΟΣ Π.: *Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία & Business Clusters*, Εκδόσεις Σταμούλης Α.Ε, Αθήνα 2008.



Πηγή: ΓΓΕΤ (2001), Εθνική Απογραφή Καινοτομίας των Επιχειρήσεων 1994-1998, σελ.17

Αν συγκρίνουμε τα παραπάνω στοιχεία με την δεκαετία 2001/2 – 2010/11 παρατηρούμε ότι δεν υπάρχουν και μεγάλες διαφορές. Δηλαδή, ο δείκτης ανταγωνιστικότητας της Ελλάδας είναι μέτριος καθώς κυμαίνεται μεταξύ 4,00 βαθμών (ελάχιστο) και 4,58 βαθμών (μέγιστο), με κλίμακα μέτρησης από το 1 (ελάχιστη ανταγωνιστικότητα) έως το 7 (μέγιστη ανταγωνιστικότητα). Σύμφωνα με το δείκτη η ελληνική οικονομία λειτουργεί περίπου στο 60% των δυνατοτήτων της (Διάγραμμα 2).

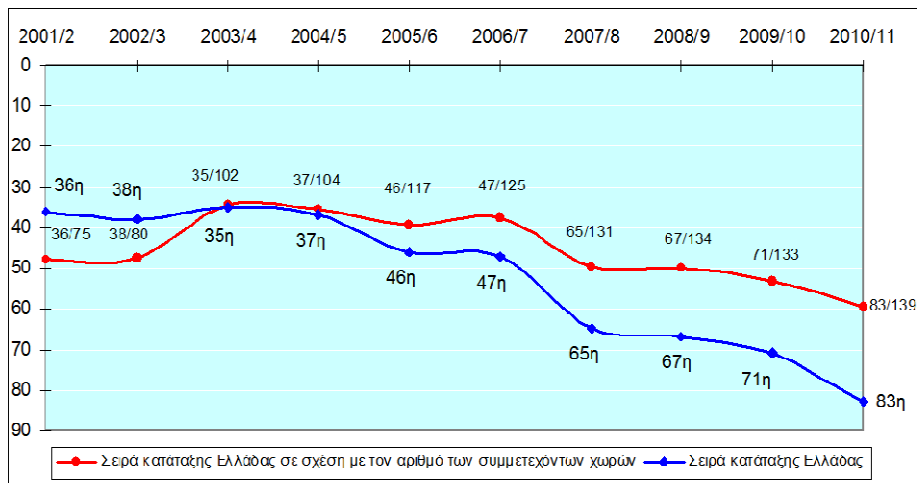
Διάγραμμα 2: Τιμή Δείκτη ολικής ανταγωνιστικότητας της Ελλάδας 2001/2 -2010/11



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων WEF

Στο διάγραμμα 2 αποτυπώνεται η πορεία της βαθμολογίας της Ελλάδας ως προς το δείκτη ανταγωνιστικότητας για την περίοδο 2001/2-2010/11 και η αντίστοιχη επίδοσή της επί τοις εκατό. Παρότι οι μεταβολές της τιμής του δείκτη είναι οριακές από έτος σε έτος (από -6,6% έως -0,4% και από 0,7% έως 6%) η επίπτωση στη συγκριτική κατάταξη της Ελλάδας είναι ραγδαία. Για παράδειγμα, το 2010 ο δείκτης μειώθηκε μόνο κατά 1% (από 4,04 βαθμούς σε 4,00) και η σειρά κατάταξης της Ελλάδας σημείωσε πρωτοφανή πτώση 12 θέσεων από 71η το 2009 σε 83η το 2010 (Διάγραμμα 3).

Διάγραμμα 3: Παγκόσμια κατάταξη της ελληνικής οικονομίας βάσει του δείκτη ολικής ανταγωνιστικότητας, 2001/2-2010/11



Πηγή: Επεξεργασία στοιχείων WEF

Η συνεχής επιδείνωση της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής οικονομίας ως προς τη συγκριτική της κατάταξη επιδέχεται διάφορων ερμηνειών πλην των οικονομικών λειτουργιών και παθογενειών. Η πρώτη ερμηνεία εντάσσεται σε μεθοδολογικά θέματα καθώς το υπόδειγμα εκτίμησης του δείκτη έχει υποστεί μεταβολές με αποτέλεσμα διαφορετικά έτη να έχουν εκτιμηθεί με άλλες παραδοχές. Η δεύτερη ερμηνεία αφορά στην αυξημένη συμμετοχή χωρών από έτος σε έτος (75 χώρες το 2001 και 139 χώρες το 2010) με αποτέλεσμα η συγκριτική θέση να χειροτερεύει ακόμα και στην περίπτωση βελτίωσης ενός πυλώνα, υποπυλώνα ή επιμέρους κριτηρίου του. Το φαινόμενο αυτό συνέβη στην Ελλάδα τα έτη 2006/7 και 2008/9 όπου παρά την άνοδο της βαθμολογίας του δείκτη ολικής ανταγωνιστικότητας σε σχέση με το προηγούμενο έτος, η σειρά κατάταξης επιδεινώθηκε. Άλλες παρερμηνείες μπορούν να προκύψουν από τον υποπυλώνα της υγείας και βασικής εκπαίδευσης, ο οποίος στο σκέλος της υγείας αντανακλά τη συχνότητα επιλεγμένων δεικτών υγείας (ελονοσία, φυματίωση, HIV/AIDS, βρεφική θνησιμότητα και προσδόκιμο επιβίωσης) και όχι την αποτελεσματικότητα ή την ποιότητα του συστήματος υγείας. Η καλή επίδοση της Ελλάδας και όλων των δυτικών οικονομιών στον υποπυλώνα αυτόν είναι παραπλανητική.

Η χαμηλή ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας αποδίδεται κατά κύριο λόγο στην καινοτομία και στην επιδείνωση τόσο των δύο υποπυλώνων που την αποτελούν όσο και στα επιμέρους κριτήρια. Αυτό σημαίνει ότι το πρόβλημα της ανταγωνιστικότητας της Ελλάδας είναι περισσότερο σε επίπεδο επιχειρήσεων παρά σε επίπεδο μακροοικονομικό. Στον Πίνακα 2 παρουσιάζονται τα επιμέρους κριτήρια και η σειρά κατάταξης της χώρας μας για το έτος 2010/11 μεταξύ 139 χωρών.

Πίνακας 2: Τιμή υποπυλώνων καινοτομίας του δείκτη ολικής ανταγωνιστικότητας της Ελλάδας 2010/11

ΕΞΕΛΙΓΜΕΝΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ	74η/139	ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ	79η/139
Ποσότητα τοπικών προμηθευτών	69η	Ικανότητα για καινοτομία	105η
Ποιότητα τοπικών προμηθευτών	68η	Ποιότητα ερευνητικών ιδρυμάτων	88η
Βαθμός ανάπτυξης διακλαδικών διασυνδέσεων	99η	Δαπάνη για R&D των επιχειρήσεων	126η
Φύση συγκριτικού πλεονεκτήματος	50η	Συνεργασία πανεπιστημίων-επιχειρήσεων για R&D	112η
Έκταση αλυσίδας αξίας (value chain) των εξαγωγικών επιχειρήσεων	75η	Προμήθεια προϊόντων προηγμένης τεχνολογίας από την Κυβέρνηση	108η
Έλεγχος διεθνούς διανομής	61η	Διαθεσιμότητα επιστημόνων και μηχανικών	21η
Εξελιγμένη παραγωγική διαδικασία	70η	Ευρεσιτεχνίες ανά 100.000 κατοίκους	37η
Έκταση του marketing	58η		
Έλεγχος αποφάσεων από την υψηλή διοίκηση ή από managers χαμηλότερης βαθμίδας	102η		

Πηγή: World Economic Forum

Συγκριτικό πλεονέκτημα της Ελλάδας για την ανάκαμψη της οικονομίας είναι η ποιότητα του εργατικού της δυναμικού καθώς κατατάσσεται 21η/139 στη διαθεσιμότητα μηχανικών και επιστημόνων. Το επίπεδο εκπαίδευσης και τα αυξημένα προσόντα αντανakλώνται στην ικανότητα υιοθέτησης νέων τεχνολογιών.

Ωστόσο η ικανότητα για καινοτομία είναι πολύ απογοητευτική (105η/139), οι δαπάνες για έρευνα και τεχνολογία από τις χαμηλότερες στον κόσμο (126η/139), η

συμβολή των πανεπιστημίων στην καινοτόμο δραστηριότητα των επιχειρήσεων σχεδόν ανύπαρκτη (112η/139) και η χρήση παρωχημένης τεχνολογίας από το δημόσιο τομέα εκτεταμένη (108η/139). Διακρίνεται ότι με δεδομένο το ικανό εργατικό δυναμικό υπολείπεται το κατάλληλο θεσμικό πλαίσιο ενθάρρυνσης του επιχειρηματικού περιβάλλοντος. Αυτό είναι προφανές και από τον υποπυλώνα «θεσμοί» όπου η βαθμολογία 3,7 κατατάσσει τη χώρα μας στην 84η θέση μεταξύ 139 χωρών(πίνακας 3).

Πίνακας 3: Συγκεντρωτικά αποτελέσματα δείκτη ολικής ανταγωνιστικότητας για την Ελλάδα, 2010/2011.

ΧΩΡΑ	ΘΕΣΜΟΙ	ΥΠΟΔΟΜΕΣ	ΥΓΕΙΑ ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ
ΕΛΛΑΔΑ	3,7	4,6	6,1
	84η	42η	40η

Πηγή: World Economic Forum

Σημείωση: 1,0 (ελάχιστη ανταγωνιστικότητα) και 7,0 (μέγιστη ανταγωνιστικότητα)

Στο παρόν διαρκώς αρνητικό κλίμα του επιχειρείν με την επιλογή πολιτικών που επιτείνουν την ύφεση και πλήττουν την επιχειρηματική πρωτοβουλία, είναι αναμενόμενο η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας να συνεχίσει την πτωτική της πορεία και τα επόμενα έτη. Η έξοδος από την κρίση διέρχεται αρχικά από την ενίσχυση των επιχειρήσεων και τη δημιουργία κινήτρων για καινοτόμο δραστηριότητα. Συνεπώς, ο προσανατολισμός σε κατ' εξοχήν εθνολογιστικά μεγέθη αγνοώντας την επιχειρηματικότητα οδηγεί σε αδιέξοδο και σε φαύλο κύκλο ύφεσης⁴⁹. Επιστρέφοντας στα ερωτήματα τα οποία θέσαμε παραπάνω, και πιο συγκεκριμένα στο πρώτο ερώτημα, το κατά πόσο η κρίση δυσκολεύει την ίδρυση μιας νέας επιχείρησης, τα ευρήματα αποκαλύπτουν σαφή επιδείνωση το 2010 σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Οι απαντήσεις σε αυτά τα ερωτήματα θα μας βοηθήσουν να δώσουμε μια καθαρή εικόνα στο πόσο καινοτόμες είναι οι επιχειρήσεις σήμερα μα περισσότερο τι δυσκολίες αντιμετωπίζουν. Σε όλες τις χώρες που έλαβαν μέρος στην έρευνα τα άτομα που δήλωσαν ότι είχαν κάποιου τύπου επιχειρηματικής δραστηριότητας ερωτήθηκαν αν οι δυσκολίες ίδρυσης μια νέας επιχείρησης ήταν

⁴⁹ ΛΑΣΠΑ Χ.: Μια δεύτερη ανάγνωση στην ανταγωνιστικότητα της Ελληνικής Οικονομίας. Διαθέσιμο από το <http://www.idkaramanlis.gr>. Αναρτήθηκε στις 13/03/2011.

περισσότερες ή λιγότερες σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια. Ο πίνακας που ακολουθεί παρουσιάζει τα σχετικά ευρήματα στην Ελλάδα για το έτος 2009-2010 (πίνακας 4).

Παρατηρούμε με σαφήνεια την επιδείνωση του επιχειρηματικού κλίματος ανάμεσα στα δύο έτη. Το 2010 τρεις στους τέσσερις επιχειρηματίες αρχικών σταδίων θεωρούσαν ότι οι δυσκολίες ίδρυσης μιας νέας επιχείρησης είχαν αυξηθεί σε σύγκριση με το 2009, ενώ το προηγούμενο έτος εκείνοι που απαντούσαν με τον ίδιο τρόπο ήταν επτά στους δέκα. Το βασικό σημείο της έρευνας είναι ότι οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες είναι σαφώς πιο απαισιόδοξοι από τους νέους.

Πίνακας 4: Απόψεις των Ελλήνων επιχειρηματιών σχετικά με τη 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	3,1	5,8	2,5
Λιγότερο δύσκολη	4,5	1	4,5	4,2
ΣΥΝΟΛΟ	100	100	100	100

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Όσο αφορά το δεύτερο ερώτημα, δηλαδή τις δυσκολίες ανάπτυξης των επιχειρήσεων το 2010, σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος, η έμφαση μεταφέρεται από τις δυσκολίες στην ίδρυση μιας νέας επιχείρησης στις δυσκολίες επιβίωσης και ανάπτυξης που ήδη λειτουργούν. Ο πίνακας 5 παρουσιάζει τα σχετικά ευρήματα για τα δύο έτη τόσο για τους καθιερωμένους επιχειρηματίες, όσο και για τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων.

Η γενική εικόνα της επιδείνωσης είναι σαφής και εδώ. Τρεις στους πέντε επιχειρηματίες αρχικών σταδίων εκτιμούν ότι οι δυσκολίες ανάπτυξης μιας επιχείρησης ήταν μεγαλύτερες το 2010 σε σύγκριση με τα προηγούμενα χρόνια ενώ οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες είναι περισσότερο απαισιόδοξοι από τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων και τα δύο έτη.

Πίνακας 5: Απόψεις των Ελλήνων επιχειρηματιών σχετικά με τη 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

Ωστόσο πρέπει να επισημανθεί εδώ η ιδιαίτερη σημασία αυτού του δείκτη. Σε αντίθεση με τον προηγούμενο, που αφορούσε τις δυσκολίες ίδρυσης νέων επιχειρήσεων, αυτό αφορά όλες τις λειτουργούσες επιχειρήσεις στην ελληνική οικονομία. Άρα, η εκτίμηση για αυξανόμενες δυσκολίες στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων δεν μπορεί παρά να έχει άμεση και αρνητική επίπτωση στην απασχόληση και γενικότερα στις προοπτικές για το μέλλον που διαπιστώνουν οι ίδιοι οι επιχειρηματίες.

Τέλος, όσο αφορά το τρίτο ερώτημα, δηλαδή την επίπτωση της κρίσης στις εκτιμήσεις των επιχειρηματιών για τις επιχειρηματικές ευκαιρίες που υπάρχουν στην οικονομία, παρατηρούμε στον πίνακα 6, ότι και στα δύο έτη (2009-2010) οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες αναγνωρίζουν λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες στην οικονομία σε σύγκριση με τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων. Ενώ η απαισιοδοξία των καθιερωμένων επιδεινώνεται το 2010 σε σχέση με το προηγούμενο έτος, οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων εμφανίζονται πιο αισιόδοξοι. Στην περίπτωση των τελευταίων, περίπου ένας στους τέσσερις αναγνωρίζει περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες από το 2009, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό το προηγούμενο έτος ήταν μόλις ένας στους δέκα.

Πίνακας 6: Αναγνώριση επιχειρηματικών ευκαιριών το 2010 και το 2009.

	Καθιερωμένοι επιχειρηματίες		Επιχειρηματίες αρχικών σταδίων	
	2009	2010	2009	2010
Περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	3,9	3,5	3	12,6
Σχετικά περισσότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	6,7	3,9	6,9	11,3
Περίπου ίσες επιχειρηματικές ευκαιρίες	19,3	11,2	33,9	12,7
Σχετικά λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	21,3	18	16,5	27
Λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες	48,9	63,3	39,8	36,4
ΣΥΝΟΛΟ	100	100	100	100

Πηγή: IOBE, επεξεργασία στοιχείων GEM

Οι απαντήσεις των Ελλήνων επιχειρηματιών στα ερωτήματα σχετικά με τον τρόπο που η οικονομική κρίση έχει επηρεάσει τις επιχειρηματικές προοπτικές μας δείχνουν ότι οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες έχουν μεγαλύτερη απαισιοδοξία σε σχέση με τους επιχειρηματίες αρχικών σταδίων. Μια πιθανή εξήγηση είναι η μεγαλύτερη εμπειρία, η τριβή με τα καθημερινά προβλήματα και η βαθύτερη αντίληψη των απαιτήσεων για την σωστή λειτουργία μιας επιχείρησης των καθιερωμένων επιχειρηματιών. Αντίθετα οι επιχειρηματίες αρχικών σταδίων δείχνουν μια αύξηση της αισιοδοξίας, αν μάλιστα λάβει κανείς υπ' όψη την επιδείνωση της ύφεσης, κατά το τελευταίο έτος⁵⁰.

4.2 Η ΑΝΤΟΧΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΚΡΙΣΗ

⁵⁰ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ Σ., ΧΑΤΖΗΧΡΗΣΤΟΥ Σ.: *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-2011*, Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών, Ιανουάριος 2012, σελ. 65 – 73.

Η διεθνής οικονομική κρίση βρήκε την ελληνική οικονομία σε μια ιδιαίτερη δύσκολη περίοδο. Τα σοβαρά διαθρωτικά προβλήματα της παραγωγικής μας βάσης, τα υψηλά ελλείμματα του δημοσίου τομέα, το αρνητικό ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών, η γραφειοκρατία του δημόσιου τομέα επιβάρυναν την θέση της ελληνικής οικονομίας στην διεθνή κρίση. Το βασικό ερώτημα που θέτουν οι περισσότερες επιχειρήσεις αυτή την περίοδο είναι πως θα πρέπει να αντιδράσουν μπροστά σε αυτή την βαθιά κρίση που αντιμετωπίζει η Ελλάδα σήμερα. Η απάντηση σε ένα τέτοιο ερώτημα είναι δύσκολη, καθώς δεν είναι δυνατό να προσδιορισθεί ούτε η ένταση της κρίσης, αλλά ούτε η διάρκεια της. Μέσα σε ένα τέτοιο περιβάλλον οι επιχειρήσεις χρειάζονται ένα νέο πλαίσιο Στρατηγικής Σκέψης το οποίο θα τις βοηθήσει να παίρνουν τις Στρατηγικές τους αποφάσεις.

Οι επιχειρήσεις μέσα σε ένα σύντομο χρονικό διάστημα βρέθηκαν αντιμέτωπες σε ένα νέο αρνητικό περιβάλλον, με τα χαρακτηριστικά των αγορών να ανατρέπονται ριζικά, τις πιέσεις να εντείνονται και την αβεβαιότητα να κυριαρχεί. Τα κυριότερα προβλήματα τα οποία έχουν να αντιμετωπίσουν οι ελληνικές επιχειρήσεις με την κρίση είναι πολλαπλά αλλά τα κυριότερα είναι τα εξής:

1. Κυρίαρχο πρόβλημα για όλες τις κατηγορίες των επιχειρήσεων είναι η μείωση της ζήτησης στην εγχώρια και διεθνή αγορά.
2. Σημαντικό επίσης πρόβλημα είναι η αύξηση των ακάλυπτων επιταγών. Ειδικά αυτό το στοιχείο, πέραν των άμεσων προβλημάτων που προκαλεί στις επιχειρήσεις διαταράσσει σοβαρά την παράμετρο της εμπιστοσύνης στην αγορά και τις συναλλαγές και μεγαλώνει ακόμη περισσότερο το ήδη μεγάλο πρόβλημα του περιορισμού της εσωτερικής ζήτησης.
3. Η μεγάλη αβεβαιότητα που υπάρχει επιτείνει ακόμη περισσότερο την αδυναμία των επιχειρήσεων να εξυπηρετούν τα προγράμματα τους λόγω προβλημάτων πρόσβασης σε ικανοποιητική χρηματοδότηση μέσω του χρηματοπιστωτικού συστήματος. Ήδη, σε έναν μεγάλο αριθμό επιχειρήσεων έχουν περιοριστεί οι χρηματοδοτήσεις τρεχουσών συμβάσεων, ενώ οι δανειοδοτήσεις γίνονται με εξαιρετικά επιλεκτικό τρόπο.

Σήμερα οι επιχειρήσεις βιώνουν μια πρωτόγνωρη αβεβαιότητα λόγω της έλλειψης ζήτησης, ρευστότητας και εμπιστοσύνης. Συμπερασματικά θα έλεγε κανείς ότι βασικό στοιχείο της αγοράς σήμερα είναι πως η εμπιστοσύνη έχει αρχίσει να αλλοιώνεται σοβαρά, με δεδομένο ότι τόσο οι ακάλυπτες επιταγές όσο και η ασυνέπεια των πελατών των επιχειρήσεων στις υποχρεώσεις τους, στρεβλώνουν το

περιβάλλον και τους όρους των συναλλαγών. Η πρόσβαση σε πηγές χρηματοδότησης έχει καταστεί ιδιαίτερα δύσκολη υπόθεση αφού πλέον το πιστωτικό σύστημα περιορίζεται σε επιλεκτικές χρηματοδοτήσεις, δημιουργώντας συνθήκες ασφυξίας στις επιχειρήσεις και στην αγορά. Η πλήρης απαισιοδοξία των επιχειρήσεων διατυπώνεται σε όλα τα επίπεδα σχετικά με την ένταση της κρίσης στο αμέσως επόμενο διάστημα, την οποία θεωρούν ότι θα ενταθεί ακόμη περισσότερο από ότι είναι σήμερα.

Οι επιχειρήσεις οι οποίες βιώνουν τα χαρακτηριστικά της κρίσης, προσπαθούν να την ξεπεράσουν μέσω της μείωσης του προσωπικού, προχωρώντας σε απολύσεις και μειώσεις αποδοχών των εργαζομένων. Σύμφωνα με αποτελέσματα της έρευνας HR Pulse της ICAP People Solutions επτά στις δέκα εταιρείες αναμένεται να έχουν μειώσει το προσωπικό τους σε διάστημα έξι μηνών, ενώ στην ίδια περίοδο, τρεις στις δέκα αναμένεται να έχουν κάνει μειώσεις μισθών. Περαιτέρω, ένα ακόμη ενδιαφέρον στοιχείο που προκύπτει από την έρευνα της ICAP αφορά στις διαδικασίες μείωσης κόστους. Συγκεκριμένα, 64% των εταιρειών του δείγματος έχει υιοθετήσει κάποια μέτρα μείωσης του εργασιακού κόστους. Μεταξύ αυτών, η μείωση των ωρών εργασίας παρουσιάζεται ως το επικρατέστερο μέτρο για τον περιορισμό του κόστους στην παρούσα φάση. Το μέτρο αυτό, ωστόσο, έχει υιοθετηθεί μόλις από το 15% των εταιρειών του δείγματος, όπως προκύπτει από τις απαντήσεις των συμμετεχόντων στην έρευνα. Επιπλέον, αξίζει να σημειωθεί ότι περίπου το ένα τρίτο των εταιρειών που συμμετείχαν στην έρευνα (ποσοστό 36%) δήλωσαν ότι δεν έχουν εφαρμόσει κανένα μέτρο μείωσης του εργασιακού κόστους, ενώ στο σχετικό ερώτημα, όλοι ανεξαιρέτως οι συμμετέχοντες στην έρευνα απάντησαν ότι εξετάζουν τη λήψη μέτρων περικοπής του λειτουργικού κόστους. Από την άλλη πλευρά όμως υπάρχουν και οι επιχειρήσεις οι οποίες προσπαθούν να επιλύσουν το πρόβλημα της κρίσης χωρίς να επιλέγουν λύσεις που αφορούν σε μείωση του προσωπικού τους. Αντίθετα, οι λύσεις που εφαρμόζονται, υποβοηθούν την διατήρηση των θέσεων απασχόλησης, μέσω της ελαστικοποίησης των εργασιακών σχέσεων. Εκτιμούν ότι ένας από τους πολυτιμότερους παράγοντες της επιχείρησης είναι το ανθρώπινο δυναμικό της και φυσικά επιθυμούν να εξαντλήσουν κάθε δυνατότητα διατήρησής του. Μέχρι σήμερα οι επιχειρήσεις αυτές, προς το παρόν, είναι αρκετά ψύχραιμες και δεν πιστεύουν ότι την λύση θα την δώσει η μείωση των θέσεων εργασίας.

Όμως, εκείνο που έχει σημασία να γίνει κατανοητό είναι ότι επιβάλλεται να βρεθούν, μεσοπρόθεσμες λύσεις, που θα αποτρέπουν την κατάρρευση των επιχειρήσεων και την σοβαρή μείωση των αποδοχών του εισοδήματος των εργαζομένων, και φυσικά θα

έχουν ως στόχο την επιβίωση των επιχειρήσεων, υπό τις παρούσες δυσμενείς συνθήκες.

Η ανοχή των ελληνικών επιχειρήσεων στην κρίση εξαρτάται επίσης από την ικανότητα τους να χτίσουν και να διατηρήσουν συγκριτικό πλεονέκτημα σε χαμηλότερα επίπεδα κόστους. Να προσφέρουν προϊόντα σε πιο προσιτές τιμές. Εξαρτάται ακόμα από το πώς θα προσαρμοστούν, την ευελιξία και ευκινησία που θα επιδείξουν. Πως θα αξιοποιήσουν τεχνολογίες, θα εισάγουν καινοτομίες και θα διατάξουν τους πόρους τους. Σίγουρα πολλές δεν θα τα καταφέρουν, αρκετές όμως θα αρθούν στο ύψος των περιστάσεων. Είναι δύσκολο να προβλέψει κανείς ποιες επιχειρήσεις και ποιοι τομείς τους θα επιβιώσουν ή θα βγουν αλώβητοι μετά την κρίση. Σημαντικό ρόλο θα διαδραματίσουν η πείρα και η ικανότητα των διοικήσεων τους να αντιληφθούν την κρίση και να δράσουν αποτελεσματικά πριν να είναι πολύ αργά για τις ίδιες τις επιχειρήσεις⁵¹.

Φυσικά αν κάποιες καταστάσεις διορθωθούν, πολλές επιχειρήσεις θα είναι ικανές να αντιμετωπίσουν με αξιοπρέπεια την κρίση και θα καταφέρουν να αντέξουν με τις άσχημες οικονομικές συνθήκες οι οποίες επικρατούν για την ώρα στην Ελλάδα.

Μερικές προτάσεις οι οποίες θα μπορούσαν να είναι χρήσιμες για τη σταθερή βιωσιμότητα των επιχειρήσεων στην αγορά είναι οι εξής:

- Πρώτη πρόταση είναι η παρέμβαση του κράτους με εγγυήσεις του προς το πιστωτικό σύστημα, ώστε να διασφαλιστεί η απαραίτητη ρευστότητα.
- Δεύτερη πρόταση είναι η εξόφληση από το κράτος των οφειλών του από δημόσια έργα, επιχορηγήσεων του αναπτυξιακού νόμου.
- Τρίτη πρόταση είναι η βελτίωση των όρων συμμετοχής του ΤΕΜΠΜΕ, ώστε να αποκτήσουν περισσότερες επιχειρήσεις πρόσβαση σε αυτό.
- Τέταρτη πρόταση είναι ο εξορθολογισμός των τιμολογίων του δημοσίου και της Τοπικής αυτοδιοίκησης.
- Πέμπτη πρόταση είναι η άμεση ενεργοποίηση προγραμμάτων του ΕΣΠΑ, ώστε εκείνες τουλάχιστον που διατηρούν αναλλοίωτα ακόμη τα σχέδια τους για εκσυγχρονισμό να τα υλοποιήσουν.
- Τέλος είναι η αύξηση του προγράμματος δημοσίων επενδύσεων.

⁵¹ΛΙΟΥΚΑΣ., Σ.: *Οι ελληνικές επιχειρήσεις μετά την κρίση: Προοπτικές και στρατηγικές για διεθνή ανταγωνιστικότητα*, Τράπεζα της Ελλάδος, Δεκέμβριος 2010.

Φυσικά όλες αυτές είναι προτάσεις οι οποίες θα αποτρέψουν την κατάρρευση των επιχειρήσεων και την σοβαρή μείωση του εισοδήματος των εργαζομένων με σκοπό την επιβίωση τους στις παρούσες δυσμενείς συνθήκες⁵².

Πάντως οι ελληνικές επιχειρήσεις έχουν επιδείξει σημαντική αντοχή στην κρίση. Θετικός παράγοντας μπορεί να αποδειχθεί η οικογενειακή τους μορφή, η ισχυρή κουλτούρα που διέπει διαχρονικά τη δράση τους. Ενδεικτικός είναι ο δείκτης πτωχεύσεων το 2009, που ήταν χαμηλότερος στην Ευρώπη (πίνακας 7). Όπως παρατηρούμε οι έλληνες επιχειρηματίες προσπαθούν να κρατήσουν την επιχείρησή τους. Επίσης πρέπει να τονισθεί ότι οι στατιστικές αυτές αναμένεται να επιδεινωθούν για την Ελλάδα, καθώς βαθαίνει η Ελληνική πλέον κρίση, ενώ άλλες χώρες εξέρχονται από αυτή⁵³.

⁵²ΓΚΟΥΝΤΟΠΟΥΛΟΣ Δ.: *Οικονομική κρίση και επιχειρήσεις – διάλογο – προτάσεις*. Επιμελητήριο Λάρισας, 2009.

⁵³ΛΙΟΥΚΑΣ., Σ.: *Οι ελληνικές επιχειρήσεις μετά την κρίση: Προοπτικές και στρατηγικές για διεθνή ανταγωνιστικότητα*, Τράπεζα της Ελλάδος, Δεκέμβριος 2010.

Πίνακας 7: Δείκτης πτωχεύσεων σε χώρες της Δυτικής Ευρώπης

ΧΩΡΕΣ	ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΤΩΧΕΥΣΕΩΝ ΑΝΑ 10.000 ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
Ελλάδα	4
Ισπανία	16
Ιταλία	23
Πορτογαλία	40
Ιρλανδία	87
Μεγάλη Βρετανία	90
Γερμανία	96
Φινλανδία	103
Ελβετία	105
Νορβηγία	109
Σουηδία	131
Ολλανδία	165
Βέλγιο	165
Δανία	183
Γαλλία	188
Αυστρία	236
Λουξεμβούργο	242
Μέσος όρος	116,6

Πηγή: isotimia.gr, 28/04/2010

4.3 ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ

Η δημιουργία συνθηκών οι οποίες δεν θα λειτουργούν αποτρεπτικά στην ανάληψη οποιασδήποτε επιχειρηματικής πρωτοβουλίας είναι καθοριστικής σημασίας για την αλλαγή του επιχειρηματικού κλίματος που επικρατεί στη χώρα μας.

Λαμβάνοντας υπόψη το μεγάλο αριθμό μικρομεσαίων επιχειρήσεων και αυτοαπασχολούμενων στη χώρα μας, η σχεδιαζόμενη αναπτυξιακή πολιτική δεν θα πρέπει να δώσει έμφαση μόνο στις μεγάλες επενδύσεις αλλά και στη στήριξη των υφιστάμενων μικρομεσαίων επιχειρήσεων με την εξάλειψη της γραφειοκρατίας και την άρση όλων των εμποδίων που αντιμετωπίζουν καθημερινά. Η ελληνική

μικρομεσαία μεταποιητική επιχείρηση πρέπει να γίνει ανταγωνιστική, να αποκτήσει ακόμα μεγαλύτερο εξαγωγικό χαρακτήρα επεκτεινόμενη σε νέες αγορές, διατηρώντας όμως την παραγωγική της λειτουργία και τη δημιουργούμενη προστιθέμενη αξία, εντός της χώρας και όχι μεταφέροντας τις δραστηριότητές της σε άλλα κράτη. Η επανεκκίνηση της οικονομίας απαιτεί επενδύσεις μεγάλες αλλά και μικρές παράλληλα. Οι μικρομεσαίες μεταποιητικές επιχειρήσεις πρέπει να στηριχθούν έτσι ώστε με την παραγωγή ποιοτικών προϊόντων, ικανών να ανταγωνιστούν τα παραγόμενα σε άλλες χώρες, να επιβιώσουν αρχικά και στη συνέχεια να αναπτυχθούν σε ένα έντονα ανταγωνιστικό διεθνές περιβάλλον.

Στο πλαίσιο λοιπόν της δημιουργίας των κατάλληλων συνθηκών για την ανάπτυξη της οικονομίας απαιτούνται ριζικές αλλαγές στο γενικότερο θεσμικό πλαίσιο οι οποίες θα εξασφαλίσουν ένα ελκυστικό οικονομικό περιβάλλον με κύριο στόχο την ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας. Καθημερινά βλέπουμε πολλά παραδείγματα ειδικά νέων ανθρώπων με καινοτόμες ιδέες και όρεξη για δημιουργία, που όχι μόνο δυσκολεύονται να βρουν κάποια στήριξη από τους αρμόδιους κρατικούς φορείς, αλλά αντίθετα βρίσκουν συνεχώς μόνο εμπόδια. Η έλλειψη ουσιαστικών κινήτρων για τη δημιουργία και την ανάπτυξη επιχειρήσεων και η γραφειοκρατία η οποία καθιστά δύσκολη την εφαρμογή όσων υπάρχουν είναι πέραν των άλλων, ουσιαστικά προβλήματα που απαιτούν επίλυση εδώ και τώρα.

Μέχρι σήμερα στη χώρα μας δεν υπήρξε ένα ουσιαστικό μεσομακροπρόθεσμο εθνικό στρατηγικό πλάνο για την ανάπτυξη. Η οικονομία έχει άμεση ανάγκη επενδύσεων, άρα πρέπει μέσα από ειδικά προγράμματα στήριξης της επιχειρηματικότητας να αξιοποιηθεί το αξιόλογο ανθρώπινο κεφάλαιο της χώρας μας, το οποίο έχοντας συμβιβαστεί με την ιδέα ότι τίποτα τελικά δεν αλλάζει, σπεύδει να αναζητήσει ευκαιρίες σε άλλες χώρες στερώντας τη χώρα μας από τις πολύτιμες υπηρεσίες του. Ενδεικτικά, τέτοια προγράμματα θα μπορούσαν να κατευθύνουν τους επιχειρηματίες σε νέες δραστηριότητες ή/και σε νέες αγορές όπου θα υπάρχει ζήτηση για τα προϊόντα ή τις υπηρεσίες τους παρέχοντας πρόσβαση σε κατάλληλα δίκτυα διανομής και επιδοτώντας νέες καινοτόμες μεθόδους παραγωγής κ.λπ. Το ζητούμενο είναι η ανάπτυξη και η ανάπτυξη απαιτεί τη δημιουργία ενός ελκυστικού επιχειρηματικού κλίματος⁵⁴.

⁵⁴ΚΟΡΟΜΗΛΑΣ Γ.: *Η ανάπτυξη απαιτεί ελκυστικό επιχειρηματικό περιβάλλον*, Άρθρο Ημερησία, Διαθέσιμο από το www.imerisia.gr, 2011

Κάθε μικρομεσαία επιχείρηση για να μπορέσει να ανταπεξέλθει στις δυσκολίες τις τρέχουσας οικονομικής κατάστασης, έχει την ανάγκη να στηριχθεί κάπου. Η στήριξη των επιχειρηματιών, η προσέλκυση επενδυτών και η ενίσχυση της παραγωγικής ικανότητας των περιφερειών είναι ζωτικής σημασίας για τη βελτίωση των οικονομικών επιδόσεων των περιφερειών. Κάθε χρόνο δημιουργούνται στην Ευρωπαϊκή Ένωση γύρω στα 1,2 εκατομμύρια επιχειρήσεις που αντιστοιχούν στο 10% περίπου του συνολικού αριθμού. Ωστόσο, μόνο οι μισές επιχειρήσεις επιβιώνουν μετά τα πέντε πρώτα χρόνια λειτουργίας τους. Επίσης, παρατηρούνται μεγάλες διαφορές ανάμεσα στα κράτη μέλη. Στην Ιταλία, την Ισπανία και το Ηνωμένο Βασίλειο, για παράδειγμα, η συχνότητα δημιουργίας νέων επιχειρήσεων είναι διπλάσια σε σχέση με το μέσο όρο της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Οι ΜΜΕ είναι οι πραγματικοί γίγαντες της ευρωπαϊκής οικονομίας, δεδομένου ότι αντιπροσωπεύουν το 99% των επιχειρήσεων και έως και τα δύο τρίτα όλων των θέσεων απασχόλησης του ιδιωτικού τομέα στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Ωστόσο, αντιμετωπίζουν συχνά δυσκολίες χρηματοδότησης, τεχνογνωσίας και συνήθως στερούνται την απαιτούμενη εμπειρία που είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη και επιβίωση τους. Η πολιτική συνοχής της Ευρωπαϊκής Ένωσης αποσκοπεί στην αντιμετώπιση αυτών των προβλημάτων με το συνδυασμό άμεσων μέτρων, όπως η άμεση στήριξη των επενδύσεων με ειδικά επενδυτικά προγράμματα, και έμμεσων, όπως η παροχή υπηρεσιών στήριξης των επιχειρήσεων, με επιμόρφωση, με δημιουργία καινοτόμου επιχειρησιακού περιβάλλοντος, με χρηματοοικονομική τεχνική, με μεταφορά τεχνολογίας-τεχνογνωσίας, καθώς και με τη στήριξη δικτύων και συμπλεγμάτων επιχειρήσεων.

Το διάστημα 2007 - 2013 τα προγράμματα της πολιτικής για τη συνοχή στηρίζουν:

- **Τη δημιουργία και ανάπτυξη ΜΜΕ**, όσον αφορά ειδικότερα την επιχειρηματικότητα, την πρόσβαση σε χρηματοδότηση, την έρευνα και την καινοτομία, τη μεταφορά τεχνολογίας, την πρόσβαση σε τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνιών και τις φιλικές προς το περιβάλλον μεθόδους παραγωγής. Περίπου 27 δισ. ευρώ (7,9% των συνολικών πιστώσεων) διατίθενται για τέτοιου είδους δραστηριότητες που προορίζονται συγκεκριμένα για τις ΜΜΕ.

- Άλλες μορφές στήριξης σε μεγάλες και μικρές επιχειρήσεις, περιλαμβανομένων των παραγωγικών επενδύσεων και της παροχής υπηρεσιών επιχειρηματικής στήριξης στους παραπάνω τομείς, προβλέπεται να λάβουν επιπλέον 28 δισ. ευρώ (8,1% των συνολικών πιστώσεων). Ένα σημαντικό μέρος αυτών των κονδυλίων θα ωφελήσουν άμεσα ή έμμεσα τις ΜΜΕ⁵⁵.

Ένα από τα σημαντικότερα προγράμματα στήριξης των Μικρομεσαίων επιχειρήσεων, στο οποίο πρέπει να αναφερθούμε, είναι το Εθνικό Σχέδιο Στήριξης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων (Ε.Σ.Σ.ΜμΕ) 2010 – 2013. Το Εθνικό Σχέδιο Στήριξης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων τοποθετεί τις Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις στο επίκεντρό του ενδιαφέροντος λήψης πολιτικών αποφάσεων, ενισχύοντας τη δυναμική τους ως προς τη δημιουργία θέσεων εργασίας, προωθώντας την ανταγωνιστικότητα του ως προς την Ευρωπαϊκή Ένωση, όσο και παγκόσμιες αγορές και βελτιώνοντας το ρυθμιστικό τους πλαίσιο. Αναδεικνύει την αλλαγή νοοτροπίας σε τρεις βασικούς άξονες δράσης: την καινοτομία και την ανταγωνιστικότητα, την εξωστρέφεια και τη στήριξη της ρευστότητας των ΜΜΕ.

Μέσω του Εθνικού Σχεδίου, θεμελιώνεται ένα ολοκληρωμένο πλαίσιο, για τον προγραμματισμό και την υλοποίηση θεσμικών παρεμβάσεων, υποστηρικτικών προγραμμάτων και σύγχρονων χρηματοδοτικών εργαλείων.

Πιο συγκεκριμένα στο πλαίσιο του πρώτου τομέα δράσης «**Καινοτομία και Ανταγωνιστικότητα**» γίνονται ενέργειες που αφορούν:

- Την ανάγκη εφαρμογής της Αρχής «Προτεραιότητα στις Μικρές επιχειρήσεις», με την τοποθέτηση των ΜμΕ στο επίκεντρό της διαδικασίας χάραξης πολιτικών για την ενίσχυση τους, με την απλοποίηση του ρυθμιστικού περιβάλλοντος για τις ΜμΕ και με την υιοθέτηση συστήματος εκτίμησης επιπτώσεων των νομοθετικών και διοικητικών πρωτοβουλιών στις ΜμΕ.
- Το γεγονός ότι η γραφειοκρατία αποτελεί σημαντικό εμπόδιο για την ανάπτυξη των ΜμΕ και τη συνακόλουθη σημασία μεγαλύτερης

⁵⁵Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Περιφερειακή πολιτική: *Στήριξη των επιχειρήσεων*. Διαθέσιμο από το http://ec.europa.eu/regional_policy/activity/business/index_el.cfm

ανταπόκρισης της Δημόσιας Διοίκησης και διευκόλυνσης της λειτουργίας τους με την προώθηση, μεταξύ άλλων, της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης.

- Ότι οι δημόσιες συμβάσεις αντιπροσωπεύουν μια μεγάλη αγορά που παραμένει εν πολλοίς αναξιοποίητη από τις ΜμΕ, καθώς και ότι οι κρατικές ενισχύσεις, αξιοποιώντας την ευελιξία που προσφέρουν οι κοινοτικές διατάξεις, μπορούν να βοηθήσουν τις ΜμΕ κατά τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους.
- Τη σημασία μιας πλήρως λειτουργικής και φιλικής προς τις ΜμΕ εσωτερικής αγοράς, που αποτελεί έναν από τους βασικούς μοχλούς της ευρωπαϊκής οικονομίας και την ανάγκη ενθάρρυνσης των ΜμΕ για να επωφεληθούν πλήρως από τις δυνατότητες που η ενιαία αγορά προσφέρει.
- Το γεγονός ότι για να είναι ανταγωνιστικές οι ελληνικές επιχειρήσεις πρέπει να επενδύσουν στην καινοτομία, η οποία υποστηρίζεται από τη δημιουργία μιας Κοινωνίας της Γνώσης και μέσω της εκπαίδευσης.
- Ότι η κλιματική αλλαγή, η ανεπάρκεια των ενεργειακών πόρων και η αειφόρος ανάπτυξη αποτελούν καίριες προκλήσεις, τις οποίες οι ΜμΕ πρέπει να ενθαρρύνουν να μετατρέψουν σε επιχειρηματικές ευκαιρίες.

Αναφορικά με το πλαίσιο του δεύτερου τομέα δράσης «**Εξωστρέφεια**»:

- Την ανάγκη ενθάρρυνσης και υποστήριξης των ΜμΕ για την πρόσβασή τους σε διεθνείς αγορές.
- Ότι η χάραξη στρατηγικής, στόχων και κατευθύνσεων αποτελεί εφαλτήριο για την επιτυχή διεθνοποίηση των ΜμΕ.
- Ότι η εξειδικευμένη εκπαίδευση και κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού είναι κρίσιμο στοιχείο για την προώθηση των εξαγωγών.
- Ότι η βελτίωση της ανταγωνιστικότητας των ΜμΕ απαιτεί τη συνεργατικότητα, τη δικτύωση και τη διασύνδεση της εξωστρέφειας με συστήματα ψηφιακών εφαρμογών και ηλεκτρονικών υπηρεσιών.

Τέλος στο πλαίσιο του τρίτου τομέα δράσης «**Ρευστότητα**»:

- Την ανάγκη βελτίωσης των υφιστάμενων και σχεδιασμού νέων χρηματοδοτικών εργαλείων με σκοπό την αποτελεσματική υποστήριξη των ΜμΕ, όλων των κλάδων οικονομικής δραστηριότητας.
- Το γεγονός ότι η επιτάχυνση της οικονομικής ανάκαμψης συνδέεται με τον περιορισμό των καθυστερημένων πληρωμών.

- Ότι στην προσπάθεια για αναθέρμανση της οικονομίας, τα πιστωτικά ιδρύματα πρέπει να ενθαρρυνθούν και να αναλάβουν δεσμεύσεις, ώστε να μην περιορίζουν τις χρηματοδοτήσεις.
- Ότι για την ικανοποίηση των αναγκών των ΜμΕ σε περίοδο οικονομικής κρίσης είναι απαραίτητη η βελτίωση της πρόσβασης σε εγγυήσεις και ενδιάμεσες χρηματοδοτήσεις.
- Ότι πρέπει στην προσπάθεια εξοικονόμησης πόρων και ανθρώπινου δυναμικού, να προωθηθούν συλλογικές δράσεις ενίσχυσης της συνεργατικότητας των Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων⁵⁶.

Από την επιτυχή προσαρμογή των επιχειρήσεων στα νέα δεδομένα θα κριθεί τελικά η διεθνείς ανταγωνιστικότητα της χώρας. Δηλαδή κατά πόσο ελληνικά προϊόντα και υπηρεσίες θα υπάρχουν στις ανοιχτές αγορές. Στις ανταγωνιστικές αγορές, η ικανότητα των επιχειρήσεων και επιχειρηματιών θα είναι πιο σημαντικοί παράγοντες, παρά το εθνικό περιβάλλον. Κρίσιμης σημασίας είναι η στρατηγική των επιχειρήσεων. Δηλαδή το πώς θα προσφέρουν ελκυστικές και ποιοτικές προσφορές στον πιεσμένο σήμερα καταναλωτή σε χαμηλότερα επίπεδα κόστους.

Στην προσπάθεια αυτή θα συμβάλλει και η συνεχής εισαγωγή καινοτομιών, η οποία αναμένεται να μειώσει τα αρνητικά του κατακερματισμού και της έλλειψης συντονισμού μεταξύ των προγραμμάτων και της εθνικής αναπτυξιακής πολιτικής. Η καινοτομική δραστηριότητα μπορεί να αντλήσει ιδέες από την διεθνή αγορά και την ελληνική παράδοση, αλλά και να στηριχθεί στην δημιουργικότητα των Ελλήνων.

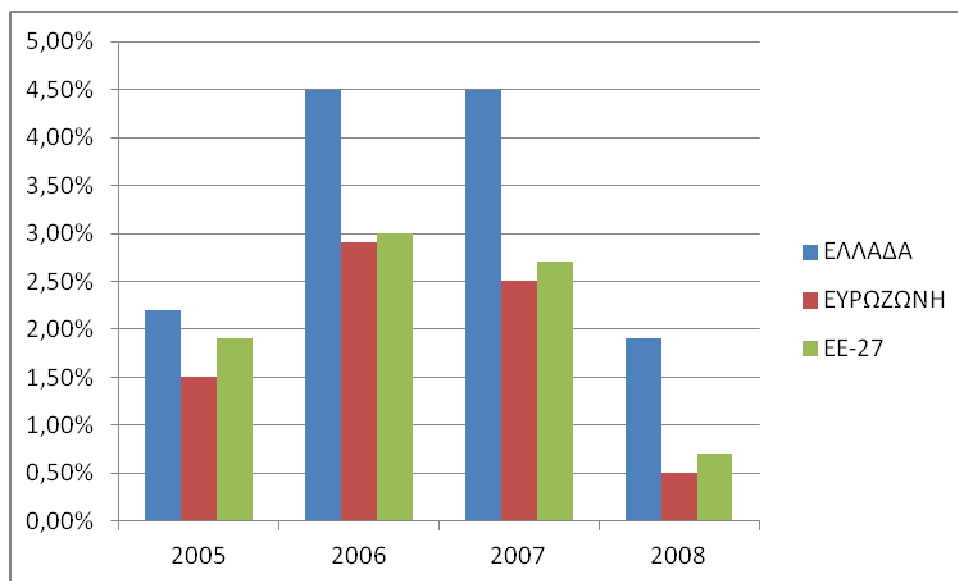
4.5 ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΠΟΥ ΕΝΙΣΧΥΟΥΝ ΤΗΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΣΠΑ 2007 -2013

Η ελληνική οικονομία αναπτυσσόταν όλο και περισσότερο κατά την τετραετία 2005 - 2008 με ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης 3,3%, που είναι υψηλότερος των αντίστοιχων στην Ευρωζώνη και την ΕΕ-27, παραμένοντας έτσι σε τροχιά ήπιας σύγκλισης με τις δυο

⁵⁶Υπουργείο Οικονομίας, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας: *Σχέδιο Στήριξης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων*, 2010 – 2013, http://www.ggea.gr/ap/stirixi_me.htm.

οικονομικές ζώνες (Διάγραμμα 4). Παρά όμως τις θετικές εξελίξεις, τα διαχρονικά προβλήματα που εμφανίζει η ελληνική οικονομία συνέχισαν να υφίστανται.

Διάγραμμα 4: Ρυθμός Ανάπτυξης στην Ελλάδα, την Ευρωζώνη και την ΕΕ-27



Πηγή: Eurostat, National Accounts

Αναλυτικότερα, εξασθένιση παρουσίασε η ανταγωνιστικότητα της ελληνικής οικονομίας την τετραετία 2005-2008, με την κατάταξη της στις σχετικές αξιολογήσεις διεθνών οργανισμών να υποχωρεί. Στο πεδίο της επιχειρηματικότητας, το ύψος των επενδύσεων ως ποσοστό των ΑΕΠ έχει αυξηθεί σε σύγκριση με το 2005, έτος βάσης στο ΕΣΠΑ 2007-2013. Από την άλλη μεριά η θέση της Ελλάδας στις αξιολογήσεις ως προς τις συνθήκες – δυνατότητες άσκησης επιχειρηματικής δραστηριότητας παραμένει αμετάβλητη ή σημειώνει μικρή υποχώρηση, αντανακλώντας τα εμπόδια στην άσκηση της επιχειρηματικότητας που εξακολουθούν να εμποδίζουν τις εντονότερες εξελίξεις κυρίως στον ιδιωτικό τομέα της οικονομίας.

Κεντρικός στόχος του ΕΣΠΑ 2007-13, του εγγράφου αναφοράς της Ελλάδας στο πλαίσιο της νέας Στρατηγικής προσέγγισης για την Πολιτική Συνοχής της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αποτελεί η διεύρυνση των αναπτυξιακών δυνατοτήτων της χώρας, η διατήρηση του ρυθμού οικονομικής μεγέθυνσης και η αύξηση της παραγωγικότητας σε επίπεδα υψηλότερα του μέσου κοινοτικού όρου για την τόνωση της απασχόλησης, την επίτευξη της πραγματικής σύγκλισης και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής όλων των πολιτών χωρίς αποκλεισμούς. Η στρατηγική αυτή στόχευση του ΕΣΠΑ εξειδικεύεται σε 17 Γενικούς Στόχους που χωρίζονται σε πέντε θεματικές προτεραιότητες και καλύπτουν ένα ευρύ φάσμα προτεραιοτήτων στο κέντρο των οποίων βρίσκονται η

εξωστρέφεια, η περιφερειακή ανάπτυξη, η απασχόληση και κοινωνική συνοχή, η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας, η έμφαση στην εκπαίδευση και τους νέους, η ποιότητα, η τεχνολογία, η καινοτομία και ο σεβασμός στο περιβάλλον.

Κινητήριοι άξονες του ΕΣΠΑ είναι τα 14 Επιχειρησιακά Προγράμματα (εννέα Τομεακά και πέντε Περιφερειακά) που έχουν καταρτιστεί με γνώμονα την εκπλήρωση των Γενικών Στόχων του ΕΣΠΑ και των ευρύτερων στρατηγικών επιλογών και κατευθύνσεων της χώρας. Η κατανομή των χρηματοδοτήσεων μέσω του ΕΣΠΑ, συμπεριλαμβανομένων των πόρων για την αγροτική ανάπτυξη, κρίνεται αυξημένη ως προς τις παρεμβάσεις που στοχεύουν στην αύξηση της παραγωγικότητας και της επιχειρηματικής ανταγωνιστικότητας.

Η καθυστέρηση όμως που παρουσιάζεται στην υλοποίηση των προγραμμάτων και η χαμηλή χρηματοδοτική απορρόφηση οφείλονται σε μία σειρά από αιτίες, οι κυριότερες των οποίων μπορούν να συνοψισθούν ως ακολούθως:

- Η μεταφορά ενός επιπλέον έτους της υλοποίησης του Γ΄ Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης 2000-2006, εντός της Δ΄ Προγραμματικής Περιόδου 2007-2013 και η παράταση μέχρι τέλους του 2009 της περιόδου επιλεξιμότητας των δαπανών στο Γ΄ ΚΠΣ.
- Η νέα αρχιτεκτονική του ΕΣΠΑ η οποία αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για τον αριθμό των εμπλεκόμενων φορέων διαχείρισης και το νέο Σύστημα Διαχείρισης και Ελέγχων που διαφέρουν σημαντικά από τα αντίστοιχα του Γ΄ ΚΠΣ με αποτέλεσμα την καθυστέρηση της ενσωμάτωσης τους στις προϋπάρχουσες δομές και συστήματα διαχείρισης και υλοποίησης.
- Οι διαδικασίες των εκχωρήσεων διαχειριστικών αρμοδιοτήτων και των αντίστοιχων πόρων, έχουν δημιουργήσει προβλήματα στην ενιαία προσέγγιση του προγραμματισμού και της διαχείρισης και έχουν προσθέσει γραφειοκρατικά εμπόδια και καθυστερήσεις.
- Οι χρονοβόρες διαδικασίες ωρίμανσης των έργων υποδομής.
- Η καθυστέρηση στον στρατηγικό συντονισμό/προγραμματισμό που προβλέπεται από το Νόμο 3614/2007 (άρθρο 5) για τους κεντρικούς φορείς (Υπουργεία) σε ότι αφορά στις κατανεμημένες στα ΠΕΠ σχετικές δράσεις.
- Η μη έγκαιρη ολοκλήρωση της εξειδίκευσης και του σχεδιασμού των δράσεων.

Από την άλλη πλευρά, οι περισσότεροι των στόχων του ΕΣΠΑ θεωρούνται επιτεύξιμοι από την αξιολόγηση, καθώς ο υπολογισμός τους έχει βασιστεί στην εμπειρία υλοποίησης παρόμοιων πράξεων κατά την περίοδο 2000-2006.

Μετά την κατάρτιση και έγκριση του ΕΣΠΑ προωθήθηκαν ρυθμίσεις και παρεμβάσεις σε διάφορους τομείς που συνδέονται με την οικονομική και αναπτυξιακή πολιτική και συνδέονται με την εφαρμογή των επιμέρους Επιχειρησιακών Προγραμμάτων. Ειδικότερα, σημειώθηκαν σημαντικές εξελίξεις στους τομείς *Επιχειρηματικότητας - Επενδύσεων* (Αναθεώρηση Νόμου περί ανωνύμων εταιρειών, απλοποίηση της αδειοδότησης των μεταποιητικών επιχειρήσεων), *Ενέργειας* (νέο πλαίσιο για τις ΑΠΕ στην ηλεκτροπαραγωγή, επιτάχυνση της διαδικασίας για την απελευθέρωση της αγοράς ηλεκτρικής ενέργειας, ενεργειακή απόδοση των κτιρίων, διεθνείς συμφωνίες ενεργειακής συνεργασίας, συγκρότηση Συμβουλίου Εθνικής Ενεργειακής Στρατηγικής), *Έρευνας* (Νόμος για το Θεσμικό Πλαίσιο Έρευνας και Τεχνολογίας), *Περιβάλλοντος* (Διαχείριση Υδάτινων Πόρων, θεσμοθέτηση Εθνικού Σχεδιασμού Διαχείρισης Επικίνδυνων Αποβλήτων, Σχέδιο Εθνικής Στρατηγικής για τη Βιοποικιλότητα, Θεσμικά Πλαίσια Χωροταξικού Σχεδιασμού και Βιώσιμης Ανάπτυξης) και *Δημοσίων Έργων* (Ν.3669/2008 για την κωδικοποίηση της νομοθεσίας Δημοσίων Έργων και έγκριση τυποποιημένων προτύπων για την πλήρη και αποτελεσματική εφαρμογή του Ν.3316/2005).

Τέλος, σύμφωνα με τις νέες επιλογές και κατευθύνσεις σε ευρωπαϊκό και εθνικό επίπεδο, κεντρικός άξονας των πολιτικών σε όλους τους τομείς στο επόμενο διάστημα είναι η Πράσινη Ανάπτυξη, η οποία συνίσταται, στο σύνολό της, σε ένα διαφορετικό αναπτυξιακό πρότυπο, πέρα από την αμιγώς προστατευτική του περιβάλλοντος διάσταση των εφαρμοζόμενων μέτρων-μεταρρυθμίσεων-παρεμβάσεων που εντάσσονται σε αυτή. Στο πλαίσιο αυτό, η νέα κυβέρνηση θέτει προτεραιότητες βάσει των οποίων προωθείται μεταξύ άλλων η εξάπλωση της παραγωγής και χρήσης Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας, η εξοικονόμηση φυσικών πόρων και η διεύρυνση των δαπανών για Έρευνα και Τεχνολογική Ανάπτυξη. Επιπλέον, δίνεται ιδιαίτερη βαρύτητα στην ανάπτυξη της υπαίθρου και γενικότερα της περιφέρειας, προωθούνται υποδομές που σέβονται το περιβάλλον, υποστηρίζονται φιλικές προς το περιβάλλον καλλιέργειες, ευνοείται η ανάπτυξη του οικοτουρισμού και τίθενται κανονισμοί για τη δημιουργία και λειτουργία τουριστικών επιχειρήσεων.

Υπό την επίδραση κυρίως της δυσμενούς οικονομικής συγκυρίας διεθνώς, όπως αυτή διαμορφώθηκε μετά την παγκόσμια χρηματοπιστωτική κρίση, η ελληνική οικονομία βρίσκεται το 2009 σε κατάσταση οικονομικής ύφεσης. Το ΑΕΠ της Ελλάδας

αναμένεται να υποχωρήσει κατά 1,1% το 2009 βάσει των τελευταίων προβλέψεων των διεθνών οργανισμών³, μείωση πάντως που πιθανόν να είναι η χαμηλότερη στην Ευρωζώνη, ενώ το 2010 εκτιμάται ότι θα εξασθενήσουν σημαντικά οι πτωτικές τάσεις. Παρά την υποχώρηση των εξαγωγών λόγω του περιορισμού της παγκόσμιας παραγωγής και ζήτησης και επακόλουθα του διεθνούς εμπορίου, η ευρύτερη συρρίκνωση των εισαγωγών βελτιώνει αρκετά το εμπορικό ισοζύγιο και το ισοζύγιο τρεχουσών συναλλαγών το 2009, εξέλιξη που θα συνεχιστεί σε μικρότερο βαθμό και το 2010.

Ωστόσο η υποχώρηση της εγχώριας οικονομικής δραστηριότητας και η αβεβαιότητα για τις οικονομικές εξελίξεις στο προσεχές μέλλον έχουν αρνητικό αντίκτυπο στην πορεία της ανεργίας, η οποία από 7,7% το 2008 προβλέπεται ότι θα διαμορφωθεί στην περιοχή του 9,0-9,5% το 2009, παραμένοντας σε ηπιότερη ανοδική τροχιά και το 2010, οπότε και αναμένεται να ξεπεράσει το 10%. Από την άλλη πλευρά, η σημαντική αποδυνάμωση της ζήτησης διεθνώς και στην Ελλάδα έχει εξανεμήσει τις πληθωριστικές πιέσεις του 2008, και έτσι ο μέσος ετήσιος πληθωρισμός το 2009 εκτιμάται ότι θα είναι της τάξης του 1,2%. Ιδιαίτερα οξυμένες είναι οι ανισορροπίες στο πεδίο των δημόσιων οικονομικών, με τον προϋπολογισμό του 2009 να παρουσιάζει σημαντική παρέκκλιση κατά την εφαρμογή του από τους στόχους του. Ως αποτέλεσμα, το έλλειμμα του προϋπολογισμού της Γενικής Κυβέρνησης το 2009 θα ξεπεράσει σύμφωνα με όλες τις εκτιμήσεις το 12,0% του ΑΕΠ, ενώ το χρέος της θα φτάσει το 109-113% του ΑΕΠ. Στην Εισηγητική Έκθεση του Προϋπολογισμού του 2010 καταγράφεται η προσπάθεια τιθάσευσης του ελλείμματος της Γενικής Κυβέρνησης στο 9,1% του ΑΕΠ, ωστόσο σε ότι αφορά το δημόσιο χρέος αναμένεται νέα μεγέθυνσή του, περίπου στο 121% του ΑΕΠ.

Η πρώτη περίοδος εφαρμογής του ΕΣΠΑ (2007-2009) και των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων του χαρακτηρίζεται περισσότερο από νομοθετικές, κανονιστικές και διοικητικές ενέργειες προετοιμασίας και οργάνωσης των φορέων διαχείρισης και των δικαιούχων καθώς και από ενέργειες εξειδίκευσης και ωρίμανσης των δράσεων και έργων, ενώ χαμηλή ήταν η πρόοδος στην υλοποίηση του φυσικού αντικείμενου και στις εκταμιεύσεις πόρων. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι το ύψος των νομικών δεσμεύσεων στις 30.9.2009 ανέρχονταν σε ποσοστό 6,9% (1,8 δισ. ευρώ) επί του συνολικού προϋπολογισμού του ΕΣΠΑ ενώ το ποσό των κοινοτικών πόρων που είχε εκταμιεύσει η Ελλάδα με βάση τις πραγματικές πληρωμές (συμπεριλαμβανομένης της 2^{ης} αίτησης πληρωμής στα τέλη Οκτωβρίου) ανέρχονταν στα 620,5 εκ ευρώ (3,07%).

Η καθυστέρηση που παρουσιάζεται στην υλοποίηση των προγραμμάτων και η χαμηλή χρηματοδοτική απορρόφηση οφείλονται σε μια σειρά από αιτίες, οι κυριότερες των οποίων μπορούν να συνοψισθούν ως ακολούθως:

- Η μεταφορά ενός επιπλέον έτους της υλοποίησης του Γ΄ Κοινοτικού Πλαισίου Στήριξης 2000-2006, εντός της Δ΄ Προγραμματικής Περιόδου 2007-2013 και η παράταση μέχρι τέλους του 2009 της περιόδου επιλεξιμότητας των δαπανών στο Γ΄ ΚΠΣ.
- Η νέα αρχιτεκτονική του ΕΣΠΑ η οποία αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για τον αριθμό των εμπλεκόμενων φορέων διαχείρισης και το νέο Σύστημα Διαχείρισης και Ελέγχων που διαφέρουν σημαντικά από τα αντίστοιχα του Γ΄ ΚΠΣ με αποτέλεσμα την καθυστέρηση της ενσωμάτωσης τους στις προϋπάρχουσες δομές και συστήματα διαχείρισης και υλοποίησης.
- Οι διαδικασίες των εκχωρήσεων διαχειριστικών αρμοδιοτήτων και των αντίστοιχων πόρων, έχουν δημιουργήσει προβλήματα στην ενιαία προσέγγιση του προγραμματισμού και της διαχείρισης και έχουν προσθέσει γραφειοκρατικά εμπόδια και καθυστερήσεις.
- Οι χρονοβόρες διαδικασίες ωρίμανσης των έργων υποδομής.
- Η καθυστέρηση στον στρατηγικό συντονισμό/προγραμματισμό που προβλέπεται από το Νόμο 3614/2007 (άρθρο 5) για τους κεντρικούς φορείς (Υπουργεία) σε ότι αφορά στις κατανεμημένες στα ΠΕΠ σχετικές δράσεις.
- Η μη έγκαιρη ολοκλήρωση της εξειδίκευσης και του σχεδιασμού των δράσεων.

Σήμερα, ο αυξημένος βαθμός ενεργοποίησης μέσω προσκλήσεων, εντάξεων έργων και προκηρύξεων σε όλα τα προγράμματα και η έναρξη δράσεων (Ταμείο Εγγυοδοσίας, ψήφιση από τη Βουλή 6 συμβάσεων παραχώρησης μεγάλων οδικών αξόνων, πρόγραμμα ενίσχυσης μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων στους Τομείς Μεταποίησης – Τουρισμού – Εμπορίου – Υπηρεσίες, Κέντρα Υποδοχής Επενδυτών στις Περιφερειακές Ενότητες, Εθνικό Σχέδιο Δράσης για την αντιμετώπιση των επιπτώσεων της κρίσης στην απασχόληση κα), καθώς και η ένταξη των έργων-γεφυρών που αντιστοιχούν στο 16% του συνολικού προϋπολογισμού του ΕΣΠΑ αναμένεται να βελτιώσουν σημαντικά τα αποτελέσματα της εφαρμογής κατά την επόμενη περίοδο. Παράλληλα, οι διαπιστωμένες ανάγκες για απλοποίηση στις διαδικασίες εφαρμογής των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων και η πρόσφατη εξαγγελία επανεξέτασης υφιστάμενων δομών και διαδικασιών αφήνουν σημαντικά

περιθώρια αισιοδοξίας για μια συνολικά καλύτερη πορεία του ΕΣΠΑ τα επόμενα χρόνια. . Όλες όμως αυτές οι απαραίτητες παρεμβάσεις θα έχουν αποτέλεσμα αν ενισχυθεί δραστικά ο μηχανισμός που προετοιμάζει και ωριμάζει έργα τα οποία άλλωστε αποτελούν και το συστατικό κομμάτι των επιχειρησιακών προγραμμάτων Πέρα από την ανάγκη επιτάχυνσης των διαδικασιών υλοποίησης, ωστόσο, η ενδεχόμενη αναθεώρηση των επιχειρησιακών προγραμμάτων του ΕΣΠΑ θα πρέπει να βασιστεί στα πορίσματα των αξιολογήσεων που προβλέπεται να εκπονηθούν στο αμέσως επόμενο διάστημα. Μέχρι τότε, επιμέρους διαφοροποιήσεις είναι εφικτές στο πλαίσιο της εξειδίκευσης των γενικών κατευθύνσεων και των προϋπολογισμών των αξόνων και των κωδικών προτεραιότητας. Στο δεδομένο αυτό πλαίσιο, μπορούν να προωθηθούν αλλαγές των Επιχειρησιακών Προγραμμάτων που υπαγορεύονται από τις κοινωνικοοικονομικές εξελίξεις και τις αναγκαίες παρεμβάσεις για την αντιμετώπιση της οικονομικής κρίσης, καθώς και την υιοθέτηση ενός νέου αναπτυξιακού προτύπου που θα αξιοποιεί τις ευκαιρίες της πράσινης οικονομίας⁵⁷.

4.6 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΓΙΑ ΔΙΕΘΝΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

Ποίο θα είναι τελικά το μέλλον των ελληνικών επιχειρήσεων μετά την υφιστάμενη χρηματοπιστωτική κρίση; Πόσες θα καταφέρουν να γίνουν ανταγωνιστικές και να αναδειχθούν. Αυτή την στιγμή είναι δύσκολό να κάνουμε προβλέψεις και επόμενο είναι να υπάρξουν εκπλήξεις θετικές ή αρνητικές.

Η κρίση κάνει τις επιχειρήσεις να ανακαλύψουν τα όρια αντοχής τους αλλά από την άλλη μερικές από αυτές ανοίγονται σε νέες δραστηριότητες διεθνώς, αντιμετωπίζοντας την έλλειψη ρευστότητας. Αυτές οι νέες δραστηριότητες αφορούν διεθνείς συνεργασίες με επιχειρήσεις οι οποίες έχουν ήδη αναπτύξει ανταγωνιστικό περιβάλλον και είναι σε θέση να τις βοηθήσουν για να γίνουν πιο ανταγωνιστικές και συνάμα πιο ρεαλιστικές. Έτσι, μαθαίνουν να αλλάζουν καθώς συναντούν νέους πελάτες και νέες συνθήκες σε άλλες αγορές.

Σημαντικό ρόλο σε αυτό το στάδιο προσαρμογής των επιχειρήσεων και ανάδειξης νέας επιχειρηματικότητας παίρνει και το κράτος το οποίο μπορεί να βοηθήσει με

⁵⁷ *Στρατηγική Έκθεση Παρακολούθησης ΕΣΠΑ 2007-2013*, Επιτελική Σύνοψη, Διαθέσιμο στο www.espa.gr

άμεσους και έμμεσους τρόπους. Με άμεσους τρόπους, βελτιώνοντας το θεσμικό πλαίσιο των επιχειρήσεων εστιάζοντας στη στήριξη έτσι ώστε να προκύψει και ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον και έμμεσα με ενέργειες που άπτονται στη διαμόρφωση θετικών στάσεων στο επιχειρείν και τη διεθνή διάκριση.

Αλλά οι προσδοκίες από το κράτος θα πρέπει να είναι ρεαλιστικές, να εκφράσουν ένα νέο μοντέλο ανάπτυξης, ένα διαφορετικό πλαίσιο πολιτικής καθώς το διεθνές επιχειρηματικό περιβάλλον αρχίζει να αλλάζει με την υφιστάμενη κρίση. Πρώτον, αλλάζουν οι προτιμήσεις του καταναλωτή και αναδύονται νέα πρότυπα. Ο καταναλωτής μετρά τα χρήματα αλλά και ψάχνει νέους τρόπους για να ικανοποιήσει τις ίδιες ανάγκες με πιο έξυπνες λύσεις. Μειώνει τις αγορές του αλλά και στρέφεται σε πιο οικονομικά προϊόντα, διατηρώντας όμως υψηλές απαιτήσεις του για ποιότητα. Δεύτερον, ο παγκόσμιος ανταγωνισμός στην προσφορά εντείνεται ενώ αλλάζουν οι παραδοσιακές δομές των κλάδων. Νέες αναδυόμενες πολυεθνικές εταιρείες από χώρες χαμηλού κόστους εισέρχονται δυναμικά στις διεθνείς αγορές και αλλάζουν τις ισορροπίες.

Για να αντιμετωπίσουν τον ανταγωνισμό και τις νέες συνθήκες οι παραδοσιακές πολυεθνικές κινούνται προς χαμηλότερες τιμές για τα ίδια προϊόντα. Μειώνουν το κόστος αναδιοργανώνοντας την παραγωγική τους αλυσίδα στον παγκόσμιο χώρο. Αξιοποιούν τις ευκαιρίες για παραγωγή σε χώρες χαμηλού κόστους. Παράλληλα, μικρότερες εταιρείες εστιασμένες σε θύλακες αγοράς καινοτομούν και κινούνται παγκόσμια. Έτσι οι ισορροπίες στο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα ανατρέπονται.

Συγκεντρωτικά, στις ελεύθερες αγορές, ο ανταγωνισμός θα αρκестεί στις χαμηλότερες τιμές με άμεσο συνεπακόλουθο τη μείωση των τιμών. Οι ενδιάμεσες προσφορές κόστους-διαφοροποίησης θα κερδίζουν μερίδιο (Σχήμα 1). Οι ελληνικές επιχειρήσεις θα καταφέρουν να ανταπεξέλθουν στην σημερινή κρίση και το σημαντικότερο θα καταφέρουν να γίνουν ανταγωνιστικές με βάση τις παραπάνω στρατηγικές ή τα κέρδη θα συσσωρευτούν σε λίγες πολυεθνικές⁵⁸;

Σχήμα 1: Με την κρίση οι εταιρείες τείνουν να κινούνται προς τα ενδιάμεσα

⁵⁸ ΛΙΟΥΚΑΣ Σ., ΒΟΥΔΟΥΡΗ Ε., ΓΚΟΥΡΑΣ Α, ΛΑΝΤΖΟΥΝΗ Π.: *Η καινοτομία στην Ελλάδα*, Ίδρυμα Κόκκαλη, 2009.



Πηγή: Η καινοτομία στην Ελλάδα, Ίδρυμα Κόκκαλη

Επίσης το κοινωνικοοικονομικό πλαίσιο αλλάζει οριστικά. Ο καταναλωτής είναι πιο πληροφορημένος, γνωρίζει τις απαιτήσεις του και ξέρει περισσότερα για το τι αγοράζει και για αυτόν που το προσφέρει. Το διαδίκτυο υπεισέρχεται στην καθημερινότητα των καταναλωτών και οι καταναλωτές είναι πιο ενήμεροι για την ποιότητα και τις τιμές των προϊόντων. Οι επιχειρήσεις που είναι σε θέση να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις του καταναλωτή αποκτούν κοινωνικό κεφάλαιο και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα. Οι τάσεις αυτές ανοίγουν νέους ορίζοντες για καινοτομία και διαφοροποίηση των προϊόντων.

Οι εταιρείες που θα καταφέρουν να γίνουν ανταγωνιστικές, προσηλωμένες στην καινοτομία, πιο υπεύθυνες, με «κοινωνική διαφοροποίηση», πιθανόν με διαφορετικό επιχειρηματικό μοντέλο, στην πορεία τους θα μπορέσουν να αναπτύξουν επίσης εσωτερικές ικανότητες και κοινωνικό κεφάλαιο που θα διασφαλίζει την ανταγωνιστικότητά τους. Διατηρώντας αφοσιωμένο προσωπικό σε καίριους τομείς θα είναι σε καλύτερη θέση να αξιοποιήσουν τις ευκαιρίες που θα εμφανισθούν μετά την κρίση. Πόσες ελληνικές επιχειρήσεις θα είναι στην κατηγορία αυτή; Έστω και ένας μικρός αριθμός επιχειρήσεων θα έχουν σημαντικές επιδράσεις στην ελληνική οικονομία.

Η ανταγωνιστική στρατηγική θα παίζει σημαντικό ρόλο την περίοδο μετά την κρίση, λόγω υπερανταγωνισμού και ανατροπής ισορροπιών. Οι γενικοί άξονες της στρατηγικής είναι γνωστοί και έχουν συζητηθεί τελευταία. Θα χρειασθεί:

- Πιο έντονη διαφοροποίηση των προσφορών με ποιότητα και καινοτομίες σε χαμηλότερα επίπεδα κόστους.
- Πιο έντονη επιχειρηματικότητα με νέα μοντέλα, νέα εγχειρήματα, με τοπική διαφορετικότητα. Απελευθέρωση της ευρηματικότητας του ανθρώπινου

δυναμικού και διοχέτευσή της στην δημιουργία και εμπορική αξιοποίηση νέων προσφορών στον πιεζόμενο καταναλωτή.

- Εξωστρέφεια όχι μόνο με την παραδοσιακή μορφή εξαγωγών, αλλά και με προχωρημένες μορφές διεθνοποίησης.

Στρατηγικές με στόχευση σε πελάτες που ικανοποιούνται σχετικά εύκολα, κυρίως στην εγχώρια αγορά, με ελάχιστη καινοτομία δεν θα αποδώσουν. Το χαμηλότερο κόστος είναι σημαντικό, αλλά δεν αρκεί χωρίς άλλα στοιχεία διαφοροποίησης. Η καινοτομία πρέπει να ενσωματωθεί στην καθημερινότητα κάθε ελληνικής επιχείρησης, να επενδύσουν σε αυτήν, για να πετύχουν συνεχείς διαφοροποιήσεις στα προσφερόμενα. Δεν είναι απαραίτητο να επενδύσουν σε μεγάλες καινοτομίες που ενέχουν αυξημένα επίπεδα κινδύνου. Πηγές ιδεών μπορούν να ευρεθούν στην αγορά από τους πελάτες κυρίως, αλλά και από συνεργασίες και δικτύωση, και από τους ίδιους τους εργαζόμενους.

Συμπερασματικά το νέο επιχειρηματικό περιβάλλον μετά την κρίση θα είναι διαφορετικό. Με απαιτητικούς και πληροφορημένους καταναλωτές που θέλουν να ικανοποιήσουν τις ίδιες ανάγκες με λιγότερα χρήματα και με υπερανταγωνισμό στην προσφορά. Θα υπάρξει μεγάλη πίεση από αναδυόμενες πολυεθνικές από χώρες χαμηλού κόστους σε προϊόντα με ενδιάμεσους συνδυασμούς τιμής-κόστους. Παράλληλα οι απαιτήσεις για κοινωνική υπευθυνότητα των επιχειρήσεων θα ενταθούν. Αυτό θα δώσει ευκαιρίες για ορισμένες επιχειρήσεις να διαφοροποιήσουν τις προσφορές τους, με πιο καινοτόμες και κοινωνικά και οικολογικά βιώσιμες λύσεις.

Στο πλαίσιο των τάσεων αυτών πολλές ελληνικές επιχειρήσεις θα δοκιμάσουν τα όρια τους. Μερικές, πιο διορατικές και με ικανότητες προσαρμογής, θα βρουν πολλές ευκαιρίες μετά την κρίση. Επίσης, κρίσιμης σημασίας είναι η στρατηγική των επιχειρήσεων. Ένταση της διαφοροποίησης, με καινοτομίες και ποιότητα, αλλά σε χαμηλότερα επίπεδα κόστους φαίνεται ότι θα είναι η συνταγή της επιτυχίας. Αλλά η συνταγή αυτή πρέπει να υλοποιηθεί στο μικροεπίπεδο, από επιχειρήσεις και άτομα. Το ζητούμενο είναι πως η τοπική διαφορετικότητα και ευρηματικότητα μπορεί να εκφρασθούν σε προϊόντα για τον σύγχρονο καταναλωτή, με δικές τους αγορές στόχους⁵⁹.

⁵⁹ΛΙΟΥΚΑΣ Σ.: *Οι ελληνικές επιχειρήσεις μετά την κρίση: Προοπτικές και στρατηγικές για διεθνή ανταγωνιστικότητα*, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Δεκέμβριος 2010.

4.7 ΣΧΕΔΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΕΛΕΥΘΕΡΩΣΗ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα μερικά χρόνια τώρα (και πριν την οικονομική κρίση των τελευταίων ετών) αύξανε το εισόδημα της με ρυθμούς υψηλότερους από τον μέσο όρο των άλλων κρατών μελών της Ευρωπαϊκής Ένωσης, χάρη στους πόρους που μεταφέρονται μέσω του κοινοτικού προϋπολογισμού και στο γεγονός ότι ως φτωχότεροι των αναπτυγμένων 15 είναι πιο εύκολο να αξιοποιήσει ευκαιρίες. Επίσης όλοι γνωρίζουμε ότι η χρήση που γίνεται σε αυτούς τους πόρους απέχει πολύ από την άριστη αξιοποίηση τους. Καθυστερήσεις, κακοδιαχείριση, ενίοτε συμπεριφορές που δεν συνάδουν με την αξιοποίηση τους μειώνουν την απόδοση των όποιων επενδύσεων. Με πιο τεχνικούς όρους, ενώ η θέση μας θα βοηθούσε να έχουμε αύξουσες αποδόσεις στα κεφάλαια που επενδύονται, τελικά οι ρυθμοί μεγέθυνσης της οικονομίας είναι πολύ πιο χαμηλοί από ότι άλλων κρατών που στο παρελθόν αξιοποίησαν καλύτερα τους κοινοτικούς πόρους.

Με βάση το διεθνή δείκτη παρακολούθησης της επιχειρηματικότητας, η Ελλάδα έχει ένα από τα μεγαλύτερα ποσοστά επιχειρηματιών ανάμεσα στις αναπτυγμένες χώρες. Όλα αυτά υποδηλώνουν καλή πρώτη ύλη και φυσικά τα πολιτιστικά χαρακτηριστικά ευνοούν την επιχειρηματικότητα. Ωστόσο, αν εμβαθύνει κανείς σε αυτό τον θετικό γενικό δείκτη αρχίζουν τα προβλήματα. Καταρχήν το ποσοστό των νέων επιχειρηματιών είναι μικρότερο από πολλές άλλες αναπτυγμένες χώρες. Οι επιχειρήσεις που δημιουργούνται είναι μικρές, κλείνουν συχνά, δραστηριοποιούνται σε κλάδους χαμηλής προστιθέμενης αξίας, δεν δημιουργούν δεσμούς εξειδίκευσης και το σημαντικότερο ελάχιστες μεγαλώνουν χάρη στη διεθνή τους ανταγωνιστικότητα. Όλα αυτά συμβαίνουν για ποικίλους λόγους αλλά πρέπει να βασιστούμε στο γεγονός ότι η πολιτική παρέμβαση έχει εντοπίσει έγκαιρα και σωστά την τόνωση της επιχειρηματικότητας αλλά δυστυχώς υπάρχουν αδυναμίες στις ρυθμίσεις οι οποίες αναιρούν τα κίνητρα, μέρος των κινήτρων δεν πετυχαίνει τον στόχο του και επιδεινώνει την αίσθηση ότι οι επιδοτήσεις δεν ωφελούν την κοινωνία αλλά υπονομεύουν τον αναδιανεμητικό ρόλο του κράτους υπέρ κοντόφθαλμων και ενίοτε αναποτελεσματικών επιχειρηματιών.

Με βάση τα παραπάνω πολλά πρέπει να αλλάξουν για να μπορεί να ενισχυθεί η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα. Όλα μπορούν να αλλάξουν αλλά χρειάζεται φαντασία, συνέχεια και λίγο χρόνο. Όχι περισσότερη ή λιγότερη ρύθμιση, χρειάζεται καλύτερη ρύθμιση, περιορισμός της αυθαιρεσίας, ξεκάθαρες ευκαιρίες στους σωστούς επιχειρηματίες, ακόμα και αν έχουν αντιμετωπίσει αντικειμενικές δυσκολίες, καμία επιείκεια σε κακόπιστους από κάθε πλευρά. Σε αυτή την περίπτωση, δεν φτάνει μόνο μια καλή οργάνωση, νέα μελέτη ή νέους νόμους αλλά μια νέα διαδικασία αναπτυξιακών κινήτρων και αντίστοιχών ελέγχων από τους φορείς που συμμετέχουν και αποτελεσματικότερο τρόπο υλοποίησης. Μαζί με όλα τα παραπάνω χρειάζεται και πολιτική δέσμευση. Αν μπορέσουν να εκπληρώσουν με υπευθυνότητα τα σχέδια που αναφέραμε η επιχειρηματικότητα στη χώρα δεν θα αναγνωρίζεται. Θα συμμαχήσουν οι «καλοί με τους καλούς» που είναι ή θα γίνουν πλειοψηφία. Θα περάσουμε από τις ανιαρές συμμαχίες στη διάσημη «Συντροφιά του Δαχτυλιδιού», όπου ο Τολκίεν εξηγεί πως μια παρέα «καλών» ορκίστηκε να αναχαιτίσει ένα πρόβλημα και το πέτυχε.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Οι έννοιες της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας βρίσκονται παγκοσμίως στο κέντρο κάθε συζήτησης. Αυτή τη στιγμή η χώρα μας βρίσκεται σε ένα στάσιμο σημείο στους τομείς αυτούς και γι' αυτό θα πρέπει σταδιακά να περάσουμε ξανά σε ένα νέο ανταγωνιστικό επίπεδο ενισχύοντας την μικρομεσαία αγορά και θέτοντας σειρές ενεργειών που θα αποδώσουν τα μέγιστα.

Παρατηρούμε πως η απόδοση της επιχειρηματικότητας και της καινοτομίας στη χώρα μας έχει δυσμενή ανάπτυξη καθώς δίνοντας μεγαλύτερη προσοχή στις διάφορες πολιτικές εφαρμογής τους, καταλήξαμε σε έννοιες μη κατανοητές για τις μεγαλύτερες πληθυσμιακές ομάδες, με αποτέλεσμα να μην μπορούν να εφαρμοστούν παρά μόνο από μεγάλες επιχειρήσεις και ερευνητικούς φορείς. Επίσης η νεανική επιχειρηματικότητα ενισχύεται ελάχιστα – οι καινοτόμες ιδέες από νέους ανθρώπους περνούν απαρατήρητες – και η εκπαίδευση στο συγκεκριμένο τομέα είναι μηδαμινή.

Ένας άλλος τομέας που υστερεί είναι οι αγροτικές και απομακρυσμένες περιοχές με σημαντικά χαμηλές επιδόσεις και δίχως τεχνικά προσόντα και δεξιότητες.

Συμπερασματικά από το τέταρτο κεφάλαιο βάση της έρευνας που χρησιμοποιήσαμε η οποία διεξάχθηκε το 2010 (συγκριτικά με το 2009) είναι περισσότερες οι δυσκολίες στην ίδρυση μιας νέας επιχείρησης, στην ανάπτυξη και τέλος υπάρχουν λιγότερες επιχειρηματικές ευκαιρίες. Στην ίδια έρευνα εμφανιστήκαν περισσότερο απαισιόδοξοι οι καθιερωμένοι επιχειρηματίες παρά τους νέους, οι οποίοι βλέπουν την κατάσταση με πιο αισιόδοξο μάτι. Η έλλειψη κινήτρων για την δημιουργία – ανάπτυξη μιας επιχείρησης και η γραφειοκρατία είναι κάποια θέματα τα οποία πρέπει να επιλυθούν για την αύξηση του αριθμού των επιχειρήσεων μα και της ανάπτυξής τους. Μετά την κατάρτιση του ΕΣΠΑ, σημειώθηκαν σημαντικές εξελίξεις στους τομείς της επιχειρηματικότητας – επενδύσεων, ενέργειας, περιβάλλοντος και δημοσίων έργων.

Το νέο επιχειρηματικό περιβάλλον είναι διαφορετικό αφού πλέον οι καταναλωτές είναι πιο ενημερωμένοι και πιο απαιτητικοί δημιουργώντας έτσι μεγαλύτερη ανταγωνιστικότητα ανάμεσα στις επιχειρήσεις.

Για να καταφέρουν λοιπόν οι επιχειρήσεις να γλιτώσουν από τον «τυφώνα» της κρίσης πρέπει να συνδυάζουν την καινοτομία και την επιχειρηματικότητα για να μπορέσουν να προσελκύσουν περισσότερους πελάτες, οι οποίοι ψάχνουν κάτι φθινό αλλά με την ίδια ποιότητα και με σεβασμό προς το περιβάλλον.

Επίσης, η εθνική κουλτούρα είναι αρκετά ανοιχτή σε νέες ιδέες και προτάσεις, συνεπώς με οργανωμένες διαδικασίες, νέα προγράμματα και μεγαλύτερη δικτύωση, η χώρα μπορεί να επανέρθει σταδιακά.

Η εφαρμογή καινοτόμων επιχειρησιακών ιδεών που ευδοκιμούν στο εξωτερικό και η μεταφορά δοκιμασμένων λύσεων σε τοπικές συνθήκες θα συντελέσουν στο πρώτο στάδιο εξέλιξης. Η ενίσχυση των ΜμΕ, καθώς αποτελούν το 99% των επιχειρήσεων, αξιοποιώντας το ανθρώπινο δυναμικό και τις νέες ιδέες που επικρατούν τα τελευταία χρόνια, αλλά δεν υλοποιούνται, αποτελεί το επόμενο στάδιο.

Νομικές, θεσμικές και διαρθρωτικές αλλαγές πρέπει να συντελεστούν στο χώρο της καινοτομίας σαν προϋπόθεση για την αντιμετώπιση προκλήσεων όπως: - Η προσέλκυση επενδύσεων από ξένες εταιρίες με πρωτοποριακή υψηλή τεχνολογία και - Ο επαναπροσανατολισμός της έρευνας προς τις κοινωνικές και οικονομικές ανάγκες.

Νέα στρατηγικά μοντέλα επιχειρηματικότητας και καινοτομίας πιο ρεαλιστικά και εφικτά πρέπει να χτιστούν πάνω στα σημεία αιχμής της χώρας εκεί που επιτυγχάνονται οι καλύτερες επιδόσεις. Διαφορετικά άτομα, ομάδες και φορείς πρέπει να ενεργοποιηθούν και με μικρά βήματα κάθε φορά η γενική κατάσταση της χώρας να αποκτήσει μία καλύτερη εικόνα με ευοίωνες συνθήκες ανάπτυξης.

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ΓΚΑΓΚΑΤΣΙΟΣ., Ι., ΛΕΛΕΔΑΚΗΣ., Γ. (2008). *Καινοτομία – Επιχειρηματικότητα Επιχειρήσεις*, Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Ινστιτούτο Διαρκούς Εκπαίδευσης Ενηλίκων.
- ΓΚΟΥΝΤΟΠΟΥΛΟΣ Δ.: *Οικονομική κρίση και επιχειρήσεις – διάλογο – προτάσεις*. Επιμελητήριο Λάρισας, 2009.
- ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΩΝ ΕΥΡΩΠΑΙΚΩΝ ΚΟΙΝΩΤΗΤΩΝ. (2003). *Πράσινη Βίβλος για την επιχειρηματικότητα στην Ευρώπη*, Βρυξέλλες.
- ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ. (2011). Βήματα στην ανάπτυξη, Τεύχος Σεπτεμβρίου Νο 66.
- ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ . (2009). Βήματα στην ανάπτυξη, τεύχος Σεπτέμβριος Νο 58.
- ΘΑΝΟΣ., Γ., ΚΙΟΧΟΣ., Π., ΠΑΝΑΝΙΚΟΛΑΟΥ., Γ. (2002). *Χρηματοδότηση των επιχειρήσεων*, Εκδόσεις Σύγχρονη Εκδοτική.
- ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ., Σ. (2005). *Η έννοια και η σημασία της επιχειρηματικότητας*, Εθνικό Μετσόβιο Πολυτεχνείο.
- ΙΩΑΝΝΙΔΗΣ Σ., ΧΑΤΖΗΧΡΗΣΤΟΥ Σ.: *Η επιχειρηματικότητα στην Ελλάδα 2010-2011*, Ίδρυμα Οικονομικών & Βιομηχανικών Ερευνών, Ιανουάριος 2012.
- ΚΑΡΒΟΥΝΗΣ., Σ.,Κ. (2006). Μεθοδολογία, Τεχνικές και Θεωρία για Οικονομοτεχνικές Μελέτες, Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης.
- ΚΟΝΔΥΛΗΣ., Ε. (2009), *Νέοι & Επιχειρηματικότητα*, Πανεπιστήμιο Πειραιώς.
- ΛΙΟΥΚΑΣ., Σ. (2006). *Επιχειρηματικές Στρατηγικές για Διεθνή Ανταγωνιστικότητα*, Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, Ελληνική Βιομηχανία: προς την οικονομία της γνώσης, Αθήνα.
- ΛΙΟΥΚΑΣ., Σ.: *Οι ελληνικές επιχειρήσεις μετά την κρίση: Προοπτικές και στρατηγικές για διεθνή ανταγωνιστικότητα*, Τράπεζα της Ελλάδος, Δεκέμβριος 2010.
- ΛΙΟΥΚΑΣ Σ., ΒΟΥΔΟΥΡΗ Ε., ΓΚΟΥΡΑΣ Α, ΛΑΝΤΖΟΥΝΗ Π.: *Η καινοτομία στην Ελλάδα*, Ίδρυμα Κόκκαλη, 2009.

- ΜΙΧΙΩΤΗΣ., Σ., ΟΙΚΟΝΟΜΟΥ., Κ. (2006). *Η Έννοια και η σημασία της επιχειρηματικότητας σήμερα*, Εθνικό Ίδρυμα Νεότητας.
- ΜΑΝΟΥΣΟΠΟΥΛΟΣ., Γ. (2008). *Παραγωγικότητα, Διοίκηση αντικειμενικούς σκοπούς και σύστημα ανταμοιβής σαν κίνητρο παραγωγικότητας*. Άρθρο Διοίκησης στο www.specisoft.gr/smp.
- ΠΙΠΕΡΟΠΟΥΛΟΣ Π.: *Επιχειρηματικότητα, Καινοτομία & Business Clusters*, Εκδόσεις Σταμούλης Α.Ε, Αθήνα 2008.
- *Στρατηγική Έκθεση Παρακολούθησης ΕΣΠΑ 2007-2013*, Επιτελική Σύνοψη, Διαθέσιμο στο www.espa.gr
- Υπουργείο Οικονομίας, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας: *Σχέδιο Στήριξης Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων*, 2010 – 2013, http://www.ggea.gr/ap/stirixi_me.htm.
- ΧΑΤΖΗΑΠΟΣΤΟΛΟΥ., Θ. (2011). *Τεχνολογία, Καινοτομία και Επιχειρηματικότητα*, Λέκτορας, Τμήμα Επιστήμης Πληροφορικής, CITY COLLEGE.

ΞΕΝΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- BUTLER., D. (2004). Στρατηγικά σχέδια ανάπτυξης ΜμΕ: από την θεωρία στην πράξη, Εκδόσεις Μ. Γκιούρδας.
- DEAKINS., D., FREEL., M. Επιχειρηματικότητα, Εκδόσεις Κριτική.
- DRUCKER., P., F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship*, Harper Business, U.S.A.
- EDQUIST., C., (1997), *Systems of Innovation: Technologies, Institutions and Organizations*, Pinter, London.
- *Entrepreneurship in the Netherlands, Innovative entrepreneurship. New policy challenge*. (2002). Υπουργείο Οικονομικών και ΕΙΜ.
- *Findings from the Household Survey*, (2002), SBS Performance Analysis.
- FONSESCA., J. (2002). *Complexity and Innovation in Organizations*, Routledge, London.
- LONGNECKER., J., G., MOORE., C., W., PETTY., J., W. (1995). Μάνατζμεντ Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων, ΣΕΛ. 37.

- LUNDVALL., B., A., (1995), *National systems of innovation: Towards a theory of innovation and interactive learning*, Pinter, New York.
- NELSON., R., R., and ROSENBERG.,N., (1993), *Technical Innovation and National Systems, in Nelson., R., R., (Ed): National Innovation Systems: A comparative analysis*, Oxford University Press, New York.
- NONAKA., I., and KENNEY., M. (1991). *Towards a New Theory of Innovation Management: A case study comparing canon inc. and Apple computer inc.*, Journal of Engineering and Technology Management, Vol.8, pp.67-83.
- PARKIN., M., POWELL., M., and MATTHEWS., K. (1997). *Economic*, 3rd ed., Addison Wesley Longman Limited, England.
- PORTER., M., E., (1990), *The competitive advantage of nations*, The Free Press, USA.
- PORTER, L. W. (1962). *Job attitudes in management: Perceived deficiencies in need fulfillment as function of job level*. In E. J. McCormick & D. Ilgen. (1987). *Industrial and organizational psychology*, 8th Ed. London: Raetledge.
- SCHUMPETER., J.A., (1942), *Capitalism, Socialism and Democracy*, George Allen & Unwin, London.
- SCHUMPETER., J.A., (1934), *The theory of Economic Development: An inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*, Oxford University Press London.
- WEBB., P., WEBB., S. (2004). Βιωσιμότητα ΜμΕ: πρακτικός οδηγός για τη δημιουργία μιας υγιούς και ισχυρής οικονομικά επιχείρησης, Εκδόσεις Μ. Γκιούρδας.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

- Στέλιος Μορφίδης, «Υπό εξαφάνιση οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις» αναβρέθηκε σε :
<http://www.isotimia.gr/default.asp?pid=24&ct=6&artid=111887>

- Δημήτρης Σκάλκος, «Ανίσχυρες οι μικρομεσαίες στην κρίση» αναβρέθηκε σε :http://news.kathimerini.gr/4dcgi/_w_articles_economy_2_19/02/2011_433197
- Κωνσταντίνος Λυμπερόπουλος, «Εξωστρέφεια και διεθνής ανταγωνιστικότητα των ελληνικών Μικρομεσαίων Επιχειρήσεων σε περίοδο οικονομικής κρίσης» αναβρέθηκε σε : http://www.epistimonikomarketing.gr/article_show.php?article_id=5348
- «Ορισμός Μικρομεσαίων επιχειρήσεων/ Αυτόνομη - Ανεξάρτητη – Συνδεδεμένη Επιχείρηση» αναβρέθηκε σε : <http://www.wintowin.gr/useful/52-orimos-mme.html>
- «Το επιχειρηματικό σχέδιο» αναβρέθηκε σε : http://www.career.tuc.gr/05_02.html
- ΛΑΣΠΑ Χ.: Μια δεύτερη ανάγνωση στην ανταγωνιστικότητα της Ελληνικής Οικονομίας. Διαθέσιμο από το <http://www.idkaramanlis.gr>. Αναρτήθηκε στις 13/03/2011.
- ΚΟΡΟΜΗΛΑΣ Γ.: *Η ανάπτυξη απαιτεί ελκυστικό επιχειρηματικό περιβάλλον*, Άρθρο Ημερησία, Διαθέσιμο από το www.imerisia.gr, 2011
- Ευρωπαϊκή Επιτροπή, Περιφερειακή πολιτική: *Στήριξη των επιχειρήσεων*. Διαθέσιμο από το http://ec.europa.eu/regional_policy/activity/business/index_el.cfm.
- ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΑΘΗΝΩΝ. (2010). *Υπέρογκη η γραφειοκρατία για τις νέες επιχειρήσεις*. Οικονομία – Αγορά, Τεύχος 519, Ιούλιος – Αύγουστος 2010. Διαθέσιμο στη διεύθυνση <http://www.eea-info.gr/viewcon.asp?typ=1&aID=120001167>.
- *Αρχαίο (Επιχειρηματικό) Πνεύμα Αθάνατο*. (2010). Ημερομηνία πρόσβασης 25/5/2010 στη διεύθυνση http://kbourletidis.blogspot.gr/2010/05/blog-post_28.html
- Ανώνυμος (2012): *Επιχειρηματικότητα ενάντια στην κρίση*, Διαθέσιμο από το www.apofitos.com